

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة العليا للتجارة - القليعة-

مذكرة تخرج

مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية والمالية

تخصص: تسويق واتصال

استراتيجيات تطوير السياحة في الجزائر في ظل التجربة المغربية
دراسة ميدانية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية

تحت إشراف الدكتور:

قاسم كريم

من إعداد الطالبة:

قيطون نوال

مكان التبرص: وزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر العاصمة.

تاريخ التبرص: 06 مارس إلى 31 ماي 2018

السنة الجامعية: 2017-2018.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة العليا للتجارة - القليعة-

مذكرة تخرج

مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية والمالية

تخصص: تسويق واتصال

استراتيجيات تطوير السياحة في الجزائر في ظل التجربة المغربية
دراسة ميدانية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية

تحت إشراف الدكتور:

قاسم كريم

من إعداد الطالبة:

قيطون نوال

مكان التبرص: وزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر العاصمة.

تاريخ التبرص: 06 مارس إلى 31 ماي 2018

السنة الجامعية: 2017-2018.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

﴿ وَجَعَلْنَا مِنْ بَيْنِ أَيْدِيهِمْ سَدًّا وَمِنْ خَلْفِهِمْ سَدًّا فَأَغْشَيْنَاهُمْ فَهُمْ لَا يُبْصِرُونَ ﴾

سورة يس الآية 09

﴿ (9) ﴾

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

﴿ قُلْ لَوْ كَانَ الْبَحْرُ مِدَاداً لِكَلِمَاتِ رَبِّي لَنَفِدَ الْبَحْرُ قَبْلَ أَنْ تَنْفَدَ كَلِمَاتُ رَبِّي وَلَوْ جِئْنَا بِمِثْلِهِ مَدَداً ﴾ (109)

﴿ قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِثْلُكُمْ يُوحَى إِلَيَّ أَنَّمَا

إِلَهُكُمْ إِلَهٌ وَاحِدٌ فَمَنْ كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ

بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا ﴾ (110) ﴿

سورة الكهف الآية 109-110

الملخص:

الهدف من دراستنا هو تحديد استراتيجيات تطوير السياحة في الجزائر في ظل التجربة المغاربية، وذلك انطلاقا من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، فقد تطرقنا في جانبنا النظري إلى السياحة في المغرب العربي، وواقع وآفاق السياحة في الجزائر، أما في الجانب التطبيقي قمنا بدراسة مقارنة السياحة الجزائرية وتجربتي تونس والمغرب معتمدين في ذلك على مجموعة من المؤشرات السياحية. والهدف من هذه المقارنة هو تشخيص مكانة الجزائر السياحية من السياحة الدولية بصفة عامة والسياحة في المغرب العربي بصفة خاصة. وفي الأخير قمنا باقتراح التوصيات التي من شأنها أن تساهم في ترقية القطاع السياحي.

الكلمات المفتاحية: السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المغرب العربي، الجزائر، تجربة تونس والمغرب.

Résumé :

Le but de notre étude est de déterminer les stratégies de développement touristique en Algérie ; à la lumière de l'expérience du Maghreb ; à partir le plan directeur d'aménagement touristique.

Dans le côté théorique, nous avons étudié le tourisme au Maghreb et la réalité et les perspectives du tourisme en Algérie, Sur le côté pratique, nous avons étudié la comparaison entre le tourisme algérien et des expériences de la Tunisie et du Maroc, en s'appuyant sur un ensemble d'indicateurs touristiques.

Le but de cette comparaison est d'identifier le statut touristique de l'Algérie à partir du tourisme international en général et du tourisme au Maghreb en particulier. Enfin, nous avons proposé des recommandations qui contribueraient à la promotion du secteur touristique.

Mots - clés : Tourisme, plan directeur d'aménagement touristique, Maghreb, Algérie, Expérience de la Tunisie et du Maroc

Summary:

The objective of our study is to identify strategies for the development of tourism in Algeria under the Maghreb experience. Based on the Tourism Horizon 2030.

In the theoretical side, we studied tourism in the Maghreb and the reality and prospects of tourism in Algeria, on the practical side, we have studied the comparison between Algerian tourism and experiences of Tunisia and Morocco, in relying on a set of tourism indicators.

The purpose of this comparison is to identify the tourist status of Algeria from international tourism in general and tourism in the Maghreb in particular. Finally, we proposed recommendations that would contribute to the promotion of the tourism sector.

Keywords: Tourism, master plan of tourism development, Maghreb, Algeria, Experience of Tunisia and Morocco

الإهداء

إلى من كانت ولا زالت سندي في الحياة، إلى زهرة حياتي، حبيبتي وغاليتي
الوالدة "زهرة" حفظك الله وأطال في عمرك.

إلى العزيز، الغالي الحنون، إلى مثلي وقدوتي، الحبيب أبي "محمد" أطال الله
في عمرك وحفظك لنا.

إلى أميري، أخي الغالي "حسين"، إلى أخواتي العزيزات "خديجة"، "فاطمة"
و"فوزية" الحبوبة.

إلى كل أفراد عائلتي "قيطون" و"الصقح".

إلى كل قريب إلى قلبي وبعيد عن عيني

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع.

شكر

ربنا لك الحمد كما ينبغي لجلالك، وعظيم سلطانك علي ما أنعمت
علي من نعم لا تحصى، منها توفيقك إياي لإنجاز هذا العمل
المتواضع.

أتقدم بالشكر والتقدير إلى أستاذي المشرف الدكتور "كريم
قاسم" حفظه الله وأطال في عمره لإشرافه علي المذكرة، وعلي
ملاحظاته القيمة، وتوجيهاته السديدة، وتوصياته الدقيقة،
ونصائحه الطيبة، جعل الله ذلك في ميزان حسناته يوم الدين.
أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل عمال وزارة السياحة والصناعات
التقليدية علي حسن استقبالهم ومعاملتهم وأخص بالذكر السيد
"بوجمعة" مهندس في التهيئة السياحية.

كما أتقدم بالشكر إلى كل من ساعدني في إتمام هذا العمل
المتواضع من قريب أو بعيد.

الفهرس

فهرس المحتويات:

.....	الملخص
.....	الإهداء
.....	الشكر
.....	الفهرس
.....	قائمة الجداول
.....	قائمة الأشكال
.....	مقدمة عامة
أ- و	
1.....	الفصل الأول: السياحة في المغرب العربي
2.....	مقدمة الفصل الأول
3.....	المبحث الأول: مفاهيم سياحية
3.....	المطلب الأول: مراحل تطور السياحة
9.....	المطلب الثاني: التعاريف والمصطلحات الخاصة بالسياحة
15.....	المطلب الثالث: أساسيات حول السياحة
23.....	المبحث الثاني: مقومات السياحة في دول المغرب العربي
24.....	المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر
26.....	المطلب الثاني: مقومات السياحة في تونس
29.....	المطلب الثالث: مقومات السياحة في المغرب
30.....	المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية للسياحة في دول المغرب العربي
31.....	المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة في دول المغرب العربي
35.....	المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية للسياحة في دول المغرب العربي
36.....	المطلب الثالث: الآثار البيئية للسياحة في دول المغرب العربي
39.....	خلاصة الفصل الأول
40.....	الفصل الثاني: واقع وآفاق السياحة في الجزائر
41.....	مقدمة الفصل الثاني
42.....	المبحث الأول: أسس القطاع السياحي في الجزائر

- المطلب الأول: المميزات الطبيعية والجغرافية للجزائر.....42
- المطلب الثاني: المناطق السياحية في الجزائر.....44
- المطلب الثالث: تاريخ الظاهرة السياحية في الجزائر.....45
- المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي في الجزائر بعد الاستقلال.....46**
- المطلب الأول: التوجيهات الأساسية للسياحة والمخطط الثلاثي.....46
- المطلب الثاني: السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول والثاني.....50
- المطلب الثالث: السياحة ضمن المخطط الخماسي الأول والثاني.....53
- المبحث الثالث: آفاق القطاع السياحي في الجزائر.....57**
- المطلب الأول: الاستثمار السياحي في الجزائر.....57
- المطلب الثاني: استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر حسب المخطط التوجيهي
للتهيئة السياحية 2030.....64
- المطلب الثالث: مكانة السياحة المستدامة من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق
2030. والتحديات التي تواجهها.....73
- 76..... خلاصة الفصل الثاني**
- الفصل الثالث: السياحة الجزائرية ومقارنتها مع بعض التجارب العربية الناجحة (تونس و
المغرب).....77**
- 78..... مقدمة الفصل الثالث**
- المبحث الأول: وزارة السياحة والصناعات التقليدية.....79**
- المطلب الأول: مفهوم وزارة السياحة والصناعات التقليدية.....79
- المطلب الثاني: هيكلية وتركيب الإدارة العامة المركزية للوزارة.....80
- المطلب الثالث: مهام وأهداف الإدارة المركزية في وزارة السياحة.....90
- المبحث الثاني: تطور المؤشرات السياحية في الجزائر.....91**
- المطلب الأول: تطور التدفقات البشرية.....91
- المطلب الثاني: تطور التدفقات السياحية النقدية.....99
- المطلب الثالث: تطور عدد الليالي السياحية والوافدين على المؤسسات الفندقية.....100
- المبحث الثالث: تطور المؤشرات السياحية في تونس والمغرب ومقارنتها مع**

102.....	المؤشرات السياحية في الجزائر
102.....	المطلب الأول: تطور المؤشرات السياحية في تونس
112.....	المطلب الثاني: تطور المؤشرات السياحية في المغرب
120.....	المطلب الثالث: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية في بلدان المغرب العربي
127.....	خلاصة الفصل الثالث
.....	خاتمة عامة
.....	قائمة المراجع
.....	قائمة الملاحق

قائمة

المجاهدين

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
28	عناصر الجذب السياحي في تونس	01
48	توزيع الاستثمارات على القطاعات خلال المخطط الثلاثي 1967-1969	02
49	حصيلة برنامج المخطط الثلاثي بين 1967-1969	03
50	توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي الأول	04
52	توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات التتموية خلال الخطط الرباعي الثاني	05
54	المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول	06
56	طاقة الاستقبال نهاية 1989	07
60	امتيازات الاستثمار الممنوحة حسب قانون 1993	08
62	الفنادق التي عرضت للخصوصية	09
91	توافد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2008-2015	10
93	تركيبية التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر خلال سنتي 2014-2015	11
94	الأهمية النسبية لأفضل 5 دول مصدرة للسياح الأجانب سنة 2015	12
96	توزيع السياح القادمين إلى الجزائر حسب الغرض من الزيارة	13
98	تطور السياحة العكسية في الجزائر للفترة 2008-2015	14
99	التدفقات النقدية والميزان السياحي خلال الفترة 2008-2015	15
101	تطور الليالي السياحية للفترة (2012-2015)	16
103	تطور عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة 2009-2015	17
104	نسبة السياح الأجانب الوافدين إلى تونس سنة 2014 حسب الجنسية	18
106	تطور إيرادات السياحة الدولية في تونس 2008-2015	19
108	تطور الميزان السياحي خلال الفترة 2008-2015	20
110	تطور الليالي السياحية 2010-2015	21
112	تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب 2011-2014	22
114	توزيع عدد السياح الوافدين إلى المغرب وحصتهم النسبية سنة 2014 حسب الجنسية	23
115	تطور إيرادات السياحة الدولية في المغرب 2011-2014	24
117	تطور الميزان السياحي المغربي 2011-2014	25
119	تطور الليالي السياحية في المغرب 2011-2014	26
120	مقارنة السياح الوافدين بعدد السكان في دول المغرب العربي 2014	27
121	مقارنة التقديرات المتوقعة والمحقة فعليا في مؤشر التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر 2008-2015	28
122	التقديرات المستهدفة والمحقة 2015	29
122	تقييم المنجزات المحقة في مؤشر السياحة الدولية في المغرب 2015	30
124	التقديرات المستهدفة والمحقة لمناصب الشغل 2008-2015	31
125	التقديرات المستهدفة والمحقة في مناصب الشغل في تونس 2015	32
125	مناصب الشغل المستهدفة والمحقة في المغرب 2015	33

قائمة

الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
18	أبعاد السياحة البيئية	01
20	أنواع السياحة	02
92	تطور عدد السياح في الجزائر	03
95	الأهمية النسبية لأفضل 5 دول مصدرة للسياح الأجانب سنة 2015	04
96	توزيع السياح القادمين إلى الجزائر حسب الغرض من الزيارة 2015	05
98	تطور دخول السياح إلى الجزائر وخروج الجزائريين من الجزائر 2008-2015	06
101	تطور الليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة 2012-2015	07
103	تطور عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة 2009-2015	08
105	التوزيع النسبي للسياح الأجانب الوافدين إلى تونس سنة 2014 حسب الجنسية	09
107	تطور إيرادات السياحة في تونس 2008-2015	10
109	تطور الميزان السياحي التونسي	11
111	تطور الليالي السياحية 2010-2015	12
113	تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب 2011-2014	13
116	تطور إيرادات السياحة الدولية في المغرب 2011-2014	14
117	تطور الميزان السياحي المغربي خلال الفترة 2011-2014	15
119	تطور الليالي السياحية في المغرب 2011-2014	16
123	مقارنة الأداء النسبي لدول المغرب العربي في مؤشر السياحة الوافدة 2015	17

هتقك هتق

تقك هتق

مقدمة عامة

مفهوم السياحة ليس بالمفهوم الجديد للإنسان سواء في الدول المتقدمة أو في الدول النامية كما لم تعد السياحة مجرد نزهة بل أصبحت صناعة تصديرية تضع على أساسها بعض الدول استراتيجياتها التنموية للثبوت باقتصادياتها الوطنية، و قد حظي مفهوم السياحة بأهمية متميزة لدى الباحثين و صانعي القرار في معظم دول العالم نظرا لما للنشاط السياحي من آثار على التنمية الاقتصادية و الاجتماعية لهذه البلدان، و لهذا فقد تزايد الاهتمام بهذا القطاع منذ بداية القرن العشرين باعتباره موردا اقتصاديا و اجتماعيا هاما يستوجب الاهتمام به واستغلاله على أحسن وجه ممكن، حيث هناك بعض الدول ذات الإمكانيات المتواضعة في الموارد الطبيعية و التي تملك مقومات سياحية جيدة قد استطاعت بناء اقتصادياتها اعتمادا على القطاع السياحي.

فالقطاع السياحي له عدة مزايا تسمح بالحصول على عائدات معتبرة و تساهم في زيادة مداخيل الدولة من النقد الأجنبي و هذا له أهمية كبيرة خاصة بالنسبة للدول التي لا زالت في مرحلة النمو، كما يساهم في تنمية مناطق و أقاليم جديدة، الأمر الذي يتيح فرص عمل جديدة و مزيدا من التوظيف في الاستثمارات حيث أصبحت السياحة اليوم علما و فنا و تجارة كما أكدت على ذلك المؤتمرات و المظاهرات الدولية المختلفة فقد أصبحت تنمية السياحة قضية هامة تشغل اهتمام مئذخي القرار في مختلف البلدان، بالإضافة إلى أنها أصبحت أيضا حقا اجتماعيا لكل فرد، إذ لم تعد مقصورة على طبقة الأغنياء الذين يجوبون الدنيا بحثا عن الترفيه و المغامرة بل أصبحت عاملا ثقافيا و اجتماعيا و اقتصاديا و سياسيا.

و من المؤكد أيضا أن نجاح النشاط السياحي يرتبط بالمناخ السياسي السائد في الدولة المضيفة، و حالة الاستقرار في المنطقة التي تنتمي إليها تلك الدولة، و من ثم درجة الشعور بالأمن و الطمأنينة، و لا خلاف على أن إقبال السائحين يتأثر إلى حد ما بطبيعة القوانين و الإجراءات الإدارية التي تتصل بتنظيم دخولهم و خروجهم و من ثم بمدى يسر تلك الإجراءات و وضوحها و كذا درجة انتشار الوعي السياحي، و تفهم الدور الإيجابي الذي تزاوله السياحة عموما، فالنشاط السياحي علم له قواعده و أصوله من التخطيط السليم، فالتنمية السياحية يجب أن تربط بين الثواحي الطبيعية و البيئية و الحضارية التي تشكل رأس مال السياحة، و بين الثواحي الاجتماعية و الاقتصادية لأي منطقة أو بلد في نماذج علمية للبحث عن أفضل الطرق لترشيد الاستثمارات السياحية و بالتالي تنمية القطاع السياحي بشكل سليم.

حيث أن السياحة عرفت ازدهارا كبيرا في العديد من القارات و خاصة القارة الأوروبية، نظرا لما تتمتع به هذه الأخيرة من مؤهلات سياحية عديدة و متنوعة، بالإضافة إلى جودة الخدمات السياحية

لديها, هذا ما أدى إلى ارتفاع الإنفاق السياحيّ فيها, في حين أنّ القارة الإفريقيّة تعرف إقبالا سياحيّا محتشما, نظرا لغياب العديد من العوامل الأساسيّة لقيام صناعة سياحيّة في أيّ بلد, ورغم ذلك تعرف بعض الدول في شمال إفريقيا تجارب ناجحة في مجال قطاعها السياحيّ كمصر و تونس و المغرب, ممّا ساهم في تحسين الأوضاع الاجتماعيّة و الاقتصاديّة لهذه الدول.

و الجزائر إحدى الدول الإفريقيّة التي حاولت بعد استرجاع سيادتها النهوض بقطاعها السياحيّ من خلال العديد من المحاولات حيث بادرت من خلال ذلك إلى إحصاء ثرواتها السياحيّة, و إنشاء الهياكل القاعدية التي تقوم عليها السياحة, بغية ترقية المنتج السياحيّ لديها, إلا أنّ هذه الجهود تبقى متواضعة و لا ترقى بالسياحة الجزائرية على مصفّ الدول السياحيّة, إذ بقيت إنجازاته جدّ محدودة إذا ما قورنت ببلدان العالم بصفة عامّة و بالبلدان المجاورة و الشقيقة بصفة خاصّة, فحجم الاستثمارات التي خصّصت لهذا القطاع تعتبر ضعيفة مقارنة بكبر مساحة الجزائر, كما أنّ الجهود المبذولة لم تشهد استمراريّة, و أنّ ظاهرة اللاّ أمن التي عرفتها الجزائر خلال العشريّة الماضية زادت و عمقت من عزلة الجزائر على المستوى الدوليّ.

و إذا كانت السياحة الداخليّة في بلدنا لم تحظى بالاهتمام الكبير بسبب نظر السّلطات العموميّة إليها على أنّها قطاع ليس استراتيجي و بالتالي لم يحظى بالعناية اللازمة, و التي تظهر إهمالا كبيرا لهذا القطاع لصالح قطاعات أخرى, و الأمر نفسه بالنسبة للسياحة الخارجيّة, على الرّغم من امتلاك الجزائر لإمكانيات طبيعيّة كبيرة تفتقد في كثير من بلدان العالم, فالتنوّع المناخيّ الذي يجعل من السياحة الجزائرية تستمرّ على مدار السنّة, بالإضافة إلى تنوّع الآثار و التقاليد و شساعة الصّحراء الجزائرية و طول شريطها السّاحليّ الذي يمتدّ على مسافة 1600 كلم.

و في الوقت الحاليّ تطمح الجزائر إلى دخول سوق السياحة الدوليّة و جعلها واحدة من الأولويّات القوميّة و تحويل الجزائر إلى أحد مراكز الجذب السياحيّ من الدرجة الأولى, و ذلك من خلال تطبيق استراتيجية حكيمة و طموحة و فعّالة ترتكز من جهة على التجارب الناجحة في البلدان المطلة على البحر المتوسّط و باقي البلدان الأخرى, و ترتكز من جهة أخرى على الترتيبات الوجيهة الواردة في ميثاق السياحة المستدامة الصّادر سنة 1995, و الذي يقضي بأنّه ينبغي أن تكون السياحة المستدامة على المدى الطويل غير مؤثرة في المجال البيئي و ذات ديمومة من الناحية الاقتصاديّة, كما تعلق الجزائر آمالا كبيرة على الاستراتيجية الجديدة التي جاء بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحيّة 2030, حيث يعتبر أوّل استراتيجية شملت كافة الجوانب السياحيّة, و تمتدّ على عدّة مراحل, على المدى القريب و المتوسّط و البعيد.

الإشكالية:

تتمحور إشكالية بحثنا في السؤال الجوهرى التالى:

" فى ظلّ الوضعية الحالّية التى يوجد عليها القطاع السّياحى فى الجزائر، ما هى مكانة السّياحة الجزائرية قياسا لتجربتي تونس والمغرب فى ظلّ المخطط التّوجيهى للتّهيئة السّياحية لأفاق 2030؟".

الأسئلة الفرعية:

وبناء على التّساؤل الرّئيسى يمكن طرح الأسئلة الفرعية التّالية:

- ما هى مقومات السّياحة الجزائرية؟
- ما هو واقع وأفاق السّياحة الجزائرية؟
- ما هى مكانة السّياحة الجزائرية من السّياحة فى دول المغرب العربى (تونس والمغرب)؟

فرضيات الدّراسة:

وكإجابة على التّساؤلات المطروحة يمكن وضع الفرضيات التّالية:

- تملك الجزائر مقومات سياحية لا بأس بها، تمكنها من منافسة الدول السياحية.
- القطاع السياحي فى الجزائر قطاع مهمش، ما يجعل واقع السّياحة فى الجزائر واقعا يتميز بالضعف، وعدم نموه وتطويره.
- إمكانية تطوير القطاع السياحي مستقبلا انطلاقا من استراتيجيات التنمية المحددة فى المخطط التوجيهى للتّهيئة السّياحية.
- تشير المؤشرات السياحية لدول المغرب العربى (الجزائر، تونس والمغرب) إلى إمكانية استقطاب عدد كبير من السياح الأجانب بنسب متباينة.

أسباب اختيار الموضوع:

- الميول الشخصى للسّياحة.

- استمرار الوضع المتردي للقطاع السياحي الجزائري، رغم الجهود المختلفة والإمكانيات المتاحة من جهة، بالإضافة إلى تطوّر نفس القطاع في الدول المجاورة والتي تشاركنا نفس الخصائص في جل المجالات من جهة أخرى.
- التوجّه الدولي الحديث نحو القطاع السياحي الذي أصبح صناعة يعتمد عليها كثيرا في تنمية اقتصاديات البلدان باختلاف أنظمتها الاقتصادية ودرجة تطورها.
- وجود بديل لقطاع المحروقات في المستقبل ، و يشكل القطاع السياحي إحدى البدائل المتاحة لاحتلال مكانة هامة في الاقتصاد الوطني, نظرا للإمكانيات المتاحة في هذا المجال.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على السياحة الجزائرية، و إبراز الدور الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية، و ذلك من خلال الآثار الإيجابية التي تتركها على فرص العمل و ميزان المدفوعات، بالإضافة إلى معرفة مدى نجاعة الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية المرفوعة من قبل الدولة للتهوض بها، و هذا في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- تحديد مفهوم السياحة ومراحل تطورها وأنواعها المختلفة، ورصد مختلف الآثار الناجمة عنها.
- تشخيص واقع وآفاق السياحة الجزائرية وتحديد أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030.
- تسليط الضوء على جلّ العراقيل والعقبات التي تقف أمام التهوض وتطوير السياحة الجزائرية.
- أهمية السياحة المستدامة ضمن استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر.
- مكانة السياحة الجزائرية من السياحة في دول المغرب العربي (تونس والمغرب).

الدراسات السابقة:

استعنت في بحثي بالرسائل والمذكرات التالية:

- **زهير بوعكريف (2012)**، بعنوان التسويق السياحي و دوره في تفعيل قطاع السياحة، دراسة حالة الجزائر وكان الهدف من دراسته هو تحديد الأهمية الاقتصادية للنشاط السياحي وإظهار أهمية التسويق السياحي في تنشيط وتفعيل القطاع السياحي وكذا إبراز المقومات السياحية للجزائر ومدى أهميتها في تنمية الاقتصاد الوطني وتحليل الاستراتيجية الوطنية لتنمية قطاع السياحة. واعتمد في دراسته على المنهج الوصفي والتحليلي ومن أهم النتائج التي توصل إليها في الدراسة هي أن الجزائر تمتلك مقومات سياحية طبيعية كبيرة تساعدها على تنمية قطاع السياحة، إلا أنها لازالت تسجل عجز كبير في جانب المقومات البشرية المتمثلة أساسا في الهياكل والتسهيلات اللازمة لتفعيل النشاط السياحي.

- **دراسة عوينان عبد القادر 2013**، السياحة في الجزائر، الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 ، وكان الهدف من دراسته تحديد مفهوم السياحة والسياحة الدولية وأنواعها المختلفة ورصد مختلف الآثار الناجمة عنها، وتشخيص السياحة الجزائرية وموقعها من السياحة الدولية بصفة عامة والسياحة العربية بصفة خاصة وتسليط الضوء على جل العراقيل والعقبات التي تقف أمام النهوض وتطوير السياحة الجزائرية واعتمد في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي ، ومن أهم نتائج مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية بنسبة كبيرة من حيث زيادة المداخل بالعملة الصعبة وتحسين وضعية ميزان المدفوعات.

- **دراسة بوراوي ساعد 2017**، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) دراسة مقارنة، وكان الهدف من دراسته هو توضيح الاستثمارات السياحية (الوطنية والأجنبية) وتوزيعها على قطاع السياحة في بلدان المغرب العربي، تحديد الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للقطاع السياحي، تحديد مفهوم التنمية السياحية ومكوناتها ومعرفة ودراسة محاور الاستراتيجيات التي انتهجتها بلدان المغرب العربي. معتدا في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج المقارن. ومن أهم النتائج التي توصل إليها، تباين الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في بلدان المغرب العربي ويرجع ذلك إلى درجة ومستوى اهتمام كل دولة بالقطاع السياحي فيها.

المنهج المتبع في الدراسة:

للإجابة عن التساؤلات المطروحة في بحثنا هذا، سنعتمد على منهجين هما المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن المناسب لمثل هذه الدراسة، حيث سيتم وصف ظاهرة السياحة وتحليل مختلف أبعادها. والمقارنة بين المؤشرات السياحية للجزائر وبلدان المغرب العربي (تونس والمغرب)

وذلك بالاستعانة بمجموعة من المصادر المختلفة والمتنوّعة وتمثّل أساساً في الكتب، الملتقيات الوطنية، إضافة إلى مختلف الإحصائيات الصادرة عن الهيئات المختلفة كوزارة السياحة.

حدود الدراسة:

تمثّلت حدود الدراسة في العمل على فحص وتحليل الواقع السياحي الجزائري عبر مسيرته الطويلة منذ الاستقلال إلى غاية إطلاق مشروع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030، للفترة الممتدة من 1962 إلى يومنا هذا، الخاصة بحالة الجزائر.

هيكلية البحث:

قمنا بتقسيم بحثنا إلى ثلاث فصول، فصلين نظريين وفصل تطبيقي كالآتي:

الفصل الأول: السياحة في المغرب العربي، حيث تطرقنا فيه لأهم المفاهيم السياحية، ومختلف أنواع السياحة، وكذا مقومات السياحة في دول المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب)، والآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في دول المغرب العربي.

الفصل الثاني: واقع وآفاق السياحة في الجزائر، حيث قمنا بإبراز الإمكانيات السياحية في الجزائر، واقع القطاع السياحي في الجزائر بعد الاستقلال، وآفاق القطاع السياحي في الجزائر.

الفصل الثالث: فستكون دراسة ميدانية حول القطاع السياحي حالة وزارة السياحة والصناعات التقليدية ودراسة مقارنة بين دول المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب).

الفصل الأول:

السياسة في المغرب

العربي

مقدمة الفصل الأول:

المغرب العربي أو المغرب الكبير منطقة تشكل الجناح الغربي للوطن العربي و هي تتألف من خمسة أقطار هي الجزائر و المغرب و تونس وليبيا و موريتانيا. تتميز هذه المنطقة بشساعة المساحة و مناظر خلابة تسحر الزائر , و تمثل الجزائر حصّة الأسد من حيث المساحة. لسكان المنطقة عادات و تقاليد و أبعد من ذلك تاريخ مشترك ممّا يجعل الزائر لهذه الدول يلاحظ أوجه التشابه بينها. تتميز دول المغرب العربي بغناها من حيث الموارد الطبيعيّة إذ تلعب الظروف الطبيعيّة و البنية الجيولوجيّة دورا أساسيّاً في توزيع الأهميّة الاقتصادية بين دول المنطقة , حيث تزداد أهميّة الفلاحة و السياحة و الفوسفات في المغرب و تونس , في حين تتركز في الجزائر و ليبيا الثروات النفطيّة , بينما يعتبر الحديد أهمّ الموارد الطبيعيّة في موريتانيا.

و ما تمّت ملاحظته خلال السنوات القليلة, أنّ السياحة تعتبر قطاعا ذو أهمية بالغة لما له من أثر إيجابي من الناحية الاقتصاديّة و الاجتماعيّة. و بما أنّ دول المنطقة تتميز بالتنوّع البيئي و سحر المناطق الطبيعيّة أصبحت للسياحة في المغرب العربي أهمية بالغة , و في هذا الفصل سوف نقسّمه إلى ثلاث مباحث هي:

_ المبحث الأول: مفاهيم سياحيّة؛

_ المبحث الثاني: مميّزات السياحة في دول المغرب العربي؛

_ المبحث الثالث: الأثر الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي للسياحة في الجزائر و تونس والمغرب.

المبحث الأول: مفاهيم سياحية

تعتبر السياحة من ضمن الحاجات النفسية للإنسان، و التي أساسها الحاجة و الاستجمام و الترويح عن النفس، و في هذا المبحث تمّ تسليط الضوء على أهمّ المفاهيم السياحية، انطلاقاً من المراحل المختلفة التي مرّت بها السياحة من العصور القديمة إلى غاية المرحلة الحاليّة، و كذلك أهمّ التعاريف و المصطلحات الخاصّة بالسياحة. و أهمّ أنواع السياحة السائدة بالإضافة إلى سرد مختلف الآثار الناجمة عن السياحة في مختلف الجوانب.

المطلب الأول: مراحل تطوّر السياحة.

¹ السياحة ظاهرة من الظواهر الإنسانيّة التي نشأت منذ خلق الله الأرض و ما عليها. فهي قديمة قدم الحياة، عريقة عراقية التاريخ. فمنذ أزمان طويلة و الإنسان في حركة دائمة بين السفر و التنقل بحثاً عن أمنه و استقراره، سعياً إلى رزقه و معاشه، متحرراً من قيود بيئية و متطلّعا إلى العلم و المعرفة. و تحولت هذه الظاهرة من تحقيق رغبات و احتياجات و شؤون الحياة اليوميّة إلى ظاهرة اجتماعيّة و ثقافيّة هدفها المتعة و الراحة و الثقافة و الاستجمام. و قد تغيّرت النظرة إليها في العصر الحديث و تطورت إلى صناعة مركبة من الصناعات الهامّة التي تعتمد عليها كثير من الدّول في تنمية مواردها لتحقيق التقدّم الاقتصادي و الاجتماعي. و قد مرّت السياحة في تطوّرها التاريخي بعدة مراحل تاريخيّة أهمّها:

أولاً-السياحة في العصور القديمة:

لفظ السياحة بمفهومه الحالي هو لفظ حديث و لم يكن معروف في العصور القديمة و لكن إذا أطلقنا لفظ السياحة على السياحة في العصور القديمة سنجد أنّ الإنسان قديماً كان غير مستقر في مكان ثابت ، و هذا لحاجاته في البحث عن مصادر الرزق²، و تمثل مرحلة الحضارات القديمة الفترة الأولى من حياة الإنسان أي العصر البدائي، حيث لم يكن هناك قوانين تحكم تصرّف الإنسان سوى قوانين الطبيعة³، و بالتالي كان الإنسان ينتقل من الأرض القاحلة إلى الأرض الخصبة، و من المكان غير الآمن إلى المكان الآمن، حيث كان السفر ظاهرة طبيعيّة مرتبطة بوجود الإنسان، و الذي يهدف إلى إشباع نزواته و استنفاء حاجاته الشخصيّة، و عند قيام الدّول و الحضارات أصبح السفر وسيلة

1 ماهر عبد الخالق السيبي، مبادئ السياحة، مصر ، مجموعة النيل العربيّة للنشر ، 2001، ص 15، بتصرف.

2 نائل موسى محمود سرحان ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، جامعة البلقان التطبيقية ، 2003 ، ص 01 .

3 عصام حسن الصعيدي ، نظم المعلومات السياحية ، الطبعة الأولى ، دار الراية للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2011

تجارية و القيام بالحملات العسكرية و التعلم و التعليم، و كان للفينيقيين سبق في الاهتمام بالتجارة و التنقل، فقد عرفوا بحب المخاطرة و الترحال البحري .

و لعلّ أهمّ الرحلات السياحية في بلاد الإغريق الوفود اليونانيين القدماء و سكان الأقاليم الأوروبية المجاورة التي تأتي إلى جبال المبيا لمشاهدة الألعاب الأولمبية التي شرع تنظيمها العام 776 قبل الميلاد، هذا التوافد شجّع على بناء الفنادق لزوّار أثينا، و كان ذلك خلال القرن (14) الرابع عشر قبل الميلاد⁴ .

➤ دوافع السفر في هذه المرحلة: و تتمثل فيما يلي:⁵

- **الدافع التجاري:** و هذا بعد ظهور التجارة نتيجة تطوّر مبدأ التخصص و تقسيم العمل ممّا أدى إلى أن أصبح بإمكان الفرد إنتاج كمية كبيرة من السلع الفائضة عن حاجته ممّا نتج عنه ظهور طبقة التجار هذا أدى إلى عملية انتقال التجار ممّا اعتبر عاملاً مهماً لتطوّر حركة السفر؛
- **الدافع الديني:** حيث تطوّرت و تبلورت بعض المعتقدات الدينية نتيجة الأنبياء و الأديان و تمّ بناء المعابد و العتبات المقدسة حيث ظهر دافع لدى الناس للقيام برحلات لزيارة الأماكن المقدسة و خاصّة أثناء المناسبات الدينية ممّا أدى إلى تطوّر حركة الأسفار بين الناس ؛
- **دافع حب الاستطلاع:** قياس أناس كثر بالسفر ليس من أجل الحاجة و لكن من أجل إرضاء تطلعاتهم و الاستطلاع، أو للتعرفّ على العادات و التقاليد عند الشعوب الأخرى. و على مدى عصور التاريخ ظلّ عدد هؤلاء الرّحالة محدوداً لأنّ ظروف السفر لم تكن ملائمة، و أهمّ الرّحالة هنا (هيرودت المؤلف الإغريقي) ؛
- **دافع المتعة:** اعتبر الرومان أول من سافر بدافع المتعة و الاستجمام خاصّة في الفترة الأخيرة من زمن الإمبراطورية الرومانية، و من أهمّ عوامل تطوّر السفر بهدف المتعة إنشاء الطرق الصّالحة لسير العرب، عامل الأمن و بعض العوامل أو الخدمات الأخرى؛

⁴ كواش خالد، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، الطبعة الأولى، دار التنوير، الجزائر، 2007، بتصرف، ص

⁵ بو عكريف زهير، السياحة في الجزائر و دوره في تفعيل قطاع السياحة، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2012، ص 3، ص

• **دافع العلاج:** عرف الرومان المزايا العلاجية لبعض العيون المعدنية الموجودة في المدن التي تتوفر فيها المياه المعدنية حيث كانوا يقومون برحلات إليها من أجل الاستشفاء.

بالإضافة إلى الدوافع الرياضية عند اليونانيين، و دافع الهجرة من منطقة إلى أخرى.

ثانيا -مرحلة العصور الوسطى:

سادت هذه المرحلة في الفترة الممتدة بين حوالي القرن 15 عشر و نهاية القرن الخامس عشر الميلادي⁶، كما أنّ السفر و الانتقال بقي بدائيا كما كان في العصور الأولى مع تطوّر يسير، في هذه الحقبة التاريخية كانت الحضارة الإسلامية في أوج ازدهارها، فاهتمّت بالعلوم و الفنون و الآداب و العمارة و زادت حركة الناس في مختلف أنحاء البلاد الإسلامية، وقد ساهمت الحضارة الإسلامية في إنشاء عدد من المدن أصبحت قبلة للسياح من كلّ أصقاع العالم كبغداد و قرطبة، كما تميّزت هذه المرحلة بتطوّر بعض الجامعات العريقة بأوربا مثل جامعة السربون بفرنسا و جامعة أكسفورد بانجلترا، ممّا جعل البلدين قبلة لعدد من طلاب العلم، غير أنه خلال هذه الفترة لم تكن هناك قوانين منظمة للانتقال و لا وسائل نقل متطورة.

➤ دوافع السفر في العصور الوسطى:7

- **دافع التجارة:** إذ انتقل مركز التجارة من روما إلى بيزنطة ثمّ إلى الدول العربية الإسلامية و كانت بغداد و قرطبة تشكّلان مركز التجارة العالمية؛
- **الدافع الديني:** حيث شهد تطوّر كبيراً عند جميع الأديان المقدسة، و كان هناك دمج بين الأهداف الدينية و أهداف المتعة فضلا عن ظهور الحملات التبشيرية المسيحية؛
- **دافع الرحلات و الاستكشاف:** و كلن للرحالة العرب الثقل الأساس في هذا الجانب مثل: البيروني، ابن بطوطة (رحلة استمرّت أكثر من 25 سنة انطلاقاً من المغرب العربي و كانت رحلته في أفريقيا و آسيا)، ابن جبير.....؛
- **دافع طلب العلم:** ظهور طلاب العلم و السفر إلى المراكز العلمية بهدف الالتحاق بالمدارس آنذاك؛
- **دافع توطيد العلاقات:** مثل زيارة الملك شارلمان إلى بغداد في عهد الخليفة هارون الرشيد.

⁶ محمد خميسي الزوكة، صياغة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص.22

⁷ بو عكريف زهير، مرجع سبق ذكره، ص 5.

ثالثا -السياحة في العصر الحديث:8:

تمتد هذه المرحلة بين القرن السادس عشر و نهاية القرن التاسع عشر الميلاديين، التي حدثت فيها تغيرات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار، فقد شهدت هذه المرحلة اكتشافات جديدة أهمها اكتشاف استراليا العام 1605 م و نيوزلندا للعام 1769 م، و قد عرفت هذه المرحلة بالرحلات الأوربية إلى أفريقيا و تطوّر الآلة ووسائل المواصلات و الاتصالات، و ظهور بعض القوانين المنظمة للنشاط السياحي نتيجة الحدود السياسية، شملت هذه المرحلة كذلك الثورة الصناعية لاسيما في أوربا، وبالتالي عرف العالم أول تنظيم لرحلة سياحية من خلال THOMAS cook العام 1841م في بريطانيا، حيث قام بنقل مجموعة من الأشخاص من الطبقات الشعبية بواسطة القطار لزيارة البحر لمدة يوم واحد، كما قام أيضا بنشر مجلة في السفر لتعريف الناس بالجوانب المختلفة و الاحتياجات الضرورية خلال الترحال.

➤ دوافع السفر في العصر الحديث:9

• دافع المغامرة و الاستكشاف و الاشتهار: ظهرت مجموعة من البحّارين نمت عندهم روح المغامرة و الاستكشاف و الإبحار باتجاهات لم تكن معروفة سابقا، و أهمّ هذه الرحلات البحرية:

_ رحلة البحّار " كريستوف كولومبس " إلى أمريكا في سنة 1492 ؛

_ رحلة البحّار الاسباني " كورتيز " إلى المكسيك؛

_ رحلة البحّار "بيزا" الذي وصل إلى بحر الكاريبي و عبر مضيق بنما متّجها إلى بيرو عام 1530م.

ومن ثمّ فإنّ الأثر الحقيقي للاستكشافات الجغرافية أنعش بشكل إيجابي ظاهرة السفر و السياحة في المراحل اللاحقة و حتّى يومنا هذا، كما أنّ الاستكشافات الجغرافية وسعت الرّقع الجغرافية للتبادل التجاري ممّا أدى إلى توسيع حركة الأسفار.

⁸عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات (2000 - 2025) في ظلّ الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التّوجيهي للتهيئة السياحية 2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة الجزائر - 3، 2013، ص 6.

⁹مثنى طه الحوري و إسماعيل الدبّاغ، مبادئ السفر و السياحة، مؤسسة الوراق، عمان، 2001، ص 25.

- **دافع ثقافي أو علمي:** إنّ عصر النهضة الأوروبية و اكتشاف العالم الجديد فتحت أبواب الكسب الكثير أمام الناس و اتسعت آفاقهم بظهور علماء و فنانين و أدباء في شتى المجالات. و ذلك مكنهم من الذهاب إلى عواصم البلدان و المدن المشهورة لمشاهدة آثارها و مراكزها العلمية و الثقافية، حيث ظهرت في هذه المرحلة الجامعات العلمية و من أشهرها (جامعة كامبريدج، و سالامانكا و بولونيا)، و كانت تشكل مراكز منيرة للعلم الحديث وقد شجعت الملكة إليزابيث الأولى علماء بلادها للفر إلى الخارج لكي يدرسوا الآراء و النظم السياسيّة عند الشعوب الأخرى، كما بدأ الارستقراطيون البريطانيون بإرسال أبنائهم في رحلات طويلة إلى أوربا حيث كانت ضروريّة للشباب المثقف آنذاك، و كانت باهظة التكاليف لا يقدر عليها إلا أبناء الأسر الثرية.¹⁰
- **دافع المطالعة و المتعة:** و في تاريخ لاحق من القرن السادس عشر الميلادي ظهرت طائفة من الأشخاص الذين يسافرون إلى الأماكن المعروفة بمباهجها من أجل المتعة و الاطلاع، و قد تزايد عدد هؤلاء الزوّار الأجانب الوافدين إلى العواصم و المراكز الثقافية خاصّة إلى فرنسا في القرن السابع عشر الميلادي إلى حد إصدار دليل سياحي سنة 1672م بعنوان "الدليل الأمين الأجانب في الرّحلة إلى فرنسا" من ألمانيا، بولندا، الدنمارك، السويد، هولندا، إنجلترا.
- **دافع ديني:** لقد تطوّرت فكرة الحجّ في هذه المرحلة عند المسيحيين، حيث كانت مقتصرة على زيارات بيت المقدس تكفيرا عن الذنوب و الخطايا، و ظهرت طبقة من النبلاء و الملوك و الأمراء و الباباوات و الأغنياء بصفة عامّة أخذوا يهتمّون إلى جانب شعائر الدين بتبجيل الرّسل و القديسين و التبرّك بزيارة القبور و الحصول على الغفران من رجال الكنيسة، وقد كان للتسامح الواضح للعرب المسلمين الذين كانوا يسيطرون على العتبات المقدّسة في فلسطين حيال الحجّاج المسيحيين أثر كبير في المساعدة على تشجيع ظاهرة الحج و ازدياد وعي الناس للإقدام على السّفر.

¹⁰ محمّد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 19.

رابعاً-المرحلة المعاصرة¹¹:

تبدأ هذه المرحلة مع بداية القرن (20) العشرين الذي تطوّرت خلاله السياحة بصورة لم تشهدها أية فترة زمنية سابقة، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، بسبب زيادة أوقات الفراغ و ارتفاع مستويات المعيشة و التعليم و التوسّع في وسائل النقل و المواصلات السريعة، إذ يعتبر القرن العشرين " قرن السياحة" حيث شهد تطوّر هائل في النشاط السياحي أو ما يعرف بالاقتصاد السياحي، و بالتالي حدث تطوّر في المنشآت السياحية و الفنادق العملاقة، و ظهور كذلك المنظمات السياحية و أهمّها المنظمة العالمية للسياحة¹²، و أهمّ ما ميّز السياحة في هذه المرحلة مايلي:

_ تطوّر حركة السياحة العالمية؛

_ ارتفاع مستوى دخل الأفراد خاصة في أوربّا و أمريكا الشمالية؛

_ تزايد حجم السّكان بشكل مضطرد؛

_ تطوّر العلاقات بين البلدان؛

_ تطوّر كبير في وسائل النقل و الاتصالات خاصة النقل الجوّي، و تطوّر صناعة السيارات.

➤ دوافع السفر في المرحلة المعاصرة:

تطوّرت و تنوّعت دوافع السفر في العصر الحديث، خاصة دافع السفر بهدف السياحة بل أنّ السياحة انقسمت إلى أنواع مختلفة و من أهمّها (السياحة الدينية، الترفيهيّة، الرياضيّة، الثقافية، المؤتمرات، التسوّق) و من أهم سمات السياحة في العصر الحديث مايلي:¹³

¹¹عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص6

¹² المنظمة العالمية للسياحة: تأسست سنة 1925 في لاهاي، و تعتبر مركزا رائدا لجمع و تحليل و نشر البيانات السياحية المأخوذة من أكثر من 180 بلد، و تقوم بمراقبة و رصد و تحليل التوجيّهات السياحية عبر العالم و تضع معايير عالمية لقياس السياحة .

¹³ محمّد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص22

1. عدم اقتصار السفر و السياحة على طبقة الأغنياء، و أصبحت الأجهزة السياحية في مختلف البلدان تهتمّ باستقطاب الطبقة العاملة إليها، لأنها طبقة غير محدودة العدد و أصبحت تشكل الجزء الأكبر من التدفق السياحي المحلي و العالمي؛
2. انخفاض تكاليف السفر نسبياً و توفر و وسائل النقل السريعة و المريحة و الأمانة مع تطوّر صناعة السيارات و الطائرات التي أصبحت الوسيلة المفضّلة للسفر للمسافات الطويلة؛
3. تطوّر أماكن الإيواء و تعددها و تنوعها و اتساع الرقعة الجغرافية لها، حيث نشأت فنادق من الدرجة الثانية و الثالثة بدل القصور الفخمة التي تصلح للأثرياء القادرين على الدفع كما ظهرت الموتيلات على الطرق السياحية الخارجية و بيوت الشباب و المخيمات السياحية؛
4. أخذت الرحلات السياحية تتجه من السياحة الفردية إلى السياحة الجماعية، و اتخذت طابعا منظما تشرف عليه وكالات السفر و السياحة الواسعة الانتشار في العالم؛
5. في هذه الفترة أيضا و في الستينات ظهر لأول مرة علم السياحة إلى الوجود بوصفه علما مستقلا و متكاملا و معترفا به، و تمّ إنشاء المدارس و المعاهد و الجامعات المتخصصة في تدريس هذا العلم. و استحدثت منظمات سياحية متعددة تشرف على النشاط السياحي على رأسها المنظمة العالمية للسياحة.

المطلب الثاني: التعاريف و المصطلحات الخاصة بالسياحة.

اختلفت تعاريف السياحة و تعددت و ذلك نظرا لتطور مفهومها من فترة إلى أخرى، و اختلاف وجهة النظر إليها بين الباحثين و الهيئات و المنظمات الدولية، إذ هناك من ينظر للسياحة على أنها ظاهرة اجتماعية، و منهم من يراها على أنها ظاهرة اقتصادية، بالإضافة إلى وجود مجموعة من المصطلحات المرتبطة بمفهوم السياحة.

أولاً- تعاريف السياحة:

للسياحة عدة تعاريف نذكر منها:

➤ السياحة في اللغة:

يعتبر لفظ السياحة من الألفاظ المستخدمة في اللغات اللاتينية إلا أنه كان معروفا في اللغة العربية في المفهوم اللغوي سياحة نجد أنه يعني التجوال و عبارة "ساح في الأرض" تعني ذهب و سار على وجه الأرض. و جاء في كتب أخرى لفظ السياحة يعني "الضرب في الأرض و منها سيح الماء" أي جريانه، و قد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من موضع ففي سورة التوبة ورد قوله تعالى: ﴿ بَرَاءَةٌ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ إِلَى الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ مِنَ الْمُشْرِكِينَ (1) فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ (2) ﴾¹⁴. معناها سيروا أيها المشركون سير السائحين آمنين مدة أربعة أشهر لا يتعرض من خلالها لكم أحد. إضافة إلى ذلك فإن من فرائض الإسلام حج البيت من استطاع إليه سبيلا و هذا دعوة للسفر إلى الحرم المكي و زيارة مسجد رسول الله صلى الله عليه و سلم وفي نفس السورة في الآية (111-112): ﴿ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدَا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ (111) التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ (112) ﴾¹⁵

ومعنى «السائحون» هنا "الصائمون" لقوله صلى الله عليه وسلم: "سياحة أمتي الصوم"، و يقول المفسرون إن "السائحون" هم المسافرون للجهاد أو طلب العلم. و في سورة التحريم ورد قوله تعالى في الآية(5): ﴿ عَسَى رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَكُنَّ أَنْ يُبَدِّلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكُنَّ مُسْلِمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ

¹⁴ سورة التوبة، الآية (1)، الآية (2).

¹⁵ سورة التوبة، الآية (111)، الآية (112).

عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأَبْكَاراً (5) ﴿١٦﴾. سَمِّي الصَّائِمُ سَائِحًا لِأَنَّهُ يَسِيحُ مِنَ الثَّهَارِ بِلَا زَادٍ وَقَالَ بَعْضُ الْمَفْسَّرِينَ مَهَاجِرَاتٍ أَوْ صَائِمَاتٍ. وَبِالتَّالِيِ السِّيَاحَةُ فِي الشَّرِيعَةِ الْإِسْلَامِيَّةِ تَعْنِي ذَلِكَ النَّشَاطَ أَوْ الْفِعْلَ الْبَشْرِي الَّذِي تَقْيِدُهُ جُمْلَةٌ مِنَ التَّعَالِيمِ الشَّرْعِيَّةِ، مَعَ إِتْبَاعِ آدَابٍ وَ سُنَنِ يَسْتَحْسِنُ مِرَاعَاتِهَا مِنْ قَبْلِ السَّائِحِينَ تَفَادِيَا الْوُقُوعَ فِي الْمَحْظُورَاتِ الَّتِي نَهَى عَنْهَا الْإِسْلَامُ¹⁷.

➤ السِّيَاحَةُ اصْطِلَاحًا:

تَعْنِي مَجْمُوعَ الْعِلَاقَاتِ الَّتِي تَتَرْتَّبُ عَلَى سَفَرٍ وَ إِقَامَةٍ مُوقَّتَةٍ لِشَخْصٍ أَعْجَبِيٍّ فِي مَكَانٍ مَا، وَ أَنْ لَا تَرْتَبِطَ هَذِهِ الْإِقَامَةُ بِنَشَاطٍ يَدْرُ رِبْحًا لِهَذَا الْأَعْجَبِيِّ¹⁸.

وَ رَغْمَ صَعُوبَةِ إِيجَادِ تَعْرِيفٍ شَامِلٍ لِلْسِّيَاحَةِ نَظَرًا لِتَعَدُّدِ وَ اخْتِلَافِ تَعَارِيفِهَا بِحَسَبِ الزَّوَايَةِ الَّتِي يَنْظُرُ إِلَيْهَا مِنْهَا، إِلَّا أَنَّهُ يُمْكِنُ أَنْ نُوْرِدَ التَّعَارِيفَ الثَّلَاثِيَّةَ لِأَجْلِ تَبْسِيطِ مَفْهُومِ السِّيَاحَةِ كَمَا يَلِي:

_ أَعْطَى الْأَلْمَانِي جُوبِيرُ فُولِرُ الْمَفْهُومَ الْحَدِيثَ لِلْسِّيَاحَةِ سَنَةَ 1905 وَوَصَفَ السِّيَاحَةَ بِأَنَّهَا: "ظَاهِرَةٌ تَنْبَثِقُ مِنَ الْحَاجَةِ الْمَتَزَايِدَةِ إِلَى الرَّاحَةِ وَ تَغْيِيرِ الْهَوَاءِ، وَ إِلَى مَوْءِدِ الْإِحْسَاسِ بِجَمَالِ الطَّبِيعَةِ وَ نُمُوِّ هَذَا الْإِحْسَاسِ، وَ الشُّعُورِ بِالْبَهْجَةِ وَ الْمَتْعَةِ، وَ خَاصَّةً بَيْنَ الشُّعُوبِ وَ أَوْسَاطِ مُخْتَلِفَةٍ بَيْنَ الْجَمَاعَاتِ الْإِنْسَانِيَّةِ، وَ هِيَ الْإِتِّصَالَاتُ الَّتِي كَانَتْ ثَمَرَةً لِاتِّسَاعِ نِطَاقِ التِّجَارَةِ وَ الصَّنَاعَةِ وَ ثَمَرَةً وَسَائِلَ النَّقْلِ"¹⁹. مَا يَلَاظُ عَلَى هَذَا التَّعْرِيفِ أَنَّهُ اِهْتَمَّ بِجَانِبٍ وَاحِدٍ وَأَهْمَلُ جَوَانِبَ أُخْرَى، حَيْثُ رَكَّزَ عَلَى الْجَانِبِ الْاجْتِمَاعِيِّ لِلْسِّيَاحَةِ وَ أَغْفَلَ عَنِ الْجَانِبِ الْاِقْتِصَادِيِّ وَ الْبَيْئِيِّ لَهَا.

_ تَعْرِيفُ HERMAN VON SHOLTERON حَيْثُ عَرَّفَ السِّيَاحَةَ عَلَى أَنَّهَا: "الاصْطِلَاحُ الَّذِي يُطْلَقُ عَلَى كُلِّ الْعَمَلِيَّاتِ الْمَتَدَاخِلَةِ وَ خُصُوصًا الْعَمَلِيَّاتِ الْاِقْتِصَادِيَّةِ الَّتِي تَتَعَلَّقُ بِدُخُولِ الْأَجَانِبِ وَ إِقَامَتِهِمْ الْمَوْقَّتَةَ، وَ انْتِشَارِهِمْ دَاخِلًا وَ خَارِجًا حُدُودِ مَنْطِقَةِ دَوْلَةٍ مَعْيَنَةً"²⁰، تَمَّ التَّرْكِيزُ عَلَى الْجَانِبِ الْاِقْتِصَادِيِّ لِلْسِّيَاحَةِ، مِنْ خِلَالِ الدُّخُولِ الْمَتَأْتِيَةِ مِنْ مُخْتَلَفِ أَنْشِطَةِ السِّيَاحِ، وَ أَهْمَلُ جَوَانِبَ أُخْرَى كَالْجَانِبِ الْاجْتِمَاعِيِّ لِلْسِّيَاحَةِ.

¹⁶ سُورَةُ التَّحْرِيمِ، الْآيَةُ (5).

¹⁷ عُوَيْنَانُ عَبْدِ الْقَادِرِ، مَرْجِعٌ سَبَقَ ذَكَرَهُ، ص 8.

¹⁸ مَحْمُودُ كَامِلٌ، السِّيَاحَةُ الْحَدِيثَةُ، الْهَيْئَةُ الْمَصْرَفِيَّةُ لِلْكِتَابِ، مِصْرَ، 1975، ص 16.

¹⁹ أَحْمَدُ الْجَلَّادُ، التَّخْطِيطُ السِّيَاحِيُّ وَ الْبَيْئِيُّ بَيْنَ النَّظَرِيَّةِ وَ التَّطْبِيقِ، الطَّبْعَةُ الْأُولَى، عَالَمُ الْكِتَابِ، الْقَاهِرَةُ، مِصْرَ، 1988، ص 18.

²⁰ جَلِيلَةُ حَسَنِ حَسَنِينَ، اِقْتِصَادِيَّاتُ السِّيَاحَةِ، مَنَشُورَاتُ جَامِعَةِ الْإِسْكَانْدَرِيَّةِ، مِصْرَ، 2003، ص 07.

_ تعريف HUNZIKER AND KRAFET حيث عرّف السياحة على أنها: "مجموعة الظواهر والعلاقات الناشئة عن السفر والإقامة لغير المقيمين طالما أنّ ذلك لا يؤدي إلى إقامة دائمة لهم ولا يرتبط بممارسة أنشطة كسبية."²¹ ميّز هذا التعريف بين السائح و المهاجر، إذ ينتقل السائح بصفة مؤقتة بينما ينتقل المهاجر لفترة طويلة، وقد يكون الغرض من وراء هذا الانتقال العمل و الكسب.

_ كما تمّ تعريف السياحة من وجهة نظر صناعية حيث تمّ التطرّق لمجموعة من المفاهيم من بينها:²²

- السياحة هي صناعة تستثمر ثرواتها عن طريق استيراد المستهلكين للمنتج في منطقة معينة بدلا من تصدير المنتج النهائي للمستهلكين؛
- السياحة هي نشاط صناعي منتجته النهائي هو الراحة و الاسترخاء و التعلّم للمستهلكين من السياح الذين يتطلعون للاستمتاع خلال تجربتهم السياحية و يستخدمون في تحقيق ذلك التسهيلات التي توفرها الدولة المضيفة؛
- السياحة هي الصناعة الوحيدة التي يمكن أن تدمّر مواردها الخاصة، فهي تتطلب تنمية و توفير تسهيلات يمكن أن يكون لها تأثيرات سلبية على البيئة الطبيعية التي هي المورد الأساسي للسياحة.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أنّ السياحة هي عبارة عن صناعة يمكن أن تدخل بها الهيئات السياحية السوق و تنافس غيرها من المؤسسات إلا أنها تستطيع أن تدمّر مواردها (الغابية- المائية- الأثرية) في حالة سوء استغلالها.

_ كما عرّفت المنظمة العالمية للسياحة السياحة على أنها: "السياحة ينبغي أن تتضمن أربعة نقاط أساسية و هي:²³

- تنطوي السياحة على تحرك الناس من موقع إلى موقع آخر خارج مجتمعهم المحلي؛

²¹ TISSA AHMED, *économie et aménagement du territoire*, opu, Alger, 1993, p 94.

²² دماذ نوال، *الاستراتيجية الترويجية و إسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية*، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2010، ص 04.

²³ زايد مراد، *السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني*، حالة الجزائر، الملتقى الدولي "اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة"، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 10/09 مارس 2010، ص 03.

- إنّ جهات القصد السياحية توفر نطاق من النشاطات و الخبرات و التسهيلات و الخدمات؛
- إن الحاجة و الدوافع المختلفة للسائح تتطلب إشباعا، و أنّ هذه الحاجات و الدوافع بدورها تخلق تأثيرا اجتماعيا؛
- تتضمن صناعة السياحة عددا من النشاطات الفرعية، و هذه النشاطات تولد مجتمعة دخلا ضمن الاقتصاد الوطني، ينتج من خلال العملات الصعبة الأجنبية التي تدخل إلى البلد السياحي المزار عن طريق السياح.

نلاحظ من خلال هذه التعاريف أنه هناك اختلاف واضح في تعاريف السياحة، و هو ناتج عن تطوّر دور السياحة في المجتمع، هذا ما جعل المنظمة العالمية للسياحة سنة 1993 تضع تعريفا خاصا بالسياحة إذ عرفت على أنها: "أنشطة الأشخاص المسافرين من أماكنهم و الإقامة في أماكن خارج إقامتهم المعتادة لمدة تزيد عن سنة مستمرة لقضاء عطلة²⁴".

و عليه يمكن تبني تعريف الجزائر للسياحة، حيث تبنت الجزائر تعريف المنظمة العالمية للسياحة، كما أدخلت عليه بعض المفاهيم التي قامت بتحديثها وزارة السياحة حيث:²⁵

- **الداخل:** كلّ مسافر تطأ أقدامه أراض الجزائر خارج منطقة العبور؛
- **المسافر:** كلّ شخص يدخل التراب الوطني، مهما كان سبب تنقله أو دوافع دخوله، و مهما كانت جنسيته و مكان إقامته، باستثناء السوّاح في نزهة أو رحلة بحرية، و الذين يقيمون في بواجرهم طول مدة إقامتهم في البلاد؛
- **الجوّال في رحلة بحرية:** كلّ شخص يدخل الحدود البحرية الوطنية و يغادرها في نفس السفينة أو الباخرة التي دخل فيها، و التي يقيم على متنها طول مدة إقامته؛
- **الزائر:** كلّ شخص يدخل التراب الجزائري و لا يمارس نشاطا مأجورا.

²⁴ خربوطلي صلاح الدين، السياحة المستدامة، دار رضا، سوريا، 2004، ص 20.

²⁵ الديوان الوطني للإحصائيات، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18، نشرة 2000، ص 275.

ثانيا- بعض المصطلحات السياحية:

هناك مجموعة من المصطلحات التي لها علاقة بالسياحة

1. مصطلحات لها علاقة بالسياحة: ومن أهمّ هذه المصطلحات نذكر:²⁶

- الزائر: هو الشخص الذي يسافر إلى مكان خارج إقامته المعتادة لمدة تقل عن 12 شهرا، و لا يكون غرضه الحصول على المال؛
- القادم: كل شخص يدخل البلد المقصود سواء مكث فيه أو غادره في نفس اليوم؛
- السائح: هو ذلك الشخص الذي يقضي ليلة واحدة على الأقل في مسكن خاص أو جماعي في المكان الذي يزوره؛
- غير السائح: هو القادم الذي يهدف إلى الكسب أو الإقامة، كما يشمل الدبلوماسيين؛
- زائر ليوم: كل قادم يقضي فترة تقل عن 24 ساعة في البلد المقصود؛
- الدخل السياحي: كافة الإيرادات بالعملات الأجنبية من السياحة الوافدة و تشمل إنفاق الزوّار الدوليين بما فيها أجور النقل لشركات النقل الوطنيّة.

2. الفئات التي لا ينطبق عليها تعريف السائح: هناك فئات لا يمكن اعتبارهم على أنهم سياح و

هم:²⁷

- المسافرون العابرون (طاقم الطائرة، الباخرة، القاطرات، الشاحنات.....الخ)؛
- الأشخاص المقيمين عند الحدود و يعملون في أراضي بلد مجاور؛
- أفراد القوات المسلحة الأجنبية؛
- أعضاء الهيئات الدبلوماسية؛
- أصحاب عقود العمل؛
- اللاجئون السياسيون أو المقيمون الدائمون.

3. العوامل المؤثرة في سلوك السياح: هناك عوامل عديدة تؤثر في سلوك السياح و أهمّها:

- عوامل قبل السفر: نجد منها:²⁸

²⁶ عبد الهادي الرّفاعي، التنمية السياحية، مفهوما، محدداتها و أهميّتها، معهد التخطيط القومي، القاهرة، 2001، ص 04.

²⁷ معيزي قويدر، السياحة في الجزائر واقع و آفاق، مع الإشارة إلى حالة ولاية البليدة، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية- دراسة حالة تجارب بعض الدول"، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة البليدة، يومي 24/25 أفريل 2012، ص 06.

²⁸ THE TRAVEL AND TOURISME COMPETITIVENESS, REPORT 2009, WORLD ECONOMIC FORUM, GENEVA, SUITZERLAND, P77

- الشعور بالأمن في البلد المستقبل؛
 - الجهود التسويقية لبلد الاستقبال؛
 - تكلفة النقل الجوي؛
 - الاتصالات الرقمية و التكنولوجيات المنقولة؛
 - البيئة و المناطق الطبيعية؛
 - المناخ السائد في البلد المضيف.
- عوامل بعد السفر:
- الخبرة في مواجهة ظروف الأمن و الأمان؛
 - الضرائب المفروضة على السلع و الخدمات في البلد المضيف؛
 - الأسعار التنافسية للسلع و الخدمات؛
 - التعامل مع المناخ؛
 - الصراع الثقافي.

المطلب الثالث: أساسيات حول السياحة

للسياحة أنواع و أشكال مختلفة و متعددة لا يمكن حصرها نظرا لتعدد و تنوع سبب قيام ظاهرة السياحة، و لهذا يمكن تصنيف أنواع عديدة منها وفقا لعدة أسس، و لكل نوع من هذه الأنواع خصائص معينة، كما أنّ للسياحة أهمية كبيرة في جميع المجالات منها الاقتصادية من خلال مساهمتها في زيادة الدخل الوطني المساهمة في الناتج الداخلي الإجمالي، و تحسين الوضعية الاجتماعية للسكان من خلال توفير فرص العمل و زيادة الدخل للأفراد و في المجال الثقافي تلعب السياحة دورا في تقارب الشعوب فيما بينها.

أولا- أنواع السياحة:

نظرا لتعدد أنواع السياحة قمنا بتصنيف هذه الأنواع وفقا لمعيارين هما معيار الهدف و معيار المنطقة الجغرافية، فحسب معيار الهدف يمكن تقسيم السياحة إلى أنواع متعددة منها السياحة الدينية و الإستشفائية و البيئية، أمّا حسب معيار المنطقة الجغرافية فتوجد السياحة الداخلية و الإقليمية و الخارجية.²⁹

²⁹ عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 19

أ- السياحة حسب المنطقة الجغرافية: يتم تقسيم السياحة وفق المنطقة الجغرافية إلى:

- **سياحة داخلية**: وتعني سفر مواطني الدولة داخل حدود بلدانهم³⁰، كما تشمل انتقال السائحين داخليا و يتم إنفاق العملة المحلية، وهناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على السياحة الداخلية منها: ³¹
- وزارة السياحة و دورها في التخطيط و الإشراف على عمليات و أنشطة التسويق السياحي للبلد؛
- الفنادق و المطاعم السياحية؛
- خدمات النقل الجوي و البري.
- **سياحة إقليمية**: هي السفر و التنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل: الدول العربية، الدول الأفريقية، دول المغرب العربي، دول جنوب شرق آسيا و تتميز السياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لعنصر المسافة التي يقطعها السائح³².
- **سياحة خارجية**: و هي انتقال الأفراد أو السياح انتقالات مؤقتة من بلد لآخر من أجل السياحة و التعرف على بلاد جديدة و عادات أهلها و طرق معيشتهم و تفكيرهم و مدى ما قدموه من إنجازات³³.

ب- السياحة حسب الهدف: تنقسم السياحة حسب الهدف إلى:

- **السياحة الدينية**: و تعتبر من أقدم أنواع السياحة و تتمثل في زيارة المواقع الدينية، ومن أشهر المواقع الدينية في العالم نجد مكة المكرمة و المدينة المنورة في المملكة العربية السعودية³⁴، و هذا النوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان، و بالتالي فهي

مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر، لبنان، 2003، ص30.15

³¹ عصام حسن الصعدي، التسويق و الترويج السياحي و الفندقية، دراسة للتسويق السياحي و الفندقية في الدول العربية، الطبعة الأولى، دار الزاوية للنشر و التوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2009، ص 33.

³² كواش خالد، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، مرجع سبق ذكره، ص89.

³³ صالح ونيس عبد النبي، المعتمد في السياحة و الآثار، الطبعة الأولى، منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة و الإعلام، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى، 2006، ص17.

مروان محسن السكر، السياحة مضمونها و أهدافها، سلسلة الاقتصاد السياحي، الجزء الأول، الأردن، 1994، ص34.13

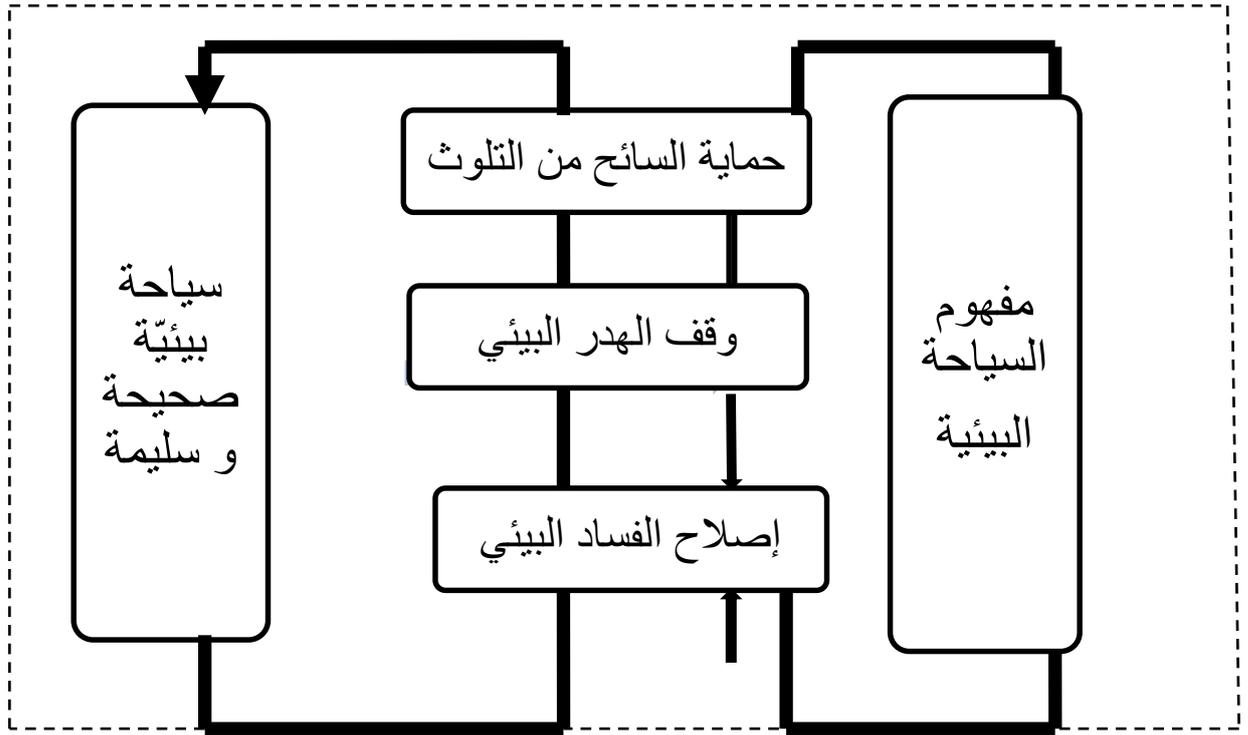
مزيج من التأمل الديني و الثقافي، أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري.

- **السياحة العلاجية:** و هي سياحة لإمتاع النفس و الجسد معا بالعلاج، و تعتمد على استخدام المراكز و المستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية و كوادر بشرية لديها من الكفاءة ما تساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إلى هذه المراكز.
- **السياحة الإستشفائية:** و هي زيارة المنتجعات السياحية التي خصّصت لهذا الغرض³⁵، و تعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى و شفائهم مثل: الينابيع المعدنية و الكبريتية و الرمال و الشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض.
- **السياحة البيئية:** و هي السفر و الانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاستمتاع و الدراسة و التقدير بروح المسؤولية للمناطق الطبيعية و ما يصابها من مظاهر ثقافية تقليدية، إذ أن الهدف من دراسة العلاقة بين السياحة و البيئة هو أن تكون السياحة وسيلة للحفاظ على نقاء البيئة، فالموارد السياحية هي من مكونات البيئة في المنطقة³⁶. و الشكل التالي يوضح أبعاد السياحة البيئية.

³⁵ مروان السكر، الإقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 1999، ص 13.

³⁶ خربوطلي صلاح الدين، مرجع سبق ذكره، ص 146.

الشكل رقم (1): أبعاد السياحة البيئية.



المصدر: محسن أحمد الخيصر، السياحة البيئية، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2005، ص46.

من خلال الشكل نلاحظ وجود ثلاث أبعاد للسياحة البيئية وهي: 37

- حماية السائح من التلوث: و تعني توجيه السائح إلى الأماكن السياحية البعيدة عن العمران، و الخالية من أخطار تهدد حياة السائح.
- وقف الهدر البيئي: و تعبر عن القيام بالأنشطة السياحية الرفيعة بالبيئة، و لا تسبب أي تلوث للموارد البيئية.
- اصلاح الفساد البيئي: و تعني إرجاع الوضع إلى ما كان عليه في السابق قبل حدوث الهدر و التلوث البيئي، و الحث على التعامل السليم مع البيئة القائمة.

37 عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 22.

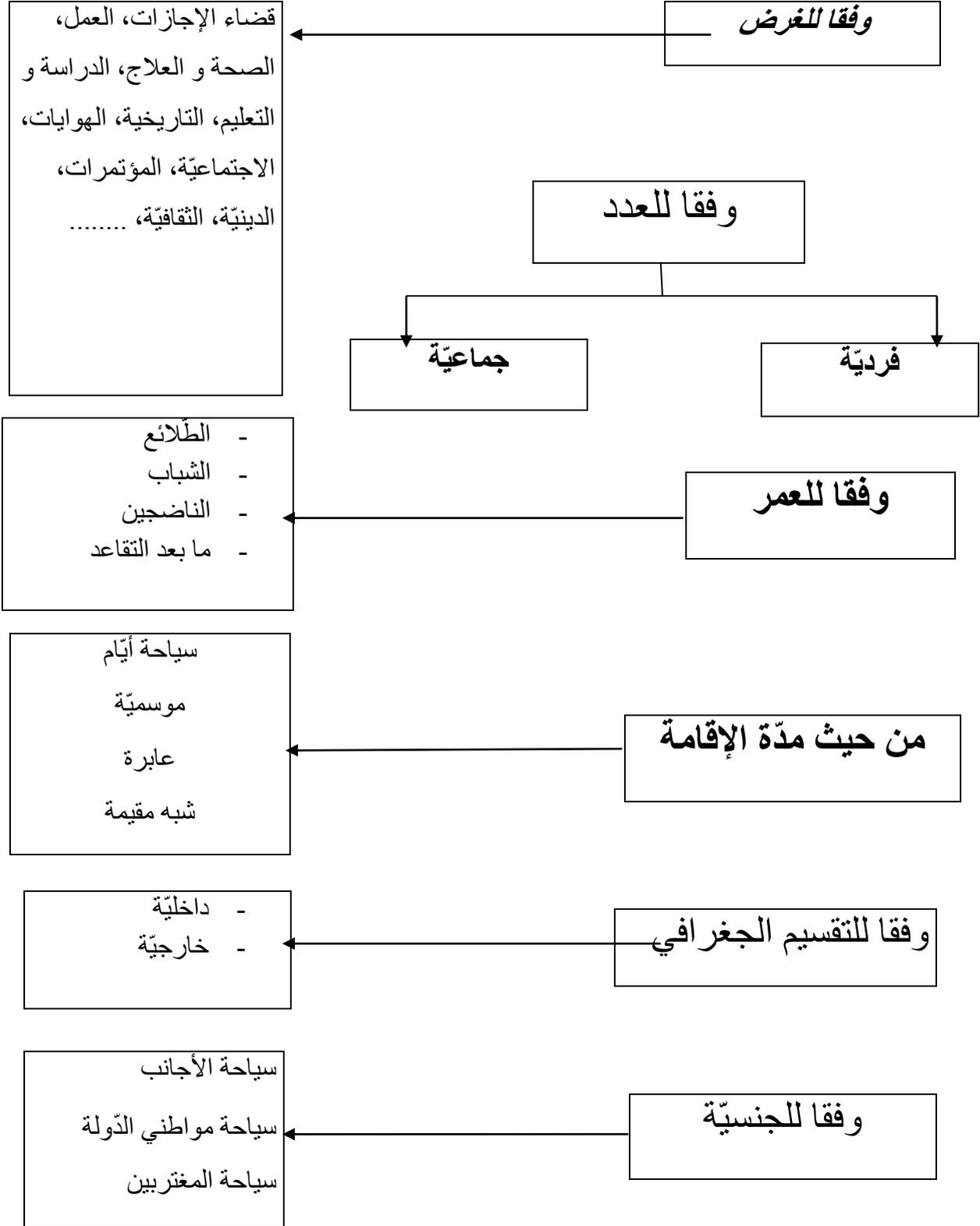
- **السياحة التاريخية:** يعدّ هذا النوع من أحسن أنواع السياحة، حيث تجذب أفواج كبيرة من السياح، خاصة إذا توفرت هذه الآثار التاريخية على مراكز للراحة و الترفيه، كما أنّ للآثار السياحية دور مهم في تحقيق التفاهم و تقوية العلاقات.³⁸
- **السياحة الثقافية:** يهتمّ هذا النوع من السياحة بشريحة معيّنة من السّائحين على مستويات مختلفة من الثقافة و التعليم، حيث يتمّ التركيز على زيارة الدّول التي تتمتع بمقومات تاريخية و حضريّة كثيرة و نجد هذا النوع من السياحة متمثّل في الاستمتاع بالحضارات القديمة و أشهرها الحضارة الفرعونية المصرية القديمة و الحضارات الإغريقية و الرومانية و الحضارات الإسلامية و المسيحية على مرّ التاريخ و العصور.
- **السياحة الاجتماعية:** تسمّى أيضا السياحة الشعبية أو سياحة الإجازات، و السبب في تواجد مثل هذا النوع هو أنّ السياحة كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط.
- **السياحة الترفيهية:** و هي من أقدم أنواع السياحة و أكثرها انتشارا، حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق جذبا لحركة السياحة الترفيهية، لما يتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الجاذبة للسياح، و الغرض من هذه السياحة هو الاستمتاع و الترفيه عن النفس، و يطلق عليها بالهوايات مثل: صيد السمك، التزلج و الذهاب إلى المناطق الجبلية و الصحراوية.
- **سياحة المؤتمرات:** ارتبط هذا النوع من السياحة بالعلاقات بين أغلب دول العالم، و يعتمد النهوض بهذا النوع من السياحة على توفر عدّة عوامل منها اعتدال المناخ، ووجود الفنادق و القاعات المجهزة لعقد الاجتماعات و المطارات الدولية.
- **السياحة الرياضية:** يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها، و مثل هذه الأنواع نجد دورات الألعاب الأولمبية و بطولات العالم المختلفة.³⁹

³⁸ صالح ونيس عبد النبي، مرجع سبق ذكره، ص 90.

³⁹ كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص 93.

و الشكل التالي يلخص أنواع السياحة.

الشكل رقم (2): أنواع السياحة.



المصدر: تغريد أحمد مسلم، التسويق السياحي فن الاتصال و التفاوض، دار التميز للطباعة و النشر و التوزيع، 2004

ثانيا- الأهمية المختلفة للسياحة:

للسياحة أهمية كبيرة ما جعلها تحتل مكانة متميزة في السياسات التنموية للدول المتقدمة و النامية على السواء، و فيما يلي عرض لأهمية السياحة في النقاط التالية.

➤ الأهمية الاقتصادية: تعتبر السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي يتولد عنها دخول لمختلف عناصر الإنتاج العاملة في مجالات السياحة، و قد نمت إيرادات السياحة الدولية بمعدل سنوي بلغ 9% في المتوسط خلال السنوات العشر من 1988 إلى 1997، و قد أحصت المنظمة العالمية للسياحة عدد السياح في العالم لسنة 1997 ب 62.80 مليون سائح و ينفقون ما مقداره 4430 مليار دولار، حيث أصبحت السياحة الصناعة الأولى في العالم،⁴⁰ و من وجهة نظر الإنتاج تساهم السياحة بحوالي 1.5% من الناتج الإجمالي العالمي، كما أن السياحة هي مصدر رئيسي للعمالة، حيث تولد فرص عمل متنوعة في قطاعها.⁴¹ إذ توفر نحو 200 مليون فرصة عمل أي حوالي 8% من مجموع فرص العمل في العالم، و تساهم السياحة بنحو 5.5 مليون فرصة عمل سنويًا حتى عام 2010، حيث أن قطاع الإيواء الفندقي وحده يستخدم حوالي 11.3 مليون عامل على النطاق العالمي.

➤ الأهمية الاجتماعية: تكمن أهمية قطاع السياحة من الناحية الاجتماعية فيما يلي:⁴²

- زيادة الوعي الثقافي و الاجتماعي بمختلف عادات و شعوب الطرف الآخر (السياح)؛
- زيادة اهتمام الشعوب المضيفة بعادات و شعوب و قيم أجدادها و آبائها و الحفاظ عليها من الزوال و الاضمحلال؛
- رفع مستوى الشعور بالانتماء الوطني من خلال الثقافي و الحضاري؛
- تحسين نمط حياة الأفراد، و تحسين مستوى معيشتهم مما يخلق التوازن الاجتماعي؛

⁴⁰ هواري معراج و محمد سلمان جردات، السياحة و أثرها على التنمية الاقتصادية العالمية، حالة الاقتصاد

الجزائري، مجلة الباحث، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، العدد 03، ورقلة، 2005، ص 22.

⁴¹ زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية، الأردن، 2008، ص 25.

⁴² عصام الدين الأحمد، الأثار الاقتصادية لأزمة السياحة في مصر، النشرة الاقتصادية، بنك مصر، العدد 01،

1998، ص 72.

- التفاعل و الاحتكاك بين سكان المنطقة السياحية المزارة من جهة ومن جهة السياح، سواء كانوا من حملة جنسية نفس البلد أو جنسيات أخرى، الأمر الذي يفضي إلى التبادل الاجتماعي.

➤ الأهمية السياسية: للسياحة كذلك أهمية سياسية حيث تساهم في:

- السياحة تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الدول؛
- النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية؛⁴³
- تعمل على تحقيق الحوار و معرفة الآخر و تساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة، و نشر مبادئ السلام العالمي؛
- تساعد على تدعيم أواصر الصداقة بين شعوب دول العالم من خلال العلاقات الودية التي تنشأ بينها.

➤ الأهمية البيئية: تكمل الأهمية البيئية للسياحة من خلال مايلي:

- الوعي المتزايد بأهمية البيئة و ضرورة حمايتها خاصة بعد الأضرار البالغة لها نتيجة ممارسات الأفراد من جهة و ممارسات الشركات و المصانع من جهة أخرى، و بالتالي بدأ الوعي و العمل الميداني في التزايد من أجل العمل على إنقاذ البيئة و استدامتها للأجيال القادمة، و تجسد ذلك في ثقافة متكاملة تتمثل في الثقافة البيئية لدى الأفراد انعكست في الجانب السياحي فيما يسمّى بالسياحة البيئية.⁴⁴

➤ الأهمية الثقافية: للسياحة أهمية ثقافية نذكر منها:

- تعدّ السياحة أداة للاتصال الفكري و تبادل الثقافة و العادات و التقاليد بين الشعوب، و أداة لإيجاد مناخ مشبّع يروج للتفاهم و التسامح بينهم، كما تعتبر كذلك أداة للتبادل المعرفي (تداول العلوم و المعارف)؛

⁴³ أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، الطبعة الثانية، المكتب العربي

الحديث، مصر، 1999، ص 17.

⁴⁴ عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 28.

- تساهم السياحة في انتشار ثقافات الشعوب و حضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة، و توطيد العلاقات بين الشعوب و زيادة معرفة شعوب الأرض ببعضهم أي انفتاحهم على مختلف ثقافات العالم؛⁴⁵
- توفر السياحة التمويل اللازم للحفاظ و صون التراث و المواقع الأثرية و التاريخية، و التي تعدّ جزءا من ذاكرة و ثقافة البلدان المضيفة؛
- تساعد على إنشاء المنتزهات و تعمل على المحافظة على البيئة و حمايتها، و تزيد من الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع؛
- تحقيق إدارة جيّدة للنفايات للتخلص منها بشكل علمي سليم.⁴⁶

المبحث الثاني: مقومات السياحة في دول المغرب العربي

تمتلك القارة السمراء موارد طبيعيّة و مناظر خلابة تمكنها من الثهوض بقطاع السياحة إلا أنه من الملاحظ أنّ السياحة الأفريقية ضعيفة خاصّة أفريقيا الجنوبيّة، مقارنة مع السياحة الأوروبيّة و الأمريكيّة، إذ أنّ الجزء الشمالي من القارة الأفريقيّة يعرف حركة سياحيّة لا بأس بها، متمثلا في دول المغرب العربي خاصّة تونس و المغرب بالإضافة إلى الجزائر التي تسعى جاهدة إلى النهوض بهذا القطاع نظرا لأهميته، و كذلك مصر التي تعدّ قطبا سياحيّا مهمّا نظرا لما تزخر به من مناظر طبيعيّة و آثار تاريخيّة ضف إلى ذلك الحضارة العريقة، و تعرف هذه الدول نموّا و انتعاشا سياحيّا ملحوظا و زيادة إشغال الفنادق فيها، إذ تشكل هذه الدول الوجهات السياحيّة العربيّة الناجحة، إذ أعطت حكومات هذه الدول أهميّة كبيرة للقطاع السياحي فيها فناعة منها أن القطاع السياحي يكتسي أهمية كبيرة في تنمية اقتصادياتها.

و بالتالي سننطرق في هذا المبحث إلى أهم مميّزات السياحة في دول المغرب العربي و بالأخص: الجزائر، تونس و المغرب الأقصى.

⁴⁵ مخلوفي عبد السلام، دور السياحة في التنمية المحليّة، الملتقى الدولي حول واقع و مستقبل الصناعات التقليديّة في

الجزائر، دار الثقافة، بشار، 2003، ص 04.

⁴⁶ عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 28، ص 29.

المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر

تتمتع الجزائر بمقومات سياحية كبيرة و خاصة الطبيعية منها جعلتها تحوز على كل متطلبات تطوير النشاط السياحي لو أنها عرفت كيف تستغل هذه الموارد الاستغلال الأمثل من خلال تنمية سياحية مستدامة وسياسات تسويقية فعالة لمنتجها السياحي، و فيما يلي عر لتلك المقومات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر.

أولا- المعطيات الجغرافية و الطبيعية:

تقع الجزائر في وسط شمال غرب القارة الأفريقية، بين خطي طول 9 غرب غرينتش و 12 شرقه، و بين دائرتي عرض 19 و 37 شمالا، و تبلغ مساحتها 2.381.741 كلم²، يبلغ امتدادها الشمالي الجنوبي 1900 كلم، أما امتدادها الشرقي الغربي، فيتراوح بين 1200 كلم على خط الساحل، 1800 كلم على خط تيندوف-غدامس، تحتل الجزائر مركزا محوريا في المغرب العربي و أفريقيا و البحر الأبيض المتوسط، و قد جعلها هذا الموقع ملتقى للحضارات المختلفة التي تعاقبت عليها و التي شكلت موروثة تاريخيا و حضاريا متنوعا.

تحيط بالجزائر عدة دول بسبب اتساع مساحتها (و التي تحتل المركز الأول أفريقيًا من حيث المساحة حاليا بعد تقسيم السودان إلى دولتين)، فمن الشرق تحدها تونس على طول 965 كلم، وليبيا ب 962 كلم، و من الغرب، المملكة المغربية ب 1559 كلم، و الصحراء الغربية ب 42 كلم و من الجنوب الغربي موريتانيا ب 463 كلم، و من الجنوب مالي ب 1367 كلم و النيجر ب 956 كلم و من الشمال البحر الأبيض المتوسط بساحل طوله 1200 كلم.⁴⁷

و يمكن أن نميز في الجزائر بين منطقتين طبيعيتين، متميزتين و مختلفتين من حيث الملامح التضاريسية و التركيب الجيولوجي و المناخ و الانتشار السكاني، و التركيز الاقتصادي، هذين المنطقتين هما:

➤ المنطقة الشمالية: و تقدر مساحتها بنحو 40 ألف كلم² يغلب عليها الطابع الجبلي في

سلسلتين متوازيتين الأطلس التلي و الأطلس الصّحراوي، الذين يحصران بينهما منطقة هضبية واسعة، تتميز بغطاء نباتي كثيف، و زراعة واسعة، و يتركز في هذا النطاق 90 % من مجموع سكان الجزائر، كما تتواجد على الشريط الساحلي عدة حضائر وطنية تمّ إنشائها من أجل المحافظة على البيئة و الثروة الحيوانية أهمها: الحظيرة الوطنية

⁴⁷ الدليل الاقتصادي و الاجتماعي للجزائر، المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار، الجزائر، 1989، ص 01.

بجرجرة 18500 هكتار، الحظيرة الوطنية بثنية الحد 38000 هكتار، الحظيرة الوطنية بالشرية 26000 هكتار، الحظيرة الوطنية لقورايا 3000 هكتار، الحظيرة الوطنية للقالة 76438 هكتار، و المصنفة من طرف منظمة اليونسكو (Unesco) ضمن المناطق الرطبة، كما صنفت أيضا الحظيرة الوطنية لتازة بولاية جيجل ضمن الشبكة العالمية لمحميات المحيطات الحيوية نظرا للطبيعة التي تتميز بها.⁴⁸ و يتميز مناخ المنطقة الشمالية بما يلي:

• **مناخ البحر المتوسط:** يشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب، من الغزوات إلى القالة، و هو نطاق ضيق مقارنة باتساع مساحة الجزائر، طقسه معتدل و يتميز بفصلين، الأول ممطر و دافئ و هو الشتاء، و الثاني جاف و حار و قصير، و هو الصيف؛

• **مناخ الإستبس:** يغطي الهضاب العليا و هو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي و المناخ الصحراوي، و هنا تبدأ ملامح المناخ المتوسطي في الانحصار تدريجيا من الشمال لتفسح المجال للمناخ الجاف، المتميز بالظروف القارية، فالأمطار تتراوح بين 300 و 500 ملم/سنة، فهي غير منتظمة و الفوارق الحرارية الشهرية متطرفة، الهضاب العليا الشرقية شبه جافة مناخها قاري (50 يوم جليدي في السنة و 30 يوم سيروكو)، و هو من النوع القاري المتميز بفصل بارد طويل و أحيانا رطب إذ يمتد من شهر أكتوبر إلى شهر مايو، حيث تسجل درجات حرارة معدومة و أحيانا سالبة في بعض المناطق، بقية الأشهر تتميز بالحرارة و الجفاف بدرجات تتجاوز 30 درجة مئوية، أما الهضاب العليا الوسطى و الغربية تحت الجافة، فالأمطار فيها أقل كمية و انتظاما فلا تزيد عن 400 ملم/سنة.⁴⁹

➤ **المنطقة الجنوبية:** مساحتها تقدر بنحو 2 مليون كلم²، و هي عبارة عن قاعدة صحراوية، و تمتاز بمناخ جاف يتميز بموسم حار يمتد من شهر مايو إلى سبتمبر بدرجات حرارة تتراوح بين 40 درجة و 45 درجة، و بقية الأشهر تتميز بمناخ متوسط الحرارة، و الغطاء النباتي فيها محدود. و تتوفر الجزائر على مجموعة من الحمّات المعدنية التي تنتشر في مناطق مختلفة من الوطن و التي تعتبر عنصر أساسي لانتشار

⁴⁸ بوهالي محمد الشريف، تصنيف الحظيرة الوطنية لتازة بجيجل ضمن المحميات العالمية، مجلة الكورنيش، جيجل، العدد 03، ديسمبر 2004، ص 23.
⁴⁹ بوكريف زهير، مرجع سبق ذكره، ص 124.

السياحة العلاجية و يقدر عدد العيون الطبيعية في الجزائر ب 202 نبع حسب المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية.

ثانيا- المقومات التاريخية و الحضارية:

إنّ المعالم التاريخية و الحضارية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر تبين أنها كانت مهدا للحضارة الإنسانية و شاهدا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي و الأفريقي، فالمعالم الأثرية و المتاحف و الوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقة و عظمة الحضارات المتعاقبة عليها، من الأمازيغية إلى البيزنطية و الرومانية و أخيرا الإسلامية، التي فرضت نفسها على التاريخ، و الشاهد عليها قلعة بني حماد ببجاية،⁵⁰ و قد صنفت منظمة اليونسكو في الجزائر سبعة مناطق أثرية ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي، وهي: منطقة الطاسلي و تيبازة و جميلة و تيمقاد و وادي ميزاب و حي القصبية، و قلعة بني حماد.

كما يساهم امتداد المناطق الأثرية و التاريخية من الساحل إلى الصحراء و التراث الثقافي من فلكلور و لباس تقليدي الذي يعكس تاريخ البلد بكل أبعاده الثقافية، بالإضافة إلى الصناعة التقليدية التي تتميز بها الجزائر في جعل السياحة الثقافية أكثر انتعاشا كما تساهم في تنمية الاقتصاد الوطني ككل.

المطلب الثاني: مقومات السياحة في تونس

تتمتع تونس بمقومات سياحية جعلت منها بلدا مستقبلا للسياح، من جهات مختلفة و بجنسيات متعدّدة، و هذا ما أثر بصفة ايجابية على التنمية الاقتصادية لتونس بصفة عامّة.

أولا- المقومات الطبيعية:

تعتبر تونس من أصغر الأقطار بالمغرب العربي بمساحة تقدر ب 163610 كلم²، و تعدّ الأكثر تأثرا بالبحر الأبيض المتوسط الذي يحيط بها من الشمال و الشرق و هذا ما انعكس على المجال الطبيعي⁵¹، تتعدّد هذه المقومات الطبيعية ما بين الموقع الجغرافي التضاريس و المناخ، حيث يعتبر الموقع الجغرافي عاملا أساسيا و هامّا في التدفق السياحي على المناطق المختلفة، و تتمثل أهميته في

المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي، مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16، نوفمبر 2000.

50

51 إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية تطبيقات على الوطن العربي، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، الأردن، 2010، ص 570.

تحديد خصائص المناخ و أشكال النبات⁵²، إذ يعتبر الموقع الجغرافي لتونس نقطة جذب رئيسية للسياح، حيث تشكل تونس بموقعها الزاوية الشمالية الشرقية لدول المغرب العربي، إضافة إلى موقعها الاستراتيجي على الحوض الجنوبي للبحر الأبيض المتوسط، مما يجعلها نقطة اتصال مهمة بين أوروبا و العالم العربي.

و فيما يخص المناخ فهو معتدل متوسطي في الشمال و على طول السواحل، و شبه جاف داخل البلاد و في الجنوب، و تتميز تونس كذلك بشمسها المشرقة معظم أيام السنة، أما درجات الحرارة فيبلغ معدلها في فصل الشتاء نحو 12 درجة مئوية مع سقوط الأمطار، أما في فصل الصيف فيبلغ معدل درجات الحرارة نحو 29 درجة مئوية، تتنوع التضاريس في تونس بين الجبال و الشواطئ و الصحراء، إلا أن هذه التضاريس قليلة الارتفاع، حيث تصل أعلى قمة في تونس حوالي 1544 متر، و تشمل تضاريسها مجموعة من السهول منها سهل طارفة، بتررت، الكبة، و سهل كوكة، أما الجنوب التونسي فهو عبارة عن منطقة صحراوية تتميز بانخفاض ارتفاعها إلى حوالي 17 متر تحت مستوى سطح البحر، و يشكل النبات عنصرا هاما من عناصر الجذب السياحي لما يحققه من تنوع و أشكال و مناظر طبيعية، بالإضافة إلى الحيوانات البرية التي تعد عاملا آخر هام من عوامل الجذب السياحي، و للحفاظ على هذه الثروة اتخذت السلطات التونسية مجموعة من الإجراءات للحد من ظاهرة الصيد و القنص، و ذلك من خلال إقامة المحميات الطبيعية التي أصبحت بدورها مقصدا سياحيا يستمتع فيه السائح⁵³.

ثانيا- المقومات التاريخية و الأثرية:

تعتبر تونس من أهم البلدان السياحية روجا في أفريقيا، حيث تضم آثارا فينيقية و أفريقية و عربية، و يوجد بها جامع الزيتونة الذي يعتبر من أقدم الأمكنة فيها، و قد كان في الفترة 724م و حتى 1958م قبلة لطلاب العلم⁵⁴، و قد عرفت تونس الحضارات التالية: القرطاجيون، الرومان، الوندال، البيزنطيون، العرب و الأتراك، و تعتبر المدينة القديمة لتونس العاصمة و مدينة قرطاج أهم المدن التاريخية في البلاد، و الجدول التالي يبين أهم مناطق الجذب السياحي في تونس.

⁵² نعيم الطاهر و سراب الياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة، الأردن، 2007، ص 141.
⁵³ يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق، الملتقى المصري للإبداع و التنمية، مصر، 2003، ص

رعد العاني، الاستعلامات و الدلالة السياحية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2005، ص 110⁵⁴.

الجدول رقم (1): عناصر الجذب السياحي في تونس.

المناطق	نقاط الجذب
تونس العاصمة	أسواق شعبية، معالم فينيقية، آثار رومانية، فنادق فخمة، المنطقة السياحية الجديدة.
توزر	ملاعب الغولف، مطاعم و أسواق، رحلات سياحية و مناطق صحراوية.
جربة	الجزيرة الأسطورية، فنادق فاخرة و مطاعم، عمارة فريدة، مساجد متميزة.
المنشير	القاعة، سور شامخ، فنادق متميزة، مساحات خضراء و حدائق.

المصدر: زيد سلمان عبوي، السياحة في الوطن العربي، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، الأردن، 2008، ص 239.

و تحتوي تونس كذلك على معالم تاريخية و إسلامية و رومانية اهتمت بها الدولة و رمتها و جعلت منها الجاذبية الثانية، فكانت الإطار الأساسي للسياحة الثقافية، إذ يوجد جامع الزيتونة و المدن العتيقة في سوسة و صفاقس و التي تعجّ بالمعالم الإسلامية⁵⁵.

⁵⁵ عبد الرحمان بن زاكوا، التجربة التونسية في القطاع السياحي و الاستنتاجات التي يمكن الاستفادة منها بالنسبة للقطاع السياحي الجزائري، الملتقى العلمي الدولي الثامن حول " تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر، وفي بعض البلدان العربية و الإسلامية"، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، يومي 20/19 ديسمبر 2009، ص 02.

المطلب الثالث: مقومات السياحة في المغرب.

يعتبر المغرب الأقصى من الدول العربيّة التي عرفت تجربة سياحيّة ناجحة، نظرا لتمتع السياحة المغربيّة بمجموعة من المقومات الطبيعيّة والتاريخيّة و الماديّة، هذه الإمكانيات ساعدت المغرب على أن يكون بلدا سياحيًا يستقطب السياح من جهات متعدّدة.

أولا- المقومات الطبيعيّة:

يقع المغرب في شمال أفريقيا مطل على البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي، تقدّر مساحته بحوالي 453730 كلم²، و ينفصل عن أوروبا بالبحر المتوسط، يفصله عن اسبانيا مضيق جبل طارق و له حدود مشتركة مع الجزائر و موريتانيا¹، مناخه متنوّع بحسب المناطق فهو متوسطي بالشمال، محيطي بالغرب، صحراوي بالجنوب، أما المناطق السّاحليّة فتتمتع بمناخ معتدل.

وفيما يخص التضاريس في المغرب فيضم سلاسل جبليّة كجبال الريف، الأطلس المتوسط، الأطلس الكبير، الأطلس الصّغير الصّحراوي، و تتراوح أعلى قمم جبال المغرب بين 2000 متر إلى 4000 متر، حيث يبلغ ارتفاع جبل تدغين 2465 متر و قمة بوناصر 3326 متر، الذي يتميّز بكثرة البحيرات و الشلالات²، و تعتبر هذه الجبال بمثابة خزّان للمياه بالمغرب، إذ أن معظم الأنهار المهمّة في هذا البلد تنبع من هذه الجبال، قمة بربلات 3190 متر، قمة توبقال 4165 متر³.

و يميّز المغرب سهولا تقع بين هذه الجبال، منها " سهل وادي دراع، سهل وادي سوس، سهل مراكش، سهل تادلا، سهل فاس، و سهل مكناس"، و توجد بالمغرب شبكة من الأنهار التي تتكوّن من الروافد المائيّة الجبلية المنحدرة نحو المحيط الأطلسي و البحر المتوسط، و من أهمّها نجد " نهر سبو، نهر أم الربيع، نهر بورقراق، نهر سوس، نهر ملوية"⁴.

ثانيا- المقومات الحضارية و التاريخية:

يوجد بالمغرب تراث حضاري و تاريخي، يعكس أمجاد و حضارات قديمة و عريقة في التاريخ، كالحضارة الرومانية و الفينيقية و الإسلامية، و يعود جذور هذه الحضارة إلى ما قبل التاريخ، و ذلك

¹ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحيّة تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 505

² المملكة المغربية، السمات الجغرافية، على الموقع :

www.Oqitel.com/mokatel/data/behoth/dwal-htm.

³ www.wikipedia.org

⁴ المملكة المغربية، السمات الجغرافية، مرجع سبق ذكره.

ابتداء من العصر الحجري أي 700 ألف سنة إلى 3000 سنة قبل الميلاد⁵، ومن أهم الآثار نجد "مقالع طوما" و التي غرب الدار البيضاء على بعد 8 كلم، و يتضمن الموقع عظام حيوانات تعود إلى الفترة الأشولية حوالي 700 ألف سنة قبل الميلاد، و نجد أيضا "جبل يغود" الذي تم به اكتشاف حفريات تمثل بقايا لأول إنسان عاقل عثر عليه بمنطقة الشرق الأوسط، و الذي يقع بين مدينتي أسفي و مراكش، و يوجد كذلك "دار السلطان 2" الذي يعود تاريخها إلى العصر الحجري و تمّ العثور فيها على بقايا جمجمة إنسان عاقل سنة 1975، و نجد كذلك مواقع أثرية إلى ما قبل الإسلام و أهمّها "موقع ثمودة" يقع على بعد 5 كلم من مدينة تطوان، يرجع تاريخه إلى القرنين الثاني و الأول قبل الميلاد⁶، و نجد موقع "كوطا" و هو مجمع صناعي خاص بتعليق السمك، يقع على بعد 10 كلم عن مدينة طنجة، و يعود تاريخه إلى القرن الثالث قبل الميلاد، و تعتبر الصناعات اليدوية و الحرف مثل السجاد و الأقمشة و غيرها من الصناعات التذكارية الهامة للغاية، كما يعتبر ميناء طنجة المنطقة الحرّة الواقع فيها أحد الأماكن الرئيسية التي يزورها السياح في المغرب⁷.

المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة في دول المغرب العربي.

أصبحت السياحة من الصناعات التصديرية الأولى في العالم مع نهاية القرن العشرين ولا يوجد هناك أدنى شك فيما للسياحة من تأثير على الاقتصاد و خاصة اقتصاديات الدول النامية و من بينها دول المغرب العربي التي قمنا بالإشارة إليها في المبحث الثاني (الجزائر، تونس، المغرب)، لأنّ السياحة تعتمد على اليد العاملة البشرية في نجاحها مما يتيح فرص عمل كبيرة مباشرة و غير مباشرة، و تعتبر مصدرا مهما لجلب العملة الصعبة، كما لا نغفل الآثار الاجتماعية و البيئية للنشاط السياحي الذي يعمل على تحقيق التواصل و الارتباط الاجتماعي و الحضاري على المستوى المحلي و الدولي. خاصة في ظل العولمة التي أدت أيضا إلى خلق منافسة شديدة بين الدول السياحية في جلب أكبر عدد ممكن من السياح من مختلف دول العالم. و من خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى مختلف الآثار الاقتصادية، الاجتماعية و البيئية للسياحة في دول المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب).

⁵ www.minculture.gov.ma/arab-prehistorique/htm.

⁶ نفس المرجع السابق.

⁷ رعد العاني، الاستعلامات و الدلالة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 110 .

المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة.

ترجع الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي في دول المغرب العربي إلى تأثيره على العديد من المتغيرات الاقتصادية الرئيسية، من حيث كونه مصدرا مهماً للدخل بصفة عامة و موردا من موارد النقد الأجنبي بصفة خاصة، كما يعد عنصرا مؤثرا في تنشيط الاستثمار و خلق فرص عمل جديدة و المساهمة في الناتج المحلي و تنمية التوازن الاقتصادي و الاجتماعي للسكان.

أولا- الآثار الاقتصادية المباشرة: تتمثل الآثار الاقتصادية المباشرة فيما يلي:

➤ أثر السياحة على ميزان المدفوعات: يقصد بميزان المدفوعات لبلد ما ذلك السجل الذي

يوضح قيمة جميع العمليات الاقتصادية بين المقيمين في هذا البلد و بقية العالم خلال فترة زمنية تكون عادة سنة، و السياحة تمثل جزءا من المعاملات غير المنظورة و تأخذ مكانها ضمن مختلف الصادرات غير المنظورة كالملاحة و التأمين و المعاملات المصرفية و يؤثر الدخل السياحي على الميزان التجاري تأثيرا مباشرا⁸، حيث يتحدّد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي و نسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء كانت ايجابية أو سلبية، كما تشكل السياحة مصدرا هاما من مصادر العملات الأجنبية، و هنا تزداد أهمية الدخل السياحي في ميزان المدفوعات لدول المغرب العربي لعدة أسباب أهمها⁹:

- تدعم السياحة ميزان المدفوعات لهذه الدول أكثر من أي قطاع آخر حيث أنّ القدرة على المنافسة في مجال السياحة أكبر من القدرة على المنافسة في مجال الصادرات السلعية مع الدول المتقدمة لأن أسعار المنتجات السياحية في الدول النامية يمكنها أن تنافس مثيلاتها في الدول المتقدمة بعكس الحال في السلع المصنّعة؛
- أنّ التسربات الحاصلة في العملة الصعبة نتيجة الاستثمار في السياحة أو نتيجة واردات هذا القطاع يمكن استرجاعها و بأكثر قيمة و في وقت أقصر مقارنة مع الصناعات الأخرى؛
- إنّ معدل التغير في الصناعة السياحية هو أقل منه في الصناعات الأخرى، و هذا ما يلائم الدول النامية و التي لا تستطيع في أغلب الأحيان مواكبة التطورات الهائلة و السريعة في القطاعات الأخرى نتيجة التطور التكنولوجي في الدول المتقدمة.

⁸ عبد القادر جودي، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006، ص52.

⁹ زهير بوعكريف، مرجع سبق ذكره، ص 24

➤ أثر السياحة على الإنفاق: يمكن تعريف الإنفاق السياحي بأنه التقويم الاقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة إلى السائحين، بمعنى أن كل إنفاق من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها كالإنفاق على الخدمة الفندقية و التي تشمل الإيواء و الإطعام، و على مختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفندق، هذا الإنفاق يمثل انتقال الأموال من السائحين إلى أصحاب المؤسسات الفندقية، و يتفرع على هذا الإنفاق سلسلة أخرى من النفقات و هي إنفاق القائمين على الصناعة الفندقية فيما يخص اقتناء و تجديد التجهيزات اللازمة للفنادق و بالتالي انتقال جزء من دخول القائمين على صناعة الفندقة إلى عملائهم الذين يمونونهم بالسلع و الخدمات كما يذهب جزء من دخول أصحاب الفنادق إلى موردي الأطعمة المختلفة¹⁰.

و ما يقال عن الخدمات الفندقية يقال عن سائر الخدمات المتصلة بالنشاط السياحي كخدمات النقل بكل أنواعها، و تستفيد الخزينة العمومية من رسوم التأشير، الضرائب على الأرباح الصناعية و التجارية، و كذلك رسوم الترخيص بمزاولة المهن و الأعمال المتصلة بالسياحة، و لبلوغ الأهداف المرجوة يتوقف ذلك على المجهودات المبذولة من طرف الدولة السياحية و المتمثلة في إظهار الإمكانيات السياحية للدولة عن طريق الحملات التسويقية التي تقوم بها.

➤ أثر السياحة على قطاع التشغيل: تعاني أغلبية دول العالم الثالث و من ضمنها دول المغرب العربي من مشكلة البطالة مما يحتم العمل على دفع و تحريك القطاعات التي بإمكانها خلق مناصب الشغل و التخفيف من عبئ البطالة¹¹.

و باعتبار السياحة قطاع مركب و مرتبط مع القطاعات الإنتاجية الأخرى كالقطاع الصناعي والزراعي، التأمينات و النقل، فهي بذلك تساهم بطريقة مباشرة و غير مباشرة، في خلق العديد من مناصب الشغل و امتصاص جزء من البطالة، باعتبار أن السياحة تعمل على زيادة توظيف عوامل الإنتاج في المجتمع و بصفة خاصة عنصر العمل.

وقد بينت الدراسات العديدة في هذا المجال أن التأثير مرتبط بالأهمية المعطاة للسياحة في الدخل الوطني و أولويتها في قائمة القطاعات الإنتاجية التي يتم الاستثمار فيها، و يقدر أن خلق

¹⁰ نوال دمداد، مرجع سبق ذكره، ص.22

¹¹ نفس المرجع السابق، ص. 23

منصب شغل في الفندق ينجر عنه خلق منصب جديد في قطاع آخر، كما أن السياحة تخلق 2.75 وظيفة لكل غرفة فندقية¹².

➤ أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل: توجد المناطق ذات الأهمية السياحية عموماً على شواطئ البحار، في الجبال، الريف، الصحراء، أماكن الآثار البعيدة، وهي الأماكن الأقرب إلى الطبيعة منها إلى العمران، و يعيش أغلب سكان هذه المناطق على نظام إنتاج بسيط يعتمد على الزراعة و تربية المواشي، و بعض الصناعات الحرفية مما يؤدي إلى ضعف المستوى المعيشي و الاقتصادي للسكان¹³، في هذه الظروف يمكن للسياحة و بمقوماتها الخاصة و آثارها الاقتصادية الدافعة أن تصبح مورداً مهماً لأهل هذه المناطق من خلال التنمية السياحية التي سوف تؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة و بالتالي مداخيل جديدة، فهي تعمل على توزيع الدخل على كافة المناطق بدلاً من تركيزه في المناطق الحضرية الرئيسية¹⁴، فالأجور المدفوعة للعاملين بالمنشآت السياحية المقامة في هذه المناطق و الأرباح و المداخيل المحققة من طرف مالكي المشاريع و حتى منتجي السلع و التجهيزات التي يحتاجها النشاط السياحي تؤدي إلى زيادة الدخل فيها، و بالتالي إعادة توزيعه بين المدن و هذه المناطق السياحية، كما ينتج عن ذلك الحد من النزوح الريفي الناتج من جراء البطالة.

ثانياً - الآثار الاقتصادية غير المباشرة:

➤ مضاعف الإنفاق السياحي: إن الفكرة الأساسية لمضاعف الإنفاق السياحي هي أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الاقتصاد الوطني دورات تتعدد بحسب قوة هذا الاقتصاد، ويكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي، حيث يؤدي الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي و كذا الإنفاق الاستهلاكي من جانب السياح في مقابل الحصول على الخدمات السياحية المختلفة إلى تنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى. و تفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العملة و دفع المرتبات و المكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة للسياحة، تستخدم العملات التي تحصل عليها الدولة في الاستيراد مما يؤدي إلى

¹² عمر أبو العينين، تخطيط الطاقة الفندقية في ضوء الطلب السياحي، وقائع مؤتمر السياحة في مصر و اقتصادياتها و

إدارتها، جامعة المنصورة، مصر، 22/ 23 مارس 1988، ص.77

¹³ عبد القادر جودي، مرجع سبق ذكره، ص 54

¹⁴ علي أحمد هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص 131

دورات جديدة من الشراء و الإنفاق داخل الدولة¹⁵، إلا أن الدخل الأولي غالبا ينقسم إلى شريحتين، الأولى تخرج نهائيا من مجرى التداول في الاقتصاد حيث تحجز لمواجهة بعض المدفوعات في صورة استيراد السلع اللازمة للتشغيل، أما الجزء الثاني فيستخدم في التداول و يبقى داخل الاقتصاد و يتكرر الإنفاق عدّة مرّات و لذلك يسمّى مضاعف الإنفاق. و قد دلت الدراسات على ارتفاع قيمة المضاعف السياحي في الدول المتقدمة بما يعادل (5) خمسة مرّات، في حين يكون في الدول النامية و من ضمنها دول المغرب العربي من 1.2 إلى 2 مرّة و يرجع السبب في ذلك إلى مدى اعتماد الاقتصاد الوطني على ذاته، فكلما حققت الدول السياحية التكامل في قطاعاتها قلّ التسرب و ارتفع أثر المضاعف¹⁶.

➤ أثر السياحة على تنمية القطاعات الاقتصادية الأخرى: يؤدي التوسّع في إنشاء المشاريع السياحية أو تطوير المشاريع الحالية إلى تحقيق درجة معيّنة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى و القطاع السياحي فالتوسّع في إنشاء مشروع سياحي قد يتبعه توسيع أو ظهور مشاريع جديدة تمارس أنشطة اقتصادية و خدماتية أخرى مرتبطة بالنشاط السياحي لمقابلة الزيادة في الحركة السياحية نشاطا و طلبا¹⁷.

➤ أثر السياحة على تسويق بعض السلع: غالبا ما يقدم السياح عند زيارتهم لدولة ما على شراء سلع و منتجات تقليدية و التي تذكرهم بالمناطق التي يزورونها، كما يقومون بشراء سلع أخرى تشتهر و تتميز بها الدولة السياحية المستقبلية للسياح على غرار السلع الغذائية التي يطلبونها خلال إقامتهم¹⁸. يعتبر هذا الإنفاق على هذه السلع بمثابة تصدير لمنتجات وطنية دون الحاجة إلى مصاريف النقل إلى الخارج و ما يمكن استنتاجه أنه كلما زاد عدد السياح القادمين من الخارج كلما زاد تسويق منتجات الدولة المستقبلية و منه ترتفع صادراتها من تلك السلع.

➤ أثر السياحة على زيادة الاستثمار الوطني و الأجنبي: يعتبر القطاع السياحي قطاع هام يساهم في جلب و تنمية الاستثمارات و ذلك بتوفير مجالات متعدّدة الاستثمار كمراكز الاستشفاء، المراكز الرياضية، المطاعم، وكالات السفر، الفنادق، وسائل النقل و غيرها. وكل هذه المجالات تتطلب استثمارات إضافية إلى الاستثمارات في المشاريع الكبرى،

¹⁵ سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات الفندقية، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، عمان، 2001، ص 61

¹⁶ صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر، الطبعة الأولى، دار حازم للطباعة و التوزيع و النشر، دمشق، 2002، ص 206.

¹⁷ زهير بو عكريف، مرجع سبق ذكره، ص 26.

¹⁸ بديعة بو عقيلين، الاستثمارات السياحية و اشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006، ص 29.

كتهيئة المناطق السياحية سواء عن طريق المستثمرين المحليين أو الأجانب، ومن بين دول المغرب العربي نجد الجزائر التي تسعى حاليًا إلى اتخاذ إجراءات تحفيزية عديدة لتسهيل الاستثمار الوطني و الأجنبي من أجل تنمية و تطوير القطاع السياحي الجزائري.

المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية للسياحة في دول المغرب العربي

على غرار الآثار الاقتصادية للسياحة فإنّ النشاط السياحي تترتب عنه أيضا تأثيرات اجتماعية تؤدي إلى إيجاد نوع من التوازن الاجتماعي و الثقافي سواء على المستوى المحلي أو الدولي، و من خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى أهم الآثار الاجتماعية للسياحة في دول المغرب العربي.

الآثار الاجتماعية: يمكن أن نتطرق إلى أهم الآثار الاجتماعية للسياحة في دول المغرب العربي في النقاط التالية:¹⁹

- الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل (البطالة، الركود الاقتصادي) و إعادة توزيع السكان بشكل أفضل و ذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المناطق العمرانية السياحية الجديدة؛
- السياحة الداخلية أصبحت تعبيراً عن الرغبة في رفع مستوى الصحة النفسية للشعب و القضاء على التلوث البيئي بانتشار المحميات الطبيعية، المسطحات المائية، و المساحات الخضراء؛
- السياحة أصبحت أكثر من صناعة لأن للعنصر البشري فيها أهمية كبيرة، فإذا كانت الصناعة - تحريك آلات و معدات - فإنها تستهدف في النهاية الاستجابة لمتطلبات الإنسان، أما السياحة فهي حياة الإنسان نفسه، لأنها تستهدف استعادة اللياقة الذهنية و العصبية بما يفيد الإنتاج، فالسياحة صناعة بشرية من الدرجة الأولى، و تحقق الرفاهية للجميع؛
- السياحة لها أبعادها (الاجتماعية، الجمالية، العمرانية، الصحية) يجب مراعاتها عند التنمية السياحية؛

¹⁹ محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 85

- السياحة تمثل أهمية بالغة في المجتمع الإنساني في تأكيد حق الإنسان في الاستمتاع بوقت الفراغ من خلال حرّيته في السفر مقابل حقّه في العمل لارتباط ذلك ايجابيا بقضية الإنتاج و التنمية، فالسياحة أصبحت أكبر من أداة مهمّة لتحقيق التنمية؛
- دائما يتم اختيار الأنماط السياحية التي تتلاءم و طبيعة البلاد و ظروفها و لا تتعارض مع القيم و أخلاقيات المجتمع و توسيع قاعدة المشاركة لأكثر عدد ممكن من المواطنين داخل المنشآت السياحية بحيث تستوعب أكبر عدد عاملين من المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي لتحقيق الولاء بين المجتمع و المشروع السياحي؛
- الاستثمار السياحي دائما يكون له عادة جانب يتمثل في رصف الطرق و تجميل المناطق و تحسين الخدمة التليفونية، و مشروعات الصّرف الصّحي و بذلك الكلّ ينتفع.

المطلب الثالث: الآثار البيئية للسياحة في دول المغرب العربي

بعد التطرق للآثار الاقتصادية من خلال المطلب الأول، و الآثار الاجتماعية من خلال المطلب الثاني، يجدر بنا الإشارة إلى جانب مهم في عملية التنمية السياحية و هو علاقة السياحة بالجانب البيئي و ما للسياحة من تأثيرات مختلفة على البيئة، و من خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى أهم هذه الآثار.

الآثار البيئية: تستطيع السياحة جلب منافع عظيمة لبلد ما و لكنها في الوقت ذاته تجلب آثارا سلبية على البيئة الطبيعية و الأثرية، لذلك فإنّ تنمية السياحة يجب أن لا تكون على حساب الموارد المحدودة التي تعتبر عامل جذب للسياحة حيث أنّ البيئة هي المادة الأولية للنشاط السياحي أو هي السبب في قيام هذا النشاط، و لقد أثرت البيئة في حياة الإنسان كما أثر الإنسان على البيئة و أصبحت علاقة لها جوانبها الايجابية و السلبية و هذه العلاقة أدت إلى ظهور المشكلات البيئية التي أحاطت بعناصر البيئة الطبيعية و الثقافية و العمرانية²⁰.

هذا وقد تنبّهت الدول السياحية إلى الآثار السلبية التي تتركها السياحة على البيئة عندما تم التأكيد على ذلك من خلال إعلان مانيلا²¹ (1980)، الذي نصّ على أنه لا ينبغي تلبية احتياجات السياحة بطريقة تلحق الضرر بالمصالح الاجتماعية و الاقتصادية لسكان المناطق

²⁰ لمياء السيد حنفي وقتحي الشرقاوي، الاتجاهات الحديثة للسياحة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 33.
²¹ إعلان مانيلا: سمي بإعلان مانيلا نسبة للمدينة التي انعقد فيها المؤتمر الدولي للسياحة الذي أشرفت عليه المنظمة العالمية للسياحة سنة 1980، بالعاصمة الفلبينية "مانيلا".

السياحية أو بالبيئة أو بالموارد الطبيعية و المواقع التاريخية و الثقافية التي تعتبر عامل الجذب الأساسي للسياحة.

²² تشكل البيئة الطبيعية الرصيد الأساسي لصناعة السياحة، فإذا تمّ تجاوز التحمّل أو الطاقة الاستيعابية لهذا الرصيد فيمكن أن تعاني من التدهور، و قد يكون ضررا لا سبيل لإصلاحه فقد أدت السياحة الكبيرة الحجم (و خاصة ما يسمّى بـسياحة الرّمل و الشمس) إلى تدهور بيئي في بلدان الكاريبي و البحر المتوسط و غيرها من المناطق الواقعة على شواطئ البحار، و في تونس انخفض مستوى المياه الجوفية في منطقة الحمّات بسبب الاستغلال المفرط من أجل تلبية حاجيات السياح المتزايدة.

يمكن أن يكون للسياحة كغيرها من القطاعات الأخرى آثار سلبية إضافة إلى آثار ايجابية على البيئة البشرية حيث أن الترويج للسياحة الايكولوجية بالتأكيد هو السياسة الصحيحة التي يجب أن تنتهجها الدول السياحية باعتبارها صناعة تنموية حيث يأتي السوق إلى المنتج بدون الحاجة إلى استثمارات كبيرة.

إنّ تعريف السياحة البيئية (أو السياحة الطبيعية) هو " السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث و لم يتعرّض توازنها الطبيعي إلى الخلل و ذلك للاستمتاع بمناظرها و نباتاتها و حيواناتها البرية و حضارتها في الماضي و الحاضر." ²³

عادة ما يكون الترفيه و السياحة الهدفين الأولين من إنشاء الحدائق الوطنية و أنواع كثيرة من المناطق المحمية، و قد أصبحت اليوم المناطق الطبيعية عوامل الجذب الرئيسية و تشكل الأساس لما يعرف الآن باسم السياحة الطبيعية أو السياحة الايكولوجية، و ذلك فإنّ فكرة السياحة المستدامة تعتمد في الأصل على مواجهة احتياجات الزوار و المنطقة المضيفة لهم. مما يؤدي إلى حماية و دعم فرص التطوير المستقبلي بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية و الاجتماعية و الروحية و لكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري و النمط البيئي الضروري و التنوع الحيوي و جميع مستلزمات الحياة و أنظمتها.

و عليه تتمثل الجوانب الايجابية في علاقة الإنسان بالبيئة في أنّ جمال الطبيعة يعمل على زيادة السائحين الأجانب و لكن إذا زادت أعداد السائحين فوق الطاقة الاستيعابية للبيئة يؤدي إلى

²² زهير بوعكريف ، مرجع سبق ذكره، ص 32 .

²³ لمياء السيد الحنفي و فتحي الشرقاوي، مرجع سبق ذكره، ص 35.

تدهورها و هذا هو الجانب السلبي في علاقة الإنسان بالبيئة، بينما من جهة أخرى فإن تنمية النشاط السياحي بشكل مستدام سوف يؤدي إلى الاعتناء بالبيئة الطبيعية و تحسينها و تدريب العنصر البشري و زيادة ثقافته . و هذه هي الجوانب الايجابية للسياحة²⁴.

²⁴ بوعكريف زهير، مرجع سبق ذكره، ص 33 .

خلاصة الفصل الأول:

من خلال دراستنا لهذا الفصل لاحظنا أن السياحة ظاهرة عالميّة وليدة العصور البدائيّة، و شهدت نموًا و رواجًا واسعًا بعد الحرب العالميّة الثانيّة، و بالتالي برزت السياحة كظاهرة هامّة في القرن العشرين 20 ، و اعتمدت في الكثير من الدول نظرا لفوائدها الايجابية في جميع المجالات، حيث بدأت تلفت نظر الحكومات بأنواعها و اختلاف نظمها السياسيّة و الاجتماعيّة و الدينيّة في وقتنا الحاضر، كما استحوذت على اهتمام الأمم المتحدة و وكالاتها المتخصّصة المعنيّة، فأقامت من أجلها المنظمة العالميّة للسياحة سنة 1975، و نظمت حلقة دراسية في الفاتيكان لدراسة القيم الروحيّة، و قد أصبحت السياحة علما يدرّس في الجامعات و المعاهد العليا المتخصّصة و صناعة متميزة و تجارة مربحة، كما زاد وعي الشعوب و ارتفع المستوى التعليمي و زاد الدخل الفردي، كل هذا جعل شعوب العالم يفكرون في التنقل بين أرجاء العالم من أجل قضاء العطل و التنزه، و من هنا تطورت السياحة و أصبحت السياحة صناعة، و من بين التجارب السياحيّة العربيّة الناجحة نجد دول المغرب العربي و من ضمنها المغرب و تونس، حيث اهتمت السلطات المعنيّة بهذا القطاع نظرا لأهميته الاقتصاديّة و الاجتماعيّة، و بالتالي رسخت كل الإمكانيات للنهوض بهذا القطاع و بالفعل حققت نتيجة ايجابية، و أصبحت قطبا سياحيا نظرا للاستغلال الأمثل للمقومات السياحيّة الطبيعيّة و التاريخيّة المتواجدة في تونس و المغرب. بالإضافة إلى هاتين الدولتين نجد الجزائر، التي تعمل جاهدة من أجل تنمية و تطوير القطاع السياحي الجزائري من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحيّة آفاق 2030، مما يؤكد اهتمام هذه الأخيرة بالقطاع السياحي لما له من أثر ايجابي على اقتصادياتها و المجتمع ككل.

الفصل الثاني:

واقع وآفاق السياحة

في الجزائر

مقدمة الفصل الثاني

تعدّ السياحة واحدة من أكبر الصناعات نموًا في العالم، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية، باعتبارها قطاعًا إنتاجيًا يكتسي أهمية كبيرة في زيادة الدخل الوطني، و تحسين ميزان المدفوعات، و مصدرًا للعملة الصعبة، و إتاحة فرص التشغيل للأيدي العاملة، و هدفًا لتحقيق برامج التنمية الاقتصادية، إذ بلغت عائداتها مئات المليارات من الدولارات، و عدد السائحين مئات الملايين، و تطمح الجزائر إلى دخول سوق السياحة و جعلها واحدة من الأولويات القومية، و تحويل الجزائر إلى أحد مراكز الجذب السياحي من الدرجة الأولى، و ذلك من خلال تطبيق إستراتيجية حكيمة و طموحة، و تركز من جهة أخرى على الترتيبات الواردة في ميثاق السياحة المستدامة الصادر سنة 1995، و الذي يقضي بأنه ينبغي أن تكون السياحة المستدامة على المدى الطويل، غير مؤثرة في المجال البيئي و ذات ديمومة من الناحية الاقتصادية.

و على الرغم من الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي في العديد من دول العالم إلا أن الواقع السياحي في الجزائر لا يبعث على التفاؤل، إذ لم يرق هذا القطاع إلى المستوى المطلوب الذي يكفل الوصول إلى الأهداف المرجوة منه، و بقيت إنجازاته محدودة إذا ما قورنت ببلدان العالم بصفة عامة و البلدان المجاورة و الشقيقة بصفة خاصة، فحجم الاستثمارات التي خصّصت لهذا القطاع، تعتبر ضعيفة مقارنة بكبر مساحة الجزائر. و عليه سنقسّم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث و هي:

__ المبحث الأول: الإمكانيات السياحية في الجزائر؛

__ المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي في الجزائر بعد الاستقلال؛

__ المبحث الثالث: آفاق القطاع السياحي في الجزائر.

المبحث الأول: أسس القطاع السياحي في الجزائر

إنّ لكلّ بلد خصائصه ومميزاته سواء تعلق الأمر بما هو موهوب من الله عز وجلّ، كالموقع الجغرافي والمناخ والتضاريس، أو ما هو متعلق بما صنعه الإنسان من تاريخ وآثار وحضارات التي تزيد من جمال البلد أو تدهوره، والجزائر بفضل موقعها المتميز ومساحتها الشاسعة، تنفرد بمقومات طبيعية وحضريّة جد مميزة، إذ سعت السلطات الجزائرية منذ الاستقلال لاستغلال هذه الإمكانيات وتطويرها.

المطلب الأول: المميزات الطبيعية والجغرافية للجزائر

الجزائر تعدّ من بين البلدان التي تتميّز بطبيعة خاصّة جعلتها محل اهتمام الباحثين والرحالة العرب والغرب وهذا ما يؤكده الدكتور عبد الله الركبي في مؤلفه " الجزائر في عيون الرحالة الإنجليز"، حيث ذكر العديد من الرحالة الذين زاروا الجزائر وكتبوا عنها أمثال: HILTON simson و R .V.C. Bodlley و M.D.stot في كتاب "الجزائر على حقيقتها"¹، و غيرهم من الكتاب الغرب الذين وصفوا الجزائر بأنها فسيفساء حضاري و ثقافي و تحفة نادرة.

➤ الخصائص الطبيعية والجغرافية:

تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية للحوض المتوسط، و تحتل مركزا محوريًا في المغرب العربي و أفريقيا و البحر الأبيض المتوسط، بفضل طابعها الجغرافي و الاقتصادي و مميزاتها الاجتماعية و الثقافية، و سمات مورفولوجتها الخاصة، و وضع طبيعتها الأصليّة و مواردّها المتعدّدة²، حيث يبلغ طول ساحلها حوالي 1200 كلم، و تعدّ الجزائر من أكبر البلدان الأفريقيّة من حيث المساحة، إذ تتربّع على مساحة 2381741 كلم²، و عدد سكانها يفوق 35 مليون نسمة³، و في الجزائر منطقتين متميزتين عن بعضهما البعض، هما:

¹ عبد الله الركبي، الجزائر في عين الرحالة الإنجليز، الجزء الأول، دار الحكمة، الجزائر، 1999، ص 113.

² نفس المرجع السابق.

³ الديوان الوطني للسياحة.

أولا-منطقة الشمال:

وتضم المناطق التلية والمناطق السهلية، وهي مناطق عريضة أكثر منها الطويلة إذ تضمّ أخصب الأراضي، وتحتوي على السهول والجبال، كالونشريس، القبائل، تلمسان، وجبال الأطلس الصحراوي التي تتكوّن بدورها من جبال القصور، العموريّة، أولاد نايل. كما يتصف المناخ الجزائري بالمتوسط أساسا وآخر قارّي، هذا ما يجعل الشتاء باردا قارصا، والصيف حارّا جافا.

➤ **المناخ المتوسط:** ويشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب، بدرجات حرارة سنوية متوسطة تقدر ب 18° مئوية، و تبلغ ذروتها خلال شهر جويلية و أوت إلى 30° مئوية، و عليه المناخ في هذه المنطقة يتميز بالحرارة و الرطوبة.

➤ **المناخ شبه الحار:** و يضم منطقة الهضاب العليا، و يتميز بفصل بارد طويل و رطب أحيانا، إذ يستمر من شهر أكتوبر إلى شهر مايو.⁴

ثانيا- منطقة الجنوب الصحراوي:

لها ثلاثة صفات رئيسية هي: الهضاب الأرضية، و تسمى بالحمادة و الدروع، و الثانية تتركز في العروق و هي : العرق الغربي الكبير، و العرق الشرقي الكبير، و عرق شاش. و الثالثة هي طبيعة الهقار، و التي توجد بها أعلى قمة بالجزائر، و هي قمة "تاهاة" ب 3003 مترا⁵، و يمتاز مناخ منطقة الصحراء بقلة كمية الأمطار التي لا تزيد عن 500 ملم في السنة، و حرارة شديدة في النهار و منخفضة في الليل، و يسودها المناخ الجاف الذي يتميز بموسم حار طويل يمتد من شهر مايو إلى سبتمبر، بدرجات حرارة تتراوح بين 40° و 45°، و بقية الأشهر تتميز بمناخ متوسط الحرارة، أما الغطاء النباتي فهو متكوّن أساسا من واحات النخيل.

⁴ شلالى عبد القادر، عوينان عبد القادر، الواقع السياحي في الجزائر و آفاق النهوض به في مطلع 2025، الملتقى العلمي

الوطني "السياحة في الجزائر: واقع و آفاق" المركز الجامعي آكلي محند أولحاج، معهد العلوم الاقتصادية، البويرة، يومي

12/11 مايو 2010، ص 3.

⁵ الديوان الوطني للسياحة.

المطلب الثاني: المناطق السياحية في الجزائر

يمكن حصر (06) مناطق سياحية في الجزائر تبعا لتنوع المعطيات الجغرافية:⁶

- **منطقة السواحل و السهول الشمالية و هضاب الأطلس الشمالي:** و تتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1200 كلم، و بعدد كبير من المواقع الأثرية، و التي تعود إلى عهد الرومان و العرب المسلمين، و آثار تعود إلى عصور ما قبل التاريخ؛
- **منطقة السلسلة الأطلسية:** و التي توجد بها أكبر قمة جبلية في الشمال " لالا خديجة" ب 2308 مترا، كما نجد جبال الأوراس، الونشريس، و سلسلة جبال موازية للساحل تتميز بإمكانيات كبيرة لتنمية أنواع سياحية عديدة، كالنشاطات الرياضية الشتوية (التزلج، التسلق، الصيد...)؛
- **منطقة الهضاب العليا:** و التي تتميز بمناخها القاري، و بمواقعها الأثرية، و بضاعتها الحرفية و التقليدية المتنوعة؛
- **منطقة الأطلس الصحراوي:** و هي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا و الصحراء الكبرى، و التي يمكن فيها تنمية السياحة المناخية، المعدنية، الصيد... الخ؛
- **منطقة واحات الصحراء:** و التي تتميز باعتدال درجات الحرارة، فهي أقل درجة من الصحراء الكبرى، و بها تتركز الواحات بنخيلها و بحيراتها، و فيها عدة صناعات تقليدية؛
- **منطقة الصحراء الكبرى:** و هي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار ، الطاسلي) و تتميز بالمساحات الشاسعة، و الجبال الشامخة، و بالحرارة المعتدلة طول فصول السنة، و التي تشكل مصدرا هامًا للسياحة الشتوية، بفضل أنواع المناطق السياحية و المناخ في الجزائر، الأمر الذي يساعد على تنمية أنواع عديدة من السياحة، و هو ما يساعد كذلك على عدم تركيز النشاط السياحي خلال فترة زمنية محددة، و يؤدي إلى استمرارية النشاط السياحي خلال كل فصول السنة (القضاء على الموسمية).

⁶ خالد كواش، مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد الأول، ص 222 .

المطلب الثالث: تاريخ الظاهرة السياحية في الجزائر

باعتبار الظاهرة السياحية في الجزائر حديثة النشأة، فإنّ ظهورها في الجزائر يعود إلى الحقبة الاستعمارية، أي قبل الاستقلال (1962)، و يعود ذلك إلى بداية القرن التاسع عشر، خلال الاحتلال الفرنسي، ففي سنة 1897 أسّس المستعمر اللجنة الشتوية الجزائرية⁷، و بواسطة الرعاية و الإشهار تمكنت من تنظيم قوافل سياحية عديدة من أوروبا نحو الجزائر، فهذه المرحلة جلبت العديد من السياح الأوربيين لاكتشاف المناظر الطبيعية لبلادنا، و هو ما دفع المستعمر الفرنسي إلى التفكير في إنشاء هياكل قاعدية تلبية لحاجيات الزبائن الأوربيين (السياح)، و في سنة 1914م تم تشكيل نقابة سياحية في مدينة وهران، و في 1916م تشكلت نقابة سياحية في قسنطينة، و في 1919م تم تشكيل فدرالية السياحة، و التي تجمع 20 نقابة سياحية تواجدت آنذاك، و في نفس السنة تمّ إنشاء القرض الفندقي المكلف بمنح القروض للمستثمرين في المجال السياحي، و في سنة 1931م تمّ إنشاء الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي و السياحي، الذي كان يهدف إلى تنمية السياحة، و أصبح يسمّى فيما بعد بمركز التنمية السياحية، و استمرّ نشاطه حتى بعد الاستقلال⁸.

وقد بلغ عدد السياح في الجزائر سنة 1950م حوالي 150 ألف سائح، لذا أدرك المستعمر آنذاك أهمية الموارد السياحية في الجزائر، و البرنامج الموسّع الذي تمّ وضعه، و الخاص بالتجهيزات السياحية في مخطط قسنطينة 1957 م، و الخاص بإنجاز 17200 غرفة لفنادق حضرية، 17% منها ممركرة بالجزائر العاصمة، و هذا دليل على أهمية السياحة في الجزائر⁹.

⁷ مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 1977.

⁸ خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص 224.

⁹ الدليل الاقتصادي و الاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار، الجزائر، 1989.

المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي في الجزائر بعد الاستقلال.

بعد الاستقلال ، وجدت الجزائر آنذاك نفسها أمام هياكل سياحية فقيرة، و عاجزة عن تلبية الطلب السياحي من حيث عدم كفايتها أو مواكبتها لما تزخر به بلادنا من تنوع سياحي كبير، إلا أن الدولة بادرت إلى إنشاء برنامج يهدف إلى تهيئة مناطق التوسع السياحي، و ذلك في الفترة ما بين 1962 م و 1966م من أجل بناء مرافق الأعمال و المؤتمرات، و الملتقيات، و حددت في ثلاث مناطق كبرى هي:¹⁰

_ الجهة الغربية للجزائر العاصمة: مركب، سيدي فرج، مركب تيبازة؛

_ الجهة الشرقية: سرايدي بعنابة؛

_ الجهة الغربية للوطن: الأندلسيات بوهران.

و في هذا المبحث سنتطرق لأهم التوجيهات الأساسية للقطاع السياحي و كذا المخططات الخمس للسياحة.

المطلب الأول: التوجيهات الأساسية للسياحة و المخطط الثلاثي.

ابتداء من سنة 1966، و مع صدور أول وثيقة رسمية يوم 26 مارس 1966، و التي تعتبر بداية الاهتمام الحقيقي بالسياحة من قبل الدولة، فبعد تقسيم شامل و عام للمشاكل التي كان يعاني منها القطاع السياحي، و حصر مجمل الثروات السياحية عبر الوطن من طرف وزارة السياحة، اعتمادا على هذا تمّ تحديد سياسة الدولة في هذا القطاع، في وثيقة صادرة عن الحكومة سنة 1966 سميت ميثاق السياحة، و فيها حددت التوجيهات الأساسية للقطاع السياحي¹¹ و وضعت مخططا لتحديد السياحة التي ترغب في تطويرها من خلال المخطط الثلاثي.

أولا- التوجيهات الأساسية للقطاع السياحي: و تتمثل فيما يلي:

- توجيه النشاط السياحي نحو السياحة الدولية، أي الخارجية من أجل جلب العملة الصعبة، و ذلك لحاجة الجزائر لموارد مالية معتبرة لتغطية و تمويل برامج التنمية المختلفة؛
- خلق مناصب شغل، من خلال توسيع هياكل هذا القطاع مع إدماج الجزائر في السوق الدولية للسياحة، و من أجل بلوغ تلك الأهداف تمّ تحديد إستراتيجية لتنمية القطاع كما يلي:

¹⁰ Ahmed HAUARI, OPU, Alger, P 07.

¹¹ ميثاق السياحة، 1966، ص 04.

- الشروع في تطوير الصناعة الفندقية، حيث برمج إنشاء 11 ألف سرير عند نهاية المخطط الثلاثي، مع اختيار الفنادق و المطاعم و المقاهي ذات الطابع السياحي و إصلاحها و إعادة تهيئتها، مما يجعلها تتماشى و تنوّع الزبائن المقصودين (السواح الأجانب)؛
- إصلاح كل المرافق المخصّصة للسياحة عبر الشواطئ، الصحراء، و المناطق السياحية الجبلية و الريفية؛
- إحصاء كل الآثار السياحية و التاريخية و تحسينها، مع تنمية الجوانب الثقافية و الفنية، و خلق تقاليد و ثقافة سياحية لدي المواطن الجزائري؛
- الشروع في إقامة الهياكل اللازمة لتكوين الإطار السياحية المختصة و اليد العاملة المؤهلة؛
- تسهيل عملية الدخول عبر الحدود و المطارات، و إنشاء الوكالات السياحية في الدّاخل و الخارج بغرض الدعاية للمنتج الجزائري¹²

ثانيا- السياحة ضمن المخطط الثلاثي:

بعدما حدّدت الحكومة أهدافها من التنمية السياحية، و حدّدت نوع السياحة التي ترغب في تطويرها، حاولت ترجمة ذلك في المخطط الثلاثي، حيث سجلت السياحة ضمن الاستثمارات الوطنية التي ترصدها الدولة للمشاريع التنموية بمختلف القطاعات الاقتصادية، و كان الهدف من وراء ذلك هو جعل القطاع السياحي يساهم في عملية التنمية الوطنية، و لكن هل برامج تنمية القطاع السياحي حظيت بنفس العناية اللازمة، مثل بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى (القطاع الصناعي، الزراعي، التعليم....الخ). و هذا ما سوف نراه من خلال الاعتمادات المالية المخصّصة لمختلف القطاعات الاقتصادية في الجدول التالي:

¹² Bilan du développement du secteur touristique, Ministère du tourisme, 1977, P 67.

جدول رقم (2): توزيع الاستثمارات على القطاعات الاقتصادية خلال المخطط الثلاثي 1967-1969.

الوحدة: مليون دينار جزائري

النسبة المئوية	المبالغ المخصصة لكل قطاع	القطاعات
48,47%	5400	الصناعة
16,87%	1869	الزراعة
10,14%	1124	الهياكل الأساسية
08,23%	912	التربية
03,72%	413	السكن
02,54%	282	السياحة
01,14%	127	التكوين
02,66%	295	الضمان الاجتماعي
03,68%	441	الإدارة
01,94%	215	متفرقات
100%	11078	المجموع

المصدر: وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية أثناء المخطط الثلاثي 69/67.

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أنّ القطاع السياحي في آخر الاهتمامات من حيث المبالغ المالية المخصصة له، و ذلك بمبلغ لا يتجاوز 282 مليون دينار جزائري أي نسبة 02.54% من الاعتمادات الكلية المخصصة لهذا المخطط، و المقدرة بـ 11078 مليون دينار جزائري، و نستنتج من هذا التوزيع أن الدولة كانت حذرة في التعامل مع هذا القطاع، من حيث المساهمة التي يمكن أن تقدمها للتنمية، و خاصة المردود من العملة الصعبة مقارنة مع القطاعات الأخرى، مثل: القطاع الصناعي الذي كانت الدولة تعول عليه كثيرا،

الفصل الثاني: واقع وآفاق السياحة في الجزائر

و هذا يظهر من خلال الاعتماد المالي المخصّص له، و المقدّر ب 5400 مليون دينار جزائري، أي ما نسبته 48.74 % من إجمالي الاستثمارات المخصّصة لهذا المخطط، و في هذا المخطط تم البدء بإنشاء بعض الفنادق، و إنشاء معاهد التكوين المهني السياحي، و إنجاز 11308 سرير¹³، و الجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول لرقم (03): حصيلة برنامج المخطط الثلاثي بين سنتي 1967-1969.

العجز		النسب المئوية %	عدد الأسرة المنجزة	النسب المئوية %	عدد الأسرة المبرمجة	العمليات المقررة
النسب	ع. الأسرة					
64.5	4360	35.5	2406	51.7	6766	محطات شاطئية
84.6	1396	15.4	254	12.6	1650	محطات حضرية
84.3	1532	15.7	286	13.9	1818	محطات صحراوية
76.2	2847	00	00	21.8	2847	حمامات معدنية
77.5	1013	22.5	2946	100	13081	المجموع

Source : Bilan du développement du secteur touristique, Ministère du tourisme, 1977, P 27.

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أنه إلى غاية هذه السنة 1969، سجل عجز فادح قدر ب 10135 سرير، أي ما نسبته 77.5 % و هذا مرده إلى ضعف قدرات الانجاز، و سوء تحديد المسؤولية الإدارية.

¹³ تقرير صادر عن وزارة السياحة، سنة 2001.

المطلب الثاني: السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول والثاني.

بعد نهاية المخطط الثلاثي خلال الفترة 1967م-1969م تمّ وضع مخططين جديدين هما المخطط الرباعي الأول خلال الفترة 1970م-1973م، و المخطط الرباعي الثاني خلال الفترة 1974م-1977م من أجل مواصلة ما تمّ تسطيره في المخطط السابق.

أولا- السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول:

14 جاء هذا المخطط بنفس أهداف المخطط السابق تقريبا و هي العمل على بناء مرافق سياحية موجهة بالدرجة الأولى للسياحة الخارجية، حيث ترمي الأهداف المسطرة في هذا البرنامج إلى استقبال أكثر من مليون سائح مع نهاية العشرية، و لاستقبال هذا العدد و حسب تقديرات المختصين، فإنه يجب رفع قدرات الاستقبال إلى 700000 و 900000 سرير نهاية العشرية و من أجل الوصول إلى هذا الهدف برمج إنجاز 35000 سرير خلال نهاية المخطط الرباعي الأول و المقرر تطبيقه في الفترة 1970م-1973م و ذلك من أجل تلبية الحاجيات السياحية الداخلية و الخارجية، حيث رصد لهذا البرنامج 700 مليون دينار أي نسبة 02.5 % من إجمالي الاستثمارات المقدرة بحوالي 28 مليون دينار و الموزعة حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (04): توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال الرباعي الأول.

القطاعات التنموية	المبلغ المخصّص لكل قطاع	النسبة المئوية
الصناعة	12400	40
الزراعة	4140	15
الهيكل السياسية	2307	08
السكن	1520	05
التربية	2718	10
السياحة	700	02.5
التكوين	585	02

¹⁴ عبد القادر شلالي، عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 7

03.5	934	الضمان الاجتماعي
03.2	870	الإدارة
03	800	متفرقات
03.1	760	النقل
100	27736	المجموع

المصدر: وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الأول 1970-1973، سنة 1970.

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أن القطاع السياحي ما زال يحتل المراتب الأخيرة بين القطاعات الاقتصادية، رغم أن الميزانية المخصصة لهذا القطاع زادت إلى أكثر من النصف بالنسبة للمخطط الثلاثي السابق، و للأسف هذا لا يدل على إعطاء العناية اللازمة للقطاع السياحي، بل هو ناتج عن الزيادة الكلية في ميزانية المخطط الرباعي الأول.

¹⁵ و يظهر أيضا في الجدول أعلاه، أنّ الأهمية الكبرى أعطيت للمشاريع المتبقية من المخطط الثلاثي السابق، و هذا ما يبين عدم القدرة على الانجاز في الفترة المحددة، و عدم تقدير ميزانية المشاريع بطريقة ناجحة أدى إلى تداخل المشاريع المتبقية على حساب المشاريع الجديدة، و هي من بين الأسباب التي أدت إلى عدم تطور القطاع السياحي بالشكل المناسب، و بعد نهاية فترة المخططين الثلاثي و الرباعي الأول الممتدة من 1967م إلى 1973م، وصل عدد الأسرة المنجزة إلى 9230 سرير بعجز يقارب 26000 سرير، عمّا كان مقررا انجازه، حيث تم انجاز 6860 سرير فقط من البرنامج المقرّر في المخطط الرباعي الأول، أي تسجيل عجز تقدّر نسبته ب 65.55 % عما كان مقرّرا، و بالتالي نقول أن المخطط الرباعي الأول في المجال السياحي كان كسابقه من حيث العجز المسجل في الانجاز، و عدم بلوغ الأهداف المسطرة في هذا المخطط، و هي بوجه خاص:

- زيادة الدخول من العملة الصعبة عن طريق السياحة الخارجية؛
- خلق مناصب شغل جديدة من خلال توسيع هياكل الاستقبال و الهياكل المرافقة لها.

¹⁵ عبد القادر شلالي، عبد القادر عوينان، مرجع سبق ذكره، ص 8.

ثانيا- السياحة ضمن المخطط الرباعي الثاني:

عرفت هذه الفترة عدّة تغيّرات تمثلت فيما يلي:¹⁶

- إلحاق المصالح التجارية التابعة لـ (SONATOUR) بالوكالة التجارية للسياحة (ATA)، لكن هذه الأخيرة أثبتت عدم نجاعتها، و لم تدم العملية سوى سنتين.
- في سنة 1976، أنشئت الشركة الوطنية للسياحة (SAN-ALTOUR). التي أسندت إليها مهمة تسويق المنتج السياحي الجزائري.
- إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية (ETT) التي تولت مهمة إنجاز مشاريع التنمية السياحية، لكن هي الأخرى فشلت، فمن بين 50000 سرير المبرمج إنجازها، لم ينجز سوى 18000 سرير. و في هذا المخطط وصل حجم الاستثمارات المرصودة لهذه الفترة حوالي 1230 مليون دينار جزائري، أي بزيادة تفوق 100% عما كان عليه الحجم في المخطط الرباعي الأول، غير أن ذلك لا يعني أنّ القطاع ارتفع في سلم أولويات التنمية الوطنية، لأن مقدار الزيادة المقرّرة في هذا المخطط كانت نفسها بالنسبة لجميع القطاعات الأخرى، و ذلك بسبب زيادة حجم الميزانية العامة، و ارتفاع تكاليف الاستثمار في جميع القطاعات، مما يجعل مكانة السياحة ثابتة في السياسة التنموية للدولة الجزائرية عبر المخططات الثلاثة. و الجدول التالي يبين كيفية توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات التنموية، في المخطط الرباعي الثاني من 1974م إلى 1977م.

الجدول رقم (05) : توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات التنموية خلال المخطط الرباعي الثاني.

الوحدة: مليون دينار جزائري.

النسبة المئوية(%)	المبلغ المخصّص لكل قطاع	القطاعات التنموية
43.5	48000	الصناعة
10	12005	الزراعة
04.2	4600	المياه
01.4	1500	السياحة

¹⁶ تقرير صادر عن وزارة السياحة سنة 2001.

01	155	الصيد
14	15500	البنية الاقتصادية
09	9947	التربية و التكوين
13.3	14610	الشؤون الاجتماعية
01.3	1399	الإدارة
02.3	2520	دراسات مختلفة
100	110236	المجموع

المصدر: وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الثاني 79/74 سنة 1974.

من خلال ملاحظتنا للجدول أعلاه، فإن حصّة السياحة في توزيع الاستثمارات الإجمالية، و المقدرة ب 110236 مليون دينار جزائري، قد انخفضت عمّا كانت عليه في المخطط الرباعي الأول، و ذلك من نسبته 02.5 % إلى 01.4 %، رغم الزيادة الرقمية في الاستثمار لهذا القطاع و المقدرة ب 1500 مليون دينار. أمّا الشيء الذي تم تأكيده في هذا المخطط، هو الاهتمام بالسياحة الداخلية التي كانت مهملة من قبل و هذا ما أكده المخطط الرباعي الثاني الذي جاء فيه: " في إطار المبادرات الجديدة للمخطط الرباعي الثاني يجب أن نشرع في ترقية السياحة الداخلية، التي توجه من الآن فصاعدا إلى تلبية حاجيات الراحة المنتظمة، التي أدى إليها ارتفاع مستوى المعيشة و نمو الدخل. و عليه، فإنه تقرر إنجاز مركزين سياحيين في هذا المجال"17 و تتمثل هذه المراكز في الحمامات المعدنية، و الخدمات الصيفية، و القرى الصيفية..... إلخ.

المطلب الثالث: السياحة ضمن المخطط الخماسي الأول و الثاني.

بعد تطبيق ثلاث مخططات متقاربة من حيث الأهداف و النتائج، قررت الجهات الوصية إنشاء مخططين جديدين، للإجابة عن التساؤلات المطروحة، و إيجاد الحلول لما لم يتم حله خلال الفترات السابقة.

17 وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الثاني 77/74، سنة 1974.

أولا- السياحة ضمن المخطط الخماسي الأول:

إنّ ما يميز هذا المخطط، هو بلوغ الوعي لدى المسيرين بضرورة إحداث التوازن الجهوي، و الأولوية التي أعطيت للسياحة الحضرية دون سواها في المخططات السابقة، فقد خصّص مبلغ: 34000 مليون دينار¹⁸، لتغطية التكاليف الخاصة بتطوير ثلاثة مناطق سياحية نموذجية، في شرق وغرب و وسط البلاد، و الموجهة أساسا نحو السياحة الداخلية، و التي توافقت التقاليد الجزائرية، ووزعت هذه المبالغ كما يلي 01.16 مليار سنتيم جزائري، مخصّصة للمشاريع الجديدة قيد الإنجاز، و 01.18 مليار سنتيم جزائري، مخصصة للمشاريع الجديدة. و كان هدف هذا المشروع الوصول إلى طاقة إيواء تقدر ب 50880 سرير سنة 1985، و عليه برمج 89 مشروع، وزعت كما يلي:

جدول رقم (06): المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول

النوع	ساحلي	صحراوي	مناخي	حضري	تخييم	حمامات	المجموع
عدد المشاريع	02	01	05	32	40	09	89
عدد الأسرة	3300	2350	1150	6900	1200	1650	16550

المصدر: وزارة السياحة، سنة 1986.

ما يلاحظ من الجدول أعلاه أنه لم يتم انطلاق أي مشروع من المشروعات الجديدة التي وضعت في إطار المخطط، هذا رغم انتهاء الدراسات الخاصة بها، بسبب الأزمة الاقتصادية للدولة، و التوجهات السياسية و الاقتصادية الجديدة.

¹⁸ Ministère de planification et de l'aménagement du territoire général du plan pentagonal, 1980 - 1984.

ثانيا- السياحة ضمن المخطط الخماسي الثاني:

أدركت الدولة الجزائرية في هذا المخطط، أهمية السياحة في تفعيل النشاط الاقتصادي لذا خصّصت برنامجا ماليا كبيرا هدفه متابعة سياسة التهيئة السياحية¹⁹، و تطوير الحمامات المعدنية و المناخية، و كذا تنويع المتعاملين كالجماعات المحلية و القطاع الخاص و العمل على لامركزية الاستثمار، و التحكم في الطلب السياحي، و متابعة سياسة التهيئة السياحية، و تخصيص مبلغ مالي قدره 1800 مليون دينار جزائري.

بلغ نصيب القطاع السياحي من الاستثمارات المبرمجة خلال المخطط الخماسي الثاني 3500 مليون دينار جزائري من أصل 550 مليار دينار جزائري الإجمالية لهذا المخطط، و تم تخصيص مبلغ 1800 مليون دينار جزائري لإنجاز و تهيئة مناطق للتخميم حسب التوجهات السياحية الجديدة.²⁰

تم خلال هذه المرحلة إعادة هيكلة المؤسسات السياحية و حل الوكالة الوطنية للسياحة، و أعيد تنظيم القطاع السياحي كالآتي:

- تكليف وزارة السياحة و الصناعات التقليدية بتسيير القطاع؛
- تكليف الديوان الوطني للسياحة بتطوير و ترقية المنتج السياحي؛
- في سنة 1989م تم إنشاء المركز الوطني السياحي، و هو مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري لها ثلاثة مراكز تكوين و هي الجزائر العاصمة، تيزي وزو و بوسعادة؛
- تم حل الديوان الوطني للسياحة، (ONAT)، و أنشأت الشركة الوطنية للفندقة الحضرية (SNHU) و مقرها بالمدينة، و المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET) مقرها سيدي فرج؛
- بلغت نسبة السواح الأجانب 39%، و هي نسبة مرتفعة مقارنة بالدول المجاورة؛
- احتلت الجزائر المرتبة الخامسة إفريقيا في مجال الإيواء ب 29213 سرير سنة 1985؛
- صدور القانون 86-13 الصادر في 19 أوت 1986، الخاص بإنشاء و عمل المؤسسات المختلطة، و بموجبه تم تحديد الطرق التي يمكن من خلالها للمؤسسة الوطنية خلق شركات مختلطة، كما قامت الحكومة بمنح تحفيزات مالية و جبائية للشركات المختلطة من خلال الحصول على قرض محلي أو خارجي، و الإعفاء من الضريبة العقارية لمدة خمسة سنوات من تاريخ الحصول على العقار، و أيضا الإعفاء من الضرائب على الأرباح (IBS) لمدة ثلاث سنوات و السنة الرابعة تخفيض ب 50%، و السنة الخامسة تخفيض ب 25%؛

¹⁹ وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تقرير حول المخطط الخماسي الأول، سنة 1980.

²⁰ موقع الديوان الوطني للسياحة: <http://www.ont-dz.org/>.

الفصل الثاني: واقع وآفاق السياحة في الجزائر

- بلغت طاقات الإيواء نهاية 1989 إلى 48302 سرير، و نسبة القطاع الخاص فيها كانت 46.5 %²¹

و الجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (07): طاقة الاستقبال نهاية 1989.

النوع / القطاع	العام	الخاص	المجموع	النسبة %
البحري	12182	1145	13327	27.60
الصحراوي	3781	2550	6331	13.10
الحمامات	3588	1528	5116	10.60
الإقليمي	954	76	1030	02.13
الحضري	5337	17161	22498	46.57
المجموع	25842	22460	48302	100
النسبة %	53.5	46.5	100	//

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تقرير حول المخطط الخماسي الأول 1986.

إذا ما قارنا الفترات السابقة أي من سنة 1966 م إلى 1980 م مع الفترة الممتدة من 1980 م إلى 1989 م، نلاحظ أن طاقات الإيواء قد ارتفعت خلال هذه الفترة، كما نلاحظ أن الفنادق الحضرية تحتل المرتبة الأولى، بينما الفنادق الإقليمية تبقى ضئيلة، أي بنسبة 02.13 %. أما التدفقات السياحية بقيت مستقرة مقارنة بالفترة السابقة، إذ تراوحت بين 250000 و 400000 سائح حسب السنوات، و بمعدل سنوي يقدر ب 324000 سائح.²²

²¹ معلومات من وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة 2009.

²² Cnes, contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme, novembre 2002.

المبحث الثالث: آفاق القطاع السياحي في الجزائر.

بالنظر إلى إمكانيات الجزائر السياحية و مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد و في إطار التخطيط على الأمد البعيد، قامت الدولة بإجراء دراسات معمقة لتطوير هذا القطاع مستقبلا و إعطائه المكانة المستحقة، وقد تجسدت سياسة الدولة الجديدة و اهتمامها بالسياحة بوضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحية يعكس الآفاق المستقبلية لهذا القطاع في الجزائر في حدود آفاق 2030، و المخطط في أبعاده المستقبلية يقسم الجزائر إلى (07) أقطاب أساسية، بهدف إنتاج سياحي ذي نوعية يتناسب و مزايا كل منطقة من مناطق الوطن. و سنتطرق في هذا المبحث إلى الاستثمار السياحي في الجزائر، و كذلك إستراتيجية ترقية السياحة و آفاقها في الجزائر و أهمية السياحة المستدامة ضمن إستراتيجية التنمية السياحية.

المطلب الأول: الاستثمار السياحي في الجزائر.

إن الاهتمام بقطاع السياحة ناجم عن كونه مورد اقتصادي هام، و إن الجزائر تدفعها الإرادة حتى تكون طرفا فاعلا في السياحة العالمية أخذا و عطاء، و عليه يؤدي الاستثمار السياحي دورا كبيرا في تفعيل النشاط السياحي إذ يوفر للمؤسسات السياحية و للسياح على حد سواء آفاقا جديدة من حيث تطوير و تدعيم أركان صناعة السياحة. فالاستثمار السياحي يعد من الأنشطة الواعدة التي تتيح فرصا استثمارية قادرة على المنافسة في سوق السياحة العالمية و قد تم ترجمة ذلك فعليا على مستوى البرامج الحكومية التي أعطت إشارة واضحة لدعم تنمية و ترقية السياحة الوطنية.

أولا- إجراءات تشجيع الاستثمار السياحي في الجزائر:

لقد قامت الجزائر منذ الاستقلال بإصدار العديد من القوانين و التشريعات لتشجيع الاستثمار من خلال تضمينها العديد من الحوافز و المزايا، فقد كانت هذه القوانين المتعاقبة نتيجة مواكبة التغيرات و التوجهات السياسية و الاقتصادية المحلية و التقلبات الاقتصادية العالمية، فقد تم صياغة هذه القوانين عليها تكسب الجزائر مناخا استثماريا صائغا يسيل لعاب المستثمرين المحليين و الأجانب، لتتعاقب هذه القوانين منذ غداة الاستقلال إلى غاية يومنا، لعل أهمها ما يلي:

➤ قانون الاستثمار رقم 63-277 الصادر بتاريخ 26 جويلية 1963:

ورثت الجزائر عقب استقلالها ضعف المقومات الأساسية للنهوض بعملية التنمية الاقتصادية، بحيث تم إصدار قانون غداة الاستقلال سنة 1962م أبقى على سريان القوانين الفرنسية باستثناء ما يتعارض منها مع مبادئ ثورة نوفمبر ليتم سنة 1963م إصدار القانون رقم 63-277 لسد الفراغ القانوني في مجال الاستثمار و هذا من أجل الحفاظ على ما هو موجود من منشآت و قواعد صناعية بالإضافة إلى جلب أكبر قدر من

المستثمرين الأجانب. و هذا من خلال الامتيازات الممنوحة من خلال هذا القانون، حيث منح حرية الاستثمار للمستثمرين الأجانب كانوا أشخاصا طبيعيين أو معنويين و حرية التنقل و الإقامة و إعطائهم ضمانات ضد نزع الملكية و قسم هذا القانون المؤسسات إلى مؤسسات معتمدة و أخرى المنشأة عن طريق اتفاقية.

➤ قانون الاستثمار رقم 66-284 الصادر بتاريخ 15 جوان 1966:

بعد تغيير القيادة العليا للبلاد و التوجه أكثر إلى الاشتراكية اهتدت الجزائر إلى سن تشريعات جديدة تواكب هذا التوجه الاقتصادي من خلال صياغة قانون الاستثمار رقم 66-284 المتضمن قانون الاستثمارات للقطاع الوطني و الأجنبي، و الذي يهدف إلى تدفق رؤوس الأموال الأجنبية و نقل التكنولوجيا و توفير مناصب العمل، كما تم تحديد القطاعات التي تحتكرها الدولة، إلا انه يمكن للمستثمرين الخواص الاستثمار في الصناعة بعد الحصول على اعتماد من طرف السلطات الوصية. و قد أقر كذلك قانون ينظم إنشاء الشركات المختلطة في القطاعات الأجنبية.

أما فيما يخص السياسة الاستثمارية اتجاه الأجانب، سمحت السلطات الجزائرية بمشاركة رأس المال الأجنبي في إطار خلق شركات مختلطة بمساهمة رؤوس أموال الدولة عن طريق الشركات الوطنية.²³

➤ قانون الاستثمار رقم 82-11 الصادر بتاريخ 21 أوت 1982:

رغم التعديلات التي جاء بها قانون 1966م، إلا أن استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة نحو الجزائر لم تتحسن، و هذا راجع للنمط الذي كانت الدولة تسير به القطاع الاقتصادي، إلا أن السلطات العمومية قامت بإعادة النظر في التوجهات العامة للاقتصاد الوطني و طرق تسييره، لذا جاء القانون رقم 82-11 المؤرخ في 21 أوت 1982م المتعلق بالاستثمار الاقتصادي الخاص الوطني، حيث منح العديد من الامتيازات فيما يخص شراء الأراضي في المناطق المهيأة و كذا التمويل بالإضافة إلى إعطاء قروض طويلة و متوسطة المدى، و تحديد نسبة المشاركة الأجنبية بحد أقصى لا يتجاوز 49% و قد أوضح الميادين التي يمكن الاستثمار فيها كالصناعات الصغيرة و المتوسطة و الأشغال العمومية و السياحة و النقل البري.

²³ منير خروف، فريحة ليندة، مقاربة في الاستثمار الأجنبي المباشر دراسة نظرية ميدانية، دار الكتاب الجامعي، العين، لبنان، 2017، ص 287.

➤ قانون الاستثمار رقم 86-13 الصادر بتاريخ 19 أوت 1986:

جاء هذا القانون ليتمم و يعدّل ما جاء به القانون 82-11 السابق الذكر من أجل تحفيز أكثر للاستثمارات، بحيث تضمن طرق تشكيل و تسيير الشركات ذات الاقتصاد المختلطة، إذ خصصت هذه التعديلات لتوجيه الاستثمارات الأجنبية و المحلية لخدمة مخططات التنمية، و بذلك يكون قدم حافزا أكثر للمستثمرين و خاصة الأجانب منهم و هذا بتخلي الدولة عن التدخل في التسيير المباشر لهذا الشركات و جعلها مسيرة من قبل مجلس الإدارة، بالإضافة على الإبقاء على نسبة المشاركة الجزائرية العمومية ب 51% على الأقل.

➤ قانون النقد و القرض رقم 90-10 الصادر بتاريخ 14 أفريل 1990:

جاء قانون النقد و القرض الصادر بتاريخ 14 أفريل 1990م لينظم سوق الصرف و حركة رؤوس الأموال و إعادة تنظيم البنوك التجارية و دورها في تمويل الاستثمارات و حدد مهام البنك المركزي، و قد سمح هذا القانون لغير المقيمين الاستثمار في الجزائر، و لكن بعد منحهم قرار مطابقة مشاريعهم الصادر عن مجلس النقد و القرض و قد كان من أهداف هذا القانون إزالة العراقيل أمام الاستثمار الأجنبي و الاستثمار الخاص و المساواة بينه و بين القطاع العام، و من بين الإجراءات التي قدمها إلغاء مجموع الأحكام السابقة و المتعلقة بنسبة الشراكة المحلية و الأجنبية 51% و 49% و ذلك لفتح المجال لكل أشكال مساهمات رأس المال الأجنبي في تنمية الاقتصاد الجزائري.²⁴

➤ قانون الاستثمار رقم 93-12 الصادر بتاريخ 05 أكتوبر 1993:

في ظل التغييرات التي عرفتها الجزائر اتبعت سياسة جديدة و هي فتح المجال للاستثمار الخاص الوطني و الأجنبي في القطاع السياحي، و كذا الشروع في خوصصة قطاع السياحة، و جاء قانون الاستثمار الصادر في 05 أكتوبر 1993م.²⁵

²⁴ خروف منير، فريحة ليندة، مرجع سبق ذكره، ص 288.
²⁵ الجريدة الرسمية رقم 64 الصادرة في 1993/10/10.

الفصل الثاني: واقع وآفاق السياحة في الجزائر

وأهم هذه الامتيازات ما يلي:

الجدول رقم (08): امتيازات الاستثمار الممنوحة حسب قانون 1993.

الجنوب الكبير	الطوق الثاني الجنوبي	المناطق الخاصة	النظام العام	امتيازات النظام
03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	المساعدات على الإنجاز.
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	حقوق التسجيل.
0.5 %	0.5 %	0.5 %	0.5 %	حقوق التسجيل بعقود تأسيس الشركات و رفع رؤوس أموالها.
إعفاء 10 سنوات	إعفاء من 07 سنوات على الأقل	إعفاء من 05 إلى 10 سنوات	إعفاء من 02 إلى 05 سنوات	الرسم العقاري.
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	TVA.
03%	03%	03%	03%	الحقوق الجمركية.
تكفل جزئي أو كلي	50%	تكفل جزئي أو كلي	لاشيء	أشغال المنشآت القاعدية.
امتيازات يمكن أن تصل إلى الدينار الرمزي.	تخفيض 50%.	امتيازات يمكن أن تصل إلى الدينار الرمزي.	إتاوة التأجير بقيمة حقيقية.	التنازل على الأراضي العمومية.
لاشيء	لاشيء	لاشيء	لاشيء	التخصيص على نسبة الفوائد

المصدر: مجلة الاستثمار و الشراكة في السياحة، وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، 1994، ص 15.

و قد تضمن قانون الاستثمار لسنة 1993م عدة ضمانات داخلية و دولية، كمبدأ المعاملة العادلة بين المستثمرين المحليين و الأجانب فيما بينهم، و عدم إمكانية اللجوء إلى تسخير من طرف العدالة إلا في الحالات التي ينص عليها التشريع المعمول به، و كذا ضمانات التحويل أو التنازل مرسوم تشريعي 12/23، الذي نصّ على إمكانية تحويل رأس المال المستثمر الناتج عنه.

➤ قانون تطوير الاستثمار رقم 03-01 الصادر بتاريخ 20 أوت 2001:26

حيث استمرت الحكومة الجزائرية في جهودها الترويجية لجلب الاستثمارات الأجنبية، و ذلك 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، لاسيما المنشآت الضرورية لانجاز الاستثمار، كما تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI، تعويضا لووكالة ترقية و متابعة الاستثمار APSSI ، و لقد قدم هذا القانون امتيازات إضافية للمستثمرين المحليين و الأجانب، و هي كالتالي:

- **النظام العام، و تتمثل هذه المزايا فيما يلي:**
 - تطبيق النسبة المنخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص التجهيزات المستوردة، و التي تدخل مباشرة في انجاز الاستثمارات؛
 - الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة؛
 - الإعفاء من دفع حقوق رسم نقل الملكية.
- **النظام الاستثنائي عند انجاز الاستثمار، يستفيد من المزايا التالية:**
 - الإعفاء من دفع حقوق نقل الملكية؛
 - تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة منخفضة قدرها %02 .
- **أما فيما يخص العقود التأسيسية و الزيادات في رأس المال، تكفل الدولة جزئيا أو كليا بالمصاريف بعد تقييمها من طرف الوكالة، كما يلي:**
 - ✓ عند انطلاق الأشغال:
 - الإعفاء لمدة 10 سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على أرباح الشركات؛
 - الإعفاء لمدة 10 سنوات ابتداء من تاريخ الاقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار.
 - ✓ إستراتيجية الخصخصة الجزائرية في قطاع السياحة: تميزت مرحلة خصخصة المؤسسات السياحية الجزائرية بتحديد الإطار القانوني الضروري لتطوير الاستثمارات، و كذلك تدهور الأوضاع الأمنية، هذا انعكس سلبا على القطاع السياحي، إذ تراجع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر من سنة 1990م إلى غاية 1996م، بحوالي 359895 سائح إلى 18000 سائح، و لكن مع رجوع الاستقرار و الأمن إلى الوطن عاد الانتعاش إلى القطاع، إذ بلغ رقم الأعمال لفرع

²⁶ الجريدة الرسمية رقم 47 الصادرة في 2002/08/22.

الفصل الثاني: واقع وآفاق السياحة في الجزائر

السياحة 3.622 مليون دينار جزائري، أي ما يعادل 26% مقارنة بنفس الفترة لسنة 1999، و
الجدول التالي يوضح الفنادق التي عرضت للخصوصية:

الجدول رقم (09): الفنادق التي عرضت للخصوصية.

المدينة	الفندق	المساحة	عدد الغرف	الغرف الفاخرة	قدرة الإطعام
غرداية	ميزاب	26827	141	9	400
تيزي وزو	عمرارة	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	/	125
عنابة	الشرق	2939	49	/	1125
الجزائر	السفير + السوفيتال	/	/	/	/
الجزائر	البيير الأول	3695	/	40	160
سطيف	الهضاب	1105	308	26	334
باتنة	شيلية	143645	68	03	186
عنابة	سيبوس	9996	71	03	200
الطارف	الرمجان	23000	288	/	200
وهران	الكبير	/	103	02	180
وهران	الشاطوناف	2344	81	04	160

المصدر: وزارة السياحة، بتصرف.

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أن القطاع العمومي قد أنشأ مشاريع سياحية ذات سعة متوسطة، في مواقع إستراتيجية هامة من الناحية السياحية، إلا أن التهاون و عدم نجاعة التسيير، و سياسة الاتكال أدت بهذه المؤسسات إلى عدم تأدية دورها المنوط بها.

➤ الأمر رقم 08-06 المؤرخ في 20 أوت 2006:

يهدف هذا الأمر إلى تعديل و تتميم بعض أحكام الأمر رقم 03-01 بحيث تم تحديد قائمة النشاطات و السلع و الخدمات المستثناة من المزايا المنصوص عليها في هذا الأمر عن طريق التنظيم بعد رأي مطابق من المجلس الوطني للاستثمار، كما تم تقليص مدة منح الاستفادة من المزايا الخاصة بالانجاز إلى 72 ساعة، و 10 أيام بالنسبة للمقرر المتعلق بالمزايا الخاصة بالاستغلال بعدما كانت المدة أقصاه 30 يوم، بالإضافة إلى منح عدة امتيازات جبائية و شبه جبائية للمستثمرين من أجل تحفيز أكثر للاستثمارات.

➤ القانون رقم 09-16 مؤرخ في 3 أوت 2016:

يهدف هذا القانون المتعلق بترقية الاستثمار إلى تعديل أحكام الأمر رقم 03-01 و جاء هذا القانون نتيجة الحركة الواسعة للإصلاحات و ضرورة تكيف القوانين بما يتماشى مع السياسة الجديدة مترجما الانفتاح و التكيف مع المتغيرات العالمية.

كما يهدف هذا القانون حسب المادة الأولى منه إلى تحديد النظام المطبق على الاستثمارات الوطنية و الأجنبية المنجزة في النشاطات الاقتصادية لإنتاج السلع و الخدمات، حيث تم تصنيف الاستثمارات السياحية من قبيل الاستثمار المنصب على النشاطات ذات الامتياز المنصوص عليها في المادة 15، و في حالة وجود عدة مزايا من نفس الطبيعة تطبق المزايا الأصلح و الأفضل للمستثمر السياحي و لا يمكن الجمع بين الامتيازات، و تتضمن المزايا المنصوص عليها في هذا القانون حسب المادة السابعة من نفس القانون على المزايا التالية:27

- المزايا المشتركة لكل الاستثمارات القابلة للاستفادة؛
- المزايا الإضافية لفائدة النشاطات ذات الامتياز و/أو المنشئة لمناصب الشغل؛
- المزايا الاستثنائية لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني.

و بهدف ضمان استثمار سياحي متوازن حول المشرع الجزائري من خلال هذا القانون للمستثمر الأجنبي نفس المزايا التي يتمتع بها المستثمر المحلي، دون وجود أية تفرقة تذكر حول المزايا و الحوافز، إذ تكون المعاملة عادلة ما بين المستثمر الأجنبي و المستثمر المحلي فيما يخص الحقوق و الواجبات المرتبطة باستثمارهم.

²⁷ المادة 07 من القانون 16-09 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة بتاريخ 3 أوت 2016، ص19.

ثانيا- أسباب تشجيع الاستثمار السياحي في الجزائر:

يمثل الاستثمار في السياحة فرصة كبيرة للربح الذي يسعى إليه كل مستثمر، و يرجع ذلك لعدة أسباب أهمها كون الجزائر تزخر بثروات سياحية هامة إذا ما استغلت بالطريقة المناسبة ستجعلها قطبا سياحيا عالميا، إضافة إلى أسباب أخرى تتمثل في:²⁸

- تعدد و تنوع المناطق السياحية في الجزائر، مما يؤدي إلى اختلاف منتجاتها السياحية؛
- توفر ثروات طبيعية و تراث تاريخي و ثقافي و ديني مميز و متنوع بتنوع المناطق؛
- يمكن ممارسة كل أنواع و أصناف السياحة: بحرية، سياحة أعمال، صيد، سياحة ثقافية، رياضية... الخ؛
- اعتبار قطاع السياحة قطاع مهم و ذو أولوية و مزاياه مضمونة للدولة و للمستثمر؛
- احتياج الدولة إلى استثمارات في ميادين النقل الداخلي و الخارجي و وكالات و مكاتب السفر و السياحة، و الاستثمار في مرافق الترفيه السياحي المتمثلة في مراكز التسلية و الألعاب و ملاعب رياضية و غيرها، و الاستثمار في هذا الميدان يعزز البنية السياحية و يخدم أهدافها.

المطلب الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر حسب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030.

تشكل السياحة المحرك الجديد للتنمية المستدامة و دعم النمو و تعتبر المحرك الرئيسي لقطاع الخدمات في الاقتصاد بسبب قدرتها على تكوين الثروة و منح فرص العمل و توليد الدخل المستدام، لذلك تعتزم الجزائر إعطاء بعد جديد للسياحة في حدود ما تحتويه من إمكانيات و مواطن قوة، حيث قامت بإعداد مخطط وطني شامل للتنمية السياحية يمتد تجسيده إلى غاية سنة 2030.

²⁸ قويدر معيزي، محمد لمين مراكشي، مرجع سبق ذكره، ص 174.

أولا- الإدارة السياحية الجديدة و المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

أولت الجزائر في إطار إستراتيجيتها الجديدة للتنمية السياحية، أهمية خاصة إلى تجارب بعض الدول المجاورة و الدول التي حققت نجاحا في مجال السياحة، و التحدي الآن هو تنمية السياحة الداخلية و العمل على إدراجها ضمن الشبكة التجارية للسياحة في العالم و العمل على ظهور الوجهة الجزائرية كمقصد سياحي مرجعي على الصعيد الدولي، حيث أن بناء وجهة وطنية بالمواصفات الدولية يتطلب تحديد مقاربة منظمة و مستدامة، تمكن من توفير قراءة صحيحة و رؤية واضحة لتكريس وجود اقتصاد سياحي بديل للموارد غير المتجددة مثل النفط و الغاز، إذ تؤكد النصوص التشريعية سارية المفعول إرادة الدولة في الحفاظ على البيئة، و تحسين البيئة المعيشية، و تثمين المؤهلات الطبيعيّة و الثقافيّة و تعزيز التراث السياحي الوطني.²⁹

و في إطار إستراتيجيتها الوطنية لتطوير القطاع السياحي في الجزائر قامت وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة سنة 2008م، بالإعلان عن نظرتها المستقبلية في وثيقة عرفت بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030م (Schéma Directeur De L'Aménagement Du Tourisme) ، التي تعبر عن فلسفتها الجديدة المبنية على أسس التنمية المستدامة، حيث يعدّ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2030) ثمرة جهد لمسار طويل من الأبحاث و الاستطلاعات و الدراسات و الخبرات، و هو نتاج (Brinstorming) لمشاورات واسعة أجرتها وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة مع مختلف الفاعلين الوطنيين و المحليين العموميين و الخواص، طيلة أطوار الجلسات الجهوية للنقاش المفتوح حول السياحة في الجزائر، إذ يشكل إنجاز هذا المخطط بجميع مراحل (تصميم، تنفيذ و متابعة) تحديا كبيرا بالنسبة لجميع المهتمين بقطاع السياحة على مختلف المستويات: فندقيين، أصحاب المطاعم، مسافرين، مرشدين، متعاملين و جمعيات.³⁰

²⁹ Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme Algérienne, livre 05, 2008

³⁰ Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme Algérienne, *livre 05*, 2008, p 02.

ثانيا- أهداف المخطط:

يسعى المخطط إلى تحقيق جملة من الأهداف العامة على المدى البعيد و المادية و النقدية على المدى المتوسط كما يلي:

➤ **الأهداف العامة للمخطط:** يهدف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى تحقيق خمس أهداف رئيسية تتمثل فيما يلي:³¹

- جعل السياحة أحد محركات النمو الاقتصادي من خلال المساهمة في استحداث مناصب الشغل و تحسين التوازنات الكبرى كالميزان التجاري و ميزان المدفوعات؛
- توسيع الآثار المترتبة عنه إلى القطاعات الاقتصادية الأخرى (الزراعة، الصحة و السكان، الصناعة، الحرف و الخدمات)، بإدماج الفكر السياحي لدى مختلف المتعاملين في مجال النقل، المدينة و العمران، البيئة، الجماعات المحلية، التكوين..... إلخ؛
- التوافق بين الترقية السياحية و البيئة؛
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي و الشعائري؛
- التحسين المستمر لصورة الجزائر.

➤ **الأهداف المادية و النقدية للمخطط للفترة 2008-2015:**³²

بتوقع دخول 2.5 مليون سائح إلى الجزائر في آفاق سنة 2015م، فإن التنبؤات تشير إلى أنّ هذا العدد يلزمه 75000 سرير ذات نوعية جيدة، لذلك تمّ إدراج نصفها ضمن المشاريع ذات الأولوية، أي ما يقارب 40000 سرير سيتم إنجازها وفق المعايير الدولية، منها 30000 سرير فخم في المدى القصير، بينما سيتم إنجاز 10000 سرير إضافية في المدى المتوسط، كما يهدف المخطط إلى توفير حوالي 400000 منصب شغل (مباشرة و غير مباشرة)، و خلق 91000 مقعد بيداغوجي للتكفل بتكوين المختصين في القطاع.

أما فيما يخص الجانب المالي فإن قيمة الاستثمارات المتوقعة للفترة (2008-2015) تقدر ب 2.5 مليار دولار أي بمعدل 350 مليون دولار سنويا، تمثل الاستثمارات العمومية ما نسبته 15% من إجمالي الاستثمارات أي أن السلطات العمومية ستتكفل بما قيمته 375 مليون دولار على مدار السبع سنوات بالنسبة لأقطاب الامتياز السبعة بمعدل 54 مليون دولار سنويا، حيث تقدر تكلفة السرير الواحد ب 60000 دولار مقسمة بين 55000 دولار استثمارات مادية و 5000 دولار كاستثمارات غير مادية.

³¹ Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme Algérienne, *livre 01*, 2008, p 22.

³² Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme Algérienne, *livre 02*, 2008, pp 17 – 18.

ثالثا- المشاريع ذات الأولوية للمرحلة (2008-2015):

حدّد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية العديد من المشاريع كأولوية وطنية لتحقيق التنمية السياحية في الجزائر، منها ما هو في طور الإنجاز و منها ما هو في مراحل متقدمة من عمليات إرساء الصفقة، تتمثل هذه المشاريع فيما يلي:³³

- مشاريع الاستثمار السياحي الوطني؛
- فنادق سلسلة من شأنها توفير 29386 سرير في جميع الأصناف؛
- تخصيص أراضيات جديدة للتوسع السياحي، و استحداث أكثر من عشرين قرية سياحية ذات الامتياز ، سيتم انجازها وفق ما يلبي الطلب العالمي و الوطني، وهذه القرى موزعة عبر مختلف مناطق و جهات الوطن؛
- حضائر إيكولوجية و سياحية (Dounia Parc) بكل من عنابة، قسنطينة، الجزائر، وهران و حضائر الواحات بالجنوب؛
- مراكز الصحة و العلاج و التقوية البدنية: حمام قرقور، حملم ملوان، و شريعة؛
- إطلاق 80 مشروعا سياحيا على مستوى أقطاب الامتياز السبعة مما يوفر 5986 سرير و حوالي 8000 منصب شغل.

رابعا- الحركيات الخمس لبعث السياحة في الجزائر:

تضمّن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية عرضا شاملا لمرتكزات الفلسفة الجديدة، التي من شأنها إعادة بعث القطاع السياحي في الجزائر، في شكل مخططات أطلق عليها اسم الحركيات الخمس (**Les cinq dynamiques**)، لتحقيق إنعاش سريع و مستدام للسياحة، تضمن إعادة الجزائر إلى وضعها الجيوستراتيجي على الساحة الدولية، من خلال المكان و الدور الذي يتعين على السياحة الجزائرية أن تلعبه ضمن آفاق التحكم في الرّهانات التي تقوم عليها أي سياسة للتنمية المستدامة³⁴، و تتمحور هذه الخطة حول تدعيم صورة الجزائر، الترويج للمنتج الجيد، عرض التجهيزات ذات الامتياز على مستوى الأقاليم الأكثر جاذبية، توفير إطار عام للتنمية يجمع بين الدولة، الجماعات المحلية، الجمعيات، المهنيين العموميين و الخواص، النظام التربوي و مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى، مما يؤدي إلى خلق جو من التنافس بين

³³ Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme Algérienne, *livre 02*, 2008, pp 18 – 19.

³⁴ Ministère du l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme Algérienne, *livre 02*, 2008, p 20.

مجموع الشركاء العموميين و الخواص، يجب أن يدعم بإستراتيجية عملية للتمويل تستهدف مرافقة المتعاملين، المرقين، و المستثمرين على حد سواء، و فيما يلي عرض مختصر لتلك الحركيات:

➤ **مخطط وجهة الجزائر:** تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية، و أيضا من غياب الترويج و الاستثمار السياحي، لذا عليها اختيار أوراقها القوية بغية تحسين صورتها، حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة، و تبقى ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية لتصبح وجهة سياحية كاملة و تنافسية، تكون أبرز ملامحها الأصالة، الابتكار و النوعية، و عليه يجب تعزيز جاذبية وجهة الجزائر ببناء صورة متميزة عنها في ذهنية المستهلكين على مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها و الأسواق المستهدفة، باستخدام كل وسائل التسويق و الترويج التقليدية (الإشهار، رجال البيع، ترقية المبيعات و العلاقات العامة) و الحديثة (التسويق المباشر و عن طريق شبكة الانترنت).

➤ **الأقطاب السياحية للامتياز³⁵:** تهدف الحركية رقم (2) إلى تحقيق تحول الجزائر إلى بلد سياحي إلى هيكلة أقطاب سياحية قوية الامتياز، معترف بها كنموذج من طرف السوق السياحية الدولية و يتعين أن تسمح هذه الأقطاب بهيكلة الإقليم الجزائري، و المساهمة بطريقة فعالة في تشكيل الصورة السياحية للجزائر و بروز وجهة الجزائر.

فالقطب السياحي هو توليفة في فضاء جغرافي معين للقرى السياحية للامتياز (تجهيزات، إيواء و ترفيه) و الأنشطة السياحية و المسارات السياحية، بالتنسيق مع مشروع التنمية الإقليمية، و يستجيب لطلب سوق و يتوفر بالضرورة على استقلالية كافية حتى يستطيع الإشعاع على المستوى الوطني و الدولي.

فالقطب السياحي، قطب متعدد الأبعاد، إذ يدمج عدة أنواع من المنطق الاجتماعي(الحاجيات الأولية لسكان المنطقة) و الثقافي، و الإقليمي، و التجاري (الأخذ بعين الاعتبار لتطلعات السوق) و محيطه الجغرافي الذي يمكن أن يدمج أو لا يدمج واحدة أو عدة مناطق و أراضيات للتوسع السياحي. و يدور حول موضوع رئيسي من أجل انسجام موقعه، غير أنه يحيل أيضا على مواضيع أخرى من أجل تفادي أن يكون وحيد الوظيفة. فالأقطاب السياحية مدعوة الآن لأن تصبح " واجهات رمزية" حقيقية لوجهة الجزائر الجديدة، ووجهة سياحية مستدامة، تنافسية، مبدعة، أصلية و نوعية.

و يقوم تصميم الأقطاب السياحية للامتياز على اجتماع عدة معايير، أسفر عنها سبعة أقطاب سياحية للامتياز و تروي هذه الأقطاب السياحية السبعة الإقليم الوطني، و يتكون كل قطب سياحي من عدة

³⁵ وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، **الكتاب 03 " الأقطاب السياحية السبعة للامتياز**، 2008، ص ص 05-06.

مكونات وفقا لقدراته و جاذبيته الإقليمية، الأمر الذي سمح بتعريف موضوعات رئيسية و مهيمنة تشكل علامة صورته الرئيسية.

الأقطاب السياحية للامتياز التي تم تعريفها هي:

1. **القطب السياحي للامتياز شمال شرق:** عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس،
نسبة.....
2. **القطب السياحي للامتياز شمال وسط:** الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى،
المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية.
3. **القطب السياحي للامتياز شمال غرب:** مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، سيدي بلعباس،
غليزان.
4. **القطب السياحي للامتياز جنوب شرق:** الواحات، غرداية، بسكرة، الواد، المنبوعة..
5. **القطب السياحي للامتياز جنوب غرب:** توات القرارة: طرق القصور، أدرار، تميمون، بشار..
6. **القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير:** طاسيلي ناجر: إيليزي، جانت..
7. **القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير:** الهقار، تمنراست.

➤ مخطط النوعية السياحية: 36

أصبحت النوعية اليوم مطلبا ضروريا، في الدول السياحية الكبيرة، إنها الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني، فهو يركز على التكوين و تعليم الامتياز كما يدرج تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم، و تهدف الحركية الثالثة إلى:

- 1) إطلاق مخطط لنوعية السياحة مع الرغبة في الانضمام لعلامة موحدة "النوعية السياحية"
و هي حصيلة كل مسعى نوعي.
- 2) التوقيع، منذ الآن، ضمن منظور تحسين النوعية و العرض السياحي و تشجيع ترقيته في
الجزائر و في الخارج.
- 3) بعث ديناميكية تقويم و ترقية الوجهة السياحية للجزائر.

يرمي مخطط النوعية للإجابة على ثلاثة أسئلة:

³⁶ وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، الكتاب 02، "المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، 2008، ص، ص 47-48.

- لماذا المخطط النوعي للسياحة؟: المقصود به هو التطبيق الجيد، بالمثالية و بالرفع المهني هو: تحسين النوعية و تطوير العرض السياحي، منح رؤية جيدة للمحترفين، حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية، نشر صورة الجزائر و ترقية كوجهة نوعية و اعتلاء موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية.
- **مخطط النوعية السياحية، مع من؟**: يعتمد مخطط النوعية السياحية على التعرف على المؤسسات الشريكة، و يتعلق تنفيذه في المرحلة الأولى بأربعة شركاء:
 - الحصة الكبرى من الحظيرة الفندقية (200 فندق مصنف أو يعاد تصنيفه)؛
 - الإطعام الفاخر؛
 - وكالات السياحة و السفر؛
 - الغرف السياحية المحلية الرئيسية.
- **كيفية تنفيذ مخطط نوعية السياحة الجزائرية؟**: تتمثل إجراءات و آليات تنفيذ مخطط نوعية السياحة فيما يلي:
 - الإعلان عن أهداف مسعى مخطط نوعية السياحة و تحديد التزاماته؛
 - تقييم التزامات المحترفين على مستوى:
 1. الإعلام و الاتصال؛
 2. الاستقبال المشخص؛
 3. كفاءة العمال؛
 4. مراقبة الأماكن (المواقع)؛
 5. النظافة و الصيانة؛
 6. تثمين المورد المحلي.
 - إبرام عقود الرخص " النوعية السياحية" مع المؤسسات التي تنخرط في مسعى النوعية؛
 - تقويم المحترفين بإيجاد ختم " السياحة النوعية الجزائرية" توضع على مدخل مؤسساتهم.

➤ مخطط الشراكة العمومية- الخاصة: 37

وصلت السياحة إلى مرحلة ستصبح فيها الفرع الاقتصادي الأكثر أهمية على المستوى العالمي، و تشتترط من الآن فصاعدا الرؤية الشاملة فهي التعبير الأكثر تبشيرا للحميمية الجديدة على المستوى العالمي أو بالأحرى

³⁷ وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، مرجع سبق ذكره، ص، ص 50-51.

على المستوى الوطني و المحلي، إن تأثيراتها الاجتماعية، الاقتصادية، المالية، السياسية، الثقافية، و طبعا البيئية، تستدعي عمل متفق عليه، يركز على مقاربة بين الأنظمة، حيث أصبحت السياحة المكان المميز للتفكير، النقاش و تبادل الخبرات حول إشكاليات الديمومة، التوازن بين البيئة، الاقتصاد، المجتمع و الثقافة في إطار التنمية المستدامة للسياحة.

حيث لا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال عمومي و خاص، إذ أنه يمكن الحديث عن شراكة عمومية-خاصة، عندما يتحرك المتعاملون العموميون و الخواص، سوية للاستجابة الأكثر فعالية للطلب الجماعي، عن طريق تقسيم الموارد، الأخطار و الأرباح، و حين يلعب كل واحد دوره: الدولة و القطاع الخاص.

تلعب الدولة و الجماعات المحلية دورا ضروريا في المجال السياحي، خاصة في تهيئة الإقليم و حماية المناظر العامة، و وضع المنشآت كالمطارات و الطرق في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام و الأمن، تدير المتاحف و الصروح التاريخية....، و تصون الصورة الرفيعة للبلاد و المواقع بواسطة سيايتها و عمليات الاتصال.

و يضمن القطاع الخاص أساسيات الاستثمارات و الاستغلال السياحي، كما يثمن و ييسق الخدمات التي تضعها الدولة تحت التصرف، و يحتاج إلى حركة كبيرة لمباشرة الإنتاج و تسويق الخدمات داخل البلدان الموفدة، كما يلزمه إطار تنظيمي مشجع، و تشريع ضريبي و اجتماعي مكيف مع طبيعة نشاطه.

هناك حاجة لإيجاد حلول متجددة في مجال الشراكة العمومية – الخاصة في الميادين الرئيسية للسياحة، خاصة النقل و الإيواء، و يتوجب تمويل المشاريع السياحية، مثلا، أن يثبت دائما التجديد في حل المعادلات الصعبة: كثافة رأسمالية كبيرة و هامش استغلال ضعيف مرتبط بالموسمية. الأمر الذي يتطلب البحث عن شراكة عمومية – خاصة عند الاستثمار و عند الاستغلال.

➤ مخطط تمويل السياحة: 38

السياحة صناعة ثقيلة ذات عائد استثماري بطيء و هي ثمرة مادة معقدة لا يتحكم المتعاملون في كل معالمها، و هي تتطور بشكل خاص حسب: أمن الأفراد و الممتلكات، العدد الكافي في هياكل الاستقبال و المناخ المشجع و أيضا شروط التمويل.

و هو قطاع هش بالنظر لتطور التنافس الدولي المتزايد و المثير، و صور تضارب المصالح بين القطاع العمومي و المتعاملين الخواص، كما أنها نشاط صناعي محدث لمناصب الشغل، خاصة للشباب و النساء، و هي مدرة لمداخل خارجية هامة، و هي تشجع على الانفتاح على الآخرين، محدثة بذلك الغناء الفكري، و يهدف مخطط تمويل السياحة، بحكم أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري بطيء، فإن عملية تحسين الربح الداخلي منها، كهدف للشريك، المرقى و المطور، تتطلب إيجاد دعم و مرافقة من الدولة في العمليات الخمس، و هذا هو دور مخطط التمويل:

1. حماية و مرافقة المؤسسات السياحية الصغيرة و المتوسطة ؛
2. السهر على تجنب المشاريع السياحية من التوقف؛
3. جذب و حماية كبار المستثمرين الوطنيين و الأجانب؛
4. تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية و المالية؛
5. تسهيل و تكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية، و خاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار (قيد الدراسة على مستوى الحكومة).

الأخذ بعين الاعتبار لخصوصية هذا القطاع، في ببطء عائداته، و تحديد ذلك و وضعه في مخطط التمويل لدعم الأنشطة السياحية و المرقين و المطورين و جذب المستثمرين المحليين و الأجانب، أما فيما يخص محتوى مخطط تمويل السياحة، فيتعلق الأمر بمرافقة المستثمرين، المرقين و أصحاب المشاريع (للمساعدة في أخذ القرار، في تقدير المخاطر و في تمويل عتاد الاستغلال)، و تخفيف إجراءات منح القروض البنكية، و منح الحسم و كذلك التمديد في مدة القرض.

³⁸ وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، مرجع سبق ذكره، ص، ص 57-58.

المطلب الثالث: مكانة السياحة المستدامة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 والتحديات التي تواجهها.

تعتبر السياحة من أهم النشاطات الاقتصادية في العالم المعاصر، كما تعد محركا قويا للتنمية الاقتصادية المستدامة، نظرا لما يمكن أن تدره من مداخيل و ما توفره من مناصب شغل لفائدة المجتمعات المحلية، و لا شك أنها تشكل اهتماما كبيرا في معظم دول العالم، مما جعلها تعمل بصفة مستمرة على تطويره و حمايته من كافة المخاطر و الآثار السلبية التي قد تلحق الضرر بالمقاصد السياحية، لذلك هناك اتجاه عالمي نحو أنواع بديلة من السياحة، إذ تعد السياحة المستدامة أحد أهم تلك الأنواع في عصرنا الحالي، و لعل ما تزخر به الجزائر من معالم سياحية متنوعة يمكنها أن تكون دولة رائدة في مجال صناعة السياحة المستدامة التي تعد من أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030.

أولا- مفهوم السياحة المستدامة:

السياحة المستدامة تعني " تحقيق مستوى الرفاهية للأجيال الحالية التي تأتي من السياحة، مع عدم الإضرار بحصّة الأجيال القادمة من هذه الرفاهية، و المقصود بالأجيال الحالية و القادمة كلا من السائح و السكان المحليين في مناطق الجذب السياحي التي تتوفر فيها الموارد المختلفة، و بالتالي فإن السائح الحالي يستفيد من مشاهدة هذه المواقع و التمتع بها سواء كانت طبيعية أو تراثية أو غيرها، و من ثم عليه عدم الإضرار بها تاركا إياها للأجيال القادمة من السياح ليستفيدوا منها، أما سكان المناطق القريبة من المواقع السياحية فعليهم عدم استغلال مواردها بشكل يسيء إلى ديمومتها للأجيال القادمة ليستفيدوا من المردود المالي المتأتي من زوارها."

كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة على أنها: " تلك السياحة التي تلبي احتياجات السياح و المواقع المضيفة إلى جانب حماية و توفير الفرص للمستقبل، و إنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية، و يتحقق معها التكامل الثقافي و العوامل البيئية و التنوع الحيوي و دعم نظم الحياة."

ثانيا- محدودية البعد البيئي في إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر:

قد ضجت سياسات التنمية السابقة في إطار تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للبلاد بموروث طبيعي و ثقافي لا يعوض بالنسبة للصحراء الجزائرية، و تسببت لا حصر لها بهذه المناطق منها:39

- ظاهرة صعود المياه التي تعاني منها منطقة واد سوف، بقضائها على أشجار النخيل و هدم الغيطان التي تشكل موروثا اجتماعيا ذو جذور عميقة في الثقافة الصحراوية؛
- الأضرار التي مست نظام الواحات المتجانسة بمنطقة واد ميزاب و المصنفة كمناطق محمية على المستوى العالمي؛
- تشوه الجانب الهندسي و التاريخي للمجالات المبنية على مستوى المناطق الأثرية و التاريخية المصنفة ضمن التراث العالمي، و ظهور أشكال جديدة لا تعبر عن الهوية الصحراوية؛

من جهة أخرى، على الرغم من تقسيم التراب الوطني إلى مناطق التوسع السياحي من أجل الارتقاء بالسياحة الجزائرية، إلا أنها بقيت تراوح مكانها، و ذلك ما أدى إلى محدودية البعد البيئي في إستراتيجية التنمية السياحية بسبب سوء التسيير السياحي، لذلك فقد أعطت الدولة أهمية خاصة للتنمية السياحية المستدامة في إطار إستراتيجيتها الجديدة لتطوير القطاع على المدى البعيد، وفق ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في أفق 2030.

ثالثا- مكانة السياحة المستدامة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

لقد تضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مصطلح الاستدامة للتنمية السياحية في الجزائر، للتعبير عن توجه جديد للدولة نحو تبني مفهوم حديث للسياحة، يأخذ بعين الاعتبار المتغيرات البيئية في تحديد الإطار الإستراتيجي للسياسة السياحية في الجزائر، لتعلن الدولة من خلاله عن نظرتها للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الأفاق على المدى القصير 2009، المتوسط 2013، الطويل 2030، و بالتالي تبنيها لمفهوم جديد للسياحة يستند في مضمونه على الأبعاد المختلفة للسياحة المستدامة، كما يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أن السياحة صناعة فنية توفق بين ترقية السياحة و البيئة مثلما جاء في الأهداف العامة له، و هو ما يعكس وعي الوزارة الوصية بأهمية الحفاظ على المحيط و حمايته من التدهور، حتى نضمن الحفاظ عليه للأجيال المقبلة، و لذلك عمدت الدولة إلى تقسيم المواقع الساحلية أو الواقعة بالقرب من الساحل إلى مناطق التوسع السياحي، تبعا لخصائص كل منطقة مع مراعاة الجانب البيئي، حيث أن مختلف هذه المناطق تشكل أقطاب سياحية، و ذلك من أجل التحكم الجيد في تسييرها، إذ يعد هذا المخطط جزء من المخطط الوطني

³⁹ فؤاد بن غضبان، تخطيط السياحة البيئية ودوره في توفير الحماية وتنمية المجتمع المحلي بالمناطق الساحلية، دراسة تطبيقية بولاية الطارف -الجزائر-، مجلة العمران والتقنيات المتعارف عليها، 2015، ص، ص 274 - 275.

لتهيئة الإقليم الذي يبرز الكيفية التي تعترم الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي العدالة الاجتماعية، الاقتصادية و الدعم الايكولوجي ضمن أطر التنمية المستدامة للبلاد آفاق العشرين سنة المقبلة، كما أنه أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين المؤهلات الطبيعية، الثقافية و التاريخية للبلاد، و وضعها في خدمة السياحة في الجزائر، بهدف تحقيق القفزة المطلوبة لجعل السياحة أولوية وطنية، يجب النظر إليها على أنها لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة لأنها تشكل بديلا للمحروقات.⁴⁰

غير أن نجاح تطبيق هذا المخطط يجب أن يكون في تناسق مع برامج المحافظة على البيئة و الاهتمام بالمحيط و حمايته من التلوث، ذلك أن الحديث عن التنمية المستدامة لا ينبغي أن يكون بصورة بيداغوجية، و إنما باحترام مبادئها لاسيما في بعدها البيئي.⁴¹

رابعاً- تحديات تحقيق الاستدامة في تنمية القطاع السياحي:

هناك عدد كبير من التحديات التي تواجه عمليات تنمية القطاع السياحي بصورة مستدامة أبرزها ما يلي:⁴²

1. مراعاة احتياجات الفقراء في أي مجتمع من خلال ما توفره السياحة من فرص عمل، مما يتطلب التركيز على توسيع منافع قطاع السياحة ليمتد إلى المناطق و الطبقات الفقيرة و في نفس الوقت تقليل الآثار السلبية لتكون عند حدودها الدنيا بالنسبة لهذه المناطق و الطبقات، مع ضرورة إشراك المجتمعات المحلية في جميع جوانب عمليات التنمية، إضافة إلى العمل على توظيف أكبر قدر من منافع السياحة خاصة في الدول النامية؛
2. احترام القيم الاجتماعية و الثقافية للمجتمع، مما يتطلب تفعيل جهود مختلفة الأطراف لمراعاة الاستدامة في التنمية السياحية للموارد الطبيعية و الحضارية في وجهات السياحة المقصودة و ضمان سلامتها؛
3. درجة الوعي البيئي لدى جميع الوحدات المسؤولة، مما يتطلب تكثيف الجهود لخلق الاهتمام بالبيئة من قبل تلك الوحدات بدءا من إعلام السكان المحليين بالمنافع التي تحققها التنمية السياحية المستدامة، ثم تعزيز روح المسؤولية لدى السياح في تعاملهم مع مكونات البيئة، وتحسين المؤسسات التي تشكل قوام الصناعة السياحية بأهمية الإدارة البيئية وتشجيعهم على تبني الاستدامة.

⁴⁰ عمار عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة باتنة، 2010-2009، ص 127.

⁴¹ العايب أحسن، زرقين عبود، أهمية السياحة المستدامة ضمن إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر، مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية، العدد 14 - 2017، الجزائر، ص 310.

⁴² نفس المرجع السابق ص 310.

خلاصة الفصل الثاني:

تتوفر الجزائر على إمكانيات سياحية لا بأس بها، سواء كانت طبيعية أو بشرية، أو حتى مادية في الظروف الراهنة، إلا أن عدم التركيز على هذا القطاع والاهتمام به، جعله قطاعا هامشيا، هذه الإمكانيات كان قد اعترف بها المستعمر آنذاك، واهتم بها وشجع على الاستثمار فيها، وبالتالي الشيء الذي يقال عن القطاع السياحي في الجزائر، أنه يشكو من التهميش من القائمين عليه، خاصة وأن الظروف الراهنة ملائمة جدًا، وهذا ما نتمناه مطلع سنة 2030. وبالتالي ما يمكن استنتاجه من خلال دراستنا، هو أن الجزائر تتوفر على إمكانيات طبيعية هائلة، يمكن أن تجعل من السياحة الجزائرية قطبا سياحيا من الدرجة الأولى، كما أن اهتمام السلطات بعد الاستقلال بقطاعات أخرى على حساب القطاع السياحي، ساهم كثيرا في إضعاف هذا القطاع، وتعتبر مرحلة التسعينات أو مرحلة اللأمن في الجزائر، المرحلة التي قضت على الآمال التي كانت قائمة للنهوض بهذا القطاع، لما أصاب الجزائر من عزلة، وعزوف السائحين الأجانب للدخول إلى الجزائر.

الفصل الثالث:

السياحة الجزائرية ومقارنتها مع

بعض التجارب العربية الناجمة

(تونس والمغرب)

مقدمة الفصل الثالث:

يشهد الجزء الشمالي من القارة الأفريقية حركة سياحية لا بأس بها، مقارنة مع السياحة الأوروبية والأمريكية، إذ نجد مصر وتونس والمغرب تعرف نموا وانتعاشا سياحيا ملحوظا، و زيادة إشغال الفنادق فيها، إذ تشكل هذه الدول الوجهات السياحية الأولى في أفريقيا للعديد من السواح الأوروبيين والأمريكيين، ونموذج من النماذج العربية الناجحة، إذ أعطت حكومات هذه الدول أهمية كبيرة للقطاع السياحي فيها و قناعة منها بأن القطاع السياحي يكتسي أهمية كبيرة في تنمية اقتصاداتها، و حل المشكلات الاقتصادية و الاجتماعية التي تواجهها، و هذا بتحديثه و تطويره لجلب السياح العرب و الأجانب.

ولهذا ارتأينا أخذ تونس والمغرب كعينة من أجل إجراء مقارنة سياحية بين الواقع السياحي لهذه الدول مع الواقع السياحي للجزائر، لما لهذه الدول من تقارب من حيث الخصائص الجغرافية ووقوعها على نفس الشريط، وسنقتصر في مقارنتنا هذه على أهم المؤشرات السياحية في قضايا التنمية لهذه الدول.

ونهدف من وراء هذه المقارنة إلى معرفة المكانة الحقيقية للقطاع السياحي الجزائري من السياحة الدولية بصفة عامة، والسياحة العربية بصفة خاصة، وبالتالي عند الوصول إلى مكانة السياحة الجزائرية من السياحة للدول المقارنة، نشرع في تشخيص تلك المكانة سواء كانت قوية أم ضعيفة، وعليه قمنا بتقسيم فصلنا هذا إلى ثلاثة مباحث كما يلي:

_ المبحث الأول: وزارة السياحة والصناعات التقليدية؛

_ المبحث الثاني: دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب؛

_ المبحث الثالث: نتائج وتوصيات.

المبحث الأول: وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

حتى يتم تنظيم القطاع السياحي لا بد من توفر وتواجد هيئات ومؤسسات تسهر على الشؤون السياحية للبلاد، وتتوفر الجزائر على عدة مؤسسات تعمل على النهوض بالقطاع السياحي الجزائري، انطلاقاً من الوزارة الوصية.

المطلب الأول: مفهوم وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

تعتبر وزارة السياحة والصناعات التقليدية أعلى سلطة في القطاع السياحي الجزائري، وتعدّ الرأس المدبّر والمخطط لتنمية القطاع.

أولاً- معنى وزارة السياحة والصناعات التقليدية:

➤ معنى الوزارة بصفة عامة: الوزارة Ministère ; Ministry "هي الجهاز الحكومي الذي

تلقى على عاتقه تبعة وضع سياسة ناحية من نواحي نشاط الحكومة والقيام بتنفيذها"¹.

كما عرفت الوزارة بأنها: "المنظمة الرئيسية للجهاز الإداري، والتي تسمى بتسميات متعددة منها: وزارة، إدارة، مصلحة حكومية أو وزارة دولة، وتتكون المصلحة الحكومية من ثلاث مستويات:

- القيادة العليا: ويمثلها الوزير، الذي يعتبر الرئيس الأعلى للوزارة، ويلاحظ أن منصب الوزير هو منصب سياسي وإداري في نفس الوقت؛
- الإدارة العليا: ويمثلها وكلاء الوزارة ورؤساء المصالح والمديرين العموميين وهذا المستوى يمثل الحلقة التي تصل بين القيادة العليا ذات الصلة السياسية من ناحية، والهيئة الإدارية من ناحية أخرى؛
- الهيئة الإدارية: وتضم مجموع أعضاء الخدمة المدنية الذين يقومون بالواجبات الأساسية في الجهاز الإداري، ويعملون تحت الإشراف المباشر للإدارة العليا"².

¹ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية (انجليزي-فرنسي-عربي)، مكتبة لبنان، بيروت، 1978، ط 1993، ص 270.

² أحمد رشيد، نظريات الإدارة العامة، دار المعارف، الطبعة الثالثة، مصر، 1974م، ص 53.

➤ معنى وزارة السياحة والصناعات التقليدية: تأسست وزارة السياحة والصناعات التقليدية

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 474/63 المؤرخ في 1963/12/20م، وأوكلت إليها المهام

التالية:³

- التعريف بالمنتوج السياحي الجزائري وتوجيهه وترقيته؛
- تجسيد السياسة التنموية في مجال السياحة؛
- إنجاز المخططات التنموية السياحية.

ثانيا-تاريخ نشأة وزارة السياحة والصناعات التقليدية:

من أجل تقييم موضوعي للجهود التي بذلتها الدولة في ميدان تنمية السياحة، من المفيد التذكير بالخطوط العريضة والأساسية المميزة لهذا القطاع خلال الفترة الممتدة من 1962م إلى سنة 1965م، كان خلال هذه الفترة عدد ضئيل من الأسرة التي تستجيب للمقاييس العالمية بحيث لا يتعدى عددها 4500 سرير، وكانت البنية التحتية الفندقية ذات ميزة حضرية تعكس بشكل جلي الاهتمامات المركنتيلية للمعمرين أكثر مما تعكس الوجه السياحي للبلاد، حيث كان هذا القطاع عبارة عن بعض المؤسسات الكبرى والقديمة في غالبيتها، وموزعة في أهم المدن كالجزائر ووهران وقسنطينة، وقصور صغيرة منتشرة في الجبال، ومع ذلك وبالنظر إلى حالتها المتدهورة فإنها لم تكن قادرة على تلبية الرغبات والطموحات التي تلتزمها الوجهة السياحية البحتة، لذا قد استعملت مساكن عادية وفي حالات استثنائية للسياحة الداخلية ذات الطابع العائلي.⁴

على الصعيد التنظيمي، لم تكن هناك هيئة رسمية تتكفل بالنشاط السياحي، وحدها المنظمة العامة تكفلت بترقية السياحة تدعى "الديوان الجزائري للنشاطات الاقتصادية والسياحية" أنشئت سنة 1931م، ومركز واحد للتكوين في "بن عكنون"، تكفلت بتدعيمه (*La Casoral*) من أجل تكوين الأفراد المرؤوسين.⁵

إن إدارة التراث السياحي أسندت فيما بعد لهيئة أنشئت خصيصا لهذا الغرض منذ السنة الأولى للاستقلال هي: الديوان الوطني للسياحة عام 1962م، فقد كانت هذه المؤسسة عبارة عن دعامة لرعاية الأموال

³ عبد القادر هدير، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطويرها، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006،

ص 42.

⁴ ايدير مسعود، ملف السياحة: مجتمع، مجلة الجزائر: حقائق مدينة، 13 جوان 1983م، ص 10-17.

الشاغرة ذات الطابع السياحي وهي عبارة عن العقارات كالمطاعم الصغيرة وبعض الفنادق الكبيرة، ولما كانت تعترض سبل تسييرها صعوبات جمة فإنها لم تتمكن من تحقيق أداء رسالتها الحقيقية والتي تكمن في ترقية السياحة في بلادنا ولكل هذه الأسباب عمد في البداية إلى إلحاق هذا القطاع إلى وزارة الشبيبة والرياضة إلى غاية 1964م.

سنة 1965م، إلى جانب الوزارة صاحبة الاختصاص (أنشئت عام 1963م وكلفت بترقية السياحة والصناعات التقليدية) كانت هناك واحدة تتولى الإشراف على التسيير والترقية لهذا القطاع وهي: الديوان الوطني للسياحة تبنى سياسة سياحية كانت تتماشى والضرورة لتؤدي في الأخير إلى وضع بنيات جديدة بإمكانها الاستجابة للمتطلبات التي سوف تخلق تنمية القدرات السياحية، وبناء على هذه المعطيات و الاعتبارات أعيد النظر في خدمات وزارة السياحة، أولا سنة 1967م ثم في 5 جوان 1970م فيما بعد، وهذه الإعادة الثانية للتنظيم تثبت الإدارة المركزية في قطاع كان قائما حتى ذلك اليوم و أنشئت ثلاث إدارات وهي: إدارة التنظيم و المراقبة و الإدارة العامة⁶.

من عام 1985م إلى 1988م، تكفلت بالسياحة وزارة الثقافة والسياحة؛

في عام 1989م وزارة السياحة على شكل كتابة الدولة ألحقت برئيس الحكومة المكلف بالسياحة؛
نهاية 1992م إلى 1993م، أخذت وزارة السياحة والصناعات التقليدية شكل كتابة الدولة، وألحقت بوزير الداخلية المكلف بالسياحة؛

نهاية 1993م إلى جويلية 1994م، سيرت وزارة السياحة والصناعات التقليدية على شكل مديريات (مديرية السياحة، مديرية الصناعات التقليدية) من طرف وزير النقل مؤقتا؛

ابتداء من 1994م إلى يومنا هذا وزير السياحة والصناعات التقليدية خصص في مهامه، إدارة مركزية للأرشيف⁷.

ابتداء من 1994م، أصبحت السياحة تحتل مكانة مهمة في برنامج الحكومة المصادق عليه في نفس السنة، وأصبحت وزارة السياحة وزارة قائمة بذاتها.

⁶ ايدير مسعود، مرجع سبق ذكره، ص 11 - 12 - 14.

المطلب الثاني: هيكل وتركيب الإدارة العامة المركزية للوزارة.

بعدما تطرقنا إلى تعريف الوزارة وتاريخ نشأتها من خلال المطلب السابق سوف نتحدث عن هيكل وتركيب الإدارة العامة المركزية للوزارة انطلاقا من مراحل تطور الإدارة المركزية لوزارة السياحة.

أولا-لمحة تاريخية عن تطور الإدارة المركزية لوزارة السياحة:

غداة الاستقلال، أضفت جهود الدولة الجزائرية إلى إعادة تشكيل هيكلها، والسياحة كانت من الأولويات حيث أنه وفق المرسوم رقم 373/36 ظهرت أولى بوادر القطاع مع إدماج تغييرات وتعديلات، من استقلال وزارة السياحة إلى إدماجها بوزارتي الرياضة والثقافة، ثم في صيغة كتابة الدولة إلى ظهور الديوان الوطني للسياحة عام 1988م، وبعدها تم نقل قطاع التقليدية سنة 1992م إلى قطاع السياحة لإعطاء نفس جديد لسياسة الإنعاش لاقتصاد الجزائر، ما استدعى تحديد صلاحيات قطاع السياحة والصناعة التقليدية وتنظيم الإدارة المركزية تحت مرسوم 357-92 المعدل والمتمم، واستحداث مديريات أخرى وفق مرسوم تنفيذي آخر سنة 2001م تحت رقم 88-01 الذي هو الآخر جاء بتعديل مكمّل سنة 2003م تحت مرسوم رقم 76-03 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ومرسوم تنفيذي رقم 255-10 المؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431هـ الموافق ل 20 أكتوبر سنة 2010، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية والذي هو الآخر جاء بتعديل مكمّل سنة 2013م تحت مرسوم تنفيذي رقم 168-13 المؤرخ في 12 جمادى الثانية عام 1434هـ الموافق ل 23 أبريل 2013م، والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة السياحة والصناعات التقليدية ليومنا هذا، ضمن وجود قرارات وزارية فردية و مشتركة تثن القطاع والسير بسياحة الدولة منذ الاستقلال إلى اليوم.

ثانيا-الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية:

➤ الهيكل التنظيمي للوزارة:

تتكون هيكل الإدارة العامة المركزية للوزارة في النظام الجزائري من أمانة وأجهزة وهيكل، وتشمل أجهزة الإدارة العامة المركزية للوزارة: الديوان (ديوان الوزير)، الأمانة العامة والمفتشية. بينما تشمل وتحتوي هيكل الإدارة العامة المركزية للوزارة على المديريات والمديريات الفرعية أو نيابة المديريات والمكاتب. وتعمل فنيا وإداريا وقانونيا ووظيفيا الأمانة العامة ومجموع أجهزة وهيكل الإدارة العامة المركزية للوزارة بأسلوب متناسق ومتكامل ومتناسق وموحد تحت سلطة وقيادة الوزير المختص.

ويتطلب الأمر هنا إعطاء فكرة موجزة ودالة عن أجهزة وهيكل الوزارة في النظام الجزائري عضويا ووظيفيا.⁸

الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية، يوجد في قائمة الملاحق.

➤ تنظيم وزارة السياحة والصناعات التقليدية:

من خلال المرسوم التنفيذي رقم 10-255 المؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431هـ الموافق ل 20 أكتوبر سنة 2010، الذي يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، وبعد موافقة رئيس الجمهورية يرسم ما يأتي:

المادة الأولى: تشمل الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، تحت سلطة الوزير، على ما يأتي:

1. **الأمين العام:** ويساعده مديرا (02) دراسات ويلحق به مكتب التنظيم العام والمكتب الوزاري للأمن الداخلي للوزارة.

2. **رئيس الديوان:** ويساعده ثمانية (08) مكلفين بالدراسات والتلخيص، يكلفون بما يأتي:

• تحضير مشاركة الوزير في النشاطات الحكومية وتلك المرتبطة بالعلاقات مع البرلمان وتنظيمها؛

• تحضير علاقات الوزير مع أجهزة الإعلام وتنظيمها؛

• تحضير أنشطة الوزير في ميدان العلاقات العامة وتنظيمها؛

• متابعة التظلمات والعلاقات مع الحركة الجمعوية والشركاء الاجتماعيين الاقتصاديين؛

• تحليل البرامج الكبرى لتنمية القطاع ومتابعتها؛

• متابعة نشاطات التكوين وتطبيق تشريع العمل الخاص بالقطاع؛

• تحضير الحصائل والبرامج المرتبطة بنشاطات القطاع وتعزيزها؛

3. **المفتشية العامة:** التي يحدد تنظيمها ومهامها بموجب نص خاص.

4. **الهيكل الآتية:**

• المديرية العامة للسياحة؛

⁸ عمار عوابدي، القانون الإداري، الجزء الأول: النظام الإداري، ص 230-232.

- المديرية العامة للصناعة التقليدية؛⁹
- مديرية متابعة مؤسسات القطاع؛
- مديرية الدراسات والتخطيط؛
- مديرية المنظومات الإعلامية و الاحصائيات؛
- مديرية التكوين وتممين الموارد البشرية؛¹⁰
- مديرية الاتصال والتعاون؛
- مديرية التنظيم والشؤون القانونية والوثائق؛
- مديرية الإدارة العامة والوسائل.¹¹

تتكون وزارة السياحة والصناعات التقليدية من المديريات التالية:

أ-المديرية العامة للسياحة: وأوكلت إليها المهام التالية:

- تبادر بإستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة وتقتربها؛
- تعد استراتيجيات ضبط النشاطات السياحية والسهر على وضعها حيز التنفيذ؛
- تسهر على وضع حيز التنفيذ وسائل مخطط الجودة للسياحة الجزائرية؛
- تقترح وتقيم دراسات التهيئة السياحية، وتقوم باعتمادها؛
- تبادر بوضع أقطاب الامتياز السياحي، وتسهر على تطويرها؛
- تبادر بالاتصال مع القطاعات المعنية بنشاطات توجيه وترقية الاستثمار، والشراكة في مجال السياحة وتنفيذها.

وتضم المديرية العامة للسياحة أربع مديريات فرعية هي:

- مديرية مخطط جودة السياحة والضبط: من بين مهامها: إعداد واقتراح الاستراتيجيات المتعلقة بمخطط جودة السياحة والضبط، والمبادرة بالنصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بمخطط الجودة السياحية وتضم ثلاث مديريات فرعية تتمثل في: المديرية الفرعية لمخطط جودة السياحة، المديرية الفرعية للضبط والمراقبة والمديرية الفرعية للترقية السياحية.

⁹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63، 18 ذو القعدة عام 1431 هـ الموافق ل 26 أكتوبر سنة 2010م، ص 5.

¹⁰ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 24، 24 جمادى الثانية عام 1434 هـ الموافق ل 5 مايو سنة 2013م، ص 5.

¹¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63، مرجع سبق ذكره، ص 6.

- **مديرية التهيئة السياحية:** من أهم ما كلفت به إعداد واقتراح الإستراتيجية المتعلقة بتطوير السياحة وتهيئتها والسهر على تنفيذ القواعد المنصوص عليها في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وتضم ثلاث مديريات فرعية: المديرية الفرعية للتهيئة السياحية، المديرية الفرعية لأقطاب الامتياز السياحي والمديرية الفرعية للمحافظة على مناطق التوسع والمواقع السياحية.
- **مديرية تقييم ودعم المشاريع السياحية:** وتكلف بما يأتي: المبادرة بإستراتيجية دعم ومرافقة المشاريع السياحية واقتراحها، مسك بطاقة وطنية وجهوية ومحلية للمشاريع ذات العلاقة مع السياحة ومتابعة المشاريع السياحية الموافق عليها ودعمها ومرافقتها وتضم مديريتين فرعيتين هما: المديرية الفرعية لتقييم المشاريع السياحية والمديرية الفرعية لدعم المشاريع السياحية ومتابعتها.
- **مديرية الحمامات المعدنية والنشاطات الحموية:** وتكلف بما يأتي: المبادرة بإستراتيجية إحصاء المياه المعدنية وتحديدها واستغلالها وترقيتها واقتراح ذلك، وكذلك اقتراح نماذج وقواعد تسيير المحطات الحموية وفقا للمعايير الدولية ووضعها حيز التنفيذ، وتضم مديريتين فرعيتين هما: المديرية الفرعية لتثمين استعمال المياه الحموية والمديرية الفرعية لتأطير نشاطات ومهن وحرف الحمامات المعدنية.¹²

ب-المديرية العامة للصناعة التقليدية: وكلفت بالمهام التالية:

- إعداد إستراتيجية تطوير الصناعة التقليدية واقتراحها؛
- إعداد مخططات التطوير والإدماج الاقتصادي لنشاطات الصناعة التقليدية واقتراحها؛
- تحديد وتنفيذ قواعد تنظيم مهن وحرف الصناعة التقليدية؛
- اقتراح تبعات الخدمة العمومية التي تسند لمؤسسات وهيئات الدعم القطاع الصناعة التقليدية وضمان تنفيذها؛

و تضم هذه المديرية ثلاث مديريات فرعية و هي:

- **مديرية تطوير الصناعة التقليدية:** و تكلف بما يأتي: المبادرة بإستراتيجية تطوير الصناعة التقليدية واقتراحها و إعداد مخططات وبرامج الإدماج الاقتصادي لنشاطات الصناعة التقليدية واقتراحها والمبادرة بكل عمل تشاوري مع الفضاءات الوسيطة وتضم مديريتين فرعيتين هما: المديرية الفرعية لدعم نشاطات الصناعة التقليدية و المديرية الفرعية للدراسات.

¹² نفس المرجع السابق، المادة 2، ص، ص 6 - 9.

- **مديرية تنظيم المهن و الحرف:** من بين ما كلفت به مايلى: المبادرة بإستراتيجية تطوير مهن و حرف الصناعة التقليدية و اقتراحها، مسك وتسيير المدونة القطاعية لنشاطات الصناعة التقليدية و كذلك متابعة نشاط لجان التأهيل لغرف الصناعة التقليدية و الحرف. وتضم مديريتين مديريتين فرعيتين: المديرية الفرعية للتأهيل، المديرية الفرعية لتأطير النشاطات و المهن.
- **مديرية الصناعة التقليدية:** من أهم ما كلفت به: إعداد واقتراح قواعد مراقبة جودة منتوجات الصناعة التقليدية، إعداد البرامج السنوية لترقية منتوجات الصناعة التقليدية واقتراحها، تحديد واقتراح إجراءات المحافظة والنهوض بالتراث الصناعي التقليدي وحمايته. وتضم مديريتين فرعيتين هما: المديرية الفرعية لترقية الصناعة التقليدية، المديرية الفرعية للجودة.¹³

ت-مديرية متابعة مؤسسات القطاع: كلفت بالمهام التالية:

- المبادرة بعناصر إستراتيجية تطوير وعصرنة مؤسسات القطاع واقتراحها؛
 - تشجيع وترقية الشراكة بين مؤسسات القطاع والمتعاملين الاقتصاديين الآخرين؛
 - اقتراح كل تدبير من شأنه السماح بتطوير مؤسسات القطاع؛
 - مسك بطاقيّة لمؤسسات القطاع؛
 - حيازة بنك معطيات يتعلق بالمؤسسات التابعة للقطاع، في إطار النظام الإعلامي للقطاع؛
 - تصوّر وإعداد مجلة متخصصة في مؤسسات القطاع.
- و تضم مديريتين فرعيتين هما: المديرية الفرعية لتقييم قدرات مؤسسات القطاع، المديرية الفرعية لتنمية قدرات ونشاط مؤسسات القطاع.¹⁴

ث-مديرية الدراسات والتخطيط: وتكلف بما يأتي:

- المبادرة بإستراتيجية في مجال الدراسات والتخطيط واقتراحها؛
- المبادرة بكل الدراسات الاستشرافية الرامية إلى توجيه السياسة الوطنية للسياحة والصناعة التقليدية و/أو اعدادها؛
- إعداد ملخص اقتراحات البرامج الصادرة عن الهيئات تحت الوصاية واقتراح التحكيم المحتمل؛

¹³ نفس المرجع السابق، المادة 3، ص، ص 10-12.

¹⁴ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 24، المادة 3 مكرر، ص، ص 5-6.

- المساهمة في جلب وجمع التمويل الضروري لإنجاز مشاريع الاستثمار، بالتنسيق مع الهيئات المعنية؛
 - إعداد مخططات الاستثمار القطاعية السنوية ومتعددة السنوات ومتابعتها وتقييمها ومراقبة تنفيذها؛
 - ضمان متابعة إنجاز البرامج وإعداد حصائل دورية؛
 - ضمان التنسيق مع المصالح المعنية المكلفة بالمالية والتخطيط؛
 - اقتراح النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالدراسات و التخطيط.
- وتضم مديرتين فرعيتين: المديرية الفرعية للدراسات الاقتصادية، المديرية الفرعية لبرامج التجهيز والاستثمار.¹⁵

ج- مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات: وتكلف بما يأتي:

- تصور واقتراح عناصر إدماج منظومات الإعلام و الإحصائيات الحديثة لقطاع السياحة والصناعات التقليدية؛
 - إعداد أنظمة الإعلام الخاصة بالقطاع ومتابعة وضعها؛
 - إعداد المخطط المعلوماتي بالقطاع ومتابعة تنفيذه؛
 - تنظيم جمع الإحصائيات المتعلقة بالقطاع ومعالجتها وتحليلها ونشرها؛
 - إعداد المؤشرات الرئيسية لنشاط القطاع ومتابعتها؛
 - تنسيق النشاطات التي تستدعي التكنولوجيات المتقدمة في ميدان المعلوماتية الخاصة بالقطاع؛
 - وضع الأدوات الفعالة لاتخاذ القرارات المعتمدة على تقنيات الإعلام والاتصال.
- وتضم مديرتين فرعيتين: المديرية الفرعية للمنظومات الإعلامية، المديرية الفرعية للإحصائيات.¹⁶

ح- مديرية التكوين وتثمين الموارد البشرية: وتكلف بما يأتي:

- المبادرة بالإستراتيجية المتعلقة بتثمين الموارد البشرية والتكوين واقتراحها؛
- اقتراح سياسة تكوين وترقية مهن وحرف قطاع السياحة والصناعة التقليدية ووضعها حيز التنفيذ؛

¹⁵ نفس المرجع السابق، المادة 4، ص، ص 6-7.

¹⁶ نفس المرجع السابق، المادة 4 مكرر، ص 7.

- تحديد البرامج القطاعية لتحديد معارف وتحسين مستوى المهنيين والحرفيين في السياحة والصناعة التقليدية وضمان وضعها حيز التنفيذ؛
 - إعداد ووضع حيز التنفيذ برامج التكوين وتحسين مستوى مستخدمي الإدارة المركزية و المصالح غير الممركزة في إطار مخطط جودة السياحة والصناعة التقليدية؛
 - متابعة برامج التكوين لمؤسسات التكوين التابعة للقطاع وتقييمها؛
 - اقتراح النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بثمين الموارد البشرية و التكوين.
- وتضم مديريتين فرعيتين: المديرية الفرعية التكوين والمتابعة البيداغوجية؛¹⁷ المديرية الفرعية لتطوير المؤهلات.¹⁸

خ-مديرية الاتصال والتعاون: و تكلف بما يأتي:

- المبادرة بإستراتيجية القطاع في مجال الاتصال والتعاون واقتراحها؛
- المساهمة في ترقية مقصد الجزائر؛
- وضع حيز التنفيذ كل عمل إعلامي يرمي إلى ترقية صورة السياحة والصناعة التقليدية؛
- إعداد وتنفيذ برامج اتصال متعدد وسائل الإعلام وكذا تنظيم رحلات ترويجية لفائدة مقرري الأسفار ومهني السياحة؛
- تحديد محاور التعاون التي تدخل في إطار العلاقات الثنائية والمتعددة الأطراف في مجال السياحة و الصناعة التقليدية؛
- تحضير مشاركة القطاع في اللقاءات الثنائية و المتعددة الأطراف التي تهم القطاع؛
- المبادرة بكل أعمال و مشاريع من شأنها تشجيع تطوير التبادلات التقنية و التكنولوجية على المستوى الدولي؛
- تحديد فرص التمويل الخارجي المقترحة عبر الآليات التي تقررها المؤسسات و الاتفاقيات الدولية؛
- متابعة وتقييم تنفيذ اتفاقات القروض و إعداد حصائل مالية وتقييم استعمال التمويل الخارجي؛

¹⁷ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63، المادة 5، ص 13.

¹⁸ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 24، المادة 6، ص 8.

* المادة 7: تلغي أحكام المطة 6 من المادة 5 و المطة 4 من النقطة (أ) من المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 10-255 المؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق ل 20 أكتوبر سنة 2010 و المذكور أعلاه.

- تحليل تطوير الأسواق السياحية العالمية و متابعته؛
 - اقتراح النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بالاتصال و التعاون.
- وتضم مديرتين فرعيتين: المديرية الفرعية للاتصال، المديرية الفرعية للتعاون.¹⁹

د-مديرية التنظيم و الشؤون القانونية و الوثائق: و تكلف بما يأتي:

- إعداد مشاريع النصوص التشريعية و التنظيمية التي تسير نشاطات القطاع، بالاتصال مع الهياكل المعنية؛
- متابعة و معالجة القضايا القانونية و المنازعات المتعلقة بنشاطات القطاع؛
- القيام بكلّ أشغال الدراسة و التحليل لمشاريع النصوص التي تبادر بها القطاعات الأخرى وتنسيقها؛
- إعداد التدابير لمعالجة و ترتيب الأرشيف و التوثيق للوزارة طبقا للتنظيم الساري المفعول؛
- دراسة الإطار التشريعي و التنظيمي الذي له أثر مباشر على نشاطات القطاع و استغلاله و تقييمه. و تضم ثلاث مديريات فرعية هي: المديرية الفرعية للتنظيم، المديرية الفرعية للشؤون القانونية و المنازعات، المديرية الفرعية للوثائق و الأرشيف.²⁰

ذ- مديرية الإدارة العامة و الوسائل: و تكلف بما يأتي:

- المساهمة في إعداد سياسة تطوير وسائل القطاع؛
- تقييم الاحتياجات في مجال اعتمادات التسيير و التجهيز للإدارة المركزية و المصالح غير الممركزة و المؤسسات تحت الوصاية و تنفيذ ميزانيتي التسيير و التجهيز الممنوحة للقطاع؛
- ضمان تسيير و متابعة الإعانات و حسابات التخصيص الخاصة القطاعية طبقا للتشريع و التنظيم المعمول بهما؛
- وضع أجهزة المراقبة الداخلية لإبرام الصفقات العمومية؛
- السهر على مطابقة إجراءات إبرام الصفقات العمومية؛
- اقتراح و تنفيذ سياسة التسيير الإدارية لمستخدمي الإدارة المركزية؛
- إدارة و تسيير الوسائل الموضوعة تحت تصرف الإدارة؛

¹⁹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63، المادة 6، ص 14.

²⁰ نفس المرجع السابق، المادة 7، ص، ص 14-15.

- اقتراح النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بالإدارة العمّة و الوسائل.

وتضم ثلاث مديريات فرعية هي: المديرية الفرعية للمستخدمين؛ المديرية الفرعية للمحاسبة و المالية، المديرية الفرعية للوسائل العامة.²¹

المطلب الثالث: مهام و أهداف الإدارة المركزية في وزارة السياحة.

باعتبار وزارة السياحة هيئة حكومية ذات وظيف عمومي عليها تلبية حاجيات الأفراد و البلاد، ومن أجل هذا عليها أداء واجبات و مهام مختلفة منها:

- ترقية السياحة و خدمة الحمامات المعدنية؛
- إعداد سياسة لفك العزلة عن السياحة الجزائرية و الترويج لها؛
- التعريف بالمساحات السياحية للجزائر؛
- إقامة نظام للإعلام خاص بقطاع السياحة بالانسجام مع السياحة الوطنية؛
- استقطاب أكبر عدد ممكن من المستثمرين المحليين و الأجانب؛
- القيام بأعمال تهدف إلى تطوير و ترقية التنمية لتلبية الطلب الوطني و الدولي؛
- المساهمة في تحسين التبادل و التعاون العلمي و التقني و المهني بين متعاملي القطاع و المؤسسات التعليمية و التكوين على المستوى الجهوي، الوطني و الدولي؛
- الاهتمام بمواسم الاصطياف؛
- تنظيم معارض دولية وصالونات عالمية و تشجيع المساهمين في هذه المعارض من أجل تنمية قدرات السياحة؛
- انجاز الدراسات المستقبلية المتعلقة بتطوير الاحتياجات الوطنية فيما يخص السياحة و الحمامات المعدنية و كذا فيما يتعلق بالتقنيات و التكنولوجيا أو الفروع و القطاعات التابعة لقطاع السياحة؛
- تشجيع تطور الحركة الجهوية في القطاع؛
- تشجيع التدابير الرامية إلى تحسين نوعية المنتوجات و الخدمات السياحية.

²¹ نفس المرجع السابق، المادة 8، ص، ص 15-16.

المبحث الثاني: تطور المؤشرات السياحية في الجزائر.

سوف نتطرق فيما يلي إلى تطور المؤشرات السياحية في الشكل البشري والنقدي خلال الفترة 2008-2015 وهو ما يتوافق مع خطة الأعمال على المدى المتوسط المعلن عنها في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، بالإضافة إلى تتبع نمو مؤشر عدد الليالي السياحية للمقيمين وغير المقيمين.

المطلب الأول: تطور التدفقات البشرية .

مرت السياحة الجزائرية بعدة مراحل، جل هذه المراحل كانت في غير صالحها، وهذا أثر سلبا على حركة السياح اتجاه الجزائر. وتنقسم هذه التدفقات إلى فئتين:

أولا- دخول السياح إلى الجزائر:

عرفت التدفقات البشرية الوافدة إجمالا خلال الفترة 2008-2015 تطورا متزايدا حيث انتقل عدد السياح الوافدين من 1.772 مليون سائح سنة 2008 م إلى 2.732 مليون سائح سنة 2013 م أي بنسبة نمو بلغت حوالي 55% ، ثم أخذت وتيرة التدفقات السياحية اتجاها تنازليا ابتداء من سنة 2014 م حيث بلغ عدد السياح الوافدين إلى الجزائر 2.3 مليون سائح، وانخفض إلى 1.7 مليون سائح سنة 2015 م، وبذلك لم تحقق التدفقات البشرية الرقم المقصود في الخطة وهو الوصول إلى 2.5 مليون سائح سنة 2015 م.²²

والجدول الموالي يرصد التطورات الحاصلة في هذه الفترة.

الجدول رقم (10): توافد السياح إلى الجزائر خلال الفترة (2015/2008).

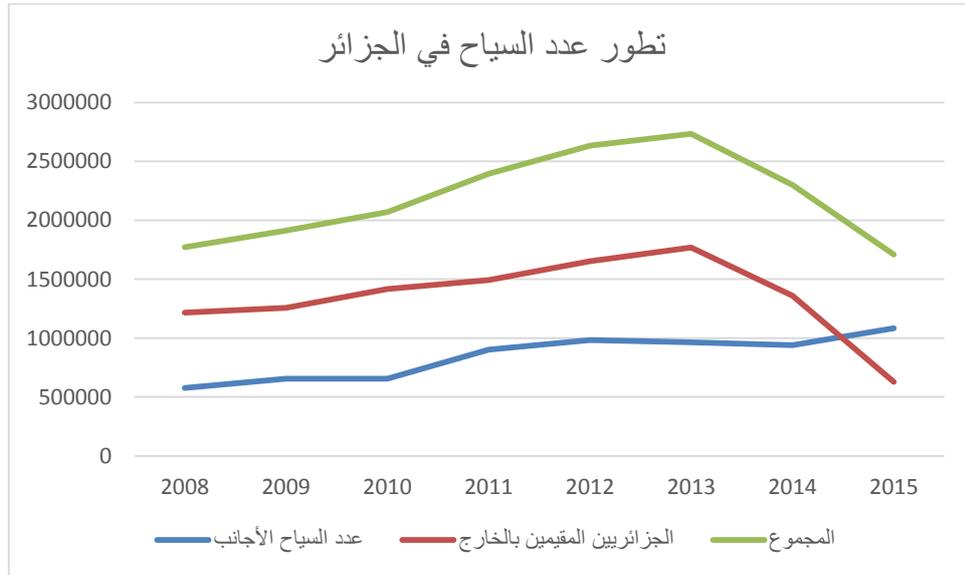
السنة	عدد السياح الأجانب	الجزائريين المقيمين بالخارج	المجموع
2008	577000	1215000	1772000
2009	655810	1255696	1911506

²² وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، ص 18.

2070496	1415509	654987	2010
2394887	1493245	901642	2011
2634056	1652101	981955	2012
2732731	1768578	964153	2013
2301373	1361248	940125	2014
1709994	626873	1083121	2015

Source : Ministère de tourisme et l'artisanat, Direction des statistiques.

الشكل رقم(03): تطور عدد السياح في الجزائر.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على احصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

نلاحظ أن التدفقات البشرية خلال الفترة الممتدة من 2008-2013 شهدت زيادة معتبرة، تقارب 55% من إجمالي القادمين إلى الجزائريين، ونسبة تطور تساوي 67% بالنسبة للسياح الأجانب، ونسبة نمو 45.55% بالنسبة للجزائريين المقيمين بالخارج، وقد حققت الجزائر أحسن أداء في التدفقات البشرية في 2013 وحصلت على المرتبة الخامسة أفريقيا في استقطاب السياح الأجانب الذين زاروا هذه القارة و عددهم 55.7 مليون سائح دولي، حيث حل المغرب في المركز الأول الذي استقبل حوالي 10 مليون

سائح، تليها في المركز الثاني جنوب أفريقيا بعدد سياح ناهز 9.5 مليون سائح، ثم مصر ب 9.1 مليون سائح، وفي المركز الرابع جاءت تونس التي استضافت 6.2 مليون سائح²³، وفي نهاية 2015 قدر عدد السياح الذين زاروا الجزائر ب1709994 سائح، مع تسجيل انخفاض تدفقات الجزائريين المقيمين في الخارج بنسبة 53.95%، وزيادة دخول نسبة الأجانب بنسبة 15.21% مقارنة بنتائج 2014، ويرجع السبب في ذلك إلى زيادة تنافسية مقاصد سياحية جديدة، قدمت عروض مغرية لهذه الفئة ولا سيما الوجهة التونسية، بهدف تعويض الخسائر الحاصلة في الفنادق، وانخفاض الإيرادات السياحية بوجه عام.

الجدول رقم(11): تركيبة التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر خلال سنتي 2014-2015.

السنوات	السياح الأجانب	الجزائريين المقيمين في الخارج	المجموع
2014	940125	1361248	2301373
2015	1083121	626873	1709994
معدل السنوية	الزيادة 15.21%	-53.95%	-25.70%

Source : Statistiques Ministère de l'Aménagement du territoire ; du Tourisme et l'Artisanat 2015.

نلاحظ من خلال الجدول، تراجع دخول السياح إلى الجزائر إجمالاً، بنسبة وصلت إلى 25.70% مقارنة بعام 2014، ويعود ذلك إلى الظرفية الاقتصادية العالمية، وتنافسية المقاصد السياحية (تونس والمغرب)، والوضع الأمني في الدول العربية الذي يؤثر بصورة سلبية على صورة الجزائر السياحية بوجه عام. كما شهد دخول الجزائريين المقيمين في الخارج (ومعظمهم مقيمين في فرنسا) انخفاضا حاداً فاق النصف (53.95%)، بسبب اختيار هؤلاء الوجهة السياحية التونسية، نظراً لتخفيض أسعار الفنادق والعروض التنافسية المقدمة في كثير من مؤسسات الإيواء السياحي فيها.

²³ African development bank (AFDB), '*Africa tourism monitor report October 2015*', P 7.

أما تدفقات السياح الأجانب فقد عرفت ارتفاعا إيجابيا تعدى عتبة المليون سائح، أي بنسبة تفوق قليلا 15%، يشكل فيها السياح القادمين من بلدان عربية حصة الأسد إذ بلغ عددهم 684814 سائح وهو ما يمثل ثلثي التدفقات من السياح الأجانب.

أما من حيث التوزيع الجغرافي للبلدان العربية، تعتبر أغلب التدفقات وافدة من تونس حيث نحصي 575300 سائح أي ما يمثل نسبة 84 % من حصة الدول العربية، أما البلدان الخمسة الأولى المصدرة للسياح الأجانب، فقد جاءت حسب ترتيب الأهمية على النحو التالي:24

والجدول التالي بين ذلك:

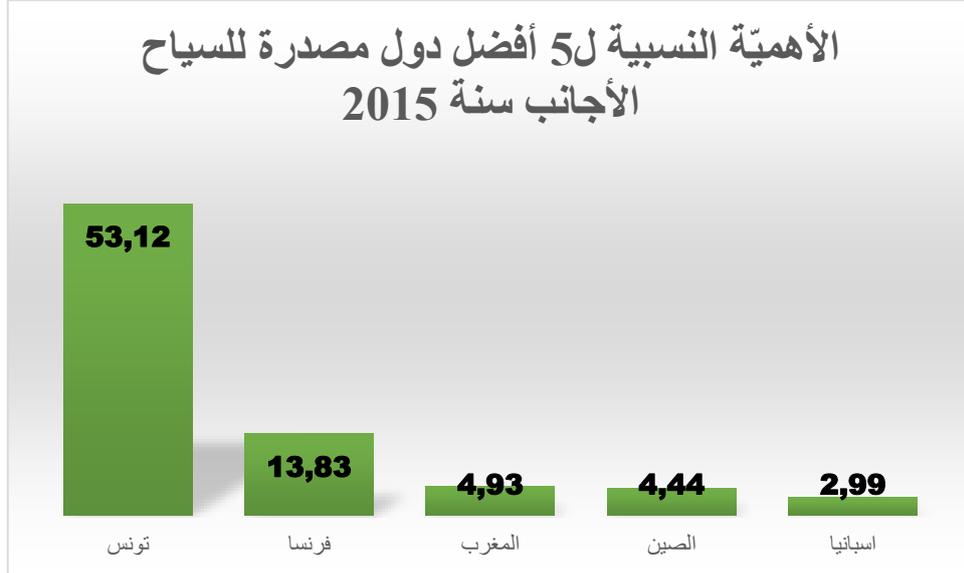
الجدول رقم(12): الأهمية النسبية لأفضل 5 دول مصدرة للسياح الأجانب سنة 2015.

الدول	عدد السياح	النسبة المئوية
تونس	575300	53.12%
فرنسا	149669	13.83%
المغرب	53437	4.93%
الصين	48056	4.44%
اسبانيا	32381	2.99%

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، مديرية الإحصائيات.

²⁴ Ministère d'Aménagement urbain ; du tourisme et l'industrie traditionnelle statistique année 2015.

الشكل رقم (04): الأهمية النسبية لأفضل 5 دول مصدرة للسياح الأجانب سنة 2015.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول رقم (13).

نلاحظ من خلال الشكل السابق أنّ نصيب تدفقات تونس وفرنسا مجتمعين تقارب 70% من مجموع حصّة الجزائر من السياح الأجانب، ولم تتعدى النسبة الفردية 5% لباقي الدول الثلاث الواردة في الشكل (المغرب، الصين واسبانيا) أمّا التدفقات المتبقية التي تعتبر هامشية، فتتوزع على تركيا بنسبة 2.91%، إيطاليا بنسبة 1.91% وليبيا بنسبة 1.82% وبالتالي فلم تتمكن الجزائر من استقطاب سياح الأسواق البعيدة والناشئة، كما هو مستهدف في المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2030.

والجدول الموالي يوضح توزيع سائحي البلدان المذكورة سابقا حسب الهدف من الزيارة.

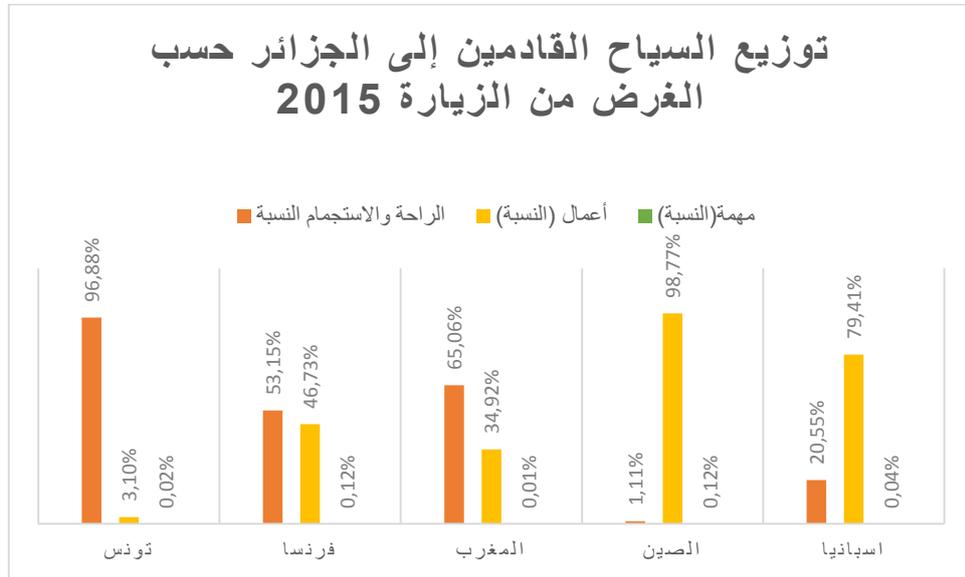
الجدول (13): توزيع السياح القادمين إلى الجزائر حسب الغرض من الزيارة 2015.

المجموع	مهمة		أعمال		الاستجمام والراحة		البلد
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
575300	0.02	46	3.10	17857	96.8	557397	تونس
149669	0.12	175	46.7	69945	53.1	79549	فرنسا
53437	0.01	6	34.9	18663		34768	المغرب
						65.06	
48056	0.12	54	98.7	47468	1.11	534	الصين
32381	0.04	14	79.4	25715		6652	اسبانيا
						20.55	

المصدر: احصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية 2015.

ويمكن صياغة المعطيات السابقة في الشكل التالي:

الشكل رقم (05): توزيع السياح القادمين إلى الجزائر حسب الغرض من الزيارة 2015.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول السابق.

من خلال المعطيات السابقة، وبناء على النسب المقدمة من وزارة السياحة، فإن دخول السياح الأجانب إلى الجزائر خلال سنة 2015، كان من منطلق الدوافع الرئيسية الثلاثة: إما الاستجمام والراحة وكان

عددهم 723098 سائحا أي بنسبة 66.76 % من إجمالي السياح الأجانب و358785 سائحا أي بنسبة 33.12 % كان الهدف من الزيارة القيام بأعمال، أما الباقي 0.12 % أي 1238 سائحا فكان الهدف من زيارة الجزائر هو زيارة للقيام بمهمة.

ثانيا- خروج الجزائريين إلى الخارج (السياحة العكسية):

بلغ عدد الجزائريين الذين توجهوا إلى الخارج سنة 2008، 1539406 سائحا وارتفع هذا العدد سنة 2015 إلى 3638140 سائحا وهو ما يمثل معدّل نمو خلال الفترة (2008-2015) بلغ أكثر من الضعف، أما البلدان المفضلة من حيث الوجهة، فهي مرتبة حسب الأهمية على النحو التالي:²⁵

- تونس نظرا لتوفرها على مزايا أهمّها، القرب الجغرافي، الغاء التأشيرة، نوعية الخدمات السياحية، والعروض السياحية المنخفضة المقدمة في مؤسسات الإيواء الفندقية، لتعويض التراجع المسجل في الأسواق السياحية الأوروبية التقليدية (فرنسا، إيطاليا وبريطانيا)، خاصة بعد تردّي الوضع الأمني في تونس نتيجة الظرفية التي تمر بها تونس بعد الربيع العربي، وكنتيجة لذلك، شهد الموسم السياحي ذهاب أكثر من 1389828 سائحا جزائريا إلى تونس سنة 2015، وهو ما يعادل نسبة 38.20% من حجم تدفقات السياحة العكسية.
- فرنسا في المرتبة الثانية، بـ 1161162 سائحا أي ما يعادل 31.91% من إجمالي المتجهين إلى الخارج.
- إسبانيا في المرتبة الثالثة بـ 228330 سائحا ما يعادل نسبة 6.27%.
- ثم تأتي المملكة العربية السعودية في المرتبة الرابعة بـ 177188 سائحا، وهي سياحة دينية للعمرة والحج أي بنسبة 4.87% من حجم التدفقات السياحية العكسية.
- وأخيرا تركيا في المرتبة الخامسة بـ 175870 سائحا أي بنسبة 4.83% وهي سياحة تتوزع بين الأعمال والزيارة للراحة والاستجمام.

والجدول الموالي يرصد تطور السياحة العكسية في الجزائر للفترة (2008-2015).

²⁵ إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية 2015.

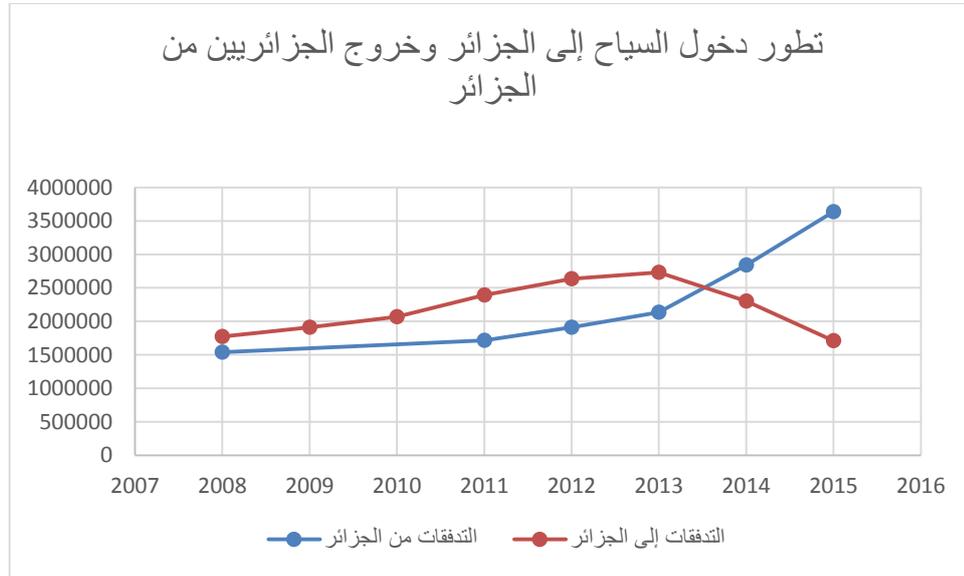
جدول رقم(14): تطور السياحة العكسية في الجزائر للفترة (2008-2015).

السنوات	الجزائريين المتوجهين إلى الخارج	نسبة النمو
2008	1539406	—
2011	1714654	11.39
2012	1910558	24.11
2013	2135523	38.72
2014	2839104	84.42
2015	3638140	136.33

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة الجزائرية لعدة سنوات.

ويمكن مقارنة الحركة السياحية بين التدفقات البشرية الوافدة والخارجة للسياح في الشكل التالي:

الشكل رقم (06): تطور دخول السياح إلى الجزائر وخروج الجزائريين من الجزائر (2008-2015).



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول(11) والجدول(15).

من خلال الشكل نلاحظ أنه خلال الفترة 2008-2015 كانت السياحة الوافدة أكبر من السياحة العكسية، إلا أنه وخلال السنتين الأخيرتين 2014-2015 يلاحظ تدفق خروج المقيمين من الجزائر أكبر من دخول السياح غير المقيمين إلى الجزائر، واستمرار هذا التطور على هذا المنوال، سيجعل الجزائر بلدا مصدرا للسياح أكثر من كونها بلدا مستقطبا لهم.

المطلب الثاني: تطور التدفقات السياحية النقدية.

- تطور الإيرادات السياحية في الجزائر:

يمكن توضيح التطورات المتعلقة بالإيرادات السياحية من خلال الجدول الموالي:

جدول رقم (15): التدفقات النقدية والميزان السياحي خلال الفترة (2008-2015).

الوحدة: مليون دولار

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الإيرادات السياحية	324.5	266.5	219.1	208.3	196.4	230.3	258.1
النفقات السياحية	468.6	456.6	574.3	501.7	427.8	410.2	611.8
الرصيد	-144.1	-190.1	-355.2	-293.4	-231.4	-179.9	-353.7

المصدر: بنك الجزائر لعدة سنوات.

من خلال الجدول السابق يتبين أن الإيرادات السياحية تميزت بمبالغها الضئيلة، وميلها إلى التناقص من سنة إلى أخرى، حيث عرفت انخفاضا متواصلا خلال الفترة من 2009 إلى 2012، وذلك بفعل الأزمة المالية العالمية التي مسّت أغلب اقتصاديات العالم، وأثرت على السوق السياحي في العالم، وبالمقابل شهدت النفقات السياحية نموا فاق حجم الإيرادات، وهذا أمر طبيعي طالما أن التدفقات البشرية من السياحة الوافدة (شكل من أشكال الصادرات) أقل من حجم التدفقات البشرية من السياحة العكسية (شكل من أشكال الواردات)، ويمكن أن يرجع انفاض الإيرادات السياحية أيضا إلى تسرب جزء منها خارج قنوات الصرف الرسمية (سوق الصرف السوداء) التي يقوم بها عادة الجزائريون المقيمون في الخارج عند زيارتهم للجزائر، كما يلجأ هؤلاء إلى الإقامة لدى الأهل والأقارب، الأمر الذي يخفض إنفاقهم السياحي بوجه عام.

وكنتيجة لما سبق، يعاني الميزان التجاري عجزا هيكليا متواصلا، من خلال رصيده السالب طيلة الفترة المدروسة، أي أن المبالغ المنفقة في الخارج أكثر من تلك المحصل عليها كإيرادات من السياح الأجانب

القادمين إلى الجزائر، وعلى العموم، لم تحقق الجزائر الرقم المستهدف في الخطة وهو الوصول إلى إيرادات تتراوح ما بين 1.5 مليار دولار إلى 2 مليار دولار سنة 2015.²⁶

ان ارتفاع النفقات السياحية وضعف الإيرادات المحصلة مرده إلى عدّة أسباب:²⁷

- ضعف نوعية المنتجات وخدمات السياحة الجزائرية؛
- إيواء وفندقة ذات طاقات غير كافية وذات نوعية سيئة؛
- عزز كبير في تسويق وجهة الجزائر (داخل وخارج البلاد)؛
- خدمات مرتفعة السعر بالنسبة للسكان المحليين وذات نوعية أقل مقارنة بدول الجوار كتونس؛
- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات السياحية؛
- غياب الأمن السياحي دفع بالمواطن الجزائري، إلى السفر إلى بلدان أخرى.

هذه العوامل مجتمعة، ساهمت في عزز الميزان السياحي، وهو ما يؤثر على ميزان المدفوعات للدولة سواء بتعميق العجز أو التقليل من فائض ميزان المدفوعات.

المطلب الثالث: تطور عدد الليالي السياحية والوافدين على المؤسسات الفندقية.

تقوم وزارة السياحة الجزائرية بنشر الإحصاءات الخاصة بعدد نزلاء الفنادق وعدد لياليهم الفندقية، مع التمييز بين نزلاء الفنادق المقيمين وغير المقيمين، ويتأثر مؤشر عدد الليالي السياحية بعاملين رئيسيين وهما: عدد السياح الوافدين ومتوسط فترة الإقامة، فكلما كان الطلب السياحي مرتفعا كلما صاحب ذلك ارتفاع في مستوى التدفقات، وحيث أن مستوى التدفق البشري نحو الجزائر كان ضئيلا مقارنة بدول الجوار ممّا أدى إلى انخفاض مماثل في عدد الليالي، وهو ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول التالي:

²⁶ وزارة السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008، ص 18.
²⁷ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 107.

جدول رقم(16): تطور الليالي السياحية للفترة (2012-2015).

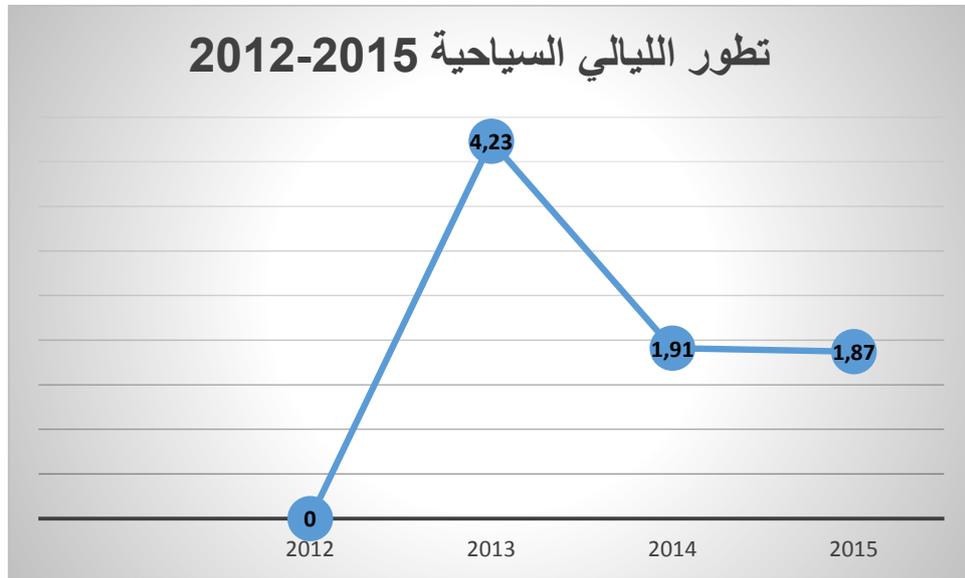
الوحدة: ليلة سياحية.

السنوات	2012	2013	2014	2015
ليالي سياحية لغير المقيمين	936631	994266	837812	681350
ليالي الجزائريين المقيمين	5703550	5926968	6215932	6504904
المجموع	6640181	6921234	7053744	7186254
نسبة النمو السنوي	//	4.23	1.91	1.87

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والسياحة والصناعات التقليدية الجزائرية 2015.

ويمكن التعبير عن تطور الليالي السياحية من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم(07): تطور الليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة (2012-2015).



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

نلاحظ أن عدد الليالي السياحية بقي ثابتا خلال السنتين 2012-2013، واتجه نحو الانخفاض في سنتي 2014-2015، وهذا ما يظهره معدل النمو السنوي الذي انتقل من 4.23% سنة 2013 إلى 1.87%

سنة 2015، وهو أداء ضعيف بالمقارنة مع ما تحقّقه بلدان الجوار، ويرجع الانخفاض الحاصل في عدد الليالي السياحية المسجل في الجزائر إلى ضعف التدفقات السياحية من جهة، بالإضافة إلى قصر فترة الإقامة.

المبحث الثالث: تطور المؤشرات السياحية في تونس والمغرب ومقارنتها مع المؤشرات السياحية في الجزائر.

يتناول هذا المبحث دراسة لأهم المؤشرات السياحية المحققة في كل من تونس والمغرب، متمثلة في مؤشر التدفقات السياحية البشرية والنقدية، مؤشر الليالي السياحية التي يقضيها السياح المقيمين وغير المقيمين في الفنادق وباقي مؤسسات الإيواء السياحي الأخرى المصنفة، ونستعرض وضعية الميزان السياحي، بما في ذلك حجم الإيرادات والنفقات السياحية المحققة ونسبة تغطية الميزان السياحي للعجز في الميزان التجاري، وسنتطرق كذلك إلى مقارنة هذه المؤشرات مع المؤشرات السياحية في الجزائر.

المطلب الأول: تطور المؤشرات السياحية في تونس.

تعتبر تونس من أهم البلدان العربية في مجال السياحة، وهي واحدة من أهم البلدان الرئيسية في حوض البحر الأبيض المتوسط لما تتمتع به من مقومات سياحية طبيعية ساعدتها على تطوير قطاعها السياحي وتدعيم مكانتها في السوق السياحي العالمي، كما سعت إلى تدعيم المقومات السياحية بإمكانات مادية تمثلت في توفير البنية التحتية حتى تستجيب للطلب السياحي المحلي والأجنبي، وفي هذا المجال قامت بتحسين أسطولها البري والبحري والجوي، ففي السنوات الأخيرة شرعت في بناء أكبر مطارات (مطار النفطية) في تونس العاصمة بسعة 25 مليون مسافر في السنة إضافة إلى المطارات الموزعة على كافة أنحاء تونس، ومن جهة أخرى ومنذ استقلالها وتونس تعمل على تطوير هياكلها الفندقية حتى تواكب التطور الحاصل في السياحة الدولية الوافدة إلى تونس، فقد ارتفعت طاقات الإيواء من حجم 4000 سرير سنة 1965م ليصل عددها إلى أكثر من 240000 سرير سنة 2015.

أولاً-التدفقات السياحية (السياح الوافدون):

شهدت التدفقات السياحية للوافدين تطورات مستمرة وامتسارعة لكثما اتسمت بالتذبذب وعدم الاستقرار، والجدول الموالي يوضح تطور عدد السياح القادمين إلى تونس خلال الفترة (2009-2015).

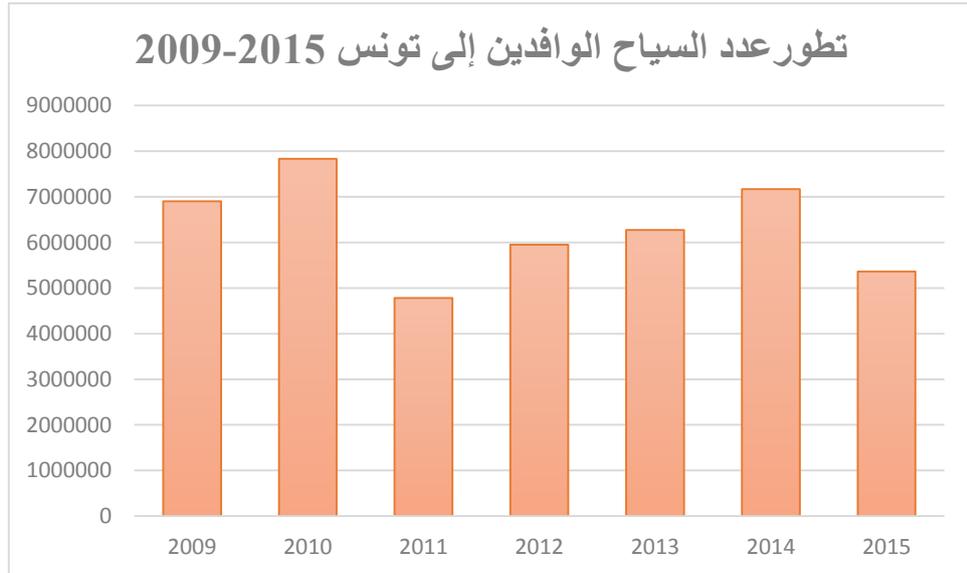
جدول رقم (17): تطور عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2009-2015).

السنوات	عدد السياح	معدل التغير السنوي %
2009	6901406	//
2010	7828075	13.42
2011	4781896	-38.91
2012	5950464	24.43
2013	6268582	5.34
2014	7163437	14.27
2015	5359309	-25.18

المصدر: السياحة في أرقام، سنوات متعددة، وزارة السياحة والصناعات التقليدية التونسية

والشكل التالي يبين تطور عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2009-2015).

الشكل رقم(08): تطور عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2009-2015).



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية التونسية.

نلاحظ بأن قطاع السياحة في تونس استطاع استقطاب ما يفوق سبعة ملايين سائح خلال سنة 2010، وشهدت التدفقات البشرية تراجعا وصل إلى 38.91% سنة 2011 مقارنة بالسنة الماضية، ويرجع ذلك إلى بداية ثورة الياسمين في تونس وأثر الاحتجاجات الاجتماعية ما عرف بثروة الربيع العربي، التي أدت إلى عدم الاستقرار السياسي والأمني والاجتماعي وهو ما أثر سلبيا على أداء القطاع السياحي في تونس. ومع ذلك شهدت التدفقات البشرية انتعاشا قويا في سنة 2012، مع زيادة السياح بنمو سنوي وصل إلى أكثر من 24%، وذلك بفعل استعادة النشاط السياحي عافيته وتعويض الخسائر بالتدفقات السياحية من بلدان المغرب العربي التي وصلت إلى 3.10 ملايين سائح سنة 2014، أي ما يمثل نسبته 51.12% من السياح الوافدين إجمالا.

غير أنّ القطاع عاود الانتكاسة بفعل حادث باردو في 18 مارس 2015، والعمل الإرهابي الذي استهدف فندق امبريال بسوسة في 26 جوان 2015 في أوج الموسم السياحي الذي خلف 35 قتيلًا معظمهم من السياح البريطانيين، وانخفضت على إثره التدفقات السياحية الواردة من روسيا 11.5%-، وفرنسا 6.5%-، الدول الإسكندنافية 19%- وليبيا 21%-²⁸. وهذا ما يدل على الحساسية العالية للقطاع السياحي للقطاع السياحي للعامل الأمني وتأثيره على اتجاهات السياح في اختيارهم للوجهات السياحية.

والجدول الموالي يبيّن نسبة السياح الأجانب الوافدين إلى تونس سنة 2014 حسب الجنسية.

جدول رقم(18): نسبة السياح الأجانب الوافدين إلى تونس سنة 2014 حسب الجنسية.

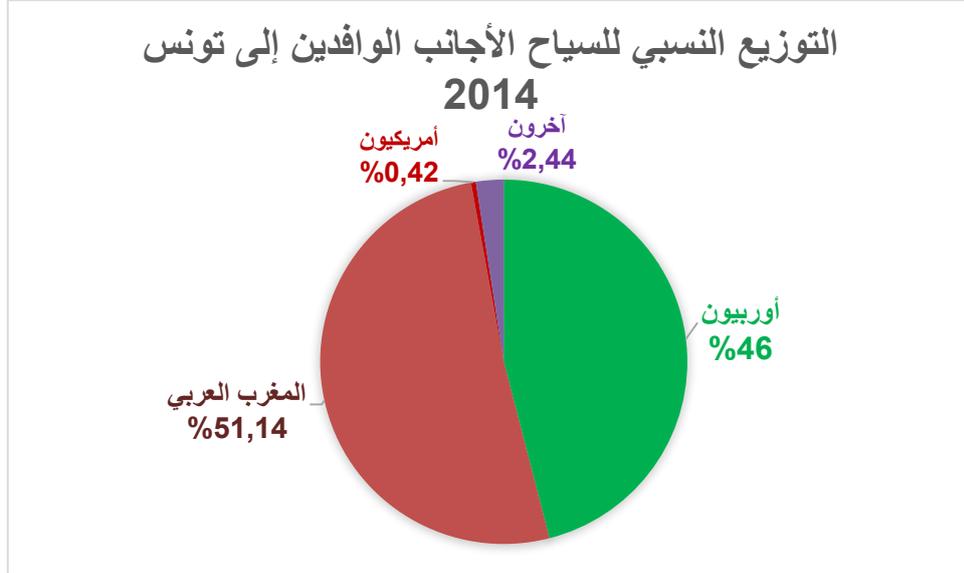
السياح الأجانب	أوروبيون	المغرب العربي	أمريكيون	آخرون
النسبة المئوية	46%	51.14%	0.42%	2.44%

المصدر: إحصائيات الديوان الوطني التونسي للسياحة 2014.

والشكل الموالي يبين التوزيع النسبي للسياح الأجانب الوافدين إلى تونس سنة 2014 حسب الجنسية.

²⁸ <http://www.leconomistemaghrebin.com/2015/01/22/tunisie-tourisme-bilan>.

الشكل رقم (09): التوزيع النسبي للسياح الأجانب الوافدين إلى تونس سنة 2014 حسب الجنسية.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على إحصائيات الديوان الوطني التونسي للسياحة 2014.

نلاحظ من خلال الشكل، أن نصف حصّة تونس من السياحة الوافدة كانت من بلدان المغرب العربي، بنسبة تصل إلى 51.14%، وفي المرتبة الثانية الأوروبيون بنسبة 46%، ويرجع السبب في هذا الترتيب إلى الزيادة في أعداد الوافدين من الأسواق التالية:²⁹

- السياح الجزائريون بنسبة نمو تساوي 35%؛
- السياح الإيطاليون بنسبة 9%؛
- بريطانيا بنسبة نمو 4%؛
- السياح الألمان بنسبة 0.3%.

وبالنسبة للأوروبيين تعتبر السوق التونسية سوق تقليدية، تتميز بميزات تنافسية منها: القرب الجغرافي حيث لا تبعد بعض المدن الإيطالية عن العاصمة تونس إلا ساعة طيران، وانخفاض تكلفة النقل الجوي إليها، سياسة الأجواء المفتوحة للرحلات التي تربط مباشرة بعض المدن الأوربية بالمدن التونسية، وانخفاض تكاليف الإقامة في الفنادق وارتفاع مستوى الخدمات، وضيافة الشعب التونسي وقبوله للسائح الأجنبي بسهولة، ممّا انعكس على رضا الزبون الأوروبي وبالتالي تكرار إلى تونس، غير أنّ هذه

²⁹ Amel Karboul, bilan du secteur 2014 sur :

[http://www.youtube.com/watch?v=z4VGK4qhd6w.\(22/01/2015\)](http://www.youtube.com/watch?v=z4VGK4qhd6w.(22/01/2015))

العوامل لم تكن وحدها كافية للأوربيين والأمريكيين مقارنة بانعدام الأمن والاستقرار الاجتماعي، وعلى العموم لم تتمكن تونس من استقطاب 10 ملايين سائح سنة 2014، وهو العدد المستهدف في خطة السياحة التونسية آفاق 2016، إلا أنها كانت ضمن العشر وجهات سياحية الأكثر استقطابا للسياح في بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي عام 2013.³⁰

ثانيا-التدفقات السياحية النقدية (الإيرادات السياحية):

بلغت إيرادات السياحة الدولية في تونس سنة 2014، 3.042 مليار دولار أمريكي، أي بمعدل نمو البالغ 6.25% عما كانت عليه سنة 2013، غير أنّ إنجازات سنة 2015 كانت الأسوأ في تونس حيث شهدت التدفقات النقدية تراجعا كبيرا وصل إلى 1.354 مليون دولار، أي بمعدل نمو سلبي بلغ أكثر من النصف 55.48% وذلك بفعل انخفاض أعداد السياح الوافدين نتيجة تدهور الوضع الأمني في تونس.

والجدول الموالي يرصد تطور الإيرادات السياحية في تونس خلال 2008-2015.

جدول رقم(19): تطور إيرادات السياحة الدولية في تونس للفترة 2008-2015.

السنوات	الإيرادات السياحية (القيمة بآلاف الدولارات)	% معدل النمو السنوي
2008	3.909	//
2009	3.524	-9.85
2010	3.477	-1.33
2011	2.529	-27.26
2012	2.931	15.90
2013	2.863	-2.32
2014	3.042	6.25
2015	1.354	-55.48

³⁰ مركز الأبحاث الإحصائية والاجتماعية والتدريب، منظمة التعاون الإسلامي "السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات 2015"، أنقرة، 2013، ص 13.

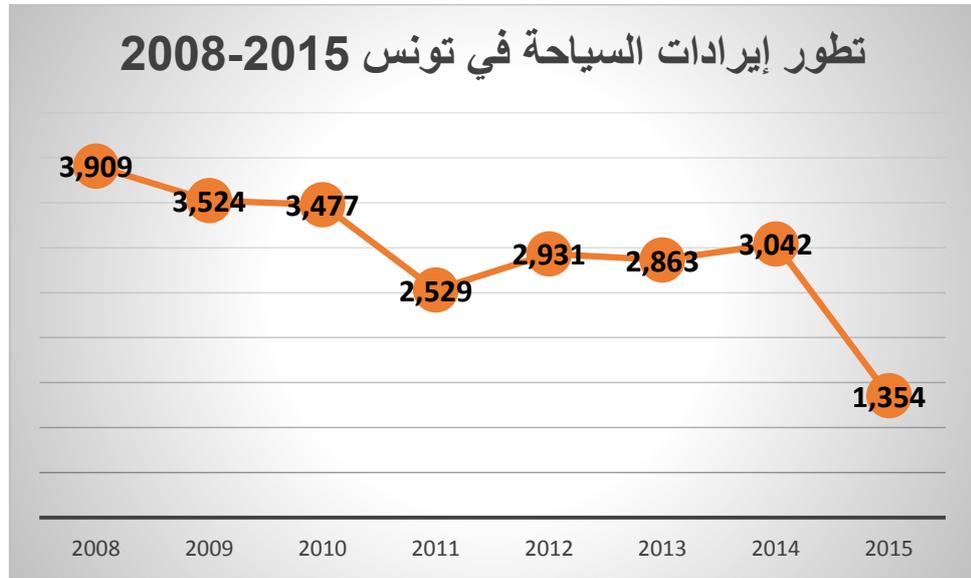
Source :

[http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=TN&view=chart\(04/11/2016\)](http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=TN&view=chart(04/11/2016))

والشكل التالي يبين تطور إيرادات السياحة في تونس خلال 2008-2015.

الشكل رقم (10): تطور إيرادات السياحة في تونس خلال 2008-2015.

الوحدة: آلاف الدولارات.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول السابق.

نلاحظ أنّ الإيرادات السياحية في تونس عرفت انخفاضا حادا خلال الفترة 2008-2011 بمعدل متوسط 12.81%، وسجل عام 2011 أعلى تراجع إذ بلغت الإيرادات السياحية 2529 مليون دولار وهو ما يمثل انخفاض بنسبة 27.26% مقارنة بالعام 2010، كما لم يتعدى متوسط مساهمة الميزان السياحي في الناتج المحلي الإجمالي نسبة 5.40% خلال الفترة 2009-2013.³¹

ويعود السبب في ذلك التراجع إلى الآثار السلبية للربيع العربي وموجة الاحتجاجات التي أطاحت بالنظام الحاكم في تونس، وانخفاض السياح الوافدين إلى تونس ولا سيما من بعض الوجهات التقليدية (فرنسا، بريطانيا)

³¹ نفس المرجع السابق، الملحق الإحصائي، ص 59.

ثالثا-تطور الميزان السياحي التونسي:

بالرغم من تراجع العائدات السياحية في تونس خلال الفترة 2008-2015 بوجه عام، إلا أن الميزان السياحي حقق فائضا خلال نفس الفترة، وذلك بسبب قلة مدفوعات السياحة العكسية، أي إنفاق السائحين التونسيين في الخارج، وإذا رصدنا جانب المدفوعات (النفقات السياحية)، فهي لا تمثل إلا نسبة لا تتعدى 26.80% من الإيرادات السياحية سنة 2011.³²

والجدول الموالي يظهر التطور الحاصل في ميزان السياحة التونسي للفترة 2008-2015.

الجدول رقم (21): تطور الميزان السياحي خلال الفترة (2008-2015).

الوحدة: مليون دولار.

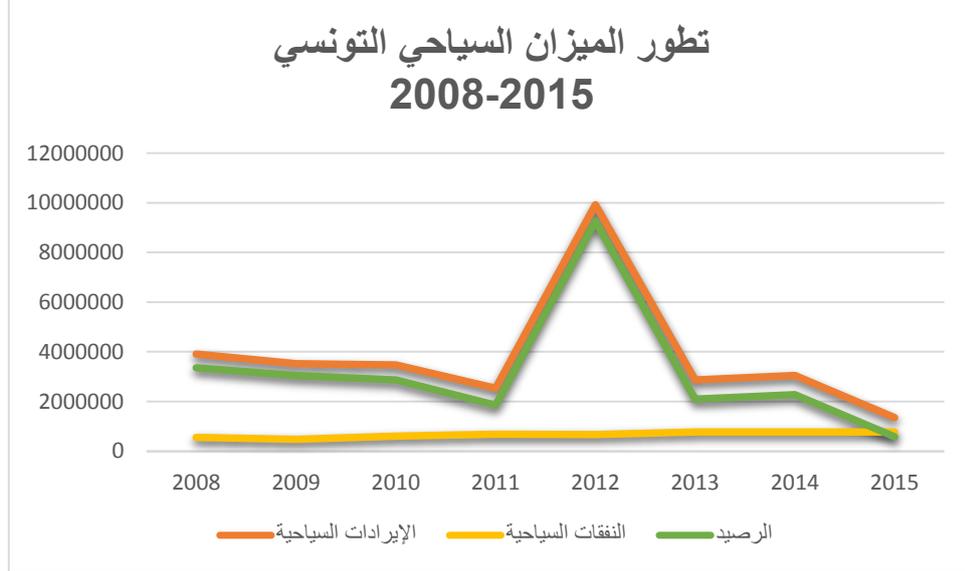
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الإيرادات السياحية	3.909	3.524	3.477	2.529	9.931	2.863	3.042	1.354
النفقات السياحية	555	478	611	678	673	768	770	769
الرصيد	3.354	3.046	2.866	1.851	9.258	2.095	2.272	585

المصدر: إحصائيات بنك تونس لسنوات متعددة.

³² ساعد بوراوي، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، باتنة، 2016/2017، ص، ص 148-149.

والشكل التالي يبين تطور الميزان السياحي التونسي خلال الفترة 2008-2015.

الشكل رقم (11): تطور الميزان السياحي التونسي خلال الفترة 2008-2015



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على إحصائيات بنك تونس لسنوات متعدّدة.

نلاحظ أن ميزان السياحة والسفر في تونس قد حقق فائضا خلال الفترة (2008-2015)، فبفضل إيرادات السياحة الوافدة والتي فاقت بكثير مدفوعات السياحة العكسية، إلا أن أداء القطاع السياحي كان ضعيفا سنة 2015 وحقق ميزان السياحة أقل قيمة له خلال الفترة المدروسة. انخفضت الإيرادات السياحية من 3.042 مليون دولار إلى 1.354 مليون دولار، أي بنسبة 40% مقارنة بعام 2014، بسبب الظرفية الأمنية والاقتصادية التي مرت بها تونس عام 2015، وانخفاض سعر صرف الدينار التونسي أمام اليورو والدولار الأمريكي³³. ومع ذلك يبقى قطاع السياحة في تونس مساهما إيجابيا في حصيلة ميزان المدفوعات وتغطية العجز من خلال الأرصدة الإيجابية المحققة سنويا في الميزان السياحي، حيث مثلت الإيرادات السياحية الدولية نسبة 14.10% من مجموع صادرات السلع والخدمات عام 2014³⁴. كما بلغت نسبة نفقات السياحة الدولية 2.9% من الواردات الإجمالية في نفس العام³⁵.

³³ <http://www.bct.gov.tn/bct/sitepord/arabe/documents/Balance.pdf> p. 22

³⁴ <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/contries-2016/tunisia2016.pdf> p. 8

³⁵ <http://data.albanKaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.MP.ZS?locations=TN&view=chart>.

رابعاً-تطور عدد الليالي السياحية:

إنّ الإنجاز الذي حققته السياحة التونسية في سنة 2010 يدل على مكانة التجربة التونسية الرائدة في أسواق المنافسة في حوض البحر الأبيض المتوسط عموماً، حيث حظيت السياحة التونسية بشهرة عالمية متميزة، وكانت قبلة لكثير من السياح الأجانب القادمين من أوربا، غير أنّ تلك الطفرة لم تدم طويلاً، إذ تراجع مؤشر الليالي السياحية سنة 2011 بمعدّل وصل إلى ما يقارب 42%، وذلك كنتيجة للظروف السياسية التي مرّت بها تونس في تلك السنة وما عقبها من توترات اجتماعية، أثرت سلباً على أداء نمو القطاع السياحي في مجمل مؤشراتته، واعتبرت سنة 2015 كارثة السياحة التونسية حيث انخفض مؤشر الليالي السياحية فيها إلى 44.41% مقارنة بسنة 2014، وإلى 54.51% مقارنة بالنتائج المحققة سنة 2010، والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (22): تطور الليالي السياحية (2010-2015).

الوحدة: مليون ليلة سياحية.

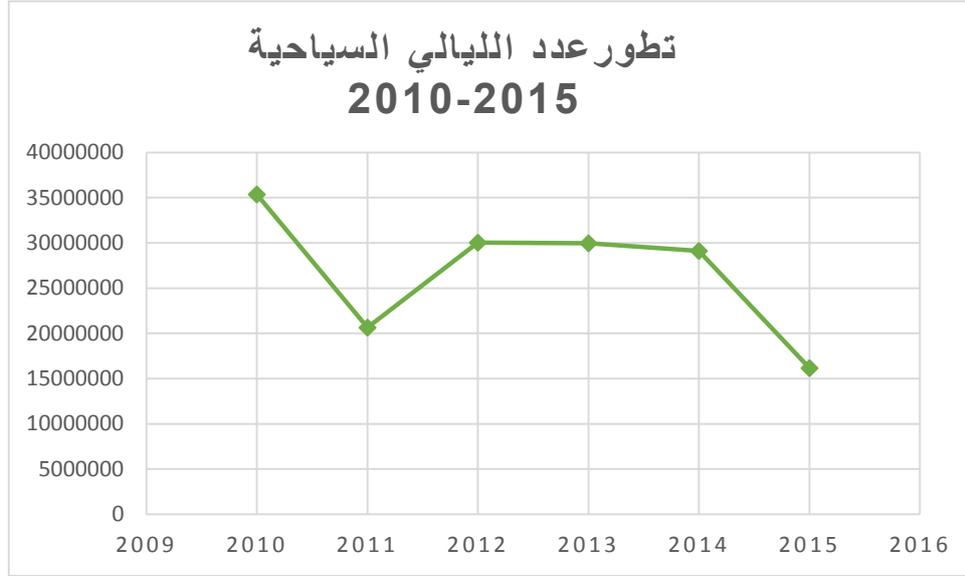
السنوات	عدد الليالي	معدل التغير %
2010	35365104	//
2011	20636847	-41.97
2012	30035419	45.54
2013	29980174	-0.18
2014	29107239	-2.91
2015	16177575	-44.42

المصدر: -الديوان الوطني للسياحة، السياحة التونسية بالأرقام 2015، ص 49.

- وزارة الداخلية والتنمية المحلية تونس، نشره السياحة التونسية في أرقام 2015.

من خلال المعطيات الواردة في الجدول، كانت نسبة النمو في الليالي السياحية سالبة خلال الفترة، ما عدا سنة 2012 التي شهدت انتعاشة مدفوعة بالتدفق السياحي للوافدين الذي بلغ 5.5 مليون سائح.

الشكل رقم(12): تطور الليالي السياحية 2010-2015.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول رقم (22).

إن هذا التراجع الذي يبينه الشكل السابق مرده إلى الأحداث الإرهابية الدامية التي أثرت على القطاع السياحي سنة 2015، هذه الحوادث الأمنية والاعتداءات الإرهابية دمرت صورة المقصد السياحي على المدى البعيد، وزعزعت الثقة لدى السائحين ولدى المستثمرين المحتملين في صناعة السياحة، وانهارت بفعل ذلك المؤشرات السياحية في تونس، حيث بلغ عدد السياح الوافدين في نهاية 2015، 5.35 مليون سائح وانخفضت العائدات السياحية بنحو 35% عما كانت عليه في 2014، وتسبب هذا الوضع في انخفاض عدد السياح الأوروبيين المتجهين إلى تونس بنحو 53.6%.³⁶

المطلب الثاني: تطور المؤشرات السياحية في المغرب.

أولا-التدفقات السياحية للوافدين للفترة 2011-2014:

حققت التدفقات السياحية نتائج إيجابية خلال الفترة 2011-2014، حيث انتقل عدد السياح الوافدين للمغرب من 9.342 مليون سائح عام 2011 إلى 10.283 مليون سائح عام 2014 أي بنمو سنوي متوسط بلغ 10% خلال الفترة، ومن حيث هيكل السياح الوافدين، تقوم وزارة السياحة المغربية بتقسيم التدفقات السياحية إلى فئة الأجانب (-Touristes Étrangers de Séjour – TES)، وفئة المغاربة القاطنين بالخارج (-Marocains Résident à l'Étranger – MRE) حيث بلغت

³⁶ قناة فرانس 24 الإخبارية على الموقع:

<http://www.france24.com/ar/20151124>.

تدفقات الفئة الأولى عام 2014، 5.4 مليون سائح، وبلغت تدفقات الفئة الثانية 4.8 مليون سائح، أي بنسبة 53% و 47% على التوالي.³⁷

والجدول الموالي يبرز التطور الحاصل في عدد السياح القادمين إلى المغرب خلال الفترة (2011-2014).

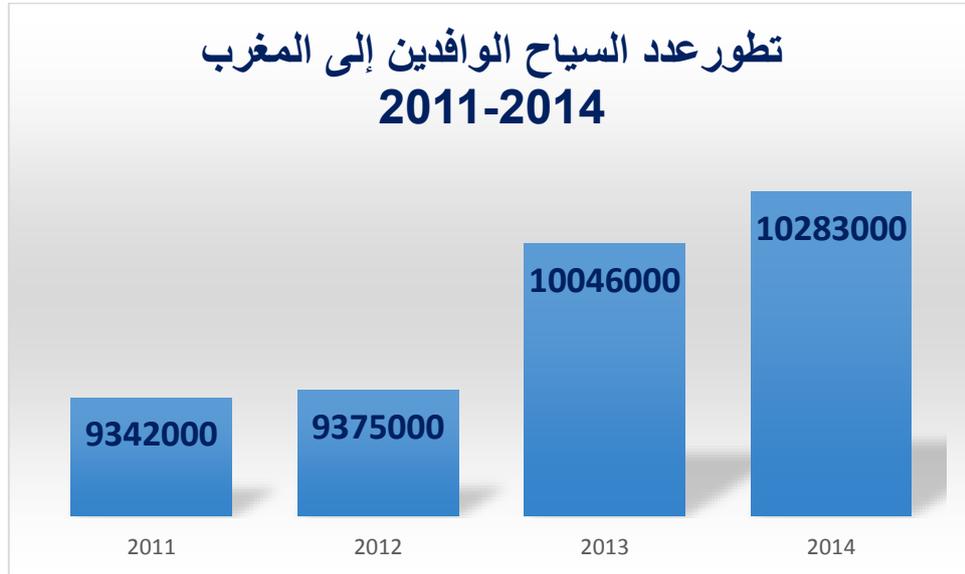
جدول رقم(23): تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب خلال الفترة(2011-2014).

السنوات	عدد السياح / مليون	معدل التغير السنوي %
2011	9.342	//
2012	9.375	0.10
2013	10.046	7.15
2014	10.283	2.35

المصدر: قاعدة بيانات البنك الدولي حول مؤشرات التنمية العالمية على الموقع:

<http://data.albanKaldawli.org>

شكل رقم (13): تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب خلال الفترة (2011-2014).



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات قاعدة بيانات البنك الدولي حول مؤشرات التنمية العالمية.

³⁷ Observatoire du tourisme marocain, suivi de la demande touristique 2014. p 09.

من خلال المعطيات السابقة يتبين أن قطاع السياحة في المغرب لم يتمكن من تحقيق معدّل النمو السنوي المتوقع والذي يبلغ 10%، وذلك بالنظر إلى الرقم المستهدف وهو تحقيق 20 مليون سائح نهاية 2020، حيث كان المتوسط السنوي في حدود 2.4% خلال 4 سنوات.

وبسبب الظرفية الأمنية التي تتميز بها منطقة المغرب العربي عموما وتحذيرات بعض البلدان المصدرة للسياحة في حوض البحر الأبيض المتوسط، تراجع مؤشر السياحة الوافدة إلى المغرب بشكل ملحوظ عما كان عليه في العشرية السابقة 2001-2010 التي نما فيها هذا المؤشر بمعدل 113%، هذه المعطيات المستجدة تدعو القائمين على السياحة في المغرب إلى إعادة صياغة الأهداف الكميّة والنقديّة من جديد.

والجدول الموالي يبين عدد السياح الوافدين إلى المغرب وحصتهم النسبية موزعين حسب الجنسية.

جدول رقم(24): توزيع عدد السياح الوافدين إلى المغرب وحصّتهم النسبية سنة 2014 حسب الجنسية.

الجنسيات	عدد الوافدين 2014	الحصة النسبية %
فرنسا	2.084	38.34%
إسبانيا	812	15.19%
ألمانيا	229	4.21%
المملكة المتحدة	501	9.21%
إيطاليا	265	4.87%
بلجيكا -لوكسمبورغ	288	5.30%
الأراضي المنخفضة	186	3.42%
الدول الإسكندنافية	80	1.47%
روسيا	20	0.36%
بولونيا	51	0.93%
باقي دول أوروبا	245	4.50%
أمريكا الشمالية	209	3.84%

2.70%	147	دول المغرب
3.01%	164	الشرق الأوسط
0.80%	44	باقي دول أفريقيا
1.43%	73	آسيا وأستراليا
0.68%	37	باقي دول
52.86%	5435	مجموع الوافدين الأجانب
47.13%	4845	المغاربة المقيمون بالخارج
100%	10.280	المجموع

Source : observatoire du tourisme marocain, Étude portant sur le suivi de la demande touristique, 2014, p 12.

<http://www.observatoiredutourisme.ma/wp-content/uploads/2015/10/Etude-sur-la-demande-touristique-2014.pdf>

نلاحظ من خلال الجدول، أن فرنسا هي السوق الرئيسية المصدرة للسياح الأجانب الوافدين للمغرب حيث كانت حصّتها 38% من مجموع التدفقات الوافدة سنة 2014، تليها إسبانيا في المرتبة الثانية بنسبة 15%، ثم المملكة المتحدة في المرتبة الثالثة بنسبة 9%، ولا تمثل حصّة باقي الأسواق سوى نسبة تتراوح ما بين 3 إلى 5%، وشكلت منطقت المغرب العربي نسبة ضعيفة لا تتعدى 2.17% من مجموع الوافدين الأجانب إلى المغرب وهي تقل قليلا عن حصّة وافي منطقة الشرق الأوسط التي بلغت 3%.

ثانيا-التدفقات السياحية النقدية (الإيرادات السياحية) للفترة 2011-2014:

سجلت إيرادات السياحة الدولية المحققة في المغرب، تراجعا خلال الأربع سنوات الأولى من الخطة (2011-2020) حيث انتقلت العائدات السياحية من 58.9 مليار درهم مغربي (5.8 مليار دولار) عام 2011 إلى 57.2 مليار درهم مغربي (5.7 مليار دولار) عام 2014، أي بمعدّل انخفاض بلغت نسبته 2.83% مقارنة عمّا كانت عليه سنة 2011، وذلك على الرغم من أعداد الوافدين الذي بلغت نسبته 10% خلال نفس الفترة، والجدول الموالي يرصد تطوّر الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة 2011-2014.

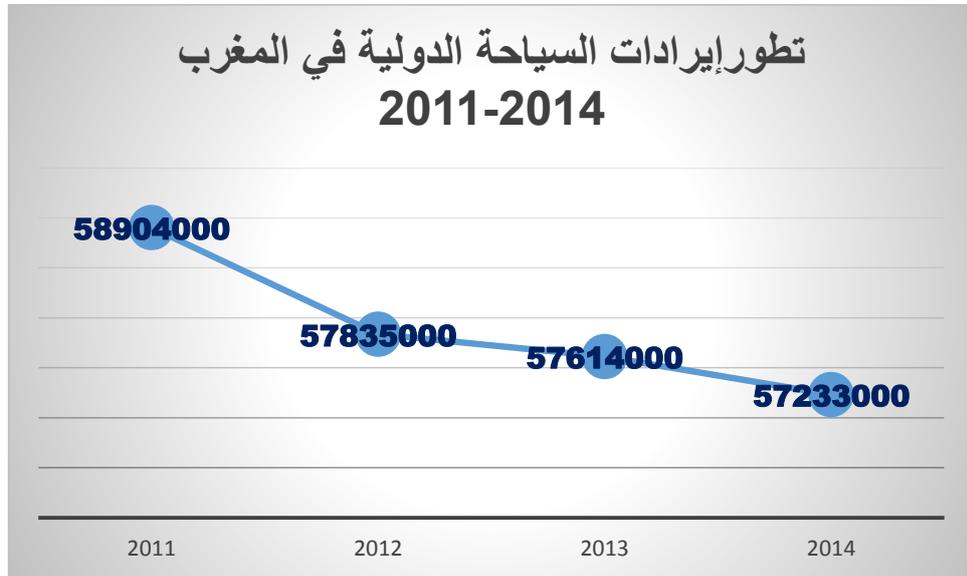
جدول رقم(25): تطور إيرادات السياحة الدولية في المغرب للفترة 2011-2014

الوحدة: آلاف الدراهم.

السنوات	الإيرادات السياحية	معدل النمو السنوي %
2011	58.904	//
2012	57.835	-1.84
2013	57.614	-0.38
2014	57.233	-0.66

Source : Ministère du tourisme marocain 2014.

الشكل رقم(14): تطور إيرادات السياحة الدولية في المغرب للفترة 2011-2014.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول رقم (24).

نلاحظ أن الإيرادات السياحية في المغرب عرفت انخفاضا ملموسا خلال الفترة 2011-2014، بمعدل متوسط بلغ %2.83، وسجل عام 2014 نموا سلبيا بمعدل %0.66 مقارنة بعام 2013، ويرجع السبب في ذلك إلى تراجع متوسط مدة الإقامة.³⁸

ثالثا-تطور الميزان السياحي المغربي:

حقق ميزان السياحة الدولية في المغرب، فائضا موجبا خلال السنوات 2011-2014، وقد ساهمت العائدات المرتفعة المتولدة عن السياحة الوافدة مقارنة بالنفقات السياحية المنخفضة التي أنفقها السائحون المغاربة بالخارج -أي السياحة العكسية-في تحقيق ذلك الفائض.

والجدول التالي يظهر التطور الحاصل في ميزان السياحة المغربي للفترة 2011-2014.

جدول رقم (25): تطور الميزان السياحي المغربي للفترة 2011-2014.

الوحدة: مليون دولار.

السنوات	2011	2012	2013	*2014
الإيرادات السياحية	9.101	8.491	8.201	7.313
النفقات السياحية	2.260	2.095	2.002	1.500
الرصيد	6.841	6.396	6.199	5.630

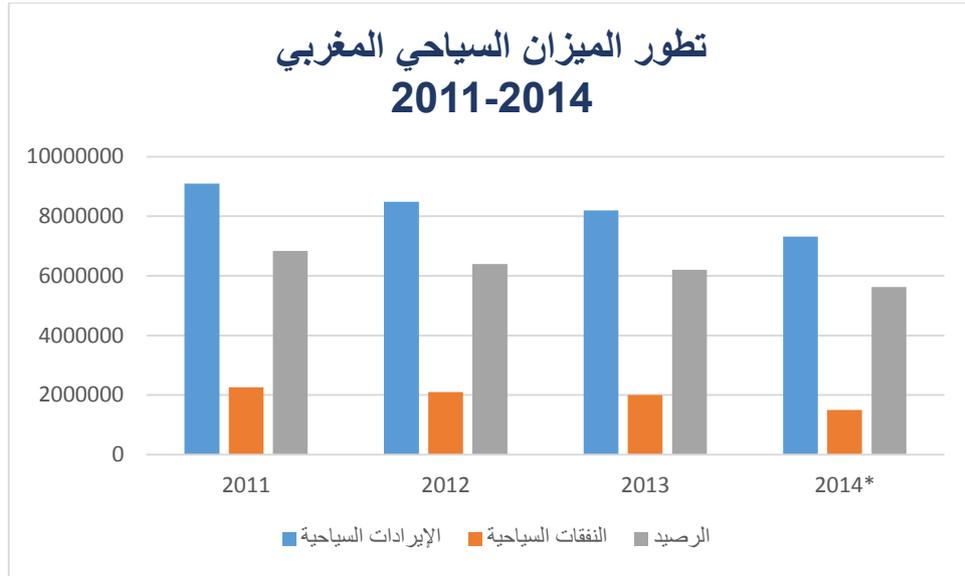
المصدر: قاعدة بيانات البنك الدولي حول مؤشرات التنمية العالمية على الموقع:

<http://data.albankaldawli.org>

³⁸ Observatoire du tourisme marocain, op.cit. p 32.

المصدر*: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2015، ملحق الجداول والإحصائيات، ص 491، مع الإشارة إلى أن الأرقام الواردة في الجدول لسنة 2014 لا تتضمن بنك النقد الدولي.

الشكل رقم (15): تطور الميزان السياحي المغربي خلال الفترة 2011-2014.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول رقم (25).

نلاحظ أن ميزان السياحة والسفر في المغرب حقق فائضا خلال الفترة (2011-2014)، بفضل إيرادات السياحة الوافدة والتي فاقت بكثير مدفوعات السياحة العكسية، ففي عام 2011 مثلا، لم تمثل النفقات السياحية إلا نسبة 24% من الإيرادات السياحية في نفس العام، كما تشير إحصائيات السياحة المغادرة إلى خروج 1.850 مليون مغربي إلى الخارج. مقارنة بدخول 10.283 مليون سائح إلى المغرب في عام 2014.³⁹

ويلاحظ من جهة أخرى، أن رصيد الميزان السياحي يتجه نحو الانخفاض بشكل تدريجي، بسبب تراجع الإيرادات السياحية المحققة سنويا.

³⁹ البنك الدولي، "بيانات مؤشرات التنمية العالمية"، على الموقع:

ومع ذلك، يعتبر الميزان السياحي المساهم الأول في جلب العملة الأجنبية، حيث قدرت مساهمته بحصة تقارب 29% من صادرات السلع والخدمات وغطى ما نسبته 24% من العجز الحاصل في الميزان التجاري عام 2014.⁴⁰

رابعا-تطور عدد الليالي السياحية:

حقق مؤشر الليالي السياحية تطورا ملحوظا خلال السنوات 2011-2014، حيث ارتفع عدد الليالي في مؤسسات الإيواء السياحي من 16.868 مليون ليلة سنة 2011 إلى 19.633 مليون ليلة نهاية 2014، أي بمتوسط نمو سنوي بلغ 16%، وحازت الفنادق ذات 4 نجوم حصة كبيرة من هذه الليالي، تليها فنادق 5 نجوم، ثم نوادي الفنادق، وأخيرا فنادق 3 نجوم، وقدرت الليالي الممضاة في الفئات الأربعة المذكورة بنسبة 83% من إجمالي الليالي السياحية في الفنادق.⁴¹

وتتوزع الليالي السياحية المحققة بين فئة السياح المقيمين (السياحة الداخلية) بمجموع 5.307 مليون ليلة، وفئة السياح الأجانب والمغاربة القاطنون بالخارج (السياحة الوافدة) بمجموع 14.326 مليون ليلة سياحية، والجدول الموالي يوضح التطور المحقق في مؤشر الليالي السياحية للفترة 2011-2014.

جدول رقم(26): تطور الليالي السياحية في المغرب 2011-2014.

الوحدة: مليون ليلة سياحية.

المجموع	عدد الليالي			السنوات
	المقيمين	%	غير المقيمين	
16867666	4448798	23	12418868	2011
17485762	4936518	28	12549244	2012
19114129	5183004	27	13931125	2013
19633475	5307163	27	14326312	2014

المصدر: موقع وزارة السياحة المغربية على الموقع:

⁴⁰ المملكة المغربية، المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع إحالة رقم 2015/16، ص 15.

⁴¹ Observatoire du tourisme marocain, annuaires statistique 2014, p 37.

http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/frequentation –
hotelier

الشكل رقم(16): تطور الليالي السياحية في المغرب 2011-2014.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات وزارة السياحة المغربية.

من خلال المعطيات يلاحظ تطور بطيء في تطور الليالي السياحية وخاصة بين سنتي 2013 و2014 ويرجع ذلك إلى قصر مدة الإقامة التي لم تتجاوز 44% وهي بعيدة عن المتوسط المسجل في الدول المنافسة، كما أنّ حصة غير المقيمين من الليالي السياحية خلال الفترة المدروسة مستقرة في حدود تتراوح ما بين 72% و77%، أمّا نصيب المقيمين فقد تراوح ما بين 23% و28%، وهذه النسبة تتوافق مع توصيات المنظمة العالمية للسياحة التي قدرت ثلث الليالي للسياحة الداخلية (المقيمين) والثلثين المتبقين للسياحة الوافدة.⁴²

المطلب الثالث: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية في بلدان المغرب العربي.

⁴² توصيات منظمة السياحة العالمية (IRTS2008)

يتناول هذا المطلب تقييم استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي، باستخدام مجموعة من المؤشرات السياحية، ومقارنة المنجزات المحققة في تلك المؤشرات بما تم استهدافه عند إعداد الخطة حيث لا يمكن الحكم على نجاح أو فشل هذه الاستراتيجيات إلا بمستوى الأداء الذي وصلت إليه، ومدى مساهمة قطاع السياحة في تحقيق الأهداف المخططة مسبقاً.

أولاً-مؤشر التدفقات البشرية للياح الوافدين:

يعتبر مؤشر التدفقات السياحية البشرية من أهم المؤشرات الكمية في خطط التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي، وتسعى هذه البلدان إلى زيادة أعداد السائحين القادمين إليها سواء من الأسواق التقليدية أو من خلال فتح أسواق جديدة، وعادة ما يشار إلى القدرات الاستيعابية للدول في مجال الجذب السياحي وتوفير الخدمات المختلفة للسائحين بمؤشر نسبة عدد السياح إلى عدد السكان⁴³. وبالنسبة لدول المغرب العربي موضوع الدراسة، فإن وضع هذا المؤشر يتباين من دولة إلى أخرى والجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم(27): مقارنة السياح الوافدين بعدد السكان في دول المغرب العربي 2014.

الدولة	عدد السكان بالمليون 2014	عدد السياح بالمليون	نسبة عدد السياح إلى عدد السكان
الجزائر	39.116	1709994	4.37%
تونس	10.983	5359309	48.79%
المغرب	33.304	10176762	30.55%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على عدد السكان وعدد السياح الوافدين إلى الدول الثلاث.

⁴³ جامعة الدول العربية، النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس 2007

_ جامعة الدول العربية، أرقام ومؤشرات، العدد الخامس 2015.

نلاحظ من خلال الجدول، أن دول المغرب العربي جاءت مرتبة في هذا المؤشر على النحو التالي، تونس بنسبة %48.79، تليها المغرب بنسبة %30.35 وأخيرا الجزائر بنسبة %4.37 فقط، ويرجع هذا التباين في الترتيب إلى ارتفاع عدد السياح الوافدين إلى كل من تونس والمغرب وانخفاضه في الجزائر مقارنة بعدد السكان.

➤ تقييم مؤشر السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر:

تسعى الجزائر من خلال تبنيتها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، على جذب أكبر عدد ممكن من السياحة الدولية الوافدة، ويستهدف هذا المخطط استقطاب 2.5 مليون سائح سنة 2015⁴⁴. ويتوقع أن يصل إلى 2.5 مليون سائح في 2015. وبالنظر إلى النتائج المحققة المشار إليها في المبحث الثاني، يمكننا أن ندرج الجدول الموالي:

جدول رقم (28): مقارنة التقديرات المتوقعة والمحققة فعليا في مؤشر التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر 2008-2015.

البيان	المستهدف	المحقق	نسبة الإنجاز
التدفقات السياحية الوافدة	2.5 مليون	1.7 مليون	68 %

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى تحقيق الهدف المتعلق برفع حجم التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر حقق نتائج إيجابية، وتمثل نسبة الجزائريين المقيمين بالخارج معدلا متوسطا يقدر ب 53 بالمائة من إجمالي التدفقات خلال 2008-2015، مع ملاحظة تراجع أعدادهم سنة 2015 إلى 626873 سائحا، ويرجع ذلك إلى اختيار هذه الفئة وجهات سياحية أخرى منافسة وخاصة تونس.

⁴⁴ Ministère du tourisme, SDAT2030, livre 1 'diagnostic du tourisme algérien', janvier 2008, p 30.

➤ **تقييم مؤشر السياحة الدولية الوافدة إلى تونس:** بالنظر إلى النتائج المحققة في تونس يمكننا إجراء عملية مقارنة بين التقديرات المبدئية من جهة والإنجازات المحققة من جهة ثانية والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(29): التقديرات المستهدفة والمحققة 2015.

الوحدة: ألف سائح.

البيان	المستهدف	المحقق	الإنجاز
تدفقات السياح	8.942	5.359	%60

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة التونسية.

يلاحظ من خلال الجدول، أن الرقم المستهدف في الخطة لم يتم تحقيق منه إلا 60%، ويرجع ذلك إلى الظروف الأمنية التي مرت بها تونس بدء من 2011.

➤ **تقييم مؤشر السياحة الدولية الوافدة إلى المغرب:** الجدول الموالي يوضح التقديرات والمنجزات المحققة لمؤشر السياحة الدولية الوافدة.

جدول رقم(30): تقييم المنجزات المحققة في مؤشر السياحة الدولية في المغرب 2015.

الوحدة: ألف سائح.

البيان	المستهدف 2015	المحقق 2015	نسبة الإنجاز
تدفقات السياح	13.711	10.176	74%

Source : ministère du tourisme marocain, vision stratégique de développement touristique

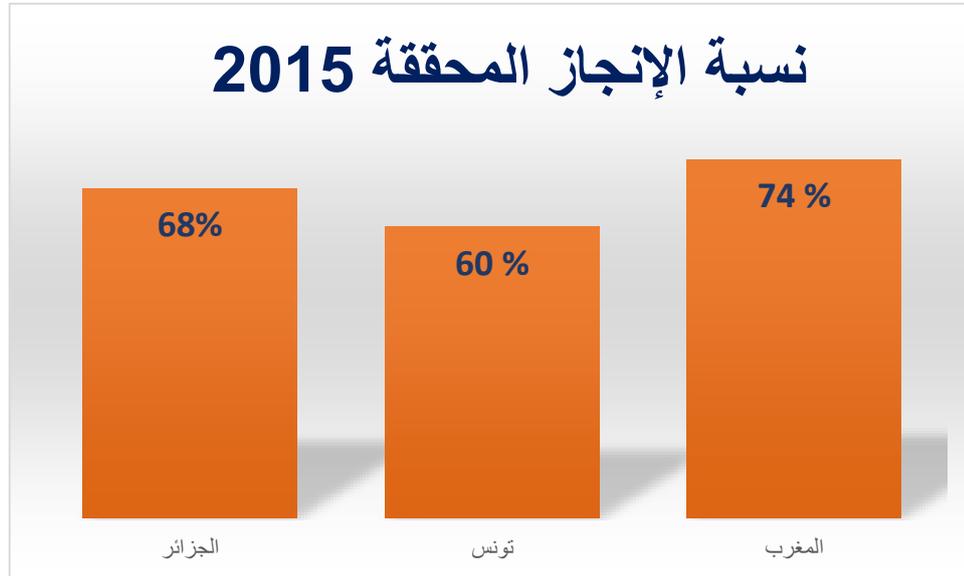
« vision 2020 » p.39

<http://www.tourisme.gov.ma>

يلاحظ من خلال الجدول، أن المغرب وبالنسبة لمؤشر السياحة الدولية الوافدة في نهاية 2015، قد حقق 74 بالمائة مما هو مستهدف في رؤية 2020، ويرجع ذلك إلى الظروف الاجتماعية والأمنية التي شهدتها منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عموما، وفرنسا خصوصا وهي السوق السياحية الرئيسية للمغرب. ومع ذلك فإن أداء المغرب في هذا المؤشر يعتبر جيدا مقارنة بباقي دول المغرب العربي (تونس والجزائر).

والشكل الموالي يقارن أداء دول المغرب العربي في تحقيق مؤشر السياحة الوافدة.

شكل رقم(17): مقارنة الأداء النسبي لدول المغرب العربي في مؤشر السياحة الوافدة 2015.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجداول السابقة.

من الشكل أعلاه، الذي يقارن مستوى أداء دول المغرب العربي في مؤشر السياحة الدولية الوافدة يتبين أن المغرب استطاع أن يحقق أكبر نسبة أداء ب 74%، ثم تليه الجزائر بنسبة 68% وأخيرا تونس بنسبة 60%.

ثانيا-مؤشر توفير مناصب الشغل:

تعتبر السياحة نشاط كثيف العمالة مقارنة بباقي قطاعات الاقتصاد الأخرى، وطبقا لتقديرات منظمة السياحة العالمية المتعلقة بالشغل في القطاع السياحي، فإن إنجاز

سريرين يؤدي إلى خلق منصب شغل واحد مباشر وثلاثة مناصب شغل غير مباشرة متعلقة بالنشاطات الملحقه 45

➤ تقييم مؤشر توفير مناصب الشغل في الجزائر: يستهدف مخطط التهيئة السياحية 2030، عند عرضه لخطة الأعمال بالأرقام إلى تحقيق 400 ألف منصب عمل مباشر وغير مباشر نهائية 2015. وتطبيق معيار منظمة السياحة العالمية المشار إليه أعلاه، وحيث أن الخطة تعتمزم إنجاز 75 ألف سرير جديد، ومنه فإن المناصب المحتمل توفيرها تقدر بما يلي:

$$\text{مناصب عمل مباشرة} = 1/2 * 75000 = 37500.$$

$$\text{مناصب عمل غير مباشرة} = 2/3 * 75000 = 112500.$$

أي بمجموع يقدر ب 150000 منصب شغل جديد آفاق 2015.

ولتحديد المناصب المباشرة وغير المباشرة من فرص العمل الجديدة، نستعمل معيار توزيع منظمة السياحة العالمية أعلاه:

$$\text{مناصب عمل مباشرة: } 100 \text{ ألف وظيفة} = 1/4 * 400000.$$

$$\text{مناصب عمل غير مباشرة: } 300 \text{ ألف وظيفة} = 3/4 * 400000.$$

والجدول الموالي يبين الإنجازات التي حققتها السياحة في مناصب الشغل.

جدول رقم (31): التقديرات المستهدفة والمحقة لمناصب الشغل 2008-2015.

الوحدة: بالآلف.

البيان	المستهدف	المحقق	نسبة الإنجاز
عمالة مباشرة	200+100=300	327.5	109%
عمالة غير مباشرة	200+300=500	301.0	60.2%
المجموع	400+400=800	628.5	78.65%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على إحصائيات

SDAT 2030, livre 2 plan stratégique, janvier 2008, p 18

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة تحقيق الأهداف المتعلقة بحجم العمالة المستحدثة بلغ 628.5 وظيفة أي 78.56 بالمائة من الرقم المستهدف وتحقيق 800 ألف وظيفة، في حين بلغت نسبة العمالة المباشرة التي ولدتها السياحة في الاقتصاد عموماً 60.2 بالمائة ويرجع السبب في ذلك إلى ضعف الروابط لهذا القطاع مع القطاعات الأخرى، حيث بقي هذا القطاع معزولاً ولا يحدث الأثر الإيجابي المطلوب نتيجة الطابع الموسمي للنشاط السياحي.

➤ **تقييم مؤشر توفير مناصب الشغل في تونس:** تستهدف استراتيجية تنمية السياحة في تونس آفاق 2016، توفير 594164 منصب شغل إجمالي، منها 173146 منصب شغل مباشر و421019 منصب شغل غير مباشر. والجدول الموالي يبين حجم العمالة المستهدف والإنجازات المحققة في الخطة.

جدول رقم(32): التقديرات المستهدفة والمحققة في مناصب الشغل في تونس 2015.

البيان	المستهدف	المحقق	نسبة الإنجاز
عمالة مباشرة	166500	185000	111%
عمالة غير مباشرة	407350	215000	53%
المجموع	573850	400000	70%

Source : objectifs et stratégies de développement du tourisme tunisien, rapport final, équipe d'étude JICA.

تبين من خلال الجدول، أن القطاع السياحي قد وفر 400 ألف وظيفة إجمالاً وهذا ما يمثل نسبة 70 بالمائة من الأهداف المرسومة، وبمقارنة هذه المنجزات مع نسبة الأداء العالمي الذي يصل إلى 10% فإن ما حققته تونس يساوي 11.5% وهذا دليل على أهمية القطاع السياحي وأثره الإيجابي في تحقيق الوظائف في الاقتصاد التونسي.

➤ **تقييم مؤشر توفير مناصب الشغل في المغرب:**

تهدف الخطة السياحية أفق 2020 إلى تحقيق 645147 وظيفة مباشرة في سنة 2015. والجدول الموالي يبين مناصب الشغل المستهدفة والمحققة في قطاع السياحة في المغرب.

جدول رقم (33): مناصب الشغل المستهدفة والمحققة في المغرب سنة 2015.

البيان	المستهدف	المحقق	نسبة الإنجاز
عمالة مباشرة	645147	731500	113%
عمالة غير مباشرة	1200000	956000	79%
المجموع	1845147	1687500	91%

المصدر: تقديرات رؤية السياحة المغربية أفق 2020 وإحصائيات المجلس العالمي للسفر والسياحة.

نلاحظ من الجدول أن المغرب قد أنجز 91 بالمائة من الهدف المخطط له نتيجة النشاط السياحي إجمالاً، وعلى العموم فإن المساهمة الإجمالية للسياحة بلغت 15.6% من حجم العمالة المحصاة في المغرب سنة 2015، وهذا المعدل أعلى مما هو محقق في كلا من تونس والجزائر (11.5% و5.7%) على التوالي، وأعلى من المتوسط العالمي أيضاً 10%.

من خلال مقارنة المؤشرات السابقة نستنتج أن الجزائر تحتل المرتبة الثالثة بعد كل من المغرب وتونس.

خلاصة الفصل الثالث:

من خلال ما تم دراسته في هذا الفصل تبين لنا أهمية التقييم لاستراتيجيات التنمية السياحية في دول المغرب العربي موضوع الدراسة، وذلك للوقوف على مدى نجاح هذه الدول في تحقيق الأهداف المخططة ومعرفة الأسباب التي كانت عائقاً دون إنجاز تلك الأهداف.

وفي هذا الصدد فقد توصلنا إلى أن هناك تباين في الأهداف المحققة وذلك من دولة إلى أخرى، حيث نجح المغرب إلى حد كبير وبنسب عالية في إنجاز الأهداف المسطرة وخاصة في جانبها النقدي، إلا أنه لم يتمكن من تحقيق الأهداف البشرية، أما تونس ونظراً للظرفية الأمنية والاقتصادية التي تمر بها، فقد كانت مؤشرات الأداء السياحي في مجملها سلبية، حيث كانت سنة 2015 سنة كارثية على السياحة التونسية بوجه عام، وفي الجزائر فقد كانت المؤشرات السياحية في مجملها متواضعة ولم تحقق الأهداف

الموضوعة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفق 2030، وذلك بالنظر إلى حجم المؤهلات السياحية التي تتمتع بها الجزائر في هذا المجال.

خاتمة

خاتمة

تبين لنا من هذه الدراسة أن السياحة قد تطورت وأصبحت ظاهرة عالمية، خاصة بعد استقرار الأوضاع الدولية السياسية والأمنية، وحظيت باهتمام الكثير من الدول باختلاف أنظمتها السياسية والاقتصادية والمنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للسياحة، وبهذا أصبحت السياحة علما يدرس، مما أدى إلى وعي شعوب العالم وارتفاع المستوى التعليمي وزيادة الدخل الفردي، وبهذا أصبحت السياحة صناعة هامة في الاقتصاد العالمي بعدما كانت عبارة عن نشاط بسيط تعني التنقل من مكان إلى آخر للبحث عن الرزق والأمن وطلب العلم، حيث تطورت بشكل كبير بعد الحرب العالمية الثانية نتيجة الاستقرار الأمني والتطور التكنولوجي الذي يشهده العلم وخاصة في وسائل النقل والاتصالات، وارتفاع مستوى الدخل في الكثير من الدول المتقدمة.

كما بينت الدراسة، أن عملية تطوير السياحة وتنميتها لا ينبغي أن يهمل البعد البيئي والاجتماعي مع البعد الاقتصادي، وذلك حفاظا على تلك الموارد وصيانتها من التدهور والانقراض حتى تتمكن الأجيال الحاضرة والقادمة من حق الاستفادة منها.

وعلى الرغم من امتلاك الجزائر لمقومات سياحية كبيرة تؤهلها لأن تكون من أهم دول العالم جذبا للسياح، إلا أن حصتها من السياحة لا تتجاوز 0.15% عام 2015، ونسبة 3.2% من السياحة الوافدة لدول أفريقيا، وهي حصة لا تتناسب مع ما تزخر به ثروات طبيعية وثقافية وحضارية وترجع الأسباب في ذلك إلى إهمال قطاع السياحة في مختلف برامج التنمية الاقتصادية، حيث ظل هذا القطاع مهما لسنوات طويلة مما انعكس سلبا على مستوى القدرات التنافسية للقطاع، حيث يشير تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي الصادر عام 2015 إلى ترتيب الجزائر في المرتبة 102 علميا من ضمن 130 دولة شملها تقرير تنافسية السفر والسياحة، وعلى العموم فإن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي تم تنفيذه منذ 2008 يعبر عن الرغبة الحقيقية والنية الحسنة من قبل السلطات العمومية للنهوض بهذا القطاع وإعطائه الأهمية التي يستحقها بجعله واحدا من القطاعات الاقتصادية التي يعول عليها في التوجه نحو تنويع مصادر النمو والثروة في الاقتصاد الوطني.

من خلال تناول موضوع استراتيجيات تطوير السياحة في الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية **SDAT 2030**، تم الانطلاق من الإشكالية الرئيسية التالية:

" في ظلّ الوضعية الحالية التي يوجد عليها القطاع السياحي في الجزائر، ما هي مكاتة السياحة الجزائرية قياسا لتجربتي تونس والمغرب في ظلّ المخطّط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030؟"

أدت هذه الدراسة إلى طرح ثلاث فرضيات تم التأكد منها:

نتائج اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: تملك الجزائر مقومات سياحية لا بأس بها، تمكنها من منافسة الدول السياحية. وهذا ما تم التأكد منه من خلال الدراسة النظرية حيث تم التطرق لأهم مميزات السياحة في الجزائر التي تستطيع من خلال الاستغلال الجيد لها منافسة الدول السياحية.

الفرضية الثانية: إن القطاع السياحي في الجزائر قطاع مهمش، ما يجعل واقع السياحة في الجزائر واقعا يتميز بالضعف، وعدم نموه وتطويره. تم التأكد من صحة الفرضية في الدراسة النظرية والميدانية، بحيث توجد موارد طبيعية ضخمة تؤدي إلى النهوض بالقطاع غير أن عدم الاستغلال الجيد لهذه الموارد والتقليل من أهمية القطاع منذ الاستقلال جعله مهمشا، مما أدى إلى عدم تطويره وتنميته مما جعل واقع السياحة في الجزائر واقعا يتميز بالضعف.

الفرضية الثالثة: إمكانية تطوير القطاع السياحي مستقبلا انطلاقا من استراتيجيات التنمية المحددة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. تم التأكد من صحة الفرضية في الدراسة النظرية، حيث أن من أهداف العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية النهوض بالقطاع والعمل على التعريف بوجهة الجزائر.

الفرضية الرابعة: تشير المؤشرات السياحية لدول المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) إلى إمكانية استقطاب عدد كبير من السياح الأجانب بنسب متباينة. وهذا ما تم تأكيده من خلال دراسة المقارنة بين بلدان المغرب العربي موضوع الدراسة، حيث تم التوصل من خلال المؤشرات المستعملة إلى تباين نسب التنمية بين الدول الثلاث.

النتائج:

تم من خلال الدراسة التوصل إلى النتائج التالية:

- ✓ يعاني القطاع السياحي الجزائري من إهمال كبير وعدم جدية المسؤولين والمجتمع في النهوض بهذا القطاع؛
- ✓ درجة النمو وتطور البنية التحتية يكاد يكون معدوما؛
- ✓ دور القطاع السياحي في ميزان المدفوعات له أثر هامشي إذا ما قورن بقطاع المحروقات أو القطاع الصناعي والتجاري؛

- ✓ عدم وجود التسهيلات في انتقال الأفراد للسياحة أو المؤسسات للاستثمار بسبب العرافيل والبيروقراطية التي تكبح القطاع السياحي الجزائري من التقدم؛
- ✓ المؤسسات المالية الجزائرية ووكالات السياحة والأسفار ليسوا الجانب المهم في تنمية القطاع السياحي؛
- ✓ ضعف التأطير وضعف الثقافة السياحية للمجتمع هما أحد الجوانب السلبية في عملية التحول فكلما ارتفع الوعي السياحي للفرد الجزائري وقدرته على التواصل مع السياح الأجانب والمحليين أو معرفته لطبيعة وتاريخ السياحة الداخلية كلما شهد القطاع السياحي تطورا وارتفع عدد الوفود الأجنبية.

الاقتراحات والتوصيات:

وعلى ضوء النتائج المتحصل عليها نقترح:

- ✓ العمل على التعريف والترويج الجيد للمنتوج السياحي الجزائري؛
- ✓ مراجعة أسعار التنقل والمبيت سواء بالنسبة للسائح المحلي أو الأجنبي؛
- ✓ حسن المعاملة وتأهيل الكفاءات من أجل التعامل الجيد مع السياح؛
- ✓ توفير عامل الأمن من أجل استقطاب أكبر عدد من السياح؛
- ✓ خلق شراكة جيدة بين القطاع العمومي والخاص فيما يخص الاستثمار في مجال السياحة؛
- ✓ محاولة غرس ثقافة سياحية في المجتمع الجزائري دون المساس بالهوية الجزائرية.

قائمة

المراجع

أولا-المراجع باللغة العربية:

أ- الكتب المقدسة:

1. القرآن الكريم.

ب- الكتب:

1. إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية تطبيقات على الوطن العربي، الطبعة الأولى، مؤسّسة الوراق للنشر و التوزيع، الأردن، 2010
2. أحمد الجراد، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، الطبعة الأولى، عالم الكتاب، القاهرة، مصر، 1988
3. أحمد رشيد، نظريات الإدارة العامة، دار المعارف، الطبعة الثالثة، مصر، 1974م
4. أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، مصر، 1999
5. أحمد محمّد مقابلة، صناعة السياحة، دار الكنوز المعرفة، الأردن، دون سنة نشر.
6. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، عمان، 2007
7. تغريد أحمد مسلم، التسويق السياحي فن الاتصال و التفاوض، دار التميّز للطباعة و النشر و التوزيع، 2004
8. جليلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية، مصر، 2003
9. حمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية (انجليزي-فرنسي-عربي)، مكتبة لبنان، بيروت، 1978، ط 1993
10. خالد كواش، السياحة مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، الطبعة الأولى ، دار التنوير،الجزائر ، 2007
11. رعد العاني، الاستعلامات و الدلالة السياحية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2005،
12. زيد سلمان عبوي، السياحة في الوطن العربي، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، الأردن، 2008
13. زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية، الأردن، 2008
14. سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسّسات الفندقية، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، عمان، 2001

15. صالح ونيس عبد النبي، المعتمد في السياحة والآثار، الطبعة الأولى، منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة والإعلام، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى، 2006
16. صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة، دار رضا، سوريا، 2004
17. صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر، الطبعة الأولى، دار حازم للطباعة والتوزيع والنشر، دمشق، 2002
18. عبد الله الركبي، الجزائر في عين الرحالة الإنجليز، الجزء الأول، دار الحكمة، الجزائر، 1999
19. عبد الهادي الرفاعي، التنمية السياحية، مفهومها، محدداتها وأهميتها، معهد التخطيط القومي، القاهرة، 2001
20. عصام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر و التوزيع، الأردن، 2011 .
21. عصام حسن الصّعيدي، التسويق و الترويج السياحي و الفندقية، دراسة للتسويق السياحي و الفندقية في الدول العربية، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر و التوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2009
22. علي أحمد هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000
23. لمياء السيد حنفي و فتحي الشراوي، الاتجاهات الحديثة للسياحة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008
24. ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مصر، مجموعة النيل العربية للنشر، 2001
25. مثنى طه الحوري و إسماعيل الدبّاغ، مبادئ السفر و السياحة، مؤسسة الوراق، عمان، 2001
26. محسن أحمد الخيزري، السياحة البيئية، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2005
27. محمد خميسي الزوكة، صياغة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، 1996
28. محمود كامل، السياحة الحديثة، الهيئة المصرفية للكتاب، مصر، 1975

29. مروان السكر، الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي، عمان، الأردن،
1999
30. مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، عمان، الأردن،
1977
31. مروان محسن السكر، السياحة مضمونها و أهدافها، سلسلة الاقتصاد السياحي،
الجزء الأول، الأردن، 1994
32. مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية
للدراسات و النشر، لبنان، 2003
33. منير خروف، فريحة ليندة، مقاربة في الاستثمار الأجنبي المباشر دراسة نظرية
ميدانية، دار الكتاب الجامعي، العين، لبنان، 2017
34. نائل موسى محمود سرحان ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، جامعة البلقان
التطبيقية ، 2003 ،
35. نعيم الطاهر و سراب الياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة، الأردن،
2007
36. يسرى دعيس، صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق، الملتقى المصري للإبداع و
التنمية، مصر، 2003

ج- الأطروحات والرسائل الجامعية:

1. بديعة بوعقلين ، الاستثمارات السياحية و اشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر،
أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006.
2. زهير بوعكريف، السياحة في الجزائر ودوره في تفعيل قطاع السياحة، دراسة حالة الجزائر،
رسالة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير،
جامعة منتوري قسنطينة، 2012.
3. ساعد بوراوي، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي
(الجزائر، تونس والمغرب) -دراسة مقارنة-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية
والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، باتنة، 2017/2016.

4. عبد القادر جودي، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006.
5. عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر-3، 2013.
6. عبد القادر هدير، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطويرها، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.
7. عمار عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة باتنة، 2010-2009.
8. نوال دمداد، الاستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2010.

ح- الملتقيات:

1. شلالى عبد القادر، عوينان عبد القادر، الواقع السياحي في الجزائر و آفاق النهوض به في مطلع 2025، الملتقى العلمي الوطني "السياحة في الجزائر: واقع و آفاق" المركز الجامعي آكلي محند أولحاج، معهد العلوم الاقتصادية، البويرة، يومي 12/11 مايو 2010.
2. عبد الرحمان بن زاكوا، التجربة التونسية في القطاع السياحي و الاستنتاجات التي يمكن الاستفادة منها بالنسبة للقطاع السياحي الجزائري، الملتقى العلمي الدولي الثامن حول " تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر، وفي بعض البلدان العربية و الإسلامية"، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، يومي 20/19 ديسمبر 2009.
3. عبد السلام مخلوفي، دور السياحة في التنمية المحليّة، الملتقى الدولي حول واقع و مستقبل الصناعات التقليديّة في الجزائر، دار الثقافة، بشار، 2003.
4. عمر أبو العينين، تخطيط الطاقة الفندقية في ضوء الطلب السياحي، وقائع مؤتمر السياحة في مصر واقتصادياتها وإدارتها، جامعة المنصورة، مصر، 22/ 23 مارس 1988.
5. مراد زايد، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني، حالة الجزائر، الملتقى الدولي "اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 10/09 مارس 2010.

6. المملكة المغربية، المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع إحالة رقم 2015/16.
7. مركز الأبحاث الإحصائية والاجتماعية والتدريب، منظمة التعاون الإسلامي "السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات 2015"، أنقرة، 2013.

خ- المجلات:

1. محمد الشريف بوهالي، تصنيف الحظيرة الوطنية لتازة بجيجل ضمن المحميات العالمية، مجلة الكورنيش، جيجل، العدد 03، ديسمبر 2004.
2. الدليل الاقتصادي والاجتماعي للجزائر، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1989.
3. عصام الدين الأحمد، الآثار الاقتصادية لأزمة السياحة في مصر، النشرة الاقتصادية، بنك مصر، العدد 01، 1998.
4. هواري معراج و محمد سلمان جردات، السياحة و أثرها على التنمية الاقتصادية العالمية، حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، العدد 03، ورقة، 2005.
5. قويدر معيزي، محمد لمين مراكشي، السياحة في الجزائر واقع و آفاق، مع الإشارة إلى حالة ولاية البليدة، مجلة "الإدارة و التنمية للبحوث والدراسات"، العدد الثاني.
6. الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار، الجزائر، 1989.
7. مجلة الاستثمار و الشراكة في السياحة، وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، 1994
8. فؤاد بن غضبان، تخطيط السياحة البيئية ودوره في توفير الحماية وتنمية المجتمع المحلي بالمناطق الساحلية، دراسة تطبيقية بولاية الطارف -الجزائر-، مجلة العمران والتقنيات المتعارف عليها، 2015.
9. العايب أحسن، زرقين عبود، أهمية السياحة المستدامة ضمن إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر، مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية، العدد 14 – 2017، الجزائر.
10. جامعة الدول العربية، النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس 2007.
11. وزارة الداخلية والتنمية المحلية تونس، نشرية السياحة التونسية في أرقام 2015

د- الدوريات والقوانين والتقارير:

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63، 18 ذو القعدة عام 1431هـ الموافق ل 26 أكتوبر سنة 2010م.
2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 24، 24 جمادى الثانية عام 1434هـ الموافق ل 5 مايو سنة 2013م.
3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 24، المادة 3 مكرر.
4. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63، المادة 5.
5. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 24، المادة 6.
6. المادة 7: تلغى أحكام المطمة 6 من المادة 5 و المطمة 4 من النقطة (أ) من المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 10-255 المؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق ل 20 أكتوبر سنة 2010.
7. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63، المادة 6.
8. وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي، الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية.
9. وزارة السياحة والصناعات التقليدية، مديرية الاحصائيات.
10. إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية 2015.
11. إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية 2015.
12. إحصائيات وزارة السياحة الجزائرية لعدة سنوات.
13. بنك الجزائر لعدة سنوات.
14. وزارة السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008.
15. وزارة تهيئة الإقليم والسياحة والصناعات التقليدية الجزائرية 2015.
16. إحصائيات الديوان الوطني التونسي للسياحة 2014.
17. إحصائيات بنك تونس لسنوات متعددة.
18. الديوان الوطني للسياحة، السياحة التونسية بالأرقام 2015.
19. إحصائيات وزارة السياحة التونسية.
20. توصيات منظمة السياحة العالمية IRTS2008.

21. تقديرات رؤية السياحة المغربية أفق 2020 وإحصائيات المجلس العالمي للسفر والسياحة.
22. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، الكتاب 02، "المخطط الإستراتيجي: الحركات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، 2008.
23. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، الكتاب 03 "الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، 2008.
24. المادة 07 من القانون 16-09 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة بتاريخ 3 أوت 2016.
25. الجريدة الرسمية رقم 47 الصادرة في 22/08/2002.
26. الجريدة الرسمية رقم 64 الصادرة في 10/10/1993.
27. معلومات من وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة 2009.
28. وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تقرير حول المخطط الخماسي الأول 1986.
29. وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تقرير حول المخطط الخماسي الأول، سنة 1980.
30. وزارة السياحة، سنة 1986.
31. وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الثاني 74/77، سنة 1974.
32. وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الثاني 74/79 سنة 1974.
33. تقرير صادر عن وزارة السياحة سنة 2001.
34. وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الأول 1970-1973، سنة 1970.
35. وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية أثناء المخطط الثلاثي 67/69.
36. ميثاق السياحة، 1966.
37. الديوان الوطني للسياحة.

ثانيا-المراجع باللغة الأجنبية:

1. Ministère de tourisme et l'artisanat, Direction des statistiques.
2. African development bank (AFDB), 'Africa tourism monitor report October 2015'.
3. Statistiques Ministère de l'Aménagement du territoire ; du Tourisme et l'Artisanat 2015.
4. Ministère d'Aménagement urbain ; du tourisme et l'industrie traditionnelle statistique année 2015.
5. Observatoire du tourisme marocain, suivi de la demande touristique 2014.
6. observatoire du tourisme marocain, Étude portant sur le suivi de la demande touristique, 2014.
7. Ministère du tourisme marocain 2014.
8. Observatoire du tourisme marocain, annuaires statistique 2014.
9. Ministère du tourisme, SDAT2030, livre 1 'diagnostic du tourisme algérien', janvier 2008.
10. ministère du tourisme marocain, vision stratégique de développement touristique « vision 2020 ».
11. SDAT 2030, livre 2 plan stratégique, janvier 2008.
12. objectifs et stratégies de développement du tourisme tunisien, rapport final, équipe d'étude JICA.
13. Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme Algérienne, livre 02, 2008,
14. Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme Algérienne, livre 01, 2008.
15. Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme Algérienne, livre 02, 2008.
16. Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme Algérienne, livre 05, 2008.

17. Cnes, contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme, novembre 2002.
18. Ministère de planification et de l'aménagement du territoire général du plan pentagonal, 1980 -1984.
19. Bilan du développement du secteur touristique, Ministère du tourisme, 1977.
20. Bilan du développement du secteur touristique, Ministère du tourisme, 1977.
21. Ahmed HAUARI, OPU, Alger.
22. TISSA AHMED, économie et aménagement du territoire, opu, Alger, 1993.
23. the travel and tourisme competitiveness, report 2009, world economic forum, geneva, suisse.

ثالثا-المواقع الإلكترونية:

1. www.minculture.gov.ma/arab-prehistorique/htm.
2. www.Oquitel.com/mokatel/data/behoth/dwal-htm.
3. <http://www.tourisme.gov.ma>.

4. موقع وزارة السياحة المغربية على الموقع:

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/frequentation-hotelier>.

5. <http://data.albanKaldawli.org>.
6. <http://www.observatoiredutourisme.ma/wpcontent/uploads/2015/10/Etu-de-sur-la-demande-touristique-2014.pdf>.
7. <http://www.france24.com/ar/20151124>.

8. <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/contries-2016/tunisia2016.pdf>.
9. <http://data.albanKaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.MP.ZS?locations=TN&view=chart>.
10. <http://www.bct.gov.tn/bct/sitepord/arabe/documents/Balance.pdf>.
11. [http://data.albanKaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=TN&view=chart\(04/11/2016\)](http://data.albanKaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=TN&view=chart(04/11/2016)).
12. Amel Karboul, bilan du secteur 2014 sur:
[http://www.youtube.com/watch?v=z4VGK4qhd6w.\(22/01/2015\)](http://www.youtube.com/watch?v=z4VGK4qhd6w.(22/01/2015)).
13. <http://www.leconomistemaghrebin.com/2015/01/22/tunisie-tourisme-bilan>.

14. السياحة في أرقام، سنوات متعددة، وزارة السياحة والصناعات التقليدية التونسية على الموقع:

<http://www.tourisme.gov.tn/ar/réalisations> et perspectives/tourisme-en-chiffres/statistiques.

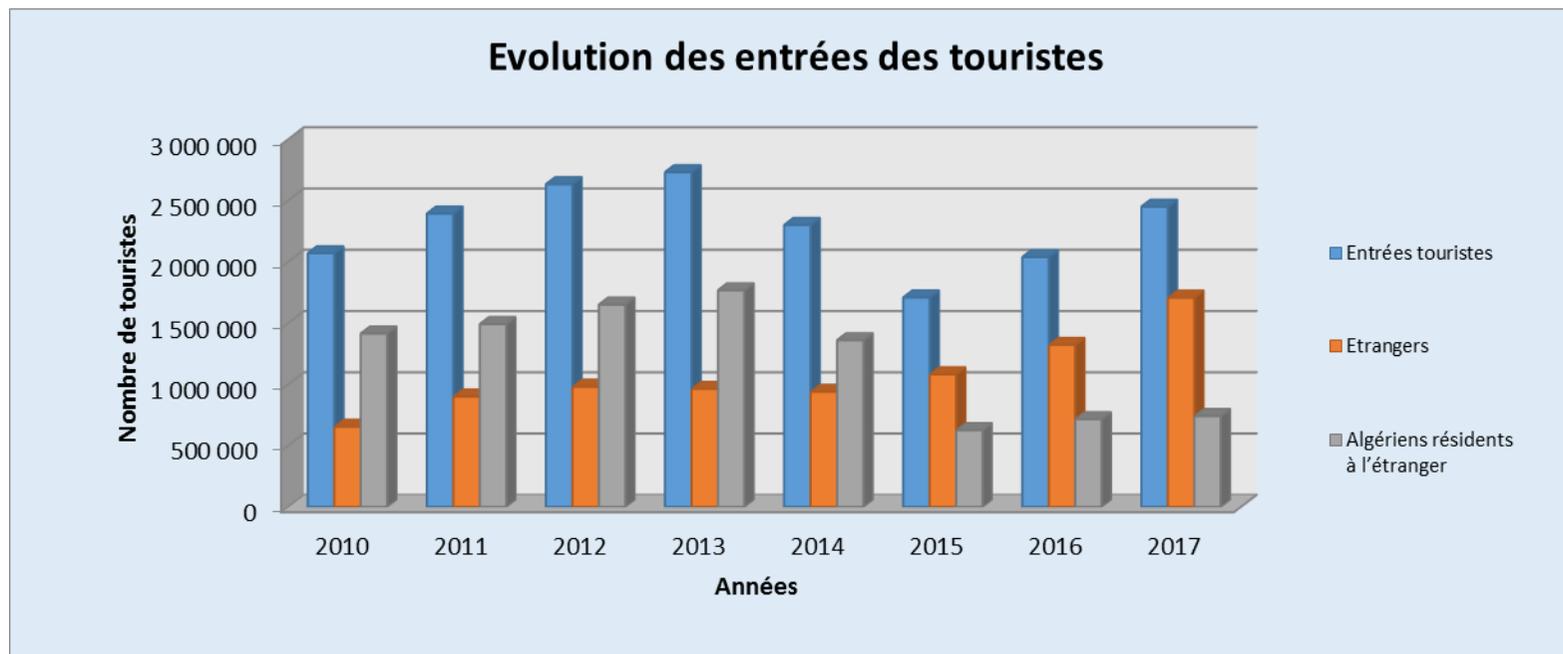
قائمة

الملاحق

Les entrées des touristes

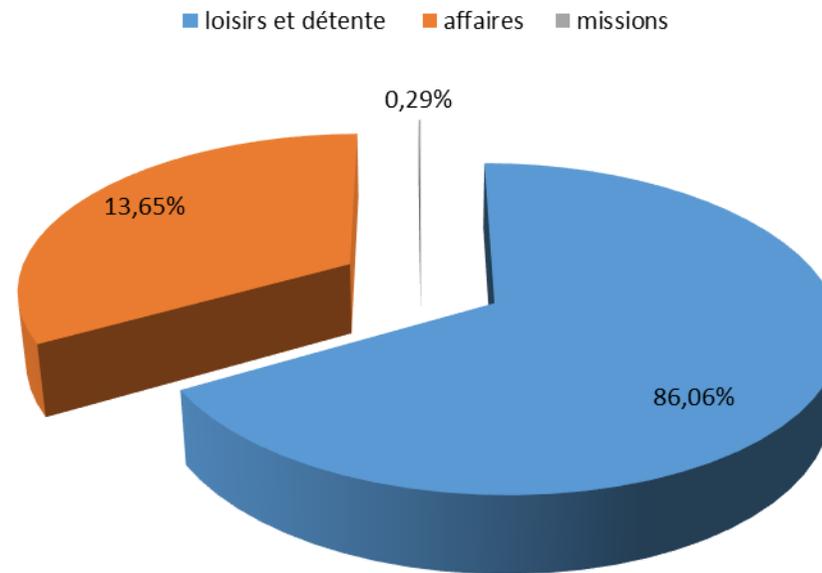
Années	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Entrées touristes	2 070 496	2 394 887	2 634 056	2 732 731	2 301 373	1 709 994	2 039 444	2 450 785
Taux de croissance (%)	8,31%	15,66%	9,98%	3,75%	-15,78%	-25,70%	19,27%	20,17
Etrangers	654 987	901 642	981 955	964 153	940 125	1 083 121	1 322 712	1 708 375
Taux de croissance (%)	-0,12%	37,66%	8,91%	-1,81%	-2,49%	15,21%	22,12%	29,16
Algériens résidents à l'étranger	1 415 509	1 493 245	1 652 101	1 768 578	1 361 248	626 873	716 732	742 410
Taux de croissance (%)	12,72%	5,49%	10,64%	7,05%	-23,03%	-53,95%	14,33%	3,58

Source : Direction de la Police des Frontières



Motifs de visite des touristes étrangers Année 2017

Entrées aux frontières des touristes par motif de visite pour l'années 2017

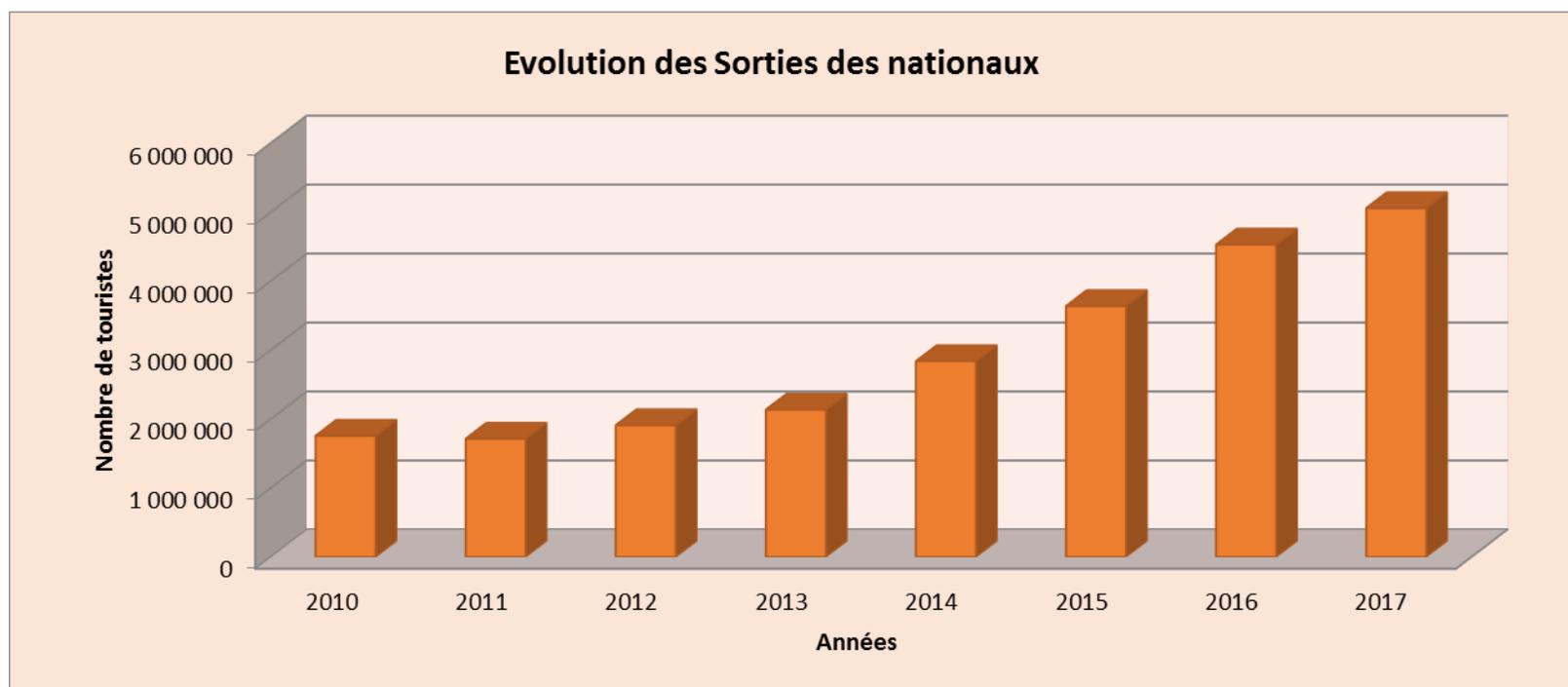


- **Loisirs et détente : 1 470 243** touristes, soit **86,06%** du total des touristes étrangers.
- **Affaires : 233 233** touristes, soit **13,65%** du total des touristes étrangers.
- **Missions : 4 899** touristes, soit **0,29%** du total des touristes étrangers.

Les sorties des algériens à l'étranger

Années	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Les Sorties des nationaux	1 757 471	1 714 654	1 910 558	2 135 523	2 839 104	3 638 140	4 529 524	5 058 404
Taux de croissance (%)	4,79%	-2,43%	11,42%	11,77%	32,95%	28,14%	24,50%	11,67%

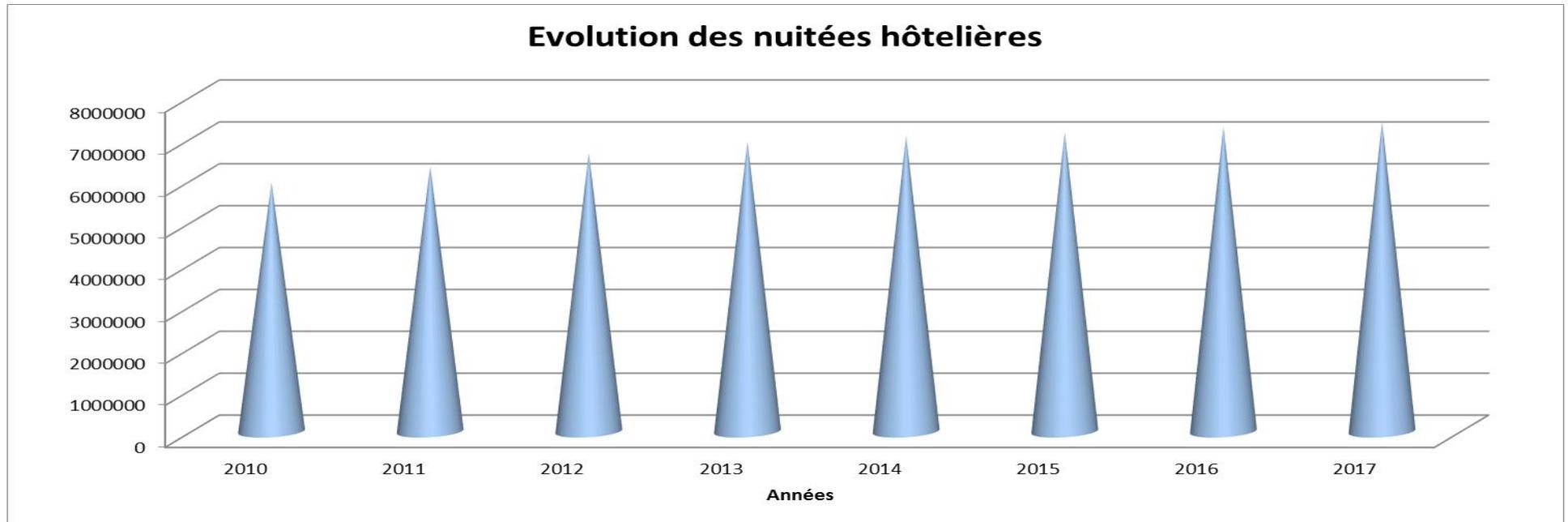
Source : Direction de la Police des Frontières



Nuitées hôtelières

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Résidents	5 185 231	5 484 105	5 703 550	5 926 968	6 215 932	6 307 411	6 283 910	6 260 409
Non résidents	754 103	845 367	936 631	994 266	837 812	839 161	992 611	1 146 061
Total	5939334	6329472	6640181	6 921 234	7 053 744	7 146 572	7 276 521	7 406 470

Source : Directions du tourisme de Wilaya



1/Capacité lits par catégorie (2012-2017)

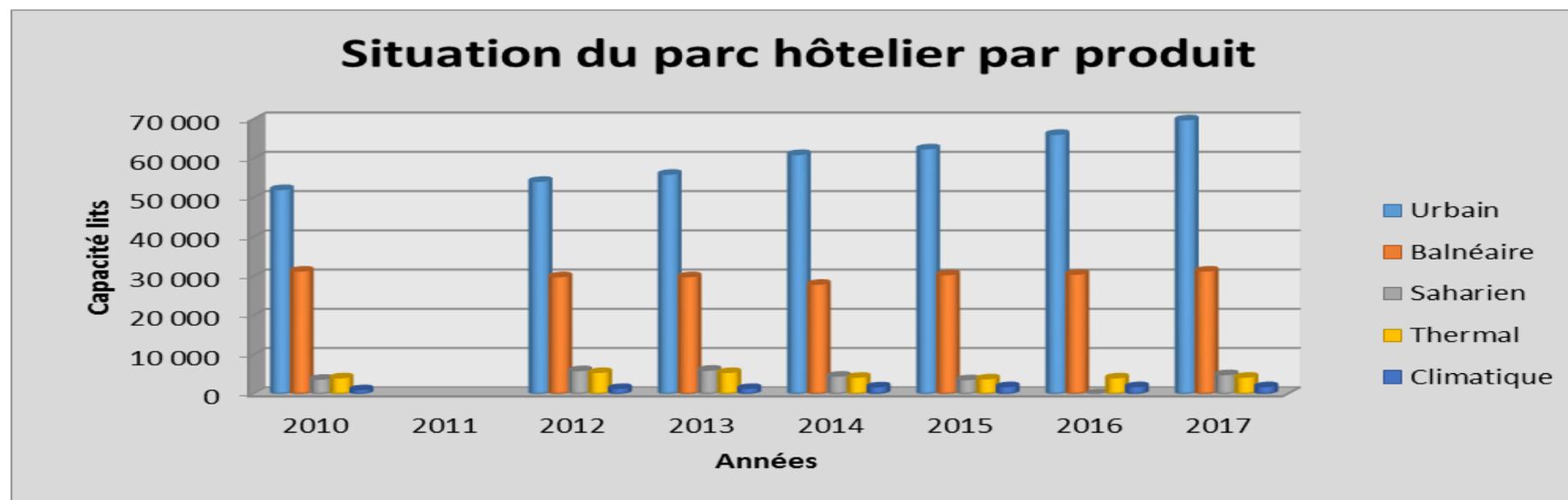
Années	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hôtel 5*	4 242	4 242	4 242	4 242	6 734	6 734
Hôtel4*	1 600	1 600	1 800	1 800	2 810	4 508
Hôtel3*	5 775	5 775	5 829	5 829	7 045	5 678
Hôtel2*	4 605	4 605	4 605	4 605	4 425	4 565
Hôtel 1*	8 407	10 639	10 639	11 295	11 295	11 335
Hôtel Sans étoile	6 250	8 406	8 406	8 533	8 533	8 533
Résidence 2*	384	384	384	384	384	384
Résidence 1*	313	313	313	313	313	313
Motel/Relais 2*	93	93	93	93	93	93
Motel/Relais 1*	30	30	30	30	30	30
Auberge 2*	16	16	16	16	16	16
Auberge 1*	20	20	20	20	20	20
Villages de vacances 3*			274	274	274	274
Catégorie unique (Meublé du tourisme)	28	91	91	91	91	91
Catégorie unique (Pension)	365	426	426	426	426	426
Autres structure d'établissements hôteliers	6 145	9 381	9 381	9 381	9 381	170
Catégorie unique (Gite d'étape)	142	170	170	170	170	9381
Total des établissements classés	38 415	46 191	46 719	47 502	52 040	52551
Etablissements hôteliers en cours de classement	58 483	52 613	52 886	54 742	55 380	59713
Total	96 898	98 804	99 605	102 244	107 420	112264

Source : Direction Plan Qualité

2/ Capacité lits par type de produits

Années	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Urbain	52 085		54 186	55 988	61 012	62 479	66 155	69 861
Balnéaire	31 322		29 886	29 886	27 962	30 380	30 500	31 326
Saharien	3 770		5 954	6 058	4 547	3 636	4 780	4 928
Thermal	4 111		5 467	5 467	4 259	3 866	4 102	4 266
Climatique	1 089		1 405	1 405	1 825	1 883	1 883	1 883
Total	92 377	94 021	96 898	98 804	99 605	102 244	107 420	112 264

Source : Direction Plan Qualité

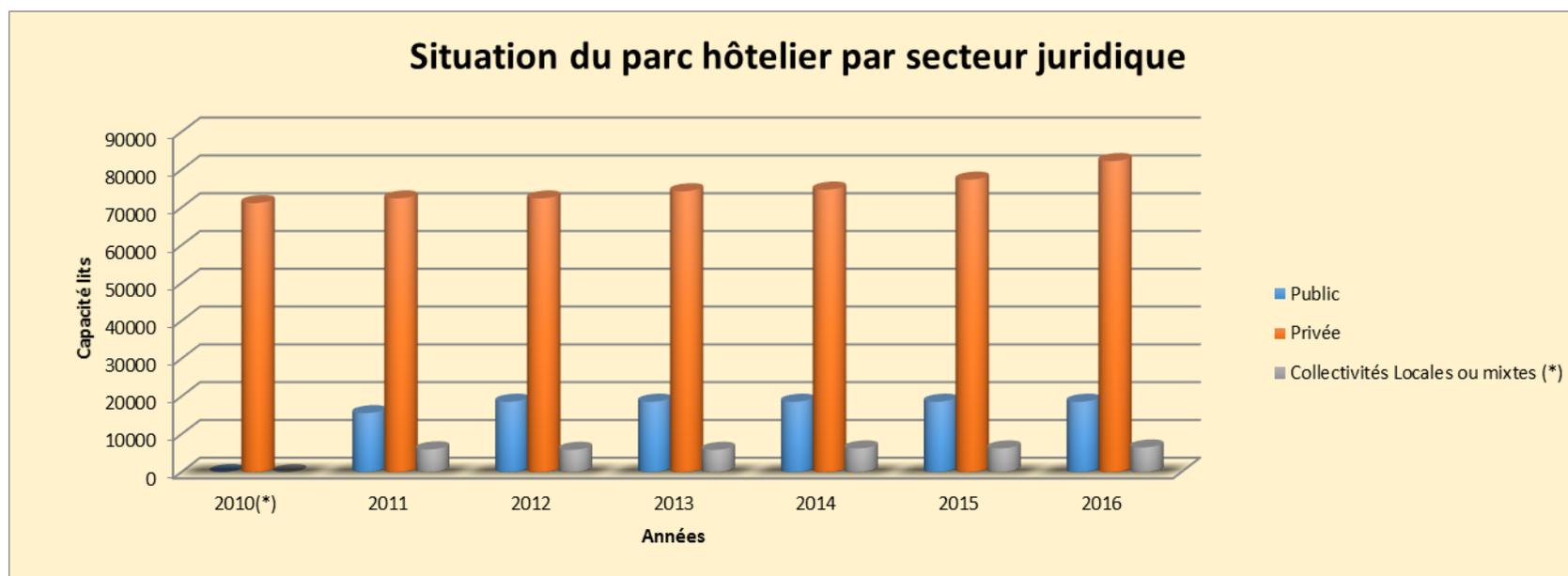


3/ Capacité lits par secteur juridique

Années	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Public	15 597	15 597	18 613	18 613	18 613	18 613	18 613	18 613
Privée	71 184	72 420	72 407	74 313	74 744	77 383	82 301	87 145
Collectivités Locales ou mixtes (*)	5 596	6 004	5 878	5 878	6 248	6 248	6 506	6 506
Total	92 377	94 021	96 898	98 804	99 605	102 244	107 420	112 264

Source : Direction Plan Qualité

(*) À partir de 2008, la catégorie des collectivités locales a été remplacée par la catégorie mixte (il s'agit du partenariat) et pour le public, il s'agit des chaînes hôtelières internationales.

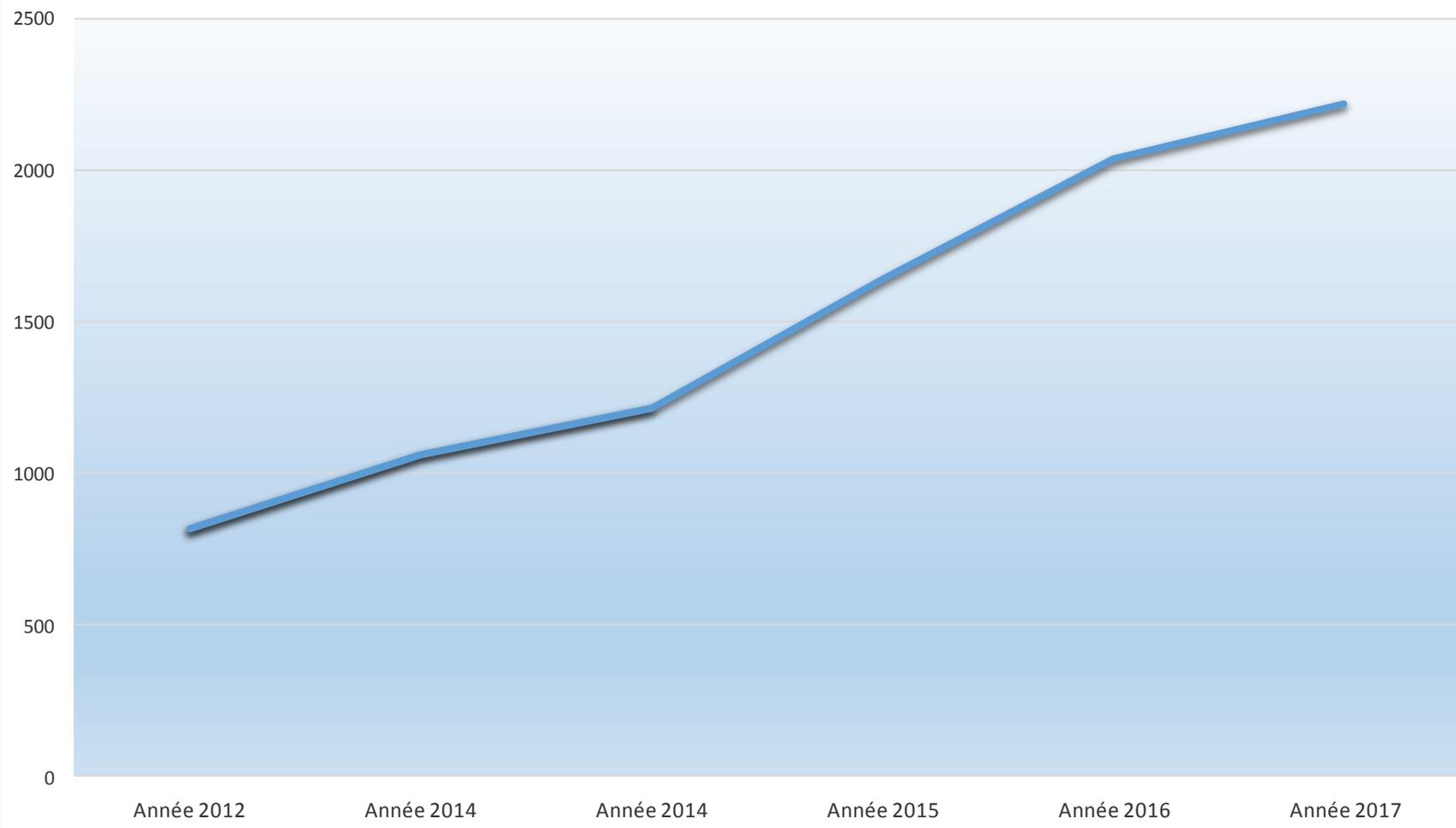


Agences de tourisme et de voyages (ATV)
2012-2017

Désignation		Année 2012	Année 2013	Année 2014	Année 2015	Année 2016	Année 2017
Nombre d'ATV en activité (chiffre cumulé)		818	1063	1215	1643	2 041	2 220
Nombre d'ATV catégorie « A » *		315	388	415	488	552	1 918
Nombre d'ATV catégorie « B »*		503	675	800	913	1 202	
Nombre de succursale catégorie « A »*		52	77	82	107	129	302
Nombre de succursales catégorie « B »*		26	59	64	135	158	
Nombre de sessions de la Commission Nationale d'agrément des ATV		11	08	05	8	10	12
Nombre des dossiers examiné par la commission nationale	Nombre de nouvelles demandes	438	952	798	839	1 099	840
	Nombre de dossiers relatif aux changements opérés au sein des ATV agréés	502	379	88	192		780
Nombre d'accords définitifs		219	381	206	164	188	199
Nombre d'accords de principe		263	427	428	518	534	902
Nombre d'ajournements		98	126	94	96	120	89
Nombre de retraits d'accord de principe		93	53	08	35	26	67
Nombre de retraits d'agrément		30	28	10	10	14	20
Retrait provisoire		-	-	-	-	04	5
Nombre de dossiers rejetés		00	267	223	203	213	338

Source : Direction Plan Qualité

Les agences du tourisme et des voyages

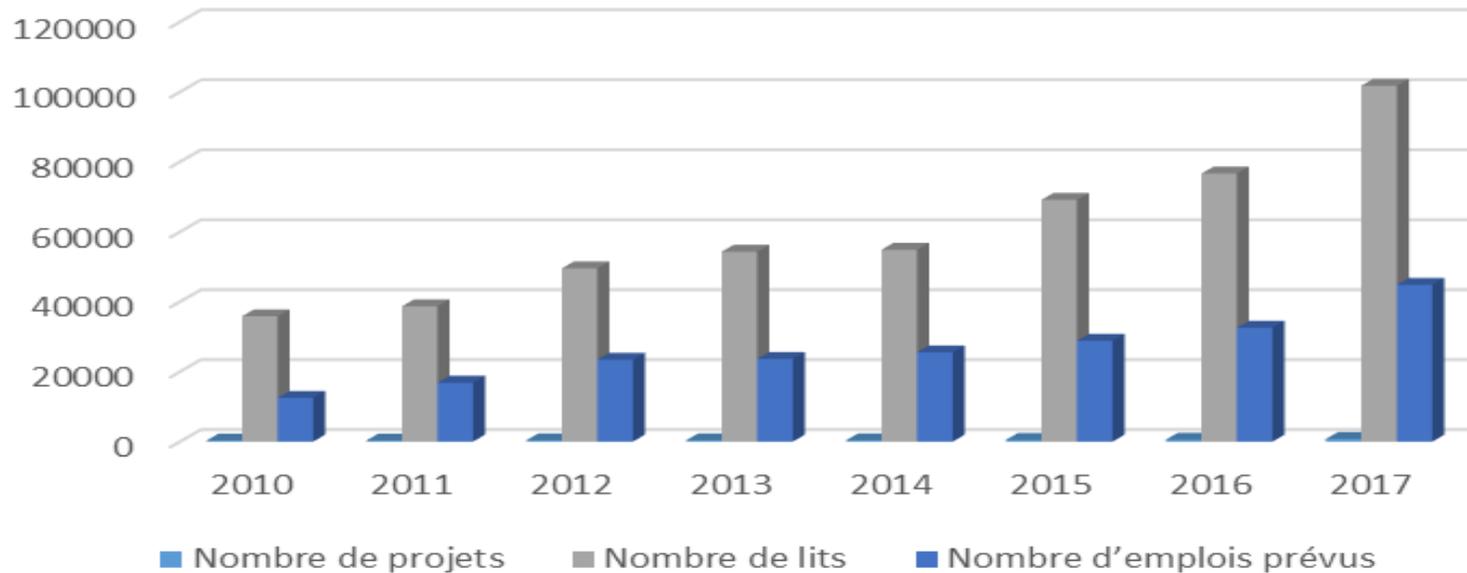


Etat des projets d'investissement touristique
Pour la période 2010-2017
Projets - en cours et à l'arrêt -

Années	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Projets en cours de réalisation								
Nombre de projets	329	344	405	382	385	504	584	764
le taux d'évolution		4,56%	17,73%	-5,68%	0,79%	30,91%	15,87%	30,82%
Nombre de lits	35 861	38 731	49 561	54 311	54 884	69 138	76 670	101 772
le taux d'évolution		8,00%	27,96%	9,58%	1,06%	25,97%	10,89%	32,74%
Nombre d'emplois prévus	12 517	16 866	23 426	23 648	25 526	28 835	32 592	44 840
le taux d'évolution		34,74%	38,89%	0,95%	7,94%	12,96%	13,03%	37,58%
Projets à l'arrêt								
Nombre de projets	121	130	122	102	104	101	119	147
le taux d'évolution		7,44%	-6,15%	-16,39%	1,96%	-2,88%	17,82%	23,53%
Nombre de lits	13 179	20 088	12 631	8 345	9 123	8 591	13 397	16 985
le taux d'évolution		52,42%	-37,12%	-33,93%	9,32%	-5,83%	55,94%	26,78%
Nombre d'emplois prévus	5 180	5 672	5 962	3 092	3 797	3 732	5 003	6 978
le taux d'évolution		9,50%	5,11%	-48,14%	22,80%	-1,71%	34,06%	39,48%

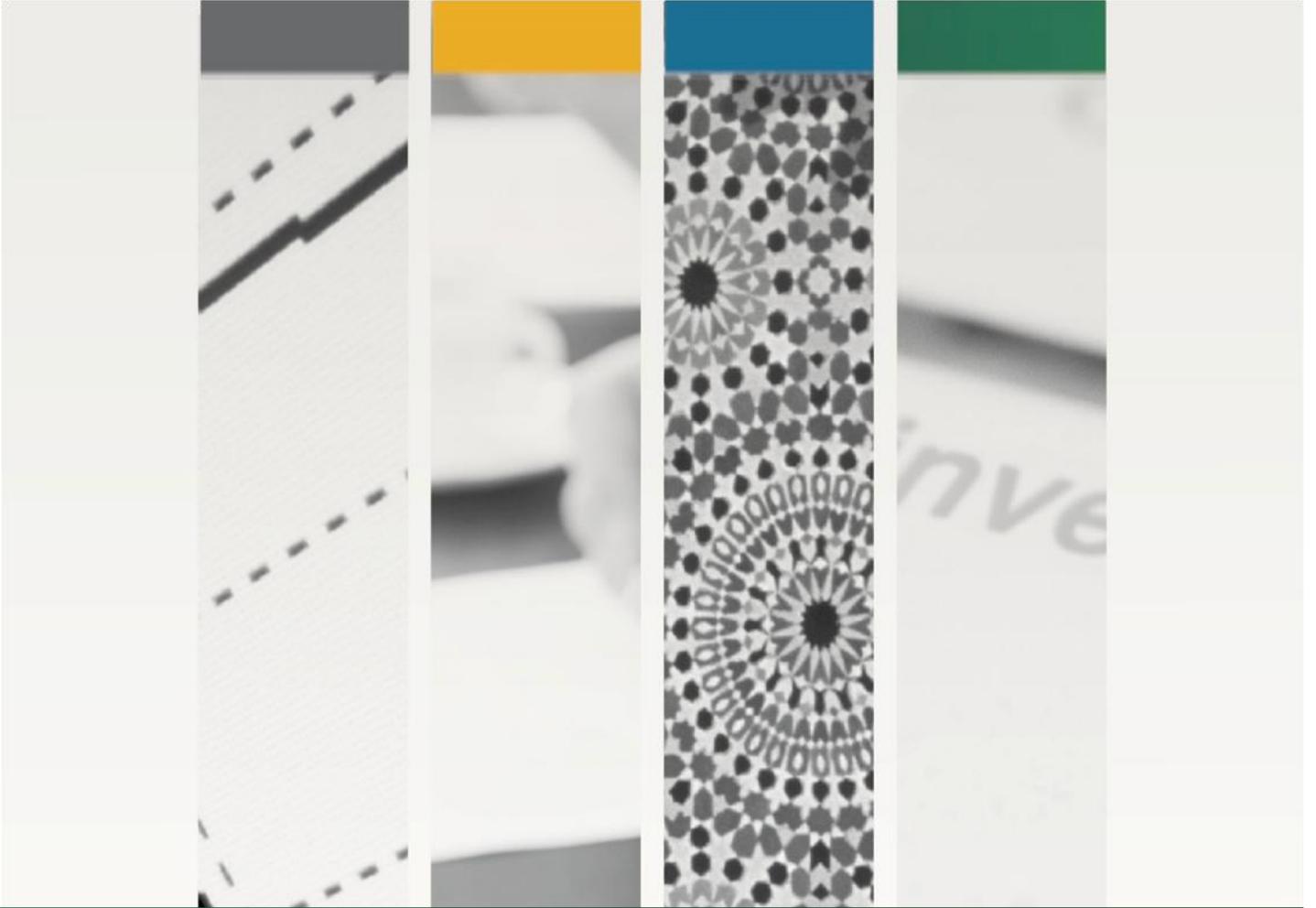
Source : Directions du Tourisme Wilayas

Projets en cours de réalisation



Entrées aux frontières des touristes pour l'année 2017

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Decembre	Total
<u>Afrique</u>	84 329	91 615	90 976	104 719	119 837	98 953	90 404	92 603	105 410	104 549	108 083	114 202	1 205 680
<u>Afrique du nord</u>	79 466	86 365	84 868	97 491	115 705	96 317	86 149	83 817	96 672	96 808	104 857	111 345	1 139 860
Maroc	6 411	6 963	5 408	7 059	6 587	4 009	7 986	3 709	8 302	8 546	4 549	3 575	73 104
Tunisie	53 037	78 623	78 784	89 623	108 470	91 896	77 422	79 064	87 089	87 175	99 438	107 082	1 037 703
Libye	20 018	779	676	809	648	412	741	1 044	1 281	1 087	870	688	29 053



إحصاءات حول السياحة في المغرب

يونيو 2017



OBSERVATOIRE DU TOURISME
M A R O C

Email : contact@observatoiredu tourisme.ma - Site : www.observatoiretourisme.ma



OBSERVATOIRE DU TOURISME
M A R O C

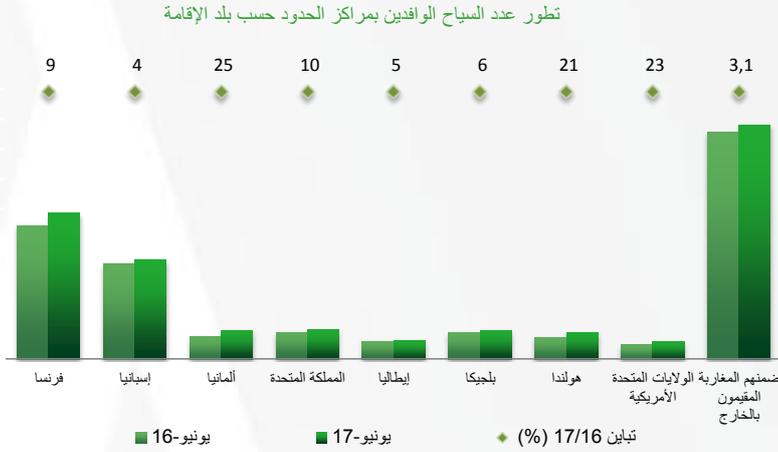
إحصاءات حول السياحة في المغرب

يونيو 2017

مصدر المعلومات

- 1- السياح الوافدون بمراكز الحدود : المديرية العامة للأمن الوطني
- 2- ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: مهنيو السياحة
- 3- إيرادات السفر: مكتب الصرف

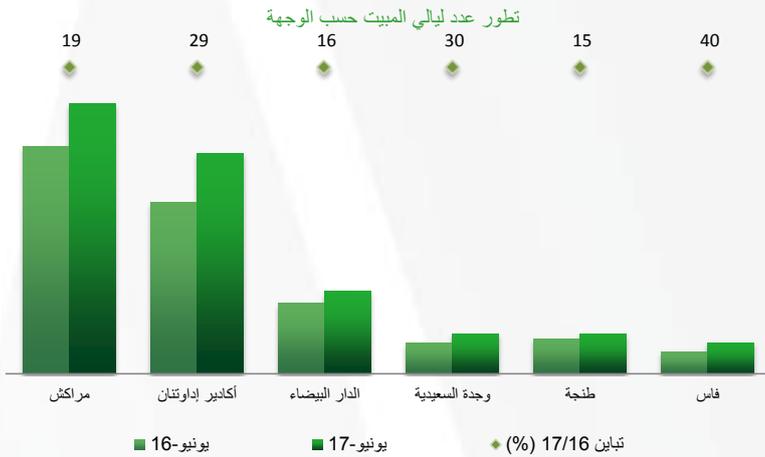
تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود : +12% خلال شهر يونيو 2017



حسب معطيات المديرية العامة للأمن الوطني، سجل عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود خلال شهر يونيو 2017 ارتفاعا نسبته 12% مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية (السياح الأجانب +22% والمغاربة المقيمون بالخارج +3%).

وسجلت الأسواق الرئيسية المصدرة للسياح نتائج إيجابية على العموم، حيث سجلت كل من ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية وهولندا ارتفاعات هامة نسبتها 25% و 23% و 21% على التوالي متبوعة بفرنسا والمملكة المتحدة بنسبة 9+ و 10+%. كما عرفت باقي الجهات الأخرى ارتفاعات تتراوح ما بين +4% و +6%.

تطور عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +22% خلال شهر يونيو 2017



وموازا مع ذلك، حسب معطيات مهنيي الإيواء السياحي، عرفت ليالي المبيت المسجلة بالمؤسسات المصنفة ارتفاعا نسبته 22% خلال شهر يونيو 2017 مقارنة مع نفس الشهر من سنة 2016 (السياح غير المقيمين +19% والمقيمون +34%).

وعلى الصعيد الجغرافي، سجلت مدن تطوان وفاس ووجدة-السعيدية وأكادير أعلى ارتفاعات فيما يتعلق بعدد ليالي المبيت بنسب +69% و +40% و +30% و +29% على التوالي. كما عرفت باقي المدن الأخرى ارتفاعات برقمين: +19% بالنسبة لمراكش و +15% بالنسبة لطنجة و +16% بالنسبة للدار البيضاء.

وفيما يتعلق بارتياح الغرف، ارتفع معدل نسبة الملاء بثلاث نقط مقارنة مع نفس الشهر من السنة المنصرمة، حيث بلغ 29% خلال شهر يونيو 2017.

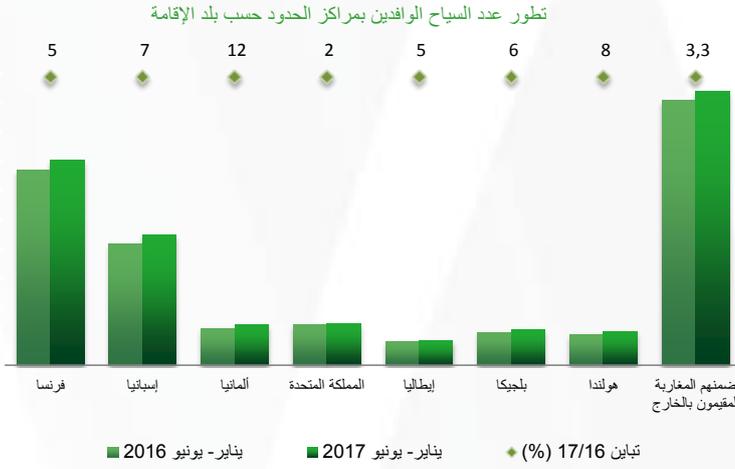
تطور إيرادات السفر: -7.1% خلال شهر يونيو 2017*



بلغت إيرادات السفر خلال شهر يونيو 2017 ما مجموعه 3.49 مليار درهم، أي انخفاض نسبته 7.1 في المائة مقارنة مع نفس الشهر من السنة المنصرمة.

المصدر: مكتب الصرف
*أرقام مؤقتة

تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : +9% خلال فترة يناير- يونيو 2017

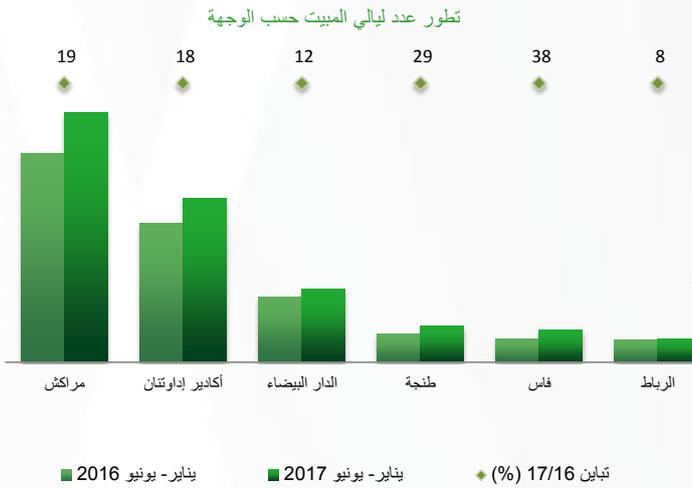


وصل عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود خلال الأشهر الستة الأولى من سنة 2017 إلى 4.6 مليون سائح، أي ارتفاع بنسبة 9 في المائة مقارنة مع نفس الفترة من سنة 2016 (السياح الأجانب +14%، والمغاربة المقيمون بالخارج +3%).

وعرفت أهم الأسواق المصدرة للسياح ارتفاعات في عدد السياح الوافدين خلال هذه الفترة، حيث سجلت ألمانيا وإسبانيا وهولندا ارتفاعات نسبتها +12%، و+7% و+8% على التوالي.

كما حافظ عدد السياح الوافدين على المغرب من الأسواق الناشئة على ارتفاعه، حيث سجلت الصين على +565% واليابان +46% وكوريا الجنوبية +42% والولايات المتحدة الأمريكية +27% والبرازيل +41%.

تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +18% خلال فترة يناير- يونيو 2017



في تمم شهر يونيو من سنة 2017، ارتفعت ليالي المبيت المسجلة بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة ب +18% مقارنة مع الفترة ذاتها من السنة الماضية (+22% بالنسبة للسياح غير المقيمين و+8% بالنسبة للسياح المقيمين).

وحصل القطبان السياحيان مراكش وأكادير وحدهما على 60% من مجموع المبيتات الإجمالية خلال الأشهر الستة الأولى من سنة 2017، إذ ارتفع عدد ليالي المبيت بهما بنسبة +19% و +18% على التوالي. وسجلت باقي الوجهات نتائج إيجابية، لا سيما مدينتا فاس وطنجة اللتان عرفتا ارتفاعا بنسبة +38% و+29% على التوالي.

وارتفع معدل ملء الغرف في تمم شهر يونيو 2017 ب 4 نقط مقارنة مع الفترة ذاتها من السنة الماضية حيث بلغ 40%.

تطور إيرادات السفر: -0.5% خلال فترة يناير- يونيو 2017*



بلغت إيرادات السفر التي حُصلت من طرف النشاط السياحي للسياح غير المقيمين خلال الأشهر الستة الأولى من سنة 2017 ما مجموعه 26.38 مليار درهم مقابل 26.47 مليار درهم التي سجلت سنة 2016، أي انخفاض نسبته 0.5 في المائة.

المصدر: مكتب الصرف
*أرقام مؤقتة



تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود : +12% خلال شهر يونيو 2017

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					بلد الإقامة
يونيو-17	يونيو-16	يونيو-10	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	يونيو-17	يونيو-16	يونيو-10	
30	31	35	-23	9	243 415	222 715	314 687	فرنسا
21	22	22	-17	4	165 410	158 452	198 646	إسبانيا
6	5	5	7	25	47 468	37 824	44 528	ألمانيا
6	6	5	19	10	49 175	44 739	41 357	المملكة المتحدة
4	4	4	-15	5	31 338	29 895	36 925	إيطاليا
6	6	6	-12	6	47 339	44 600	54 000	بلجيكا
6	5	5	-4	21	44 294	36 554	46 163	هولندا
4	3	2	34	23	29 116	23 759	21 722	الولايات المتحدة الأمريكية
18	17	15	9	22	146 238	119 875	134 472	دول أخرى
100	100	100	-10	12	803 793	718 413	892 499	المجموع
49	53	52	-15	3	390 860	379 106	461 253	ضمنهم المغاربة المقيمون بالخارج
51	47	48	-4	22	412 933	339 307	431 246	السياح الأجانب

تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : +9% خلال فترة يناير- يونيو 2017

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					بلد الإقامة
يناير-يونيو 2017	يناير-يونيو 2016	يناير-يونيو 2010	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	يناير-يونيو 2017	يناير-يونيو 2016	يناير-يونيو 2010	
31	32	37	-4	5	1 410 939	1 339 131	1 472 277	فرنسا
20	20	21	7	7	896 765	834 874	837 142	إسبانيا
6	6	5	44	12	278 073	249 193	193 024	ألمانيا
6	7	5	42	2	285 520	280 303	200 992	المملكة المتحدة
4	4	4	6	5	171 229	163 200	160 781	إيطاليا
5	5	5	16	6	242 449	227 764	208 677	بلجيكا
5	5	5	20	8	230 529	213 113	191 422	هولندا
3	3	2	67	27	145 498	114 913	87 008	الولايات المتحدة الأمريكية
20	19	15	54	19	925 655	777 853	600 298	دول أخرى
100	100	100	16	9	4 586 657	4 200 343	3 951 621	المجموع
41	43	41	17	3	1 878 848	1 818 140	1 601 100	ضمنهم المغاربة المقيمون بالخارج
59	57	59	15	14	2 707 809	2 382 203	2 350 521	السياح الأجانب



تطور عدد السياح الأجانب الوافدين عبر الجو: +25% خلال شهر يونيو 2017

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					نقطة الدخول
يونيو-17	يونيو-16	يونيو-10	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	يونيو-17	يونيو-16	يونيو-10	
84	82	85	-5	25	348 452	279 627	365 486	مجموع السياح الوافدين عبر الجو
29	28	26	7	25	120 182	95 776	112 517	مطار مراكش المنارة
30	30	32	-10	24	124 649	100 350	137 738	مطار محمد الخامس
9	9	12	-26	27	38 920	30 731	52 876	مطار أكادير المسيرة
6	6	5	12	23	26 524	21 570	23 649	مطار طنجة ابن بطوطة
4	5	2	62	9	16 978	15 627	10 476	مطار الرباط سلا
2	2	2	-9	43	9 402	6 554	10 351	مطار فاس سايس
8	9	8	-1	6	33 789	31 988	34 104	مجموع السياح الوافدين عبر البحر
6	4	5	7	78	23 710	13 342	22 135	ميناء طنجة
2	3	-	-	-9	8 492	9 344	-	ميناء طنجة المتوسطي
7	8	7	-3	11	30 692	27 692	31 656	مجموع السياح الوافدين عبر البر
6	6	5	5	6	22 857	21 491	21 814	باب سبتة
1	1	2	-30	34	5 298	3 958	7 546	بني أنزار
100	100	100	-4	22	412 933	339 307	431 246	المجموع

تطور عدد السياح الأجانب الوافدين عبر الجو: +14% خلال فترة يناير- يونيو 2017

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					نقطة الدخول
يناير-يونيو 2017	يناير-يونيو 2016	يناير-يونيو 2010	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	يناير-يونيو 2017	يناير-يونيو 2016	يناير-يونيو 2010	
84	84	83	17	14	2 275 020	1 995 318	1 951 172	مجموع السياح الوافدين عبر الجو
31	32	31	13	8	829 194	767 855	736 808	مطار مراكش المنارة
30	29	29	21	18	814 507	692 521	675 754	مطار محمد الخامس
10	9	12	-5	16	262 090	225 236	276 015	مطار أكادير المسيرة
6	5	4	52	28	150 109	117 476	98 811	مطار طنجة ابن بطوطة
4	4	2	107	9	102 964	94 588	49 792	مطار الرباط سلا
2	2	3	9	22	64 309	52 621	58 902	مطار فاس سايس
9	9	8	27	18	248 948	211 150	196 339	مجموع السياح الوافدين عبر البحر
5	4	7	-22	44	133 181	92 325	169 891	ميناء طنجة
3	3	-	-	24	80 692	64 898	-	ميناء طنجة المتوسطي
7	7	9	-9	5	183 841	175 735	203 010	مجموع السياح الوافدين عبر البر
5	6	7	-10	3	143 320	138 809	158 823	باب سبتة
1	1	1	-18	13	26 888	23 731	32 684	بني أنزار
100	100	100	15	14	2 707 809	2 382 203	2 350 521	المجموع



تطور عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +22% خلال شهر يونيو 2017

الحصة (%)			عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					السوق
يونيو-17	يونيو-16	يونيو-10	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	يونيو-17	يونيو-16	يونيو-10	
77	79	78	-23	19	911 277	766 508	1 184 008	السياح غير المقيمين
19	21	33	-55	11	222 862	200 845	495 702	فرنسا
13	16	8	29	-1	152 750	154 638	117 961	المملكة المتحدة
9	7	4	85	74	112 055	64 452	60 617	ألمانيا
4	4	5	-36	27	47 920	37 768	75 120	إسبانيا
4	3	3	13	56	47 439	30 326	41 863	بلجيكا
3	3	1	90	9	31 224	28 677	16 411	البرتغال
2	2	2	-6	45	28 707	19 792	30 651	الولايات المتحدة الأمريكية
2	3	4	-52	3	27 579	26 684	57 202	الدول العربية
2	4	2	-34	-42	24 847	43 189	37 513	روسيا
23	21	22	-15	34	277 964	207 452	327 991	السياح المقيمون
100	100	100	-21	22	1 189 241	973 960	1 511 999	المجموع

تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +18% خلال فترة يناير- يونيو 2017

الحصة (%)			عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					السوق
يناير-يونيو 2017	يناير-يونيو 2016	يناير-يونيو 2010	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	يناير-يونيو 2017	يناير-يونيو 2016	يناير-يونيو 2010	
71	69	79	3	22	6 988 821	5 733 128	6 770 253	السياح غير المقيمين
20	20	34	-33	18	1 966 899	1 672 015	2 938 215	فرنسا
9	10	7	48	5	893 659	848 571	603 126	المملكة المتحدة
9	7	6	79	49	853 984	571 364	476 693	ألمانيا
4	6	3	31	-15	390 325	458 579	297 800	الدول العربية
3	3	5	-23	16	332 922	287 532	433 119	إسبانيا
3	3	3	-6	16	259 317	224 295	274 743	بلجيكا
2	2	2	58	27,8	233 691	182 791	147 531	الولايات المتحدة الأمريكية
1	1	2	-17	20	140 237	117 058	169 523	هولندا
1	1	4	-56	22	137 970	113 376	315 752	إيطاليا
29	31	21	58	8	2 816 182	2 598 394	1 785 461	السياح المقيمون
100	100	100	15	18	9 805 003	8 331 522	8 555 714	المجموع



نسبة الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 29% خلال شهر يونيو 2017

متوسط مدة الإقامة			نسبة الملء (%)			عدد لياالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة				الوجهة
يونيو-17	يونيو-16	يونيو-10	يونيو-17	يونيو-16	يونيو-10	تباين 17/16 (%)	يونيو-17	يونيو-16	يونيو-10	
3,8	4,2	3,8	33	30	47	19	392 756	330 940	501 145	مراكش
5,7	6,6	6,4	38	32	64	29	320 613	248 870	426 004	أكادير إداوتنان
2,3	2,3	2,2	37	37	56	16	119 772	102 830	138 108	الدار البيضاء
2,8	2,8	2,9	35	23	38	30	58 265	44 752	48 119	وجدة السعيدية
2,0	2,1	2,1	27	26	55	15	57 727	49 990	73 374	طنجة
2,1	2,1	2,2	21	18	40	40	45 004	32 255	67 551	فاس
1,9	2,4	2,3	32	44	66	-20	32 654	41 026	57 312	الرباط
2,7	3,0	2,5	27	18	35	57	29 075	18 490	23 937	الصويرة مוגادور
3,1	2,6	2,3	21	15	24	69	25 119	14 906	24 778	تطوان
2,5	2,7	1,8	26	25	44	19	20 096	16 911	23 219	الجديدة مازاغان
1,4	1,7	1,6	13	10	17	78	16 623	9 315	23 214	ورزازات
1,7	1,9	1,9	9	10	31	3	6 053	5 854	19 766	مكناس
-	-	-	29	26	44	22	1 189 241	973 960	1 511 999	المجموع

نسبة الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 40% خلال فترة يناير- يونيو 2017

متوسط مدة الإقامة			نسبة الملء (%)			عدد لياالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة				الوجهة
يناير- يونيو 2017	يناير- يونيو 2016	يناير- يونيو 2010	يناير- يونيو 2017	يناير- يونيو 2016	يناير- يونيو 2010	تباين 17/16 (%)	يناير- يونيو 2017	يناير- يونيو 2016	يناير- يونيو 2010	
3,3	3,3	3,5	50	44	50	19	3 536 847	2 966 276	3 151 887	مراكش
5,2	5,2	6,0	49	44	52	18	2 320 646	1 967 622	2 081 279	أكادير إداوتنان
2,1	2,1	2,1	55	52	55	12	1 041 425	926 326	808 882	الدار البيضاء
1,9	1,9	2,0	39	34	51	29	510 635	394 617	390 487	طنجة
1,9	2,0	2,1	34	29	39	38	450 602	326 201	418 939	فاس
2,0	2,1	2,1	53	55	59	8	334 042	309 151	324 782	الرباط
1,5	1,5	1,6	26	22	24	38	211 765	153 419	224 910	ورزازات
2,4	2,4	2,2	30	26	31	17	195 029	167 231	126 650	الصويرة موغادور
2,1	2,1	2,5	24	24	27	9	160 431	147 463	112 790	وجدة السعيدية
2,4	2,3	2,2	35	36	35	1	150 691	149 111	119 327	الجديدة مازاغان
2,0	1,9	2,1	21	19	25	27	129 237	101 399	106 850	تطوان
1,5	1,6	1,7	24	23	33	13	107 248	95 331	127 630	مكناس
-	-	-	40	36	43	18	9 805 003	8 331 522	8 555 714	المجموع