الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة البليدة 2- لونيسي علي-

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

تشخيص واقع القطاع السياحي الجزائري ومساهمته في التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال الفترة (2000-2017)

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه(ل م د) في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد كلي ومالية دولية

إعداد الطالبة:

إديـــــر رانية

إشراف الأستاذ:

أد.غـزازي عمـر

السنة الجامعية 2020/2019

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة البليدة 2- لونيسي علي-

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

تشخيص واقع القطاع السياحي الجزائري ومساهمته في التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال الفترة (2000-2017)

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه (ل م د) في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد كلي ومالية دولية

إعداد الطالبة:

إديـــــر رانية

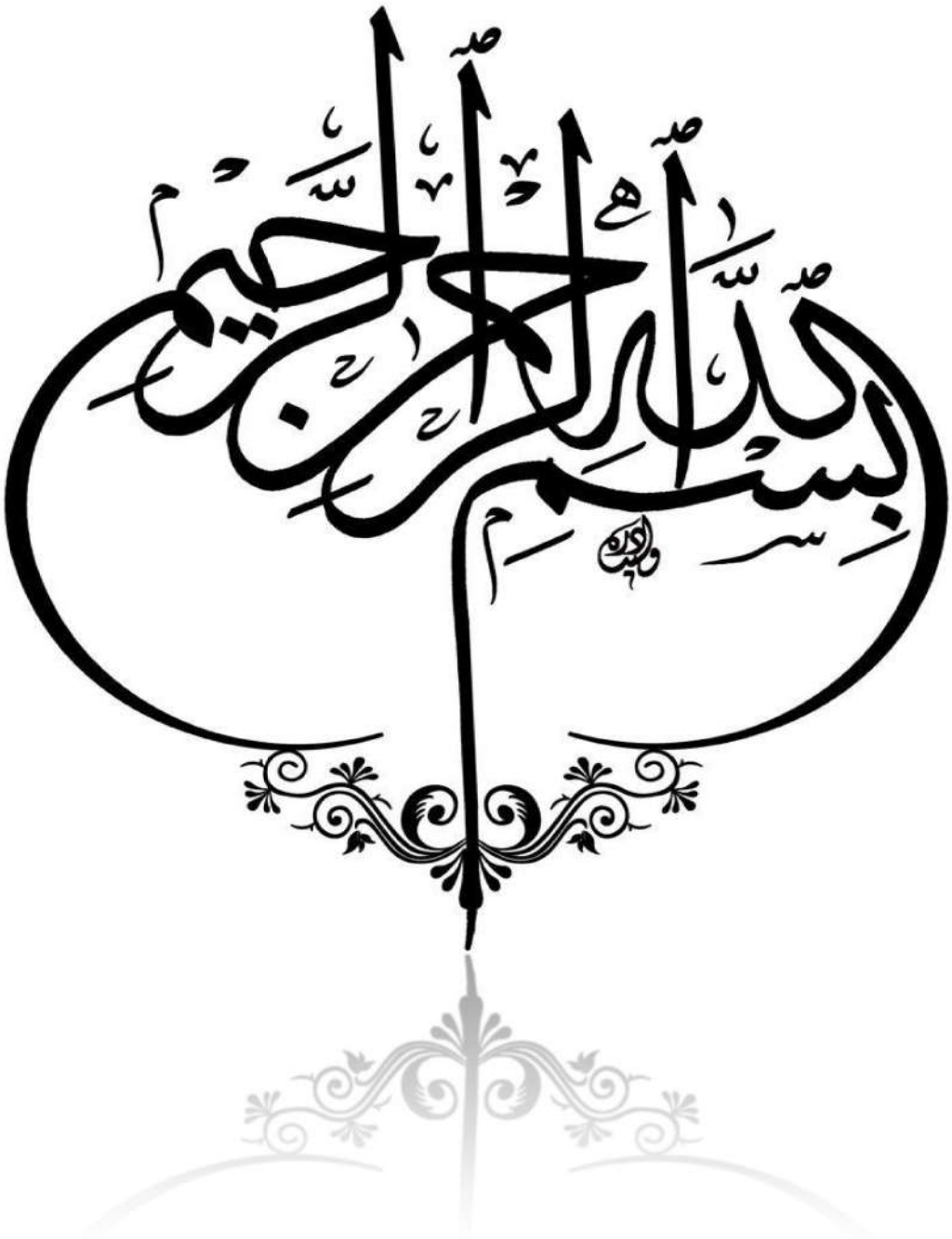
إشراف الأستاذ:

أد.غـزازي عمـر

أمام اللجنة المشكلة من:

اللقب والاسم	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
غردي محمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة البليدة 2	رئيسا
غزازي عمر	أستاذ التعليم العالي	جامعة البليدة 2	مشرفا ومقررا
بن عزوز محمد	أستاذ التعليم العالي	المدرسة الوطنية العليا للإحصاء والاقتصاد التطبيقي	عضوا مناقشا
لحشم قسمية	أستاذة محاضرة أ	جامعة البليدة 2	عضوا مناقشا
عثامنية رؤوف	أستاذ محاضر أ	جامعة البليدة 2	عضوا مناقشا
بورمانة عبد القادر	أستاذ محاضر أ	المركز الجامعي تيبازة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2020/2019


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

أحمد الله عز وجل حمدا يليق بجلاله بعد أن أكرمني سبحانه وتعالى وأعانني على إتمام هذا البحث

وفي هذا المقام أتقدم بأسمى معاني التقدير والعرفان إلى الأستاذ الدكتور غزازي عمر الذي تكرم بإشرافه على هذا العمل وعلى كل المجهودات والإرشادات القيمة التي أسداها لي و تشجيعه وتيسيره في سبيل إتمام هذا العمل فجزاه الله الجزاء الأوفى.

كما أتقدم بجزيل الشكر للأستاذ الدكتور غردي مُحَمَّد على كل ما قدمه لي من تشجيع وتوجيه فله مني أصدق عبارات التقدير والاحترام

ولا يفوتوني أن أتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء اللجنة المحترمة على قبولهم مناقشة هذا البحث وإثرائه بالتوجيهات القيمة.

كما أتوجه بالشكر إلى جميع أساتذتي في الكلية وعمال المكتبة والإدارة

كما أثني على كل من بذل جهدا ووفر لي وقتا، أو نصح لي قولا، وساهم من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل

إهداء

إلى من جعلا للنجاح طعما عبر البسم الباد على ثغريهما، إلى منبع الحب الفعلي والعطاء المتناهي،
إلى والدي العزيزين أدامكما الله سندا لي وبارك لي في عمريكما

إلى أختاي الغاليتين

إلى روح جدتي الطاهرة

إلى كل الأهل والأحبة والزملاء جميعهم

إلى جميع أساتذتي من الطور الابتدائي إلى التعليم العالي

وإلى كل من تسعه ذاكرتي، ولم تسعه أطروحتي أهدي ثمرة جهدي

♣ الملخص باللغة العربية

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الدور التنموي للقطاع السياحي في الجزائر، وذلك بعد أن أصبح ضرورة حتمية يمليها الوضع الراهن للاقتصاد الجزائري في ظل اعتماده الشبه كلي على قطاع المحروقات الذي عرف مؤخرا تراجعا رهيبا في العوائد البترولية.

ويعزى هذا التوجه لتوفر الجزائر على مقومات سياحية معتبرة تتنوع بين الثروات الطبيعية المميزة والمواقع ذات البعد الثقافي والتاريخي الكفيل بجعل الجزائر وجهة سياحية بامتياز لها مكانتها في السوق الدولي، غير أن القطاع السياحي الجزائري لم يرقى إلى المستوى المطلوب ولا يزال يسجل نتائج ضعيفة بعيدة عن تطلعات السياسات السياحية المنتهجة، فقد خلصت هذه الدراسة إلى أن القطاع السياحي الجزائري لا يساهم في دعم التنمية الاقتصادية بالجزائر، وذلك باستخدام نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية المتباطئة (ARDL)، كما لا يمكن للقطاع أن يقود مسار التنمية الاقتصادية لمرحلة ما بعد البترول في ظل الظروف الراهنة التي تميز المشهد السياحي في الجزائر.

<u>الكلمات المفتاحية</u> : السياحة، القطاع السياحي، التنمية السياحية، التنمية الاقتصادية، ARDL، الجزائر.

فهرس
المحتويات

	المحتـــــــــــــــوى	الصفحة
	إهداء	
	شكر وتقدير	
	الملخص باللغة العربية	
	فهرس المحتويات	
	قائمة الجداول	
	قائمة الأشكال	
	مقدمـــــــة	01
	الفصل الأول الإطار النظري والفكري العام للسياحة	12
	تمهـــــيد	13
المبحث الأول	المقاربات المفاهيمية للسياحة	15
المطلب الأول	تطور السياق التاريخي للسياحة	15
المطلب الثاني	السياحة بين المفهوم، الخصائص والدوافع	19
المطلب الثالث	أنواع السياحة ومقومات الجذب السياحي	31
المبحث الثاني	السياحة كنشاط اقتصادي متكامل	37
المطلب الأول	الاستثمار السياحي وتمويل المشاريع السياحية	38
المطلب الثاني	آلية السوق السياحي	45
المطلب الثالث	التسويق السياحي	54
المبحث الثالث	الاتجاهات العالمية للسياحة الدولية ومساهمتها في الاقتصاد العالمي	58
المطلب الأول	المنظمات الدولية القائمة على تطوير وترقية السياحة الدولية	59
المطلب الثاني	تطور حركية النشاط السياحي في العالم	65
المطلب الثالث	مكانة السياحة الدولية في الاقتصاد العالمي	71
	خلاصة الفصل الأول	76
	الفصل الثانـــي	77

	القطاع السياحي كقطاع فعال لدعم التنمية الاقتصادية	
	تمهـــــــيد	78
المبحث الأول	الإطار المفاهيمي للتنمية الاقتصادية	80
المطلب الأول	التنمية الاقتصادية المحتوى والقياس	80
المطلب الثاني	عقبات التنمية الاقتصادية	91
المطلب الثالث	أهم النظريات المفسرة للتنمية الاقتصادية	94
المبحث الثالث	دور السياحة في قضايا التنمية الاقتصادية	101
المطلب الأول	دور السياحة في تفعيل الاقتصاد الوطني	102
المطلب الثاني	دور السياحة في تطوير التنمية الاجتماعية والثقافية	112
المطلب الثالث	تأثير النشاط السياحي على البيئة الطبيعية	115
المبحث الثالث	الأخذ بالتنمية السياحية المستدامة لتعزيز مبادئ التنمية الاقتصادية واستدامتها	118
المطلب الأول	التخطيط السياحي	118
المطلب الثاني	التنمية السياحية بين المفهوم، الأهداف ومراحل الإعداد	123
المطلب الثالث	التنمية السياحية المستدامة	130
	خلاصة الفصل الثاني	138
	الفصل الثالث تنظيم قطاع السياحة في الجزائر وأثره على الطلب والعرض السياحي	139
	تمهـــــــيد	140
المبحث الأول	السياسات السياحية المنظمة للقطاع السياحي في الجزائر	141
المطلب الأول	السياسة السياحية في ظل الاقتصاد الموجه (1962-1989)	147
المطلب الثاني	السياسات السياحية في عهد الإصلاحات الاقتصادية (1990-2000)	152
المطلب الثالث	إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر	161
المبحث الثاني	تقييم مؤشرات أداء السوق السياحي في الجزائر	167
المطلب الأول	مؤشرات العرض السياحي في الجزائر	167
المطلب الثاني	تشخيص اتجاهات الطلب السياحي في الجزائر	183

المطلب الثالث	تنافسية القطاع السياحي الجزائري وفق المؤشر العالمي لتنافسية السياحة والسفر	190
المبحث الثالث	الرؤية المستقبلية للقطاع السياحي بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030	199
المطلب الأول	محتوى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030	199
المطلب الثاني	تقييم إنجازات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030	212
المطلب الثالث	مؤسسات تنفيذ إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر	220
	خلاصة الفصل الثالث	228
	الفصل الرابع انعكاسات القطاع السياحي الجزائري على التنمية الاقتصادية في الجزائر	229
	تمهـــــيد	230
المبحث الأول	تحليل الأداء التنموي للقطاع السياحي الجزائري خلال الفترة (2017-2000)	231
المطلب الأول	إيرادات القطاع السياحي الجزائري ومساهمتها في الناتج المحلي الخام خلال الفترة (2017-2000)	231
المطلب الثاني	أثر الإيرادات السياحية على رصيد الميزان السياحي الجزائري خلال الفترة (2017-2000)	237
المطلب الثالث	مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الاستثمار وخلق فرص التشغيل خلال الفترة (2017-2000)	241
المبحث الثاني	قياس أثر إيرادات القطاع السياحي على التنمية الاقتصادية في الجزائر باستعمال نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة (**Autoregressive Distributed Lag**)	252
المطلب الأول	منهجية التكامل المشترك باستعمال نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة **(ARDL)**	252
المطلب الثاني	صيـاغة وتقديم متغيرات نموذج الدراسة القياسية	256
المطلب الثالث	نتائج تقدير النموذج القياسي باستعمال نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة (**ARDL**)	264
المبحث الثالث	تشخيص معيقات وسبل ترقية القطاع السياحي في الجزائر	274

المطلب الأول	عوائق مرتبطة بالتخطيط والاستثمار السياحي	275
المطلب الثاني	عوائق مرتبطة بالمستوى الخدماتي والثقافي للسياحة	285
المطلب الثالث	سبل ترقية القطاع السياحي في الجزائر	293
خلاصة الفصل الرابع		301
الخاتمـــــة		302
قائمة المراجع		313
قائمة الملاحق		326
الملخص باللغة الأجنبية		

قائمـــة
الجداول

الرقـــــم	العنـــــــــــــوان	الصفحـــة
(01-01)	تطور السياح الوافدين عبر العالم للفترة (2000-2017)	66
(02-01)	تقدير التدفقات السياحية على المستوى العالمي لآفاق 2030	67
(03-01)	أهم الوجهات السياحية في العالم لسنة 2017	68
(04-01)	الدول العشر الأكثر إنفاقا على السياحة خلال2017	69
(05-01)	تطور الإيرادات السياحية على المستوى العالمي خلال الفترة (2000-2017)	71
(06-01)	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي خلال الفترة (2000-2017)	73
(07-01)	تطور عدد العمال في القطاع السياحي عبر العالم للفترة (2000-2017)	74
(08-01)	تطور قيمة الاستثمار السياحي بالمليار دولار عبر العالم للفترة (2010-2017)	74
(01-02)	الميزان السياحي	108
(02-02)	الفرق بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة	136
(01-03)	توزيع طاقة الإيواء الفندقية غداة الاستقلال	142
(02-03)	توزيع طاقات الإيواء على المحطات السياحية ضمن المخطط الثلاثي الأول (1967-1969)	144
(03-03)	حجم المشاريع الاستثمارية المقررة في المخطط الرباعي الأول (1970-1973)	145
(04-03)	توزيع طاقات الإيواء المنجزة خلال الرباعي الأول (1970-1973)	145
(05-03)	توزيع طاقات الإيواء المنجزة خلال المخطط الرباعي الثاني (1974-1978)	146
(06-03)	المشاريع المبرمجة وطاقات الإيواء المنجزة خلال المخطط الخماسي الأول (1980-1984)	147

(07-03)	توزيع طاقات الإيواء حسب القطاع ودرجة التصنيف خلال المخطط الخماسي الثاني نهاية 1989	149
(08-03)	تطور الطلب السياحي خلال مرحلة الاقتصاد الموجه (1967-1989)	151
(09-03)	قائمة الفنادق المعروضة للخوصصة	153
(10-03)	تصنيف الوحدات الفندقية لغرض الخوصصة	154
(11-03)	بعض تجارب الخوصصة في القطاع السياحي	154
(12-03)	الامتيازات الممنوحة للاستثمارات السياحية ضمن قانون الاستثمار لسنة 1993	158
(13-03)	تطور المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي للفترة (1994-1999)	159
(14-03)	تطور طاقات الإيواء حسب التصنيف للفترة 1990-2000 وضعية الهياكل الحموية نهاية 2017	160
(15-03)	السياح الوافدين خلال فترة الإصلاحات الاقتصادية (1990-200)	160
(16-03)	وضعية الهياكل الحموية نهاية 2017	171
(17-03)	أهم محطات الحمامات المعدنية بالجزائر	172
(18-03)	المعالم الأثرية المصنفة ضمن التراث العالمي لليونيسكو	173
(19-03)	عدد النشاطات الحرفية ومناصب الشغل المستحدثة نهاية سنة 2017	174
(20-03)	طاقة الإيواء في مختلف المنشآت السياحية في الجزائر للفترة (2012-2017)	179
(21-03)	وضعية وكالات السياحة والأسفار نهاية سنة 2017	182
(22-03)	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2017)	184
(23-03)	تطور السياح الجزائريين الخارجين إلى الخارج (السياحة العكسية) خلال الفترة (2000-2017)	187

(24-03)	تطور الليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة (2000-2017)	189
(25-03)	الدول العشرة المتصدرة تقرير تنافسية السياحة والسفر لسنة 2017	194
(26-03)	تطور المؤشر الكلي لتنافسية السياحة والسفر في الجزائر خلال الفترة 2007-2017	195
(27-03)	موقع الجزائر ضمن المؤشرات الفرعية الرئيسية لتقرير تنافسية السياحة والسفر لسنة 2017	195
(28-03)	خطة الأعمال بالأرقام للمرحلة الأولى من المخطط (2008-2015)	202
(29-03)	عدد المشاريع ذات الأولوية والقرى السياحية بالأقطاب السياحية للامتياز	204
(30-03)	الأقطاب السبعة السياحية للامتياز في الجزائر	207
(31-03)	القري السياحية للامتياز في الجزائر	208
(32-03)	تقييم خطة أعمال المرحلة 2008-2015 من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030)	213
(33-03)	المؤسسات والمشاريع السياحية المنخرطة في مخطط الجودة السياحية نهاية 2017	214
(34-03)	ملخص وضعية المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي نهاية 2017	216
(35-03)	مؤسسات التكوين السياحي في الجزائر	226
(36-03)	توزيع مؤسسات التكوين السياحي على الأقطاب السياحية في الجزائر	227
(01-04)	تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة 2000-2017	232
(02-04)	تطور نصيب قطاع السياحة من الناتج المحلي الخام (PIB) خلال الفترة (2000-2017)	235
(03-04)	تطور رصيد الميزان السياحي الجزائري خلال الفترة 2000-2017	238

(04-04)	تطور عدد مشاريع الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2002-2017)	242
(05-04)	فرص العمل المباشرة المستحدثة في القطاع السياحي خلال الفترة (2000-2017) (فرع فنادق/مطاعم/كافيتيريا)	247
(06-04)	فرص العمل الغير مباشرة المستحدثة في القطاع السياحي خلال الفترة (2000-2017)	248
(07-04)	تطور نسبة مساهمة العمالة السياحية في إجمالي القوى العاملة في الجزائر خلال الفترة (2000-2017)	249
(08-04)	إجراءات تطبيق اختبار التكامل المشترك لاستخدام نموذج (ARDL)	255
(09-04)	نتائج اختبار جذور الوحدة حسب اختباري ADF و PP	264
(10-04)	نتائج اختبار منهج الحدود (Teste of Bounds)	267
(11-04)	تقدير معاملات الأجل الطويل	268
(12-04)	نتائج نموذج تصحيح الخطأ (ECM ARDL)	270
(13-04)	تنائج اختبار (LM-Test)	271
(14-04)	تنائج اختبار (ARCH)	273
(15-04)	ترتيب الجزائر ضمن مؤشرات مدركات الفساد لسنة 2017	282
(16-04)	أهم نقائص البنية التحتية المتعلقة بالسياحة	288
(17-04)	مجالات التواصل والتعاون فيما بين القطاعات المتصلة بالسياحة	297

قائمـــة
الأشكال

الرقـــــم	العنـــــــــــــوان	الصفحـــة
(01-01)	نصيب قطاع النقل من السياحة الدولية للسنة 2017	69
(02-01)	السياحة الدولية من خلال أهم الأنماط السياحية لسنة 2017	70
(03-01)	التوزيع الجغرافي للإيرادات السياحية	72
(01-02)	العناصر الرئيسية للتنمية السياحية	126
(02-02)	مراحل التنمية السياحية	128
(03-02)	نطاق السياحة المستدامة	135
(01-03)	تطور طاقة الإيواء الفندقية في الجزائر حسب التصنيف خلال (2000-2017)	178
(02-03)	تطور طاقة الإيواء الفندقية حسب نوع المنتج السياحي للفترة (2000-2017)	180
(03-03)	تصنيف طاقة الإيواء الفندقية حسب الطبيعة القانونية للفترة (2000-2017)	181
(04-03)	السياح الوافدين إلى الجزائر حسب الغرض من الزيارة لسنة 2017	185
(05-03)	الأقاليم المصدرة للسياح نحو الجزائر خلال الفترة 2000-2017	187
(06-03)	هيكل مؤشر القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر (TTCI)	193
(07-03)	مراحل إعداد (SDAT 2030)	200
(08-03)	شعار علامة الجزائر	206
(09-03)	ورقة طريق تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية	212
(01-04)	إيرادات السياحة الدولية في الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2000-2017)	234
(02-04)	نسبة المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الخام في الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2000-2017)	237
(03-04)	تطور رصيد الميزان السياحي في الجزائر خلال (2000-2017)	239
(04-04)	رصيد الميزان السياحي للجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2000-2017)	240

(05-04)	التوزيع النسبي للاستثمارات حسب القطاعات الاقتصادية في الجزائر خلال الفترة (2002-2017)	243
(06-04)	تقسيم الاستثمارات الأجنبية المصرحة حسب القطاعات الاقتصادية في الجزائر خلال الفترة (2002-2017)	244
(07-04)	إجمالي العمالة السياحية في الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2000-2017)	251
(08-04)	تطور الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر بالمليون دولار خلال الفترة (1990-2017)	260
(09-04)	تطور إيرادات القطاع السياحي ونصيبها من الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (1990-2017)	262
(10-04)	تطور إيرادات القطاع المحروقات ونصيبها من الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (1990-2017)	263
(11-04)	فترات الإبطاء المثلى لنموذج (ARDL)	266
(12-04)	اختبار التوزيع الطبيعي للأخطاء العشوائية (Jarque-Bera)	272
(13-04)	اختبار المجموع التراكمي للبواقي المعاودة (Cusum)	273
(14-04)	اختبار مربع المجموع التراكمي للبواقي المعاودة (Cusum Q)	274

مقدمة

استأثرت ظاهرة السياحة أهمية خاصة وبالغة في عصرنا الحالي وهذا في سياق النمو المتصاعد الذي تشهده الحركة السياحية عبر العالم، إذ لم تصبح السياحة مجرد ظاهرة اجتماعية تقتصر على السفر خارج الحدود السياسية للبلد من أجل الترفيه وتمضية العطل، بل أصبحت صناعة متكاملة رفيعة المستوى أثبتت مكانتها على الخارطة الاقتصادية العالمية، نظير ما أفرزته من آثار إيجابية ساهمت في تفعيل اقتصاديات العديد من الدول خاصة المتقدمة منها والتي تتميز بمغريات سياحية تميزها عن غيرها.

ففي ظل اتجاه الدول النامية صوب الهندسة الشاملة للاقتصاد والبحث عن البدائل التنموية لبعث التحول في الهيكل الاقتصادي الذي يعتمد على الإيرادات الريعية المهددة بالنضوب، تراهن هذه الدول بجعل القطاع السياحي ضمن أولويات خططها التنموية، لتعزيز مسار النمو الاقتصادي والنهوض بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة، خاصة وأن السياحة تعتبر من أهم القنوات الرئيسية لضخ العملات الأجنبية التي تساهم في سد العجز المالي في ميزان المدفوعات ورفد الميزانية العامة للدول وخلق سلسلة من الاستثمارات الإنتاجية نظرا للعلاقة التشابكية للقطاع السياحي مع مختلف المجالات الاقتصادية، حيث أن إنعاش القطاع السياحي يستدعي نهضة كل القطاعات الاقتصادية، وهذا ما يسمح بتوفير المزيد من الفرص الوظيفية لمختلف شرائح المجتمع، فمع اشتداد المنافسة العالمية والإقليمية أضحت الدول تتنافس للظفر بأكبر قدر ممكن من الوفود السياحية، وحجز مكانة في أسواق السياحة العالمية، من خلال تسخير كل القدرات والطاقات في صناعة السياحة من مآثر حضارية وثقافية وعوامل جذب طبيعية والبنية التحتية والفوقية اللازمة للسياحة وتعزيزها بالموارد البشرية المؤهلة لتوفير خدمات سياحية ذات جودة عالية وفقا للمعايير المعمول بها دوليا.

والجزائر بدورها تنعم بثروات طبيعية ساحرة ومعالم أثرية وتاريخية متنوعة كفيلة بأن تجعل منها قبلة سياحية واعدة لها مكانتها في السوق الدولية، حيث بادرت الجزائر في سبيل إرساء القطاع السياحي ضمن إستراتيجيتها التنموية مباشرة بعد الاستقلال، أين باشرت في إحصاء ثرواتها السياحية، وكانت أول انطلاقة للقطاع السياحي عبر ميثاق السياحة لسنة 1966 الذي ركز على السياحة الدولية وجلب العملة الصعبة، كما أدرج القطاع ضمن مختلف مخططات التنمية المتعاقبة، وقد نال نصيبه خلال مرحلة الإصلاحات الاقتصادية والتوجه نحو اقتصاد السوق، إلا أن القطاع اصطدم بالأزمة الأمنية التي عاشتها الجزائر خلال العشرية السوداء، ومع مطلع الألفية الثالثة وتماشيا مع نمو الفكر التنموي المستدام تم تسطير إستراتيجية التنمية السياحية لآفاق 2013، وبعدها حظي القطاع بإستراتيجية بعيدة المدى تجسدت في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 والذي تم تعديله لآفاق 2030 حيث اعتبر بمثابة الانطلاقة الجديدة للسياحة الجزائرية التي تضمن إدراجها في الشبكات التجارية للسياحة العالمية.

- **إشكالية الدراسة:**

انطلاقا من العرض السابق ارتأينا صياغة إشكالية بحثنا على النحو التالـــي :

مـــا مـدى مساهمة القطـــاع السياحـي فـي دعم التنمية الاقتصاديـة بـالجزائر؟

- **الأسئلة الفرعية:**

للإحاطة والإلمام بكل جوانب الموضوع، تندرج ضمن الإشكالية الرئيسية للدراسة جملة من الأسئلة الفرعية التالية:

1. كيف تطورت ظاهرة السياحة من نشاط اجتماعي ثقافي إلى صناعة متكاملة لها أسسها وقواعدها؟
2. ما هي المكانة التي يحتلها القطاع السياحي ضمن السياسات التنموية المنتهجة في الجزائر؟

3. ما مدى قدرة وفعالية سياسة التنمية السياحية في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر؟
4. كيف يبدو الدور التنموي للقطاع السياحي في الجزائر؟ وهل يمكن للقطاع أن يكون بديلا تنمويا يراهن عليه في تحقيق التنمية الاقتصادية لمرحلة ما بعد البترول؟
5. ما هي الخصائص التي تميز المشهد السياحي في الجزائر؟

♣ الفرضيات:

على ضوء الإشكالية الرئيسة والأسئلة الفرعية المطروحة، تم صياغة جملة من الفرضيات بمثابة إجابات تخمينية تبقى دائما قابلة للاختبار والمناقشة:

1. أدت العوائد الاقتصادية التي أحرزتها السياحة بفعل تنامي حركية النشاط السياحي عبر العالم، الناتج عن ظاهرة العولمة وما أفرزته من تطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطور وسائل النقل بشتى أنواعها، إلى اتساع نطاق السياحة من ظاهرة تقتصر على السفر خارج الحدود السياسية للبلاد إلى صناعة متكاملة تساهم في دعم قضايا التنمية الاقتصادية.
2. نال القطاع السياحي الجزائري مكانة مهمشة ضمن السياسات التنموية المنتهجة في البلاد، ولم ينظر إليه على أنه قطاع حيوي يمكن أن يساهم في دعم المسار التنموي للبلاد؛
3. يؤدي تصنيف القطاع السياحي الجزائري في آخر أولويات الحكومة، إلى فشل كل برامج ترقية الصناعة السياحية في الجزائر؛
4. ضعف الطلب السياحي المحلي والأجنبي في الجزائر انعكس على محدودية الدور التنموي للقطاع السياحي الجزائري، لذلك وفي ظل الظروف الراهنة التي يشهدها القطاع لا يمكن أن يعول عليه كبديل تنموي لمرحلة ما بعد البترول؛
5. يتميز القطاع السياحي الجزائري بموارد سياحية معتبرة إلا أنه يعاني من مشاكل عدة، أبرزها ضعف السياسات السياحية المنظمة للقطاع، والصورة السلبية للسياحة الجزائرية دوليا في ظل

الغياب التام للتسويق السياحي لوجهة الجزائر، وضعف البنية التحتية والفوقية للسياحة، وعجز بيئة الأعمال في جذب الاستثمارات السياحية المحلية والأجنبية؛

♣ أهمية البحث:

تكمن أهمية الدراسة في كون أن السياحة أحد المجالات الاقتصادية الجوهرية، التي من شأنها أن تساهم في نمو الدخل الوطني من خلال زيادة الإنتاجية في مختلف القطاعات المتصلة به والخدمات التي تتفاعل معه، ونظير ما تمتلكه الجزائر من مقومات سياحية معتبرة، يمكن للقطاع السياحي في الجزائر أن يساهم في تنويع مصادر الدخل وتنشيط باقي القطاعات الاقتصادية، كما يمكن أن يكون مكملا تنمويا فعالا إلى جانب القطاعات الاقتصادية المدرة للثروة.

♣ أهداف البحث:

تسعى دراستنا إلى إدراك الأهداف التالية:

1. إبراز الدور الفعال للسياحة الدولية في دعم قضايا التنمية الاقتصادية؛
2. التعريف بالمكتسبات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر؛
3. إبراز أهمية القطاع السياحي إلى جانب الفروع الاقتصادية البديلة بغية تنويع المداخيل الوطنية، وإيجاد مصادر متجددة للثروة؛
4. تقدير أثر القطاع السياحي في دعم التنمية الاقتصادية بالجزائر؛
5. الوقوف عند أهم الخصائص التي تميز القطاع السياحي الجزائري، وإبراز العراقيل التي يعاني منها القطاع.

♣ دوافع اختيار الموضوع:

1. الاهتمام المتزايد من قبل السلطات المسئولة في الجزائر بتحسين وترقية قطاع السياحة، وتفعيل مساهمته في التنمية الاقتصادية؛

2. التوجهات العالمية الجديدة نحو قطاع السياحة باعتبارها صناعة حقيقية لها وزنها في الاقتصاد العالمي؛
3. طرح السياحة كبديل إستراتيجي لتنويع مصادر الدخل، والحد من تبعية الاقتصاد لقطاع المحروقات؛
4. الميول الشخصي لموضوع السياحة، وزيادة توسيع المعارف حول المواضيع المتصلة بها.

♣ الدراسات السابقة:

من بين أهم الدراسات العلمية التي اطلعنا عليها والتي تناولت موضوع السياحة نذكر مايلي:

1. أطروحة دكتوراه للباحث كواش خالد تحت عنوان: **أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية 'دراسة حالة الجزائر'** ، جامعة الجزائر 2004، تطرق الباحث في دراسته إلى البعد الاقتصادي للسياحة، وتحليل واقع وآفاق السياحة في الجزائر وذلك في ظل التحولات الاقتصادية العالمية، والوقوف عند النتائج المحققة ومقارنتها مع تلك المحققة في الدول المجاورة، وفي ختام دراسته توصل الباحث إلى أن القطاع السياحي في الجزائر لم يدرج ضمن أولويات السياسة التنموية في الجزائر عكس ما هو عليه في كل من تونس والمغرب، وهذا ما لم يجعل القطاع السياحي يساهم بفعالية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، رغم كل المقومات السياحية التي تتميز بها الجزائر.
2. أطروحة دكتوراه للباحث **عبد القادر عوينان** تحت عنوان: **السياحة في الجزائر 'الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية"SDAT 2025** "، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2012. قام الباحث من خلالها بتشخيص واقع السياحة في الجزائر، ومقارنتها بتجارب دول عربية (مصر، تونس والمغرب)، كما قام بإظهار كل من الإمكانيات السياحية في الجزائر والمعيقات

التي حالت دون النهوض بالقطاع السياحي الجزائري، كما قام بتحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة وآليات تنفيذها، حيث توصل من خلال دراسته إلى أن التجربة السياحية لكل من تونس، المغرب ومصر من بين أنجح التجارب السياحية العربية، أما بالنسبة للقطاع السياحي في الجزائر فلا تزال ضعيفة ودون المستوى المطلوب، رغم توفرها على إمكانيات سياحية مميزة، والتي يمكن أن تجعل منها بلدا سياحيا بامتياز، وقادرة على منافسة الدول الرائدة في المجال السياحي.

3. أطروحة دكتوراه للباحثة **عائشة شرفاوي** تحت عنوان: **السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية**، تخصص تسيير، جامعة الجزائر 03، 2014، قامت الباحثة من خلال دراستها بتشخيص السياحة الدولية وتأثير المتغيرات الاقتصادية الدولية على صناعة السياحة، كما تناولت واقع السياحة في الاقتصاد الوطني الجزائري والرؤية الإستراتيجية لصناعة السياحة في الجزائر، وآليات تفعيلها في ظل المتغيرات الاقتصادية الدولية، ولخصت في النهاية إلى أن السياحة من أهم الصناعات في الألفية الثالثة، وأن الجزائر رغم الجهود التي بذلتها منذ الاستقلال إلى يومنا هذا لتصبح وجهة سياحية دولية لما تزخر به من إرث طبيعي إلا أنها لم تتمكن من بناء صناعة سياحية تمكنها من المساهمة الفعالة في الاقتصاد الوطني الذي لا يزال اقتصادا ريعيا يعتمد على عائدات البترول، رغم كثرة الخطابات السياسية التي تنادي بجعل القطاع كأولوية من أولويات التنمية الاقتصادية، وترى الباحثة أنه في ظل المتغيرات الدولية الجديدة لابد من توفير إطار تنظيمي وقانوني لبيئة السياحة الإلكترونية التي أصبحت ضرورة حتمية في المعاملات الدولية، مع ضرورة تطبيق مبادئ الحوكمة على القطاع السياحي كحل أمثل لتحقيق الشفافية وإشراك كل الفاعلين في القطاع السياحي لتحقيق شراكة حقيقية بين القطاع العام والخاص.

4. أطروحة دكتوراه للباحث **صالح موهوب** تحت عنوان: **تطور السياحة في الجزائر في ظل المعطيات السياحية الدولية الجديدة**، تخصص تسيير، جامعة الجزائر 03، 2014، تناول الباحث من خلال دراسته إلى التعريف بالمفاهيم الأساسية للسياحة والآثار الناجمة عن ظاهرة السياحة ومكانة السياحة الدولية في الاقتصاد العالمي، كما تطرق إلى مراحل تطور السياحة في الجزائر وإلى دراسة تحليلية نقدية لوضعية السياحة الجزائرية، والتوقعات المستقبلية لتطور القطاع السياحي في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، حيث توصل الباحث في دراسته إلى أن القطاع السياحي في الجزائر يتميز بعدم الاستقرار على المستويين المؤسساتي والاقتصادي بسبب تغييب الوزارة المكلفة بالسياحة في الجهاز الحكومي، حيث أدمجت عدة مرات في وزارات مختلفة، وهذا لم يساعد القطاع في تجسيد أهدافه المسطرة، والنتائج المتحصل عليها بقيت متواضعة.

5. أطروحة دكتوراه للباحثة **بوخاري سمية** تحت عنوان: **دور نظام المعلومات السياحي في تفعيل الصناعة السياحية – دراسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر**– تخصص مالية وبنوك، جامعة البليدة 02، 2014، تطرقت الباحثة في دراستها لأهمية نظام المعلومات السياحي في دعم وترقية الصناعة السياحية، كما تناولت آليات ومتطلبات تنمية الصناعة في الجزائر، وقامت باقتراح نموذج تصويري لنظام معلومات سياحي في الجزائر، حيث توصلت في ختام دراستها إلى أن الجزائر ولأسباب إيديولوجيا تخلفت عن اللحاق بركب الدول السياحية الكبرى رغم ما تمتلكه من إمكانيات سياحية مقارنة مع الدول المجاورة ، كما توصي الباحثة بضرورة تطبيق نظام معلومات سياحي كقاعدة معلوماتية وتقنية إلكترونية متطورة تمهد إلى تأسيس مركز وطني لنظام المعلومات السياحي في الجزائر يساهم في تزويد السياح بالمعلومات السياحية بدقة وكفاءة عالية من جهة، وخدمة صناع القرار في عملية التخطيط السياحي من جهة أخرى.

6. أطروحة دكتوراه للباحثة **مساني صورية** تحت عنوان "**الاستثمار السياحي كبديل إستراتيجي لمرحلة مابعد البترول، دراسة قياسية لحالة الجزائر خلال الفترة (1995-2014)**"، تخصص اقتصاديات الأعمال والتجارة الدولية، جامعة فرحات عباس سطيف 01، 2018، حيث قامت الباحثة ببناء نموذجين قياسيين يقوم الأول بتحليل علاقة التكامل المشترك المتبوع باختبار السببية لجرانجر بين النمو الاقتصادي وإيرادات القطاع السياحي في الجزائر، والذي أثبت على غياب علاقة توازنية طويلة الأجل بين النمو الاقتصادي والسياحة في الجزائر، وتمثل النموذج الثاني في قياس أثر معدل الاستثمار السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر، والذي أثبت أن الاستثمار السياحي لا يفسر التغير في النمو الاقتصادي مع عدم وجود علاقة إيجابية بينهما، وبناءا على هذه النتائج توصلت الباحثة إلى أن خيار السياحة لتنمية الاقتصاد الجزائري صعب التحقيق في ظل هشاشة وضعف مردودية باقي القطاعات الاقتصادية في الجزائر.

♣ المنهج العلمي المتبع وطرق المعالجة:

تستدعي طبيعة الموضوع الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يسمح لنا بتوضيح المفاهيم الأساسية المتعلقة بالسياحة، وتشخيص واقع القطاع السياحي في الجزائر وأثره على التنمية الاقتصادية من خلال تحليل البيانات والمعطيات الإحصائية السنوية المتعلقة بالمؤشرات السياحية، وذلك استنادا لمجموعة من الهيئات المحلية والدولية، المتمثلة في وزارة السياحة والصناعات التقليدية، الديوان الوطني للإحصاء، المنظمة العالمية للسياحة والبنك الدولي، كما تم الاعتماد على طرق الاقتصاد القياسي لتقدير أثر القطاع السياحي الجزائري في دعم التنمية الاقتصادية باستخدام منهجية الفجوات الزمنية المتباطئة الموزعة (ARDL) مستعينين بالبرنامج الإحصائي Eviews 10.

♣ حدود الدراسة:

1. **الحدود الزمنية:** تطرقنا خلال هذه الدراسة إلى التطور التاريخي للسياحة في الجزائر بداية من الاستقلال إلى غاية الألفية الثالثة، وقد ركزت الدراسة على الفترة الزمنية الممتدة من (2000–2017) في تحليل مؤشرات القطاع السياحي وآثاره التنموية في الجزائر، كما تم توسيع عينة الدراسة بداية من سنوات التسعينيات للتمكن من تقدير أثر الإيرادات السياحية على التنمية الاقتصادية في الجزائر.
2. **الحدود المكانية:** اختصت دراستنا بتناول القطاع السياحي في الجزائر، كما تمت الإشارة إلى حركية السياحة الدولية على المستوى العالمي، وفي مقارنة بسيطة تم الوقوف عند أهم المؤشرات السياحية في كل من تونس والمغرب.

♣ هيكل البحث:

من أجل الإلمام بكل جوانب الموضوع تم تقسيم الدراسة إلى أربع فصول تضمنت ما يلي:

الفصل الأول : الإطار النظري والفكري العام للسياحة: تناول الفصل المفاهيم الأساسية لظاهرة السياحة المتمثلة في تعريف وأهمية السياحة وأشكالها المختلفة ومقومات الجذب السياحي، كما تم التطرق إلى آلية عمل السوق السياحي، مع الوقوف عند حركية واتجاهات السياحة الدولية ومكانتها في دعم الاقتصاد العالمي.

الفصل الثاني: القطاع السياحي كقطاع فعال في دعم التنمية الاقتصادية: تطرقنا من خلاله إلى مفهوم ومؤشرات التنمية الاقتصادية، وإلى متطلباتها وطرق تمويلها وأهم النظريات المفسرة لها، كما تناول الفصل الآثار التنموية للسياحة لإبراز العلاقة التي تربطها بالتنمية الاقتصادية، كما تم التطرق إلى إستراتيجية التخطيط للتنمية السياحية المستدامة كسبيل لتعزيز مبادئ التنمية الاقتصادية وضمان استدامتها؛

الفصل الثالث: تنظيم القطاع السياحة في الجزائر وأثره على الطلب والعرض السياحي: تناول الفصل تطور مختلف السياسات السياحية المنظمة للقطاع السياحي في الجزائر بعد الاستقلال بداية من مرحلة الاقتصاد الموجه مرورا بمرحلة الإصلاحات الاقتصادية في سنوات التسعينيات إلى غاية مطلع الألفية الثالثة التي شهدت إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر لآفاق 2010، والرؤية المستقبلية للقطاع السياحي التي تجسدت في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030، كما تم تقييم مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر من خلال إبراز أهم مقومات العرض السياحي التي تتمتع بها الجزائر وتشخيص حركية الطلب السياحي على وجهة الجزائر السياحية، كما تم التطرق إلى القدرة التنافسية للقطاع السياحي في الجزائر وفقا للمؤشر العالمي لتنافسية السياحة والسفر.

الفصل الرابع: انعكاسات القطاع السياحي على التنمية الاقتصادية في الجزائر خلال الفترة 2000-2017، تناولنا من خلاله المؤشرات الاقتصادية للقطاع السياحي التي تساهم في قضايا التنمية في الجزائر والمتمثلة في نصيب القطاع السياحي من الناتج المحلي الإجمالي، وتطور الإيرادات السياحية الوافدة إلى الجزائر وأثرها على وضعية الميزان السياحي وأثر هذا الأخير على رصيد ميزان المدفوعات الجزائري، بالإضافة إلى مساهمة القطاع في خلق فرص استثمارية واستحداث مناصب وظيفية جديدة، كما تناول المبحث الثاني دراسة قياسية لأثر إيرادات القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية بالجزائر، أما المبحث الثالث فقد تضمن أهم العقبات التي تقف حاجزا في سبيل تنمية وتطوير القطاع السياحي في الجزائر، إلى جانب آليات وسبل تجاوز هذه العقبات لترقية وتأهيل السياحة الجزائرية وجعلها وجهة سياحية بامتياز.

وفـــي الأخير تناولنا في خاتمة هذه الدراسة أهم النتائج المتوصل إليها، مع إدراج بعض الاقتراحات والتوصيات التي يمكن أن تساهم في تنمية القطاع السياحي بالجزائر.

الفصل الأول:

الإطار النظري والفكري العام للسياحة

تمهيد

تعد السياحة ظاهرة اجتماعية حضارية تسمح بالاتصال الاجتماعي والثقافي بين الشعوب، وتقوم على انتقال الإنسان من مكان لآخر لأغراض متعددة ومختلفة، ومع بزوغ الألفية الحالية والتطورات التي حدثت لصالح صناعة الخدمات كالتطور التكنولوجي لوسائل الاتصال والمواصلات، أصبحت السياحة في مقدمة القطاعات الاقتصادية في العالم والتي اكتست موقعا رياديا في برامج التنمية الاقتصادية كونها قطاع خدمي إنتاجي يساهم في زيادة الدخل القومي ويؤمن موارد مالية بالعملة الصعبة ويحسن من وضعية ميزان المدفوعات ويشكل أحد أهم الصادرات الغير منظورة كما يساهم في التخفيف من حدة البطالة بتوفيره عددا معتبرا من فرص العمل المباشرة والغير المباشرة.

وانتقلت السياحة من نشاط بسيط يقتصر على السفر، التنقل والاستكشاف إلى صناعة متكاملة، وجدت فيها الكثير من الدول بديلا إستراتيجيا لتنمية مداخيلها وتحقيق التوازن الاقتصادي نظرا للعلاقة التشابكية التي تربطها مع باقي أنشطة الاقتصاد الوطني، وهذا ما يحتم على صناع القرار في دول العالم إلى الاهتمام بتطوير وتفعيل صناعة السياحة وجعلها موردا مستداما تستفيد منه الأجيال المتعاقبة، من خلال التخطيط السليم ووضع الإستراتيجيات المناسبة وتنويع سبل الجذب السياحي التي تلبي احتياجات مختلف فئات السياح، في ظل التطور المستمر لعدد السياح حيث بلغت حركة السياحة الدولية حسب المنظمة العالمية للسياحة حوالي 1.326 مليون سائح على المستوى العالمي سنة 2017 محققتا إيرادات سياحية قدرت بـ 1.340 مليار دولار، مشكلتا بذلك نحو 10% من الدخل العالمي، كما تتوقع أن يبلغ عدد السياح بحلول سنة 2030 حوالي 1.8مليار سائح.

وعليه جاء هذا الفصل لإلقاء نظرة عامة حول ظاهرة السياحة، بالتطرق إلى السياق التاريخي للسياحة والإلمام بمختلف التعاريف والمفاهيم المرتبطة بها وتطورها في العالم مع إظهار الدور البارز الذي تلعبه السياحة في تفعيل الاقتصاد العالمي من خلال المباحث التالية:

- **المبحث الأول:** المقاربات المفاهمية للسياحة؛
- **المبحث الثاني:** السياحة كنشاط اقتصادي متكامل؛
- **المبحث الثالث:** الاتجاهات العالمية للسياحة الدولية ودورها في الاقتصاد العالمي.

المبحث الأول: المقاربـــات المفـــاهمية للسيـــاحـــة

عرفت السياحة منذ القدم بوصفها ظاهرة اجتماعية حضارية قائمة على سفر الأفراد من بلد للآخر بغرض التنزه وقضاء أوقات الفراغ والاستمتاع بالطبيعة، وتطورت بتطور وسائل النقل والاتصال وتحسن المستوى المعيشي لبعض الشعوب حتى أصبحت اليوم من أسرع الصناعات نموا في العالم ومن أهم الموارد التي تعتمد عليها الدول في تنمية مداخيلها وتنشيط اقتصادياتها باعتبارها نشاط خدمي يقوم على تآلف العديد من الصناعات التي تنتج خدمات لتلبية احتياجات السائحين، فمن خلال هذا المبحث سنتناول السياق التاريخي للسياحة، مع الإلمام بمختلف المفاهيم المرتبطة بها، من تعريف للسياحة والسائح، أنواع السياحة خصائصها ودوافعها.

المطلب الأول: تطور السياق التاريخي للسياحة

تعود نشأة الحركة السياحية إلى بداية الحياة الإنسانية ومنذ أن خلق الله تعالى الأرض، حيث مرت بعدة مراحل في تطورها التاريخي عبر العصور المختلفة، وقسمت من قبل معظم الدراسات والأبحاث إلى ثلاث مراحل نوجزها في هذا المطلب.

أولا: مرحلة العصور القديمة (عصر ما قبل التاريخ والحضارات والعصور الوسطى)

تميز هذا العصر بانتقال الإنسان سعيا وراء تحقيق احتياجاته الضرورية من مأكل، مشرب ومأمن، حيث كان يعتمد على قوته الجسمانية أو على دابته في السفر، ولم تكن هناك دولة أو قوانين تحكم وتنظم تحركات البشر سوى قوانين الطبيعة.

وبعدها تطورت السياحة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفراعنة في الألف الخامسة قبل الميلاد، حيث ظهرت الحكومات والدول مثل دولة بلاد الرافدين والحضارة الفرعونية في مصر ورومانيا وظهور الأنظمة والقوانين والعلوم وتطور وسائل النقل والمواصلات خاصة السفن الشراعية،

بالإضافة إلى ظهور النقود والمعاملات التجارية وظهور الأديان والمعتقدات.[1]وقد كان الرومان يقومون بجولات استطلاعية للحضارات والدول المجاورة كمصر واليونان عن طريق إرسال بعثات سياحية ودراسية هدفها الاطلاع على المعارف والأساليب الهندسية في هذه الدول.[2] ولكن صاحب سقوط الإمبراطورية الرومانية تدهور نظام المواصلات وانحطاط اقتصادي، مما أدى إلى ركود في عملية السفر إلا أنه بظهور الإسلام وانتشاره انتعشت من جديد حركة الانتقال والسفر، وأصبحت الدول الإسلامية حتى أواسط القرن الثالث عشر ميلادي مزدهرة بالثقافة ومراكز العلم، فانجذب إليها العلماء والمفكرون من جميع أنحاء العالم.[3] إذ برزت الدول العربية الإسلامية في العصور الوسطى وأصبحت مركز الإشعاع الفكري والتطور العلمي في الفترة مابين القرن الثامن والرابع عشر ميلادي، وقد أسهموا إسهاما رائدا في وضع الأسس الأولى لفروع السفر والسياحة [4]

كما تطور السفر في هذه المرحلة إلى الاستكشاف حيث قام العديد من الأشخاص بالسفر حبا في المغامرة في شكل رحلات استكشافية سجلها التاريخ، كرحلات العربي "إبن بطوطة" في القرن الرابع عشر ميلادي، والايطالي "ماركوبولو"، والبرتغالي "فاسكودي جاما"، ورحلة "كريستوفر كولومبس" الذي اكتشف العالم الجديد(أمريكا) عام 1492 ميلادي، ورحلة "ماجلان".[5] ومن بين دوافع السفر في هذه المرحلة نجد:[6]

- انتقال التجار ورجال الأعمال إلى الأسواق الجديدة في الداخل أو الدول المجاورة بغرض التجارة و بيع المنتجات اليدوية البدائية؛

---

[1] نعيم الظاهر، سراب إلياس، **مبادئ السياحة**، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2001، ص:12.

[2]Pierre kalfon, **Tourisme et Iinnovation**, L'Harmattan, paris, 2009, p 13.

[3] هباس رجاء الحربي، **التسويق السياحي في المنشآت السياحية**، ط1، دار أسامة، الأردن، 2012، ص:16.

[4] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص:16.

[5] هباس رجاء الحربي، مرجع سبق ذكره ، ص: 17.

[6] فضل ضاهر، فاضل الشيخلي، جعفر الطريحي، **الاستقرار الأمني في تنمية قطاع السياحة**، ط1، دار الأيام، الأردن، 2016، ص:43.

- انتقال أعداد كبيرة نسبيا إلى المدن الدينية من الأديان المختلفة، وذلك للحج والعمرة أو لزيارة الأماكن المقدسة؛
- انتقال أولاد الملوك والأمراء للدراسة في المراكز العلمية والعالمية (لندن، باريس وروما)؛
- سفر الأغنياء حبا للفضول والتعرف على ما هو موجود في الطبيعة والتمتع بالمناخ.

ثانيا: مرحلة عصر الآلة و الثورة الصناعية (1840-1945م)

تميزت هذه المرحلة بظهور الآلة وتطورها وتقدم وسائل المواصلات وانتشار طبقة الحكام والأغنياء الذين يملكون الإمكانيات المادية كما ظهرت وسائل نقل جديدة مثل القطار والسيارة وتطورت وسائل النقل البحري، وخضعت السياحة في تلك الفترة للنظم والقوانين فقد ظهرت الحدود السياسية التي فرضت قيودا على السفر للحد من الهجرة و تنظيم سفر الأجانب.[1]

وعُرفت هذه الفترة بتنظيم الرحلات السياحية الجماعية وكان أول منظم لهذه الرحلات هو الإنجليزي "توماس كوك" حيث نظم رحلة داخل أوروبا وإنجلترا وقام بتنظيم رحلات بحرية إلى أمريكا وكانت أولى الرحلات الطويلة **(le grand tour)** ووصل بها إلى بلاد الشرق فسميت **(Eastern Land of Bibel).**[2]

ومن أهم سمات السياحة في عصر الآلة ما يلي:[3]

- انتشار حركة السياحة والسفر خصوصا بين الطبقات المالكة المسيطرة من الملوك والأمراء ورجال المال والاقتصاد وبذلك سميت هذه المرحلة بعصر سياحة الأغنياء أو الطبقة الواحدة؛
- طول مدة الرحلة السياحية، إذ لم يكن يقيد الأغنياء عامل الوقت أو الالتزام أو الارتباط الذي يحد من فترة الرحلة؛

[1] هباس رجاء الحربي، مرجع سبق ذكره، ص: 18.

[2] فضل ظاهر وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 45.

[3] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص:21.

- ظهور القيود على السفر من أجل الحد من الهجرة وتنظيم إقامة الأجانب ومنع التهريب ولتحديد أنواع المواطنين وصفاتهم، فنشأت في هذه المرحلة جوازات السفر والتأشيرات إلى غير ذلك من القيود الإدارية التي فرضت على السفر والسياحة؛
- انتشار الفنادق الفخمة التي أخذت طابع القصور والقلاع لتلبية أذواق السياح الأغنياء في عصر الآلة.

ثالثا: مرحلة العصر الحديث

تزامن هذا العصر مع نهاية الحرب العالمية الثانية وانتشار وسائل النقل السريعة والمريحة حيث استخدمت الطائرات في النقل المدني بعدما كانت مخصصة للحروب، اتسع نطاق استعمال السيارات بعد ازدهار صناعتها.

وفي بداية الستينات ظهر لأول مرة علم السياحة إلى الوجود بوصفه علما متكاملا ومستقلا ومعترفا به وتم انتشار المدارس والمعاهد والجامعات المتخصصة بتدريس هذا العلم واستحدثت منظمات سياحية عالمية متعددة تشرف على النشاط السياحي في العالم وعلى رأسها المنظمة العالمية للسياحة" **WTO**" التابعة لهيئة الأمم المتحدة، وتم إصدار العديد من الأبحاث والكتب والنشرات السياحية.[1]

وتطورت السياحة في هذه الفترة نتيجة عدة عوامل يمكن تلخيصها كالآتـــي:[2]

- تطور وسائل النقل والمواصلات خاصة النقل الجوي الذي يتميز بخصائص السرعة وقطع المسافات الطويلة؛
- تقدم وسائل الإعلام الجماهيري وتنوعها وسهولة نقل الأنباء والأخبار المختلفة عبر قارات العالم؛

[1] نعيم الظاهر، سراب الياس، مرجع سبق ذكره ، ص: 23.

[2] هباس رجاء الحربي، مرجع سبق ذكره ، ص،ص: 19،20.

- زيادة أوقات الفراغ والإجازات مع ارتفاع مستويات الدخل الفردي في كثير من دول العالم؛
- أدت المنظمات السياحية دورا مهما في تنظيم العمل السياحي؛
- الاهتمام بالبنية الأساسية من فنادق ومحلات عامة و تجارية؛
- ظهور المخيمات السياحية منخفضة التكاليف في أوروبا وأمريكا الشمالية، وأدت إلى إقبال الطلاب والعمال وصغار الموظفين وأصحاب الدخول المحدودة؛
- تزايد الأفواج السياحية المتجهة نحو الأقاليم التي تزخر بالآثار والمباني التاريخية والقصور المتميزة والمتاحف.

وعليه شهدت السياحة تطورات سريعة خلال النصف الثاني من القرن العشرين، حيث عرفت ازدهارا كبيرا في العديد من القارات خاصة الأوروبية لما تتمتع به من مقومات الجذب السياحي إذ احتلت مكانة هامة لدى الدول والحكومات، خاصة بعد الإسهامات الايجابية التي حققتها في مختلف الجوانب، بحيث لم تصبح مجرد ظاهرة إنسانية بسيطة بل تعتبر من أهم الموارد الاقتصادية التي تساهم في حل التحديات التي يواجهها العالم اليوم.

المطلب الثاني: السياحة بين المفهوم، الخصائص والدوافع

بعد استعراض التطور التاريخي للسياحة ومميزاتها في العصور المختلفة والتي نمت بفعل مجموعة من الظروف كالتطور في المستوى المعيشي وزيادة الإجازات المدفوعة الأجر والتقدم الصناعي الذي صاحبه تطور وسائل النقل بالإضافة إلى تفشي الأمن والسلام بين الشعوب، كل هذه العوامل ساهمة في تطوير السياحة من ظاهرة إنسانية بسيطة إلى صناعة تساهم في دعم النظام الاقتصادي لمختلف الدول، حيث أخذت حيزا من الاهتمام من قبل المختصين في هذا المجال والدارسين لعلم السياحة، وفيما يلي سوف نلخص أهم التعاريف المختلفة لكل من السياحة والسائح.

أولا: مفهوم السياحة

تعددت واختلفت تعاريف السياحة باختلاف الزاوية التي ينظر إليها الباحثين، حيث هناك من يعرفها على أنها ظاهرة اجتماعية والبعض الآخر يراها على أنها ظاهرة اقتصادية، فمن خلال ما يلي سنسلط الضوء على أهم هذه التعاريف:

لفظ السياحة في **اللغة العربية** يتضح من عبارة "ساح في الأرض" والتي تعني تجول أو سار على وجه الأرض، أو الضرب في الأرض، ويقول العرب "ساح الماء" إشارة إلى جريانه.[1]

كما ذكر لفظ السياحة في مفارق متعددة من **القرآن الكريم**، فقال تعالى:﴿التَّائِبُونَ اَلْعَابِدُونَ اَلْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ اَلرَّاكِعُونَ اَلسَّاجِدُونَ اَلْآمِرُونَ بِاَلْمَعْرُوفِ وَاَلنَّاهُونَ عَنِ اَلْمُنْكَرِ وَاَلْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اَللهِ وَبَشِرِ اَلْمُؤْمِنِينَ﴾(التوبة، الآية112).[2] واجتمع العديد من العلماء والمفسرون على أن المعنى الصحيح للسياحة في هذه الآية هو السفر في القروبات كالحج والعمرة والجهاد وطلب العلم وصلة الأقارب[3]. وكلمة السائحون استنادا لقول **رسول الله "ﷺ"** ﴿سِيَاحَةُ أُمَتِي اَلْصَوْمْ﴾ تعني الصائمون.[4] وقال تعالى:﴿ فَسِيحُوا فِي اَلْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَأَعْلَمُوا أَنَكُمْ غَيْرَ مُعْجَزَي اَللهِ وَأَنَ اَللَّهَ مُخْزِي اَلْكَافِرِينَ﴾(التوبة، الأية2)،[5] فيقصد بكلمة فسيحوا في هذه الآية سيروا في الأرض أيها المشركون سير السائحين آمنين مدة أربع أشهر لا يعترض لكم خلالها أحد.[6] وللسياحة في هذا المعنى إما مسيرة

---

[1] محمد عمر المؤمن، **التخطيط السياحي**، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ص: 72.

[2] القرآن الكريم، **سورة التوبة**، الآية 112.

[3] رابح فضيل، ياسين حفصي بونبعو، **تشخيص واقع و أهمية القطاع السياحي و محاولة معالجة نقائصه في الجزائر**، مجلة الإبداع، العدد6، جامعة البليدة 02، 2016، ص:63.

[4] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره ، ص:29.

[5] القرآن الكريم، **سورة التوبة**، الآية 02.

[6] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره ، ص:29.

اعتبار في ملكوت الله وآياته في خلقه وبديع صنعه وأما مسيرة استثمار من الذين يضربون في الأرض.[1]

وكان أول تعريف محدد للسياحة يعود للعالم الألماني **جوبير فرديلر** في عام 1905 والذي عرفها على أنها:"ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغيير الهواء وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس إلى الشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا إلى نمو الاتصالات وعلى الأخص بين الشعوب وهذه الاتصالات كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة الكبيرة، المتوسطة أو الصغيرة وثمرة تقدم وسائل النقل".[2] يؤكد هذا التعريف بأن الرغبة في الإحساس بالراحة والاستمتاع بالطبيعة عوامل تقوم عليها ظاهرة السياحة وأن العامل التكنولوجي من خلال تطور وسائل الاتصال والنقل ساهم في تطور هذه الظاهرة وزيادة التقارب وتوطيد العلاقات الإنسانية بين الشعوب المختلفة، إلا أن هذا التعريف أهمل الجانب الاقتصادي للسياحة واقتصر على الجانب الاجتماعي فقط.

أما العالم **شوليرن شراتنهوفن** فمال إلى الجانب الاقتصادي في تعريفه للسياحة فيصفها بأنها:"التفاعلات الاقتصادية المباشرة والغير المباشرة الناتجة عن وصول زوار إلى إقليم أو دولة بعيدة عن موطنهم الأصلي والتي توفر الخدمات التي يحتاجون إليها وتشبع حاجياتهم المختلفة طوال فترة إقامتهم".[3] والمقصود بالتفاعلات الاقتصادية المباشرة والغير المباشرة هو تآلف العديد من الصناعات التي تنتج خدمات متعددة ومختلفة لإشباع رغبات السياح، وهذا نظرا للترابط وتشابك القطاع السياحي بباقي القطاعات الاقتصادية، مما يجعله رافدا اقتصاديا للعديد من الدول.

---

[1] زيد منير عبوي، **السياحة في الوطن العربي"دراسة لأهم المواقع السياحية والإرشاد والأدلة السياحية العربية**، ط1، دار الراية، الأردن،2008، ص:37.

[2] محمد عمر المؤمن، مرجع سبق ذكره ، ص:73.

[3] المرجع نفسه، ص:74.

وقد تناول كل من **هوزيكر Hunziker** و**كرافت Kraft** في كتاب بعنوان **"النظرية العامة للسياحة"** عام 1943 تعريفا شاملا ومضبوطا يشتمل على كل الروابط والتأثيرات والظواهر والعلاقات المادية والغير المادية التي تنطبق على حقيقة الإقامة المؤقتة للسائحين وقالا أن السياحة هي:" المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين شريطة ألا تؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملا دائما أو عملا مؤقتا".[1]

كما عرفت على أنها: "انتقال الإنسان من مكان إلى مكان ومن زمان إلى زمان (السياحة العالمية)، أو الانتقال في البلد (السياحة الداخلية)، لمدة لا تقل عن 24 ساعة بحيث لا تكون من أجل الخدمة الدائمة، وأغراضها تكون من أجل الثقافة أو الأعمال أو الدين أو الرياضة...إلخ".[2] هذا التعريف يظهر بأن للسياحة أشكال متعددة، السياحة المحلية والعالمية والسياحة الثقافية، الدينية والرياضية، إذ تكون حسب الغرض الذي انتقل بسببه الإنسان شريطة أن يكون هذا الانتقال ليس لغرض العمل ولمدة لا تقل عن 24 ساعة.

والسياحة حسب **المنظمة العالمية للسياحة (WTO)** هي:" مجموعة من الأنشطة التي يمارسها الأفراد أو الأشخاص المسافرون أو المقيمون خارج بيئتهم الاعتيادية، لمدة لا تزيد عن سنة بهدف الترفيه، والأعمال أو لأغراض أخرى".[3]

ومن التعريفات المعاصرة في التسعينات تعريف **مؤتمر أوتاوا** بكندا الذي عرف السياحة على أنها: "الأنشطة التي يقوم بها شخص خارج بيئته المعتادة لمدة زمنية دون أن يكون غرضه من السفر داخل الإقامة الكسب، ويستبعد الهجرة المؤقتة لممارسة أنشطة الكسب".[4]

---

[1] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره ، ص: 30.

[2] سمر رفقي الرحبي، **الإدارة السياحية الحديثة**، الأكاديميون، الأردن، 2014، ص:13.

[3] Jean pierre lozato-giotart, Michel balfet : **Management du tourisme Territoires, systèmes de production et stratégies**, 2ème éditions, Pearson éducation, paris, 2007, p09.

[4] محمد الصيرفي، **مهارات التخطيط السياحي**، المكتب الجامعي الجديد، الإسكندرية، 2008، ص:11.

استنادا للتعاريف السابقة وكمحاولة لإعطاء تعريف شامل وجامع لظاهرة السياحة، يمكن القول بأن السياحة ظاهرة إنسانية، اجتماعية واقتصادية تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة والترفيه والرغبة في الإطلاع على حضارات وثقافات الشعوب المختلفة، وتقوم على أساس انتقال الأفراد من نطاق إقامتهم الدائمة إلى نطاق آخر داخل حدود بلدهم 'سياحة داخلية' أو خارجها 'سياحة دولية' لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة وألا تكون بدافع الإقامة الدائمة والسعي وراء نشاطات تدر دخلا في البلد المزار، كما تعتبر نشاط حيوي له قدرة هائلة على تحقيق النمو الاقتصادي بفعل الإنفاق السياحي الذي يترتب عليه تدفقات مالية معتبرة، كما تعمل على الرقي بمستوى أداء الشعوب وثقافتهم من خلال الاختلاط بالأنظمة الاجتماعية والثقافية في الدول المختلفة.

ثانيا: أهميـــة السياحـــــة

تعد السياحة من أسرع الصناعات نموا في العالم، وتتجلى أهميتها من خلال ما تحققه من منافع اقتصادية، اجتماعية وثقافية للدول نذكر أهمها فيما يلي:

- زيادة الدخل القومي من خلال زيادة الدخل السياحي الذي يتحقق بزيادة نسبة الإشغال الفندقي وزيادة العملات الأجنبية بزيادة أعداد التدفق السياحي.[1]
- تستند إحدى الحجج الرئيسية المطروحة لإقامة السياحة وتوسيعها في الأقطار النامية هي أن الصناعة ذات كثافة في العمالة، ويتميز النشاط السياحي بأنه يعمل على إيجاد الكثير من فرص العمل المباشرة والغير المباشرة، وغالبا ما تكون الصورة المباشرة تشمل العمل ضمن حدود القطاع السياحي مثل الفنادق ووكالات السفر وشركات النقل وبيع التذاكر والتسويق السياحي والكازينوهات ومحل بيع التحف والتذكرات وأماكن اللهو وغيرها ، والعمالة الغير مباشرة

[1] موفق عدنان عبد الجبار الحميري، **أساسيات التمويل و الاستثمار في صناعة السياحة**، ط1، الوراق، الأردن، 2010، ص:15.

هي القطاعات الأخرى التي تتأثر بالنشاط السياحي بشكل مباشر، وتسهم في تصنيع وتجهيز المستلزمات السياحية المتمثلة بالطعام والشراب و وسائل النقل..إلخ؛[1]

- تمثل السياحة إحدى القنوات الرئيسية في ضخ العملات الأجنبية التي تساهم في سد عجز ميزان المدفوعات للدول المستقبلة، حيث تسجل الديون والحقوق الناتجة عن النشاط السياحي في ميزان خاص بالسياحة (ميزان سياحي) بسجل ميزان المدفوعات؛
- يولد قطاع السياحة صادرات غير منظورة والتي تعتبر جزءا هاما من الدخل القومي،[2] كما تتجنب الكثير من أعباء التصدير (نقل، تأمين، ترويج) والذي يتم مجانا دون مقابل والعمل المقنع هو خير دعاية وأكثرها تأثيرا.[3]
- تساهم السياحة في توزيع الثروة والدخل فخروج سكان المدن إلى الريف لقضاء بعض الوقت يصاحبه شراء بعض المستلزمات الموجودة في المناطق الريفية وهذا يؤدي إلى إعادة توزيع الدخل القومي داخل الدولة، وتضطر الحكومات إلى توفير الخدمات التي تجذب السياح مثل خدمات النقل والاتصالات والبنية التحتية والفنادق وخدمات التعليم والصحة.[4]
- تحصيل أنواع مختلفة من الضرائب والرسوم التي تفرض على الأنشطة والخدمات السياحية (رسوم، تأشيرات الدخول إلى البلاد، رسوم وإيواء الطائرات، رسوم السفن البحرية، الرسوم على تذاكر السفر والملاهي والمحلات العامة، فواتير الإقامة في الفنادق والمأكولات والمشروبات...)؛[5]

---

[1] محمد دياب، صفاء عبد الجبار الموسوي، حسين منعم الطائي،**التنمية السياحية والسياسات المالية والنقدية**، دار الأيام، الأردن،2014، ص:21.

[2] موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص:15.

[3] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص:82.

[4] محمد العطا عمر، مرجع سبق ذكره، ص: 21.

[5] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص: 84.

- تنشيط حركة الإنتاج والاستثمار في القطاعات الأخرى، فالسياحة قدرة عالية على خلق سلسلة من العمليات والنشاطات الإنتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي، وذلك بسبب امتداد آثار الطلب السياحي المعقدة والمركبة في العديد من السلع والخدمات إلى القطاعات الرئيسية والثانوية التي تساهم في تصنيع المنتج السياحي.[1]
- تحفيز المستثمرين المحليين على القيام بالمشاريع السياحية الصغيرة والمتوسطة، ما يساهم في زيادة العوائد السياحية وتوفير فرص شغل .
- تطوير المناطق المتدهورة والريفية من خلال بعث وإحياء أنشطة الصناعات التقليدية والريفية، وتثمين الأقطاب الصناعية لهذه المناطق في شكل متاحف للصناعات القديمة، و تطوير المناطق الريفية بمناظرها الطبيعية من خلال النشاط السياحي.[2]
- تمويل برامج المحافظة على المعالم الطبيعية والمواقع التاريخية والثقافية والمراكز الثقافية والفنون والمهن اليدوية.[3]

ثالثا: تعريف الســـائـــح

يعتبر السائح من أهم عناصر السياحة إذ هو الذي يقوم بالتنقل من مكان لآخر بشكل مؤقت بهدف الترفيه والاستجمام أو حضور المؤتمرات والمعارض وغيرها من الأغراض المتعددة، محققا انتعاشا اقتصاديا بحصوله على الخدمات السياحية المتنوعة، كتردده على الفنادق واستعماله لوسائل النقل، واقتنائه لبعض الحرف اليدوية من البلد المضيف، ولكن بشرط عدم مزاولته لأي نشاط مربح في ذلك البلد. وعليه فإن تحديد المعنى الدقيق للسائح أمرا ضروريا خاصة من الناحية الإحصائية، حتى يتسنى للمختصين تحديد الأرقام الدقيقة لعدد السياح ومدة إقامتهم وحجم إنفاقهم.

[1] محمد دياب وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص:24.

[2] رابح فضيل، مرجع سبق ذكره، ص:63.

[3] رعد مجيد العاني، مرجع سبق ذكره، ص: 62.

وعليه نجد تعاريف متنوعة للسائح نذكر منها مـــــا يلي:

يعرف السائح على أنه:" الشخص الذي يقيم برغبته خارج مكان سكنه الأصلي دون أن يهدف إلى مكتسبات اقتصادية، وعليه أن يصرف أموالا وفرها في مكان آخر".[1] ويقوم السائح بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة في دخل البلد تحدث هذه الزيادة عن طريق الانتفاع بالخدمات، وشراء بعض المنتجات المحلية والهدايا من البلد السياحي كي تكون رمزا تذكاريا باقيا لزيارته لهذا البلد.[2] وفي تعريف آخر هو:"مسافر يقوم برحلة إلى وجهة رئيسية خارج بيئته المعتادة، لأقل من عام لأي غرض رئيسي (العمل التجاري، أو الترفيه أو لغرض شخصي آخر) بخلاف أن يستخدمه كيان مقيم في البلد أو في المكان الذي يزوره".[3]

واعتمدت المنظمة العالمية للسياحة بمؤتمرها في روما عام 1963 تعريف السائح بأنه:" الشخص الذي يزور بلدا أجنبيا ويمكث فيه أكثر من 24 ساعة وأقل من ثلاثة أشهر ولا يقصد القيام بوظيفة أو نشاط مهني".[4]

وعلى ضوء هذا التعريف نستخلص المفاهيم الأساسية التالية:[5]

- **الزائر:** وهو أي شخص يزور دولة أخرى، غير الدولة المقيم فيها ولا يهدف من الزيارة ممارسة أي عمل داخل الدولة المزارة ويحصل منه على أجر، ويتضمن الزيارات ضمن أراضي الدولة الواحدة، بمعنى زيارة مدينة ما أو موقع ما لأسباب غير العمل ويتضمن هذا التعريف:

- **السياح (Touristes):** هم زوار مؤقتين يبقون في الدولة المقصودة مدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن السنة الواحدة، وينحصر الغرض من زيارتهم في الترويح، قضاء إجازة، أسباب

[1] سمر رفقي السحبي، مرجع سبق ذكره، ص:13.

[2] مصطفى يوسف الكافي، **صناعة السياحة والأمن السياحي**، دار مؤسسة رسلان، سوريا، ص:15.

[3] المنظمة العالمية للسياحة، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، **التوصيات الدولية المتعلقة بإحصائيات السياحة 2008**، نيويورك، 2011، ص:10.

[4] مصطفى يوسف الكافي، مرجع سبق ذكره ،ص:16.

[5] حمزة عبد الحليم درادكة وآخرون، **مبادئ السياحة**، ط1، مكتبة المجتمع العربي، الأردن، 2016، ص،ص:22،21.

صحية، دراسة، زيارة أماكن دينية ومعالم تاريخية وأثرية، ممارسة الرياضة، زيارة عائلية، عقد لقاءات، حضور اجتماعات ومؤتمرات ثقافة؛...الخ.

- **المتنزهون (Excursionists):** وهم زوار مؤقتين يبقون في الدولة المقصودة مدة تقل عن 24 ساعة، ويشملون المسافرين على السفن البحرية أو النهرية، وهم ما يمكن أن نعرفهم بالرحلات العارضة.
- **الزائر العابر (Transient Visitor):** أي شخص يسافر في بلد غير بلده لفترة أقل من 24 ساعة شريطة أن يكون كل توقف لفترة زمنية بسيطة ولأسباب غير سياحية.

- **المسافر:** وهو الشخص الذي يغادر مكان إقامته الدائمة مبتعدا عنه سواء داخل حدود دولته أو خارجها، تحت أي دافع من دوافع السفر والابتعاد سواء للزيارة أو العمل أو الدراسة...الخ، مستثنى من ذلك رحلة العمل اليومية بغض النظر عن المسافة المقطوعة يوميا.

كما نميز بين نموذجين من السياح هما:[1]

- **السائح المحلي:** وهو الشخص الذي يحصر تنقله داخل حدود الدولة التي يقيم فيها ويبقى بعيدا عن مكان إقامته الأصلي مدة لا تقل عن 24 ساعة أو ليلة واحدة، وتضع بعض الدول حدودا دنيا للمسافات لتحديد السائح الداخلي، وتتراوح هذه الحدود بين 40-100 كم.
- **السائح الدولي:** وهو الشخص الذي يسافر عبر الحدود الدولية ويبقى بعيدا عن دولته المقيم فيها بشكل دائم لمدة لا تقل عن 24ساعة.

في الأخير واستنادا للتعاريف السابقة يتضح بأن السائح هو الشخص الذي يسافر من بلد لآخر لأغراض عدة 'سائح دولي'، أو الشخص الذي ينتقل في حدود الدولة المقيم بها'سائح محلي'، ولكن شريطة عدم مزاولة أي نشاط مربح في البلد المضيف أو نية في الإقامة الدائمة كما يجب أن تكون

[1] مصطفى يوسف الكافي، مرجع سبق ذكره ،ص:17.

مدة إقامته تفوق 24 ساعة ولا تزيد عن سنة.حيث يحقق السائح انتعاشا اقتصاديا من خلال نشاطه السياحي بالاستفادة من عدة خدمات كالمبيت، الإطعام، التنقل والترفيه واقتنائه لبعض المنتجات المحلية كالهدايا التذكارية من حرف يدوية وصناعات تقليدية.

ثالثا: خصائص ودوافع السيـــــاحة

تتميز السياحة عن غيرها من النشاطات والصناعات بخصائص عدة نبرزها من خلال هذا المحور، كما سوف نتطرق لدوافعها التي تتعدد وتختلف حسب رغبات السياح.

1. خصائص السيـــــاحة

من بين أهم السمات التي تتميز بها السياحة عن غيرها من القطاعات الاقتصادية نجد:

- السياحة ظاهرة متعددة الأبعاد لها نشاطات كثيرة ومتنوعة وتساهم كل منها في خدمة شاملة للسائح وتتطلب بالضرورة جهد وتعاون وسياسة مشاركة وتنسيق بين المراكز السياحية وأصحاب الفنادق ومنظمي الرحلات السياحية؛[1]
- السياحة من أهم القطاعات الخدمية التي تشكل مصدرا رئيسيا للدخل القومي، لأنها منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة ونطاق المنافسة التي يتحرك فيها القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة لهذا فقطاع السياحة يتأثر أيضا بتغيرات البيئة العالمية، والسوق المستهدف لقطاع السياحة هو سوق متنوع الخصائص والانتماءات، والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدول الأخرى؛[2]
- السياحة هي إحدى الصناعات سريعة النمو في البلدان حول العالم، وهي كثيفة العمالة للغاية، ومصدر مهم للتنمية وللتوظيف، خاصة للذين تقل لديهم فرصة الوصول إلى سوق العمل.

[1] محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره ، ص:21.

[2] صلاح زين الدين، **دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر**، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر العلمي الدولي الثالث حول القانون والسياحة، مصر، يومي 26-27 أفريل 2016، ص:07.

وهي صناعة مهمة للنساء والشباب، والعمال المهاجرين، وسكان الريف، و يمكن أن تسهم بقوة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية وفي الحد من الفقر؛

- تتمتع السياحة بمزايا وأنشطة التصدير، بمعنى أن الخدمة السياحية يحظر مستهلكوها إليها ولا تذهب إليهم بعكس الصادرات الأخرى، كما تتجنب الكثير من أعباء التصدير(نقل، تأمين، ترويج) والذي يتم مجانا دون مقابل؛[1]
- يتأثر الطلب السياحي بمستوى الرفاهية الاقتصادية في الدولة والدول الأخرى، والتقدم التكنولوجي في وسائل المواصلات والاتصالات والتقلبات الاقتصادية، بالإضافة إلى عوامل ثقافية وسياسية يصعب على الدولة التأثير فيها، كما أنه لا يتصف بصفة التكرار، أي تحقق درجة عالية من الإشباع أو الرضا لدى السائح لا يعني بالضرورة قيامه بتكرار الزيارة للبلد المعين.[2]
- يجب أن تكون عملية انتقال السياح بطريقة شرعية ولأغراض سياحية، ولمدة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة، مع التزام السائح بعدم مزاولة أي نشاط يجني منه أموالا.

2. دوافـــــع السيـــــاحة

تتداخل عدة دوافع مختلفة لتخلق في الأخير رغبة واحدة وهي السفر لمكان وغرض معين، وأهم هذه الدوافع نجد:

- **دوافع الراحة، الاستجمام والترفيه:** تتعلق بالراحة والاسترخاء والتغيير والترفيه وقضاء أوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ والاستمتاع بالأجواء الطبيعية وبالمناظر

[1] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره ، ص:82.

[2] زيد منير سلمان، **الاقتصاد السياحي**، ط1، دار الراية ودار الحامد،الأردن،2008، ص:60.

الخلابة، وتخفيف حدة الضغوط أو الاستمتاع بإشباع الرغبة في الطعام والشراب وتغيير الروتين اليومي.[1]

- **دوافع ثقافية، تاريخية وتعليمية:** تتعلق بالتعرف على الحضارات القديمة ومشاهدة المعالم الأثرية والمتاحف والإطلاع على حياة الناس وثقافتهم واكتشاف أشياء جديدة ومشاهدة المواقع والمعالم المهمة في العالم، والاستمتاع بالتراث الأدبي والفني وحضور الأحداث الثقافية ومشاهدة الفنون الشعبية.[2]
- **دوافع عرقية:** تشمل زيارة السائح لوطنه الأم أو جذوره العرقية، لتجديد وتقوية العلاقات الأسرية والصداقات القديمة، والحنين للموطن الأصلي وهذا الدافع غالبا ما يخص الأشخاص المغتربين أو الذين أمضوا وقتا طويلا بعيدا عن منطقتهم.
- **دوافع صحية:** تتمثل في البحث عن الجو المناسب وبيئة نقية لقضاء فصل من فصول السنة، والتوجه للأماكن ذات الخصائص العلاجية لتلقي العلاج وقضاء فترات نقاهة بعيدا عن الضغط النفسي.
- **دوافع اقتصادية:** تتمثل في الاستفادة من اختلاف الأسعار والتغير في سعر صرف العملات والحوافز الضريبية، أو إبرام الصفقات وعقود الشراكة لأغراض استثمارية وتجارية.
- **دوافع دينية:** تتمثل في زيارة الأماكن المقدسة، كقصد مكة المكرمة لتأدية مناسك الحج أو العمرة، وزيارة الأضرحة والمعابد عبر العالم.
- **دوافع رياضية:** تتمثل في السفر لممارسة الرياضة أو مشاهدة مباريات رياضية، أو الحضور والمشاركة في التظاهرات الرياضية الكبرى كالألعاب الأولمبية وبطولات كأس العالم.

[1] هباس رجاء الحربي، مرجع سابق، ص:38.

[2] المرجع نفسه، ص:38.

- **دوافع أخرى:** تشمل سياحة المخاطرة والمغامرة، كتحدي بعض الظواهر الطبيعية كالتجديف بقارب عبر نهر سريع الجريان، أو السير في الطرق الوعرة، أو تسلق جبال صخرية، أو الغوص في الأعماق.[1]

المطلب الثاني: أنواع السياحة ومقومات الجذب السياحي

حيث تنوع سبل الجذب السياحي أين أصبحت المقاصد السياحية شاملة ومتعددة مما أدى إلى ظهور أنواع وأنماط مختلفة للسياحة، فمن خلال هذا المطلب سنتطرق لأهم أنواع السياحة ومقومات الجذب السياحي.

أولا: أنواع السيـــــاحة

ولقد نتج عن التنوع والتباين في رغبات الإنسان أنواعا عديدة من السياحة، حيث صنفها معظم خبراء السياحة وفقا لعدة عناصر أهمها:

1. **تقسيم السياحة وفقا للنطاق الجغرافي:** وتشمل: [2]

- **سياحة إقليمية:** هي السفر بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية أو الإفريقية أو دول جنوب شرق آسيا، وتتميز بقلة التكلفة الإجمالية للرحلة لقصر المسافة التي يقطعها السائح بالإضافة إلى تنوع وتعدد وسائل النقل المتاحة مما يغري الكثيرين بالاتجاه نحو الدول القريبة أولا.
- **سياحة داخلية:** هي الزيارات والانتقالات التي يقوم بها المواطنون داخل حدود دولهم، والتي تضم رحلات ترفيهية تكون مدتها أقل من 24 ساعة، أو رحلات سياحية داخلية وتكون مدتها أكثر من 24 ساعة.

[1] رعد مجيد العاني، مرجع سبق ذكره، ص:120.

[2] محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره ، ص:49-51.

2. **تقسيم السياحة وفقا لعدد السياح:** و تشمل:

- **سياحة جماعية:** أو سياحة الأفواج، حيث تنظم الشركات السياحية رحلات جماعية وتقوم بترتيب برنامج خاص لكل رحلة وبسعر محدد، ويحاول منظم الرحلة إشباع رغبات جميع أفراد الفوج، لذا تكون رحلة متعددة الأنشطة.[1]
- **سياحة فردية:** يقوم بها شخص واحد أو عائلة وتكون دون تنظيم أو تخطيط من قبل الشركات السياحية.
- **سياحة دولية:** هي الحركة أو النشاط المتمثل في الانتقال والإقامة عبر حدود الدولة والقارات المختلفة، وتخضع هذه الحركة لعدد من العوامل والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تسود العالم.

3. **تقسيم السياحة وفقا لمدة إقامة السائح:** وتشمل:[2]

- **سياحة الإقامة:** وهي خاصة بالسائحين الذين يقضون عطلة تزيد مدتها عن شهر ويقضونها في مكان واحد معين، وهذا النمط من السياح عادة ما يكونوا ممن اعتزلوا أعمالهم ويميلون لاختيار الأماكن الأكثر هدوءا؛
- **السياحة الموسمية:** وهي التي تقع في موسم الذروة(الفترة التي يصل فيها الخط البياني للطلب السياحي إلى أقصاه) وهذا النوع من السياحة يكون بمثابة النواة الرئيسية للطلب السياحي السنوي؛
- **سياحة التنقل:** وهي خاصة بالسائح الذي يتنقل طيلة المدة التي يقضيها من مكان إلى آخر دون أن يمكث في كل منها أكثر من خمسة ليالي.

[1] محمد عمر مؤمن، مرجع سبق ذكره ، ص: 91.

[2] محمد فاتح محمود المغربي، **تسويق خدمات السياحة**، دار الجنان، الأردن، 2016، ص:13.

4. تقسيم السياحة وفقا لمفهوم الرغبة: وتشمل:

- **السياحة الترفيهية:** هي من أبرز الأنماط السياحية شيوعا وانتشارا في العالم، إذ تشكل نسبة 55% من إجمالي السياحة الدولية وهي تشمل السفر إلى الوجهات السياحية لغرض الترويح عن النفس والاستجمام، كالتوجه إلى المناطق الجبلية والطبيعية والتخييم وارتداد الشواطئ وممارسة هوايات أخرى كالصيد والغوص في أعماق البحار، وتعتبر منطقة حوض البحر الأبيض المتوسط أهم وجهات السياحة الترفيهية لتمتعها بمقومات جذب سياحية معتبرة.
- **السياحة الدينية:** تعني السفر من دولة إلى أخرى أو الانتقال داخل حدود الدولة بعينها لزيارة الأماكن المقدسة، لأنها سياحة تهتم بالجانب الروحي للإنسان فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي أو السفر من أجل الدعوة أو القيام بعمل خيري؛[1]
- **السياحة العلاجية:** هي سياحة العلاج من أمراض الجسد والترويح عن النفس، وتعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها؛[2]
- **السياحة الاستشفائية:** تعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع المعدنية والكبريتية والرمال والشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض الجلدية والروماتيزمية؛[3]
- **سياحة التسوق:** هي السفر لغرض التسوق إلى الدول التي تسري فيها العروض والتخفيضات ووفرة العلامات التجارية المختلفة ومراكز التسوق، مثل باريس التي تشتهر بالتخفيضات في نهاية السنة، كما أصبحت تقام مهرجانات تسوق دولية لغرض اجتذاب السياح كمهرجان دبي الدولي للتسوق؛

---

[1] علي فلاح الزعبي، **التسويق السياحي و الفندقي'مدخل صناعة السياحة و الضيافة'**، ط1، دار المسيرة، الأردن،2013، ص:165.

[2] أدهم وهيب مطر، **التسويق الفندقي وبيع و ترويج الخدمات السياحية و الفندقية الحديثة**، المنهل، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص: 19.

[3] أدهم وهيب مطر، مرجع سبق ذكره، ص:20.

- **السياحة التطوعية:** تقوم على وجود مجموعتين من المنظمات، منظمات مرسلة **Sending Organization** ومنظمات مستقبلة أو مضيفة **Host Organization** بمعنى أنها تكون منظمة ومقننة ويشرف عليها من قبل الدولة التي ترسل هذه المجموعات والدولة التي تستقبلها، والهدف الأساسي لهذا النوع من الساحة هو تبادل الثقافات والمساعدة في تغيير الصور النمطية السلبية عن دولة ما، وتعزيز الصورة الإيجابية عن هذه الدولة لتنشيط السياحة والمساهمة في التنمية السياحية للدولة، لهذا يشرف عليها منظمات مخصصة لهذا الهدف؛[1]
- **السياحة الثقافية:** يهتم بهذا النوع شريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم، حيث يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية وحضارية كثيرة، ويمثل هذا النوع نسبة 10% من حركة السياحة العالمية، ونجد هذا النوع من السياحة متمثلا في الاستمتاع بالحضارات القديمة وأشهرها الحضارات الفرعونية المصرية القديمة والإغريقية والرومانية والحضارات الإسلامية والمسيحية على مر التاريخ والعصور؛[2]
- **سياحة المعارض:** وهي تتضمن المعارض الفنية والصناعية والتجارية والتشكيلية ومعارض الكتاب بالإضافة إلى المعارض العلمية والتكنولوجية فمن خلالها يتم التعريف بالتكنولوجيا الحديثة، وقد ارتبط هذا النوع من السياحة بالنمو الصناعي الكبير والعلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية؛
- **السياحة الاجتماعية:** هي تخص الطبقات الغير ثرية أي أصحاب الإمكانيات المحدودة، فتكون من خلال تنظيم رحلات سياحية بأسعار مخفضة وتسهيلات كنصب المخيمات وتوفير أماكن إقامة ذات أسعار رمزية، أو تكون بتقسيط تكلفة الرحلة السياحية.

[1] أماني رضا، **الإعلام و السياحة**، المنهل، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص: 35.

[2] علي فلاح الزعبي، مرجع سبق ذكره، ص:168.

- **السياحة الرياضية،** تتمثل في الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها مثل المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم.[1] وتعتبر من أهم المصادر التي تعتمد عليها الدول في التسويق السياحي حتى أصبحت تتسابق للاحتضان التظاهرات والبطولات الرياضية.
- **السياحة الإيكولوجية (الطبيعية):** هي السفر إلى الأماكن الطبيعية التي لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية.[2]
- **سياحة رجال الأعمال:** تمثل نشاط رجال الأعمال في الانتقال والإقامة في الدول المختلفة لإتمام الصفقات والاتفاقيات التجارية، أو المشاركة في المعارض التجارية العالمية، وتعد نشاطا حديثا ارتبط بتدفق رؤوس الأموال وزيادة المشاركة الدولية في مجال الاستثمارات والشركات المتعددة الجنسيات.[3]

على غرار الأنواع التي تطرقنا إليها يوجد أشكال عدة من السياحة، حيث نجد سياحة المغامرات، سياحة الحوافز، السياحة الزراعية سياحة الفضاء وغيرها.

ثانيا: مقومات الجذب السيـــــاحي

لقيام السياحة لابد من توفر مجموعة من المقومات منها الطبيعية التي تعتبر الوعاء الأساسي للسياحة تكملها باقي العناصر كالثقافية والدينية منها لتلبية مختلف رغبات السياح، وكل هذه المقومات تحدد اختيار السائح لمكان معين دون غيره.

[1] محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره ، ص:62.
[2] محمد عمر مؤمن، مرجع سبق ذكره ، ص:83.
[3] أماني رضا، مرجع سبق ذكره ، ص :29.

1. المقومات الطبيعية:

تضم كافة القيم الجمالية الطبيعية من الأرض، وامتداد البحيرات والبحار والأنهار والسهول والصحراء، والمراكز الصحية الطبيعية من مياه معدنية،عيون المياه الساخنة وحمامات الطين.[1]

2. المقومات الأثرية والتاريخية:

تشمل الحضارات القديمة والمراكز العلمية ،الثقافية والبحثية وهي تمثل عمق المعرفة العلمية وربط الماضي بالحاضر ومن ضمن هذه الحضارات الحضارة الفرعونية ومعابد الكرنك ومقابر الملوك في مصر والحضارة النوبية في السودان وآثار الكنعانيين في فلسطين والأمويين في سوريا وآثار الأقباط في الأردن وآثار الفينيقيين في لبنان وآثار المسلمين والرومان في كثير من دول العالم.[2]

3. المقومات الاجتماعية والدينية: تتمثل في:

- **المقومات الاجتماعية:** هي القيم والضوابط التي تحكم المجتمع المحلي وتنظم حياة الشعوب وسلوكياتها التي تمتزج بين أصالة الماضي وعراقة الحاضر؛
- **المقومات الدينية المختلفة:** تشمل المعالم السياحية المقدسة مثل المساجد والكنائس.

4. البنية التحتية: وتشمل شبكات الصرف الصحي والمياه،الكهرباء، الغاز، البريد والاتصال والانترنت، وشبكة النقل البرية، البحرية والجوية والبنوك ومكاتب الصرف والمستشفيات.

5. البنية الفوقية للسياحة: هي مصطلح يطلق على منشآت الإقامة كالفنادق الموتيلات والمخيمات...إلخ، مكاتب المعلومات السياحية، وكلاء السفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، مترجمين وأدلاء سياحيين، المنضمات السياحية، المسارح، الملاعب، قاعات السينما...إلخ.[3]

---

[1] ماهر عبد الخالق السيسي، **مبادئ السياحة**، مجموعة النيل العربية، مصر، 2006، ص:39.

[2] محمد العطا عمر، مرجع سبق ذكره ، ص:17.

[3] ماهر عبد العزيز توفيق، **صناعة السياحة**، المنهل، الإمارات العربية المتحدة، 2008، ص:45.

6. **رأس المال:**ويشمل إنشاء التسهيلات والخدمات السياحية في المناطق الأثرية والطبيعية التي تحتاج إلى جهود استثمارية حتى تسهل عملية الجذب السياحي.[1]

7. **المقومات الثقافية:** تتعلق بالتراث الثقافي مثل الرقص والموسيقى والتعبير والثياب التقليدية والطعام المحلي وطراز العمارة التقليدي المدني والريفي، وعرض الفنون في مسرح متاح للسياح وإقامة مناسبات واحتفالات وإنتاج وبيع الصناعات التقليدية ومنتجات المهن اليدوية وتنظيم جولات للمناطق الطبيعية في الريف.[2]

8. **الاستقرار السياسي:**الدولة المستقرة سياسيا تتميز بأنها دولة غنية سياحيا وتحقق دخول مرتفعة من صناعة السياحة، أما عدم الاستقرار السياسي يأتي من أن يكون هناك دائما صراع على السلطة بين الحكومة وأقليات موجودة تندفع لإحداث تخريب أو انقلابات وصراعات تؤثر على درجة الاستقرار السياسي في الدولة، ولا شك أن مثل هذه الدول لا يكون هناك إقبال على مناطق الجذب السياحي فيها مهما انخفضت الأسعار ومهما كان بها من مغريات.[3]

المبحث الثاني: السياحة كنشاط اقتصادي متكامل

يعد القطاع السياحي من أهم الاتجاهات الحديثة التي تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية وضمان استدامتها، فعلى غرار الاستثمار في القطاعات الاقتصادية المختلفة، نجد أن الاستثمار السياحي من بين أهم العناصر التي تساهم في تحقيق التوازنات الاقتصادية الكبرى، باعتبار أن تنمية الصناعة السياحية تمس عدة مجالات اقتصادية نظرا للعلاقة التشابكية التي يتميز بها القطاع السياحي، إلا أن الاستثمار في المشروعات السياحية يتطلب رؤوس أموال كثيفة خاصة فيما يخص البنية التحتية والفوقية للسياحة، والتي تسمح باستغلال كل المقومات السياحية التي يتميز بها البلد

[1] زيد منير سلمان، مرجع سبق ذكره ، ص: 19.

[2] رعد مجيد العاني، مرجع سبق ذكره ، ص:68.

[3] أحمد عبد السميع علام، **علم الاقتصاد السياحي**، ط1، دار الوفاء، الإسكندرية، 2008، ص:177.

السياحي، هذا وبالإضافة إلى دراسة السوق السياحية وطبيعة الطلب السياحي، وانتهاج سياسة تسويقية كفيلة بجعل الاستثمارات السياحية ذات مردودية عالية، وهذا ما سنحاول عرضه من خلال هذا المبحث.

المطلب الأول: الاستثمار السياحي وتمويل المشروعات السياحية

يهتم الاستثمار السياحي على غرار أنواع الاستثمارات المختلفة بخلق وتنمية الطاقة الإنتاجية، فهو يعمل على تطوير رأس المال المادي والبشري، أين أصبح تطور الصناعة السياحية مرتبط بحجم الاستثمارات السياحية لبلد ما. خاصة في ظل توفر المصادر التمويلية الكافية، التي غالبا ما تكون من أهم معيقات الاستثمار السياحي.

أولا: الاستثمار السياحي

يشمل الاستثمار السياحي كل النشاطات المرتبطة بالقطاع السياحي كإنشاء وحدات الاستقبال الفندقية، وتطوير الهياكل القاعدية الخاصة بشبكة النقل والاتصالات، وغيرها من المجالات المتصلة بالقطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر.

1. مفهوم الاستثمار السياحـــــي

يتمثل الاستثمار السياحي في مجموع ما ينفق في القطاع السياحي وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة للقطاع، ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كثيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة، كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار في مجال السياحة، إلى جانب المنتج

السياحي، وحجم الطلب عليه في سوق السياحة العالمية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بالمنتج السياحي.[1]

ويعرف الاستثمار السياحي كما ورد في عدة مصادر متخصصة على أنه" ذلك الجزء من القابلية الإنتاجية الآنية الموجهة إلى تكوين رأس المال السياحي المادي والبشري، بغية زيادة طاقة البلد السياحية، مثل بناء الفنادق والمدن السياحية والجامعات والمعاهد السياحية والبنى الارتكازية التي تدعم السياحة".[2] كما عرفته المنظمة العالمية للسياحة على أنه" التكوين الخام لرأس المال القائم على اقتناء أصول ثابتة واقعة في إقليم اقتصادي، وهو تركيب وبناء لوحدات فندقية وتحسين الهياكل، تهيئة الإقليم، هياكل النقل والاتصال، توصيل الماء والطاقة.[3]

وقد يغطي الاستثمار السياحي مجالات متعددة ومتنوعة، نتيجة للتشابك القطاعي للصناعة السياحية مع القطاعات الأخرى حيث يشمل المقومات الرئيسة للصناعة السياحية، وتكمن هذه المجالات فيما يلي:[4]

- **استثمار في مجال الخدمات السياحية:** وتشمل العديد من الخدمات الأساسية في النشاط السياحي منها:

- خدمات الإقامة: وتشمل الفنادق والمنتجعات السياحية وكل ما يتعلق بإقامة السائح من خدمات مرافقة كالإطعام والخدمات الترفيهية الأخرى؛
- خدمات النقل: وتشمل تشييد الطرق وتوفير سيارات نقل السياح وكذلك بناء المطارات وتوفير خطوط النقل بين بلاد السائح والدولة المضيفة؛

[1] نبيل بوفليح، تقرورت محمد، **دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا"حالة الجزائر، تونس والمغرب**" مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر "واقع و آفاق"، المركز الجامعي بالبويرة، يومي 12/11 ماي 2010، ص: 32.

[2] إسماعيل الدباغ، إلهام خضير شبر، **مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل**، ثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص:134.

[3] Béatrice de la rechefoucauld, **L'économie du Tourisme**, Breal édition , Rosny Sedex,2007.p :215.

[4] شعبان فرج، سعيدة شيخ، **معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر وسبل ترقيته**، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني حول مقومات وتحديات الاستثمار في القطاع السياحي بالجزائر، جامعة آكلي محند أولحاج بالبويرة، يومي 10/09 جانفي 2017، ص:04.

- خدمات الاتصالات: وتشمل توفير شبكة الهاتف النقال خاصة في المناطق الصحراوية التي يزورها السائح وكذلك توفير خدمات الانترنت بتدفق جيد وهذا من أجل توفير كل الظروف لمتعة السائح.

- **الاستثمار في الثروة السياحية:** وتشمل العديد من المجالات التي تمتلكها الدولة ومنها:

- الاستثمار في الموارد الطبيعية: وذلك بالاهتمام بالموارد الطبيعية للدولة المضيفة وذلك من خلال المحافظة عليها

- الاستثمارات في الموارد الثقافية: وذلك من خلال تشييع وتنظيم المهرجانات الثقافية والمحافظة على الآثار وفتح المناطق الأثرية، أمام القطاع العام والخاص للاستثمار فيه.

2. خصائص الاستثمـــار السياحـــــي

إن السمات التي ترسم ملامح الاستثمار السياحي تعد مهمة جدا ويجب أن تؤخذ بنظر الاختبار عند دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية، إذ أنها تعني اتخاذ قرار الاستثمار السياحي المناسب، ويمكن استعراض هذه السمات كالآتـــــي:[1]

- ضخامة الأموال اللازمة للاستثمار في المشاريع السياحية بشكل عام، لكون أغلبها يتضمن إنشاءات ضخمة وأبنية حديثة ذات تكاليف عالية؛
- طول مدة إنشاء المشروع السياحي، وقد تصل إلى سنوات تبدأ من اختيار الموقع وشراء الأرض وإجراء المعاملات اللازمة لذلك، ثم التعاقد مع الجهة المنفذة للمشروع وجهات أخرى لتأثيث؛
- طول فترة الاسترداد، فقد تحتاج مابين (10–20) سنة كمعدل لاسترداد المبالغ التي أنفقت على بناء المشروع السياحي؛

[1] إسماعيل الدباغ، إلهام خضير شبر، مرجع سبق ذكره، ص: 144.(بتصرف).

- الاعتماد المكثف على عنصر العمل، إذ يعد المشروع السياحي جزءا من القطاع الخدمي الذي يمتاز بصعوبة إحلال الماكينة على عنصر العمل؛
- تأثر الاستثمار السياحي بالطبيعة الموسمية للطلب السياحي، فعلى المستثمر أن يتأكد من الإيرادات المحققة في موسم الذروة حتى تغطي الخسائر التي يتحملها المشروع في موسم الكساد؛
- يعتبر الاستثمار السياحي منشطا للاقتصاد القومي، بسبب تشابكه الكثيف مع بقية القطاعات الاقتصادية؛
- يؤثر الاستثمار السياحي على فائض الصادرات، فنجاح السياحة في البلد يعني ضمان تحقيق الطلب السياحي الأجنبي الوافد إليه، مع تقليل الحاجة لسفر السياح المواطنين للخارج مما يؤدي إلى تحقيق المزيد من العوائد السياحية مع تخفيض الإنفاقات السياحية.

3. محددات الاستثمار السياحـــي

يمكن إجمال محددات الاستثمار في القطاع السياحي كالآتـي:[1]

- انخفاض الكفاية الحدية لرأس المال (الإنتاجية الحدية لرأس المال المستثمر أو العائد على رأس المال المستثمر)
- انخفاض مستوى الوعي والثقافة السياحية لدى الأجهزة الحكومية والمواطن؛
- ارتفاع درجة المخاطرة؛
- عدم توفر الاستقرار السياسي والاقتصادي والمناخ الاستثماري؛
- عوامل أخرى مثل الإستراتيجية الترويجية والإعلامية المتبعة ومدى توفر إستراتيجية تسويقية ملائمة للنهوض بالقطاع السياحي.

[1] موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص: 124.

ثانيا: تمويل المشاريع السياحية

يعتبر مشكل التمويل من بين أكثر المشاكل التي تصادفها المنشآت السياحية لإنجاز مشاريعها الاستثمارية، ولضمان استمرارية الاستثمارات السياحية لابد من ضمان توفير مصادر تمويلها.

1. تعريف التمويل السياحـــي

يعرف التمويل في شكله العام على أنه" توفير الأموال من أجل إنفاقها على الاستثمارات، لتكوين رأس المال الثابت المتمثل في المباني والمعدات وكذلك لتغطية النفقات المتغيرة وتسيير الأعمال اليومية". والأمر ينطبق على الاستثمار في المشاريع السياحية، حيث يعرف التمويل السياحي على أنه" الأموال اللازمة لتمويل مشاريع تدخل ضمن قطاع الصناعة السياحية سواء من أجل إنشاء مؤسسات حديثة أو من أجل مؤسسات سبق وأن تم إنشاؤها".[1]

2. أشكـــال تمويل المشروعات السياحية

تسعى المنشآت السياحية للبحث عن مصادر تمويل لإنجاز مشاريعها، خاصة وأن أموالها الخاصة لا تكفي لتغطية التكلفة المرتفعة للاستثمار السياحي، فمن بين أهم هذه المصادر نجد المساعدات الحكومية التي يستفيد منها المستثمر السياحي بالإضافة إلى إمكانية الاستفادة من التمويل الأجنبي، نلخص كل من هذه المصادر في الآتـــي:

- **التمويل الحكومـــي للمشروعات السياحية:** إن التمويل الخاص في الدول النامية غير كاف لمشروعات التنمية السياحية، لذلك فإن الأمر يستدعي بحث إمكانيات التمويل من المصادر الحكومية، سواء كان هذا التمويل مباشر أو غير مباشر، إلا أن مقدار المساعدات المالية المتاحة للاستثمارات من قبل الحكومة تتحدد وفقا للأهمية النسبية لقطاع السياحة بالمقارنة

[1] سمية بوخاري، **دور نظام المعلومات السياحي في تفعيل الصناعة السياحية** ' دراسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر ،أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02، 2015، ص: 69.

مع القطاعات الإنتاجية الأخرى، وتتعدد أشكال المساعدات للاستثمارات السياحية، ومن أبرزها ما يلي:[1]

- **الدعم المالـي:** وهي مبالغ مالية تمنحها الدولة للقائمين بتنفيذ المشروعات السياحية، مع عدم مطالبتهم بردها، والميزة الأساسية لهذا النوع من المساعدات هي تخفيض تكاليف الاستثمار، وعادة ما يقدم الدعم شكل إعفاءات من سداد القروض أو أقساطها، مما يؤثر مباشرة على تكلفة المشروع.
- **القروض المميـزة:** تتمثل هذه القروض التي تقدمها الحكومة للمستثمرين بسعر فائدة أقل من السعر السائد في السوق.

هذا وبالإضافة إلى الحوافز الجبائية التي تمنحها الدولة للاستثمارات السياحية وضمانات الاستثمار، والسماح للمستثمر السياحي باستيراد مستلزمات التأثيث والفنادق والمواد الإنشائية برسوم جمركية مخفضة أو بدونها، ودعم برامج تكوين وتدريب الموارد البشرية في المجال السياحي.

- **التمويل الخـاص المحلـي للمشروعات السياحية:** والذي يتمثل برؤوس الأموال الوطنية التابعة للأفراد أو الشركات أو المصارف التي تقوم بتمويل المشروعات السياحية والفندقية كالآتي:[2]
  - المستثمرين بأموالهم (أصحاب رؤوس الأموال ورجال الأعمال)؛
  - المصارف التجارية ذات التمويل القصير الأجل؛
  - المصارف الاستثمارية وأحيانا تسمى بنوك التنمية: وذلك بالمساهمة في رؤوس أموالها أو بمنحها القروض المتوسطة والطويلة الأجل، وتساهم في تقديم التسهيلات

[1] أكرم كرمول، **تطور القطاعات الاقتصادية والاستثمارية عبر تاريخ الأردن**، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، 2008. ص،ص: 93-94.

[2] إسماعيل الدباغ، إلهام خضير شبر، مرجع سبق ذكره، ص: 267.

الائتمانية القصيرة الأجل لتمويل المصروفات التشغيلية للمشروع (مثل حاجة الفندق للإنفاق على الدعاية والترويج في بداية تشغيل المشروع)؛

- الدوائر والمؤسسات المهنية كالجمعيات والنقابات والاتحادات المهنية.

- **التمويل الدولـــي للمشروعات السياحية:** إن التمويل الدولي للاستثمارات السياحية يأتي على شكل تحويلات أو قروض خاصة توجه مباشرة للأنشطة السياحية أو على شكل قروض من المنظمات الدولية لتمويل البنية الأساسية اللازمة لتنمية السياحة الدولية، أما عن القروض من المنظمات الدولية فهي تأتي عادة من مجموعة البنك الدولي للبلدان النامية وهذه المجمعة تتضمن البنك الدولي، ومنظمة التنمية الدولية، وهيئة التمويل الدولية.[1]

3. **محددات اختيار مصادر التمويل للقطاع السياحي:** عندما تقرر الشركة السياحية نوعية الأصول التي ترغب باقتنائها، فإنها تقوم بتقييم مختلف مصادر التمويل المحتملة في ضوء الاعتبارات التالية:[2]

- حجم الأموال التي يحتاجها الفندق والفترة الزمنية التي سيتم توظيف الأموال خلالها؛
- توافق مصادر الأموال لأوجه استخدامات توظيف هذه الأموال؛
- تكلفة التمويل مقارنة مع معدل التكلفة السائدة ومع عائد الاستثمار المتوقع؛
- آجال التسديد وتزامنه مع التدفقات النقدية المتوقع تحقيقها مع تشغيل الموجودات الممولة؛
- القيود التي يفرضها الممولون على إدارة الفندق المقترض كشرط عدم الاقتراض الإضافي أو عدم توزيع الأرباح والمحافظة على معدلات محددة من نسب الأشغال الفندقي طوال فترة الاقتراض.

[1] موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص: 71.
[2] المرجع نفسه، ص:63.

المطلب الثاني: آلية السوق السياحي

تعتبر دراسة السوق السياحي من بين أهم الآليات التي تعتمدها الدول المستوردة للسياحة لمعرفة طبيعة السوق وخصائصه وفهم كل شرائحه، إذ يعد السوق السياحي نواة العملية التسويقية وكل برنامج سياحي ناجح يتطلب توجيها قويا للسوق، فمن خلال هذا المطلب سنلقي الضوء على كل من مفهوم السوق السياحي ومكوناته.

أولا: مـــاهية الســوق السياحـــــي

السوق في شكله العام يمثل المكان الذي يلتقي فيه الطلب بالعرض من أجل تبادل السلع والخدمات بين المشترين أي الطالبين والمنتجين أو البائعين وهم العارضين، وبالتالي هو مكان تجرى فيه الوظيفة التسويقية سواء للسلع أو للخدمات شرط الأخذ بعين الاعتبار كل خصائص السوق.

والسوق السياحي لا يخرج عن ذلك المفهوم حيث عرف على أنه: مكان التقاء الطلب السياحي **Tourism demand** بالعرض السياحي **Supplay Tourism** حيث أن مكان الالتقاء يمكن أن يكون في أي دولة مصدرة للسائحين والتي تمثل الطلب السياحي وأيضا في دولة الزيارة المستقبلة لهم وتمثل في نفس الوقت العرض السياحي، وبهذا المعنى فإن السوق السياحي يمكن أن يقسم إلى نوعين هما:[1]

1- السوق السياحي الخارجي:

تمثله الدولة المصدرة للسائحين أو وكلاء السياحة الدوليون أو مديرو الشركات العالمية للسياحة أو مندوبو ومديرو الشركات السياحية والسفر في الدول المضيفة، لعرض برامجهم السياحية وإجراء التعاقدات السياحية مع شركات ووكالات السفر والسياحة العالمية.

[1] عبد السميع صبري، **الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية**، مجلة جغرافيا المغرب، دراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006، ص:59.

2- السوق السياحي الداخلي:

تمثله الدولة المستقبلة لحركة السياحة، حيث يلتقي السائحون الدوليون أو المحليون مع بائعي الخدمات السياحية في مختلف المناطق السياحية للحصول على حاجياتهم وإشباع رغباتهم السياحية.

ويعتبر تحديد الأسواق السياحية خطة مهمة لدراستها ومعرفة خصائصها بشكل مفصل، فعلى الدولة السياحية القيام بدراسة شاملة تتضمن عدة جوانب كالمصدر الرئيسي للطلب السياحي والجانب الاقتصادي والثقافي والاجتماعي للسوق وخصائصه السلوكية والديموغرافية، مع الأخذ بعين الاعتبار المنتج السياحي وسعره والمورد البشري المسؤول عن تقديم الخدمات السياحية ووضع الإستراتيجية التسويقية المناسبة لمواجهة الطلب السياحي.

والأسواق السياحية متنوعة ومتداخلة فيما بينها، وهي تتفرع إلى عدة أسواق أهمها: [1]

- **الأسواق الرئيسية:** وهي المصدر الرئيسي للطلب السياحي.
- **الأسواق الثانوية:** لا تعتبر المصدر الرئيسي للحركة السياحية في الدولة المستقبلة للسائحين.
- **الأسواق النشطة:** تتميز بفعاليتها الكبيرة وحجم التعاقدات الكثيرة لبيع برامجها السياحية للسائحين و الوكالات أو الشركات.
- **الأسواق الكامنة:** هي لا تمثل المصدر الرئيسي للطلب السياحي في الوقت الحالي لوجود بعض الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية المؤثرة سلبيا.
- **الأسواق المحتملة:** وهي الأسواق التي يمكن أن يصل فيها الطلب السياحي إلى أعلى مستوى ممكن نظرا للجهود التسويقية والتنشيطية المبذولة.

[1] علي فلاح الزعبي، مرجع سبق ذكره ، ص:159.

يمكن القول أن تجزئة وتقسيم السوق السياحي وتحليل الطلب بشكل دقيق بتحديد الفئة من السياح المستهلكين التي تمثل الطلب الفعلي، يؤدي إلى تحقيق عوائد سياحية أكثر مما هو عليه عند أخذ السوق السياحي في شكله العام دون تقسيمه.

ويتوقف اختيار السياسة والإستراتيجية الملائمة في مجال السوق السياحي حسب كل من الطلب والعرض السياحي وكيفية التوفيق فيما بينهما.

ثانيا: الطلب السياحـــــي

يختلف تعريف الطلب السياحي عن الطلب على أي سلعة نظرا لأن أي سلعة أخرى يمكن ترجمة الطلب عليها في شكل كميات بينما المنتج السياحي لا يمكن ترجمة الطلب عليه في هذا الشكل نظرا لاختلاف طبيعة المنتج السياحي عن المنتج السلعي، وعموما يمكن تعريف الطلب السياحي على أنه "مجموعة من حاجات ورغبات السائحين المصحوبة بقدرتهم الشرائية نحو مجموعة من المنتجات السياحية في منطقة معينة خلال فترة زمنية معينة عند توقع مستوى معين من الأسعار مع افتراض ثبات العوامل الأخرى".[1] يتبين من هذا التعريف أن الطلب السياحي يترجم مجموعة من الحاجات والرغبات الخاصة بالمستهلكين السياح حسب قدرتهم الشرائية وهذا لارتباطه بعامل السعر، ويكون ذلك خلال فترة زمنية ومنطقة معينة، حيث أن الطلب السياحي يختلف من فترة لأخرى ومن زمن لآخر باعتباره غير متجانس ويتغير وفقا لعدة ظروف وعوامل، كما أن ارتباطه بمنطقة معينة هو من يسمح بمعرفة حجم السوق.

واقتصاديا الطلب السياحي يتمثل في كمية السلع والخدمات المستهلكة من قبل السائح في مكان وزمان معينين، ويقاس الطلب السياحي بواسطة النسب التالية:[2]

---

[1] المؤسسة العامة للتدريب الفني والتعليم المهني، **"الطلب السياحي"**، المملكة العربية السعودية، بدون سنة نشر، ص:45.

[2] بلاطة مبارك، كواش خالد، **سوق الخدمات السياحية**، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة الجزائر، 2005، ص:157.

المعدل الصافي للسفر= عدد المسافرين(المغادرين)/إجمالي عدد السكان×100

المعدل الخام للسفر= عدد السفريات(الرحلات)/إجمالي عدد السكان × 100

معدل تكرار السفر= المعدل الصافي للسفر/المعدل الخام للسفر × 100

ويجب أن يكون تحليل الطلب السياحي في كل ما يتعلق بالأسواق السياحية والتقديرات المستقبلية لعدد السياح في أوقات ومواسم السنة المختلفة، مع تحليل تفصيلي لرغبات السياح ومتطلباتهم وتقييم لعناصر الجذب السياحي القائمة، ومدى استجابتها وتلبيتها للطلب القائم ومن خلال التقديرات المستقبلية لأعداد السياح يمكن تقدير الطلب على خدمات ومرافق الإقامة، النقل والخدمات المختلفة في هذا المجال، وهنا يجب تحديد المعابر الحدودية والإقليمية التي يسلكها السياح للمناطق السياحية ومدى سهولة الوصول إلى هذه المناطق، والكلفة والمسافة ومعوقات السفر.[1]

ويتميز الطلب السياحي ببعض الخصائص والسمات التي تميزه بشكل خاص أهمها:

- **الحساسية Sensitivity:** تعني هذه الخاصية أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلة للسياحة، لأنه إذا واجهت هذه الدول مشكلات اقتصادية حادة كانهيار النظام الاقتصادي بها وتدهوره، أو مشكلات اجتماعية كحدوث مجاعات وكوارث طبيعية، أو تعرضت لانقلابات عسكرية أو مشكلات سياسية شديدة، مما يؤدي إلى تقلص المد السياحي إلى هذه الدول وانسحابه منها وانخفاضه بشكل مفاجئ، لأن السائح يبحث دائما عن المتعة والترفيه والثقافة والهدوء، والدول التي تحدث فيها ثورات سياسية أو ظواهر اجتماعية أو مشكلات اقتصادية خطيرة يصبح

[1] محمد فريد عبد الله وآخرون، مرجع سبق ذكره ، ص:43.

مناخها السياحي غير ملائم للحركة السياحية ويقل الطلب السياحي عليها مهما كانت تتمتع بمقومات سياحية عديدة.[1]

- **المرونة Flexibility:** يقصد بالمرونة قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا للظروف والمؤثرات المختلفة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، السائدة في السوق السياحي الداخلي أو الخارجي، فالظروف الاقتصادية السائدة في الدولة المستقبلة للسائحين التي ترتبط بأسعار الخدمات السياحية تؤثر هي أيضا في مرونة الطلب السياحي، لأنه كلما انخفضت هذه الأسعار اتجه الطلب إلى الارتفاع والعكس صحيح، ويمكن إيجاد معامل مرونة الطلب السياحي كالتالي: [2]

معامل مرونة الطلب (السعرية) = التغير النسبي في الطلب/ التغير النسبي في السعر

وتؤثر عوامل أخرى في مرونة الطلب السياحي مثل دخول السائحين أنفسهم، فزيادة الدخل ترتبط بها زيادة في الطلب السياحي وانخفاض في معامل مرونة الطلب، أما انخفاض الدخل فيرتبط به انخفاض في الطلب السياحي وزيادة في معامل مرونة الطلب، وتحسب مرونة الطلب الدخلية كالتالي:

معامل مرونة الطلب (الدخلية) = التغير النسبي في الطلب/ التغير النسبي في الدخل

وتنطبق العلاقة السابقة على الأفراد ذوي الدخول المحدودة والمتوسطة، أما بالنسبة لذوي الدخول المرتفعة جدا فإن زيادة الميل للسياحة لا ترتبط كثيرا بزيادة الدخل بل تتوقف على عوامل أخرى كثيرة.

- **الموسمية Seasonality:** يقصد بموسمية الطلب السياحي في غالبيته بأنه موسمي، بمعنى أن هناك أوقات من السنة يصل فيها الطلب السياحي إلى الذروة، بينما يكون في حالة ركود نسبي في أوقات أخرى، والموسمية لا ترتبط بالدول المستقبلة للسياح بل حتى بالدول المصدرة

[1] عبد السميع صبري، مرجع سبق ذكره ، ص: 103.

[2] علي فلاح الزعبي، مرجع سبق ذكره ، ص : 204.

لهم، فالتغيرات في درجة الحرارة والعطل الصيفية، والمناسبات الدينية ذات التواريخ محددة في مواسم معينة و غيرها كلها تجعل من الطلب السياحي موسميا.[1]

- **التوسع Expansion:** يميل الطلب السياحي عادة نحو التوسع والزيادة سنويا عاما بعد عام ولكن ليس بمعدل ثابت، بل بمعدلات متفاوتة من سنة إلى أخرى تبعا للظروف المختلفة في الدول المصدرة والدول المستقبلة.[2] ومن بين العوامل التي ساهمت في هذا التوسع التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال والمواصلات وزيادة أوقات الفراغ والعطل السنوية وتحسن مستوى المداخيل في الدول المصدرة للسياحة.

ويمكن التمييز بين ثلاث أنواع من الطلب السياحي:[3]

- **الطلب السياحي العام:** هو الطلب العام على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام بصرف النظر عن الوقت والنوع والمدة، وهنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد منها.
- **الطلب السياحي الخاص:** يرتبط ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته، هنا فإن هذا الطلب على برنامج معين يعتبر طلبا خاصا بسائح ما أو مجموعة من السياح و ليس كل السياح.
- **الطلب السياحي المشتق:** يرتبط بالخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي مثل الطلب على الفنادق، شركات الطيران، شركات النقل السياحي، الوكالات السياحية، أو الطلب على المأكولات والأطعمة، وتسعى أغلب الدول إلى تحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص ثم إلى طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة ومختلفة وبأسعار متنوعة كذلك.

---

[1] محمد فريد عبد الله وآخرون، مرجع سبق ذكره ، ص:44.

[2] علي فلاح الزعبي، مرجع سبق ذكره ، ص: 105.

[3] مبارك بلاطة، خالد كواش، مرجع سبق ذكره ، ص:160.

ومن ناحية أخرى يمكن التمييز بين نوعين من الطلب السياحي هما:[1]

- **الطلب السياحي الفعال(الحالي):** هو طلب صريح من جانب السائح لتوفر عوامل أهمها وقت الفراغ والقدرة على الدفع، والظروف الأخرى المحفزة للطلب والدافعة للتعاقد ويمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخلين والقادرين على دفع النفقات السياحية والمستعدين للقدوم إلى البلد أو منطقة معينة خلال فترة زمنية معينة.
- **الطلب السياحي الكامن:** وهو طلب ينقصه أحد عناصره الأساسية، بمعنى لا تتوفر لدى السائح أحد هذه العناصر:
  - القدرة على دفع تكاليف الرحلة السياحية أو البرنامج السياحي؛
  - الرغبة في التعاقد على البرنامج السياحي؛
  - عدم حصول السياح على المعلومات المناسبة، وعدم توفر الظروف المناسبة والمحفزة؛
  - ضعف وسائل الإعلام والإعلان والترويج.

كما يمكن تحويل الطلب السياحي الكامن إلى طلب سياحي فعال بواسطة تنويع البرامج السياحية وتخطيط أسعارها وزيادة وسائل الإعلان والدعاية وتوفير كافة الوسائل المواصلات وتوفير مختلف الخدمات والتسهيلات بمختلف الأسعار.

ثالثا: العرض السياحـــي

يمثل العرض السياحي في أي دولة سياحية كل ما تمتلكه من موارد سياحية مختلفة مثل عناصر الجذب والمغريات السياحية الطبيعية والصناعية، بالإضافة إلى الخدمات العامة والخدمات السياحية التي تقدمها الدولة للسائحين القادمين إليها من مختلف أنحاء العالم، ويعرف على أنه:" كل ما تمتلكه وتعرضه الدولة من مغريات ووسائل جذب ومرافق وخدمات سياحية بهدف تنمية الحركة

[1] مبارك بلاطة، خالد كواش، مرجع سبق ذكره ، ص،ص: 160،161.

السياحية الوافدة إليها من مختلف دول العالم".[1] ويعرف أيضا على أنه:" مجموعة المنتجات السياحية التي تقدمها دولة ما سواء من خلال أجهزتها الرسمية أو المنظمات السياحية الخاصة بها للسائحين سواء الوطنيين أو الأجانب خلال فترة زمنية بمقابل مادي معين".[2]

نستنتج أن العرض السياحي هو كل المقومات السياحية التي تتمتع بها الدولة المستقبلة وتعرضها استجابتا للطلب على مختلف عناصر الجذب السياحية الطبيعية، الثقافية والحضارية مع كل ما يرتبط بها من خدمات متنوعة كالنقل والإعاشة والخدمات المصرفية والأمنية، حيث تقدم هذه الخدمات من قبل المنظمات السياحية وما يرتبط بها سواء كانت حكومية أو خاصة كوكالات السياحة والأسفار والفنادق والبنوك وشركات النقل والمطاعم خلال فترة زمنية معينة وبمقابل مادي، وهذا يدل أن العرض السياحي يتأثر بعامل السعر والزمن.

ويتكون العرض السياحي في أي دولة من الدول بعناصر أساسية يصعب أن تكون غير موجودة بها لأنها تمثل عصب صناعة السياحة والأساس الذي يقوم عليه النشاط السياح، فلا يمكن أن نتصور دولة سياحية لا تمتلك مغريات أو عناصر جذب طبيعية أو صناعية وليس بها مرافق أساسية تحتية أو فوقية وليس لها فنادق ومطاعم وملاهي ترفيهية...إلخ،[3] وتشمل هذه المكونات على ما يلي:[4]

- **المقومات الطبيعية:** تشمل كل ما خلقه الله سبحانه وتعالى وأوجده في كل دولة سياحية من دول العالم كالبحار، الموقع الجغرافي، المناخ ، العيون المعدنية والكبريتية إلى غير ذلك من العناصر الطبيعية.

---

[1] عبد السميع صبري، مرجع سبق ذكره، ص:124.

[2] المؤسسة العامة للتعليم و التدريب المهني، **التسويق السياحي'العرض السياحي'**، مرجع سبق ذكره، ص: 54.

[3] عبد السميع صبري، مرجع سبق ذكره ، ص:125.

[4] علي فلاح الزعبي، مرجع سبق ذكره ، ص،ص:212-213، (بتصرف).

- **المقومات الصناعية:** تمثل كل ما صنعه الإنسان وأصبح له قيمة تاريخية حضارية كبيرة يمكن الاعتماد عليها بشكل رئيسي كمصدر جذب سياحي للدول كالآثار التاريخية والمتاحف الفنية الضخمة والحدائق الدولية والقرى السياحية...إلخ.
- **المرافق العامة الأساسية:** مثل شبكات الطرق والجسور وشبكات المياه والصرف الصحي والكهرباء والاتصالات، المراكز الصحية والبنوك وغيرها، كما تشمل أيضا على مرافق سياحية كالمنظمات الفندقية بمختلف أنواعها والشركات والوكالات السياحية ومحلات بيع السلع والهدايا التذكارية...إلخ.

كما يتصف العرض السياحي في أية دولة من الدول بعدد من الخصائص أهمها:

- **عدم المرونة (الجمود):** يعتبر المنتج السياحي غير قابل للتغيير أو التوسع في المدى القصير، خاصة بالنسبة للعناصر الطبيعية منه، فإنه غير مرن اتجاه أذواق المستهلكين على خلاف الخدمات التي يمكن تعديلها وتطويرها حسب رغبات فئات سوقية معينة من السياح .
- **عدم قابليته للتخزين:** معروف على أن غالبية المعروض السياحي عبارة عن منتج غير مادي وغير ملموس، وبالتالي يتم استهلاكه وقت إنتاجه فلا يمكن تخزينه.
- **استخدامه في أماكن وجوده:** يتميز العرض السياحي بأن المستهلكين السياح ينتقلون إلى الدول والمناطق التي يوجد بها المنتج السياحي المناسب لهم، حيث يستمتعون بكل المقومات السياحية الموجودة ويستخدمون مختلف الخدمات السياحية كالإقامة والإعاشة، وبذلك ينتقل مشتري السلعة السياحية إلى مكان إنتاجها لاستخدامها مقابل ما يدفعه من مبالغ نقدية.[1]

[1] عبد السميع صبري، مرجع سبق ذكره ، ص: 132.

- **تعدد وتداخل العناصر المكونة له:** فالمنتج السياحي مزيج مركب ومعقد ويتكون من العديد من السلع والخدمات والمكونات الطبيعية وعادة يصعب فصل هذه العناصر عن بعضها البعض، فالعوامل الطبيعية تتشابك مع العوامل التاريخية والدينية والتراثية وغيرها لتشكل بمجموعها العرض السياحي.[1]
- **يخضع للمنافسة:** تعتبر السياحة حاجة كمالية فهي معرضة للمنافسة اتجاه السلع البديلة، بالإضافة إلى توسع وتوفر عناصر الجذب السياحي في مختلف بلدان العالم فهناك تنافس كبير في تسويق المنتج السياحي وجذب عدد اكبر من السياح.

المطلب الثالث: التسويق السياحـــــي

يعد التسويق السياحي من أهم الأساليب الفعالة في إنعاش الحركة السياحية، حيث يعمل على تحديد السوق السياحي المستهدف بشكل دقيق، ومن جهة أخرى يزود السياح بالمعلومات المتعلقة بالمنتج السياحي، وبالتالي يسمح بخلق التوازن بين رغبات السياح وأهداف المؤسسة السياحية، وقد تم دمج مصطلح التسويق السياحي في الصناعة السياحية في الخمسينيات من القرن العشرين، أين اهتم بالإعلان والإشهار والترويج للسياحة الأجنبية، فمن خلال هذا المطلب سنتناول مختلف المفاهيم المتعلقة بالتسويق السياحي.

أولا: تعريف التسويق السياحـــي

التسويق في شكله العام وحسب ما عرفته الجمعية العامة للتسويق هو:" عملية إدارية تختص بتنظيم وتوجيه جهود المنشأة لتقييم القوة الشرائية للعميل وتحويلها إلى طلب فعلي لسلعة أو لخدمة محددة وإيصالها إلى المستهلك النهائي وبيعها له بهدف تحقيق الربح".[2]

---

[1] إسماعيل محمد علي الدماغ وآخرون، **العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها**، مجلة الإدارة والاقتصاد،العدد 72،العراق، 2008، ص:209

[2] محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره ، ص: 31.

أما التسويق السياحي يعد من بين التخصصات الدقيقة لعلم التسويق إذ يعمل كنشاط إداري متقدم على إيجاد نظام اتصال فعال بين مقدمي الخدمات السياحية ومستهلكي هذه الخدمات من السياح، وتزويدهم بالبيانات والمعلومات الكافية عن المنتجات السياحية، وعن المزايا والمنافع السياحية والموارد التي يتمتع بها المقصد السياحي.[1]

وفي تعريف آخر التسويق السياحي:" هو ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به الشركات السياحية داخل وخارج الدولة لتحديد أسواقها السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها، بهدف تنمية الحركة السياحية وتحقيق أكبر قدر من الإيرادات".[2]

وبالتركيز على المزيج التسويقي يعرفه **(JJ Schwars)** على أنه:"طريقة تعتمد على السياسات الأربعة (الترويج،المنتج، التسعير، التوزيع) والتي تغطي أهم المشاكل التي يجب علاجها، حيث أن الجهد التسويقي يتمثل في جعل توليفة عناصر المزيج التسويقي أكثر فعالية وهذا للوصول إلى حجم المبيعات والأرباح المراد تحقيقها".[3]

انطلاقا من التعاريف السابقة يتضح أن التسويق السياحي عبارة عن عمل إداري فني يهتم بدراسة الأسواق والمنتجات السياحية بهدف ربط المنتج بالمستهلكين السياح وتلبية رغباتهم ومتطلباتهم مع تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح، وذلك بالاعتماد على عناصر المزيج التسويقي وقنوات التوزيع التي تقوم بالعروض الجذابة للوصول إلى الأسواق المستهدفة والتي تمتد إلى خارج حدود الدولة لجذب أكبر عدد من السائحين.

[1] محسن أحمد الخضيري، السياحة البيئية، مجموعة النيل العربية، مصر، 2005، ص: 183.

[2] علي فلاح الزعبي، مرجع سابق، ص:90.

[3] محمد فاتح محمود المغربي، مرجع سبق ذكره، ص: 67.

ثانيا: أهداف التسويق السياحـــــي:

يبين **'باركر و أنشن'** أن الهدف النهائي للتسويق هو تلبية الحاجيات البشرية، وهذا يوضح الهدف الرئيسي للتسويق السياحي هو إرضاء السياح، وإذا نجحنا في إرضاء السياح فإن امتداد السوق يصبح أمرا طبيعيا.[1]

وفي العموم يمكن إيجاز أهم أهداف التسويق السياحي في النقاط التالية:

- تحقيق الرضا النفسي لدى السائحين القادمين والوصول إلى أقصى درجة إشباع لحاجات المستهلكين السياح؛[2]
- الإعلام عن مزايا وخصائص ومكونات المنطقة أو المورد السياحي للسياح المحتملين، وإثارة الرغبة لديهم لزيارة تلك المنطقة واتخاذ الإجراءات لتنفيذ تلك الزيارة بالشكل المناسب؛[3]
- وهذا بالاستغلال الأمثل للموارد حيث أن تقدير توقعات المستهلكين يجعل من الممكن للمؤسسة إدارة الموارد والعرض السياحي بما يناسب الطلب.
- تحقيق أقصى مبيعات ممكنة في الأسواق السياحية مع ضمان تحقيق أعلى دخل سياحي من المكاسب الناتجة عن البيع؛ وفتح أسواق جديدة والتفوق على المنافسين؛
- تنمية وتطوير وتوسيع منشآت الأعمال في مجال السياحة وهو ما يساعد في دفع حركة التنمية على مستوى الدولة؛[4]
- خلق صورة إيجابية عن المجتمع المضيف بوجه عام والمقصد السياحي بشكل خاص، لزيادة الوفود من السياح؛

---

[1] رشيد فراح، بودلة يوسف، **دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي**، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارة، العدد12، جامعة محمد خيضر بسكرة، ديسمبر 2012، ص:107.

[2] عبد السميع صبري، مرجع سبق ذكره، ص: 39.

[3] رعد مجيد العاني، مرجع سبق ذكره، ص:166.

[4] المؤسسة العامة للتعليم والتدريب المهني، **التسويق السياحي**، مرجع سبق ذكره ، ص: 16.

ثالثا: المزيج التسويقي السياحي

يتطلب وضع أي التسويق السياحي دراسة عناصر المزيج التسويقي السياحي والمتمثلة في:

1. **المنتج السياحي:** هو تركيبة تشمل الموقع والمقومات ووسائل الجذب والنقل والإقامة والترفيه، ويتوقف تكوين المنتج السياحي على مستوى وفرة المقومات والتسهيلات وعوامل الجذب التي تتوفر في المنطقة، كما يتأثر بكيفية استغلال هذه العناصر، وكلما انفردت منطقة الإجازة بعوامل جذب لا يمتلكها المنافسون أو تتواجد لديهم وإنما بمستوى أقل كلما أمكن طرح منتج سياحي مميز وبالمثل كلما تنوعت هذه لعوامل فإن إمكانية تكوين أنماط متعددة من المنتج السياحي تصبح متاحة مما يعتبر ميزة هامة للدولة.[1]
2. **السعر والتسعير:** يرتبط تسعير المنتج السياحي بعناصر المزيج التسويقي الأخرى، كما يتأثر بنفس العوامل المؤثرة في سياسة تسعير السلع وهي التكلفة وحجم الطلب المتوقع وخصائص العملاء والمنافسة والأحوال الاقتصادية السائدة في السوق.[2]
3. **الترويج:** هو مجموعة متكاملة من الأنشطة التي تبذل من أجل التعريف بالمنتج السياحي وإقناع السائحين المحتملين وترغيبهم في شرائه وذلك بالإعلان والدعاية في الصحف والمجلات والتليفزيون والنشرات والملصقات والكتيبات وغيرها من الوسائل المتاحة بالإضافة إلى جهود العلاقات العامة والرامية لبناء سورة ذهنية جيدة وانطباع طيب من خلال البيانات الحقيقية عن الدول السياحية بما يساعد على خلق طلب فعال على منتجها السياحي،[3]

ونجاح أي برنامج سياحي يتوقف على قدرة الدول السياحية في الترويج لبرامجها السياحية.

[1] هباس رجاء الحربي، مرجع سبق ذكره ، ص:101.
[2] ماهر السيسي، مرجع سبق ذكره ، ص:34.
[3] المرجع نفسه، ص: 33.

4. **المكان:** هو أحد العناصر الهامة في المزيج التسويقي السياحي، ويتمثل في تحديد أسواق الدولة المصدرة للسائحين المطلوب غزوها واختيار قنوات ومنافذ التوزيع التي يمكنها الوصول إلى هؤلاء السائحين في ظل المنافسة المتزايدة التي تشهدها السياحة المحلية والدولية.[1]

5. **العنصر البشري:** تعتبر السياحة في مقدمة الأنشطة والميادين التي يعتمد نجاحها في المقام الأول على الموارد البشرية، لذلك اهتمت دول كثيرة بإقامة الكليات والمعاهد السياحية من أجل رفع مستوى الكفاءة العلمية والعملية للعاملين في هذه الصناعة بما يمكنها من المحافظة على مستوى خدمات سياحية مرتفع ومتميز في جميع المجالات.[2] فيمكن القول أن نجاح النشاط السياحي وتحقيق أهدافه لا يمكن إلا بتوفر كوادر بشرية مدربة ومؤهلة بحكم أن المجال السياحي يعتمد بصورة مباشرة على المورد البشري.

إن تحقيق الترابط والتكامل بين عناصر المزيج التسويقي السياحي يسمح ببناء علاقة تبادلية قوية مع السوق والشركات السياحية، بحيث تتحقق الأهداف التسويقية للشركة مع ضمان توفير مستوى معين من إشباع متطلبات ورغبات المستهلكين السياح.

المبحث الثالث:الاتجاهات العالمية للسياحة الدولية ومساهمتها في الاقتصاد العالمي

تعتبر السياحة الدولية واحدة من أهم الصناعات العالمية الكبرى التي تشهد حقبة مميزة من التطوير والإنعاش في ظل النمو المتزايد والمستمر لعدد السياح والإيرادات السياحية عبر العالم واشتداد التنافس بين الدول في تنويع الوجهات السياحية الجديدة لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح، خاصة بعد النتائج الايجابية التي حققها القطاع السياحي في الدول الصناعية المتطورة. فحسب المنظمة العالمية للسياحة بلغ عدد السياح الدوليين سنة 2017 حوالي 1.326

[1] محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره ، ص: 32.

[2] ماهر السيسي، مرجع سبق ذكره ، ص: 35.

مليون سائح، وقدرت الإيرادات السياحية على المستوى العالمي بـ 1.340 مليار دولار بمعدل ارتفاع 5% مقارنتا بسنة 2016، فساهمت السياحة الدولية بذلك في خلق فرصة عمل واحدة من بين عشرة فرص من إجمالي العمالة في العالم، بالإضافة إلى استحواذها على نسبة 30 % من الصادرات الخدماتية ونسبة 07% من إجمالي صادرات السلع والخدمات في العالم والتي قدرت قيمتها ما يفوق 1.5 ترليون دولار. فاعتبرت بذلك السنوات الأخيرة سنوات سياحية بامتياز من حيث ارتفاع السياح الوافدين رغم العديد من التحديات التي واجهتها.

فمن خلال هذا المبحث سنسلط الضوء على أهم المنظمات القائمة على تنظيم وتطوير السياحة الدولية في العالم، كما سنقوم بتحليل حركية النشاط السياحي في العالم وأهم الوجهات السياحية العالمية، بالإضافة إلى الدور الاستراتيجي الذي تلعبه السياحة الدولية في تفعيل الاقتصاد العالمي.

المطلب الأول: المنظمات الدولية القائمة على تطوير وترقية السياحة

كان الاتجاه نحو إنشاء المنظمات الدولية والإقليمية الحكومية والغير الحكومية نتيجة لتعاظم التدفقات السياحية البشرية والنقدية حول العالم، إذ كان لابد من توفر هيئات دولية تتصل أغراضها بمختلف أشكال السياحة للتنسيق والتعاون بين الدول بحيث تقوم برامجها على تخطيط وتنظيم وتطوير العمل السياحي والتسويق العالمي للسياحة بالشكل الذي يسمح باستغلال كل الطاقات والموارد المتاحة وتحقيق أعلى مستوى من العائد السياحي، وضمان الحماية والأمن للسياح وكل المتعاملين في ميادينها.

أولا: أهداف إنشاء المنظمات الدولية للسياحة

إن التطور الكبير في مجال السياحة العالمية أدى إلى البحث عن علاقات دولية منظمة لغرض التنسيق فيما بينها في مجال التخطيط والبحوث والتسويق العالمي للسياحة، ونجاح السياحة في الوقت الحاضر يعود سببه إلى استمرار العلاقات والاتفاقيات الدولية السياحية القديمة وتطوير

الاتفاقيات لتعود بفوائد متبادلة بين الدول المشاركة في الاتفاقيات السياحية التي تؤمن بدورها إجراءات مرنة في مجال النقل الجوي والأمن للسواح،[1] كما وتسعى المنظمات الدولية في المجال السياحي إلى تحقيق عدة أهداف نلخصها فيما يلي:[2]

- وجود منظم رئيسي للعمل في صناعة السياحة وجهة تكون قادرة على حل الخلافات والمشكلات التي يمكن أن تحدث بين المنظمات أو المنشآت السياحية؛
- توحيد الأسس الإحصائية بين الدول الأعضاء؛
- إيجاد التشريعات السياحية الدولية المشتركة والتي تكمل القوانين المحلية لكل دولة؛
- رفع مستوى المهنة والعاملين بها وعمل الدراسات والأبحاث في مجال السياحة؛
- العمل على معالجة مشاكل النقود التي تميز السياحة كصادرات غير منظورة، ومعالجة مشكلات الجمارك والجوازات والتأشيرات باعتبارها مسألة قائمة بالنسبة للسواح بصفتهم أشخاصا طبيعيين وليسو مجرد سلعة مادية.

ثانيا: المنظمات الحكومية في المجال السياحي

تنشأ المنظمة الدولية الحكومية بمقتضى اتفاقية تعقد بين الدول الموقعة والمنظمة لها (الدول الأعضاء). والأعضاء هم الدول المختلفة والجهات التي تنتمي لهذه الدول وتمثلها تمثيلا كاملا، ويكون للمنظمة الدولية ثلاث أجهزة: الجهاز العام للمنظمة، الجهاز التنفيذي والجهاز الإداري، ومن أهم المنظمات الدولية الحكومية في المجال السياحي نجد:

1.الإتحاد الدولي للنقل الجوي (I.A.T.A): أنشأت منظمة **الأياتا** عام 1945 في **هافانا–كوبا–** وتعتبر منظمة ديمقراطية غير سياسية والعضوية فيها اختيارية تضم254 شركة طيران مركزها الرئيسي في مونتريال بكندا ولها مكاتب فرعية في نيويورك، باريس، لندن، جنيف، القاهرة

[1] سليم بطرس جلدة، **مبادئ إدارة مكاتب السياحة والسفر**،دار الخليج، الأردن، 2017، ص:75.
[2] المرجع نفسه، ص: 77.

وسنغافورة، وكانت فكرة إنشائها في المؤتمر **(الأيكاوا)** الذي عقد في شيكاغو، أين رأى الأعضاء مدى حاجة صناعة النقل الجوي لهيئة تقوم بتنظيمها، وكانت أهم الانجازات التي حققتها هي: [1]

- توحيد لغة التخاطب بين شركات الطيران العالمية وجعلتها اللغة الانجليزية؛
- أوجدت نظاما لتسوية الحسابات بين شركات الطيران عن طريق غرفة المقاصة، ونظاما جديدا للحسابات بين شركات الطيران والوكيل السياحي؛
- وضعت لوائح وقوانين لتنظيم العلاقة بين المسافر وشركة الطيران وجعلت من تذكرة السفر عقدا بينهما.

2.**المنظمة الدولية للطيران المدني (I.C.A.O)**: أنشأت عام 1944 في شيكاغو بالولايات المتحدة الأمريكية تهتم بشؤون الطيران المدني في الدول الأعضاء، مقرها الرئيسي في مونتريال بكندا ولها فروع في (بانكوك، القاهرة، باريس، ليما، نيروبي والمملكة العربية السعودية)، وتهدف المنظمة إلى: [2]

- تحديد المبادئ التي تقوم عليها الملاحة الجوية في العالم؛
- تنمية وتطوير المطارات والخطوط الجوية؛
- دراسة المشاكل التي ترتبط بالطيران المدني الدولي في العالم.

3-**الاتحاد الدولي للوكلاء السياحة والسفر(U.F.T.A.A)**: تأسس الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة والسفر عام 1966 باندماج منظمتين دوليتين هما: الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة والمنظمة الدولية للوكلاء، يقع مقره الرئيسي في بروكسل ببلجيكا، يصل عدد أعضائه 32000 وكالة سياحية، ويهدف إلـــى: [3]

---

[1] نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص : 54. (بتصرف)

[2] المؤسسة العامة للتعليم و التدريب المهني، **جغرافيا السياحة والطيران، المنظمات السياحية وخرائط العالم**، مرجع سبق ذكره، ص: 41.

[3] حمزة عبد الحليم درادكة، مرجع سبق ذكره، ص،ص: 148،150.

- تقوية الشركات السياحية المحلية وتنميتها وتمثيلها على النطاق العالمي في المؤتمرات السياحية العالمية؛
- مساعدة الأعضاء في التطوير وتوفير الحماية القانونية والاجتماعية؛
- حل المشكلات التي تواجه وكالات السياحة والسفر عبر العالم.

4.**منظمة السياحة العالمية (W.T.O):** انشأ النظام الأساسي للمنظمة في 27 سبتمبر 1970، مقرها في اسبانيا بمدريد، تظم في عضويتها 156 دولة و6 أعضاء منتسبين وأكثر من 500 عضو منتسب يمثل القطاع الخاص والمؤسسات التعليمية والجمعيات السياحية وسلطات السياحة المحلية، وهي وكالة تابعة للأمم المتحدة وتعتبر المنظمة الرائدة في مجال السياحة إذ أنها تشجع السياحة كمحرك للنمو الاقتصادي والتنمية الشاملة والاستدامة البيئية كما تهدف إلى: [1]

- توفير القيادة والدعم السياحي في دفع السياسات المعرفية والسياحية في جميع أنحاء العالم؛
- تشجيع تنفيذ المدونة العالمية لآداب السياحة للتقليل من الآثار السلبية المحتملة؛
- المساهمة الاجتماعية والاقتصادية للسياحة والحد من الفقر في جميع أنحاء العالم؛
- تعزيز السياحة كأداة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

ثالثا: المنظمات الغير حكومية في المجال السياحي

المنظمة الغير حكومية هي منظمة تنشأ بدون معاهدة دولية تضم جمعيات مكونة من أشخاص طبيعيين أو معنويين وتكون مستقلة عن قطاع الأعمال أي لا يكون هدفها الربح المادي بل ترتكز على تعزيز المصلحة العامة. ومن أهم المنظمات الغير الحكومية العاملة في المجال السياحي نجد:

1. **المجلس العالمي للسياحة والسفر(C.W.T.T):**تم تشكيل المجلس العالمي للسياحة والسفر عام 1991 في لندن من قبل مجموعة من المديرين التنفيذيين في مجال السياحة والسفر،

[1] **L'**Organisation mondiale du tourisme, Sur le site **: www2.unwto.org,** consulté le :10/08/2017

وهي هيئة عالمية تجمع بين جميع اللاعبين الرئيسيين في قطاع السياحة والسفر (شركات الطيران،الفنادق، الرحلات البحرية، وكالات السفر، منظمي الرحلات السياحية، تأجير السيارات)،وتضم تحالف رؤساء تنفيذيين لـ 150 شركة في مجال السياحة والسفر الرائدة في العالم، وتسعى إلى تعزيز الوعي بالمساهمة الاقتصادية للسفر والسياحة وتوسيع الأسواق والحد من الحواجز أمام نمو القطاع ،كما يدعو إلى إقامة الشراكة بين القطاع الخاص والعام لتحقيق نتائج تتناسب مع احتياجات الاقتصاد والسلطات المجتمعات المحلية.[1]

2. **الإتحاد الدولي للخبراء الاختصاصيين العالميين في السياحة (A.I.E.S.T)**:أنشأ عام 1949 ومقره برن بسويسرا، وتضم عضوية الاتحاد عددا من الخبراء والأساتذة البارزين في عالم السياحة بالإضافة إلى الأعضاء العاديون والأعضاء الفخريين، ويهدف إلى تنظيم المؤتمرات المختلفة التي تهتم بالعمل السياحي وتناقش المشكلات وطرق معالجتها، وإلى دعم الأنشطة والمعاهد السياحية والعمل على زيادتها وتنمية التعاون وتبادل الخبرات العلمية المتخصصة في مجال السياحة.[2]

3. **الأكاديمية الدولية للسياحة (I.A.T)**: أنشأت عام 1951 ومقرها مونت كارلو بموناكو، وتضم شخصيات بارزة في عالم السياحة إلى جانب أعضاء مراسلين وأعضاء من الخبراء السياحيين وتهدف إلى الاهتمام بالأنشطة السياحية المختلفة وتشجيع الأنماط المتنوعة للسياحة ودعم التعليم السياحي والدراسات والنشرات والقواميس السياحية الدولية.[3]

4. **الإتحاد الدولي للصحافيين والكتاب السياحيين (F.I.J.E.T)**: أنشئ في عام 1945 ومقره بباريس، يهدف إلى تنظيم متنوع للمناطق والمنشآت السياحية الجديدة، والاهتمام بالمؤتمرات

---

[1] Word travel & tourism concil sur le site **:https://www.wttc.org** consulté le :10/08/2017

[2] هدى سيد لطيف، **الأجهزة والمنظمات السياحية**، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص:90.

[3] هدى سيد لطيف، مرجع سبق ذكره، ص:90.

والندوات واللقاءات التي تعني بالسياحة وأنشطتها ومشكلاتها إضافة إلى تسيير المهام المختلفة التي يكلف بها الصحفيون والكتاب السياحيين.[1]

5. **الجمعية الأمريكية لوكالات السياحة والسفر(A.S.T.A):** تعتبر من أكبر التجمعات السياحية التي تضم وكالات السياحة والسفر في العالم وذلك لكبر عدد أعضائها الذي يصل إلى 32 ألف وكالة سياحية، أنشأت عام 1931 في نيويورك بهدف النهوض بالعمل السياحي وحماية مصالح وكالات السفر والسياحة وكذلك السائحين أمام الغش وانخفاض مستوى أداء الخدمة السياحية والممارسات الغير أخلاقية.[2]

6. **المجلس الدولي للتعليم الفندقي والسياحي(C.H.R.I.E):**مقره واشنطن ويشمل المعاهد والمدارس والكليات المتخصصة في مجال السياحة والفنادق وكذلك مراكز التدريب السياحي والفندقي، ويصدر المجلس نشرة أسبوعية ومجلة بحوث شهرية تشمل ملخص البحوث والدراسات التي تقدم في المعاهد العلمية، كما يصدر البرامج التعليمية في السياحة.[3]

7. **الجمعية الدولية لوكالات السفر (W.T.A):**

تأسست عام 1948 مقرها جنيف بسويسرا، تهدف إلى حماية مصالح الدول الأعضاء والمحافظة على مستوى الخدمات السياحية، حيث تصدر المنظمة **(Master Key)** كل عام وهو دليل يشمل على قوائم أسعار الخدمات السياحية وقائمة بأعضاء الجمعية وقائمة بالفنادق التي عقد اتفاق معها.[4]

بالإضافة إلى المنظمات الدولية الحكومية والغير الحكومية، توجد منظمات إقليمية تعمل في مجال السياحة والسفر ولا تقل أهميتها عن المنظمات الدولية حيث تسعى إلى تطوير وتفعيل صناعة

[1] حمزة درادكة وآخرون، مرجع سبق ذكره ، ص:162.

[2] المؤسسة العامة للتعليم والتدريب المهني، **أعمال الوكالات السياحية، شركات ومنظمات السياحة**، مرجع سبق ذكره، ص:116.

[3] نعيم ظاهر و سراب إلياس، مرجع سبق ذكره ، ص:66.

[4] المؤسسة العربية للتعليم والتدريب المهني، **أعمال الوكالات السياحية، شركات ومنظمات السياحة**، مرجع سبق ذكره ، ص:117.

السياحة، ونذكر منها: الاتحاد الإفريقي للنقل الجوي، الاتحاد العربي للنقل الجوي، الهيئة العربية لطيران المدني، منظمة الشرق الأوسط والبحر المتوسط للسفر والسياحة، اتحاد السفر لشرق آسيا، اتحاد السفر لمنطقة الباسفيك.

المطلب الثاني: تطور حركية النشاط السياحي في العالم

تشهد حركية السياحة الدولية في العالم نموا مستمرا في العقود الأخيرة رغم بعض التحديات التي واجهتها، وتختلف الوجهات السياحية العالمية بتميز دولة عن سواها، ولعل أهم هذه المميزات توفر عناصر الجذب السياحي المختلفة وتوفر عنصر الأمن والاستقرار وغيرها من العوامل الأخرى، فمن خلال هذا المطلب سنقوم بعرض تطور الطلب السياحي الدولي في العالم وتوزيعه الجغرافي، كما سنقف عند أهم الوجهات السياحية الأكثر استقطابا للسياح، بالإضافة إلى أكثر الأنماط السياحية انتشارا.

أولا:التوزيع الجغرافي لتدفق السياح الدوليين في العالم

يشهد العالم في العقود الأخيرة نموا مضطردا لعدد السياح عبر العالم خاصة بعد زيادة الوجهات السياحية وتنوع أنماط السياحة، مما سمح بتحقيق نتائج ايجابية على مستوى الدول المستقطبة للسياح على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي، والجدول التالي يظهر تطور عدد السياح الدوليين عبر العــالم:

الجدول رقم (01-01): تطور السياح الدوليين عبر العالم للفترة (2000-2017)

الوحدة: مليون سائح

الوجهة السياحية	2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017	الحصة السوقية%
العالم	**674**	**809**	**950**	**1134**	**1186**	**1240**	**1326**	**100**
الاقتصاديات المتطورة	424	470	516	622	653	**686**	**730**	55
الاقتصاديات الناشئة	250	339	434	512	533	**554**	**597**	45
أوروبا	386.6	453.2	489.4	580.2	607.7	619.5	671.7	51
آسيا والمحيط الهادي	110.4	154	205.5	264.3	279.2	284.1	323.1	24
أمريكا	128.2	133.3	150.2	181.9	192.6	194.1	210.9	16
إفريقيا	26.2	34.8	50.4	55.3	53.5	53.6	62.7	5
الشرق الأوسط	22.4	33.7	64.7	52.4	53.3	55.4	58.1	4

Source :Organisation Mondiale du Tourisme, Fait Saillante OMT du Tourisme, Edition 2018,p :5.

استنادا لمعطيات الجدول يتضح جليا تطور السياحة الدولية، حيث يشهد تدفق السياح نموا مستمرا في كافة الوجهات السياحية بالرغم من عدة عقبات واكبت هذه الفترة كالأزمة المالية العالمية سنة 2009 والتوترات السياسية والأمنية التي يعيشها العالم في العقود الأخيرة، إلا أن السياحة استمرت في تطورها هذا ما يدل على صلابة الصناعة السياحية، حيث ارتفع عدد السياح الدوليين بـ652 مليون سائح من سنة 2000 إلى غاية 2017، كما يظهر الجدول أن الدول الناشئة تمتلك حصة سوقية معتبرة قدرت بـ 45 % أغلبها تمثلت في دول آسيا والمحيط الهادي والتي تتألف معظمها من الدول النامية حيث قدرت حصتها بـ 24 % وهذا دليل على ظهور وجهات سياحية جديدة في العديد من الدول النامية التي أصبحت تعول على السياحة لدعم اقتصادياتها، أما إفريقيا فبالرغم من ارتفاع عدد السياح إلا أنها تبقى وجهة سياحية ضعيفة حيث قدرت حصتها السوقية بـ 4% وهذا معدل ضعيف جدا، وبالنسبة لدول شمال إفريقيا فهي الأقل استقطابا للسياح مقارنة

بالدول الأخرى من دول إفريقيا، كما ينطبق الأمر على منطقة الشرق الأوسط إذ لم تحافظ على نفس الوتيرة وعرفت تراجعا في عدد السياح ما بين الفترة 2010 و2015 وهذا راجع للتوترات السياسية التي عاشتها المنطقة، أما دول أمريكا فسجلت نموا لا بأس به في عدد السياح ولكن تعتبر أمريكا الشمالية ومنطقة الكراييب الأكثر استقطابا للسياح مقارنتا بأمريكا الجنوبية، أما فيما يخص أوروبا فهي تحتل الصدارة من حيث الدول الأكثر استقطابا للسياح وبقيت محافظة على صدارتها كأفضل وجهة سياحية في العالم حيث تمتلك أكبر حصة سوقية قدرت بـ51%.أما بالنسبة لتطور السياحة الدولية لآفاق 2030 حسب الدراسة التي قامت بها المنظمة العالمية للسياحة باعتمادها على عدة مؤشرات اجتماعية، سياسية، اقتصادية، بيئية وتكنولوجيا لتقدير التدفقات السياحية مستقبلا والتي تنبأت من خلالها بارتفاع حصة الدول الناشئة من السياحة الدولية أكثر منها في الدول الصناعية المتطورة، ومن خلال الجدول التالي يظهر التطور الذي ستشهده الحركة السياحية لآفاق 2030:

الجدول رقم (01-02): تقدير التدفقات السياحية على المستوى العالمي لآفاق 2030

الوحدة: مليون دولار

الوجهة السياحية	2020	2030	الحصة السوقية%
العالم	1809	**1330**	**100**
الاقتصاديات المتطورة	772	643	43
الاقتصاديات الناشئة	1037	616	57
أوروبا	134	85	41.1
آسيا والباسفيك	248	199	29.6
أمريكا	535	355	13.7
إفريقيا	744	620	7.4
الشرق الأوسط	149	101	8.2

Source : Organisation Mondiale du Tourisme, Fait Saillante OMT du Tourisme, Edition 2016, p: 5.

ثانيا: أهم الوجهات السياحية في العالم

بالنسبة لأهم الوجهات السياحية في العالم لسنة 2017 والتي صنفت بالاعتماد على مؤشرين أساسيين هما تدفق السياح الدوليين وعوائد السياحة الدولية، تظهر من خلال الجدول التالي:

الجدول (01-03): أهم الوجهات السياحية في العالم لسنة 2017

التصنيف حسب الوجهة السياحية	عدد السياح الدوليين (مليون سائح)	التصنيف حسب العوائد السياحية	عائدات السياحية (مليار دولار)
فرنسا	**86.9**	الولايات المتحدة الأمريكية	**210.7**
إسبانيا	81.8	إسبانيا	68
الولايات المتحدة الأمريكية	76.9	فرنسا	60.7
الصين	60.7	تيلاندا	57.5
إيطاليا	58.3	المملكة المتحدة	51.2
المكسيك	39.3	إيطاليا	44.2
المملكة المتحدة	37.7	أستراليا	41.7
تركيا	37.6	ألمانيا	39.8
ألمانيا	37.5	هونكونك(الصين)	35.6
تيلاندا	35.4	اليابان	34.1

Source : Organisation Mondiale du Tourisme, Fait Saillante OMT du Tourisme,Edition 2018, p:20.

تحتل فرنسا المرتبة الأولى من حيث عدد السياح والذي بلغ عددهم 86.9 مليون سائح خلال 2017 إلا أنها مصنفة في المركز الثالث من حيث العائدات السياحية والتي قدرت بـ 60.7 مليار دولار أمريكي، في المقابل تصنف الولايات المتحدة الأمريكية في المرتبة الأولى من حيث العائدات السياحية والتي بلغت 210.7 مليار دولار أمريكي، للإشارة إلى أن التصنيف قد يتأثر بعدة عوامل كمدة الإقامة لكل سائح وقيمة إنفاقه السياحي بالإضافة إلى التغيرات الحادة في أسعار صرف العملات لذلك يختلف التصنيف من حيث تدفقات عدد السياح والإيرادات السياحية المحققة كما نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب الدول المصنفة ضمن أهم عشرة وجهات سياحية في العالم تعتبر من الدول المتطورة وهذا ما يدل على الأهمية التي تليها الدول المتطورة للصناعة السياحية.

وفي جانب آخر يعد من الضروري تصنيف الدول الأكثر إنفاقا على النشاط السياحي لمنح القدرة لراسمي السياسات السياحية لمعرفة الأسواق الأعلى تصديرا لسياح والعمل على كيفية استهدافها، فمن خلال الجدول التالي سنبين الأسواق العشر الأكثر إنفاقا على السياحة لسنة 2017:

الجدول (01-04): الدول العشر الأكثر إنفاقا على السياحة خلال2017

الوحدة: مليار دولار

المرتبة	الوجهة السياحية	حجم الإنفاق السياحي	المرتبة	الوجهة السياحية	حجم الإنفاق السياحي
01	الصين	257.7	**06**	أستراليا	34.2
02	الولايات المتحدة الأمريكية	135	**07**	كندا	31.8
03	ألمانيا	89.1	**08**	روسيا	31.1
04	المملكة المتحدة	71.4	**09**	كوريا	30.6
05	فرنسا	41.4	**10**	إيطاليا	27.7

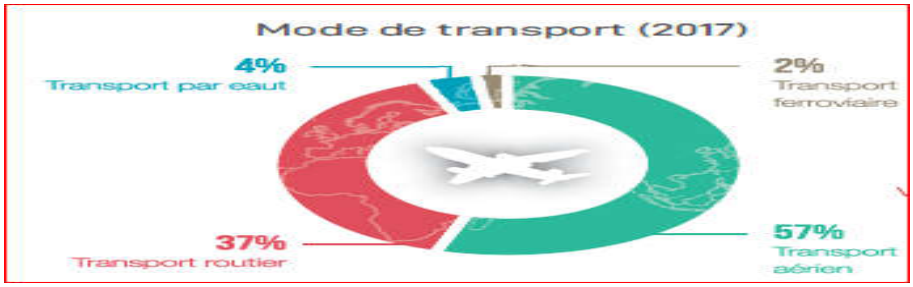
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

UNWTO, World Tourism Barometer, March 2017, p :03.

يشير الجدول إلى قائمة الدول التي تحتل المراكز العشرة الأولى المصدرة للسياح، حيث تصدرت الصين القائمة وجاءت إيطاليا في المركز العاشر، ومن الطبيعي أن تكون هذه الدول من ذوات الاقتصاديات القوية، والواضح الغياب التام للدول الإفريقية، الشرق الأوسط وأمريكا الجنوبية، كما نلاحظ أن غالبية هذه الدول تعتبر كذلك من أهم الوجهات السياحية استقبالا للسياح.

ومن بين ما يشمله الإنفاق السياحي نجد الإنفاق على وسائل النقل المتعددة التي يستغلها السياح أثناء رحلتهم السياحية، حيث يبين الشكل التالي نصيب قطاع النقل من السياحة الدولية لسنة 2017

الشكل (01-01): نصيب قطاع النقل من السياحة الدولية خلال 2017

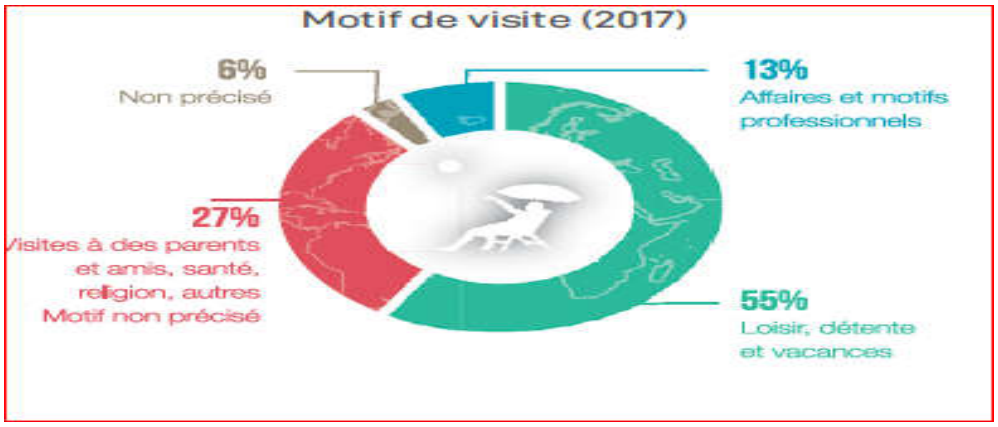


Source :Organisation Mondiale du Tourisme, Fait Saillante OMT du Tourisme, Edition 2018,p :03.

يمثل النقل الجوي نسبة 57% من بين وسائل النقل المستعملة نظرا للمميزات التي يتصف بها من خلال السرعة والراحة أثناء السفر بالإضافة إلى قطعها المسافات الطويلة، يليها النقل البحري أما النقل عبر السكك الحديدية والنقل البري يشكلان أقل نسبة والتي غالبا ما تستعمل فقط في السياحة البينية نظرا لقرب المسافة.

التطور في وسائل النقل وعدة عوامل من بين أهم العوامل التي ساهمت في تطوير السياحة بمختلف أشكالها التي تتعدد باختلاف الغرض من السفر، فمن خلال الشكل التالي يتضح أهم الأنماط السياحية الأكثر انتشارا في العالم:

الشكل (01-02): السياحة الدولية من خلال أهم الأنماط السياحية لسنة 2017



Source :Organisation Mondiale du Tourisme, Fait Saillante OMT du Tourisme, Edition 2018, p:03.

تشكل السياحة الترفيهية أعلى نسبة من السياحة الدولية والتي قدرت بـ 55% تليها سياحة الأعمال والمؤتمرات وكل الأغراض العملية بنسبة 13% بعدها السياحة العرقية كزيارة البلد الأم أو الأصدقاء والأهل والأقارب، مع كل من السياحة الدينية والصحية بنسبة 27%.

المطلب الثالث: مكانة السياحة الدولية في الاقتصاد العالمي

تساهم السياحة بشكل فعال في دعم الاقتصاد العالمي حيث تعتبر مصدر مهم للنمو الاقتصادي للعديد من الدول من خلال إسهامها في تنمية المداخيل بالعملة الصعبة وتعزيز فرص العمل والاستثمار اللائق وتبوئها المراتب الأولى في عائدات التصدير، لذلك فهي أحد المحركات الرئيسية للتقدم الاجتماعي والاقتصادي على المستوى العالمي، فسنحاول فيما يلي إبراز دور السياحة في الاقتصاد العالمي من خلال إسهامها في الناتج المحلي الإجمالي وتوفيرها للفرص الشغل والاستثمار.

أولا: تطور إيرادات السياحة الدولية في العالم: تتبع إيرادات السياحية العالمية مسارا مشابها لتدفقات السياح الدوليين، حيث تظهر تطورا مستمرا وتسجل نتائج إيجابية في مختلف أقاليم العالم، كما يوضح الجدول التالي تطور الإيرادات السياحية في العالم:

الجدول (01-05): تطور الإيرادات السياحية على المستوى العالمي خلال الفترة (2000-2017)

السنة	2000	2005	2008	2009	2010	2011
الإيرادات السياحية (مليار دولار)	498	714	981	893	965	1087
السنة	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الإيرادات السياحية (مليار دولار)	1114	1200	1261	1215	1238	1339

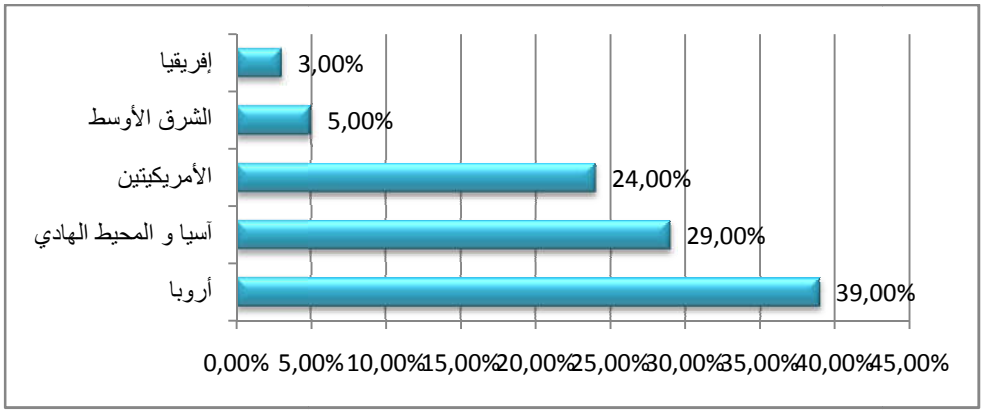
Source : https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.TVLR.CD?end=2017&start=1995&view=chart, **consulté le :16/11/2019.**

ينعكس الانتعاش الكبير الذي يشهده النشاط السياحي في جميع أنحاء العالم على الإيرادات السياحية العالمية حيث تتطور بشكل متزايد ومستمر، فمن خلال الجدول التالي يظهر نمو العائدات السياحية بشكل إيجابي من سنة 2000 إلى غاية 2008، إلا أنها سجلت انخفاضا سنة 2009 من 981 مليار دولار سنة 2008 إلى 893 مليار دولار سنة 2009 وهذا كان نتيجة للأزمة المالية العالمية التي صادفت هذه الفترة، لتستعيد مسارها في الارتفاع حيث بلغت 965

مليار دولار سنة 2010 كما استمرت في الارتفاع وبوتيرة مرتفعة إلى غاية 2014 حيث سجلت 1261 مليار دولار، بعدها سجلت انخفاضا طفيفا سنة 2015، وذلك تزامنا مع بداية أزمة انخفاض أسعار النفط الراهنة التي أثرت على عدة اقتصاديات خاصة الدول المصدرة للنفط.

أما بالنسبة للتوزيع الجغرافي للإيرادات السياحية خلال سنة 2017 تظهر من خلال الشكل التالي:

الشكل (01-03): التوزيع الجغرافي للإيرادات السياحية خلال 2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Organisation Mondiale du Tourisme, Fait Saillante OMT du Tourisme, Edition 2018.

من خلال الشكل يتضح أن دول أوروبا تستحوذ على أكبر نسبة من الإيرادات السياحية والمقدرة بـ 39%، تليها آسيا ودول المحيط الهادي بنسبة 29% بعدها الأمريكيتين بنسبة 24%، أما بالنسبة لكل من إفريقيا والشرق الأوسط فإن نصيبهما من الإيرادات ضعيف جدا وهذا ناتج عن عزوف السياح الدوليين لكليهما بسبب الظروف السياسية والأمنية التي تشهدها، فلابد من إعادة النظر في تنظيم وتهيئة المناخ السياحي في المنطقتين للظفر بأكبر عدد ممكن من السياح.

ثانيا: مساهمة السياحة الدولية في الناتج المحلي الإجمالي العالمي

يعتبر الناتج الإجمالي من أهم المقاييس المستخدمة في تقدير الأهمية الاقتصادية للسياحة، فحسب المجلس العالمي للسياحة والأسفار تساهم السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي

بنسبة 12.1% سنة 2017 والمرشحة للارتفاع بنسبة 2.2 % آفاق 2027، والجدول أدناه يبين تطور مساهمة السياحة في GDP العالمي طيلة الفترة 2000-2017

الجدول (01-06): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي خلال الفترة (2000-2017)

السنة	2000	2005	2010	2011	2012
المساهمة الإجمالية %	10.8	10.1	9.2	9.4	9.3
السنة	2013	2014	2015	*2016	*2017
المساهمة الإجمالية %	9.5	9.8	9.8	10.2	12.1

المصدر: عبد الرزاق مولاي لخضر وخالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الجزائر، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية،العدد4، جوان،2016، ص **71**.

**word travel & tourism concil, travel & tourism « economic impact, 2017,p :03.*

يتضح من خلال الجدول أن السياحة سنة 2000 ساهمت بنسبة 10.8% من **GDP** العالمي وهي نسبة معتبرة إلا أنها شهدت انخفاضا بعدها إلى غاية 2010 وهي أدنى نسبة خلال هذه الفترة، لتعيد أدراجها في الارتفاع المستمر من سنة 2011 إلى غاية 2017 أين سجلت أعلى نسبة قدرت بـ12.1% محققتا بذلك ما قيمته 2394 مليار دولار لتصل إلى 3537.1 مليار دولار آفاق 2027 حسب تقديرات المجلس العالمي للسياحة والأسفار. وتعكس المساهمة المباشرة للسياحة في **GDP** كل المداخيل التي تحققها المجالات المتصلة بشكل مباشرة بالسياحة كالفندقية، الإطعام، وسائل النقل بكل أنواعها، وكالات السياحة والأسفار، مؤسسات التأمين والإقراض وكل المؤسسات الترفيهية والثقافية كالمتاحف وغيرها.

ثالثـا: مساهمة السياحة الدولية في التشغيل على المستوى العالمي

يعد القطاع السياحي من بين أهم القطاعات التي تتميز بكثافة عمالية عالية، حيث يوفر فرصة عمل واحدة من بين 10 فرص في العالم كما أنه يشغل كافة المجالات العمرية خاصة الشباب والنساء بذلك فهو يساعد ملايين الأشخاص على التحرر من الفقر وتحسين أحوالهم المعيشية، والجدول التالي يبرز تطور عمالة القطاع السياحي في العالم خلال الفترة 2000- 2017

الجدول (01-07): تطور العمالة السياحية عبر العالم للفترة (2000-2017)

السنة	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
حجم العمالة×10^3	97298	102667	106145	105692	105490	102859	104421
% المساهمة	10.2	9.8	10	10.1	9.6	9.3	9.1
السنة	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
حجم العمالة×10^3	106349	108373	109985	112291	115297	117336	119627
% المساهمة	9.2	9.2	9.4	9.4	9.6	9.8	9.9

Source : https://www.wttc.org/datagateway consulté le 22/11/2019.

يشير الجدول أعلاه إلى النمو المستمر لحجم العمالة السياحية في العالم خلال الفترة 2000-2017، وذلك تماشيا مع التطور الذي عرفته تدفقات السياحة الدولية في العالم، نستثني من ذلك سنة 2009 التي سجلت انخفاضا نتيجة للأزمة المالية العالمية، ولكن سرعان ما استعادت أدراجها في الارتفاع، حيث ساهم القطاع السياحي في التشغيل عبر العالم بنسب تتراوح ما بين 9% إلى 10% خلال الفترة 2000-2017 إذ تمكن القطاع من توفير 119627000 منصب شغل سنة 2017 بنسبة 9.9% من حجم العمالة الإجمالية في العالم، ومن المتوقع أن ترتفع هذه النسبة إلى 11.1% آفاق 2027 حسب المجلس العالمي للسياحة والأسفار.

رابعـا: تطور حجم الاستثمار السياحي في العالم

تساهم السياحة بشكل مباشر وغير مباشر في دعم فرص الاستثمار فزيادة تدفق السياح لأي إقليم يتطلب حتما توفير منشآت سياحية مختلفة كإقامة الفنادق وتهيئة المناطق السياحية وزيادة المرافق الترفيهية، كلها تعتبر فرص استثمار لائقة بإمكانها خلق قيمة مضافة في الاقتصاد، كما تساهم بطريقة غير مباشرة في تطوير البنية التحتية من خلال تشييد الطرق وبناء الموانئ والمطارات وغيرها. والجدول الموالي يظهر تطور قيمة الاستثمار السياحي في العالم للفترة 2010- 2017.

الجدول (01-08): تطور حجم الاستثمار السياحي في العالم خلال الفترة (2010-2017)

السنة	حجم الاستثمار السياحي	السنة	حجم الاستثمار السياحي
2010	1241	2014	814.4

774.6	2015	652	2011
806.5	2016	764.7	2012
839.6	2017	754.6	2013

الوحدة: مليار دولار

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

word travel & tourism concil, **travel & tourism economic impact, 2017, 2016, 2015,2014, 2013, 2012,2011 ,2010**

يوضح الجدول أن مساهمة السياحة في قيمة الاستثمار الإجمالية معتبرة، إلا أنها شهدت انخفاضا بما يقارب النصف سنة 2011 مقارنة بسنة 2010 حيث بلغت قيمته 1241 مليار دولار وهذا يمكن تفسيره بتأثر الاستثمار السياحي بالأزمة المالية العالمية، وبعدها شهد ارتفاعا مستمرا ليبلغ سنة 2017 ما قيمته 839.6 مليار دولار، وهذا دليل على تطور صناعة السياحة عبر مختلف دول العالم، كما أنه من المتوقع أن ترتفع وتيرة الاستثمار في المجال السياحي لآفاق 2027 إلى ما قيمته 1307.1 مليار دولار.

خلاصة الفصل الأول

يعود ظهور الحركة السياحية منذ بداية الحياة البشرية، وتعتبر السياحة ظاهرة ديناميكية متعددة الجوانب تقوم على الانتقال المؤقت للأشخاص من مكان بيئتهم المعتادة إلى مكان آخر لأغراض مختلفة، وقد برزت كظاهرة هامة في القرن العشرين وشهدت نموا ورواجا بفعل التطور العلمي والتكنولوجي خاصة في وسائل النقل والاتصالات وتحسن الظروف الاجتماعية والحاجة المتزايدة للعطل من أجل الراحة والترفيه، كما أصبحت في متناول فئات أوسع من الناس بعدما كانت تقتصر على طبقة الأثرياء، ولعل ازدياد الوعي السياحي لدى الشعوب أدى إلى تنوع أنماط السياحة وفقا لمقومات الجذب السياحي وميولهم وأغراضهم المتباينة. وأضحت السياحة في عالمنا اليوم أحد أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية، بحيث تساهم بشكل فعال في دعم الاقتصاد العالمي باعتبارها القوة الدافعة لقطاع الخدمات إذ تعد من المصادر الأولى في عائدات الصادرات الغير المنظورة، وأكثر القطاعات توفيرا لليد العاملة بما أنها تتميز بكثافة العمالة وارتكازها على العنصر البشري كأهم مورد تقوم عليه السياحة، كما يؤدي التطور المستمر في التدفقات السياحية البشرية إلى تنظيم العلاقات والاتفاقيات الدولية السياحية منها المنظمات الحكومية والغير الحكومية التي تسعى للرقي بقطاع السياحة وجعله رافدا اقتصاديا ووسيلة حضارية للتقريب بين شعوب الأقاليم المختلفة والتعريف بحضارتهم وثقافتهم. الأمر الذي يستدعي من صناع القرار في الدول المختلفة لإيجاد السبل والأسس لتنظيم السياحة من خلال وضع الخطط والبرامج السياحية ودراسة شاملة للسوق السياحي لتغطية الطلب السياحي المتزايد وضمان عائدات سياحية بالنقد الأجنبي وتعزيز فرص العمل وتطوير الاقتصاديات الريفية ومحاربة الفقر وتحسين نوعية الحياة للمجتمع، مما يجعلها ترتبط ارتباطا وثيقا بالتنمية الاقتصادية من خلال تعزيز الأهداف الإنمائية وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل الثاني لإظهار العلاقة التي تربط السياحة بالتنمية الاقتصادية.

الفصل الثاني

السياحة كقطاع فعال
في دعم
التنمية الاقتصادية

تمهيد

مع بروز مظاهر الفقر والتخلف التي طالت اقتصاديات الدول النامية خاصة في الفترة التي أعقبت التحرر من الاستعمار في الخمسينيات من القرن العشرين الماضي، اهتم الفكر الاقتصادي وإلى زمن طويل بموضوع التنمية الاقتصادية، والذي لقي حيزا كبيرا من الاهتمام والنقاش من قبل المهتمين الاقتصاديين ومتخذي القرار، بحثا عن الأسباب والسبل للخروج من دائرة التخلف بانتهاج الاستراتيجيات والسياسات التي تحد من هذه الظاهرة، باعتبار أن جوهر اقتصاد التنمية يرتكز على التخطيط والتغيير الهيكلي لهيكل الإنتاج والعمل الدائم لإيجاد توافق بين الموارد المحدودة والنادرة والاحتياجات الدائمة والمتزايدة للسكان، مما يضمن التحسن المستمر في المستوى المادي والمعنوي للشعوب، وتحقيق الرفاهية الاقتصادية والعدالة في توزيع الدخل. وقد بدأ البحث عن آليات جديدة للرفع من مستوى الإنتاجية، إلا أن إستراتيجية التنمية في الدول النامية كانت ترتكز إلى حد كبير على قطاع معين على حساب باقي القطاعات الأخرى، ولكن مع الاتجاهات الجديدة وفي إطار الجهود المبذولة لتنويع الاقتصاد، ومع نمو واستمرار الحركة السياحية وزيادة عوائدها عبر العالم في العقود الأخيرة، وجد المهتمين أن القطاع السياحي من شأنه أن يكون بديلا تنموي فعال يساهم في إعادة توجيه البرامج والاستراتيجيات التنموية بالشكل الذي يضمن الاستخدام الأمثل للموارد، وأن التنمية السياحية من أهم الأساليب المنتهجة لتحقيق التنمية الاقتصادية من خلال التنسيق والترابط بين مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية، حيث يعتمد القطاع السياحي على زيادة إنتاجية القطاعات التي تتصل به ومختلف الخدمات التي تتفاعل معه، مما يساهم في زيادة الدخل خاصة وأنه مصدر مهم للعملات الصعبة، وهذا يعزز من فرص الاستثمار المحلي والأجنبي اللازم لتطوير البنية الأساسية، ويساهم بذلك في خلق فرص عمل كثيرة للمواطنين.

لذلك فإن العمل على تحقيق التنمية السياحية بالمعنى المتكامل هو هدف يمكن من خلاله بلوغ هدف أكبر وهو التنمية الاقتصادية واستدامتها.

ومن هذا المنطلق جاء هذا الفصل ليظهر العلاقة الوثيقة التي تربط السياحة بالتنمية الاقتصادية، باعتبارها قطاع خدمي إنتاجي ورافد اقتصادي يمكن أن يعول عليه لدعم عملية التنمية الاقتصادية، وذلك من خلال المباحث التالية:

- ***المبحث الأول***: الإطار المفاهيمي للتنمية الاقتصادية؛
- ***المبحث الثاني***: دور السياحة في قضايا التنمية الاقتصادية؛
- ***المبحث الثالث***:الأخذ بالتنمية السياحية واستدامتها لتعزيز مبادئ التنمية الاقتصادية المستدامة

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية الاقتصادية

بعد الحرب العالمية الثانية وتزامنا مع حصول معظم الدول النامية على استقلالها السياسي، ظهرت المشاكل المرتبطة بالتخلف والفقر، الأمر الذي عزز الاهتمام بمسألة التنمية الاقتصادية وظلت أحد أهم الرهانات بالنسبة للدول النامية للقضاء على مظاهر التخلف وتقليص الفجوة بينها وبين الشعوب المتقدمة، خاصة مع بروز جملة من العوامل التي طالت الدول الصناعية من الرخاء والتقدم التكنولوجي، حيث جندت في سبيل ذلك كل إمكانياتها المالية والبشرية للحاق بهذه الدول ولبلوغ مختلف طموحاتها الاقتصادية. فمن خلال هذا المبحث وكمحاولة لإثراء موضوعنا سنحاول عرض مختلف المفاهيم المرتبطة بالتنمية الاقتصادية من تعاريف، مؤشرات، وأهم العوائق التي تعترض سبيل التنمية الاقتصادية.

المطلب الأول: التنمية الاقتصادية المحتوى والقياس

شغل مفهوم التنمية الاقتصادية حيزا كبيرا من الاهتمام خلال العقدين الماضيين، وعلى مختلف المستويات العالمية منها والإقليمية والمحلية من قبل مختلف المفكرين الاقتصاديين والسياسيين ومتخذي القرار، فمن خلال هذا المطلب سنستعرض أهم الأسس المتعلقة بالتنمية الاقتصادية.

أولا: مفهوم التنمية الاقتصادية

تطورت مفاهيم التنمية الاقتصادية في الفكر الاقتصادي المعاصر، ففي معظم خمسينيات وبداية ستينيات القرن العشرين كانت فكرة التنمية مرادفة لإجمالي النمو المحقق، وكانت تعبر عن عملية تراكم رأس المال المادي والبشري بهدف زيادة الدخل القومي ومع منتصف الستينيات أصبحت التنمية أكثر التصاقا بعملية التغيير الاقتصادي والاجتماعي، وفي السبعينيات قام البعض بوضع إستراتيجيات من أجل النمو مع إعادة التوزيع، وحدثت تطورات بعد ذلك وبرز اتجاه القضاء على الفقر باعتباره الهدف الحقيقي للتنمية، ومنذ تسعينيات القرن العشرين تم الربط بين القضاء

على الفقر وبين النمو بحيث لم يعد خصما له.[1] يتضح من خلال ما سبق أن التنمية الاقتصادية لها ارتباط وثيق بالنمو الاقتصادي وتراكم رأس المال المادي والبشري إلا أنها أشمل بكثير من مجرد الزيادة في الدخل القومي المحقق فهي تعبر عن عملية التغيير الاقتصادي والاجتماعي التي تسعى إلى تحقيق النمو مع إعادة توزيع الدخل والقضاء على الفقر، في حين أن النمو الاقتصادي هو عبارة عن النمو أو الزيادة السنوية المحققة في الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي، والذي يقاس أيضا بمتوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي المحقق خلال سنة.

وقد برزت اختلافات فيما بين الاقتصاديين والكُتاب في تحديد مفهوم التنمية الاقتصادية فالكل ينظر إليها بمفهومه الخاص، وسنعرض فيما يلي بعض الآراء في تعريف التنمية الاقتصادية:

فقد عرفت **التنمية الاقتصادية** على أنها:" العملية التي بمقتضاها يتم الانتقال من حالة التخلف إلى حالة التقدم، وهذا الانتقال يقتضي إحداث العديد من التغيرات الجذرية والجوهرية في البنيان والهيكل الاقتصادي، وأنها العملية التي بمقتضاها يتم دخول الاقتصاد القومي من مرحلة الانطلاق نحو النمو الذاتي، وعلى العموم فإن التنمية الاقتصادية هي العملية التي من خلالها تتحقق الزيادة في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي على مدار الزمن والتي تحدث من خلال تغيرات في كل من هيكل الإنتاج ونوعية السلع والخدمات المنتجة إضافة إلى إحداث تغيير في هيكل الإنتاج ونوعية السلع والخدمات المنتجة إضافة إلى إحداث تغيير في هيكل توزيع الدخل لصالح الفقراء".[2]

تناول هذا التعريف التنمية الاقتصادية من المنظور الاقتصادي ويبين بأنها عملية تغيير هيكلي للبنيان الاقتصادي من خلال التغيير في هيكل الإنتاج مما يسمح بزيادة متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي، وضرورة إعادة توزيع الدخل ليستفيد الفقراء من هذه الزيادة.

---

[1] حسين عبد المطلب الأسرج، **آليات أعمال حقوق الإنسان الاقتصادية في الدول العربية**، مجلة الباحث ، العدد 06، جامعة ورقلة، 2008، ص: 146.

[2] محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، **التنمية الاقتصادية، 'دراسات نظرية و تطبيقية'**، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، مصر، 2000، ص55.

ويعرفها البعض الآخر بالمفهوم الواسع بأنها:" رفع مستدام للمجتمع ككل وللنظام الاجتماعي نحو حياة إنسانية أفضل، وأنها تمثل ذلك التطور البنياني أو التغير البنياني للمجتمع بأبعاده الاقتصادية والاجتماعية والفكرية والتنظيمية من أجل توفير الحياة الكريمة لجميع أفراد المجتمع".[1]

شمل هذا التعريف كل الأبعاد التي تشملها التنمية الاقتصادية ليتضح أنها عملية واسعة وشاملة لكل المجالات الاقتصادية الاجتماعية والفكرية وغيرها والتي يجب أن يحضى بها أفراد المجتمع ليتمتع بحياة إنسانية أحسن مما كان عليها.

أما روس **'Ros'** فيعرفها بأنها " العملية التي يتمكن بها المجتمع بتحديد حاجاته وأهدافه وترتيب هذه الحاجات والأهداف حسب أهميتها ثم إذكاء الثقة والرغبة في العمل لمقابلة هذه الحاجات والأهداف ثم القيام بعمل إزائها ومن هذا الطريق تمتد وتنمو روح التعاون والتضامن".[2]

يظهر هذا التعريف بأن التنمية الاقتصادية هي عملية غير تلقائية، يعني لبلوغها لابد أن تكون هناك خطط وسياسات أو برامج يتم إتباعها وذلك بعد تحديد الأهداف المراد الوصول إليها وترتيبها حسب الأولويات والعمل على أساس ذلك.

ومن بين التعريفات الشائعة التي تبنتها هيئة الأمم المتحدة هو ذلك التعريف الذي يبين بأن" التنمية الاقتصادية ما هي إلا مجموعة من الوسائل المستخدمة بتضافر جهود الأفراد والحكومات لتحسين مستوى الحياة لهؤلاء الأفراد اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا".[3]

من خلال هذا التعريف يتضح بأن التنمية الاقتصادية هي عملية لا تقتصر فقط على جهود الحكومات بل لابد من إشراك المواطنين وتعاونهم وتضامنهم فهي في الأخير تهدف لتحقيق الحياة الكريمة المحترمة لكل أفراد المجتمع.

---

[1] مدحت القريشي، التنمية الاقتصادية، **نظريات و سياسات و موضوعات**، دار وائل للنشر ،الأردن،2007، ص 122.

[2] إسماعيل محمد بن قانة، **اقتصاد التنمية 'نظريات-نماذج-إستراتيجيات'**،ط1، دار أسامة، الأردن، 2012، ص:08.

[3] علي جدوع الشرفات، **التنمية الاقتصادية في العالم العربي**، ط1، دار جليس الزمان،2014، الأردن ، ص:05.

استنادا لكل التعاريف السابقة يمكننا أن نحدد تعريف شامل للتنمية الاقتصادية على أنها عملية تغيير هيكلية غير تلقائية شاملة لكل المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفكرية والتنظيمية وغيرها، تهدف للنهوض بمختلف ميادين الحياة الإنسانية بتحقيق زيادة مستمرة في متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني الحقيقي، مما يسمح برفع المستوى المعيشي للأفراد والقضاء على الفقر مع تحقيق عدالة في توزيع هذا الدخل، في ظل تكاتف جهود الحكومات والمواطنين مما يضمن النمو المستدام للمجتمع ككل.

ثانيا: أهداف التنمية الاقتصادية

تتعدد وتختلف سياسات التنمية الاقتصادية واستراتيجياتها باختلاف وتباين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وحتى الثقافية للدول، ولكن جل هذه السياسات تتمحور حول زيادة الدخل القومي الحقيقي للفرد والحد من التخلف الاقتصادي وتقليص الفجوة الواسعة في تراكم الثروة والمعرفة التي تفصل شعوب الدول النامية عن الأمم المتقدمة، والوصول إلى ما هو كفيل بتحقيق حريتها الاقتصادية التي تمثل الأساس للحرية الاجتماعية والسياسية.

ويمكن حصر أهم الأهداف المشتركة والبارزة التي يمكن تعميمها على معظم البلدان النامية التي تأمل للوصول إلى ما هو كفيل بتحقيق طموحاتها الاقتصادية والاجتماعية، واللحاق بركب الدول المتقدمة على النحو التالي:[1]

- تحقيق الأهداف الاقتصادية القومية المتمثلة في زيادة الدخل القومي، ورفع مستوى معيشة المواطنين والعدالة في توزيع الدخل وغير ذلك من أهداف التنمية الاقتصادية الشاملة؛
- تحقيق قدر من العدالة الاجتماعية والحد من اللامساواة في توزيع الدخول؛

[1] علي جذوع الشرفات، مرجع سبق ذكره، ص: 10.

- توفير الظروف العامة الملائمة لتنمية القطاعات الاقتصادية ويشمل ذلك توفير درجة من الاستقرار والطمأنينة لتشجيع الاستثمار في مختلف الأنشطة الاقتصادية؛
- الابتعاد عن السياسات الاقتصادية المالية منها والنقدية التي قد تؤدي إلى حالات اقتصادية غير مرغوبة كالركود الاقتصادي أو التضخم؛
- التوسع في برامج التدريب في الأنشطة الاقتصادية لتحقيق قدر من المهارات لدى المتدربين في هذه الأنشطة مما يؤهلهم في المساهمة الفاعلة في برامج التنمية الاقتصادية؛
- حصر إمكانيات التنمية الاقتصادية وحصر العوائد المتوقعة من استخدام هذه الإمكانيات؛
- تنفيذ برامج استثمارية طموحة في مختلف مجالات الاقتصاد وتوظيف كافة عناصر الإنتاج في خدمة هذه البرامج؛
- السعي لتوفير الأساليب الفعالة وإتباع هذه الأساليب في تسريع أنشطة الاقتصاد وصولا لتحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة.

كما وتمت صياغة الأهداف الإنمائية للألفية لتعبر عن عزم القادة السياسيين في العالم على تخليص بنى الإنسان من الظروف المهينة والغير إنسانية الناتجة عن الفقر المدقع، وجعل الحق في التنمية حقيقة واقعة لكل إنسان، وقد اشتملت الأهداف الإنمائية العريضة على ما يلي:[1]

- القضاء على الفقر المدقع والجوع؛
- تحقيق تعميم التعليم الابتدائي؛
- تعزيز المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة؛
- تخفيض معدلات وفيات الأطفال؛
- تحسين العناية الصحية للنساء في حالات الوضع؛

[1] المعهد العربي للتخطيط، **أهداف التنمية الدولية وصياغة السياسات الاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية**، الكويت، 2003، ص: 06.

- مكافحة نقص المناعة البشرية؛
- كفالة الاستدامة البيئية؛
- إقامة شراكة عالمية من أجل التنمية.

ثالثا: متطلبات تحقيق التنمية الاقتصادية

تسمح التنمية الاقتصادية بتحقيق التقدم والنمو الاقتصادي الذي من شأنه تعزيز الاستقلال الاقتصادي للدول والتخلص من التبعية بأشكالها المختلفة، كما تعمل على تقليص الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين طبقات المجتمع، إلا أن تحقيق التنمية الاقتصادية ونجاحها يقتضي توفر مجموعة من العناصر والشروط لتكون الرافد الأساسي لبلوغ أهدافها المنشودة، ومن بين هذه الشروط هناك ما يتعلق بالموارد الطبيعية والبشرية ورأس المال والتطور التكنولوجي، ومنها ما يتعلق بالمجالات السياسية والاجتماعية، ولعل أبرز العناصر المعززة للتنمية الاقتصادية هي:

1. **الموارد الطبيعية:** تمثل الموارد التي وجدها الإنسان على وجه الأرض ويستغلها فيما ينفعه وقد تشمل مصادر الطاقة كالنفط والغاز والفحم، بالإضافة إلى المياه الجوفية والمعادن، وهي العنصر الأساسي في بداية عملية التنمية حيث كلما زادت هذه الموارد وتم استغلالها بكفء كلما زاد معدل تكوين رأس المال.

إلا أن الموارد الطبيعية لا يمكن أن تعتبر قيدا على التنمية، والمثال الواضح في هذا المجال هو تقدم اليابان اقتصاديا وكذلك بعض البلدان الأخرى دون الاعتماد على توفر المواد الطبيعية.[1]

2. **تراكم رأس المال:** أحد الأركان الأساسية لعملية التنمية الاقتصادية، هو رفع معدل التراكم الرأسمالي (الاستثمار) وتبرز أهميته بصورة جلية في التنمية الاقتصادية التي تسعى إلى إشباع الحاجات الاجتماعية لغالبية السكان، الأمر الذي يفرض إنتاج المزيد من السلع

[1] المعهد العربي للتخطيط، **أهداف التنمية الدولية وصياغة السياسات الاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية**، مرجع سبق ذكره، ص: 139.

والخدمات لإشباع هذه الحاجات. مما يتطلب إيجاد تكوين رأسمالي في المرحلة الأولى من التنمية، حيث أن معدل النمو يتوقف إلى حد كبير على معدل الاستثمار الصافي الإضافي، فكلما كان هذا الأخير كبيرا كلما عجلنا بالتنمية، وكلما أسرعنا بارتفاع مستوى الدخل إلى الدرجة التي يرتفع فيها معدل الادخار.[1]

3. **الموارد البشرية:** يعتبر المورد البشري المحدد الأساسي لعملية التنمية الاقتصادية وتتوقف نتائجها حسب الجهود البشرية التي تدخل في الإنتاج، وترتبط تنمية هذه الموارد بتراكم رأس المال البشري الذي يستلزم التعليم وتكوين وتدريب الكوادر الفنية الماهرة، والتي من شأنها رفع مستوى الإنتاج والإنتاجية وضمان الاستغلال الكفء للموارد الاقتصادية، ويمكن تقسيم الموارد البشرية إلى فئتين:

- فئة عرض العمل: تتألف من العمال القادرين على القيام بأعمال لا تتطلب مخزون عالي من المهارات والتعليم، ويطلق عليها العمل المادي؛
- فئة المدراء والمنظمين: تشمل هذه الفئة العمال المنظمين والمسيرين لعرض العمل ووضع كل عامل في المجال المناسب، ويطلق عليها القدرات الإدارية.

4. **تغييرات في الهيكل و البنيان الاقتصادي:**لا تزال العديد من الدول النامية تتخصص في إنتاج المواد الأولية، وعلى الأخص الزراعية وتصديرها بحالتها أو بعد إجراء إضافات قليلة عليها ولا يولي الإنتاج الصناعي أهمية تذكر؛ لذلك فإن عملية التنمية تهدف إلى تصحيح الإختلالات الهيكلية أو القضاء عليها وذلك بالاهتمام بالصناعة وإعطائها دفعة قوية مبتدئة بالصناعات التي توفر مستلزمات إنتاجها من عمل ومنتجات أولية وزراعية ومعدنية، وكذلك لتلبية حاجات السوق المحلية من العديد من المنتجات، فالتنمية الاقتصادية تهدف إلى توسيع الطاقة الإنتاجية

[1] محمد صفوت قابل، **نظريات و سياسات التنمية الاقتصادية**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر و التوزيع، مصر،2008، ص167.

فبالإضافة إلى ضرورة الاهتمام بالزراعة يتعين الاهتمام بالصناعة وذلك يزيد الإنتاج المحلي ويتنوع الإنتاج وتزداد فرص العمل وتتحرر الدولة من تبعيتها للعالم الخارجي.[1]

كما تعمل التنمية الاقتصادية على إعادة توزيع الدخل لصالح الطبقة الفقيرة، فإن من أولوياتها أن يصاحب النمو الاقتصادي إعادة في توزيع الدخل لصالح الفقراء.

5. **تكوين قاعدة تكنولوجية:** تمثل التكنولوجيا المعرفة العلمية التي تستند على التجارب وعلى النظرية العلمية التي ترفع من قدرة المجتمع على تطوير أساليب أداء العملية الإنتاجية والتوصل إلى أساليب جديدة أفضل بالنسبة للمجتمع، وتتكون التكنولوجيا من حزمة من العناصر التي قد تكون متضمنة في السلع الرأسمالية كالماكينات والمعدات، أو قد تكون غير متضمنة في المعدات الرأسمالية، بل تكون متضمنة في البشر، وتأخذ شكل المهارات المحسنة بالنسبة للعمل والإدارة.[2]

فبالرغم من أن التكنولوجيا تكبد الدول النامية أموالا طائلة نتيجة للتكاليف الباهضة، كما تعرض عليها تكنولوجيا لا تلاءم ظروفها ولا تساهم في تطوير التكنولوجيا المحلية مما يزيد من إبعاد التنمية، إلا أنها مضطرة لاستعمال التكنولوجيا في اقتصاديتها مع اتخاذ بعض الإجراءات الاحترازية، أهمهـــا:[3]

- توحيد تشريعاتها الخاصة بشراء التكنولوجيا وإيجاد مؤسسات قطرية تنحصر فيها المصادقات على عقود نقل وشراء التكنولوجيا؛
- إنشاء أجهزة لتجميع، توثيق وتوزيع المعلومات التكنولوجية التي تقوي المركز التفاوضي لكل بلد عند التعاقد على الشراء وترشيد اختيارها؛

---

[1] محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، **التنمية الاقتصادية، دراسات نظرية وتطبيقية**، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، مصر ،2000، ص، ص 26- 27.

[2] مدحت القريشي، مرجع سبق ذكره، ص ص141- 142.

[3] إسماعيل محمد بن قانة، مرجع سبق ذكره، ص: 188.

- العمل على توحيد التكنولوجيا المستخدمة في بعض الصناعات الأساسية التي تقام بشأنها مشاريع متماثلة في عدد من الدول النامية والدخول في مفاوضات جماعية لشرائها.
- اختيار التكنولوجيا الملائمة؛

رابعا: مؤشرات قياس التنمية الاقتصادية

تعتبر مؤشرات التنمية الاقتصادية على درجة بالغة من الأهمية، للحكم على مدى نجاح السياسات الاقتصادية في بلوغ الأهداف التنموية المنشودة لاقتصاد بلد معين، كما تستخدم في الحكم على مدى تقدم أو تأخر اقتصاديات الدول عن بعضها البعض، ونظرا للتطورات الواسعة في مفاهيم التنمية الاقتصادية عرفت معايير قياسها تطورات هامة في محاور مختلفة، بدءا بمقاييس تتعلق بالدخل ثم انتقل الأمر إلى المؤشرات الاجتماعية وأخرى ذات صلة بالتنمية البشرية، فإجمالا توجد ثلاث معايير رئيسية لقياس التنمية الاقتصادية تتمثل فـي:

1. **معايير الدخل:** تعتمد هذه المعايير في مجملها على الدخل سواء في شكله الاسمي أو الحقيقي والذي يستخدم لقياس النمو ودرجة التقدم الاقتصادي من بلد لآخر ومن معاييره نجـــد:[1]

- **معيار متوسط الدخل:** يعتبر هذا المقياس أفضل من المقياسين السابقين لكونه يأخذ بعين الاعتبار حجم الدخل وعدد السكان معا ويمثل متوسط الدخل الفردي حجم الدخل القومي إلى إجمالي عدد السكان (عدد السكان / الدخل القومي= متوسط دخل الفرد)، ولكن نظرا لضعف الأنظمة الإحصائية في الدول النامية فإن هناك تشكيك في إحصاءاتها الرسمية التي تعطي قيما غير دقيقة لعدد السكان وحجم الدخل، مما يعني الخطأ في تعيين متوسط الدخل.

[1] اسماعيل محمد بن قانة، مرجع سابق، ص:246.

- **معيار الدخل القومي الكلي:** حيث يعتمد هذا المعيار على مقارنة مدى تقدم الدول بين بعضها البعض قياسا بالدخل القومي الفعلي المحقق في كل دورة اقتصادية، ولكن لقي هذا المعيار معارضة لكون أن زيادة حجم الدخل القومي يجب أن يرافقها معرفة عدد سكان الدول محل المقارنة، إضافة إلى الهجرات التي تتم منها وإليها.
- **معيار الدخل القومي الكلي المتوقع:** يمكن تعديل المعيار السابق بمعيار الدخل القومي الكلي المتوقع الذي يأخذ بعين الاعتبار الموارد الكامنة للدولة وإمكانياتها المختلفة ولذلك يوصي بعض الاقتصاديين بالأخذ بهذا المعيار.

2. **المعاييـــر الاجتماعية:** يقصد بالمعايير الاجتماعية العديد من المؤشرات الخاصة بنوعية الخدمات التي تعايش الحياة اليومية لأفراد المجتمع وما يعتريها من تغيرات فهناك الجوانب الصحية والجوانب الخاصة بالتغذية، وكذلك الجوانب التعليمية والثقافية.[1] وتتمثل أهم هذه المؤشرات فـــي:

- **مقياس نوعية الحياة المادية:** وهو الرقم القياسي للظروف المادية لنوعية الحياة PQLI وهو عبارة عن تجميع لثلاثة من المؤشرات المتاحة (توقع العمر عند الميلاد، معدل وفيات الأطفال ونسبة الأمية)، حيث كل مؤشر منها خصص له قيمة مقياسية تبدأ من الصفر حتى المائة وهي توضح أفضل وأسوء الحالات وفقا للحدود التي يعمل بها المقياس.[2]
- **الحاجات الأساسية:** يتضمن هذا الأسلوب إشباع المستويات الدنيا من الحاجات المادية، تشمل استهلاك الغذاء وتوفير الملجأ أو السكن والخدمات العامة الأساسية مثل الماء الصافي للشرب وصيانة الصحة العامة **(sanitation)** والصحة والتعليم.[3]

[1] محمد عبد العزيز عجمية ، إيمان عطية ناصف، مرجع سبق ذكره، ص 69.

[2] إسماعيل محمد بن قانة، مرجع سبق ذكره ، ص: 245.

[3] محمد صالح تركي القريشي مرجع سبق ذكره، ص: 50.

- كما يتضمن هذا المقياس الحقوق العامة للمواطنين كالحرية والديمقراطية والمشاركة السياسية واحترام الذات والعدالة.
- **دليل التنمية البشرية (HDI):** هو مقياس مركب حديث نسبيا وضعه برنامج الأمم المتحدة للتنمية **(UNDP)** سنة 1990، ويصدر بشأنه تقريرا سنويا يوضح وضعية الدول بالنسبة للتنمية البشرية، ويرتكز على ثلاثة متغيرات:[1]
  - نوعية الحياة عند الميلاد؛
  - معيار التحصيل العلمي ويتكون من جزئيين: معرفة القراءة والكتابة، متوسط عدد سنوات الدراسة في المؤسسات التعليمية؛
  - متوسط نصيب الفرد من الدخل المعدل بالقوة على الشراء.

3. **المعايير الهيكلية:** يرى بعض الاقتصاديين ومنهم **colin clark** أن التنمية تقاس بنسبة مساهمة القطاعات الاقتصادية في الدخل القومي، وكلما زادت الأهمية النسبية للقطاع الصناعي في الناتج وتناقصت الأهمية النسبية للقطاع الزراعي كلما دل ذلك على أن الدولة تقطع أشواطا متقدمة في التنمية، وهذه النظرة تستند إلى تجربة الدول الصناعية في مراحل تطورها الاقتصادي، ويمكن الإشارة على بعض هذه المؤشرات الهيكلية كما يلي: [2]

- **مؤشرات التصنيع:** تتمثل أهمها في:
  - الوزن النسبي للناتج الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي؛
  - الوزن النسبي للصادرات الصناعية إلى إجمالي الصادرات السلعية؛
  - نسبة العاملين في القطاع الصناعي إلى إجمالي القوة العاملة؛
  - نسبة صادرات المنتجات ذات التقنية العالية من إجمالي الصادرات السلعية.

[1] محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، مرجع سبق ذكره، ص 25.

[2] عبد اللطيف مصطفى، عبد الرحمان سانية ، **دراسات في التنمية الاقتصادية**، ط1، مكتبة حسن العصرية، بيروت، 2014، ص:46.

- **المؤشرات الإنتاجية:** نجد منها:

- مؤشر الإنتاجية الكلية لعناصر الإنتاج: والذي يقيس نسبة المخرجات إلى المدخلات؛
- مؤشر تكلفة وحدة العمل: ويعبر عنه بمؤشر الكثافة النسبية لعنصر العمل.

ويعتبر ارتفاع هذه المؤشرات دليل على تنوع الهيكل الإنتاجي للاقتصاد وعلى نجاح التنمية الاقتصادية.

المطلب الثاني: عقبات التنمية الاقتصادية

يتوقف تعثر الدول النامية في بلوغ مستويات متقدمة من النمو والتطور على عدة عوامل تحول دون الوصول إلى تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة، ولعل أهم هذه العوامل التي تعيق مسارها هي نقص وسوء استغلال الموارد الطبيعية والمالية والبشرية، حيث أن غياب هذه الموارد خاصة في المراحل الأولى من انطلاق عملية التنمية قد ينتج عنه تخلفا اقتصاديا للدول، بالإضافة إلى العوامل الداخلية التي تمس الاستقرار والاستقلال السياسي للبلاد، كما وقد تكون هذه العوامل ناتجة عن ظروف دولية كالتقلبات الحادة في أسعار المواد الأولية كالنفط والغاز خاصة بالنسبة للدول التي تختص وتعتمد على مورد واحد في تمويل اقتصادها، أضف إلى ذلك الظروف التي قد تتأثر بها الدول النامية التي لا تزال تعاني من تبعيتها الاقتصادية والسياسية لغيرها من الدول، وبناءا على ما سبق يمكن تصنيف عوائق التنمية الاقتصادية إلى عدة معايير نوجزها فيما يلـي:

1. **العقبات الطبيعية:** تمثل الموارد الطبيعية أحد أهم عناصر الإنتاج الضرورية لمشروعات التنمية، وندرتها قد تشكل أحد أهم العوائق أمام تلبية وإشباع الحاجات المتزايدة والمتعددة لأفراد المجتمع في ظل النمو السكاني المرتفع. كما لا يكفي أن تكون الدولة غنية بمواردها وإنما

هناك حاجة ماسة إلى الاستغلال الرشيد للموارد الطبيعية بما يضمن توافق هذه الموارد مع متطلبات المجتمع واستدامتها للأجيال القادمة.

ولكن ندرة الموارد بالنسبة لأي دولة لا يعني بالضرورة أنها متخلفة اقتصاديا ولكن يمكن أن تتجاوز هذه العقبة، مثل ما هو الحال في اليابان التي أحرزت مراحل متقدمة من النمو الاقتصادي بالرغم من افتقارها لموارد الطاقة وصغر مساحتها.

2. **العقبات الاقتصادية:** وتشمل:

- **حلقة الفقر المفرغة:** وتشير هذه الحلقة إلى أن الدول المتخلفة تعاني من عقبات عديدة تعترض التنمية فيها، من أبرزها نواقص السوق والتخلف في المواد الطبيعية والتخلف البشري وشحة رأس المال، وهذه الأسباب بمجموعها تشكل أسبابا مهمة في انخفاض الإنتاجية التي يترتب عليها انخفاض الدخل الحقيقي، وبالتالي انخفاض الادخار والذي ينجم عنه انخفاض الاستثمار والذي يؤدي بدوره إلى استمرار سمات التخلف المتمثلة بنواقص السوق والموارد الطبيعية والبشرية وشحة رأس المال. والمغزى من الحلقة في أن الدول المتخلفة لا تجابه عقبات منعزلة وإنما عقبات تنشأ فيما بينها علاقات تأثير تبادلية على نحو دائري من شأنه إبقاء هذه الدول في حالة ركود.[1]
- **محدودية الموارد البشرية:** عدم كفاية الموارد البشرية وكذلك عدم ملائمتها، والندرة النسبية في المهارات والتخصصات المهنية المختلفة تقف عائقا في وجه تحقيق التنمية وتوسيع الإنتاج وتنوعه، وبسبب المشكلات المتعلقة بندرة المهارات والمعرفة الفنية فإن البلدان النامية لا تستطيع استغلال رأس المال بالمستوى الكفء والمطلوب.[2]

[1] حسن خلف فليح، **التنمية والتخطيط الاقتصادي**، ط1، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2006، ص 204.

[2] مدحت القريشي، مرجع سبق ذكره، ص: 155.

- **ضيق حجم السوق:** إن ضيق نطاق السوق في الدول المتخلفة يعتبر من أبرز العقبات التي تعترض عملية التنمية فيها، ذلك لأن هذه العملية تعتمد على إقامة المشاريع الإنتاجية المختلفة وخاصة الصناعية منها، وفي بداية التنمية ينبغي الاعتماد في تسويق منتجات هذه المشروعات على الطلب المحلي الذي توفره السوق المحلية، بسبب ضعف قدرة هذه المنتجات على التنافس مع المنتجات الأجنبية في السوق الخارجية.[1]

3. **العقبات السياسية:** وتشمل:

- **عدم الاستقرار السياسي:** تغيرات النظام والاضطرابات الداخلية كالإضرابات الطويلة والمظاهرات الدائمة، والصراعات كلها عوامل تعيق عملية التنمية الاقتصادية، لذا على الحكومة توفير كل المؤهلات التي تضمن حقوق المواطنين وحمايتها.[2]

كما يتعين على الحكومة أن توفر بيئة مستقرة للمنشآت الإنتاجية الحديثة، سواء كانت عامة أو خاصة، وإذا كان عدم الاستقرار السياسي هو السائد فإن النتيجة العامة هي انعدام أو ضعف الاستثمار في الاقتصاد المحلي، وتوجه الثروات الشخصية إلى البنوك الأجنبية.

- **الاستقلال السياسي:** يساهم الاستقلال السياسي في بناء قاعدة اقتصادية قوية من خلال حرية استغلال الدول لمواردها وتوجيه السياسات والبرامج الاقتصادية بما يخدم مصالحها، غير ذلك تكون خطط التنمية في غير صالح البلاد، إلا أنه وعلى الرغم من حصول العديد من الدول النامية على استقلالها السياسي إلا أنها لا تزال تعاني من التبعية الاقتصادية والسياسية.

4. **العقبات الاجتماعية:** تعاني البلدان المتخلفة من انخفاض المستويات الثقافية والاجتماعية ووجود ثقافة لا تساعد على تحقيق التنمية. أما انخفاض مستوى كفاءة القدرات الإدارية

[1] مدحت القريشي، مرجع سبق ذكره، ص: 214.

[2] Jacque Brasseul , **Introduction à L'Economie du Développement**,3 ème Edition, Armond Colin, Paris,2008, p 81.

والتنظيمية فهي ظاهرة واضحة سواء على مستوى المشروعات الخاصة، أو على المشروعات الحكومية والمؤسسات الخدمية. [1]

5. **العقبات الدولية:** تتمثل في اعتماد البلدان المتخلفة في الكثير من جوانب العمل من أجل تحقيق التنمية على البلدان المتقدمة سواء تمثل ذلك برأس المال أو التكنولوجيا، إضافة إلى المنافسة القوية التي تمثلها منتجات الدول المتقدمة أمام منتجات الدول المتخلفة سواء في السوق الدولية أو حتى على مستوى السوق المحلية، وكذلك العوائق التي تفرضها الدول المتقدمة في مجال التجارة الخارجية استيرادا وتصديرا .[2]

المطلب الثالث: أهم النظريات المفسرة للتنمية الاقتصادية

ساهم العديد من المختصين في الاقتصاد عبر مراحل تطوره في تزويدنا ببعض المعارف الخاصة بالتنمية، وأشهر هؤلاء آدم سميث الذي نادى بتقسيم العمل وتراكم رأس المال؛ تبعه ستيوارت ميل الذي نظر للتنمية على أنها الوظيفة الرئيسية لرأس المال والأرض والعمل، ونادى ميل بأن السيطرة على النمو السكاني هو عامل رئيسي في التنمية الاقتصادية، جاء بعد ذلك كل من شومبيتر وكينز حيث افترض الأول أن تحسين الإنتاج بهدف تحقيق التنمية يتم عبر الابتكارات التي تؤدي إلى إيجاد سلع أو منتجات أو طرق إنتاج جديدة، أما كينز فقال أن مستوى الدخل الكلي يحدده مستوى التشغيل من خلال الطلب الفعال ورأس المال ومستوى الاستثمار ومحدداته.[3] أما بعد الحرب العالمية الثانية هيمنت على الفكر الاقتصادي أربعة نماذج رئيسية تمثلت في كل من نظرية المراحل الخطية، نماذج التغيير الهيكلي، نظرية التبعية الدولية، النظرية النيوكلاسيكية ونظرية النمو الداخلي. وقد اعتبرت نظريات التنمية الاقتصادية في هذه المرحلة على أنها مزيج

[1] حسن خلف فليح، مرجع سبق ذكره ، ص 221.

[2] المرجع نفسه، ص 223.

[3] محمد صالح تركي القريشي، مرجع سبق ذكره، ص،ص: 25،26.

من الادخار والاستثمار والمساعدات الأجنبية، والتنمية هي عبارة عن سلسلة من مراحل النمو الاقتصادي المتتالي التي لابد على الدول النامية أن تتبعها لتصل إلى ما هي عليه الآن الدول المتقدمة، وعليه سنحاول من خلال هذا المبحث الوقوف عند أهم النظريات المعاصرة التي تشكل توجها جديدا للفكر الاقتصادي بما يتناسب مع التحولات والتطورات الاقتصادية لما بعد الحرب العالمية الثانية والتي أثرت في التطبيق العملي لمختلف الدول.

أولا: نظرية المراحل الخطية

يعود الفضل في تأسيس هذه النظرية للمؤرخ الاقتصادي البريطاني والت وينمار روستو (W.W.Rostow)، التي ظهرت في بداية الخمسينيات وقد بنى نظريته هذه اعتمادا على التجربة الاقتصادية الأمريكية والبريطانية، حيث قام بتحليل التخلف على شكل مراحل واعتبرها خمسة مراحل يجب أن تمر عليها كل دولة حتى تصل إلى مصاف الدول المتقدمة.[1] ويمكن إيجاز خصائص كل مرحلة على النحو التالي:

1. **مرحلة المجتمع التقليدي:** تكون شروط وظروف الاقتصاد في هذه المرحلة مشابه للركود الاقتصادي، وهذا النوع من الاقتصاديات يكون اقتصادا زراعيا على نحو كبير، وأساليب الإنتاج فيه بدائية ومستويات الدخل منخفضة والادخار وتكوين رأس المال متواضعة ونمو السكان قليل والنشاطات الاقتصادية والاجتماعية مقيدة بالعادات والتقاليد.[2]
2. **مرحلة التهيؤ للانطلاق:** هي بمثابة مرحلة انتقالية تسبق مرحلة الإقلاع وهي تتوفر بذلك على الشروط الضرورية لتحقيق النمو، فتتميز هذه المرحلة بارتفاع معدل الادخار وزيادة الاستثمار في البنى التحتية، واتساع السوق المحلي ونمو التجارة الداخلية والخارجية، كما

[1] إسماعيل محمد بن قانة، مرجع سابق، ص: 46.

[2] محمد صالح تركي القريشي، مرجع سابق، ص: 126.

تميزت بزيادة فرص العمل والتعليم والخدمات والنقل، وشهدت تنامي دور البنوك والمؤسسات المالية.

3. **مرحلة الانطلاق:** يتمكن المجتمع في هذه المرحلة التخلص من كل العقبات التي تعرقل النمو ويعتبر التقدم التكنولوجي هو السبب المباشر للانطلاق ، والاقتصاد لا ينطلق إلا بعد تكوين رأس المال، وذلك بعد إدخال التقدم الفني في الزراعة والصناعة في هذه المرحلة ارتفعت المعدلات الحقيقية للاستثمار والادخار من 5% إلى 10% من الدخل القومي، وتنمو في هذه المرحلة الصناعات الجديدة بمعدلات سريعة.[1]
4. **مرحلة الاتجاه نحو النضج:** تتميز هذه المرحلة بزيادة القدرات التكنولوجية لقطاعات الاقتصاد المختلفة والتوجه نحو إقامة صناعات أكثر طموحا وزيادة الصادرات من هذه الصناعات، وفي هذه المرحلة يتحقق النمو الاقتصادي المنشود للمجتمع بسبب التغيرات الهيكلية في بنيان القطاعات الاقتصادية يرافقها تغيرات ملحوظة في بنيان القطاعات المجتمعية الأخرى كالقطاع الثقافي والاجتماعي وفي معدلات النمو السكاني.[2]
5. **مرحلة الاستهلاك الوفير:** في هذه المرحلة تكون الدولة قد بلغت مستوى متقدم من النمو الاقتصادي، حيث يدخل المجتمع على عصر الاستهلاك ويتجه الاقتصاد نحو استهلاك السلع الكمالية والمعمرة التي تتميز بمستوى رفيع من الإنتاج، ويتحول اهتمام المجتمع بذلك من جانب العرض إلى جانب الطلب، كما يتم التركيز في هذه المرحلة على الرفاهية الاجتماعية بدلا من الرفاهية المادية.

[1] شادية سعودي كمال مندور، **دور التجارة الخارجية على التنمية الاقتصادية في اليابان**، ط1، القاهرة 2015، ص: 52.

[2] علي جذوع الشرفات، مرجع سبق ذكره، ص: 29.

ثانيا: نظرية التغيير الهيكلي

ترتكز هذه النظرية على الآلية التي من خلالها تقوم الاقتصاديات الأقل تطورا بتحويل هياكلها الاقتصادية المحلية من التركيز على نحو كثيف على القطاع الزراعي ذي الحد الكفاف التقليدي إلى هياكل أكثر حداثة وأكثر تنوعا صناعيا في الصناعات التحويلية والخدمات في الاقتصاد الوطني، والتي تستعمل السعر الكلاسيكي الحديث ونظرية تخصيص الموارد والاقتصاد القياسي.[1]

ومن الأمثلة البارزة المعبرة على هذا النوع من النظريات التي تخص أسلوب التغيير الهيكلي:

- نموذج الفائض في العمالة في اقتصاد ذو قطاعين لآرثر لويس(Lewis).
- أنماط التنمية التجريبية لهوليز تشينري (Chenery).

1. نموذج القطاعين لآرثر لويس:

تقوم هذه النظرية على أساس تحديد فائض العمالة في القطاع الزراعي التقليدي أو كما أطلق عليه قطاع حد الكفاف الذي يتميز بالإنتاجية الصفرية للعمل، وتحويل هذا الفائض إلى القطاع الصناعي الحديث الذي يمتاز بارتفاع الإنتاجية، وذلك بشكل تدريجي ومنتظم دون التأثير على إنتاجية القطاع الزراعي. وتتوقف عملية الانتقال هذه على مدى زيادة الاستثمار في القطاع الصناعي وتراكم رأس المال، ومع افتراض إعادة المستثمرين باستثمار أرباحهم مما يسمح بالتوسع وزيادة إنتاجية القطاع الحديث، مع ضرورة رفع مستوى أجور العمال مما هو عليه في القطاع التقليدي على الأقل بنسبة 30%.

2. نظرية أنماط التنمية لهوليز تشينري:

على عكس نموذج آرثر لويس ووجهة نظر المراحل للتنمية فإن زيادة الادخارات والاستثمار قد تم فهمها من قبل نظرية أنماط التنمية بوصف الادخار والاستثمار أنهما شرط ضروري ولكن غير

[1] محمد صالح تركي القريشي، مرجع سبق ذكره، ص:145.

كاف للنمو الاقتصادي، فضلا عن تراكم رأس المال المادي والبشري، فإن منظومة من المتغيرات المتداخلة في الهيكل الاقتصادي للبلد هي مطلوبة لتحويل اقتصاد ذلك البلد من نظام اقتصادي تقليدي إلى آخر حديث، وإن هذه التغيرات الهيكلية تحتوي فعليا كل الوظائف الاقتصادية المتضمنة للتحول في الإنتاج والتغيرات في تركيبة الطلب وفي التجارة الدولية واستعمال الموارد، وكذلك تغيرات في العناصر الاجتماعية الاقتصادية مثل التحضر ونمو وتوزيع سكان البلد. ومحللي هذه النظرية يركزون على كل من القيود والعوائق المحلية والدولية للتنمية، فالعوائق المحلية تتضمن قيود اقتصادية كالموارد الطبيعية وحجم السكان، وكذلك القيود المؤسسية وسياسات الحكومة وأهدافها، أما القيود الدولية على التنمية فتشمل المنفذ على رأس المال الخارجي والتكنولوجيا والتجارة الدولية.[1]

وقد خلص تشينري من خلال دراسته لنماذج التنمية بعد الحرب العالمية الثانية في عدد من دول العالم الثالث، بأن التغيرات الهيكلية تقسم إلى مرحلة متغيرات هيكلية متقدمة والأخرى انتقالية أو تحوُلية، والفاصل بين هاتين المرحلتين هو النقطة التي يتساوى فيها الناتج المحلي الإجمالي في كل من القطاع الزراعي والصناعي. فإذا كانت أي دولة تقع تحت هذه النقطة فتعتبر أنها في المرحلة المبكرة من التنمية وبالتالي تكون أقل تطورا وتعتمد على الناتج الزراعي كمصدر للدخل، أما إذا كانت تتجاوز هذه النقطة فتعتبر في المرحلة الانتقالية وتكون بذلك تعتمد على الناتج الصناعي كمصدر للدخل والنمو. وبناءا على ذلك فأن هذا النموذج لا يختلف كثيرا عن نموذج آرثر لويس.

[1] محمد صالح تركي القريشي، مرجع سابق، ص: 146.

ثالثا: نظرية نماذج التبعية الدولية

وهي نظرية شكلها العديد من الكتاب والمفكرين أمثال: **دوس سانتوس، بول باران، قوندار فرانك، سمير أمين،** و **إيمانوال،** وترى النظرية أن التخلف ظاهرة فُرضت من الخارج على الدول المتخلفة وليس من الداخل. وأن الفجوة التي حصلت بين الدول المتقدمة (ما تعرف بالمركز) والدول النامية (المعروفة بالأطراف) كان سببها بقاء هذه الأخيرة تابعة اقتصاديا قبل استقلالها السياسي وبعده، فقد كانت ولا زالت تعتمد على الرأسمال والتكنولوجيا الأجنبية، وتصدر للدول المتقدمة المواد الأولية بثمن بخس وتستوردها منها مصنعة بأثمان أغلى.[1] وهذه النظرية تشمل ثلاث اتجاهات فكرية رئيسية: نموذج التبعية الاستعمارية الجديدة، نموذج المفهوم الخاطئ للتنمية، فرضية التنمية المزدوجة.

1. **نموذج التبعية الاستعمارية (نموذج النظرية الماركسية الحديثة):** يعد هذا النموذج امتدادا وتطورا غير مباشر للفكر الماركسي للتنمية، والذي يرجع استمرار تخلف دول العالم لهيمنة النظام الرأسمالي على الاقتصاد العالمي، وعدم تكافؤ العلاقات بين جانبي دول العالم المتقدم والعالم المتخلف، والذي يشير إلى أن الدول المتخلفة لن تتقدم وتحقق التنمية دون التحرر من تبعيتها، وأن تخلف دول العالم الثالث يعود في الأساس إلى سياسات الهيمنة الاقتصادية للدول المتقدمة.[2] وهذا يشير إلى أن تخلف الدول النامية راجع لعوامل خارجية سببها الدول المتقدمة وليست عوامل داخلية كنقص الادخار والاستثمار، وعليه لابد من إعادة هيكلة النظام الاقتصادي العالمي بما يضمن تحرير تبعية الدول النامية وخلق علاقات متكافئة بين الدول المتقدمة والمتخلفة.

[1] اسماعيل محمد بن قانة، مرجع سبق ذكره، ص: 68.

[2] عبلة عبد الحميد بخاري، **التنمية والتخطيط الاقتصادي، كلية الاقتصاد والتجارة**، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2017، ص: 96.

2. **نموذج المفهوم الخاطئ للتنمية (النموذج الكاذب):** يبنى على أن تخلف الدول النامية هو بسبب تقديم نصائح أو خبرات مغلوطة غير مناسبة من قبل خبراء الدول المتقدمة العاملين في المنظمات والمؤسسات والواكلات الدولية، والتي يناط بها تقديم الإرشاد للدول النامية ولكنها لا تناسب ظروف هذه الدول.[1]

3. **فرضية التنمية المزدوجة:** لقد احتوت نظرية التغيير الهيكلي ضمنيا وأظهرت صراحة نظريات التبعية الدولية فكرة ثنائية المجتمعات في كل من الدول الفقيرة والغنية، وفي الدول النامية، تظهر هذه الثنائية بوضوح من خلال تركز الثروة في أيدي قلة داخل مساحة كبيرة من الفقر، وهو ما يشير إلى وجود واستمرار تزايد الفرق بين الدول الغنية والدول الفقيرة والشعوب الغنية والشعوب الفقيرة باختلاف مستوياتهم.[2]

رابعا: النظرية الكلاسيكية الجديدة:

استندت هذه النظرية في الدول المتقدمة على سياسات الاقتصاد الكلي التي تركز على جانب العرض، وعلى نظريات التوقعات الرشيدة، بالإضافة إلى تحويل شركات القطاع العام إلى شركات خاصة، أما في الدول النامية فقد أخذ ذلك شكل تحرير الأسواق، والتخلص من القطاع العام وانتهاج أسلوب التخطيط على مستوى الدولة وقيام الحكومة بتنظيم النشاط الاقتصادي بجوانبه المختلف. وتتمثل الحجة الرئيسية للثورة النيوكلاسيكية المعاكسة في القول بأن حالة التخلف الاقتصادي تنتج عن سوء تخصيص الموارد بسبب السياسات السعرية الخاطئة والتدخل المفرط في النشاط الاقتصادي من جانب حكومات دول العالم الثالث.[3]

[1] علي جذوع الشرفات، مرجع سبق ذكره، ص:33.
[2] ميشيل تودارو، مرجع سبق ذكره، ص: 143.
[3] المرجع نفسه، ص:146.

خامسا: النظرية الحديثة للنمو

إن المبدأ الأساسي المحرك لنظرية النمو الحديثة هو تفسير كل من اختلاف معدل النمو بين الدول وارتفاع معدل النمو الملاحظ، لذا فإن النظرية تبحث عن تفسير للعوامل التي تحدد حجم ومعدل نمو الـ **GDP** الذي لم يفسر ويتحدد خارج معادلة النمو النيوكلاسيكي **لسولو**(ويطلق عليه بواقي سولو)، وبناءا عليه فإن النظرية الحديثة أعادت تأكيد أهمية الادخار والاستثمار في الرأس المال البشري في تحقيق النمو السريع في العالم الثالث، ومعدلات النمو تظل ثابتة وتختلف بين الدول بالاعتماد على معدلات الادخار القومي ومستويات التكنولوجيا.[1]

المبحث الثاني: دور السياحة في قضايا التنمية الاقتصادية

تعد السياحة الدعامة الأساسية للتنمية الاقتصادية في العديد من دول العالم، كونها قطاعا مركبا من عدة صناعات، كالفندقة، والنقل والصناعات التقليدية والفلكلورية، فضلا عن الأنشطة التجارية المتعددة كنشاط وكالات وشركات السياحة والسفر، يضاف إلى ذلك نشاط القطاع الحكومي المتمثل في التنسيق والتسهيلات بين مختلف الأجهزة الحكومية، لذلك تعد السياحة من أهم المداخل التي تسهم في حل المشاكل الاقتصادية لما يوفره هذا القطاع من عملات أجنبية، وخلق فرص عمل جديدة من خلال الأنشطة الاستثمارية التي تستقطب رؤوس أموال كبيرة محلية كانت أم أجنبية، كما تساهم في فتح أسواق جديدة للسلع المحلية، وتساهم في تنمية الأقاليم النائية والريفية، وتمثل إحدى وسائل التفاهم والتقارب الحضاري والثقافي بين الشعوب.[2] وفي هذا الشأن سنوضح من خلال هذا المبحث الآثار التنموية المترتبة عن الصناعة السياحية في شتى المجالات الاقتصادية والاجتماعية

[1] حسن محمد القاضي، **الإدارة المالية العالمية**، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص:198.

[2] محسن عبد الله الراجحي، صفاء عبد الجبار الموسوي، عادل عيسى الوزني، **الميزة التنافسية للنشاط السياحي**،ط1، دار الأيام، الأردن، 2016، ص:115.

والثقافية والبيئية، كما سنقف عند بعض الجوانب السلبية لهذه الصناعة، حيث أن فضلا عن الإيجابيات الكثيرة للسياحة إلا أنها لا تخلو من بعض السلبيات كغيرها من الصناعات.

المطلب الأول: دور السياحة في تفعيل حركة الاقتصاد الوطني

تعتبر السياحة من أهم محركات النشاط الاقتصادي، فهي مزيج مركب من الأنشطة والخدمات والصناعات مما يجعلها مرتبطة بكل القطاعات الاقتصادية الأخرى، هذا وبالإضافة إلى النقد الأجنبي الذي تولده المشروعات السياحية، واعتبار الاستثمارات السياحية من أفضل الاستثمارات وأسرعها في تنمية الدخل الوطني، مما يساهم في إنعاش الاقتصاد الوطني الذي ينعكس بدوره على الإنماء الاقتصادي للبلاد.

أولا: مساهمة النشاط السياحي في تنمية الدخل القومي

إن للتنمية السياحية دورا كبيرا وفعالا في تكوين الناتج القومي وقد يختلف هذا الدور بحسب حجم وأهمية القطاع السياحي في الاقتصاد القومي. ويعتبر الدخل السياحي من المقاييس المستخدمة في التعرف على أهمية السياحة في اقتصاديات الدول، ويمكن تقدير وقياس الدخل السياحي (tourism income) لمعرفة إسهام السياحة في الناتج القومي، على غرار ما يحتسب في الصناعة والزراعة، وهناك طرق عديدة لاحتساب الدخل السياحي وتعتبر طريقة الإنفاق السياحي هي الطريقة العلمية الصحيحة التي من خلالها يمكننا التوصل إلى الدخل السياحي، ومعرفة مدى إسهامه في الدخل القومي. والدخل السياحي بموجب هذه الطريقة هو"مجموعة إنفاق أفراد المجتمع على شراء الخدمات السياحية خلال فترة سنة"، وبذلك نتوصل إلى معادلة لاحتساب الدخل السياحي حسب طريقة الإنفاق السياحي على النحو التالي: [1]

[1] محمد دياب، صفاء عبد الجبار الموسوي، حسين منعم الطائي، **التنمية السياحية والسياسات المالية والنقدية**، ط1، الأردن، 2015، ص: 18.(بتصرف)

الدخل السياحي = عوائد المشروعات السياحية جراء تسويق المنتج السياحي + الإدخارات الموجهة للاستثمار السياحي– الضرائب الغير مباشرة + الإعانات والمنح والدعم الحكومي للمنتج السياحي – الاندثار في رأس المال السياحي +– صافي التجارة الخارجية + الزيادة في قيمة المخزون السلعي التابع للقطاع

وبهذا يتم احتساب دور السياحة في الدخل القومي أو الناتج القومي، وبشكل رياضي على أساس أن الدخل السياحي هو جزء من الدخل القومي، كما في المعادلة الآتية:[1]

نسبة إسهام السياحة في الدخل القومي = (الدخل السياحي / الدخل القومي) × 100

ثانيا: الأثر المضاعف للسياحة

عندما يحدث الإنفاق السياحي، فإن هذا الإنفاق قد يؤثر في الاقتصاد الوطني من نواح عدة. ووفقا لريتشارد (G.Richards) فهناك مجموعتان من الروابط بين إنفاق السائح والاقتصاد:[2]

- بنود الإنفاق الواسعة ذات التأثير المباشر، وهذا يتعلق بالإنفاق الفعلي المتعلق بالسياحة، (كالإقامة، النقل والمواصلات والطعام والشراب وخدمات التسويق...الخ).
- الروابط بين الأنشطة التجارية المتعلقة بالسياحة بصورة مباشرة، وتلك الأنشطة التجارية والصناعية التي تزود الأنشطة السياحية بالبضائع والخدمات.

وتعتمد فكرة أن كل إنفاق يوجد دخلا على سلوك دورات الإنفاق في الاقتصاد، عندما يتلقى الاقتصاد حقا نقديا (Monetary Injection) في صورة إنفاق سياحي إضافي فإن هذا الإنفاق يعد دخلا لمن حصل عليه.[3] وبالتالي ينظر إلى أثر الإنفاق السياحي على أنه مجموع الدخول التي تتولد خلال دورات الإنفاق السياحي، وهو ما يطلق عليه 'المضاعف السياحي' والذي تعتمد قيمته

[1] محسن عبد الله الراجحي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 19.
[2] حمزة عبد الحليم درادكة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص:246.
[3] المرجع نفسه، ص: 246.

على نوع وطبيعة العلاقة ودرجة الترابط بين القطاع السياحي ومختلف قطاعات الاقتصاد الوطني، إذ لا يقتصر دور الدخل السياحي في الاقتصاد القومي على الزيادة الأولية في الدخل السياحي، إنما يمتد إلى زيادات متتالية في الدخل القومي ناتجة عن الدخل السياحي وتختلف قيم هذا المضاعف من دولة إلى أخرى وفقا لدرجة التشابك بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى.[1]

وهذا يعني أن الفكرة الأساسية لأثر المضاعف السياحي هو أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الاقتصاد القومي. وتفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة، وتضخم المرتبات، والمكافآت التي تمثل قدرة شرائية جديدة نتيجة للسياحة، فإن الدخل الحر الذي يدخل إلى الدولة من السياحة، يستخدم في استيراد بضائع وخدمات تحتاج إليها الدولة من الخارج، هذه البضائع والخدمات تمتص في الدورة الاقتصادية والإنتاجية للدولة ، وتثمر في مدفوعات للخزانة العامة، نتيجة الضرائب والرسوم المفروضة على هذه البضائع والخدمات المستوردة، وريع إعادة البيع إلى المستهلكين، وأصحاب الحرف والصناعات، ما يؤدي إلى دورات جديدة من الشراء والإنفاق داخل الدولة. ويكون المضاعف السياحي بالشكل الرياضي كالآتي:[2]

المضاعف السياحي = (التغير في الدخل القومي الناتج من الإنفاق السياحي الأولي + التغير في الدخل من الإنفاق السياحي المتولد)/ التغير في الدخل الناتج من الإنفاق السياحي الأولي

ثالثا: مساهمة السياحة في إعادة توزيع الدخل القومي وتحقيق التوازن الاقتصادي

غالبا ما يتم تنفيذ المشروعات التنموية بالدرجة الأساس في المدن الكبيرة والكثيفة بالسكان، ويكون ذلك على حساب المدن الصغيرة والأرياف والأماكن النائية، غير أن ذلك لا ينطبق على التنمية السياحية التي تأخذ بعين الاعتبار أذواق السائحين الذين هم في الغالب من سكان المدن التي

[1] محسن عبد الله الراجحي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص:117.

[2] محمد دياب وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 24.

تمتاز بالتحضر وارتفاع المستوى الثقافي، فالأمر يستوجب إذن توفير خدمات بالمستوى نفسه إن لم تكن أفضل، وبهذا تعود المنفعة على المجتمع المضيف من خلال التطوير والتغيير الذي يحدث نتيجة التنمية السياحية، لأن إقامة المشروعات السياحية في الأقاليم الريفية أو النائية التي تمتلك عوامل الجذب السياحي، تتطلب إنشاء العديد من المشروعات التنموية.[1]

ومن هنا يمكن أن تأثر السياحة على التنمية الريفية باعتبارها مصدرا للدخل بالنسبة للسكان المحليين في المناطق السياحية، مما يقلل من فجوة الأجور بين الأقاليم المختلفة ويعمل على ارتباط السكان بأرضهم حيث يقلل نزوحهم إلى المناطق الحضرية. فإذا انتهجت الدولة التخطيط الإقليمي السياحي فإنها يمكن أن تحقق مزايا كثيرة منها:[2]

- تقريب المستويات الاقتصادية بين الأماكن المختلفة في الدولة؛
- تحقيق تكافؤ الفرص بين المواطنين بين مختلف الأماكن؛
- زيادة التجارب بين المواطنين في تنفيذ خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛
- زيادة معدل التنمية في مجموعها؛
- تقليل الهجرة الداخلية من الريف إلى المدن للتمتع بالخدمات الحضرية.

رابعا: قدرة السياحة على رفد موارد الخزينة العامة للدولة

إن الخزينة العامة للدولة السياحية تستفيد من الموارد التالية للزيادة من حصتها في الضرائب المختلفة مثل:[3]

- الضرائب على المواد الغذائية؛
- ضرائب الأرباح التجارية والصناعية والمشروعات السياحية

[1] محمد دياب و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 23.

[2] حمزة عبد الحليم درادكة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص، ص: 282، 283.

[3] زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص: 45.

- ضرائب الدخول التي تتزايد حصيلتها بتزايد دخول وأرباح المشتغلين بكافة الأعمال المتصلة بصناعة السياحة؛
- رسوم تقديم خدمات الكهرباء،والمياه والاتصالات والبريد...الخ؛
- رسوم الملاحة البحرية(رسوم السفن السياحية في الموانئ).

خامسا: إسهام السياحة في توفير العملة الصعبة

السياحة بكل أنماطها وأنواعها تشكل مصدرا رئيسيا من مصادر اكتساب العملات الأجنبية لما ينفقه السائح على السلع والخدمات من عملات أجنبية، الدخل من العملات الأجنبية ليس هو الدخل الوحيد الذي يعود علينا من السياحة، وذلك أن دخل العملات الأجنبية يمثل الجولة الأولى للدخول المتولدة من هذا القطاع، وهي الجولة التي يكون أحد أطرافها السائح. ولكن هناك جولات أخرى متتالية لتوليد الدخل الذي يكون أحد أطرافه من بلد السياحة وتعود إلى ما أنفقه السائح في الجولة الأولى.[1] وعادة ما يتم توفير العملة الصعبة من خلال النشاطات السياحية بعدة طرق وأساليب أهمها:

- الاستثمار الأجنبي المباشر والغير المباشر في المشاريع السياحية ؛
- الرسوم المفروضة على تأشيرات الدخول وعلى المشروعات السياحية بأنواعها المختلفة؛
- فرق صرف العملات الأجنبية إلى العملة المحلية؛
- الغنفاق اليومي للسياح على مختلف السلع والخدمات السياحية.

سادسا: تحسين وضعية ميزان المدفوعات

تعمل السياحة (كصناعة تصديرية) على تحسين ميزان المدفوعات بالنسبة للدول المستقبلة للسياح من خلال ما تضخه من عائدات سواء على شكل استثمارات أو ضرائب أو رسوم، وذلك لأن ميزان

[1] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص: 82.

المدفوعات يعتبر قيدا مزدوجا يظم كافة المعاملات، وهو يتكون من ميزان المعاملات التجارية وحركة رؤوس الأموال.[1] حيث يعرف **ميزان المدفوعات** على أنه:" السجل الذي يوضح جميع العمليات والعلاقات الاقتصادية الدولية والمالية المختلفة(تجارية، مالية، نقدية...إلخ) التي تمت بين المقيمين في دولة وغير المقيمين بها خلال فترة زمنية معينة (سنة عادة)".[2] كما يمكن وضع للسياحة ميزانا خاص بها يسمى **الميزان السياحي** يشمل كل العمليات المتعلقة بالقطاع السياحي.

حيث أن خدمات (إيرادات، نفقات) السياحة تدرج في حساب التجارة الغير منظورة (حركة الخدمات) تحت عنوان "السياحة والسفر" والتي بدورها عنصر من عناصر ميزان العمليات الجارية، ويعد إنفاق الغير مقيمين (السائحين الأجانب) في الداخل إيرادات تقيد من الجانب الدائن، وهذا الإنفاق يمثل بدوره صادرات غير منظورة، أما إنفاق المواطنين في خارج البلد يعد نفقات(مدفوعات) تقيد في الجانب المدين وهذا الإنفاق يمثل واردات غير منظورة للخدمة والأنشطة السياحية. وتلجأ الكثير من الدول التي تولي أهمية للقطاع السياحي إلى إعداد ميزان فرعي خاص يمثل الميزان السياحي، وقد يأخذ الميزان السياحي شكل أدق وأوسع بحيث يشمل عناصر أخرى ترتبط مباشرة بالنشاط السياحي.[3]

ويتحدد تأثير الميزان السياحي بقيمته الصافية ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء كانت إيجابية أو سلبية، فإذا كانت القيمة الصافية للميزان التجاري سلبية وكان التأثير الصافي للميزان السياحي إيجابيا فإنه قد يغير العجز في الميزان التجاري أو يخفف منه على الأقل، أما إذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري إيجابية وكان التأثير الصافي للميزان السياحي إيجابيا سيساعد هذا التأثير على ميزان مدفوعات الدولة، ويقصد بالقيمة الصافية للميزان السياحي صافي

[1] مصطفى يوسف كافي، **التنمية السياحية**، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر، 2017، ص: 97.

[2] حمزة عبد الحليم درادكة، مرجع سبق ذكره، ص: 268.

[3] مصطفى يوسف الكافي، **التنمية السياحية**، مرجع سبق ذكره، ص:98.

العملية الحسابية للمصروفات السياحية بما فيها الإنفاق على السياحة الخارجية (إنفاق المقيمين من المواطنين والأجانب المسافرين إلى الخارج) وما تحقق من إيرادات سياحية بما فيها عائدات السياحة الوافدة.[1]

ويمكن تصور مدى تأثير القطاع السياحي على ميزان المدفوعات في الشكل التالي كما يراه أحد كتاب الاقتصاد السياحي (**Mc Intosh**) على الشكل التالي:

الجدول رقم (02-01): الميزان السياحي

الجانب الدائن	القيمة	الجانب المدين	القيمة
-الإيرادات السياحية (إنفاق السائحين بالدولة) - الصادرات المنظورة(السلع والبضائع، الآلات والمعدات السياحية، القطع الأثرية والهدايا) - النقل (نصيب المؤسسة الوطنية للطيران والملاحة من النقل السياحي الدولي) - المصروفات على الدعاية السياحية والإعلانات الأجنبية السياحية في البلد المضيف. - التحويلات من العاملين الوطنيين بقطاع السياحة في الخارج -العائدات من الاستثمارات السياحية الخارج.		-المصروفات السياحية للمواطنين بالخارج -الواردات(البضائع المستوردة، مأكولات، مشروبات وآلات وغيرها لقطاع السياحة) - النقل (نصيب الشركات الأجنبية للطيران والملاحة من سفر المواطنين للسياحة) - المصروفات على الدعاية السياحية والوطنية والسياحية في الخارج - التحويلات من العاملين الأجانب من عملهم بالبلد المضيف بالخارج -الاستثمارات السياحية الوطنية بالخارج.	

المصدر: أحمد الجلاد، **الجغرافيا السياحية**، عالم الكتب، مصر، 1998. ص: 161.

سابعا: إسهام السياحة في الاستخدام و تكوين فرص العمل

إن فرص العمال ذوي المهارات المتدنية بشكل عام، والجماعات العرقية الصغيرة والعمال المهاجرين، والذين لا يستطيعون سوى العمل بدوام جزئي، وهذا النوع من فرص العمل من شأنها أن تكون دخلا إضافيا هاما للمتقاعدين وغيرهم ممن يمرون بتحولات مؤقتة في عملهم، كما يمنح

[1] زيد سلمان عبوي، مرجع سبق ذكره، ص:45.

قطاع السياح فرصة لدخول المرأة في مجال العمل وخلق العمل الحر في الأنشطة الصغيرة والمتوسطة وبالتالي خلق مسارات للقضاء على الفقر في المجتمعات المحلية. بالإضافة إلى قطاع الفندقة الذي يشكل جزءا رئيسيا لا يتجزأ من القطاع السياحي والذي يشغل نسبة عالية من العاملين الشباب.[1]

وبالتالي تعد السياحة مصدرا مهما من مصادر العمالة وذلك أن قطاع السياحة والقطاعات الأخرى المعتمدة عليه شديدة الكثافة في استخدام عنصر العمالة بالنظر إلى الأنشطة الاقتصادية الأخرى، وتشير الدراسات إلى أن كل غرفة فندقية تنشئ 2.75 فرصة عمل في مجالات مختلفة أي 100 غرفة × 2.75 = 275 فرصة عمل ولذلك فإن كل الدراسات الدولية الجارية في سوق السياحة تؤكد أنه من بين كل عشرة يعملون يوجد واحد من العاملين في مجال السياحة والفنادق.[2]

وللسياحة قدرة على توليد العمالة في الاقتصاد الوطني من خلال:[3]

1. **العمالة المباشرة Direct Employement**: وتشمل فرص العمل المتاحة في المنشآت السياحية والفندقية كوكالات السفر وشركات النقل السياحي وبيع التذاكر والتسويق السياحي ومحل بيع التحف والتذكارات والفنادق والمطاعم ودور الترويج وغيرها من الأماكن التي يزورها السائح. وقد أوضحت دراسة **Archer** أن العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق في القطاع السياحي تمثل ضعف العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق في أي قطاع آخر.
2. **العمالة الغير مباشرة Indirect Employement**: وتشمل العمالة الغير مباشرة الناتجة عن الإنفاق الغير مباشر للسائح مثل قطاع الإمداد (الطعام والشراب)، المحلات التجارية السياحية (الأثاث والمباني، والأطباء البشريين وأطباء الأسنان...إلخ).

---

[1] World tourism organization, international labour organization, **Measuring Employement in the tourism Industries**, spain,2014, p,p :16,19.

[2] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص: 83.

[3] محمد عبد الحليم درادكة، مرجع سبق ذكره، ص،ص: 258،259.

ثامنا: تحقيق التكامل الرأسي والأفقي بين القطاعات الاقتصادية

التوسع في إنشاء المشاريع السياحية يرتبط به ظهور مشاريع أخرى جديدة، تمارس نشاطات اقتصادية معينة يزداد عليها الطلب نتيجة نشاط الحركة السياحية وزيادة الطلب، حيث يعمل تطوير وتنشيط قطاع السياحة على إيجاد أنواع متعددة ومختلفة من العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى الكثيرة والمتنوعة ينجم عنها تحقيق عدة منافع اقتصادية مباشرة أو غير مباشرة، مثل: [1]

- جذب الاستثمارات الأجنبية؛
- تشجيع رأس المال الوطني على الاستثمار في المشاريع الجديدة؛
- خلق فرص عمل جديدة؛
- استغلال الموارد الطبيعية والبشرية؛
- زيادة إيرادات الدولة وبالتالي القدرة على تمويل المشاريع التنموية.

تاسعا:إسهام السياحة في تنشيط حركة الإنتاج والاستثمار في القطاعات الأخرى

للسياحة قدرة عالية على خلق سلسلة من العمليات والنشاطات الإنتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي، وذلك بسبب امتداد آثار الطلب السياحي المعقدة والمركبة في العديد من السلع والخدمات إلى القطاعات الرئيسية كافة منه والثانوية التي تسهم في تصنيع المنتج السياحي. والسياحة كصناعة مركبة تتضمن مجالات مختلفة للاستثمار مثل الفنادق ومراكز الاستشفاء، والمطاعم ومراكز الرياضة والترويج والقرى السياحية وشركات السفر ووسائل النقل السياحي بالإضافة للمشروعات الكبرى مثل تخطيط مدن سياحية متكاملة، تتضمن مجتمعات سياحية متعددة.[2]

ومن منظور آخر قد يترتب على السياحة آثار اقتصادية سلبية بإمكانها التقليل من فعاليتها على النشاط الاقتصادي، وهذا إذا لم يتم ضبطه وترشيده بما يحقق الأهداف الاقتصادية للمجتمع

[1] مصطفى يوسف كافي، **التنمية السياحية**، مرجع سبق ذكره، ص:96.

[2] محمد دياب وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 24.

ككل، ويمكن حصر أبرز الآثار السلبية التي يمكن أن تحد من دور السياحة في النشاط الاقتصادي في النقاط التالية:

- التضخم النقدي: ترتفع أسعار المنتج السياحي، وأسعار السلع الأخرى التي يقبل على شرائها السائحون نتيجة ارتفاع الطلب السياحي بشكل كبير في موسم الذروة السياحية، ويقابل ذلك انخفاض بالعرض بحيث لا يستطيع أن يوازي الطلب السياحي، ومن الأسباب الرئيسية أيضا زيادة السائح على شراء السلع والخدمات في المكان السياحي بشكل أكبر من مكان إقامته، كذلك التنافس بين المنتجين في النشاط السياحي على شراء مستلزمات الإنتاج في موسم الذروة يؤدي إلى ارتفاع الإنتاج السياحي، ورغبة المنتجين في النشاط السياحي إلى زيادة هوامش أرباحهم، كتعويض على ما فاتهم في موسم الكساد.[1]
- التسرب السياحي: يتمثل في إعادة تصدير العملات الأجنبية لدفع قيمة السلع والخدمات المستوردة اللازمة للعملية السياحية أو الاستعانة بالخبرات الأجنبية للإدارة والتسويق.[2] وهذا ينطبق أيضا على الاستثمار الأجنبي المباشر لما يتم تحويله من مكاسب كثيرة للبلد الأصلي.

  إلا أن التسرب الاقتصادي ينطبق على كل القطاعات الاقتصادية فالمهم هو درجة التحكم في مستوى التسرب السياحي.
- تخلق السياحة نوع من تشتت في العمالة إذا كان القطاع السياحي يجتذب عددا كبيرا من العمالة على حساب القطاعات الاقتصادية الأخرى والتي تكون أكثر إنتاجية مثل: الزراعة.
- السياحة رغم أهميتها الاقتصادية البالغة إلا أنها عرضة لتقلبات الأسعار وتباين قدرات ومهارات الترويج والتسويق السياحي باعتبارها قطاع موسمي، وبذلك فإن الاعتماد المفرط على القطاع السياحي قد يشكل خطر على الاقتصاد الوطني.

[1] محمد دياب وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 27.

[2] مصطفى يوسف كافي، **التنمية السياحية**، مرجع سبق ذكره، ص: 95.

المطلب الثاني: دور السياحة في تطوير التنمية الاجتماعية والثقافية

لا يقل الدور الاجتماعي والثقافي عن الدور الاقتصادي للسياحة، فهي تساهم في رفع القدرة المعيشية للأفراد وتحقق توازن وعدالة في توزيع الدخل، كما تساهم في زيادة الوعي الثقافي للمجتمع المحلي والإطلاع على حضارات العالم المختلفة، باعتبارها جسر تواصل ثقافي وحضاري بين المجتمعات والشعوب.

أولا: الأهمية الاجتماعية للسياحة

يمكن للسياحة أن تحدث أثرا كبيرا ومباشرا على التنمية الاجتماعية، من خلال ما يترتب عليها في مجال تغير وتطوير ظروف الأفراد ورفع معدلات دخولهم، وبالتالي ما يمكن أن ينعكس عن ذلك من أثر إيجابي كبير في رفع قدراتهم الشرائية وتوافر أفضل الخدمات لأفراد أسرهم من تعليم وصحة، وإسكان ونقل، و...إلخ.[1] ويتجلى ذلك من خلال: [2]

- الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل (البطالة، الركود الاقتصادي) وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة؛
- السياحة الداخلية أصبحت تعبيرا عن الرغبة في رفع مستوى الصحة النفسية للشعب وللقضاء على التلوث البيئي بانتشار المسطحات المائية والمساحات الخضراء؛
- الاستثمار السياحي دائما يكون له عائد جانبي يتمثل في رصف الطرق وتجميل المناطق، وتحسين الخدمة التلفونية، ومشروعات الصرف الصحي، وكذلك يحدث رواج على مستوى المناطق السياحية والكل ينتفع؛

[1] محمد دياب وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 31.

[2] نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص:،ص:85،86

- تطوير السياحة وإنشاء المجتمعات الجديدة وإنشاء البيئة التي تسهل الاتصال والاحتكاك بثقافات وحضارات مختلفة تؤدي إلى التنمية الاجتماعية للمناطق المزدهرة سياحيا؛
- السياحة أصبحت من مصادر التغير والتحول الطبقي بين أفراد المجتمعات السياحية، نظرا لأن بعض فئات المجتمع التي ترتبط أعمالهم بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون من طبقة اجتماعية إلى طبقة أعلى لما يحققونه من مكاسب وأرباح عن طريق العمل السياحي.

ثانيا: دور السياحة في تنمية البيئة الثقافية

السياحة جسر تواصل حضاري يسمح بتنمية العلاقات الثقافية والإنسانية بين مختلف المجتمعات والشعوب، من خلال تبادل الخبرات بالإطلاع على ثقافة الغير، كاكتساب لغات ومهارات جديدة، وتتضح أكثر الأهمية الثقافية للسياحة من خلال النقاط التالية:

- تعمل السياحة على إحياء التقاليد المعمارية المحلية بشرط أن تحترم الخصائص الذاتية للأقاليم والتراث والبيئة الحضارية، وقد يؤدي ذلك إلى تجديد وإحياء الكثير من مراكز المدن المختلفة كما يحدث في أوروبا والولايات المتحدة وكندا؛[1]
- المحافظة على الأماكن الأثرية والتاريخية من خلال مشاريع التنمية السياحية التي تتيح توظيف المباني التاريخية والأثرية باستخدامات سياحية جديدة توفر دخلا يمكن استغلاله في ترميم وصيانة هذه المباني وحمايتها من التدهور والتدمير، كما جاء في المعاهدات الدولية للمحافظة على التراث المعماري، ولإعادة تأهيل الموارد التراثية الاهتمام بالقيم الثقافية المعرضة لخطر الزوال، وإعطائها قيمة اقتصادية لتسويقها.[2]

[1] أحمد فوزي ملوخية، **التنمية السياحية**، ط1،دار الفكر الجامعي،الإسكندرية،2007، ص:151.

[2] محمد دياب، مرجع سبق ذكره، ص: 29.

- تؤدي السياحة إلى إعادة بعث الفنون المحلية والمصنوعات اليدوية والنشاطات الحضارية في مختلف مناطق الدولة، وكذلك إعادة بغث طريقة الحياة الاجتماعية والحضارية للسكان المحليين في المناطق السياحية البعيدة عن العمران.[1]
- إحياء الفنون التقليدية (التراث الشعبي)، حيث أن السياحة الثقافية من أهم الأسباب الدافعة لإحياء التراث الشعبي، بما يحمله في طياته من عادات وتقاليد اجتماعية، فهي التي تدفع المزيد من السياح إلى البلد أو المنطقة التي تتصف بغناها بالتراث الشعبي وتنوعه. كما ثبتت التجارب ان اهتمام السائح بالثقافة يدفع المسئولين إلى تقوية وإحياء الفنون التقليدية مثل الاحتفالات، المهرجانات، المعارض، لاستثمارها سياحيا من جهة ولتقوية الإحساس بالأصالة والهوية المتميزة للسكان المحليين من جهة أخرى.[2]

ولكن مقابل لكل الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية التي يمكن أن تساهم السياحة في تحقيقها، قد تؤثر سلبا على خصوصية المجتمع، إذ ما لم يتم التنظيم المسؤول للسياحة بالشكل الذي يضمن المحافظة على قيم ومعتقدات المجتمع المحلي، إذ تكمن الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية الناتجة عن السياحة فيما يلي:

- التحولات الاجتماعية: لأن النشاط السياحي يتطلب الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتعميرها وتنميتها وإعدادها لاستقبال السائحين بما في ذلك من أماكن إقامة مختلفة (قرى سياحية وفنادق ومنتجعات) ويتولد عن ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة للسكان هذه المناطق وتختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية التي نشئوا وتربو عليها مما يؤدي إلى تحولات وتغيرات جذرية في هذه المجتمعات؛[3]

[1] أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص: 151.

[2] حمزة عبد الحليم درادكة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص:291.

[3] ماهر السيسي، مرجع سبق ذكره، ص: 131.

- انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي والأخلاقي: بعض الدول تعاني من انخفاض مستوى المعيشة ونقص الإمكانيات المتاحة في الوقت الذي تفد إلى هذه الدول أنماط مختلفة من السائحين بعاداتهم الاستهلاكية وقدراتهم المالية مما يؤدي إلى اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة وإن كانت بوسائل غير مشروعة، فتظهر كفة المستغلين والوسطاء للسائح في مختلف المجالات والمروجين لبعض صور الانحراف تحت مسميات متعددة مثل التسلية والترفيه والمتعة والراحة؛[1]
- خلق الفوارق الاجتماعية نتيجة التوزيع الغير متكافئ للمكاسب الاقتصادية في المقاصد السياحية؛
- فقدان بعض الفئات لعملهم في أوقات الكساد، نتيجة انخفاض السياح الوافدين(الطلب السياحي) بحكم موسمية النشاط السياحي؛
- حدوث تغيرا في أنماط الاستهلاك في المجتمع المحلي؛
- مضايقة السكان المحليين وزيادة الازدحام، وحدوث تضارب بين تطلعاتهم واهتمامات السياح؛
- التآكل الثقافي وتغيير نظم الصناعات التقليدية، كإدخال تعديلات على بعض التحف والصناعات اليدوية لتتواءم مع أذواق السياح الأجانب.

المطلب الثالث: تأثير النشاط السياحي على البيئة الطبيعية

ازداد التوجه العالمي صوب الاهتمام بالبيئة الطبيعية والمحافظة عليها من التلوث منذ سنوات السبعينيات من القرن العشرين، وذلك بعد مؤتمر ستوكهولم حول البيئة البشرية بالسويد عام 1972، ولا شك أن حماية البيئة ومنع تدهورها عامل فعال في التنمية السياحية، باعتبار أن البيئة الطبيعية النقية والجميلة هي أساس النشاط السياحي.

[1] ماهر السيسي، مرجع سبق ذكره، ص:132.

وأصبحت السياحة الإيكولوجية الأكثر تأثرا بمفهوم الاستدامة، كونها تتعامل مباشرة مع المعطيات الطبيعية والخصائص البيئية، وارتبط هذا النوع من السياحة بشكل رئيسي بحماية وصيانة الموارد الطبيعية والبيئية والثقافية والمحافظة عليها لسنوات طويلة قادمة ليس للأجيال الحالية وإنما للأجيال القادمة أيضا، والأصل في ذلك المحافظة على علاقات متوازنة بين الأنشطة البشرية والغطاء النباتي والحيوانات، ولهذا أصبحت المحميات الطبيعية تقع في رأس أولويات برامج التنمية السياحية المرتبطة بهذا النوع.[1]

وبالتالي تعتبر السياحة على الصعيد البيئي عاملا جاذبا للسياح لإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة، والتعرف على تضاريسها وعلى نبتاتها والحياة الفطرية، بالإضافة إلى زيارة المجمعات المحلية لتعرف على عاداتها وتقاليدها.[2] إذ تعرف السياحة ذات التوازن البيئي على أنها" ظاهرة جديدة تهدف إلى البحث والدراسة والتأمل في الطبيعة والنباتات والحيوانات وتوفير الراحة للإنسان، فالميزة التي يتيحها تطبيق السياحة البيئية هي ربط الاستثمار والمشاريع الإنتاجية للمجتمع المحلي مع حماية البيئة والتنوع الحيوي والثقافي للسياحة وفق معادلة تنموية واحدة، وذلك عن طريق إعداد برامج سياحية تعتمد على توجيه السياحة نحو المواقع المميزة بيئيا مع التأكيد على ممارسات سلوكية سياحية إبداعية ومسلية، دون المساس بنوعية البيئة أو التأثير عليها"[3]

ولقد أصبح يقينا بأن ممارسة النشاط السياحي البيئي سوف يؤدي إلى:[4]

- الحد من ظاهرة التلوث بأشكاله المختلفة، والعمل على مشروعات حديثة للبيئة، تعمل على صيانتها والحفاظ على فطريتها ونقائها وصفائها؛

---

[1] مصطفى يوسف الكافي، **السياحة البيئية المستدامة"تحدياتها وآفاقها المستقبلية**"، مرجع سبق ذكره، ص:09

[2] خليف مصطفى غرايبية، **السياحة البيئية، "مع التركيز على الوطن العربي بشكل عام والأردن بشكل خاص**"، ناشري للنشر الإلكتروني،الأردن، 2016، ص:21.

[3] محمد صيرفي، **السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر**، ط1، المكتب الجامعي الحديث، 2009، ص:230.

[4] محسن أحمد الخضيري، **السياحة البيئية، مجموعة النيل العربية**، مصر ،2005،ص،ص:،25.17.

- المحافظة على التنوع البيولوجي القطري القائم في الطبيعة البرية النقية ما يعنيه ذلك من الحد من الهدر البيئي ومن التهديدات البيئية الخطيرة، مما يساعد على استعادة التوازن الطبيعي وإيقاف التدهور الناجم عن التلوث ومنع مخاطره على الكائنات الحية؛
- العمل على استعادة التنوع البيولوجي وتطويره؛
- زيادة الرقعة الخضراء والحد من ظاهرة التصحر، ووقف زحف الصحراء على الأراضي الزراعية، مما يعنيه ذلك من زيادة إنتاج الأوكسجين ومعالجة ثاني وأكسيد الكربون، والحد من ظاهرة الانبعاث الحراري؛
- توفر عناصر الجذب السياحي الجمالي، والإبهار الطبيعي الحيوي التي توفره مشروعات السياحة البيئية سواء في المقصد السياحي البيئي، أو في المنطقة المحيطة بهذا المقصد؛
- الحفاظ على حق الأجيال القادمة في التمتع بالحياة، والعيش في بيئة نظيفة، صحية وآمنة.

إن السياحة وباعتبارها قطاع يساهم بشكل فعال في التنمية الاقتصادية من خلال الآثار الإيجابية على البيئة الطبيعية للمقصد السياحي، إلا أن للتدفق السياحي آثار سلبية يمكن أن تضر بالبيئة، وبشكل عام يمكن إيجاز هذه الآثار على سبيل المثال لا الحصر في النقاط التالية:

- الاستغلال المفرط للموارد الطبيعية: إن تطور السياحة والبني التحتية ذات الصلة بهذا النشاط غالبا ما تسبب الإضرار بالمناطق الطبيعية وتآكل التربة بسبب التوسع العمراني وكذا الإضرار بمصادر المياه العذبة والتي هي محدودة في الأساس ببغض المناطق.[1]
- ممارسة السياح لبعض الرياضات البحرية مثل الغطس والتزحلق على المياه قد يؤدي إلى زيادة الإضرار بالحياة البحرية من أسماك نادرة ملونة والشعب المرجانية؛[2]

[1] هويدي عبد الجليل، **العلاقات التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة**، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 09، جامعة الوادي، ديسمبر 2014، ص: 215.

[2] محمد صيرفي، **السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر**، مرجع سبق ذكره، ص:230.

- إذا لم يأخذ التخطيط السياحي بعين الاعتبار استعمالات الأرض وخدمات البنية التحتية، فستكون البنية التحتية محملة بأكثر من طاقتها وينشأ عنها كثافة في حركة النقل وعدم كفاية المياه وأنظمة التخلص من النفايات؛[1]
- تلوث الهواء والمياه الجوفية والسطحية نتيجة لزيادة النفايات السائلة والصلبة والمواد الكيماوية الغير معالجة؛

المبحث الثالث: الأخذ بالتنمية السياحية المستدامة لتعزيز مبادئ التنمية الاقتصادية واستدامتها

تعتبر التنمية السياحية من أحدث أنواع التنمية المختلفة، وأحد أهم الأساليب العلمية لبلوغ التنمية الشاملة، فهي تهدف للارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية وإمداد المقصد السياحي بالمرافق الأساسية، كما تقوم على محاولة علمية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي في إطار المحافظة على التوازن البيئي والحفاظ على حق الأجيال القادمة من الثروات الطبيعية، وذلك تحت مفهوم التنمية السياحية المستدامة، إلا أن كل ذلك يتطلب انتهاج أسلوب علمي يهدف إلى تنسيق الجهود وحشد كل طاقات المجتمع، وذلك من خلال التخطيط السياحي الذي يعتبر ضرورة من ضروريات التنمية السياحية الرشيدة. لذلك جاء هذا المبحث ليتناول كل من التخطيط السياحي والتنمية السياحية واستدامتها كأحد أهم الأساليب لدعم المسار التنموي.

المطلب الأول: التخطيط السياحي

يعتبر التخطيط من بين الآليات التي تعمل بها الدول لوضع برامج عمل للمستقبل بالشكل الذي يستهدف حشد كل موارد المجتمع واستغلالها بشكل منظم وفعال، ولا شك أن بلوغ أهداف التنمية السياحية لا يتحقق إلا بوضع خطط وبرامج سياحية قادرة على مواءمة الموارد السياحية مع رغبات

[1] حمزة عبد الحليم درادكة، مرجع سبق ذكره، ص: 324.

ومتطلبات السوق السياحي، وضمان تكيفها مع المجتمع المحلي للمقصد السياحي، مما يجعلها متفاعلة مع الخطة التنموية الشاملة، لذلك خصص هذا المطلب لإظهار المفاهيم الأساسية المرتبطة بالتخطيط السياحي كمرحلة أولية لتنفيذ إستراتيجية التنمية السياحية.

أولا: مفهوم التخطيط السياحي

ارتبط ظهور التخطيط السياحي بعد الحرب العالمية الثانية ببروز السياحة كظاهرة اجتماعية واقتصادية، وبالتطور السريع الذي شهدته حركة السياحة الدولية إلى جانب تعدد وتنوع أشكالها، الأمر الذي استدعى ضرورة تنظيم وتوجيه النشاط السياحي بشكل يحقق أقصى درجات النفع الاقتصادي مع تحقيق كل متطلبات السياح، وقد استدعى ذلك تبني أسلوب التخطيط السياحي كمنهج علمي لتنظيم وإدارة النشاط السياحي.

ويعرف التخطيط السياحي بأنه:" رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة، يقتضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنتظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية".[1]

وفي تعريف أشمل يقال بأنه: "أسلوب تنظيمي يهدف إلى تنظيم التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال فترة معلومة، وذلك عن طريق حصر إمكانيات المجتمع السياحية، المادية والبشرية وتعريفها وتحريكها نحو تحقيق أهداف المجتمع وفلسفته الاجتماعية التي ارتضاها إطارا لوجوده ونموه".[2] هذا التعريف أكثر شمولية بحيث ركز على ما يصاحب عملية التخطيط السياحي بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وهذا دليل على ترابط النشاط السياحي بباقي الأنشطة في المجتمع،

[1] محمد عمر مؤمن، مرجع سابق، ص: 102.

[2] محمد فريد عبد الله، صفاء عبد الجبار الموسمي،حيدر السلطاني الموسوي، **التخطيط والتنمية السياحية**، ط1، دار الأيام، الأردن، 2015، ص:27.

لذلك ينبغي أن لا يقتصر التخطيط السياحي على جهة معينة وإنما ينبغي إشراك كل الفاعلين في القطاع السياحي من القطاع العام والخاص، ومقدمي الخدمات السياحية من مؤسسات ورجال أعمال والمجتمع المضيف والمستهلكين أي السياح.

وتعتمد نجاح عملية التخطيط السياحي على عدة عوامل تشمل ما يلي:[1]

- أن تكون خطة التنمية السياحية جزءا لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية؛
- أن تحقق هذه الخطة توازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة؛
- أن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية؛
- أن تكون هذه الصناعة جزءا من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة؛
- أن تحدد الدولة مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي؛
- أن يتم تحديد دور كل من القطاعين العام والخاص في عملية التنمية؛
- التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.

ثانيا: أهداف التخطيط السياحي

أثبتت العديد من التجارب في دول العالم أنه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السليم والمناسب، ويمكن لهذه العائدات أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناضج الذي يسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:[2]

[1] نور الدين هرمز، **التخطيط السياحي و التنمية السياحية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 03،2006، ص:14.

[2] محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص:107.

- تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، ورسم السياسات السياحية ووضع إجراءات تنفيذها؛
- ضبط و تنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية؛
- تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية أينما كان ذلك ضروريا؛
- مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن؛
- الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية وحماية النادر منها؛
- صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية؛
- تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية؛
- المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة؛
- توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية؛
- تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.

ثالثا: مستويات التخطيط السياحي

يتم التخطيط السياحي على عدة مستويات، ويمكن الحديث بشكل عام عن أربع مستويات للتخطيط السياحي وهي:

1. **التخطيط السياحي الدولي:** يشمل هذا التخطيط كل ما يتعلق بشؤون السياحة في دول العالم، كالنقل الجوي الدولي، وبرمجة الرحلات التي تتضمن عدة بلدان، كما يشمل المنظمات الدولية مثل منظمة السياحة العالمية **WTO**، وسياساتها الإقليمية وبحوثها السياحية وتشجيعها

للتعاون السياحي الدولي.[1] وقد يشمل هذا التخطيط مجال الترويج والتسويق بالإضافة إلى تطوير مقومات الجذب السياحي التي تتوزع جغرافيا في عدة دول متجاورة.

2. **التخطيط السياحي المحلي:** يكون التخطيط السياحي في هذا المستوى متخصص وتفصيليا أكثر منه في المستويات الأخرى، وعادة يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة كالتوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنشآت النوم والتسهيلات السياحية، مناطق وعناصر الجذب السياحي، شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمنتزهات والمحميات، ونظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.[2]
3. **التخطيط السياحي الإقليمي:** هو نوع متخصص من التخطيط المكاني يختص أساسا بالتخطيط الطبيعي للنشاط في الحيز الاقتصادي وذلك بالنسبة للمساحات التي تزيد عن مدينة واحدة، ويهدف إلى تنمية الإقليم عن طريق خلق مراكز للنمو قادرة على إحداث آثار متولدة في شكل أنشطة اقتصادية واجتماعية جديدة.[3]ويعتبر التخطيط الإقليمي ترجمة للتخطيط الوطني بحيث يضمن التوازن وعدم التفاوت بين مختلف المناطق السياحية على المستوى الوطني.
4. **التخطيط السياحي الوطني:** يغطي التخطيط السياحي في هذا المستوى جميع الجوانب التي يغطيها في المستوى الإقليمي ولكن بشكل أقل تخصصا وتفصيلا وعلى مستوى القطر أو الدولة بجميع أقاليمها ومناطقها.[4]

أصبحت السياحة أحد أهم أشكال العلاقات الاقتصادية والاجتماعية بين الدول نظرا للنمو السريع الذي تشهده في الآونة الأخيرة حيث أصبحت الدول تتنافس لجذب السياح، مما أدى إلى بروز

[1] محمد فريد عبد الله وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص:57.
[2] محمد عمر مؤمن، مرجع سبق ذكره، ص:109.
[3] محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص: 164.
[4] علي فلاح الزعبي، مرجع سبق ذكره، ص:111.

أهمية دراسة السوق السياحي ومكوناته لإيجاد السبل نحو تطوير السياحة، فمن خلال هذا المبحث سنتعرف أكثر على السوق السياحي وتطور حركة السياحة العالمية والمنظمات السياحية التي تسعى لتطوير وتفعيل النشاط السياحي.

المطلب الثاني: التنمية السياحية بين المفهوم، الأهداف ومراحل الإعداد

أضحت التنمية السياحية من أبرز أنواع التنمية وأحدثها، إذ لا تختلف كثيرا عن التنمية الشاملة باعتبارها مصدر لتنظيم وترشيد استغلال الموارد سواء كانت طبيعية، بشرية، ثقافية، اقتصادية وبيئية، بحيث تتحقق قاعدة من التسهيلات والخدمات السياحية التي تتناسب ومتطلبات السياح، مما يسمح بنمو الدخل السياحي وما يصاحبه من آثار تنعكس بالإيجاب على التنمية الاقتصادية.

أولا: مفهوم التنمية السياحية

اكتسبت التنمية السياحية أهمية بالغة نظرا لدورها في تفعيل الحركة السياحية، فقد عرفت عدة مفاهيم حيث يعبر مصطلح التنمية السياحية على أنه: "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي عملية مركبة ومتشعبة تضم عناصر متصلة ومتداخلة مع بعضها بعضا، وتقوم على محاولة عملية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية، من خلال إطار طبيعي حضاري، والمرافق العامة والسياحية المعتمدة على التقدم العلمي والتكنولوجي، وربط كل ذلك مع عناصر البيئة واستخدامات الطاقة المتجددة، وتنمية موارد الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية".[1]

وعرفت أيضا بأنها " توفير التسهيلات والخدمات، لإشباع حاجات ورغبات السياح، وهي بناء وتوسع وارتقاء بالخدمات السياحية، وهي استغلال أمثل للمقومات السياحية، ولها تأثيرات

[1] محمد عمر مؤمن، مرجع سبق ذكره، ص: 114.

اجتماعية، واقتصادية من إيجاد فرص عمل جديدة، وزيادة في الدخل، وهي تنمية حضارية شاملة للمقومات الطبيعية كافة والإنسانية منها والمادية".[1]

وفي تعريف آخر بأنها "جزء من خطة تنموية شاملة عادة ما تكون مشتركة بين القطاع العام والخاص، فكل منهما يشترك بشكل كبير بأجزاء معينة من المشروع السياحي فالحكومة توفر عادة خدمات البنى التحتية كالماء والنقل وغيرهما والقطاع الخاص يوفر البنى الفوقية كالمطاعم والفنادق وغيرها".[2]

كما وقد تمت مناقشة موضوع التنمية السياحية والدور الذي يمكن أن تسهم به في تنمية اقتصاديات الدول بما يلي:

- الاستغلال العقلاني للموارد الخاصة بالدولة، وتحقيق التوازن بين أقاليم الدولة الواحدة؛
- تفعيل المنافسة الدولية من خلال مضاعفة الفرص السوق الدولية ؛
- القدرة على توفير الخدمات الأساسية؛
- المساهمة في توازن وتحسين رصيد ميزان المدفوعات؛

ثانيا: أهداف التنمية السياحية

تتعدد وتختلف أهداف التنمية السياحية باختلاف المقاصد السياحية والمقومات الطبيعية والثقافية والبشرية والعمرانية التي تتميز بها، بالإضافة إلى إمكانياتها التنموية، واختلاف أنماط السياح المحليين منهم أو الأجانب، ويأتي في مقدمة هذه الأهداف:[3]

- تدعيم الارتباط الإنتاجي بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى؛

[1] محمد فريد عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص:.57.

[2] صفاء عبد الجبار الموسوي، طه مهدي محمود، **التضخم الاقتصادي والتنمية السياحية** ، ط1، دار الأيام، الأردن، 2016، ص:54.

[3] مصطفى يوسف كافي مرجع سبق ذكره، ص: 26.

- تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية للدولة، ويتحقق ذلك بدعم القدرة التنافسية لصناعة السياحة وذلك برفع إنتاجية الموارد البشرية وغير البشرية الموظفة فيها والسياسات التسويقية الخارجية ؛
- تعظيم الآثار الإيجابية للسياحة من النواحي الاجتماعية والثقافية مع التخلص قدر الإمكان من الآثار السلبية لهذه النواحي؛
- المساهمة في تنمية البيئة والمحافظة عليها من خلال الاهتمام بمناطق الجذب السياحي.

ولضمان تحقيق هذه الأهداف لابد من تكاتف كل العناصر والجهود المكونة للحقل السياحي، كما يجب مراعاة جملة من الاعتبارات اللازمة لصناعة التنمية السياحية، نذكر منها:[1]

- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب؛
- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة، وفيما إذا كان الاستثمار سيدر ربحا أم لا؛
- المحافظة على حقيقة المواقع السياحية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية؛
- ربط خطة التنمية السياحية بخطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط؛
- رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية، لأنهما يؤديان دورا مهما في تطوير التنمية السياحية، فحين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي، تجعل السائح في يرغب في العودة إلى البلد.

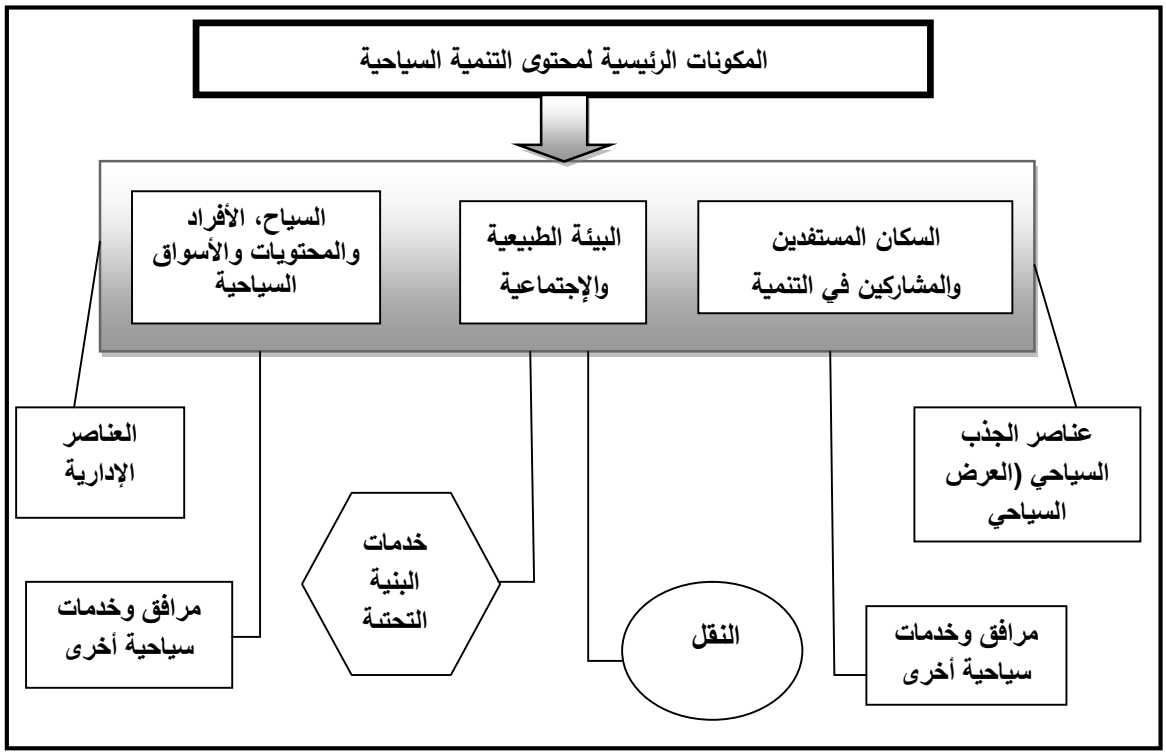
[1] سمر رفقي الرحبي، مرجع سبق ذكره، ص:116.

- دعم الدولة للقطاع السياحي عبر معاونة القطاع الخاص وتنفيذ البرامج السياحية، ويكون ذلك عبر خطة إعلامية تسويقية متكاملة؛

ثالثا: عناصر التنمية السياحية

تتكون عناصر التنمية السياحية من عدة عناصر يمكن تمثيلها في الشكل التالي:

الشكل رقم(02-01): العناصر الرئيسية للتنمية السياحية



المصدر: مصطفى يوسف الكافي،**التنمية السياحية**، مرجع سبق ذكره، ص.28.

ويضاف إلى هذه العناصر الهيئات والجهات المنفذة للتنمية، وهذه تشمل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معا، وعادة ما يتحدد دور الأجهزة الحكومية في التنمية السياحية في الأمور الآتية:[1]

- تقديم التسهيلات الأمنية، الصحية، والتسهيلات الجمركية وتسهيلات سمات الدخول،...إلخ؛
- حملات الدعاية والتسويق السياحي لجذب التمويل الخارجي؛
- تقديم الحوافز لتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار؛

[1] محمد دياب وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 14.

- تحديد الأهداف الوطنية للتنمية السياحية ودمجها ضمن الخطة الشاملة؛
- توزيع فرص التنمية بين الأقاليم من خلال التخطيط الإقليمي؛
- توفير خدمات ومرافق البنية التحتية والنقل وتطويرها لتلاءم الخدمات الحديثة؛
- وضع السياسات التي من شأنها تشجيع السياحة الداخلية والعالمية وجذب الاستثمار الخارجي، ويشمل هذا العنصر كذلك بالتعليم والتدريب السياحي وسياسات واستراتيجيات التسويق والاستثمار والرقابة البيئية والثقافية والاقتصادية.

رابعا: مراحل التنمية السياحية

تناولت عدة دراسات مراحل التنمية السياحية، انطلاقا من دراسات لمنطق سياحية متعددة، ومن أبرز هذه المراحل نذكر:

1. نموذج ميوسك (Miossec): تقسم مراحل التنمية السياحية وفق هذا النموذج إلى مراحل عديدة منها:[1]

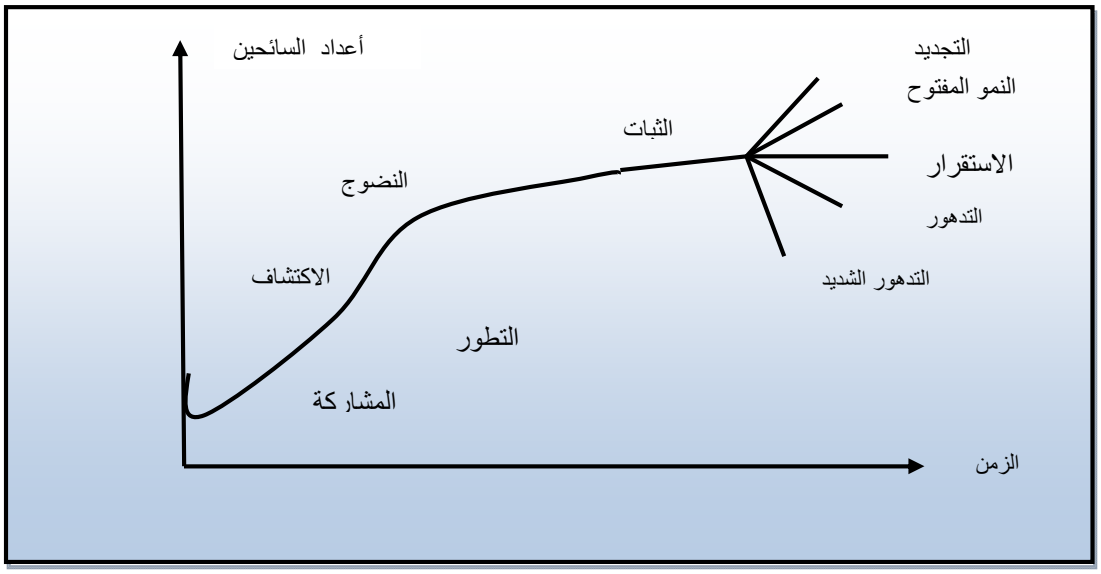
- **مرحلة الاكتشاف:** حيث يتم اكتشاف القدرات السياحية للمنطقة السياحية؛
- **مرحلة النمو:** وفيها يبدأ تطوير الموارد السياحية للمنطقة بشكل تدريجي؛
- **مرحلة الانطلاق:** وفيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط والتوسع السياحي؛
- **مرحلة النضوج:** حيث تظهر المنطقة على الخريطة السياحية، وفي تلك المرحلة يتكامل النشاط السياحي في المنطقة بتوافر عوامل الجذب السياحي والتسهيلات.

يعاب على هذا النموذج أنه لم يأخذ بعين الاعتبار تكيف المجتمع المحلي مع النشاط السياحي في المنطقة السياحية، وأيضا توقف التنمية السياحية عند مرحلة النضوج، وبالتالي لم يذكر العوامل التي يمكن أن تحد من التدفق السياحي نظرا لظهور تسهيلات وخدمات جديدة من قبل المنافسين.

[1] مصطفى يوسف كافي، **صناعة السياحة والأمن السياحي**، مرجع سبق ذكره، ص:138.

2.مرحلة بيتلر (Butler): حدد هذا النموذج ست مراحل للتنمية وتبدأ من مرحلة الاكتشاف (Exploration) وتأتي بعدها مرحلة المشاركة (Involvement)، ثم مرحلة التطوير(Development)، ومن ثم مرحلة الثبات أو الركود(Stagnation)، وتنتهي بمراحل التجديد(Innovation)،[1] كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم(02-02): مراحل التنمية السياحية



المصدر: صفاء عبد الجبار الموسوي، طه مهدي محمود، مرجع سبق ذكره، ص:73.

وتتشابه مراحل التنمية السياحية وفق نموذج بتلر مع دورة حياة المنتج، فالمرحلة الأولى: تبدأ باكتشاف مجموعة من السائحين منطقة سياحية جديدة، ومع تزايد الأعداد تبدأ مرحلة المشاركة، وتظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات، ثم بعد ذلك مرحلة الإنطاق: حيث يتم توافر الخدمات والتسهيلات بشكل مكثف للسائحين، لخدمة أعدادهم المتزايدة، وتسمى هذه مرحلة النمو، وتعد من أخطر المراحل، من حيث تأثير السياحة على المنطقة، وخاصة التأثير البيئي، وإذا استمر النمو مع تحقيق مبدأ التوازن، تصل المنطقة إلى مرحلة النضوج، ويلي هذه المرحلة مرحلة التجمد

[1] صفاء عبد الجبار الموسوي، طه مهدي محمود، مرجع سبق ذكره، ص: 72.

وهي التي لا تشهد فيها المنطقة أعدادا متزايدة من السائحين، حيث يتدفق النمو والتدفق السياحي إليها، عند حد معين لا يزيد عليه وهذا ما أغفله نموذج(ميوسك).[1]

وحينما تدخل المنطقة في التدهور والانحدار نتيجة لتوجه السائحين إلى مناطق سياحية منافسة يتوافر فيها كافة المقومات السياحية التي تشبع رغباتهم، ودوافعهم، ومع ذلك قد يطهر اتجاه آخر نحو التجديد في هذه المرحلة بمعنى أن تقوم بالمنطقة تنمية سياحية جديدة تعتمد على مقومات سياحية جديدة تشبع الحاجات والرغبات المتجددة للسائحين. وهكذا يلفت النموذج النظر إلى أن توافر سياسة تسويقية ناجحة، تمنع المنطقة من الوصول إلى مرحلة الانحدار، فالتعرف على السوق واحتياجاته يؤدي إلى إعادة اكتشاف وتجديد النشاط بالمنطقة السياحية. [2]

خامسا: إعداد خطة التنمية السياحية

تشمل عملية إعداد خطة التنمية السياحية على عدد من الخطوات المتسلسلة والمترابطة كالتالي:[3]

- إعداد الدراسات الأولية؛
- تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار؛
- جمع المعلومات وإجراء المسوحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية؛
- تحليل البيانات (المسوحات): وتشمل هذه المرحلة على تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من خلال المسوحات وتوليفها والخروج بحقائق وتعميمات تساعد في إعداد الخطة، ورسم خطواتها العامة والتفصيلية؛

[1] المرجع نفسه، ص:71.

[2] مصطفى يوسف كافي، **صناعة السياحة والأمن السياحي**، مرجع سبق ذكره، ص:139.

[3] نور الدين هرمز، مرجع سبق ذكره، ص: 23.

- إعداد الخطة: وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه السياسات (البدائل) لاختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة؛
- تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة؛
- تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذا تطلب الأمر ذلك.
- والجدير بالذكر أن المسوحات وجمع البيانات وتحليلها تشكل المدخلات الأساسية لخطط التنمية السياحية وتحتاج هذه المرحلة إلى دقة وتنظيم كبيرين.

المطلب الثالث: التنمية السياحية المستدامة

تلعب السياحة دورا محوريا في عملية التنمية المستدامة، من خلال مساهمتها في الإنماء الاقتصادي والاجتماعي، ومحافظتها على المورد البيئي باعتباره من أهم عوامل الجذب الذي ترتكز عليه السياحة خاصة الطبيعية والبيئية منها، فمع بروز الفكر التنموي المستدام في العقود القليلة الماضية، وضرورة إشراك جل القطاعات في تفعيل هذا المفهوم، كان لابد من السياحة أن تأخذ بعين الاعتبار عامل الاستدامة في خططها واستراتجياتها التنموية، وذلك بتبنيها مفهوم التنمية السياحية المستدامة، وهذا ما سنتناوله من خلال هذا المطلب بعد التطرق لمبادئ للتنمية المستدامة.

أولا: التنمية المستدامة

لقد أثمرت جهود علمية وإصلاحية مخلصة إلى ظهور مفهوم التنمية المستدامة Sustainable Developement أو 'الاستدامة' Sustainbility على الخارطة التنموية، حيث ظهر هذا المفهوم في رحاب الأمم المتحدة عام 1980 في وثيقة أممية بعنوان 'إستراتيجية المحافظة الكونية' وقد اشترك في إعدادها كل من 'برنامج الأمم المتحدة للبيئة' و'الإتحاد الدولي للمحافظة

على الطبيعة' و'الصندوق العالمي للطبيعة' ثم توالت الأعمال والوثائق المعززة لمدخل الاستدامة وباتت تمثل نهجا تنمويا متوازنا يحقق تطلعات الأجيال الحاضرة، ويلبي احتياجاتها شريطة ألا يكون ذلك على حساب البيئة أو الأجيال القادمة، مما يؤكد على ضرورة اتسام الاستدامة بالعدالة التنموية وهي سمة محورية واجبة في أي عمل تنموي.[1] وفي هذا الإطار أصدرت أجندة القرن 21 في مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة سنة 1992 الذي عقد بمدينة ريودي جانيرو بالبرازيل الذي أطلق عليه 'قمة الأرض'، حيث تعكس هذه الأجندة الإرادة السياسية وخطة عمل لدراسة قضايا التنمية المستدامة بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية مع مراعاة الجانب البيئي.

1. تعريف التنمية المستدامة:

أشارت لجنة **بروندتلاند** سنة 1987 في تقريرها **'مستقبلنا المشترك'** الصادر عن الهيئة العالمية للبيئة والتنمية إلى أن التنمية المستدامة " أسلوب لتلبية حاجيات ومطامح الأجيال الحاضرة من دون المخاطرة بمقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها".[2]

وفي تعريف آخر جاءت على أنها " ذلك النوع من التنمية الذي يوازن بين احتياجات الأجيال الحالية والأجيال القادمة بعدالة، وذلك من خلال تحقيق الأهداف الأساسية لعملية التنمية، وفي نفس الوقت الحد من التأثيرات الضارة من عمليات التنمية على البيئة، وذلك من خلال تحقق التكامل والتكافل والعدالة الاجتماعية المتعاقبة".[3]

---

[1] عبد الله بن عبد الرحمان البريدي، **التنمية المستدامة 'مدخل تكاملي لمفاهيم الاستدامة وتطبيقاتها مع التركيز على العالم العربي'**، ط1، العبيكان، المملكة العربية السعودية، 2015، ص: 17.

[2] محمد فريد عبد الله وآخرون، **التخطيط والتنمية السياحية**، مرجع سبق ذكره، ص: 86.

[3] عبد العزي قاسم محارب، **التنمية المستديمة في ظل تحديات الواقع 'من منظور إسلامي'**، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2011، ص:153.

ويعرفها **'وليم رولكز هاوس'** مدير حماية البيئة الأمريكية بأنها "العملية التي تقر بضرورة تحقيق نمو اقتصادي يتلاءم مع قدرات البيئة، وذلك من منطلق أن التنمية الاقتصادية والمحافظة على البيئة عمليتان متكاملتان وليستا متناقضتان".[1]

كل التعاريف السالفة الذكر، تبين أن جوهر التنمية المستدامة يرتكز حول الاستغلال الأمثل والعقلاني للموارد الطبيعية، بالشكل الذي يضمن الوفاء بمتطلبات الأجيال الحالية دون المساس بحق الأجيال القادمة، وذلك في سياق يراعي سلامة الأنظمة البيئية والأطر الحضارية والثقافية.

2. مبادئ التنمية المستدامة

جاءت مبادئ الاستدامة لتستهدف الإنسان أولا، فهي تدعو إلى تلبية الحاجات الأساسية ومراعاة العدالة الاجتماعية وضمان مشاركة المواطنين كأسلوب لاتخاذ القرارات السياسية، وذلك من خلال الأخذ بالمبادئ التالية: [2]

- التنمية المستدامة تعنى بالموارد الطبيعية وكيفية إدارتها وتعظيم الفائدة في استعمالها، والأساليب الممكنة في الإبقاء والمحافظة عليها؛
- تعني التفكير في المستقبل وفي رصيد الأجيال القادمة، وذلك من منطق أن الأجيال القادمة سوف تتولى تدبير أمورها كما يتدبر الجيل القادم أموره؛
- أنها تأكد على أساس الموازنة بين موارد الأرض المتناقصة والعديد المتزايد من السكان في العالم، وإن أكثر ما يشغل المهتمين بالتنمية المستدامة هو الانفجار السكاني وما يترتب عليه من ضغط واستنزاف لموارد الأرض المحدودة فهي تسعى إلى تحقيق نمو سكاني ثابت ومستقر؛

[1] عبد الله بن عبد الرحمن البريدي، مرجع سبق ذكره، ص: 52.

[2] محمد فريد عبد الله، صفاء عبد الجبار الموسوي، محسن مهدي الكناني، **إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة**، دار الأيام، الأردن، 2016 ، ص: 19.

- ضرورة ربط عملية التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية بعملية صيانة التنوع الحيوي ضمن إستراتيجية التنمية المستدامة الطويلة الأجل.

3. مضمون التنمية المستدامة

حتى تستوفي عملية التنمية المفهوم المستدام والمتواصل، لابد من توفرها على عدة مزايا أساسية في الفكر التنموي المستدام، نظهرها في النقاط التالية:[1]

- النظرة الطويلة الأمد، أي التفكير في المستقبل البعيد فالممارسات الاقتصادية الراهنة تؤثر في قدرة الأجيال القادمة على الحياة بشكل سليم؛
- على المؤسسات والأفراد العاملين فيها أن يهتموا بالعديد من القضايا بما فيها صيانة البيئة وفيما إذا كانت أي مؤسسة تعمل بطريقة تتفق وصيانة البيئة أم لا؛
- العدالة التوزيعية على الجيل نفسه وبين مختلف الأجيال على السواء، أي التوزيع الأمثل للموارد غير المتجدد بين الأجيال، فالجيل الحالي سيترك للأجيال القادمة مخزونا كافيا من الموارد الطبيعية ونظاما بيئيا غير مدمر وغير مصاب بالتلوث؛
- توفير المزيد من الدعم والارتياح لدى أوسع الفئات الاجتماعية بما يؤمن لها صفة الاستمرارية لأنها ستؤمن للجميع الحد الأدنى من الشعور بالتقدم الموزون؛
- أن يلبي كل جيل احتياجات الجيل الحاضر دون أن يجلب على نفسه ديونا لا يستطيع سدادها؛
- تعني التنمية المستدامة أن لا ينحصر تحقيق النمو المتواصل في مكان دون الآخر بل يعمل على بلوغ ذلك لإلى البشرية جمعاء الآن وفي المستقبل؛

[1] معاذ خلف إبراهيم، **السياحة البيئية مسار جديد في تعزيز مفهوم التنمية المستدامة**، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 09، العدد 28، جامعة تكريت، 2013، العراق، ص: 215.

- التنمية الاقتصادية المستديمة يجب أن لا تضعف قدرة البيئة مستقبلا بتوفير مستلزمات النشاطات الاقتصادية للأجيال، فيجب أن تكون معدلات استهلاك الموارد الناضبة ضمن حدود تجددها ونموها الطبيعي؛

ثانيا: التنمية السياحية المستدامة

في ظل الاهتمام المتزايد بالفكر التنموي المستدام واعتماده كقاعدة أساسية ضمن الإستراتجيات المختلفة للتنمية، أين أضحى العمل على تطوير السياحة لابد أن يتماشى ومفهوم الاستدامة، إذ كان أول طرح لمفهوم التنمية السياحية المستدامة في مؤتمر **'قمة الأرض'** بريو دي جانيرو بالبرازيل عام 1992، باعتبارها عامل محوري يساهم في إرساء مبادئ التنمية المستدامة.

1. مفهوم التنمية السياحية المستدامة

يشير مفهوم التنمية السياحية إلى الجهود الهادفة إلى التقليل من التأثيرات البيئية السلبية المصاحبة للأنشطة السياحية بأطيافها الواسعة والمساهمة الفعالة في المحافظة على الخصائص والمعطيات البيئية في إطار ما أصبح يعرف بالتنمية المستدامة.[1]

حيث عرفت عملية التنمية السياحية المستدامة على أنها" عملية إشباع حاجات السائحين الجسدية والنفسية والحصول على متطلباتهم دون الإخلال بحقوق الأجيال القادمة من السائحين في احتياجاتهم من الاستمتاع بالبيئة".[2]

وحسب المنظمة العالمية للسياحة "التنمية المستدامة للسياحة تقضي من جهة أولى تلبية الاحتياجات الحالية للسياح وللمناطق المضيفة، ويستوجب من الجهة الثانية وقاية وتحسين فرص المستقبل، والتنمية تستدعي إدارة شؤون الموارد بطريقة تتيح تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الحفاظ على كل المميزات الثقافية وملامح البيئة الفطرية وتنوع الإحياء

[1] حمزة درادكة وآخرون، **السياحة البيئية**، ط1، مكتبة المجتمع العربي، الأردن،2016، ص:101.

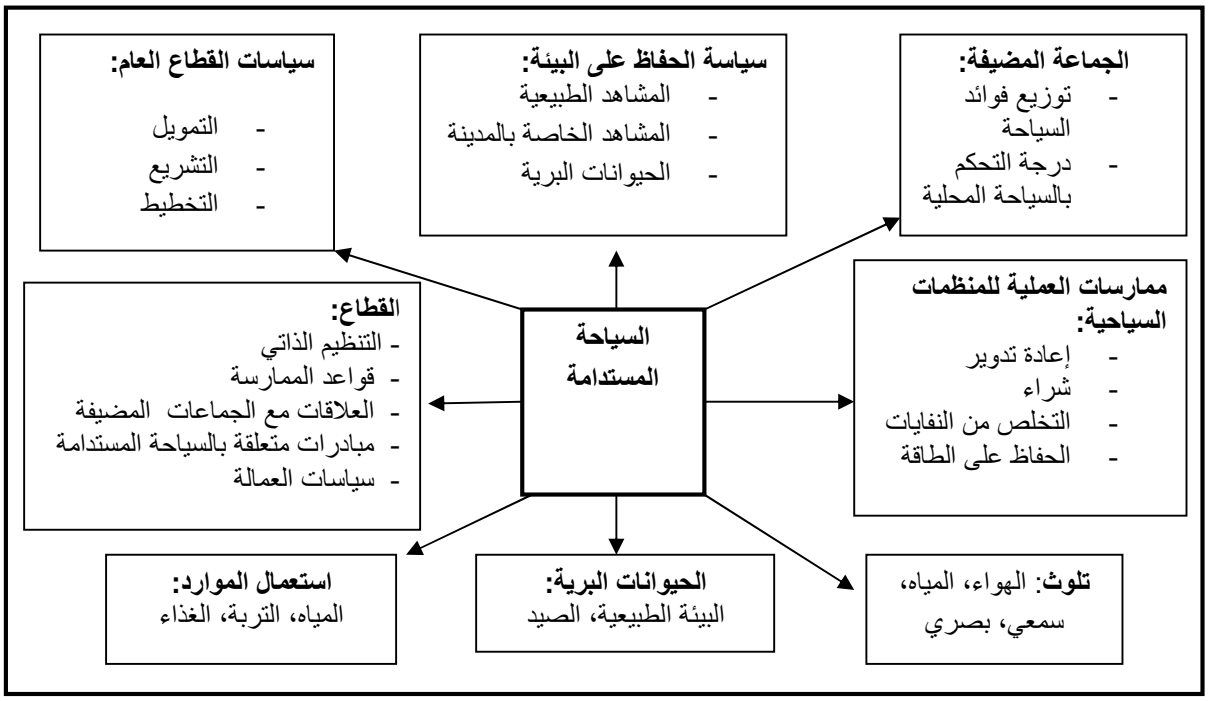
[2] أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص: 48.

وأنظمة دعم الحياة.[1] هذا يعني بأن استدامة التنمية السياحية تضع في اعتبارها مبدأ العدالة والمساواة بين الأجيال الحالية والمستقبلية في حق التمتع بالموارد الطبيعية، في إطار بيئة سليمة مع ضمان تحقيق إنماء اقتصادي واجتماعي وثقافي.

كما أن إقامة تنمية سياحية مستدامة أمر يترتب عليه الحفاظ على تنوع الأنظمة البيئية الموجودة، لأنها تمثل غالبا القاعدة الأساسية التي يقوم عليها هذا النشاط، وعلى هذا النحو فهي تمثل عملية تغيير، يكون فيها استغلال الموارد، واتجاه الاستثمارات، ووجهة التطور التكنولوجي، والتغير المؤسساتي أيضا في حالة الانسجام، وتعمل على إمكانية ربط الحاضر والمستقبل لتلبية الحاجات الأساسية للسياح.[2]

ولا شك أن التنمية السياحية المستدامة مجال واسع يتضمن الكثير من عناصر نظام السياحي، ويظهر هذا التنوع في الشكل التالي:

الشكل رقم (02-03): نطاق السياحة المستدامة



المصدر: حمزة درادكة وآخرون، **السياحة البيئية**، مرجع سبق ذكره، ص: 109.

[1] محمد فريد عبد الله وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص:28.

[2] سمر رفقي الرحبي، مرجع سبق ذكره، ص: 123.

أما بخصوص الاختلاف بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية السياحية التقليدية، فيكمن في عدة مجالات سواء في استراتيجيات واعتبارات التنمية المطبقة أو من ناحية الخصائص ونوعية السائح، ويمكن إيجاز بعض نقاط الاختلاف بينهما في الجدول التالي:

الجدول رقم (02-02): الفرق بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة

	التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية المستدامة
الخصائص	تنمية سريعة ليس لها حدود قصيرة الأجل سياحة الكم إدارة عملية التنمية في الخارج تنمية بدون تخطيط	تنمية تتم على مراحل لها حدود وطاقة استيعابية معينة طويلة الأجل سياحة الكيف (النوع) إدارة عمليات التنمية عن طريق السكان المحليين تخطيط أولا ثم تنمية بعد ذلك
إستراتيجية التنمية	تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة التركيز على إنشاء الوحدات مباني حضرية تقليدية برامج خطط المشروعات	تخطيط شامل متكامل مراعاة الشروط البيئية في بناء وتخطيط الأرض أنماط معمارية محلية برامج خطط مبنية على مفهوم الاستدامة
مواصفات السائح	مجموعات وأعداد كثيرة من السواح فترات الإقامة قصيرة ضوضاء وأصوات مزعجة في الغالب زيارة واحدة للمكان مستويات ثقافية مختلفة	حركة أفراد ومجموعات صغيرة فترات إقامة طويلة رزانة وهدوء في الأداء احتمال تكرار الزيارة مرة أخرى للمكان مستوى عالي من الثقافة والتعلم

المصدر: محمد فريد عبد الله وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص: 29.

2. مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة

إن الاهتمام المتزايد بالسياحة دفع إلى تعاظم دورها في التنمية من حيث تشجيع الاستثمار في إنشاء المشروعات السياحية في إطار الإعفاءات الضريبية على واردات السياحة، كما ستوفر

فرصا مهمة لمساهمة الدول في إنشاء مشاريع البنى التحتية، خاصة في ظل مفهوم الاستدامة، وتتمثل مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة في النقاط التالية:[1]

- حماية البيئة وزيادة التقدير والاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمعات؛
- تلبية الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري والارتقاء بالمستويات المعيشية؛
- تحقيق العدالة بين أفراد الجيل الواحد وبين الأجيال المختلفة من حيث الحق في الاستفادة من الموارد البيئية والدخول؛
- خلق فرص جديدة للاستثمار وبالتالي خلق فرص عمل جديدة وتنوع الاقتصاد؛
- زيادة إيرادات الدولة من خلال فرص الضرائب على مختلف النشاطات السياحية؛
- تحسين البنى التحتية والخدمات العامة في المجتمعات المضيفة؛
- الارتقاء بمستوى تسهيلات الترفيه وإتاحتها للسياح والسكان المحليين على حد سواء؛
- الارتقاء بالوعي البيئي والقضايا البيئية لدى السياح والعاملين والمجتمعات المحلية؛
- مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ قرارات التنمية السياحية؛
- إيجاد معايير للمحاسبة البيئية والرقابة على التأثيرات السلبية على السياحة؛
- الاستخدام الفعال للأرض وتخطيط المساحات الأرضية بما يتناسب مع البيئة المحيطة.

[1] ياسر عوض عبد الرسول، **معوقات التنمية السياحية المستدامة في مصر وآثارها الاقتصادية**، المعهد العالي للإدارة والحاسب الآلي، مصر، 2007، ص:10.

خلاصة الفصل الثاني

شغل موضوع التنمية الاقتصادية حيزا كبيرا من الاهتمام في العقدين الماضيين، أين أصبح من أهم رهانات العديد من الدول خاصة النامية منها، وذلك للتخلص من مظاهر الفقر والتخلف وتقليص الفجوة بينها وبين الدول الصناعية المتقدمة، إذ تعمل في هذا الإطار مختلف الدول على استغلال كل القطاعات الاقتصادية لتنويع مداخيلها وضمان تمويل برامجها التنموية، فمع بروز السياحة كأكثر الصناعات نموا في العالم، أضحى القطاع السياحي من أهم القطاعات الناشطة إلى جانب القطاعات الأخرى، حيث يعتبر رافدا اقتصاديا يمكن أن يعول عليه لدعم قضايا التنمية الاقتصادية، حيث يشمل كل النشاطات الاقتصادية والاجتماعية نظرا للفرص الكثيرة التي يتيحها لإقامة روابط اقتصادية مع عدة قطاعات أخرى، هذا بالإضافة إلى قدرته على تحقيق إيرادات بالعملة الصعبة، كما أنه مجال واسع لجذب رؤوس أموال أجنبية وتحسين وضعية ميزان المدفوعات، ودوره في خلق المزيد من فرص العمل الجديدة.

كما أن هناك جانب رحب لتحقيق استدامة التنمية من خلال الأخذ بالتنمية السياحية المستدامة التي تهدف إلى بناء سياحة قائمة على اعتبارات اقتصادية، اجتماعية وبيئية، وذلك بتسطير برامج تهدف إلى تحقيق تنمية متواصلة ومتوازنة في الموارد السياحية من خلال تخطيط سياحي محكم يضمن الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي.

فعلى غرار معظم الدول التي تسعى للنهوض بالسياحة باعتبارها قطاعا فعالا في عملية التنمية الاقتصادية، أضحت الجزائر تبدي اهتمامها بتطوير القطاع السياحي بالنظر إلى مقوماتها السياحية التي تسمح بإدراج السياحة ضمن القطاعات الداعمة للتنمية الاقتصادية بالجزائر، وهذا ما سنتناوله في الفصل الموالي من خلال تحليل واقع وتطور القطاع السياحي في الجزائر.

الفصل الثالث

تنظيم قطاع السياحة وأثره على الطلب والعرض السياحي

تمهيـــــــــد

تماشيا مع كل التحولات التي عاشها الاقتصاد الوطني بعد الاستقلال، أدرج القطاع السياحي الجزائري ضمن البرامج التنموية التي سطرتها الجزائر، أين كانت أول انطلاقة للقطاع سنة 1964 بتأسيس وزارة مكلفة بالسياحة، وإنشاء عدة هيئات مشرفة على تسيير القطاع، وإصدار أول ميثاق للسياحة عام 1966 والذي أعتبر حدثا هاما في تاريخ تطور السياحة في الجزائر، كما كان للقطاع نصيب من الإصلاحات الاقتصادية للانتقال نحو اقتصاد السوق، لاسيما في المجال التشريعي والتنظيمي، غير أن السياسات المنظمة للقطاع السياحي وبالرغم من تعدد وتنوع المؤهلات السياحية التي تحظى بها الجزائر، ذلك لم يسمح بإعطاء صورة كفيلة بجعل الجزائر قبلة سياحية واعدة، كما أن الوضع الأمني الذي عرفته البلاد خلال عقد من الزمن وتراكم العديد من العوامل كالافتقار للهياكل القاعدية للسياحة، انعكس سلبا على الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر، فعلى إثر ذلك سارعت السلطات الوصية في تدارك العجز الذي حل بالقطاع السياحي بوضع سياسة سياحية جديدة واضحة المعالم، تحدد من خلالها التوجهات الإستراتيجية للقطاع السياحي في الجزائر، لارتقاء بالقطاع إلى مصاف القطاعات المدرة للثروة، حيث تجسد هذا المسعى في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030.

وبناءا على ما سبق جاء هذا الفصل ليبين مسار إستراتيجية الجزائر في تأطير وتنظيم القطاع السياحي ومدى انعكاسه على تطور السوق السياحي في الجزائر.

- **المبحث الأول:** السياسات السياحية المنظمة للقطاع السياحي في الجزائر؛
- **المبحث الثانـــــي:** تقييـــم مؤشـــرات الســـوق السياحـــي في الجزائـــر ؛
- **المبحث الثـــالث:** الرؤيـــة المستقبليـــة للقـــطاع السياحـــي بالجزائـــر فـــي ظـــل المـخـطـط التوجيهـــي للتهيئـــة السياحيـــة لآفـــاق 2030.

المبحث الأول: السياسات السياحية المنظمة للقطاع السياحي في الجزائر

عرف القطاع السياحي بعد الاستقلال تطورات مستمرة تماشيا مع البرامج التنموية التي انتهجتها السلطات الجزائرية والتي مست كل القطاعات الاقتصادية، حيث كانت الانطلاقة بتأسيس وزارة السياحة سنة 1964، وإطلاق ميثاق السياحة سنة 1966 الذي وجه اهتمامه بالسياحة الأجنبية، والميثاق الوطني سنة 1976 الذي نص على ضرورة توفير الشروط اللازمة لنمو السياحة الداخلية، وفي ظل التوجه نحو اقتصاد السوق تم تبني إستراتيجية الخوصصة والشراكة في القطاع السياحي كأهم المنافذ لتمويل الاستثمار السياحي، ومع مطلع الألفية الثالثة بدأ العمل لبناء سورة الجزائر السياحية، وضرورة التوجه التنموي المستدام للقطاع السياحي في الجزائر. فمن خلال هذا المبحث سنقف عند السياسات المنظمة للقطاع السياحي منذ الاستقلال إلى غاية مطلع الألفية الثالثة.

المطلب الأول:السياسة السياحة في ظل الاقتصاد الموجه (1962-1980)

عملت الجزائر خلال فترة الاقتصاد الموجه التي امتدت من 1962 إلى غاية 1980 بتوفير إطار تشريعي ومؤسساتي منظم للقطاع السياحي، إلا أن ذلك لم يكن كافيا لتثمين الموارد السياحية التي تتمتع بها الجزائر، ولم يعطي الجزائر صورة سياحية كفيلة بجعل القطاع أحد أهم المكونات الداعمة للمسار التنموي بالجزائر.

أولا: السياسة السياحية خلال الفترة (1962-1966)

غداة الاستقلال ورثت الجزائر 5922 سرير، تولى تسيير هذه الهياكل السياحية، لجنة مختصة في تسيير الفنادق والمطاعم(**COGEHORE**) التي تأسست سنة 1965، والخاضعة لنظام التسيير الذاتي.[1] حيث كانت هذه الهياكل موزعة وفق الجدول التالي:

[1] خالد كواش، **أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية**، 'حالة الجزائر'، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية لعلوم الاقتصادية والتسيير، فرع التخطيط، جامعة الجزائر، 2004، ص:122.

الجدول رقم (03-01): توزيع طاقة الإيواء الفندقية غداة الاستقلال

نوع السياحة	حضري	صحراوي	شاطئي	مناخي	المجموع
عدد الأسرة	2337	486	2969	90	**5922**
النسبة المؤوية	40	08	50	02	**100**

Source : belkacem Heddar, Rôle socio-économique du tourisme, cas de l'Algérie, OPU, Alger, 1988, p :48.

وفي سنة 1966 تخلت الدولة عن لجنة تسيير الفنادق والمطاعم وأسندت مهامها إلى الديوان الوطني الجزائري للسياحة **(ONAT)** الذي أنشأ سنة 1962، وكان تحت وصاية وزارة الشباب والرياضة إلى غاية 1964 تاريخ إعادة هيكلة الوزارات، وبواسطة قرار رئاسي تم إحداث وزارة السياحة، وتمثل مهام الديوان في تسيير أملاك الدولة والتعريف بالمنتج السياحي الجزائري في السوق الدولي للسياحة وذلك بواسطة وسطائه الثلاثة في الخارج (ستوكهولم، باريس، فرانكفورت).[1]

وقد تكفلت الدولة الجزائرية بتسيير الهياكل والمنشآت السياحية الموروثة عن المستعمر الفرنسي، حيث سطرت مخطط خاص ينظم مناطق التوسع السياحي التي حددت في ثلاث مناطق وهي: المنطقة الشرقية (القالة، سرايدي، حماديت)، المنطقة الغربية (الأندلس في وهران) ومنطقة غرب الجزائر العاصمة (سيدة فرج، موريتي، تيبازة).

إلا أن هذه الفترة اقتصرت فقط على حصر وإحصاء الثروات السياحية والمحافظة عليها، وتحديد مناطق التوسع السياحي وفق الأمر الصادر في سبتمبر 1965، حيث لم يشهد القطاع تنمية حقيقية نظرا لتوجيه اهتمامات الدولة لقطاعات أخرى على حساب القطاع السياحي، خاصة وأن الظروف الاقتصادية والاجتماعية التي ميزت الفترة ما بعد الاستقلال لم تسمح باستغلال الثروات السياحية آنذاك، هذا وبالإضافة إلى انعدام الكفاءات المختصة في المجال السياحي، وضعف البنية الأساسية للسياحة وانعدام الوكالات السياحية التي تتكفل بالدعاية والإشهار، مما جعل الدولة تنظر

[1] خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص:122.

للسياحة على أنها قطاع ثانوي، وهذا إلى غاية صدور ميثاق السياحة الذي تم من خلاله تحديد سياسة الدولة تجاه السياحة الدولية، أين كان التوجه الفعلي لتطوير القطاع السياحي في الجزائر.

فإبتداءا من سنة 1966 صدرت أول وثيقة تعتبر بمثابة بداية الاهتمام الفعلي بالسياحة من طرف الدولة، وبعد تقييم شامل وعام للمشاكل التي يعاني منها القطاع، وحصر مجمل الثروات السياحية عبر الوطن من طرف وزارة السياحة، وتحديد الفوائد المرغوب فيها على المستويين الاقتصادي والاجتماعي، بالإضافة إلى دراسة ديناميكية للسوق الدولي للسياحة، تم إصدار "ميثاق السياحة" الذي حدد توجه السياسة السياحية الجزائرية، والذي يعتبر كذلك رؤية مستقبلية شاملة للنشاط السياحي، وقد رسم الميثاق توجهات التنمية السياحية على ثلاث أصعدة:[1]

- على الصعيد الاقتصادي: خلق مناصب شغل وجلب العملة الصعبة.
- على الصعيد السياسي: صفة المركزية على الاستثمارات السياحية.
- على الصعيد الاجتماعي: احتكاك البلد بالعالم الخارجي بتطوير السياحة الدولية، ووضع سياسات للتكوين السياحي والفندقي.

نجد أن السياسة السياحية الجديدة التي تجسدت في الميثاق السياحي لسنة 1966 استهدفت السياحة الدولية على حساب السياحة الداخلية، وهذا باعتبار أن المواطن الجزائري آنذاك يسعى وراء الحصول على الحاجات الأساسية قبل التوجه نحو الكماليات.

ثانيا: السياسة السياحية ضمن المخططات التنموية للفترة (1967-1989)

قامت الدولة الجزائرية بإدراج القطاع السياحي ضمن إستراتيجيتها التنموية المسطرة لمرحلة ما بعد الاستقلال، إلا أن كل مخططاتها ركزت على قطاعي الصناعة والزراعة على حساب القطاعات الخدمية ومن بينها السياحة التي حظيت باهتمام ضعيف، جعل منها قطاعا مهمشا لا يساهم

[1] فؤاد أبركان، **السياسات السياحية والتنمية في الجزائر "مثال ولاية بومرداس"**، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص رسم السياسات العامة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009، ص: 72.

في دعم الاقتصاد الوطني الجزائري، وهذا ما يظهره نصيب القطاع من المخططات التنموية الخمسة الموضحة فيما يلي:

1. **المخطط الثلاثي الأول (1967-1969):** جاء هذا المخطط كمرحلة أولية لعملية التصحيح الهيكلي، وكانت التوجهات الأساسية لهذا المخطط نحو الصناعات المصنعة على حساب القطاعات الأخرى خاصة الخدمية منها، حيث قدرت قيمة الاستثمارات الموجهة للقطاع السياحي بـ 285 مليون دج من إجمالي 11081 مليون دج الاعتمادات المالية الموجهة لهذا المخطط، وقد اقتصرت هذه الفترة على تطوير طاقات الاستقبال الفندقية، وذلك بإنجاز 13081 سرير موزعة على المحطات السياحية كالتالي:

الجدول رقم (03-02): توزيع طاقات الإيواء على المحطات السياحية ضمن المخطط الثلاثي الأول (1967-1969) **الوحدة: سرير**

المحطات السياحية	الأسرة المبرمجة		الأسرة المنجزة		العجـــز	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%
الشاطئية	6766	51.7	2406	35.5	4360	64.5
الحضرية	1650	12.6	254	15.4	1396	84.6
الصحراوية	1818	13.9	286	15.7	1532	84.3
المعدنية	2847	21.8	0	0	2847	78.2
المجموع	13081	100	2946	22.5	10135	77.5

Source : Ministère du tourisme, Bilan du développement du secteur touristique, 2008, p :03.

يظهر الجدول أعلاه أن السياحة الشاطئية حازت على النصيب الأكبر من الاستثمارات المبرمجة، حيث قدرت بـ 6766 سرير أي بنسبة 51.7 % إلا أنه لم يتم إنجاز سوى 2406 سرير، في حين وزعت باقي الاستثمارات على السياحة الصحراوية والحضرية والعلاجية، كما يعكس الجدول مدى العجز الشبه تام في إنجاز برنامج المخطط، فمن بين 13081 سرير لم يتم إنجاز سوى 2946 سرير، أي بنسبة عجز 77.5%.

2. **المخطط الرباعي الأول (1970-1973):** استهدف هذا المخطط بلوغ ما يقارب 70000 إلى 90000 سرير في نهاية الفترة، حيث برمج إنجاز 35000 سرير، إلى جانب استكمال مشاريع المخطط الثلاثي الأول، حيث خصص له 420 مليون دينار، و280 مليون دينار جزائري وزعت على المشاريع الجديدة التي تخص المخطط الرباعي، كما يبينه الجدول أدناه:

الجدول رقم(03-03): حجم المشاريع الاستثمارية المقررة في المخطط الرباعي الأول (1970-1973)

الوحدة: مليون دينار جزائري

نوعية المشاريع السياحية	المشاريع القديمة التي تعود للمخطط الثلاثي	المشاريع الجديدة		
		الإقامات السياحية	النقل السياحي	الدراسات والهياكل القاعدية
حجم المشاريع السياحية	420	221	15	44

المصدر: سمية بوخاري، مرجع سبق ذكره، ص: 220.

أعطى المخطط أولوية فيما يخص إتمام ما تبقى من المخطط الأول بحيث خصص له نسبة 60 % من إجمالي المشاريع الاستثمارية، كما استهدف المخطط إنجاز مركبات جديدة في كل من زرالدة، وهران وسيدي فرج، وإعادة تهيئة نادي الصنوبر البحري والفنادق الحضرية في كل من عنابة، تيبازة وبلاد القبائل، كما خصص المخطط برنامجا خاصا بالسياحة العلاجية حيث رصدت لها ميزانية 120 مليون دج لإعداد 08 محطات معدنية. ولكن بالرغم من كل هذه المشاريع المسطرة إلا أن المخطط لم يبلغ الأهداف المسطرة حاله حال المخطط السابق، حيث تم إنجاز 6680 سرير فقط في نهاية البرنامج، أين بقيت السياحة الشاطئية الأكثر نصيبا من المشاريع المنجزة بنسبة 62.28 %، أما النسبة المتبقية وزعت على المحطات السياحية الأخرى كالتالي:

الجدول رقم (03-04): توزيع طاقات الإيواء المنجزة خلال الرباعي الأول (1970-1973)

المشاريع السياحية المقدرة	عدد الأسرة المنجزة	النسبة %
محطات شاطئية	4300	62.28

محطات حضرية	710	10.34
محطات صحراوية	1250	18.22
محطات مناخية	300	04.37
حمامات معدنية	300	04.34
المجموع	**6860**	**100**

المصدر: سمية بوخاري، مرجع سبق ذكره، ص: 221

3. **المخطط الرباعي الثاني (1974-1978):** خصص لهذا المخطط ميزانية مقدرة بـ1500 مليون دج بنسبة 1.4% من الميزانية الإجمالية، فبالرغم من انخفاض الحصة المخصصة للقطاع السياحي، إلا أن حجم الاستثمارات الموجهة له قد ارتفعت بالمقارنة مع المخططين السابقين. ومع تزامن المخطط مع صدور ميثاق السياحة لسنة 1976 الذي يرمي إلى تشجيع السياحة الداخلية دون إهمال السياحة الخارجية باعتبارها مصدرا للعملة الصعبة، ففي إطار ذلك عرفت المحطات الحضرية ارتفاعا في طاقات الاستقبال بالمقارنة مع المخططين السابقين،حيث بلغت 2620 سرير، وينطبق الأمر بالنسبة للمحطات المعدنية التي بلغت 1700، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (03-05): توزيع طاقات الإيواء المنجزة خلال المخطط الرباعي الثاني (1974-1978)

المنتج السياحي	شاطئي	حضري	صحراوي	مناخي	معدني	المجموع
عدد الأسرة	3400	2620	800	300	1700	**8820**
النسبة%	38.54	29.70	09.07	03.40	19.27	**100**

المصدر: خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص:145.

عموما في نهاية هذه الفترة بقيت البنية التحتية للفنادق غير كافية لحد كبير، وتوزيعها غير متساوي في مختلف المناطق، ففي سنة 1977 بلغ عدد المنشآت الفندقية 131 فندق، منها 25% تقع في الجزائر العاصمة، و11% في وهران، و9% في عنابة.[1]

[1] Ministère du tourisme, **Bilan du développement du secteur touristique**, 2008, p :05.

كما وقد شهد المخطط عدة تغييرات على مستوى التنظيم السياحي، تمثلت في:[1]

- إلحاق المصالح التجارية (SONATOUR) بالوكالة التجارية (DTA)؛
- إنشاء الشركة الوطنية للسياحة (SON-ALTOUR) سنة 1976؛
- إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية.

4. **المخطط الخماسي الأول (1980-1984)**: انصب هذا المخطط حول برمجة الفنادق الحضرية وتوسيع طاقات الإيواء الصحراوية، كما اهتم بالسياحة العلاجية من خلال توسيع المحطات المعدنية.

وقد تم تخصيص 3400 مليون دج للقطاع السياحي خلال هذا المخطط، من أصل 400 مليار دج مخصصات الاستثمار الإجمالية للمخطط الخماسي الأول، حيث كانت حصة السياحة 0.85 فقط من إجمالي الاستثمارات، وتم توزيع المبلغ المخصص للقطاع السياحي على النحو التالي: 1.6 مليار دج خاص بإتمام المشاريع الباقية دون إنجاز، و1.8 مليار دج خاصة بانجاز مشاريع سياحية جديدة، من أجل بلوغ طاقة إيواء تقدر بـ 50880 سرير، ومن أجل تحقيق ذلك تم برمجت 89 مشروع سياحي.[2] موزعة على النحو التالي:

الجدول رقم (03-06):المشاريع المبرمجة وطاقات الإيواء المنجزة خلال المخطط الخماسي الأول (1980-1984)

المنتج السياحي	شاطئي	صحراوي	معدني	مناخي	حضري	مخيمات	المجموع
المشاريع المبرمجة	02	01	09	05	32	40	**89**
الأسرة المبرمجة	3300	2350	1650	1150	6900	1200	**16550**
الأسرة المنجزة	4035	2144	2000	1148	3405		**14732**

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: بديعة بوعقلين، مرجع سبق ذكره، ص،ص: 66-67.

[1] عبد القادر عويناني، **السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2012، ص:73.

[2] خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص: 153.

يوضح الجدول توجه السلطات نحو التركيز على السياحة الداخلية ، فبالإضافة إلى المنتج السياحي الجديد الذي برمج خلال هذا المخطط (برنامج المخيمات) الذي خصص له 1200 سرير، كان اهتمام واضح بالمنتج الحضري، حيث خصص لها 6900 سرير، استجابتا للطلب المحلي، أما بالنسبة للطاقة الإجمالية التي تم إنجازها في نهاية هذا المخطط قدرت بـ 14732 سرير، أي نسبة 28.96 % من طاقة الإيواء المستهدفة، وهي نسبة جد ضعيفة يمكن تفسيرها بالأزمة الاقتصادية التي واجهتها البلاد في بداية الثمانينات والتوجهات الاقتصادية والسياسية الجديدة، بالإضافة إلى ارتفاع التكاليف الخاصة بإنجاز الهياكل الفندقية وغياب التقنيين المختصين وعدم التسيير والمراقبة الدورية لهذه المشاريع الاستثمارية. وهذه الأسباب كانت كفيلة بعدم انطلاق أي مشروع جديد مبرمج ضمن هذا المخطط، وطاقة الإيواء التي تم إنجازها كانت مبرمجة ضمن المخططات التنموية السابقة.

5.المخطط الخماسي الثاني (1985-1989): خلال هذا المخطط أعطيت الأولوية للسياحة الداخلية مع الشروع في تنفيذ برامج خاصة لاستقبال السياح الأجانب، كما أنه كان يهدف إلى:[1]

- متابعة سياسة التهيئة السياحية؛
- تطوير الحمامات المعدنية والمراكز المناخية؛
- لامركزية الاستثمارات وتنويع المتعاملين مثل الجماعات المحلية، القطاع الخاص والتنظيمات العمومية الأخرى؛

وقد تم تخصيص 1800مليون دج ل تغطية السياحة المحلية.و 3500 مليون دج للاستثمارات السياحية من إجمالي 550 مليار دج، وهي ميزانية جد ضعيفة حيث كان التركيز آنذاك على قطاع الزراعة بالدرجة الأولى.

[1] بزة صالح، **تحليل إطار إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر "مقاربة السياسات والآليات"**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة،2017، ص: 129.

وقد تركزت المشاريع في استكمال المخططات التوجيهية للتهيئة مناطق التوسع السياحي التي نظمها المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 05 نوفمبر 1988 الذي حدد 173 منطقة توسع سياحي قسمت كما يلي: 141 منطقة متمركزة على السواحل، 12 منطقة في الهضاب العليا، 20 منطقة في الصحراء.[1] كما وقد تم تحديد الوظائف بالنسبة لهيئات القطاع كما يلي:[2]

- وزارة السياحة والصناعة التقليدية مكلفة بتسيير القطاع السياحي؛
- الديوان الوطني للسياحة مكلف بتطوير وترقية المنتج السياحي؛
- إنشاء المركز الوطني السياحي سنة 1989، كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري له ثلاث مراكز تكوين (الجزائر العاصمة، تيزي وزو وبوسعادة) وعموما فقد حققت هذه المخططات نتائج لا يستهان بها تمثلت في:

- إعادة هيكلة المؤسسات السياحية، حيث تحولت الإدارة المركزية إلى الامركزية، إذ حل الديوان الوطني الجزائري للسياحة **(ONAT)**، وأنشأت منظمات جهوية هي:
- الشركة الوطنية للفندقة الحضرية **(SNHU)** دورها تسيير الفندقة الحضرية، مقرها بالمدية؛
- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية **(ENET)** مقرها في سيدي فرج؛

أما بالنسبة للطاقات الإيواء المسجلة نهاية هذا المخطط فقد بلغت 48302 سرير موزعة على كل من القطاع الخاص والعام كالتالي:

الجدول رقم(03-07): توزيع طاقات الإيواء حسب القطاع ودرجة التصنيف خلال المخطط الخماسي الثاني نهاية 1989

الدرجة	القطاع العمومي	الجماعات المحلية	هيئات عمومية	القطاع الخاص	المجموع
5*	2056	-	-	302	**2358**
4*	3139	120	213	396	**3868**

[1] فؤاد أبركان، مرجع سبق ذكره، ص: 90.

[2] عبد القادر هدير، **واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها**، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2005، ص:117

3*	16137	365	340	1019	**17861**
2*	2242	411	–	399	**6562**
1*	–	–	–	2213	**2213**
غير مصنفة	–	571	248	14621	**15440**
المجموع	**23574**	**1476**	**801**	**22460**	**48302**

المصدر: بديعة بوعقلين، مرجع سبق ذكره، ص:71.

يوضح الجدول أعلاه نصيب القطاع العمومي والجماعات المحلية والهيئات العمومية من طاقات الإيواء التي بلغت في مجملها 25842 سرير، حيث يظهر أن القطاع العمومي (وزارة السياحة) تستحوذ على غالبيتها وتقدر بـ 23574 سرير معظمها ذات 3 نجمات، في حين الجماعات المحلية والهيئات العمومية لا تملك سوى طاقات قليلة، أما بالنسبة للقطاع الخاص فيملك 22460 سرير معظمها غير مصنف والبعض منها ذات 3 نجمات، أما بالنسبة للفنادق ذات 5 نجمات فهي جد ضعيفة بالنسبة للقطاعين.

وفي الإجمال نجد بأن الهياكل الأساسية للاستقبال لم تشهد تطورا كبيرا بالنسبة لكلا القطاعين، ولم يتم بلوغ الأهداف المسطرة بالرغم من بعض التشريعات المحفزة للاستثمار السياحي، كما أن القطاع لم يكن في أولويات السياسة التنموية في الجزائر، بالإضافة إلى الظروف الاقتصادية والسياسية التي لم تسمح بتطور القطاع.

ثالثا:الطلب السياحي خلال مرحلة الاقتصاد الموجه (1962-1989):

في العموم القطاع السياحي في الجزائر لم يحقق نتائج إيجابية خلال هذه الفترة، ولم يبلغ مستوى التطلعات المبرمجة ضمن المخططات التنموية، حيث ظل الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر ضعيفا خاصة بالنسبة للسياح الأجانب إلا أنه شهد تحسنا خلال الثمانينات مقارنة بفترة (1970-1977)، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (03-08): تطور الطلب السياحي خلال مرحلة الاقتصاد الموجه (1967-1989)

السنة	إجمالي السياح الوافدين	الأجانب	المقيمين الأجانب	المقيمين المحليين
1970	734394	235853	141109	377432
1971	758453	226025	141743	390685
1972	839427	237242	154909	447276
1973	978483	250210	153106	575167
1974	1091572	249006	183418	659148
1975	1256614	296516	219529	740569
1976	1097635	184795	208159	704686
1977	1398264	241713	238703	917848
1980	2315256	290950	291090	1733216
1981	2315256	321478	288675	2300173
1982	2910326	278301	256144	1600302
1983	2134747	285072	289616	1745773
1984	2320461	409365	324811	2142641
1985	2876817	407353	306623	2814977
1986	3528953	347745	248034	1939923
1987	2535702	250571	36157	1078823
1988	1365551	446883	-	-
1989	966906	661079	_	_

Source : Ministère du tourisme, Bilan du développement du secteur touristique, 2008, pp :13-14.

يتضح من الجدول أعلاه أن تدفقات السياح خلال الفترة (1970-1977) عرفت نموا مستمرا إلا أنه ضعيف نسبيا حيث لم يتجاوز السياح الأجانب 300000 سائح وذلك بمتوسط 240000 سائح خلال نفس الفترة كما أن أغلب السياح هم مقيمين محليين، وبداية من سنة 1980 سجل الطلب السياحي استقرارا نسبيا إلا أن أغلب السياح هم الجزائريين المقيمين في الخارج، وقد عرف السياح الأجانب معدل سنوي قدر بـ 324000 سائح، ولكن تم تسجيل انخفاض محسوس بداية من سنة 1986 بسبب الأزمة الاقتصادية العالمية، بالإضافة إلى الأحداث الأمنية في الجزائر خلال أكتوبر 1988.

المطلب الثاني: السياسة السياحية في عهد الإصلاحات الاقتصادية (1990-2000)

في ظل عدم فعالية المخططات التنموية خلال مرحلة الاقتصاد الموجه، انتهجت الجزائر مع مطلع التسعينيات سياسة الإصلاحات الاقتصادية من خلال التوجه نحو اقتصاد السوق في صورة لحل المشاكل الاقتصادية، أين توجهت السلطات نحو سياسة جديدة أساسها الشراكة والخوصصة والمنافسة وتحرير التجارة الخارجية. فعلى غرار كل القطاعات التي مستها الإصلاحات عرف القطاع السياحي إستراتيجية جديدة قائمة على توزيع المهام بين القطاعين العام والخاص.

وعلى هذا تم تقسيم الأدوار في المجال السياحي، حيث يتكفل القطاع الخاص بالاستثمار وتكوين منتج سياحي تنافسي بالإضافة إلى التنظيم والإدارة، بينما تقوم الدولة بمهام وضع الإطار التشريعي الملائم والواضح للاستثمار السياحي ونمو الصناعة السياحية.[1]

أولا: إستراتيجية الخوصصة والشراكة في القطاع السياحي

تبنت الجزائر سياسة الخوصصة في القطاع السياحي بموجب الأمر رقم 95-22 الصادر في 26 أوت 1995 المتعلق بخوصصة الشركات العمومية، حيث يقصد بالخوصصة من خلاله تحويل كل الأصول المادية أو المعنوية في مؤسسة عمومية أو جزء منها، أو كل رأسمالها أو جزء منه لصالح أشخاص طبيعيين أو معنويين تابعين للقانون الخاص، وإما تحويل تسيير مؤسسات عمومية إلى أشخاص طبيعيين أو معنويين تابعين للقانون الخاص.

وتمثلت أهم الأسباب التي أدت إلى تبني الخوصصة السياحية في: [2]

- العجز والإخفاق في تقديم صورة حسنة للوجهة السياحية الجزائرية طيلة السنوات السابقة؛
- تسجيل 13 مؤسسة من بين 17 مؤسسة عمومية عجزا ماليا نهاية سنة 1992؛

[1] فؤاد أبركان، مرجع سبق ذكره، ص: 101.

[2] عائشة شرفاوي،**السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2014، ص:155.

- ضعف مشاركة القطاع السياحي في خلق مناصب عمل وامتصاص قدر من البطالة؛
- ارتفاع أسعار الخدمات المقدمة وتدني مستواها، وانعدام الصيانة للمرافق السياحية؛
- انعدام الوعي والثقافة السياحية لدى مستخدمي القطاع.

وقد تضمنت خطة الخوصصة السياحية مرحلتين هما:

- **مرحلة العرض الوصفي:** تخص المشاريع الفندقية التي هي في طور الإنجاز أو في طريق الانتهاء، وقد تم عرض مناقصة وطنية ودولية لبيعها، هذه المناقصة تخص 5 فنادق مرتبة حسب ما يبينه الجدول التالي:[1]

الجدول رقم (03-09): قائمة الفنادق المعروضة للخوصصة

المشروع	الترتيب	طاقة الإيواء	نوع المنتوج	نسبة الإنجاز
الفندق الدولي لمطار الجزائر العاصمة	4*	660 سرير	حضري	%90
فندق اللوس بالوادي	3*	300 سرير	صحراوي	%98
فندق بجاية	3*	300 سرير	حضري	%50
فندق المسيلة	2*	300 سرير	حضري	%85
فندق شاطوناف بوهران	4*	600 سرير	حضري	%60

المصدر: بديعة بوعقلين، مرجع سبق ذكره، ص:93.

تعتبر هذه المناقصة الأولى من نوعها فيما يخص خوصصة مؤسسات القطاع السياحي إلا أن هذه العملية لم تكن ناجحة، حيث لم يتم بيع أي من هذه الفنادق، ومن بين أهم الأسباب التي أدت إلى ذلك هو مشكل ملكية الأراضي التي تبقى تابعة للدولة حسب ما نص عليه قانون العقار .

- **مرحلة العرض الإضافي:** يشمل مجموع المؤسسات الفندقية قيد الاستغلال والمبدأ المطبق لخوصصتها يعتمد على تصنيفها إلى ثلاث أصناف وهي: [2]
  - **الجيدة (صنف أ):** مؤسسات ذات خزينة إيجابية ؛

[1] بديعة بوعقلين، **السياسات السياحية في الجزائر وإنعكساتها على العرض والطلب السياحي**، دراسة حالة ولاية تيبازة، رسالة مقدمة لنيل درجة ماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع التخطيط، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 1995، ص: 93.

[2] عائشة شرفاوي ، مرجع سبق ذكره، ص:156.

- **المتوسطة (صنف ب):** مؤسسات ذات خزينة متوسطة؛
- **دون المتوسطة (الصنف ج):** مؤسسات تعاني من العجز ولها قدرات لمعالجة العجز.

وقد تم إحصاء 60 مؤسسة فندقية قيد الاستغلال لغرض خوصصتها وهي:

الجدول رقم (03-10): تصنيف الوحدات الفندقية لغرض الخوصصة

المؤسسات	الصنف أ	الصنف ب	الصنف ج	المجموع
فنادق حضرية صنف جيد	03	-	-	03
فنادق حضرية صنف متوسط	06	10	02	18
مركبات شاطئية	07	02	01	10
فنادق صحراوية	06	07	05	18
محطة مياه معدنية	-	07	01	08
محطات مناخية	-	02	-	02
مركز التداوي بمياه البحر	01	-	-	01
المجموع	**23**	**28**	**09**	**60**

المصدر:عائشة شرفاوي، مرجع سبق ذكره، ص: 157.

وعلى أساس هذا التصنيف قامت وزارة السياحة بترتيب المستثمرين المستهدفين حسب كل صنف، والقدرة المالية التي يتمتعون بها. وقد اسفرت هذه العملية على دخول مؤسسات أجنبية للاستثمار في المجال السياحي بالجزائر، نذكر منها:

الجدول رقم (03-11): بعض تجارب الخوصصة في القطاع السياحي

المستثمر الأجنبي الخاص	المؤسسة السياحية	السنة	الوضعية الحالية للاستثمار
مجمع **Accor** الفرنسي	فندق سوفيتال	1992	ساري المفعول
	فندق مطار الجزائر(**Mercure**)	2000	ساري المفعول
مجمع **Flamingo** الإسباني	فندق الرياض بسيدي فرج فندق الزيانيين بتلمسان	1993	باء بالفشل
مجمع **Hilton**	فندق الجزائر الدولي	1993	باء بالفشل
مجموعة **Safir** الكويتية	فندق مازفران بزرالدة	-	ساري المفعول

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على عوينات عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص:78.

يوضح الجدول بعض تجارب الخوصصة في المجال السياحي، منها من هو مستمر إلى غاية يومنا هذا، ومنها من باء بالفشل لعدة أسباب.

حيث أن تطبيق سياسة الخوصصة السياحية في الجزائر واجهت مجموع من العقبات تمثلت في:[1]

- مشكل تقييم المؤسسات العمومية، نظرا لضعف التقييم المحاسبي وغياب النزاهة في الوثائق المحاسبية؛
- غياب السوق المالي الذي يعمل على زيادة المدخرات من أجل الاستثمار؛
- نقص رؤوس الأموال لدى المستثمرين؛
- غياب بنك معلومات سياحي بغية تسهيل عملية الخوصصة؛
- الموقف المعارض لعملية الخوصصة، خوفا من تدهور الوضع الاجتماعي للعمال.

كما تبنت الجزائر الشراكة كخيار استراتيجي، بحكم اكتساب المؤسسات السياحية الموجودة الخبرة اللازمة لتقوية قدراتها ، وتحسين أدائها، وقدرتها على فتح مناصب شغل جديدة، كما تعتبر الشراكة إحدى المنافذ المهمة في عملية تمويل المؤسسات السياحية، بالإضافة إلى تحسين رقم الأعمال بالعملة الصعبة، عن طريق استعمال شبكات جديدة للتوزيع والتسويق، وتساهم كذلك في تحسين صورة البلاد السياحية في الخارج.[2] وتهدف الشراكة على اكتساب المؤسسات السياحية الجزائرية عدة مزايا أهمها:[3]

- اكتساب الخبرة بالأسواق، والنظر إلى المشروع على أنه وطني وليس مجرد مشروع أجنبي؛
- فتح فرص عمل جديدة؛

[1] عبد القادر عوينان، مرجع سبق ذكره، ص:78.

[2] فؤاد أبركان، مرجع سبق ذكره، ص:102.

[3] عبد القادر هدير، مرجع سبق ذكره، ص: 131.

- إلغاء بعض القيود التي تفرضها الدول على المشروعات الأجنبية كالرقابة على الصرف والضرائب المهنية؛
- تحقيق الاستمرارية في الإنتاج، حتى ولو فصل الشريك الأجنبي، عكس الاستثمار الأجنبي المباشر، الذي يعتمد على الملكية العامة للمشروع.

وقد أنشأت عدة تجارب شراكة في المجال السياحي نذكر منها:[1]

- شركة (SEGTOUR) بين المجموعة الكندية(L'ONAT) و (PGL) وكانت حصة الجزائر 51%، تولت من طرف البنك الجزائري الخارجي وفندق الأوراسي والديوان الوطني الجزائري للسياحة ومؤسسة التسيير السياحي لتيبازة، أنجزت مركبين شاطئين بمرسى بن مهيدي وسكيكدة وفنادق في الجنوب ومخيمات بالهقار والطاسلي وفنادق بوهران وقسنطينة.
- سنة 1989 أمضت مجموعة (ACCOR) عقدا مع مؤسسة التسيير السياحي للوسط لتسيير فندق الحامة بالجزائر، ويكون مسير من طرف (SOFITEL)
- سنة 1989 أنشئت شركة مختلطة بين الشركة الكورية الجنوبية (AFWWOO) والديوان الوطني للمعارض والتصدير (ONAFEX) تدعى الشركة الجزائرية للفندقة والترقية والعقارات (SAHLI) لإنجاز الفندق الدولي (HILTON) بكلفة 76 مليون دولار.
- إنشاء شركة مختلطة بين الخطوط الجوية الجزائرية بـ 60 % وأمدوس (AMADUS)تدعى **(NATIONAL MARKETING COMPANY)**.
- في 14 جويلية 2001 أنشأت شركة تطوير الفندقة **(SDH)** وهي شركة مختلطة **(SIH)** و **(LAFICO)** الليبية، لإنجاز فندقين من الطراز شراتون في وهران وحاسي مسعود 92 مليون دولار.

[1] عبد القادر هدير، مرجع سبق ذكره، ص:132.

ثالثـــا: الاستثمـــــار السياحـــــي

إدراكا من السلطات للتأخر الذي يمس الاقتصاد الوطني في مجال التمويل بسبب أحادية الصادرات (البترول) وكذلك النقص الشديد في الخبرة وتقنيات الاستثمار ومواكبة التطورات الاقتصادية العالمية عمدت السلطات إلى إصدار منظومة من التشريعات الاقتصادية المحفزة لتشجيع الاستثمارات الخاصة المحلية والأجنبية في كل المجالات بما فيها القطاع السياحي، حيث أصدرت:

- قانون النقد والقرض **90-10** الصادر في 14 أفريل 1990 المنظم لسوق الصرف والذي ينص حسب المادة 183على إمكانية تحويل رؤوس الأموال إلى الجزائر من قبل الغير الموقمين سواء كانوا معنويين أو طبيعيين للاستثمار في مختلف النشاطات الاقتصادية بما فيها النشاط السياحي وفق شروط محددة كاستحداث مناصب شغل جديدة، والاستفادة من التكنولوجيا الجديدة وتحسين المستوى الفني والتقني للإطارات الجزائرية.
- قانون الاستثمار **93-12** الصادر في 05 أكتوبر 1993 المتعلق بترقية الاستثمار والمنظم للاستثمار الخاص والذي يحدد الامتيازات والضمانات الممنوحة للمستثمرين الوطنيين والأجانب، أين يحظى المستثمر الأجنبي بنفس معاملة المستثمر الوطني.[1]

وتجسيدا لهذه السياسة التشجيعية أحدثت وكالة مكلفة بترقية ومتابعة الاستثمار **(APSI)** خولت لها صلاحيات معتبرة فيما يخص منح الامتيازات الجبائية والجمركية زيادة على تقديمها لتسهيلات ودعم تقني وإعلامي للمستثمرين عن طريق ما يسمى بالشباك الوحيد، الذي يجمع الإدارات والهيئات المعنية بالاستثمار حيث يكون من مكتب الوكالة، مكتب الضرائب، مكتب بنك الجزائر، مكتب المركز الوطني لسجل التجاري، مكتب البلدية، مكتب الجمارك، مكتب عقاري، مكتب البيئة

[1] المرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 1993/10/05، الجريدة الرسمية رقم 64 الصادرة في 1993/10/10، ص: 04.

ومكتب التشغيل.[1] وتتمثل الامتيازات الممنوحة للمستثمرين بما فيها الاستثمارات السياحية، فيما يلي:

الجدول رقم (03-12):الامتيازات الممنوحة للاستثمارات السياحية ضمن قانون الاستثمار لسنة 1993

نظام الإمتيازات	النظام العام	المناطق لخاصة/ مناطق التوسع	الطوق الثاني للجنوب	الجنوب الكبير
مساعدات على الإنجاز	3 سنوات	3 سنوات	3 سنوات	3 سنوات
حقوق التحويل	إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء
حقوق تحويل عقود التأسيس	%0.5	%0.5	%0.5	%0.5
إعفاء من الرسم العقاري	من 5إلى 10سنوات	من 5 إلى 10 سنوات	07 سنوات على الأقل	10 سنوات
الرسم على القيمة المضافة	إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء
الحقوق الجمركية	%3	%3	%3	%3
الأشغال القاعدية	لاشيء	تكفل جزئي أو كلي	%50	تكفل كلي أو جزئي
التنازل عن الأراضي	بقيم حقيقية	تخفيضات كبيرة	تخفيض 50%	تخفيضات كبيرة
تخفيض نسبة الفوائد	لاشيء	لاشيء	%25	%25

المصدر: حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص:201.

- الأمر رقم **01-03** المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار الذي حدد نظامين للحوافز الممنوحة للمستثمرين وهما:[2]

- **نظام الحوافز العام:**الذي يقوم بمنح امتيازات في إطار السياسة الوطنية للاستثمار، وتقتصر على المراحل الأولى لإنجاز المشروع وبداية تشغيله.
- **نظام الحوافز الاستثنائي:** يخص هذا النظام الاستثمارات التي تقام في المناطق ذات الأولوية، والمحددة في الإستراتيجية الوطنية لتطوير الاستثمار، وأهم هذه الحوافز: الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة بالنسبة للسلع ولخدمات التي تدخل، الإعفاء من رسوم نقل الملكية ووجود

[1] حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص: 199.

[2] فؤاد أبركان، مرجع سبق ذكره، ص : 99.

تعويض عادل جراء أي مصادرة إدارية، مبدأ التحكيم لفض النزاعات، إعفاء لمدة 10 سنوات من الضريبة على أرباح الشركات...إلخ.

ونتيجة لفسح المجال أمام الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي من خلال التحفيزات والتسهيلات التي منحتها الدولة في إطار قوانين الاستثمار، والجهود المبذولة من قبل الوكالة الوطنية لترقية ودعم الاستثمار **(APSI)**، فقد شهدت الاستثمارات السياحة تطورا ملحوظا خلال الفترة (1994-1999) كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (03-13):تطور المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي للفترة (1994-1999)

السنة	1994	1995	1996	1997	1998	1999	المجموع
عدد المشاريع	694	834	2075	4989	9144	5318	23054
فرص العمل	59606	73818	127849	266761	388702	167559	1084295
المبلغ (ملياردج)	114	219	178	438	912	347	2208

المصدر: حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص:202.

يبين الجدول تطور واضح في عدد المشاريع الاستثمارية ففي سنة 1999 بلغ مجموع الاستثمارات السياحية 23054 مشروع مصحوبا بتوفير 1084295 فرصة عمل، كان ذلك نتيجة الإجراءات التحفيزية للاستثمار الخاص، إلا أنه وبالرغم من هذا التطور تبقى الاستثمارات السياحية دون المطلوب وهذا ينطبق على باقي الاستثمارات نظرا للوضع الأمني والتوترات السياسية التي عاشتها الجزائر خلال هذه الفترة. كما بقيت طاقات الإيواء منخفضة خاصة فيما يخص الفنادق ذات 05 نجوم و4 نجوم، وبقيت أغلبية الفنادق غير مصنفة وتليها الفنادق ذات 03 نجوم، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (03-14): تطور طاقات الإيواء حسب التصنيف للفترة 1990-2000

الدرجة	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
*5	05	05	05	07	07	08	09	09	09	10	11
*4	17	20	21	22	29	31	33	33	34	20	20
*3	87	87	89	89	90	91	91	91	104	75	78
*2	63	68	72	73	73	83	85	87	87	65	66
*1	55	66	68	69	69	70	73	70	70	49	49
غير مصنفة	153	234	237	251	337	370	371	450	477	556	552
المجموع	**382**	**480**	**493**	**510**	**605**	**653**	**659**	**740**	**781**	**775**	**776**

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

رابعا: الطلب السياحي خلال مرحلة الإصلاحات الاقتصادية (1990-2000)

تصادفت هذه المرحلة مع الأزمة الأمنية التي عرفتها الجزائر خلال العشرية السوداء، حيث سجل الاقتصاد الجزائري ركودا بتراجع أداء كل القطاعات الاقتصادية على غرار القطاع السياحي الذي يتأثر كثيرا بالوضع الأمني للدول المضيفة، حيث عرفت الحركة السياحية في الجزائر انخفاضا محسوسا خلال هذه المرحلة، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (03-15): السياح الوافدين خلال فترة الإصلاحات الاقتصادية (1990-2000)

السنة	إجمالي السياح الوافدين	الإجانب	الجزائريين المقيمين في الخارج
1990	1136918	685815	451103
1991	1193210	722682	470528
1992	1119548	624096	495452
1993	1127545	571993	555552
1994	804713	336226	468487
1995	519576	97648	421916
1996	604968	93491	511477
1997	634752	94832	539920

571234	107213	678448	1998
607675	147611	755286	1999
690446	175535	865994	2000

Source : Ministère du tourisme, Bilan du développement du secteur touristique, 2008, P :15.

يوضح الجدول أن سنتي 1990 و1991 شهدت ارتفاعا من قبل السياح الأجانب ولكن مع بداية سوء الأوضاع الأمنية وتوتر الوضع الداخلي بالبلاد انخفض الطلب السياحي في الجزائر خاصة خلال سنة 1995 التي سجلت انخفاضا بنسبة 70%، إضافة إلى أن هذه المرحلة تزامنت مع حرب الخليج، ولكن في نهاية التسعينيات ومع تحسن الأوضاع انتعش الطلب السياحي إلا أن النسبة الكبيرة من السياح تتمثل في الجزائريين المقيمين في الخارج.

المطلب الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر

مع مطلع الألفية الثالثة واستجابتا لبرنامج الإنعاش الاقتصادي الذي سطرته الجزائر لبعث النمو الاقتصادي في مناطق واسعة من البلاد، وضعت وزارة السياحة سنة 2001 إستراتيجية سياحية جديدة تحت عنوان" مخطط أعمال التنمية السياحية المستدامة لآفاق 2010" والذي أعيد النظر فيه سنة 2013 من خلال إدخال التعديلات اللازمة التي تكتسي طابع المصلحة العامة، وتماشيا مع التطورات الجديدة على المستويين الداخلي والخارجي، حيث تم صياغة البرنامج السابق في شكل مشروع جديد تحت عنوان" مخطط التنمية السياحية المستدامة في الجزائر لآفاق 2013" الذي يستمد محتواه من المبادئ الأساسية التي تتجسد في النصوص التشريعية لقانون التنمية السياحية المستدامة رقم 01/03 الصادر في شهر فبراير 2003، الذي يحدد الأسس العامة لاستدامة التنمية السياحية.

أولا: التنمية السياحة المستدامة في التشريع الجزائري

في إطار التنظيم القانوني للنشاط السياحي في الجزائر، وضع المشرع الجزائري ترسانة من النصوص القانونية التي تنظم النشاط السياحي وتضمن ديمومته، وكان أهم هذه القوانين ذلك الذي يتعلق بالتنمية السياحية المستدامة، ونصوص أخرى نذكر أهمها فيما يلي:

1. **قانون التنمية السياحية المستدامة:** يحدد القانون رقم 03-01 المؤرخ في 17 فبراير 2003 المتعلق بالتنمية السياحية المستدامة، شروط التنمية المستدامة للأنشطة السياحية وكذا تدابير وأدوات تنفيذها، كما يهدف إلى إحداث محيط ملائم ومحفز من أجل:[1]

- ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة في السياحة؛
- إدماج مقصد الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة من خلال ترقية الصورة السياحية؛
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية قصد رفع قدرات الإيواء والاستقبال؛
- تلبية حاجيات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية؛
- حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة وتثمين القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية؛
- تحسين نوعية الخدمات السياحية؛
- تنمية وترقية الشغل في الميدان السياحي؛
- التطوير المنسجم والمتوازن للنشاطات السياحية، وتثمين التراث السياحي الوطني.

وقد أسندت مهمة تنفيذ ومتابعة عملية التنمية السياحية إلى الوكالة الوطنية للتنمية السياحية لتولي عملية التهيئة والترقية والاقتناء، وإعادة بيع أو تأجير الأراضي للمستثمرين داخل مناطق التوسع السياحية المعدة لإنجاز المنشآت السياحية.

[1] القانون 03-01 المؤرخ في 17 /2/ 2003، ج ج ر رقم 11 الصادرة في 2003/02/19، ص:04.

2. **قانون استغلال الشواطئ:** يحدد القانون رقم 03-02 المؤرخ في 17 فبراير 2003 القواعد العامة لاستعمال واستغلال السياحيين للشواطئ، ويهدف هذا القانون حسب المادة 02 إلـــى: [1]

- حماية وتثمين الشواطئ قصد استفادة المصطافين منها بالسباحة والخدمات المرتبطة بها؛
- توفير شروط تنمية منسجمة ومتوازنة للشواطئ تستجيب لحاجات المصطافين من حيث النظافة والصحة والأمن وحماية البيئة؛

ومن بين أهم المبادئ التي جاء بها قانون استغلال الشواطئ حسب المواد 10،11 و12:

- يمنع كل مستغل للشواطئ القيام بأي عمل يمس بالصحة العمومية أو يتسبب في إفساد نوعية مياه البحر أو إتلاف قيمتها النوعية؛
- تتولى الدولة إجراء دورية ومنتظمة لنوعية مياه البحر؛
- يمنع رمي النفايات المنزلية أو الصناعية أو الفلاحية في الشواطئ ومحاذاتها.

3. **قانون مناطق التوسع والمواقع السياحية:** يحدد القانون رقم 03-03 المؤرخ في 17 فبراير 2003 مبادئ وقواعد حماية وتهيئة وترقية وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية، كما يهدف حسب ما جاء في المادة الأولى من نفس القانون إلى:[2]

- الاستعمال العقلاني والمنسجم للفضاءات والموارد السياحية قصد ضمان التنمية المستدامة للسياحة؛
- إدراج مناطق التوسع والمواقع السياحية وكذا منشآت تنمية النشاطات السياحية في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم؛
- حماية المقومات الطبيعية السياحية، والمحافظة على التراث الثقافي والموارد السياحية من خلال استغلال التراث الثقافي والتاريخي والفني والديني لأغراض سياحية؛

[1] القانون 03-02 المؤرخ في 17 /2/ 2003، ج ج ر رقم 11 الصادرة في 2003/02/19، ص:08.
[2] القانون 03-03 المؤرخ في 17 /2/ 2003، ج ج ر رقم 11 الصادرة في 2003/02/19، ص:14.

- إنشاء عمران منسجم ومناسب مع تنمية النشاطات السياحية والحفاظ على طابعه المتميز.

4. **تشكيل العقار السياحي:** حسب المادة 20 من القانون 03-03 المؤرخ في 17 فبراير 2003 يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض من مخطط التهيئة السياحية، ويضم الأراضي التابعة للأملاك الوطنية العمومية والخاصة وتلك التابعة للخواص ويحق للدولة ممارسة حق الشفعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية حسب المادة 21 من نفس القانون.[1]

5. **قانون منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية:** حدد المرسوم التنفيذي رقم 07-69 مؤرخ في 19 فيفري 2007، شروط وكيفية منح امتياز استغلال المياه الحموية، وتصنيفها وكيفية مراقبتها وحمايتها، وبموجبه تم إنشاء اللجنة التقنية للمياه الحموية، وتضمن دفتر شروط نموذجي يتعلق بالحقوق والواجبات المرتبطة بامتياز استعمال واستغلال المياه الحموية.[2]

ثانيا: محتوى إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة لآفاق 2013

يصبو التصور الذي وضعته الوزارة الوصية على القطاع السياحي لآفاق 2013 إلى ترقية المنتج السياحي، ودعم و تأطير الاستثمار السياحي، وذلك بعد بلوغ جملة من الأهداف النوعية والكمية التي سطرت ضمن هذا البرنامج، نوجز هذه الأهداف فيما يلي: [3]

1. **الأهداف النوعية:** تمثلت فيما يلي:

- تثمين الطاقات الطبيعية والثقافية والحضارية؛
- تحسين أداء القطاع السياحي من خلال الشراكة في التسيير؛
- تحسين نوعية الخدمات السياحية، والارتقاء بها إلى مستوى المنافسة الدولية؛

[1] القانون 03-03 المؤرخ في 17 /2/ 2003، ج ج ر رقم 11 الصادرة في 2003/02/19، ص:14.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 07-69 المؤرخ في 2007/02/19، المحدد لشروط وكيفية منح امتياز استغلال المياه الحموية، ج ج ر رقم 13الصادرة في 2007/02/21، ص: 07.

[3] عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص: 278.

- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية؛
- المحافظة على البيئة والفضاءات الهشة لتوسيع السياحة البيئية؛
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة، بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية المستدامة؛
- تلبية حاجيات الطلب الوطني المتزايد باستمرار، قصد تقليص عدد المتجهين إلى الخارج.

2. الأهداف الكمية: تمثلت فيما يلي:

- **تثمين الاستثمار السياحي:** وذلك عبر مرحلتين:

- المرحلة الأولى (2004-2007): يتوقع إنجاز خلال هذه الفترة حوالي 55000 سرير، وذلك باعتماد 1.5 مليون دج للسرير، وبالتالي ستصل الاستثمارات إلى غلاف مالي نظري بـ 82.5 مليار دج في نهاية هذه المرحلة.
- المرحلة الثانية (2008-2013): وتعتبر المشاريع المقترح إنجازها في هذه المرحلة من النوع المتوسط والرفيع، ويكون حجم الاستثمار المتوقع 150 مليار دج، لإنجاز 60000 سرير، أي بقيمة 2.5 مليون دج لسرير.

- **رفع قدرات الاستقبال:** إن عدد الأسرة المتوقع الوصول إليها في آفاق 2013 هو 187 ألف سرير، بالإضافة إلى 72000 سرير تم إحصائها سنة 2002.
- **رفع التدفقات السياحية:** حسب البرنامج فإن المحصلة النهائية للتدفقات المنتظرة خلال سنة 2013 ستكون حوالي 3098531 سائح.
- **زيادة مناصب العمل:** عدد مناصب العمل التي سيتم إنشاؤها في نهاية سنة 2013 هو 57500 منصب عمل مباشر، و 172500 منصب غير مباشر، وبالتالي مجموع المناصب المتوقع الوصول إليها عند نهاية هذه المرحلة هو 230 ألف منصب عمل.

- **زيادة المداخيل من العملة الصعبة:** عدد المداخيل المتوقعة في نهاية المرحلة قدرت بـ 1.3 مليار دولار، وهذا باعتماد معيار الإنفاق المتوسط لكل سائح والمقدر بـ 520 دولار.

3. إجراءات دعم إستراتيجية التنمية السياحية واستدامتها

- **التهيئة والتحكم في العقار السياحي:** إن التدابير الموصى بها في هذا الشأن هي إعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية، الذي يشكل الأساس في تنفيذ الإستراتيجية عن طريق:[1]

- الشروع في الدراسة، لتحديد والتصريح وإعادة التشكيل لمناطق التوسع السياحي؛
- التنازل عن طريق التراضي عن حوالي 600 هكتار في السنة، من القطع الأرضية المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي لفائدة الوكالة الوطنية للتنمية السياحية؛ لغرض تهيئتها ووضعها تحت تصرف المستثمرين؛
- إنجاز أشغال التهيئة القاعدية لسبعين منطقة توسع سياحي؛
- تخصيص موارد مالية لفائدة الصندوق الخاص بدعم الاستثمار السياحي يقدر بـ640 مليون دينار جزائري سنويا.

- **تأطير وتمويل المشاريع السياحية:** ويتعلق الأمر بتكييف طريقة تمويل وفقا للخصوصيات التي يتميز بها الاستثمار السياحي، وعلى هذا الأساس لابد من: [2]

- ابتكار منتجات مالية ذات خصوصية (قروض فندقية مثلا)، وتشجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي؛
- دعم تمويل المشاريع السياحية وتحفيز الاستثمارات عن طريق تخفيض نسب الفائدة على القروض الموجهة للاستثمارات السياحية.

---

[1] لحسين عبد القادر، **إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025**، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2013، ص:192.

[2] لحسين عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص: 192.

- **دعم التكوين:** باعتبار المورد البشري هو الأساس في تقديم الخدمات السياحية،فلابد أن يستفيد إعداد برنامج للتبادل وتحسين المستوى مع معاهد دولية متخصصة في التكوين
- **إجراءات دعم النوعية:** ستكون الإجراءات المسطرة موضوع برنامج يتم دراسته من طرف المجلس الوطني للسياحة، من بين هذه العمليات نخص بالذكر ما يلي:[1]

– مواصلة عملية التقييس ومراقبة النشاطات والمهن السياحية.

– اللجوء إلى منح شهادات النوعية المعتمدة دوليا للمؤسسات السياحية.

– تحسين محيط السياحة (النظافة العمومية،المراقبة الصحية،تسهيلات العبور وحركة السياح).

– تطوير النقل وملائمته مع الطلب السياحي.

– فتح مكاتب للصرف وتعميم وسائل الدفع الحديثة.

– تشجيع شركات النقل لاعتماد أسعار تشجيعية من أجل دعم القدرات التنافسية للمنتوج السياحي.

- **إجراءات دعم الترقية السياحية:** يجب أن تكون هذه الوظيفة الإستراتيجية محل اهتمام دائم على وجه الخصوص عن طريق:[2]

– إعادة تنظيم وتدعيم الديوان الوطني للسياحة وإنشاء مقر جديد له.

– فتح هيئات على المستوى الوطني و11 ممثلية في الخارج تابعة للديوان الوطني للسياحة.

– إعداد برامج واسعة في مجال الاتصال المؤسساتي بهدف تحسين الصورة السياحية للجزائر.

– إنجاز دراسات حول الأسواق العالمية الموفدة للسياح.

– إشراك الحركة الجهوية والتنظيمات المهنية في عمليات الترقية السياحية.

– تدعيم سلك المفتشين وخلق سلك الشرطة السياحية بالتنسيق مع وزارة الداخلية.

المبحث الثاني: تقييم مؤشرات السوق السياحي في الجزائر

[1] بزة صالح، مرجع سبق ذكره، ص:141.

[2] المرجع نفسه، ص:142.

تتنوع وتتعدد المقومات السياحية التي تتمتع بها الجزائر إلا أن عدم الاستغلال والتأطير الكفء لهذه المقومات ينعكس سلبا على الصورة السياحية للجزائر، وهذا يحد من الطلب السياحي الوافد إليها، ويؤثر على قدرتها التنافسية إقليميا ودوليا، فمن خلال هذا المبحث سنحاول التعريف بالمؤهلات السياحية في الجزائر، وحجم الطلب السياحي الوافد إليها، بالإضافة إلى موقع الجزائر التنافسي ضمن المؤشر العالمي لتنافسية السياحة والسفر.

المطلب الأول: مؤشرات العرض السياحي في الجزائر

تمتلك الجزائر مقومات طبيعية، حضارية وثقافية كفيلة بأن تجعل منها وجهة سياحية متميزة على المستوى الإقليمي والعالمي، في حال ما دعمت هذه المقومات بالإمكانيات البشرية والمادية بالأخص هياكل الاستقبال السياحية والبنية التحتية اللازمة كشبكة النقل وتكنولوجيا المعلومات والاتصال وغيرها من الإمكانيات التي تعزز من مقومات الجذب السياحي الخام التي تميز الجزائر، فمن خلال هذا المطلب سنحاول تلخيص أهم هذه المقومات .

أولا: المقومات الطبيعية:

إن التموقع الإستراتيجي للجزائر وشساعة مساحتها سمح لها بامتلاك مؤهلات سياحية طبيعية مهمة ومتعددة من شريط ساحلي خلاب يطل على البحر الأبيض المتوسط ، ومناخ متوسطي معتدل، وتضاريس متنوعة وصحراء واسعة، كل هذه المميزات تسمح بممارسة أنماط سياحية متعددة، وتتجلى أهم هذه المقومات فيما يلي:

1. **الشريط الساحلي:** تطل الجزائر على البحر الأبيض المتوسط على طول شريط ساحلي يبلغ 1644 كلم تتخلله عدة خلجان وكتل صخرية، يمر على 420 بلدية ساحلية من تلمسان غربا إلى الطارف شرقا، وهذا يجعل ما السياحة الساحلية منتجا أساسيا لقيام السياحة الشاطئية،

خاصة وأن الجزائر تحظى بشواطئ خلابة، تتمركز أهمها في سكيكدة، القالة، عنابة، جيجل، بجاية، تيبازة، وهران وتلمسان.

كما يتوفر الشريط الساحلي والمدن الداخلية المحاذية له على عدة محميات طبيعية عالمية تتوفر على نظام بيئي مميز، وتنوع غطائها النباتي واحتوائها على عدد من الكائنات النادرة تم إنشائها للمحافظة على البيئة والثروة الحيوانية والنباتية، تتمثل أهم هذه المحميات التي تم تصنيفيها عالميا فـــي:[1]

- **محمية القالة بولاية الطارف:** تضم ثلاث بحيرات، غابات وشواطئ، وتلقب بمدينة المرجان؛
- **محمية تازا بولاية جيجل:** تضم بحيرات وغابات كثيفة، وأقاليم ساحلية متنوعة؛
- **محمية قوراية بولاية بجاية:** محمية غابية تضم جبال قوراية التي تعانق مياه المتوسط؛
- **محمية جرجرة بولاية تيزيوزو:** تعد من أجمل جبال العالم تكسوها الثلوج من بداية فصل الخريف إلى نهاية فصل الربيع؛
- **محمية تلمسان:** تضم غابات وشلالات الأوريط بالإضافة إلى مغارات بني عاد؛
- **محمية بلزمة بولاية باتنة:** تضم سهل شاسع يتخلله واد وهضاب متفرقة تتميز بغطاء نباتي متنوع؛
- **محمية ثنية الحد بتسمسيلت:** تضم غابة كثيفة من أشجار الأرز تتوسطها بحيرة صغيرة؛
- **محمية الشريعة بولاية البليدة:** من أجمل المحميات الثلجية في الجزائر، تمارس فيها رياضة التزلج.

2. **الأطلس التلي والهضاب العليا:** يمتد الأطلس التلي على شكل سلاسل جبلية، فهناك سلسلة الأطلس التلي والأطلس الصحراوي، بينهما سهول ساحلية أشهرها سهل متيجة، وهران وعنابة،

[1] المحميات الطبيعية العالمية في الجزائر، متوفر على الرابط: **https://fr.scribd.com** تاريخ الإطلاع: 2018/10/05

وسهول داخلية أشهرها سهل تلمسان، ونجد مجموعة سلاسل جبلية متفاوتة الارتفاع فنجد أعلى قمة في جبل الأوراس وقمة لالا خديجة والونشريس والشريعة التي تعتبر مناطق سياحية يمكن استغلالها لممارسة السياحة الجبلية، بممارسة بعض الرياضات، أما الهضاب العليا فيتراوح علوها مابين 900 و1000م، تمثل هضاب الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية والغربية بها العديد من المنخفضات أهمها سطيف وتبسة.[1]

3.الصحـراء الجزائرية: تعد الصحراء الجزائرية ثاني أكبر صحراء في العالم، حيث تقارب مساحتها 2 مليون متر مربع، وتحتوي على تراث طبيعي وثقافي تاريخي غني ومتنوع، حيث تعد السياحة الصحراوية جوهرة المنتوج السياحي الجزائري، باحتوائها على ثلاث حظائر ثقافية مصنفة عالميا. والمتمثلة فـــي:[2]

- **حظيرة وادي ميزاب بـــغرداية:** صنفت المعالم المعمارية والثقافية التاريخية لهذه المنطقة ضمن التراث العالمي، ومن أهم مدنها بني يزقن، كما تحتوي على مجموعة مهمة من واحات النخيل؛
- **حظيرة الطاسلي بـــإليزي:** تقع في أقصى الجنوب الشرقي، وتعرف هذه المنطقة بالحظيرة الوطنية للطاسيلي التي صنفت منذ عام 1986 من طرف اليونيسكو كتراث عالمي، وفيها كل العناصر الطبيعية والتاريخية والثقافية التي تجعلها منطقة سياحية بامتياز، فهي بمثابة متحف طبيعي مفتوح يتضمن أكثر من 1500 رسم ونقش حجري.
- **حظيرة الهقار بـتمنراست:** تتميز الحظيرة الوطنية للهقار التي تم إنشاؤها سنة 1987 بتضاريسها وثروتها الحيوانية والنباتية والنقوش التي تشكل امتيازات حقيقية للسياحة تشهد على الأزمنة الغابرة.

[1] محمد تاج الدين صحراوي، وسيلة السبتي، **السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول**، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثاني، ديسمبر 2017، ص: 56.

[2] عبد الكريم بداش، **صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات 'رؤية استكشافية وإحصائية'**، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة، العدد 22، 2014، ص، 11.

كل هذه المقومات التي تزخر بها الصحراء الجزائرية بما فيها من واحات شاسعة تعتبر الأشهر في العالم كتيميمون وبني عباس، ومناظر طبيعية كغروب الشمس في منطقة أيسكرام بعمق الصحراء الذي يعتبر من أجمل اللوحات الطبيعية، كفيلة بجعل السياحة الصحراوية منتجا سياحيا هاما يؤهل الجزائر بدخول السوق السياحية الدولية بميزة تنافسية عالية.

4.الثروة المعدنية: تزخر الجزائر بمقدرات ومؤهلات حموية معتبرة، موزعة عبر كل التراب الوطني، تتسم بالعديد من المميزات والخصائص العلاجية الحموية، التي تسمح بالتنافس من جهة وتقديم فرص معتبرة للاستثمار من جهة أخرى، حيث أسفرت عملية تحيين للحصيلة الحموية عبر التراب الوطني 282 منبع حموي، من بينها 100 منبع حموي ذات الأولوية والمؤهلة للاستغلال عن طريق إنجاز مشاريع حموية جديدة، بالإضافة إلى المنابع الحموية المستغلة وكذا الممنوحة في إطار عقود الامتياز واستغلال المياه الحموية، كما تم إدراج 30 محطة حموية لاستقبال الآلاف المستجمين واللياقة البدنية والبعض الآخر لأسباب علاجية محددة، و 09 مشاريع أخرى موقفة حاليا، كما تظهره معطيات الجدول التالي:

الجدول رقم (03-16): وضعية الهياكل الحموية نهاية 2017

العدد		المنشآت الناشطة				مشاريع في طور الإنجاز	مشاريع موقفة
منابع حموية	منح استغلال المياه الحموية	محطات حموية		مراكز العلاج بمياه البحر			
		عمومية	خاصة	عمومية	خاصة		
282	**74**	**08**	**13**	**2**	**1**	**34**	**16**

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

وقد صنفت هذه المنابع وفقا للمقاييس المعمول بها دوليا من حيث درجة حرارة وتدفق المياه والتركيبة المعدنية لها ومزاياها العلاجية، ومن بين أهم الحمامات المعدنية التي يتم قصدها في الجزائر نجد:

الجدول رقم(03-17): أهم محطات الحمامات المعدنية بالجزائر

المحطة الحموية	درجة الحرارة	المؤشرات الفيزيائية	المؤشرات العلاجية
"ربي" بسعيدة	°49	الكلور والصوديوم	الجلدية، التنفسية، الروماتيزم
"بوغرارة" بتلمسان	°45	بيكاربونات الصوديوم ، الكلور	الجلدية، التنفسية، الروماتيزم
"ريغة" بعين الدفلى	°68	الحديد، الكبريت، كبريتات الكالسيوم	الجلدية، العظام
"بوحنيفية" بمعسكر	°45	البيكاربونات، المغنيزيوم	الروماتيزم، داء الشلل، الأنف الأذن والحنجرة، تصلب الشرايين،الالتهاب الرئوي.
"الصالحين" ببسكرة	°60	الكبريت	الروماتيزم، الجلدية، التنفس
"دباغ" بقالمة	°96	الكالسيوم، المغنزيوم، الصوديوم، الكلور، السلفات، البيكاربونات، النترات	الروماتيزم، ضغط الدم، الجلد، الحساسية، الأذن، الحنجرة،الجهاز البولي، التنفسية، تفتيت حصى الكلى
"أولاد علي" بقالمة	°57	المغنزيوم، البيكربونات، سلفات، صوديوم،كالسيوم، بوتاسيوم	أمراض المفاصل، الالتهابات، الأمراض العصبية والنفسية والرئوية، الجلدية، الأنف، الحنجرة
"قرقور" بسطيف	°45	كبريتات الصوديوم	الروماتيزم، الجلدية، الأنف والعيون
"بوحجر" بعين تموشنت	°72	كلوريد الصوديوم	الروماتيزم، العضام والبدانة.

المصدر: سامية لحول، راوية حناشي، **السياحة الحموية كأسلوب لترقيةالسياحة الداخلية في الجزائر**، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الثاني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة الحاج لخظر باتنة، 20/19 نوفمبر 2012، ص: 08.

ثانيا: المقومات الثقافية

تزخر الجزائر بغنى وتنوع الموروث الثقافي والحضاري، نتيجة الحضارات المختلفة التي توالت عليها، كالحضارة الفينيقية، الرومانية، البيزنطية والإسلامية، فالآثار والمعالم القيمة الموجودة في الجزائر كالمدن الرومانية والفن الصخري بالطاسيلي والهقار، والمباني والمرافق الدينية والمعمارية التي تشهد على بروز الإسلام في الجزائر، كلها تدل على عراقة وأصالة هذه الحضارات

والشاهد على ذلك تصنيف اليونيسكو لسبع مناطق أثرية ضمن التراث الإنساني العالمي والمتمثلة فـــي :

الجدول رقم (03-18): المعالم الأثرية المصنفة ضمن التراث العالمي لليونيسكو

المعلم الثقافي	الموقع	سنة التصنيف
قلعة بني حماد	ولاية مسيلة	1980
جميلة	شمال شرق مدينة سطيف	1982
وادي ميزاب	غرداية	1982
طاسيلي ناجر	سلسلة جبلية تقع في ولاية إليزي	1982
تيمقاد	مدينة باتنة	1982
الآثار الرومانية	المدينة الأثرية بتيبازة	1982
القصبة	مدينة الجزائر العاصمة	1992

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على وزارة السياحة والصناعة التقليدية

كما يشمل التراث الحضاري والثقافي للجزائر رصيدا هاما من المتاحف نذكر منها:

- **المتحف الوطني سيرتا:** يقع بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر تم تشييده سنة 1852م، يجمع كل الحفريات والقطع الأثرية الخاصة بالشرق الجزائري؛
- **متحف باردو الوطني:** يوجد بالجزائر العاصمة، تعرض به حفريات تعود لعصور ما قبل التاريخ، بالإضافة إلى قطع أثرية من أصل إفريقي؛
- **المتحف الوطني زبانة:** يوجد بمدينة وهران، يشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ؛
- **المتحف الوطني للمجاهد:** يوجد بالجزائر العاصمة، يعرض آثار الثورة التحريرية؛
- **المتحف الوطني للفنون الجميلة:** يوجد بالحامة بالجزائر العاصمة، يعرض فيه ألوانا من الفن العصري كالرسم، التصوير، النقش والنحت؛
- **المتحف الوطني للفنون الشعبية:** يقع بالقصبة بالجزائر العاصمة، يضم هذا المتحف معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية، وتقاليد وفنون شعبية؛

- **متحف تيمقاد بباتنة،** يضم قطعا من الفسيفساء وآثار قديمة منها نقود وأسلحة قديمة؛
- **متحف هيبون بعنابة:** يحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميدية الرومانية؛

إلى جانب الرصيد الثقافي والتاريخي الذي تتوفر عليه الجزائر، فهي تتميز بتراث شعبي محلي يسمح لها بتطوير الأنماط السياحية وتعزيز ولوج السياحة الثقافية؛

حيث نجد أبرز النشاطات الحرفية التقليدية التي تزخر بها الجزائر، النسيج في الأوراس والجلفة وبوسعادة، اللباس التقليدي وصناعة الجلود في تمنراست وتلمسان في صناعة الحقائب، ونجد صناعة الحلي في بني يني، صناعة النحاس في قسنطينة والطرز في توقرت، وصناعة الفخار والخزف الفني، الخيزران والحدادة الفنية والرخام والنقش على الخشب الذي يمارس في مناطق مختلفة من الوطن.[1] حيث عرف القطاع توسعا مستمرا من حيث عدد الحرفيين والأنشطة الحرفية وما نتج عنها من استحداث لمناصب شغل، كما يشير إليه الجدول التالي:

الجدول رقم (03-19):عدد النشاطات الحرفية ومناصب الشغل المستحدثة نهاية سنة 2017

المجال	عدد الأنشطة الحرفية	مناصب الشغل المستحدثة
الحرف التقليدية الفنية	7665	28360
إنتاج سلع حرفية	4182	10455
الخدمات الحرفية	26461	23915
المجموع	24434	62730

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Tableau de Bord des Statistiques du tourisme et de l'artisanat à la fin 2017**, 2018 ,pp :38-39.

[1] عبد القادر عوينان، مرجع سبق ذكره، ص: 153.

ثالثا: المنشآت القاعدية المتصلة بالسياحة

تعتبر الإمكانيات المادية مكملا أساسيا للموارد الطبيعية للدولة المضيفة، والمتمثلة في البنية التحتية والفوقية للسياحة، التي تعتبر من أهم محددات الجذب السياحي التي تساهم في زيادة مدة إقامة السائح في الدولة المضيفة، فمن خلال ما يلي سنعرض أهم المؤهلات المادية في الجزائر.

1. **قطاع النقل:** عرف قطاع النقل في الجزائر تحولا حقيقيا، حيث تم إنجاز عدد كبير من المشاريع وأخرى في طور الإنجاز لجعل هذا القطاع أكثر كفاءة وفعالية للمساهمة في التنمية الاقتصادية للبلاد، وتتكون شبكة النقل في الجزائر مـــن:[1]

- **شبكة الطرق:** تعتبر شبكة الطرق الجزائرية واحدة من أكبر الشبكات الأكثر كثافة في القارة الإفريقية، حيث يقدر طولها 112.039 كم، منها 29280 كم من الطرق الوطنية، كما سيتم استكمال هاته الشبكة بجزء هام مقدر بـ 1216 كلم والذي سيربط مدينة عنابة في أقصى الشرق بمدينة تلمسان في أقصى الغرب، وتعرف شبكة الطرق في الجزائر تطور مستمر بفضل برنامج تحديث الطرقات السريعة، نذكر منها الطريق السيار شرق غرب، وإطلاق مشروع الطريق السيار للهضاب العليا، والطريق السريع العابر شمال وجنوب.
- **شبكة السكة الحديدية:** تقدر شبكة السكة الحديدية بـ 2.115 كم تسير من طرف الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية **(SNTF)**، هذه الشبكة مجهزة بأكثر من 200 محطة تغطي خاصة شمال البلاد منها 299 كم سكك مكهربة، 305 سكك مزدوجة و1085 سكك ضيقة، ومن بين المشاريع في طور الإنجاز كهربة 1000كم من السكك الحديدية وإنجاز 3000 كم من السكة الحديدية.

[1] http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport,consulté, consulté le :20/10/2018.

- **النقل الجوي:** تمتلك الجزائر 35 مطارا، 13 منها دولية، ويعتبر مطار الجزائر الأكثر أهمية حيث يستقطب 6 ملايين مسافر سنويا. وتعتبر شركة الخطوط الجوية الجزائرية المهيمنة على النقل الجوي في الجزائر، كما سجل منذ افتتاحه للمنافسة 08 شركات خاصة أخرى، تتكفل بعدة رحلات نحو أوروبا، إفريقيا والصين والشرق الأوسط، وهناك 19 شركة طيران دولية تضمن رحلات نحو الجزائر.
- **النقل البحري:** تمتلك الجزائر 11 ميناء تجاري تتمثل في (ميناء الجزائر، وهران، عنابة، سكيكدة، أرزيو، بجاية، مستغانم، الغزوات، جيجل، تنس، دلس)، مسير من طرف الشركة الوطنية الجزائرية للنقل البحري **(CNAN)** والشركة الوطنية للنقل البحري للمسافرين **(ENTMV)** المكلفة بنقل المسافرين إلى الشواطئ الأوروبية ونقل البضائع إلى جميع أنحاء العالم.
- **النقل الحضري:** بالإضافة إلى وسائل النقل التقليدية التي كانت متاحة في الجزائر من حافلات وسيارات الأجرة، عملت الجزائر على استحداث وسائل نقل حديثة ومتطورة مثل مترو الأنفاق في الجزائر العاصمة الذي دخل حيز الخدمة سنة 2012، كما أطلق مشروع آخر في ولاية وهران، أما بالنسبة لترامواي فقد استفادت منه كل من الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، سطيف،كما ستعزز العديد من ولايات الوطن بالترامواي، وهي الآن مشاريع في طور الإنجاز.

2. **قطاع الاتصالات:** جعلت الجزائر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في قلب استراتجيات وسياسات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث حققت عدة انجازات أهمها: وصلة الألياف البصرية الجزائر– عين قزام، وصلة الألياف البصرية البحرية وهران– فالنسيا، والقمر الصناعي **Alcomsat-1**[1]. وإنجازات أخرى نذكر منها:

[1] http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport,consulté consulté le : 20/10/2018.

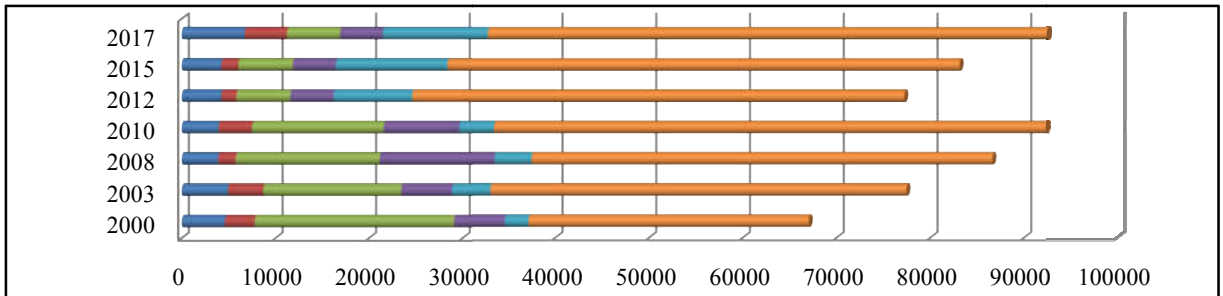
- **الهاتف النقال:** تجاوز معدل تغطية السكان بشبكة المحمول 98% سنة 2017، مافتئ عدد مشتركي الهاتف النقال يرتفع بدوره إلى 49.87 مليون مشترك في نفس السنة.[1]
- **الهاتف الثابت:** يتجه عدد مشتركي الهاتف الثابت في الثلاث سنوات الأخيرة استقرارا نوعي حيث فاق الثلاث ملايين مشترك منذ سنة 2015، كما نجد أن كثافة الهاتف الثابت عرفت انخفاضا في سنة 2017 بنسبة 07.5 % ويرجع ذلك لتوجه المواطن نحو الهاتف النقال.[2]
- **شبكة الانترنت:** في إطار عصرنة البنية التحتية والخدمات تتواصل عملية الربط بشبكة الألياف البصرية، ففي أواخر سنة 2017 تم ربط كل البلديات، فقد بلغ عدد المشتركين 37.87 مليون في أواخر، من بينهم 34 مليون 2017 مشترك في الهاتف النقال، ومن المتوقع أن يرتفع الرقم مع استقدام تكنولوجيا التدفق العالي اللاسلكي للهاتف الثابت (G4LTE).[3]
- **الاتصالات الفضائية:** بالإضافة إلى الثلاث أقمار الصناعية، أطلقت الجزائر عام 2017 القمر الصناعي **Alcomsat-1** الذي يسمح بالولوج إلى شبكة الانترنت في جميع أنحاء الوطن بما في ذلك المناطق النائية.[4]

رغم الجهود التي بذلتها الجزائر مؤخرا في تكوين البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال إلا أنها لا تزال بعيدة عن الاندماج في الاقتصاد العالمي الجديد، فالبنية الرقمية التي تمتلكها لا تؤهلها للقيام بمختلف المعاملات الإلكترونية وتطبيقها على التجارة والسياحة الإلكترونية.

[1] وزارة البريد والموصلات السلكية والاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، متوفر على الرابط: www.mpttn.gov.dz
[2] المرجع نفسه.
[3] https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/evolutionsecteurar, consulté le :21/10/2018
[4] http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport,consulté consulté le : 20/10/2018

رابعا: هياكل الاستقبال السياحي: لا تقتصر مقومات الجذب السياحي على المؤهلات الطبيعية والحضارية والتاريخية فقط، وإنما يجب أن تعزز بمنشآت الاستقبال السياحي بمختلف أنواعها وتصنيفاتها، التي تتماشى مع القدرات المالية المتفاوتة للسياح، الأمر الذي يزيد من جاذبية المنطقة السياحية، ناهيك عن الأهمية الاقتصادية لقطاع الفندقة من زيادة في الدخل القومي والتخفيف من حدة البطالة. والجزائر بالإضافة إلى الطاقة الاستيعابية التي ورثتها والمقدرة بـ5922 سرير والمتمركزة في المدن الشمالية والكبرى للبلاد، عملت على توسيع قدراتها الاستقبالية من خلال انتهاجها لعدة مخططات تنموية، إلا أنها بقيت محتشمة ولا تكتسب صورة راقية تعكس جودة الخدمة المقدمة، إذ تصنف غالبيتها ضمن الفنادق الغير مصنفة، كما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (03-01): تطور طاقة الإيواء الفندقية في الجزائر حسب التصنيف خلال (2000-2017)



عدد الأسرة

	2000	2003	2008	2010	2012	2015	2017
5*	4604	4959	3914	3948	4242	4242	6734
4*	3187	3757	1847	3560	1600	1800	4508
3*	21310	14740	15394	14090	5775	5829	5678
2*	5519	5425	12358	8070	4605	4605	4565
1*	2541	4212	3967	3804	8407	11925	11335
غير مصنفة	29891	44381	49162	58905	52613	54742	59713

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :13.

يبين الشكل أعلاه تطور القدرة الاستيعابية للفنادق في الجزائر، حيث ارتفع إجمالي عدد الأسرة من67087 سرير سنة 2000 إلى 92533 سرير عام 2017، ولكن يبقى هذا الارتفاع جد ضعيف، بالإضافة إلى أن نسبة 64.53% من هذه الطاقة تندرج ضمن الفئة الغير مصنفة،

أما الفئة المصنفة فقدرت بنسبة 35.46%. والفنادق المصنفة ضمن 5* و4* تمثل عدد قليل جدا، أما فئة 3* و2* عرفت انخفاضا ملحوظا وذلك بسبب تخفيض درجة التصنيف لبعض الوحدات الفندقية، وهذا يعكس عدم استجابتها للمعايير المعمول بها، في المقابل عرفت الفئة 1* تطورا مستمرا خلال نفس الفترة. أما فيما يخص هياكل الاستقبال الأخرى كالإقامات السياحية والموتيلات وغيرها فهي تعرف نمو شبه منعدم، حيث لم تسجل أي تطور منذ سنة 2013، بالإضافة إلى أن طاقتها الاستيعابية جد محتشمة، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (03-20): طاقة الإيواء في مختلف المنشآت السياحية في الجزائر للفترة (2012-2017)

الوحدة: سرير

التصنيف	2012	2013	2014	2015	2016	2017
إقامة سياحية 2*	384	384	384	384	384	384
إقامة سياحية 1*	313	313	313	313	313	313
موتيل 2*	93	93	93	93	93	93
موتيل 1*	30	30	30	30	30	30
نزل ريفي 2*	16	16	16	16	16	16
نزل ريفي 1*	20	20	20	20	20	20
قرى العطل	-	-	274	274	274	274
نزل سياحي مفروش	28	91	91	91	91	91
نزل مفروش وحيد الصنف	365	426	426	426	426	426
محطة استراحة وحيدة الصنف	142	170	170	170	170	170
هياكل فندقية أخرى	6145	9381	9381	9381	9381	9381

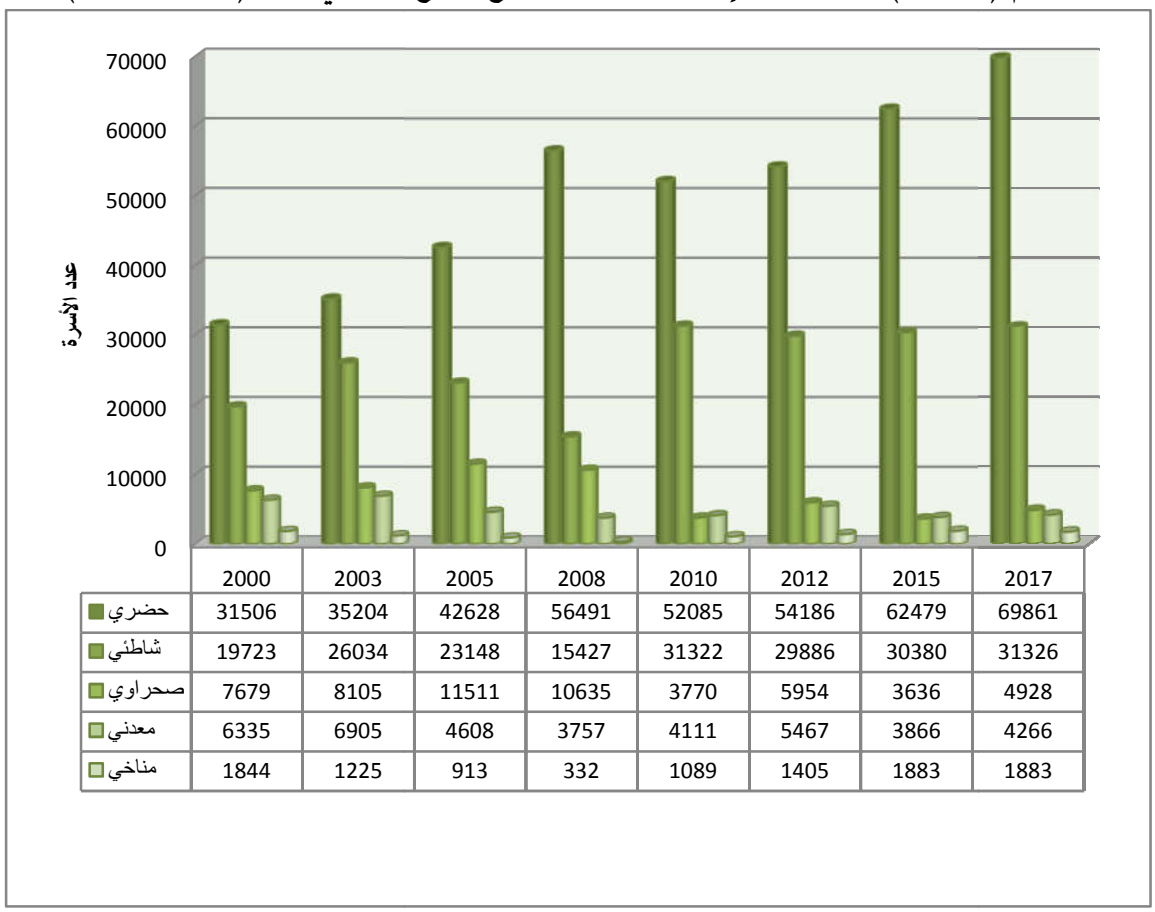
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :14.

وبالنسبة لتوزيع طاقة الإيواء الفندقية على مختلف المنتجات السياحية في الجزائر، تتميز بالتوزيع الغير متكافئ حيث نجد المنتج الحضري يحظى بأعلى حصة، إذ بلغ عدد الأسرة في هذا المنتج 69861 سرير سنة 2017، يليه المنتج الشاطئي بـ 31326 سرير، في حين نجد المنتجات الأخرى تحظى بعدد ضعيف في طاقة الإيواء ولا تقابل الطلب عليها، كالمنتج الصحراوي الذي

يجدر أن يتوفر على أكبر قدر ممكن من الوحدات الاستقبالية، كونه أول مقصد سياحي بالنسبة للسائح الأجنبي وأهم منتج سياحي يمكن أن يجعل من الجزائر أهم وجهة سياحية، كما ينطبق الأمر على المنتج المعدني الذي يلقى اهتماما كبيرا من قبل السائح المحلي إلا أنه لا يلبي الطلب المتزايد عليه.

الشكل رقم (03-02): تطور طاقة الإيواء الفندقية حسب نوع المنتج السياحي للفترة (2000-2017)



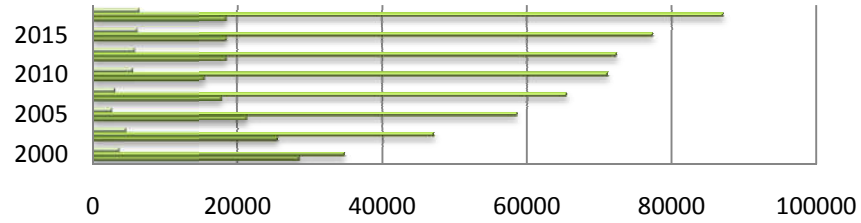
	2000	2003	2005	2008	2010	2012	2015	2017
حضري	31506	35204	42628	56491	52085	54186	62479	69861
شاطئي	19723	26034	23148	15427	31322	29886	30380	31326
صحراوي	7679	8105	11511	10635	3770	5954	3636	4928
معدني	6335	6905	4608	3757	4111	5467	3866	4266
مناخي	1844	1225	913	332	1089	1405	1883	1883

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :15.

أما فيما يخص الطبيعة القانونية للوحدات الفندقية في الجزائر فنجد القطاع الخاص يحوز على أكبر حصة بنسبة 78%، إذ تتوفر على 87145 سرير سنة 2017، أما القطاع العمومي والجماعات المحلية، فتتوفر على 18613 و6506 على الترتيب، كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم(03-03) تصنيف طاقة الإيواء الفندقية حسب الطبيعة القانونية للفترة (2000-2017)



	2000	2003	2005	2008	2010	2012	2015	2017
الجماعات المحلية	3737	4683	2733	3176	5596	5878	6248	6506
القطاع الخاص	34761	47140	58622	65511	71184	72407	77383	87145
القطاع العمومي	28589	25650	21453	17955	15597	18613	18613	18613

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :17.

خامسا: وكالات السياحة والأسفار

تشكل وكالات السياحة والأسفار أحد أهم الأركان الأساسية في تفعيل القطاع السياحي من خلال تنشيط وترقية منتجات السياحية الوطنية، وقد عرف المشرع الجزائري وكالات السياحة والأسفار على أنها "كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر رحلات وإقامات فردية أو جماعية وكل الخدمات المرتبطة بها ".[1] ومن بين أهم نشاطات وكالات السياحة والأسفار نجد:[2]

- تنظيم وتسويق الرحلات السياحية وإقامات فردية وجماعية؛
- تنظيم جولات رفقة مرشدين للمواقع ذات الطابع السياحي والثقافي والتاريخي؛
- وضع خدمات المترجمين المرشدين السياحيين تحت تصرف السياح؛
- الإيواء وحجز الغرف في المؤسسات الفندقية وكذا تقديم الخدمات المرتبطة بها؛
- النقل السياحي وبيع كل أنواع التذاكر حسب الشروط المعمول بها لدى مؤسسات النقل؛

[1] القانون 99-06 متعلق بالقواعد التي تحكم نشاط الوكالات السياحية والأسفار، ج ر ج رقم 24، الصادرة بتاريخ 1999/04/07، ص: 13.

[2] المرجع نفسه، ص: 13.

- القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل المخاطر الناجمة عن نشاطاتهم السياحية؛
- كراء السيارات ونقل الأمتعة وكراء البيوت المنقولة أو غيرها من معدات التخييم.

الجدول رقم (03-21): وضعية وكالات السياحة والأسفار نهاية سنة 2017

التعيين	2017
عدد الوكالات السياحية الناشطة	2220
الوكالات السياحية فئة "أ"*	1918
الوكالات السياحية فئة "ب"*	
عدد الفروع فئة "أ" *	302
عدد الفروع فئة "ب" *	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Tableau de Bord des Statistiques du tourisme et de l'artisanat à la fin 2017**, 2018 ,p :11.

تنشط في الجزائر 2220 وكالة سياحة وأسفار موزعة على كافة التراب الوطني نهاية سنة 2017 حسب ما يوضحه الجدول أعلاه، منها 302 وكالة ملحقة معتمدة يتم تجديد اعتمادها كل ثلاث سنوات من قبل اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار التابعة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، ويرشح عدد وكالات السياحة والأسفار في الجزائر نحو الارتفاع بعد تسهيل الشروط والإجراءات التنظيمية الخاصة بإنشائها من بينها تخفيض سنوات الخبرة إلى سنة واحدة في الميدان السياحي بالنسبة للمتحصلين على شهادة ليسانس في التعليم العالي، حسب ما تضمنه المرسوم التنفيذي رقم 161/17 المؤرخ في 15 /2017/05 المحدد لشروط إنشاء وكيفيات استغلال وكالات السياحة والأسفار، إلا أن هذا الإجراء وحسب المختصين في المجال يمكنه أن يحد من احترافية هذه الوكالات وهذا بالنظر إلى نقص التكوين في المجال السياحي للوكلاء الغير متحصلين على شهادة في المجال السياحي، واعتبار أن سنة واحدة غير كافية لاكتساب الكفاءة المهنية في ميدان السياحة.

ويتم تصنف وكالات السياحة والأسفار إلى صنفين، (صنف أ) للوكالات الناشطة في مجال السياحة الوطنية والاستقبالية، أما (الصنف ب) فهي الوكالات التي تنشط في السياحة الموفدة للسياح على المستوى الدولي، وذلك حسب ما جاء به المرسوم التنفيذي 10-186 المؤرخ في 14 جويلية 2010 المحدد لشروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحية والأسفار واستغلالها، والجدير بالإشارة هو أن الوكالات من (صنف أ) قليلة جدا بالمقارنة مع الوكالات (صنف ب)، وهذا دليل على محدودية نشاط الوكالات السياحية في مجال جذب وتعزيز دوافع إقبال السائح الأجنبي إلى الجزائر، خاصة في ظل اكتفاء الوكالات السياحية في الجزائر بنشاطها الترويجي القائم على المطويات والأساليب التقليدية في الدعاية والإشهار.كما نجد أن غالبية هذه الوكالات تروج للسياحة الخارجية، وفي العموم يقتصر عملها في تنظيم رحلات الحج والعمرة.

المطلب الثاني: تشخيص اتجاهات الطلب السياحي في الجزائر

يعتبر الطلب السياحي مؤشرا أساسيا في تقييم الحركة السياحية ونشاطها في البلد المضيف، كما يستعان به لوضع الاستراتيجيات والخطط السياحية كتطوير المنشآت السياحية وخلق منتجات سياحية جديدة حسب ما يتوافق مع الطلب السياحي لضمان زيادة السائحين الوافدين من الأسواق التقليدية واختراق أسواق جديدة.فمن خلال هذا المطلب سنتناول تطور الطلب السياحي في الجزائر.

أولا: تطور الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر

إن الأوضاع السياسية والأمنية التي عاشتها الجزائر فترة التسعينيات رسمت صورة سلبية في السوق السياحي الدولي، مما أثر على توافد السياح الأجانب وحتى الجزائريين المغتربين، ولكن سرعان ما تحسن الوضع الأمني في الجزائر مع مطلع الألفية الثالثة عرف الطلب السياحي في الجزائر اتجاها تصاعديا حسب ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(03-22): تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2017)

السنة	إجمالي السياح الوافدين	نسبة التطور%	السياح الأجانب	جزائريين مقيمين في الخارج
2000	865984	/	175538	690446
2001	901416	4.09	196229	705187
2002	988061	9.61	251145	736915
2003	1166287	18.04	304914	861373
2004	1233719	5.78	368662	865157
2005	1443090	16.97	441206	1001884
2006	1637582	13.48	478358	1159224
2007	1.740.000	6.5	511000	1.230.000
2008	1.772.000	1.54	557000	1.215.000
2009	1.911.506	7.89	655810	1.255.696
2010	2.070.496	8.31	654987	1.415.509
2011	2.394.887	15.66	901642	1.493.345
2012	2.634.056	9.98	981955	1.652.101
2013	2.732.731	3.75	964153	1.768.578
2014	2.301.373	15.78 -	940125	1.361.248
2015	1.709.994	27.70 -	1.083.121	626873
2016	2.039.444	19.27	1.322.712	716732
2017	2.450.758	20.17	1.708.375	742410

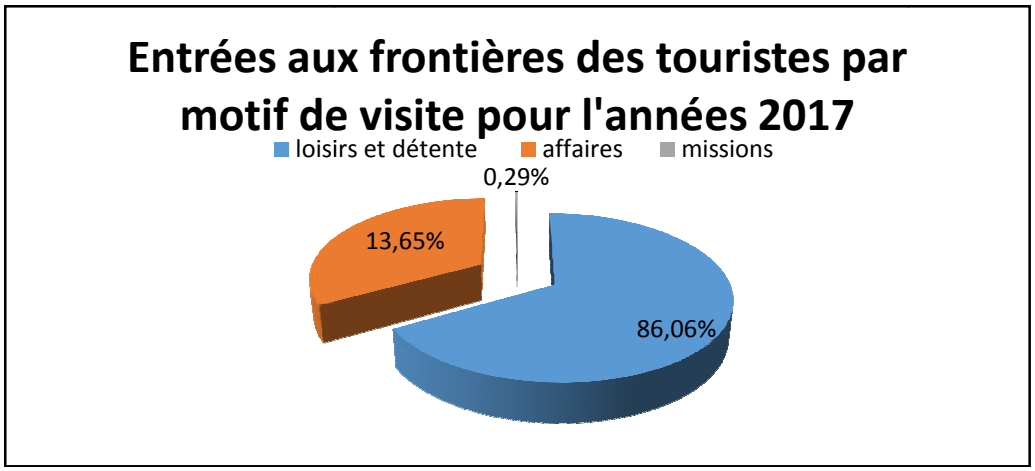
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :02.

شهدت السياحة الوافدة إلى الجزائر تطورا خلال الفترة الممتدة من 2000 إلى 2017 مقارنة بالسنوات السابقة، حيث بلغ إجمالي عدد السياح الوافدين إلى الجزائر 2.450.758 سائح سنة 2017، أي بنسبة ارتفاع 35.33 % مقارنة بسنة 2000، باستثناء سنتي 2014 و2015، ويمكن تفسير نمو الطلب السياحي على وجهة الجزائر بعودة الأمن والاستقرار السياسي في البلاد لفترة ما بعد العشرية السوداء، بالإضافة إلى الجهود التي قامت بها الجزائر، كاستحداث هياكل لتنمية السياحة الجزائرية وتبنيها لمخطط التنمية السياحية المستديمة لآفاق 2013، وقوانين

الاستثمار التي تضمنت عدة تحفيزات للمستثمر المحلي والأجنبي، والمخطط التوجيهي لتهيئة السياحية لآفاق 2030، إلا أن هذا النمو لم يستجيب لأهداف وتطلعات القطاع السياحي الجزائري، ولم يرقى إلى المستوى المطلوب، كما يوضح الجدول أن غالبية السياح الوافدين إلى الجزائر هم من فئة المغتربون الجزائريون الموجودين في الخارج، والتي ساهمت في انتعاش السياحة الوافدة في الجزائر، إلا أن هذه الفئة الأخيرة شهدت انخفاضا محسوسا بسبب تغيير وجهتها إلى الدول المجاورة خاصة الجارة تونس، مما تسبب في تراجع حجم السياحة الوافدة لسنتي 2014 و2015، وهذا يمكن تفسيره بضعف الخدمات السياحية المقدمة في الجزائر وارتفاع تكلفتها مقارنة بالوجهات المجاورة. وعن دوافع دخول السياح إلى الجزائر وحسب إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2017، فإن أغلبية التدفقات السياحية كانت لغرض الترفيه والاستجمام بنسبة 86.06%، ونسبة 13.65% تكون بغرض الأعمال والمؤتمرات، أما نسبة 0.29% فكانت لغرض المهمات، حسب ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (03-04): السياح الوافدين إلى الجزائر حسب الغرض من الزيارة لسنة 2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :04.

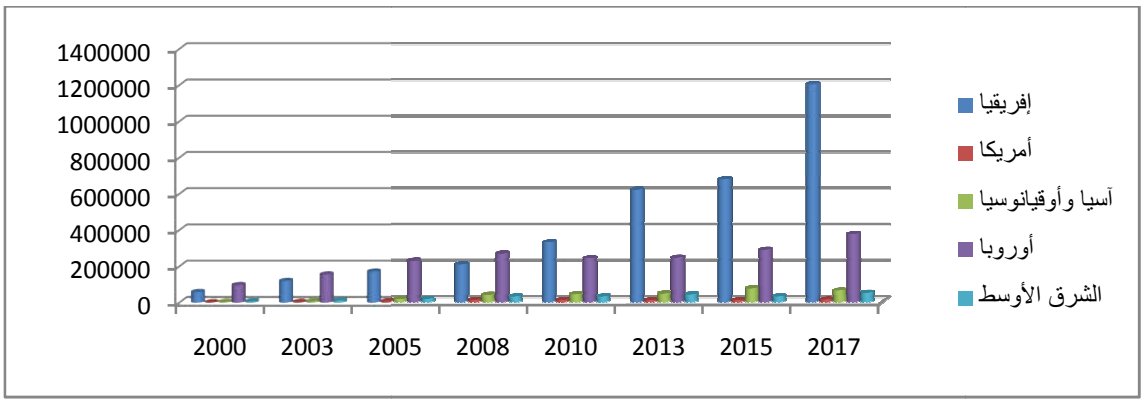
الواضح من دوافع السياح الوافدين إلى الجزائر أن السياحة الجزائرية تتميز بموسمية النشاط، حيث تتأثر بالحالة المادية للسائح والحالة الاقتصادية للبلد المصدر للسياح، لأن أغلبية التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر تكون بدافع الترفيه والاستجمام، والمعروف عن هذا النوع من السياحة أنه يكون في موسم أو فصل معين من السنة، أما سياحة الأعمال والمهمات التي تتميز بنوع من الاستقرار واللاموسمية الإقبال عليها ضعيف في الجزائر، لذا لابد من السلطات الوصية على القطاع السياحي أن تكثف جهودها للتنويع من الأنماط السياحية اللاموسمية لضمان الحد الأدنى من السياح سنويا.

ثانيا: الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر حسب الأقاليم الجغرافية

تتوافد جنسيات مختلفة من السياح نحو السوق السياحية الجزائرية، حيث تتصدر قارة إفريقيا قائمة السياح الوافدين إلى الجزائر وذلك منذ سنة 2010 كما يوضحه الشكل رقم (03-06) حيث بلغ عدد السياح الوافدين من إفريقيا 1205680 سائح سنة 2017 بعدما كان عددهم 329997 سائح سنة 2010، وتشكل دول الشمال الأكثر وفودا إلى الجزائر خاصة دول الجوار المغرب وتونس، تليها كل من مالي موريتانيا والنيجر وذلك بحكم العلاقة الحدودية التي تربطها مع الجزائر، بعدها نجد قارة أوروبا في المركز الثاني بعدما كانت تحتل الصدارة خلال العشر سنوات الأولى من فترة الدراسة، ويشكل الجزء الغربي من القارة أغلبية السائحين الوافدين إلى الجزائر خاصة فرنسا وألمانيا وذلك بحكم القرب الجغرافي،وبالنسبة لقارتي آسيا وأوقيانوسيا فتشكلان نسبة ضعيفة، حيث تضم أوقيانوسيا كل من أستراليا وزيلاندا الجديدة، أما السياح المنحدرون من آسيا فهم من اليابان أو الصين ويقصد أغلبهم الجزائر بدافع الأعمال والمهمات، كما نجد أيضا سياح من الشرق الأوسط ويمثلون نسبة محدودة جدا، وتأتي في المركز الأخير قارة أمريكا أين ينحدر السياح من

كندا وأمريكا الجنوبية، فهي تمثل بذلك أضعف الأسواق تصديرا للسياح نحو الجزائر، كما يبدو واضحا في الشكل التالي:

الشكل رقم (03-05): الأقاليم المصدرة للسياح نحو الجزائر خلال الفترة 2000-2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية

ثالثا: الطلب السياحي الصادر من الجزائر

شهدت السنوات الأخيرة تزايدا متواصلا لخروج الجزائريين نحو الخارج لقضاء عطلهم السنوية، حيث يتجه السائح الجزائري إلى الوجهات الأجنبية بدلا من المحلية منها وذلك لمحدودية هياكل الاستقبال السياحي في الجزائر وارتفاع تكاليفها، إلى جانب ضعف نوعية الخدمات المقدمة، وهذا عكس ما تقدمه الوجهات الأجنبية، خاصة الدول المجاورة منها، وهذا ما تؤكده معطيات الجدول التالي:

الجدول رقم (03-23): تطور السياح الجزائريين الخارجين إلى الخارج (السياحة العكسية) خلال الفترة (2000-2017)

السنة	السياح الخارجين من الجزائر	نسبة النمو %	السنة	السياح الخارجين من الجزائر	نسبة النمو%
2000	1006382	11.41	**2009**	2677000	09
2001	118920	18.24	**2010**	1757471	4.79
2002	1256515	5.60	**2011**	1714654	2.43-
2003	1253901	0.21-	**2012**	1910558	11.42
2004	1416861	13	**2013**	2135523	11.77
2005	1513491	6.82	**2014**	2839204	32.95
2006	1349113	10.86-	**2015**	3638140	28.14

24.50	4529524	**2016**	11	1500000	**2007**
11.67	5058404	**2017**	2.71	1539000	**2008**

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :05.

يوضح الجدول النمو المستمر لخروج الجزائريين نحو الخارج، حيث ارتفع عددهم من 1006382 سائح سنة 2000 إلى 1757471 سنة 2010، وشهدت بعدها سنة 2011 انخفاضا طفيفا بسبب الوضع الأمني في تونس أثناء ثورة الربيع العربي بحكم أن الوجهة الأولى للجزائريين نحو الخارج هي الجارة تونس، بعدها أعاد النمو مساره ليسجل 5058404 سائح سنة 2017. وهي وفود مرتفعة إذا ما قورنت بالطلب السياحي الوافد إلى الجزائر، مما يفسر ضعف السياحة الداخلية في الجزائر، وتفضيل الاتجاه نحو الدول الأجنبية، نظرا لتوفرها على خدمات ذات جودة عالية ومطابقة للمعايير الدولية، وبسبب ارتفاع الأسعار التي تفرضها مؤسسات الاستقبال السياحي في الجزائر وغياب الثقافة السياحية لدى الفاعلين في القطاع. وهذا يزيد من تدفق العملة الصعبة إلى الخارج مما يؤثر سلبا على الميزان السياحي في الجزائر.

رابعا: تطور مؤشر الليالي السياحية في الجزائر

يمثل مؤشر الليالي السياحية الطلب الفعلي على الإقامة بالفنادق، فهي تعبر عن المدة التي يقضيها السياح الوافدين في المؤسسات الفندقية بالبلد السياحي المستقبل، وهي تتأثر بمدى جودة الخدمات السياحية المقدمة في المؤسسات الفندقية، فبالنسبة لتطور الليالي السياحية في الجزائر والتي تظهر من خلال الجدول رقم (03-24) فهي تتسم بنمو ضعيف، وهذا يدل على محدودية الفترة التي يقضيها السياح الوافدين في الجزائر وذلك تماشيا مع ضعف حجم الطلب السياحي الوافد.

الجدول رقم (03-24): تطور الليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة (2000-2017)

السنة	المقيمين	الغير مقيمين	المجموع
2000	3 545 230	202 905	3 748 135
2001	3 802 634	225 652	4 028 286
2002	3 827 700	291 652	4 119630
2003	3 935 745	370 876	4 306 621
2004	4 149 426	393 631	4 543 057
2005	4 222 305	483 332	4 705 637
2006	4 376 625	528 591	4 905 216
2007	4 546 085	573 855	5 119 940
2008	4 750 796	595 747	5 346 543
2009	4 971 372	674 456	5 645 828
2010	5 185 231	754 103	5 939 334
2011	5 484 105	845 367	6 329 472
2012	5 703 550	936 631	6 640 181
2013	5 926 968	994 266	6 921 234
2014	6 215 932	837 812	7 053 744
2015	6 307 411	839 161	7 146 572
2016	6 283 910	992 611	7 276 521
2017	6 260 409	1 146 061	7 406 470

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :11.

يشير الجدول أعلاه إلى التطور المستمر الذي عرفته عدد الليالي السياحية للمقيمين والغير مقيمين في الجزائر خلال فترة الدراسة، حيث انتقلت من 3748135 سائح سنة 2000 إلى 7146572 سنة 2017، ما يفسر بتحسن الوضع الأمني الذي ساهم في بعث السياحة المحلية والأجنبية بعد فترة عصيبة مرت بها الجزائر، إلا أن هذا النمو يبقى محدود جدا وذلك لضعف تنافسية وجودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات الفندقية في الجزائر مقارنة بالدول السياحية الأخرى عامة والجارتين تونس والمغرب خاصة، إلى جانب تركيبة الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر التي تتكون

أغلبها من الجزائريين المغتربين في الخارج، وغالبا ما تتوجه هذه الفئة من السياح إلى الأهل والأصدقاء، بالإضافة إلى ارتيادهم لمساكنهم الخاصة في الجزائر.

المطلب الثالث: تنافسية القطاع السياحي الجزائري وفق المؤشر العالمي لتنافسية السياحة والسفر

تشكل القدرة التنافسية للسياحة والسفر معيارا أساسيا في تقييم الأداء السياحي للدول وقدرتها على المنافسة في السوق العالمي، ففي هذا الإطار يصدر المنتدى الاقتصادي العالمي تقرير يضم تقييم مفصل ومقارن لتنافسية السياحة والسفر لدول العالم، حيث يتناول التقرير محددات تطوير صناعة السياحة والسفر من كل بلد وفقا لأربع مؤشرات رئيسية حسب تقرير سنة 2017، فمن خلال هذا المطلب سنحاول تقييم موقع الجزائر التنافسي ضمن مؤشر التنافسية للسياحة والسفر.

أولا:مفهوم التنافسية السياحية

يختلف مفهوم التنافسية باختلاف محل الحديث فيما إذا كان عن (منشأة أو قطاع أو دولة)، فالتنافسية على صعيد الشركة تعني الاستمرار نحو كسب حصة أكبر من السوق المحلي والدولي، وهي تختلف عند الحديث عن تنافسية القطاع الذي يمثل مجموعة من الشركات العاملة في صناعة معينة، وهاتان تختلفان بدورهما عن تنافسية دولة تسعى لتحقيق معدل مرتفع ومستدام لدخل الفرد فيها.[1] وتعرف **المنظمة العالمية للسياحة** التنافسية السياحية على أنها "الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية الإنتاج والسلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين وقدرة الدولة على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية"[2]

أما التنافسية على مستوى قطاع السياحة الكلي وفقا لمنهجية **المعهد الدولي للتنمية والإدارة** تعرف

[1] زيان بوروجة علي، راتول محمد، تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة 2015/2007، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 14، الجزائر، 2016، 140.

[2] محسن عبد الله الراجحي و آخرون، الميزة التنافسية للقطاع السياحي، ط1، دار الأيام، الأردن، 2016، ص:123.

بأنها"تعظيم القيمة المضافة ومستوى الإنتاجية في قطاع السياحة والسفر من خلال جذب الاستثمار في اقتصاد السياحة، وكفاءة عملية وصول وعودة السياح، واختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية، وتقديم خدمات سياحية ذات مستوى عالي من التقنية والجودة التي تتماشى مع متطلبات العولمة".[1]

من خلال التعاريف السابقة خلصنا بأن التنافسية السياحية تشير إلى كفاءة القطاع السياحي للدولة ومدى قدرتها على ضمان حصتها في السوق السياحي العالمي، بتوفيرها منتجات سياحية تستجيب لمتطلبات البيئة المحلية الدولية.

ثانيا:منهجية تقرير مؤشر القدرة التنافسية للسياحة والسفر (TTCI)

يصدر تقرير تنافسية السياحة والسفر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)، بالتعاون مع قادة من المتعاملين الفاعلين في القطاع السياحي، وقد أطلق المنتدى تقريره الأول سنة 2007، كأداة لقياس جملة من العوامل التي تمكن من تحسين تنافسية الدولة السياحية ومقارنتها مع غيرها من الدول التي يشملها التصنيف، وذلك من خلال رصد كل جوانب القوة والضعف التي تتيح لجميع صانعي القرار وأصحاب المصلحة فرصة تدبير وتوجيه الخطط والاستراتيجيات ذات العلاقة بالصناعة السياحية ودمجها في المزيج التنموي لاقتصادياتهم الوطنية.

وقد جاءت طبعة 2017 من تقرير تنافسية السياحة والسفر لتمهيد الطريق نحو مستقبل أكثر شمولية وللتركيز المتزايد على النمو المطرد لصناعة السياحة في بيئة أمنية ملائمة مع ضرورة الحفاظ على البيئة الطبيعية للمجتمعات المحلية وضمان استدامتها، ويغطي التقرير 136 دولة منها 19 دولة عربية، يشمل أربع محاور رئيسية يتم قياسها عن طريق 14 مؤشر مركب من 90

[1] زيان بوروجة علي، محمد راتول، مرجع سبق ذكره، ص:141.

متغير يؤثر في تنافسية القطاع،[1] ويعتمد التقرير في حساب المؤشرات الفرعية والكلية على البيانات الإحصائية التي تم تجميعها من مصادر دولية ووطنية عديدة، بالإضافة إلى بيانات مسحية حول انطباعات المجلس التنفيذي للمنتدى، ويحسب المؤشر باستخدام معادلة لتحويل البيانات الخام ووضعها في مدى من 1إلى7 (القيمة 1 تعبر على قصور في التطوير والقيمة 7 تعبر على درجة كبيرة من التطور والكفاءة)، وتأخذ المعادلة الشكل التالي:[2]

المؤشر= 6× (قيمة المؤشر للدولة – أقل قيمة للعينة)/ (أكبر قيمة في العينة – أقل قيمة في العينة) +1

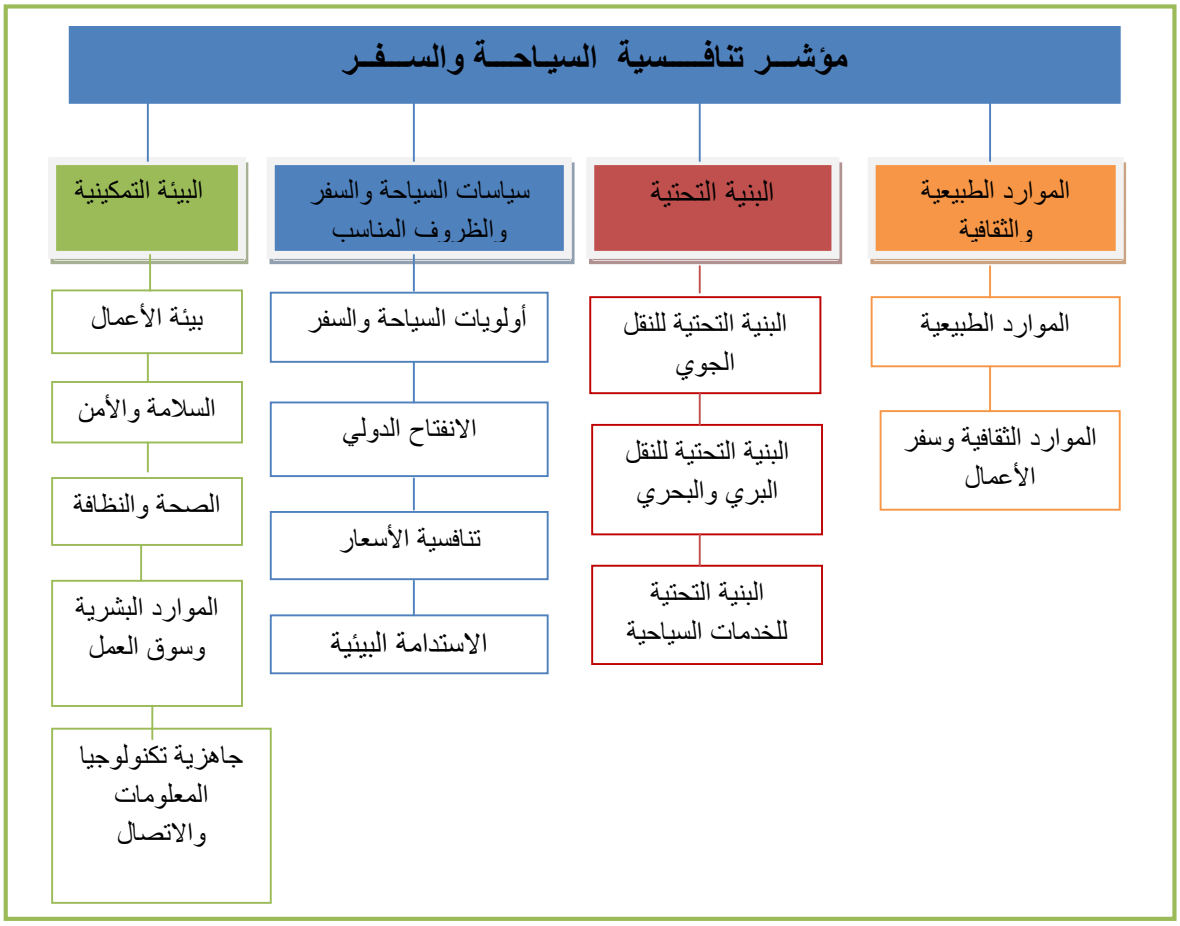
وتشير أقل وأكبر قيمة في العينة إلى أسوأ وأفضل أرقام تحققت على مستوى الدول في هذا المؤشر، ويتم حساب قيم المؤشرات الفرعية كمتوسطات غير مرجحة لجميع القيم، كما يحسب المؤشر العام أيضا كمتوسطات غير مرجحة لجميع القيم.

ويمكن توضيح هيكل المؤشرات الرئيسية لمؤشر تنافسية السياحة والسفر حسب تقرير 2017 من خلال الشكل التالـي:

[1] *World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitveness Report, Geneva, 2017, p : 03.*

[2] زيان علي بوروجة، راتول محمد، مرجع سبق ذكره، ص:97.

شكل رقم (03-06): هيكل مؤشر القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر (TTCI)



Source *: World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitveness Report, Geneva, 2017, p : 07.*

يمثل الشكل أعلاه المحاور الأربعة الرئيسية التي يقاس من خلالها مؤشر تنافسية السياحة والسفر، والمتمثلة في مؤشر البيئة التمكينية الذي يرصد مدى جاهزية الدول محل التصنيف في استقبال واستقطاب السياح والمستثمرين من خلال بيئة الأعمال وما يتعلق بها من صيغ قانونية وإجرائية متعلقة بحقوق الملكية، ومنح رخص البناء ومعدل الضرائب المفروضة وغيرها من الإجراءات القانونية، هذا وبالإضافة إلى مؤشر الأمن والسلامة ،الصحة والنظافة، والكادر البشري المسير للقطاع، كما يقيس المؤشر الفرعي الأول جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي باتت في عصرنا الحالي محركا أساسيا لكل الميادين، أما المؤشر الرئيسي الثاني فهو يشمل أولويات السياحة والسفر أي مدى اهتمام حكومات الدول بالقطاع السياحي فيما يخص سياسة التمويل والتسويق وتوفر كل البيانات والإحصائيات الخاصة بالقطاع، كما يشمل أيضا الانفتاح الدولي

حيث أن الإجراءات التقييدية كصعوبة منح التأشيرات تشكل عائق كبير في جذب الوفود السياحية، ونجد أيضا ضمن هذا المؤشر تنافسية الأسعار حيث غالبا ما يشكل انخفاض تكاليف السياحة والسفر من تذاكر الطيران ومتوسط أسعار الفنادق عوامل مهمة في اختيار السائح لوجهته، كما تضمن أيضا عامل الاستدامة البيئية وهذا يعبر عن كل ما هو مرتبط بالمحافظة على البيئة وسلامتها، أما المؤشر الثالث والمتمثل في البنية التحتية وما تتضمنه من شبكة النقل والمواصلات باختلاف أنواعها، ومنشآت الإقامة الفندقية وكل الهياكل المتصلة بالقطاع السياحي، والمؤشر الأخير يتمثل في الموارد الطبيعية والثقافية التي تعتبر المادة الأولية بالنسبة للمقومات السياحية في البلد المضيف، كالمحميات والمواقع الطبيعية المصنفة ، وكل ما هو ثراث ثقافي.

وبالنسبة للدول التي احتلت المراكز العشرة الأولى من حيث القدرة التنافسية للسياحة والسفر من بين 136 دولة حسب ما يوضحه الجدول (03-25)، حيث نجد ستة دول أوروبية تتمتع بأقوى أداء، أين تصدرت إسبانيا التصنيف برصيد (5.43 من7)، ما يثبت أن السوق الأوروبية هي أكبر سوق للسياحة والسفر، ويظهر إلى جانب هذه الدول اليابان في المرتبة الرابعة والتي تقدمت بخمس مراتب مقارنة بالتقرير السابق، كما أحرزت كل من المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا مكانتها ضمن الدول المتصدرة للتقرير.

الجدول رقم (03-25): الدول العشرة المتصدرة لتقرير تنافسية السياحة والسفر لسنة 2017

الدولة	اسبانيا	فرنسا	ألمانيا	اليابان	المملكة المتحدة	الولايات المتحدة الأمريكية	أستراليا	إيطاليا	كندا	سويسرا
الترتيب	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
الرصيد	**5.43**	**5.32**	**5.28**	**5.26**	**5.20**	**5.12**	**5.10**	**4.99**	**4.97**	**4.94**

Source *: World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitveness Report, Geneva, 2017, p : 09.*

ثالثا: تقييم تنافسية السياحة الجزائرية بناءًا على (TTCI)

يصعب تقييم تطور تنافسية الصناعة السياحية من أول تقرير صدر سنة 2007 إلى غاية 2017، وهذا لاختلاف عدد الدول التي شملها التصنيف من تقرير لآخر بالإضافة إلى اختلاف المؤشرات التي أنجز على أساسها التقرير، ولكن في العموم يظهر من الجدول أعلاه أن تنافسية السياحة الجزائرية تتذيل الترتيب في كل التقارير، والدليل على ذلك هو الرصيد الضعيف الذي اكتسبته طوال هذه الفترة، إذ بلغ 3.67 في أحسن أحواله.

الجدول رقم (03-26): تطور المؤشر الكلي لتنافسية السياحة والسفر في الجزائر خلال الفترة 2007-2017

السنة	2007		2009		2011		2013		2015		2017	
	الترتيب	الرصيد	الترتيب	الرصيد	الترتيب	الرصيد	الترتيب	الرصيد	الترتيب	الرصيد	الترتيب	الرصيد
المؤشر الكلي	93	3.67	115	3.31	113	3.37	132	3.07	123	2.93	118	3.07

Source *:word Economic Forum, The travel Competitiveness report (2007,2009,2011,2013,2015,2017).*

و للتفصيل أكثر في موقع الجزائر ضمن تقرير تنافسية السياحة والسفر، سنحاول فيما يلي تحليل المؤشرات الرئيسية الأربعة التي يرتكز عليها التقرير وفقا لإحصائيات سنة 2017.

الجدول رقم (3-27): موقع الجزائر ضمن المؤشرات الفرعية الرئيسية لتقرير تنافسية السياحة والسفر لسنة 2017

المؤشر	الترتيب العام	الرصيد
البيئة التمكينية	**93**	**4.4**
بيئة الأعمال	**110**	**4.03**
السلامة والأمن	**81**	**5.28**
الصحة والنظافة	**89**	**4.92**
الموارد البشرية وسوق العمل	**112**	**4.04**
جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال	**96**	**3.94**
سياسات السياحة والسفر والظروف الملائمة	**124**	**3.5**
أولويات السياحة والسفر	**131**	**2.84**

الانفتاح الدولي	**134**	**1.51**
تنافسية الأسعار	**04**	**6.03**
الاستدامة البيئية	**106**	**3.73**
البنى التحتية	**122**	**2.2**
البنية التحتية للنقل الجوي	**105**	**2.03**
البنية التحتية للنقل البري والبحري	**131**	**2.06**
البنية التحتية للخدمات السياحية	**124**	**2.16**
الموارد الطبيعية والثقافية	**94**	**2.1**
الموارد الطبيعية	**124**	**2.16**
الموارد الثقافية وسفر الأعمال	**53**	**2.10**

Source : World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitveness Report, Geneva, 2017, p : 07.

من خلال الجدول أعلاه، يمكننا تلخيص نتائج المؤشرات الرئيسية لتنافسية القطاع السياحي في الجزائر في النقاط التالية:

بيئة الأعمال: يركز المؤشر على مدى قدرة الدولة في جذب الاستثمارات الوطنية والأجنبية في المجال السياحي من خلال توفير مناخ استثماري مناسب يمكن من صناعة السياحة في الدول محل الدراسة، فبالنسبة لبيئة الجزائر الاستثمارية معروف أنها بيئة طاردة لشتى أنواع الاستثمار سواء كانت محلية أو أجنبية وهذا بالنظر لكل العراقيل الخاصة بالعقار والإجراءات القانونية والإدارية المعقدة المتعلقة بمزاولة النشاط كمنح رخص البناء وتسجيل الملكية التي تستغرق مدة زمنية طويلة جدا، وكثرة الضرائب المفروضة، هذا بالإضافة إلى انتشار الفساد الأداري وعجز الحكومة عن محاربته خاصة فيما يتعلق بالفساد في المجال الاقتصادي، فمن الطبيعي أن نجد الجزائر في مرتبة جد متدنية، فقد أحرزت المرتبة 110 من أصل 136 دولة شملها التصنيف.

الصحة والنظافة: معروف بأن السائح يبحث عن كل الشروط التي توفر له سياحة سليمة، لذلك يتأثر بوضع الصحة العامة بالبلد المضيف وكل شروط النظافة، لكن الجزائر أخذت المرتبة 89 في هذا المؤشر بالنظر إلى الوضع المزري الذي يعرفه قطاع الخدمات الصحية خاصة العمومية

منه، بالرغم من الكفاءات البشرية التي تتوفر عليها الجزائر إلا أن الظروف المهنية للقطاع تدفع بهذه الكفاءات إلى مغادرة أرض الوطن.

السلامة والأمن: جاءت الجزائر في المرتبة 81، وهي مرتبة متأخرة في ظل الوقت الراهن الذي يشهد هجومات إرهابية وتوترات سياسية في دول الجوار والمهددة للحدود الجزائرية، ناهيك عن الصورة السلبية التي ورثتها الجزائر من جراء العشرية السوداء، بالإضافة إلى ارتفاع معدل الجريمة والعنف في الجزائر الناتج عن تفشي ظاهرة المخدرات، ما يجعل الجزائر تتأخر في هذا المؤشر.

الموارد البشرية وسوق العمل: يعاني قطاع السياحة في الجزائر من عجز كمي ونوعي في تكوين وتدريب اليد العاملة بالقطاع، بالنظر إلى النقص الفادح لمؤسسات التكوين السياحي بالإضافة إلى المناهج البيداغوجية التقليدية التي لا تواكب المتطلبات الحديثة لسوق العمل السياحي، وهذا ما صنف الجزائر في المرتبة 112.

جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال: تحتل الجزائر المرتبة 96 ضمن هذا المؤشر في ظل ضعف تغلغل استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي مما أدى إلى افتقار وكالات السياحة والأسفار للأساليب الحديثة في تسويق الوجهة السياحية، إلى جانب غياب المعاملات المالية الإلكترونية، وضعف الإدارة والتجارة الإلكترونية التي تعيق قيام السياحة الإلكترونية في الجزائر.

البنية التحتية: تعاني الجزائر ضعفا شديدا في كافة المؤشرات الخاصة بالبنية التحتية لوسائل النقل باختلاف أنواعها، حيث صنفت الجزائر ضمن مؤشر النقل الجوي في المرتبة 105، حيث يعاني من نقص في الرحلات الدولية خاصة المباشرة منها بالإضافة إلى التأخر الفادح في مواعيد الرحلات، وينطبق الأمر بالنسبة للنقل البري والبحري الذي عرف تأخر شديد إذا تتمركز الجزائر في المرتبة 131، أما فيما يخص بنية الخدمات السياحية فمن الطبيعي أن تحتل الجزائر

في المرتبة 124، نظرا لقلة هياكل الاستقبال السياحية وجودة خدماتها التي لا تستجيب للمعايير الدولية، بالإضافة إلى إنعدام مكاتب صرف العملات في الجزائر، وضعف وسائل الدفع على مستوى البنوك والمؤسسات المالية.

السياسات والظروف التمكينية للسياحة والسفر: لم يشفع التصنيف المتقدم للجزائر ضمن مؤشر تنافسية الأسعار من تعزيز قدرة الجزائر التنافسية في السياسات التمكينية للسياحة والسفر؛ وذلك لتهميش القطاع السياحي من قبل الحكومة الجزائرية والدليل على ذلك ضعف الميزانية المخصصة للقطاع، والبرامج السياحية التي يبقى تجسيدها على أرض الواقع بعيد كل البعد عن الأهداف المسطرة، وهذا ما وضع الجزائر في المرتبة 131 ضمن مؤشر أولويات السياحة والسفر، كما تذيلت الترتيب في مؤشر الانفتاح الدولي إذ صنفت في المرتبة 134، وينطبق الأمر على مؤشر الاستدامة البيئية حيث جاءت الجزائر في المرتبة 106.

الموارد الطبيعية والثقافية: يبدو أنه وبالرغم من الإمكانيات الطبيعية التي تتمتع بها الجزائر من الغابات ومحميات طبيعية، إلا أن إهمال وعدم استغلال كل هذه المقومات، كانعدام عامل النظافة والأمن وعدم تسهيل منافذ الوصول إلى هذه الأماكن يحد من تنافسية الجزائر ضمن مؤشر الموارد الطبيعية، حيث صنفت الجزائر في المرتبة 124 ضمن هذا المؤشر، أما بالنسبة للموارد الثقافية فقد تمركزت في المرتبة 53 باعتبار أن الجزائر تمتلك 7 مواقع ثقافية صنفت ضمن الإرث الثقافي العالمي من قبل منظمة اليونيسكو الأمر الذي عزز من رتبة الجزائر ضمن مؤشر الموارد الثقافية وسفر الأعمال، بالرغم من موقعها في المركز 117 فيما يخص عدد اجتماعات الجمعيات الدولية والذي يعبر عن سفر الأعمال.

المبحث الثالث: الرؤية المستقبلية للقطاع السياحي بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030

تجسدت الرؤية المستقبلية للقطاع السياحي بالجزائر في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030، الذي يعتبر مرجعا أساسيا للسياسة السياحية الجديدة التي تبنتها الجزائر، والذي يعكس إرادة الدولة في تثمين المؤهلات السياحية ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية والأجنبية، فمن خلال هذا المبحث سنحاول عرض أهم محاور وإنجازات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق2030.

المطلب الأول: محتوى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030

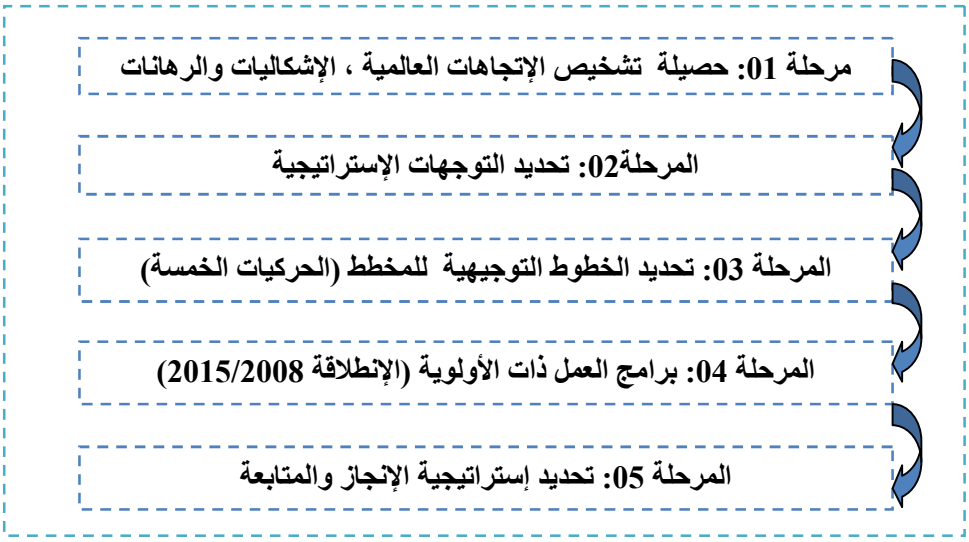
يعتبر المخطط الوطني للتهيئة السياحية لآفاق 2030 بمثابة انطلاقة جديدة لمشروع سياحي شامل بعيد المدى يشرك كل الفاعلين في القطاع السياحي، بهدف تطوير وترقية وجهة الجزائر السياحية وإدراجها ضمن الشبكات الدولية، فمن خلال هذا المطلب سنقف عند أهم المحاور التي جاء بها المخطط الوطني للتهيئة السياحية لآفاق 2030.

أولا: التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية **(SDAT2030)** جزءا من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية **(SNAT2025)** الذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون 01-02 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة. فهو الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين والقطاعات عن مشروعها السياحي الإقليمي الذي يبرز الكيفية التي تعتزم الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي المتمثل في العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية والدعم الإيكولوجي في إطار التنمية المستدامة، كما يترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر قصد الارتقاء بها درجة الامتياز

في المنطقة الأرومتوسطية.[1] وقد تم تبني المخطط سنة 2008 بعد التتويج الناضج لمسار طويل من الأبحاث والدراسات وتشاور واسع مع الفاعلين الوطنيين والمحليين العموميين والخواص. وقد شمل عدة مراحل بناءا على تشخيص معمق وشرح للرهانات الكبرى للسياحة الجزائرية وإشكالاتها على الصعيديين الوطني والدولي، وتم تحديدها في خمس مراحل، موضحة في الشكل التالي:

الشكل رقم (03-07): مراحل إعداد (SDAT 2030)



المصدر:وزارة تهيئة الإقليم والبيئة، المخطط التوجيهي لتهيئة السياحية لآفاق 2025 ، الكتاب 01،"تشخيص وفحص السياحة الجزائرية"، جانفي 2008، ص:25

ثانيا: الأهداف الإستراتيجية الكبرى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030.

تتطلب عملية التنمية السياحية، تشخيص المؤهلات السياحية التي تتميز بها الدولة والطاقات المسخرة لتثمينها، بالإضافة إلى مد الدولة بإطار إستراتيجي مرجعي يعتمد على أهداف واضحة ومحددة لتسطير مسعى منظم يمد النشاط السياحي بالرؤية الضرورية، حيث تتجسد الأهداف التي تضمنها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر لآفاق 2030 على النحو التالي :

[1] وزارة تهيئة الإقليم، اللبيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، الكتاب 01، " **تشخيص وفحص السياحة الجزائرية**"، 2008، ص: 05.

1. الأهداف العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030

- جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي، من خلال:[1]
  - ترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات؛
  - تنظيم العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية؛
  - إعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دوليا وجعلها وجهة امتياز؛
  - المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد؛
  - المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى (الموازين التجارية للمدفوعات، توازنات الميزانيات)؛
- الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى (الفلاحة، البناء والأشغال العمومية، الصناعة، الصناعة التقليدية، الخدمات)؛
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة: يتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية (اقتران الاقتصادي بالاجتماعي وبالبيئة)؛
- تثمين التراث التاريخي والشعائري: فإستراتيجيات السياحة الدائمة هي تلك التي تحترم التنوع الثقافي وتحمي التراث وتساهم في التنمية المحلية؛
- التحسين الدائم لصورة الجزائر: يرمي بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغيرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون في السوق الجزائرية ضمن آفاق الجعل منها سوق هامة وليست ثانوية بما في ذلك مجموعة المواد والطاقات التي تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين.

ترمي الأهداف العامة للمخطط بالدرجة الأولى إلى تحسين صورة السياحة الجزائرية محليا ودوليا، لتوسيع نصيبها من السوق الدولي السياحي، ودمج السياحة ضمن هيكل الاقتصاد الوطني.

[1] وزارة تهيئة الإقليم، اللبيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، الكتاب 01، " **تشخيص وفحص السياحة الجزائرية**"، 2008، ص: 22.

2. الأهداف المادية للمرحلة الأولية من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030

تعتزم الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لاستقطاب ما يقارب 2.5 مليون سائح بحلول سنة 2015، بتوفير 75000 سرير فخم وإعادة تأهيل 84869 سرير، مما يسمح بخلق400000 فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة، وتحصيل ما يقارب 2000 مليون دولار لتساهم في تعزيز نصيب القطاع من الناتج المحلي الخام بنسبة 03%، كما أخذت الإستراتيجية الوطنية بعين الاعتبار ضرورة تنمية الكوادر البشرية المنظمة للقطاع السياحي بتوفير 91600 مقعد بيداغوجي لضمان جودة الخدمات السياحية المقدمة. وقد ترجمة هذه الأهداف في خطة أعمال خلال المرحلة الأولية من المخطط والمتمثلة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-28): خطة الأعمال بالأرقام للمرحلة الأولى من المخطط (2008-2015)

السنة	2007	2015	المضروب فيه
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون	1.47 ×
عدد الأسرة	84896 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم	159869×1.8
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7 %	03% مقدرة	1.3×
إيرادات (مليون دولار)	2.5	1500 إلى 2000	7 × إلى 9
مناصب الشغل	200000	400000 (مباشر وغير مباشر)	2 ×
التكوين (مقاعد بيداغوجية)	51200	91600	142800

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025،**'الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية'**، جانفي 2008، ص: 18.

كتقييم أولي لخطة الأعمال التي رسمها المخطط، نجد بأن عدد السياح المستهدف استقبالهم لسنة 2015 هو عدد جد ضعيف مقارنة بالإمكانيات السياحية في الجزائر، ونسبة مساهمة العوائد السياحية في الناتج المحلي الإجمالي والمقدرة بـ 03% ضئيلة جدا، أما فرص العمل المستهدف إستحداثها هي الأخرى ضعيفة ولا تعكس طبيعة القطاع الذي يتميز بالكثافة تشغيل اليد العاملة،

كما ينطبق الأمر على المقاعد البيداغوجية المقرر بلوغها والتي لا يمكن أن تغطي احتياجات القطاع من الكوادر البشرية المؤهلة.

3. الأهداف النقدية للمرحلة الأولى 2008-2015

تضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030) الأهداف النقدية التالية:[1]

- يقدر الاستثمار الإجمالي العمومي والخاص المادي الضروري بين 2008-2015 بـ 2.5 مليار دولار أمريكي؛
- يقدر الاستثمار الإجمالي، العمومي والخاص، المادي والغير مادي (الهياكل، الطبيعة، الاتصال) بـ 60000 دولار أمريكي لكل سرير يوضع بكل الترتيبات، 55000 دولار أمريكي في استثمارات مادية و 5000 دولار أمريكي في استثمارات غير مادية؛
- من أجل توفير 40000 سرير التي يعتزم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، ويتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 2.5 مليار دولار، على مدى 7 سنوات لآفاق 2025، أي 350 مليون دولار أمريكي سنويا؛

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

تم الشروع في تفعيل الأثر السياحي بدفع المشاريع ذات الأولوية السياحية المبرمجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030، حيث تمثلت أهمها في المشاريع التالية: [2]

- إنشاء الحظائر السياحية والبيئية: حدائق دنيا في كل من عنابة، قسنطينة، جزائر العاصمة ووهران، وحدائق الواحات؛

---

[1] وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، الكتاب 02، **'الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية'**، جانفي 2008، ص: 18.

[2] وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، **'الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية'**، مرجع سبق ذكره، ص: 19.

- فنادق السلسلة (Hotel de chaine): عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29386 سرير؛ وعشرون قرية سياحية متميزة (VTE)، وأرضيات جديدة مدمجة مخصصة للتوسع السياحي مصممة لتتناسب مع الطلب الدولي والطلب الوطني؛
- إنشاء مراكز العلاج ، الصحة والترفيه: حمام قرقور، حمام ملوان والشريعة؛
- إطلاق 80 مشروع سياحي في 06 أقطاب سياحية للامتياز، تتضمن 5986 سرير، و8000 منصب شغل في الأفق، وتتوزع كل من هذه المشاريع والقرى على الأقطاب السياحية للامتياز على النحو التالي:

الجدول رقم(03-29) عدد المشاريع ذات الأولوية والقرى السياحية بالأقطاب السياحية للامتياز

الأقطاب السياحية للامتياز	عدد المشاريع	عدد القرى السياحية*	عدد الأسرة *
شمال شرق	23	03	49144
شمال وسط	32	11	13343
شمال غرب	18	04	16998
الجنوب الغربي للواحات	04	01	2092
الجنوب الغربي توات القرارة	02	01	1605
الجنوب الكبير"الطاسيلي"	00	00	150
الجنوب الكبير الأهقار	01	00	225
المجموع	**80**	**20**	**83557**

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة،المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025،الكتاب 03، جانفي 2008، ص: 18.

*وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025،الكتاب 04، جانفي 2008، ص: 16.

حسب الجدول أعلاه من المنتظر أن تساهم المشاريع السياحية المبرمجة على مستوى الأقطاب السياحية للامتياز المقدرة بـ 80 مشروع في خلق 83557 سرير بحلول 2030. إلا أن أغلب هذه المشاريع السياحية برمجت على مستوى الأقطاب السياحية المتمركزة في شمال البلاد، وبالنسبة لمنطقة الجنوب فقد استفادت من 08 مشاريع فقط، وهذا يدل على عدم التوازن في عملية التنمية

السياحية بالجزائر حيث يطغى الاهتمام بالمنتج السياحي الساحلي والحضري على حساب المنتج الصحراوي الذي كان يفترض استغلاله بحكم الجاذبية التي يحظى بها لدى السائح الأجنبي.

رابعا: مخططات تفعيل التحول السياحي في الجزائر

يرتكز الموقع الجديد للسياحة الجزائرية على خمسة مخططات لإنعاش السوق السياحي الجزائري، وذلك لمضاعفة جاذبية وتنافسية الوجهة السياحية الجزائرية من خلال تنمية مقدرات العرض السياحي داخل الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، وذلك بضمان نوعية المنتج السياحي في إطار مشاركة الفاعلين العموميين والخواص في القطاع السياحي، مع تنفيذ مخطط تمويل عملياتي يرافق الاستثمارات السياحية المحلية والأجنبية، ويمكن تلخيص أهم ما تضمنته هذه المخططات على النحو التالي:

1. **مخطط تثمين وجهة الجزائر:** تأثرت السياحة الجزائرية سلبيا بفعل الذهنيات السلبية التي كونها المستثمر والسائح الأجنبي، كانعدام الأمن والفوضى والانغلاق، لذلك كان لابد من تحسين صورة الجزائر السياحية وإعطائها صورة واضحة وشاملة تعزز جاذبية وجهة الجزائر في الأسواق الدولية، وجاء مخطط جودة الجزائر لإعادة الاعتبار لتنافسية السياحة في الجزائر من خلال إستراتيجية التسويق السياحي.

ويتكون مخطط وجهة الجزائر من ثلاث إجراءات رئيسية، هي:[1]

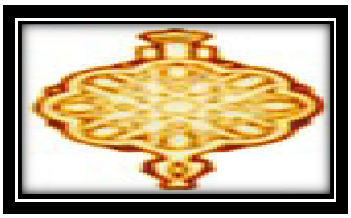
- وضع إستراتيجية تسويقية للسياحة الجزائرية، تدرس العرض والطلب وتحدد الأسواق المستهدفة ذات الأولوية، وتحدد الإستراتيجية التجارية؛

[1] فؤاد أبركان، مرجع سبق ذكره، ص:125.

***(SPOET)**:"نظام الرصد الدائم والتقييم السياحي" يعتبر أداة إرشاد للسياسة السياحية في الرصد، المتابعة والتقييم، فهو مركز حقيقي للموارد السياحية مهيأ على شكل أرضية للسياحة الجزائرية، مزود ببنية إعلامية لرسم الحدود الجغرافية من خلال بنك المعلومات، نظام إعلام جغرافي، موقع وشبكة انترنت للسياحة. ويشتغل النظام بالشراكة مع المتعاملين السياحيين: أصحاب الفنادق والمطاعم، الوكالات، الموجهون، الجمعيات.

- تنفيذ مخطط عملي للنشاطات، الذي يرتكز أساسا على ترقية وسائل الاتصال، وجعلها في خدمة وجهة الجزائر؛
- وضع إجراء مستدام للمراقبة السياحية، بإنشاء مركز دائم للموارد السياحية والسوق السياحي، يسمى بالنظام الدائم للملاحظة والتقييم السياحيين **(SPOT)***.

وبعبارة أخرى، يتعلق الأمر بإعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر بفضل إستراتيجية التسويق السياحي، وابتكار علامة للمنتوج السياحي الجزائري وتزويده بشعار خاص، موضح في الشكل التالي: **الشكل رقم (03-08): شعار علامة الجزائر**



المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، **الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية، ذات الأولوية**، مرجع سبق ذكره، ص: 24.

2. **الأقطاب السياحية للامتياز(POT):** تعتبر الأقطاب السياحية تركيبة من القرى السياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة، مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والإدارات السياحية بالتعاون مع مشروع التنمية، وهي إطار لربط تعاون الكفاءات، المعارف، الحرف والإمكانيات المادية.بحيث ستسمح هذه الأقطاب ببروز سياحي واسع على المستوى الجهوي، وتستخدم كنقطة ارتكاز وكقاطرة للتطوير السياحي على مستوى المناطق المبرمجة كمرجع بالنسبة للمخطط الجهوي لتهيئة الإقليم **(SART)**، والهدف من بناء هذه الأقطاب السبعة هو تحريك الرافع الذي يسهل الانتشار السياحي من خلال:[1]

- تسهيل التنافسية، الجاذبية واستمرارية الأقاليم؛

[1] وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق ، **الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية، ذات الأولوية**، مرجع سبق ذكره، ص: 45.

- التطوير وفقا لميزاتهم (سياحة الحمامات البحرية، سياحة المدن والأعمال، السياحة الصحراوية والتجوال، السياحة العلاجية، الصحة والرفاهية، السياحة الثقافية والتعبدية، السياحة النوعية؛
- السماح بوصل جيد لمختلف المركبات السياحية، وبتكامل الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية على كامل تراب القطب، مع إشراك السكان المحليين؛
- ضمان امتياز الصورة النوعية لوجهة الجزائر الجديدة.

وقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية سبعة أقطاب سياحية للامتياز ذات الأولوية في التطوير، نلخص أهم مميزاتها في الجدول التالـي:

الجدول رقم (03-30): الأقطاب السبعة السياحية للامتياز في الجزائر

الأقطاب السياحية للامتياز	الولايات	المساحة	الجاذبية السياحية للأقطاب السياحية للامتياز
القطب السياحي للإمتياز شمال/شرق (POT.N.E)	عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تبسة	80347 كم^2	310 كم من الواجهة البحرية التي تحتضن 170 شاطئ، 487000 هكتار من الغابات، أكثر من 30 ينبوع معدني، حظيرة بيئية وطنية بالقالة، مواقع أثرية رومانية، شبكة هامة من المطارات، الموانئ والطرق، 18 منطقة توسع سياحية بمساحة 10000 هكتار،طاقة استقبال جديدة تقدر بـ 5965 سرير.
القطب السياحي للامتياز شمال/وسط (POT.N.C)	الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية	33877 كم^2	3 محميات مصنفة عالميا(جرجرة، شريعة،قورايا)، سلاسل جبلية أعلاها قمة جرجرة بعلو 2.308 كم، 39 ينبوع معدني ذو طبيعية علاجية، تهيئة مينائية جوية بحرية وحضرية جديدة، تراث روماني مصنف عالميا (تيبازة)، خمس مدن جديدة يجرى إنجازها، مدارس وطنية ومعهد للتكوين السياحي والفندقي، طاقة استقبال تقدر بـ 31588 سرير منها 9295 سرير طور الانجاز.
القطب السياحي للامتياز شمال/غرب (POT.N.O)	مستغانم، وهران، عين تيموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس وغيلزان	35000 كم^2	شريط ساحلي طوله 400 كم يضم أكثر من 125 شاطئ،50 ينبوع معدني و8 محطات حموية للمياه المعدنية،هياكل جوية ومرفئية وطرق هامة، 37 منطقة توسع سياحية بمساحة 5000 هكتار، إرث إسلامي مغاربي واسع، 70% من التراث العربي الإسلامي بتلمسان، طاقة إستقبال تقدر بـ 22000 سرير، منها 10164 سرير جديد.
القطب السياحي للامتياز جنوب/شرق (الواحات) (POT.S.E)	الواحات، غرداية، بسكرة، الواد، المنيعة	160000 كم^2	4 مناطق للتوسع السياحي،مناظر صحراوية ولوحاتية، تراث متنوع يرسم تاريخ الإنسانية، وجود ضريح الصحابي عقبة بن نافع الفهيري في بسكرة، قدرات غنية من الحمامات المعدنية،مناطق مصنفة(بحيرة المنيعة وبحيرة المليغ)،،تجهيزات هيكلية كبيرة في طور الإنجاز، طاقة فندقية تقدر بـ 2092 سرير، و3690 سرير في طور الإنجاز.

القطب السياحي للامتياز جنوب/شرق (POT.S.E) (توات القرارة/طرق القصور)	أدرار وبشار	603000 كم^2	مشروع برنامج الأمم المتحدة للتنمية المحلية (الصحراء، الثقافات والشعوب)، كثبان رملية تفوق 100 متر، 294 قصر بواحة النخيل، حقول ورود الرمال، 300 موقع إنساني يشهد على تاريخ قوي وقديم، ثروات تراثية متنوعة(فقارات، قلاع قديمة، كتابات التيفناغ)، طاقة استقبال تقدر بـ 120 سرير في أدرار و192 سرير في تيميمون، 1513 سرير مبرمج.
القطب السياحي للامتياز جنوب/غرب (POT.S.O)	(طاسيلي ناجر) إليزي، جانات	284918 كم^2	الطاسيلي ناجر حظيرة وطنية محمية مصنفة عالميا من قبل اليونيسكو، نقوش صخرية تاريخية عالمية، شبكة هامة من الهياكل، 6 ينابيع للحمامات معدنية، منطقة توسع سياحية، طاقة استقبال تقدر بـ 2300 سرير منها 150 سرير جديد.
القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير (POT.G.S)	الأهقار، تمنراست	456200 كم^2	الأهقار تراث مصنف عالميا من قبل اليونيسكو لاحتوائه على 600000 موقع أثري يعود إلى مليون سنة، مسار الأسكريم، احتواء القطب على أعلى قمة جبلية في الجزائر (جبل تاهات بعلو 2918 م) ،شبكة هامة من الطرق، منطقتان للتوسع السياحي، طاقة استقبال فندقية في طور الإنجاز تقدر بـ 255 سرير.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، **الأقطاب السياحية السبعة للامتياز POT** ، جانفي 2008، ص: 06.

يجسد الجدول أعلاه الجاذبية السياحية التي تحظى بها الأقطاب السياحية للامتياز في الجزائر والواضح أنها متنوعة وغنية، فهي تعكس قابلية هذه الأقطاب في استقطاب النشاط السياحي بشتى أنماطه (الساحلي، البيئي، الجبلي، الحموي، الصحراوي،الثقافي، التاريخي،....)، فمن خلال حسن قيادة هذه الأقطاب وتجسيد المشاريع السياحية ذات الأولوية المبرمجة على أرض الواقع يمكن تعزيز الاستجابة لتطلعات الطلب المحلي والسوق الدولي.

أما عن القرى السياحية للامتياز التي تشكل الأثر الأولي للسياحة في مناطق التوسع السياحي **(VTE)**، والمحددة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كأرضيات سياحية مدمجة في الأقطاب السياحية للامتياز، تم تحديدها على النحو التالي:

الجدول رقم(03-31): القري السياحية للامتياز في الجزائر

القطب السياحي للإمتياز	القرية السياحية	المستثمر السياحي	عدد الأسرة
شمال/شرق (POT.NE)	مسيدة (الطارف)	الشركة الإماراتية للاستثمار الدولي	2440
	الحناية (الطارف)	/	/

	سيدي سالم(عنابة)	الشركة السعودية للاستثمار	4938
شمال/وسط (POT.NC)	أقريون(بجاية)	مجموعة سيفيتال	1282
	الصغيرات(بومرداس)	المجموعة الكويتية للاستثمار والشركة الإماراتية للاستثمار الدولي	2697
	MEDI.SEA(بومرداس)	الشركة الأمريكية/التونسية/الجزائرية سياح	17510
	قورصو (بومرداس)	/	/
	عين الشرب/عين طاية (الجزائر)	المجموعة الكويتية للاستثمار والشركة الإماراتية للاستثمار الدولي	5985
	EIIC (الجزائر)	/	/
	موريتي1 (الجزائر)	إيميرال	2004
	الساحل (الجزائر)	شركة التنمية الفندقية موريتي الجزائر	460
	سيدي فرج(الجزائر)	الشركة الإماراتية القدرة	360
	زرالدة /غرب	الشركة السعودية سيدار	6885
	العقيد عباس(زرالدة)	الشركة الايماراتية إعمار	1240
	واد بلاح سيزاري(تيبازة)	المجموعة سيفيتال	1426
	بوهارون(تيبازة)	/	/
	CET(تيبازة)	/	/
شمال/غرب (POL.NO)	الحلم السياحي (وهران)	/	5900
	هيليوس كريستل(وهران)	ش.ذ.م.م/ إقامة هيليو فرنسا	220
	موسكاردا(تلمسان)	الشركة الإماراتية للاستثمار الدولي	732
جنوب/غرب (POL.SO)	قصر ماسين (أدرار)	مجموعة الجنوب لتنمية الاستثمار SID	92

المصدر:من إعداد الطالبة بالاعتماد على وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، **المشاريع ذات الأولوية السياحية** ، مرجع سبق ذكره، ص،ص: 15، 32.

دعمت الأقطاب السياحية في الجزائر بالقرى السياحية **(VTE)** لزيادة قابلية هذه الأقطاب لاستقبال النشاط السياحي، لكن الواضح من الجدول التوزيع الغير متوازن لهذه القرى بحيث نجد الأقطاب السياحية المتمركزة في الشمال تستحوذ على أغلب القرى السياحية في حين نجد الجهة الجنوبية من الوطن، قد استفادة من قرية سياحية واحدة على مستوى القطب السياحي جنوب/غرب.

3. **مخطط جودة السياحة الجزائرية (PQTA):** يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإداري للجودة، الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم وطنيين وأجانب، طبقا للمعايير الدولية، كما يسمح

المخطط بتحديد المسار من أجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية جودة سياحة الجزائر.[1]

ويسعى مخطط جودة السياحة الجزائرية في العموم إلى بلوغ الأهداف التالية:[2]

- دعم التنافسية الوطنية بإدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية؛
- بلوغ أفضل مهنية في كل قطاعات العرض السياحي الوطني؛
- تثمين المناطق السياحية الوطنية وثرواتها المحلية، وخلق ديمومة العرض السياحي الجزائري بتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن المحليين والأجانب؛
- إفادة المؤسسات السياحية الملتزمة بانتهاج مسار الجودة، وذلك بتوفير الوسائل اللازمة لتحقيق تنميتها، وخاصة بمرافقتها في عملية التجديد، ولإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع، والتكوين؛
- ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة من خلال إدماجهم في شبكات المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية "جودة السياحة الجزائرية" وضمان اندماج أحسن في المجال التجاري و تموقع أفضل.

4. **مخطط الشراكة العامة/الخاصة(PPP)**:لا يمكن تصور تنمية سياحية دائمة دون تعاون فعال بين القطاع العام والخاص، وذلك عندما يتحرك المتعاملون العموميين والخواص للاستجابة بأكثر فعالية للطلب الجماعي، حيث تلعب الدولة والجماعات المحلية دورا ضروريا في المجال السياحي خاصة تهيئة الإقليم وحماية المناطق العامة، ووضع المنشآت كالمطارات والطرق في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام والأمن، أما القطاع الخاص فهو يضمن

[1] http://www.mta.gov.dz/index.php/ar *consulté le:02/02/2019.*
[2] *Ministère Du Tourisme Et De l'Artisanat, Plan Qualité tourisme Algérie,* ***Guide De La Qualité****, Algérie, 2014 ,p :07.*

أساسيات الاستثمارات والاستغلال السياحي، كما يثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت التصرف.[1]

5. **مخطط تمويل السياحة (PFT)**: أخذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بعين الاعتبار بطء عائدات المشاريع السياحية، حيث وضع مخطط تمويل لدعم الأنشطة السياحية والمرقيين والمطورين وجذب المستثمرين المحليين والأجانب، ويتجلى دور مخطط التمويل في:[2]

- حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة **(PME)**؛
- جذب كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب، وتشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية؛
- تسهيل وتكييف التمويل البنكي للنشاط السياحي، خاصة الاستثمار في إطار **بنك الاستثمار***.

خامسا: تنفيذ المخطط الوطني للتهيئة السياحية لآفاق 2030

إن الخيار المعلن من طرف السلطات السياسية في البلاد يدعو إلى ضمان مقاربة جديدة أثناء التنفيذ تجمع الدولة، الجماعات المحلية، المجتمع المدني، الدواوين المحلية للسياحة، المتعاملين والمهنيين على الصعيد الوطني والجهوي والمحلي في إطار شراكة مستدامة، حيث يفترض التنفيذ الدائم للمخطط القيام بأربع أعمال كبرى ألا وهي:[3]

- إعادة تنظيم النشاط السياحي في إطار الإدارة الجديدة؛
- تحديد قواعد التهيئة وفقا لمستويات قدرات التحمل البيئي والديموغرافي، لديمومة التنمية؛

---

[1] وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، **الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية** ، مرجع سبق ذكره، ص: 51.

[2] المرجع نفسه، ص: 57.

*يتم دعم الاستثمار وتنمية النشاطات السياحية عبر مساهمة **بنك الاستثمار**، وتتخذ شكل مساهمة الصناديق الخاصة، تمويل مكيف مع خصائص السياحة ، تحفيزات نوعية باتجاه الاستثمار السياحي في الهضاب العليا والجنوب، عمليات التأهيل عن طريق تخصيص مبلغ من صناديق التأهيل التابعة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، وهذا مع ضرورة الإلزام بالاكتتاب في مخطط نوعية السياحة.

[3] المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، الكتاب 04، **تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، "المخطط العملي"**، جانفي 2008، ص، ص: 04-05.

- إدارة السياسة السياحة الجديدة لضمان قيادتها وتعديلها التدريجي، والنتيجة مراقبتها؛

ويتعين على الحركية التي شرع فيها لإنجاز المشاريع المدعومة بمختلف الإجراءات المرافقة، بالارتكاز على خريطة ضبط طريقة العمل الضرورية، موضحة في الشكل التالي:

الشكل رقم (03-09): ورقة طريق تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة لمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025،الكتاب 04، **تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، "المخطط العملي"**، مرجع سبق ذكره، ص:36.

يمثل الشكل أعلاه ورقة طريق المرحلة الأولى من تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، يحدد من خلالها إطار التنفيذ، الترتيبات التنظيمية، والنشاطات التي يتعين القيام بها.

المطلب الثاني: تقييم إنجازات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030

من الضروري العمل على رصد التطورات المنجزة ضمن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحية قصد تشخيص وتقييم أولي للمخطط منذ أن تم المصادقة عليه إلى غاية انتهاء المرحلة الأولية من المخطط، وذلك لدعم الآليات التي أعطت نتائج إيجابية وإعادة النظر في تلك التي عرفت نقائص، فمن خلال هذا المطلب سنحاول الوقوف عند أهم إنجازات المخطط في مرحلته الأولية.

أولا: تقييم الأهداف المادية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030

عرفت خطة الأعمال المبرمجة خلال المرحلة الأولية للمخطط (2008-2015)، تأخرا ملموسا خاصة فيما يخص الإيرادات السياحية حيث كان من المفروض تحقيق 1500 مليون دولار كحد أدنى، إلا أنها بلغت 304 مليون دولار سنة 2015، مما انعكس على مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلى الخام التي بلغت نسبتها 1.2% في حين كان من المفروض أن يساهم بنسبة 03 %، هذا التأخر ينطبق كذلك على عدد السياح المرجو استقطابه، وإنجاز الهياكل الفندقية المبرمجة التي أثرت بدورها على فرص التشغيل المستحدثة في القطاع، وهذا كما يبينه الجدول التالـي:

الجدول رقم (03-32): تقييم خطة أعمال المرحلة الأولية (2008-2015)من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030)

	الأرقام المستهدفة	الأرقام المحققة*	النسبة المحققة
عدد السياح	2.5 مليون سائح	1.7 مليون	%68
عدد الأسرة	159869 سرير	102244 سرير	%63.95
المساهمة في الناتج المحلي الخام	03 %	%1.2	%40
إيرادات (مليون دولار)	1500 إلى 2000	304	%20.26
مناصب الشغل	400000 (مباشر وغير مباشر)	265 803	% 66.45

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025،'الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية'، مرجع سبق ذكره، 18.

*إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية

حسب الجدول السابق بلغ عدد السياح خلال المرحلة الأولية من المخطط 1.7 مليون سائح، وبالتالي تم تسجيل نسبة عجز قدرت بـ 32% مقارنة بخطة الأعمال المستهدفة، وهذا ما يؤكد على ضعف الطلب السياحي الوافد، نظرا لضعف الإستراتيجية التسويقية لوجهة الجزائر السياحية محليا ودوليا، كما يوضح الجدول العجز الفادح في الطاقة الاستيعابية لهياكل الاستقبال السياحي، حيث تم إنجاز ما يقارب 64% فقط من عدد الأسرة المبرمجة ضمن الخطة الأولية، وهذا راجع

لعدد من المشاريع الغير منتهية والمشاريع التي أوقفت بسبب نقص التمويل اللازم والعراقيل الأخرى التي تحد من فعالية البيئة الاستثمارية في الجزائر خاصة مشكل العقار، وهذا ما انعكس على مستوى التشغيل في القطاع السياحي حيث بلغت فرص العمل المحققة 265803 فرصة عمل، في حين كان لابد من توفير 400000 فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة.

ثانيا: الانخراط في مخطط الجودة السياحية

تسعى المؤسسات السياحية في الجزائر للاكتساب علامة جودة السياحة الجزائرية للارتقاء بالقطاع السياحي الجزائري في مصاف المعايير الدولية المعمول بها في المجال السياحي لتحسين صورة جودة الخدمات للزبائن الوطنيين والأجانب، من خلال الاندماج في مخطط الجودة السياحية المسطر ضمن الإستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية. حيث بلغ مجموع المؤسسات السياحية المنخرطة في مخطط الجودة 449 مؤسسة نهاية 2017 موزعة على كل من الفنادق والوكالات السياحية والمحطات الحموية والمطاعم، هذا وبالإضافة إلى 81 مشروع سياحي في نهاية 2017، حسب ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (03-33): المؤسسات والمشاريع السياحية المنخرطة في مخطط الجودة السياحية نهاية 2017

النوع	المؤسسات السياحية				مشاريع الاستثمارات السياحية
	فنادق	وكالات السياحة والأسفار	محطات حموية	مطاعم	
العدد	222	199	07	18	81
المجموع	449				81

Ministère du tourisme et de l'artisanat, **tableau de Bord des statistique du tourisme et de l'artisanat à la fin 2017**, Algérie, 2018,p :36.

وفي هذا الإطار مُنحت عدة مزايا تحفيزية للمهنيين المنخرطين في مسار الجودة نذكر منها:[1]

[1] *http://qualitetourisme.ccm-cg.net/ar/ consulté le :20/06/2018*

- تخفيض بنسبة 03% و4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية المتعلقة بعمليات العصرنة للمؤسسات السياحية والفندقية المنجزة بالولايات الشمالية والجنوبية على التوالي في إطار مخطط جودة السياحة؛
- تخفيض جمركي بصفة مؤقتة إلى غاية 31 ديسمبر 2014، فيما يتعلق باقتناء التجهيزات والأثاث الغير منتج محليا حسب المعايير الفندقية والتي تدخل في إطار عملية العصرنة والتأهيل تطبيقا لمخطط جودة السياحة؛
- التكفل التام بعملية التشخيص والمصادقة؛
- التكفل التام بتكوين وتأهيل المستخدمين، إضافة إلى الموظفين القاعدين؛
- المرافقة في عمليات التجديد، إعادة التأهيل، العصرنة والتوسيع؛
- تثمين وإبراز المؤسسات من خلال استعمال علامة جودة السياحة الجزائرية.

ثالثا: إنجازات الشراكة والتمويل

في إطار الشراكة بين مؤسسات الدولة والأطراف الفاعلة تم إنشاء عدة جمعيات ناشطة على المستوى المحلي والوطني، أهمها:[1]

- الفدرالية الوطنية للدواوين السياحة وأصحاب الفنادق؛
- الفدرالية الوطنية لوكالات السياحة والأسفار؛
- النقابة الوطنية لوكالات السياحة والأسفار.

كما تم إبرام اتفاق شراكة بين وزارة السياحة والصناعة التقليدية لدعم وتوفير صيغ التمويل التي تتلاءم وطبيعة المشاريع الاستثمارية السياحية مع البنوك التجارية العمومية وهي: القرض الشعبي الوطني **(CPA)**،بنك التنمية المحلية**(BDL)**، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط **(CNEP)**،

[1] شرفاوي عائشة، مرجع سبق ذكره، ص: 214.

بنك الفلاحة والتنمية الريفية **(BADR)** وصندوق الاستثمار **(Eldjazair Investissement)**، وصندوق الضمان**(FGAR)**، لتسهيل عمليات التمويل، حيث تقرر بموجب هذه الاتفاقيات:[1]

- **(FGAR)** يقدم ضمانات فيما يخص المشاريع السياحية للبنوك في إطار تمويل التجهيزات الفندقية ولوازم المؤسسات السياحية؛
- الجزائر استثمار يساهم بنسبة تصل إلى 49% دون فوائد في المشاريع السياحية؛
- تخفيض نسبة الفوائد على القروض البنكية الموجهة للاستثمار السياحي والفندقي إلى 03% و4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على حل المشاريع في ولايات الجنوب والشمال على التوالي؛
- تمديد فترة القروض لمدة أطول تصل إلى غاية 12 سنة تتلاءم مع طبيعة الاستثمار السياحي؛
- دراسة الملفات الخاصة بالقروض في آجال لا تتعدى 60 يوم كحد أقصى؛
- تحمل الدولة أعباء تهيئة المناطق السياحية **(ZET)**.

رابعا: وضعية مشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر

تساهم المشاريع السياحية المبرمجة في تغطية العجز الكبير الذي يعرفه مجال الإيواء في الجزائر، إضافة إلى فرص الشغل التي يمكن أن توفرها، إلا أن العراقيل التي يواجهها الاستثمار السياحي خاصة والاستثمار بشكل عام، يحد من تجسيد هذه المشاريع فمنها مشاريع موقفة أو لم يتم إطلاقها بعد، وعدد قليل من المشاريع المنجزة مقارنة بإجمالي المشاريع، والأخرى منها لا تزال في طور الإنجاز، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الجدول رقم(03-34): ملخص وضعية المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي نهاية 2017

وضعية المشاريع	إجمالي المشاريع	عدد الأسرة	فرص العمل	التكلفة الإجمالية $\times 10^9$دج
مشاريع في طور الإنجاز	746	101772	44840	412.26
مشاريع موقفة	147	16985	6978	80.297

[1] شرفاوي عائشة، مرجع سبق ذكره، ص: 215.

مشاريع لم تطلق بعد	928	129641	47812	602.801
مشاريع منجزة	107	10162	4476	27.096
الإجمالي	**1964**	**258560**	**104106**	**1122.45**

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateurs du tourisme Algérien, à la fin 2017**, 2018 p :19.

سجلت الجزائر 1964 مشروع سياحي سنة 2017 بطاقة استقبال بلغت 258560 سرير، تسمح بخلق أكثر من مليون فرصة عمل، بتكلفة إجمالية قدرت بـ 1122.54×10^{9}دج، ومن بين هذه المشاريع نجد 928 مشروع لم ينطلق بعد وذلك راجع للتأخر الذي سجلته بعض الولايات في إعداد مخططاتها الولائية للتهيئة السياحية، بالإضافة إلى عدم الانتهاء من دراسات مخططات التهيئة السياحية (PAT) على مستوى مناطق التوسع السياحية المصنفة والتأخر في تصنيف البعض الآخر منها. بالإضافة إلى صعوبة توفير التمويل اللازم للمشاريع السياحية التي تتميز بتكاليف ضخمة، خاصة في ظل عدم توفر مؤسسة مالية مختصة في تمويل الاستثمارات السياحية.

كما تم تسجيل 10 مشاريع سياحية مع شراكة أجنبية بطاقة 11470 سرير، يمكنها توفير 6521 فرصة عمل.

خامسا: وضعية التقدم في إعداد المخططات الولائية للتهيئة السياحية (SDATW2030)

شملت إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر تهيئة مختلف الأقاليم عبر كافة التراب الوطني، وذلك وفقا لخصوصيتها وطبيعة مؤهلاتها السياحية، وتجسدت هذه الإستراتيجية في المخططات الولائية للتهيئة السياحية لآفاق 2030 **(SDATW2030)**، والتي تشكل خارطة طريق لبعث السياحة على المستوى المحلي لتنتشر بعدها عبر كافة التراب الوطني، فهي تجسيد مصغر للمخطط الوطني للتهيئة السياحية في الجزائر، وقد تكفلت السلطات المحلية بإنجاز

هذه المخططات الولائية، إلا أن العملية عرفت تأخرا ملحوظا مما انعكس على الاستثمارات السياحية في الولايات التي لم تنتهي من إتمام مخططاتها السياحية.

ولكن مع نهاية سنة 2017 تمكنت 41 ولاية من إنهاء مخططاتها الولائية الخاصة بالتهيئة السياحية **(SDATW2030)**، أما الولايات المتبقية فهي لا تزال في طور الإنجاز، حيث نجد 05 ولايات في مرحلة متقدمة من الإنجاز (المرحلة الخامسة والرابعة)، تتمثل في كل من جيجل، ميلة، وهران وأم البواقي، وبجاية ،أما عن ولايتي الجزائر وتيارت فهما في مرحلة متأخرة من الإنجاز.[1]

سادسا: وضعية تصنيف مناطق التوسع والمواقع السياحية (ZEST) وإعداد مخططات التهيئة السياحية (PAT)

يقصد بمنطقة التوسع السياحي " كل منطقة أو امتداد من الإقليم يتميز بصفات أو بخصوصيات ثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة، مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية، ويمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر ذات مردودية".[2] أما الموقع السياحي فهو كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب مظهره الخلاب، أو بما يحتوي عليه من خصوصيات طبيعية أو بناءات مشيدة عليه، يعترف له بأهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية، والذي يجب تثمين أصالته والمحافظة عليه من التلف والاندثار بفعل الطبيعة أو الإنسان.[3]

وتتوفر الجزائر على 225 منطقة توسع ومواقع سياحية **(ZEST)** مصنفة، كما تم اقتراح 153 منطقة توسع جديدة، 39 منها اكتملت من الدراسة وتم إرسالها للأمانة العامة للحكومة من أجل

[1] https://www.mta.gov.dz/?page_id=7287&lang=ar ; consulté le 01/02/2019.

[2] القانون رقم 03-03 المؤرخ في 17/02/ 2003 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، ج ج ر رقم 11، الصادرة في 19/02/2003 ص:15.

[3] المرجع نفسه، نفس الصفحة.

المصادقة عليها، و 64 أخرى لا تزال في طور الدراسة، أما 50 منطقة لا تزال مجمدة (لم تنطلق فيها الدراسة بعد). [1]

وفيما يخص مخططات التهيئة السياحية **(PAT)** التي تمثل "مجموع القواعد العامة والخاصة بتهيئة واستعمال منطقة التوسع السياحية، والمواصفات الخاصة بالبناء والتعمير وحماية الأملاك والعقارات المبنية حسب الطابع السياحي للموقع، بالتركيز على نتائج دراسات التهيئة السياحية عند تحديد المنطقة المعينة والتصريح بها.[2]

ومن بين المخططات الموزعة على 255 منطقة سياحية نجد 56 مخطط منتهي، و26 قيد المصادقة وهي على مستوى الأمانة العامة للحكومة، و 166 لا تزال قيد الدراسة، والجدير بالذكر أن التأخر في تصنيف مناطق التوسع والمواقع السياحية، يعيق من إعداد مخططات التهيئة السياحية **(PAT)**، وهذا ينعكس على عرقلة الاستثمار السياحي في هذه المناطق بسبب عدم تهيئة العقار السياحي، مما يسبب عزوف المستثمرين الخواص عن تمركز مشاريعهم السياحية في **(ZEST)** وتوجيهها خارج هذه المناطق، وهذا قد يحدث عشوائية وعدم توازن في تمركز المشاريع السياحية في الجزائر.

[1] https://www.mta.gov.dz/?page_id=7287&lang=ar#sites , Consulté le :06/02/2019

[2] المرسوم التنفيذي رقم 86/07، المؤرخ في 03/11/ 2007، المحدد لكيفية إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية، ج ج ر رقم 17، الصادرة في 2007/12/12، ص:10.

المطلب الثالث: مؤسسات تنفيذ إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر

أوكلت مهمة تنمية القطاع السياحي في الجزائر لعدة هيئات ومنشآت سياحية على رأسهم الهيئة المركزية المتمثلة في وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تسهر كلها على تأطير وتسيير النشاط السياحي وتنفيذ البرامج السياحية للبلاد، حيث تتوفر على عدة مؤسسات تختص كل منها في مجال معين، نلخص أهم هذه المؤسسات كما يلي:

أولا: وزارة السياحة والصناعة التقليدية (الهيئة المركزية): أدركت السلطات العليا للبلاد بضرورة إنشاء وزارة مستقلة للقطاع السياحي بعدما كان قطاعا مهمشا وغير مستقر نظرا لدمجه في وزارات مختلفة، كوزارة الشباب والرياضة ووزارة الثقافة، ففي سنة 1963 تم تأسيس وزارة السياحة بموجب المرسوم رقم 63-474 المؤرخ في 1963/12/20،[1] كهيئة مركزية تسهر على تطوير وتنمية القطاع السياحي، وحاليا تم إدماج قطاع الصناعة التقليدية مع القطاع السياحي، تحت اسم وزارة السياحية والصناعة التقليدية، وقد أوكلت لها عدة مهام تتمثل أهمها في: [2]

1. في مجال السياحة:

- إعداد وتنفيذ إستراتيجية تنمية السياحة وضمان تنفيذها؛
- السهر على تنفيذ آليات ترقية وتقييس الاعتماد والمراقبة وضبط النشاطات السياحية والفندقية والحموية والمناخية والسهر على إدراجها في مخططات التهيئة السياحية؛
- إعداد واقتراح آليات التهيئة السياحية والتدابير المرتبطة بالحصول على العقار السياحي والمحافظة على التراث السياحي وتنمية مناطق التوسع السياحي؛

[1] Décret N° 63-474 du 20/12/1963,Portant l'organisation du Ministère du Tourisme, Journal officiel de la République Algérienne N°97 du 27/12/1963, P :1340.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 10-254 المؤرخ في 2010/10/20، المحدد لصلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية، ج ج ر رقم 63 الصادرة في: 2010/10/26، ص، ص: 03-04.

- اقتراح كل الأشكال التحفيزية والمدعمة للترقية والتوجيه الفضائي للاستثمار على الحكومة بتشجيع إنجاز مجمعات سياحية كبرى ذات طاقة إيواء كبيرة؛
- السهر على تنفيذ سياسة تثمين الموارد البشرية، وتحديد إستراتيجية ترقية الاستعمال العام لتكنولوجيات الإعلام والاتصال والتجديد وتشجيع اقتنائها من طرف متعاملي ومهني السياحة.

2. في مجال الصناعة التقليدية:

- إعداد وتنفيذ إستراتيجية تنمية الصناعة التقليدية وضمان تنفيذها؛
- وضع أدوات التخطيط ومتابعة تطور الصناعة التقليدية على المستوى الوطني والدولي؛
- تشجيع وترقية آليات التمويل الخاصة التي تتناسب مع متطلبات الصناعة التقليدية؛
- إعداد وتنفيذ تدابير التحفيز في مجال التسويق وتصدير منتوج الصناعة التقليدية؛
- إعداد وتنفيذ برامج إعادة الاعتبار لمهن وحرف الصناعة التقليدية وضمان متابعتها؛
- اتخاذ كل التدابير التشريعية والتنظيمية الضرورية للمحافظة على تراث الصناعة التقليدية الوطنية وإعادة الاعتبار له وتثمينه؛

ثانيا:المديريات الولائية للسياحة والصناعة التقليدية (المصالح اللامركزية): أنشأت المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية على مستوى كل ولاية، ومن بين أهم ما كلفت به في مجالي السياحة والصناعة التقليدية نجد:[1]

1. في مجال السياحة :

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية والتنمية السياحية واستدامتها؛
- تنفيذ برامج ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم نتائجها؛

[1] https://www.mta.gov.dz/?page_id=2803&lang=ar#services Consulté le :06/02/2019

- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية لاسيما في مجال الاستثمار وتكوين الموارد البشرية؛
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية؛
- ضمان تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية؛
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطية والحركة الجمعوية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي.

2. في مجال الصناعة التقليدية:

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية وكذا الحصائل السنوية والثلاثية وجميع المعطيات الإحصائية وضمان توزيعها؛
- العمل على حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له؛
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية؛
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية الصناعة التقليدية؛
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية؛
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية؛

ثالثا: الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT): أنشأت الوكالة طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 70-89 المؤرخ في 21 فيفري 1998، تتمتع بالشخصية المعنوية المستقلة ماليا، وتعد المؤسسة العمومية المتخصصة والمسئولة عن تسيير العقار السياحي وتنميته والحفاظ عليه واستغلاله

استغلالا عقلانيا، فهي الفاعل الأساسي المكلف بتنفيذ السياسة الوطنية للتنمية السياحية، تتكون الوكالة من أربع مديريات، وفرعين جهويين: الفرع الشمالي الغربي بعين تموشنت، والفرع الشمالي الشرقي بعنابة، ويتمثل مهامها الأساسي فـــــي:[1]

- السهر على حماية مناطق التوسع والمواقع السياحية؛
- مرافقة وإدارة السياحة في تصور وإنجاز إستراتيجية التنمية السياحية وإعدادها؛
- إعداد دراسات التهيئة السياحية (مناطق التوسع والمواقع السياحية، شواطئ ومنابع حموية،...)؛
- إعداد الدراسات الإستراتيجية للتهيئة السياحية (المخطط التوجيهي للتنمية السياحية للولايات؛
- تطبيق حق الشفعة على كل عقار متواجد داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية؛
- وضع دفتر شروط خاص بكل منطقة توسع وموقع سياحي يوضح حقوق وواجبات المتدخلين؛
- إنجاز الشبكات القاعدية (**Viabilisation**) للأراضي المعدة للاستثمار السياحي؛

رابعا: الديوان الوطني للسياحة (ONT): يعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تتمثل مهمته في إطار المخطط الوطني للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، في إعداد سياسة التنمية السياحية والحمامات المعدنية والمناخية، واقتراحها وتنظيم تنفيذها،أنشئ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 88-214 المؤرخ في 1988/10/31،[2] المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 93-402 المؤرخ في 1992/10/31،[3] وحددت مهامه في إعداد برامج ترقية السياحة والسهر على تنفيذها وفي هذا الصدد يكلف خاصة بما يلي:[4]

[1] مطويات الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، أكتوبر2018.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 88-214 المؤرخ في 1988/10/31 المتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه، ج ج ر رقم: 79، الصادرة في 1988/11/02، ص:1497.

[3] المرسوم التنفيذي رقم 92-402 المؤرخ في 1992/10/31 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 88-214 المؤرخ في 1988/10/31، ج ج ر رقم 79، الصادرة في 1992/11/02، ص: 2038.

[4] المرجع نفسه، نفس الصفحة.

- جمع وتحليل واستغلال المعلومات والإحصائيات المتعلقة بالترقية السياحية وعلى الخصوص تقييم نتائج الأعمال المقررة؛
- إجراء كل بحث أو دراسة بغية ضبط الأساليب وتحولات السوق السياحية ومتابعة العمليات المعتمدة في هذا القطاع؛
- المشاركة في التظاهرات الدولية المرتبطة بالسياحة المناخية والحمامات المعدنية؛
- تنشيط وتطوير التبادلات مع المؤسسات والهيئات الخارجية في ميدان الترقية السياحية.

خامسا: الديوان الوطني السياحي الجزائري(ONAT): تعد مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي، أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 77-80 المؤرخ في 1980/03/15، من بين مهامها:[1]

- المساهمة في التظاهرات التي لها انعكاسات على السياحية؛
- المساهمة في التطوير التجاري والقيام بالتوعية (الملتقيات واللقاءات وحملات العلاقات العمومية) فيما يخص طبيعة الإنتاج السياحي الجزائري؛
- عمل نشرات وملصقات وكراريس ومطوية ومجلات ذات طابع سياحي، وإنجازها ونشرها؛
- استعمال الوسائل السمعية البصرية في تطوير السياحية الجزائرية.

سادسا:المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET): تعد مؤسسة اشتراكية ذات طابع اقتصادي أنشأت بموجب المرسوم 80-74 المؤرخ في 1980/03/15 المتضمن إنشاء المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية، ومن أهم ما كلفت به المؤسسة نجد:[2]

- المراقبة التقنية والمالية للقطع أو لورشات الأشغال التي هي في طريق التنفيذ في إطار الأحكام القانونية والتنظيمية؛

[1] المرسوم التنفيذي رقم 80-77 المؤرخ في : 1980/03/15، يتضمن إنشاء الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في الميدان السياحي، ج ج ر رقم: 12، الصادرة في: 1980/03/18، ص: 446.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 80-74،رقم: المؤرخ في: 1980/03/15، ج ج ر رقم 12، الصادرة في 1980/03/18، ص: 438.

- تقوم بالدراسات التقنية المرتبطة بأشغال إعادة التهيئة أو الترميم أو العمل على القيام بها؛
- صيانة التجهيزات والمنشآت التي لها علاقة بهدفها؛
- تدرس في إطار التنظيم المعمول به، مشاريع هياكل السياحة، المنفذة لحساب الدولة والهيئات العمومية والجماعات المحلية أو لأي منظم آخر.
- تساهم عند الاقتضاء في الدراسات والبحوث المتعلقة بتحسين التقنيات وضبط المقاييس والطرق في إطار اختصاصاتها.

سابعا: النادي السياحي الجزائري (TCA): تم إنشاء النادي السياحي الجزائري في 7 أكتوبر 1963، بموجب المرسوم رقم 63-473 المؤرخ 20 ديسمبر 1963، وهو جمعية معترف بها من قِبل المرافق العامة الوطنية. نظرًا لوضعها الترابطي وطبيعة أنشطتها التي تركز أساسًا على تطوير السياحة والسفر، يعد **TCA** عضوًا منتسبًا في التحالف الدولي للسياحة **(AIT)** والاتحاد الدولي للسيارات **(FIA)**، تم تعيينه منذ عام 1980 من قبل السلطات الحكومية كمشغل وطني، مسؤول عن تطوير السياحة الداخلية في الجزائر (التخييم، والسفر، والجولات، والرحلات البحرية، إلخ ...)، وتنظيم الرحلات السياحية مع المنظمات الدولية، كما تم تكليفه بالرحلات الدينية للأماكن المقدسة "العمرة والحج"، وتسويقه لتذاكر النقل الجوي والبحري والسكك الحديدية.[1]

ثامنا: مؤسسات التكوين السياحي في الجزائر

باعتبار أن القطاع السياحي قطاع خدماتي يعتمد بالدرجة الأولى على المورد البشري فإن تحسين مهارات وأداء الموارد البشرية هو ضرورة قصوى لضمان وجود إطار أفضل لإدارة وتسيير النشاطات السياحية في البلد المضيف، فبالنسبة للجزائر يشمل العرض الوطني للتكوين السياحي

[1] http://www.touring-algeria.com/index.php?/fre/Groupe-TCA consulté le :14/03/2019.

مؤسسات التكوين التابعة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، ومؤسسات تحت وصاية وزارة التكوين والتعليم المهنيين، بالإضافة إلى مؤسسات التكوين الخاصة المعتمدة من طرف وزارة التكوين والتعليم المهنيين، نلخص كل هذه المؤسسات في الجدول التالي:

الجدول رقم(03-35): مؤسسات التكوين السياحي في الجزائر

مؤسسات التكوين	عددالمقاعد البيداغوجية	الشهادة الممنوحة	سنة الإنشاء
المدرسة الوطنية العليا للسياحة بالجزائر العاصمة(**ENST**)	200	ليسانس في التسيير الفندقي والسياحي في طور التوجه نحو نظام "ل م د"	1994
المعهد الوطني للضيافة والسياحة لبوسعادة (**CHT**)	300	شهادة تقني في الفندقة، المطبخ والإطعام.	1994
المعهد الوطني للضيافة والسياحة بتيزي وزو(**INTHT**)	300	شهادة تقني سامي في الفندقة، المطبخ، الإطعام والسياحة	1994
ملحقة معهد تيزي وزو (**INTHT**) بتلمسان	80	شهادة تقني سامي في الفندقة ، المطبخ، الإطعام والسياحة	2003
المدرسة العليا للفندقة والإطعام بعين بنيان(**ESHRA**)*	800	شهادة ليسانس في إدارة التسيير الفندقي والإطعام	2014
مجموع المقاعد البيداغوجية 1680			

Source :Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, La Carte de la Formation du secteur du Tourisme, Algérie, Septembre 2011, p :06.

*https://www.eshra.dz/ ,Consulté le : 25/03/2019.

إضافة إلى المؤسسات الموضحة في الجدول أعلاه فقد تم تعزيز نظام التكوين السياحي في الجزائر بمشروع مدرسة وطنية عليا للسياحة في ولاية تيبازة توفر1200 مقعد بيداغوجي، بالإضافة إلى معهد وطني للتقنيات الفندقية والسياحية بعين تموشنت الذي يوفر 400 مقعد بيداغوجي.

نذكر كذلك من مؤسسات التكوين في المهن السياحية بالجزائر، 141 مؤسسة تكوين تابعة لوزارة التكوين والتعليم المهنيين، وتشرف الوزارة نفسها على 36 مؤسسة تكوين سياحية خاصة. حيث وزعت هذه المؤسسات بما فيها المؤسسات الأربعة التابعة لوزارة السياحة على الأقطاب السياحية على النحو التالي:

الجدول رقم (03-36):توزيع مؤسسات التكوين السياحي على الأقطاب السياحية في الجزائر

الأقطاب السياحية	عدد مؤسسات التكوين السياحي	النسبة
شمال/وسط (POT.NC)	71	%39
شمال/شرق (POT.N.E)	43	%24
شمال/غرب (POT.N.O)	34	%19
الجنوب	33	%18
المجموع	**181**	**%100**

Source :Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, La Carte de la Formation du secteur du Tourisme ,op.cit, p :13.

يوضح الجدول أعلاه أن الأقطاب السياحية المتمركزة في الشمال تستحوذ على أغلب مؤسسات التكوين السياحي في الجزائر بنسبة 82% من إجمالي المؤسسات، خاصة القطب شمال/وسط الذي يتوفر على 71 مؤسسة تكوين سياحي، في حين استفادت منطقة الجنوب من 33 مؤسسة تكوين فقط بالرغم من مساحتها الشاسعة واعتبارها منطقة سياحية بامتياز وحاجتها لمراكز ومعاهد التكوين السياحي التي تزيد من جاذبية المنطقة من خلال تأهيل مواردها البشرية والرفع من أدائها الذي ينعكس على جودة الخدمات السياحية بالمنطقة.

وفي العموم نجد بأن عدد مؤسسات التكوين السياحي محدودة، كما أن المقاعد البيداغوجية التي تكونها قليلة جدا، وهذا وبالإضافة إلى التخصصات التي توفرها هي تخصصات كلاسيكية تقتصر على الفندقة والاستقبال والطبخ، لذا لابد من تنويع هذه التخصصات وفقا للتطورات المستمرة التي تعرفها السياحة.

خلاصة الفصل الثالث:

تزخر الجزائر بثراء طبيعي وخصائص ثقافية وحضارية متنوعة تؤهلها بأن تكون وجهة سياحية واعدة، غير أن القطاع السياحي في الجزائر لم يرقى إلى المستوى المطلوب، وذلك بالنظر إلى إخفاق كل التوجهات السياحية في الجزائر التي تجسدت في البرامج السياحية المقررة ضمن المخططات التنموية للاقتصاد الجزائري، بداية من مرحلة التصحيح الهيكلي التي ركزت استثماراتها الضئيلة الموجهة للسياحة على الصناعة الفندقية في المنتجات الحضرية والشاطئية على حساب المنتجات السياحية الأخرى، مرورا بمرحلة التوجه نحو اقتصاد السوق التي وفرت إطار تشريعي لخلق بيئة ملائمة للاستثمار الوطني والأجنبي، أين تم الاعتماد على سياسة جديدة أساسها الخوصصة والشراكة في القطاع السياحي، غير أن الإقبال على الاستثمار في القطاع بقي محتشما وذلك لتزامن هذه الفترة مع تدهور الأوضاع الأمنية والسياسية، الأمر الذي أثر سلبا على وفود السياح والمستثمرين إلى الجزائر، ومع مطلع الألفية الثالثة عرف القطاع عودة تدريجية للساحة الوطنية حيث تبنت الدولة قوانين لترقية السياحة في إطار تنموي سريع ومستدام، كما تكللت جهود الفاعلين في القطاع على بعث سياسة سياحية جديدة على المدى الطويل، تجسدت في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 الذي يعكس إرادة الدولة في تلميع صورة السياحة الجزائرية في الساحة الدولية، وتعزيز التوجه نحو اقتصاد بديل للمحروقات، إلا أن المخطط سجل تأخرا كبيرا والدليل على ذلك الفجوة الكبيرة بين الأهداف المسطرة والإنجازات المحققة على أرض الواقع خلال المرحلة الأولية من المخطط. وهذا التأخر إلى جانب العوامل الأخرى التي تعيق من ترقية الاستثمارات السياحية في الجزائر، سينعكس حتما على أداء القطاع السياحي الجزائري في دعم مسار التنمية الاقتصادية في الجزائر، وهذا ما سيتم تسليط الضوء عليه خلال الفصل الرابع.

الفصل الرابع

انعكاسات القطاع السياحي الجزائري على التنمية الاقتصادية في الجزائر

تمهيد

في ظل توجه معظم دول العالم نحو تفعيل الدور التنموي للقطاع السياحي، تسعى الجزائر بدورها إلى إشراك القطاع في دعم مؤشرات التنمية الاقتصادية، حيث استدعى الطابع الريعي للاقتصاد الوطني المعتمد بالدرجة الأولى على العوائد البترولية، إلى إعادة النظر في رسم السياسات التنموية للبلاد، خاصة وأن الجزائر تمتاز بثراء طبيعي، حضاري وتاريخي يمكنها من ولوج الأسواق العالمية للسياحة، فهو بمثابة فرصة حقيقية لتحقيق مكاسب اقتصادية معتبرة تساهم في دعم المسار التنموي للبلاد، فمن خلال هذا الفصل سنحاول تسليط الضوء على مدى مساهمة القطاع السياحي في دعم مؤشرات التنمية الاقتصادية في الجزائر، مدعمين البحث بدراسة قياسية لأثر عائدات القطاع السياحي على التنمية الاقتصادية في الجزائر مع تشخيص المشاكل التي تعيق تنمية القطاع الجزائري وسبل ترقيته ، وذلك من خلال المباحث التالية:

- **المبحث الأول:** تحليل الأداء التنموي للقطاع السياحي الجزائري خلال الفترة (2000-2017)
- **المبحث الثانـــي:** قياس أثر إيرادات القطاع السياحي على التنمية الاقتصادية في الجزائر باستعمال نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة **(Autoregressive Distributed Lag)**
- **المبحث الثـــالث:** تشخيص تحديات ومعيقات ترقية القطاع السياحي في الجزائر.

المبحث الأول: تحليل الأداء التنموي للقطاع السياحي الجزائري خلال الفترة (2000-2017)

يعتبر القطاع السياحي أحد أهم القطاعات المعول عليها في رفع معدلات النمو الاقتصادي وبالتالي تحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة، حيث يشكل مصدرا اقتصاديا هاما في زيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية ومن ثم تحسين ميزان المدفوعات، والرفع من الدخل القومي ومستوى التشغيل، فمن خلال هذا المبحث سنحاول دراسة أثر القطاع السياحي الجزائري على بعض مؤشرات التنمية الاقتصادية خلال الفترة (2000-2017)، كما سنشير وفي مقارنة بسيطة لأداء القطاع السياحي الجزائري مع قطاعي السياحة لكل من المغرب وتونس، باعتبارهما من أقرب التجارب السياحية للجزائر.

المطلب الأول: إيرادات القطاع السياحي الجزائري ومساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة (2000-2017)

تتجسد أهم الآثار الاقتصادية للسياحة في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، وتحصيل العملات الأجنبية من خلال إنفاق السياح على مختلف السلع والخدمات السياحية، فقد أصبحت السياحة تشكل جزءا كبيرا من الناتج في العديد من الدول السياحية التي أخذت من السياحة مصدرا لتنمية اقتصادياتها، فمن خلال هذا المطلب سنحاول تحليل تطور الإيرادات السياحية ومدى مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر.

أولا: تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة 2000-2017

إن ضعف الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر خلال فترة الدراسة وبالرغم من تحسنه الطفيف مقارنة بسنوات التسعينيات، انعكس على حجم إيرادات السياحة من النقد الأجنبي في الجزائر كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (04-01): تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة 2000-2017

السنة	الإيرادات السياحية (دولار)	السنة	الإيرادات السياحية (دولار)
2000	102.000.000	**2009**	266.000.000
2001	100.000.000	**2010**	219.000.000
2002	111.000.000	**2011**	208.000.000
2003	112.000.000	**2012**	196.000.000
2004	179.000.000	**2013**	230.000.000
2005	184.000.000	**2014**	258.000.000
2006	215.000.000	**2015**	304.000.000
2007	219.000.000	**2016**	209.000.000
2008	325.000.000	**2017**	140.500.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

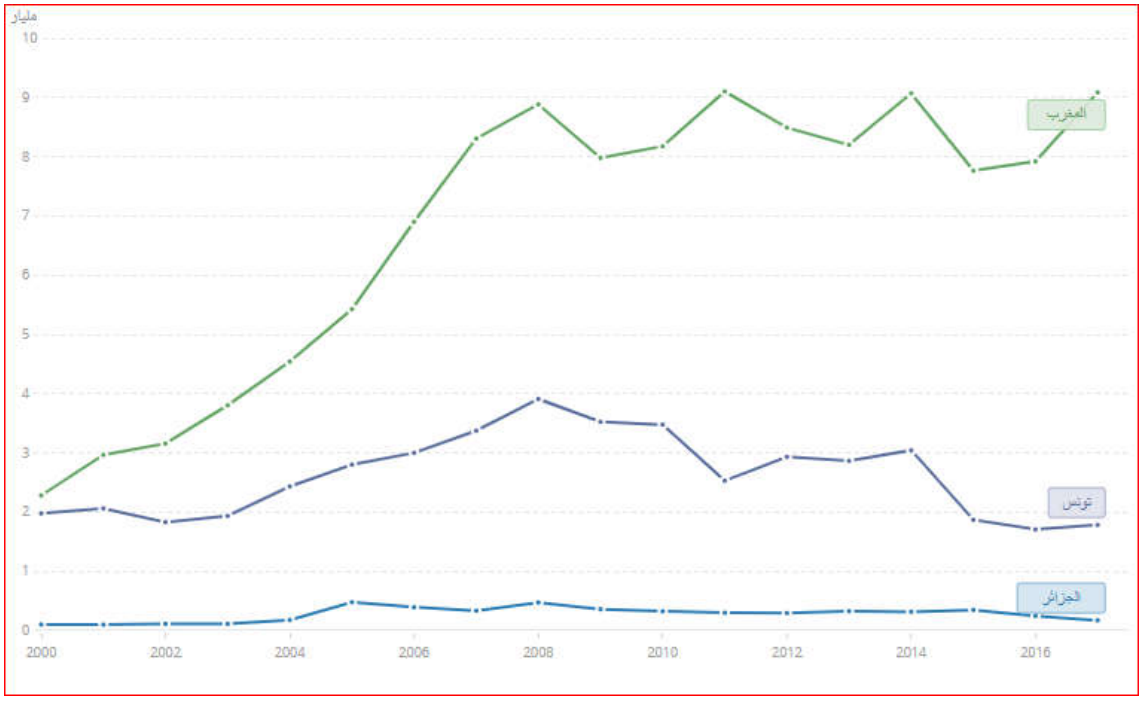
Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p 06.

يبين الجدول أعلاه ضعف حجم الإيرادات السياحة من العملة الصعبة في الجزائر، خاصة خلال الخمس سنوات الأولى من فترة الدراسة أين سجلت أدنى قيمة لها سنة 2001 والمقدرة بـ100 مليون دولار، بعدها عرفت نموا تدريجيا لتبلغ ذروتها سنة 2008 وحققت خلالها 325 مليون دولار، ولكن سرعان ما بدأت بالانخفاض وكان ذلك تزامنا مع الأزمة العالمية التي أثرت على السياحة الدولية بشكل عام، لتستعيد نموها سنة 2013، بعدها سجلت انخفاضا محسوسا سنتي 2016 و2017، وكان ذلك نتيجة تغيير السياح لوجهتهم السياحية نحو دولتي الجوار تونس والمغرب، هذا ما يدل على ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري سواء من حيث الأسعار أو جودة الخدمات، الأمر الذي سيؤثر سلبا على نصيب القطاع من الناتج المحلي الإجمالي وعلى رصيد الميزان السياحي، ويمكن تفسير ضعف هذه الإيرادات السياحية إلى تسرب جزء كبير منها في السوق الموازية أين يقوم السياح بعملية تحويل أموالهم في ظل الغياب التام لمكاتب الصرف في الجزائر، بالإضافة إلى طبيعة السياح الوافدين إلى الجزائر التي تتشكل أغلبيتهم

من الجزائريين المتواجدين في المهجر والذين يتميزون بانخفاض إنفاقهم السياحي مقارنة بالسياح الأجانب، حيث غالبا ما يُستقبلون من قبل ذويهم، أو امتلاك بعضهم لمساكن خاصة بهم هنا في الجزائر.

وفي مقارنة بسيطة للقطاع السياحي الجزائري مع دول الجوار، نجد بأن كل من تونس والمغرب تفوقتا كثيرا على الجزائر من حيث الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة، حيث تعتبر كل منهما أحد أكثر الوجهات السياحية زيارة في القارة الإفريقية، حيث ارتفع الطلب السياحي الوافد إلى المغرب من 42780000 سائح سنة 2000 إلى 11394000 سائح سنة 2017، هذا النمو المعتبر في عدد السائحين الوافدين إلى أراضيها، أسفر عن أكثر من 9 مليار دولار من الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة سنة 2017، مما جعل القطاع السياحي أول القطاعات المدرة للعملة الصعبة في المغرب وأهمها تأثيرا في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب، فحسب ما يوضحه الشكل رقم (04-01) تحتل المغرب المرتبة الأولى من حيث الإيرادات السياحية، تليها تونس التي عرفت تدهورا كبيرا في عائداتها السياحية منذ سنة 2011، أين سجلت 2.53 مليار دولار، بعدما قاربت 4 مليار دولار سنة 2008، وكانت أدنى قيمة سجلتها سنة 2016 والمقدرة بـ 1.71 مليار دولار، ويعزى ذلك إلى انخفاض حصة تونس من السوق السياحي العالمي خاصة الدول الأوروبية منه، حيث استقبلت 5359000 سائح سنة 2016، بعدما كان عددهم 7882800 سائح سنة 2010. وهذا لتأثر السياحة الوافدة بالوضع الأمني وعدم الاستقرار السياسي والاجتماعي الذي عاشته تونس خلال ثورة الربيع العربي، الأمر الذي أثر على كل المؤشرات السياحية في تونس، ورغم هذا الانخفاض نجدها متفوقة على الجزائر كما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم (04-01): إيرادات السياحة الدولية في الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2000-2017)



Source : https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2017&locations=DZ-MA-TN&start=2000&view=chart . Consulté le : 16/08/2019.

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (2000-2017)

الناتج المحلي الإجمالي للسياحة هو القيمة المضافة لجميع الأنشطة والخدمات السياحية، حيث تساهم السياحة الدولية بنسبة 10% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي حسب إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة، ما يؤكد على الدور الفعال الذي تلعبه السياحة في الاقتصاد العالمي، إلا أن هذا لا ينطبق على الجزائر أين تعد حصة مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي جد محدودة، وهذا بالنظر إلى ضعف حجم الإيرادات السياحية في الجزائر التي كان لها تأثير سلبي على الناتج المحلي الإجمالي، وهذا ما تؤكده بيانات الجدول التالي:

الجدول رقم (04-02): تطور مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) خلال الفترة (2000-2017)

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
% المساهمة المباشرة في PIB	1.8	1.8	1.8	1.8	1.7	1.6	1.6	1.5	1.5
% المساهمة الإجمالية في PIB*	5.7	6.3	6.7	7.3	8	7.6	7.7	7.6	6.8
السنة	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
% المساهمة المباشرة في PIB	1.6	1.5	1.4	1.4	1	1.1	1.2	1.6	1.6
% المساهمة الإجمالية في PIB*	7.7	6.9	6.4	6.8	7.2	6.8	7.1	6.8	6.7

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :08.

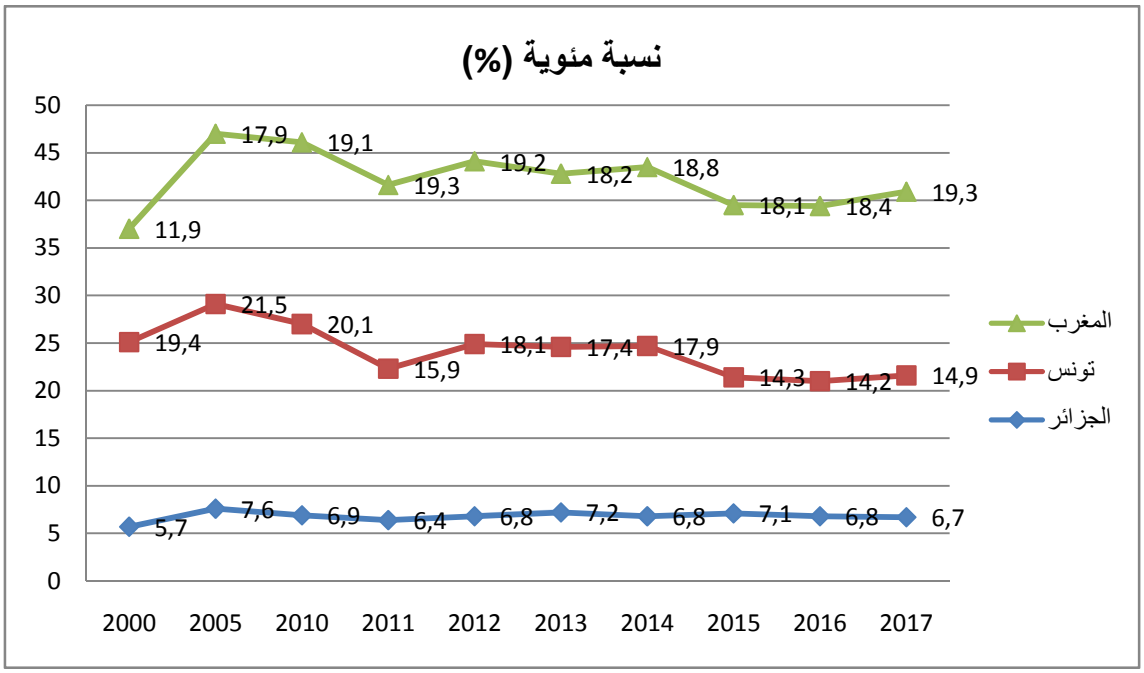
*https://www.wttc.org/datagateway, consulté le : 16/08/2019

يشير الجدول أعلاه إلى أن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي في الجزائر خلال الفترة 2000-2017 ضعيفة جدا، حيث بلغت نسبة المساهمة المباشرة 1.8% في أحسن أحوالها، خلال السنوات الأولى من فترة الدراسة، بعد ذلك شهدت انخفاضا مستمرا أين سجلت أدنى نسبة مساهمة لها سنة 2013 بـ 1%، بعدها عرفت ارتفاعا طفيفا لتبلغ نسبة 1.6% سنتي 2016 و2017. وبالنسبة للمساهمة الإجمالية للقطاع السياحي تتميز هي الأخرى بمحدوديتها بالرغم من أن السياحة تعتبر صناعة مركبة من العديد من النشاطات الاقتصادية التي تساهم في تنشيط الناتج بصفة مباشرة وغير مباشرة، حيث نجد مساهمة القطاع الإجمالية قد بلغت نسبة 8% كأعلى نسبة طول فترة الدراسة. والواضح من هذه النتائج أنها لا تبعث بالتفاؤل، فهي تعكس

ضعف حجم الإيرادات السياحية المسجلة وضعف الطلب السياحي الوارد إلى الجزائر، وبالتالي الدور المحدود للقطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، وهذا نتاج تخلف وتأخر السياسات السياحية المنتهجة لهذه الفترة من قبل الوزارة الوصية في بلوغ الأهداف المسطرة، بالرغم من المؤهلات والفرص السياحية التي تتمتع بها الجزائر، والخطابات الرسمية المنادية بضرورة إشراك القطاع في مسار التنمية الاقتصادية بالجزائر، والتوجه نحو اقتصاد خارج قطاع المحروقات.

وهذا عكس الجارتين تونس والمغرب، حيث عرفت مساهمة الصناعة السياحية في الناتج المحلي الإجمالي لكل منهما نموا مستمرا خلال فترة الدراسة، حيث تتبوأ المغرب الصدارة بين الدول الثلاث كما هو موضح في الشكل رقم (04-02)، إذ يعتبر القطاع السياحي في المغرب ثاني أكبر مساهم في الناتج المحلي الخام بعد الزراعة بنسبة مساهمة إجمالية قدرت بـ 19.3% سنة 2017 بعدما كانت 11.9% سنة 2000، وبهذا تكون السياحة في المغرب تؤدي دورا بارزا في هيكل الاقتصاد المغربي بتأثيرها على معدلات النمو الاقتصادي ومن ثم انعكاس ذلك على التنمية الاقتصادية في البلاد، وينطبق الأمر بالنسبة لتونس التي تعتمد على القطاع السياحي في مسارها التنموي، بالرغم من انخفاض الحصة الإجمالية للقطاع في تكوين PIB في تونس خلال السنوات الأخيرة إثر الظروف الأمنية والسياسة التي عرفتها البلاد، حيث بلغت نسبة مساهمة القطاع 14.9 % سنة 2017 بعدما بلغت ذروتها نسبة 21.5% سنة 2005. وبالتالي تدل هذه الأرقام على أهمية الدور التنموي الذي تلعبه السياحة في كل من تونس والمغرب وهذا نتاج الأهمية والأولوية التي تليها السلطات للقطاع السياحي، الأمر الذي أدى إلى تفوق كل من المغرب وتونس على الجزائر فيما يخص الأداء التنموي للقطاع السياحي، من خلال مساهمته في تكوين الناتج المحلي الخام، وهذا حسب ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (04-02): نسبة المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الخام في الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2000-2017)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

https://www.wttc.org/datagateway , Consulté le : 16/08/2019.

المطلب الثاني: أثر الإيرادات السياحية على رصيد الميزان السياحي الجزائري خلال الفترة (2000-2017)

يشكل الفرق بين الإيرادات والنفقات السياحية رصيد الميزان السياحي الذي يعكس بدوره مدى تأثير السياحة على ميزان المدفوعات، باعتبار أن إيرادات القطاع السياحي تدخل ضمن الصادرات الغير المنظورة المولدة للعملة الصعبة، حيث تصاحب عملية استقطاب السياح الوافدين إلى البلد السياحي تدفق لرؤوس أموال بالعملات الأجنبية، فلابد أن تفوق حصيلة الإيرادات السياحية حجم الإنفاق السياحي حتى يكون النشاط السياحي ذو أثر إيجابي على ميزان المدفوعات. وهذا عكس القطاع السياحي الجزائري، حيث سجل الميزان السياحي رصيدا سالبا طوال فترة الدراسة، ومرد ذلك هو الفجوة الكبيرة بين الإيرادات والنفقات السياحية كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (04-03): تطور رصيد الميزان السياحي الجزائري خلال الفترة (2000-2017)

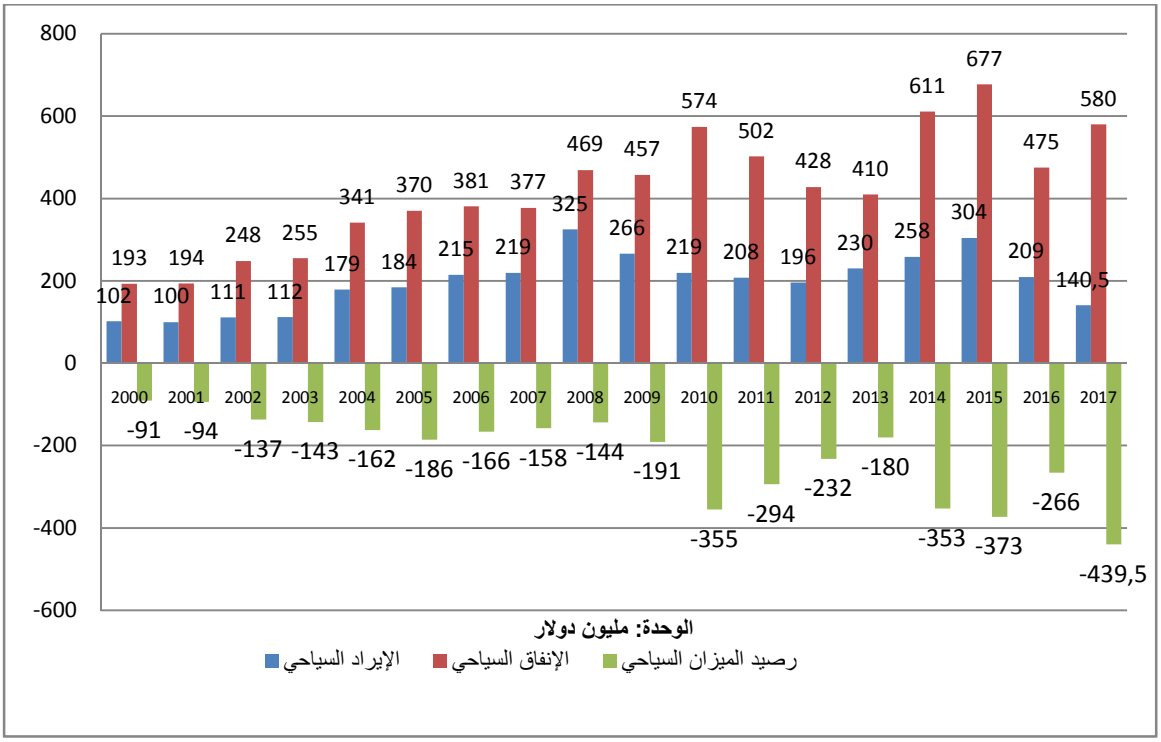
السنة	الإيرادات السياحية (مليون دولار)	الإنفاق السياحي (مليون دولار)	الرصيد	السنة	الإيرادات السياحية (مليون دولار)	الإنفاق السياحي (مليون دولار)	الرصيد
2000	102	193	-91	**2009**	266	457	-191
2001	100	194	-94	**2010**	219	574	-355
2002	111	248	-137	**2011**	208	502	-294
2003	112	255	-143	**2012**	196	428	-232
2004	179	341	-138	**2013**	230	410	-180
2005	184	370	-162	**2014**	258	611	-353
2006	215	381	-166	**2015**	304	677	-373
2007	219	377	-158	**2016**	209	475	-266
2008	325	469	-144	**2017**	140.5	580	-439.5

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :07.

تظهر معطيات الجدول أعلاه العجز المستمر الذي سجله الميزان السياحي في الجزائر طوال فترة الدراسة، كما عرف هذا العجز سلوكا متباينا بين الانخفاض والارتفاع، وفي السنوات الأخيرة سجل عجزا معتبرا أين بلغ ذروته سنة 2017 بقيمة 439.5 مليون دولار، وهذا بفعل الإنفاق السياحي للمقيمين الجزائريين الذي تجاوز بشكل كبير حجم الإيرادات السياحية الناتجة عن السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر ، وذلك لارتفاع السياحة الصادرة (خروج الجزائريين للسياحة نحو الخارج) عن السياحة الوافدة في الجزائر، وهذا ما يجعل الميزان السياحي يؤثر سلبا على وضعية ميزان المدفوعات الجزائري، كما يجدر الإشارة إلى أن حجم الإيرادات والنفقات السياحية يتم تقديرها من خلال عمليات الصرف التي تتم بصفة رسمية، أي يستثنى منها التحويلات التي تقام في السوق الموازية، لذا نجد بأن الرصيد السالب الموضح في الشكل أدناه هو أكثر مما هو عليه في الواقع.

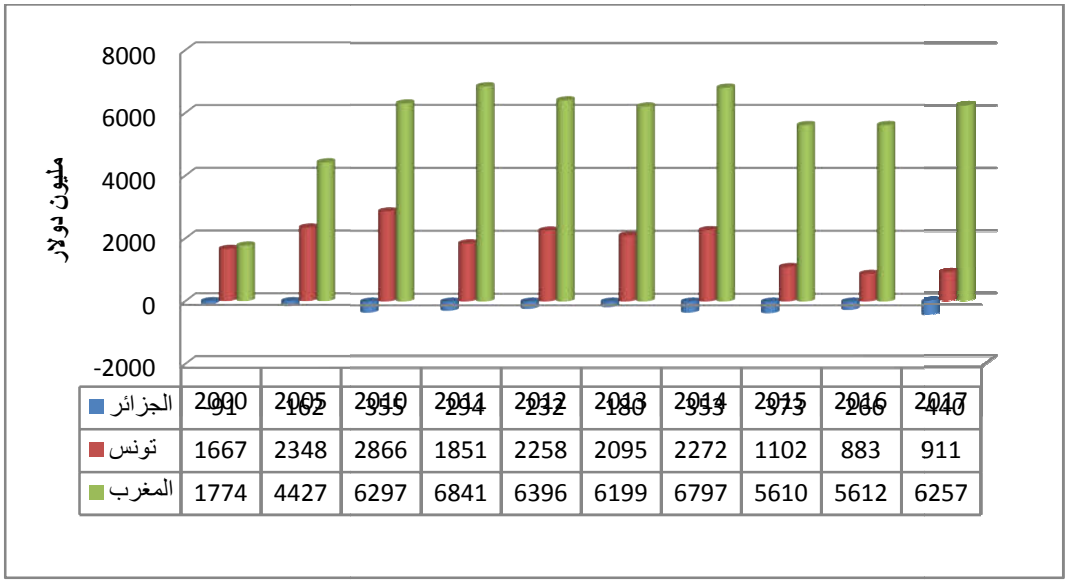
الشكل رقم(04-03): تطور رصيد الميزان السياحي في الجزائر خلال (2000-2017)



المصدر: إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية لسنة 2018

يؤكد الشكل أعلاه مدى التأثير السلبي لارتفاع حصيلة مدفوعات السياحة العكسية مقارنة بإيرادات السياحة الوافد في الجزائر، الأمر الذي يؤثر سلبا على مساهمة الميزان السياحي في تعديل ميزان المدفوعات في الجزائر، وهذا عكس ما هو واقع في كل من تونس والمغرب، ونوضح ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (04-04): رصيد الميزان السياحي للجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2000-2017)



	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الجزائر	91	162	355	234	232	180	353	973	266	440
تونس	1667	2348	2866	1851	2258	2095	2272	1102	883	911
المغرب	1774	4427	6297	6841	6396	6199	6797	5610	5612	6257

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2017&locations=DZ-MA-TN&start=2000&view=chart . Consulté le : 16/08/2019.

يبين الشكل أعلاه الرصيد الإيجابي للميزان السياحي في المغرب خلال فترة الدراسة، كما أنه شهد ارتفاعا متصاعدا ما عدى سنتي 2015 و2016، بعدها واصل ارتفاعه سنة 2017 أين سجل فائض قدر بـ 6257 مليون دولار بعدما كان 1774 مليون دولار سنة 2000، وهذا دليل على الأثر الإيجابي للسياحة في تحسين وضعية ميزان المدفوعات في المغرب، فقد ساهم الميزان السياحي سنة 2014 بتغطية 24% من العجز في الميزان التجاري بالمغرب، وهذا نتيجة لانخفاض مدفوعات السياحة العكسية مقابل الإيرادات السياحية التي حققتها المغرب، وينطبق هذا الأمر على تونس، حيث حققت فائضا خلال نفس الفترة بالرغم من انخفاض الإيرادات السياحية التي أثرت على رصيد الميزان السياحي خلال السنوات الأخيرة من الدراسة حيث سجلت رصيد إيجابي قدر بـ 911 مليون دولار بعدما كان 2866 مليون دولار سنة 2010، ولكن رغم

هذا الانتكاس الذي عرفته السياحة التونسية، يبقى الميزان السياحي التونسي ذو أثر إيجابي على رصيد ميزان المدفوعات.

المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في الاستثمار وخلق فرص التشغيل خلال الفترة (2000-2017)

تساهم الاستثمارات السياحية في تحريك العجلة الاقتصادية للدولة بالنظر إلى تداخل القطاع السياحي مع مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى. ويقصد بالاستثمار السياحي " الاستثمار في أحد المجالات التي يغطيها قطاع السياحة، وهي تشمل الاستثمارات في المقومات والإمكانات الرئيسية لصناعة السياحة، التي يمكن إجمالها في محورين أولهما: الاستثمار في التجهيزات والتسهيلات والمرافق السياحية، التي تعرف اصطلاحا بالخدمات السياحية، والتي تضم الاستثمار في خدمات الإقامة والإعاشة والتسهيلات الترفيهية (كالفنادق والمطاعم ومراكز الترفيه)، وخدمات النقل السياحي، وخدمات مراكز الاتصالات والاستعلامات السياحية. وثانيها: الاستثمار في مجال الموارد السياحية ويتمركز في مواقع ومباني التراث الثقافي والعمراني، بالإضافة إلى مراكز ومواقع التراث الطبيعي.[1] وتتعاظم أهمية الصناعة السياحية وزيادة الإنفاق الاستثماري على المشاريع السياحية، عند نمو وزيادة معدلات التشغيل والارتقاء بالمستوى المعيشي للمجتمعات المحلية للدول المضيفة للسياح، فمن خلال هذا المطلب سنتطرق إلى حجم الاستثمارات السياحية في الجزائر، ومساهمة القطاع السياحي في استحداث مناصب الشغل.

أولا: تطور الاستثمار السياحي في الجزائر

من بين أهم المشاكل التي يعاني منها القطاع السياحي في الجزائر هو ضعف الاستثمارات السياحية في القطاع، وضعف رؤوس الأموال الموجهة للاستثمار السياحي، الأمر الذي يعيق

[1] مصطفى أحمد السيد مكاوي، **الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية "الأهمية والتحديات ورؤية التطوير"**، ط1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص: 14.

من وتيرة إنجاز هذه المشاريع وهذا ما انعكس على الاحتياجات الحالية في الحظيرة الفندقية خاصة وأن الاستثمار السياحي في الجزائر يتجه إلى تغطية العجز في مجال الإيواء، فمن خلال أرقام الجدول أدناه يمكن ملاحظة ضعف المشاريع الاستثمارية في المجال السياحي:

الجدول رقم (04-04): تطور عدد مشاريع الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2002-2017)

السنة	عدد المشاريع السياحية	نسبة التطور	قيمة الاستثمار السياحي (مليار دولار)*	السنة	عدد المشاريع السياحية	نسبة التطور	قيمة الاستثمار السياحي (مليار دولار)*
2002	667	-	0.6	**2010**	597	-3.40	1.7
2003	436	-34.63	0.9	**2011**	702	17.59	1.8
2004	484	11.01	1.4	**2012**	713	1.57	1.9
2005	529	9.30	1.6	**2013**	611	-14.31	1.9
2006	612	15.69	1.8	**2014**	861	40.92	2
2007	556	-9.15	2.3	**2015**	1270	47.50	1.8
2008	530	-4.68	2.1	**2016**	1602	26.14	1.8
2009	618	16.60	1.8	**2017**	1946	21.47	1.7

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018 ,p :20.

*https://www.wttc.org/datagateway, consulté le : 16/08/2019

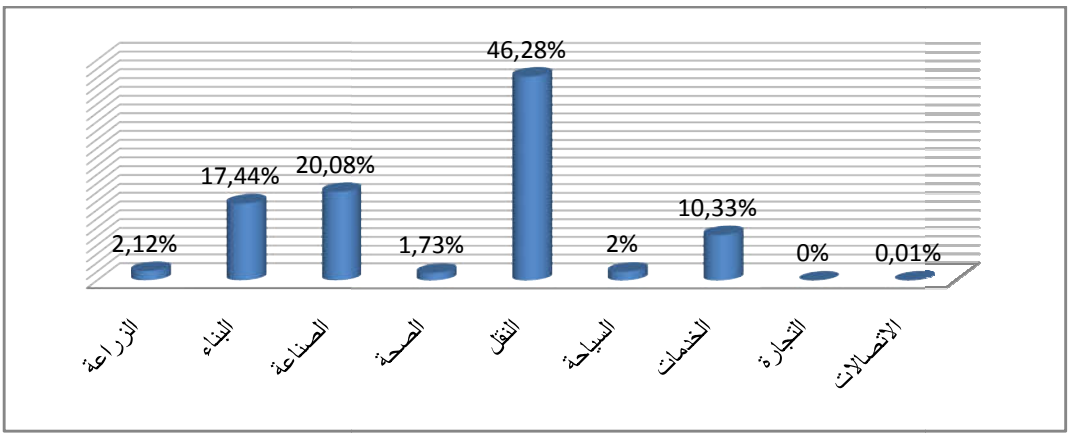
تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن الاستثمار السياحي في الجزائر يغلب عليه طابع عدم الاستقرار حيث يرتفع تارة وينخفض تارة أخرى، ولكن في السنوات الأخيرة شهد ارتفاعا محسوسا وكان ذلك من سنة 2014 إلى أن بلغ ذروته سنة 2017 أين سجلت عدد المشاريع الاستثمارية 1946 مشروع سياحي، وكان هذا النمو تزامنا مع انخفاض أسعار النفط حيث بلغت 35 دولار للبرميل، ما يفسر ببداية حرص السلطات على التوجه نحو القطاعات الاقتصادية البديلة للمحروقات وعلى رأسها القطاع السياحي، لكن يبقى هذا الارتفاع الذي عرفته الاستثمارات السياحية في الآونة الأخيرة محتشما ولا يستجيب لحجم الطلب السياحي رغم محدوديته، وهذا راجع لعدة عوائق تحد من ترقية

وتطوير الاستثمار السياحي في الجزائر، أبرزها عامل التمويل حيث يظهر الجدول ضعف قيمة الاستثمارات السياحية طول فترة الدراسة فهي لا تتجاوز قيمة 2 مليار دولار وهذا نظرا لقصور آليات التمويل السياحي مما تسبب في ضعف وتعثر انجاز المشاريع السياحية في الجزائر.

فمن أصل 1946 مشروع سياحي تم تسجيلها نهاية 2017 لم يتم إنجاز سوى 107 مشروع بسعة 10162 سرير استحدث من خلالها 4476 فرصة عمل، في حين تم تسجيل 147 مشروع موقف تماما أغلبها نتيجة لنقص في التمويل والتي من المفروض أن توفر 16985 سرير و6978 فرصة عمل، أما المشاريع التي لا تزال في طور الإنجاز فقد بلغت 764 مشروع بسعة 101772 سرير مع توفير 44840 فرصة عمل، كما تم تسجيل 928 مشروع لم يتم إطلاقها بعد وذلك راجع للتأخر في تصنيف مناطق التوسع السياحية، بالإضافة إلى مخططات التهيئة السياحية التي لم يتم إنجازها على مستوى بعض ولايات الوطن. [1]

من خلال ما سبق نستنتج أن المشاريع السياحية في الجزائر تشكل نسبة ضعيفة من إجمالي المشاريع المصرح بها في القطاعات الاقتصادية الأخرى، وهذا ما يؤكده الشكل التالي:

الشكل رقم (04-05): التوزيع النسبي للاستثمارات حسب القطاعات الاقتصادية في الجزائر خلال الفترة (2002-2017)

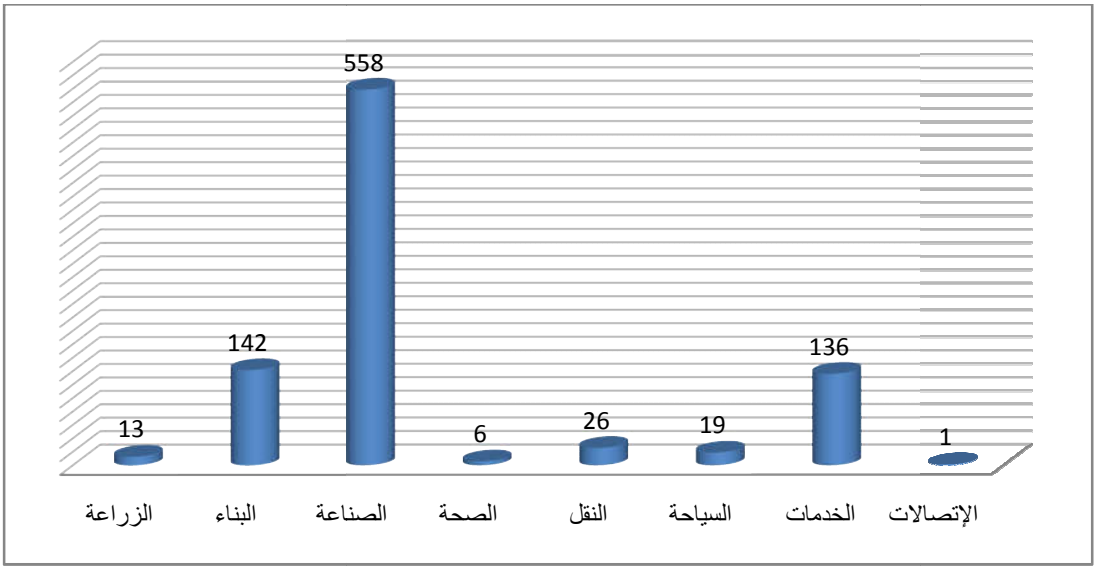


المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار
http://www.andi.dz/index.php/ar/declaration-d-investissement?id=395, consulté le 14/08/2019

[1] Ministère du tourisme et de l'artisanat, **tableau de Bord des statistique du tourisme et de l'artisanat à la fin 2017**, Algérie, 2018, P : 33.

يوضح الشكل أعلاه مدى ضعف الاستثمار في القطاع السياحي، حيث يمثل نسبة 2% فقط من إجمالي المشاريع الاستثمارية الموزعة على القطاعات الاقتصادية في الجزائر، فحسب الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار بلغت قيمة الاستثمارات السياحية 1.228.830 دج من القيمة الإجمالية للاستثمارات والمقدرة بـ 14.330.661 دج، وهذا دليل على ضعف التمويل الموجه للاستثمار السياحي في الجزائر، بالرغم من أن القطاع السياحي هو أكثر القطاعات المولدة لفرص العمل، وأهم مصدر لضخ العملات الصعبة سواء كان ذلك من طرف الطلب السياحي الأجنبي، أو من خلال جذب استثمارات سياحية أجنبية، إلا أن الاستثمار السياحي الوارد إلى الجزائر يشكل أرقاما ضعيفة من إجمالي عدد المشاريع الأجنبية في الجزائر حسب ما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم (04-06): توزيع الاستثمارات الأجنبية المصرحة حسب القطاعات الاقتصادية في الجزائر خلال الفترة (2002-2017)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار
http://www.andi.dz/index.php/ar/declaration-d-investissement?id=395, consulté le 14/08/2019

يبين الشكل أعلاه أن القطاع الصناعي يستحوذ على الأغلبية الساحقة للاستثمارات الأجنبية في الجزائر بـ 588 مشروع، وهذا نظرا لتمركز أغلب المشاريع الأجنبية في قطاع المحروقات،

أما باقي القطاعات الاقتصادية فقد استقطبت نسبة قليلة من المشاريع الأجنبية، من بينها القطاع السياحي الذي يتمركز فيه عدد قليل جدا من الاستثمارات الأجنبية وهي تمثل 19 مشروع فقط من بين 901 مشروع، أي ما نسبته 2.11 % من إجمالي الاستثمارات السياحية في الجزائر.

فمن خلال ما سبق نجد بأن الاستثمار السياحي في الجزائر ضعيف جدا سواء كان محليا أو أجنبيا، ولم يرقى إلى المستوى المطلوب بالرغم من جملة المزايا التي سخرتها الدولة لترقية وتطوير الاستثمار السياحي في الجزائر زيادة على مزايا الاستثمار بشكل عام، ويمكن تلخيص أهم هذه الحوافز الممنوحة للاستثمار السياحي في النقاط التالية :[1]

- يتكفل صندوق الاستثمارات، والترقية ونوعية النشاطات السياحية، بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية وكل النفقات الأخرى بدعم إنجاز مشاريع استثمارية سياحية؛
- تخضع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات بنسبة 19% في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25 % من هذه الضريبة؛
- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي ينشئها المقاولون الوطنيون أو الأجانب، باستثناء وكالات السياحة والأسفار وكذا شركات الاقتصاد المختلط التي تنشط في قطاع السياحة؛
- تستفيد الاستثمارات في المشاريع السياحية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال وولايات الجنوب على التوالي من تخفيض بـ 3% و4.% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية، أما عمليات تحديث المؤسسات السياحية والفندقية التي تنجز في إطار مخطط نوعية السياحة فتستفيد على التوالي من تخفيض بـ 3 %و 4.5 % من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية؛

[1] سعيداني رشيد، **أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية "دراسة حالة الجزائر"**، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 03، العدد 03، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، الجزائر، جوان 2017، ص، ص: 8- 9 .

- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني، بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية والحموية؛
- تطبيق النسبة المخفضة بـ 7% من الرسم على القيمة المضافة إلى غاية 31 ديسمبر 2019 فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية، وكذا نشاطات المطاعم السياحية، والأسفار وتأجير سيارات النقل السياحي؛
- الإعفاء من رسم التسجيل بالنسبة لعمليات رفع رأس المال، وكذا تأسيس شركات في قطاع السياحة؛
- تطبيق النسبة المخفضة من الرسوم الجمركية فيما يخص اقتناء تجهيزات وأثاث غير مصنعة محليا، تدخل في إطار التأهيل طبقا لمخطط نوعية السياحة؛
- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة على مستوى الجنوب والهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الامتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز مشاريع الاستثمارات السياحية من تخفيض بنسبة تقدر على التوالي بـ 50% و 80%؛
- توسيع المزايا الممنوحة في إطار الترتيب الخاص بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، لفائدة الاستثمارات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية المصنفة.

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي في تشغيل اليد العاملة خلال الفترة (2000-2017)

إن مصطلح عمالة السياحة في حد ذاته يصعب تحديد معالمه، فالسياحة تخلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، رسمية أو غير رسمية، دائمة ومؤقتة أو موسمية، حتى العمالة المباشرة الناجمة عن السياحة لا تقتصر على واحدة أو اثنتين من الأنشطة المعينة، بل تمتد إلى عدة أنشطة مثل الفنادق والمطاعم والسفر الجوي، والترفيه والنقل، ووكالات السفر والمحلات التجارية، وعلى صعيد آخر، تشكل فرص العمل التي تخلقها معظم الأنشطة السياحية نتاجا مختلطا من الطلب السياحي

الدولي والطلب المحلي.[1] وحسب التقديرات التي وضعتها كل من المنظمة العالمية للسياحة والمنظمة العالمية للعمل، فإن إنجاز سريرين يؤدي إلى خلق فرصة عمل مباشرة وثلاث فرص غير مباشرة تتعلق بالنشاطات ذات الصلة بالسياحة. فبالنسبة لفرص العمل المباشرة التي يوفرها القطاع السياحي بالجزائر فقد عرفت نموا محدودا خلال فترة الدراسة، وهذا راجع لضعف النشاط الفندقي الناتج عن انخفاض التدفقات السياحية، والعجز المسجل في منشآت الاستقبال السياحي إذ غالبا ما تكون الأكثر استقطابا لليد العاملة في القطاع السياحي، فمن خلال الجدول التالي يمكننا توضيح تطور حجم العمالة المباشرة في القطاع السياحي بالجزائر خلال الفترة (2000-2017):

الجدول رقم (04-05): فرص العمل المباشرة المستحدثة في القطاع السياحي خلال الفترة (2000-2017) (فرع فنادق/مطاعم/كافيتيريا)

السنة	فرص العمل المباشرة	نسبة التطور%	السنة	فرص العمل المباشرة	نسبة التطور %
2000	82000	-	**2009**	198000	8.79
2001	95000	15.85	**2010**	213000	7.58
2002	98000	3.16	**2011**	220000	3.29
2003	103000	5.10	**2012**	224028	1.83
2004	165000	6.19	**2013**	256028	14.62
2005	172000	4.24	**2014**	261289	1.76
2006	180000	4.65	**2015**	265803	1.73
2007	185000	2.78	**2016**	270317	1.70
2008	182000	1.62-	**2017**	-	-

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2018.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن فرص العمل المباشرة المستحدثة في القطاع السياحي عرفت تطورا ضئيلا طوال فترة الدراسة ماعدا سنة 2008 التي شهدت انخفاضا بنسبة 1.62%، فقد تمكن القطاع من استحداث 188317 فرصة شغل مباشرة خلال الفترة (2000-2016)، وهو

[1] محيا زيتون وآخرون، **آثار الأزمة المالية الاقتصادية العالمية على قطاع السياحة في مصر**، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مصر، 2010، ص:16.

رقم ضعيف جدا ولا يعكس قدرات الجزائر السياحية في تقليص معدلات البطالة، خاصة وأن صناعة السياحة تعتبر على رأس القطاعات التي تساهم في فتح آفاق واسعة في مجال التشغيل، فبالنسبة للطاقة العاملة التي يوفرها القطاع السياحي بصفة غير مباشرة من خلال علاقته وتشابكه مع مختلف القطاعات والأنشطة الاقتصادية المتنوعة تعتبر ضعيفة هي الأخرى، فمن خلال الجدول التالي تتضح المساهمة الغير مباشرة للقطاع السياحي في استحداث فرص عمل غير مباشرة:

الجدول رقم (04-06): فرص العمل الغير مباشرة المستحدثة في القطاع السياحي خلال الفترة (2000-2017)

السنة	فرص العمل الغير مباشرة	السنة	فرص العمل الغير مباشرة
2000	144100	**2009**	328400
2001	172800	**2010**	289500
2002	199600	**2011**	276600
2003	232100	**2012**	328900
2004	295400	**2013**	356600
2005	274400	**2014**	332400
2006	339400	**2015**	336200
2007	327500	**2016**	334300
2008	291600	**2017**	332600

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

https://www.wttc.org/datagateway, consulté le :08/08/2019

حسب بيانات الجدول أعلاه يساهم القطاع السياحي الجزائري بتوفير 332600 فرصة عمل غير مباشرة موزعة على مختلف القطاعات المغذية للنشاط السياحي سنة 2017 بعدما كانت 144100 فرصة عمل سنة 2000، بهذا تكون قد شهدت تطورا إلا أن هذا التطور يعتبر متواضعا بالنسبة لقطاع يعتبر من أكثر القطاعات استقطابا لليد العاملة، ويمكن تفسير المساهمة الضعيفة للقطاع

السياحي في استحداث فرص العمل الجديدة سواء تعلق الأمر بالعمالة المباشرة والغير مباشرة بضعف الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر وضعف الاستثمارات السياحية خاصة العجز في هياكل الاستقبال السياحية، حيث غالبا ما ترتبط فرص الشغل المستحدثة بعدد الأسرة المنجزة حسب ما أشارت إليه المنظمة العالمية للسياحة، كما يجدر بالإشارة إلى حجم العمالة في القطاع السياحي الغير مصرح بها في القطاع الخاص وهي فئة لا يشملها المسح الإحصائي.

كما أن هذه الأرقام لا تعبر بدقة عن واقع التشغيل في القطاع السياحي، لأن الكثير من المؤسسات السياحية التي شملتها الإحصائيات لاسيما المطاعم والمقاهي وقاعات الشاي التي تعتبر شبه سياحية **(Para Touristiques)** لأنها غير مصنفة سياحيا وتنشط على أساس سجل تجاري، وبالتالي تدخل ضمن النشاطات التجارية البحتة التي لا تخضع لإشراف ومراقبة الوزارة المكلفة بالسياحة.[1] كل هذه العوامل تحد من مساهمة القطاع السياحي في إجمالي القوى العاملة بالجزائر، حيث تعتبر جد متواضعة بالرغم من العلاقة التشابكية للقطاع السياحي مع باقي القطاعات الاقتصادية. وتتضح هذه المساهمة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (04-07): تطور نسبة مساهمة العمالة السياحية في إجمالي القوى العاملة في الجزائر خلال الفترة (2000-2017)

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005
المساهمة في العمالة الإجمالية(%)	4.7	5.1	5.4	5.6	6.5	6.3
السنة	2006	2007	2008	2009	2010	2011
المساهمة في العمالة الإجمالية(%)	6.4	6.1	5.5	6.1	5.4	5.3
السنة	2012	2013	2014	2015	2016	2017
المساهمة في العمالة الإجمالية(%)	6	6.27	6.1	6.1	5.9	5.8

Source : Atlas Mondiale du données, sur le site: https://knoema.fr/atlas/Algérie/topics/Tourisme/Contribution-totale-du-tourisme-et-voyage-à-lemploi/Contribution-totale-à-lemploi-percent-proportion , consulté le: 10/08/2019

[1] خالد كواش، صالح موهوب، **أهمية السياحة الدولية في الاقتصاد العالمي وأثرها على الجزائر**، مجلة جديد الاقتصاد، العدد 8، ديسمبر 2013، ص:269.

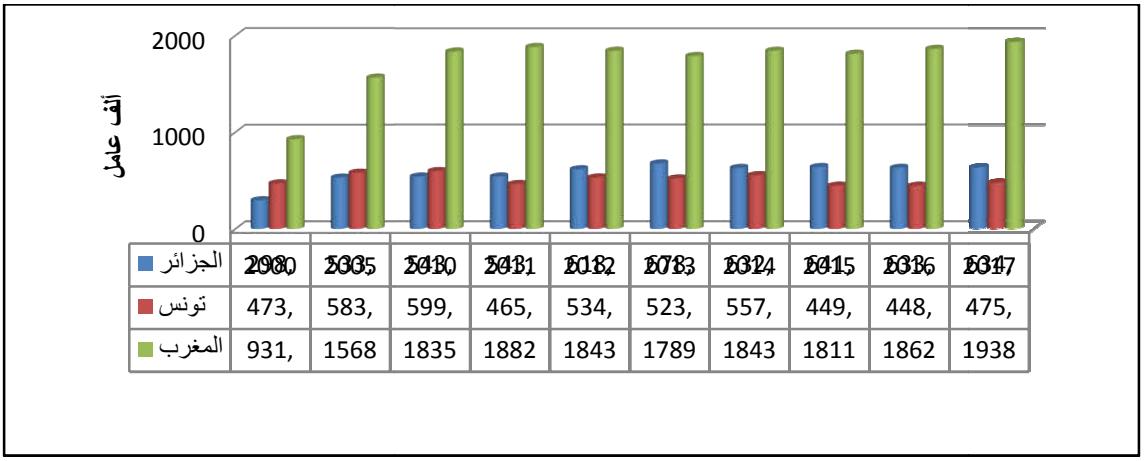
لم تتعدى المساهمة الإجمالية للقطاع السياحي الجزائري نسبة 6% من إجمالي القوى العاملة في الجزائر، وبالتالي لم يتمكن القطاع من تقليص معدلات البطالة وتحقيق الكفاءة في استحداث فرص العمل التي تعكس المؤهلات السياحية للبلاد.

وما يؤخذ كذلك على نمط التشغيل في هذا القطاع في الجزائر هو ارتفاع عدد العاملين على مستوى الإدارات، في حين أن معايير التشغيل في هذا القطاع تشير إلى عدم تجاوز نسبة 7% في المجال الإداري من مجموع المشتغلين به، كما يعاني هذا القطاع من نقص التأهيل في أواسط العاملين به، إذ لا يتوفر معظم هؤلاء المستخدمين على حد أدنى من التأهيل، فحسب دراسة أعدتها المنظمة العالمية للسياحة فإن نسبة العمالة الغير مؤهلة تقدر بـ 66 % من مجموع المشتغلين في هذا القطاع في الجزائر، في حين أن المقاييس الدولية المطبقة في قطاع السياحة تتيح فقط ما نسبته 20% لهذا الصنف من العمالة، نظرا لما لهذا النشاط من حساسية لارتباط خدماته بالعنصر البشري أكثر من غيره من العناصر الأخرى.[1]

أما بالنسبة للعمالة السياحية في كل من تونس والمغرب فهي تساهم بفعالية في تقليص معدلات البطالة خاصة في المغرب، حيث تم استحداث ما يفوق مليون فرصة عمل في القطاع حسب ما يوضحه الشكل التالي:

[1] سماعيني نسيبة، **دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر**، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، تخصص إستراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، الجزائر، 2014، ص :115.

الجدول رقم (04-07): إجمالي العمالة السياحية في الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2000-2017)



الجزائر	298,	335	410	431	432	473	514	515	536	547
تونس	473,	583,	599,	465,	534,	523,	557,	449,	448,	475,
المغرب	931,	1568	1835	1882	1843	1789	1843	1811	1862	1938

Source : https://www.wttc.org/datagateway , Consulté le : 16/08/2019.

يبين الشكل أعلاه أن المغرب احتلت المركز الأول من حيث استحداث فرص العمل في القطاع السياحي، فقد تمكن القطاع من توفير 634600 فرصة عمل، محققا بذلك نسبة 17% من إجمالي الطاقة العاملة في المغرب، وهي نسبة جيدة تدل على أهمية وفعالية القطاع السياحي في الاقتصاد المغربي، كما أنها استطاعت أن تتخطى الهدف المسطر ضمن المرحلة الأولى من إستراتيجية التنمية السياحية (رؤية 2020)، حيث كان من المنتظر توفير 645147 فرصة عمل مباشرة سنة 2015، في حين تمكنت المغرب من توفير 795900 فرصة عمل مباشرة حسب المجلس العالمي للسياحة والسفر، وبهذه الأرقام تكون المغرب قد تفوقت بكثير على كل من تونس والجزائر، فبالنسبة لتونس تمكنت من إحراز المرتبة الثانية من سنة 2000 إلى غاية 2011، أين ساهم القطاع السياحي في توفير 465900 فرصة عمل، لتعرف بعدها انخفاضا مستمرا نتيجة للظروف الأمنية وعدم الاستقرار السياسي الذي عرفته تونس خلال ثورة الربيع العربي، ولكن بالرغم من هذه الأوضاع بقية السياحة تساهم بنسبة عالية من معدلات التشغيل أين فاقت نسبة 15%. ولكن في الثلاث سنوات الأخيرة بدأت هذه النسبة في الانخفاض وذلك كان

نتيجة غلق أكثر من 270 فندق مع بداية 2016 نتيجة للإفلاس، وهو ما يمثل نسبة تقارب 48% من الحظيرة الفندقية ويمثل طاقة استيعاب تقدر بـ 116000 سرير.

أما بالنسبة للجزائر فقد جاءت في المرتبة الثانية خلال الفترة (2011-2017) بعدما كانت تونس متفوقة عليها، إلا أن المناصب التي حققتها تبقى ضعيفة جدا ونجد نسبة مساهمة القطاع السياحي في التشغيل لا تتعدى 6.5% في حين تتجاوز كل من تونس والمغرب المتوسط العالمي المحدد بـ 10 % حسب المنظمة العالمية للسياحة.

المبحث الثانـــي: قياس أثر إيرادات القطاع السياحي على التنمية الاقتصادية في الجزائر باستعمال نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة (Autoregressive Distributed Lag)

سنحاول من خلال هذا المبحث دراسة أثر إيرادات القطاع السياحي على التنمية الاقتصادية في الجزائر بانتهاج نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة **(ARDL)** باعتباره من أهم النماذج المستخدمة في القياس الاقتصادي والأكثر موائمة لنموذج دراستنا، حيث تم اعتماد الناتج المحلي الإجمالي كمقياس للتنمية الاقتصادية في الجزائر، ومتغيرين مفسرين تمثلا في كل من إيرادات القطاع السياحي الجزائري بالعملة الصعبة ومتغير إيرادات قطاع المحروقات باعتباره أهم محدد للناتج المحلي الإجمالي في الجزائر.

المطلب الأول: منهجية التكامل المشترك باستعمال نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة (ARDL)

يندرج نموذج الانحدار الذاتي للإبطاء الموزع **(Autoregressive Distributed Lag)** والمختصر بـ **(ARDL)** ضمن النماذج الاقتصادية المستعملة في اختبار التكامل المشترك وذلك باستعمال منهج الحدود **(Bounds Test)**، وقد طور هذا الأسلوب من قبل **Pesaran**

(1997)،**Shinand & Sun** (1998) وكل من **Pesaran & al**(2001)، ويعد الاختبار الأمثل في حالة السلاسل الزمنية القصيرة مقارنة بالطرق الأخرى المعتادة في اختبار التكامل المشترك لجوهانسون **(Johansen Cointgration test)** في إطار نموذج **(VAR)**، ونموذج الانحدار الذاتي للإبطاء الموزع هو بمثابة مزيج من نموذجين، الأول هو عبارة عن نموذج الإبطاء الموزع، أما الثاني فهو نموذج الانحدار الذاتي **(Autoregressive Model)**، إذ يتميز نموذج الإبطاء الموزع بوجود قيم سابقة لمتغيرات خارجية كمتغيرات تفسيرية، بحيث يتأثر المتغير (Y_t) بالمتغير التوضيحي (X_t) للفترة الزمنية الحالية ولفترات سابقة (X_{t-1}).[1] ويستند أسلوب **ARDL** على تقدير نموذج تصحيح الخطأ الغير مقيد **Unrestricted Error correction Model (UECM)**، الذي يتميز على النوع التقليدي لتقنيات التكامل المشترك بما يلي: [2]

- قادر على التمييز بين المتغيرات التوضيحية والمعتمدة؛
- إمكانية تقدير المركبات قصيرة الأمد وطويلة الأمد بشكل آني وفي الوقت نفسه؛
- يساعد على التخلص من المشكلات المتعلقة بحذف المتغيرات ومشكلات الارتباط الذاتي؛
- المقدرات الناتجة عن هذه الطريقة تكون غير متحيزة وكفوءة لأنها تساهم في منع حدوث الارتباط الذاتي؛
- يطبق فيما إذا كانت المتغيرات مستقرة في قمتها أي متكاملة من الرتبة صفر **I(0)** أو متكاملة من الرتبة **I(1)** أو من الرتبة نفسها ويجب أن لا يكون أحد المتغيرات متكاملا من الدرجة الثانية **I(2)** أو أعلى؛

[1] تلمساني حنان، **أثر سعر الصرف الحقيقي على النمو الاقتصادي في الجزائر 'دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2016**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي ومالي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2017، ص:147.

[2] علي عبد الزهرة حسن، عبد اللطيف حسن شومان، تحليل **العلاقة التوازنية الطويلة الأجل باستعمال اختبارات جذر الوحدة وأسلوب دمج النماذج المرتبطة ذاتيا ونماذج توزيع الإبطاء (ARDL)** ، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 34، المجلد 09، العراق، 2013، ص: 185.

- يمكن تطبيقه في حالة ما إذا كان حجم العينة صغير وهذا عكس معظم اختبارات التكامل المشترك التقليدية التي تتطلب أن يكون حجم العينة كبير لكي تكون النتائج أكثر كفاءة.
- كما يطبق نموذج (**ARDL**) إطار النمذجة من العام إلى الخاص بأخذ العدد الكافي من التخلفات لالتقاط عملية توليد البيانات، وهو يقدر عدد $(P+1)^K$ من الانحدارات بغرض الحصول على طول فترة تأخر مثالية لكل متغير، حيث **p** هو أقصى فترة إبطاء يمكن أن تستخدم و **K** هو عدد المتغيرات في المعادلة، ويتم اختيار النموذج على أساس معايير إحصائية مختلفة مثل **SBC**، **AIC** ، **RBC** و **HQC**.[1]

ويتم اختبار العلاقة التوازنية بين المتغيرات في ظل نموذج تصحيح الخطأ الغير مقيد **(UECM)** التي تعرف باختبار الحدود وفق منهج **(Bounds Testing Approach)** التي تتضمن تقدير المعادلة (1) التالية لتصحيح الخطأ الشرطي ضمن نموذج الارتباط الذاتي للفترات الإبطاء الموزعة وذلك باستعمال الصيغة العامة لنموذج **ARDL($p,q_1,q_2,\ldots,q_k$)** كالتالي: [2]

$$\Delta Y_t = c + \sum_{i=1}^{p} \beta_{1i} \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^{q_1} \beta_2 \Delta X_{1t-i} + \sum_{i=0}^{q_2} \beta_3 \Delta X_{2t-i} + \ldots + \sum_{i=0}^{q_k} \beta_k \Delta X_{kt-i} + \alpha_1 Y_{t-1} + \alpha_2 X_{1t-1} + \alpha_3 X_{2t-1} + \ldots + \alpha_k X_{kt-1} + \varepsilon_t \ldots\ldots (1)$$

حيث أن: **C**: الحد الثابت **Δ**:الفروق من الدرجة الأولى **K**: عدد المتغيرات

P فترة إبطاء المتغير التابع **y**

$q_1,q_2,\ldots..q_k$ فترات إبطاء المتغيرات التفسيرية $X_1,X_2,\ldots.X_k$ على التوالي

$\beta_1,\beta_2\ldots..,\beta_k$ معاملات العلاقة قصيرة الأجل

$\alpha_1,\alpha_{.2},\ldots\alpha_K$: معاملات العلاقة طويلة الأجل

εt: حد الخطأ العشوائي

[1] Muhammad Afzal and al, **Openness Inflation and Growth Relationships in Pakistan**, Pakistan Economic and Social Review, vol 51, No 1, septembre 2013, p :25.

[2] القرصو وفاء، **أثر القروض المصرفية على النمو الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر خلال الفترة (1980-2017)**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد كمي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2018، ص:191.

يعتمد اختبار نموذج **(ARDL)** على اختبار وجود علاقة توازنية طويل الأجل بين متغيرات النموذج، وبعد التأكد من ذلك نقوم بتقدير معلمات الأجل الطويل وكذا معلمات المتغيرات المستقلة في الأجل القصير، وذلك بحساب إحصائية **(F)** من خلال **(Wald test)** حيث يتم اختبار الفرضية التالية:

- **$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$:** فرضية العدم التي تنص على عدم وجود تكامل مشترك بين متغيرات النموذج (غياب علاقة توازنية طويلة الأجل)
- **$H_1: \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$:** الفرضية البديلة التي تنص على وجود تكامل مشترك بين متغيرات النموذج (وجود علاقة توازنية طويلة الأجل)

ولتطبيق اختبار التكامل المشترك باستخدام نموذج **(ARDL)** يستلزم القيام بأربع إجراءات ممثلة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04-08): إجراءات تطبيق اختبار التكامل المشترك باستخدام نموذج (ARDL)

الرقم	محتوى الإجراءات
01	اختبار فترة الإبطاء المثلى للفروق الأولى لقيم المتغيرات في النموذج تصحيح الخطأ غير المقيد **(UECM)**، وذلك باستعمال متجه انحدار ذاتي غير مقيد **(Autoregressive Model unerestricted Vector)** وذلك باستعمال المعايير الأربعة المختلف لتحديد هذه الفترة: - معيار خطأ التنبؤ النهائي: **Final prediction Error (FPE) (1969)** - معيار معلومات أكياكي: **Akaike (AIC) (1973)** - معيار معلومات شوارز: **(Schwarz)** - معيار معلومات حنان وكوين: **Hannan and Quinn (h-q) (1979)** ويتم اختيار الفترة الملائمة التي تملك أقل قيمة من المعايير الإحصائية المقدرة أعلاه.
02	تقدير نموذج **(UECM)** بطريقة المربعات الصغرى الاعتيادية **(OLS)**، ولتحديد النموذج الملائم يتم إتباع إجراء اختبار النموذج الذي ينتقل من العام إلى الخاص **(General to Specific)** والذي يتمثل في إلغاء متغير الفروق الأولى لأي متغير تكون القيم المطلقة لإحصاء t الخاصة به أقل من الواحد الصحيح (غير معنوي) وذلك بشكل متتالي.
03	اختبار المعنوية المشتركة لمعاملات مستويات المتغيرات المبطئة لفترة واحدة بواسطة اختبار **(Wald Test)** وإحصاء **(F)** التي لها توزيع غير معياري والذي لا يعتمد بضعة عوامل منها حجم العينة وإدراج متغير الاتجاه في التقدير.

04	مقارنة إحصائية **(F) المحسوبة** لمعاملات المتغيرات التوضيحية المبطئة لفترة واحدة بقيمة إحصائية **(F) الحرجة** (الجدولية) المناظرة والمحسوبة من قبل بيسران وآخرون، ونظرا لأن الاختبار له توزيع غير معياري فإن هناك قيمتين حرجتين لإحصاء هذا الاختبار: – قيمة الحد الأدنى**(Upper Bound Test)** وتفترض أن كل المتغيرات مستقرة في قيمتها الأصلية (أو في المستوى) بمعنى أنها متكاملة من الرتبة صفر أي **I(0)**؛ – قيمة الحد الأعلى **(Lower Bound Test)** وتفترض أن المتغيرات مستقرة في الفروق الأولى بمعنى أنها متكاملة من الرتبة واحد أي **I(1).** ويكون قرار المقارنة كالتالي: – إذا كانت قيمة (**F** المحسوبة) **أكبر من الحد الأعلى** لقيمة (**F** الجدولية)**:** نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على **وجود تكامل مشترك** بين متغيرات الدراسة أي وجود علاقة توازنية طويلة الأجل؛ – إذا كانت قيمة (**F** المحسوبة) **أقل من الحد الأدنى** لقيمة (**F** الجدولية)**:** فإننا نقبل فرضية العدم التي تنص على **عدم وجود تكامل مشترك** بين متغيرات الدراسة أي غياب علاقة توازنية طويلة الأجل؛ – إذا كانت قيمة (**F** المحسوبة) **تقع بين الحدين الأدنى والأعلى لقيمة** (**F** الجدولية)**:** النتائج تكون غير محددة يعني **عدم القدرة على اتخاذ القرار** فيما إذا كان هناك تكامل مشترك بين المتغيرات.

المصدر: زيرمي نعيمة، **أثر التحرير التجاري على النمو الاقتصادي في الجزائر**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص: مالية دولية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2016، ص:313.

المطلب الثانـــــي: صيــاغة وتقديم متغيرات نموذج الدراسة القياسية

يتمثل النموذج القياسي قيد الدراسة في تقدير أثر إيرادات القطاع السياحي في الجزائر على الناتج المحلي الإجمالي كمؤشر للتنمية الاقتصادية، وقد تم إدراج متغير إيرادات قطاع المحروقات في النموذج باعتبارها المحدد الأساسي في نمو الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى طبيعة الاقتصاد الوطني الذي يعتمد على الفوائض المالية للمواد البترولية في تمويل مشاريع التنمية الاقتصادية في الجزائر.

أولا: صياغة نموذج الدراسة

تم اعتماد متغيرات الدراسة بناءًا على الأعمال التجريبية السابقة التي تناولت أثر الإيرادات السياحية على التنمية الاقتصادية، ودرجة توفر البيانات الإحصائية قيد الدراسة، حيث تمثلت البيانات المستخدمة في تقدير النموذج على بيانات سنوية خلال الفترة 1990-2017*، وهي بيانات صادرة عن قاعدة البنك الدولي بالنسبة للناتج الداخلي الخام كمتغير تابع، وتم الحصول على المتغير المفسر المتمثل في الإيرادات السياحية من ووزارة السياحة والصناعة التقليدية في الجزائر، ومتغير إيرادات قطاع المحروقات تم الحصول عليه من النشرات الإحصائية للبنك المركزي في الجزائر، حيث تم صياغة النموذج القياسي الذي يوضح العلاقة بين إيرادات القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية في الجزائر على النحو التالي:

$$PIB=f(RCTT, RCTH)$$

وكما هو مشاع في الدراسات الاقتصادية يتم إدخال الصيغة اللوغاريتمية على المتغيرات لأنها طريقة مناسبة لها إيجابياتها منها إزالة الاتجاه الأسي للمتغير أي الاتجاهات الحادة وكذلك منها تحويل صيغة النموذج إلى الصيغة الخطية إذا كان النموذج صيغته الأصلية غير خطية،[1] وبالتالي يأخذ النموذج الشكل التالي:

$$LPIB=C+LRCTT+LRCTH+\varepsilon t \dots\dots\dots (1)$$

حيث: **LPIB** : لوغاريتم الناتج المحلي الإجمالي الجزائري؛

LRCTT: لوغاريتم إيرادات القطاع السياحي الجزائري؛

LRCTH: لوغاريتم إيرادات قطاع المحروقات الجزائري.

εt: حد الخطأ العشوائي

[1] دحماني محمد أدرويش، **إشكالية التشغيل في الجزائر ص'محاولة تحليل' 2**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان ، الجزائر،2013، ص:244.

وقد قامت في هذا المجال دراسات عديدة بقياس أثر الإيرادات السياحية على التنمية الاقتصادية، نذكر منها:

- دراسة ***Juan Gabriel Brida*** **وآخرون (2009)**[1]، التي تناولت العلاقة بين السياحة والتنمية الاقتصادية في كولومبيا، حيث أشارت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي وعائدات السياحة الدولية وأسعار الصرف الحقيقية، وأثبت اختبار **Granger** أن السببية في هذا النموذج تنتقل من الإيرادات السياحية نحو الناتج المحلي الحقيقي للفرد، كما أكدت الدراسة على أن المكاسب التي تحققها السياحة تأثر إيجابيا على التنمية الاقتصادية في المدى الطويل؛
- دراسة **P. sirinvasan** وآخرون **(2012)**[2]، التي أثبتت على إمكانية تعزيز التنمية الاقتصادية في سيريلانكا بالاعتماد على القطاع السياحي، وذلك حسب ما وضحته نتائج اختبار التكامل المشترك باستعمال نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة **(ARDL)** والذي كشف على التكامل المشترك بين الناتج المحلي الإجمالي وإيرادات القطاع السياحي في سيريلانكا، كما أثبت على وجود علاقة توازنية في الأجلين الطويل والقصير.
- دراسة **Kamel Si Mohammed** وآخرون **(2015)**[3]، التي تهدف إلى تحليل العلاقة بين كل من السياحة، النمو الاقتصادي باستخدام تحليل وظائف الاستجابة للصدمات وتحليل التباين **(VDCS)** بواسطة نموذج **(VECM)** بعد تقدير علاقة التوازن بين المتغيرات طويلة المدى

*تم توسيع عينة الدراسة وذلك لخصوصية الاقتصاد القياسي الذي يتطلب فترة زمنية طويلة.

[1] Juan Gabriel Brida & al, **The Tourisme Led growth Hypothesis " Empierecal evidence from Colombia**", Tourismos International multidixiplinary Journal of Tourisme, Vol 4, No 2, Colombia, 2009, pp :13-27.

[2] P.Sirinvasan, Santhos Kumar, L.Ganesh, **Tourism and Economic Growth in Sri Lanka " An ARDL Bounds Testing Approach"** ,The Romaniam Economic Jornal, vol XV, No45,September 2012,pp :211-226.

[3] Kamel Si Mohammed et autres**, tourisme, Croissance et Taux de change" Cas de l'Algérie", Une Approche économétrique**, Internationale Journal of Innovation & Applied Staudies, Vol 13,No 02, Décembre 2015, pp :824-833.

واختبار سببية **Granger**، حيث أظهرت النتائج أن السياحة لا تساهم بشكل كبير في النمو الاقتصادي في الجزائر، كما أشار اختبار **(IFR)** إلى الأثر السلبي للناتج المحلي الإجمالي في الجزائر على السياحة خلال فترة الدراسة ما يفسر حقيقة وجود عقبات أمام نمو الصناعة السياحية في الجزائر، أما سعر الصرف الجزائري مقابل الدولار فكان له أثر إيجابي على السياحة، حيث أكد تحليل السببية لـ **Granger** على وجود علاقة أحادية الاتجاه من سعر الصرف نحو الإيرادات السياحية في الجزائر.

- دراسة **Harun Bal وآخرون (2016)**[1]، التي هدفت إلى تحديد العلاقة الطويلة الأجل بين الإيرادات السياحية والتنمية الاقتصادية في تركيا، وفق اختبار التكامل المشترك لـ **Johansen** الذي أثبت على وجود أثر إيجابي للإيرادات السياحية على التنمية الاقتصادية في تركيا، حيث كلما ارتفعت إيرادات القطاع السياحي بنسبة 5% يرتفع الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 1.57%، كما أشار تحليل **Granger** للسببية على وجود علاقة سببية أحادية الاتجاه من السياحة نحو الناتج المحلي الإجمالي.
- دراسة **حفيظ إلياس وعلي حمزة**[2]، التي تهدف إلى تحديد العلاقة بين الإيرادات السياحية وعائدات قطاع المحروقات والتنمية الاقتصادية في الجزائر، وإمكانية منافسة القطاع السياحي لقطاع المحروقات، حيث بينت نتائج الدراسة القياسية أن سلسلتي قطاع المحروقات والناتج المحلي الإجمالي تميزتا بسلوك متشابه على المدى الطويل، بينما لا يوجد علاقة بين قطاع السياحة والناتج المحلي الإجمالي، مما يؤكد أن القطاع السياحي لن يكون سبيلا للتنويع الاقتصادي خارج مجال المحروقات.

[1] Harun Bal, Emarah Eray Akça, Murat Bayraktar, **The Contribution of Tourism To economic growth, "Aresearch on Turkey**", Journal of Academic aproches, Vol 07, No1, 2016, pp :1-20.

[2] حفيظ إلياس، علي حمزة، **دراسة تحليلية وقييمية لاستراتيجية تنمية السياحة كقطاع بديل لقطاع المحروقات، 'حالة الجزائر'** مجلة التنظيم والعمل، العدد05، 2014، جامعة معسكر، الجزائر، 2014، ص،ص:01-17.

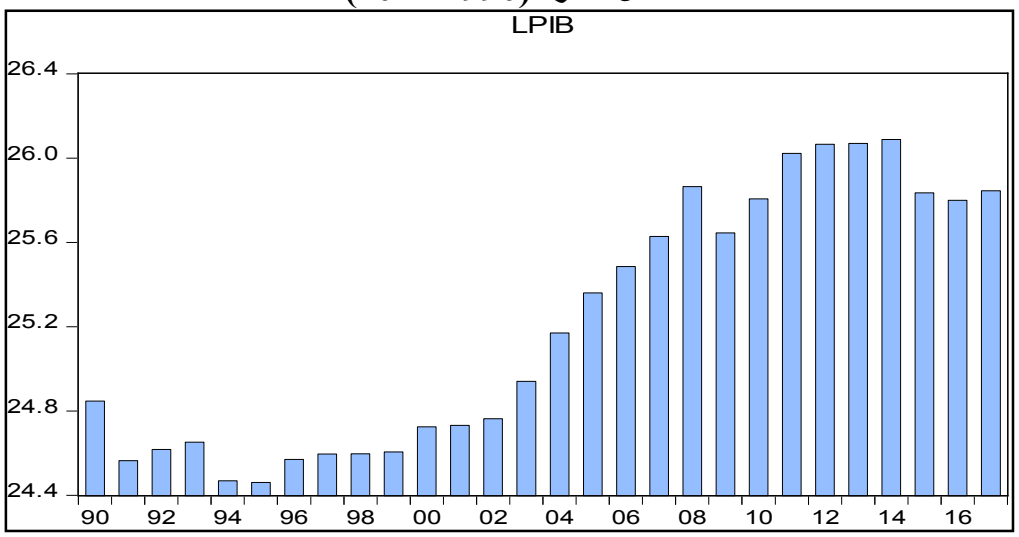
ثانيا: تحليل تطور متغيرات الدراسة

يعنى هذا الجزء بتحليل تطور متغيرات النموذج قيد الدراسة خلال الفترة (1990-2017)، والمتمثلة في كل من الناتج المحلي الإجمالي، وإيرادات كل من قطاعي السياحة والمحروقات في الجزائر

1- تطور الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر

يبين الشكل التالي تطور الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال فترة (1990-2017):

الشكل رقم (04-08): تطور الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر بالمليون دولار خلال الفترة (1990-2017)



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الاحصائي Eviews 10

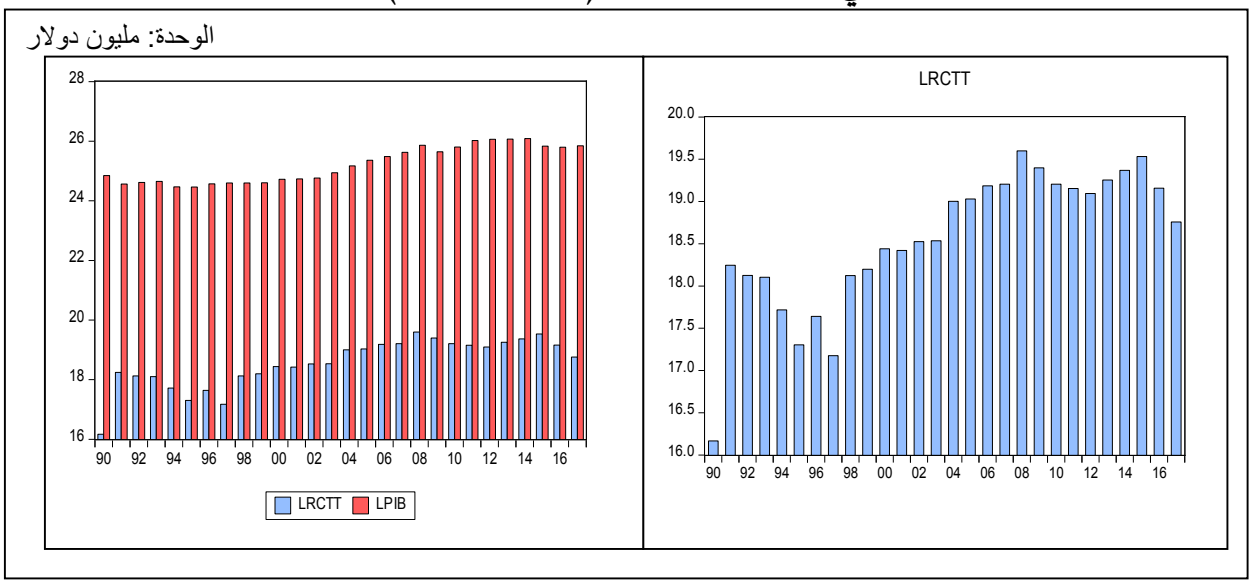
عرف الناتج المحلي الإجمالي تطورا مستمرا بداية من منتصف سنوات التسعينيات وذلك تزامنا مع تطورات أسعار النفط ولجوء الجزائر إلى طلب الدعم من صندوق النقد الدولي والذي رافقه انخفاض مستوى الإنفاق العام بتبنيها لسياسة التقشف مما مكن الجزائر من تسجيل تغيرات إيجابية على مستوى التوازنات الاقتصادية الكلية أثرت على معدلات نمو الناتج المحلي الإجمالي، وقد واصل هذا الارتفاع وتيرته مع مطلع الألفية الثالثة وتحسن الأوضاع الأمنية التي صادفت تسطير ثلاث برامج تنموية كبرى بداية بمخطط الإنعاش الاقتصادي (2001-2004) الذي يهدف إلى دعم معدلات النمو الاقتصادي والتخفيض من حدة البطالة من خلال دعم القطاعات

الاقتصادية المنتجة، والبرنامج التكميلي للدعم النمو (2005-2009) الذي يهدف إلى تبني الاستثمارات المنتجة كأداة لتسريع وتيرة النمو ومواصلة مشاريع برنامج الإنعاش الاقتصادي، وخلال الفترة (2010-2014) تم تسطير برنامج توطيد النمو الذي يهدف إلى تنويع النسيج الصناعي لدعم معدلات النمو الاقتصادي إذ يعتبر من أهم البرامج التنموية خاصة وأن البرنامج رافقه انتعاش كبير في العوائد المالية للقطاع المحروقات أين عرفت أسعار البترول ارتفاعا معتبرا حيث قارب سعر برميل البترول في الأسواق العالمية 112 دولار للبرميل، مما ساهم في زيادة ارتفاع الناتج المحلي الإجمالي خلال هذه الفترة، ولكن في منتصف 2014 ومع بداية أزمة انخفاض أسعار النفط سجل الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر انخفاض محسوسا خلال السنوات الأخيرة من الدراسة، وقد عمدت الجزائر على انتهاج برنامج النمو الخماسي الذي يحمل في أهدافه تنويع مداخيل الاقتصاد الوطني وتنمية الصادرات خارج المحروقات.

2- تطور إيرادات القطاع السياحي في الجزائر

يظهر الشكل أدناه ضعف إيرادات القطاع السياحي خاصة في سنوات التسعينيات حيث شهدت هذه الأخيرة انخفاضا مستمرا نتاج الأزمة الأمنية التي عاشتها الجزائر خلال العشرية السوداء والتي انعكست على ضعف حجم الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر، ومع بداية الألفية الثالثة تحسنت وتيرة إيرادات القطاع السياحي في الجزائر إلا أنها تبقى جد محتشمة خاصة في السنوات الأخيرة من الدراسة التي عرفت تغييرا في وجهة السياح نحو الدول المجاورة، هذا ما أثر على مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني، حيث يظهر نفس الشكل ضعف نصيب الإيرادات السياحية من الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر.

الشكل رقم (04-09): تطور إيرادات القطاع السياحي ونصيبها من الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (1990-2017)



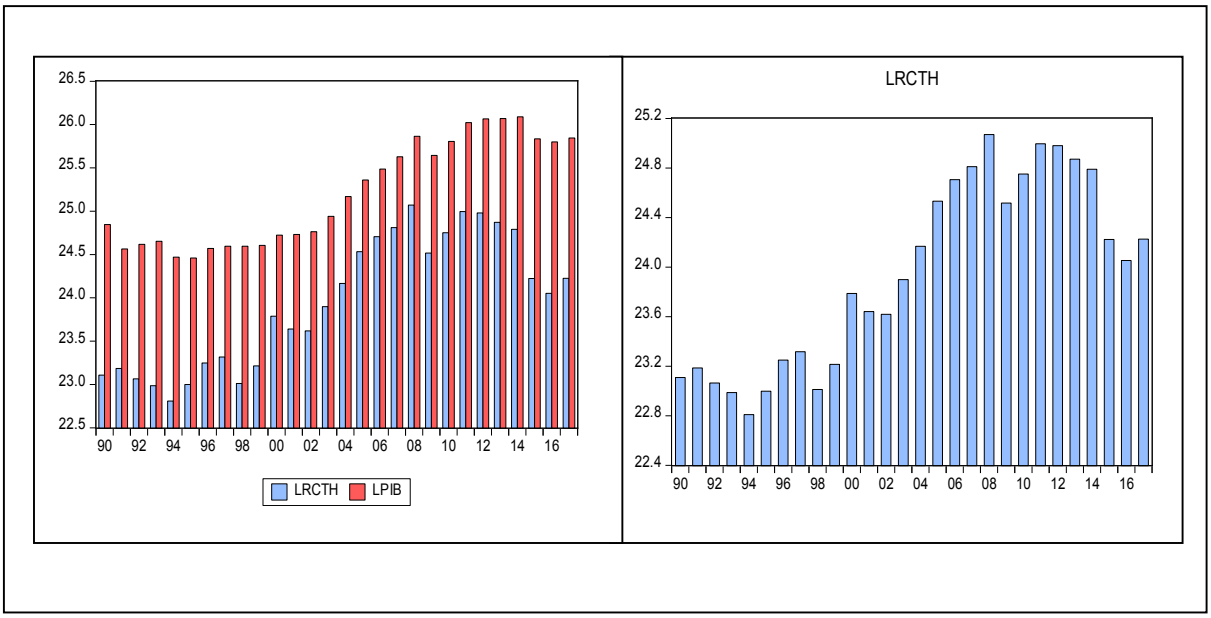
المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الاحصائي Eviews 10

3- تطور إيرادات قطاع المحروقات في الجزائر

يعتبر قطاع المحروقات أهم محدد في نمو الناتج المحلي الإجمالي نظرا لطبيعة الاقتصاد الجزائري الذي يعتمد بالدرجة الأولى على عائدات صادرات المحروقات، والتي بلغت ما يقارب 97% من إجمالي قيمة صادرات البلاد، حيث بلغ متوسط إيرادات المحروقات ما يقارب 12 مليار دولار خلال الفترة الممتدة من 1990 إلى 2000، وبعدها أدى الارتفاع المستمر لأسعار النفط إلى جانب ارتفاع الطاقة الإنتاجية والتصديرية إلى تزايد العوائد النفطية حيث ارتفعت من 21061.3 مليون دولار سنة 2000 إلى 77194.6 سنة 2008، بعدها شهدت سنة 2009 تراجعا محسوسا كما يظهر في الشكل أدناه، وذلك بفعل تراجع النمو على المستوى العالمي خلال الأزمة المالية العالمية الذي نتج عنها انخفاض أسعار النفط في منتصف سنة 2008، بعدها عاودت ارتفاعها بعد التعافي الذي شهده الاقتصاد الوطني إلى غاية منتصف 2014 حيث تراجعت قيمتها من 60 مليار دولار إلى 35.7 مليار دولار و27.5 مليار دولار سنة 2017،

وذلك بفعل تذبذب حاد في أسعار النفط في السوق العالمية، الأمر الذي انعكس على الناتج المحلي الإجمالي كما يبدو واضحا في الشكل رقم(04-10) الذي يتبع نفس مسار عائدات المحروقات، وهذا ما يجعل الاقتصاد الوطني رهينا لتقلبات أسعار النفط في الأسواق العالمية .

الشكل رقم (04-10): تطور إيرادات قطاع المحروقات ونصيبها من الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (1990-2017)



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الاحصائي Eviews 10

المطلب الثالث: نتائج تقدير النموذج القياسي باستعمال نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة (ARDL)

يتناول هذا المطلب قياس أثر إيرادات القطاع السياحي على التنمية الاقتصادية وفقا لمنهجية الفجوات الزمنية الموزعة **(ARDL)**، وذلك انطلاقا من دراسة إستقرارية متغيرات النموذج، واختبار وجود علاقة تكامل في الأجلين القصير والطويل، مع تقييم الاستقرار الهيكلي لمتغيرات النموذج.

أولا: اختبار استقرارية السلاسل الزمنية

تتجسد أولى خطوات القياس الاقتصادي في دراسة إستقرارية أو سكون السلاسل الزمنية للمتغيرات الاقتصادية قيد الدراسة، من أجل تجاوز مشكلة الانحدار الزائف الذي يعيق التقدير الجيد للدراسة، وتتعدد الاختبارات التي تكشف عن سكون السلاسل الزمنية من خلال التأكد من وجود الجذر الوحدوي **(unitr root)** من عدمه، ومن بين أهم الاختبارات التي تفحص خصائص السلاسل الزمنية نجد: إختبار ديكي فولر المطور **(Augmanted Dickey Fuller)**، إختبار فيليبس وبيرون **(Phillips-Peron)**، واختبار **(KPSS)**، ومن خلال دراستنا سنكتفي باختباري **(ADF)** و**(PP)**، حيث يشير الجدول التالي إلى نتائج اختبار جذور الوحدة عند مستوى معنوية 5%، وذلك بعد أخذ فترات إبطاء حسب أقل قيمة لمعياري **(Akcaike)** و **(Schwarz)**:

الجدول رقم(04-09):نتائج إختبار جذور الوحدة حسب إختباري (ADF) و (PP)

المتغيرات	النموذج	Augmented Dickey Fuller Test (ADF)						القرار
		المستوى			الفرق الأول			
		Tt	Tc	Prob	Tt	Tc	Prob	
LPIB	C	-3.58752	-2.10121	0.3707	-2.98108	-4.85844	0.0006	I(1)
	Trend,C	-2.97623	-0.25788	0.1910	-3.59502	-4.68957	0.0047	
	None	-1.95388	1.362545	0.9527	-1.95441	-4.40762	0.0001	
LRCTT	C	-2.976263	-3.477858	0.016	مستقرة عند المستوى			I(0)
	Trend,C	-3.587527	-4.006399	0.028				
	None	-1.953838	0.858952	0.8898				

I(1)	0.0015	-4.509214	-2.981038	0.6607	-1.196915	-2.976263	C	LRCTH
	0.0074	-4.494242	-3.595026	0.9134	-3.587527	-1.084081	Trend,C	
	0.0001	-1.954414	-4.505137	0.8751	0.775770	-1.953858	None	
القرار	Phillips-Peron Test (PP)						النموذج	المتغيرات
	الفرق الأول			المستوى				
	Prob	Tt	Tc	Prob	Tc	Tt		
I(1)	0.0006	-4.852303	-2.981038	0.9099	-0.316565	-2.976263	C	LPIB
	0.0048	-4.687619	-3.595026	0.3502	-2.445098	-3.587527	Trend,C	
	0.0001	-4.407629	-1.954414	0.9453	1.282871	-1.953858	None	
I(0)	مستقرة عند المستوى			0.021	-3.376254	-2.976263	C	LRCTT
				0.0131	-4.218706	-3.587527	Trend,C	
				0.8898	0.858952	-1.953858	None	
I(1)	0.0016	-4.480933	-2.981038	0.6597	-1.199197	-2.976263	C	LRCTH
	0.0081	-4.449030	-3.595026	0.8796	-1.246659	-3.587527	Trend,C	
	0.0001	-4.483159	-1.954414	0.8776	-1.953858	0.789309	None	

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 10

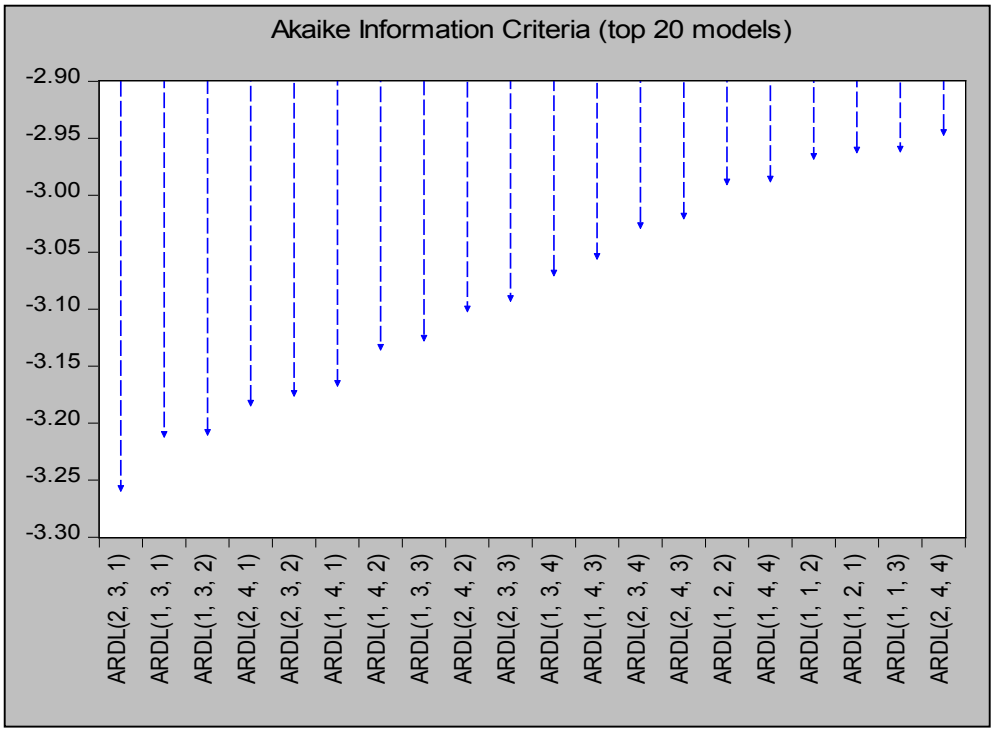
بناءا على نتائج الجدول أعلاه لاختبار الجذور الوحدوية وفق إختبار **(ADF)** يتضح أن القيم المحسوبة بالقيم المطلقة لكل من **(LPIB)** و**(LRCTH)** في المستوى أقل من القيم الحرجة عند مستوى معنوية 5%، ما يقودنا إلى قبول فرضية العدم التي تنص على وجود الجذور الوحدوية وهذا ما يؤكد على عدم إستقرارية السلسلتين الزمنيتين الخاصتين بمتغير **(LPIB)** و**(LRCTH)**، ولكن بعد أخذ الفرق الأول كانت القيم المحسوبة المطلقة أكبر من القيم الحرجة في النماذج الثلاثة، وبهذا تكون السلسلتين مستقرتين في الفرق الأول **I(1)**، بعد قبول الفرضية البديلة التي تنص على عدم وجود الجذور الوحدوية، أما فيما يخص السلسلة الزمنية الخاصة بمتغير **(LRCTT)** فقد أثبتت النتائج أنها مستقرة في المستوى**I(0)** ، بحيث تفوق القيم المحسوبة بالقيمة المطلقة القيم الحرجة في النماذج الثلاثة عند مستوى معنوية 5%، وللتدعيم النتائج المتحصل عليها تم اعتماد اختبار **(PP)** لجذور الوحدة، وكانت النتائج مطابقة لاختبار **(ADF)**، وبهذا نكون قد تأكدنا من إمكانية

تطبيق منهجية الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة (ARDL)، التي تشترط أن تكون درجة استقرارية متغيرات الدراسة من الدرجة **I(1)**، أو عند المستوى**I(0)** أو خليط بينهما. كما تم التأكد من أن المتغير التابع المتمثل في الناتج المحلي الخام أنه مستقر في الفرق الأول، إذ يوضح Pesaran(2001) على ضرورة تكامل المتغير التابع من الدرجة الأولى I(1).[1]

ثانيا: اختيار فترات الإبطاء المثلى لنموذج (ARDL)

من خلال استخدام برنامج **Eviews** وبالاعتماد على معيار(**Akaike Info Criteria**) يتم تحديد فترات الإبطاء المثلى لنموذج **ARDL (n,m,p)**، وذلك بعد تحديد 04 فترات إبطاء تلقائيا لكل متغيرات النموذج، وقد تبين أن النموذج الأمثل هو **ARDL (2,3,1)**، كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (04-11): فترات الإبطاء المثلى لنموذج (ARDL)



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج Eviews 10

[1] MH.Pazaran, Y.Shin & RJ.Smith, **Bounds Teting approaches To the Analysis of level relatiship**, Journal of Applied Econometrics, Vol 16, No 3, June 2001, p 301.

ثالثا: اختبار علاقة التكامل المشترك باستعمال منهج الحدود (Teste of Bounds)

بعد التأكد من درجة تكامل متغيرات الدراسة والتي تسمح بتطبيق منهجية الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة **(ARDL)**، يمكننا المرور إلى الخطوة الموالية والمتمثلة في اختبار علاقة التكامل المشترك بين الناتج المحلي الخام وكل من إيرادات القطاع السياحي، وإيرادات قطاع المحروقات في الجزائر، وذلك باستخدام اختبار منهج الحدود **(Teste of Bounds)**، للكشف عن العلاقة التوازنية الطويلة الأجل، لذلك يتم تحويل معادلة النموذج رقم (1) إلى نموذج تصحيح الخطأ الغير مقيد الذي يأخذ الصيغة التالية:

$$\Delta LPIBt = \alpha 0 + \sum_{i=1}^{n} bi\,\Delta LPIBt - i + \sum_{i=0}^{m} ci\Delta LRCTTt - i + \sum_{i=0}^{p} di\Delta LRCTHt - i + \delta 1 LPIBt - 1 + \delta 2 LRCTTt - 1 + \delta 3 LRCTHt - 1 + \varepsilon t \ldots\ldots\ldots(2)$$

حيث سيأخذ النموذج قيد الدراسة بعد تطبيق خطوات منهجية *(ARDL)* العلاقة التالية:

$$\Delta LPIBt = -0.1417541 LPIB_{(t-1)} + 0.002995 LRCTT_{(t-1)} + 0.154059 LRCTH_{(t-1)} - 0.051245\,\Delta LPIB(t-1) + 0.053157\,\Delta LRCTT_t - 0.0055086\,\Delta LRCTT_{(t-1)} + 0.008908\,\Delta LRCTT_{(t-2)} + 0.405323\,\Delta LRCTHt$$

أولا سيتم اختبار التكامل المشترك من خلال اختبار الفرضية التالية:

$$\begin{cases} H0: \delta 1 = \delta 2 = 0 \\ H1: \delta 1 \neq \delta 2 \neq 0 \end{cases}$$

حيث أظهر الاختبار النتائج الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04-10): نتائج اختبار منهج الحدود (Teste of Bounds)

فرضية العدم	H0: عدم وجود تكامل مشترك (عدم وجود علاقة توازنية طويلة الأجل)			
مستويات المعنوية	1%	2.5%	5%	10%
قيم الحد الأعلى I(1)	5.3	4.5	3.83	3.19
قيم الحد الأدنى I(0)	3.88	3.22	2.72	2.17
F- Bounds statistic	F=4.7028882			
المقارنة	محصورة بين الحدين الأعلى والأدنى	معنوية	معنوية	معنوية

القرار	عدم القدرة على اتخاذ القرار	رفض الفرضية H0	رفض الفرضية H0	رفض الفرضية H0
النتيجة	وجود علاقة تكامل مشترك			

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 10

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن إحصائية **(F_{Bounds}=4.702882)** عند مستوى معنوية 1% محصورة بين الحدين العلوي والسفلي والمتمثلة في منطقة الشك حيث لا يمكن اتخاذ القرار في هذه الحالة، ولكن هي أكبر من الحدود العلوية للقيم الحرجة المقترحة من قبل **Peasaran & all** (2001) عند مستويات المعنوية 2.5%،5%،10%، هذا ما يقودنا إلى رفض فرضية العدم **H0** وقبول الفرضية البديلة **H1** التي تنص على وجود علاقة تكامل مشترك بين الناتج المحلي الإجمالي وإيرادات كل من القطاع السياحي وقطاع المحروقات في الجزائر، وهذا ما يدل على وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين متغيرات النموذج.

رابعا: تقدير معاملات نموذج الأجل الطويل (Long Run Coefficients)

بعد اختبارنا لعلاقة التكامل المشترك بين متغيرات الدراسة والتأكد من وجود علاقة توازنية طويلة الأمد بين الناتج المحلي الإجمالي وكل من إيرادات القطاع السياحي وإيرادات قطاع المحروقات في الجزائر، يمكننا تقدير معاملات الأجل الطويل لنموذج **ARDL (2,3,1)** حسب ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (04-11): تقدير معاملات الأجل الطويل

المتغير التابع LPIB			
المتغيرات المفسرة	المعاملات	T.statistic	P.value
LRCTT	0.020297	0.054803	0.9569
LRCTH	1.044180	30.632280	0.0021

معادلة الأجل الطويل
Ec= LPIB-(0.0203*LRECTT)+1.0442*LRCTH

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 10

يوضح الجدول أعلاه أن نتائج تقدير معلمات المتغيرات المفسرة للنموذج في الأجل الطويل كانت متوافقة إلى حد بعيد مع واقع الاقتصاد الجزائري، حيث يظهر متغير لوغاريتم إيرادات القطاع السياحي في الجزائر ذو أثر موجب لكن غير معنوي أي (**LRCTT**) لا تفسر التغير في لوغاريتم الناتج المحلي الإجمالي، وقد يفسر ذلك بالسياسات والبرامج السياحية التي انتهجتها الحكومة في سبيل تنمية القطاع السياحي والتي لم تأتي بنتائج إيجابية، حيث عجزت كل السياسات على بلوغ ولو جزء بسيط من الأهداف المسطرة، إذ لا يزال القطاع السياحي يفتقر إلى البنية التحتية والفوقية اللازمة للسياحة في ظل قصور كبير للاستثمار السياحي، الأمر الذي انعكس على حجم الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر إلى جانب ضعف السياحة المحلية إذ يتجه السياح الجزائريين نحو الوجهات الأجنبية خاصة دول الجوار وهذا ينتج عنه استنزاف للعملة الصعبة إلى الخارج أين تفوق إيرادات القطاع الناتجة عن الطلب الأجنبي في الجزائر.

بالنسبة لمتغيرة لوغاريتم إيرادات قطاع المحروقات (**LRCTH**) فهي معنوية إحصائيا وذات أثر إيجابي على لوغاريتم الناتج المحلي الإجمالي في الأجل الطويل، حيث أن ارتفاعها بنسبة 1% يؤدي إلى ارتفاع الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 1.04 %، وهذا ناتج عن الارتفاع الذي قد شهدته أسعار النفط في الأسواق العالمية وإلى طبيعة الاقتصاد الجزائري الريعي الذي يعتمد بالدرجة الأولى على عائدات صادرات المحروقات بنسبة تقارب 97% من إجمالي الصادرات، والتي تعتمد عليها في تمويل كل أنشطتها التنموية، وهذا بالرغم من التراجع الذي تعرفه أسعار النفط في السنوات الأخيرة.

خامسا: تقدير نموذج تصحيح الخطأ الغير مقيد للعلاقة قصيرة الأجل (ECM ARDL)

يكشف معامل حد تصحيح الخطأ **EC $_{(t-1)}$** عن صحة وجود علاقة توازنية طويلة الأجل، ويقيس سرعة التعديل أو التصحيح للقيم الفعلية للمتغير التابع في اتجاه قيمه التوازنية، فهو عبارة عن نسبة الخلل في التوازن في الفترة السابقة **(t-1)** التي يتم تصحيحها في الفترة **(t).**[1]

الجدول رقم (04-12): نتائج نموذج تصحيح الخطأ (ECM ARDL)

المتغيرات	المعاملات	T.statistic	P.Value
D(LPIB(-1))	-0.051245	-0.469891	0.6444
D(LRECTT)	0.053157	1.476389	0.1581
D(LRECTT(-1))	-0.055086	-1.465005	0.1612
D(LRECT(-2))	0.0089908	0.427010	0.6747
D(LRECTH)	0.405323	10.62459	0.0000*
Coint Eq(-1)	-0.147541	-3.970958	0.0010 *

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 10

*معنوي عند1%

تبين نتائج نموذج تصحيح الخطأ أن معامل إبطاء حد تصحيح الخطأ EC (t-1) يتميز بإشارة سالبة وله دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 01%، هذا يؤكد على صحة وجود علاقة تكامل مشترك طويلة الأجل بين لوغاريتم الناتج المحلي الإجمالي ولوغاريتم كل من عائدات القطاع السياحي وقطاع المحروقات، وقد بلغت قيمته **(EC $_{t-1}$= -0.147541)**، وهذا يدل على إمكانية تصحيح انحرافات معدل النمو الطويل الأجل في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 14%، أي حوالي 14% من نسبة الخلل في توازن نمو الناتج المحلي الخام في السنة السابقة يمكن تصحيحها في السنة الحالية، وهذه النسبة تثبت سرعة آلية تصحيح الخطأ، وهذا ناتج عن إدراج إيرادات قطاع المحروقات التي تؤثر بشكل كبير وتسيطر على إجمالي الناتج المحلي في الجزائر، غير ذلك

[1] تمار أمين، **اختبار التكامل المشترك بين معدلات التضخم والاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر للفترة (1990-2016) باستعمال نموذج انحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL**، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، العدد 05، سبتمبر 2018، ص272.

القطاع السياحي لا يساهم في تعديل إختلالات الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر حيث أن لوغاريتم الإيرادات السياحية ليست لها دلالة إحصائية في النموذج وبالتالي عدم تأثيرها على لوغاريتم الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر.

كما نلاحظ بالنسبة لنموذج تصحيح الخطأ أنها تتطابق مع نتائج الأجل الطويل، إذ تتضح عدم معنوية متغير لوغاريتم إيرادات القطاع السياحي الغير مبطئة وينطبق الأمر على لوغاريتم إيرادات القطاع السياحي المبطئة لفترة واحدة كما تأثر بشكل سلبي على لوغاريتم الناتج المحلي الإجمالي، ما يفسر بانخفاض إيرادات القطاع السياحي بالعملة الصعبة مقارنة بإنفاق السياح الجزائريين في الخارج، أما في الفترة (t−2) فتظهر بإشارة موجبة ولكن غير معنوية إحصائيا.

وبالنسبة للمتغير **(LRECTH)** له أثر إيجابي معنوي بدرجة عالية لمتغير لوغاريتم إيرادات قطاع المحروقات في الأجل القصير، وهذا مايؤكد على أن قطاع المحروقات هو المحدد الرئيسي في نمو الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر.

سادسا: الاختبارات التشخيصية للنموذج الدراسة

لتقييم مدى ملائمة النموذج المستخدم في الدراسة، لابد من إجراء بعض الاختبارات الإحصائية والقياسية، حيث تتطلب جودة نموذج (ARDL) خلو الدراسة من الارتباط الذاتي في بواقي معادلة الانحدار، وضرورة الاستقرار الهيكلي لمتغيرات الدراسة، إذ تتجسد أهم هذه الاختبارات فيما يلي:

1- اختبار مضاعف لاجرونج للارتباط التسلسلي بين البواقي (Breuch-Godfrey- Serial correlation LM)

يوضح الجدول التالي نتائج اختبار **(LM-Test)**، التي تشير إلى أن القيم الاحتمالية لكل من قيمة فيشر المحسوبة **(P.value=0.3686)** و **Chi-square (P.value=0.2106)** أكبر من 5 % ،

وهذا ما يقودنا لقبول فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط ذاتي تسلسلي بين الأخطاء في نموذج الدراسة

الجدول رقم(04-13): تنائج اختبار (LM-Test)

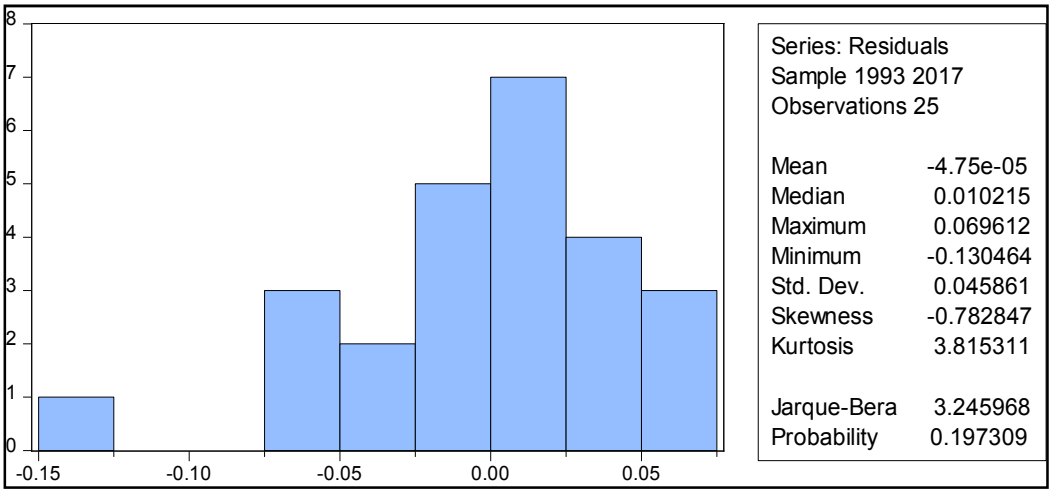
Hetroskedasity Test : ARCH			
F-statistic	**1.067562**	**Prob.F(2.15)**	**0.3686**
Obs*R-squared	**3.115127**	**Prob.Chi-square**	**0.2106**

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 10

2-اختبار التوزيع الطبيعي للأخطاء العشوائية (Jarque Bera)

لاختبار طبيعة توزيع الأخطاء العشوائية، سوف نستعين باختبار **(Jarque Bera)** لاختبار فرضية العدم التي تنص على أن الأخطاء العشوائية تتبع التوزيع الطبيعي، حيث تظهر نتائج الاختبار في الشكل التالي:

الشكل رقم (04-12): إختبار التوزيع الطبيعي للأخطاء العشوائية (Jarque-Bera)



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 10

يشير الشكل أعلاه إلى عدم معنوية القيمة الإحصائية لاختبار (JB) حيث بلغت قيمتها الاحتمالية **(P.value= 0.197309)** وهي تفوق 5%، وبالتالي يمكننا قبول فرضية العدم التي تنص على أن الأخطاء العشوائية تتبع التوزيع الطبيعي.

3- اختبار عدم ثبات التباين المشروط بالانحدار الذاتي (ARCH)

يوضح الجدول قيمة إحصائية اختبار (ARCH) التي تشير إلى عدم رفض فرضية العدم التي تنص على ثبات حد الخطأ العشوائي في النموذج المقدر، حيث تفوق قيمتها الاحتمالية 5%.

الجدول رقم(04-14): نتائج اختبار (ARCH)

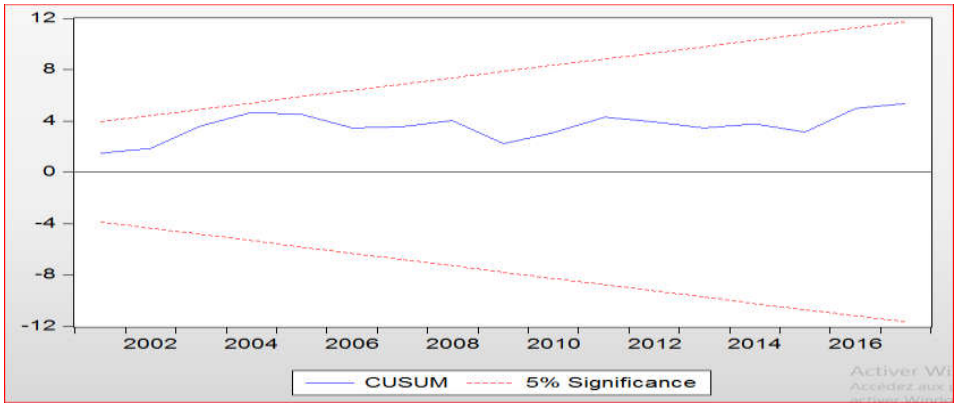
Hetroskedasity Test : ARCH			
F-statistic	**0.738957**	**Prob.F(1.22)**	**0.3993**
Obs*R-squared	**0.779938**	**Prob.Chi-square**	**0.3772**

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 10

4- اختبار الاستقرار الهيكلي لمتغيرات نموذج الدراسة (Cusum ; Cusum of Squares)

للتأكد من مدى استقرار المعلمات في الأمدين القصير والطويل خلال فترة الدراسة بأكملها، يتم تقييم ثبات واستقرار النموذج باستخدام اختبار المجموع التراكمي للبواقي المعاودة **(Cusum)** واختبار المجموع التراكمي لمربعات البواقي المعاودة **(Cusum of Squares)** المقترحان من قبل **Brown & al (1975)**، إذ يتحقق الاستقرار الهيكلي للمعلمات المقدرة إذا كان التمثيل البياني لاحصائية كل من **Cusum** و **CusumQ** تقع داخل الحدود الحرجة عند مستوى معنوية 5%.[1] وبعد تطبيق الاختبارين على نموذج دراستنا أظهرت النتائج الشكلين التاليين:

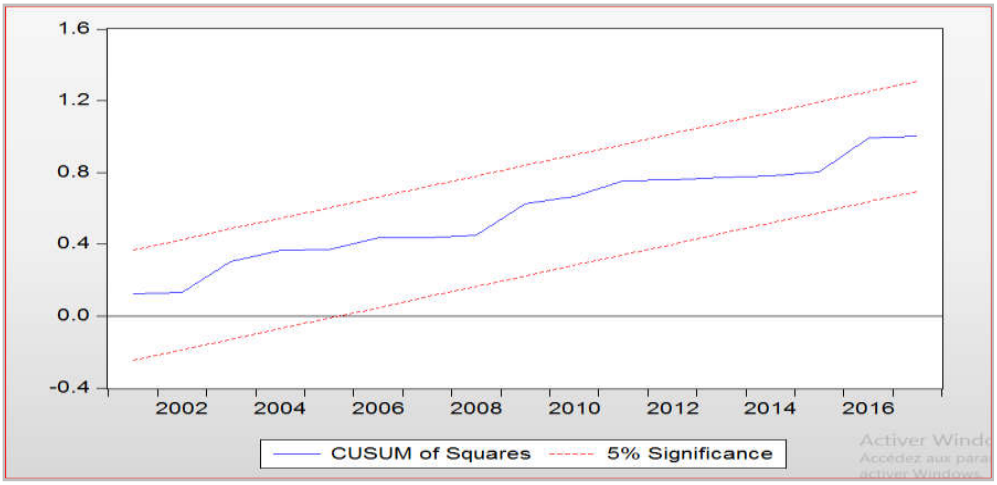
الشكل رقم (04-13): اختبار المجموع التراكمي للبواقي المعاودة (Cusum)



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 10

[1] Sufian eltayeb Mohamed, **Finance-Growth nexus in Sudan " Empirical assessment Based on an application of (ARDL)Model**" , Arab Plannong Institute, Kuwait, p :22.

الشكل رقم (04-14): اختبار مربع المجموع التراكمي للبواقي المعاودة (Cusum Q)



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 10

يكشف اختبار(**CUSUM**) أن خط الرسم البياني لنموذج دراستنا يقع داخل حدود المنطقة الحرجة مشيرا إلى نوع من الاستقرار عند مستوى معنوية 5%، وما يؤكد على ذلك اختبار **(CusumQ)** الذي أظهر نفس النتائج، وبالتالي يتضح أن المعلمات المقدرة للنموذج محل الدراسة تعرف استقرارا وانسجاما هيكليا في الأجلين القصير والطويل.

المبحث الثالث: تشخيص تحديات وسبل ترقية القطاع السياحي في الجزائر

تعترض عملية التنمية السياحية في الجزائر عدة عوامل تحول دون تحقيق الأهداف المسطرة ضمن الإستراتيجيات السياحية المنتهجة، نجد في مقدمتها تلك العوامل التي تعيق السياسة الاستثمارية في القطاع السياحي، وضعف البنية التحية للسياحة في الجزائر، إلى جانب نقص الوعي والثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع الجزائري، وهذا ما سنتناوله في هذا المبحث من خلال تشخيص العقبات التي تواجه تنمية السياحة في الجزائر، إلى جانب أهم الآليات والسبل لترقية وتميز القطاع السياحي وجعله من أهم دعائم التنمية الاقتصادية في الجزائر.

المطلب الأول: عوائق مرتبطة بالتخطيط والاستثمار السياحي في الجزائر

يعاني القطاع السياحي حاله حال القطاعات الاقتصادية الأخرى في الجزائر من مشكل الملكية العقارية كأهم عائق يعترض الاستثمار السياحي في الجزائر، إلى جانب مشكل التمويل خاصة وأن طبيعة المشاريع السياحية تستنزف أموال ضخمة تستوجب الاستعانة بالقطاع الخاص المحلي والأجنبي، إلا أن البيئة الاستثمارية في الجزائر غير مؤهلة لجذب رؤوس الأموال خاصة الأجنبية منها، فمن خلال هذا المطلب سوف يتم التطرق إلى أبرز العوائق التي تعيق الاستثمار السياحي في الجزائر.

أولا: إشكالية العقار السياحي

يمثل العقار السياحي المحدد الأساسي لإنجاح العملية الاستثمارية في القطاع السياحي، نظرا لما يوفره من ضمان واستقرار للمستثمرين في تجسيد مشاريعهم، وقد شغل موضوع العقار السياحي حيزا من الاهتمام من قبل السلطات العمومية منذ الاستقلال أهمها الأمر رقم 62/66 المؤرخ في 02 مارس 1966 المتعلق بالمناطق والأماكن السياحية،[1] والذي حددت بموجبه كيفية تعيين المناطق والأماكن ذات الأولوية السياحية وكيفية ترتيبها وحمايتها، وكذا إصدار القانون رقم 03-03 المؤرخ في 17/ فيفري 2003 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، ويقصد في مفهوم هذا القانون أشكال العقار السياحي التالية:[2]

- **مناطق التوسع السياحي:** كل منطقة أو امتداد من الإقليم يتميز بصفات أو خصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة، مؤهلة لتنمية وإقامة منشأة سياحية، ويمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ؛

[1] الأمر 66-62 المتعلق بالمناطق والأماكن السياحية، المؤرخ في 1966/03/02، ج ج ر رقم 28، الصادرة في 1966/04/08، ص: 326.

[2] القانون 03-03 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، مرجع سبق ذكره، ص:15.

- **الموقع السياحي:** كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب مظهره الخلاب، أو بما يحتوي عليه من عجائب أو خصوصيات طبيعية أو بناءات مشيدة عليه، يعترف له بأهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية، والذي يجب تثمين أصالته والمحافظة عليه من التلف والاندثار بفعل الطبيعة أو الإنسان؛
- **منطقة محمية:** جزء من منطقة التوسع أو موقع سياحي غير قابل للبناء قصد المحافظة على مؤهلاته الطبيعية أو الأثرية أو الثقافية.

وحسب المادة 08 من نفس القانون أسندت مهمة اقتناء وتهيئة العقار السياحي للوكالة الوطنية للتنمية السياحية، وذلك بإعادة بيع أو تأجير الأراضي للمستثمرين داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية المعدة لإنجاز المنشآت السياحية، كما منحها المشرع الأطر القانونية لاستغلال العقار السياحي داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية من خلال ممارسة حق الشفعة، واقتناء العقار السياحي القابل للبناء لدى الخواص بالتراضي بين الطرفين، أو اقتناء هذه الأراضي بنزع الملكية من أجل المنفعة العمومية.

ولكن بالرغم من الإطار التشريعي الذي وضعته الحكومة لاستغلال وتهيئة العقار السياحي إلا أنه يبقى يشكل أهم عائق في تجسيد المستثمرين المحليين والأجانب لمشاريعهم السياحية، هذا بالنظر إلى ندرته وتعقيد الإجراءات اللازمة للحصول عليه والتصرف فيه، ناهيك عن أسعاره المرتفعة بفعل عمليات النهب والمضاربة واستغلال الثغرات القانونية من قبل مافيا الممتلكات العقارية.

هذا ونجد أن العقار السياحي كان ولا يزال يعاني من عدة مشاكل نبرز أهمها فيما يلي:[1]

- سوء التسيير فرغم وجود الإطار التشريعي إلا أن السلطات لم تستطع مراقبة هذا المورد لكونه يسير من عدة منتجين (الوكالات العقارية، الجماعات المحلية، الإدارات السياحية...) مما أدى

[1] شرفاوي عائشة، مرجع سبق ذكره، ص: 177.

إلى تسيير فوضوي لا يسمح للإدارة بالتصرف في أخذ قرار منح الأراضي وإقرار سياسة مناسبة للتنمية السياحية.

- عدم دقة الدراسات في المرحلة الأولى المتعلقة بالموارد السياحية بسبب نقص الاعتمادات المالية الممنوحة لهذا الغرض مما أدى إلى وضعية صعبة وغير ثابتة للحماية والتحكم في العقار الخاص بمناطق التوسع السياحي مما ساهم في الإقامات الفوضوية والبناءات غير شرعية والإضرار بالطبيعة والمواقع السياحية؛
- تأخر في تحضير مناطق التوسع وتهيئتها بسبب نقص إمكانيات الدراسات نتيجة لقوة وحجم إنجاز منشآت الاستقبال إضافة إلى ظهور السكنات الدائمة والنشاطات الغير المتوافقة مع الطابع الإيكولوجي لهذه المناطق التي تقلل من قيمتها وغايتها السياحية؛
- المضايقات التي يواجهها المتعاملون للحصول على قطع أراضي والانتفاع بها فأمام صعوبة الحصول عليها، ظهر تأخر كبير في وتيرة إنجاز المشاريع الاستثمارية لعمليات المضاربة المتعلقة بقطع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي وذلك خرقا للتشريع المتعلق بالبيئة والتعمير والعقار السياحي مما أدى إلى ارتفاع أسعار العقار السياحي وعزوف القطاع الخاص عن الاستثمار فيه (أجنبي ومحلي)، حيث بلغت طلبات الاستثمار السياحي 2% فقط من مجموع طلبات الاستثمار فمبلغ الحصول واقتناء العقار السياحي يصل وحده إلى 30 % من قيمة الاستثمارات الإجمالية؛
- عدم التطبيق الصارم والفعلي للتنظيم الخاص بحماية مناطق التوسع السياحي فسن القوانين وحده لا يكفي، فأهمية القانون تأتي عند تطبيقه على أرض الواقع واتخاذ إجراءات ردعية ضد المضاربين ومدمري البيئة.

هذا وبالإضافة إلى احتكار البلديات للأراضي وفرض أسعار إدارية ساهمت في انتشار مشكلة المضاربة في العقار، بالإضافة إلى تحويل جزء من الأراضي خصصت لتشجيع الاستثمار وأدرجت بطرق مختلفة وغير قانونية ضمن المساحات المخصصة للبناء.[1]

ثانيا: قصور تمويل الاستثمارات السياحية

أشار وزير السياحة والصناعة التقليدية على تعثر انطلاق 540 مشروع سياحي بسبب مشكل التمويل نهاية سنة 2017، ما يمثل 50% من نسبة الاستثمارات السياحية المعتمدة في الجزائر، بالرغم من التحفيزات الممنوحة في هذا المجال ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة، أين عقدت وزارة السياحة عدة اتفاقيات مع مجموعة من البنوك لتمويل المشاريع السياحية في حدود 70% من التكلفة الإجمالية للمشروع، إلا أن القروض الممنوحة من حيث آجال الاستحقاق ومعدلات الفائدة لا تتناسب مع طبيعة الاستثمارات السياحية التي تتطلب قروض طويلة الأجل نظرا لطول فترة إنجازها، ومردوديتها التي تحقق على المدى الطويل.

وانطلاقا مما سبق نجد أن الاستثمارات السياحية تتميز بنوع من الخصوصية مقارنة بباقي الاستثمارات، والمتمثلة فـــي:[2]

- مدة تنفيذ المشاريع السياحية طويلة نوعا ما حيث تصل إلى 5 سنوات؛
- المشاريع السياحية تتطلب مبالغ ضخمة وذات أسعار فائدة مرتفعة، وهذا ما يحول دون وصول الاستثمارات إلى مناطق التوسع السياحي التي شهدت ومازالت تشهد تداول الأجانب عليها دون أن يفضي ذلك لاستثمارات حقيقية؛

[1] بن زيد فتحي، **أهمية العقار السياحي والإشكالية المرتبطة به**، مجلة تشريعات التعمير والبناء، العدد 02، جوان 2017، ص:67.

[2] نجار حياة، **واقع آليات تمويل الاستثمارات السياحية ودورها في تطوير الصناعة السياحية في الجزائر**، مجلة أوراق اقتصادية، العدد 01، ديسمبر 2017، ص: 194.

- طول الآجال الخاصة بالوصول إلى مرحلة المردودية والتي تمتد إلى ثلاث سنوات انطلاقا من بداية سير المشروع، وبالتالي فالمشروع السياحي لا يدخل مرحلة المردودية إلا بعد مرور حوالي 08 سنوات، حيث يكون رأس المال مقيدا ومجمدا في شكل بنايات وتجهيزات، هذا ما يجعل القروض البنكية المقدمة للاستثمارات السياحية لا تتماشى مع وضعية هذا النوع من الاستثمارات التي تحقق أرباح تغطية القروض على المدى الطويل، مما يشكل عائق أمام الحصول على التمويل المصرفي للمشاريع السياحية.

والاستثمار السياحي في الجزائر يعاني من عوائق مالية تحول دون ازدهاره تتمثل فـــــي:[1]

- ضيق السوق المالية في الجزائر وعدم اندماجها مع الأسواق المالية العالمية وحداثة نشأتها، وبعد مرور عدة سنوات على بورصة القيم لا تزال عدد المؤسسات السياحية والفندقية التي تنشط في البورصة منحصرا في مؤسسة واحدة وهي فندق الأوراسي؛
- نظام مالي لا يتسم بالفعالية وغير قادر على التأقلم مع متطلبات المستثمرين بحيث هناك صعوبات في العمليات الجارية (تحويل، مسك حسابات، تحرير الأموال المودعة).
- القروض الممنوحة لتمويل الاستثمار السياحي لا تأخذ بعين الاعتبار خصوصيته، وتبقى غير محفزة لسببين هما:

– منح قروض قصيرة ومتوسطة الأجل لا تتناسب مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يحتاج إلى قروض طويلة الأجل؛

– القروض المقدمة من قبل البنوك هي قروض متماثلة فهي لا تفرق بين الأنشطة التجارية وبين الاستثمار في المشاريع الاقتصادية ذات المردودية المؤجلة، بل حتى الأنشطة التي

[1] حاج الله حيزية، **الاستثمارات السياحية في الجزائر**، رسالة مقدمة لنيل درجة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02، 2006، ص:218.

تنتمي إلى نفس الفرع (فنادق، مطاعم، وكالات سفر، مخيمات،...)، يتم معالجتها بنفس الطريقة رغم اختلاف الحاجة إلى التمويل الخاص بكل نشاط.

ثالثا: كثرة وتعقيد الإجراءات الإدارية وانتشار الفساد الإداري وغياب الشفافية

رغم التسهيلات التي تقدمها الجزائر للمستثمر السياحي، إلا أن الواقع يكشف أن الإجراءات التي تنص عليها القوانين الجزائرية يضطر المستثمر من خلالها إلى أداء 14 مرحلة كاملة قبل الوصول إلى إنشاء مؤسسته، مع العلم أن المستثمر في كل من تونس والمغرب يمر بمراحل مابين 5 إلى 9 مراحل إدارية. [1]

وعلى الرغم من سلسلة التوجيهات والتوصيات بشأن تبسيط الإجراءات الإدارية وتسريع الخدمات العمومية، إلا أن ثمة جملة من العوائق الإدارية والتنظيمية، رسخت انطباعا سيئا لدى المستثمرين، يمكن إجمالها فيما يلي: [2]

- عدم وضوح بعض النصوص القانونية، الأمر الذي سمح للمعنيين بتطبيقها بطريقة انتقائية ومتباينة بين منطقة وأخرى؛
- غياب هيئة مكلفة بإدارة الاستثمارات الأجنبية فقط؛
- تداخل الصلاحيات بين الهيئات، وعدم القدرة على تحديد المسؤوليات بدقة؛
- تعقد وبطئ الإجراءات الإدارية حيث أن عملية تسجيل مؤسسة تتطلب 18 إجراء، 93 يوما في المتوسط، و130 يوما للحصول على رخصة بناء، و35 يوما لرخص أخرى؛
- صعوبة توفير الخدمات الأساسية للمستثمرين، مثل الماء الكهرباء والغاز، خطوط الهواتف وقنوات الصرف الصحية؛

[1] فقير سامية، لعروم محمد أمين، **آليات تنفيذ الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030**، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي الأول حول آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، المركز الجامعي بريكة، يومي 30/31 أكتوبر 2017، ص: 07.

[2] وصاف سعيدي، محمد قويدري، **واقع مناخ الاستثمار في الجزائر، بين الحوافز والعوائق** ، العدد 8، 2008، ص:47.

- تعقد وطول الإجراءات الجمركية، حيث أن عملية جمركة آلات ومعدات مستوردة تتطلب في المتوسط 12 يوم، ويرجع ذلك بالأساس إلى أن أغلب الواردات تصل إلى ميناء الجزائر العاصمة الذي يتوقف عن العمل بعد الرابعة مساءا، بالإضافة إلى ضعف التنسيق بين الجهات المعنية (إدارة الجمارك، إدارة الميناء، المكاتب الخاصة المكلفة بتسوية إجراءات العبور،...إلخ).
- عدم كفاءة معدات وتجهيزات الشحن والتفريغ، لكونها لا تزال عمومية، الأمر الذي قد يتسبب في مكوث الباخرة في عرض البحر مدة قد تصل إلى 7 أيام حتى يتسنى لها الدخول إلى الميناء، و7 أيام أخرى للتفريغ؛
- تعدد الرسوم وثقلها، وعدم قدرة مصالح الضرائب على التكيف مع المستجدات.

تؤول كل هذه الإجراءات المعقدة إلى جانب البيروقراطية إلى انتشار الفساد الإداري وما يدفع المستثمرين باللجوء إلى سلوكيات غير قانونية وغير مشروعة كالرشوة ،الوساطة، الاختلاس والمحسوبية.

وتؤدي ظاهرة الفساد الإداري إلى عزوف المستثمرين على الاستثمار نظرا للصعوبات والعراقيل التي يتعرضون إليها من جراء هذه التصرفات، ضف إلى ذلك فإن انتشار الفساد يقضي على التنافسية والمعاملة العادلة، ويؤدي إلى انتشار الجرائم الاقتصادية، كما يعمل كذلك على عدم توفير الشفافية في المعاملات التي لها علاقة بالاستثمار.[1]

فحسب مؤشر مدركات الفساد الصادر عن منظمة الشفافية الدولية، صنفت الجزائر سنة 2017 ضمن الدول الأكثر فسادا، حيث جاءت في المركز 112 عالميا من بين 180 دولة شملها المسح بدرجة 33 من أصل 100، أما ترتيبها في منطقة الشرق الأوسط والمغرب العربي فجاء في المركز

[1] عويذان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص: 222.

10 من بين 20 دولة عربية، وتتفوق عليها كل من تونس والمغرب بدرجة 42 و 40 على التوالي، كما احتلت الإمارات العربية المتحدة المركز الأول بدرجة 21 لتحتل بذلك المرتبة 71 عالميا، وهذا حسب ما توضحه بيانات الجدول التالي:

الجدول رقم (04-15): ترتيب الجزائر في العالم العربي ضمن مؤشر مدركات الفساد لسنة 2017

الترتيب	الدولة / المنطقة	الدرجة
21	الإمارات العربية المتحدة	71
29	قطر	63
57	المملكة العربية السعودية	49
59	الأردن	48
68	عمان	44
74	تونس	42
81	المغرب	40
85	الكويت	39
103	البحرين	36
112	الجزائر	33
117	مصر	32
122	جيبوتي	31
143	لبنان	28
143	موريتانيا	28
148	جزر القمر	27
169	العراق	18
171	ليبيا	17
175	السودان	16
175	اليمن	16
178	سوريا	14
180	الصومال	9

المصدر : منظمة الشفافية الدولية (TSA)، متوفرة على الرابط:
https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017 , consulté le: 17/09/2019.

ثالثا: تضارب وتشتت الاختصاصات بين الوزارات

هناك تضارب في الاختصاصات بين الوزارات المختلفة، كالتداخل الموجود بين اختصاصات وزارة الشؤون الدينية والأوقاف ووزارة السياحة والصناعة التقليدية فيما يخص الإشراف والرقابة وتنمية السياحة الدينية، فبينما تختص الأولى بالإشراف على إدارة المساجد ومن بينها المساجد الأثرية، فالثانية تقول بأن المحافظة على الآثار الدينية وتطويرها يعتبر من صميم اختصاصاتها، وحتى وزارة الثقافة تقوم أيضا بعدد من الأنشطة التي تقع في دائرة اختصاصها، كترميم المساجد والآثار والتنقيب عن الآثار بالتعاون مع هيئة الآثار وإنشاء المعارض السياحية في الداخل والخارج والإشراف على المتاحف الأثرية، بالإضافة إلى أن الهيئة المشرفة مباشرة على القطاع السياحي لم تعرف استقرار في شكل ووضع واحد لعدة سنوات، فنجد أنها أخذت عدة أشكال، وبعض الأحيان

يتم منحها صلاحيات وسحبها منها أحيانا أخرى، وبطبيعة الحال يؤثر هذا التغيير وعدم الاستقرار في الهيئة المشرفة مباشرة على قطاع السياحة.[1]

رابعا: ضعف دور الصناعات التقليدية والحرف في دعم التنمية السياحية

تعكس الصناعة التقليدية الرصيد الثقافي والبعد الحضاري والتاريخي للمجتمعات، كما تمثل فرصة حقيقية لدعم صناعة السياحة في الجزائر باعتبارها منتجا سياحيا هاما، حيث اتجهت الجهود في السنوات الأخيرة إلى توفير مختلف آليات الدعم والتشغيل التي تهدف إلى ترقية الصناعة التقليدية وتشجيع الحرفيين على إنشاء مؤسسات مصغرة ذات الطابع الحرفي، والتي من شأنها المساهمة في إنعاش قطاع السياحة باعتبار أن الصناعة التقليدية والحرف من أهم المنتجات السياحية، خاصة وأن الجزائر تتسم بغنى وتنوع منتجات الصناعة التقليدية، حيث بلغ عدد الأنشطة الحرفية نهاية 2017 حوالي 339 نشاط موزعة على مجالات مختلفة، أهمها النسيج والزرابي، الخزف الفني والفخار، النحاس واللباس التقليدي.

وعلى الرغم من التطور الذي شهده قطاع الصناعة التقليدية في إطار إستراتيجية التنمية السياحية لقطاع الصناعة التقليدية لآفاق 2010 والإستراتيجية الحالية رؤية 2020، إلا أن القطاع لم يرقى إلى المستوى المطلوب، ولا يزال يعاني من نقائص عديدة تعيق من التنظيم الفعال للحرفيين وأنشطتهم.

ويمكن حصر أبرز الصعوبات التي تحد من نمو وتطور قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر في النقاط التالية:[2]

[1] عبد الرحماني سهام، **معوقات الإستثمار السياحي في الجزائر وسبل ترقيته**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني السابع حول مقومات وتحديات الاستثمار في القطاع السياحي بالجزائر، جامعة آكلي محند ولحاج بالبويرة، الجزائر، يومي09-10 جانفي 2017، ص:11.

[2] بوحديد ليلى، عقون شراف، **واقع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر وآليات ترقيتها، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات**، المجلد 5، العدد 01، جوان 2019، ص: 186.

- نقص المواد الأولية الضرورية لبعض الحرف والصناعات التقليدية (الدباغة، الصوف، الطين، مواد الحلي التقليدية،...إلخ)، مما يؤدي بالحرفيين إلى التنقل إلى الولايات المجاورة لجلب هذه المواد؛
- إشكالية تسويق المنتوج التقليدي؛
- نقص في عدد الجمعيات الحرفية في قطاع الصناعة التقليدية مما انجر عنه عدم تنظيم الحرفيين؛
- المنافسة الحادة من قبل منتجات الصناعة التقليدية للعديد من الدول؛
- عراقيل التمويل البنكي (فترة منح القروض طويلة والتي في معظمها تتعدى تسعة أشهر مما يؤدي بحاملي المشاريع التخلي عن مشاريعهم)؛
- مشكلة المحلات ذات الطابع المهني والحرفين، حيث معظمها تتواجد بمواقع لا تليق بترويج منتجات الصناعة التقليدية سواء من ناحية الحجم أو الموقع؛
- استبعاد الحرفيين من الاستفادة من حصص الصفقات الممنوحة لمؤسسات الإنجاز مما يضطر إلى الشطب من سجل الصناعة التقليدية والحرف؛
- عزوف مقولات الإنجاز عن المنتوج المحلي للصناعة التقليدية مثل الرخام، الجبس والخشب،...إلخ؛
- دخول منتجات أجنبية بطرق غير شرعية وبيعها بأسعار منخفضة رغم النوعية الرديئة للمنتوج، مما فتح أبواب واسعة أمام المنافسة الغير شريفة؛
- ارتفاع نسبة الأعباء الجبائية (6%و12%) والتي تعيق استمرار الحرفيين في مزاولة نشاطاتهم مقابل انخفاض في تسويق منتجاتهم نتيجة انعدام فضاءات للبيع والتسويق.

- عدم توفر وسائل النقل لتمكين الحرفيين من المشاركة في الصالونات الجهوية والوطنية نتيجة التكاليف المالية الباهضة.

إلى جانب كل هذه الصعوبات نجد مشكل التمويل، فمن النادر أن يستفيد الحرفيين من القروض البنكية، باعتبار أن مشاريع الصناعة التقليدية والحرف غير مضمونة الربح خاصة وأن الحرفي يجد صعوبة في تسويق منتجه، وفي حال استفادة الحرفي من هذه القروض فغالبا ما تتطلب آجال طويلة للحصول عليها بالإضافة إلى عبء الفوائد على القروض،الأمر الذي يعيق مزاولة الحرفيين لمشاريعهم المصغرة.

المطلب الثاني : عوائق مرتبطة بالتسويق والمستوى الخدماتي والثقافي للسياحة

تعترض القطاع السياحي جملة من النقائص والمعوقات المرتبطة بتسويق وجهة الجزائر السياحية وتغيير الصورة السلبية التي كرستها الأوضاع الأمنية خلال العشرية السوداء، هذا إلى جانب نوعية الخدمات السياحية المقدمة التي لا تواكب المعايير الدولية، وضعف البنية التحتية والفوقية للسياحة، ونقص الوعي السياحي لدى المجتمع الجزائري، كل هذه العوامل ساهمت دون شك في تعميق تردي القطاع السياحي في الجزائر وهذا ما سنحاول التطرق إليه من خلال هذا المطلب:

أولا: عجز تسويق وجهة الجزائر السياحية

في ظل المنافسة الشديدة للوجهات السياحية واكتساح التكنولوجيات الحديثة والاتصالات الرقمية وما تمليه من ضرورة التسويق السياحي للظفر بأكبر عدد ممكن من الوفود السياحية وحجز مكانة في الساحة الدولية، إلا أن الجزائر تعاني تأخرا فادحا في مجال التسويق السياحي والتعريف بوجهة الجزائر السياحية وما تتميز به من مقومات فريدة ومتميزة يجهلها كل من السائح المحلي والأجنبي.

حيث تتعدد المشاكل التسويقية في القطاع السياحي الجزائري، وتتجلى أبرزها فيما يلي:[1]

- محدودية المعلومات التسويقية والترويجية للمنتوج السياحي الجزائري لدى واضعي البرامج الوطنية من ناحية والزبائن في الأسواق العالمية من ناحية أخرى، وغياب المعلومات المرتدة من السياح أنفسهم حول وجهة نظرهم في الخدمات المقدمة وأسعارها والمشاكل التي تواجههم أثناء تواجدهم في المنطقة السياحية؛
- التركيز على الأسواق السياحية التقليدية، وضعف الأدوات والوسائل للدخول إلى الأسواق الجديدة؛
- محدودية المشاركة الجزائرية وخاصة القطاع الخاص في المعارض والمؤتمرات السياحية العالمية؛
- غياب ورش العمل والمحاضرات واللقاءات الكفيلة بالتعريف بالمنتوج السياحي الجزائري في الدول المصدرة للسياح؛
- ضعف الجهود التسويقية والحملات الترويجية في الأسواق العربية؛
- غياب سياسة واضحة للأسعار ملتزم بها في المهن السياحية، مع عدم ميل الأفراد للخدمة في الفنادق والمطاعم؛
- عدم اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بالتنمية الثقافية السياحية داخل الدول فيما يتعلق مثلا بتوضيح أهمية دور السياحة بالنسبة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية وتعريف الجماهير بفرص ومناطق الجذب السياحي وكيفية الاستفادة منها وطرق التعامل مع السياح.

[1] عميش سميرة، **دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015**، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس ، سطيف، الجزائر، 2015، ص:209.

ثانيا: ضعف أداء وكالات السياحة والأسفار وغياب تحكمها في التقنيات الجديدة في السوق

تعتبر وكالات السياحة والأسفار من أهم المنشآت السياحية التي تلعب دورا بارزا في تنمية وترقية حركية النشاط السياحي، إلا أن هذه الوكالات تعترض مهامها جملة من النقائص والعراقيل التي تحول دون تحقيق المهام المنوط لها على أكمل وجه، حيث تتمثل أهم هذه العراقيل فيما يلي:

- عدم وجود ميثاق يحكم ويضبط مهنة وكالات السياحة والأسفار؛
- الافتقار إلى الأساليب الحديثة التي تحكم السوق السياحية الدولية، وعدم التكيف مع الأساليب العصرية للسياحة الإلكترونية؛
- تنشط نسبة 80% من إجمالي الوكالات السياحية الوافدة المرتبطة بالحج والعمرة، و10% منها للحجز والتذاكر، أما السياحة الاستقبالية فتمثل 10% والممثلة في وكالات الجنوب غير أن أغلبية السياح الأجانب في الجنوب يخضعون لوكالات السياحة والأسفار الأجنبية.

ثالثا: ضعف البنى التحتية والهياكل المرتبطة بالسياحة

تعود طبيعة ضعف النشاط السياحي في الجزائر بالدرجة الأولى إلى ضعف البنى التحتية، من شبكة النقل وما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وضعف الهياكل السياحية باختلاف أنواعها، الأمر الذي ينعكس سلبا على العرض السياحي في الجزائر، فمن خلال الجدول الموالي سنوضح أهم نقائص البنية التحتية للسياحة في الجزائر :

الجدول رقم (04-16): أهم نقائص البنية التحتية المتعلقة بالسياحة

نوعية متدنية للنقل وعدم إتاحته وغلائه	هياكل استقبال سياحية غير كافية وذات نوعية رديئة
– عدم القدرة على توفير وسائل النقل بالكمية والنوعية المطلوبة والتنوع المرغوب فيه من طرف السياح؛ – خدمات النقل الجوي رديئة خاصة الوجهة الصحراوية، مع عدم وجود التنسيق الكافي في المطارات؛ – سيطرة الخطوط الجوية الجزائرية على النقل الجوي ساهم في تدني مستوى الخدمات مع ارتفاع كبير في أسعار التذاكر مقارنة بشركات الطيران العالمية.	– عجز فيما يخص هياكل الاستقبال، الفنادق والمطاعم ذات الجودة والأصالة (originalité)؛ – فنادق وهياكل استقبال مهملة، بدون تأهيل ومرتفعة الثمن نسبيا بالنسبة للسائح الوطني؛ – 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية
ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السياحة	**ضعف أداء البنوك وعدم تكيفها مع المستجدات**
– عدم كفاية المواقع الإلكترونية للدعاية والجذب السياحي؛ – السياحة الإلكترونية غير مفعلة أو غائبة باعتبار أن المواقع الإلكترونية المتوفرة لا تتيح الحجز على الخط أو الدفع؛ – انعدام القنوات التفاعلية الاتصالية بين العارضين وطالبي الخدمات السياحية؛ – عدم القدرة على التكيف مع عصر المعلومات.	– عدم الاعتماد على وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة على مستوى البنوك والفنادق؛ – عدم وجود مكاتب صرف العملات وتعقيد المعاملات المالية؛ – عدم التركيز على دعم وتمويل الاستثمارات السياحية من طرف البنوك.

المصدر: حمزة بوكفة، عمار زودة، **واقع وآفاق السياحة في الجزائر وتنافسيتها بناءا على تقرير تنافسية السياحة العالمي 2017**، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، العدد05،2018، ص:37

رابعا: ضعف الأمن السياحي

يتأثر الطلب السياحي بشكل كبير بالمشاكل الأمنية وعدم الاستقرار السياسي والحروب والانقلابات، فالجزائر تأثرت صورتها السياحية بمظاهر الإرهاب التي عاشتها خلال تسعينيات القرن الماضي، وأصبحت في عزلة دولية بعدما تكونت فكرة أن الجزائر بلد غير آمن، الأمر الذي أثر كثيرا على الطلب السياحي الوافد للجزائر، وبعد التحسن التدريجي للوضع الأمني مطلع الألفية الثالثة انتعشت السياحة الوافدة إلى الجزائر إلا أن الانفلات الأمني وموجة الاحتجاجات الاجتماعية والسياسة التي شهدتها الدول العربية أمثال تونس، ليبيا، سوريا ومصر أواخر سنة 2010 أثرت على التوجه السياحي للدول العربية عامة، هذا وبالإضافة إلى الخطر الزاحف من الحدود الجزائرية نتيجة الأزمة الأمنية التي تعيشها مالي، واستفحال ظاهرة اختطاف السياح الأجانب في بعض الدول الحدودية، والتي أثرت بدورها بشكل كبير على السياحة الصحراوية في الجزائر.

كما لا يقتصر عامل الأمن السياحي على التوترات السياسية والهجمات الإرهابية بل يمتد إلى أوسع من ذلك فمثلا نجد ظاهرة التحايل على السياح من قبل المؤسسات السياحية كوكالات السياحة والأسفار والفنادق وغيرها، بالإضافة إلى الخطر المحدق بالشواطئ الجزائرية والسلوكيات التي تشهدها كالاستغلال الغير رسمي لها والتجاوزات المسجلة على مستوى حظائر السيارات التابعة لها والتعدي على تعليمات السلطة العمومية، كل هذه العوامل تؤدي إلى عزوف السياح الأجانب والمحليين على حد سواء عن الوجهة السياحية الجزائرية.

وفي إطار مكافحة الجرائم السياحية بشتى أنواعها،عملت المديرية العامة للأمن الوطني إلى استحداث فرق "الشرطة السياحية" التي أوكلت إليها مهمة ضمان سلامة أمن السياح وحماية ممتلكاتهم طيلة فترة إقامتهم ببلادنا، حيث تم تنصيب فرق خاصة تضم عدد من أعوان الشرطة، باختلاف الموقع الجغرافي للولاية وحجم السياح الذين يقصدونها سنويا، ويباشرون عملهم تحت

إشراف ضابط شرطة مؤهل، بعد الاستفادة من تكوين دقيق في ذات التخصص،[1] إلا أن هذا الإجراء لم يعمم على كافة التراب الوطني إنما اقتصر على المدن الكبرى خاصة الساحلية منها على غرار الجزائر العاصمة، عنابة ووهران.

خامسا: نقص الوعي والثقافة السياحية في المجتمع الجزائري

ظهر مصطلح الوعي السياحي في الآونة الأخيرة باعتباره أهم شكل من أشكال الوعي الاجتماعي ويعرف على أنه " إدراك الفرد لمقومات الجذب السياحي سواء الطبيعية أو البشرية وفهمه لخصائص النشاط السياحي وأنواع السياحة وتقييمه لفوائدها الاقتصادية وتقديره لمشروعات التنمية احترامه وحسن معاملته وحفاظه على الثروات السياحية ومشاركته الإيجابية في النشاط السياحي".[2]

أما عن الثقافة السياحية فهي "امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المشتملات والمظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح".[3]

بناءا على التعريف السابق يتضح بأن بناء المجتمع المثقف سياحيا يساهم في المشاركة الفعالة للمجتمع المحلي في النشاط الاقتصادي، حيث لا يمكن قيام صناعة سياحية دون إشراك المورد البشري الذي يعتبر أساس نجاح القطاع السياحي باعتباره قطاع خدمي يعتمد بالدرجة الأولى على المورد البشري، ويكمن ذلك في إدراك الفرد المضيف لحجم المكاسب التي يمكن أن تعود

[1] العايب نصر الدين، شعابنة إيمان، **الجريمة السياحية وأساليب مكافحتها في التشريع الجزائري**، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الخامس حول التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية والمجتمعية بالجزائر، جامعة الطارف، الجزائر، يومي 6/5 ماي 2014، ص: 10.

[2] زكي داليا محمد تيمور، **الوعي السياحي والتنمية السياحية 'مفاهيم وقضايا'**، ط1، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، القاهرة، 2008، ص: 111.

[3] هناء حامد زهران، **الثقافة السياحية وبرامج تنميتها**، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 2004، ص:24.

على البلد، وضرورة حفاظه على الإرث السياحي والثقافي مع التمسك بالقيم الاجتماعية والسلوك الذي لابد أن يتحلى به اتجاه السائح. الأمر الذي يساهم في تحسين صورة الوجهة السياحية للبلاد. إلا أن الصورة التي رسمت عن ممارسة السياحة في أذهان المجتمع الجزائري، والعديد من المخاوف التي قد تؤدي إلى ظهور بعض الأساليب التي تؤثر على القيم الاجتماعية والدينية، أصبحت من الجوانب السلبية التي تحد من فعالية القطاع السياحي ومساهمته في تحقيق المكاسب الاقتصادية التي تعكس حجم المقومات السياحية التي تتميز بها الجزائر.

وفي جانب آخر نجد سلوكيات بعض الفاعلين والعاملين في القطاع السياحي والقطاعات المتصلة به، فيما يخص معاملة السياح المحليين أو الأجانب بداية من الاستقبال مرورا إلى مختلف الخدمات التي تكون دون المستوى والتي تمنع السائح من العودة إلى نفس المقصد السياحي.

ولعل أهم الأسباب التي أدت إلى إنتاج ثقافة وطنية سلبية بالنسبة لممارسة الأنشطة السياحية في الجزائر، هـــي:[1]

- غياب دراسة واضحة عن الأجهزة المسئولة عن النوعية السياحية في كل منطقة من قبل وزارة السياحة باعتبارها صاحبة الاختصاص في القطاع السياحي، سواء كان ذلك على مستوى الجماعات المحلية أو الهيئات الجهوية؛
- عدم التركيز على وضع خطة عمل مشتركة بين الأجهزة الخاصة بنشر الثقافة السياحية والأجهزة الأخرى المعينة لها من وسائل الإعلام المختلفة، سواء المسموعة أو المرئية أو المكتوبة؛
- ضعف غرس الإحساس والإدراك السياحي لدى الأفراد منذ نشأتهم في مختلف الأطوار التعليمية المختلفة؛

[1] عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص: 231.

- غياب التنسيق بين القطاعات الإنتاجية والخدمية التي تتداخل أعمالها مع النشاط السياحي،
- صعوبة التعامل مع السياح الأجانب من قبل المحليين نظرا لاختلاف اللغات بينهم؛
- غياب دور المجتمع المدني كالجمعيات والمنظمات السياحية في لعب دورها في نشر الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري وتعريفه بالمناطق والمواقع السياحية في بلاده.

سادسا: تدهور المحيط الثقافي والطبيعي

رغم صدور قوانين التنمية السياحية المستدامة (قانون استغلال واستعمال الشواطئ السياحية، قانون حماية وتهيئة المناطق السياحية)، إلا أن الجزائر تعرف خروقات كثيرة في مجال الحفاظ على البيئة، والموارد السياحية، وسوء استغلال وتسيير الموروث الثقافي، فغياب الوعي لدى الجزائريين يدفعهم في بعض الأحيان إلى الإضرار بالطبيعة دون قصد وأحيانا عن قصد، ومن بين المظاهر المنتشرة نجد:[1]

- البناء الفوضوي في المناطق السياحية، وانتشار النشاطات التجارية الغير مرخصة؛
- الاستغلال السيئ للشواطئ التي تعاني من الاكتظاظ والازدحام في مواسم الاصطياف بسبب نقص المرافق الضرورية، مما ينعكس سلبا على نظافة الشواطئ؛
- سرقة رمال الشواطئ والصحراء لاستغلالها في البناء؛
- تلوث مياه الشواطئ بسبب التخلص من النفايات فيها دون مراعاة الشروط العلمية في إتلافها، والتخلص منها في البر والبحر؛
- تعرض الغابات للسرقة والإتلاف بسبب الحرائق التي تتعرض لها هذه الغابات في الصيف بسبب الإهمال من المواطنين؛
- الصيد العشوائي والغير المرخص الذي أدى إلى الإضرار ببعض الطيور والحيوانات؛

[1] عقون سعاد، مطالي ليلى، **متطلبات تحقيق التميز السياحي في الجزائر بين المقومات والمعيقات**، مجلة أوراق اقتصادية، المجلد 03، العدد 01، جوان 2018، ص:33.

- الانتشار العشوائي للبنايات في المدن دون طابع عمراني مميز ودون التفكير في إقامة أماكن ومناطق خضراء مما أفقد المدن طابعها العمراني والجمالي.

المطلب الثالث: سبل ترقية القطاع السياحي في الجزائر

انطلاقا من تشخيصنا للعراقيل التي تعترض تنمية القطاع السياحي في الجزائر، لابد من تسطير آليات وإجراءات تأطير القطاع السياحي وتفعيل دوره التنموي، من خلال ضمان استغلال وتثمين المتاحات المميزة التي تزخر بها الجزائر، وترقية صورتها السياحية لحجز مكانتها في السوق الدولية، فمن خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى أهم السبل للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.

أولا: تأطير وتمويل المشاريع السياحية

تتم عملية التأطير للمشاريع السياحية عن طريق تكييف التمويل وفقا للخصوصيات التي تميز الاستثمار السياحي، وفي هذا الخصوص يجب تأسيس منتجات مالية ذات خصوصية (قرض فندقي) ويكون ذلك وفق مرحلتين هما:[1]

- **المرحلة الأولى:** في إطار إصلاح النظام البنكي، لابد من العمل على تشجيع إنشاء منتج مالي يسمى (القرض الفندقي)، على مستوى المؤسسات البنكية، يكون متوافقا مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يتطلب قروضا طويلة المدى بسبب خصوصيات استرجاع رأس مال الاستثمارات السياحية؛
- **المرحلة الثانية:** تشجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي والتي يمكن أن تنشئها المؤسسات العمومية الاقتصادية السياحية، شركات التأمين، البنوك، المتعاملون

[1] فرج شعبان، شيخ سعيدة، **معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر وسبل ترقيته**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني السابع حول "مقومات وتحديات الاستثمار في القطاع السياحي بالجزائر"، مرجع سبق ذكره، ص: 14.

الخواص، شركات النقل،...الخ، بالإضافة إلى تخفيض نسبة الفائدة كإجراء إضافي لتشجيع وتحفيز الاستثمارات السياحية.

ثانيا:الإسراع في اكتمال أشغال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحي

ترتبط تنمية القطاع السياحي وإلى حد كبير بنوعية الخطة الوطنية للتنمية السياحية ومدى الالتزام بتوجهاتها الإستراتيجية، فالإسراع في استكمال توجهات المخطط الوطني للتهيئة السياحية على الصعيد المحلي والوطني كفيل بتحقيق نقلة نوعية في سبيل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.

ومن بين أهم الأساليب والإجراءات اللازمة لاستكمال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هـــي:[1]

- انتقاء مكتب دراسات وحيد يشرف على إنجاز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تحت إشراف الوزارة المعنية، ومادام أن عملية التهيئة السياحية هي وظيفة أساسية للوزارة المكلفة بالسياحة يستحسن إنشاء مكتب دراسات متخصص في هذا الشأن؛
- في مرحلة أولى، وقصد المحافظة على العقار السياحي ومنع تحويله أو استعماله في أنشطة لا علاقة لها بالسياحة، يتعين على الوزارة الوصية اتخاذ الإجراءات اللازمة لإصدار مرسوم يقتضي بالحفاظ على كل مناطق التوسع السياحي سواء القديم منها والتي لا تزال صالحة للاستثمار أو الجديدة التي ينبغي تحديدها في أقرب وقت؛
- في مرحلة ثانية، يتم اختيار عدد محدد من مناطق التوسع السياحي تعتبر ذات أولوية في التنمية ويجرى لها الدراسات النهائية اللازمة وكذا أشغال التهيئة السياحية (إنجاز البنى التحتية) قصد وضعها في متناول المستثمرين على المدى القصير والمتوسط في انتظار الانتهاء من تحضير بقية المناطق الأخرى التي سوف تتطلب بكل تأكيد وقتا طويلا وتكاليف كبيرة.

[1] موهوب صالح، مرجع سبق ذكره، ص:163.

ثالثا: تأطير استغلال العقار السياحي

حسب التجارب الدولية فإن أغلب الدول التي تهدف إلى تنشيط القطاع السياحي، تحدد مبلغ رمزي لإيجار العقار، خاصة في فترة الإنجاز وبداية نشاط المشروع، كما أن تسوية ملكية العقار أساسية لحصول المشروع على التمويل فالعقار يعتبر أداة ضمان، وقد بادرت بعض الدول إلى إصدار نوع من عقود الاستغلال لصالح المستثمرين، حيث يمكن أن تباع هذه العقود وتتداول وتستعمل كوسيلة ضمان لدى البنوك مما أعطى دفع قوي لتشجيع الاستثمار السياحي.[1]

وفي هذا المجال تتنازل الدولة في تونس عن العقار السياحي لمدة 30 سنة بأسعار رمزية، ولم تبدأ في تطبيق أسعار السوق في مناطق معينة إلا بعد إنجاز سعة استقبال سياحي تفوق 200000 سرير، أما في المناطق التي ترغب الدولة في إطار التوازن الجهوي فلا تزال الأسعار الرمزية مطبقة إلى حد الآن، وفي مصر يباع المتر المربع الواحد من الأراضي المهيأة داخل مناطق التوسع السياحي بدولار واحد رغم التفوق الذي حققه هذا البلد في هذا المجال.[2]

بالإضافة إلى ضرورة مراجعة القانون 03-03 المؤرخ في تاريخ 19 فيفري 2003 والذي يحدد كيفية منح الامتياز داخل مناطق التوسع السياحي واستغلالها، حيث يفض هذا القانون تحضير مخطط لتهيئة المنطقة قبل منحها للمستثمرين، فقد لوحظ مع مرور الوقت أن هذا القانون أصبح يعرقل الاستثمار بسبب ثقل الإجراءات المتعلقة بإعداد المخطط التهيئة، حيث يحتاج إلى أكثر من سنة ونصف من أجل إعداد الدراسة ثم يتم الموافقة عليه من طرف السلطات ثم تبدأ عملية التأهيل، وبعد ذلك يمنح للمستثمرين من أجل استغلاله، لأن القانون في مواده يشدد على ضرورة منع بناء أي هيكل سياحي داخل مناطق التوسع السياحي قبل إعداد مخطط التهيئة السياحية. مما

[1] بوزاهر نسرين، **تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر**، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وتمويل، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2005، ص:146.

[2] غازيباون علي، قراد ياسين، **معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر وسبل تطويره**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني السابع حول مقومات وتحديات الاستثمار في القطاع السياحي في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص:11.

أدى إلى عزوف الكثير من المستثمرين في الذهاب إلى مناطق التوسع السياحي لما يتطلبه الحصول على الرخص من وقت، مما عرقل تنمية الهياكل السياحية، حيث أن الكثير من المستثمرين يبحثون عن أراضي خارج هذه المناطق لإنجاز مشاريعهم، ولكن نقص العقار جعل عددها قليلا مقارنة بما تحتاجه الجزائر ومقارنة بالأهداف التي وضعتها الحكومة في مخططاتها.[1]

وفي جانب آخر لابد من إعادة الاعتبار للوكالة الوطنية للتنمية السياحية، حيث لم تتوصل بعد إلى التحكم في المهام المنوط لها، بحيث تكتفي بالإشراف فقط، كما أنها لا تملك الموارد المالية اللازمة لاقتناء الأراضي، فلا يمكن لها إنجاز البنى التحتية أو منح قطع أراضي للمستثمرين، لذا يجب منح الوكالة إعتمادات مالية مؤقتة من خزينة الدولة تمكنها من اقتناء الأراضي الواقعة في مناطق التوسع السياحي لاستعمالها في الوقت المناسب. [2]

رابعا:تبسيط إجراءات الدخول والإجراءات الجمركية:

إقرار إجراءات تسهيل دخول السياح الأجانب الراغبين في زيارة الجزائر بحصولهم على تأشيرة الدخول وسهولة استصدارها في مختلف المعابر الحدودية الجوية، البرية والبحرية، حيث تصنف الجزائر من بين الدول الأكثر تشددا في دخول الأجانب إلى أراضيها، إذ تعفى 11 دولة فقط من تأشيرة الدخول أغلبها من الدول الحدودية، في المقابل تسمح المغرب بدخول مواطني 90 دولة إلى أراضيها، و72 دولة بالنسبة لتونس.

بالإضافة إلى ضرورة تسهيل الإجراءات الجمركية لدخول السلع السياحية والموارد التي تدخل ضمن الصناعة السياحية.

[1] فرج شعبان، شيخ سعيدة، مرجع سبق ذكره، ص: 14.

[2] بلحمزي خيرة، حفصي بونبعو ياسين، **مؤشرات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات تفعيله لتنمية الاقتصاد الوطني في ظل التحولات الاقتصادية**، مجلة الاقتصاد والتنمية، جامعة يحيى فارس المدية، العدد 08، جوان 2017، ص، 226.

خامسا:التنسيق بين مختلف القطاعات الاقتصادية المتصلة بالسياحة:

لا تقتصر عملية تطوير وتنمية القطاع السياحي على الوزارة الوصية على السياحة والمتمثلة في وزارة السياحة والصناعة التقليدية حاليا، بل تمتد إلى أكثر من ذلك لتشمل مختلف القطاعات الاقتصادية، نظرا للعلاقة التشابيكية للقطاع السياحي مع غيره من القطاعات، ويمكن إيجاز أهم مجالات التفاعل والتواصل بين هذه القطاعات في الجدول التالـي:

الجدول رقم (04-17): مجالات التواصل والتعاون فيما بين القطاعات المتصلة بالسياحة

المجالات	التفاعل مع السياحة
التهيئة والبيئة (السكن، التعمير والمالية)	التخطيط العقاري في إطار مخطط شغل الأراضي، تسيير الموارد والتدفقات
الأشغال العمومية والنقل	إنشاء طرق الدخول وطرق النقل
الماء والطاقة	استخدام الموارد المائية ومختلف أنواع الطاقة
التعليم والتكوين المهني	تكوين المستخدمين
الصناعة التقليدية	تطوير المنتجات وإنشاء شبكات البيع
الثقافة	إعادة الاعتبار للمباني مثل القصور، المواقع القديمة وإحياء التقاليد
الداخلية والجماعات المحلية والشؤون الدينية	استغلال التقاليد والأعياد الدينية
التجارة، الصناعة والفلاحة	تشكيل عرض مهيكل وذو نوعية

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030، **تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "المخطط العملي"**، الكتاب رقم 04، مرجع سبق ذكره، ص: 27.

سادسا:الحوافز الضريبية

يمكن أن يستفيد المشروع منذ عملية بداية الاستثمار من إعفاء جزئي أو كلي حسب أهمية المشروع للرسوم الجمركية المفروضة على المواد المستوردة لإنجاز المشروع. كما يمكن أن يعفى من الرسم على العقار حتى فترة تحقيق الأرباح للمشروع، ومع بداية النشاط يخضع هذا الأخير إلى الضريبة حسب المنظومة الضريبية في الجزائر، ومن الأنسب إيجاد نضام ضريبي مرن لصالح الهياكل

السياحية حيث في فترة النشاط المرتفع تستفيد الدولة من تحصيل الضرائب، أما في فترة النشاط المنخفض تحاول الدولة أن تخفف من العبء الضريبي لتفادي مشاكل مالية جراء أعباء التمويل والضرائب.[1]

سابعا: إشراك الحركة الجمعوية والمنظمات المهنية في الترويج السياحي:

قصد إنشاء ثقافة سياحية حقيقية لدى المجتمع الجزائري، وتوعيتهم بالنشاط السياحي، ينتظر إشراك الحركة الجمعوية، وتوعية السكان بهذا النشاط وأبعاده على المستوى المحلي والجهوي، وعليه فعلى الحركة الجمعوية أن تلعب دورا أساسيا في عملية الترويج والمحافظة على القيم التقليدية وحماية المناطق والمواقع السياحية والأثرية والطبيعية، وفي هذا الخصوص برمجت مجموعة من الأعمال مرتكزة على تشجيع بروز جمعيات مهتمة بالسياحة، ومنح الجمعيات مساعدات وإعانات ضرورية لاستكمال مهامها على أساس دفاتر شروط، والمنظمات المهنية يتعين عليها أن تشكل قوة اقتراح فعلية، ومشاركة إزاء السلطات العمومية، وهذا للارتقاء بالسياحة الجزائرية إلى مكانة مرموقة بين الدول وأن تسهر على النشاطات السياحية بالمحافظة عليها وأخلاقياتها، وتعمل على تعزيز الاحترافية عن طريق تطبيق الميثاق العالمي لأخلاقيات المهنة السياحية.[2]

ثامنا: توفير نظام معلومات سياحي في الجزائر

تتطلب عملية تطوير الصناعة السياحية في الجزائر قاعدة بيانات سياحية تساهم في توفير المعلومات الدقيقة الخاصة بكل المقاصد السياحية في البلاد وتحدد الفرص والتهديدات لكل منها، بالشكل الذي يسمح بإيصال المعلومات الكافية للسياح والمستثمرين، ومساعدة الفاعلين السياحيين في عملية التخطيط السياحي.

[1] قاسيمي كريمة، **تمويل المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر 'تشخيص وإقتراحات'**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني السابع حول مقومات وتحديات الاستثمار في القطاع السياحي في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص:10.
[2] هدير عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص: 240.

تاسعا:العمل على تأسيس السياحة الإلكترونية

تتطلب السياحة الرقمية عدة عناصر تتعدى البنية السياحية القائمة والمقومات الثقافية والتاريخية، لتشمل العناصر التالية:[1]

- توفر إطار مؤسسي وتنظيمي ملائم عن طريق التعاون بين المؤسسات العامة، وبينهما وبين القطاع الخاص، وكذلك المجتمع المدني، وذلك عن طريق تطبيق مبادئ التجارة الإلكترونية في مجال الخدمات السياحية ونشر المواقع الإلكترونية؛
- توفر أنظمة قانونية متكاملة تدعم المعاملات الإلكترونية داخليا وخارجيا في مجال السياحة، ووضع لوائح وتشريعات لتسيير وتنظيم عمل فاعلي السياحة تتماشى مع الخدمات التي أوجدتها السياحة الإلكترونية، كخلق الشركات المختصة بالسياحة الرقمية، ووضع القوانين المتعلقة بتنظيم الخدمات الإلكترونية، تسجيل المعلومات إلكترونيا أو الدفع الإلكتروني،...،كذلك وضع قوانين وتشريعات تحكم عمل الوكالات والمرشدين السياحيين وشروط قبولهم في هذه الأعمال وتحفيز الاستثمار في مجال السياحة بجذب رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية، خاصة ما يتعلق بمجال السياحة الإلكترونية؛
- تنمية بنية ووسائل الاتصال والمعلومات الحديثة من أجل نشر خدمات الانترنت في منتجات السياحة، من خلال إقامة شبكة مواقع إلكترونية في كل الخدمات المرتبطة بالقطاع السياحي بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وتوفير الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع؛
- استخدام قواعد التجارة الإلكترونية في المعاملات السياحية، في النشاطات المرتبطة بالسياحة، كالحجز وخدمات النقل، والخدمات الفندقية والمطاعم السياحية؛

[1] تقرورت محمد، **أهمية TIC في تطوير الخدمات السياحية**، مداخلة مقدمة ضمن ملتقى السياحة والتسويق السياحي في الجزائر "الإمكانيات والتحديات التنافسية" جامعة قالمة، الجزائر، أكتوبر 2009، ص:17

- توفير البنية الثقافية الملائمة، من خلال تهيئة البيئة الثقافية لمثل هذا النوع من المعاملات من أجل تفادي الإجراءات المعيقة، وذلك بإعداد إستراتيجية جديدة للوسطاء التقليديين لتأهيلهم لتطبيق السياحة الإلكترونية، عن طريق برامج تدريبية ودورات تكوينية لنشر الوعي وتزويدهم بالمهارات المناسبة لذلك.

عاشرا: دعم التكوين وتنمية الموارد البشرية في المجال السياحي

يتطلب القطاع السياحي في الجزائر تعبئة الكوادر البشرية المؤهلة باعتبارها من أهم المرتكزات التي تعتمد عليها خطط التنمية السياحية، ويستدعي ذلك الأخذ بالإجراءات التالية:[1]

- العمل على عصرنة الوسائل والتجهيزات البيداغوجية والعلمية وتحيين البرامج التعليمية بهدف جعلها تتماشى مع متطلبات السياحة العصرية وتكوين ورسكلة المكونين؛
- إنجاز مؤسسات تكوينية جديدة لأن وظيفة التكوين والتمهين تبقى بالأساس من صلاحية الدولة؛
- توسيع التعاون ما بين الوزارتين المكلفتين بالسياحة والتكوين المهني من أجل إدماج شعب وتخصصات في السياحة والفندقة والمهن المرتبطة بهما في منظومة التكوين المهني؛
- دعم وتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في التكوين السياحي تحت رقابة الوزارة الوصية عن طريق إعطائه التسهيلات اللازمة وتزويده بالبرامج البيداغوجية والعلمية المناسبة؛
- توسيع التعاون الخارجي مع المؤسسات التكوينية المتخصصة في السياحة بهدف أخذ التجارب والمهارات العلمية الناجحة؛

[1] موهوب صالح، مرجع سبق ذكره، ص: 172.

خلاصة الفصل:

إن قصور آليات استغلال الدولة لثرواتها السياحية وغياب البعد الاستراتيجي للخطط التنموية المنتهجة، حالت دون النهوض بالقطاع السياحي الجزائري رغم حتمية التوجه نحو بنية اقتصادية قائمة على تنويع مصادر الدخل، حيث تشير النتائج المتوصل إليها إلى ضعف الأداء التنموي للقطاع السياحي في الجزائر، إذ لم تتجاوز المساهمة المباشرة للقطاع نسبة 1.6% من الناتج المحلي الإجمالي، كما سجل الميزان السياحي عجزا مستمرا طوال فترة الدراسة مما أضعف من دوره في تعزيز رصيد ميزان المدفوعات، أما بالنسبة لحصة العمالة السياحية فهي تشكل في متوسطها نسبة 5% من إجمالي القوى العاملة في الجزائر، وهذا ناتج عن ضعف الفرص الاستثمارات السياحية التي تشكل 2% من إجمالي حجم الاستثمارات في الجزائر.

وتم تأكيد هذه النتائج من خلال الدراسة القياسية التي أثبتت عدم معنوية عوائد القطاع السياحي الجزائري في تفسير التغير في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر، عكس عوائد قطاع المحروقات التي تعتبر المحدد الأساسي في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي، وهذا ما يقلل من إمكانية إحلال القطاع السياحي لقطاع المحروقات واعتماده كبديل لدعم التنمية الاقتصادية في الجزائر، إلا أنه يمكن أن يكون مكملا تنمويا إلى جانب باقي القطاعات الاقتصادية المدرة للثروة، وهذا في حال ما إذا تم تدارك العقبات التي تعترض السياحة في الجزائر من خلال إشراك كل العاملين والفاعلين في القطاع السياحي، مع ضرورة وضع إطار قانوني خاص بالاستثمار السياحي يتضمن آليات التمويل المناسبة وحل لمشكل العقار مع توفير الحوافز والامتيازات الضريبية، والعمل على توفير البنى القاعدية المتصلة بالسياحة، وضرورة بعث صورة الجزائر السياحية محليا ودوليا.

الخـــاتمـــــة

برزت حركية النشاط السياحي كظاهرة هامة في منتصف القرن العشرين، وشهدت رواجا متصاعدا بفعل التطور التكنولوجي وتحسن الظروف المعيشية وتنامي الحاجة إلى العطل في أواسط الفئات العاملة، وأضحت بذلك من بين الصناعات الأولى في العالم التي تعاظم دورها في التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية، حيث تعد قطاعا إنتاجيا يساهم في زيادة الدخل الوطني ومصدرا لتوفير العملات الأجنبية وخلق مناصب شغل معتبرة باعتبار أن القطاع السياحي قطاع كثيف العمالة، كما تساهم في تعميق الروابط الاجتماعية والثقافية للشعوب في العالم، فهي بمثابة جسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم.

وفي ظل توجه معظم دول العالم نحو تفعيل الدور التنموي للقطاع السياحي، تسعى الجزائر بدورها إلى إشراك ذات القطاع في دعم مؤشرات التنمية الاقتصادية، حيث استدعى الطابع الريعي للاقتصاد الوطني المعتمد على العوائد البترولية والتراجع الرهيب في أسعار المحروقات، إلى إعادة النظر في رسم السياسات التنموية للبلاد، خاصة وأن الجزائر تمتاز بثراء طبيعي وحضاري وتاريخي يمكنها من ولوج الأسواق العالمية، وهو بمثابة فرصة حقيقية لتحقيق مكاسب اقتصادية معتبرة تمكنها من بلوغ أهداف برامج التنمية الاقتصادية، إلا أن المنظومة السياحية في الجزائر تصطدم بمجموعة من العراقيل التي تضعف من قدرتها التنافسية في جذب الوفود السياحية، حيث أشار التقرير العالمي لتنافسية السياحة والسفر على أن الجزائر تصنف ضمن البلدان الأضعف والأقل تنافسية في المجال السياحي حيث تتذيل الترتيب بتصنيفها في المرتبة 118 من أصل 136 دولة.

فالواقع السياحي في الجزائر يشير إلى عدم جاهزية البنية التحتية وعجز في هياكل الاستقبال والمرافق السياحية، وتدني مستوى الخدمات المقدمة وبأسعار غير تنافسية، إضافة إلى بيئة الأعمال الغير محفزة والطاردة لشتى أنواع الاستثمار، كلها عوامل اجتمعت على إضعاف القطاع السياحي وعلى أدائه في دعم التنمية الاقتصادية في الجزائر.

فبالرغم من السياسات السياحية التي اعتمدتها الجزائر منذ الاستقلال في سبيل تنمية القطاع السياحي وكان آخرها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 والذي يعكس بدوره إرادة الجزائر في تلميع صورة السياحة في الجزائر وتعزيز التوجه نحو اقتصاد بديل للمحروقات، إلا أن القطاع ضل ولا يزال يسجل نتائج ضعيفة بعد فشل جل السياسات السياحية في بلوغ الأهداف المسطرة، هذا ما يؤكد على عدم جاهزية القطاع السياحي ليكون قاطرة تنموية لمرحلة ما بعد البترول.

- **اختبـــــار صحـــــة الفرضيـــــات:**

بعد تشخيصنا لواقع القطاع السياحي الجزائري ومكانته ضمن الأداء التنموي في الجزائر، تمكنا من إثبات صحة الفرضيات المصاغة ضمن هذه الدراسة، حيث كانت النتائج على النحو التالي:

- **الفرضية الأولى:** التي نصت على أن العوائد الاقتصادية التي أحرزتها السياحة بفعل تنامي حركية النشاط السياحي عبر العالم، الناتج عن ظاهرة العولمة وما أفرزته من تطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطور وسائل النقل بشتى أنواعها، أدت إلى اتساع نطاق السياحة من ظاهرة تقتصر على السفر خارج الحدود السياسية للبلاد إلى صناعة متكاملة تساهم في دعم قضايا التنمية الاقتصادية. فقد تم إثبات صحة هذه الفرضية في الفصلين الأول والثاني حيث تساهم السياحة في دعم التوجهات التنموية للاقتصاديات العديد من الدول من خلال توليد رؤوس أموال بالنقد الأجنبي وإسهامها في زيادة الدخل ورفع مستوى معيشة المواطنين، والمساهمة في تكوين البنى القاعدية وتهيئة وتثمين موارد الأقاليم المستقطبة للسياح، وفي ظل النمو المتصاعد للسياحة الدولية باتت صناعة السياحة من أبرز الأعمدة الاقتصادية في العالم إذ تساهم في تكوين 12% من الناتج العالمي، وتستحوذ على نسبة 30 % من الصادرات الغير منظورة، وتشكل 07% من إجمالي صادرات السلع والخدمات في العالم، كما توفر فرصة عمل واحدة من بين 10 فرص عمل على المستوى العالمي، هذا ما يجعل القطاع السياحي من الركائز الأساسية للتنمية الاقتصادية.

- **الفرضية الثانية:** التي نصت على أن القطاع السياحي الجزائري نال مكانة مهمشة ضمن السياسات التنموية المنتهجة في الجزائر، ولم يكن ينظر إليه على أنه قطاع حيوي يمكن أن يساهم في دعم المسار التنموي في الجزائر، تم إثباتها جزئيا في الفصل الثالث حيث أن التوجهات الإستراتيجية للجزائر بعد الاستقلال ركزت على الصناعات المصنعة لإرساء قاعدة صناعية وذلك على حساب باقي القطاعات الاقتصادية على غرار قطاع السياحة، ولكن خلال الألفية الثالثة أدركت الجزائر بضرورة تنويع مصادر الدخل بعيدا عن قطاع المحروقات، حيث تم تسطير برنامج بعيد المدى تجسد في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 الذي يعتبر أساسا مرجعيا لسياسة السياحية في الجزائر، غير أن المخطط سجل تأخرا معتبرا في بلوغ الأهداف المسطرة حيث بقي القطاع يحقق أرقاما محتشمة تكاد تذكر، وهذا ما نعكس على أداء القطاع السياحي الجزائري في دعم مسار التنمية الاقتصادية في الجزائر.
- **الفرضية الثالثة:** التي مفادها أن تصنيف القطاع السياحي الجزائري في آخر أولويات الحكومة، أدى إلى فشل جل السياسات السياحية في ترقية القطاع السياحي في الجزائر؛ تم إثبات صحتها في الفصل الثالث حيث أن كل السياسات السياحية المنظمة للقطاع السياحي لم تتمكن من تحقيق الأهداف المسطرة، وذلك لعدم الاستقرار المؤسساتي للوزارة المكلفة بالسياحة وإسناد إدارتها إلى وزارات مختلفة، وتعاقب المسئولين عليها في فترات وجيزة، بالإضافة إلى أن الإدارات السياحية الملحقة بوزارة السياحة باختلاف أنواعها لا تؤدي الدور المنوط إليها ناهيك عن تداخل وتضارب مهامها، مما يضعف أداء القطاع السياحي في الجزائر؛
- **الفرضية الرابعة:** التي تنص على أن ضعف الطلب السياحي المحلي والأجنبي في الجزائر انعكس على محدودية الدور التنموي للقطاع السياحي الجزائري، لذلك وفي ظل الظروف الراهنة التي يشهدها القطاع لا يمكن أن يعول عليه كبديل تنموي لمرحلة ما بعد البترول؛ تم إثباتها في الفصلين الثالث

والرابع حيث أن ضعف البنية التحتية والفوقية اللازمة للسياحة وعدم تنافسية أسعار الخدمات السياحية بالرغم من عدم مواكبتها للمعايير الدولية، تسبب في قصور الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر واتجاه السياح الجزائريين إلى الوجهات السياحية الأجنبية، مما نتج عنه إيرادات سياحية ضعيفة جدا لا تساهم في تفسير النمو في الناتج المحلي الإجمالي بالجزائر وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة القياسية، حيث أن مساهمتها المباشرة خلال الفترة (2000-2017) لم تتجاوز نسبة 1.6%، كما لم تساهم في تعزيز رصيد ميزان المدفوعات حيث أن الميزان السياحي الجزائري سجل عجزا معتبرا ومستمرا طوال فترة الدراسة نظرا لخروج السياح الجزائريين إلى الخارج، وينطبق الأمر على ضعف فرص العمل المستحدثة في القطاع التي لا تساهم بفعالية في رفع نسبة التشغيل في الجزائر، الأمر الذي يحد من مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التنمية الاقتصادية في الجزائر، وما يثبت عدم الاعتماد على القطاع السياحي كبديل تنموي لمرحلة ما بعد البترول في ظل حلقات الضعف التي تواجه السياحة في الجزائر، غير أنه يمكن أن يكون مكملا تنمويا في حالة ما إذا تم استغلال الثروات السياحية في الجزائر مع تسطير سياسة سياحية فعالة تشرك جميع الفاعلين في القطاع ومعالجة النقائص التي تثبط تنمية القطاع، وهذا بعدما أثبتت نتائج الدراسة القياسية على إمكانية وجود علاقة طويلة الأجل بين متغيرات الدراسة؛

- **الفرضية الخامسة:** القطاع السياحي الجزائري يتميز بموارد سياحية معتبرة إلا أنه يعاني من مشاكل عدة، أبرزها ضعف السياسات السياحية المنظمة للقطاع، والصورة السلبية للسياحة الجزائرية دوليا في ظل الغياب التام للتسويق السياحي لوجهة الجزائر، وضعف البنية التحتية والفوقية للسياحة، وعجز بيئة الأعمال في جذب الاستثمارات السياحية المحلية والأجنبية، وقد تم إثبات صحتها ضمن الفصل الرابع إذ تعترض القطاع السياحي الجزائري جملة من العراقيل بسبب الإخفاقات المتتالية للمخططات السياحية الغير واضحة المعالم، كما أن مشكل العقار السياحي وقصور آليات تمويل

الاستثمارات السياحية وضعف بيئة أداء الأعمال في الجزائر وقدرتها على تأسيس مشاريع سياحية أثر سلبا على حجم هياكل الاستقبال السياحي في الجزائر ومختلف البنى المرتبطة بالسياحة، إلى جانب ضعف التسويق لوجهة الجزائر السياحية والتعريف بالمؤهلات الطبيعية والثقافية والحضارية التي تتميز بها.

- **نتـــــائج الدراســـة:**

توصلنا في ختام دراستنا إلى جملة من النتائج سنحاول إيجازها في النقاط التالية :

- تنعم الجزائر بتراث غني ومتنوع سواء من الناحية الطبيعية، الثقافية أو الجغرافية، والكفيل بجعل الجزائر وجهة سياحية بامتياز، إلا أن عدم تثمين واستغلال كل هذه المؤهلات حالت دون بلوغ القطاع السياحي المستوى المنشود، فمساهمة القطاع في دعم التنمية الاقتصادية بالجزائر تعتبر جد محدودة، وهذا بالنظر إلى ضعف إيرادات السياحة الجزائرية التي تساهم بشكل ضعيف في تكوين الناتج المحلي الخام، كما ينعكس ضعف هذه الإيرادات مقابل ارتفاع حجم النفقات السياحية الناتجة عن السياحة المعاكسة على فعالية القطاع في التعزيز من رصيد ميزان المدفوعات الجزائري، حيث سجل الميزان السياحي في الجزائر رصيدا سالبا طوال فترة الدراسة، بالإضافة إلى محدودية القطاع في استحداث مناصب شغل جديدة.
- الأوضاع الأمنية والتوترات السياسية التي مرت بها الجزائر خلال العشرية السوداء، لا تزال تخيم على صورة السياحة الجزائرية في الخارج، الأمر الذي أثر على حجم الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر، خاصة في ظل قصور آليات التسويق لوجهة الجزائر السياحية وما تتمتع به من مقومات معتبرة، إضافة إلى صعوبة حصول الأجانب على التأشيرة الجزائرية؛
- غياب الإرادة السياسية وتهميش القطاع السياحي من قبل الجهاز الحكومي واعتباره في آخر اهتمامات السياسة التنموية للبلاد أدى إلى تسجيل عجز في رسم سياسة وطنية مستمرة ومتناسقة لتطوير

القطاع، حيث أظهرت عملية تقييم الخطط السياحية جملة من النقائص والإختلالات، فهي لم تعرف أي استمرارية في التطبيق وتتغير حسب تناوب المسئولين على رأس الوزارة الوصية على القطاع، فبالرغم من تأسيس وزارة خاصة بالسياحة إلا أن عدم الاستقرار الذي تشهده الوزارة وإدماجها مع وزارات مختلفة عرقل مسار هذه الخطط في بلوغ ولو جزء صغير من الأهداف المسطرة؛

- وجود ترسانة صارمة من القوانين الغير واضحة والبعيدة عن المرونة والتكيف مع المعطيات الجديدة، إلى جانب انتشار البيروقراطية والفساد، وكثرة الإجراءات الإدارية، كلها عوامل تسببت في ضعف حجم الاستثمار السياحي في الجزائر؛
- قصور تمويل مشاريع الاستثمار السياحي، في ظل غياب هيئة مختصة في تمويل القطاع، إلى جانب القروض البنكية التي لا تتماشى مع طبيعة الاستثمارات السياحية التي تتطلب مبالغ ضخمة وقروض طويلة الأجل، حيث تم تعثر انطلاق ما يقارب 540 مشروع سياحي نهاية 2017 أي ما يعادل 40% من نسبة الاستثمارات السياحية المعتمدة خلال نفس السنة.
- ضعف المنظومة المالية في الجزائر، وهذا لضعف الخدمات المصرفية في ظل غياب آليات الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات المالية، وانعدام تام لمكاتب صرف العملات، الأمر الذي يزيد من عزوف السياح والمستثمرين الأجانب للاستثمار في الجزائر؛
- تسجيل عجز فادح في هياكل الاستقبال السياحي في الجزائر، كما أنها تتميز بضخامة القدرات الفندقية الغير مصنفة إلى جانب سوء نوعية خدماتها وغلاء أسعارها، في حين تقدر نسبة الفنادق المصنفة التي تواكب المعايير الدولية نسبة 10 %، هذا إلى جانب سوء توزيع هذه الفنادق حيث تنتشر غالبيتها في الجزء الساحلي للبلاد، في حين كان لابد من توفير هياكل الاستقبال الكافية في الجنوب بحكم أن السياحة الصحراوية هي من أولى اهتمامات السياح الأجانب؛

- من أهم المشاكل التي تشكل عائق أمام المستثمرين في القطاع السياحي، هي غياب سياسة التهيئة السياحية في الجزائر وما ينجر عنها من سوء التحكم في العقار السياحي، مما يفسر التموقع العشوائي للمشاريع السياحية الخاصة خارج مناطق التوسع السياحي؛
- غياب سياسة ترويج حقيقية لوجهة الجزائر السياحية وضعف استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعريف بالرصيد السياحي الذي تتمتع به، مع محدودية دور وكالات السياحة والأسفار في إنعاش السياحة الوافدة إلى الجزائر، واكتفائها بتنظيم رحلات العمرة والحج والترويج للوجهات السياحية الأجنبية على حساب السياحة المحلية؛
- قلة تأهيل المورد البشري العامل في ميدان السياحة وهذا لمحدودية معاهد تكوين وتأهيل الكوادر البشرية المشرفة على القطاع السياحي.

♣ توصيـــــات الدراســـــة

على ضوء النتائج المتحصل عليها من خلال هذه الدراسة نقترح جملة من التوصيات التي يمكن أن تساهم في تنمية القطاع السياحي الجزائري، وتعزز من حصته في دعم التنمية الاقتصادية في الجزائر، وتكون ذات نفع للباحثين ومتخذي القرار، وتتمثل أهم هذه التوصيات فيما يلي :

- تدارك التأخر في إتمام المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030، وضرورة تكوين احتياطات عقارية والعمل على تهيئة مناطق التوسع السياحية ووضعها تحت تصرف المستثمرين؛
- خلق وتطوير آليات الدعم المالي للاستثمار السياحي، كتخصيص قروض فندقية أو إنشاء بنك للسياحة وصندوق خاص بالاستثمار السياحي وبناء شراكة فعلية بين القطاعين العمومي والخاص، وتشجيع المقاولاتية السياحية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع ضرورة توفير مناخ استثماري جاذب للاستثمارات المحلية والأجنبية من خلال تطوير حوافز الاستثمار السياحي والتشريعات الميسرة وتسهيل الإجراءات الإدارية؛

- تنويع وتطوير المنتج السياحي الوطني حتى يكون النشاط السياحي أكثر فعالية في مواجهة موسمية الطلب السياحي والتغيرات المفاجئة للسوق، كما يستوجب توجيه الاستثمارات السياحية نحو المناطق الصحراوية والجبلية وجعلها وجهات دولية تنافسية؛
- العمل على رقمنة السياحة في الجزائر من خلال تعاون البنوك والجهات الوصية على القطاع من أجل تطبيق نظام الدفع الإلكتروني في العمل السياحي؛
- إنشاء مركز معلومات سياحي وتدعيمه بأحدث تكنولوجيات المعلومات والاتصال لتوجيه السياح والمستثمرين وتزويدهم بكل المعلومات السياحية الكافية، ومساعدة صانعي القرار في عملية التخطيط السياحي؛
- العمل على إنجاز دعائم إعلام محلية مثل الدليل السياحي المحلي وإعداد الخرائط التي تدل على وجود الدعائم السياحية والثقافية المحلية، مع ضرورة تكثيف التظاهرات الثقافية والمشاركة في المعارض الدولية كعنصر لجلب اهتمام السياح والإعلام؛
- توسيع هيكل الخدمات السياحية ومواكبة المعايير والتوجهات الدولية في مجال صناعة السياحة؛
- توسيع نطاق التدريب السياحي لتكوين كوادر بشرية مؤهلة كفيلة برفع جودة الخدمات السياحية، من خلال الاهتمام بالمدارس والمعاهد والكليات السياحية وعصرنة التخصصات السياحية، مع ضرورة ترسيخ الثقافة السياحية لدى الطلبة؛
- تعميق ورفع مستوى الوعي بالتنمية السياحية لدى كل فئات المجتمع المحلي، وتعزيز الانتماء الوطني من خلال استشعار الأهمية الاقتصادية والثقافية والحضارية للمكتسبات الوطنية والاعتزاز بالمقومات السياحية والمحافظة عليها بالشكل الذي يضمن تحقيق نمو اقتصادي مستدام يلبي تطلعات الأجيال الحالية والمستقبلية بصورة منصفة؛

- مواكبة التوجهات العالمية الجديدة في صناعة السياحة والالتزام بمبادئ التنمية المستدامة من خلال تفعيل مفاهيم السياحة البيئية والمسؤولة في الجزائر؛
- يتعين على كل الفاعلين في القطاع السياحي والأجهزة المتصلة به والمتمثلة في مختلفة الإدارات العمومية والقطاعات الاقتصادية والخبراء الجامعيون ومختلف الهيئات السياحية في الدولة، بتكثيف وتوحيد الجهود والدفع بعامل التشاور والتنسيق الحكومي لوضع إستراتيجية سياحية تسمح بتطوير بيئة سياحية داعمة لمختلف مقومات الصناعة السياحية والأنشطة المرتبطة بها، على غرار تطوير البنية التحتية وما يتصل بها من شبكة النقل والاتصالات ومختلف الهياكل والمرافق السياحية وتدعيميها بمختلف الخدمات الضرورية، والعمل على إنشاء لجنة مختصة تكون همزة وصل بين كل العاملين في القطاع السياحي وتسهر على استغلال كل المقومات السياحية في الجزائر بما يضمن بلوغ الأهداف القومية للتنمية السياحية وتعزيز مكانة القطاع السياحي في هيكل الاقتصاد الوطني؛
- العمل على إنشاء هيئة مختصة في توفير الأمن السياحي في مختلف ربوع الوطن.
- التوجه نحو التعاون السياحي بين الدول المغاربية والعربية من خلال تسهيل إجراءات الحصول على التأشيرات السياحية لتعزيز فرص السياحة العربية البينية.

♣ آفـــــاق الدراســـــة :

انطلاقا من واقع الدراسة وحدودها المختلفة، يمكننا اقتراح بعض المواضيع التي يمكن أن تكون امتدادا لبحثنا:

- إشكالية تهيئة مناطق التوسع والمواقع السياحية **(ZEST)** ودورها في تعزيز سبل الاستثمار السياحي في الجزائر؛
- دور الإطار المؤسساتي المنظم للقطاع السياحي الجزائري في ترقية الصناعة السياحية بالجزائر؛
- دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية العرض السياحي بالجزائر؛
- آليات تعزيز سبل السياحة البينية في دول المغرب العربي الكبير.

في ختام دراستنا نأمل أن تصبح الجزائر قبلة سياحية واعدة ويكون لها وزن على الصعيدين الوطني والدولي، وأن يتبوأ القطاع السياحي مكانة فعلية في دعم التنمية الاقتصادية في الجزائر.

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

♣ **القرآن الكريم**

1. **سورة التوبة**، الآية 112.

♣ **الـــــكتب**

1. أحمد عبد السميع علام، **علم الاقتصاد السياحي**، ط1، دار الوفاء، الإسكندرية، 2008.
2. أحمد فوزي ملوخية، **التنمية السياحية**، ط1،دار الفكر الجامعي،الإسكندرية،2007.
3. أدهم وهيب مطر، **التسويق الفندقي وبيع و ترويج الخدمات السياحية و الفندقية الحديثة**، المنهل، الإمارات العربية المتحدة، 2014.
4. إسماعيل الدباغ، إلهام خضير شبر، **مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل**، ثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
5. بن قانة محمد اسماعيل، **اقتصاد التنمية 'نظريات-نماذج-إستراتيجيات'**،ط1، دار أسامة، الأردن، 2012.
6. كرمول أكرم، **تطور القطاعات الاقتصادية والاستثمارية عبر تاريخ الأردن**، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
7. أماني رضا، **الإعلام والسياحة**، المنهل، الإمارات العربية المتحدة، 2017.
8. فليح حسن خلف، **التنمية والتخطيط الاقتصادي**، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2006.
9. القاضي حسن محمد، **الإدارة المالية العالمية**، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
10. حمزة درادكة وآخلرون، **السياحة البيئية**، ط1، مكتبة المجتمع العربي، الأردن،2016.
11. حمزة عبد الحليم درادكة وآخرون، **مبادئ السياحة**، ط1، مكتبة المجتمع العربي، الأردن، 2016.
12. خليف مصطفى غرايبية، **السياحة البيئية، "مع التركيز على الوطن العربي بشكل عام والأردن بشكل خاص"**، ناشري للنشر الإلكتروني،الأردن، 2016.
13. زكي داليا محمد تيمور، **الوعي السياحي والتنمية السياحية 'مفاهيم وقضايا'**، ط1، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، القاهرة، 2008.
14. زيد منير سلمان، **الاقتصاد السياحي**، ط1، دار الراية ودار الحامد،الأردن،2008.
15. زيد منير عبوي، **السياحة في الوطن العربي"دراسة لأهم المواقع السياحية والإرشاد والأدلة السياحية العربية**،ط1، دار الراية، الأردن،2008.
16. سليم بطرس جلدة، **مبادئ إدارة مكاتب السياحة والسفر**،دار الخليج، الأردن، 2017.
17. سمر رفقي الرحبي، **الإدارة السياحية الحديثة**،الأكاديميون، الأردن،2014.

18.شادية سعودي كمال مندور، **دور التجارة الخارجية على التنمية الاقتصادية في اليابان**، ط1، القاهرة 2015.

19.صفاء عبد الجبار الموسوي، طه مهدي محمود، **التضخم الاقتصادي والتنمية السياحية** ، ط1، دار الأيام، الأردن، 2016.

20.عبد العزي قاسم محارب، **التنمية المستديمة في ظل تحديات الواقع 'من منظور إسلامي'**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011.

21.عبد اللطيف مصطفى، عبد الرحمان سانية، **دراسات في التنمية الاقتصادية**، ط1، مكتبة حسن العصرية، بيروت، 2014.

22.عبد الله بن عبد الرحمان البريدي، **التنمية المستدامة 'مدخل تكاملي لمفاهيم الاستدامة وتطبيقاتها مع التركيز على العالم العربي'**، ط1، العبيكان، المملكة العربية السعودية، 2015.

23.عبلة عبد الحميد بخاري، **التنمية والتخطيط الاقتصادي، كلية الاقتصاد والتجارة**، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2017.

24.علي جدوع الشرفات، **التنمية الاقتصادية في العالم العربي**، ط1، دار جليس الزمان،2014، الأردن.

25.علي فلاح الزعبي، **التسويق السياحي و الفندقي'مدخل صناعة السياحة و الضيافة'**، ط1، دار المسيرة، الأردن،2013.

26.فضل ضاهر، فاضل الشيخلي، جعفر الطريحي، **الاستقرار الأمني في تنمية قطاع السياحة**، ط1، دار الأيام، الأردن، 2016.

27.ماهر عبد الخالق السيسي، **مبادئ السياحة**، مجموعة النيل العربية، مصر، 2006.

28.ماهر عبد العزيز توفيق، **صناعة السياحة**، المنهل، الإمارات العربية المتحدة، 2008.

29.محسن أحمد الخضيري، **السياحة البيئية**، مجموعة النيل العربية، مصر،2005.

30.محسن عبد الله الراجحي، صفاء عبد الجبار الموسوي، عادل عيسى الوزني، **الميزة التنافسية للنشاط السياحي**، ط1، دار الأيام، الأردن، 2016.

31.محمد الصيرفي، **مهارات التخطيط السياحي**، المكتب الجامعي الجديد، الإسكندرية،2008.

32.محمد دياب، صفاء عبد الجبار الموسوي، حسين منعم الطائي، **التنمية السياحية والسياسات المالية والنقدية**، ط1، الأردن، 2015.

33.محمد دياب، صفاء عبد الجبار الموسوي، حسين منعم الطائي،**التنمية السياحية والسياسات المالية والنقدية**، دار الأيام، الأردن، 2014.

34.محمد صفوت قابل، **نظريات و سياسات التنمية الاقتصادية**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، مصر،2008.

35.محمد صيرفي، **السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر**، ط1، المكتب الجامعي الحديث، 2003.

36. محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، **التنمية الاقتصادية، 'دراسات نظرية و تطبيقية'**، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، مصر ،2005.

37. محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، **التنمية الاقتصادية، دراسات نظرية و تطبيقية**، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، مصر ،2000.

38. محمد عمر المؤمن، **التخطيط السياحي**، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009.

39. محمد فاتح محمود المغربي، **تسويق خدمات السياحة**، دار الجنان، الأردن، 2016.

40. محمد فريد عبد الله، صفاء عبد الجبار الموسمي،حيدر السلطاني الموسوي، **التخطيط والتنمية السياحية**، ط1، دار الأيام، الأردن، 2015،

41. محمد فريد عبد الله، صفاء عبد الجبار الموسوي، محسن مهدي الكناني، **إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة**، دار الأيام، الأردن، 2016 .

42. مدحت القريشي، التنمية الاقتصادية، **نظريات، سياسات وموضوعات**، داروائل للنشر ،الأردن،2007.

43. مصطفى يوسف الكافي، **صناعة السياحة والأمن السياحي**، دار مؤسسة رسلان،دمشق ،2009.

44. مصطفى يوسف كافي، **التنمية السياحية**، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر، 2017.

45. موفق عدنان عبد الجبار الحميري، **أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة**، ط1،الوراق، الأردن،2010.

46. نعيم الظاهر، سراب إلياس، **مبادئ السياحة**، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2001.

47. هباس رجاء الحربي، **التسويق السياحي في المنشآت السياحية**، ط1، دار أسامة، الأردن، 2012.

48. هدى سيد لطيف، **الأجهزة والمنظمات السياحية**، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.

49. هناء حامد زهران، **الثقافة السياحية وبرامج تنميتها**، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 2004.

♣ الأطروحـــــــات والمذكـــــــرات

1. أبركان فؤاد، **السياسات السياحية والتنمية في الجزائر** 'مثال ولاية بومرداس'، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص رسم السياسات العامة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009.
2. بزة صالح، **تحليل إطار إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر "مقاربة السياسات والآليات"**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة،2017.
3. بوخاري سمية، **دور نظام المعلومات السياحي في تفعيل الصناعة السياحية** ' دراسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر،أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02، 2015.

4. بودية فاطمة، **قياس محددات تدفق الصادرات السياحية باستخدام نموذج الجاذبية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن وعلي، الشلف، الجزائر ، 2017.
5. بوزاهر نسرين، **تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر**، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وتمويل، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2005.
6. بوعقلين بديعة، **السياسات السياحية في الجزائر وإنعكاساتها على العرض والطلب السياحي** "دراسة حالة ولاية تيبازة"، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع التخطيط، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 1995.
7. تلمساني حنان، **أثر سعر الصرف الحقيقي على النمو الاقتصادي في الجزائر 'دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2016**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي ومالي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2017.
8. حاج الله حيزية، **الاستثمارات السياحية في الجزائر**، رسالة مقدمة لنيل درجة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02، 2006.
9. دحماني محمد أدرويش، **إشكالية التشغيل في الجزائر ص'محاولة تحليل'** ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان ، الجزائر،2013.
10. سماعيني نسيبة، **دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر**، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، تخصص إستراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، الجزائر، 2014.
11. شرفاوي عائشة، **السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية**،أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2014.
12. عميش سميرة، **دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس ، سطيف، الجزائر، 2015.
13. عوينان عبد القادر، **السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025**، أطروحة

مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2012.

14. القرصو وفاء، **أثر القروض المصرفية على النمو الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر خلال الفترة (1980-2017)**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد كمي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2018.
15. كواش خالد، **أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية**، 'حالة الجزائر'، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، فرع التخطيط، جامعة الجزائر، 2004.
16. هدير عبد القادر ، **واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها**، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2005.

♣ المجـــــلات العلميـــــة

1. الدباغ إسماعيل محمد علي وآخرون، **العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها**، مجلة الإدارة والاقتصاد،العدد 72، العراق، 2008.
2. براهيم، **السياحة البيئية مسار جديد في تعزيز مفهوم التنمية المستدامة**، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 09، العدد 28، جامعة تكريت، العراق، 2013.
3. بلاطة مبارك، كواش خالد، **سوق الخدمات السياحية**، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة الجزائر، 2005.
4. بلحمزي خيرة، حفصي بونبعو ياسين، **مؤشرات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات تفعيله لتنمية الاقتصاد الوطني في ظل التحولات الاقتصادية**، مجلة الاقتصاد والتنمية، جامعة يحيى فارس المدية، العدد 08، جوان 2017.
5. بن زيد فتحي، **أهمية العقار السياحي والإشكالية المرتبطة به، مجلة تشريعات التعمير والبناء**، العدد 02، جوان 2017.
6. بن زيد فتحي، **أهمية العقار السياحي والإشكالية المرتبطة به**، مجلة تشريعات التعمير والبناء، العدد 02، جوان 2017.
7. بوحديد ليلى، عقون شراف، **واقع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر وآليات ترقيتها، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات**، المجلد 5، العدد 01، جوان 2019.

8. تمار أمين، **اختبار التكامل المشترك بين معدلات التضخم والاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر للفترة (1990-2016) باستعمال نموذج اانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL**، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، العدد 05، سبتمبر 2018.

9. الأسرج حسين عبد المطلب، **آليات أعمال حقوق الإنسان الاقتصادية في الدول العربية**، مجلة الباحث ، العدد 06، جامعة ورقلة، 2008.

10. حفيظ إلياس، علي حمزة، **دراسة تحليلية وقييمية لاستراتيجية تنمية السياحة كقطاع بديل لقطاع المحروقات، 'حالة الجزائر'** مجلة التنظيم والعمل، العدد05،جامعة معسكر، الجزائر، 2014.

11. خالد كواش، صالح موهوب، **أهمية السياحة الدولية في الاقتصاد العالمي وأثرها على الجزائر**، مجلة جديد الاقتصاد، العدد 8، ديسمبر 2013.

12. رابح فضيل، ياسين حفصي بونبعو، **تشخيص واقع وأهمية القطاع السياحي ومحاولة معالجة نقائصه في االجزائر**، مجلة الإبداع،العدد6، جامعة البليدة 02، 2016.

13. رشيد فراح، بودلة يوسف، **دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي**، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارة، العدد12، جامعة محمد خيضر بسكرة، ديسمبر 2012.

14. زيان بوروجة علي، راتول محمد، **تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة 2015/2007**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 14، الجزائر،2016.

15. عبد السميع صبري، **الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية**، مجلة جغرافيا المغرب، دراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006.

16. بداش عبد الكريم، **صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات 'رؤية استكشافية وإحصائية'**، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة، العدد 22، 2014.

17. عقون سعاد، مطالي ليلى، **متطلبات تحقيق التميز السياحي في الجزائر بين المقومات والمعيقات**، مجلة أوراق اقتصادية، المجلد 03، العدد 01، جوان 2018.

18. علي عبد الزهرة حسن، شومان عبد اللطيف حسن ، تحليل **العلاقة التوازنية الطويلة الأجل باستعمال اختبارات جذر الوحدة وأسلوب دمج النماذج المرتبطة ذاتيا ونماذج توزيع الإبطاء (ARDL)** ، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 34، المجلد 09، العراق، 2013.

19. لحسين عبد القادر، **إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025**، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2013.

20.صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، **السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول**، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثاني، ديسمبر 2017.

21.محيا زيتون وآخرون، **آثار الأزمة المالية الاقتصادية العالمية على قطاع السياحة في مصر**، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مصر، 2010.

22.مكاوي مصطفى أحمد السيد ، **الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية 'الأهمية والتحديات ورؤية التطوير'**، ط1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الإمارات العربية المتحدة، 2014.

23.نجار حياة، **واقع آليات تمويل الاستثمارات السياحية ودورها في تطوير الصناعة السياحية في الجزائر**، مجلة أوراق اقتصادية، العدد 01، ديسمبر 2017.

24.هرمز نور الدين، **التخطيط السياحي و التنمية السياحية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 03، 2006.

25.هويدي عبد الجليل، **العلاقات التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة**، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 09، جامعة الوادي، الجزائر، ديسمبر 2014.

26.سعيدي وصاف، قويدري محمد، **واقع مناخ الاستثمار في الجزائر، بين الحوافز والعوائق**، العدد 8، 2008.

27.ياسر عوض عبد الرسول، **معوقات التنمية السياحية المستدامة في مصر وآثارها الاقتصادية**، المعهد العالي للإدارة والحاسب الآلي، القاهرة، 2016.

♣ الملتقيـــــــات العلميـــــــــة:

1. تقرورت محمد، **أهمية TIC في تطوير الخدمات السياحية**، مداخلة مقدمة ضمن ملتقى السياحة والتسويق السياحي في الجزائر 'الإمكانيات والتحديات التنافسية' جامعة قالمة، الجزائر، أكتوبر 2009.
2. شعبان فرج، سعيدة شيخ، **معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر وسبل ترقيته**، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني حول مقومات وتحديات الاستثمار في القطاع السياحي بالجزائر، جامعة آكلي محند أولحاج بالبويرة، يومي 10/09 جانفي 2017.
3. صلاح زين الدين، **دراسة لفرص و تحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر**، مداخلة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي الثالث حول القانون والسياحة، مصر، يومي26-27 أفريل 2016.

4. العايب نصر الدين، شعابنة إيمان، **الجريمة السياحية وأساليب مكافحتها في التشريع الجزائري**، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الخامس حول التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية والمجتمعية بالجزائر، جامعة الطارف، الجزائر، يومي 6/5 ماي 2014.
5. عبد الرحماني سهام، **معوقات الإستثمار السياحي في الجزائر وسبل ترقيته**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني السابع حول مقومات وتحديات الاستثمار في القطاع السياحي بالجزائر، جامعة آكلي محند ولحاج بالبويرة، الجزائر، يومي09-10 جانفي 2017.
6. عبد الرزاق مولاي لخضر وخالد بورحلي، **متطلبات تنمية القطاع السياحي في الجزائر**، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية،العدد4، جوان،2016.
7. عقون سعاد، مطالي ليلى، **متطلبات تحقيق التميز السياحي في الجزائر بين المقومات والمعيقات**، مجلة أوراق اقتصادية، المجلد 03، العدد 01، جوان 2018، ص:33.
8. فقير سامية، لعروم محمد أمين، **آليات تنفيذ الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030**، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي الأول حول آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، المركز الجامعي بريكة، يومي 31/30 أكتوبر 2017.
9. نبيل بوفليح، تقرورت محمد، **دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا"حالة الجزائر، تونس والمغرب**" مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر "واقع وآفاق"، المركز الجامعي بالبويرة، يومي 12/11 ماي 2010.

♣ **التقـــاريـــر**

1. المعهد العربي للتخطيط، **أهداف التنمية الدولية وصياغة السياسات الاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية**، الكويت، 2003.
2. المؤسسة العامة للتدريب الفني والتعليم المهني، التسويق السياحي **'الطلب السياحي'**، المملكة العربية السعودية، بدون سنة نشر.
3. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، الكتاب01 ، **تشخيص وفحص السياحة الجزائرية**، 2008، الجزائر.
4. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، الكتاب02، **المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية**، 2008، الجزائر.
5. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، الكتاب03 ، **الأقطاب السياحية السبعة للامتياز (POT)**، 2008، الجزائر.

6. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، الكتاب04 ، **تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية،المخطط العملي**، 2008، الجزائر.
7. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، الكتاب05 ، **المشاريع ذات الأولوية السياحية**، 2008، الجزائر.

♣ التشريعات والقوانين:

1. المرسوم التنفيذي رقم 80-77 المؤرخ في: 1980/03/15، يتضمن إنشاء الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في الميدان السياحي، ج ج ر رقم: 12، الصادرة في: 1980/03/18.
2. المرسوم التنفيذي رقم 80-74،رقم: المؤرخ في: 1980/03/15، ج ج ر رقم 12، الصادرة في 1980/03/18، ص: 438.
3. المرسوم التنفيذي رقم 88-214 المؤرخ في 1988/10/31 المتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه، ج ج ر رقم: 79، الصادرة في 1988/11/02.
4. المرسوم التنفيذي رقم 92-402 المؤرخ في 1992/10/31 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 88-214 المؤرخ في 1988/10/31، ج ج ر رقم 79، الصادرة في 1992/11/02.
5. المرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 1993/10/05، ج ج ر رقم 64 الصادرة في 1993/10/10.
6. القانون 99-06 متعلق بالقواعد التي تحكم نشاط الوكالات السياحية والأسفار، ج ر ج رقم 24، الصادرة بتاريخ 1999/04/07.
7. القانون رقم 03-03 المؤرخ في 02/17/ 2003 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، ج ج ر رقم 11، الصادرة في 2003/02/19
8. القانون 03-01 المؤرخ في 17 /2/ 2003، ج ج ر رقم 11 الصادرة في 2003/02/19.
9. القانون 03-02 المؤرخ في 17 /2/ 2003، ج ج ر رقم 11 الصادرة في 2003/02/19.
10. القانون 03-03 المؤرخ في 17 /2/ 2003، ج ج ر رقم 11 الصادرة في 2003/02/19.
11. المرسوم التنفيذي رقم 07-69 المؤرخ في 2007/02/19، ج ج ر رقم 13الصادرة في 2007/02/21.
12. المرسوم التنفيذي رقم 86/07، المؤرخ في 03/11/ 2007، المحدد لكيفية إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية، ج ج ر رقم 17، الصادرة في 2007/12/12.

13.المرسوم التنفيذي رقم 10-254 المؤرخ في 2010/10/20، المحدد لصلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية، ج ج ر رقم 63 الصادرة في: 2010/10/26.

14.الأمر 66-62 المتعلق بالمناطق والأماكن السياحية، المؤرخ في 1966/03/02، ج ج ر رقم 28، الصادرة في 1966/04/08.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

♣ Ouvrage et Périodiques

1. Béatrice de la rechefoucauld, **L'économie du Tourisme**,breal édition , Rosny Sedex,2007.
2. belkacem Heddar, **Rôle socio-économique du tourisme**, **cas de l'Algérie**, OPU, Alger, 1988.
3. Harun Bal, Emarah Eray Akça, Murat Bayraktar, **The Contribution of Tourism To economic growth, "Aresearch on Turkey**", Journal of Academic aproches, Vol 07, No1, 2016.
4. JacqueBrasseul , **Introduction à L'Economie du Développement**,3 ème Edition, Armond Colin, Paris, 2008.
5. Jean Pierre, **Lazato Giotrat, Michel Balfet, Management de Tourisme, Territoires, Systhème de production et stratégie**, 2ème 2dition, Pearson, Paris, 2009.
6. Juan Gabriel Brida & al, **The Tourisme Led growth Hypothesis " Empierecal evidence from Colombia**", Tourismos International multidixiplinary Journal of Tourisme, Vol 4, No 2, Colombia, 2009.
7. Kamel Si Mohammed et autres**, tourisme, Croissance et Taux de change" Cas de l'Algérie", Une Approche économétrique**, Internationale Journal of Innovation & Applied Staudies, Vol 13,No 02, Décembre 2015, pp :824-833.
8. MH.Pazaran, Y.Shin & RJ.Smith, **Bounds Teting approaches To the Analysis of level relatiship**, Journal of Applied Econometrics, Vol 16, No 3, June 2001.
9. Muhammad Afzal and al, **Openness Inflation and Growth Relationships in Pakistan**, Pakistan Economic and Social Review, vol 51, No 1, septembre 2013.
10. P.Sirinvasan, Santhos Kumar, L.Ganesh, **Tourism and Economic Growth in Sri Lanka " An ARDL Bounds Testing Approach"** ,The Romaniam Economic Jornal, vol XV, No45,September 2012.
11. Pierre kalfon, **Tourisme et Iinnovation**, L'Harmattan, paris, 2009.
12. Sufian eltayeb Mohamed, **Finance-Growth nexus in Sudan " Empirical assessment Based on an application of (ARDL)Model**" , Arab Plannong Institute, Kuwait.

♣ Rapports

1. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Indicateur du tourisme algérien,**, 2018.
2. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **La Carte de la Formation du secteur du Tourisme**, Algérie, Septembre 2011.
3. Ministère Du Tourisme Et De l'Artisanat, Plan Qualité tourisme Algérie,
4. Ministère du tourisme et de l'artisanat, **tableau de Bord des statistique du tourisme et de l'artisanat à la fin 2017**, Algérie, 2018.
5. Ministère du tourisme, **Bilan du développement du secteur touristique**, 2008.
6. Ministère du tourisme et de l'artisanat, **Guide De La Qualité**, Algérie, 2014.
7. Organisation Mondiale du Tourisme, **Fait Saillante OMT du Tourisme**, Edition 2018.
8. UNWTO, World Tourism Barometer, March 2017.
9. Word travel & tourism concil sur le site **:https://www.wttc.org**
10. word travel & tourism concil, travel & tourism « economic impact, 2017**.**
11. World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitveness Report*, Geneva, 2017.*
12. World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitveness Report*, Geneva, 2015.*
13. World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitveness Report*, Geneva, 2013.*
14. World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitveness Report*, Geneva, 2011.*
15. World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitveness Report*, Geneva, 2009.*
16. World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitveness Report*, Geneva, 2007.*
17. World tourism organization, international labour organization, **Measuring Employement in the tourism Industries**, spain, 2014.

♣ Site Internet

1. *http://qualitetourisme.ccm-cg.net/ar/ , consulté le :20/06/2018*
2. http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport,consulté consulté le : 20/10/2018.
3. *http://www.mta.gov.dz/index.php/ar consulté le:02/02/2019.*
4. http://www.touring-algeria.com/index.php?/fre/Groupe-TCA consulté le :14/03/2019.
5. https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/evolutionsecteurar, consulté le :21/10/2018
6. https://www.mta.gov.dz/?page_id=2803&lang=ar#services Consulté le :06/02/2019
7. https://www.mta.gov.dz/?page_id=7287&lang=ar ; consulté le 01/02/2019.

8. https://www.mta.gov.dz/?page_id=7287&lang=ar#sites, Consulté le :06/02/2019
9. https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2017&locations=DZ-MA-TN&start=2000&view=chart . Consulté le : 16/08/2019.
10. https://www.wttc.org/datagateway, consulté le : 16/08/2019
11. https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2017&locations=DZ-MA-TN&start=2000&view=chart . Consulté le : 16/08/2019.
12. https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.TVLR.CD?end=2017&start=1995&view=chart, consulté le :16/11/2019.

قائمـــة الملاحـــق

الملحق رقم (01): نتائج اختبار جذر الوحدة وفق اختبار (ADF)

- نتائج إستقرارية المتغير (LPIB) وفق اختبار (PP) عند الفرق الأول

Null Hypothesis: D(LPIB) has a unit root
Exogenous: Constant, Linear Trend
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=6)

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-4.689557	0.0047
Test critical values:	1% level	-4.356068	
	5% level	-3.595026	
	10% level	-3.233456	

Null Hypothesis: D(LPIB) has a unit root
Exogenous: Constant
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=6)

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-4.858443	0.0006
Test critical values:	1% level	-3.711457	
	5% level	-2.981038	
	10% level	-2.629906	

Null Hypothesis: D(LPIB) has a unit root
Exogenous: None
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=6)

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-4.407629	0.0001
Test critical values:	1% level	-2.656915	
	5% level	-1.954414	
	10% level	-1.609329	

- نتائج إستقرارية المتغير (LRCT) وفق اختبار (PP) عند المستوى

Null Hypothesis: LRCTT has a unit root
Exogenous: Constant, Linear Trend
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=6)

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-4.006399	0.0208
Test critical values:	1% level	-4.339330	
	5% level	-3.587527	
	10% level	-3.229230	

Null Hypothesis: LRCTT has a unit root
Exogenous: Constant
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=6)

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-3.477858	0.0167
Test critical values:	1% level	-3.699871	
	5% level	-2.976263	
	10% level	-2.627420	

Null Hypothesis: LRCTT has a unit root
Exogenous: None
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=6)

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		0.858952	0.8898
Test critical values:	1% level	-2.653401	
	5% level	-1.953858	
	10% level	-1.609571	

- نتائج إستقرارية المتغير (LRCTH) وفق اختبار (ADF)عند الفرق الأول

Null Hypothesis: D(LRCTH) has a unit root
Exogenous: Constant, Linear Trend
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=6)

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-4.494242	0.0074
Test critical values:	1% level	-4.356068	
	5% level	-3.595026	
	10% level	-3.233456	

Null Hypothesis: D(LRCTH) has a unit root
Exogenous: Constant
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=6)

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-4.509214	0.0015
Test critical values:	1% level	-3.711457	
	5% level	-2.981038	
	10% level	-2.629906	

Null Hypothesis: D(LRCTH) has a unit root
Exogenous: None
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=6)

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-4.505137	0.0001
Test critical values:	1% level	-2.656915	
	5% level	-1.954414	
	10% level	-1.609329	

الملحق رقم (02): نتائج إختبار جذر الوحدة وفق اختبار (PP)

- نتائج إستقرارية المتغير (LPIB) وفق اختبار (PP) عند الفرق الأول

Null Hypothesis: D(LPIB) has a unit root
Exogenous: Constant, Linear Trend
Bandwidth: 1 (Newey-West automatic) using Bartlett kernel

		Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic		-4.687619	0.0048
Test critical values:	1% level	-4.356068	
	5% level	-3.595026	
	10% level	-3.233456	

Null Hypothesis: D(LPIB) has a unit root
Exogenous: Constant
Bandwidth: 1 (Newey-West automatic) using Bartlett kernel

		Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic		-4.852303	0.0006
Test critical values:	1% level	-3.711457	
	5% level	-2.981038	
	10% level	-2.629906	

Null Hypothesis: D(LPIB) has a unit root
Exogenous: None
Bandwidth: 0 (Newey-West automatic) using Bartlett kernel

		Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic		-4.407629	0.0001
Test critical values:	1% level	-2.656915	
	5% level	-1.954414	
	10% level	-1.609329	

- نتائج إستقرارية المتغير (LRCT) وفق اختبار (PP) عند المستوى

Null Hypothesis: LRCTT has a unit root
Exogenous: Constant, Linear Trend
Bandwidth: 2 (Newey-West automatic) using Bartlett kernel

		Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic		-4.218706	0.0131
Test critical values:	1% level	-4.339330	
	5% level	-3.587527	
	10% level	-3.229230	

Null Hypothesis: LRCTT has a unit root
Exogenous: Constant
Bandwidth: 2 (Newey-West automatic) using Bartlett kernel

		Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic		-3.376254	0.0210
Test critical values:	1% level	-3.699871	
	5% level	-2.976263	
	10% level	-2.627420	

Null Hypothesis: LRCTT has a unit root
Exogenous: None
Bandwidth: 0 (Newey-West automatic) using Bartlett kernel

		Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic		0.858952	0.8898
Test critical values:	1% level	-2.653401	
	5% level	-1.953858	
	10% level	-1.609571	

- نتائج إستقرارية المتغير (LRCTH) وفق اختبار (PP)عند الفرق الأول

Null Hypothesis: D(LRCTH) has a unit root
Exogenous: Constant, Linear Trend
Bandwidth: 5 (Newey-West automatic) using Bartlett kernel

		Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic		-4.449030	0.0081
Test critical values:	1% level	-4.356068	
	5% level	-3.595026	
	10% level	-3.233456	

Null Hypothesis: D(LRCTH) has a unit root
Exogenous: Constant
Bandwidth: 4 (Newey-West automatic) using Bartlett kernel

		Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic		-4.480933	0.0016
Test critical values:	1% level	-3.711457	
	5% level	-2.981038	
	10% level	-2.629906	

Null Hypothesis: D(LRCTH) has a unit root
Exogenous: None
Bandwidth: 3 (Newey-West automatic) using Bartlett kernel

		Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic		-4.483159	0.0001
Test critical values:	1% level	-2.656915	
	5% level	-1.954414	
	10% level	-1.609329	

الملحق رقم (03): نتائج اختبار منهج الحدود (Teste of Bounds)

F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
		Asymptotic: n=1000		
F-statistic	4.702888	10%	2.17	3.19
k	2	5%	2.72	3.83
		2.5%	3.22	4.5
		1%	3.88	5.3
Actual Sample Size	25	Finite Sample: n=30		
		10%	-1	-1
		5%	-1	-1
		1%	-1	-1

الملحق رقم (04): تقدير معلمات الأجل الطويل

ARDL Long Run Form and Bounds Test
Dependent Variable: D(LPIB)
Selected Model: ARDL(2, 3, 1)
Case 1: No Constant and No Trend
Date: 02/12/20 Time: 06:40
Sample: 1990 2017
Included observations: 25

Conditional Error Correction Regression

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LPIB(-1)*	-0.147541	0.046357	-3.182721	0.0054
LRCTT(-1)	0.002995	0.054457	0.054991	0.9568
LRCTH(-1)	0.154059	0.070466	2.186283	0.0431
D(LPIB(-1))	-0.051245	0.127317	-0.402498	0.6923
D(LRCTT)	0.053157	0.049281	1.078641	0.2958
D(LRCTT(-1))	-0.055086	0.046450	-1.185930	0.2520
D(LRCTT(-2))	0.008908	0.026684	0.333839	0.7426
D(LRCTH)	0.405323	0.042046	9.639945	0.0000

* p-value incompatible with t-Bounds distribution.

Levels Equation
Case 1: No Constant and No Trend

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LRCTT	0.020297	0.370368	0.054803	0.9569
LRCTH	1.044180	0.287472	3.632280	0.0021

EC = LPIB - (0.0203*LRCTT + 1.0442*LRCTH)

الملحق رقم (05): نتائج نموذج تصحيح الخطأ (ECM ARDL)

ARDL Error Correction Regression
Dependent Variable: D(LPIB)
Selected Model: ARDL(2, 3, 1)
Case 1: No Constant and No Trend
Date: 02/12/20 Time: 06:44
Sample: 1990 2017
Included observations: 25

ECM Regression
Case 1: No Constant and No Trend

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(LPIB(-1))	-0.051245	0.109057	-0.469891	0.6444
D(LRCTT)	0.053157	0.036005	1.476389	0.1581
D(LRCTT(-1))	-0.055086	0.037601	-1.465005	0.1612
D(LRCTT(-2))	0.008908	0.020861	0.427010	0.6747
D(LRCTH)	0.405323	0.038150	10.62459	0.0000
CointEq(-1)*	-0.147541	0.037155	-3.970958	0.0010

R-squared	0.875577	Mean dependent var	0.049094
Adjusted R-squared	0.842834	S.D. dependent var	0.130016
S.E. of regression	0.051544	Akaike info criterion	-2.887207
Sum squared resid	0.050478	Schwarz criterion	-2.594677
Log likelihood	42.09009	Hannan-Quinn criter.	-2.806072
Durbin-Watson stat	2.157858		

* p-value incompatible with t-Bounds distribution.

F-Bounds Test — Null Hypothesis: No levels relationship

Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	4.702888	10%	2.17	3.19
k	2	5%	2.72	3.83
		2.5%	3.22	4.5
		1%	3.88	5.3

الملحق رقم (06):نتائج اختبار (LM-Test)

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	1.067562	Prob. F(2,15)	0.3686
Obs*R-squared	3.115127	Prob. Chi-Square(2)	0.2106

Test Equation:
Dependent Variable: RESID
Method: ARDL
Date: 02/12/20 Time: 06:44
Sample: 1993 2017
Included observations: 25
Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LPIB(-1)	0.069238	0.217599	0.318193	0.7547
LPIB(-2)	-0.049907	0.171626	-0.290790	0.7752
LRCTT	0.009498	0.053515	0.177479	0.8615
LRCTT(-1)	0.010861	0.051058	0.212725	0.8344
LRCTT(-2)	-0.007082	0.045080	-0.157092	0.8773
LRCTT(-3)	-0.001094	0.028087	-0.038958	0.9694
LRCTH	0.001654	0.042821	0.038632	0.9697
LRCTH(-1)	-0.031629	0.088625	-0.356881	0.7262
RESID(-1)	-0.261061	0.335334	-0.778511	0.4484
RESID(-2)	-0.347597	0.276338	-1.257872	0.2277

R-squared	0.124604	Mean dependent var	-4.75E-05
Adjusted R-squared	-0.400633	S.D. dependent var	0.045861
S.E. of regression	0.054276	Akaike info criterion	-2.700288
Sum squared resid	0.044189	Schwarz criterion	-2.212737
Log likelihood	43.75359	Hannan-Quinn criter.	-2.565062
Durbin-Watson stat	2.007625		

الملحق رقم (07): نتائج اختبار (ARCH)

Heteroskedasticity Test: ARCH

F-statistic	0.738957	Prob. F(1,22)	0.3993
Obs*R-squared	0.779938	Prob. Chi-Square(1)	0.3772

Test Equation:
Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 02/12/20 Time: 06:45
Sample (adjusted): 1994 2017
Included observations: 24 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.002275	0.000837	2.718812	0.0125
RESID^2(-1)	-0.178650	0.207823	-0.859626	0.3993

R-squared	0.032497	Mean dependent var	0.001901
Adjusted R-squared	-0.011480	S.D. dependent var	0.003483
S.E. of regression	0.003503	Akaike info criterion	-8.390993
Sum squared resid	0.000270	Schwarz criterion	-8.292822
Log likelihood	102.6919	Hannan-Quinn criter.	-8.364949
F-statistic	0.738957	Durbin-Watson stat	2.057027
Prob(F-statistic)	0.399266		

♣ الملخص باللغة الأجنبية

This study aims to highlight the developmental role of the tourism sector in Algeria, after it has become an inevitable necessity dictated by the current situation of the Algerian economy in light of its almost total dependence on the hydrocarbon sector, which has recently witnessed a terrible decline in oil revenues.

This trend is due to Algeria's availability of Important tourism qualifications that vary between distinct natural resources and sites with a cultural and historical dimension that can make Algeria a destination with distinction that has its place in the international market, but the tourism sector in Algeria did not rise to the required level and still records weak results far from aspirations of the tourism policies adopted, as we concluded through our study that the indicators of the Algerian tourism sector do not contribute to supporting the economic development in Algeria, that by using the (ARDL) model, and the sector cannot lead the path of economic development for the post-oil phase, especially in light of the current conditions that distinguish The tourism scene in Algeria,

Key words: tourism, tourism sector, tourism development, economic development, ARDL ; Algeria.