الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة البليدة 2

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

أسس تطوير وترقية سياحة مستدامة في الجزائر

دراسة حالة منطقة الهضاب العليا

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية

تخصص: نقود مالية وبنوك

إعداد الطالب:

براهم شاوش توفيق

إشراف الدكتور:

بوشامة مصطفى

السنة الجامعية 2018/2017

الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة البليدة 2

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

أسس تطوير وترقية سياحة مستدامة في الجزائر

دراسة حالة منطقة الهضاب العليا

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية

تخصص: نقود مالية وبنوك

إعداد الطالب:

براهم شاوش توفيق

أمام اللجنة المشكلة من:

أ.د. ناصر مراد	جامعة البليدة 2	رئيسا
د. بوشامة مصطفى	جامعة البليدة 2	مشرفا ومقررا
د. محفوظ مراد	جامعة البليدة 2	عضوا مناقشا
د. بن منصور موسى	جامعة برج بوعريريج	عضوا مناقشا
د. علام عثمان	جامعة البويرة	عضوا مناقشا
د. عمر بوزيد امحمد	المركز الجامعي تيبازة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2018/2017


بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع للوالدين الكريمين أطال الله في
عمرهما وأمدهما بالصحة والعافية.

التشكرات

الحمد لله وحده فله الفضل كله وإليه يرجع الأمر كله، أشكره وأحمده أن أعانني ووفقني على إنجاز هذا العمل المتواضع، أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ الفاضل والأخ الكريم الأستاذ المشرف الدكتور بوشامة مصطفى لتفضله بالإشراف على هذا العمل والذي لم يبخل علينا بتوجيهاته القيمة ونصائحه الوجيهة، سائلا المولى عز وجل أن يجزيه عنا خير الجزاء

كما لا يفوتني أن أشكر كل من كان له إسهاما من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل وأخص بالذكر الزملاء الأساتذة والإخوة الأعزاء الدكتور بن منصور موسى، الدكتور زكري ميلود والدكتور بن قصاف أحمد، وكذا أساتذة وموظفي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة البليدة 2، فلكل هؤلاء فائق عبارات الشكر والتقدير

الملخص:

تطرقت هذه الدراسة إلى سبل وسياسات تطوير السياحة بمنطقة الهضاب العليا في الجزائر، وذلك من خلال أربعة فصول رئيسية، تضمن الفصل الأول أهم المفاهيم المتعلقة بالسياحة ومقوماتها وخصائصها مع إعطاء أهم الأرقام الخاصة بتطور النشاط السياحي في العالم، كما تطرقت إلى التنمية السياحية والتخطيط السياحي، وكذا خصائص التسويق السياحي ومكونات المزيج التسويق للمنتج السياحي، في حين أن الفصل الثاني فقد خصص للآثار والانعكاسات التي تولدت من توسع النشاط السياحي التي أدت إلى وجوب إدراج الاستدامة في النشاط السياحي، وهنا تم التوقف عند مختلف التعاريف الخاصة بالسياحة المستدامة وكذا أهم المبادئ والأركان التي تستند عليها، مع التطرق إلى أهم المؤشرات المعتمد في تقدير الاستدامة في الأنشطة السياحية، هذا إلى جانب الوسائل الأدوات المعتمدة في تحقيق ذلك.

أما الجانب التطبيقي فقد تم التطرق في الفصل الثالث على واقع النشاط السياحي في الجزائر من خلال الوقوف عند مختلف المؤشرات الكلية للسياحة في الجزائر ومكانة فرع الإيواء والإطعام في الحسابات الاقتصادية الجزائرية، هذا إلى جانب الإطار القانوني والتشريع الذي ينظم تسيير النشاط السياحي وحماية الموارد السياحية، وكذا الأجهزة والهيئات العمومية التي تسهر على ذلك، وكان الفصل الرابع موجها أساسا لدراسة سبل تطوير وترقية السياحة المستدامة في منطقة الهضاب العليا والتي تم تقسيمها إلى ثلاثة أجزاء، وهنا تم تقديم أهم الخصائص الطبيعية والديموغرافية ومستويات الخدمات العمومية والبنى التحتية لكل منطقة، ثم تم القيام بمسح شامل لأهم الموارد السياحية المتوفرة لنخلص في الأخير إلى مجموعة من التوصيات الكفيلة بتطوير نشاط سياحي مستدام بالإقليم.

تكتسي الدراسة أهمية كبرى نظرا للمساحة الشاسعة التي يحتلها الإقليم في الجزائر وما يحتضنه من طاقة بشرية واقتصادية هامة، حيث تأتي السياحة المستدامة كوسيلة لتنويع النشاط الاقتصادي هناك، وخلق المداخيل الكفيلة بتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية بالمنطقة، خاصة وأن هذه الأخير تزخر بموارد سياحية هامة ذات الطابع الطبيعي، الحموي، الثقافي والتاريخي.

الكلمات المفتاحية: السياحة، السياحة المستدامة، الهضاب العليا الجزائرية

قائمة المحتويات

الإهداء .....أ

التشكرات ..... **ب**

الملخص:.....**ج**

قائمة المحتويات ..... **د**

قائمة الجداول ..... **هـ**

قائمة الأشكال.....**و**

المقدمة:.....**ا**

الفصل الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة **1**

تمهيد: 2

المبحث الأول: ماهية السياحة والسائح 3

المطلب الأول: تعريف السياحة وأنواعها 3

أولا: تعريف السياحة 4

ثانيا: تعريف السائح..... 14

ثالثا: أنواع السياحة 16

المطلب الثاني: مقومات الأنشطة السياحية 29

أولا: المقومات الطبيعية..... 29

ثانيا: المقومات المصطنعة..... 35

ثالثا: مرافق الضيافة..... 36

المطلب الثالث: لمحة عن تطور النشاط السياحي 45

أولا: تطور حجم السياحة الوافدة 46

ثانيا: تطور حجم السياحة الواردة 48

ثالثا: تطور الإيرادات السياحية..... 51

المبحث الثاني: المميزات والخصائص الاقتصادية للأنشطة السياحية 55

المطلب الأول: الطلب السياحي.....55

أولا: مميزات وخصائص الطلب السياحي 56
ثانيا: الطلب السياحي الخاص بالمنظمات وخصائصه..... 61
ثالثا: أوجه التشابه والاختلاف بين الطلب السياحي للمنظمات والطلب السياحي للأفراد 64
المطلب الثاني: العرض السياحي 66
أولا: خصائص العرض السياحي 67
ثانيا: خصائص السوق السياحي..... 70
ثالثا: دورة حياة المنتج السياحي..... 72
المطلب الثالث: طبيعة الإبداع والابتكار في الأنشطة السياحية 76
أولا: الإبداع في المنتج والإبداع في أساليب الإنتاج 76
ثانيا: معوقات الابتكار في الأنشطة السياحية 79
ثالثا: أوجه الإبداع والابتكار في الأنشطة السياحية باستخدام وسائل الإعلام والاتصال 82
رابعا: سبل دعم الابتكار وإدراج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الأنشطة السياحية86
المبحث الثالث: التنمية السياحية والتخطيط السياحي 89
المطلب الأول: ماهية التنمية السياحية 89
أولا: تعريف التنمية السياحية 89
ثانيا: أهداف التنمية السياحية 92
ثالثا: أشكال التنمية السياحية..... 103
المطلب الثاني: التخطيط السياحي 106
أولا: تعريف التخطيط السياحي..... 106
ثانيا: المستويات المكانية للتخطيط السياحي 110
ثالثا: المستويات الزمانية للتخطيط السياحي..... 114
المطلب الثالث: التسويق السياحي 116
أولا: مفهوم التسويق السياحي 116
ثانيا: المزيج التسويقي 121
خلاصة الفصل: 130

الفصل الثاني: السياحة المستدامة كبديل للسياحة التقليدية 132

تمهيد: 135

المبحث الأول: الآثار الاقتصادية والبيئية والثقافية للأنشطة السياحية..... 136

المطلب الأول: الآثار الاقتصادية..... 136

أولا: توزيع المداخيل والمضاعف 137

ثانيا: التكاليف الخارجية للتأثيرات السلبية بين المتعاملين الاقتصاديين..... 141

ثالثا: الأنشطة السياحية والتضخم 145

رابعا: ميزان المدفوعات وسعر الصرف 147

المطلب الثاني: انعكاسات الأنشطة السياحية على البيئة والمحيط 151

أولا: الأنشطة السياحية واستهلاك المياه 152

ثانيا: الطاقة تلوث الهواء 154

ثالثا: القمامة والنفايات 158

رابعا: تهديد التوازن البيئي..... 160

المطلب الثالث: الآثار الاجتماعية والثقافية 161

أولا: طبيعة العلاقة المتولدة بين السواح والسكان المحليين 161

ثانيا: الآثار والانعكاسات الاجتماعية للأنشطة السياحية..... 163

ثالثا: العمليات المتضمنة في العلاقات الاجتماعية بين السائحين والمضيفين..... 167

المبحث الثاني: ماهية السياحة المستدامة 170

المطلب الأول: تعريف السياحة المستدامة..... 171

أولا: أهمية الاستدامة في الأنشطة السياحية..... 171

ثانيا: تعريف المنظمة العالمية للسياحة والمجلس العالمي للسياحة المستدامة ... 174

ثالثا: نموذج HUNTER للسياحة المستدامة..... 178

رابعا: السياحة المستدامة باقتراب نظامي..... 183

المطلب الثاني: أسس ومبادئ السياحة المستدامة..... 187

أولا: الحفاظ على البيئة..... 187

ثانيا: الاستمرارية الاقتصادية 190

ثالثا: تحقيق الرفاهية الاجتماعية 195

المطلب الثالث: مفاهيم مرتبطة بالسياحة المستدامة 202
أولا: السياحة التضامنية 202
ثانيا: السياحة المسؤولة..... 205
ثالثا: السياحة البيئية..... 208
المبحث الثالث: مؤشرات وسياسات تحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية..... 216
المطلب الأول: مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية 216
أولا: خصائص مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية..... 216
ثانيا: دور وأهمية مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية 218
ثالثا: أنواع مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية 221
المطلب الثاني: قدرة الاستيعاب السياحية..... 229
أولا: تقديم مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية..... 229
ثانيا: بناء مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية..... 233
ثالثا: مركبات مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية..... 236
المطلب الثالث: وسائل وسياسات تحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية..... 240
أولا: التشريعات والقوانين 240
ثانيا: الضرائب والرسوم والإعانات المالية 244
ثالثا: أخلقة الأنشطة السياحية..... 248
خلاصة الفصل: 251
الفصل الثالث: واقع النشاط السياحي في الجزائر..... 253
تمهيد: 254
المبحث الأول: تطور أهم المؤشرات السياحية في الجزائر..... 255
المطلب الأول: تطور تدفق السياح..... 255
أولا: تطور حجم السياحة الوافدة 255
ثانيا: تطور حجم السياحة الصادرة..... 258
ثالثا: تطور الميزان السياحي..... 261
المطلب الثاني: واقع طاقة الإيواء في الجزائر 264
أولا: واقع طاقة الإيواء حسب التصنيف 265

ثانيا: واقع طاقة الإيواء حسب الوظيفة..... 267
ثالثا: واقع طاقة الإيواء حسب الملكية..... 269
رابعا: تطور الليالي الفندقية..... 271
المطلب الثالث: تطور مشاريع الاستثمار والتشغيل السياحي..... 273
أولا: تطور مشاريع الاستثمار السياحية 273
ثانيا: تطور مناصب الشغل 278
المبحث الثاني: مكانة فرع الإيواء والإطعام في الحسابات الاقتصادية الوطنية..... 281
المطلب الأول: تطور الإنتاج والقيمة المضافة لفرع الإيواء والإطعام..... 282
أولا: حساب الإنتاج لفرع الإيواء والإطعام 282
ثانيا: تحليل القيمة المضافة لفرع الإيواء والإطعام..... 287
المطلب الثاني: توزيع القيمة المضافة لفرع الإيواء والإطعام..... 292
أولا: تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج لفرع الإيواء والإطعام 293
ثانيا: تطور تعويضات الأجراء لفرع الإيواء والإطعام 298
ثالثا: الفائض الخام للاستغلال لفرع الإيواء والإطعام..... 303
المطلب الثالث: مكانة نواتج فرع الإيواء والإطعام وتطور استهلاكاته الوسيطية 309
أولا: مركبات الاستهلاكات الإنتاجية لفرع الإيواء والإطعام..... 310
ثانيا: الاستخدامات الوسيطية لنواتج الإيواء والإطعام 312
ثالثا: تطور الاستخدامات النهائية الداخلية لنواتج فرع الإيواء والإطعام..... 315
رابعا: تطور صادرات وواردات نواتج فرع الإيواء والإطعام..... 318
المبحث الثالث: الإطار التنظيمي والتشريعي للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر 321
المطلب الأول: القوانين والتشريعات الخاصة بحماية الموارد الثقافية والطبيعية..... 321
أولا: قانون حماية التراث الثقافي..... 321
ثانيا: قوانين استغلال المياه الحموية..... 330
ثالثا: قوانين حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة..... 331
المطلب الثاني: قوانين التنمية السياحية المستدامة والتوسع السياحي 338
أولا: قانون التنمية السياحية المستدامة..... 339

ثانيا: القوانين المتعلقة بمناطق التوسع والمواقع السياحية ومخططات التهيئة السياحية 341
ثالثا: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة 345
المطلب الثالث: الهيئات المشرفة على تنظيم القطاع السياحي في الجزائر 350
أولا: الإدارات العمومية 351
ثانيا: المؤسسات العمومية 358
ثالثا: مؤسسات التكوين 363
خلاصة الفصل: 370
الفصل الرابع: تطوير السياحة المستدامة في منطقة الهضاب العليا في الجزائر 372
تمهيد: 371
المبحث الأول: تطوير السياحة المستدامة في منطقة الهضاب العليا الشرقية 372
المطلب الأول: التعريف بإقليم الهضاب العليا الشرقية 372
أولا: الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري 372
ثانيا: الخصائص الطبيعية 374
ثالثا: الخصائص الديموغرافية 377
رابعا: الخدمات والمرافق العمومية 382
المطلب الثاني: أهم الموارد السياحية بإقليم الهضاب العليا الشرقية 385
أولا: طاقة الإيواء 386
ثانيا: المواقع الطبيعية 386
ثالثا: المنابع الحموية 390
رابعا: المعالم التاريخية 390
خامسا: المهرجانات الثقافية والتراث الشعبي 393
المطلب الثالث: آفاق التنمية السياحية المستدامة بإقليم الهضاب العليا الشرقية 395
أولا: السياحة الجبلية 396
ثانيا: السياحة الحموية 400
ثالثا: سياحة المدن والأعمال 402
المبحث الثاني: سبل ترقية السياحة المستدامة بإقليم الهضاب العليا الوسطى 404

المطلب الأول: التعريف بإقليم الهضاب العليا الوسطى 404
أولا: الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري 405
ثانيا: الخصائص الطبيعية 407
ثالثا: الخصائص الديموغرافية..... 410
رابعا: الخدمات والمرافق العامة..... 414
المطلب الثاني: الموارد السياحية بإقليم الهضاب العليا الوسطى 417
أولا: طاقة الإيواء 417
ثانيا: المواقع الطبيعية..... 418
ثالثا: المنابع الحموية..... 421
رابعا: المعالم المعمارية 422
خامسا: المعالم الأثرية والأركيولوجية 426
سادسا: التراث الثقافي والشعبية 428
المطلب الثالث: آفاق التنمية السياحية المستدامة في إقليم الهضاب العليا الوسطى 429
أولا: السياحة الثقافية..... 430
ثانيا: السياحة الدينية 431
ثالثا: السياحة الترفيهية والسياحة البيئية 432
المبحث الثالث: سبل ترقية السياحة المستدامة بإقليم الهضاب العليا الغربية 434
المطلب الأول: التعريف بإقليم الهضاب العليا الغربية..... 434
أولا: الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري 434
ثانيا: الخصائص الطبيعية 436
ثالثا: الخصائص الديموغرافية..... 441
رابعا: الخدمات والمرافق العامة..... 445
المطلب الثاني: الموارد السياحية بإقليم الهضاب العليا الغربية 449
أولا: طاقة الإيواء 449
ثانيا: المواقع الطبيعية..... 450
ثالثا: المواقع الأثرية..... 451
رابعا: المباني التاريخية..... 454

خامسا: المنابع الحموية 456
المطلب الثالث: آفاق ترقية السياحة المستدامة بإقليم الهضاب العليا الغربية 457
أولا: السياحة الثقافية 458
ثانيا: السياحة الحموية 459
ثالثا: السياحة الترفيهية والاستكشافية 460
رابعا: السياحة البيئية 462
خلاصة الفصل: 464
الخاتمة: **467**
قائمة المراجع: **476**

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	أهم المحطات التاريخية لتطور المفاهيم المتعلقة بالسياحة لدى المنظمات الدولية	09
02	تطور حجم السواح الوافدين في العالم حسب المناطق التي يقصدونها خلال الفترة 1990-2015 (مليون سائح)	47
03	تطور حجم السياح الوافدين في العالم حسب المناطق التي ينتمون إليها خلال الفترة 1990-2015 (مليون سائح)	49
04	تطور الإيرادات السياحية العالمية بالدولار والأورو (مليار)	51
05	الإيرادات السياحية في العالم حسب المناطق للفترة 1995-2015 (مليار دولار)	53
06	أهم أوجه التشابه والاختلاف بين سياحة الأعمال وسياحة الترفيه	66
07	أشكال وهياكل السوق السياحية	72
08	الإنفاق السياحي في فرنسا سنة 2015 حسب الزوار وحسب طبيعة السلع والخدمات	149
09	حجم الإيرادات من السياحة الوافدة في عشرة بلدان الأولى خلال 2014-2015	151
10	حجم غاز CO_2 المنبعث حسب وسيلة النقل المستخدمة	157
11	ملخص لأهم الآثار الاقتصادية والاجتماعية للنشاط السياحي	166
12	مستويات السياحة المستدامة لدى Hunter	182
13	مستويات مشاركة المجتمعات المحلية في النشاط السياحي حسب Petty وHine	197
14	بعض تعريفات السياحة البيئية	208
15	العلاقة التبادلية بين المتغيرات المساهمة في السياحة البيئية	212
16	بعض مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية	227
17	تطور عدد السياح الوافدين حسب الجنسية خلال الفترة 2000-2015	256

18	تطور عدد السياح الجزائريين المغادرين للخارج حسب الجنسية خلال الفترة 2000-2015	258
19	تطور الميزان السياحي للجزائر خلال الفترة 2000-2015 (مليون دولار)	261
20	تطور طاقة الإيواء حسب المؤسسات المصنفة خلال الفترة 2012-2015 (سرير)	265
21	تطور طاقة الإيواء حسب وظيفة الفنادق خلال الفترة 2012-2015 (سرير)	268
22	توزيع طاقة الإيواء حسب طبيعة الملكية خلال الفترة 2012-2015 (سرير)	270
23	توزيع الليالي السياحية حسب معيار الإقامة خلال الفترة 2012-2015	272
24	تطور عدد المشاريع السياحية المسجلة خلال الفترة 2002-2015	274
25	تطور عدد المشاريع السياحية المسجلة حسب درجة الإنجاز خلال الفترة 2002-2015	276
26	تطور حجم التشغيل في القطاع السياحي خلال الفترة 2000-2014	279
27	تطور الإنتاج الخام للفروع 2000-2015	283
28	تطور القيمة المضافة والاستهلاكات الوسيطية للفروع 2000-2015	288
29	تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)	294
30	تطور تعويضات الأجور المدفوعة خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)	299
31	تطور الفائض الخام للاستغلال خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)	305
32	مركبات الاستهلاكات الإنتاجية لفرع الإيواء والإطعام حسب النواتج للفترة 2000 -2014 (مليون دينار)	310
33	تطور الاستخدامات الوسيطية لنواتج الإيواء والإطعام للفترة 2000 -2014 (مليون دينار)	314
34	تطور الاستخدامات النهائية الداخلية لنواتج الإيواء والإطعام للفترة 2000 - 2014 (مليون دينار)	316
35	تطور صادرات وواردات نواتج فرع الإيواء والإطعام للفترة 2000 -2014 (مليون دينار)	319
36	التقسيم الإداري لولايات الهضاب العليا الشرقية	373

37	تطور حجم السكان في الهضاب العليا الشرقية خلال الفترة 1977–2008	378
38	تطور توزيع السكان بين المناطق الحضرية والريفية في منطقة الهضاب العليا الشرقية خلال الفترة 1977–2008	381
39	حجم شبكة الطرقات في منطقة الهضاب العليا الشرقية	383
40	مستويات الربط بشبكات المياه والطاقة والصرف الصحي بولايات الهضاب العليا الشرقية	385
41	طاقة الإيواء في ولايات الهضاب العليا الشرقية في سنة 2016	386
42	توزيع العقار الصناعي في ولايات الهضاب العليا الشرقية	402
43	التقسيم الإداري لولايات الهضاب العليا الوسطى	406
44	تطور حجم السكان في إقليم الهضاب العليا الوسطى خلال الفترة 1977–2008	411
45	تطور توزيع السكان بين المناطق الحضرية والريفية في منطقة الهضاب العليا الوسطى خلال الفترة 1977–2008	413
46	حجم شبكة الطرقات في منطقة الهضاب العليا الوسطى	415
47	مستويات الربط بشبكات المياه والطاقة والصرف الصحي بولايات الهضاب العليا الوسطى	416
48	الحضيرة الفندقية لولايات إقليم الهضاب العليا الوسطى في سنة 2016	417
49	التقسيم الإداري لولايات إقليم الهضاب العليا الغربية	436
50	تطور حجم سكان إقليم الهضاب العليا الغربية خلال الفترة 1977–2008	441
51	توزيع السكان بإقليم الهضاب العليا الغربية بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية خلال الفترة 1977–2008	444
52	تكوين شبكة الطرقات بولايات إقليم الهضاب العليا الغربية	445
53	مستويات الربط بشبكات المياه والطاقة والصرف الصحي بولايات الهضاب العليا الغربية	448
54	الحظيرة الفندقية لولايات إقليم الهضاب العليا الغربية في سنة 2016	449

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	أهم مكونات عناصر الجذب السياحي	39
02	تطور نصيب كل منطقة من حجم السواح الوافدين إليها خلال الفترة 1990-2015 (مليون سائح)	48
03	تطور حجم السواح الوافدين في العالم حسب المناطق التي ينتمون إليها خلال الفترة 1990-2015 (مليون سائح)	50
04	تطو إيرادات الأنشطة السياحية في العالم خلال الفترة 1990 – 2015 (مليار)	52
05	تطور الإيرادات السياحية العالمية حسب المناطق بالدولار خلال الفترة 1990-2015 (مليار دولار)	54
06	العوامل المؤثرة في الطلب السياحي للهيئات	64
07	منحنى دورة حياة المنتج السياحي لـ Butler	73
08	الأبعاد المختلفة لتنمية الإقليم	94
09	التنمية السياحية وخلق الثروة	97
10	المستويات الأربعة للمنتج السياحي	123
11	أثر المضاعف على توزيع المداخيل السياحية	139
12	تولد التأثيرات الخارجية الجانبية في النشاط السياحي	143
13	تأثير الأنشطة السياحية على المستوى العام للأسعار	146
14	توزيع الأنشطة السياحية حسب وسيلة النقل المعتمدة	155
15	التمثيل النظامي للسياحة المستدامة	185
16	العلاقة التفاعلية للسياحة البيئية	214
17	نوع وطبيعة المؤشرات حسب الجهة المعنية	221
18	العوامل المحددة للآثار البيئية والمادية	230
19	الاستخدام الأمثل لموارد الترفيه	233
20	قدرة الاستيعاب السياحية حسب فريق Priority Actions Programme (PAP)	234

21	ملخص لمركبات قدرة الاستيعاب السياحية	238
22	تطور عدد السياح الوافدين حسب الجنسية خلال الفترة 2000-2015	257
23	تطور عدد السياح الجزائريين المغادرين للخارج حسب الجنسية خلال الفترة 2000-2015	255
24	تطور عدد السياح غير المقيمين الوافدين والسياح الجزائريين المغادرين خلال الفترة 2000-2015	260
25	تطور الإيرادات السياحية من السياحة الواردة ونفقات السياح الجزائريين في الخارج خلال الفترة 2000-2015 (مليون دولار)	63
26	تطور رصيد الميزان السياحي للجزائر خلال الفترة 2000-2015 (مليون دولار)	264
27	توزيع طاقة الإيواء حسب التصنيف خلال الفترة 2012-2015	267
28	توزيع طاقة الإيواء حسب الوظيفة خلال الفترة 2012-2015	269
29	توزيع طاقة الإيواء حسب طبيعة الملكية خلال الفترة 2012-2015 (سرير)	271
30	توزيع الليالي السياحية حسب معيار الإقامة خلال الفترة 2012-2015	273
31	تطور العدد المتوسط للأسرة ولمناصب الشغل المحققة للمشروع خلال الفترة 2002-2015	275
32	تطور عدد المشاريع السياحية المسجلة حسب درجة الإنجاز خلال الفترة 2002-2015	278
33	تطور حجم التشغيل في القطاع السياحي خلال الفترة 2000-2014	280
34	تطور الإنتاج الخام لفرع الإيواء والمطاعم 2000-2015	284
35	تطور الإنتاج الخام للفروع الإنتاجية في الوطن 2000-2015	285
36	تطور الإنتاج الخام خارج المحروقات في الوطن 2000-2015	286
37	تطور إنتاج الخدمات الإنتاجية للوطن 2000-2015	287
38	تطور حجم القيمة المضافة والاستهلاكات الوسيطية لفرع الإيواء والإطعام خلال الفترة 2000-2015	289
39	تطور حجم القيمة المضافة والاستهلاكات الوسيطية للفروع الإنتاجية للوطن خلال الفترة 2000-2015	290
40	تطور حجم القيمة المضافة والاستهلاكات الوسيطية خارج المحروقات للوطن	291

	خلال الفترة 2000-2015	
41	تطور حجم القيمة المضافة والاستهلاكات الوسيطية للأنشطة الخدمية خلال الفترة 2000-2015	292
42	تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة لفرع الإيواء والإطعام خلال الفترة 2000-2015	295
43	تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة للفروع الإنتاجية للوطن خلال الفترة 2000-2015	296
44	تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة للفروع الإنتاجية خارج المحروقات خلال الفترة 2000-2015	297
45	تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة للفروع الإنتاجية الخدمية خلال الفترة 2000-2015	298
46	تطور تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل فرع الإيواء والإطعام خلال الفترة 2000-2015	300
47	تطور تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية للوطن خلال الفترة 2000-2015	301
48	تطور تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية خارج المحروقات للوطن خلال الفترة 2000-2015	302
49	تطور تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية الخدمية خارج الإيواء والإطعام للوطن خلال الفترة 2000-2015	303
50	تطور الفائض الخام للاستغلال لفرع الإيواء والمطاعم خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)	306
51	تطور الفائض الخام للاستغلال في الاقتصاد الوطني خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)	307
52	تطور الفائض الخام للاستغلال خارج المحروقات خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)	308
53	تطور الفائض الخام للاستغلال للخدمات خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)	309

54	تطور مركبات الاستهلاكات الوسيطية لفرع الإيواء والإطعام حسب النواتج خلال الفترة 2000–2014 (مليون دينار)	312
55	توزيع الاستخدامات الوسيطية لنواتج فرع الإيواء والإطعام حسب أهم الفروع الإنتاجية خلال الفترة 2000–2014 (مليون دينار)	315
56	تطور الاستخدامات النهائية الداخلية لنواتج الإيواء والإطعام للفترة 2000 – 2014 (مليون دينار)	318
57	تطور صادرات وواردات نواتج فرع الإيواء والإطعام للفترة 2000 –2014 (مليون دينار)	320
58	الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعة التقليدية	353
59	الموقع الجغرافي لولايات الهضاب العليا الشرقية	373
60	خريطة لأهم البحيرات الموجودة في منطقة الهضاب العليا الشرقية	376
61	تطور حجم السكان في الهضاب العليا الشرقية خلال الفترة 1977–2008	379
62	تطور توزيع السكان بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية خلال الفترة 1977–2008	380
63	الموقع الجغرافي لولايات إقليم الهضاب العليا الوسطى	405
64	تطور توزيع السكان بين المناطق الحضرية والريفية في منطقة الهضاب العليا الوسطى خلال الفترة 1977–2008	412
65	خريطة إقليم الهضاب العليا الغربية	435
66	تطور حجم سكان المناطق الريفية والمناطق الحضرية في إقليم الهضاب العليا الغربية خلال الفترة 1977–2008	442

المقدمة:

إن السياحة نشاط منتج يساهم في تحقيق التنمية الشاملة، فهي تساهم وبصفة فعالة في خلق القيمة المضافة بصورة مباشرة من خلال الخدمات المقدمة مباشرة للسياح الأجانب من فندقة وإطعام وخدمات مرافقة، وبصفة غير مباشرة من خلال الأنشطة المتعلقة بالنشاط السياحي (نقل، صناعات حرفية، سلع تقليدية...)،[1] كما أنها تعتبر وسيلة لخلق مناصب الشغل ومكافحة البطالة والحد من الفقر، وهي أيضا مصدر لتمويل الخزينة العمومية بفعل الإيرادات الضريبية التي تولدها، هذا إضافة إلى ما ترتب عنها من تحسين للأوضاع والظروف الاقتصادية والاجتماعية للسكان المحليين في المناطق المستقبلة، فهم أول مستفيد من الموارد السياحية المحلية، ناهيك عن كونها مصدرا هاما للنقد الأجنبي ووسيلة لتقليص العجز في ميزان المدفوعات وقناة لاندماج الاقتصاديات الضعيفة في الاقتصاد العالمي، خاصة وأن الأنشطة السياحية تعتمد بالأساس على موارد طبيعية وثقافية محلية تكاد تشكل رأس المال الوحيد لكثير من الاقتصاديات، ومن ثمّ يمكن اعتبارها بمثابة عوامل وطاقات إنتاجية خاصة يمكن التوجه بها نحو التخصص في الأنشطة السياحية وهذا ما جعل الكثير من الدول تعتمد على هذا القطاع كعمود من أعمدة سياساتها التنموية.

ولقد عرفت الأنشطة السياحية في العالم في العقود الأخيرة تطورا ملحوظا، سواء من حيث ارتفاع عدد السواح أو من خلال الإيرادات التي تدرها هذه الأنشطة، فإنه خلال سنة 2015 تم استقبال ما يعادل 1,186 مليار سائح في العالم ، أي بمعدل نمو يقدر بـ 4,6% مقارنة بسنة 2014، بعدما كانت الزيادة بين سنتي 2012 و 2011 يقدر بـ 4,1 %، وقد زاد عدد السواح ثلاث مرات تقريبا (2,7 مرة) خلال العقدين السابقين حيث بلغ 434 مليون سائح في بداية التسعينات من القرن

---

[1] تمثل القيمة المضافة التي تدرها أنشطة الفندقة والإطعام والمقاهي في الجزائر في سنة 2015 ما 80% من الإنتاج الخام لهذا الفرع حسب منشورات الديوان الوطني للإحصائيات.

الماضي[1]، وأن هذا الرقم مرشح للارتفاع مقارنة بالسنوات السابقة ليصل حسب تنبؤات المنظمة العالمية للسياحة إلى 1,4 مليار سائح في 2020، وإلى ما يفوق 1,8 مليار في حدود 2030[2]، من جهة أخرى فقد تضاعف حجم الإيرادات السياحية العالمية خلال الفترة 1990 – 2015 أكثر من 4,6 مرة، ليفوق في نهاية الفترة عتبة ألف مليار دولار ويبلغ 1.136 مليار دولار[3]، وموازاة مع ذلك أضحى قطاع السياحة يشكل صناعة حقيقية تنبض في قلب عولمة الأسواق، وهنا ظهرت منافسة شديدة بين مختلف الشركات والمؤسسات السياحية التي أصبحت أكثر تخصصا في ممارسة الأنشطة السياحية، وتستعمل أحدث تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وتسطر استراتيجياتها على المستويين الإقليمي والجهوي بأسس تنظيمية مدروسة، وتعتمد ممارسات إدارية وسياسات تسويقية واسعة النطاق، مما فتح آفاقا جديدة في الصناعة السياحية من خلال خلق تجانس في أنماط إنتاج الخدمات السياحية واستعمال اتجاهات جديدة وخدمات سياحية مبتكرة وأكثر تنوعا لتمس وتتلاءم مع كل شريحة من الزبائن.

غير أن الأنشطة السياحية قد يكون لها آثار غير مرغوبة، سواء على المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي والثقافي، حيث تم إنشاء هياكل سياحية ضخمة لتوفير خدمات النقل والإيواء والترفيه، دون مراعاة القدرة على الاستيعاب بالنسبة للمناطق المستقبلة في الزمان والمكان، ولا انعكاسات هذه الأنشطة على البيئة (تلوث، مخلفات وقاذورات، طاقة، مياه...)، ولم يهتم إلا بالحصول على إيرادات فورية، الأمر الذي نتج عنه تفقير للموارد الطبيعية، وتدهور مستمر للبيئة، وحتى للتراث الثقافي، بل وأن هذه الانعكاسات السلبية قد تمتد إلى التنظيم الاقتصادي والاجتماعي للسكان المحليين في المناطق المستقبلة، وحتى على ثقافاتهم ونظام حياتهم اليومي، ومن هنا تتجلى أهمية الاستدامة في

[1] World Tourism Organization, Tourism Highlights, 2016 Edition, p 04.
[2] op cit, p14
[3] op cit, p06.

الأنشطة السياحية والتي تسمح من جهة بالمحافظة على الموارد السياحية لا سيما الطبيعية منها، الاستمرارية لأنشطة المؤسسات السياحية وتحقيق العدالة الاجتماعية.

وتملك الجزائر مقومات سياحية ضخمة، فموقعها الجغرافي الاستراتيجي الذي يتوسط دول المغرب، والمطل على البحر المتوسط والقريب من القارة الأوروبية من جهة، كما أن شساعة مساحتها الجغرافية تضفي عليها تنوعا في التضاريس ورأس مال طبيعي فريد (الساحل، السهول، السهوب، الجبال، الصحراء...)، هذا إلى جانب أنها تزخر بتراث ثقافي وتاريخي وأثري مادي ومعنوي، يمنحها طابعا فريدا ورمزا خاصا للسياحة الجزائرية.

وفي هذا الإطار نجد أن منطقة الهضاب العليا في الجزائر التي تزخر بالموارد السياحية العديدة والمتنوعة التي تستحق التثمين وإعادة الاعتبار، منها الطبيعية ومنها الثقافية والتاريخية (مناظر طبيعية نادرة، حمامات معدنية، معالم أثرية وثقافية، ...)، وهو ما يستوجب إجراء تشخيص دقيق لتلك الموارد والبحث في سبل تقييمها وتطويرها، ومن ثم تحويلها إلى وجهات سياحية ذات بعد وطني وعالمي.

انطلاقا مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف يمكن إرساء أسس لتنمية سياحية مستدامة المنطقة الهضاب العليا في الجزائر؟

وعلى ضوء هذه الإشكالية الرئيسية يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم السياحة وما هي خصائص المنتج السياحي؟
- ماذا نقصد بالسياحة المستدامة وماذا يميزها عن السياحة التقليدية من حيث الأسس والتطبيق والأهداف؟
- ما هو واقع النشاط السياحي في الجزائر؟

- ما هي العناصر التي يجب أن يعتمد عليها صانعوا القرار في بعث السياحة في منطقة الهضاب العليا مع الحفاظ وتثمين الموارد السياحية الموجودة؟

فرضيات البحث:

يقوم البحث على مجموعة من الفرضيات الفرعية التي يمكن صياغتها على النحو التالي:

- إن السياحة نشاط إنساني يخضع لنفس الخصائص الاقتصادية للأنشطة الأخرى.
- إن السياحة المستدامة ما هي إلا تطبيق لمبادئ التنمية المستدامة في النشاط السياحي.
- مازالت السياحة في الجزائر تعرف تأخرا ملحوظا على جميع المستويات.
- يقتضي النهوض بالقطاع السياحي في منطقة الهضاب العليا في الجزائر اعتماد برامج وطنية وجهوية ومحلية متعددة الأبعاد.

منهج البحث:

سيتم الاعتماد على المنهج الاستنباطي، حيث سنقوم بدراسة الموضوع بشكل كلي ثم نقوم بالتغلغل تدريجيا في العناصر المكونة له والمحيطة به، معتمدين في ذلك على الوصف والتحليل، وذلك باستخدام الأدوات والطرق الكمية كطرق الإحصاء المتعدد الأبعاد والنماذج القياسية والسلاسل الزمنية، مستندين في ذلك بالأرقام والمعطيات من التقارير والمنشورات الرسمية للهيئات الوطنية والدولية، كما سنقوم باستعمال المنهج الاستقرائي في دراسة بعض الجزئيات التي قد يمكن تعميم النتائج التي سنتوصل إليها.

أهمية البحث:

يكتسي الموضوع أهمية خاصة، إن بالنسبة للباحثين الأكاديميين أو بالنسبة للمعنيين بوضع السياسات السياحية، لاسيما وأن الموارد السياحية في الجزائر ظلت غير مستغلة بالشكل

المطلوب، ومن ثم وجب إعادة النظر في مختلف السياسات المتبعة والاستراتيجيات المطبقة لدفع حقيقي لهذا القطاع، وذلك بالاعتماد على أسس نظرية وقواعد علمية مدروسة.

ومن جهة أخرى فإن تحقيق التنمية السياحية، من خلال دعم مساهمتها في كل من القيمة المضافة والتشغيل والحصيلة الجبائية والنقد الأجنبي، يجب أن يأخذ بعين في الاعتبار الاستعمال المستدام للموارد السياحية.

حدود البحث:

يهتم هذا البحث بتحديد المفاهيم المتعلقة بالتنمية المستدامة، من خلال إعطاء أهم الأسس والركائز الذي يعتمد عليها هذا النوع من السياحة من خلال الجمع بين تحقيق الترفيه والتسلية للسائح، المحافظة وترقية الموارد السياحية والاستجابة لتطلعات المجتمع المحلي، كما سنعكف على تحليل واقع القطاع السياحي في الجزائر انطلاقا من إبراز أهم الموارد السياحية المتوفرة، وتطور حجم السياح والإيرادات السياحية خلال الفترة الممتدة من سنة 2000 إلى 2015، مع التركيز على منطقة الهضاب العليا كحالة لما لها من مميزات طبيعية وثقافية.

أهداف البحث:

نسعى من خلال هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، نذكر أهمها:

تشخيص واقع السياحة في الجزائر والوقوف على أسباب تأخر هذا القطاع، خاصة وأن العديد من الدول المتقدمة والنامية قد حققت أهداف هامة في هذا المجال.

- الوقوف على الإمكانيات السياحية التي تملكها الجزائر وكيفية إضفاء التميز عليها بما يمنحا طابعا خاصا في ظل المنافسة الدولية الشديدة.
- محاولة بناء تصور لاستعمال فعال لتلك الموارد بما يتوافق وأهداف التنمية المستدامة.

- تقديم مساهمة في مجال التطوير السياحي بالجزائر، ولفت انتباه المسؤولين وأصحاب القرار إلى المفاتيح الأساسية قصد صياغة استراتيجيات فعالة للنهوض بهذا القطاع وتقديم تصور لتطويره.

مبررات اختيار الموضوع:

تعود مبررات البحث أساسا إلى:

- الرغبة الشخصية في دراسة موضوع السياحة المستدامة في الجزائر لحداثته على الأقل في الجزائر؛
- قلة الأبحاث والدراسات في هذا المجال؛
- المساهمة في إثراء المكتبة الجامعية بدراسات خاصة بهذا الموضوع.

الدراسات السابقة:

من الدراسات التي تناولت موضوع السياحة، يمكن أن نذكر:

كواش خالد، تحت عنوان: أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر (2003 – 2004)، أطروحة دكتوراه قدمت بجامعة الجزائر سنة 2004، حيث تطرق فيها الباحث إلى مفهوم السياحة وأركانها وأنواعها وحاول توضيح أهمية وآفاق النشاط السياحي في الجزائر، وتوصل إلى أن هذا القطاع لم يؤدي الدور التنموي المنوط به مقارنة بحجم المغريات والموارد السياحية المتوفرة.

عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة – حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه قدمت بجامعة باتنة في 2009–2010، وهنا تطرق الباحث إلى واقع وإستراتيجية السياحة المستدامة في الجزائر مع دراسة مقارنة بالتجارب السياحية في مصر وتونس، وقد خلص إلى أن

تراجع الساحة الجزائرية يعود أساسا إلى ضعف تنافسية المنتجات السياحية الجزائرية، وضعف طاقات الإيواء وإلى تراجع الاستثمار السياحي وعدم توفر العقار السياحي.

صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه قدمت بجامعة باتنة (2010-2011)، حيث قامت الباحثة بإبراز أهم المقومات السياحية في البلدان محل الدراسة، وقدمت مختلف المؤشرات السياحية في هذه البلدان، كما تعرضت للتنمية المستديمة وبعض نماذج تطبيقها وخلصت إلى أن تراجع القطاع السياحي في الجزائر يعود أساسا إلى إهماله في البرامج التنموية المختلفة واعتماده على القطاع العام المتميز بالتكاليف الباهضة والتسيير البيروقراطي.

محمود فوزي شعوبي، السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974 – 2002، أطروحة دكتوراه قدمت بجامعة الجزائر في 2006-2007، حيث حاول الباحث التعرف على أداء قطاع السياحة والفندقة في الجزائر باستخدام أدوات القياس الاقتصادي والإحصاء المتعدد الأبحاد على المؤسسات الفندقية، وخلص إلى أن عنصري العمل ورأس المال مرتبط كل منهما ارتباط قويا برغم الأعمال والقيمة المضافة، غير أن ارتباط كل منهما بالآخر غائب وغير دال إحصائيا مما يشير إلى أن حجم العمالة المستخدمة في عينة المؤسسات المدروسة لا يتناسب مع حجم رأس المال، كما استنتج أن الإنتاجية الحدية للعمل اكثر ارتفاعا من الإنتاجية الحدية لرأسمال مما يدل على تدنى كفاءة استخدام هذا الأخير، كما توصل إلى أن المؤسسات الخاصة أكثر كفاءة من نظيراتها التي تنتمي إلى القطاع العام، على أن لا ينبغي أن يتعامل مع هذه الأخيرة بنفس الأسلوب عند الخوصصة.

هيكل البحث:

ارتأينا أن نقسم هذا البحث إلى أربعة فصول رئيسية، حيث سنتطرق في **الفصل الأول** إلى أهم المفاهيم النظرية المتعلقة بالسياحة والتنمية السياحية، وهنا سنقوم بإعطاء مختلف المفاهيم الخاصة

بالسياحة، ومختلف أنواعها وتقسيماتها وفق عدة معايير، وكذا عرض المقومات التي يجب توفرها لبعث النشاط السياحي، كما سنحاول تبيان أهم الخصائص والمميزات التي يحملها المنتج السياحي من ناحية العرض والطلب وما ينعكس ذلك على عملية الإبداع في المنتج وبنية وشكل السوق السياحية، لنركز فيما بعد على أهم المفاهيم المرتبطة بالتنمية السياحية، العرض السياحي والتسويق السياحي.

أما **الفصل الثاني** فسيتطرق إلى الآثار والانعكاسات الناتجة من التوسع الشديد التي شهدته الأنشطة السياحية على المستوى الاقتصادي، البيئي والثقافي والاجتماعي، لنصل فيما بعد إلى السياحة المستدامة كرؤية جديدة للممارسة السياحية فرضتها تلك الآثار والانعكاسات، حيث سنقوم بتقديم مختلف التعريفات الخاصة بهذا المصطلح المعتمدة من طرف المنظمات الدولية والباحثين والمنظرين مع التركيز على الأركان والمبادئ الخاصة بهذه السياحة، كما سنتطرق إلى المؤشرات بمختلف أشكالها وأنواعها المعتمدة في تقدير مستوى الاستدامة السياحية، لننتهي إلى أهم الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها من طرف السلطات العمومية لتحقيق الاستدامة السياحية.

وسنخصص **الفصل الثالث** لدراسة وتشخيص واقع القطاع السياحي في الجزائر، حيث سنقوم بدراسة مكانة فرع الإيواء والإطعام في الحسابات الاقتصادية الوطنية من حيث رقم الأعمال والقيمة المضافة، وتوزيعها على شكل ضرائب للإدارات العمومية وأجور للعائلات وفائض استغلال لصالح المؤسسات السياحية، وكذا مكانة هذا الفرع في الهيكل الإنتاجي الوطني باستخراج أهم الاستخدامات النهائية والوسيطية لناتج الفرع وكذا أهم الفروع المقدمة لمدخلات العملية الإنتاجية، كما سنقف على محتوى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يعبر عن رؤية السلطات العمومية للتنمية السياحية في الآجال القصيرة، المتوسطة والطويلة، هذا إلى الجانب مختلف القوانين والتشريعات التي تعتمد

عليها السلطات العمومية في تنظيم النشاط السياحي ومختلف الهيئات والإدارات المشرفة على ذلك على المستوى المركزي، الجهوي والمحلي.

وفي **الفصل الرابع** والأخير سنحاول التركيز على السبل الكفيلة بترقية السياحة المستدامة في منطقة الهضاب العليا كدراسة حالة، خاصة وأنها تزخر بكثير من الموارد الطبيعية والبيئية والتراثية، والتي يمكن جعلها كقناة فعالة للتنمية السياحية في تلك المناطق، من خلال مسح لأهم تلك الموارد وإبراز السبل الكفيلة بترقيتها وتثمينها، مما يسمح بدفع الأنشطة السياحية هناك مع الحفاظ على الموارد السياحية وتحقيق تنمية شاملة لصالح السكان المقيمين في تلك المناطق.

وستكون الخاتمة خلاصة للبحث ومجالا لإعطاء أهم النتائج والتصورات التي قد نراها كفيلة بتطوير سياحة مستدامة في الجزائر.

الفصل الأول:
مفاهيم أساسية
حول السياحة

تمهيد:

لقد عرفت الأنشطة السياحية في العقود الأخيرة تطورات مذهلة من خلال الزيادات المعتبرة في حجم السواح وكذا من خلال النمو في الإيرادات التي نتجت من هذه الأنشطة، مما جعل موضوع السياحة محل اهتمام العديد من المنظرين والمفكرين في العديد من التخصصات.

ولقد اهتمت العديد من الحكومات والدول بتطوير الأنشطة السياحية في بلدانها عبر استغلال الموارد السياحية الموجودة والقيام باستثمارات ضخمة في مجال البنى التحتية والمرافق والهياكل السياحية، حتى تستفيد من الإيرادات المتولدة من النشاط سواء من خلال القيمة المضافة الناتجة التي سيتم توزيعها على مختلف الأعوان أو من خلال تنمية وتحسين الظروف المعيشية والاقتصادية والاجتماعية في المناطق المزارة.

سنحاول من خلال الفصل الأول المتكون من ثلاثة مباحث عرض أهم المفاهيم المتعلقة بالسياحة، حيث سيهتم المبحث الأول بتقديم تعريف خاص بالنشاط السياحي وبالسائح، ثم سنتطرق إلى إعطاء أهم المقومات الي يجب توفرها لقيام الأنشطة السياحية، لنقوم فيما بعد بعرض أهم الأرقام التي عرفها تطور انشاط السياحي الدولي من حيث عدد السياح الواردين والوافدين وحجم الإيرادات السياحية المحققة وتويع كل منها جغرافيا في العالم.

أما المبحث الثاني فسوف يخصص لدراسة مميزات وخصائص المنتج السياحي من ناحية العرض والطلب وطبيعة الإبداع والابتكار فيه، وسيخصص المبحث الثالث لعرض أهم المفاهيم المتعلقة بالتنمية والتخطيط والتسويق في المجال السياحي من حيث الاستراتيجيات والسياسات وتطبيقها.

المبحث الأول: ماهية السياحة والسائح

ترتبط السياحة بالرغبة الإنسانية في المعرفة وتخطي الحدود والالتقاء بالغير والتعرف على ثقافة ومحيط الآخرين، وهي تمثل وسيلة للتكامل وتطوير الذات بصفة فردية وجماعية للزائر والمزار على حد سواء، كما إنها نشاط استكشافي متعلق بالراحة والاستجمام والترفيه، فهي أيضا قناة للنمو والتكامل الفردي والجماعي بأشكال شتى، كما إنها حق لكل فرد دون استثناء، وليست مخصصة لفئة دون الأخرى.

ولقد حظي موضوع السياحة باهتمام المفكرين والمنظرين باختلاف تخصصاتهم نظرا للحجم الذي أخذه تطور الأنشطة السياحية في العقود الأخيرة وما كان له من انعكاسات وآثار في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ومن ثم أصبح الوصول إلى تعريف دقيق للسياحة والسائح أمرا محوريا، حيث أن هذا التعريف سوف يحدد المقومات والأركان التي تقوم عليها الأنشطة السياحية، كما أنه سيسمح بالوقوف على حجم الظاهرة من خلال التطرق إلى حجم السياح الوافدين والواردين وتوزيعهم الجغرافي، وكذا حجم المداخيل التي تتولد من هذه الأنشطة السياحية.

المطلب الأول: تعريف السياحة وأنواعها

لقد تعددت التعاريف المتعلقة بالسياحة والسائح المقدمة من المنظرين والمفكرين في العديد من التخصصات، نظرا لكون هذا الموضوع نقطة التقاء الكثير من الميادين والعلوم (الاقتصادي، الجغرافي، التكنولوجي، الاجتماعي، النفسي...)، ومن ثم اختلفت التعاريف باختلاف الزاوية التي ينظر إليها للسياحة والهدف المنشود من الدراسات والبحوث.

أولا: تعريف السياحة

السياحة لغة مشتقة من مادة "س ي ح" والذي هو أصل صحيح يدل في معجم مقاييس اللغة على استمرار الشيء، يقال ساح في الأرض، وقد ورد في الآية الثانية من سورة التوبة قوله تعالى «فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ"، والسياح الماء الظاهر الجاري والمساييح هم الذين يسيحون في الأرض بالنميمة والشر والإفساد بين الناس، وورد في اللسان السيح الماء الظاهر الجاري على وجه الأرض، وجمعه سيوح والسياحة الذهاب في الأرض للعبادة والترهب[1]، ونجد في المعجم الوسيط ساح الماء ونحوه سيحا وسيحانا سال وجرى، وساح فلان في الأرض سيحا وسيحانا وسياحة ذهب وسار، وساح ذهب فيها للتعبد والترهب، وساح لزم المسجد، وساح أدام الصوم، وساح الظل رجع من المغرب إلى المشرق[2].

أما اصطلاحا فقد ظل الإنسان منذ القدم يتنقل من مكان لآخر بصفة فردية وجماعية لأسباب وأهداف مختلفة، حيث أنه مارس التنقال والحركة بحثا عن الطعام والشراب والمأوى، أو للهروب من مخاطر معينة وبحثا عن الأمن والاستقرار، فإذا كان التنقل والحركة من مكان لآخر الذي هو السمة الرئيسية للممارسة السياحية فإن ميلاد هذه الظاهرة لا يمكن إرجاعها إلى تاريخ معين أو عهد محدد، ولكن لا نستطيع تسمية هذه التحركات للإنسان "سياحة" بالمفهوم الفني الحديث، فأصل كلمة Tourism يعود إلى تلك الرحلة التي كان يقوم بها الطلاب الإنجليز في حوالي 1700، حيث كان الطلبة الذين ينتمون للطبقة الارستقراطية يقومون بالذهاب في رحلة إلى أهم المدن الأوروبية، على أن تكون روما آخر محطة في هذه الرحلة ومن ثم العودة إلى الديار، وكانت هذه الرحلة تهدف إلى

---

[1] هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة وآثارها دراسة شرعية مقارنة، دار بن الجوزي للنشر والتوزيع، الدمام 1424هـ، ص 15.

[2] مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، الطبعة الرابعة، القاهرة، 2004، ص 467.

تكملة تكوين هؤلاء الطلبة من الناحية الثقافية والمعرفية والشخصية من خلال التقائهم بأقرانهم في مدن أخرى ومن خلال احتكاكهم بطبقات اجتماعية دنيا.

وتأتي أولى المحاولات لتعريف السياحة ما كتبه Eduard Guyer-Freuler المفوض السويسري للمعارض الدولية في سنة 1905، والذي ركز في تعريفه على الهدف من السياحة وهو الراحة والاستجمام دون التركيز على العناصر الأخرى كمدة الزيارة ومسافة الرحلة، حيث يرى أن "السياحة هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول على الاستجمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال المشاهد الطبيعية"، وفي عام 1910 وضع العالم النمساوي Hermjann Von Schullerd تعريفا عاما وسطحيا قال فيه: "السياحة هي الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات التي تتعلق بدخول وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة في آية دولة".[1]

ولقد احتاج تطوير مفهوم السياحة والمفاهيم المرتبطة به إلى وقت ليس بالهين من قبل الباحثين والعاملين بمجال السياحة، حيث أنه لم يكن هناك حاجة لإعطاء تعريف للسياحة من طرف المنظرين والمؤلفين، كما أن الدول في سياساتها الاقتصادية لم تجد داعيا إلى امتلاك إدارة للنشاط السياحي، حتى قدوم الأزمة الكبرى سنة 1929 أين أدركت الإدارات العمومية بأهمية السياحة في النشاط الاقتصادي لتأثيره في ميزان المدفوعات، وكانت المنظمات الدولية (عصبة الأمم) أول من حاول إعطاء تعريف للسائح [2]، ومنذ الثلاثينات من القرن الماضي حاولت الدول والمنظمات إعطاء تعريف للسياحة من خلال التمييز بين السائح وباقي المسافرين، وذلك قصد قياس الظاهرة وتوحيد

[1] آمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2011، ص 66.

[2] Boyer Marc, Le tourisme de l'an 2000, Presse Universitaires de Lyon, Lyon 1999, p 13.

الإحصائيات وبناء مختلف الحسابات، وكانت أولى هذه التعريفات تلك التي تم وضعها من طرف لجنة الإحصائيات التابعة لعصبة الأمم سنة 1937 والتي عرفت السائح على أنه "الشخص الذي يزور بلدا يختلف عن البلد الذي يقيم فيه عادة لمدة تفوق 24 ساعة"[1]، وبقيت هذه التعريفات عرضة للمراجعة، وقد تعددت التعاريف من طرف الأكاديميين والباحثين دون أن تجتمع على تعريف مرجعي واحد، وهذا لكون السياحة تمس العديد من التخصصات العلمية بسبب التأثيرات المتعددة الجوانب للنشاط السياحي : اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، بيئية، جغرافية... وقد كانت أول محاولة للتعريف العلمي للسياحة من طرف الأستاذين السويسريين هنزيكر وكراف Hunziker and Krapf في سنة 1942، واللذان عرفا السياحة بأنها "مجموعة الظواهر والعلاقات الناشئة عن السفر والإقامة للسائحين طالما أن ذلك لا يؤدي إلى إقامة دائمة ولا يرتبط بممارسة أنشطة اقتصادية"، وقد شهد هذا التعريف العديد من التعديلات والتنقيحات سواء من طرف المنظرين والمؤلفين المهتمين بالظاهرة السياحية أو من طرف المنظمات الدولية، حيث أن التعريف السابق يتميز بالعموم والغموض، فهو لم يحدد المقصود بـ "مجموعة الظواهر والعلاقات"، كما أنه لم يذكر أهم عنصر في النشاط السياحي ألا وهو الإنسان ولا إلى العناصر التي تدفع بالإنسان إلى التنقل والسفر[2]، ويأتي تعريف Robert W. McIntosh في كتابه Tourism : Principles, Practices, Philosophies في طبعته الثانية في 1977 حيث يعرف السياحة على أنها علم وفن ومهنة Business لجذب ونقل الزوار وإقامتهم والاستجابة لرغباتهم واحتياجاتهم"[3] ويعرفها JL Michaud، وهو جغرافي ومسؤول إداري في المجلس

[1] Smith Stephen L J, Tourism Analysis A Handbook, Routledge Edition, New York, 2013, p 21.
[2] Leiper Neil, «The framework of tourism, Towards a definition of tourism, tourist and tourist industry» in Annals of tourism Research, Volume 6, Issue 4, October- December 79, p 394.
[3] Demen-Meyer Christine,« Le tourisme : essai de définition » in Management & Avenir, n°3, 2005/1, p 11.

الأعلى للسياحة الفرنسي حيث يقول "السياحة تضم مجموعة نشاطات الإنتاج والاستهلاك التي تستلزم تنقلات خاصة بها، خارج مقر السكن اليومي ليلة على الأقل حيث سبب الخروج هو التسلية، الأعمال، الصحة، اجتماعات مهنية، رياضية أو دينية"[1] ، وفي تعريف آخر فإن " السياحة هي مجموع الأعمال التي توفر بصفة مباشرة السلع أو الخدمات لتسهيل الأنشطة التجارية، والراحة والترفيه بعيدا عن البيئة المعتادة"[2]

وترى فرقة MIT برئاسة الجغرافي الفرنسي Rémy Knafou على أن "السياحة هي نظام من الجهات الفاعلة والممارسات والأماكن التي تهدف إلى تمكين الناس من التحرك للاستجمام إلى خارج مكان إقامتهم المعتادة من أجل الذهاب للعيش مؤقتا في أماكن أخرى".[3]

ويرى الدكتور صلاح عبد الوهاب أنه يمكن النظر إلى السياحة في صورتها المجردة على أنها ظاهرة اجتماعية تشمل انتقال أشخاص من محال إقامتهم المعتادة إلى أماكن أخرى داخل دولهم وهذه السياحة الداخلية أو خارج حدود دولهم وهذه هي السياحة الدولية، ويصفها بأنها ظاهرة إنسانية تتصل اتصالا وثيقا بالعالم الداخلي للسائح أي داخل نفسه، وعالمه الخارجي إي العوامل الخارجية التي تؤثر عليه فتدعوه إلى زيارة دولة معينة دون أخرى أو منطقة من العالم دون أخرى، ويعرف السياحة أيضا بأنها مظهر التغير في حياة السائح لأنه يترك مؤقتا محل إقامته المعتادة ليس بهدف

---

[1] كواش خالد، السياحة مفهومها أركانها وأنواعها، دار التنوير، الجزائر، 2007، ص 25.

[2] Dissart Jean-Christophe, Aubert Francis, and Truchet Stéphanie , An Estimation of Tourism Dependence in French Rural Areas , Á. Matias et al. (eds.), Advances in Tourism Economics, Physica-Verlag Heidelberg 2009, p 273.

[3] Dewailly Jean-Michel, Tourisme et géographie entre périnité et chao, L'Harmattan, Paris, 2006, p 61.

العمل أو الهجرة ولكن هروبا من البيئة العملية أو الطبيعية أو الاجتماعية التي يعيش فيها على سبيل الاعتياد من أجل تجديد الصحة النفسية والمعنوية وإعادة بناء توازنه العقلي والعاطفي[1].

أما المنظمة العالمية للسياحة التابعة للأمم المتحدة فتعرف السياحة على أنها "أنشطة الأشخاص المسافرين إلى أماكن خارجة عن بيئتهم المعتادة والمقيمين فيها مدة لا تتجاوز سنة واحدة بلا انقطاع بهدف الاستجمام والعمل وغير ذلك من الأغراض غير المتصلة بمزاولة نشاط لقاء أجر من داخل المكان المقصود بالزيارة"[2]، حيث ترى هذه المنظمة أن السياحة أقل اتساعا من السفر، إذ أنها تشير على أنواع محددة من الرحلات: أي الرحلات التي ينتقل فيها المسافر خارج بيئته العادية لمدة تقل عن سنة ولغرض رئيسي خلاف العمل لدى كيان مقيم في المكان موضع الزيارة، ويدخل في مفهوم النشاط كل ما يفعله الزائر من أجل الرحلة وأثناءها، ولا يقتصر على ما يمكن اعتباره أنشطة سياحية نمطية مثل مشاهدة المعالم السياحية وحمامات الشمس وزيارة المواقع، ويمكن اعتبار السفر لغرض الأعمال التجارية أو التعليم والتدريب جزءا من السياحة إذا توفرت الشروط الموضوعة لتعريف السياحة.

وسنلخص في الجدول التالي أهم المراحل التي مر بها تعريف السياحة والسائح لدى المنظمات الدولية.

---

[1] عبد الحافظ أحمد عبد اللطيف، عمل الشباب في السياحة وتغير القيم الاجتماعية، دراسة سوسيولوجية مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، 2002، ص49.

[2] منظمة الأمم المتحدة، الحساب الفرعي للسياحي: الإطار المنهجي الموصى به، منشورات الأمم المتحدة، نيويورك، 2001، ص1.

الجدول رقم (01): أهم المحطات التاريخية لتطور المفاهيم المتعلقة بالسياحة لدى المنظمات الدولية

التاريخ	الإضافات المحدثة والمتعلقة بمفهوم السياحة
1937	أوصى مجلس عصبة الأمم باعتماد تعريف لمصطلح السائح الدولي لأغراض إحصائية.
1950	الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية الرسمية يحدث تعديلا طفيفا على التعريف في دبلن.
1953	وضعت اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة تعريفا للزائر الدولي.
1963	أوصى مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين بروما باستخدام التعريفات التي وضعها الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية الرسمية.
1968	مصادقة اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة على التعريفات.
1983	أصدرت المنظمة العالمية للسياحة التابعة للأمم المتحدة في جمعيتها العامة الخامسة في نيودلهي تقريرا يبين السبل الممكنة لتوصيف ظاهرة السياحة في إطار نظام الحسابات القومية SCN 68.
جوان 1991	إصدار دليل الحسابات السياحية بأوتاوا بعد المؤتمر الدولي المعني بإحصاء السياحة والسفر.
1994	نشرت الأمم المتحدة والمنظمة العالمية للسياحة المجموعة الأولى الرامية إلى تحديد الركائز الأساسية لنظام إحصاءات السياحة
2000	إصدار اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة وثيقة تشكل محتوى الحساب الفرعي للسياحة: الإطار المنهجي الموصى به
2008	إصدار وثيقة الحساب الفرعي للسياحة: الإطار المنهجي الموصى به نسخة 2008 الذي يمثل تحديثا وتنقيحا للوثيقة السابقة، حيث يشير إلى توضيح مفهومي الإنفاق والاستهلاك السياحي.

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من:

– منظمة الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاجتماعية والاقتصادية، شعبة الإحصاءات، التوصيات المتعلقة بالسياحة 2008، نيويورك 2010، ص 4 – 6.

– منظمة الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاجتماعية والاقتصادية، شعبة الإحصاءات، الحساب الفرعي للسياحة الإطار المنهجي الموصى به 2008، نيويورك 2009، ص 4 – 7.

وفي تعريف آخر فإن السياحة هو ذلك الانتقال المؤقت للأفراد بهدف تعظيم المنافع الناجمة عن القيام بمجموعة من الأنشطة، ويمكن من خلال تحديد نوعية مجموعة الأنشطة وصف نوع السياحة[1]، وإن كانت هناك عدة تعاريف أخرى للسياحة إلا أن التعاريف المذكورة أعلاه تجمع على أن السياحة والممارسة السياحية أبعد من عملية تنقل بسيطة للإنسان من مكان لآخر، فهي تتعداها إلى العلاقات الناتجة عن هذا التنقل على المستويات الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية وحتى البيئية، ويمكن أن نميز ثلاثة أبعاد أساسية للنشاط السياحي:

- **البعد المكاني: التنقل**

هناك تعاريف أخرى تشير إلى المسافة الدنيا التي يجب أن يقطعها المسافر حتى يكون سائحا، على غرار جمعية الصناعة السياحية الأمريكية وكذا التحقيق الكندي للسفر الذي حدد كل منهما مسافة خمسون ميلا كحد أدنى[2]، إلا أن كل التعاريف تجمع أن التنقل يمثل العنصر الأساسي للظاهرة السياحية، أي أنه لا يمكن ممارسة السياحة إلا بالسفر والانتقال، كما أنها تشير أن ممارسة النشاط السياحي تتم خارج البيئة المعتادة التي يعيش فيها الفرد، ونقصد بالبيئة المعتادة المنطقة الجغرافية التي يمارس فيها الفرد روتين حياته، وتشمل محل الإقامة المعتادة للأسر المعيشية التي ينتمي إليه الفرد ومكان عمله أو دراسته وسائر الأماكن التي لانتظام وبشكل متكرر، حتى وإن كان هذا المكان بعيد عن مكان إقامته المعتادة، كبيوت الأصدقاء أو الأقارب، مراكز التسوق، المراكز

[1] سيد فتحي أحمد الخولي، "تخطيط وتنمية السياحة المستدامة في الدول العربية" في مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة، مجلد 14، عدد 1، 1421هـ/2000م، ص 6.

[2] Goeldner, Charles R & J. R. Brent Ritchie, Tourism: principles, practices, philosophies, 11th ed, John Wiley & Sons, New Jersey, 2009, p8.

الدينية أو مرافق الرعاية الصحية أو أي مرافق أخرى قد تكون على مسافة بعيدة أو منطقة إدارية مختلفة ولكنها تزار بانتظام وبشكل متكرر[1]، أي تتحدد البيئة المعتادة بعاملين هما:

1 –كثرة التردد على ذلك المكان: فالأماكن الذي يزورها الفرد بشكل روتيني تنتمي لبيئته المعتادة حتى ولو واقعة على مسافة بعيدة من مكان الإقامة.

2 – المسافة: تشكل الأماكن الواقعة بالقرب من مكان إقامة الشخص جزءا من بيئته المعتادة حتى ولو ندرت زيارتها.

بالتالي فإن السياحة هي ذلك التنقل الذي يخرج الفرد من بيئته المعتادة مهما كانت المسافة المقطوعة ويدخله في محيط جديد، وتتحدد معالم هذا المحيط بعدة عناصر: كالمناخ والتضاريس، اللغة والعادات لدى السكان المحليين.... فالزائر الذي يتنقل إلى منطقة معينة لمدة تقل عن الأربع وعشرين ساعة دون أن يبيت فيها ليلة واحدة على الأقل لا يمكن اعتباره يقوم بنشاط سياحي، أما سفر رجال الأعمال للبعثات والتربصات والمؤتمرات سواء داخل بلدهم الأصلي أو خارجه يضعهم خارج بيئتهم المهنية العادية ولا يشبه الأنشطة اليومية التي يقومون بها في أماكن عملهم الأصلية، وهنا يمكن إدراج هذا التنقل ضمن الأنشطة السياحية، في حين أن سفر العمال الموسميين والتجار المتنقلين والبدو الرحل الذين لا يمكن القيام بأنشطتهم إلا خارج مقر إقامتهم لا يخرجهم من بيئتهم المعتادة ويدخل هذا التنقل ضمن الأنشطة العادية التي يقومون بها، ومن ثم فلا يمكن اعتبار هذا النشاط سياحيا.

[1] الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاجتماعية والاقتصادية، شعبة الإحصاءات، التوصيات المتعلقة بالسياحة 2008، مرجع سابق، ص31.

إن الوضعية الجديدة التي يجد فيها السائح نفسه ستدفعه إلى التحلي بأوصاف جديدة تميزه عن الساكن المحلي، كما تدفعه إلى ممارسة سلوكات وتصرفات غريبة عليه إما للتكيف مع الوضعية الجديدة التي أوجد نفسه فيها أو لإشباع حاجة في نفسه.

- **البعد الزماني: المدة الزمنية**

يشير التعريف السابق وكذا الكثير من التعاريف إلى أن مدة الانتقال التي يقضيها السائح خارج بيئته المعتادة لا تقل عن أربعة وعشرون ساعة لكيلا يدخل تحت غطاء تعريف الزائر، وأن لا تتعدى مدة انتقاله السنة حتى لا تدخل المنطقة المزارة ضمن البيئة المعتادة، وأن لا يكون هذا التنقل لهدف ربحي أو مؤجور، وهذا يختلف عن مفهوم الإقامة التي تعتمده المحاسبة الوطنية، فهي تعتبر الأشخاص المقيمين أولئك الذين لديهم منفعة دائمة في الإقليم الاقتصادي، وفي هذا الإطار يمكن للفرد الأجنبي الذي يقطن بمنطقة حدودية أن لا يعتبر مقيما ولا يمثل تردده المتواصل للبلد نشاط سياحيا، وانطلاقا من هذا التعريف يعتبر السائح الأجنبي شخصا غير مقيم، على أن تكون مدة الإقامة متصلة ومتعاقبة وأن يتم استثناء الأشخاص الذين يتكرر انتقالهم بشكل مستمر يوميا أو أسبوعيا لغرض من الأغراض كالدراسة والتسوق ومختلف النشاطات الأخرى، كالعسكريين والديبلوماسيين وزوار العبور وسكان المناطق الحدودية وكذا المهاجرين المؤقتين والدائمين.

إن هذا المفهوم يوحي إلى بعد آخر وهو بعد الانعكاسات، فتنقل الأفراد إلى مكان لفترة متعاقبة تزيد عن الأربع وعشرون ساعة لهدف غير مأجور، والتي تعتبر طويلة نسبيا، يحتاج فيها السائح إلى تلبية العديد من حاجيات المبيت والمأكل والمشرب ومختلف احتياجات السفر الأخرى، والتي لا يمكن أن يتم إشباعها إلا في المنطقة المزارة، وبالتالي فإن السياحة عبارة عن انتقال للاستهلاك العادي للأفراد والجماعات مصاحب بتغير في منوال وعادات الاستهلاك لدى هؤلاء دون

أن يتحصل السائح على أي عائد أو أجر يقابل أو يعادل – بالقيمة السوقية– تلك المصاريف التي ينفقها أثناء سفريته، وما ينجر عن هذا التنقل الذي ما يكون في كثير من الحالات بشكل كتلي من زيادة نسبية في حجم السكان في المناطق المزارة، والتي يزداد تأثيرها بإدخال عاملي التركيز المكاني والزماني للنشاط السياحي.

- **البعد البشري: الأهداف والدوافع**

استكمالا للبعدين السابقين، فإن انتقال الفرد من مكان لآخر لفترة زمنية تفوق اليوم والليلة دون هدف ربحي ناتج عن الرغبة الإنسانية للترويح عن النفس والاسترخاء والتجديد الجسدي والنفسي وحتى الروحي وإعادة بناء توازنه العقلي والعاطفي كرد فعل للظروف المحيطة بالفرد وتفاعله مع البيئة التي يعيش فيها، خاصة في العصر الحالي الذي يزداد فيه ضغط الحياة اليومية والتي يحتاج الفرد فيها بشكل متزايد للانسحاب والهروب من بيئته الطبيعية والاجتماعية والعملية التي يعيش فيها، وهنا تختلف أساليب إشباع هذه الرغبة من خلال الممارسة السياحية من شخص لآخر حسب عوامل اقتصادية واجتماعية وثقافية ونفسية محيطة بالفرد، وقد تعود هذه العوامل إلى موروثات اجتماعية وثقافية، فهناك ما يرغب في البقاء في الطبيعة العارية ليتمتع بالمناظر الطبيعية الخلابة، وهناك من يهوى التمتع على شواطئ البحار أو من يرغب في زيارة مناطق جديدة لما تحمل من ميزات ثقافية وتاريخية ودينية، حتى أصبحنا لا نكاد نعد الوسائل التي يتم بها إشباع هذه الرغبات في المجال السياحي خاصة مع التطور التكنولوجي والعلمي الذي عرفته الحضارة الإنسانية.

ثانيا: تعريف السائح

إن النشاط السياحي هو نشاط أشخاص، وبالتالي التحديد الواضح لهوية هؤلاء أمر أساسي لمكانتهم الأساسية في دراسة السياحة، وقد كان المؤلف الفرنسي Stendhal[1] أول من استعمل مصطلح Touriste للتعبير عن شخص متفرد، في حين ظهر أول تعريف لهذا المصطلح في القاموس الفرنسي لـ Littré [2] سنة 1863 ثم Larousse سنة 1875 للتعبير عن "شخص يسافر فضولا وتسيبا"[3].

وفي عام 1937، أوصت عصبة الأمم باستخدام تعريف السائح على أنه الشخص الذي يسافر لمدة لا تقل عن 24 ساعة لبلد غير البلد الذي يقيم فيه، وينطبق هذا التعريف على الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة أو لأسباب صحية أو أسباب خاصة، وكذلك الأشخاص الذين يسافرون من أجل حضور اجتماعات علمية، أو لأسباب تتعلق بأعمالهم، وكذا الأشخاص الذين يقومون برحلات بحرية حتى ولو كانت مدة إقامتهم أقل من 24 ساعة[4].

وفي عام 1963، أوصى مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين بروما باستخدام التعريفات التي اقترحها الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية الرسمية لمصطلحات "الزائر"، "السائح" و"المتنزه"، والذي صادقت عليه اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة في 1968[5].

---

[1] Henri Beyle, plus connu sous le pseudonyme littéraire de Stendhal (1783-1842) écrivain français.

[2] Émile Maximilien Paul Littré (1801 - 1881) lexicographe, philosophe et homme politique français, surtout connu pour son Dictionnaire de la langue française, communément appelé Le Littré.

[3] Boyer Marc, Histoire générale du tourisme du XVI eu XXI siècle, L'Harmattan, Paris, 2005, p 5.

[4] Holloway J. Christopher & All, The business of tourism, 8th Edition, Pearson Education Limited, Harlow, 2009,p7.

[5] الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاجتماعية والاقتصادية، شعبة الإحصاءات، الحساب الفرعي للسياحة الإطار المنهجي الموصى به 2001، مرجع سابق، ص 7.

وقد عرف "الزائر" على أنه كل شخص يزور بلدا غير البلد الذي تكون فيه الإقامة المعتادة من أجل أي سبب من الأسباب دون أن يكون ذلك متعلق بوظيفة مؤجورة في البلد محل الزيارة، وينطبق هذا التعريف على نوعين من الزوار:

- السائح: وهو عبارة عن زائر مؤقت لفترة لا تقل عن 24 ساعة بهدف المتعة (الترويح، أسباب صحية، رياضة، عطلة، دراسة، أو الحج) أو لمهمة متعلقة بأمر مهني أو عائلي.
- المتنزه: وهو الزائر المؤقت لمدة تقل عن 24 ساعة بما في ذلك المسافرين في رحلات بحرية، وباستثناء مسافروا العبور.[1]

أما توصيات الحساب الفرعي للسياحة الذي وافقت عليه اللجنة الإحصائية في سنة 2000، فقد أقرت أن "الزائر" يستخدم للتعبير عن أي شخص مسافر إلى مكان غير مكان بيئته المعتادة لمدة تقل عن 12 شهرا، على ألا يكون الغرض الأساسي من رحلته ممارسة نشاط يدر له دخلا من داخل المكان الذي يزوره[2].

أما في التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة لسنة 2008، فقد حددت طبيعة العمل المأجور وصيغته، حيث عرفت المسافر الذي هو كل شخص ينتقل بين مواقع جغرافية مختلفة لأي غرض من الأغراض، في حين أن الزائر 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 المكان الذي يزوره، إلا أنه يمكن للزائر أن يكسب قدرا من الدخل

[1] Holloway J. Christopher & all, Ibid.

[2] الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاجتماعية والاقتصادية، شعبة الإحصاءات، الحساب الفرعي للسياحة الإطار المنهجي الموصى به 2001، مرجع سابق، ص 14.

أثناء إقامته (مثل الشباب الذين يزاولون أعمالا صغيرة أثناء الرحلة للحصول على دخل لتمويل إنفاقاتهم جزئيا) طالما ظل ذلك جانب عرضيا في الرحلة، كما يدمج في دائرة الزوار ما يلي[1]:

- المسافرون الذين يدخلون في مفاوضات تجارية مع كيانات مقيمة (في بلد أو منطقة الزيارة) أو ليجدون فرص تجارية بما في ذلك البيع والشراء.
- المستخدمون في كيانات غير مقيمة (في بلد أو منطقة الزيارة)، وكذلك الأشخاص المشتغلون لحساب أنفسهم لتقديم خدمة مثل تركيب المعدات، الإصلاح، الخبرة الاستشارية... حيث لا يوجد علاقة صريحة صاحب عمل – مستخدم
- ويستثنى من دائرة الزوار حسب نفس الوثيقة ما يلي:
- المسافرون الذين يعبرون الحدود الدولية أو الإدارية بصفة منتظمة في بلد أو منطقة تختلف عن بلد محل إقامتهم المعتادة (عمال الحدود).
- المسافرون المستخدَمون بموجب عقد قصير المدى للعمل في بلد أو منطقة غير بلد إقامتهم (العمال الموسميون في الزراعة، البناء، الفنادق...) سواء كان ذلك بعقد رسمي أو بدونه، ما دام هؤلاء يعتبرون مشاركين في علاقة صاحب عمل – مستخدم بين مقيم وغير مقيم.

ثالثا: أنواع السياحة

لقد تعددت أنواع الأنشطة السياحية بتعدد المعايير المعتمد عليها في التصنيف، وذلك انطلاقا من مكان ممارسة النشاط السياحي، أو الدوافع والرغبات التي تدفع الأفراد لممارسة نشاطهم السياحي،

[1] الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاجتماعية والاقتصادية، شعبة الإحصاءات، التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة، مرجع سابق، ص 14.

أو من خلال النشاط الغالب الذي يميز الرحلة السياحية، ومن ثم سنقوم بعرض أهم أنواع الأنشطة السياحية حسب هذه المعايير فما يلي:

1- أنواع السياحة حسب توزيع الحدود السياسية:

ونميز هنا بين نوعين أساسيين هما:

- **السياحة الداخلية:**

وهي تتضمن حركة الأفراد والجماعات باتجاه المناطق السياحية المتواجدة في بلدهم الأم، ذلك أن هذا النوع من السياحة يكون هدفه الأساسي زيارة المناطق الموجودة في البلد الأم والتعرف على مختلف المعالم السياحية وغير السياحية الموجودة هناك، وأخذ قسط من الراحة في أيام العطل والإجازات، خاصة خالية من العقبات والقيود الإدارية والمالية (تأشيرات، سعر الصرف...)، وحتى الثقافية والاجتماعية (اللغة والعرف والتقاليد).

وتساهم السياحة الداخلية في تنمية الوعي الفكري والثقافي لدى الأفراد بالمواقع والموارد السياحية الموجودة داخل بلدانهم، كما أنها تعمق فكرة الانتماء والاعتزاز بالهوية الوطنية وتعزز بناء الوحدة القومية للمجتمع الواحد من خلال التقارب والتآلف المتولد من الاحتكاك المستمر بين مختلف أطياف المجتمع، وتمثل قاعدة أساسية للتنمية السياحية من خلال توسيع المشاريع والمرافق السياحية وزيادة الاستثمارات السياحية في المرافق والخدمات السياحية وتوفير المزيد من فرص العمل، وهي مكملة وركيزة أساسية لتطوير السياحة الدولية، وتعتبر وسيلة لاحتباس جزء من مداخيل الأفراد ومنعه من التدفق نحو الخارج لكونها جزء من الطلب الداخلي[1].

[1] علي عبد الحافظ، أهمية السياحة الداخلية للاقتصاد الوطني، http://elhourriya.net/index.php/articles/81797-2015-01-04-09-38-21.html، 2015/05/17.

- **السياحة الخارجية:**

وهي السياحة التي يتم من خلالها تنقل الأفراد باتجاه المناطق السياحية المتواجدة خارج حدود بلدهم الأم، فإلى جانب الحصول على قسط من الراحة والاستجمام من خلال زيارة المعالم السياحية فهي تهدف كذلك إلى إشباع الفضول الخاص باستكشاف مناطق ومدن جديدة والتعرف على ثقافات وعادات المناطق المزارة.

فحسب الإحصائيات التي تقدمها المنظمة العالمية للسياحة، فإنه خلال سنة 2011 تم استقبال ما يعادل 983 مليون سائح في العالم، أي بمعدل نمو يقدر بـ 4.57%، حيث نلاحظ أن عدد السواح قد زاد بأكثر من الضعف خلال العقدين السابقين، وهو في تزايد مستمر رغم الانتكاسة البسيطة التي شهدتها سنة 2009، وأن هذا الرقم مرشح للارتفاع بمقارنة بالسنوات السابقة ليصل حسب تنبؤات المنظمة العالمية للسياحة إلى 1.36 مليار سائح في 2020، وإلى ما يفوق 1.809 مليار في حدود 2030.[1]

2-أنواع السياحة حسب وسيلة الترويح:

ويقصد بالوسيلة التي يعتمد عليها السياح في الغالب خلال رحلتهم السياحية في الترويح عن النفس وفقا لاتجاهاتهم وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية:

- **السياحة الثقافية:**

هي نمط من السياحة يهدف إلى التعرف على ثقافات الحضارات القديمة، وزيارة المناطق الأثرية ذات الماضي والتاريخ الهام، لذلك فهي تجتذب نوعيات معينة من السائحين الذين يرغبون في إشباع رغبة المعرفة والمتعة الذهنية، وزيادة معلوماتهم الحضارية والتمتع بما هو متاح من التراث

[1] Organisation Mondiale du Tourisme, Faits saillants OMT du tourisme, 2012, p15

القديم للبشرية من خلال المتاحف والمعابد والمسارح والحصون والأسوار والقصور والتماثيل والكنائس والمساجد وغيرها، بالإضافة إلى معايشة الشعوب المختلفة بعاداتها وتقاليدها وفنونها وقيمها، وتعتبر منطقة الشرق الأوسط من أكثر المناطق جذبا لحركة السياحة الثقافية باعتبارها منطقة الحضارات القديمة ومهد الديانات السماوية.[1]

- **السياحة الدينية:**

وهي السياحة التي يقصد بها زيارة الأماكن التي يتفاعل معها الإنسان بمشاعر روحانية قصد تنقية النفس البشرية وتجديد الإيمان وطلب المغفرة والعفو من الخالق، ولا يتعلق هذا النوع من السياحة بالديانة الإسلامية فقط، بل كان موجودا في المسيحية والديانات الوثنية، فمنذ القدم عهد الانسان أن يقوم بزيارات جماعية بالأخص لأماكن محددة قصد التعبد والتجديد الروحي، كزيارة الكنائس والكاتدرائليات (كنيسة المهد بفلسطين، الفاتكان بإيطاليا)، الحج والعمرة بالنسبة للمسلمين (مكة المكرمة والمدينة المنورة)، زيارة القدس الشريف بالنسبة لليهود، نهر الغانج بالنسبة للهندوس... كما يضم هذا النوع من السياحة التنقلات التي تهدف إلى زيارة الأضرحة والمعابد التاريخية والمساجد الكبرى والمزارات.

ويعرفها المشرع الجزائري على أنها "كل نشاط استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه البحث عن المعرفة والانفعالات من خلال اكتشاف تراث عمراني مثل المدن والقرى والمعالم التاريخية والحدائق والمباني الدينية أو تراث روحي مثل الحفلات التقليدية والتقاليد الوطنية أو المحلية".[2]

---

[1] عبد الحافظ أحمد عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 77.

[2] الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية، قانون رقم 03-01 مؤرخ في 17 فبراير 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الجريدة الرسمية رقم 11 المؤرخة في 19-02-2003، المادة 03، ص 5.

وقد عزز الارتباط الوثيق بين الثقافة والسياحة لعدد من العوامل نذكر منها[1]:

فمن جانب الطلب نلاحظ:

- تزايد الاهتمام بالثقافة، خاصة أنها مصدر للهوية والتمايز في ظل العولمة؛
- زيادة رأس المال الثقافي بفعل ارتفاع مستوى التعليم؛
- شيخوخة السكان في البلدان المتقدمة؛
- أنماط الاستهلاك ما بعد الحداثة التي تركز على التنمية الشخصية بدلا من المادية؛
- الرغبة في عيش تجارب حياة حقيقية بدلا من مجرد زيارة؛
- أهمية المتزايدة لدور الثقافة غير الملموسة؛
- سهولة التنقل مما يسهل الوصول إلى الثقافات الأخرى.

أما من جانب العرض:

- تنمية السياحة الثقافية لتعزيز فرص التشغيل والدخل؛
- ينظر السياحة الثقافية بوصفها سوقا واعدة باعتبارها تمثل شكلا نوعيا للسياحة؛
- توفر العرض الثقافي على نحو متزايد المتعلقة بالتنمية الإقليمية؛
- توفر المزيد والمزيد من المعلومات عن الثقافة والسياحة من خلال التكنولوجيات الجديدة؛
- ظهور دول جديدة والمناطق الراغبة في بناء هوية منفصلة (على سبيل المثال تأثير الدول المستقلة الجديدة في أوروبا الوسطى والشرقية)؛
- الرغبة في إبراز صورة للمناطق والبلدان في الخارج؛

[1] L'Organisation de coopération et de développement économiques, L’impact de la culture sur le tourisme, Éditions OCDE, Paris, 2009, P 18.

- مشكل تمويل الأنشطة الثقافية بسبب زيادة العرض الثقافي.

- **سياحة الأعمال:**

تتعلق سياحة الأعمال بسفريات الأفراد لأهداف مرتبطة بالأعمال والمهن التي يقومون بها، وتمثل أحد أقدم أشكال السياحة، حيث كان الإنسان دائم التنقل والسفر من مكان لآخر للتجارة والعمل.

وهنا يجب التمييز بين سياحة الأعمال وسفريات الأعمال والتي عادة ما تستعمل للتعبير عن نفس الشيء، غير أن هناك تباين بين المصطلحين، حيث أن سفريات الأعمال تتعلق بتنقل الأفراد من مكان لآخر في إطار أعمالهم ومهنهم بما في ذلك السفر ليوم واحد، دون أن تحمل في طياتها المعنى الحقيقي للسياحة (البعد الزمني، البعد المكاني).

وتضم سياحة الأعمال مجموعة واسعة من الأنشطة نذكر منها:

المشاركة في الاجتماعات والملتقيات والمؤتمرات؛

المشاركة في المعارض.

التكوين والتعليم والتربصات؛

المهام التجارية والصناعية (طرح منتوج جديد...)؛

السفريات التشجيعية.

- **السياحة العلاجية والاستشفائية:**

ويتضح من اسم هذا النوع من السياحة، أنها تهدف لإمتاع النفس والجسد معا، حيث تجمع بين العلاج من أمراض الجسد والترويح على النفس، وتعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة، أو على العناصر الطبيعية مثل الحمامات والينابيع المعدنية، والرمال والطين وأشعة الشمس، لمعالجة الأمراض الجلدية والتهابات المفاصل، كما يساعد المناخ ووجود جو من الهدوء على توفير ظروف للراحة والابتعاد عن الضغوط النفسية.

ولا يقتصر هذا النوع من السياحة على السياحة الداخلية، بل يتعداه إلى السياحة الخارجية، حيث يلجأ العديد من الأفراد إلى التنقل إلى بلدان أجنبية للاستفادة من خدمات طبية خاصة لتوفر الهياكل الاستشفائية هناك وللتحكم الجيد للتقنيات العلاجية من طرف الإطارات الطبية (كالمصحات الخاصة بعلاج السرطان)، أو للاستفادة من خدمات غير متوفرة وغير متطورة في بلدانهم الأصلية كالطب التجملي أو غير مشرعة كالطب الوراثي.

ونذكر هنا مستشفى بامرونجراد الدولي Bumrungrad International Hospital المتعدد التخصصات الذي تأسس في عام 1980، والذي يقع في قلب بانكوك بتايلاندا ويعد كأكبر مستشفى خاص في منطقة جنوب شرق أسيا بعدد 563 سريرا وما يزيد عن 30 مركزا تخصصيا، ويقدم أحدث الوسائل التشخيصية والعلاجية وأجهزة العناية المركَّزة في مركز طبي متكامل، حيث يقدم المستشفى خدماته لأكثر من مليون مريض سنويا، منهم ما يزيد عن 400,000 مريض من دولٍ مختلفة، ويشمل هذا العدد آلاف الوافدين الذين يعيشون في بانكوك والدول القريبة، فضلاً عن زائرين من 190 دولة من مختلف أنحاء العالم يأتون للعلاج، ويوجد بالمستشفى مكتب تنسيق طبي يضم أطباء وطاقم تمريض إضافة إلى مترجمين فوريين يعملون على تلبية الاحتياجات الخاصة للمرضى الدوليين[1]، وقد بلغ في سنة 2010 رقم أعماله 317 مليون دولار، ويضم كذلك دار بامرونجراد للضيافة بطاقة 74 شقة مفروشة فرشا كاملا ومتصلة بالمستشفى و أجنحة بامرونجراد للضيافة بطاقة 51 شقة مفروشة فرشا كاملا مجهزة بحمام سباحة ومركز للياقة البدنية.[2]

[1] www.bumrungrad.com/ar/about-us/overview, 12/07/2015.
[2] www.bumrungrad.com/ar/about-us/bumrungrad-factsheet, 12/07/2015.

- **السياحة الرياضية:**

يقصد بالسياحة الرياضية الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر بغية ممارسة الأنشطة الرياضية، سواء كانت هذه الممارسة في إطار منافسات رسمية كالبطولات المحلية والودية أو تتم بشكل فردي ومستقل، كما ينطوي هذا النوع من السياحة على تنقل الأفراد لمتابعة هذه الانشطة الرياضية والاستمتاع بمشاهدتها، وتتنوع هذه الرياضات ما بين الرياضات الشتوية كالتزحلق على الجليد، والرياضات البحرية والشراعية، والرياضات الجماعية كبطولات العالم في كرة القدم ودورات الألعاب الألمبية والرياضات الميكانيكية ودورات الدراجات الهوائية، كما تضم الرياضات القصوى ورياضة التسلق الحر للجبال...

ويمثل هذا النوع من السياحة واجهة حقيقية للإشهار بالمدن والبلدان المنظمة وقناة فعالة لتنشيط الحركة التجارية الاقتصادية، من خلال استقبال الرياضيين ومرافقيهم من تقنيين وصحافيين ومشجعين، وما ينجم عن ذلك من طلب إضافي على السلع والخدمات المحلية، غير أن دراسة لمكتب الدراسات الفرنسي Microeconomix أن المسابقات الرياضية الكبرى كدورات الألعاب الأولمبية لا تحقق عادة الأهداف المنشودة فيما يخص العوائد الاقتصادية، حيث يحتاج تنظيم مثل هذه الدورات إلى جهود جبارة من طرف الدول المنظمة لإنشاء الهياكل الرياضية (ملاعب، مركبات، حلبات سباق...)، وإلى رؤوس أموال ضخمة لتوفير هياكل الإيواء ومختلف الخدمات المرافقة، حيث أن عادة ما يفوق حجم الاستثمارات قيمة الميزانية المتوقعة بسبب طول مدة إنجاز هذه المرافق، وعدم امكانية استعمال هذه المرافق فيما بعد بشكل فعال يسمح باسترجاع قيمة هذه الاستثمارات[1].

[1] Frot Emmanuel et Gooris Julien, Quels effets économiques peut-on attendre de l'organisation des Jeux Olympiques à Paris ?, http://www.microeconomix.fr/sites/default/files/150210_couts_des_jo_-_version_finale.pdf, 17/08/2015.

1. أنواع السياحة حسب مكان ممارسة الأنشطة السياحية:

ونقصد هنا المكان أو المنطقة التي تحتضن النشاط السياحي، والتي تملك مجموعة من الخصائص والمميزات التي تفرض ممارسة نوع معين من الأنشطة السياحية، كما أنها تلزم السواح والمؤسسات السياحية بالالتزام بمجموعة من القواعد في سلوكاتهم أثناء إقامتهم، ويمكن ذكر لا على سبيل الحصر الأنواع التالية:

- **السياحة الجبلية:**

تغطي المناطق الجبلية 24% من المساحة الإجمالية للكرة الأرضية[1]، وتأوي ما يقارب 12% من سكان العالم، بالإضافة إلى 14% التي لها ارتباط مباشر بالموارد التي تحتويها تلك المناطق،[2] وتتميز المجتمعات البيئية بالطابع الريفي، حيث ترتكز مداخيلها على الزراعة وعلى الأنشطة المرتبطة بالأرض، ويلعب النظام البيئي الجبلي دورا محوريا في رسم السمات والخصائص الاجتماعية والثقافية وحتى الاقتصادية لتلك المجتمعات.

من جانب آخر فإن المناطق الجبلية تمثل موردا سياحيا هاما بفعل مناخها وهوائها النقي الذي يمنح الراحة النفسية والجسدية للكثير من الأفراد، كما أنها تتميز بالمناظر الخلابة المتنوعة (غابات كثيفة، بحيرات، منحدرات، جروف)، وتمثل مأوى وملجأ لعدد كبير ومتنوع من الحيوانات والطيور التي عادة ما تكون نادرة، بالإضافة إلى الخصائص الثقافية والاجتماعية التي يتميز بها السكان المحليون، والتي تغذي فضول العديد من السياح الذين يرغبون للتطلع على العادات والتقاليد

---

[1] Programme des Nations Unies pour l'environnement, Tourisme et Montagnes Guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux des excursions en montagne, Paris2007,p5

[2] Office international de l'eau , « L'EAU EN MONTAGNE » , 2ème Congres International, MEGEVE (France) – 20, 21, 22, 23 SEPTEMBRE 2006 , http://www.oieau.org/eau-montagne/PROBLEMATIQUE_EAU_ET_MONTAGNE.pdf, 15/08/2012

المميزة للمجتمعات الجبلية، وتمثل إيرادات السياحة الجبلية ما بين 15% و20% من رقم الأعمال الذي تحققه الأنشطة السياحية في العالم، حيث أنها تدر سبعين إلى تسعين مليار دولار سنويا، ويجعلها تحتل المرتبة الثانية بعد السياحة الشاطئية وسياحة الجزر.[1]

وهنا يفضل الكثير من السياح القيام بجولات منظمة سيرا على الأقدام إلى مناطق نائية بالجبال والمناطق المرتفعة تشتهر بجمال مناظرها الطبيعية وتكون الإقامة في مخيمات في البر مما يحقق تعايشا تاما مع الطبيعة ويسمح باكتشاف ومراقبة الحيوانات البرية كالطيور والحشرات والزواحف، كما أنها فرصة للاحتكاك بالمجتمعات المحلية للتعرف على عاداتهم ثقافاتهم، كما تسمح مسالكها البرية خلال فترات الصيف بممارسة الفروسية وركوب الدراجات الهوائية والدراجات النارية، والدراجات الرباعية، وكذا رياضة تسلق الجبال الصخرية والقفز بالمضلات.

ومن جانب آخر فإن البحيرات والأنهار الموجودة في المناطق الجبلية تمثل فرصة للاستجمام والترفيه في المياه العذبة كالرحلات النهرية، التجديف وركوب القوارب الشراعية، ركوب الأمواج، وصيد الأسماك النهرية، أما في الشتاء، فمع الانخفاض الشديد لدرجات الحرارة والتساقط الكثيف للثلوج، فتسمح المناطق الجبلية في المناطق التي تكسوها كميات كافية من الثلوج، بالقيام بعدة رياضات شتوية كالتزلج على الثلج، والتزحلق على الجليد أو القيام بجولات على متن الدراجات الثلجية والقيام بتسلق الجبال الجليدية والثلجية.

- **السياحة الشاطئية:**

تنتشر هذه السياحة في البلدان التي تتوفر فيها مناطق ساحلية جذابة وبها شواطئ رملية ناعمة ومياه صافية خالية من الصخور، وتوجد في كثير من بلدان العالم مثل دول حوض البحر

[1] Programme des Nations Unies pour l’environnement, op cit, p7.

المتوسط ودول الكاريبي[1]، وهي السياحة التي تعتمد على استغلال الشواطئ للاصطياف والاستجمام، حيث تعتبر الشواطئ منتوج هذا النمط السياحي، غير أن إمكانية استغلال الشواطئ تستلزم توفر المناخ الملائم والاستقرار السياسي والاجتماعي في البلد المستقبل لهذا النوع من السياحة كغيرها من الأنماط السياحية الأخرى[2].

- **السياحة الصحراوية:**

تغطي الصحاري وأشباه الصحاري الساخنة أكثر من ثلثي أراضي البر، وهي تحتضن حوالي 16% من سكان الأرض، ويمثل تموضعها تنوعا يعود إلى توزيع التضاريس والقارات، حيث نجد الكيان الصحراوي العربي، وصحاري واسعة من الهضاب والسهول الممتدة في استراليا وإفريقيا الجنوبية، وصحاري أمريكا الشمالية، كما نجدها على شكل أشرطة قاحلة على طول الواجهات الغربية للقارات في أمريكا أو أراضي محصورة وشبه قاحلة في مناطق خطوط العرض السفلى (شمال فينيزويلا وشمال سرق البرازيل).[3]

وتمثل الصحراء موردا سياحيا لما تحمله من مظاهر طبيعية تتمثل بتجمعات الكثبان الرملية (الرق والعرق والسرير[4]) والجبال الجرداء والأودية الجافة والواحات الطبيعية والخباري والضايات والقيعان، ومن مظاهر بشرية تتمثل في أسلوب حياة وثقافة الشعوب الصحراوية المتناغمة

---

[1] آمنة أبو حجر، مرجع سابق، ص 76.

[2] صليحة عيشي، الأداء والأثر الاقتصادي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2011، ص 25.

[3] عز الدين الحسني، استراتيجية من أجل تنمية للسياحة في الصحراء الكبرى، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، باريس، 2000، ص 11.

[4] مناطق الرمال الناعمة التي يصعب السير فيها فتسمى بالأحقاف أو بحر الرمال.

والمنسجمة تماما مع طبيعة الصحراء لتشكل في تفاعلها الطبيعي والبشري هذا نمطا غريبا من أنماط الحياة المألوفة في المدن والأرياف[1].

ومن بين الأنشطة السياحية التي يمكن ممارستها في البيئة الصحراوية نوجز ما يلي[2]:

– أشكال الرياضات الصحراوية: مثل الصيد والسفاري والسير على الأقدام لتأمل الطبيعة، والراليات (سيارات ودراجات) وسباقات الخيل والهجن والقفز المظلي والتطعيس Escalade Dune de sable [3] والتفحيط Le Drift[4] والتخييم.

– السياحة البيئية: للتعرف على حياة التنوع البيولوجي في الصحراء والأشكال التضاريسية الغريبة التي تصنعها التعرية الهوائية، وأشكال الواحات وجمال الشروق والغروب للشمس وامتداد اتساع الصحراء والكثبان الرملية وتشكيلات الصخور والمغاور والكهوف والجبال البركانية والأودية الجافة.

– السياحة التاريخية والأثرية الصحراوية: والمتمثلة في القصور الصحراوية التي خلفتها الحضارات والحصون والآبار والبرك.

---

[1] خليف مصطفى غرايبة، السياحة البيئية، دار ناشري للنشر الالكتروني www.nashiri.net، 2012، ص132.

[2] خليف مصطفى غرايبة، السياحة الصحراوية في الوطن العربي (دراسة في جغرافيا السياحة) في آداب الكوفة، كلية الآداب، جامعة الكوفة، العدد 15، 2013، ص282–283.

[3] صعود التلال الرملية) الطعوس (بسياراتهم في جو من الإثارة وروح المغامرة، سبب التسمية يعود إلى كلمة (طعس) والتي تعني التل وطعوس هي جمعها لذلك يطلق على هذه الرياضة التطعيس لدى اهل الخليج.

[4] التفحيط أو التقحيص أو التشحيط أو التفحيص أو الخبات أو التمتيع أو الهجولة، ولها أسماء كثيرة منتشرة، وجميعها كلمات عامية لا جذر لها في اللغة العربية الفصحى، هي مجموعة حركات يقوم بها المفحط بالسيارة، وهو جعل السيارة تنزلق مع التحكم فيها، بأن يكون اتجاه العجلة الأمامية مخالفا للاتجاه الفعلى الذي تسير فيه السيارة (لليمين والسيارة تتجه إلى اليسار والعكس صحيح) وفي نفس الوقت تكون تحت سيطرة القائد.

- السياحة العلاجية المنتشرة في أجزاء متفرقة من الصحاري العربية، وهي سياحة لإمتاع النفس والجسد معا، أو هي سياحة العلاج من أمراض الجسد مع الترويح عن النفس، كالعلاج بالمياه المعدنية والعلاج بالطين والرمال (البحر الأسود).

- السياحة الثقافية: وتتمثل بوجود العديد من أضرحة الأولياء الصالحين والرسم والتصوير في الهواء الطلق والصناعات التقليدية والمعايشة مع البدو والمهرجانات التي تمثل ثقافات شعوب الصحراء والمؤتمرات والندوات والألعاب الشعبية والمساجد والكنائس.

- **السياحة الريفية:**

وهي عبارة عن رحلات وزيارات ملتزمة لمناطق زراعية تقليدية بغرض الاستمتاع ومزاولة الأنشطة الزراعية، وتأمل البيئة الطبيعية وملامحها الثقافية، والتي تعتمد على عوامل جذب تفاعلية بين السائح والبيئة الريفية بما تملك من مقومات طبيعية وثقافية مميزة، ونظراً لتكرار تردد السائحين الذين يقضون عطلاتهم بشكل تقليدي في ظل الطفرة الصناعية والتطور التكنولوجي الذي صاحبته آثار جانبية كثيرة تمثلت في التلوث البيئي بكافة أشكاله وانكماش المساحات الخضراء والتنمية العشوائية وتقلص المتنفسات الطبيعية التي يحتاج إليها الإنسان، الأمر الذي ساعد على الهروب من منفرات المدينة إلى أحضان الريف والطبيعة، وذلك من خلال قيامهم بمجموعة من الأنشطة التي ترتبط بالبيئة المحلية، منها على سبيل المثال: (المشاركة في زراعة وحصد المحاصيل، التثقيف بأنواع المزروعات نباتات وخصائصها، مشاهدة أساليب تربية الحيوانات والاستفادة منها في الأنشطة الزراعية، مشاركة الأهالي في الحرف التقليدية المعتمدة على العناصر الأولية من البيئة المحلية، المشاركة في طهي المأكولات الشعبية والتقليدية إضافة إلى الأنشطة الأخرى التي تتناسب مع البيئة

الطبيعية بشكل عام مثل: (التريض بين المزارع، ركوب الخيل والإبل... الخ)، كل ذلك يشكل أنماط جديدة لأنشطة العطلات ومسارات تجذب السائح لاستكشاف مناطق جديدة عليهم.

وهنا نشير إلى دور المنتجين الزراعيين في تنشيط هذا النوع من السياحة من خلال الإشهار بمنتجاتهم والتعريف بمختلف المراحل التي تمر بها العملية الإنتاجية كتنظيم زيارات للمنشآت الفلاحية والمزارع.

المطلب الثاني: مقومات الأنشطة السياحية

إن قيام نشاط سياحي في منطقة معينة يحتاج إلى توفر مجموعة من المقومات والعناصر، منها ما هو طبيعي مكتسب لا يمكن تغييره ولا استحداثه، ومنها ما هو مصطنع سواء بتوارث الحضارات أو من خلال القيام بأعمال استثمار وتهيئة وتخطيط.

أولا: المقومات الطبيعية

تتميز كل منطقة بمجموعة من المميزات والخصائص الطبيعية التي تؤهلها لأن تكون منطقة جذب سياحي، حيث أن هذه الخصائص تمثل هبة الطبيعة تجعل من هذه المناطق تتمتع بميزة نسبية لاحتضان نشاط سياحي معين، وهي غير قابلة للتقليد او الاصطناع أو التغيير، وهي لا تتحكم في درجة الجذب السياحي فحسب بل يمتد تأثيرها إلى نوعية وطبيعة الأنشطة السياحية هناك، وتتمثل هذه الخصائص فيما يلي:

1. **الموقع:**

يلعب الموقع الجغرافي والفلكي دورا أساسيا في تحديد عناصر المناخ وأشكال النباتات والحيوانات، وكذا طبيعة الموارد الطبيعية والاقتصادية في المنطقة، وهو كذلك محدد لطبيعة الأنشطة البشرية وتوزيع الأفراد وكثافة السكان، وتركيبتهم البشرية وتحركاتهم ومستواهم.

ويلعب الموقع كذلك دورا هاما في تنشيط الحركة السياحية، فبعد أو قرب المناطق المستقبلة عن المراكز التي تمثل طلبا سياحيا فعالا يؤثر على تكاليف السفر بحكم قصر أو طول المسافة الفاصلة، هذا إلى جانب طول فترة الوصول إلى هذه المناطق، كما أنه يحدد جنسية السياح وحتى مدة الإقامة وما ينجر عن ذلك من تكاليف مالية وزمانية.

كما يمكن للموقع الجغرافي أن يكون عاملا في تسهيل الاتصال بالعالم الخارجي، وذلك عندما يكون في نقطة التقاء أو القرب من تجمع خطوط النقل المختلفة، سواء كانت طرقا برية للسيارات أو خطوط السكك الحديدية، أو التقاء للخطوط الجوية.

وتشير الأرقام التي تصدرها المنظمة العالمية للسياحة أنه في سنة 2015، قد استقبلت القارة الأوروبية أكثر من 607,7 مليون سائح، أي ما يمثل أكثر من نصف السياح الوافدين في العالم بنسبة 51,8%، وهذا نظرا لموقعها الاستراتيجي، حيث أنها تتصل أو قريبة من أغلب قارات العالم، كما أنها تطل على مسطحات مائية هامة (البحر المتوسط والمحيط الأطلسي)، كما أنها تمثل ملتقى طرق الموصلات البرية والبحرية والجوية، في حين أنه في المقابل نلاحظ أن أستراليا لم تستقبل في نفس السنة سوى 12,5 مليون سائح، أي ما يمثل 1,1% من نسبة السياح الوافدين في العالم، وذلك نظرا لبعدها عن الأقاليم الجغرافية الأخرى[1].

2. المناخ:

إن المناخ عبارة الظروف الجوية السائدة لفترة طويلة والمميزة لمنطقة معينة وتتمثل أساسا في العناصر التالية:

- درجة الحرارة والرطوبة؛

[1] UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition, p4.

- التساقط (أمطار وثلوج)؛
- الضغط الجوي؛
- هبوب الريح؛
- سطوع الشمس.

ويعتبر المناخ من أهم العناصر الطبيعة أهمية وتأثير في النشاط السياحي، وذلك باعتباره مقوما لنشأة وقيام السياحة وازدهارها، ليس لكون مصدرا سياحيا فحسب بل أيضا في كونه محددا لإمكانية الاستفادة من الموارد السياحية الأخرى سواء كانت طبيعية أو بشرية، ففي ظل الأجواء المناخية الملائمة والمريحة فقط يستطيع الإنسان الاستفادة والتمتع بمختلف الموارد والمنتجات السياحية المقدمة (نباتات، ثروة مائية، منشآت ومرافق سياحية، ترفيه وتسلية...). ويمكن تحديد أثر المناخ على النشاط السياحي في النقاط التالية:[1]

- يؤثر المناخ في تشكيلة البيئة النهائية لي منطقة أو إقليم، ذلك لأن العناصر الأخرى الطبيعية كالنباتات وموارد الثروة المائية ومظاهر سطح الأرض يشكل الوصفة النهائية لنوعية المناخ السائد في الاقليم؛
- يؤثر بعض عناصر المناخ في ظهور وممارسة الأنشطة السياحية المختلفة مثل تساقط الثلوج وأشعة الشمس ودرجات الحرارة المعتدلة؛
- نستطيع في ظروف مناخية ملائمة استخدام الامكانيات الطبيعية والبشرية الأخرى في النشاط السياحي؛

[1] مازن محمد أمين حمة رشيد، "التباين الطوبوغرافي وأثره على أشهر الراحة في محافظة أربيل" في مجلة جامعة كركوك للدراسات الإنسانية، مجلد 7، عدد 3، كركوك 2012، ص3.

- يؤثر المناخ على أهم خصائص النشاط السياحي في أي منطقة من العالم وهو خاصية الموسمية، حيث نجد بأن هذه الخاصية تتولد نتيجة التباينات المناخية واختلاف فصول السنة.
- يؤثر المناخ في مدة النشاط السياحي وكثافته، ومن الثابت بأن فترات ممارسة الأنشطة السياحية تطول مع ازدياد فترة المناخ الملائم لممارسة تلك الأنشطة.

وإذا اطلعنا على احصائيات قدوم السياح الدوليين لسنة 2015، نلاحظ أن الدول العشر الأولى التي تحتل الصدارة من حيث استقبال السياح الدوليين موجودة في المناطق التي تتميز بمناخات هادئة وبتقلب أو تباين طفيف في خصائص العناصر المناخية، كمناخ البحر المتوسط والمناخات السائدة في النطاقات غير المتطرفة[1].

وفي المقابل نجد المناطق التي تتميز بتقلب شديد في الخصائص المناخية والتي تتميز بالتطرف، كهبوب الرياح القوية والأعاصير، وسقوط شديد للأمطار والثلوج، أو ارتفاع أو انخفاض شديد في درجات الحرارة، وما يتبع ذلك من انهيارات أرضية أو جليدية وسيول جارفة، والتي تتسبب في تدمير للمنشآت العامة والخاصة، وغلق للطرق وانقطاع في الكهرباء ووسائل الاتصال، مما يعيق قيام وازدهار الأنشطة السياحية بها.

من جهة أخرى تساعد الخصائص المناخية المعتدلة على ممارسة أنشطة الترويح والاستجمام التي تشعر الانسان بالراحة، فنلاحظ انتشار سياحة المدن في فرنسا والولايات المتحدة وإسبانيا وغيرها من البلدان، وانتشار السياحة الشاطئية في الدول التي تتمتع بشواطئ جذابة ومناخ يساعد على السباحة والتمتع بحرارة الشمس على غرار الدول المطلة على البحر المتوسط ودول جزر الكرائيب، حيث استقبلت هذه الأخيرة خلال 2015 أكثر من 23,9 مليون سائح، أي ما يعادل 12,4% من

[1] UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition, p 6.

عدد السواح الوافدين إلى القارة الأمريكية[1]، ونلاحظ انتشار السياحة الشتوية في المناطق التي يسودها المناخ البارد كالدول الاسكندينافية، حيث تكسوها الثلوج لفترات مستمرة خلال السنة.

3. أشكال السطح والتضاريس:

تمثل التضاريس وأشكال السطح كغيرها من الخصائص الطبيعية والجغرافية، مركبا أساسيا من مركبات خصائص المناطق أو الأقاليم، فهي عامل من عوامل انتشار الأفراد وتمركز الأنشطة الاقتصادية، كما أنها تلعب دورا في رسم الميزات الثقافية والاجتماعية في تلك المناطق.

"ويؤثر الموقع الجغرافي الطبيعي لمكان ما (إقليم أو مركز عمراني) مجموعة من العناصر أو العوامل الطبيعية أهمها أشكال سطح الأرض (جبال، هضاب، سهول، منخفضات، خوانق) والمسطحات المائية (محيطات، بحار، بحيرات، مستنقعات)، والأنهار والمناخ والنبات الطبيعي (غابات، حشائش ونباتات صحراوية)، وكذلك التركيب الجيولوجي والتربة".[2]

وترتبط الأنشطة السياحية كغيرها من الأنشطة البشرية الاقتصادية بنوعية التضاريس وأشكالها، حيث أن هذه الأخيرة محدد رئيسي في مدى ملائمة المواقع لاستقبال الأنشطة السياحية وكذا طبيعة الأنشطة التي يمكن استقبالها في هذه المناطق، وتتجلى هذه الأهمية أولا في نوعية والتركيب الجيولوجي للتربة وللأرضية من حيث نوعيتها وطبيعتها ودرجة الانحدار، وكذلك من حيث سلامة الموقع من تهديدات المخاطر الطبيعية كالزلازل والبراكين، والانزلاقات الأرضية والثلجية، وممرات السيول المائية والانجرافات.

---

[1] Ibid.

[2] محمد الدبس، "مفهوم الموقع الجغرافي الاقتصادي – البشري وأهميته كعامل في تحديد الاقليم الاقتصادي وتخصصه ووظائف مراكزه العمرانية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 30، العدد 1 + 2، 2014، ص 743.

وتمثل نوعية التضاريس وأشكال السطح موردا سياحيا هاما، حيث أن اختلاف الأشكال الجيولوجية للأرض (مرتفعات، خوانق، هضاب...) يساعد على قيام أنشطة سياحية مختلفة، فنجد المناطق الجبلية التي تتميز بمناخها وهوائها النقي الذي يمنح الراحة النفسية والجسدية للكثير من الأفراد، كما أنها تتميز بالمناظر الخلابة المتنوعة (غابات كثيفة، بحيرات، منحدرات جروف)، وتمثل مأوى وملجأ لعدد كبير ومتنوع من الحيوانات والطيور التي عادة ما تكون نادرة، بالإضافة إلى الخصائص الثقافية والاجتماعية التي يتميز بها السكان المحليون، والتي تغذي فضول العديد من السياح الذين يرغبون للتطلع على العادات والتقاليد المميزة للمجتمعات الجبلية.

كما أن توزيع اليابسة والماء عامل من عوامل انتشار وتوسع الأنشطة السياحية، فنجد أن السواحل البحرية لاختلاف طبيعتها وطولها وأشكالها المختلفة، وامتدادات اليابسة في الماء على شكل خلجان أو رؤوس *caps* أو أشباه جزر، وكذا تعدد الأجزاء الممتدة أما سواحل الكتل القارية والمتمثلة في الجزر سواء كانت مجمعة في شكل أرخبيلات (جزر هاواي وجزر البحر الكاريبي) أو جزر قارية منفردة كمدغشقر وصقيلية وقبرص.

وتلعب المسطحات المائية (محيطات، بحار، بحيرات ومستنقعات، أنهار ووديان، مساقط مائية وشلالات) بمختلف أشكالها مسرحا لاستقبال العديد من الأنشطة السياحية، وذلك تبعا لتباين خصائصها فيما يتعلق بدرجة حرارة المياه ولونها وكثافتها ومدى صفائها وقوة واتجاه التيارات المائية والبحرية.

ثانيا: المقومات المصطنعة

وإن كانت هذه المقومات غير موجهة أساسا للسياح، إلا أنها تعتبر ضرورية لقيام أي نشاط سياحي، وتتطلب استثمارات ضخمة ولها تأثير مباشر على البيئة العامة المحتضنة للنشاط السياحي، ونذكر منها العناصر التالية.

1. البنى التحتية:

تشمل البنى التحتية جميع التجهيزات والمنشآت والمرافق الأساسية والضرورية التي يحتاجها المجتمع لتحسين ظروف معيشته من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والعمرانية، وتشمل على الأشغال العمومية الكبرى كالطرق والجسور والموانئ والمطارات وطرق السكك الحديدية، والسدود، وكذا المرافق العامة كشبكات توصيل الطاقة كالكهرباء والغاز الموصول عن طريق الأنابيب وشبكات إمدادات المياه والصرف الصحي، وكذا شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي.

وإن كانت هذه المرافق موجهة أساسا لصالح السكان المقيمين، حيث تسمح بتنويع وتوسيع النشاط الاقتصادي والصناعي والتجاري، وتحقيق الرخاء والرفاهية لأفراد المجتمع، إلا أنها كذلك تلعب دورا أساسيا في تنشيط الحركة السياحية لما توفره من تسهيلات لصالح الزوار من حيث سهولة التنقل والحركة والاتصال، ومن حيث توفر الراحة والرفاهية أثناء إقامتهم، كما أن توفر الهياكل التحتية بالكم والكيف الضروريين يسهل توطين المشاريع السياحية على أسس ومرتكزات اقتصادية سليمة، ويساعد على استمرارها وتوسعها لما يسمح لها من تحقيق وفرات اقتصادية أثناء القيام بنشاطها.

2. الخدمات العمومية المرافقة:

إلى جانب الهياكل والبنى التحتية يجب أن تحظى منطقة الجذب السياحي بشبكة واسعة من الخدمات العمومية، كالمحلات التجارية والبنوك والخدمات المصرفية، وكذا خدمات الصحة العمومية

والبريد والاتصال والأمن، كما تعتمد السياحة على قدرات الدول المختلفة على تشجيع السياحة بما تقدمه من تسهيلات ومستوى الأسعار، وقدرة دعائية على مختلف وسائل الإعلام من أجل جذب السائحين، أمن واستقرار ورعاية صحية كاملة وحسن معاملة وقدرة على إبراز الجوانب والخصوصيات التي تهم السائحين بمختلف فئاتهم ورغباتهم[1]، أي جميع متطلبات الحياة المدنية ذات المستوى المرتفع، كما تضم هذه المجموعة من المقومات مختلف التسهيلات المقدمة للزوار كالنظام المصرفي القائم وما يمنحه من تسهيلات مالية فيما يخص نقل الأموال وعمليات الصرف، هذا إلى جانب النظام المعتمد في منح التأشيرات للأجانب وقيد التنقل داخل وخارج البلد المضيف.

ثالثا: مرافق الضيافة

وتتمثل أساسا في الخدمات المقدمة أساسا للسواح، من عناصر الجذب السياحي التي تدفع بالسياح إلى قصد الموقع أو الوجهة السياحية، هذا إلى جانب هياكل الإيواء والإطعام وكذا الخدمات المرافقة كالنقل والإرشاد السياحي وغيرها.

1- عناصر الجذب السياحي:

تعد عناصر الجذب السياحي من بين أهم العوامل التي تدفع الأفراد إلى السفر وتحفيزهم إلى قصد وجهة سياحية معينة، ورغم أنها تمثل جزء يسيرا من الإنفاق السياحي إلا أنها تعتبر النواة الرئيسية التي تدور في فلكها جميع مركبات النشاط السياحي الأخرى (إيواء، إطعام، نقل...)، وقد يؤدي غيابها أو تدهورها إلى تراجع واندثار النشاط السياحي بالمنطقة، ومن ثم فإن تطوير أي وجهة

[1] عبد الرزاق مولاي لخضر وخالد بورحلي، "متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري" في المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، عدد 04، جوان 2016، ص 68.

سياحية يجب أن ينطلق من تطوير هذا العنصر والذي سيلعب دورا رئيسيا في تحديد القدرة التنافسية للوجهة السياحية وبناء الصورة السياحية لها.

وقد جعل اختلاف أذواق الناس ورغباتهم وتنوع ميولاتهم في الترفيه والترويح بفعل عوامل اقتصادية واجتماعية وثقافية إلى وجود عدد كبير من عناصر الجذب السياحي، فمنها ما يعتمد على موارد طبيعية محضة كالشواطئ العريضة ذات الرمل الناعم، والتي يمكن أن تستغل للاصطياف والسباحة وممارسة الرياضات المائية كالتجذيف وركوب الأمواج، أو المحطات الجبلية المجهزة التي تستعمل الرياضات الشتوية كالتزحلق على الثلج أو صيد الأسماك النهرية والتخييم في الطبيعة، ومعاينة المناظر الطبيعية الخلابة واكتشاف ومراقبة الحيوانات البرية والنباتات الطبيعية.

كما أن لمظاهر الاهتمامات التاريخية جذبا قويا عند كثير من السياح كالآثار والأطلال القديمة والمباني التاريخية كالقلاع والكنائس والمعابد والمساجد والقصور الشهيرة، والأسواق الشعبية والأحياء العتيقة وغيرها من المباني الأثرية والمعمارية ذات الخلفية التاريخية أو الطراز المعماري الفريد، وكذا المتاحف التي تضم القطع الأثرية واللوحات الفنية القديمة ومختلف ألوان الثقافة والعلوم والفنون، فقد استقبل مثلا متحف اللوفر بفرنسا 7,4 مليون سائح في سنة 2016[1]، هذا إلى جانب مختلف الجوانب المعيشية للشعوب والمجتمعات المحلية كالفلكلور والفنون الشعبية والمنتجات ذات الطابع التقليدي والعادات والتقاليد.

ومن جانب آخر يوجد الأحداث والمناسبات الخاصة التي تدخل ضمن العرض السياحي لبعض الدول، وقد يكون ذلك بصفة منتظمة طوال العام أو في مواسم أو فترات محددة، وتشمل هذه الأحداث مناسبات ثقافية أو رياضية أو دينية، كالمهرجانات الموسيقية والتجمعات الثقافية (مهرجانات

[1]http://presse.louvre.fr/73-millions-de-visiteurs-au-musee-du-louvre-en-2016, 27/06/2017.

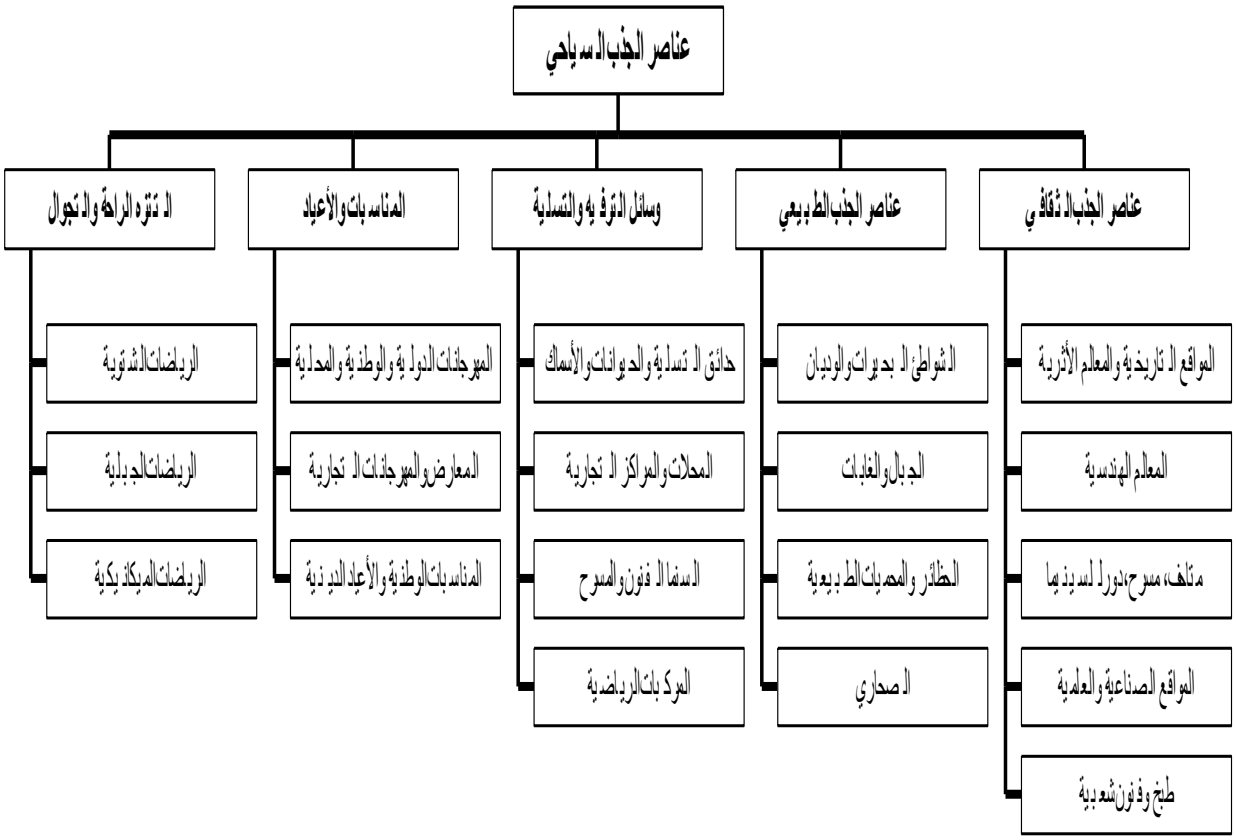
الأفلام والموسيقى، معارض الكتاب...) فمثلا يستقبل صالون الكتاب في باريس الذي استحدث سنة 1981 كل سنة أكثر من 150.000 من الزوار من ناشرين ومؤلفين وهواة القراءة والمطالعة فرنسيين وأجانب، ويعتبر حدثا هاما في الحياة العامة والثقافية في فرنسا حيث يتم تنظيم خلاله أكثر من 800 نشاط يحضر فيه ما يفوق 3.000 مؤلف للتوقيع على كتبهم والمشاركة في المؤتمرات والمناقشات مع القراء[1]، كما نجد المسابقات الرياضية الكبرى (سباق الجائزة الكبرى للسيارات، الألعاب الأولمبية...) والمناسبات الدينية، فحسب الهيئة العامة للإحصاء السعودية فقد استقبلت المملكة السعودية خلال موسم حج 1437هـ ما يفوق 1,86 مليون حاج، تمثل نسبة الأجانب فيهم ما يفوق 71,1% أي ما يفوق 1,32 مليون حاج من خارج المملكة، وقد تم استقبال في نفس السنة ما يفوق 6,14 مليون معتمر من خارج المملكة، وتهدف السلطات السعودية إلى تمكين ما يزيد من 15 مليون مسلم من أداء مناسك العمرة بحلول سنة 1442هـ الموافق لسنة 2022 م من خلال زيادة الطاقة الاستيعابية لمنظومة الخدمات المقدمة للمعتمرين والارتقاء بها[2].

كما يوجد الكثير من الأفراد من يريد قضاء فترة رحلته السياحية في التسوق وزيارة المحلات التجارية الكبرى، أو المنتزهات العامة والحدائق ومراكز التسلية ومدن الملاهي والمسارح ودور السنيما، فعلى سبيل المثال فقد استقبلت مدينة Las Vegas خلال سنة 2016 ما يفوق 42,9 مليون زائر بمعدل نمو 1,5% عن سنة 2015، وقد تم تحقيق إيرادات من أنشطة اللعب والترفيه ما يفوق 9,7

[1] www.livreparis.com/Le-Salon/Presentation, 27/06/2017
[2] www.stats.gov.sa, 27/06/2017.

مليار دولار خلال نفس السنة، وإيرادات من الرسوم المتعلق بالغرف ما يفوق 273 مليون دولار[1]، والشكل الموالي يبين أهم مكونات عناصر الجذب السياحي.

الشكل رقم (01): أهم مكونات عناصر الجذب السياحي



Source: Goeldner Charles R & Ritchie J. R. Brent, Tourism: principles, practices, philosophies, 8th Edition, John Wiley & Sons, Inc, New Jersey, 2009, p 214.

[1]Las Vegas Convention and Visitors Authority, 2016 Las Vegas year to date executive summary, www.lvcva.com/includes/content/images/media/docs/ES-YTD-2016.pdf, 27/06/2017.

2. وسائل الإقامة السياحية:

وهي عبارة عن الهياكل التي توفر خدمة الإيواء والمبيت للسائح، والتي يجب أن تتوفر على جميع المرافق التي تضمن الراحة والسلامة للسائح خلال فترة الإقامة، ويقصد بالمؤسسة الفندقية في القانون الجزائري كل مؤسسة تمارس نشاطا فندقياً، ويعد نشاطاً فندقياً كل استعمال بمقابل للهياكل الأساسية الموجهة أساسا للإيواء وتقديم الخدمات المرتبطة به، وهي تشمل المؤسسات التالية: [1]

– **الفنادق:** الفندق هيكل إيواء مهيأ للإقامة واحتمالا لإطعام الزبون.

– **نزل الطريق (الموتيل) أو المحطّة:** هو هيكل إيواء مبني خارج المناطق السكنية، يصل إليه مباشرة طريق مفتوح لحركة مرور السيارات، يجب أن يشمل على عشر غرف على الأقل ويوفر لزبائنه الوجبات الرئيسية الثلاث في اليوم، ويجب أن يكون له مساحة لتوقف السيارات أو مرأب خاص ومحطة بنزين، وإذا لم تتوفر هذه المحطة، فيجب أن يكون النزل قريباً من محطة تكفل خدمات التمويل بالوقود وزيوت التشحيم ومراقبة العجلات وإصلاحها.

– **قرى العطل:** هي مجموعة هياكل إيواء مبنية خارج المناطق السكنية، وتوفر أجنحة سكنية تشتمل على شقق عائلية صغيرة، ويجب أن توفر لزبائنها الوجبات الرئيسية الثلاث في اليوم، فضلا عن المنشآت الرياضية والثقافية، كما يجب أن يتوفر في قرية العطل مستوصف ميداني ومركز تجاري ومحطة بنزين.

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 2000–46 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق 1 مارس2000، يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كيفيات استغلالها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 29 ذو القعدة عام 1420 هـ، العدد 10، ص05–07.

– **الإقامات السياحية:** هي هيكل إيواء يقع خارج المناطق السكنية في أماكن مشتركة تتمتع بجمال طبيعي خاص، وتمنح للإيواء شقق مجهزة بالأثاث، ويجب أن توفر لزبائنها وسائل الترفيه والرياضة والتنشيط وكذا النشاطات التجارية.

– **النزل الريفي:** هيكل يقع خارج المناطق السكينة ويشتمل على ست غرف على الأقل مع تقديم وجبة فطور الصباح.

– **النزل العائلي:** يشتمل النزل العائلي على خمس غرف إلى خمس عشرة غرفة ويوفر وجبة فطور الصباح على الأقل، غير أنه يمكن أن يقدم وجبات الطعام لزبائنه أو يسمح لهم بإعدادها.

– **الشاليهات:** الشاليه هيكل معد لاستقبال الزبائن في المحطات البحرية أو الجبلية، ويكون مؤثثا أو غير مؤثث، ويؤجر لليوم أو للأسبوع أو للشهر أو للفصل.

– **المنازل السياحية المفروشة:** يؤجر المنزل السياحي المفروش الذي لا يفوق عدد الغرف فيه العشرة لمدة أقصاها شهر واحد، ويتكون المنزل السياحي المفروش من فيلات وشقق وغرف مؤثثة.

– **المخيمات:** المخيم هو مساحة مهيأة لضمان إقامة منتظمة للسياح فيه:

- تجهيزات خفيفة يحضرونها بأنفسهم أو تقدم لهم في عين المكان؛
- عربات التخييم المقطورة.

ويرخص بالتخييم الحر أو الفردي في الأمان الطبيعية للتخييم بموجب مقرر يصدره رئيس المجلس الشعبي البلدي المختص إقليميا.

– **محطة الاستراحة:** تقام محطة الاستراحة في طريق الرحلات السياحية لتمكين السياح العابرين من الراحة، ويجب أن تشتمل على غرفة مشتركة على الأقل، مهيأة من غرفة أو قاعة للطبخ والإطعام وغرفة أو صالة وتجهيز صحي ملائم.

3. وسائل النقل السياحي:

يمثل النقل السياحي عنصرا محوريا في قيام وتطوير الأنشطة السياحية في منطقة أو في بلد معين، باعتبار أن المنتج السياحي يستوجب حضور المستهلكين إلى المناطق السياحية، ولا ريب أن التطور الحاصل في الأنشطة السياحية في العقود الأخير ما هو إلا نتيجة للتطور الحاصل في وسائل النقل بجميع أنواعها (البرية، البحرية والجوية).

ولكي تخدم طرق ووسائل النقل والمواصلات الأغراض السياحية بالشكل الأمثل يجب أن تتوافر فيها الشروط التالية[1]:

– الراحة والأمان: يجب أن تضمن وسائل النقل السياحي القيام بهذه الخدمة بشكل سريع وفي ظروف تتميز بمستويات مقبولة من الراحة الجسمية والنفسية لمستعمليها، لذلك يجب أن توفر المقاعد المريحة مع التهوية الصحية ودرجات الحرارة المناسبة، وتوفير الخدمات من مرافق صحية وحمامات وتقديم وجبات أو مرطبات وتوفر الاستراحات على الطرق، كما يجب أن تتم الرحلة السياحية في سلامة وأمان من حيث حالة وسائل النقل المستعملة التي تحتاج إلى مراجعة دائمة وتحديث لتفادي وقوع الحوادث والتعطلات الناتجة عن عدم احترام المعايير التقنية أو لوجود أعطاب في وسائل النقل، و

[1] رؤوف محمد علي الانصاري، "السياحة والنقل . . . وسائل النقل المتطورة تساعد على تنمية السياحة وإزدهارها"، مجلة سطور (مجلة الكترونية)، www.sutuur.com/Inverstigations-ports/8134-news.html، 2016/08/16.

ينبغي أن يتحمل جهاز ووسائل نقل المسافرين والسياح والأمتعة مسؤولية هذا النقل بأمان وضمان وتعويض عن الأضرار في حالة الحوادث والكوارث والنكبات وفقدان الأمتعة.

- السعة والشمول: العمل على تهيئة طاقات النقل للأشخاص والأمتعة بما يتلائم ومقدار الطلب، على أن يمتاز جهاز النقل بالمرونة بما يتناسب وساعات النهار خلال اليوم الواحد، وكذلك بالنسبة لمقدار الطلب خلال فصول السنة والمواسم والأعياد والاجازات والزيارات الدينية، كما قد تتضمن الرحلة السياحية استخدام أكثر من وسيلة من وسائل النقل، وقد تتكامل الوسائل مع بعضها لخدمة السائح كتكامل النقل بالسيارات والعبارات أو النقل المائي، أو السيارات مع القطارات، أو السيارات والطائرات.
- الانتظام: إن الالتزام بمواعيد السفر يبعث الثقة للمسافرين ويساعد السياح من استغلال أوقاتهم بشكل أفضل ويوفر الاستغلال الأفضل للوقت بما يؤدي إلى تخطيط أمثل للسياحة، كما أن توفير أوقات مختلفة ومتعددة ومتكررة يومياً في الحافلات والمركبات العامة لانطلاقها بين مدينتين أو بلدين يعطي السائح مجال الاختيار في الوقت الذي يناسبه لسفره ويقلل من فترات الانتظار.
- التكلفة المناسبة: تشكل تكلفة النقل نسبة غير قليلة من مجموع تكاليف السفرة السياحية، وأي محاولة لتقليل تكلفة النقل ستمكن عدداً أكبر من السياح للاستمتاع بالرحلة السياحية، ويمكن للدولة دعم وسائل النقل المختلفة وتقديمها خدمات بتكاليف أقل وبصورة خاصة للسياح.

4. الخدمات السياحية المرافقة:

وهي عبارة عن مختلف الخدمات التي تقدمها مختلف الشركات السياحية من وكالات خدمات ووكالات سفر وإرشاد وإعلام سياحي، حيث تقوم بتمثيل العديد من موردي الخدمات السياحية (شركات الطيران، فنادق، شركات تنظيم الرحلات...)، وتنقسم إلى:

– منظم الرحلات Tour opérateur: ويتولى تجميع عناصر البرنامج السياحي وتنظيمها في شكل رحلة أو مجموعة من الخدمات السياحية في أوقات ومناطق محددة مسبقا، ويتواجد منظموا الرحلات في البلاد المصدرة للسائحين ويتحمل مسؤولية التسويق والدعاية للبرامج السياحية التي يعدها.

– وكالات الخدمات السياحية: تتمثل في الشركات التي تكون مسؤولة عن تنفيذ البرامج السياحية المعدة مسبقا بمعرفة منظمي الرحلات، وتوجد في البلاد المستقبلة للسائحين ولا دخل لها بترتيبات النقل بين الدولة المصدرة للسائحين والمستقبلة لهم.

– وكالات السفر والسياحة: تتولى بيع ما ينتجه منظموا الرحلات ويطلق عليها الوسطاء، ويشمل نشاطها حجز وبيع تذاكر السفر، حجز الغرف الفنادق، خدمات النقل السياحي والترقية السياحية، كما تقوم كذلك بإعداد وتنفيذ البرامج السياحية والرحلات السياحية.

– الإرشاد السياحي: وتقع على عاتق المرشد السياحي مسؤوليات كثيرة تجاه السياح في تلبية احتياجاتهم وإمدادهم بكافة المعلومات الضرورية والرد عن استفساراتهم، قصد تقديم صورة مميزة للمقومات السياحية في البلد.

– مديريات ودواوين السياحية: ويكون نشاطها أصلا غير ربحي وعادة تكون عمومية، وهي تهتم بتزويد الجمهور بالمعلومات السياحية المختلفة لترقية وتثمين السياحة في الأقاليم والوجهات، سواء على شبكة الأنترنيت (مواقع، بريد الكتوني، شبكات التواصل الاجتماعي...) أو من خلال الكتيبات والأدلة والخرائط السياحية، كما أنها تقوم بمرافقة المؤسسات السياحية الفتية والاقتراب من السكان المحليين لإشراكهم في النشاط السياحي، كما يمكن أن تقوم بتنظيم معارض وفعاليات ثقافية ورياضية وملتقيات جهوية من أجل التشهير بمناطقهم.

المطلب الثالث: لمحة عن تطور النشاط السياحي

لقد عرفت الأنشطة السياحية في العالم في العقود الأخيرة تطورا ملحوظا، سواء من حيث ارتفاع عدد السواح أو من خلال الإيرادات التي تدرها هذه الأنشطة، حتى أصبحت محركا للعديد من الاقتصاديات ومظهرا من مظاهر العولمة التي يشهدها الاقتصاد العالمي في العقود الأخيرة. وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أن ثمة عوامل ساعدت في تحقيق هذا التحول النوعي في الاهتمام بقطاع السياحة، منها:

- التطور الحاصل في وسائل النقل والمواصلات.

- التقليص المتزايد للحواجز التجارية من خلال مختلف اتفاقيات وسياسات التحرير التجاري، مما يسر تنقل عوامل الإنتاج وانتقال الأفراد والمسافرين.

- ثورة المعلوماتية وشبكات الاتصال، والتي ساعدت في توفر المعلومات الخاصة بالخدمات المقدمة وظهور سلوك جديد لدى السياح من خلال زيادة الاهتمام بالطبيعة والعادات والثقافات المختلفة لدى الآخرين، وهو ما فتح آفاقا جديدة في الصناعة السياحية من خلال خلق اتجاهات جديدة وخدمات سياحية مبتكرة أكثر تنوعا.

من جانب آخر فقد ولدت السياحة الحديثة من ثلاث ظواهر رئيسية في الغرب :الزيادة في فترات خارج أوقات العمل، وتحسن الحالة الاجتماعية بشكل محسوس لدى الطبقة الوسطى وضعف الروابط الاجتماعية المجتمع، حيث سمحت النضالات الاجتماعية في المجتمعات التي تتميز بأنظمة إنتاج مجزأة ومركزة بالحصول عن المزيد والمزيد من العطل وفرص الترفيه لجميع الاعمار من أجل تجديد قوة العمل والابتعاد عن الضغوطات اليومية[1].

[1] Cazes Georges et Courade Georges, « Les masques du tourisme » in Revue Tiers Monde, n° 178, 2004, p. 247-268.

أولا: تطور حجم السياحة الوافدة

فحسب الإحصائيات التي تقدمها المنظمة العالمية للسياحة، فإنه خلال سنة 2015 تم استقبال ما يعادل 1.186 مليون سائح في العالم بزيادة 52 مليون سائح مقارنة بسنة 2014، وهو ما يمثل السنة السادسة بالتوالي التي يحقق فها هذا الرقم معدلات نمو إيجابية بعد الانتكاسة البسيطة التي شهدتها سنة 2009، وهو في تزايد مستمر، والملاحظ أن عدد السواح قد تضاعف بثلاث مرات تقريبا (2,72 مرة) مقارنة مع سنة 1990، أي أنه حقق معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 4.1%، وأن هذا الرقم مرشح للارتفاع بمقارنة بالسنوات السابقة ليصل حسب تنبؤات المنظمة العالمية للسياحة إلى 1.36 مليار سائح في 2020، وإلى ما يفوق 1.809 مليار في حدود 2030.[1]

وقد صاحب ها النمو تغير في الوجهات التي يقصدها السياح في العالم، (الجدول رقم 02) حيث نسجل تزايد نصيب الدول النامية من حصة استقبال السياح في العالم، حيث نلاحظ أنه تم استقبال 533 مليون سائح في 2015، أي بنسبة 44,9 % بعدما كان هذا الرقم يساوي 136 مليون سائح في 1990 (تضاعف أربع مرات تقريبا) وهو ما كان يستقبل أقل من ثلث حجم السياح في العالم، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن الأنشطة السياحية لم تعد تخص فقط المجتمعات المتقدمة، وأن هناك ميول لدى السياح عموما نحو زيارة واكتشاف المجتمعات والبلدان الأقل تقدما.

وإذا دققنا أكثر في حجم السياح الوافدين حسب المناطق، فنلاحظ تراجع حصة كل من أوروبا وأمريكا، فرغم أن حجم السياح الذي يقصدون القارة الأوروبية قد تضاعف بـ 2,3 مرة خلال الفترة (1990–2015)، وأنها تبقى الوجهة الأولى عالميا إلا أننا نسجل تراجعا محسوسا في حصتها من حجم السياح الوافدين، فبعدما كانت هذه الحصة تفوق 60% في بداية الفترة، فإنها بلغت في نهايتها

[1]World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition, p4.

ما يعادل 51.2 %، وبالمقابل نلاحظ انخفاض نصيب أمريكا إلى 16,2% في 2015 بعدما كان يفوق الخمس في بداية الفترة.

الجدول (02): تطور حجم السواح الوافدين في العالم حسب المناطق التي يقصدونها خلال الفترة 1990-2015 (مليون سائح)

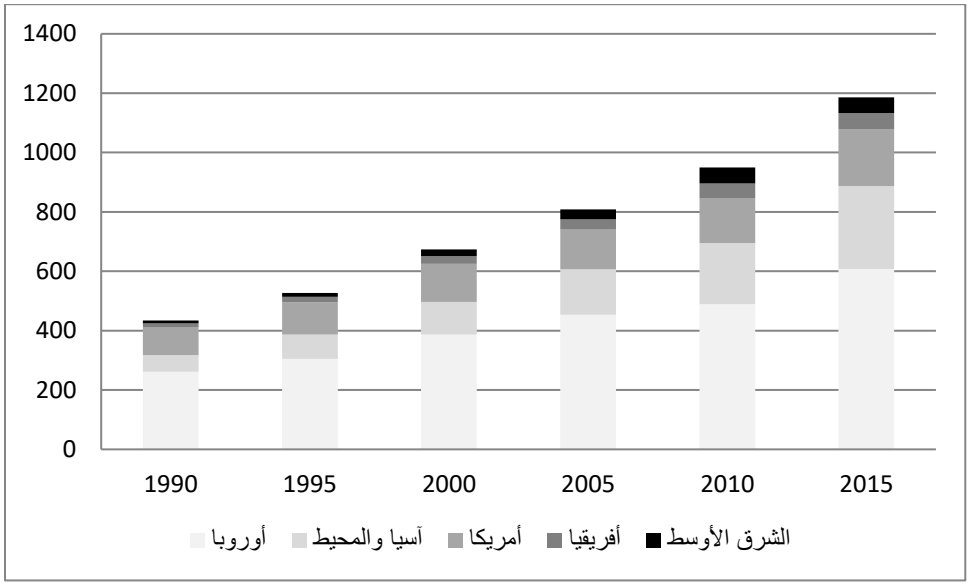
	1990		1995		2000		2005		2010		2015	
	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة
العالم	435	100	527	100	674	100	809	100	950	100	1186	100
الدول المتقدمة	299	68,7%	339	64,3%	424	62,9%	470	58,1%	516	54,3%	653	55,1%
الدول النامية	136	31,3%	188	35,7%	250	37,1%	339	41,9%	434	45,7%	533	44,9%
أوروبا	261,5	60,2%	304,5	57,8%	386,6	57,4%	453,2	56,0%	489,4	51,5%	607,7	51,2%
آسيا والمحيط	55,9	12,9%	82,1	15,6%	110,4	16,4%	154	19,0%	205,5	21,6%	279,2	23,5%
أمريكا	92,8	21,4%	108,9	20,7%	128,2	19,0%	133,3	16,5%	150,2	15,8%	192,6	16,2%
أفريقيا	14,8	3,4%	18,7	3,5%	26,2	3,9%	34,8	4,3%	50,4	5,3%	53,5	4,5%
الشرق الأوسط	9,6	2,2%	12,7	2,4%	22,4	3,3%	33,7	4,2%	54,7	5,8%	53,3	4,5%

Source : World Tourisme Organisation UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition, p4.

وما يلفت الانتباه تضاعف عدد السياح الذين يقصدون آسيا والمحيط خمس مرات تقريبا (4,9) خلال نفس الفترة، وأصبحت الوجهة الثانية للسواح عالميا بنسبة تفوق 23,5 %، أما عن

إفريقيا والشرق الأوسط فرغم الزيادة المحسوسة في حجم السياح الوافدين، حيث تضاعف حجم السياح المتوجهين لإفريقيا بأكثر من 3,6 مرة في حين أن حجم السياح المتوافدين للشرق الأوسط فقد تضاعف بأكثر من 5,5 مرة، إلا نصيب كل منهما من السياحة العالمية يبقى ضعيفا إذ يقدر بـ 4,5% ، والشكل التالي يبين تطور نصيب كل منطقة من حجم السواح الوافدين إليها.

الشكل (02): تطور نصيب كل منطقة من حجم السواح الوافدين إليها خلال الفترة 1990-2015 (مليون سائح)



المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الجدول رقم (02)

ثانيا: تطور حجم السياحة الواردة

أما من حيث مصدر ورود هؤلاء السياح فنلاحظ حسب الجدول رقم (03) أن غالبية السياح ينتمون إلى نفس المنطقة التي يوجد بها البلد المضيف، حيث أن أكثر من ثلاثة أرباعهم يبقون في نفس المنطقة، وذلك للاستفادة من سهولة الإجراءات الإدارية ومشاكل النقد الأجنبي (حالة الاتحاد الأوروبي)، والجدول التالي يبين تطور حجم السياح الوافدين في العالم حسب المناطق التي ينتمون إليها خلال الفترة 1990-2015.

الجدول (03): تطور حجم السياح الوافدين في العالم حسب المناطق التي ينتمون إليها خلال الفترة 1990-2015 (مليون سائح)

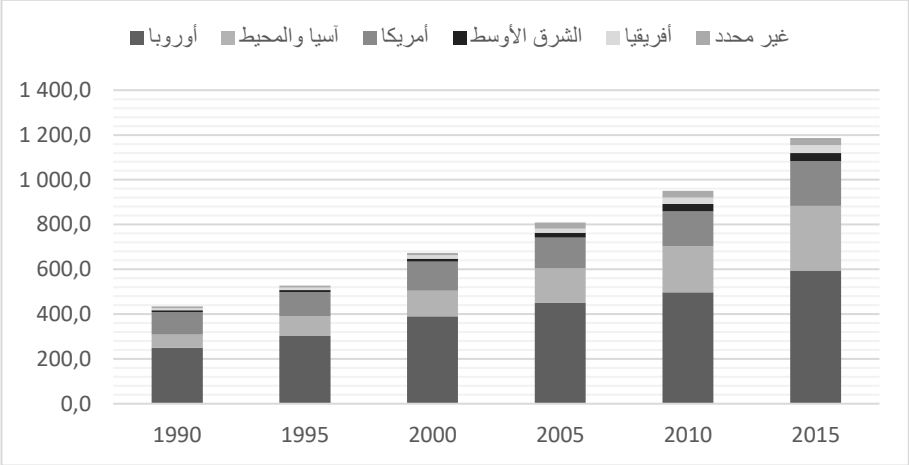
	1990		1995		2000		2005		2010		2015	
	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة
العالم	435,0	100	527,0	100	674,0	100	809,0	100	950,0	100	1 186,0	100
نفس المنطقة	349,1	80,3%	423,1	80,3%	532,9	79,1%	632,3	78,2%	728,9	76,7%	912,7	77,0%
خارج المنطقة	77,6	17,8%	95,3	18,1%	129,8	19,3%	149,9	18,5%	191,5	20,2%	242,0	20,4%
أوروبا	250,7	57,7%	304,0	57,7%	390,3	57,9%	452,3	55,9%	497,0	52,3%	594,1	50,1%
آسيا والمحيط	58,7	13,5%	86,3	16,4%	114,1	16,9%	152,8	18,9%	205,9	21,7%	289,5	24,4%
أمريكا	99,3	22,8%	108,1	20,5%	130,6	19,4%	136,5	16,9%	156,0	16,4%	199,4	16,8%
الشرق الأوسط	8,2	1,9%	8,5	1,6%	12,8	1,9%	21,4	2,6%	33,3	3,5%	36,3	3,1%
أفريقيا	9,8	2,3%	11,5	2,2%	14,9	2,2%	19,3	2,4%	28,3	3,0%	35,4	3,0%
غير محدد	7,9	1,8%	8,6	1,6%	11,1	1,6%	26,7	3,3%	29,8	3,1%	31,5	2,7%

Source: World Tourisme Organisation UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition, p13.

غير أنه ما يلفت الانتباه هو حجم النمو الذي عرفه عدد السياح الواردين من خارج المنطقة التي تضاعف بأكثر من ثلاث مرات وانتقل من 77,6 مليون في سنة 1990 إلى أكثر من 242 مليون في سنة 2015، وهذا نرجعه إلى التطور الحاصل في وسائل النقل لا سيما النقل الجوي الكتلي وما صاحبه من منافسة شديدة بين شركات النقل ولاستراتيجيات العديد من المؤسسات السياحية التسويقية في خلق وجهات جديدة بعيدة عن المنطقة التي ينتمي إليها السائح.

من جهة أخرى فإن عدد السواح الأوروبيون يمثلون أكثر من نصف سواح العالم، ورغم التراجع الطفيف في نسبتهم فإن عددهم قد تضاعف بأكثر من 2,3 مرة خلال فترة الدراسة وفاق نصف مليار سائح، أما عن القارة الأمريكية فنسجل تراجعها من المرتبة الثانية إلى المرتبة الثالثة من حيث عدد السواح الواردين، حيث أن هذا الأخير لم يعرف نفس مستوى النمو الذي شهدته الأقاليم الأخرى، ووصل نصيبها إلى 16,8% من سواح العالم، وبالمقابل فقد برزت دول آسيا والمحيط، وتضاعف عدد سواحها بـ 4,6 مرة، ولتحتل بذلك المرتبة الثانية عالميا وبزيادة في حصتها من عدد سواح العالم إلى 24,4% من العدد الإجمالي للسياح الواردين.

الشكل (03): تطور حجم السواح الوافدين في العالم حسب المناطق التي ينتمون إليها خلال الفترة 1990-2015 (مليون سائح)



المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الجدول (03)

أما عن دول الشرق الأوسط وإفريقيا ورغم أن نصيبها من عدد سواح العالم قد بقي منخفضا نسبيا وفي حدود 3% إلا أن عدد السواح الواردين من هاتين المنطقتين قد عرف نموا مذهلا، حيث تضاعف بأكثر من 4,4 مرة في دول الشرق الأوسط بما يوافق 36,3 مليون سائح، وبأكثر من 3,6 مرة في إفريقيا بما يوافق 35,4 مليون سائح، وهذا ما يدل على أن نشاط هذه الأسواق التي أصبحت تحتوي على حجم معتبر من المستهلكين.

ثالثا: تطور الإيرادات السياحية

ونتيجة لهذا التطور أضحت السياحة تمثل عشر الإنتاج الداخلي الخام العالمي، وأصبحت من بين الأنشطة الاقتصادية التي تحقق أعلى معدلات نمو خلال الثلاثين سنة الماضية[1]، فقد تضاعف حجم الإيرادات السياحية العالمية خلال الفترة 1990 – 2015 بـ 4,6 مرة، ليفوق في نهاية الفترة عتبة ألف مليار دولار ويبلغ 1260 مليار، أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 6,3%، وتظهر هذه المؤشرات أكثر انتعاشا إذا تم تقييم الإيرادات السياحية العملة الأوروبية حيث تضاعفت هذه الإيرادات بـ 5,3 مرة خلال الفترة وبمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 6,9%، حيث حققت الأنشطة السياحية ما يقارب عشر قيمة الصادرات العالمية من السلع، وثلث الصادرات العالمية من الخدمات[2]. الجدول التالي يتضمن تطور الإيرادات الذي حققه قطاع السياحة في العالم.

الجدول (04): تطور الإيرادات السياحية العالمية بالدولار والأورو (مليار)

السنة	1990	1995	2000	2005	2010	2015
$	271	415	495	706	986	1260
€	213	317	536	568	744	1136

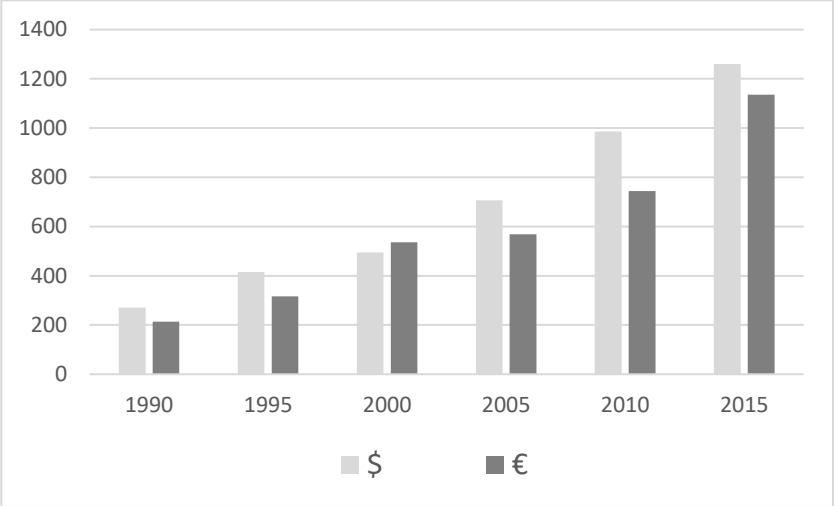
Source: World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition, p6

[1] Bates Samuel et al., « Évaluation de l'avantage macroéconomique net du tourisme Analyse coûts-bénéfices des recettes touristiques internationales » in Revue d'économie Régionale & Urbaine, mai 2007/1, p80.

[2] Lequin Marie, « Développement touristique et éco-compatibilité : le cas du Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent au Québec » in Market Management, Vol. 3, 2003/2, p 51.

إن حجم الإيرادات التي تدرها الأنشطة السياحية مؤهل نحو الارتفاع بالنظر إلى تنبؤات ارتفاع عدد السواح في العالم والذي سيتضاعف تقريبا في حدود 2030، والشكل الموالي يبين اتجاهات هذا النمو.

الشكل(04): تطور إيرادات الأنشطة السياحية في العالم خلال الفترة 1990 – 2015 (مليار)



المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الجدول (04)

وبالعودة إلى نشريات المنظمة العالمية للسياحة والمتعلقة بتطور النشاط السياحي لسنوات مختلفة، نلاحظ تباينا في توزيع هذه الإيرادات السياحية الدولية بين المناطق في العالم، حيث نجد أنه رغم تضاعف حجم الإيرادات السياحية في القارة الأوروبية بـ 3,1 مرة وتسجيله معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 4,7% بصفتها الوجهة السياحية الأولى، إلا أن نصيبها قد عرف تراجعا محسوسا في حجم الإيرادات الكلية، فيعد أن كانت تستحوذ على أكثر من نصف هذه الإيرادات بـ 54,4% أصبحت ما يفوق الثلث بقليل بنسبة 35,8% في سنة 2015 رغم أنها استقبلت أكثر من نصف سياح العالم في تلك السنة.

أما القارة الأمريكية فإن معدلات النمو في إيراداتها من الأنشطة السياحية كان أعلى من ذلك الذي سجل في أوروبا، فقد تضاعفت هذه الإيرادات بخمس مرات تقريبا (4,9) وبمعدل نمو سنوي

متوسط يقدر بـ 6,1% والذي استطاعت أن تحافظ به على نصيبها من حجم الإيرادات في العالم الذي استقر في حدود الربع رغم التراجع الذي عرفته في نصيبها من حجم السياحة الوافدة في العالم.

الجدول (05): الإيرادات السياحية في العالم حسب المناطق للفترة 1995-2015 (مليار دولار)

	1990		1995		2000		2005		2010		2015	
	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة	الحجم	النسبة
العالم	**263,60**	**100%**	**405,80**	**100%**	**475,80**	**100%**	**680,00**	**100%**	**919,00**	**100%**	**1260,00**	**100%**
أوروبا	143,50	54,4%	211,70	52,2%	231,50	48,7%	348,00	51,2%	406,20	44,2%	450,70	35,8%
آسيا والمحيط	41,20	15,6%	78,10	19,2%	87,60	18,4%	138,60	20,4%	248,70	27,1%	418,30	33,2%
أمريكا	69,20	26,3%	100,50	24,8%	136,40	28,7%	144,60	21,3%	182,20	19,8%	303,70	24,1%
أفريقيا	5,30	2,0%	8,10	2,0%	10,70	2,2%	21,50	3,2%	31,60	3,4%	33,10	2,6%
الشرق الأوسط	4,40	1,7%	7,50	1,8%	9,70	2,0%	27,60	4,1%	50,30	5,5%	51,40	4,1%

Source : Fait par le chercheur d'après : World Tourisme Organisation UNWTO Tourism Highlights, Années 2000, 2001, 2006, 2011, 2016.

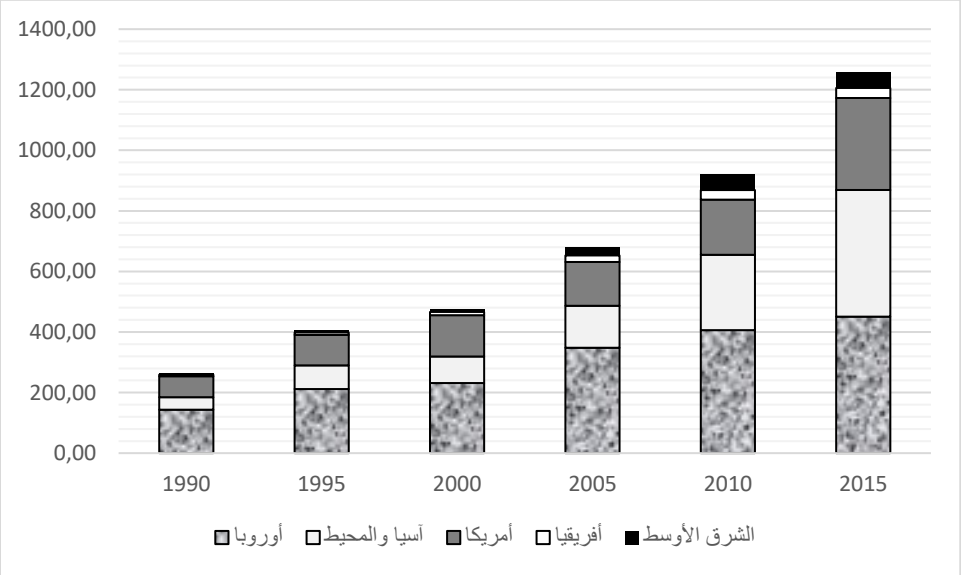
وفي المقابل نلاحظ النمو المذهل الذي عرفه حجم الإيرادات السياحية في بلدان آسيا والمحيط الذي تضاعف بأكثر من عشر مرات خلال فترة الدراسة بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 9,7%، محتلة المرتبة الثانية من حيث نصيب من إجمالي الإيرادات بعد أوروبا بحوالي الثلث في سنة 2015 بعد أن كانت هذه النسبة تقدر بـ 15,6% في سنة 1990، رغم أن حجم السياح الوافدين قد تضاعف بخمس مرات فقط وأنها لم تستقبل إلا 23,5% من إجمالي السياح الوافدين في العالم.

من جانب آخر نلاحظ من الجدول أنه رغم أن نصيب الشرق الأوسط الذي تضاعف بـ 2,5 مرة وهو لم يمثل في سنة 2015 إلا 4,1% من حجم الإيرادات الكلية في العالم، إلا أن حجم

الإيرادات السياحية في هذه المنطقة قد تضاعف بأكثر من 11,6 مرة بمعدل نمو سنوي متوسط يفوق 10,3% بالموازاة مع تضاعف حجم السياح الوافدين.

وبالموازاة مع ذلك نجد المنطقة الأفريقية التي تضاعف حجم إيراداتها من السياحة الدولية بـ 6,2 مرة خلال فترة الدراسة، حيث انتقل من 5,3 مليار دولار إلى أكثر من 33,1 مليار، وسجل نصيبها من حجم الإيرادات الكلي تحسنا طفيفا بتسجيله 2,6% في سنة 2015 بعد أن كان 2,0 % في سنة 1990 وهي أدني نسبة مقارنة بالمناطق الأخرى، يمكن تمثيل هذا التطور من خلال الشكل البياني الموالي.

الشكل (05): تطور الإيرادات السياحية العالمية حسب المناطق بالدولار خلال الفترة 1990-2015 (مليارد دولار)



المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الجدول (05)

المبحث الثاني: المميزات والخصائص الاقتصادية للأنشطة السياحية

رغم أن السياحة نشاط إنساني يقوم به الأفراد والجماعات بشكل عفوي، إلا أن تطور الظاهرة في العقود الأخيرة من حيث عدد السواح وحجم الإيرادات السياحية المحققة، وما صاحب ذلك من تطور وتجانس في أنماط إنتاج الخدمات السياحية جعل من هذا القطاع صناعة حقيقية تنبض في قلب العولمة الاقتصادية للأسواق، وتعرف منافسة شديدة بين مختلف الشركات والمؤسسات السياحية، وحتى ما بين الاقتصاديات، مما فتح آفاقا جديدة في هذه الصناعة، خاصة مع إيجاد تجانس في أنماط إنتاج الخدمات السياحية وظهور خدمات سياحية مبتكرة وأكثر تنوعا تمس وتتلاءم مع مختلف تفضيلات المستهلكين، يتم الاعتماد فيها على سياسات تسويقية مدروسة لاستقطاب أكبر عدد من المستهلكين.

سيخصص هذا المبحث لدراسة النشاط السياحي من جانبه الاقتصادي، أي أننا نركز على المنتج السياحي من وجهة نظر العرض ومن وجهة نظر الطلب، حيث أننا لا يمكن التعامل مع المنتج السياحي كغيره من المنتجات الأخرى الخدمية والسلعية لأنه يحمل مجموعة من الخصائص والميزات تدفع بنا إلى إعطائه رؤية خاصة في مجال الإنتاج والتسويق والإبداع والابتكار.

المطلب الأول: الطلب السياحي

يعبر الطلب السياحي عن مجمل السلع والخدمات التي يستهلكها ويحتاج إليها السياح، سواء كانوا أجانب أو محليين، ويمكن التعبير عن هذا كميا عن مجموع تذاكر السفر المباعة، الغرف والشقق المستأجرة، الوجبات المستهلكة وغير ذلك من المؤشرات، ويتم تقييم وحساب هذه النفقات حسب فترات ثابتة (يوميا، أسبوعيا، شهريا، فصليا أو سنويا).

أولا: مميزات وخصائص الطلب السياحي

يتميز الطلب السياحي بمجموعة من الخصائص أهمها ما يلي:

1. التركيز المكاني الشديد:

سواء على المستوى الدولي أو الداخلي، نجد أن السياح عادة ما يقصدون وجهات وأماكن محددة ومحدودة، حيث نجد أن أوروبا مثلا تمثل الوجهة الأولى للسياح في العالم، إذ أنها تستقبل أكثر من نصف الطلب السياحي العالمي[1]، وحتى داخل البلد الواحد، فإن السياحة متعلقة بالمناطق التي تملك مقومات سياحية (طبيعية، حضارية، ثقافية، تاريخية...)، والتي تكون محل جذب للسياح، فنلاحظ عادة أن السياح (محليين وأجانب) يقبلون على الشواطئ في المدن الساحلية، أو مدينة أو مدينتين هامتين، أو معلم أو مجموعة معالم سياحية معينة بذاتها، وهذه المناطق تكون محددة ومحدودة من حيث مساحتها وطاقة استيعابها.

إن هذا التركيز يولد استخداما مفرطا وغير متكافئ للمنشآت والموارد السياحية، مما قد يكون له آثار سلبية على سلامة هذه الموارد (مياه، طاقة، موارد طبيعية) لا سيما غير المتجددة منها، كما أنه يولد تركيزا في الإفرازات كالنفايات الصلبة وإفرازات المياه المستخدمة وتلويث الهواء، خاصة وأن العديد من المنشآت السياحية لا تهتم إلا بالإيرادات الفورية التي ستجنيها من النشاط السياحي دون مراعاة المحافظة على البيئة والموارد السياحية، ناهيك عن الإزعاج الذي سوف يتولد في المناطق المزارة لدى السكان المحليين من ازدحام للطرقات وضوضاء وعدم التوفر الكافي للخدمات العامة.

[1] Organisation Mondiale du Tourisme, Barometre OMT du tourisme mondial, op cit, p3

2. التركيز الزماني الشديد:

ترتبط السياحة بعنصر هام هو التفرغ التام من العمل حتى يستطيع السائح قضاء أوقات فراغه في الترويح النفسي، بعيدا عن ضغوط العمل والحياة اليومية، ولذلك يتميز الطلب السياحي بالموسمية والتي تتحدد بعدة عوامل، فمنها ما يتعلق بعناصر تنظيمية كالإجازات المدرسية وعطل الإدارات العمومية والمؤسسات الصناعية، حيث أن هناك فترات معينة من السنة يبلغ فيه الطلب ذروته (مثل فصل الصيف وأوقات العطل بالنسبة للمدن الساحلية)، أو أثناء المهرجانات والأعياد الدينية، كما تتعلق هذه الصفة الموسمية بعوامل طبيعية بالظروف المناخية التي تسمح بممارسة أنشطة سياحية بعينها (الرياضات الثلجية في فصل الشتاء مثلا).

إن هذه الخاصية تشكل قيدا حقيقيا في تسيير النشاط السياحي، حيث أن الطابع غير الملموس للمنتجات السياحية الذي لا يمكن من تخزين الفائض من الإنتاج حيث أن أي غرفة فندق غير مؤجرة أو مقعدة طيران غير مباع في يوم معين له قيمة اقتصادية معدومة، وبالتالي نجد تحميلا غير متوازن على المنشآت والموارد السياحية، خاصة وأنه في العديد من الحالات نجد بنية تحتية سياحية ضخمة لاستيعاب الأعداد الكبيرة من التدفقات السياحية في موسم الذروة، لتبقى غير مستغلة تماما أو غير مستغلة بالشكل الكافي خلال فترات عديدة من السنة، مما يجبر أصحاب المؤسسات السياحية الحصول على إيرادات تغطي كل السنة في فترة جد قصيرة وهي فترة الموسم السياحي لتغطية تكاليف تسيير الهياكل السياحية التي تبقى قائمة، كما يمكن أن تخلق هذه الموسمية أيضا مشاكل المحافظة على سلسلة التوريد، والإبقاء على معايير الخدمة وجودة المنتج في حالة عدم وجود موظفين دائمين على المدى الطويل، وضمان دعم متواصل من مقدمي خدمات النقل مثل شركات الطيران وشركات الشحن رغم أنه قد يكون من الممكن في عدد قليل من المناطق استخدام اليد العاملة السياحية في

أنشطة أخرى خارج الموسم السياحي، غير أن هذا غير متاح في غالبية الحالات نظرا لتوافق زمن الذروة مع الطلب على العمالة مع العديد من الأنشطة كالزراعة وغيرها من الأنشطة المتعلقة بالموارد[1].

3. العامل الشخصي والنفسي:

كثيرا ما يقال إن «بيع العطلات" مثل "بيع الأحلام"، فحين يقوم سائح باقتناء رحلة سياحية إلى الخارج، فإنه يقتني أكثر من حزمة بسيطة من الخدمات، كمقد في الرحلة الجوية وغرفة في الفندق وثلاث وجبات يومية وفرصة التمتع بالشاطئ تحت أشعة الشمس، بل إنه يقتني فرصة لاستخدام بيئة غريبة، مع كل ما تحمله من معالم جغرافية جديدة – مدن عالمية قديمة ومناظر طبيعية – بالإضافة إلى ثقافة وتراث المنطقة المزارة، وكذا الفوائد الأخرى كحسن الضيافة والخدمات غير الملموسة الأخرى.[2]

يرتبط الطلب السياحي بعناصر غير ملموسة، أو معنوية، فهو متعلق بدوافع شخصية، ويهدف إلى إشباع حاجات نفسية وروحية لدى الأشخاص الراغبين في السفر، كما أنه يمكن للسائح أن يقوم بنفسه بالتوفيق بين مختلف أنواع ونوعيات الخدمات السياحية بما يتفق وتطلعاته ورغباته، وبما يرغب السائح أن يتحصل عليه من رحلته. وتتعلق هذه التطلعات بعدة متغيرات منها المستوى المعيشي للسائح (النوعي والكمي) وطبيعة ومستوى ثقافته، والتجاوب مع هذه التطلعات والحاجات مرتبط هو الآخر بعوامل يصعب التحكم فيها (حالة الطقس، ثقافة السكان في المناطق المضيفة، جودة الخدمات وغيرها).

---

[1] Confederation of Tourism and hospitality, Introduction to Tourism Economics Study Guide, BPP Learning Media Ltd, London, 2011, p 42.
[2] Halloway, op cit, p 10.

4. التركيب وتعدد الأشكال:

– إن المنتج السياحي ليس منتجا موحدا أو معياريا، وإنما هو عبارة من سلة من المنتجات من السلع والخدمات يستهلكها ويحتاج إليها السياح، سواء كانوا أجانب أو محليين، وهو منتج مركب ومتعدد الأشكال (إقامة، نقل، إطعام، تذكارات، مراكز ترفيه وتسلية...)، فهو مزيج مشكل من عدة عناصر متكاملة ومترابطة، كما أنه متعلق بعناصر أخرى كالهياكل التحتية، الأمن والاستقرار السياسي والخدمات المرفقة والنقل، وحتى مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بدخول وخروج السائح، ويمكن التمييز بين السلع والخدمات التالية:

– خدمات النقل الحضري وغير الحضري: أي الإنفاق الذي يتم لاقتناء خدمات النقل للتنقل للمنطقة المراد زيارتها سواء كان هذا التنقل برا أو بحرا أو جوا، وكذا مصاريف من خدمات النقل والتنقل داخل تلك المنطقة في حد ذاتها، كخدمات التنقل عبر الحافلة، استئجار سيارات، قطار حضري، قطار أنفاق...

– خدمات الإقامة والإيواء: سواء كانت هذه الخدمة مقدمة من طرف مؤسسات معتمدة كالفنادق والنزل ومراكز الراحة، أو في دور الضيافة وفي المنازل الخاصة، وعربات التخييم

– خدمات الإطعام: وتخص كل المقتنيات من وجبات جاهزة وسريعة في المطاعم، ومشروبات في المقاهي والحانات، أو ما يتم اقتناؤه لتحضير هذه الوجبات.

– خدمات الترفيه والتنزه: وهي عبارة عن المقتنيات من خدمات التسلية والترفيه، وتشمل حقوق زيارة المعالم الثقافية والرياضية والتاريخية، تذاكر السينما والمسرح، تذاكر الحدائق ومراكز التسلية...

– خدمات وكالات السفر والسياحة: والخدمات التي تقوم بها وكالات السفر كوسيط بين المستهلك للمنتج (السائح) والمؤسسات التي تقوم بتقديم هذه الخدمات أو كمجمع لهذه الخدمات وتقديمها في شكل منتج مركب للسواح.

– مصاريف مقتنيات مختلفة: وهي المشتريات التي يقوم بها السواح أثناء الرحلة كالألبسة والتذكارات ومختلف السلع.

– مشتريات سلع معمرة خاصة بالرحلة: وهي المصاريف الخاص باقتناء احتياجات السفر والترحال، كألبسة ومعدات خاصة كأجهزة التصوير ومهدات التخيم، كما تضم نذلك المصاريف التي يتم إنفاقها بعد الرحلة (نفقات تخريج الصور مثلا).

ومن ثم فإن المنتج السياحي يشترك في إعداده عدة متعاملين خواص وعموميين، فالزائر الأجنبي لا يستهلك فقط الخدمات السياحية السوقية (فندقة، إطعام، ترفيه،..)، والتي تقدم عادة من طرف أعوان خواص، وإنما كذلك يستهلك خدمات عمومية غير سوقية مقدمة من طرف الإدارات العمومية بصفة مجانية أو شبه مجانية، أي بسعر رمزي يقل بكثير من تكلفة تلك الخدمة، وهي تغطي الخدمات التي لا يمكن أن تتبادل أو أن تكون محل تبادل في السوق بسبب عدم قابليتها للتجزئة (الأمن، الدفاع، الإنارة العمومية،..)، كما يستفيد من المرافق العمومية الموجودة كالهياكل التحتية (طرقات، مطارات، موانئ،..)، والتي تكلف الخزينة العمومية مبالغ كبيرة للإنجاز والصيانة والإصلاح[1].

[1] DEPREZ Clémentine, Spécificités et complexité du tourisme d'affaires : politiques et stratégies d'innovation, mémoire pour l'obtention master 1 en management des industries du tourisme et l'hotelleri, CENTRE D'ÉTUDES DU TOURISME ET DES INDUSTRIES DE L'ACCUEIL, Universite de Toulouse, Toulouse 2009, p 51

5. الحساسية:

يعتبر الطلب السياحي عالي الحساسية تجاه التغيرات الاجتماعية والسياسية والأمنية للمناطق المستقبلة، فالبلدان التي تشهد ظروفا سياسية وأمنية غير مستقرة، أو التي تتعرض لاضطرابات سياسية و/أو اجتماعية، يقل الطلب السياحي عليها، حتى ولو كانت أسعار منتجاتها وخدماتها السياحية منخفضة أو أقل من أسعار البلدان الأخرى المنافسة[1]. كما أن الطلب السياحي شديد الحساسية بالنسبة للتغيرات في أسعار الصرف (خاصة بالنسبة للطلب السياحي الأجنبي)، التغيرات المناخية غير المتوقعة، بالإضافة إلى قرارات الدول القاضية بالرقابة على النقد وتحديد حجمه الذي يسمح للسائحين الخروج به.

ولا شك أن المناخ السياسي والاقتصادي المستقر هو أساس من أسس زيادة الطلب السياحي، كما أن وجود علاقات سياسية واقتصادية حسنة بين الدولة المصدرة للسائحين والدولة المستقبلة لهم هو عامل من عوامل اتساع قاعدة الطلب السياحي.[2]

ثانيا: الطلب السياحي الخاص بالمنظمات وخصائصه

وهو الطلب الذي يتم من قبل المؤسسات الإنتاجية والإدارات العمومية والمؤسسات المالية والجمعيات المدنية، في إطار نشاطهم العادي من خلال تنظيم الاجتماعات، الملتقيات، المعارض، دورات تكوينية، سفريات تحفيزية *voyage de motivation* وغيرها من الأنشطة الذي يتم فيها التقاء العديد من الأشخاص القادمين في إطار عملهم ومهنتهم من وجهات وأماكن مختلفة، ويدرج ضمن ما يصطلح عليه بسياحة الأعمال، ومن ثم فإن حجم هذا النوع من الطلب يتحدد بحجم النشاط

[1] عشي صليحة، مرجع سابق، ص 33.

[2] نشوى فؤاد، تنمية المبيعات السياحية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2008، ص 8.

المنظم من طرف الهيئة ومن حيث عدد المشاركين ومدة النشاط وطبيعته، وهو يتميز بوجود قيود تقنية في المنتجات محل الطلب (عدد الغرف ومساحتها، وجود تجهيزات خاصة، وجود خدمات مرافقة كقاعة مؤتمرات أو ساحات...)، وعادة ما تكون مختلفة من زبون لآخر من حيث مكونات ومركبات المنتج السياحي ومخصصة حسب احتياجات الزبون، وبالتالي فإن المعاملات الخاصة بهذا النوع من المنتجات السياحية تتم بين موظفين متخصصين في عمليات الشراء والتفاوض بين الطرفين، على أن يكون هناك اتصال قوي بين الطرفين حتى قبل وأثناء الفعاليات حتى يتم تخطي جميع المشاكل التي قد تواجهها، ومنه فإنه تتدخل وتؤثر في عملية اتخاذ القرار العديد من الأطراف المتمثلة في ما يلي[1]:

1- المستخدمون:

وهم الذين يستخدمون أو يستعملون المنتج أو الخدمة، ويعتبرون المحرك الرئيسي لعملية الطلب وتحديد نوعية وطبيعة المنتجات، وتكون انطباعاتهم وآرائهم التي ستبلغ للهيئة المنظمة تأثير مباشر على استمرار هذه الأخير التعامل مع المؤسسة السياحية في المستقبل.

2- أصحاب التأثير:

رغم أن هذا الطرف ليس المسؤول المباشر عن عملية اقتناء المنتج وتحديد مركباته، إلى أن لديهم تأثير محسوس على القرار النهائي من حيث اقتراح خصائص ومركبات المنتج وتقديم مختلف الآراء والتوصيات المتعلقة بهذا الجانب، حيث يمكن للمدراء الجهويين وحتى لمرافقي المشاركين في الفعالية التأثير على الإدارة المركزية المسؤولة عن التنظيم فيما يخص المكان والزمان ومختلف المرافق التي يجب أن تكون متوفرة.

[1] Kotler Philip et Bowen John T et Makens James, Marketing du tourisme et de l'accueil, Pearson France, Montreuil, 2016, p 189.

3- أصحاب القرار:

يكون هذا الطرف مسؤولا عن تحديد المتطلبات والحاجيات التي يجب توفيرها في المنتج، فهو المسؤول عن تنظيم التظاهرة والأدرى باحتياجاته تبعا لطبيعة وحجمها، عدد المشاركين، طبيعة المشاركين وطبيعة ومستوى الخدمات اللائقة واللازمة، قد تكون مديرية فرعية، مديرية مركزية أو مؤسسة بعينها.

4- المصادقين عن القرار:

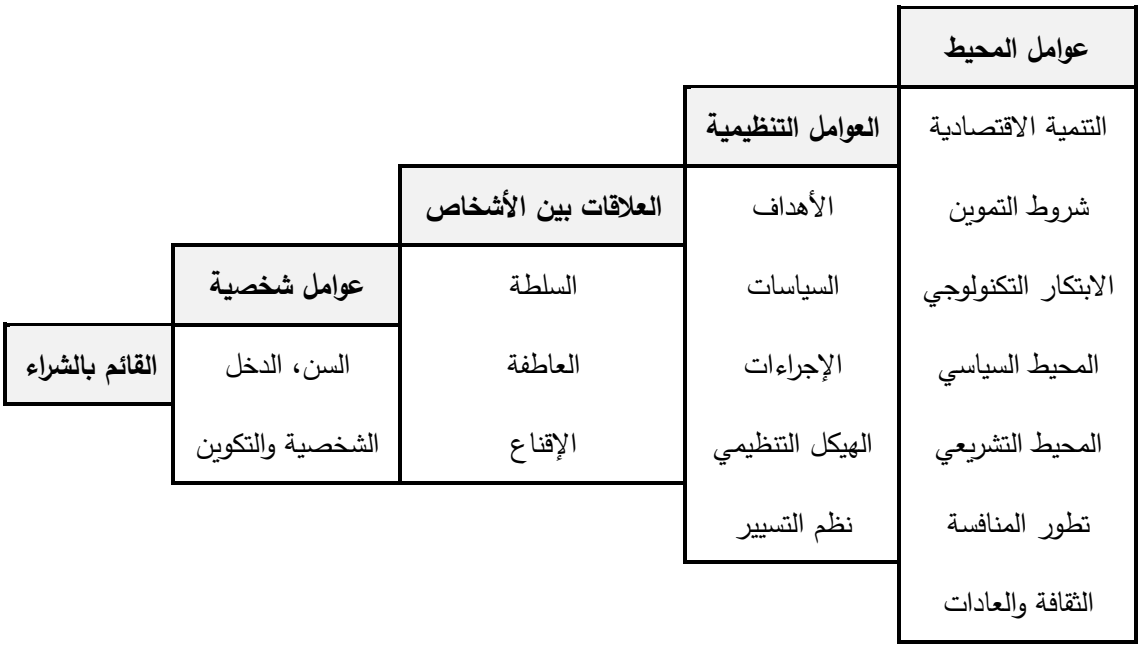
وهو الطرف الذي يصادق أو يوافق على الإجراءات التي يتخذها أو يقترحها أصحاب القرار أو القائمون بعملية الشراء، حيث أن يجب أن يتم توقيع طلبية الشراء والموافقة عليها من طرف المدير أو المدير المالي، والذي قد يبدي اعتراضات أو تحفظات فيما يخص الطلبية ومكوناتها أو بالسعر الذي سيدفعه مقابل تلك الخدمات.

5- القائمون بعملية الشراء:

حيث يتكفل هؤلاء باختيار الممونين وتحديد شروط عملية الشراء، وعادة ما يكونون ذوي خبرة تقنية فيما يخص المنتجات المطلوبة وخصائصها، ويكون لهم دورا محوريا في تحديد الممون والقيام بالمفاوضات.

وانطلاقا من هذا فإن الطلب السياحي الخاص بالمنظمات يتأثر بالعديد من العوامل تبعا لدرجة تدخل كل طرف في قرار اقتناء المنتج، وهنا تتدخل العديد من المتغيرات الموضوعية (النوعية، السعر) وأخرى شخصية متعلقة بشخصية الفرد وتكوينه وثقافته، كما يتعلق بالجوانب التنظيمية للمنظمة ونظم التسيير في الجانب الجزئي وبالمحيط الاقتصادي والسياسي ومستوى التنمية ووضعية المنافسة على المستوى الكلي.

الشكل رقم (06): العوامل المؤثرة في الطلب السياحي للهيئات



Source : Kotler Philip et Bowen John T et Makens James, Marketing du tourisme et de l'accueil, Pearson France, Montreuil, 2016, p 192.

ثالثا: أوجه التشابه والاختلاف بين الطلب السياحي للمنظمات والطلب السياحي للأفراد

إن الطلب السياحي للمنظمات الذي يمارس من خلال الأفراد الذين يتنقلون في إطار أداء عملهم ومهاهم الإدارية يستخدمون نفس الهياكل والمنتجات السياحية التي يستخدمها السياح العاديون (هياكل إيواء وإطعام، وسائل نقل، هياكل ترفيه...)، غير ان هذا الاستخدام يكون بشكل مختلف من حيث نوعية ومستوى الخدمات محل الطلب اثناء فترة الإقامة، وكذا الفترات التي يتم فيها عملية الاستخدام، حيث نجد أن هذا النوع من الطلب السياحي مرتبط بفترات العمل وبالتالي يتناقص أو ينعدم خلال فترات العطل وأيام نهاية الأسبوع، كما أن استخدام مرافق التسلية والترفيه من قبل هؤلاء

السياح يكون بعد فترات العمل، ويمكن أن يشترك هذا النوع من السياحة منع سياحة الترفيه في النقاط التالية[1]:

- إن سائح الأعمال يتحول إلى سائح عادي عند الانتهاء من أعماله ومهامه؛
- عادة ما يتم إدراج أنشطة ترفيهية في إطار منظم ضمن التظاهرات والفعاليات (حفلات، رحلات منظمة، ولائم...) من قبل الهيئات المنظمة؛
- كثير من المؤسسات ما تقوم بمنح رحلات تحفيزية لصالح إطاراتها وموظفيها وعمالها كمكافأة على حسن النشاط؛
- في كثير من الحالات ما يكون سواح الأعمال مرافقين بأزواجهم أو أبنائهم الذين يعتبرون سواح عاديين طول فترة الرحلة والإقامة.

ويبين الجدول التالي أهم أوجه التشابه والاختلاف بين سياحة الأعمال التي تتم تحت تغطية الهيئات وسياحة الترفيه والتسلية التي يقوم بها الأشخاص بشكل فردي.

[1] Swarbrooke John and Horner Susan, Business Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, Massachusetts, 2001, p10.

الجدول رقم (06): أهم أوجه التشابه والاختلاف بين سياحة الأعمال وسياحة الترفيه

	سياحة التسلية والترفيه	سياحة الأعمال	إلا أن
من يتحمل تكاليف الرحلة	السائح	المستخدم	أرباب العمل هم الذين يتحملون تكاليف الرحلات الخاصة بهم
من يحدد الوجهة	السائح	الهيئة المسؤولة عن التنظيم	تؤخذ أراء وتوصيات المشاركين بعين الاعتبار
تاريخ الرحلة	خلال العطل العادية وأيام نهاية الأسبوع	طول أيام السنة من الاثنين إلى الجمعة	يستثنى شهري جويلية وأوت من تنظيم التظاهرات
المدة الزمنية (فترة من الزمن بين الحجز والذهاب في رحلة)	يتم الحجز مسبقا، فترات راحة قصيرة، بضعة ايام	يجب أن تتم بعض رحلات العمل في وقت قصير جدا	يتم حجز العديد من المؤتمرات الرئيسية عدة سنوات مقدما، كما يمكن أن يتم حجز بعض أيام العطل الآن أيضا بضع ساعات قبل
من يسافر	كل فرد لديه الوقت والمال الكافي	من يطلب منه السفر من قبل الهيئة المستخدمة	يمكن أن يكون سياح الأعمال مرافقين بأشخاص آخرين
طبيعة الوجهة	كل الأنواع: الشواطئ، المدن، الأرياف...	يتم التركيز على المدن الكبرى والمراكز الحضرية	قد يتم تنظيم بعض الاجتماعات في الأرياف والأماكن النائية.

Source: Swarbrooke John and Horner Susan, Business Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, Massachusetts, 2001, p10.

المطلب الثاني: العرض السياحي

يمكن تعريف العرض السياحي على أنه مجموعة السلع والخدمات التي يتم من خلالها إشباع حاجات المستهلكين السياحيين، فهو يمثل كل ما يمكن عرضه من مغريات ووسائل جذب للسياح.

أولا: خصائص العرض السياحي

ينطوي عموما العرض السياحي على مجموعة من المميزات والخصائص أهمها:

1. الطابع غير الملموس والمعنوي للمنتج السياحي:

إن الطابع غير الملموس للمنتج السياحي يجعل منه يشترك في الخصائص التي تميز الخدمات بوجه عام، فهي غير قابلة للمعاينة ولا يمكن تجريبها أو اختبارها ولا تذوقها قبل اقتنائها، ولا يمكن نقلها إلى المستهلكين كما هو الحال في السلع المادية، ولكن المستهلكين هم الذين ينتقلون إلى مواقع تواجدها، ومن ثم وجب الاهتمام بمكان تقديم الخدمة السياحية، كما أنها غير قابلة للحفظ ولا التخزين بما يتفق مع الأسعار وحجم الطلب، خاصة وأن النشاط السياحي يتسم في غالب الأحيان بالموسمية، بالتالي فإن مكان الإنتاج يمثل مكان الاستهلاك، ويجب أن تستهلك فور إنتاجها.

ومن جهة أخرى فإن الطابع المعنوي والشخصي الذي يميز الطلب السياحي يجعل من الصعب تحديد معايير وخصائص ثابتة للمنتج السياحي، كما يصعب أيضا التجاوب الكامل وبصفة دقيقة ومتطلبات الزبائن المختلفة والمتنوعة، خاصة وأنه يوجد عدد كبير من الوسطاء بين المنتج والمستهلك النهائي، مما يعيق التسيير الحسن للنشاط السياحي ويؤثر على جودة الخدمات المقدمة.

من جانب آخر أن التطور الحاصل في وسائل الإعلام والاتصال لا سيما مع وفرة الأجهزة المنزلية (الحاسوب المنزلي، التلفزيون الرقمي، *webcam*...)، فقد سمح لمقدمي الخدمات السياحية بعرض جانب من خصائص الخدمات المقدمة في شكل ملموس، سواء كان هذا الشكل ورقيا (كتيبات *Brochure*، صور، ملصقات...)، أو في شكل مرئي (أفلام مصورة، إعلانات مرئية...)، وجعلها في متناول المستهلكين الكامنين في المجلات والجرائد وقنوات التلفزيون وشبكة الانترنيت، وتبقى عملية اقتناء الخدمة السياحية مبنية على درجة عالية من الثقة من جانب طالب الخدمة السياحية،

وساعد على توطيد هذه الثقة تطور عمليات البيع عبر شبكة الانترنيت وانتشار استعمال الحجز بلا تذاكر بالنسبة للكثير من شركات الطيران[1].

2. التنوع وعدم التجانس:

تغطي السياحة عددا كبيرا من الأنشطة، منها ما يستعمل التكنولوجيات المتطورة والحديثة (كالنقل الجوي)، ومنها ما يعتمد على وسائل وأدوات جد بسيطة (الحرف التقليدية)، ومنها ما له أبعادا ثقافية وحضارية (فنون، عادات وتقاليد، تراث). غير أنه، وعلى الرغم من هذه الأوجه المتنوعة وغير المتجانسة التي تتخذها الأنشطة السياحية، وإن كانت تتفق في الهدف الأساسي الذي هو خدمة الزبون في مجال العطل والأسفار، فإنها تختلف في طبيعتها وخصائصها وأهدافها، ولا يمكن التعامل معها بشكل موحد[2].

3. الترابط والاستقلالية:

إن التنوع المذكور في الخاصية الأولى لا ينفي وجود تداخل وترابط وثيق ما بين مختلف أشكال الخدمة السياحية، إذ لا يمكن أن تتحقق تنمية سياحية دون أن تكون أماكن استقبال وإقامة السياح مهيأة بالخدمات الأساسية واللائقة بصورة متكاملة ومترابطة، والتي يشارك في إعدادها أعوان اقتصادية مختلفة (هياكل إيواء، عناصر الجذب، وسائل النقل، منظموا الرحلات، سلطات عمومية على مستوى الوجهة السياحية)، حيث نجد أن كل طرف مرتبط بنشاط وأداء الطرف الآخر، فلا يمكن استغلال الموارد السياحية وعناصر الجذب دون وجود طاقة إيواء كافية تقوم بتقديم خدمات مرضية، كما أن هياكل الإيواء مرتبطة ارتباطا وثيقا بوجود شبكة نقل واسعة تسمح بإيفاد العدد الكبير من

1 Holloway J. Christopher, op cit, p28.
2 Statford Jean, Microéconomie du tourisme, Presse de l'Université du Quebec, Quebec, 1996, p 29

السياح، كما أن شركات النقل بحاجة إلى منظمي الرحلات الذين يقومون بتزويدهم بالمسافرين والزبائن.

وفي جانب آخر تعد هذه العناصر مستقلة فيما بينها من حيث القرارات الفردية والجماعية المتحكمة فيها والمؤثرة عليها، ففي حين ان المؤسسات التجارية تبحث عن تعظيم للإيرادات والأرباح، نجد أطرافا أخرى كالمتاحف والحظائر الوطنية لا تسعى إلى أهداف ربحية بل إلى حماية وتثمين الموارد الثقافية والطبيعية[1].

4. عدم المرونة أو الصلادة:

تعد الموارد السياحية، سيما الطبيعية منها والثقافية والتاريخية، غير قابلة للتغيير والتكيف وفق متطلبات وأذواق المستهلكين، كما أن المرافق والهياكل التحتية المرافقة للخدمات السياحية لا يمكن تعديلها بما يوافق طلب السوق في المدى القصير[2]، وهذا التكييف يتم عادة ببطء شديد وبتكاليف جد عالية، ويكون وفق برامج وطنية وإقليمية، ولا يمكن للمؤسسة السياحية والسلطات العمومية المحلية القيام بها لوحدها، وهذا ما يجعل من العرض السياحي فاقد نسبيا للمرونة.

5. الإحلال والتقادم:

مع إنه هناك منتجات سياحية لا تتعرض للتقادم ولا تقبل الإحلال، كتلك المتعلقة بالعناصر الطبيعية والتاريخية والثقافية، إلا أن منتجات أخرى تعد شديدة الإحلال فيما بينها، حيث نجد أن

[1] Evans Nigel, Campbell David and Stonehouse George, Strategic Management of Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, Massachusetts, 2003, p 35.

[2] عيساني عامر، الأهمية الاقتصادية لتنمية سياحة مستدامة حالة الجزائر، رسالة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2010، ص21.

السائح يمكن أن يختار ما بين العديد من الخدمات للتسلية والترفيه، كما يمكن له كذلك أن يختار ما بين العديد من تشكيلات خدمات الإيواء والإقامة.

ومن ناحية أخرى يتأثر العرض السياحي بالابتكارات والتطورات التكنولوجية بما لها من انعكاسات على تخفيض تكلفة بعض الخدمات، وهو ما يؤدي إلى تغير في منحنى العرض من حيث كمية ونوعية وسعر المنتجات السياحية المعروضة. وفي ذات السياق قد تؤدي التطورات التكنولوجية إلى ظهور منتجات سياحية وأنماط استهلاكية سياحية جديدة تنافس تلك الموجودة (الدراجة المائية واللوحة الشراعية مثلا)[1].

ثانيا: خصائص السوق السياحي

إن خصائص العرض السياحي المذكورة سابقا تؤدي إلى منح السوق السياحية طابعا خاصا من حيث المنافسة بين العارضين والعلاقة التي تربط بين مختلف الأطراف الفاعلة في السوق، ويتجلى ذلك في العناصر التالية[2]:

- إن الطابع غير المتجانس للمنتج السياحي وخاصيته المركبة جعله لا يملك صفات موحدة ويختلف من منتج لآخر، فنجد مثلا على مستوى نفس الموقع السياحي هياكل سياحية تركز في منتجاتها على التجهيزات التي توفر الراحة الكاملة والرفاهية المطلقة للسياح، في حين نجد أن هناك هياكل أخرى تركز في منتجاتها على التجهيزات المحافظة على البيئة والمثمنة للموارد الطبيعية، كما نجد اختلاف في المنتجات حسب عنصر الجذب السياحي المعتمد عليه، فهناك من المنتجات ما يعتمد على الثقافات والعادات والتقاليد الموجودة في المجتمعات المحلية، وهناك منتجات تعتمد

[1] Statford Jean, op cit,p30
[2] Caccomo Jean-Louis, Fondements d'économie du tourisme Acteurs, marchés, stratégies, De Boeck Supérieur, Bruxelles, 2007, p 59.

على المناخ الدافئ والشواطئ الجذابة، وبالتالي فإن عنصر المنتج الموحد والمحدد للسوق السياحية غير موجود، مما يجعل خاصية المنافسة في السوق غير متوفرة، وتلعب الحملات التسويقية والدعائية دورا هاما في وضع صورة مميزة للمنتجات من قبل العارضين لجذب الزبائن والمستهلكين.

- كما أن التكاليف العالية لا سيما الثابتة منها في العديد من أنواع المنتجات السياحية كالفندقة والنقل الجوي تمثل حواجز حقيقية لدخول منتجين جدد خاصة في ظل وجود الطابع الموسمي للطلب السياحي، كما أن لجوء بعض المؤسسات إلى استراتيجيات للإبداع والابتكار كعرض خدمة جديدة غير موجودة سابقا (نادي أطفال، وسيلة لنقل الأمتعة) أو ابتكار نشاط جديد (دورة رياضية، مهرجان ثقافي، مسابقات ترفيهية)، أو ابتكار وجهة جديدة لم تكن معروفة لدى السياح من قبل لتجاوز هذه العقبات وخلق أسواق جديدة لم تكن موجود سابقا، وتكون هنا السوق في حالة منافسة احتكارية بين مجموعة قليلة من المنتجين يأخذ كل منتج بعين الاعتبار في قراراته رد فعل المنتجين الآخرين.

- من جانب آخر هناك العديد من الأنشطة المرتبطة بالمنتجات السياحية التي تعرف حالة من الاحتكار أين نجد منتجا وحيدا يقوم بفرض الكميات المعروضة والأسعار المفروضة كما هو الحال بالنسبة للشركات المنتجة للطاقة أو شركات النقل بالسكك الحديدية، أو مؤسسات الاتصال والبريد والموصلات، والتي لا يسمح عادة إلا للمؤسسات العمومية بالنشاط في تلك القطاعات لأسباب سياسية وتنظيمية.

- هذا وإن التطور الحاصل في حجم النشاط السياحي في العالم من حيث النمو في عدد السواح والتطور في حجم الإيرادات السياحية جعل من هذا القطاع صناعة حقيقية تنبض في قلب العولمة الاقتصادية للأسواق، وتعرف منافسة شديدة بين مجمعات سياحية ضخمة تنسج

استراتيجياتها على مستوى عالمي وتقوم بتقديم خدمات سياحية مبتكرة وأكثر تنوعا تمس وتتلاءم مع مختلف تفضيلات المستهلكين، يتم الاعتماد فيها على سياسات تسويقية مدروسة لاستقطاب أكبر عدد من المستهلكين، والتي أصبحت تتحكم في هيكل الأسواق وعلى أعلى المستويات.

الجدول رقم (07): أشكال وهياكل السوق السياحية

شكل وهيكل السوق	المميزات الرئيسية	إسقاط في النشاط السياحي
المنافسة التامة	عدد كبير من المنتجين ومن المستهلكين، تتحدد الأسعار في السوق	الفندقة والإطعام الحر
احتكار القلة، منافسة احتكارية	عدد قليل من المنتجين مع تمايز في المنتجات التي تسمح بالتأثير على الأسعار	النقل الجوي، سلاسل الفنادق الكبرى، منظموا الرحلات
الاحتكار	منتج وحيد يحدد الأسعار	الاحتكار العمومي (شركات الكهرباء)

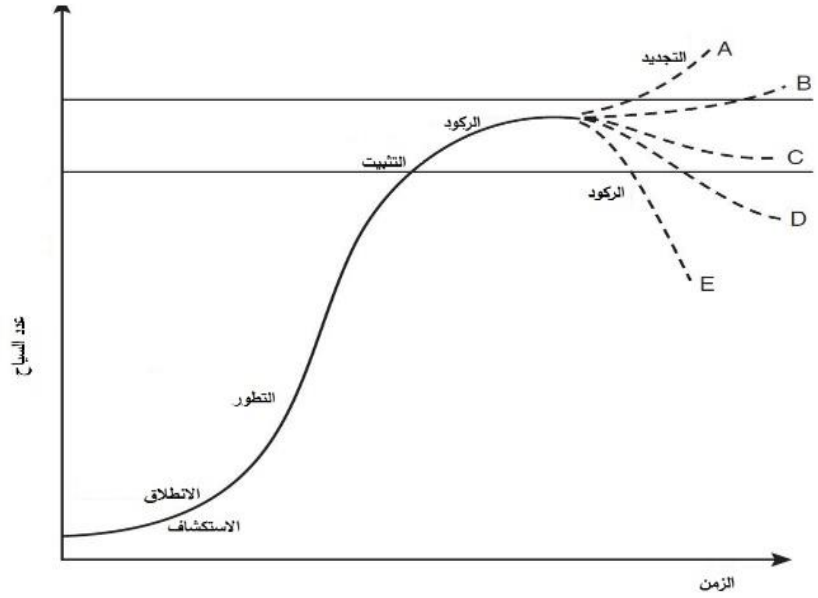
Source : Caccomo Jean-Louis, Fondements d'économie du tourisme Acteurs, marchés, stratégies, De Boeck Supérieur, Bruxelles, 2007, p 59.

ثالثا: دورة حياة المنتج السياحي

تعكس دورة حياة المنتج السياحي والمستنبط من دورة حياة المنتج لـ *Vernon* مدى اندماج الوجهة السياحية في الحركة المحلية والدولية للسياحة، يرى *Butler* الذي قدم هذه الرؤية في سنة 1980 أن الوجهة السياحية تمثل منتجا سياحيا من خلال مختلف الخدمات والتسهيلات السياحية التي تقدمها للزوار، ومن ثم فهي تمر بخمس مراحل متعاقبة تليها مرحلة سادسة حسب طبيعة المنتج

السياحي وكذا الدور الذي يلعبه الفاعلين في تطوير هذا المنتج ليشكل بيان على شكل S يمثل محور الفواصل الزمن ويمثل محور التراتيب عدد السواح[1]، كما يبينه الشكل التالي.

الشكل رقم (07): منحنى دورة حياة المنتج السياحي لـ Butler



Source: Butler Richard W, The Tourism Area Life Cycle, Vol. 1, Channel View Publication, Clevedon, 2006, p 7.

حيث يتم في مرحلة أولى استكشاف المنطقة واستقبال عدد قليل من السواح الذين يزورون المنطقة بشكل متقطع بحثا عن المغامرة والاستكشاف، وهنا تكون السياحة في المنطقة غير متطورة أو بدائية تفتقر أو تنعدم فيها الهياكل السياحية، مما يشجع على الاحتكاك الشديد بالسكان المحليين لاستغلال الهياكل المحلية، ويكون تأثير النشاط السياحي على البيئة الاقتصادية والبيئية والثقافية

[1] Pornphol Putsadee & McGrath G. Michael, "Implementation of the tourism area life cycle model as an advisory decision support", PACIS 2010 Proceedings, Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS), Association for Information Systems, 2010, p 1744.

منعدم بقلة عدد السياح الوافدين، غير أنه مع تزايد تدفق السياح إلى المنطقة يبدأ اهتمام السكان المحليين بتطوير النشاط السياحي للاستفادة من المداخيل المتولدة من خلال عرض هياكل ومنشآت سياحية بسيطة ولو بشكل غير قانوني (السوق الموازية) أو بتقديم الخدمات السياحية التكميلية (إطعام، صناعة تقليدية محلية، دليل سياحي...)، وبالموازاة مع ذلك تبدأ السلطات العمومية في اتخاذ إجراءات لتطوير السوق السياحية الكامنة لتظهر فيما بعد بعض المنشآت والهياكل السياحية التي تقوم بتثبيت نشاط سياحي بشكل رسمي[1].

ومع تحديد معالم السوق السياحية التي تجعل من الوجهة السياحية أكثر جاذبية وفي متناول الجميع وقادرة على استقبال عدد كبير من السياح، وذلك بعد استجابة كل من السلطات العمومية (المحلية، الإقليمية والوطنية) وكذا المستثمرين بشكل إيجابي لتحسين البيئة المحلية وتوجيه الاستثمارات لتمس مختلف عناصر الجذب السياحي لخدمة السوق السياحية الكتلية من خلال هياكل استقبال ضخمة على حساب الهياكل البسيطة المقدمة من طرف السكان المحليين ليصبح عدد السواح في ساعة الذروة أكبر من عدد السكان المحليين، مما قد يسبب استياء لدى هؤلاء.

ويبقى عدد السواح في الازدياد ولكن بمعدلات أقل وتصبح الوجهة السياحية مندمجة تماما ضمن حركة تدفق السياح الوطنية والدولية، وذلك من خلال الحملات التسويقية من أجل التوسع في عناصر الجذب لتمس أكبر شريحة من المستهلكين وتمديد الموسم السياحي لاستقبال أكبر عدد من السواح، ويصبح النشاط الاقتصادي مرتبطا أساسا بالنشاط السياحي في ظل سوق يتميز بحالة المنافسة الاحتكارية أو المنافسة غير التامة لأن أهم المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات السياحية

[1] HAINE Pauline, Tourism Area Life Cycle : défi et enjeux au 21ème siècle, Mémoire de fin d'études réalisé en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences et gestion du tourisme, Université libre de Bruxelles, Institut de Gestion de l'Environnement et d'Aménagement du Territoire, Faculté des Sciences, 2009/2010, p 14-20

من إيواء وإطعام وترفيه عددها قليل، ويزداد انزعاج وتذمر السكان المحليين نظرا لتقلص دورهم في النشاط السياحي مما ينعكس على تراجع العوائد والمنافع التي كانوا يستفيدون منها، خاصة مع تدهور الموارد البيئية والثقافية والمتواجدة في منطقتهم وظهور العديد من المشاكل ذات الطابع الاجتماعي، البيئي والاقتصادي.

في مرحلة أخيرة تصل حالة النشاط الاقتصادي إلى الركود بحيث أنه لا يمكن استقبال عدد إضافي من السياح بسبب القيود المكانية والزمانية للنشاط السياحي، بحيث لا يرد إلى المنطقة السياحية إلى السواح المحافظون في ظل ظهور وجهات سياحية منافسة جديدة، وخاصة إذا كان النشاط السياحي مرتبط أساسا بشكل معين من السياحة (السياحة الشاطئية مثلا) أو أنه مرتبط بشريحة خاصة من المستهلكين، غير أنه يمكن أن يتم المحافظة على مستوى معين من النشاط السياحي بخلق صورة سياحية جديدة لبعث الوجهة السياحية من جديد واعتماد استراتيجية تسويقية تتلائم مع الوضعية الجديدة لتلك الوجهة[1].

وهنا يلعب الابتكار دورا محوريا في الأنشطة السياحية من خلال عرض منتج جديد بالاعتماد على موارد غير مستغلة سابقا أو غير مستغلة بالشكل الكافي، أو تجهيز جديد على مستوى المرفق السياحي (الإقامات البيئية)، كعرض خدمة جديدة غير موجودة سابقا (نادي أطفال، وسيلة لنقل الأمتعة) أو ابتكار نشاط جديد، كتنظيم حملات تطوعية وجولات تحسيسية يتم فيها إشراك السواح الصيانة والمحافظة على المحيط الطبيعي في المنطقة المستقبلة، أو أنشطة رياضية وثقافية (دورة رياضية، مهرجان ثقافي، مسابقات ترفيهية)[2].

---

[1] Butler Richard W, The Tourism Area Life Cycle, Vol. 1, Channel View Publication, Clevedon, 2006, pp. 7 -8.

[2] Viceriat Patrick, Innovation technologiques dans les produits et services touristiques, Bureau de la stratégie et de la prospective et de l'évaluation des statistiques, Direction du tourisme, République Française, 2003, p 5.

كما يمكن أن يقوم المقاولون السياحيون بإحداث تغييرات في خصائص وطبيعة المرافق السياحية بحيث يجعل منها أكثر رفاهية وراحة للمستخدمين، أو تقديم خدمات متميزة، وذلك بترقية وتطوير خصائص التجهيزات والمعدات، من خلال الزيادة في حجم قدرة الاستيعاب في المرفق السياحي، أو تجهيز الفنادق بتجهيزات تسمح للمقيمين بالحصول على المعلومات التي يحتاجونها أثناء إقامتهم (لوحات إرشاد الكترونية، أجهزة إعلام تفاعلية وغيرها)، أو مثلا تجهيز الأجنحة الصغيرة (bungalows) بمعدات وآلات تسمح للسياح بقضاء عطلهم في رفاهية أكبر (تجهيزها بالمكيفات الهوائية، ربطها بشبكة الأنترنيت، تزويدها بتلفزيون رقمي،..)، كما يمكن استخدام مرافق سياحية ذات تصميمات خاصة ومصنوعة من خامات خاصة (قد تكون طبيعية وذات تأثير جد محدود على البيئة)، أو اعتماد مصادر متجددة للطاقة واستخدام بدائل للحصول على المياه، أو الاهتمام بطرق الصرف الصحي.

المطلب الثالث: طبيعة الإبداع والابتكار في الأنشطة السياحية

بالنظر إلى الطابع الخاص للنشاط السياحي من حيث طبيعة منتجاته ومميزات كل من الطلب والعرض الخاصة به، فإن عملية الإبداع غالبا ما تتجه نحو العناصر غير التكنولوجية، كالمهارة وجودة الخدمات والاتصال والتصميم والعلامة، وهو ما يعني أنها ترتكز على الجانب التنظيمي أكثر منه على الجانب الإنتاجي، خاصة وأن جودة ونوعية الخدمات تمثل أول المتطلبات التي يبحث عنها المستهلكون.

أولا: الإبداع في المنتج والإبداع في أساليب الإنتاج

يتمثل الإبداع في المنتج أساسا في إحداث تغيير في مواصفاته وخصائصه بما يلبي بعض الرغبات أو يشبع بعض الحاجيات لدى المستهلكين بكيفية أحسن، ويتمثل في عرض منتجات في

السوق تتصف بالتجديد بالنسبة للمعروض من المنتجات المتواجدة في نفس السوق. ويمكن أن يتم هذا الإبداع في الوظائف التي يؤديها المنتج أو في خصائصه أو في شروط استعماله[1].

أما على مستوى الأنشطة السياحية فيتمثل الابتكار في عرض منتج جديد (سياحة فضائية مثلا) أو تجهيز جديد على مستوى المرفق السياحي (الإقامات البيئية)، كعرض خدمة جديدة غير موجودة سابقا (نادي أطفال، وسيلة لنقل الأمتعة) أو ابتكار نشاط جديد، كتنظيم حملات تطوعية وجولات تحسيسية يتم فيها إشراك السواح الصيانة والمحافظة على المحيط الطبيعي في المنطقة المستقبلة، أو أنشطة رياضية وثقافية (دورة رياضية، مهرجان ثقافي، مسابقات ترفيهية)، أو ابتكار وجهة جديدة لم تكن معروفة لدى السياح من قبل.

ويمكن أن يتمثل هذا الابتكار في منتج جديد بالكامل، أو يكون مدرجا ومدمجا في منتج موجود سابقا، كما يمكن أن يكون في الأنشطة السياحية على شكل جمع وترتيب لمجموعة من المنتجات السياحية، كأن تقوم المؤسسة التي تقدم الخدمة السياحية بتنظيم رحلات سياحية تضم مجموعة من الأنشطة (رياضة، رحلات في الطبيعة...)، كما يمكن أن يتم الفصل بين المنتجات المركبة[2].

وعموما يهدف الابتكار إلى إحداث تغييرات في خصائص وطبيعة المرافق السياحية بحيث يجعل منها أكثر رفاهية وراحة للمستخدمين، أو تقديم خدمات متميزة، وذلك بترقية وتطوير خصائص التجهيزات والمعدات، من خلال الزيادة في حجم قدرة الاستيعاب في المرفق السياحي، أو تجهيز الفنادق بتجهيزات تسمح للمقيمين بالحصول على المعلومات التي يحتاجونها أثناء إقامتهم (لوحات

---

[1] Tarondeau Jean Claude, recherche et développement, Vuibert, Paris, 1994, p37.
[2] Viceriat Patrick et Terboul Jean Batiste, Innovation technologiques dans les produits et services touristiques, Bureau de la stratégie et de la prospective et de l'évaluation des statistiques, Direction du tourisme, République Française, 2003, p 5

إرشاد الكترونية، أجهزة إعلام تفاعلية وغيرها)، أو مثلا تجهيز الأجنحة الصغيرة (bungalows) بمعدات وآلات تسمح للسياح بقضاء عطلهم في رفاهية أكبر (تجهيزها بالمكيفات الهوائية، ربطها بشبكة الأنترنيت، تزويدها بتلفزيون رقمي،..)، كما يمكن استخدام مرافق سياحية ذات تصميمات خاصة ومصنوعة من خامات خاصة (قد تكون طبيعية وذات تأثير جد محدود على البيئة)، أو اعتماد مصادر متجددة للطاقة واستخدام بدائل للحصول على المياه، أو الاهتمام بطرق الصرف الصحي.

ويعرف الإبداع في أساليب الإنتاج بأنه كل تجديد أو تغيير في أساليب الإنتاج يهدف إلى تحسين المنتج وتخفيض تكاليف الإنتاج[1]، كما يهدف أيضا إلى تحسين أداء الأسلوب الفني للإنتاج، مما تترتب عنه نتائج إيجابية في المردودية وكمية المخرجات وتخفيض في تكلفة الوحدة المنتجة [(2)]. وعليه فإن تحسين أساليب الإنتاج عن طريق استغلال الإبداعات التكنولوجية من شأنه أن يؤدي إلى رفع فعالية الجهاز الإنتاجي وتحسين جودة المنتجات، وبالتالي تحقيق أرباح أكثر وضمان ميزة تنافسية دائمة للمؤسسة.

ومن ناحية أخرى يمكن أن يستهدف الابتكار تطوير كفاءة وجودة الخدمات السياحية، من خلال تبسيط وتسريع عملية الحصول على المعلومات الخاصة بالخدمات السياحية، أو تسريع وتسهيل الإجراءات المتعلقة باقتناء الخدمة السياحية وجعلها آلية (أتوماتيكية)، وذلك من خلال استعمال آلات ومعدات جديدة، كإدخال تجهيزات الإعلام الآلي في إدارة ومتابعة الخدمة السياحية كالحجز والفوترة والدفع، أو الاعتماد على موظفين وعمال ذوي تكوين متخصص، أو من خلال اعتماد طريقة في

[1]Tarondeau Jean Claude, op cit, p8

[2] أوكيل محمد سعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 34.

تنظيم وإدارة الخدمات السياحية بهدف ترقية نوعية الخدمات المقدمة، مثل تقليص وقت الانتظار عند وصول الأفواج.

يمكن أيضا أن يهدف الابتكار إلى تدنية التكاليف، حيث أن المنافسة الشديدة التي يعرفها القطاع السياحي يجعل من المؤسسات السياحية مطالبة بتقديم منتجات وخدمات سياحية تنافسية، وهو ما يعني ضرورة التوفيق بين الجودة العالية والسعر الأقل، ومن أجل ذلك لابد من تجنيد كافة مواردها البشرية، التنظيمية والتكنولوجية، ويتجسد دور الابتكار هنا في إدخال تقنيات جديدة في التنظيم واستراتيجية خاصة في الإدارة، كاعتماد سياسة تسويقية خاصة بالتخفيضات، تقديم الهدايا وغير من المبادرات[1].

ثانيا: معوقات الابتكار في الأنشطة السياحية

تعتري عملية الابتكار في الأنشطة السياحية، كغيرها من الأنشطة الأخرى، مجموعة من الصعوبات والعوائق، نذكر منها:

1. **معوقات متعلقة بالمنتج المبتكر:**

يعبر أي منتج عن استجابة لطلب فعلي أو لرغبة معبر عنها لدى المستهلكين. ونظرا للطابع الشخصي والمعنوي التي تتميز به المنتجات السياحية يمكن أن تكون المنتجات المبتكرة لا تتفق بصفة تامة مع متطلبات وتطلعات الزبائن، خاصة وأن هذه الأخيرة يتم التعبير عنها في كثير من الأحيان من طرف وسطاء (وكالات السفر والسياحة مثلا)، كما أن المدة الفاصلة بين تاريخ ابتكار المنتج الجديد وتصميمه قد تحول هذا الأخير إلى منتج مهمل، نظرا لتغير في التنظيمات المعتمدة في محيط المؤسسة (تشريعات جديدة، قيود تقنية،..)، أو لحدوث تغير وتطور في أذواق وتطلعات

[1] Viceriat Patrick et Terboul Jean Batiste, op cit, p6

المستهلكين، كظهور منتجات أكثر تنافسية، خاصة وأن هذا الفاصل قد يطول أكثر بدخول عوامل خارجية (سياسية واجتماعية ومناخية، إضرابات، تغير مناخي مفاجئ).

وفي ذات السياق يمكن أن تكون عدم ملاءمة المنتج لتطلعات المستهلكين ذات صلة بالميزات والخصائص الاستعمالية للمنتج، كاستعمال تكنولوجيا راقية للإعلام والاتصال مثلا، والتي لا تحظى بتحكم جيد لدى عوام المستهلكين، وهو ما يجعلها غير متوافقة والنتائج المتوقعة والمرجوة من التصميم الجديد، كما يمكن أن ترتبط بخلل في المنتج في حد ذاته، وهو ما يتسبب في إفرازات سلبية عند الاستهلاك، كتأثيره السلبي على البيئة أو على سلامة الأشخاص والممتلكات عند الاستعمال.[1]

2. معوقات متعلقة بإدارة عملية الابتكار:

إن الطابع المركب والمتعدد الأشكال للمنتج السياحي يجعل من عملية تصميم منتجات جديدة عملية معقدة، فهي لا تنطلق من نتائج البحث الأساسي ولا تتم باستعمال معدات وتجهيزات مختبرية، كما إنها متعددة الأبعاد، إذ يتعين اعتبار عدة عناصر ومتغيرات في آن واحد وعلى عدة مستويات، وهو ما يقتضي القيام بحصر دقيق لاحتياجات الأفراد والجماعات وتطلعات الزبائن والمستهلكين، والقيام بمسح جغرافي عميق للمواقع قصد تحديد خصائص المناطق التي ستقدم فيه الخدمة السياحية من الناحية الطبيعية والبيئية، الاجتماعية والثقافية والاقتصادية (العادات والقيم، الصناعة المنتشرة، الأنشطة السائدة...)، وكذا مدى توفر البنى التحتية وآفاق تطورها.

وفي هذا الإطار غالبا ما تبرز مشكلة صعوبة الإلمام بجميع المعارف والمعلومات والمعطيات الضرورية لانطلاق مشروع تصميم المنتج الجديد، من حيث توفرها وجمعها وتنظيمها وتحليلها ورسم

---

[1] Bouzon Arlette & Devillard Joëlle, « Conception de nouveaux produits en tourisme : Innovation et communication dans l'incertain » in Estudos em Comunicac¸, n°6, 255-272, Decembre 2009, p258.

[1] Op. cit, p 259.

مختلف الخطط البديلة لاستغلالها، وهو ما يستدعي تعاون كامل لجميع الأطراف الداخلية (على مستوى المؤسسة المبتكرة) والخارجية الفاعلة والمؤثرة في النشاط السياحي، وتوحيد في الرؤى والأهداف وأساليب العمل في صورة متجانسة ومتكاملة، لاسيما وأن تصميم الخدمة السياحية يشترك في تقديمها عدة متعاملين خواص وعموميين.

غير أنه قد يتم إغفال متغير من المتغيرات المؤثرة في تطبيق المشروع، سواء على المستوى التقني أو التشريعي أو الاجتماعي، أو يحدث سوء في التقدير الفعلي للموارد المالية والبشرية المتوفرة لدى المؤسسة، أو في كفاءة وفعالية عون من الأعوان المشاركة في تقديم الخدمة السياحية[1].

3. معوقات متعلقة بحماية الابتكار:

يتميز الابتكار في السياحة (في المنتج أو في أسلوب الإنتاج)، وكغيره من الأنشطة الخدماتية، بعدم إمكانية حمايته، فهو معرض للتقليد من طرف المؤسسات المنافسة، وهو ما قد يؤدي إلى فقدان المؤسسة ميزتها التنافسية، خاصة إذا لم تقدر المؤسسة الحاجة إلى تسجيل براءة الاختراع بسبب الإجراءات الإدارية وتجاهلت العواقب المترتبة عن عدم وجود حماية، أو أنها لم تتوفر على الموارد اللازمة لملاحقة المقلدين. ولا يخفى ما للعلامة من أهمية في حماية المنتج وإعطائه ميزة خاصة في تصور المستهلكين[2].

[1] Op. cit., p 259

[2] St- Pierre Jossé, La gestion du risque : comment améliorer le financement des PME et faciliter leur développement, Presses de l'Université du Québec, Quebec, 2004, p 74

ثالثا: أوجه الإبداع والابتكار في الأنشطة السياحية باستخدام وسائل الإعلام والاتصال

تمتد استعمالات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الأنشطة السياحية من كونها وسيلة لتقديم مختلف المعلومات التي يحتاجها السائح في تنقلاته إلى مرافقته في قراراته المتعلقة باقتناء مختلف المنتجات، وحتى إلى تصميم ومتابعة تسيير الخدمة السياحية[1]:

1. **استخدام وسائل الإعلام والاتصال المحمولة:**

تسمح وسائل الإعلام والاتصال المحمولة بالاستجابة الفورية والدائمة لمتطلبات الزبائن والسياح أثناء تنقلاتهم، ومن أهمها الأجهزة في الهواتف المحمولة، قارئات MP3، أجهزة GPS ومختلف الأجهزة المنصبة في السيارات، خاصة وأنها تتميز بالخفة وسهولة الاستعمال ولا تسبب الزحمة، كما إنها تمثل مصدرا موثوقا للمعلومات أثناء القيام بالرحلات والزيارات، حيث تساعد على تقديم مختلف الشروحات والتعليقات الخاصة بالمناطق المزارة والمعالم السياحية الموجودة، فهي تغني المستعمل من استخدام مختلف الخرائط والمخططات الورقية، والتي قد لا تحتوي على كل المعلومات التي يحتاجها السائح، إما لقدم الوثيقة وعدم تحديث المعلومات الموجودة بها أو لاستحالة وضع كل المعلومات على تلك المساحة الورقية المحدودة. وفضلا عن ذلك فإن السائح غير ملزم أن يكون ضمن فوج سياحي وبمرافقة مرشد أو دليل، كما تسمح له هذه التجهيزات التحرر من مختلف القيود والارتباطات المتعلقة بالمواقيت والمسارات المحددة مسبقا من طرف المرشد السياحي.

لقد أتاح شيوع وانتشار استعمال الهواتف النقالة لدى عامة الناس، مع ما رافق ذلك من تطوير تكنولوجي مستمر لهذا النوع من الهواتف (الهواتف الذكية) وتنويع الخدمات التي تقدمها، الاستفادة منها في شتى مجالات الأنشطة السياحية. فبالإضافة إلى المعلومات السياحية، كالخرائط

[1] Viceriat Patrick et Terboul Jean Batiste, op cit, pp 30 – 68

والمخططات، يستطيع السائح الاطلاع على بريده الإلكتروني، مستجدات الأخبار، قراءة الكتب والأبحاث وغير ذلك مما هو متاح على الإنترنيت، ناهيك عن التواصل مع عائلته وأصدقائه عبر المكالمات الهاتفية، وأهم من ذلك أنه يمكنه حفظ تلك المعلومات على جهازه واستخدامها في أي وقت.

2. **الإبداع في تصميم وتنظيم وعرض الخدمة السياحية:**

إن الطابع المركب والمتعدد الأشكال الذي يأخذه المنتج السياحي، من حيث خصائصه ونوعيته، يجعل من المعلومات المتعلقة به تتميز بالكثرة والتنوع، وبالإضافة إلى ذلك يجب مراعاة، عند تصميم المنتج، متطلبات مستخدمي هذه الخدمات المختلفة وبصفة دقيقة وكاملة.

ومن جهة أخرى فإن الطابع غير الملموس للمنتج السياحي لا يسمح بتقدير جودة الخدمة إلا بعد استهلاكها، وهنا تبرز أهمية استعمال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال (صور وفيديوهات على الانترنيت، لافتات رقمية...) في عرض الخدمات المقدمة ومعاينة خصائصها ونوعيتها للمستهلكين باختلاف مكان تواجدهم قبل اقتنائها. ومما يتيحه استخدام هذه الوسائل التكنولوجية توفير المعلومات الخاصة بالخدمة السياحية، تقليص الآجال بين تاريخ تصميم المنتج أو تغييره وتاريخ عرضه في السوق، سواء للمتعاملين السياحيين المهنيين (وكالات ودواوين الأسفار) أو لعامة الجمهور، بعدما كانت تحتاج هذه العملية من قبل إلى فترة أطول باستعمال وسائل العرض الورقية التقليدية (مطويات، أدلة، لافتات ورقية، ..)، والتي لا يمكن أن تحوي إلا على كم جد محدود من المعلومات الخاصة بالخدمة السياحية، ولا تعكس بشكل واف جودة الخدمات المعروضة، وهي لا يمكن تحيينها إلا بعد مدة، هذا فضلا عن أنها تحمل المؤسسة تكاليف معتبرة ولا يسهل إيصالها إلى المستهلكين في الوقت المناسب.

ويجدر الذكر أن استخدام التقنيات الحديثة في إذاعة المعلومات الخاصة بالأنشطة السياحية يحتاج إلى جهود كثيفة ومهارات خاصة في جمع وتنظيم وتبويب المعلومات، والتي تتسم بالحركية الدائمة حجما ونوعا، وهي تحتاج إلى مراجعة ومراقبة مستمرة، ولابد أن تكون محل تحيين وتنقيح مستمرين، كما إن ذلك يتطلب يد عاملة متخصصة في تقنيات بيع وتسويق المنتجات السياحية، إذ أن طريقة عرض وإذاعة هذه المعلومات يجب أن تؤدي هدفها كاملا، وهو جذب العملاء وتوليد الرغبة لديهم في الاستفادة من تلك الخدمات السياحية المعروضة عليهم، أي التأثير على قرارهم المتعلق بالاقتناء الفعلي لها.

غير أنه، وبالمقابل، يمكن أن يصاحب استعمال هذه التجهيزات آثار سلبية على طبيعة علاقة الثقة الموجودة بين العميل ومقدم الخدمة، خاصة وأن العلاقة هنا قد تجردت من طابعها الإنساني لتتحلى بالطابع الافتراضي أو الرقمي، وتصبح متعلقة بمدى جاذبية هذا الموقع (الخطوط المستعملة، الألوان، الصور، الفيديوهات، الخدمات المدمجة في الموقع،..)، وكذا نفسية ومحيط الزبون حين تصفحه إياه، هذا إلى جانب تخوف الكثير من المتعاملين من مشكلة الأمن الالكتروني، سواء فيما يتعلق بالدفع أو بالمعلومات الخاصة التي يطلب إرسالها إلكترونيا.

ونشير هنا إلى الدور الذي يمكن أن تلعبه الإدارات العمومية المحلية، كالمحافظات والدواوين السياحية، خاصة فيما يتعلق بحشد الوسائل المادية والبشرية لنشر المعلومات الخاصة بالأقاليم والمناطق السياحية ومختلف الأنشطة والمرافق الموجودة من فنادق ومطاعم ومعالم أثرية وغير ذلك من الموارد السياحية المتوفرة، وكذا نشر المعلومات الخاصة بالمنطقة، كحالة الطقس، المستشفيات، وحدات الأمن، وكالات الأسفار ووكالات كراء السيارات، الفضاءات الخاصة بالترفيه والتسلية وغيرها.

3. **الإبداع في الخدمات المقدمة للعملاء:**

تهدف عملية الإبداع في هذا المجال إلى تقديم التسهيلات والمساعدات للعملاء، وذلك باستخدام المنتجات المعلوماتية والتكنولوجية كالبرمجيات ومحركات البحث والبرامج الذكية والآلات ذاتية التشغيل (automation). فالبرامج المعلوماتية ترافق العميل أثناء تصفحه لموقع المؤسسة التي تقوم بعرض كل المعلومات الخاصة بالخدمة السياحية وما يحتاجه السائح أثناء رحلته، كما تسمح بإمكانية تحديد شخصية العميل ودراسة سلوكه وتطلعاته انطلاقا من الأسئلة التي يطرحها على الموقع، ومن ثم تقديم مختلف النصائح والتوجيهات قصد تخصيص وتشخيص المنتج السياحي وفقا لرغباته، ومن عرض المنتج (الخدمة) الأكثر ملاءمة وتطلعاته، ابتداء من معاينة المنتج الذي يطلبه الزبون، إلى حجز الإقامة في الفندق وشراء تذاكر النقل وكراء سيارات التنقل، بل والعمل على توفير مختلف أنواع ونوعيات الخدمات السياحية التي تنسجم مع طبيعة وأهداف رحلته، وهو ما يعني الانتقال من مرحلة عرض كتلي لمنتجات معيارية لا تقبل التعديل ولا التغيير إلى عرض مرن لمنتجات قابلة للتخصيص بما يناسب مختلف الرغبات.

4. **تسيير ومتابعة الخدمة السياحية:**

لقد سمحت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، ولاسيما منها الإنترنيت، بإحداث قفزة قوية في تسيير وتنظيم الخدمات في المؤسسات السياحية، ومن ضمن هذه الخدمات نذكر ما يلي:

- الحجز والدفع الالكترونيين، محليا ودوليا، والذي يسمح بمعالجة محاسبية آلية وفورية.
- عرض المنتجات والمعلومات الخاصة بالأنشطة السياحية بشكل رقمي (الوجهة، التاريخ، الزمن، محتويات الخدمة)، مع إمكانية إعلام العملاء بأي تغير طارئ في الخدمة المقدمة وبشكل آني.

- إرسال كم هائل من المعلومات وفي زمن حقيقي ما بين المتعاملين والموردين والزبائن (بريد الكتروني، الإرسال بالصوت والصورة).
- إمكانية ملء الاستمارات الخاصة بالعملاء عبر الإنترنيت ومعالجتها آليا قصد ترقية الخدمات أو تخصيصها.
- الحصول في وقت حقيقي على جرد لكل المبيعات وحالة الهياكل المستغلة، ومن ثم تقليص في الطاقات العاطلة.

لقد سمحت هذه التكنولوجيات بتدنية التكاليف وتحسين مستوى الإنتاجية والكفاءة في المؤسسات السياحية، ومن أبرز عوامل تحقيق ذلك ما يلي:

- رقمنة الوثائق والمستندات المتعلقة بالأسفار.
- اعتماد الآلية (أو الأتمتة) في متابعة الخدمات وفي معالجة الملفات، وبالتالي تقليص الأزمنة وتقليل الأخطاء.
- إن اقتسام المعلومة ومشاركة عدة متعاملين في صياغتها يجعل منها ثرية وحاملة لشتى العناصر التي يحتاج إليها العميل، مع ما يوفر ذلك من تخفيض في التكلفة الوحدوية لمعالجة المعلومة وتوسيع فرص تحيينها كلما دعت الحاجة إلى ذلك.

رابعا: سبل دعم الابتكار وإدراج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الأنشطة السياحية

يقتضي إدراج تكنولوجيات الإعلام والاتصال ودعم الابتكار في الأنشطة السياحية اتخاذ مجموعة من التدابير والإجراءات من جهتين: من جهة مستوى المؤسسة التي تقوم بتقديم الخدمة

السياحية ومن جهة الإدارات العمومية القائمة على السياسات الاقتصادية القطاعية، ونذكر منها على وجه الخصوص ما يلي[1]:

1. **التكوين في التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال بالمؤسسات السياحية:**

على المؤسسات السياحية الاعتماد على يد عاملة مؤهلة في استخدام هذه التكنولوجيات، والمنطلق في ذلك توظيف يد عاملة سياحية متحكمة ومتدربة على هذا المجال. وبغرض توفير مثل هذه الفئة على مستوى سوق العمل يتعين إدراج هذا التخصص في مراكز ومدارس التكوين السياحي بوجه خاص، ومراكز التكوين بوجه عام. ومع ذلك يبقى على هذه المؤسسات القيام بعملية تدريب وتكوين مستمرين للموظفين العاملين بها، وذلك وفق برامج منتظمة بما يجعلهم مواكبين للتطورات التكنولوجية والابتكارات الحديثة الحاصلة والمستعملة في الأنشطة السياحية، حيث أن ذلك أكبر يشكل أكبر ضمان لهذه المؤسسات للحفاظ على ميزة تنافسية في السوق.

2. **اقتناء وتجديد أجهزة وبرامج المعلوماتية من طرف المؤسسات السياحية:**

على المؤسسات التي تنشط في قطاع السياحة تخصيص جزء من موازناتها لاقتناء مختلف التكنولوجيات والبرامج الحديثة المتعلقة بالإعلام والاتصال، سواء منها تلك التجهيزات والبرامج الموحدة التي تسمح بالقيام بمختلف المهام الفنية والإدارية كالمحاسبة وإدارة الموارد البشرية، أو تلك المخصصة للأنشطة السياحية حصرا، والتي تساعد على تصميم وإنتاج وتسويق الخدمات السياحية. وتأتي التجهيزات والبرامج المتعلقة بالإنترنيت والشبكات في مقدمة هذه الاقتناءات الضرورية.

[1] Bédard, François, L'agent de voyages à l'ère du commerce électronique : une profession à réinventer, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2001, pp 178 – 180

3. **اعتماد استراتيجية للابتكار:**

من المنظور الاستراتيجي على المؤسسات السياحية، خاصة الكبيرة منها، اعتماد استراتيجية للابتكار وتخصيص موازنة كافية للبحث والتطوير بحيث تمكنها من إطلاق منتجات جديدة تمس جميع فئات المستهلكين، الذين هم في بحث مستمر عن خدمات مخصصة *(personalisé)* وشاملة ومبسطة.

4. **سياسات عمومية مرافقة:**

تلعب السلطات والإدارات العمومية دورا محوريا في تشجيع وتعميم استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الأنشطة السياحية، وخلق جو يساعد المؤسسات الناشطة في هذا القطاع على مواكبة التطور الحاصل في هذا المجال، والاستفادة منه استفادة مثلى في أنشطتها من تصميم وإنتاج وتسويق وتسليم للمستهلكين، ويكون هذا الدور من خلال اعتماد مجموعة من الإجراءات والتدابير وعلى مستويات عدة، نذكر منها:

- حماية المستهلكين من الإشهار المكذوب والمغشوش الذي يمكن أن تمارسه بعض المؤسسات، والعمل على خلق ثقة وعلاقة وطيدة ما بين المتعاملين في القطاع (منظمات ومستهلكين)؛
- العمل على تطوير أنظمة الدفع الالكتروني في جو من الأمان والحماية التامة؛
- اعتماد إصلاحات ضريبية واعتماد نظام جبائي يشمل الأنشطة التي تتم الكترونيا؛
- سن قوانين وتشريعات لضمان حقوق الملكية وحماية الابتكارات؛
- إقرار إجراءات عقابية ضد الغش ومختلف الجنايات المتعلقة بالتجارة الالكترونية؛
- تطوير مختلف المنشآت والهياكل المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال (إنترنيت، شبكات، موزعات...) بما يسمح بتعميم استعمالها من طرف الجميع.

المبحث الثالث: التنمية السياحية والتخطيط السياحي

إن وجود مجموعة من المقومات السياحية الطبيعية والمصطنعة على مستوى منطقة معينة يحتاج إلى اعتماد مجموعة من السياسات والإجراءات تجعلها قابلة للاستغلال في شكل منتجات سياحية تقدم للسياح وتعود بالنفع لصالح السكان المحليين من خلال توفير مناصب الشغل وخلق المداخيل، معتمدة في ذلك على أساليب علمية وتقنيات مدروسة في التخطيط على مختلف المستويات المكانية والزمانية، واتباع سياسة تسويقية خاصة تسمح بإبراز الخصائص المميزة للمنتج السياحي على مستوى الموقع أو الوجهة السياحية.

المطلب الأول: ماهية التنمية السياحية

إن تطوير الأنشطة السياحية في منطقة معينة يحتاج إلى اعتماد سياسات وإجراءات خاصة تسعى إلى تثمين الموارد السياحية الموجودة بما يزيد في تدفق السياح، وما يصاحب ذلك من تحقيق مجموعة من الأهداف على المستوى الاقتصادي، البيئي والاجتماعي، وهو ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

أولا: تعريف التنمية السياحية

إن التنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، وهي بدورها متعلقة بكل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة تضم مقومات التنمية السياحية، فإذا كان مفهوم التنمية الاقتصادية يعني استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة في المجتمع في أحسن استخدام ممكن، بحيث تدر أكبر عائد ويستفاد منها أكبر استفادة ممكنة لزيادة مستوى الدخل والتشغيل في المجتمع، فإن مفهوم التنمية السياحية يعني تعظيم الدور الذي يمكن أن يلعبه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد الوطني، من حيث تحسين ميزان المدفوعات

وزيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية والمحلية وخلق فرص عمل جديدة مباشرة وغير مباشرة، والزيادة في التوسع العمراني عن طريق خلق مناطق جذب سياحية وسكانية في المناطق النائية[1].

يعبر اصطلاح التنمية السياحية عن مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي عملية مركبة ومتشعبة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها ومتداخلة بعضها مع البعض، وتقوم على محاولة علمية تطبيقية والوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية من إطار طبيعي وإطار حضاري والمرافق الأساسية العامة والسياحية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية[2].

كما يعبر عن مختلف الخطط والبرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، فالتخطيط العلمي للتنمية السياحية هو السبيل الوحيد لتحقيق التنسيق والتواؤم بين مختلف القطاعات وإيجاد التوازن بين المطالب المتنافسة والمتعارضة أحيانا على قاعدة الموارد المحدودة وتعظيم النتائج الإيجابية للتنمية السياحية مع تخفيف النتائج والآثار السلبية.[3]

---

[1] سعيدي يحي وسليم العمراوي، "مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية" في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، 2013، ص 98.

[2] نشوى فؤاد، التنمية السياحية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2008، ص 9.

[3] فؤاد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية في مصر والعالم العربي الاستراتيجيات الأهداف والأولويات، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص65.

والتنمية السياحية تعني أيضا التكامل الطبيعي والوظيفي بين كافة العناصر الطبيعية والبيئية المتاحة والموجودة في المنطقة بالإضافة إلى الخدمات والتيسيرات والمرافق التي تساعد على إقامة المشروعات والاستثمارات بهدف الاستغلال الأمثل لعناصر المنتج السياحي[1].

كما يعنى مفهوم التنمية السياحية تعظيم الدور الذي يمكن أن يلعبه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد الوطني من حيث تحسين ميزان المدفوعات وزيادة موارد الدولة من العملات المحلية والأجنبية وخلق فرص عمل جديدة ومباشرة وغير مباشرة، وتوسيع رقعة البلاد العمرانية عن طريق خلق مناطق جذب سكانية وسياحية جديدة في المناطق النائية مما يحد من الهجرة إلى المناطق الحضرية ذات الكثافة السكانية العالية.[2]

ويمكن القول كذلك أن بأن التنمية السياحية موجهة لمنظومة تتسم بالموائمة والتوازن بين القطاع السياحي من ناحية وبقية القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من ناحية أخرى، وذلك لتحقيق الاستغلال الأمثل للموارد السياحية في سياقها التنمية الوطني من أجل تعظيم فوائد ومكتسبات ومخرجات عملية التنمية السياحية وتقليل السلبيات المصاحبة لها وهي عملية موجهة لجميع فئات وشرائح المجتمع في جميع مناطق الدولة، وهذا يتطلب توفير التسهيلات والخدمات السياحية والارتقاء بها لأعلى المستويات وبما يتناسب مع توقعات السياح والزائرين[3].

ويعرفها المشرع الجزائري في القانون رقم 03-01 المؤرخ في 17 فبراير سنة 2003 والمتعلق بالتنمية السياحة لا سيما المواد 9، 10 و11، حيث تهدف التنمية السياحية إلى رفع قدرات الإنتاج

---

[1] نفس المرجع، ص 66.

[2] رزاز محمد عبد الصمد، التهيئة السياحية وأثرها على التنمية المحلية، مداخلة ضمن اليوم الدراسي " التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية"، مديرية السياحة لولاية برج بوعريريج، 21 ديسمبر 2009، ص 13.

[3] عبد الإله أبو عياش وحميد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي مدخل استراتيجي، مؤسسة الوراق، عمان، 2004، ص 19.

السياحي خاصة عن طريق الاستثمار السياحي، مع الحرص على تثمين التراث السياحي الوطني، وقصد ترقية الاستثمار السياحي ورفع القدرة التنافسية للمنتوج السياحي الوطني تضع الدولة تدابير تشجيعية سيما في مجال تهيئة وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية[1].

ومن ثم يمكن القول إن التنمية السياحية هي تلك الحزمة من البرامج والمخططات التي يتم من خلالها إقامة مختلف التسهيلات والمرافق والمشاريع التي تهدف إلى الاستغلال الأمثل للموارد السياحية في إطار متوازن ومتكامل لترقية المنتج السياحي وتعزيز تنافسيته مع تعظيم العوائد والنتائج الإيجابية للتنمية السياحية مع تخفيف الآثار السلبية.

ثانيا: أهداف التنمية السياحية

إن التنمية السياحية في أي منطقة لا تعتبر هدفا بحد ذاتها، وإنما هي وسيلة لتحسين الوضع والظروف الاقتصادية والاجتماعية في هذه المناطق، وهو ما يعود بالنفع على المجتمع كله بصفة عامة، ويمكن تحديد الأهداف التالية:

1. الأهداف الاقتصادية:

إن التنمية السياحية في أي منطقة لا تعتبر هدفا بحد ذاته، فهي لا تقتصر على توفير الخدمات الترفيهية للسياح والزائرين الأجانب، بل تعد وسيلة لتحسين الظروف والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في تلك المناطق، وذلك من خلال الاستفادة من العوائد والمداخيل التي تدرها الأنشطة السياحية بصفة مباشرة (أرباح مؤسسات، أجور ومرتبات...)، وبصفة غير مباشرة من خلال العوائد المترتبة عن الأنشطة المرافقة لحركية النشاط السياحي (تجارة تجزئة، حرف وصناعات تقليدية، نقل جواري...)، كما تسمح للسكان المحليين من الاستفادة من مشاريع التهيئة والبنى التحتية التي تقوم

[1] الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية رقم 11، 19 فبراير 2003، ص 6.

السلطات العمومية بإنجازها في إطار برامج التنمية السياحية وكذا من الخدمات الأساسية التي تتفاعل وتنمية القطاع السياحي مثل خدمات النقل والاتصالات وغيرها.

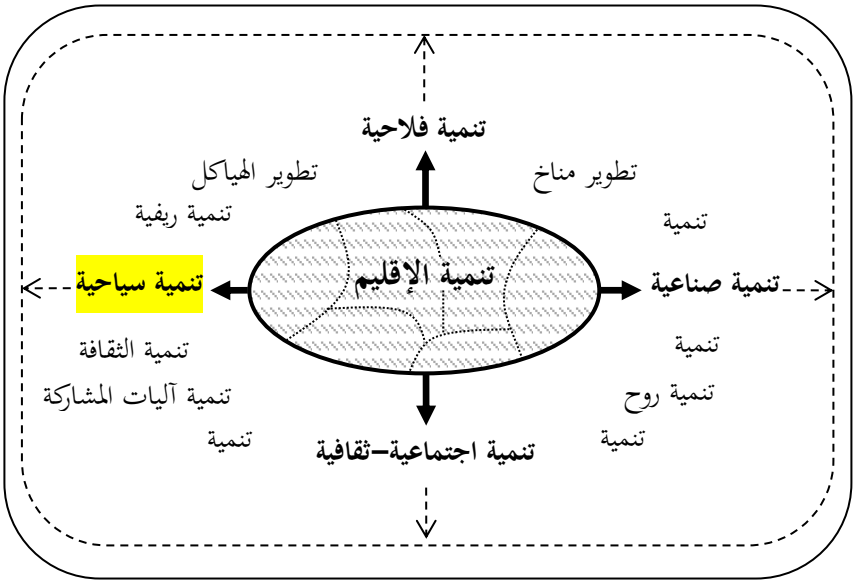
أما على المستوى الكلي فإن التنمية السياحية تمثل فرصة وقناة فعالة لتنويع مصادر الإنتاج في الاقتصاد الوطني من خلال القيمة المضافة التي يتم تحقيقها من هذا القطاع ومختلف القطاعات المرتبطة به، مما يساهم زيادة في الإنتاج الداخلي الخام وتوسيع في الوعاء الضريبي بتوسع مجالات الأنشطة الاقتصادية مما يساهم في تعزيز الإيرادات العمومية، كما أنها تمثل قناة فعالة في دعم ميزان المدفوعات وتوفير النقد الأجنبي في حالة إقبال سواح أجانب للمناطق السياحية، ويمكن حصر أهم الأهداف الاقتصادية للتنمية السياحية نذكر ما يلي:

- **تنمية الأقاليم وتحقيق التوازن الإقليمي:**

إن تنمية الأقاليم يقتضي الاستغلال العقلاني لكل الموارد المتاحة، وبالتالي فإن التنمية السياحية ما هي سوى أحد المرتكزات في تحقيق التنمية الإقليمية، ومع ذلك، وبسبب عدم التجانس ما بين الأقاليم من حيث الموارد، نجد أن ثمة موارد تمثل ميزات نسبية يتم التعويل عليها في كل إقليم، فقد يتمتع إقليم بقاعدة سياحية هامة، بفضل ما يحتويه من موارد متنوعة ومناخ سياحي ملائم، فتصبح التنمية السياحية بالنسبة إليه أولوية في تحقيق التنمية الذاتية، هذا دون إغفال للأبعاد الأخرى للتنمية، وكما إن التنمية السياحية من شأنها أن تعطي دفعا للقطاعات الأخرى، فإنها تستفيد من نمو غيرها من القطاعات. ولذلك لابد من اعتبار وتقدير لظاهرة الترابط والتكامل والتعاضد ما بين مختلف أبعاد عملية التنمية داخل الإقليم، والشكل التالي يعطي صورة حول الأبعاد التنموية للإقليم[1].

[1] رحيم حسين وآخرون، السياحة والتنمية السياحية مع دراسة خاصة حول مناطق الهضاب العليا بالجزائر، دار النشر جيطلي، برج بوعريريج، 2013، ص 280.

الشكل رقم (08): الأبعاد المختلفة لتنمية الإقليم



المصدر : رحيم حسين وآخرون، مصدر سابق، ص280.

غير أنه، بالمنظور الكلي، لا ينبغي النظر إلى الأقاليم بصورة منعزلة، فالتحليل الإقليمي لا يعني استبعاد تكامل الأقاليم والآثار البينية التي تحدثها. فالديناميكية التي تستحدث في إقليم ما ستؤدي إلى تحريك أقاليم أخرى، ليس في مجال السياحة فحسب، ولكن في كل المجالات، وذلك نتيجة حركية عوامل الإنتاج والمعلومات والسلع والمواد، ومن ثم الكفاءات والخبرات والثقافات. وهنا نتحدث في الواقع عن حركية شاملة، وتشكل التنمية السياحية أحد المداخل الهامة لتحقيق ديناميكية الأقاليم، وتنبثق هذه الأهمية من كون الأنشطة السياحية، وهي أنشطة خدمية، تعد الأكثر ترابطا مع باقي الأنشطة الاقتصادية، فهي تساعد على تنشيط كثير من الأعمال، خاصة تلك المرتبطة عادة بالصناعات الصغيرة والمتوسطة والصناعات الحرفية والتقليدية، وهذا ما يندرج ضمن الآثار الإيجابية غير المباشرة للسياحة، هذا إلى جانب آثارها المباشرة، أي المتولدة مباشرة عن الأنشطة السياحية،

ومن أبرز تلك الآثار توليد مناصب الشغل والحفاظ عليها، توليد الثروة وتحسين مستوى المعيشة ومكافحة الفقر والبطالة على مستوى الأقاليم[1].

من جهة أخرى فإن السياحة هي الصناعة الوحيدة ذات القيمة البالغة في تحقيق التوازن الإقليمي بين الأقاليم المختلفة للبد، باعتبارها غير قابلة للاحتكار، ويمكن للدولة تنشيط السياحة في مناطق وأقاليم جديدة إضافة للمناطق والأقاليم الحالية. فالتنمية السياحية تؤدي إلى توزيع وإنشاء مشروعات سياحية جديدة في أقاليم البلاد المختلفة، خاصة وأن المواقع الحضارية والأثرية والدينية عادة ما تتوزع بين مختلف أرجاء البلاد من شماله إلى جنوبه، مما يعني حصول تنمية متوازنة للأقاليم خاصة المتخلفة منها اقتصادياً، من خلال إيجاد عمل وتحسين المستوى المعيشي لأبناء هذه المناطق وزيادة رفاهية الأفراد واستغلال الموارد الطبيعية في تلك الأقاليم، وسيترتب على توزيع الدخول بين المناطق أو الأقاليم تحقيق حالة التوازن الاقتصادي وإعادة توزيع الدخل وتنمية وتطوير هذه المناطق باعتبارها أماكن جذب سكاني وبالتالي إمكانية الحد من الهجرة من المناطق المتخلفة إلى المناطق الأكثر تطورا إذ تسهم السياحة في إنعاش المستقرات البشرية التي توجد فيها والقريبة منها، كما تسهم في تعميق الوعي الثقافي لدى المواطنين وتحفيز تطوير شبكة الطرق لتغطي مناطق جديدة[2].

- **الأنشطة السياحية وخلق الثروة:**

تساهم التنمية السياحية بشكل فعال في خلق الثروة المناطق السياحية، من خلال القيمة المضافة التي يتم الحصول عليها من الفروع المساهمة في صياغة وتسويق المنتج السياحي، وتتولد

[1] نفس المكان.

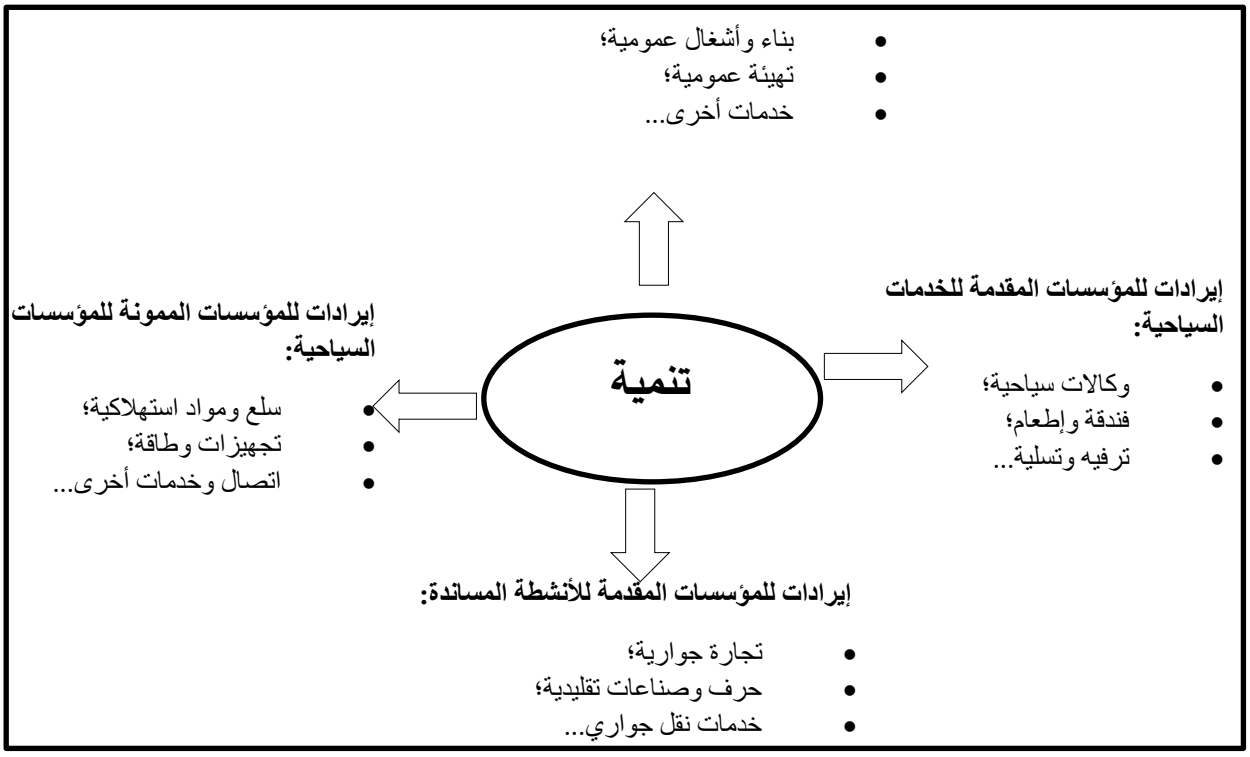
[2] نفس المرجع، ص 62.

هذه القيمة المضافة من شقين أساسيين، فمن جهة نجد الفروع التي تهتم بتقديم الخدمات الموجهة مباشرة للسياح كالخدمات الفندقية وخدمات الإيواء والإطعام والنقل، وكذا خدمات وكالات السفر والسياحة التي تقوم بتنظيم الحجوزات وتنظيم الرحلات واصطحاب ومرافقة السياح في الجولات وتقديم مختلف المعلومات والخدمات الإرشادية، وكذا الفروع الأخرى التي تهتم بتوفير السلع والخدمات الإنتاجية التي يحتاجها السياح أثناء إقامتهم.

وتجدر الإشارة أن الشق الأول هو الآخر نواة محركة لفروع أخرى، وهي الفروع التي تهتم بتموين مؤسسات الإيواء والنقل مثلا بمختلف السلع والخدمات التي تحتاجها للقيام بنشاطها، سواء كانت هذه السلع والخدمات استهلاكية كالخضر والمشروبات واللحوم، والمواد الطاقوية أو خدمات الاتصال من هاتف وانترنيت، أو سلع وخدمات تجهيزية كالأثاث وتجهيزات المطابخ وأجهزة التكييف والتبريد وكذا الخدمات المرافقة لها كخدمات الإصلاح والصيانة والترميم والتجديد.

أما الشق الثاني فيتكون من الفروع التي تهتم بتوفير سلع وخدمات قد تكون محل طلب للسياح وكذا من طرف السكان المحليين، كخدمات الترفيه والتسلية كالحدائق ومراكز التسلية والمتاحف ودور السنيما ودور المسرح والنوادي الليلية والمراكز الرياضية، وكذا السلع والحرف التقليدية كالمجوهرات واللوحات الفنية التي يقتنيها السياح للذكرى وللإهداء، هذا إلى جانب خدمات النقل الفردي والجماعي من سيارات الأجرة وحافلات ووكالات كراء السيارات للتنقل داخل البلد أو المنطقة المزارة، والسلع والخدمات الضرورية لتنظيم الرحلات كمعدات التخييم والصيد، دون أن ننسى الخدمات الجوارية كتجارة التجزئة المختلفة وخدمات الطب الخاص والصيدلة والخدمات البريدية والبنكية.

الشكل رقم (09): التنمية السياحية وخلق الثروة



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا مما سبق.

وما يجب الإشارة إليه هو أن التنمية السياحية تساهم كذاك في خلق الثروة لصالح المؤسسات التي تقوم بإنجاز وإنشاء المشاريع والمنشآت السياحية، ناهيك عن أشغال التهيئة العمومية والبنى التحتية في المناطق السياحية (شق طرقات، إنشاء مطارات وموانئ...)، والتي تعتبر مشاريع ضخمة وتتم ضمن برامج وطنية أو جهوية.

- **توفير مناصب الشغل والقضاء على البطالة:**

إن التنمية السياحية وسيلة فعالة لخلق مناصب الشغل والقضاء على البطالة، فحسب معطيات المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC)[1]، فإن السياحة قد سمحت في 2015 بخلق 107 مليون منصب شغل مباشر (أي 3.6% من نسبة التشغيل الكلي) وساهم في خلق ما يعادل 284 منصب شغل بشكل مباشر وغير مباشر، أي أن منصب من كل 11 منصب شغل في العالم، وينتظر أن تصل هذه الأرقام إلى 136 و370 مليون منصب شغل على الترتيب في حدود 2026، أي بمعدل منصب شغل من كل تسع (09) مناصب على المستوى العالمي[2].

فإذا كانت المشاريع السياحية تحتاج إلى استثمارات ضخمة نسبيا في بداية المشروع (عند إنجاز المشروع)، فهي تعتمد فيما بعد بنسبة أكبر على يد عاملة قليلة التأهيل أو سهلة التدريب في صياغة وعرض المنتج السياحي، كما أن الطبيعة المركبة وغير المتجانسة للمنتج السياحي سوف يسمح بتوفير وخلق مناصب شغل عند كل حلقة من الحلقات المكونة لهذا المنتج (فنادق، مطاعم، ترفيه...)، ناهيك عن تلك التي يتم توفيرها بشكل غير مباشر من خلال الأنشطة المرافقة (النقل، الحرف والصناعات التقليدية...).

---

[1] تم تأسيس المجلس العالمي للسفر والسياحة في عام 1991 من قبل مجموعة من كبار المسؤولين عن السياحة والسفر الذين شعروا بأن مساهمة القطاع في الاقتصاد وخلق فرص العمل لم يتم الاعتراف بها، وذلك بهدف استخدام أدلة تجريبية لتعزيز الوعي بالمساهمة الاقتصادية للسفر والسياحة من أجل لتوسيع الأسواق في تناسق مع البيئة والحد من الحواجز أمام النمو، وهو الهيئة العالمية الوحيدة التي تجمع جميع العاملين الرئيسيين في قطاع السياحة والسفر (شركات الطيران والفنادق والرحلات البحرية، تأجير السيارات، وكالات السفر، منظمي الرحلات السياحية والتكنولوجيا)، وتمكينهم من التحدث مع صوت واحد للحكومات و والهيئات الدولية
www.wttc.org/about/

[2] موقع المنظمة العالمية للعمل (OIT)، www.ilo.org، 2016/07/22.

من جهة أخرى فإن الفترات التي يتم فيها إنجاز وإنشاء المشاريع والمنشآت السياحية وكذا عمليات التهيئة وإنشاء البنى التحتية تمثل هي الأخرى مصدرا لخلق مناصب للشغل ولو بصفة مؤقتة في تلك الورشات أو من خلال الأنشطة التي تهتم بتموين هذه المشاريع بالمواد والتجهيزات التي تحتاجها في عملية الإنشاء (بناء، أثاث، تجهيزات...).

- **تعزيز الصادرات واكتساب العملات الأجنبية:**

إن التنمية السياحية تعتمد في كثير من الحالات على استغلال موارد سياحية طبيعية وثقافية متنوعة تتميز بها المنطقة أو البلد المستقبل دون غيره من البلدان، مما يسمح بتقديم منتج سياحي متميز وذو طابع فريد، يجعل من البلد المستقبل يتمتع بميزة نسبية تدفع بقدوم سياح من خارج البلد، والذين يقوم باقتناء هذا المنتج على شكل إنفاق على الخدمات السياحية (إقامة، إطعام، ترفيه...) وكذا الإنفاق على خدمات أخرى أو سلع تذكارية يشتهر بها البلد المستقبل، ويعد هذا الإنفاق بمثابة صادرات لمنتجات وطنية دون الحاجة إلى شحن أو تسويق دولي، وحسب المنظمة العالمة للسياحة فقد بلغت الصادرات من المنتجات السياحية في سنة 2014 ما يعادل 6% من الصادرات العالمية، وهو ما يوافق 30% من الصادرات الخدمية في العالم في نفس السنة[1].

وبهذا الشكل تمثل التنمية السياحية وسيلة لجلب العملات الأجنبية للبلد المستقبل من خلال ما ينفقه السائح الأجنبي على السلع والخدمات المحلية عادة بالعملة المحلية، مما يساهم كذلك في تعزيز هذه الأخيرة في سوق الصرف والتقليل من التضخم.

[1] UNWTO, UNWTO tourism highlighys, Ed 2015, p 2.

2. الأهداف الاجتماعية والثقافية:

من جهة أخرى فإن التنمية السياحية تسمح على المستوى الاجتماعي والثقافي بتحقيق العناصر التالية[1]:

- **تحقيق الرفاهية للمجتمع:**

تسمح التنمية السياحية بتحقيق الرفاهية لأفراد المجتمع، فهي تتيح الفرصة للراحة والاستجمام، وتمنح الفرد حق الاستمتاع بوقت الفراغ مع حرية السفر والتنقل، من خلال الاستفادة من الخدمات التي توفرها المشاريع السياحية للتسلية والترويح عن النفس في بيئة ملائمة وبجميع التسهيلات الضرورية من تبليط الطرق وتجميل المناطق كإقامة الحدائق وملاعب الأطفال، وكذلك الاستفادة من الخدمات العمومية كالاتصال ومختلف مشاريع التهيئة العمومية، مما يؤدي إلى استعادة اللياقة الذهنية والنفسية التي تساعده على الرقي والازدهار في حياته العملية واليومية.

- **الرقي الاجتماعي والثقافي:**

إن التنمية السياحية وما ينجر عنها من احتكاك مباشر بين السواح والسكان المحليين في أماكن الإقامة والمطاعم والمحلات وأفي الشوارع أثناء التجوال يسمح باكتساب الأفراد لعادات وقيم سليمة كاحترام القوانين والنظام والآداب العامة، ويقود المجتمعات المحلية بالتمسك بالسلوكات والقيم الجيدة مثل كرم الضيافة وحسن معاملة الغير، كما أنها تمثل فرصة للتفاعل الحضاري واكتساب الخبرات وتبادل المعلومات، فهي وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة،

[1] أنظر رؤوف محمد علي الانصاري، " السياحة ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية"، في محلة السكور (مجلة الكترونية)، http://www.sutuur.com، 2016/07/23.

حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل اللغة والأفكار السليمة.

- **إبراز الهوية الوطنية وتعزيز روح الانتماء:**

إن التنمية السياحية وسيلة فعالة لتعزيز وتثمين الميزات الثقافية والاجتماعية في المجتمعات المحلية، بحيث يسمح بإبراز عناصر الهوية الوطنية ويدعو المجتمعات المحلية للافتخار بالميزات المكونة لشخصية الفرد وهيكل المجتمع، كما أنها وسيلة للتحسيس بالموارد المتاحة والتراث الموروث والاعتزاز بالانتماء مما يدفع بالمجتمعات المحلية إلى تثمين والمحافظة وصيانة التراث الطبيعي والثقافي والمعنوي المحلي من عادات وتقاليد وحرف وصناعات تقليدية وفلكلور.

- **الاتصال الفكري وتبادل الثقافات:**

تعد السياحة أداة الاتصال الفكري وتبادل الثقافات والعادات والتقاليد بين الشعوب وأداة لإيجاد مناخ مشبع بروح التفاهم والتسامح بينهم، ومن هنا تصبح السياحة أداة لاكتشاف وحدة الإنسانية، فالفوارق التي تفصل بين شعب وآخر تصبح مسائل عرضية لا تؤثر في الجوهر المشترك وهو أن كل شعب يمثل جزءا لا يتجزأ من الحضارة الإنسانية.

كما نجد من الأهمية التركيز على زيادة المعلومات التاريخية والحضارية والمعرفية من خلال البرامج الإعلامية والثقافية المختلفة، حتى نبصر المواطن بالخلفية التاريخية والثقافية لحضارتنا عبر العصور، وزيادة معارفه العامة ومعلوماته عن ثقافات الشعوب الأخرى، لما لهذا كله من أثر بالغ الأهمية في عملية الاتصال والتواصل الثقافي[1].

[1] رحيم حسين وآخرون، مرجع سابق، ص 119.

3. الأهداف البيئية:

تتمثل الأهداف البيئية للتنمية السياحية أساسا فيما يلي:

- **حماية وتثمين الموارد البيئية والطبيعية:**

إن التنمية السياحية تعتمد في كثير من الحالات على استغلال موارد طبيعية وبيئية (شواطئ، غابات، مناظر خلابة...)، ويكون استغلال هذه الموارد بشكل يسمح بالحفاظ على أنواع الحيوانات والنباتات لا سيما النادرة منها، ودون المساس بنوعية المياه والأرض، حيث تجلت التنمية السياحية في كثير من البلدان في إنشاء الحضائر الوطنية والمحميات الطبيعية التي تتيح للسائح بالتمتع بالمناظر الطبيعية واستكشاف الثقافات المحلية بتناسق واحترام كامل للبيئة بعيدا عن زحام الحياة الحديثة وضوضائها، وهنا يجب الإشارة إلى دور السلطات العمومية في سن القوانين والتشريعات التي تجبر الشركات السياحية أن تتبع سياسات تسويقية وممارسة سلوكات سياحية تهدف إلى توفير شروط استقبال تحترم و تحافظ على البيئة النباتية والحيوانية في المناطق المستقبلة.

- **إعادة تأهيل المعالم الثقافية والتاريخية:**

يمكن للتنمية السياحة أن تكون محفزا للقيام بعمليات الترميم وإعادة تأهيل المعالم التاريخية والمواقع الأثرية والمباني القديمة: أبراج، منارات، مساجد، كنائس، قصور... أو تهيئة الممرات والطرقات في الأحياء العتيقة.

وفي جانب آخر يمكن أن تستخدم التنمية السياحية لتجديد المباني القديمة وإعادة تأهيلها، والتي يمكن استخدامها في وقت لاحق كمنشآت سياحية وفندقية، حيث يمكن تحويل المباني الكبيرة إلى فنادق ومتاحف أو مراكز المؤتمرات، في حين يمكن تحويل الصغيرة منها كالمنازل والأقبية والمستودعات إلى مراقد ودور للضيافة، أو حانات ومطاعم، كما يمكن أن تكون المواقع الصناعية

القديمة (مطاحن أو المصانع، على سبيل المثال) والتاريخية (منازل شهيرة، سجون، قلاع...) مصدر جذل للزوار والسياح، خاصة وأنه يمكن الاعتماد على الإيرادات السياحية في تغطية جزء من أعباء أعمال التهيئة والصيانة.

- **نشر وتنمية الوعي البيئي:**

إن السياحية والتنمية السياحية تسمح للفرد بالترفيه والتسلية في ظل احتكاك كامل بالبيئة وما تحمل من عناصر طبيعية، مما يمثل قناة فعالة لتحسيس السائح بأهمية الموارد الطبيعية ودورها في الحفاظ على التوازن البيئي، وكذا التهديدات التي تلحق بها جراء تأثير عناصر الحياة الحديثة، ومن ثم يمكن تلقين السواح وكذا السكان المحليين سلوكات تقلل من الآثار السلبية للنشاط السياحي بهدف المحافظة وحماية هذه الموارد أثناء فترة الزيارة وكذا في الأيام العادية، من خلال تقديم برنامج توضيحي لتثقيف كل من العاملين والسياح بالبيئة الطبيعية والثقافية المحيطة، وإشراك السواح في لصيانة والمحافظة على المحيط الطبيعي في المنطقة المستقبلة من خلال حملات تطوعية وجولات تحسيسية، وفرض رسوم وإتاوات على الأنشطة والتصرفات المضرة بالبيئة لتمويل الخزينة المحلية.

ثالثا: أشكال التنمية السياحية

تأخذ التنمية السياحية أشكالاً متعددة منها[1]:

[1] نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية" في مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 3، 2006، ص 19-22.

1. تطوير المنتجعات السياحية:

يركز هذا النوع من التنمية على سياحة الإجازات والعطل، وتعرف المنتجعات على أنها المواقع التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستراحة والاستجمام.

2. القرى السياحية:

القرى السياحية هي شكل من أشكال السياحة المنتشرة جداً في أوروبا كما بدأت تنتشر في العديد من دول العالم. الحياة في القرية نموذج يختلف عن الحياة في المدن، وتستهوي سكان المدن حباً في التغيير والبساطة. ويعتمد قيام القرى السياحية على وجود عنصر الماء (الشاطئ)، مناطق الموانئ، أنشطة التزلج، الجبال، الحدائق العامة، مواقع طبيعية، مواقع تاريخية أثرية، مواقع علاجية، ملاعب الجولف، أنشطة رياضية وترفيهية أخرى. تختلف مساحات هذا النوع من المواقع وتتعدد فيها أنواع مرافق الإقامة ومنشآت النوم والمرافق التكميلية مثل: الأسواق والمناطق التجارية، خدمات ترفيهية وثقافية، مراكز للمؤثرات ومرافق سكنية خاصة مختلفة الأحجام. يتم التخطيط لإنشاء القرى السياحية عادة في وقت واحد أي ضمن خطة سياحية واحدة ويأخذ التنفيذ مراحل متعددة وعلى فترات زمنية طويلة تحددها عناصر الطلب السياحي والطاقة الاستيعابية.

3. منتجعات المدن:

يتطلب هذا النوع من المنتجعات دمج برامج استعمالات الأراضي والتنمية الاجتماعية، مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاريع (فنادق، استراحات.... الخ) في المنطقة، وتحتاج إقامة هذا النوع من المنتجعات وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في المواقع مثل: التزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشطة سياحية علاجية، مواقع أثرية أو دينية.

4. منتجعات العزلة:

أصبح هذا النوع من المنتجعات من المناطق السياحية المفضلة في جميع أنحاء العالم، وتتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها ودقة تخطيطها وشموله. وعادة يتم اختيار مواقعها في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة مثل: الجزر الصغيرة أو الجبال، والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة.

5. السياحة الحضرية:

السياحة الحضرية هي نوع من السياحة الدارجة والمعروفة، وتوجد في الأماكن الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيدة في المنطقة. وتشكل مرافق الإقامة والسياحة جزءاً لا يتجزأ من الإطار الحضري العام للمدينة وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذلك السياح القادمين إليها. وقد أخذت كثير من الحكومات حالياً على عاتقها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن تطويرها مثل: المواقع التاريخية والأثرية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى.

6. سياحة المغامرة:

هذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له هذه الإقامة بالترفيه والاستجمام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة. ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة أو استثمارات ضخمة أو خدمات ومرافق عديدة، لكنه يتطلب إدارة جيدة وتوفر عناصر لدلالة سياحية مؤهلة.

7. سياحة الرياضة البحرية:

يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود الماء (البحار أو البحيرات)، تتفاوت المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضات البحرية المختلفة مثل: الغوص، التزلج على الماء، العوم، سباق اليخوت أو القوارب...الخ.

المطلب الثاني: التخطيط السياحي

إن التخطيط عبارة عن توجيه واع مسبق ومدروس لموارد وإمكانات المجتمع والتي يمكن توفيرها وتعبئتها للاستخدام بأفضل صيغة ممكنة من أجل تحقيق الأهداف بأكبر قدر ممكن وبأقل قدر ممكن من الموارد والجهود والتضحيات والتكاليف بأقل وقت ممكن[1]، ولا يمكن تحقيق تنمية سياحية على المستوى المحلي، الجهوي أو الوطني دون اعتماد خطة مدروسة مع الأخذ جميع المتغيرات والعناصر الداخلة في قرارات التنمية السياحية المنشودة.

أولا: تعريف التخطيط السياحي

التخطيط أسلوب تنموي ابتكر في المجتمعات الاشتراكية للتعامل مع عوامل الإنتاج وتوزيعها بين الأنشطة الاقتصادية المختلفة في بلد ما من أجل تعزيز كمية السلع والخدمات التي ينتجها لفترة معينة، حيث يتم ذلك من خلال التركيز على أنواع القطاعات أو اختيار البدائل من بين هذه القطاعات حسب نوع الاستراتيجيات المتبعة (اقتصادية أو سياسية) أو حسب ما هو متوفر من عوامل إنتاج لقطاع معين (الإمكانيات التنموية لهذا القطاع)، لكن بات مفهوم التخطيط واضحا وتطبيقيا لجميع الأنظمة الاقتصادية بما في ذلك الدول الرأسمالية كأسلوب لتحقيق السيطرة على بعض الوسائل التي يتم بموجبها تسهيل التحكم في سير القوانين الاقتصادية بشكل عام، لذلك فيعرف التخطيط على أنه

[1] فليح حسن خلف، التنمية والتخطيط الاقتصادي، عالم الكتاب الحديث، إربد، 2006، ص 291.

عملية توجيه الموارد المادية والبشرية والطبيعية المتوفرة في بلد معين واستغلالها بأقصى درجة ممكنة لتحقيق مجموعة من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية لفترة زمنية معينة[1].

كما يعرف التخطيط الاقتصادي على أنه استخدام موارد المجتمع المتاحة بالكيفية التي تحقق أقصى إشباع ممكن[2].

ويعرف على أنه تنظيم المستقبل للوصول إلى أهداف محددة، كما يوف القاعدة لوضع الأسس التي تسمح بتحديد الأعمال المناسب القيام بها في المستقبل، والغاية من التخطيط هي تحقيق فوائد اقتصادية واجتماعية للمجتمع إضافة إلى ترسيخ قواعد الاستثمار في جميع المجالات[3].

وفي تعريف آخر فإن التخطيط عبارة عن عملية تتضمن اتخاذ القرارات الاقتصادية الإجمالية المتعلقة بماذا وكيف ومتى سيتم الإنتاج ولمن سيوزع وذلك استنادا إلى مسح اقتصادي شامل وتقدير على درجة عالية من الوعي من قبل سلطة فعالة[4].

انطلاقا من التعاريف السابقة بمكن استنتاج النقاط التالية:

- التخطيط ليس هدفا بحد ذاته وإنما هو وسيلة لتحقيق هدف محدد وبلوغ مرتبة معينة من الميزات الاقتصادية والاجتماعية، والتي يجب أن تكون محددة وقابلة للتحقيق والمتابعة.
- إن التخطيط يعتمد على مجموعة من الموارد المتاحة المادية والطبيعة والبشرية، والتي يتطلب جمع جميع المعلومات والبيانات المتعلقة بها.

---

[1] محمد جاسم شعبان العاني، التخطيط الإقليمي المبادئ والأسس نظريات وأساليب، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 17.

[2] أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2008، ص 55.

[3] رعد مجيد العاني، الاستثمار والتسويق السياحي، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 77.

[4] عبد الإله أبو عياش، التخطيط السياحي مدخل استراتيجي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 20.

- إن عملية التخطيط عبارة عن مجموعة من القرارات واختيار بين البدائل والأهداف والإجراءات التي تسمح باستغلال أفضل للموارد بما يحقق أقصى إشباع ممكن، ومن ثم يجب أن تكون الخطة شاملة ومتوازنة ومتكاملة بين مختلف القطاعات والمتغيرات المرتبطة بالأهداف المراد الوصول إليها.
- إن عملية التخطيط تتم تحت مسؤولية سلطة مركزية أو غير مركزية تسهر على إعداد وتنفيذ ومراقبة الخطة بما يفي تحقيق الأهداف المنشودة، باعتماد التنسيق والربط بين مختلف الأطراف الفاعلة في العملية التخطيطية.
- إن التخطيط عملية متعلقة بالمستقبل، لذلك يجب أن تكون محددة بفترة زمنية مسبقا طويلة أو متوسطة أو قصيرة الأجل.

وبإسقاط هذه التعاريف والعناصر المنبثقة عنها على قطاع السياحية فيمكن القول أن "التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة. ويقتضي 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].

ويعمل التخطيط السياحي في الأقاليم إلى خلق أو تطوير المناطق السياحية بما يشبع حاجة الطلب السياحي المحلي والوطني وحتى العالمي وكذا إيجاد الترابط والتنسيق المتكامل بين عناصر ومتطلبات هذا القطاع في الإقليم أو الدولة، من خلال تقديم المؤثرات والأسس المنطقية لصناعة القرار السياحي فيما يتعلق بعملية التنمية السياحية ومتطلباتها سواء للقطاع العام أو القطاع الخاص مقابل الأخذ بالتحديدات اللازمة لتقليل الآثار السلبية في تلك المجالات، كما تشكل الخطط السياحية

[1] نور الدين هرمز، مرجع سابق، ص14.

مرشدا للأهداف والسياسات التي يسعى النشاط السياحي إلى تحقيقها ومحددا للآليات اللازمة لتحقيق تلك الأهداف، على أن تكون في أولوياتها المحافظة على المعطيات الطبيعية والثقافية في المناطق السياحية من خلال الاستغلال الحالي أو في المستقبل ضمن إطار العرض والطلب السياحيين[1].

فعملية التخطيط السياحي عبارة عن القرارات المتعلقة باختيار البدائل المختلفة المرتبطة باستغلال واستخدام مختلف الموارد السياحية في منطقة معينة وبإشراك جميع الأطراف الفاعلة في النشاط السياحي وفق برنامج شامل ومتكامل ومتوازن من أجل تحقيق تنمية سياحية في فترة زمنية محددة، ومن ثم وانطلاقا من خصائص النشاط السياحي سواء من حيث العرض أو من حيث الطلب، فإنه إلى جانب العناصر الواجب توفرها في عملية التخطيط الاقتصادي بصفة عامة، فإن عملية التخطيط السياحي يجب عليها أن تراعي مجموعة من الاعتبارات التي من بينها:

1. إن التنمية السياحية المنشودة من عملية التخطيط تهدف بالدرجة الأولى إلى منح السائح درجة من المتعة والترفيه والراحة، ومن ثم فإن التخطيط السياحي يهدف إلى تهيئة المناطق المعنية بجميع الوسائل التي تسمح باستقبال السواح من هياكل إيواء وإطعام ومراكز للترويح والترفيه، على أن يتماشى ذلك مع الموارد السياحية المتاحة الطبيعية والثقافية والمادية.
2. نظرا للخاصية التركيبية للمنتج السياحي الذي هو عبارة عن مزيج مشكل من عدة عناصر متكاملة ومترابطة، كما أنه متعلق بعناصر أخرى كالهياكل التحتية، الأمن والاستقرار السياسي والخدمات المرفقة والنقل، وحتى مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بدخول وخروج السائح، تختلف فيه الأطراف الفاعلة فيه من حيث الهدف والوظيفة، يجعل من عملية التخطيط عملية متشابكة ومعقدة تشمل جميع جوانب التنمية السياحية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

[1] محمد جاسم شعبان العاني، مرجع سابق، ص 218.

3. يجب على الخطة السياحية أن تحافظ على الموارد السياحية (الطبيعية، الثقافية، التاريخية...) لا سيما غير المتجددة منها، فهي تمثل النواة الرئيسية للنشاط السياحي ومركز جذب السياح، حيث أن أي مساس أو تدهور لهذه الموارد يهدد استمرار النشاط السياحي بكامله.

4. إن الخطة السياحية يجب أن تأخذ بعين الاعتبار تطلعات ورغبات المجتمع المحلي في المنطقة المستقبلة، بحيث تجعلهم المستفيدين المباشرين من عوائد النشاط السياحي (مداخيل، مناصب شغل، خدمات عامة...)، وذلك دون أن يمثل النشاط السياحي تهديدا للأنشطة الاقتصادية القائمة هناك (نشاط فلاحي، صناعي...)، وكذا دون المساس بعاداتهم وتقاليدهم أو قدرتهم على استغلال الموارد المحلية المتواجدة في مناطقهم (استعمال المياه، الأراضي....).

ثانيا: المستويات المكانية للتخطيط السياحي

تختلف مستويات التخطيط السياحي باختلاف مستويات التنمية السياحية المرغوبة حيث يمكن أن تكون الخطة السياحية محلية أي على مستوى الموقع السياحي أو المدينة، كما يمكن أن تكون جهوية لتوسع النشاط السياحي لتوسع مستوى النشاط السياحي وللتشابه الطبيعي والثقافي والاجتماعي لعدة مدن تنتمي لإقليم معين، أو أن الخطة السياحية تكون وطنية أي يتم إقرارها وتنفيذها على مستوى مركزي نظرا لضخامة الموارد المالية الضرورية لها والتي لا يمكن تجميعها على مستوى محلي، أو لدى أصحاب القرار الرغبة في اعتماد استراتيجية كلية للتنمية السياحية، وتشتمل مستويات التخطيط ما يلي[1]:

[1]عقيل قاسم هاشم، "مستوى نتائج التخطيط الشامل والمبرمج للقطاع السياحي في ظل إدارة فعالة"، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد 17، العدد 1، 2009، ص 90.

1. مستوى الموقع السياحي:

من مهام هذا المستوى هو تخطيط المباني وترتيباتها وطرق تنقل السياح داخل الموقع ومرافق الاستجمام والترفيه والتسلية ومناطق المحميات الطبيعية ومواقف السيارات والخدمات الأخرى المراد تطويرها في الموقع لأغراض الاستعمال الأراضي، ويندرج ضمن هذا المستوى كذلك الهندسة المعمارية وهندسة المناظر الذي يعتبر أكثر المستويات تفصيلا وهو يحدد تصميم المباني والمناظر والإنشاءات الموجودة في الموقع السياحي والمرافق المعدة لتقديم الخدمات للسياح ويجري إعداد وتنفيذ الخطة ضمن هذا الإطار على المستوى المحلي بناء على تخطيط الموقع.

2. مستوى الناحية

عند هذا المستوى يتم تخطيط المواقع السياحية وشكل الخدمات السياحية المقدمة في الناحية والمدن والبلدات والقرى المنتشرة فيها والمواقع كافة التي لها ميزة الجذب السياحي محليا وعالميا.إن التخطيط بهذا المستوى يعني وضع خطط شاملة لنوعية الخدمات التي ستقدم للجذب السياحي ونوعية التخطيط للمواقع والاستخدام الأرضي سياحيا في المنطقة المراد تنميتها، ويلاحظ إن أنواع من السياحة ذات الطابع الخاص والسياحة البيئية والقروية والريفية تخطط وتدار وتنفذ على المستوى المحلي إضافة إلى وظائف أخرى ذات طابع إداري مثل التعليم والتدريب والتسويق السياحي وخدمات الدعاية والإعلان.

يكون التخطيط السياحي في هذا المستوى المكاني متخصصاً وتفصيلياً أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى، وعادة يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة منها:

- التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنشآت النوم.
- الخدمات والتسهيلات السياحية.

- مناطق وعناصر الجذب السياحي.
- شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمتنزهات والمحميات.
- نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.

تسبق كثير من خطط التنمية في هذا المستوى المكاني بدراسات جدوى اقتصادية أولية وكذلك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية، وكذلك تقييم لبرامج التنمية والهياكل الإدارية والمالية المناسبة للتنفيذ، وأيضاً قواعد التنظيم المكاني والتصميم الهندسي، وتشمل مثل هذه الدراسات كذلك على تحليل حركة الزوار وتوصيات متعلقة بذلك.

3. مستوى المنطقة:

من مسؤوليات هذا المستوى وضع سياسات السياحة وتنظيم امورها على صعيد كل منطقة في البلد وبرامج التجوال السياحي في المنطقة وسبل الوصول إلى المراكز السياحية وطرق النقل والمواصلات إضافة إلى إنها تضع معايير إنشاء المرافق السياحية ونوعية الخدمات والمنتجات المقدمة في المنتجعات والمرافق السياحية، إلا ان المسؤولية الأكبر والمباشرة هو تنسيق البرامج والتعليم والتدريب الخاصة بالنشاط السياحي

يركز التخطيط السياحي في مستواه الإقليمي على جوانب عديدة منها على سبيل المثل لا الحصر:

- بوابات العبور الإقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات إقليمية ودولية بأنواعها.
- منشآت النوم بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الأخرى.
- السياسات السياحية والاستثمارية والتشريعية وهياكل التنظيم السياحية الإقليمية.
- برامج الترويج والتسويق السياحي.

- برامج التدريب والتعليم، والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، إلى جانب تحليل الآثار والمردودات.

- مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع.

والتخطيط السياحي في المستوى الإقليمي متخصص وتفصيلي بدرجة أقل من المستوى المحلي وأكبر من المستوى الوطني، علماً أن مستوى التخصيص يعتمد على حجم الدولة وحجم الإقليم، فخطة وطنية في دولة صغيرة المساحة قد تحوي من التفاصيل ما تحويه خطة إقليمية في دولة كبيرة المساحة، وقد لا تحتاج البلاد الصغيرة المساحة إلى تخطيط وطني وآخر إقليمي.

4. المستوى الوطني:

يغطي التخطيط السياحي في هذا المستوى جميع الجوانب التي يغطيها في المستوى الإقليمي، ولكن بشكل أقل تخصصاً وتفصيلاً وعلى مستوى القطر أو الدولة بجميع أقاليمها ومناطقها، فمن واجبات هذا المستوى الاهتمام بشؤون وسياسات السياحة على مستوى القطر وكيفية الوصول إلى البلد وشبكة الطرق الوطنية والمواقع السياحية الرئيسية وبرامج التجوال السياحي والمعايير والمواصفات المطبقة على المرافق السياحية والخدمات المقدمة فيها ومؤسسات التدريب والتطوير المهن السياحية وتطوير أوضاع وخطط الاستثمار السياحي وسياساته وطرق التسويق ومستوى الخدمات المقدمة.

5. المستوى الدولي:

تقتصر عمليات التخطيط السياحي في هذا المستوى على خدمات النقل وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول، كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوربي ويشمل هذا التخطيط كذلك تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافياً في عدة دول متجاورة، كما هو

الحال في جبال الألب في القارة الأوروبية، إلى جانب ذلك هناك التخطيط السياحي بين عدة دول في مجالات الترويج والتسويق السياحي.

إن وضع الخطط والمعايير هو مسؤولية المنظمات العالمية مثل (منظمة السياحة العالمية UNWTO) ولجانها الموزعة في جميع إنحاء العالم ماعدا العراق وكذلك المعايير الخاصة بالرحلات السياحية والاتفاقيات المبرمة لتشجيع التعاون السياحي بين الدول وكذلك بين القطاع الخاص والعام ، وكذلك (IATA) الاياتا وهي مسؤولة عن الطيران المدني التي تهتم بوضع المعايير الدولية للنقل، فهذه المنظمات تشجع على التعاون السياحي الدولي وتضع الخطط لمناطقها، وأما المنظمات مثل المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTCC) ومنظمة (IHRA) اتحاد للفنادق والمطاعم فهذه المنظمات مسؤولة عن وضع معايير طوعية وإجراءات إلزامية للمصادقة على نظام الجودة والتسويق بين البلدان وشكل التبادل التجاري لكل مفاصل القطاع السياحي.

ثالثا: المستويات الزمانية للتخطيط السياحي

ونعتمد هنا في تحديد مستويات التخطيط حسب المدة الزمنية التي نحتاجها لتنفيذ الخطة السياحية، حيث يمكن اعتماد خطط استعجالية لأقل لسنة كما يمكن اعتماد خطط سياحي للمدى الطويل، حيث نميز المستويات التالية[1]:

1. **تخطيط طويل الأجل (10-20 سنة):**

يعطي هذا التخطيط نظرة شمولية للمدى البعيد والتركيز على وضع الإطار العام الذي يمكن للمخطط من تحديد الغايات الاستراتيجية والسياسات والموارد والإمكانية وفق الأهداف العامة، كما يساعد على تحقيق التنسيق والتكامل بين خطط التنمية السياحية الإقليمية والقطاعية وتوفير كافة

[1] محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص ص 195 -161، بتصرف.

المقومات اللازمة لنجاح المعدلات المفروضة للتنمية السياحة من خلال دعم القطاع ووضع نظام لتشجيع الاستثمار السياحي وكذا الاستفادة من كافة نوعيات السياحة الموجودة في مختلف مناطق البلد، ناهيك عن الاهتمام بالوعي السياحي للمواطنين.

2. تخطيط متوسط الأجل (3-7 سنوات):

يعد هذا التخطيط لغة الوصول بين الخطط طويلة الأجل والخطط قصيرة الأجل، وتتولى الخطط المتوسطة تحديد معدلات النمو المستهدفة على المستوى الكلي والمستوى القطاعي، ومدى تأثير الخطة على المتغيرات الكلية كميزان المدفوعات، كما تتضمن الخطة متوسطة الأجل قائمة الاستثمارات التي يتعين تنفيذها خلال سنوات الخطة على مستوى المشروع أو القطاع التي تهدف إلى رفع مستوى المرافق العامة والتسهيلات السياحية كشق الطرقات وتدعيم الجسور ووضع قواعد الصرف الصحي ومختلف المرافق المتعلقة بالتسهيلات السياحية كمرافق النقل والإيواء.

3. تخطيط قصير الأجل (سنة واحدة):

عادة ما تكون هذه الخطط سنوية وترتبط بالموازنة العامة للدولة، وهي تتضمن بيانات تفصيلية عما هو مستهدف تحقيقه خلال العام من استثمارات على مستوى المشروع الفردي وعلى المستوى القطاعي مع بيان مصادر التمويل المختلفة والإسهام المتوقع لكل نشاط استثماري من منظور الإنتاج والتنمية المضافة والعمالة.

4. الخطة العاجلة (أقل من سنة):

وهي خطة يجري إعدادها لمواجهة ظروف طارئة أو مشكلة عاجلة لا تحتمل وتتطلب حلا سريعا إذا كانت تأثيراتها السلبية تمتد لعدد كبير من المواطنين مثل إعداد خطة عاجلة لمواجهة الفيضانات.

المطلب الثالث: التسويق السياحي

إن اعتماد سياسة تخطيطية لتحقيق التنمية السياحية لا يمكن أن تؤتي أكلها دون اتباع سياسة تسويقية محكمة للمنتج السياحي في جميع الاتجاهات، ومن ثم سنحاول من خلال هذا المطلب إعطاء المعالم الرئيسية والإطار العام للتسويق السياحي دون الولوج في تفصيلات الأمور والتي نتركها لأصحاب التخصص.

أولا: مفهوم التسويق السياحي

إن المفهوم العام للتسويق السياحي ليس معناه أن التسويق السياحي علم مستقل عن التسويق وإنما يعتبر جزء من التسويق ككل ولكن ما يميز التسويق السياحي بأنه مشابه لتسويق الخدمات وأن خصائص المنتوج السياحي تحتم على القائمين على التسويق السياحي بمحددات معينة وضغوط مختلفة وذلك لاختلاف السوق السياحي عن الأسواق الأخرى، وفي كل الأحوال فإن التسويق السياحي يجب أن يتبع نفس مبادئ التسويق بشكل عام وعليه يعتبر التسويق السياحي تخصصا في مجال التسويق[1].

يهدف التسويق إلى تلبية حاجبيات الزبائن، حيث إذا قام رجل بالتسويق حاجيات الزبائن من خلال تطوير المنتجات التي تمنح قيمة أعلى لديهم من منافسيه، وتقديم أسعار مقبولة، وتوزيع واتصال فعالين، فإنه سيبيع منتجاته بشكل أسهل، وبالتالي فإنه يعرف التسويق على أنه المنظومة التي تقوم المؤسسات من خلالها بخلق قيمة لدى الزبائن والمجتمع، والتي تؤدي إلى خلق علاقة متينة مع الزبائن الذين سيمثلون قيمة لدى المؤسسة تسمح لها بتحقيق أرباح[2].

---

[1] ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 144.

[2] Kotler Philip, Bowen John T et Makens James, op cit, p44.

انطلاقا من أن المفهوم الحديث للتسويق يعتمد على ركائز ثلاث يمكن إيرادها هنا باختصار وكما يلي[1]:

1. دراسة الحاجات والرغبات والأذواق المتصلة بالمستهلكين في الأسوق المستهدفة للسلع والخدمات؛

– تحديد ذلك القدر من الإشباع الذي تقدر عليه مؤسسة إنتاجية أو تسويقية (أو كلاهما مع) من تلك الحاجات والرغبات والأذواق المحددة من قبل رجال التسويق؛

– توجيه كافة الجهود والأنشطة داخل المؤسسة بإشراف مباشر من الإدارة العليا ونفوذ مقبول لإدارة التسويق لإيجاد المعادلة المتوازنة بين الحاجات والرغبات الخاصة بالمستهلكين وذلك من خلال توفير القدر الممكن منها والذي من الممكن تقديمه للمستهلكين على شكل سلع أو خدمات بأسعار مناسبة.

وبناء عليه فإن التسويق السياحي يمكن تعريفه أو النظر إليه بأنه كافة الجهود والأنشطة المنظمة والتي يتم تأديتها بتناغم مدروس من قبل كافة مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها أو أجزائها المختلفة والتي تهدف إلى إشباع أذواق المتلقين أو الراغبين بشتى صورها[2].

إن التسويق السياحي هو ببساطة تطبيق المفاهيم التسويقية المناسبة لتخطيط استراتيجية قصد جذب الزوار لوجهة معينة، سواء كانت مدينة، منطقة أو بلد بكامله، حيث تعرف الجمعية الأمريكية للتسويق على أن التسويق عملية تخطيط وتنفيذ لتصور وتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات لخلق مبادلات تحقق أهداف الفرد والمنظمة، فهذا التعريف يصف التسويق على

[1] محمد عبيدات، التسويق السياحي مدخل سلوكي، دار وائل للنشر، عمان،2005، ص18.

[2] نفس المكان.

أنه مبادلة ترضي كل من الفرد (الزائر) والمنظمة (في هذه الحالة المدينة ومواطنيها)، وهنا لا يجب فهمه على أنه يقف عند عملية البيع فقط، والتي تبقى عنصرا محوريا، من خلال إقناع السياح بزيارة وجهة معينة حتى لو كانوا لا يرغبون في ذلك، إلا أنه لن يكون أي مكسب في المدى البعيد لوجهة معينة في التركيز على إقناع أشخاص لزيارتها دون التأكد أولا من أنه سيتم تقديم التجارب التي يرغبونها، حتى وإن تم استخدام تقنيات ضغط عالية في عملية البيع لأن نجاح النشاط السياحي يعتمد على الزيارات المتكررة، غير أنه من جانب آخر فإن هذا التعريف ينص على أن المبادلات يجب أن تلبي حاجيات المدينة ومواطنيها، حيث أن لدى المدينة مهمة توفير احتياجات سكانها بما في ذلك المحافظة على البنية التحتية، توفير المن العمومي، تشجيع التنمية الاقتصادية... وبالتالي تطوير المدينة كوجهة سياحية لا يكون إلا إذا كانت المنافع الاقتصادية تعمل على تحسين الظروف المعيشية للسكان المحليين، كزيادات في الإيرادات الضريبية التي ستخصص لصيانة البنى التحتية، تشجيع إنشاء مؤسسات إنتاجية جديدة...[1]

ويعرف التسويق السياحي على أنه هو ما تمر به المؤسسات الرسمية وغير الرسمية والمشروعات السياحية من تطويع منظم ومنسق للسياسات على الصعيد المحلي والاقليمي والقومي والدولي لتحقيق اقصى درجة من اشباع رغبات مجموعات معينة من المستهلكين السياح مع ربح مناسب، وكذلك ما هي النتائج المتوقع الوصول اليها عن طريق وسائل الاعلان المختلفة، والنتائج المتوقعة من عملية تنمية وتطوير المنتج السياحي، مثل برامج جديدة ، انواع جديدة في السياحة، تسهيلات سياحية جديدة ، وسائل نقل جديدة ، اكتشافات اثرية جديدة، فضلاً عن ذلك ما هي الافاق

[1] Kolb Bonita M, Tourism marketing for cities and towns, Butterworth–Heinemann, Massachussetts, 2006, p 2.

الجديدة لأبحاث التسويق، وكيف يسهم البحث في تحسين وتطوير المنتج السياحي في الوصول الى نتائج افضل في زيادة منافذ التوزيع او فرق البيع[1].

فالنشاط التسويقي هو نشاط متكامل يضم جميع الجهود المبذولة لجذب انتباه السائحين الدوليين والمحليين لزيارة المناطق السياحية بالدولة، وتبدأ هذه الجهود بشكل مباشر منذ إعداد البرامج السياحية حتى التعاقد مع السائحين إلى إتمام هذه البرامج، ولا يقتصر التسويق السياحي على مجرد تقديم الخدمات أو البرامج السياحية وعرضها في الداخل والخارج، بل يجب أن يبدأ بدراسة الأسواق السياحية المصدرة وتحديد احتياجاتها من المنتج السياحي، والتعرف على الفرص المتاحة إلى دراسة خصائص العملاء السياحيين وتلبية رغباتهم واحتياجاتهم بأعلى مستوى ممكن على ألا ينتهي التسويق عند هذه المرحلة، بل يجب أن يمتد إلى متابعتهم أثناء الرحلة السياحية ومعرفة درجة رضائهم عنها وانطباعاتهم والمشكلات التي واجهتهم فيها، لذلك فإن التسويق في صناعة السياحة يبدأ بالسائح وينتهي به في نفس الوقت من حيث تحديد رغباته ودوافعه وتقديم الخدمات التي تناسبه والتنشيط وتسعير الخدمات السياحية... إلى غير ذلك من مراحل العمل التسويقي فيصبح السائح من هذا المنظور هو المحور الرئيسي للنشاط التسويقي[2].

ومن ثم فإن النشاط التسويقي في مجال السياحة تمتد آثاره إلى المراحل التالية لمرحلة بيع المنتج السياحي ولا يقتصر على مجرد دراسة الأسواق السياحية والمنتجات السياحية في الدولة والدول الأخرى المنافسة لها وفهم طبيعة واحتياجات السائحين والتأثير في قراراتهم الشرائية بل يتعدى ذلك

---

[1] نبيل فيصل موسى الموسوي، " دور سياسة التسعير في تسويق الخدمات السياحية (دراسة ميدانية)" في مجلة كلية الآداب، جامعة بغداد، العدد 97، الجزء الثاني(الانسانيات)، ص 674.

[2] صبري عبد السميع، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص 30.

إلى مضاعفة الجهود التسويقية المبذولة وتحديث المعلومات التسويقية المتوافرة أولا بأول عن السوق السياحي الخارجي وتحليل الظواهر المختلفة التي تطرأ عليه والعوامل التي تؤثر فيه، وبذلك فإن تعريف التسويق السياحي يقوم على عدة أسس أهمها[1]:

1. إن التسويق عملية إدارية وفنية في آن واحد لأنها تقوم على التخطيط والتنظيم والتوجيه والتنسيق والرقابة ووضع السياسات التسويقية باعتبارها الوظائف الإدارية الرئيسية لأي نشاط من أنشطة المشروع بالإضافة إلى تحديد المنهج والأسلوب المستخدم في العملية التسويقية والممارسات المختلفة التي تتم في إطارها من الناحية الفنية، فالنشاط التسويقي السياحي نشاط ليس منعزل في ذاته ولكنه متكامل ومترابط بهدف تحقيق أهداف محددة وواضحة؛

2. التسويق السياحي ليس نشاطا مستقلا تقوم به بعض الأجهزة والمنظمات والمنشآت السياحية المتعددة (الشركات السياحية، المنشآت الفندقية، شركات النقل السياحي...) بل هو نشاط مشترك تمارسه مختلف الهيئات والجهات الرسمية العامة والخاصة وإن اختلفت أهدافها القريبة أو البعيدة؛

3. التسويق السياحي نشاط متعدد الجوانب لا يقتصر على العمل التسويقي في الخارج فقط ولكنه نابع أساسا من داخل الدولة التي تمثل المصدر الرئيسي لهذا النشاط حيث تتوفر له المقومات المختلفة والإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لنجاحه واستمراره؛

4. فيما يتعلق بهدف النشاط التسويقي السياحي فهناك هدف عام يسعى إلى تحقيقه هذا النشاط وهو زيادة الحركة السياحية القادمة ولكنه يختلف من حيث الأهداف القريبة التي تسعى إلى

[1] المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، سفر وسياحة – تسويق سياحي، بدون سنة نشر، ص9.

تحقيقها المنظمات السياحية الحكومية والشركات السياحية الخاصة والعامة، هذا بالإضافة إلى التنوع في هذه الأهداف والاتجاهات الحديثة التي أثرت عليه مما جعلها لا تقتصر على مجرد بيع المنتج السياحي ولكن تحقيق الإشباع الكامل لرغبات وتطلعات السائحين القادمين الحالية والمستقبلية.

ثانيا: المزيج التسويقي

إن خصائص الأنشطة السياحية من حيث العرض والطلب يجعل من المزيج التسويقي في السياحة تختلف في شكلها وبنائها عن الأنشطة الإنتاجية الأخرى سواء من حيث المزيج التسويقي للمنتج، الأسعار، التوزيع والترويج.

1. سياسة الخدمة (المنتج):

يلاحظ في سياسة الخدمة المدى الواسع في حالات تكييف الخدمة وتعديلها بما هو مناسب للحالة المطلوبة، وهي أشبه بحالة التكييف *personnalisation* إذ أن الزبائن من خلال حاجاتهم المتباينة وطلباتهم المتفاوتة حول نوعية الخدمات ودرجات جعلت عمليات التكييف هذه في موقع يجعل التسابق والتنافس بين الجهات المنتجة للخدمة ظاهرة واضحة، من جهة ثانية فإن سياسة الخدمة ونوعيتها المطلوبة لا تبدو واحدة بقدر ما تشهده من حالات التنويع، والأكثر من هذا فإن الجهات المقدمة للخدمة تبادر في تقديم ما لا يتوقعه الزبائن أيضا، والتي تنقاد إلى الخدمة الاستثنائية، فمثلا تقديم بوليصة تأمين مجانية طوال فترة الإقامة والسفر وتقديم خدمات إنجاز معاملات الحجوزات وإجراءات الإقامة مسألة لا تبدو سهلة بقدر ما هي سمة جديدة ومبادرة واضحة في سياسة الخدمة[1].

وهنا يتم تقسيم المنتج كما يبينه الشكل رقم (10) إلى أربعة مستويات[2]:

---

[1] طارق عبد الفتاح الشريعي، التسويق: التسويق السياحي – التسويق الفندقي، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007، ص165.

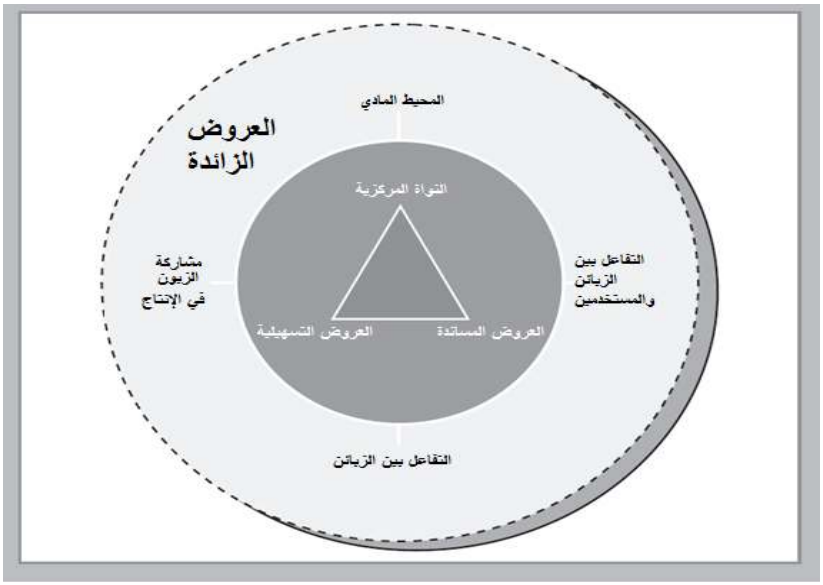
[2]Kotler Philip, Bowen John T et Makens James, op cit, p 266.

1. النواة الرئيسية: وهي عبارة عن المركبة الرئيسية للعرض أو للمنتج، والتي تجب عن التساؤل الرئيسي: "ماذا يريد الزبون شراؤه حقيقة؟" ويجب على عامل التسويق في مجال السياحة والإيواء التركيز على كيفية إظهار وتثمين أهم الإضافات (ثقافات مغايرة، طبيعة خلابة، تجديد روحي...) التي يمنحها المنتج أو العرض المطروح بدلا من التركيز على الخصائص التقنية وذكر مركبات المنتج (غرفة نوم، رحلة...)؛

2. العروض التسهيلية: وهي عبارة عن الخدمات أو السلع التي تسهل للزبون استخدام والتمتع بالخدمات المكونة للنواة المركزية، فوجود خدمة المطعم وموقف سيارات في الفندق تساعد على جذب الزبائن الراغبين في المبيت حيث تمثل هذه الأخيرة النواة الرئيسية؛

3. العروض المساندة: وهي عبارة عن عروض إضافية مقترحة لإضفاء قيمة زائدة لعروض النواة الرئيسية والذي سيسمح له بالتميز عن عروض المنافسين، ويعتبر هذا النوع من العروض غير إجباري إلا أنه يساهم بشكل فعال في نجاح النواة الرئيسية وجذب زبائن متميزين شريطة أن تقدم بشكل جيد وتتجاوب مع تطلعاتهم (مسبح للاستجمام، خدمات الطعام في الغرف...)

الشكل رقم (10): المستويات الأربعة للمنتج السياحي



Source : Kotler Philip, Bowen John T et Makens James, Marketing du tourisme et de l'accueil, 6eme édition, Person France, Montreuil, 2014, p266.

4. العروض الزائدة: إذا كانت العناصر الثلاثة السابقة ما يتم تقديمه فعلا للزبون، فهي لا تبين كيف يتم تقديم ذلك، أي الأجواء التي تميز عملية تقديم الخدمة، فإن العروض الزائدة توفق بين ما يتم عرضه مع طريقة تقديمه، فخدمات السياحة ككل الخدمات تستلزم مشاركة الزبون في عملية الإنتاج من خلال تفاعله مع مقدمي الخدمة من موظفين وعمال أو مع تفاعله مع الزبائن الآخرين، ومن ثم تمثل العروض الزائدة عنصرا مفتاحيا في الخدمة السياحية، وتحكمها مجموعة من العناصر منها إمكانية الوصول إلى الخدمة (التسهيلية أو المساندة) حيث أن نقص المعلومات والإشارات الخاصة بالخدمات المقدمة عدم ملائمة أوقات عمل مختلف المرافق قد يحد من الاستفادة من الخدمات، كما أن اختيار سمة معينة للديكور العام سيخلق جوا خاصا يسمح بلفت انتباه الزبون وإعطائه لمحة عن نوعية الخدمات المقدمة وتحفيزه على القيام بعملية الشراء.

2. سياسة الأسعار:

يعد السعر احد مكونات المزيج التسويقي ومن اكثرها تأثيراً في عملية البيع للخدمات السياحية، وكذلك تأثيره على الحركة السياحية في جميع البلدان، وعلى النشاط السياحي للبلد الواحد باعتبار أن قرار السائح يتأثر بشدة بمقدار التكلفة أو تسعير الخدمات السياحية المتاحة تبعا لدخله النقدي ، إذ يتحدد سلوك السائح بسعر الخدمات السياحية المقدمة له من قبل الشركات أو المنشآت السياحية الحكومية او الخاصة، ومن هذا يتبين لنا أن السعر هو انعكاس لقيمة الخدمات المقدمة والمنفعة الناجمة منها في مدة أو فترة زمنية معينة وعليه فأن السعر لأي منتج سياحي أو أي عنصر آخر سياحي يتمثل بذلك المقابل المادي المعقول والمقبول من المستخدم او المستهلك للمكان أو الموقع أو المشتري للسلفة المادية نفسها واية خدمات اخرى مرافقة[1].

ويجب الإشارة أن سلوك الزبائن يمثل ضغطا في عملية تحديد الأسعار، فمع تطور وسائل الإعلام والاتصال الحديثة لا سيما الأنترنيت يمكن للشخص أن يقوم بمقارنة بين مختلف الأسعار المعروضة لمختلف المنتجين واختيار أحسنها، مما يدفع المنتجين إلى مراجعة أسعارهم باستمرار إلى المستوى الذي يستعد الزبون لدفعه، خاصة في ظل عولمة الأسواق السياحية والتسهيلات الإدارية في التنقل نتيجة اتفاقيات الوحدة السياسية والوحدة النقدية بين الدول، ويتجلى أهمية التسعير في الأنشطة السياحية في النقاط التالية[2]:

- المرونة السعرية العالية في أسواق التسلية والترفيه والسفر والعطل؛
- الفارق الزمني في سوق العطل بين تاريخ تحديد الأسعار وتاريخ إجراء المبادلة، حيث يتم تحديد الأسعار مسبقا لطباعتها ونشرها في الكتيبات والأدلة السياحية؛

---

[1] نبيل فيصل موسى الموسوي، مرجع سابق، ص 677.

[2] Middleton Victor, Marketing in Travel and Tourism, Third edition, Butterworth-Heinemann, Massachussetts, 2001, p 141.

- عدم إمكانية تخزين منتجات الخدمات السياحية، حتى أن تجار التجزئة لا نشارك مع المنتجين العبء المالي ومخاطر الوحدات غير المباعة، كما أنها في معظمها غير مسؤولة عن قرارات التسعير التكتيكية؛

- احتمال كبير لحدوث تقلبات قصيرة المدى لها تأثير محسوس على عناصر التكلفة لا يمكن التنبؤ بها مثل أسعار صرف العملات وأسعار النفط على السفر الجوي؛

- لجوء المنافسين الرئيسيين بشكل أكيد إلى خفض تكتيكي للأسعار من قبل كلما العرض يفوق الطلب؛

- إمكانية عالية من إثارة حروب الأسعار في قطاعات مثل النقل والسكن والاستغلال السياحي قد تختفي الربحية خلالها في المدى القصير؛

- آثار التنظيمات والتشريعات، خاصة في قطاعات مثل النقل، والتي قد تولد تأثيرا على الأسعار؛

- ضرورة تحديد أسعار موسمية لإدارة الطلب حول حجم معين من الطاقة الإنتاجية في المدى القصير؛

- مشاركة فعالة للعملاء خاصة وأن المنتجات المتعلقة بالعطل التي قد ينظر فيها إلى السعر أنه رمز للمكانة والقيمة الاجتماعية؛

- الحجم العالي للتكاليف الثابتة الذي يشجع ويبرر خفض الأسعار على المدى القصير كلما يظهر احتمال وحدات غير مباعة من المنتجات؛

- التأثر الكبير للطلب نتيجة الأحداث الاقتصادية والسياسية الدولية غير متوقعة.

ومن جانب آخر فإن أنشطة السياحة والأسفار تتميز بتطبيق الأسعار على مستويين مختلفين، فهناك الأسعار التي تطبق على المستوى الاستراتيجي، حيث أن المؤسسات السياحية مجبرة على تحديد الأسعار بفارق زمني قد يطول نسبيا عن تاريخ تقديم وبيع الخدمة، وذلك حين تحضير وطباعة ونشر وتوزيع الكتيبات والأدلة السياحية، وتتعلق هذه الأسعار باستراتيجية المؤسسة التسويقية للتموقع والأهداف المرجوة من حيث النمو والحصة السوقية واقتحام الأسواق وعوائد الاستثمارات على المدى الطويل، وهناك الأسعار التكتيكية وهي تلك المطبقة على المستوى المتعلق بالجانب العملياتي للخطة التسويقية، وهي الأسعار التي تستعد المؤسسة السياحية إلى اعتمادها على أساس أسبوعي، يومي أو بالساعة، ويتغير حسب تاريخ الإنتاج أو تاريخ تقديم الخدمة على ضوء الحجوزات والتوقعات للمبيعات آنذاك، وتكون هذه الأسعار مطبقة بعد عدة أشهر أو أسابع من تلك المعلن عنها سابقا في الكتيبات والأدلة السياحية، وهنا يمكن أن تكون الأسعار معروفة ومعلنة على نطاق واسع كتلك التي يعلنها منظموا الرحلات قصد تحقيق حجوزات إضافية، أو يتم كتمانها كما هو الحال في المفاوضات بين منظمي الرحلات والفنادق التي تعاني من نقص في السيولة أو مهددة بالإفلاس[1].

3. سياسة التوزيع:

تنتمي قنوات أو منافذ التوزيع إلى عنصر المكان في المزيج التسويقي، وهي في ذلك الوقت جزء لا يتجزأ من عملية الاتصال بالسوق لأنها تتعلق باختيار وحركية القنوات التي توصل الدولة معلومات منتجها السياحي إلى السوق من خلالها، والمقصود بقنوات التوزيع أو منافذ التوزيع مجموعة الأجهزة والمنظمات والشركات التي تتصل مباشرة بالسائح وتستطيع عن طريق أو أكثر من طرق

[1] Hudson Simon, Tourism and Hospitality Marketing A Global Perspective, SAGE Publications Ltd, London, 2008, p 202.

الإقناع المختلفة أن تبيع له البرامج المختلفة لزيارة دولة المقصد السياحي، وبالتالي تكون الوظيفة الأولى لمنفذ التوزيع هي التوسع في نقاط البيع بعيدا عن موقع نشوء الخدمات أو تسليمها، بحث يسهل شراء هذه الخدمات في تاريخ سابق لإنتاجها، والتاريخ السابق قد يكون من ساعتين أو ثلاث إلى سنتين أو ثلاث سنوات أو مدة أطول (وبوجه خاص في حالة سياحة المؤتمرات والمعارض)[1]، وتتجلى أهمية التوزيع في الأنشطة السياحية من خلال ما يلي:

- إن الطابع الخدمي للمنتج السياحي يجعل من السائح الذي يمثل المستخدم هو من ينتقل إلى مكان إنتاج الخدمة، ألا أن نقطة البيع تكون بعيدة عن مكان الإنتاج؛
- الطابع المركب للمنتج السياحي يجعل وجود في كثير من الحالات العديد من الوسطاء الذين يشاركون في وظيفة التوزيع وإيصاله إلى المستخدم النهائي حسب احتياجات ورغبات هذا الأخير؛
- إن خاصية عدم القابلية للتخزين تجبر المؤسسات السياحية إلى عدم الاكتفاء بقنوات التوزيع العادية (البيع المباشر) الذي له نطاق محدود خاصة مع الترميز الزماني الشديد للطلب السياحي؛
- الثورة المعلوماتية وما توفره من كمية هامة من المعلومات الخاصة بمختلف العروض السياحية على المستويات المحلية، الوطنية والدولية تجعل من وظيفة التوزيع عنصرا حيويا من عناصر تقديم الخدمة السياحية، خاصة في ظل احتدام المنافسة سواء على مستوى المؤسسات السياحية أو على مستوى الوجهات.

ويقسم نظام توزيع المنتجات السياحية إلى أربعة أقسام هي[2]:

---

[1] نشوى فؤاد، تنمية المبيعات السياحية، مرجع سابق، ص 75.

[2] فراح رشيد وبودلة يوسف، "دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي" في أبحاث اقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة – الجزائر، العدد 12، ديسمبر 2012، ص112.

- نظام المرحلة الواحدة (توزيع مباشر):

حيث يتم تقديم الخدمات مباشرة إلى المستهلك مثل شركات الطيران التي تبيع تذاكرها إلى الزبائن، ومن فوائد هذا النظام البساطة، المرونة، الربح والسيطرة على المبيعات من قبل العملين في الشركة نفسها، والمشكلة في هذا النظام تكون بسبب الحاجة إلى قسم متخصص للمبيعات؛

- نظام المرحلتين:

حيث يكون هناك وسيط واحد بين المنتج والمستهلك مثل وكيل السياحة، والفائدة هنا أن المسافر يمكنه أن يحصل على أكثر من خدمة على مستوى جيد، مثل حجز مقعد في الطائرة أو غرفة في الفندق، ويقوم بالمحاسبة في فاتورة واحدة، وهنا أيضا فإن المسافر يحصل على أسعار متدنية، لأن وكيل السفر يحصل عليها بأسعار الجملة خاصة في حالة السفر الجماعي؛

- نظام الثلاث مراحل:

يكون وسيطين بين المؤسسة الأصلية والمسافر مثل وكيل السياحة ومنظم رحلات أو شركة سياحية كبرى، تشتري خدمات متعددة مقابل خصومات كبيرة في الأسعار؛

- نظام الأربع مراحل:

ويشبه نظام الثلاث مراحل لكنه يشمل وسيط إضافي في تحقيق أهداف التوزيع السياحي.

4. سياسة الترويج:

تبدو أهمية الترويج جلية من خلال المصاريف الترويجية التي تأتي في المرتبة الثانية بعد تكاليف الإنتاج في كثير من المؤسسات، وينظر للترويج على ان عملية اتصال مباشر أو غير مباشر موجهة إلى المستهلك الحالي أو المرتقب، كما قد يكون موجها إلى جماعات أخرى لإيجاد مناخ ملائم لتنمية وتعزيز مركز المؤسسة، أو هو عملية توعية المستهلك وإقناعه وحثه على الحصول

على المنتجات التي من شأنها أن تعيده إلى حالته الطبيعية وحمايته من احتمال تعرضه لأي مؤثر يغير من طبيعة سلوكه، ويهدف الترويج إلى الحصول على مستوى الطلب المحبذ للمروج، زيادة، المحافظة على أو خفض الطلب أو للتأثير على مرونة الطلب باستخدام قنوات الاتصال التي تسمح بالوصول إلى السوق المستهدف[1].

من جانب آخر فإن المؤسسة السياحية يجب أن تعمل على تبليغ مزايا غير الملموسة للخدمة المقدمة، وأن تكون دقيقة فيما يخص سماتها ميزاتها وخصائصها، وتوفير كافة التفاصيل الملموسة والمعلومات الأساسية المتعلقة بها لترسيخ الثقة بين الطرفين، حيث أن الترويج السياحي يحمل في طياته مجموعة من العقبات منها[2]:

- الجانب التجريدي: حيث يصعب تبليغ العناصر التجريدية والحسية المتعلقة بالمنتج السياحي كوصف مثلا "ليلة مريحة"؛
- العموم: أي جعل المستهلك يميز بين مزايا خدمة تقدمها المؤسسة السياحية عن نفس الخدمة التي تقدمها المؤسسات المنافسة؛
- علاقة ثقة: لا يمكن للعميل التأكد من مصداقية المؤسسة السياحية ولا يمكن اختبار أو تجربة الخدمة قبل استهلاكها، وبالتالي يجب أن تكون الرسالة الترويجية مبنية على علاقة ثقة بين الطرفين؛
- عدم الإحساس: أي أنها يجب أن تكون قادرة على تصوير التجربة فيزيائيا لدى الزبون، وبالتالي الحاجة إلى فهم والتعبير عن مزايا الخدمة ومنافعها خاصة أن الطلب السياحي مرتبط

[1] محمد الطائي، إدارة الفنادق والسياحة، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 87.

[2] McCabe Scott, Marketing Communications in Tourism and Hospitality Concepts, Strategies and Cases, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2009, p 10.

بعناصر غير ملموسة، أو معنوية، فهو متعلق بدوافع شخصية، ويهدف إلى إشباع حاجات نفسية وروحية لدى الأشخاص الراغبين في السفر.

خلاصة الفصل:

لقد تطرقنا من خلال هذا الفصل إلى التدقيق في مفهوم السياحة والسائح في المبحث الأول، حيث توصلنا إلى أن السياحة عبارة عن الأفراد خارج بيئتهم المعتادة وما ينطوي عنها من أنشطة بهدف الترويح عن النفس وبحثا عن الراحة الجسدية والنفسية، ومن ثم فإن هذا النشاط يأخذ أشكالا مختلفة باختلاف المعايير المعتمد عليها في التصنيف، وذلك انطلاقا من مكان ممارسة النشاط السياحي، أو الدوافع والرغبات التي تدفع الأفراد لممارسة نشاطهم السياحي، أو من خلال النشاط الغالب الذي يميز الرحلة السياحية، كما تطرقنا إلى مقومات النشاط السياحي التي تم تقسيمها مجموعة المقومات الطبيعية كالموقع والمناخ وأشكال السطح والتضاريس، والمقومات المصطنعة التي تضم المنشئات التحتية والمرافق والخدمات العمومية، ومقومات الضيافة التي تجمع هياكل الإيواء والإطعام ووسائل النقل من جهة وعناصر الجذب السياحي من جهة أخرى، هذا إلى جانب الخدمات المرافقة من منظمي الرحلات والإرشاد السياحي، وفي آخر المبحث تطرقنا إلى أهم التطورات التي شهدتها الأنشطة السياحية على المستوى الدولي، وذلك فيما يخص تطور عدد السياح الوافدين والواردين،

والتغير الحاصل على مستوى الوجهات السياحية وكذا تطور الإيرادات المتولدة عن هذا النمو التي شهدته الأنشطة السياحية.

أما المبحث الثاني فقد تم تخصيصه لدراسة المميزات والخصائص الاقتصادية للأنشطة السياحية من حيث الطلب السياحي أين تم التفريق بين الطلب الخاص للأفراد والطلب الخاص بالمنظمة وأوجه الاختلاف والتشابه بينهما، كما تم التطرق إلى العرض السياحي وخصائصه الذي عطي صبغة خاصة للسوق السياحية وللمنتج السياحي الذي يحظى بدورة حياة خاصة تختلف عن المنتجات السلعية الأخرى، هذا إلا جانب الإلمام ببعض جوانب الإبداع والابتكار في المنتجات السياحية وسبل دعمها في ظل المعوقات التي تعرفها.

وفي المبحث الأخير تم التطرق إلى مفهوم التنمية السياحية التي عبارة عن البرامج والمخططات التي يتم من خلالها إقامة مختلف التسهيلات والمرافق والمشاريع التي تهدف إلى الاستغلال الأمثل للموارد السياحية، وذلك بما يحقق تحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في الوجهة السياحية، ولا يمكن الوصول إلى هذا الهدف إلا عبر تخطيط سياحي الذي يمثل برنامجا شاملا ومتكاملا ومتوازنا محدودا في الزمان والمكان، ويحمل القرارات المتعلقة باختيار البدائل المختلفة المرتبطة باستغلال واستخدام مختلف الموارد السياحية، مع التعريج في الأخير على التسويق السياحي وخصائص المزيج التسويقي للمنتج، الأسعار، التوزيع والترويج.

الفصل الثاني:

السياحة

المستدامة كبديل

للسياحة التقليدية

تمهيد:

إن التطور الذي شهدته الأنشطة السياحية في العقود الأخيرة تولد عنه العديد من الآثار والانعكاسات السلبية على المستوى الاقتصادي، البيئي والاجتماعي، والذي دفع بالتفكير الجدي في إعادة النظر في الممارسة السياحية والتي يشارك فيها السواح، المؤسسات السياحية والمجتمع المحلي، وتأتي السياحة المستدامة كمفهوم جدي استجابة لهذا الطرح والذي تبناه العديد من المفكرين والهيئات والمنظمات الدولية.

سنحاول من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على السياحة المستدامة كرؤية جديدة للممارسة السياحية، حيث سنبدأ في المبحث الأول بعرض أهم الانعكاسات والآثار التي تولدت عن الممارسة السياحية التقليدية على المستوى الاقتصادي، البيئي والاجتماعي والثقافي، ثم سنخصص المبحث الثاني إلى التدقيق في مفهوم السياحية المستدامة من خلال الوقوف على بعض التعريفات المقدمة من طرف المنظرين والهيئات الدولية وعلى أهم الأسس والمبادئ التي تعتمد عليها، كما سنقوم بتقديم بعض المفاهيم المتعلقة بالسياحة المستدامة كالسياحة المسؤولة والسياحة البديلة.

أما المبحث الثالث سنتطرق فيه إلى أهمية مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية من حيث تركيبها وأهدافها وأنواعها، مع التركيز على مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية كمؤشر جامع، وفي الأخير سنقوم بعرض أهم السياسات والوسائل المعتمدة في تحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية.

المبحث الأول: الآثار الاقتصادية والبيئية والثقافية للأنشطة السياحية

إن التطور الذي عرفته الأنشطة السياحية في العالم في العقود الأخيرة راجع أساس إلى التحسن الحاصل في المستوى المعيشي وتعميم الحق في العطل والإجازات بالنسبة للعمال والعائلات، فأصبح هؤلاء يخصصون جزءا من مداخيلهم وأوقاتهم للترفيه والسفر، إلى جانب التطور الحاصل في وسائل النقل والاتصال التي ساهمت في توفر المعلومات الخاصة بالخدمات المقدمة، وهنا ظهرت منافسة شديدة بين مختلف الشركات والمؤسسات السياحية التي تستعمل أحدث تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وتسطر استراتيجياتها على المستويين الإقليمي والجهوي بأسس علمية وتنظيمية مدروسة، واعتماد ممارسات إدارية وسياسات تسويقية واسعة النطاق، مما فتح آفاق جديدة في الصناعة السياحية من خلال خلق اتجاهات جديدة وخدمات سياحية مبتكرة وأكثر تنوعا لتمس وتتلاءم مع كل شريحة من الزبائن، حيث تم إنشاء هياكل سياحية ضخمة لتوفير خدمات النقل والإيواء والترفيه، دون مراعاة القدرة على الاستيعاب بالنسبة للمناطق المستقبلة في الزمان والمكان، ولا انعكاسات هذه الأنشطة على المستوى الاقتصادي الكلي والجزئي على حد السواء، وعلى البيئة والمحيط (تلوث، مخلفات وقاذورات، طاقة، ماء...) ولم يهتم إلا بالحصول على إيرادات فورية، الأمر الذي نتج عنه تفقير للموارد الطبيعية، وتدهور مستمر للمحيط والبيئة وحتى للتراث الثقافي وطبيعة العلاقات الاجتماعية في المجتمعات المحلية.

المطلب الأول: الآثار الاقتصادية

إن تنقل الأفراد والجماعات في إطار النشاط السياحي يتولد منه عمليات إنفاق قبل وأثناء وبعد الرحلة السياحية، ونظرا للتطور الذي عرفه حجم الأنشطة السياحية عبر العالم أصبح لهذه العمليات الإنفاقية آثار بالغة الأهمية على اقتصاديات البلد الأم والبلد المزار على حد السواء، على المستويات الكلي والجزئي والمحلي، وسنتطرق هنا إلى أهم هذه الآثار والانعكاسات.

أولا: توزيع المداخيل والمضاعف

بالموازاة مع كون الأنشطة السياحية مصدرا للثروة في المجتمع ومساهمة في خلق القيمة المضافة، فهي كذلك مولدة للمداخيل وتمثل قناة فعالة لتوزيع هذه المداخيل خاصة مع كثرة الأعوان الاقتصاديين واختلافهم من حيث حجمهم وشكلهم القانوني والمساهمين في صياغة وتقديم المنتج السياحي للمستهلك النهائي سواء كان محليا أو أجنبيا، وتزداد هذه المداخيل في الوجهات التي تستقطب عددا كبيرا من السواح، أو تلك التي يميل فيه السواح إلى المكوث لفترات أطول، أو في المناطق التي تمنح فرص أكبر لصالح السواح أو أنها تستقطب السواح ذوي المستوى العالي من الإنفاق.

ونميز بين نوعين من التوزيع فهناك التوزيع الأولي للمداخيل والذي يستفيد منه المساهمين بشكل مباشر في تقديم الخدمة السياحية، من خلال الأرباح والإيرادات التي يتحصل عليها أصحاب الشركات والمؤسسات التي تتعامل مباشرة مع السواح، كالفنادق والمطاعم وشركات النقل وحتى أصحاب المؤسسات الصغيرة التي تقدم أبسط الخدمات (نقل فردي، صحة، اتصال...) أو التي تقدم السلع التي يحتاجها السياح كأصحاب الحرف التقليدية مثلا، ونجد في هذا الجانب من المداخيل كذلك الأجور والمرتبات والمدفوعات العينية والنقدية التي يتحصل عليها العمال والموظفون في المؤسسات السياحية والتي سيستعان بها لتغطية مختلف نفقاتهم الاستهلاكية، ونجد في الأخير متحصل عليها الإدارات العمومية من مصالح للضرائب وخزينة عمومية وإدارات محلية من مختلف الرسوم والضرائب التي تدفع لمصالحها من طرف المؤسسات السياحية (ضريبة على أرباح الشركات) والضرائب المقتطعة من الدخول الخامة (الضريبة على الدخل الإجمالي) أو الرسوم المتعلقة والمرتبطة بالخدمات والسلع المقدمة للسياح (ضريبة على القيمة المضافة...)، أو الاقتطاعات والاشتراكات لدى مصالح الضمان الاجتماعي وصناديق التقاعد.

بافتراض أنه تم إنفاق من طرف السياح ما قيمته 1.000 وحدة نقدية على خدمات الإقامة والإيواء ومختلف التسهيلات السياحية لصالح المؤسسات المتواجدة في الوجهة السياحية، والتي تقوم بدورها بدفع مستحقاتها من الضرائب والرسوم لصالح السلطات العمومية بمبلغ 200 وحدة نقدية أي ما يعادل 20% وادخار ما قيمته 100 وحدة نقدية أي ما يعادل 10%، والمبلغ المتبقي (700 وحدة نقدية) سوف يخصص لتغطية النفقات المتعلقة بالعملية الإنتاجية من استهلاكات وسيطية من السلع والخدمات ومن أجور ومرتبات وأجور لليد العاملة.

وهنا فإن المؤسسات السياحية سوف تلجأ إلى تغطية جزء من هذه النفقات من خارج الوجهة السياحية في شكل واردات من السلع والخدمات ويد عاملة أجنبية بما يساوي 200 وحدة نقدية، وتقتني باقي محتاجاتها من السلع والخدمات من المؤسسات المحلية ومن اليد العاملة المحلية في شكل أجور ومرتبات، ليتم احتباس ما قيمته 500 وحدة نقدية داخل الوجهة السياحية.

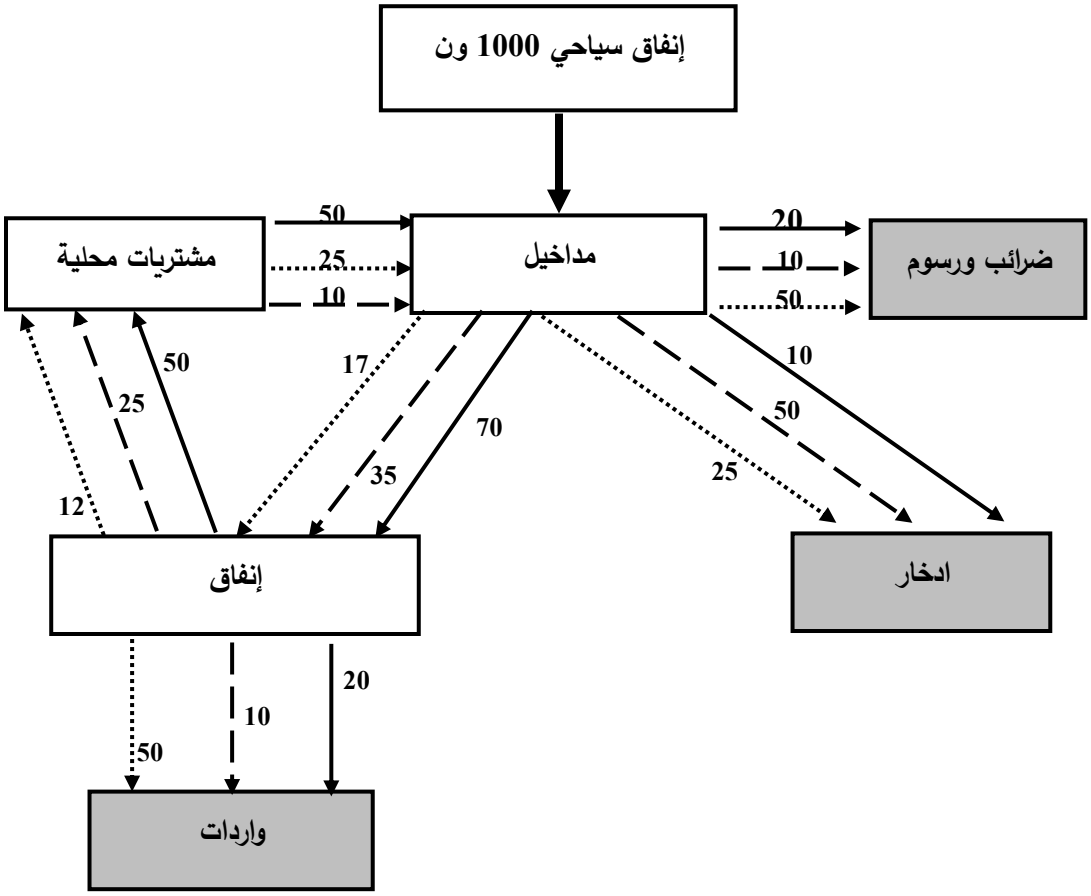
في مرحلة ثانية يأتي التوزيع الثانوي للمداخيل داخل الوجهة السياحية، حيث تقوم المؤسسات المحلية الممونة للمؤسسات السياحية واليد العاملة السياحية المحلية بتخصيص هي الأخرى بدفع مستحقاتها من الضرائب والرسوم لصالح السلطات العمومية بمبلغ 100 وحدة نقدية (20%) وادخار ما قيمته 50 وحدة نقدية (10%)، والمبلغ المتبقي (350 وحدة نقدية) سوف يخصص لتغطية النفقات المتعلقة بالعملية الإنتاجية من استهلاكات وسيطيه من السلع والخدمات ومن أجور ومرتبات وأجور لليد العاملة.

وهنا كذلك فإن المؤسسات والأفراد سوف يلجؤون إلى تغطية جزء من هذه النفقات من خارج الوجهة السياحية في شكل واردات من السلع والخدمات ويد عاملة أجنبية بما يساوي 100 وحدة نقدية، والحصول على باقي الاحتياجات من السلع والخدمات من المؤسسات المحلية ومن اليد العاملة

المحلية في شكل أجور ومرتبات، ليتم احتباس من جديد ما قيمته 250 وحدة نقدية داخل الوجهة السياحية.

ويبين الشكل الموالي المداخيل المتولدة من الأنشطة السياحية بفعل المضاعف بإنفاق 1.000 وحدة نقدية، وكيف يتم توزيعها بين مختلف أصحاب المصالح في النشاط السياحي.

الشكل رقم (11): أثر المضاعف على توزيع المداخيل السياحية



Source: Holloway J. Christopher & al, The Business of tourism, 8th Edition, Pearson Education Limited, Harlow, 2009, p 96.

ينظر إلى أثر الإنفاق السياحي في الدخل القومي على أنه مجموع الدخول التي تتولد خلال دورات الإنفاق السياحي، وهو ما يطلق عليه أثر المضاعف السياحي، الذي يعتمد في قيمته على طبيعة العلاقة ودرجة الترابط بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الأخرى، ويعتبر المضاعف السياحي من الطرق الكثيرة الاستخدام لتقدير آثار الدخل السياحي في الاقتصاد القومي، حيث لا

يقتصر دور الدخل السياحي في الدخل القومي على الزيادة الأولية في الدخل السياحي، إنما يمتد إلى زيادات متتالية في المجتمع ناتجة من الدخل السياحي.[1]

غير أنه من الشكل السابق يظهر جليا وجود نسبة من المداخيل السياحية التي سوف لا تستفيد منها المنطقة السياحية وستتسرب خارجها، فالضرائب والرسوم التي سوف تزود بها الخزينة العمومية والتي سيتم الاستعانة بها لتمويل النفقات العامة (رغم أن قد يخصص جزء من هذه الإيرادات الضريبية للخزينة المحلية)، كما أنه قد تكون السلع والخدمات سواء المستخدمة في النشاط السياحي أو من طرف السكان المحليين مستوردة ويكون النشاط السياحي قليل الارتباط مع الاقتصاد المحلي، وقد يتم تحويل الأرباح والمدخرات خارج المنطقة السياحية أو البلد السياحي في حالة كون المستثمرين السياحيين لا ينتمون للمنطقة أو أن المؤسسات السياحية عبارة عن مؤسسات تابعة لشركات أجنبية يتم تحويل الأرباح لصالح الشركة الأم خارج البلد مما يؤثر سلبا على ميزان المدفوعات.

يسمى هذا الجزء من الإنفاق السياحي التي يخرج من المنطقة وبلد الاستقبال بالتسربات والتي هي عبارة عن العملية التي لا يتم من خلالها الاحتفاظ بجزء من عائدات العملات الأجنبية المتولدة من النشاط السياحي في البلد أو المنطقة المضيفة، أين يتم تحويل الأرباح والعوائد ودفع الحصص والإتاوات وتسديد القروض الخارجية، واستيراد المعدات والتجهيزات، وكذا السلع والخدمات الاستهلاكية المتعلقة بأنشطة استقبال السياح، هذا إلى جانب نفقات الدعاية والإشهار في الخارج، ويمكن تقسيم هذه التسربات إلى ثلاث فئات رئيسية[2]:

---

[1] زينب توفيق السيد عليوة، "تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر" في بحوث اقتصادية عربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت العدد 65، شتاء 2014، ص 70.

[2] Caire Gilles et Le Masne Pierre, La mesure des effets économiques du tourisme international sur les pays de destination, Colloque « Tourisme et développement», Marrakech, 17-19 novembre 2005.
http://riifr.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2007/01/CaireLeMasneDT44.pdf (01/02/2017).

– تسربات داخلية: مرتبطة باستيراد السلع والخدمات المتعلقة بالنشاط السياحي (معامل الاستيراد)؛

– تسربات خارجية أو "ما قبل التسرب Pré-fuites" والمرتبطة بكيفية تسويق حزمة الخدمات السياحية (اختيار شركة الطيران...)؛

– تسرب غير مرئي والناتج عن تقلبات سعر الصرف وكذا عن التدهور الضرر الحاصل في الموارد السياحية في البلد أو المنطقة السياحية.

ثانيا: التكاليف الخارجية للتأثيرات السلبية بين المتعاملين الاقتصاديين

إن النشاط السياحي يخلق تفاعلا مستمرا بين المتعاملين الاقتصاديين، كل حسب موقعه ودوره من حيث تقديم واستخدام المنتَج السياحي بشكل كلي أو جزئي، سواء كان منتجا أو مستهلكا أو ينتمي إلى السكان المحليين، وينجر عن هذا التفاعل مجموعة من التأثيرات والتجاذبات السلبية التي تؤثر على كل طرف من حيث أداءه أو على المنفعة التي يجنيها من النشاط السياحي، وتظهر هذه التأثيرات وفق أربع حالات متباينة كما يلي:

– تأثير المنتِج على المنتِج: حيث يمكن لنشاط عون إنتاجي سياحي معين أن يساهم في تراجع الأداء الاقتصادي لعون انتاجي سياحي آخر بالتأثير على مستوى نشاطه أو على نوعية الخدمات التي يقدمها لتصبح لا ترقى إلى تطلعات السياح، حيث قد يتراجع نشاط الفنادق مؤسسات الإيواء الموجودة بالقرب من الملاهي الليلية ومراكز التسلية لانزعاجهم من الضجيج والضوضاء الذي تسببه هذه الأخيرة للمقيمين في هذه الفنادق، مما يؤدي إلى عزوف السياح عن التوجه إليها؛

– تأثير المنتِج على المستهلك: في هذا الإطار قد يساهم نشاط بعض المنتجين أو المساهمين في انتاج بعض مركبات المنتَج السياحي في تراجع المنفعة لدى الأفراد والجماعات في المنطقة السياحية، فإنشاء المطارات مثلا قرب المراكز والمجمعات السكنية يساهم في التشويش على الحياة اليومية للسكان المحليين بفعل الضجيج الذي تصدره الطائرات، أو أن تواجد المخيمات وعربات التخييم في المواقع السياحية قد يشكل تلويثا بصريا يسيء بطبيعة المكان لدى السكان المحليين؛

– تأثير المستهلك على المنتِج: يتجلى هذا التأثير من خلال سلوك بعض المستهلكين السياحيين غير المسؤول بالمساس سلبا على الموارد السياحية (تسبب في الحرائق، ترك الفضلات...) أو بتخريب المواقع السياحية الذي يؤدي إلى تدهور قدرة الجذب في المنطقة السياحية، وبالتالي تراجع نشاط المؤسسات السياحية، أو من خلال الازدحام المتولد من التوافد الكثيف للسياح الذي يعرقل السير العادي لأنشطة المؤسسات الإنتاجية (تأخير عملية التوريد مثلا)؛

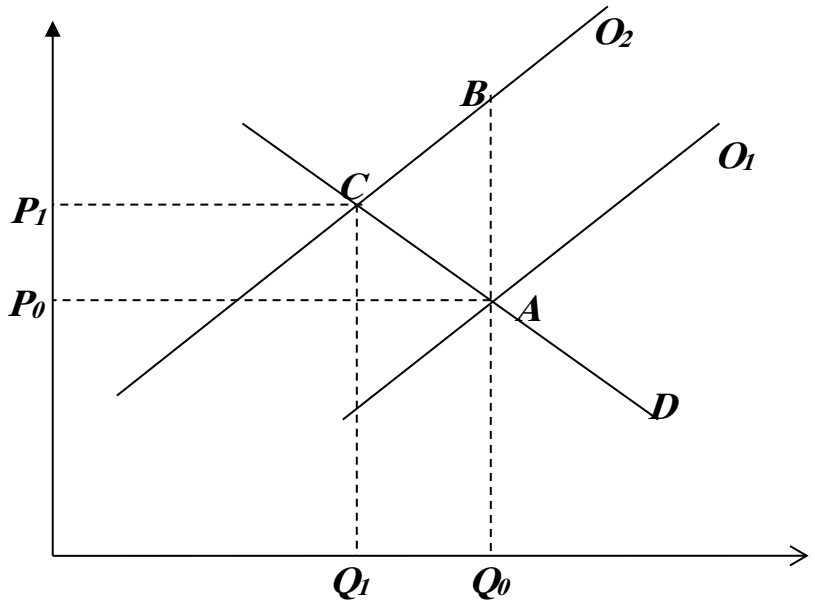
– تأثير المستهلك على المستهلك: وهذا عندما يؤدي سلوك المستهلكين السياحيين إلى تراجع المنفعة لدى سواح آخرين أو لدى السكان المحليين، حيث يؤدي مثلا التوافد الكبير للسواح في الوجهة السياحية خلال الموسم السياحي إلى التشويش على سير الحياة اليومية لدى السكان المحليين.

– إن هذا التفاعل بين المستهلكين والمنتجين للنشاط السياحي يولد مجموعة من التكاليف التي تحدد خارج العملية الإنتاجية، أي أنها غير متعلقة بالمدخلات المستخدمة في العملية الإنتاجية، لكنها يظهر مفعولها في هذا التفاعل بين العرض والطلب ونقطة توازن السوق.

إن منحنى الطلب المعبر عنه في الشكل أدناه بالمستقيم D والذي يعبر عن الكميات التي يستعد السواح المستهلكون لاقتنائها عند مستويات الأسعار المختلفة وفق مبدأ تناقص المنفعة الحدية، في نمثل منحنى العرض بالمستقيم O_1 والذي يعبر عن الكميات المعروضة من طرف المنتجين عند مستويات الأسعار المختلفة على أساس تكاليف الإنتاج الداخلية، ويتحقق التوازن بين العرض والطلب

في النقطة A الموافقة للكمية Q_0 وعند مستوى الأسعار P_0 الذي يعكس تكاليف الإنتاج التي تتحمله المؤسسات الإنتاجية.

الشكل رقم (12): تولد التأثيرات الخارجية الجانية في النشاط السياحي



Source : Caccomo Jean Lui, Fondements d'économie du tourisme, Edition De Boek Université, Bruxelles, 2007, p 209.

غير أن التطور الحاصل في النشاط السياحي وما يرافقه من زيادة في توافد السياح للمنطقة، سوف يؤدي إلى خلق تكاليف أخرى جديدة غير متأتية من المدخلات المباشرة في العملية الإنتاجية، سيتحملها السكان المحليون بشكل غير مباشر والتي ستضاف إلى تكاليف الإنتاج لدى المؤسسات الإنتاجية، مما يدفع منحنى العرض إلى الانتقال إلى المستقيم O_2، وتصير نقطة التوازن النقطة C الموافقة للكمية Q_1 التي هي أقل من الكمية Q_0 عند مستوى الأسعار P_1 الذي هو أعلى من السعر P_0، أي أن مستوى الخدمات السياحية سوف يتجه نحو الانخفاض، حيث أن الكميات والأسعار المحققة في النقطة A والتي توافق مستوى معين من المنفعة الحدية الجماعية المتولدة من النشاط السياحي في المنطقة لا يمكن لها تعويض التكاليف الحدية المتولدة من تكاليف الإنتاج الداخلية

والتكاليف الاضافية، ويعبر الارتفاع في الأسعار عن تكاليف المركبة البيئية والاجتماعية والتي يتم إدماجها في السعر المدفوع من طرف السواح.

إن هذا التحليل وإن دل على شيء فإنه يدل على أن أي توسع في النشاط السياحي من طرف المؤسسات السياحية، فإنه بالمقابل يولد تكاليف ذات طابع بيئي (استنزاف للموارد، إفرازات غير مرغوبة على البيئة...) وأخرى ذات طابع اجتماعي (تشويش على الحياة اليومية للسكان، مساس بالثقافة المحلية...) يتم إدراجها في سعر المنتجات السياحية الذي يتجه نحو الارتفاع، مما يحافظ على استدامة الأنشطة السياحية.

وبصفة عامة فإنه انطلاقا من اعتماد النشاط الإنتاجي السياحي على موارد داخلية لدى المؤسسة وأخرى متعلقة بالبيئة الخارجية الطبيعية والاجتماعية والثقافية والمتوفرة في الوجهة السياحية، فإن أي توسع وتطور في حجم النشاط وما يرافقه من توافد متزايد لحجم السياح سوف يولد مجموعتين من التكاليف التي لها سلوك متباين مع مستوى النشاط السياحي:

- تكاليف المدخلات في المؤسسة:

وهي تتحدد داخليا في المؤسسة الإنتاجية وفق درجة تحكمها في دالة الإنتاج، ولها علاقة عكسية مع حجم النشاط تبعا لطرق التنظيم والتسيير ومدى الاستفادة من اقتصاديات الحجم، ومن بين أهم البنود المولدة لهذه التكاليف نجد:

- تكاليف رأس المال الثابت والنقدي؛
- تكاليف اليد العاملة، الطاقة والمياه؛

- التجهيزات والمعدات؛
- مواد استهلاكية وسيطية أخرى...

– تكاليف التأثيرات الخارجية:

وهي التكاليف التي تتولد من التأثيرات الجانبية للنشاط السياحي على البيئة والمحيط أو على رأس المال الاجتماعي والثقافي للمنطقة السياحية، ولها علاقة طردية مع حجم النشاط، ويمكن ذكر أهم البنود المولدة لهذه التكاليف في:

- استنزاف للموارد البيئية والطبيعية؛
- التأثير على الهواء والماء والأتربة؛
- الازدحام والضجيج؛
- آفات اجتماعية...

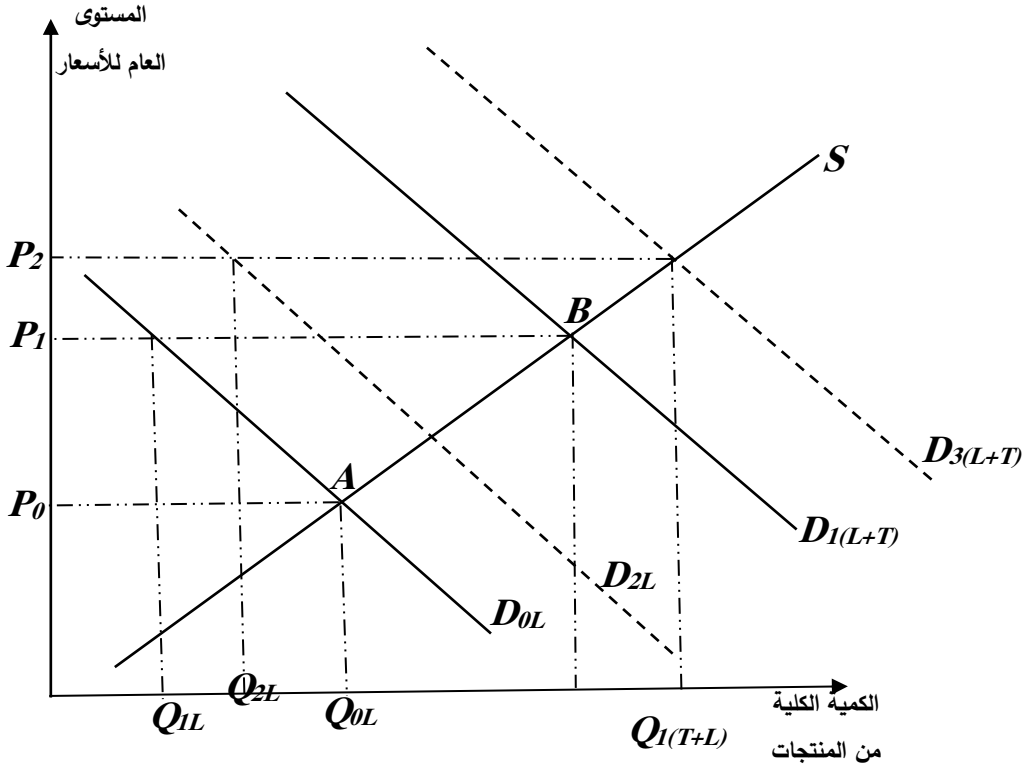
ثالثا: الأنشطة السياحية والتضخم

تعتبر الأنشطة السياحية من بين العوامل المسببة للتضخم نتيجة زيادة الطلب السلع والخدمات المتولدة من توافد السياح الأجانب للوجهة السياحية أو البلد، حيث أن عدم إمكانية تكييف العرض من السلع والخدمات مع الزيادة في الطلب يؤدي بالمستوى العام للأسعار إلى الارتفاع، بالمقابل فإن المناطق أو الدول المستوردة للسياحة التي تتميز بإقبال من طرف سكانها المحليين على السياحة في الخارج فإنها تعرف في الموسم السياحي تراجعا للطلب بسبب سفر أفرادها إلى الخارج مما يؤدي إلى تراجع المستوى العام للأسعار هناك *anti-inflation* .

كما يمكن للنشاط السياحي أن يكون سببا في التضخم بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج في الوجهة السياحية، حيث يمكن للطلب المتزايد على الأنشطة السياحية خاصة تلك التي تعرف استخداما كثيفا لليد العاملة أن يؤدي بالمؤسسات السياحية إلى تسجيل طلب أكبر على المواد الوسيطية واليد

ففي غياب النشاط السياحي فإن السكان المحليين يمثلون عنصر الطلب الوحيد على السلع والخدمات والمتمثل في الشكل رقم (13) بالمستقيم D_{0L} وتمثل النقطة A نقطة التوازن عند مستوى الطلب من السلع والخدمات Q_{0L} ومستوى أسعار P_0 (الشكل رقم 12)، غير أن توافد السياح الأجانب إلى المنطقة سيولد طلبا إضافيا على السلع والخدمات يدفع بمنحنى الطلب إلى المستقيم $D_{1(L+T)}$، وبالتالي تتحول نقطة التوازن إلى النقطة B الموافقة لمستوى الطلب من السلع والخدمات $Q_{1(L+T)}$ ومستوى أسعار P_1 ، وهنا نسجل مستوى أكبر من المبادلات حيث أن $Q_{0L} < Q_{1(L+T)}$ وبمستوى أسعار أعلى $P_0 < P_1$، وفي هذه الحالة فإن الطلب الخاص بالسكان المحليين والمتمثل في المستقيم D_{0L} والذين مازالت مداخيلهم عند نفس المستوى لا يمكن لهم عند مستوى الأسعار الجديد P_1 إلا اقتناء كمية Q_{1L} والتي هي أقل من الكمية Q_{0L} أي أن $Q_{1L} < Q_0$.

الشكل رقم (13): تأثير الأنشطة السياحية على المستوى العام للأسعار



Source: Sharpley Richard and Telfer David j, Tourism and Development Concepts and Issues, 2nd Edition, Channel View Publications, Bristol, 2015, p 108.

في مرحلة لاحقة فإن التوسع في النشاط السياحي بالمنطقة وزيادة توافد السياح يدفع بالمؤسسات الإنتاجية المحلية إلى الزيادة في الإنتاج وعرض السلع والخدمات بالاعتماد على استعمال أكبر لليد العاملة المحلية وطلب أكبر على السلع والخدمات المنتجة محليا، مما يسمح بضخ مداخيل إضافية للسكان المحليين في شكل أجور ومرتبات وأرباح، حيث أن هذه الزيادة في المداخيل سوف تدفع بالطلب المحلي إلى الارتفاع والانتقال من المستقيم D_{0L} إلى المستقيم D_{2L}، مما يسمح لهم باقتناء كمية أكبر Q_{2L} بمستوى أسعار P_2 أقل من مستوى الأسعار المسجل أثناء الموسم السياحي من قبل وأقل من مستوى الأسعار الابتدائي قبل وجود الطلب السياحي أي $P_0 < P_2 < P_1$ ، وهو ما يدفع بمستوى الطلب أثناء الموسم السياحي من جديد إلى المستقيم $D3(L+T)$ إي حجم اكبر من مبادلات السلع والخدمات وبمستوى أعلى للأسعار، ويبقى السكان المحليون يتحصلون على كميات أقل من السلع والخدمات وبمستوى أعلى من الأسعار حسب ميل منحنى العرض ومرونته.

رابعا: ميزان المدفوعات وسعر الصرف

تؤثر الأنشطة السياحية على ميزان المدفوعات من خلال ثلاثة أبواب رئيسية: السياحة الوافدة والسياحة الواردة، الاستثمارات السياحية في الخارج وتحويل عوائد الأنشطة السياحية من وإلى الخارج بالنسبة للمؤسسات السياحية المتعددة الجنسيات.

فعلى مستوى الباب الأول فإن انتقال السواح خارج بلد إقامتهم لفترة تفوق 24 ساعة ولا تتعدى السنة يدفع بالسائح إلى القيام بإنفاق على ما يحتاجه من خدمات الإقامة والإيواء أو ما على ما يحتاجه من طعام وشراب وكذا كل ما يقتنيه من احتياجات الإقامة من نفقات خدمات النقل والتسلية والترفيه أو ما يقتنيه من هدايات وتذكارات.

فالسائح يعتبر عونا غير مقيم بغض النظر عن جنسيته من وجهة نظر المحاسبة الوطنية، ومن ثم فكل ما يقوم به خلال فترة إقامته في البلد المزار من إنفاق على سلع وخدمات منتجة ومسوقة

من طرف مؤسسات محلية مقيمة يسجل كواردات عند السائح المحلي رغم أن هذه السلع والخدمات لم تتعدى الحدود الجغرافية للبلد، وتسجل كصادرات بالنسبة للسائح الأجنبي رغم أنها لم تغادر التراب الوطني، حيث أن تحديد الواردات لا يتعلق بانتقال وقدوم السلعة أو الخدمة الإنتاجية من الخارج واستخدامها داخل القطر، كما أن تحديد الصادرات لا يتعلق بانتقال تلك السلعة أو الخدمة الإنتاجية من داخل القطر الجغرافي واستخدامها خارجه، وإنما يتعلق بصفة كل من العون المقدم للخدمة أو السلعة والعون المستخدم لها من حيث حمله لصفة الإقامة من عدمه.

ويشير الإنفاق السياحي إلى المبلغ المدفوع لشراء السلع الاستهلاكية والخدمات التي يعتبرها نظام الحسابات القومية سلعا استهلاكية أو خدمات، وهي تشمل الخدمات العادية التي يحصل عليها الزوار مثل النقل والإقامة والمأكولات والمشروبات، بل أيضا مفردات أخرى مثل الأشياء الثمينة (اللوحات الزيتية، الأعمال الفنية والمجوهرات...) بصرف النظر عن قيمة وحدتها والحصول عليها في الرحلات بسبب دورها كمستودعات للقيمة، وكذا السلع المعمرة كالحواسيب والسيارات وجميع الأغذية المعدة وغير المعدة وجميع الأصناف المصنوعة سواء كانت منتجة محليا أو مستوردة وجميع الخدمات الشخصية.

ولا يشمل الإنفاق السياحي الأنواع الأخرى من المدفوعات التي قد يقوم بها الزوار ولا تقابل حيازة سلع وخدمات مثل دفع الضرائب والفوائد المصرفية ومشتريات الصول المالية وغير المالية بما في ذلك الأراضي والعقارات، كما يستثني جميع التحويلات نقدا مثل التبرعات للجهات الخيرية وللأفراد لأنها لا تتعلق بشراء سلع استهلاكية أو خدمات، والجدول رقم (08) يبين تركيبة الإنفاق السياحي في فرنسا حسب طبيعة السلع والخدمات للمقيمين والأجانب لسنة 2015.

الجدول رقم (08): الإنفاق السياحي في فرنسا سنة 2015 حسب الزوار وحسب طبيعة السلع والخدمات (مليار أورو)

	إجمالي الزوار		الزوار الفرنسيين		الزوار الأجانب	
	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة
الإيواء السياحي المسوق	24.3	17.4	14.2	15.8	10.1	20.3
مطاعم ومقاهي	20.5	14.7	13.6	15.1	6.9	13.9
مواد غذائية ومشروبات	11.7	8.4	8.8	9.8	2.9	5.8
خدمات نقل غير حضري	28.4	20.3	17.9	19.9	10.5	21.1
وقود، كراء السيارات السياحية، محطات الدفع	15.8	11.3	11.0	13.3	4.8	9.6
خدمات وكالات السفر	7.6	5.4	6.5	17.3	1.0	2.1
أنشطة ثقافية، رياضية وترفيه	9.0	6.5	5.3	5.9	3.8	7.6
نفقات أخرى	22.3	16.0	12.6	14.0	9.8	19.6
مجموع 1	**139.9**	**100**	**90.0**	**100**	**49.7**	**100**
نفقات إيواء غير مسوق	18.9		16.8		2.1	
مجموع الاستهلاك السياحي	**158.6**		**106.8**		**51.8**	
نسبة من الناتج الداخلي الخام	**7.29**		**4.9**		**2.36**	

Source : République française, Ministere de l'économie et de finances, Direction Générale des Entreprises, la Prospective des Études et de l'Évaluation Économiques (sous-direction de), Memanto du tourisme, 2016, p 27.

ونظرا لتطور الظاهرة السياحية وما ينجر عليه من خلق للمداخيل لا سيما بالنسبة للسياحة الوافدة فقد تم تخصيص في ميزان المدفوعات حساب فرعي يمثل قيدا مزدوجا يسجل فيه نفقات السياح الأجانب في البلد في جانب الدائن ويسجل نفقات السياح المحليين في الخارج المتعلقة بالأسفار والسياحة، ضمن ميزان العمليات الجارية، كما يسجل ميزان المدفوعات العمليات التالية:

- الصادرات والواردات من السلع والخدمات المرتبطة بالسياحة كالتجهيزات وخدمات التأمين ومختلف السلع الاستهلاكية؛
- تدفقات الاستثمارات المباشرة في الخارج للشركات السياحية المتعددة الجنسيات من وإلى الخارج؛

- تدفقات عوائد عوامل الإنتاج المرتبطة بالأنشطة السياحية من وإلى الخارج (أربح، عمولات، أجور...)؛
- إيرادات خدمات النقل الدولية الجوية، البحرية والبرية.

ونلاحظ من الجدول التالي حجم المبالغ التي يمكن أن يمكن أن تدرها السياحة الدولية في الترتيب التي تعده المنظمة العالمية للسياحة.

الجدول رقم (09): ترتيب البلدان حسب حجم الإيرادات من السياحة الوافدة خلال 2014-2015

الرتبة	البلد	حجم الإيرادات (مليار دولار أمريكي)		معدل التغير	
		2014	2015	14/13	15/14
1	الولايات المتحدة الأمريكية	191,3	204,5	7,8	6,9
2	الصين	105,1	114,1	-	8,3
3	إسبانيا	65,1	56,5	3,9	-13,2
4	فرنسا	58,1	45,9	2,8	-21
5	المملكة المتحدة	46,5	45,5	11,8	-2,3
6	تايلند	38,4	44,6	-8	16
7	إيطاليا	45,5	39,4	3,6	-13,3
8	ألمانيا	43,3	36,9	4,9	-14,9
9	هونك كونج	38,4	36,2	-1,4	-5,8
10	ماكاو (الصين)	42,6	31,3	-1,1	-26,4

Source: World Tourism Organization, WTO Tourism Highlight, p 6.

نلاحظ من الجدول أن رغم التراجع الذي شهدته حجم الإيرادات السياحية الدولية بالنسبة لهذه البلدان، فإنها قد حققت ما يعادل 654,9 مليار دولار أمريكي، وكلها تسجل كصادرات في الميزان الجاري وهو ما يساهم في ترجيح الفائض كذلك في ميزان المدفوعات.

المطلب الثاني: انعكاسات الأنشطة السياحية على البيئة والمحيط

لقد ارتبط التطور الذي عرفته الأنشطة السياحية في العالم في العقود الأخيرة بالتحسن الحاصل في المستوى المعيشي وتعميم الحق في العطل والإجازات بالنسبة للعمال والعائلات، فأصبح هؤلاء يخصصون جزءا من مداخيلهم وأوقاتهم للترفيه والسفر، إلى جانب التطور الحاصل في وسائل النقل والاتصال التي ساهمت في توفر المعلومات الخاصة بالخدمات المقدمة، وهنا ظهرت منافسة شديدة بين مختلف الشركات والمؤسسات السياحية التي تستعمل أحدث تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وتسطر استراتيجياتها على المستويين الإقليمي والجهوي بأسس علمية وتنظيمية مدروسة، واعتماد ممارسات إدارية وسياسات تسويقية واسعة النطاق، مما فتح آفاق جديدة في الصناعة السياحية من خلال خلق اتجاهات جديدة وخدمات سياحية مبتكرة وأكثر تنوعا لتمس وتتلاءم مع كل شريحة من الزبائن، حيث تم إنشاء هياكل سياحية ضخمة لتوفير خدمات النقل والإيواء والترفيه، دون مراعاة القدرة على الاستيعاب بالنسبة للمناطق المستقبلة في الزمان والمكان، ولا انعكاسات هذه الأنشطة على البيئة والمحيط (تلوث، مخلفات وقاذورات، طاقة، ماء...) ولم يهتم إلا بالحصول على إيرادات فورية، الأمر الذي نتج عنه تفقير للموارد الطبيعية، وتدهور مستمر للمحيط والبيئة وحتى للتراث الثقافي.

أولا: الأنشطة السياحية واستهلاك المياه

رغم أن المياه تغطي ما يقارب ثلاثة أرباع سطح الكرة الأرضية ويتم إعادة تشكيلها طبيعيا بفعل دورة المياه، فإن هذا المورد يعتبر نادرا، لأنه يكون في غالب الأحيان غير قابل للاستخدام في حالته الطبيعية (مياه بحار، جليد وثلوج، أنهار ووديان، مياه جوفية)، ومن ثم وجب تجميعه ومعالجته ونقله إلى أماكن الاستهلاك، وقد زاد من هذه الندرة التطور الكبير الحاصل في الحياة العصرية وما صاحبه من استعمال مفرط لهذا المورد في مختلف المجالات: الصناعة، الري والزراعة، توليد

الكهرباء، النقل، وتلبية الحاجة الخاصة للأفراد...، هذا إلى جانب انعكاسات هذه الأنشطة على الموارد المائية من طرح النفايات الصناعية والمنزلية في البحار.

أما بالنسبة للأنشطة السياحية فإن المياه تعتبر موردا هاما ومحوريا لقيامها واستمرارها، حيث يتم إنشاء العديد من المرافق السياحية بجانب الشواطئ والأنهار والبحيرات، ومن ثم فإن نوعية المياه تمثل قيدا حقيقيا بالنسبة للعرض السياحي، وأي تلوث للمياه في هذه المواقع يؤدي تلقائيا إلى إحداث أضرار بالسياحة، حيث أن مياه الصرف الصحي الناتجة من أنشطة الإطعام والفندقة تتميز بوجود بواقي دهنية مرتبطة بالزيوت والدهون المستعملة في إعداد الأطعمة والطهي، والتي يصعب معالجتها في محطات تصفية المياه، هذا بالإضافة إلى مياه الصرف الخاصة بالمغسلات المشبعة بالمنظفات الصناعية الغير قابلة للتحلل، إلى جانب التلوث الناتج عن وسائل النقل المائية من قوارب وطائرات تزلج وما تخلفه محركاتها من زيوت وشحوم التي لا تساهم ليس فقط في التدهور المادي للبيئة، وإنما زيادة كمية المركبات الهيدروكربونية في المياه، فإذا افتقدت المنشآت السياحية من فنادق ومنتجعات من أنظمة سليمة للصرف الصحي فسيؤدي ذلك حتما إلى تلويث المياه الباطنية وكذا مياه البحيرات والأنهار والبحار إذا كانت هذه المرافق موجودة بقرب منها، من خلال الروائح الكريهة والغازات السامة الآتية من التفاعلات الكيميائية، وما ينجر عنه من استهلاك متزايد للأكسجين الموجود في المياه، وإحداث مساس بنوعية المياه وتضر حتى بالحيوانات والنباتات الموجودة في البحار والمحيطات والأنهار، الشيء الذي قد يهدد التوازن البيئي في تلك المناطق.

من جهة أخرى فإن الأنشطة السياحية تتميز باستهلاك واسع للمياه الصالحة للشرب، خاصة وأن المرافق السياحية تتميز بالتركيز المكاني الشديد، حيث تفتقر للموارد المائية (جزر، غابات...)، مما يستلزم القيام باستثمارات ضخمة لجلب المياه إلى المناطق السياحية، أو اللجوء إلى حفر آبار والتي تكون في كثير من الأحيان غير قانونية تزيد من استنزاف المياه الجوفية، فمثلا في البلدان

المطلة على البحر المتوسط فإن الاستهلاك اليومي للسائح في الفنادق يمثل ثلاث أضعاف ما يستهلكه الساكن المحلي، أي ما بين 300 و850 لتر خلال فصل الصيف[1]، دون احتساب ما يتم استخدامه في المنشآت السياحية من خدمات ترويحية تعتمد أساسا على المياه: حمامات السباحة، العلاج بالمياه، رياضة مائية، مسطحات خضراء، أرضيات ملاعب، حيث أن ملعب غولف مثلا بمساحة ما بين 50 و150 هكتارا يحتاج إلى مليون متر مكعب من المياه سنويا، أي ما يعادل استهلاك مدينة من 12000نسمة[2]، ومع الميزة الفصلية التي تتميز بها الأنشطة السياحية فإنه يتم عادة تسجيل قمم للاستهلاك *pic de consommation* ، بفعل إضافة احتياجات واستهلاكات السياح من المياه الفصلية إلى الاستهلاكات العادية للسكان المحليين من هذا المورد في فصل الصيف الذي يتميز بقلة التساقط.

ثانيا: الطاقة تلوث الهواء

تساهم الأنشطة السياحية في تفاقم ظاهرة الاحتباس الحراري من خلال ثلاث قنوات رئيسية: النقل، الإقامة والفندقة، الأنشطة الترويحية (رياضات مائية، رياضات شتوية، متاحف...)، فحسب المنظمة العالمية للسياحة فإن الأنشطة السياحية قد تسببت في 2005 في انبعاث 1305 مليون طن من غاز ثاني أكسيد الكربون CO_2 ، أي ما يعادل 5% من الإفرازات العالمية لهذا العنصر[3]، على

[1] ABOURMANE MOUTIA, La gestion de l'eau et le tourisme durable, cas de la ville de Marrakech, Mémoire présenté pour l'obtention du Diplôme des Etudes Supérieures Spécialisées, Faculté des Lettres et des Sciences Faculté des Sport, Tourisme, Humaines Marrakech Hôtellerie Internationale, Université Cadi Ayyad Université de Perpignan ,2005, http://www.memoireonline.com/07/09/2329/m_La-gestion-de-leau-et-le-tourisme-durable-cas-de-la-ville-de-Marrakech1.html.

[2] SATTA Alessio et PERELLI Carlo, Gestion environnementale dans le secteur touristique, Projet DESTINATION, Projet Nations Unies pour l'Environnement PNUE, 2008, p8.

[3]République française, Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable, des Transports et du Logement, Direction Générale de l'Energie et du Climat, Service du Climat et de l'Efficacité Energétique, « Les stratégies nationales du tourisme et du

أن تصل هذه النسبة إلى 14% باحتساب الغازات الأخرى المسببة للاحتباس الحراري، الأمر الذي يؤهل السياحة لتحتل المرتبة الخامسة عالميا في الأنشطة المسببة للتلوث، ليصبح نقطة ارتكاز المناقشات حول تأثير السياحة على البيئة والمحيط، حيث أن بحلول عام 2035 ستكون للسياحة مساهمة فعالة في التغيرات المناخية، وتشير التوقعات إلى أن عدد الرحلات عالميا سينمو بنسبة 179% ، في حين أن عدد الليالي التي سيقضيها السياح سينمو بنسبة 156% ، وسيقفز عدد من الكيلومترات المقطوعة بـ 222%، أما عن انبعاثات CO2 سترتفع بنسبة 152%، وأنه في أقل من ثلاثين عاما، سوف تتضاعف انبعاثات CO2 التي تولدها السياحة ثلاث مرات إن لم يتم اتخاذ التدابير اللازمة .[1]

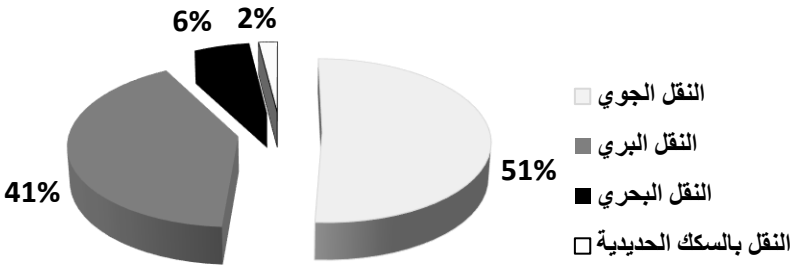
وانطلاقا من كون النقل عاملا رئيسيا من أسباب قيام السياحة والترويح ومن مقومات ازدهارهما، إذ أن الخدمات السياحية لا يمكن نقلها إلى المستهلكين كما هو الحال في السلع المادية، بل أن المستهلكين هم الذين ينتقلون إلى مواقع تواجدها، فلا يمكن فصل التطور الحاصل في الأنشطة السياحية عن تعميم استخدام السيارات، وتطور سوق النقل الجوي وتطور الهياكل المتعلقة بالنقل (شبكة طرقات، مطارات وموانئ)، وكذا تسهيل الإجراءات الإدارية المتعلقة بالنقد وإجراءات الدخول إلى الأقاليم (الاتحاد الأوروبي والوحدة النقدية)، حيث شهدنا في العقود الأخيرة زيادة معتبرة سواء من حيث حجم تدفقات المسافرين أو من حيث طول المسافات المقطوعة دوليا، الذين أصبحوا يفضلون السفر جوا عنه من السفر بحرا، أما داخليا فيعتمدون على السيارات في تنقلاتهم – في حالة التنقلات الفردية أو العائلية– وبدرجة أقل على الحافلات – في حالة التنقلات الجماعية – والنقل بالسكك

climat », Chevet Pierre-Franck (Directeur de la publication) in Synthèse, n° 3, Décembre 2010, p 7.

[1]www.unep.org/climateneutral/Th%C3%A8mes/Tourisme/Tourismedetail/tabid/700/language/fr-FR/Default.aspx, 30/05/2012.

الحديدية في حالة توفرها، فحسب معطيات المنظمة العالمية للسياحة في 2015 فإن أكثر من نصف السياح عالميا قد استعملوا النقل الجوي في تنقلاتهم الذي يتميز باستعمال كبير للطاقة ومن ثم انبعاث أكبر لغاز CO_2 (54%)، في حين أن 39% قد استعملوا النقل البري و5% انتقلوا بحرا، في حين أن 2% فقط استعملوا النقل عبر السكك الحديدية[1]، كما يبنه الشكل التالي:

الشكل (14): توزيع الأنشطة السياحية حسب وسيلة النقل المعتمدة



Source: World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights 2016, p5.

وبالموازاة مع ذلك حدث تغير نوعي في طبيعة الطلب على النقل السياحي، فأصبح السياح يسافرون لمسافات أبعد وبوتيرة أسرع ولفترات أقصر[2]، حيث يبين الجدول رقم (10) حجم مدى مساهمة النقل السياحي في انبعاث غاز CO_2 موزعة حسب طبيعة وسيلة النقل المستعملة وطبيعة الرحلات.

[1] World Tourism Organisation, UNWTO Tourism Highlights 2016, p 5.

[2] Programme des nations unies pour l'environnement, plan d'action pour la méditerranée, Dossier sur le tourisme et le développement durable en méditerranée, MAP Technical Report Series n° 159, Athènes 2005, p 60.

ويتم تحديد الأثر البيئي للنقل السياحي حسب اختيار وسيلة النقل المستعملة للوصول إلى الوجهة (جوي، بري، بحري)، وحسب وسيلة النقل المستعملة للتحرك في الوجهة المقصودة، مع الأخذ بعين الاعتبار عدة معلمات أخرى: كثافة الاستخدام، المدة، المسافة المقطوعة، التركيز الزماني والمكاني... ويظهر هذا الأثر من خلال أوجه مختلفة: الضوضاء والضجيج، الحوادث، الأثر على الهواء، التأثير على المناظر والتغيرات المناخية[1].

وقد تسبب النقل السياحي لوحده حسب الجدول (10) في إنتاج 980 مليون طن من CO_2 أي ما يعادل ثلاثة أرباع ما أفرزته الأنشطة السياحية ككل، على أن النقل الجوي الذي يعتبر الوسيلة المفضلة للتنقل دوليا يسبب أكثر من نصف الإفرازات التي يسببها النقل السياحي، لأن هذه الأخير مركزة على الأفراد الذين ينتقلون خارج بلد إقامتهم، والذين يفضلون هذه الوسيلة من النقل لما تتيحه من راحة وسرعة ووفرة، حيث قدر عددهم في نفس السنة بـ 750 مليون مسافر مقابل أربعة مليارات من المسافرين الداخليين، وقد تسببت الفئة الأولى لوحدها في انبعاث 371 مليون طن من CO_2، في حين أن الفئة الثاني أنتجت ما يقدر بـ 158 مليون طن[2].

أما الطاقة المستعملة في تقديم خدمات الفندقة والإقامة، فإن هذه الأخير تستهلك كميات معتبرة من الطاقة، حيث تأتي أعباء الاستخدامات الطاقوية في المرتبة الثانية من حيث الحجم بعد أعباء الأجور والموظفين، وهذا نظرا لاستخدام المؤسسات السياحية عادة لتجهيزات وتكنولوجيا شديدة الاستهلاك للطاقة حتى يتسنى لها تقديم عرض خدمات عصرية وراقية كالتكييف والتنظيف[3].

---

[1] SATTA Alessio et PERELLI Carlo, op cit, p7.
[2] Direction générale de l'énergie et du climat, Service du climat et de l'efficacité énergétique, p 8.
[3] SATTA Alessio et PERELLI Carlo, op cit, p7.

الجدول رقم (10): حجم غاز CO_2 المنبعث حسب وسيلة النقل المستخدمة

	المجموع	عدد الزائرين ليوم واحد (داخلي وخارجي)	عدد السواح (لأكثر من يوم)			
			داخلي	دولي		
				المجموع	فيما بين المنطقة الواحدة	خارج نفس المنطقة
مجمل النقل السياحي						
عدد الرحلات (مليون)	**9,750**	5,000	4,000	**750**	615	135,000
المسافات المقطوعة (مليار كم)	**9,147**	1,237	4,832	**3,077**	1,313	1,763
متوسط المسافة المقطوعة كم/رحلة	**938**	247	1,208	**4,102**	2,135	13,063
حجم CO2 المنبعث (مليون طن)	**982**	133	479	**371**	153	218
حجم CO2 المنبعث للكم (كغ/كم)	**0,107**	0,108	0,099	**0,121**	0,116	0,124
حجم CO2 المنبعث للرحلة (كغ/رحلة)	**101**	27	120	**494**	248	1616
النقل السياحي الجوي						
عدد الرحلات (مليون)	**870**	50	480	**340**	215	125
المسافات المقطوعة (مليار كم)	**3,984**	60	1,34	**2,585**	833	1751
متوسط المسافة المقطوعة كم/رحلة	**4,58**	1200	2791	**7602**	3874	14012
حجم CO2 المنبعث (مليون طن)	**515**	11	185	**321**	104	217
حجم CO2 المنبعث للكم (كغ/كم)	**0,129**	0,177	0,138	**0,124**	0,125	0,124
حجم CO2 المنبعث للرحلة (كغ/رحلة)	**592**	212	385	**945**	484	1737
النقل السياحي البري						
عدد الرحلات (مليون)	**8,88**	4,95	3,52	**410**	400	10
المسافات المقطوعة (مليار كم)	**5,162**	1,177	3,493	**492**	480	12
متوسط المسافة المقطوعة كم/رحلة	**581**	238	992	**1200**	1200	1200
حجم CO2 المنبعث (مليون طن)	**465**	122	294	**49**	49	1
حجم CO2 المنبعث للكم (كغ/كم)	0,09	0,104	0,084	0,101	0,101	0,079
حجم CO2 المنبعث للرحلة (كغ/رحلة)	52	25	83	121	121	95

Source : Direction générale de l'énergie et du climat, Service du climat et de l'efficacité énergitique, « Les stratégies nationales du tourisme et du climat » in Synthese , n° 3, Décembre 2010, p 10.

وتساهم خدمات الفندقة والإقامة في انبعاث 274 مليون طن من غاز CO_2 في العالم، أي ما يعادل 21% من إجمالي إفرازات الأنشطة السياحية، وهنا كذلك يجب أن نسجل خدمات السياحة الدولية تتسبب في إفراز ما يقدر بـ 117 مليون طن، أما الباقي فتتسبب فيه السياحة الداخلية.

أما عن الأنشطة الترويحية المقدمة للسواح فتساهم في انبعاث 48 مليون طن من CO_2، أي ما يعادل 4% من مجمل ما تفرزه الأنشطة السياحية من هذا العنصر[1].

إن تطور الطلب على النقل السياحي وما ينجر عنه من استخدام متزايد للطاقة المسببة في انبعاث الغازات المسببة للاحتباس الحراري، يساهم مساهمة مباشرة في ظاهرة ارتفاع درجة حرارة الكوكب، ويتسبب في حدوث تغيرات مناخية تهدد مستقبل الصناعة السياحية في العديد من البلدان، والتي سوف تجد مواردها السياحية الطبيعية الهامة (الجزر الصغيرة، المناطق الساحلية، الهضاب، الجبال والمناطق الرطبة) تفقد كل عوامل الجذب من خصائص نباتية وحيوانية من جهة، وتهد بعض الأنشطة كالرياضة الشتوية وتخلق نوع من عدم الراحة لدى السياح بسبب ارتفاع درجة الحرارة.

ثالثا: القمامة والنفايات

تولد الأنشطة السياحية المختلفة (فندقة وإقامة، مطابخ إطعام، مغاسل وتنظيف، ومكاتب، وحدائق، وقاعات المؤتمرات) كميات كبيرة من النفايات الصلبة التي يمكن أن تكون لها عواقب بيئية خطيرة، فهي تشكل تهديدا لصحة الإنسان، وتسيء إلى الخصائص الجمالية والمنظر العام للمواقع السياحية، ويمكن ذكر أهمت الآثار التي يسببها عدم المعالجة الفعلية للنفايات في:

- أثر على ماء التربة: قد سوء إدارة التخلص من النفايات الصلبة تؤثر على نوعية التربة والمياه، وتلوث مواردها مثل الينابيع والأنهار والبرك، والأراضي الرطبة، مما يؤثر كذلك على الحيوانات والنباتات، حيث أن تراكم القاذورات والنفايات في الأماكن الطبيعية يؤدي إلى تدمير هذه المساحات التي تأوي الحيوانات البرية، وما ينجر عنه من مساس بالتوازن البيئي، كما أن تنتهي هذه القاذورات في المراعي التي تهدد الحيوانات التي تقصده (مواد بلاستيكية خاصة التي تسبب الاختناق)؛

[1] Direction générale de l’énergie et du climat, Service du climat et de l’efficacité énergétique, p 8.

- تأثير على المناطق الساحلية والجزر وخاصة: وغالبا ما تكون تحديا رئيسيا للإدارة السليمة للنفايات، حيث أن عدم وجود مساحة لمدافن النفايات غالبا ما يؤدي إلى الإفراج عن النفايات في البحر، والذي لا يخلو من عواقب على النظم الايكولوجية البحرية من انتشار للطحالب، وتسبب في فقدان التنوع البيولوجي من خلال تدمير مناطق التكاثر للأنواع البحرية، فعلى سبيل المثال تمتص جزيرة Thilafushi 300 طن من النفايات يوميا والناتجة غالبيتها عن السياحة الجماعية لمليون سائح يزورون جزر المالديف سنويا (مقابل 340.000 نسمة) والذين يخلفون ما معدله 7,2 كلغ من القمامة يوميا، أي أكثر بمرتين ونصف مما يخلف المواطن العادي بـ 2,8 كلغ يوميا، في الثانية و12700 طن من الحطام، مما يؤدي إلى ارتفاع منسوب المياه، ويهدد بانغمار الجزيرة بالمياه[1].
- الأثر على تغير المناخ: إن تجمع وتراكم النفايات يؤدي إلى عمليات تخمر وتفاعلات كيميائية أثناء عملية تحلل المواد العضوية، مما يسبب في انبعاث روائح كريهة وغازات سامة مثل الميثان وغازات أخرى (غازات الدفيئة GES) تساهم في عملية الاحتباس الحراري، وما ينجر عن ذلك من إحداث تغيرات في المناخ لتلك المناطق.

رابعا: تهديد التوازن البيئي

عادة ما يتم ممارسة الأنشطة السياحية في مناطق تتميز بنظام بيئي هش، معتمدة في ذلك على الموارد الطبيعية والبيئية، بهدف الاستمتاع بالمناظر الطبيعية والتعرف على الثقافات المحلية السائدة وزيارة المحميات والحظائر الطبيعية، بشكل يحقق فرصة الابتعاد عن زحام وضوضاء الحياة الحديثة والتمتع بمعايشة جمال ونقاء الطبيعة، إلا أن هذه الأنشطة يمكن أن يكون لها آثار سلبية بالغة الأهمية على الأنظمة البيئية من خلال الممارسات غير المسؤولة للسياح والمؤسسات السياحية،

[1]www.maxisciences.com/maldives/l-039-ile-poubelle-l-039-inquietant-visage-cache-des-maldives_art33730.html, 21/07/2017

فعند القيام بإنشاء المرافق السياحية، عادة ما يتم اللجوء إلى القضاء على مساحات كبيرة من الغابات، الأمر الذي يهدد بقاء أنواع عديدة من النباتات والحيوانات، ناهيك عن الدور الذي تلعبه الغابات في تصفية الهواء وتوفير الأكسجين، والحد من انجراف التربة ومن التصحر.

من جهة أخرى فإن المرافق السياحية تقوم بطرح حجم هائل من المواد الكيميائية من خلال التجهيزات التي تستعملها في التبريد والتي تطرح غازات مضرة بطبقة الأوزون (أجهزة التكييف، عتاد التبريد، العتاد المضاد للحرائق، وكذا المواد الكيميائية المستخدمة في التنظيف والصيانة في الغرف وأماكن الترفيه كحمامات السباحة، هذا إلى جانب الأسمدة والمبيدات الحشرية ومبيدات الأعشاب المستخدمة لصيانة الحدائق، التي يمكن أن تتسبب في تلويث الأنهار والمياه الساحلية والمياه الجوفية، فعلى سبيل المثال فإن 307ملعب الجولف في كيبيك تصب ما يقرب من 40.000 كيلوغرام من العناصر النشطة في البيئة مثل مبيدات الأعشاب ومبيدات الفطريات ومبيدات الحشرات.[1]

المطلب الثالث: الآثار الاجتماعية والثقافية

إن الاحتكاك المستمر بين السواح والسكان المحليين وما ينطوي عليه من تولد مجموعة من العمليات والعلاقات الاجتماعية التي تحمل مجموعة من الخصائص والمميزات، سيكون له تأثير عميق على التنظيم الاجتماعي والحياة اليومية للسكان المحليين، والذي سيحكم على احتضان أو نفور هؤلاء من قيام الأنشطة السياحية في مناطقهم، كما نبينه فيما يلي.

أولا: طبيعة العلاقة المتولدة بين السواح والسكان المحليين

ومن جانب آخر فإن هذا اللقاء تظل عليه مجموعة من الظروف المتولدة من تطلعات وأهداف كل طرف، حيث نجد من جهة السائح المتنقل الحر في إنفاقاته، في جو من الاسترخاء والذي يريد

[1]http://veilletourisme.ca/2008/09/10/les-enjeux-de-l%E2%80%99eau-douce-dans-l%E2%80%99industrie-du-tourisme-au-quebec, 02/08/2012.

أن يتمتع بوقت فراغه بوجوده في مكان مختلف عن مقر إقامته العادية، وفي المقابل المضيف في حالة ساكنة نسبيا، يجد نفسه يسعى إلى تلبية حاجيات ومتطلبات الزوار خاصة إذا كان موظفا في إحدى المؤسسات السياحية، وتتميز العلاقة بين السائح والمضيف بأربع ميزات رئيسية وهي[1]:

- **علاقة مؤقتة وانتقالية:**

حيث أن مدة بقاء السائح قصيرة نسبيا، فهي تتراوح بين يوم أو يومين في حالة كون الإجازة تحتوي على أكثر من وجهة واحدة، إلى ثلاثة أو أربع أسابيع التي تمثل المدة العادية لعطلة مدفوعة الأجر، مما ينعكس على نواتج هذه العلاقة المؤقتة بين الأطراف المتفاعلة، فعادة ما يجد السواح هذه اللقاءات ممتعة وفريدة لكون المضيف غالبا يحمل جنسية مختلفة وينتمي لثقافة مغايرة لثقافتهم، أم السكان المحليون لا يرون فيها إلا مجرد واحدة من اللقاءات السطحية والعابرة التي يشهدونها خلال الموسم السياحي، فهم يرون أن السائح زبون ذو إخلاص منخفض ونادرا ما يعود إلى زيارة الأماكن المقصودة أكثر من مرة، وبالتالي فإن التفاعل بين المضيفين والسائحين له فرصة ضعيفة للتطور إلى ما هو أبعد من مستوى سطحي.

- **القيود الزمانية والمكانية:**

إن خاصية التركيز الزماني والمكاني للنشاط السياحي عموما يفرض بعض القيود التي تؤثر على مدة وكثافة الاتصال بين السائح والسكان المحليين، حيث أن السائح يحاول في الغالب أن يرى ويستمتع قدر المستطاع خلال الفترة الماحة لديه والتي تعد قصيرة نسبيا، لذلك يكونون أكثر تأدبا وكرما في تعاملهم مع الآخرين، ومستعدين أكثر لإنفاق نقودهم عما إذا كانوا في ظل ظروف عادية، كما أنهم يكونون مضطربين ومنزعجين في حالة حدوث أي تعطيل أو تأخير في برنامج سفرهم، وهنا

[1] Wall Geoffrey & Mathieson Alister, Tourism: change, impacts and opportunities, Pearson Education Limited, Harlow, 2006, p 226.

وأمام هذه الوضعية قد يلجأ المضيفون إلى سلوكات استغلالية من خلال منح السواح تجارب بسيطة ومركزة لمنطقتهم، أو أنهم يقومون بتطوير نظام ثنائي للأسعار والخدمات في تعاملهم مع السائحين والسكان المحليين، بحيث تختلف أسعار ونوعية الخدمات المقدمة للسائح عن تلك المقدمة لصالح أبناء المنطقة المضيفة.

ومن جهة أخرى في ظل السياحة الجماعية الكثيفة فإن هياكل الإيواء ومختلف مرافق الخدمات السياحية المركزة في عدد قليل من المركبات التي تشبه المحتشدات، والتي تعكس رغبة بعض أصحاب هذه المرافق وكذا السلطات السياسية لخلق درجة معينة من التفرقة والعزل الاجتماعي والثقافي لاحتباس النفقات السياحية داخل هذه الهياكل، والأمر الذي سيحد لا محالة من الاحتكاك بين السياح والسكان المحليين، ويزيد من سطحية العلاقة والاتصال الذي يتم بين الطرفين.

- **غياب العفوية والتلقائية:**

تتميز العلاقات بين السواح والمضيفين من السكان المحليين بنقص في التلقائية والعفوية، حيث أن قيام الأنشطة السياحية في منطقة معينة يأتي بنوع من العلاقات الانسانية التقليدية وغير الرسمية على مستوى النشاط الاقتصادي، حيث تتحول بعض أفعال الكرم وحسن الضيافة إلى معاملات تجارية، حيث أن الرحلات السياحية ما تحتويه من برامج لجولات وزيارات لمختلف المعالم السياحية وغير ذلك من الخدمات الأخرى يتم الإعلان والترويج لها مسبقا وقبل حدوثها من طرف منظمي الرحلات، ومن ثم فإن السائح يقوم بتسوية لاقتناء تجربة سياحية مريحة دون مخاطر يتم التخطيط والترتيب لها من طرف منظمي الرحلات، والحصول على اتصالات أقل عفوية وتواترا مع مضيفيهم، فتصبح الاتصالات واللقاءات منظمة ومتحكم فيها، وقد تصبح في الحالات القصوى مجموعة من الأنشطة المدفوعة.

- **عدم التكافؤ والتوازن في الرؤى:**

تتجه العلاقات بين السواح والسكان المحليين نحو عدم التكافؤ والتوازن، ويتجلى عدم التكافؤ المادي أساسا من خلال سلوكات السائح وإنفاقاته، لذلك يلجأ المضيفون لتغطية شعورهم بالنقص عبى المستوى المادي إلى استغلال السواح، كما يوجد كذلك نوع من عدم التكافؤ من مستويات الرضا والمعاني المكتسبة من هذه العلاقة عند كل طرف، فالإجازة تسمح للسائح أن يعيش تجربة جديدة في حين أن نتائجها لدى الساكن المحلي روتينية، وقد تكون عملية المحافظة على هذا الروتين صعبة بقدوم الطائرة متأخرة أو بعض المستعجلات والأمور الطارئة التي قد تحدث أثناء السفر، وهو ما قد يثير ويولد ضغوطا نفسية يكون السائح غافلا عنها.

ثانيا: الآثار والانعكاسات الاجتماعية للأنشطة السياحية

إن للأنشطة السياحية آثار وانعكاسات بالغة الأهمية على التنظيم الاقتصادي والاجتماعي للسكان المحليين في المناطق المستقبلة، وحتى على ثقافاتهم ونظام حياتهم اليومي، إذ أن ذلك الاحتكاك المستمر بين السواح الأجانب والسكان المحليين نتيجة النشاط السياحي عادة ما يحدث تحولات في نمط المعيشة بخلق عادات وتصرفات جديدة، ويعيد تسطير العلاقات الجماعية والشخصية في المجتمع بتأثيره على القيم والعادات السائدة، مما قد يخلق في بعض الأحيان سلوكات عدائية من طرف المجتمعات المحافظة ضد كل ما هو أجنبي، خاصة إذا كان السكان المحليون لا يشاركون في تسيير وتنظيم تلك المنشآت، وبالتالي عدم استفادة المناطق المستقلة من عوائد تلك الأنشطة السياحية، ولعل هذا يفسر أنه في بعض الحالات يأتي فجأة شعور بالاستياء أو العداء للمشاريع السياحية والتي كانت تحظى بترحاب وقبول لدى السكان المحليين، ومن هنا تأتي أهمية تجاوب المشاريع السياحية مع تطلعات ومصالح سكان المناطق المستقبلة، كما يمكن أن يحدث نفور من طرف المجتمعات المضيفة الذين يعيشون بالقرب من المرافق السياحية عندما يجدون أنفسهم مدمجين

في الأنشطة السياحية دون أي يتم إعدادهم نفسيا وثقافيا ودون أي يتم تسجيل أي فائدة من تلك الأنشطة، والتي لا تتوافق أحيانا مع الثقافة المحلية أو أنها تؤثر على الممارسات والقيم الدينية، العادات المحلية، وممارسة الأنشطة التقليدية مثل الصيد وصيد الأسماك.[1]

وتتعلق هذه الآثار حسب مميزات وخصائص الوسط السائد في المناطق المستقبلة من حيث التنمية والقيم الاجتماعية والثقافية وحتى الدينية السائدة فيه، ودرجة انفتاحه على المحيط الخارجي، وكذا طبيعة احتكاك بين السواح في المجتمع المحلي وطريقة إدماجهم في الحياة اليومية للسكان من حيث حجم السواح وعددهم ومدة إقامتهم.

وتتضاعف هذه التأثيرات في البلدان النامية أو المتخلفة، التي تتميز عادة بوجود ثقافات محلية وعادات وتقاليد التي تكون عرضة لقيم وأفكار وسلوكيات جديدة قادمة مع تيار السياح الأجانب، كما أن السكان المحليين هناك قد لا يكونون مهيئين ثقافيا، اجتماعيا وسياسيا مع التحول الحاصل في نمط معيشتهم بانتقالهم من مستوى الكفاف إلى اقتصاد نقدي نتيجة التوسع والنمو الحاصل في الأنشطة السياحية، حتى أنه قد يولد شعورا بالاستغلال للثقافة المحلية المهددة بالزوال وتحولهم إلى ثقافات غربية تتعارض مع القيم والتوجهات السائدة، وتتلخص أهم المخاوف لدى المجتمعات المحلية من النشاط السياحي فيما يلي[2]:

- قيام السياحة بتعطيل وسلعنة[3] الثقافات المحلية والرموز والقيم؛

[1] Lequin Marie, Ecotourisme et gouvernance participative, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2001, p 23.

[2] Mc Cool Stephen F & Bosak Keith, Reframing Sustainable Tourism, Springer, New York, 2016, p20.

[3] السلعنة (commodification) هي عملية تحويل بضائع أو خدمات أو أفكار، أو أي نوع آخر لا يعتبر من أنواع البضائع، إلى سلعة تباع وتشترى .

- آثار غير مقبولة على البيئة المحلية التي تمثل القاعدة الرئيسية للنشاط الاقتصادي (الفلاحة، الصناعة والحرف...)؛
- عدم إمكانية إشراك السكان المحليين في اتخاذ القرارات المتعلقة بتطوير النشاط السياحي؛
- عدم توظيف وتشغيل اليد العاملة المحلية في المنشآت والمرافق السياحية المحلية؛
- تولد تصورات بوجود تفاوت في السلطات بين السكان المحليين، السياح وأصحاب المؤسسات، خاصة في ظل وجود استفادة غير متكافئة من عوائد الأنشطة السياحية.

إن الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للأنشطة السياحية عبارة عن نتيجة لنوع خاص من العلاقات الاجتماعية بين السواح والسكان المحليين التي تنشأ من التقائهم، وتعد طبيعة هذه العلاقات أحد العوامل الرئيسية المحددة لمدى تعزيز التفاهم أو سوء التفاهم الناتج عن النشاط السياحي، حيث يتم الاتصال بين السائح والساكن المحلي المضيف ضمن ثلاثة سياقات رئيسية: عند قيام السائح باقتناء حاجياته من السلع والخدمات في الوجهة السياحية، أو عندما يجد كل من السائح والساكن المحلي نفسيهما جنبا لجنب في الشارع أو على الشاطئ مثلا، أو أنهما يلتقيان وجها لوجه بشكل مقصود لتبادل الأفكار والمعلومات، وإن كان هذا الشكل الأخير هو الآلية الأهم في تعزيز التفاهم والتبادل الثقافي بين الشعوب فإن الشكلين الآخرين يبقيان الأكثر شيوعا خاصة في إطار السياحة الجماعية، والتي تبقى كافية لإحداث انعكاسات وآثار لدى المجتمعات المحلية على المستوى الثقافي والاجتماعي، ويلخص الجدول الموالي أهم الانعكاسات والآثار لباي يمكن أن تولدها الأنشطة السياحية على المستوى الاجتماعي في المناطق المستقبلة.

الجدول رقم (11): ملخص لأهم الآثار الاقتصادية والاجتماعية للنشاط السياحي

الآثار الإيجابية	الآثار السلبية
التنظيم الاجتماعي	
• تغير في هيكل القيم والعلاقات في المجتمع والأسرة (بروز المرأة في سوق العمل، ظهور شراكة محلية، ظهور منتجات وعادات استهلاكية جديدة...). • خلق مناصب شغل في مجال الخدمات المقدمة مباشرة للسياح الأجانب من فندقة وإطعام وخدمات مرافقة، وبصفة غير مباشرة من خلال الأنشطة المتعلقة بالنشاط السياحي (صناعات وحرف تقليدية...) • الاستفادة من هياكل اجتماعية واقتصادية (مستشفيات، مدارس...)، وكذا تكنولوجيات جديدة (الانترنيت، الدفع الالكتروني...). • تضامن اجتماعي من خلال إشراك السكان في تسيير وصيانة التراث الطبيعي، الثقافي والاجتماعي عبر الجمعيات والمنظمات المحلية.	• الطابع الفصلي لمناصب الشغل وعادة ما تكون ذات عوائد منخفضة. • عدم التوافق بين السياسات والأهداف المسطرة في المجال السياحي من طرف الحكومات والهيئات المركزية ومتطلبات وتطلعات السكان المحليين، خاصة إن لم يتم إشراكهم في إعداد تلك البرامج. • تهديد القيم والعادات والتقاليد السائدة والعلاقات الاجتماعية في الأسرة والمجتمع والأجيال. • بروز فروقات اقتصادية واجتماعية. • بروز فئة جديدة من المقاولين والمستثمرين التي قد تؤثر في القرارات المتخذة وطريقة الحكم المحلي (المجالس المحلية، الأسر، القبائل...). • تهديد المناخ التنافسي في المجال السياحي.
الثقافة المحلية	
• تعزيز وتثمين الميزات الثقافية المحلية من خلال إبراز للهوية وإثبات للشخصية. • تعلم لغات جديدة والتفتح على ثقافات أجنبية. • تثمين والمحافظة وصيانة للتراث الطبيعي، الثقافي والمعنوي المحلي وللحرف وللصناعات التقليدية. • بث الاحترام المتبادل بين السائح والمستقبل في إطار الأدب والكرم وحسن الاستقبال.	• طمس للثقافة المحلية والتأثر بالنماذج الثقافية الدخيلة على المجتمع المحلي: التقليد، ممارسة سلوكات غريبة... • اختفاء اللهجات واللغات المحلية. • عدم توافق بين الثقافة المحلية والثقافة الأجنبية: التأثير على الممارسات والقيم الدينية، العادات المحلية، الألبسة... • ظهور آفات اجتماعية (مخدرات، كحول، اعتداءات...)
الحياة اليومية	
• تحسن مستوى ونمط المعيشة بتحسن وزيادة المداخيل وتوفر فرص العمل. • تكثيف للعلاقات الاجتماعية. • الهجرة نحو الأقطاب السياحية (إعادة تأهيل المناطق) وإدماج الشباب في المجتمع. • التحسيس بالموارد المتاحة والتراث والاعتزاز بالانتماء.	• تدني مستوى المعيشة (اكتظاظ السياح، منع دخول المناطق الخاصة، اكتظاظ السير، ارتفاع الأسعار، استعمال متزايد للموارد...). • نزوح وهجرة سكان المناطق السياحية. • المضاربة في العقارات، السكنات والأراضي. • ظهور السكنات الفوضوية بحدود المناطق السياحية.

Source : Gagnon Christiane et Gagnon Serge (Sous la direction de), L'écotourisme, entre l'arbre et l'écorce, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2006, p80.

ثالثا: العمليات المتضمنة في العلاقات الاجتماعية بين السائحين والمضيفين

إن الاحتكاك بين السائح والساكن المحلي يتولد عنه مجموعة من العمليات والعلاقات الاجتماعية نلخصها فيما يلي.

- **عمليات التعاون والمنافسة بين السائحين والمضيفين:**

تؤثر عمليتي التعاون والمنافسة تأثيرا واضحا في طبيعة العلاقات الاجتماعية ومختلف صور التفاعل الاجتماعي بين السائحين والمضيفين بعضهم البعض، فالتعاون يعد أحد مظاهر التفاعل الاجتماعي ونمط من أنماط السلوك الإنساني وعملية التعاون هي التعبير المشترك لشخصية أو أكبر في محاولة لتحقيق هدف مشترك، وبناء عليه نجد أن أعضاء الوفد السياحي يمثلون جماعة متعاونة لتحقيق هدف نهائي مشترك في ظل برنامج الرحلة المعد سلفا، وهو تحقيق نجاح مؤكد للرحلة من خلاله تم إشباع غالبية دوافع ورغبات أعضاء الرحلة، كما يمكن أن يكون هناك تعاون بين المضيفين في بعض المناطق السياحية مع السائحين من خلال ما يمكن أن نلمسه بوضوح الطرفين من تواصل وتفاعل المضيفين في بعض المناطق السياحية مع السائحين وتقبل الناس لوجودهم وترحيبهم بهم لكونهم زوارا مرغوب فيهم حيث أن تواجدهم وتدفقهم يعني رواجا تجاريا وتوفر فرص عمل لكافة المهن المرتبطة بصناعة السياحة وما ينجر عن ذلك من منافع مادية على المضيفين، على عكس مناطق سياحية أخرى حيث أننا نجد أن المضيفين لا يحبذون وجود السائح، وخير دليل على ذلك ندرة الخدمات السياحية رغم أهمية تلك المناطق سياحيا[1].

وعلى عكس ذلك يمكن أن تكون هناك علاقة منافسة وصراع نظرا لتضارب المصالح وتعارضها، وعلى الرغم أن مصالح السواح فيما بينهم لا تتعارض إلا في أضيق الحدود نظرا لقصر

[1] رحيم حسين وآخرون، مرجع سابق، ص 113.

المدة الزمنية نسبيا للرحلة السياحية من جهة، ولغياب علاقة بينهم إلا في حالة الفوج السياحي الذي يكون بعض أفراده متصلين بعلاقة العائلة أو الصداقة أو الزمالة، إلا أنه يمكن أن يكون هناك صراع بين السكان المحليين والسواح لما يلتمسه الطرف الأول من آثار سلبية للنشاط السياحي في حياته اليومية سواء على المستوى الاقتصادي، البيئي، الثقافي والاجتماعي، فتتولد هناك سلوكات عدائية من طرف السكان المحليين ضد كل ما هو أجنبي محاولة منهم للتعبير عن نفورهم وعدم رضاهم بالوضعية الناتجة عن قيام نشاط سياحي بمناطقهم.

- **عملية التأقلم والتوافق:**

يعتبر التوافق أحد مظاهر التفاعل الاجتماعي وهي الحالة التي يتفق فيها المتصارعون على إخفاء صراعاتهم ووقف التنافس بينهم مؤقتا ويلجأ الفرد أو الجماعة إلى التراضي المتبادل والتأقلم مع الوضعية الجديدة.

وبناء عليه نلمس حدوث عملية التكيف بين أعضاء الفوج أو الجماعة السياحية من أجل تحقيق الهدف الذي يسعون إليه من إنجاح الرحلة وقضاء الإجازة والاستمتاع بها، ويحدث فيما بينهم نوع من التوافق المرحلي وتغيير في اتجاهاتهم وعاداتهم بما يتوافق مع الإطار العام للفوج السياحي، كما يعيش أعضاء الوفود السياحية في توافق مع المضيفين المهنيين والأهالي في الحدود المسموح بها ونلمس ذلك من تبادل عبارات التحية والإشارات[1].

- **عملية التمثيل الاجتماعي:**

التمثيل عبارة عن العملية التي تعمل على إضعاف الاختلافات التي توجد بين الأفراد أو الجماعات وزيادة مظاهر الوحدة وتوحيد الاتجاهات والعملية العقلية التي تتصل بالمصالح والأهداف

[1] نفس المرجع، ص 116.

المشتركة، فنجد أن أعضاء الفوج السياحي سواء أكان في السياحة الداخلية أو السياحة الدولية يحدث بينهم الكثير من عمليات الالتقاء والتسامح في كثير من الأمور والتقارب فيما بينهم في الكثير من العادات والتقاليد، خصوصا أن منظمي تلك الرحلات يراعون ذلك في تنظيم مثل هذه الرحلات، إلا أنه لا يمكن أن يحدث استغراق كامل لالتقاء الثقافات الفرعية بالنسبة للسائحين مع ثقافة المضيفين، بل في مجال محدد باقتباس أو هجر بعض السمات بين الطرفين بما يوحي بالانسجام المؤقت بين الطرفين[1].

- **عملية التقليد والمحاكاة:**

تتضح عمليات التقليد والمحاكاة بين السائحين والمضيفين بصورة كبيرة نظرا لشغف السائحين بالتعرف على الأنماط السلوكية الغريبة عليهم، المتمثلة في عادات الاحتفالات الشعبية والعادات الغذائية وعادات الملبس، ولذا نلمس إقبال السائحين في كثير من البلدان السياحية على ارتداء الملابس التقليدية أسوة بالمضيفين وسعادتهم بذلك وسعادة المضيفين واعتزازهم بتقليد السائحين لهم، وكذلك تناول الكثير من الوجبات المحلية، كما نلاحظ تقليد المضيفين للسائحين خصوصا في أجيال الشباب من ارتداء الملابس الأجنبية وقص الشعر مثل الأجانب والتحدث ببعض العبارات الأجنبية.[2]

[1] نفس المرجع، ص 117.

[2] نفس المرجع، ص118.

المبحث الثاني: ماهية السياحة المستدامة

ظهر مفهوم السياحة المستدامة كمنظور جديد للممارسة السياحية نتيجة مختلف الانعكاسات والآثار التي أنتجتها الأنشطة السياحية بممارستها التقليدية على المستوى الاقتصادي، البيئي والاجتماعي والثقافي، حيث تعيد توزيع الأدوار على أصحاب المصالح في النشاط السياحي من سواح، مؤسسات سياحية ومجتمع محلي.

سنخصص هذا المبحث إلى التدقيق في المفاهيم المتعلقة بالسياحة المستدامة، ثم سيتم عرض أهم الأسس والمبادئ التي يعتمدها هذا المفهوم، ليتم عرض بعض المفاهيم والمصطلحات المتصلة بالسياحة المستدامة كالسياحة المسؤولة والسياحة البيئية.

المطلب الأول: تعريف السياحة المستدامة

تمثل الاستدامة عنصرا محوريا في الأنشطة السياحية، لذلك عكفت الهيئات والمنظمات الدولية وكذا العديد من المنظرين والمفكرين في التدقيق في مفهومها وتنقيحه، حيث قام كل طرف بإعطاء وجهة نظره للتنمية المستدامة، وسنقف هنا على أهم هذه الأفكار والآراء.

أولا: أهمية الاستدامة في الأنشطة السياحية

إن مصطلح السياحة المستدامة مصطلح حديث نسبيا، ولم يظهر إلا بعد قمة الأرض في ريو للتنمية والبيئة سنة 1992، أين تم اعتماد مصطلح التنمية المستدامة الذي هو عبارة عن التنمية التي تلبي حاجيات الأجيال الحالية دون المساس بقدرة الأجيال المستقبلية في تلبية حاجياتها، فتوسعت بعد ذلك الجهود من طرف المنظرين وأصحاب القرار وبدأ التفكير فعليا في إدراج مبادئ الاستدامة إلى المجال السياحي، وتجلى ذلك في قمة Lanzarote بجز الكناري في إسبانيا والتي عقدت في 27-28 أبريل 1992، والتي أكدت أن التنمية السياحية يجب أن تعتمد على معايير

الاستدامة، أي القابلية في الاستمرار على المستوى البيئي، والقابلية للتطبيق على المستوى الاقتصادي، والعدالة على المستوى الأخلاقي والاجتماعي بالنسبة للمجتمعات المحلية، وذلك من خلال أخذ الأنشطة السياحية بعين الاعتبار الآثار التي قد تنتجها على الموارد الطبيعية والتنوع البيئي، خاصة وأن السياحة تعتمد أساسا على هذه الموارد، ونادت كذلك إلى احترام الهوية الثقافية وتراث وتقاليد المجتمعات المحلية في ظل التفاهم المتبادل، كما أكدت على أن الأنشطة السياحية يجب أن تساهم وبشكل محسوس في تحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية في المناطق المضيفة، ودعت من جهة أخرى جميع الأطراف المعنية بالتنمية السياحية من حكومات وسلطات وصناعيين ومنظمات غير حكومية إلى تشجيع وإنشاء شبكات انشر المعلومات والمعارف والتكنولوجيات لخلق إطار لتنمية سياحية مستدامة[1].

إن السياحة قطاع اقتصادي تمثل الاستدامة فيه عاملا إيجابيا وهذا بسبب[2]:

- إن السياحة نشاط يتميز بنمو أعلى من المتوسط، والذي يمكن تفسيره بدمقرطة النقل الجوي، زيادة الإنفاق السياحي لدى العائلات وتوسع وزيادة في أوقات الفراغ، مع توقع استمرار بقاء هذه العوامل على هذا الحال؛

– السياحة نشاط إقليمي بطبيعته، وبالتالي فلا مناص من التقاء المصالح الاقتصادية، الثقافية والبيئية؛

[1] Marsac Antoine *et* al., « Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural » in Management & Avenir, N° 56, 2012/6, p 135.

[2] Behnassi Mohamed, « Tourisme Durable : Fondements, Indicateurs et Apport au Développement des Pays du Sud » in Revue de Droit et de Sciences Sociales, Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales d'Agadir, Université Ibn Zohr, n° 1, Agadir, 2008, http://cdurable.info/IMG/pdf/Article-behnassi.pdf, 17/03/2016.

- السياحة نشاط يترتب عنه اجتماع وتركيز لأفراد خلال فترات محددة (المواسم) وفي مساحات ومناطق محدودة تتميز غالبا بتوازن هش (سواحل، مراكز تاريخية، جبال، جزر صغيرة...)، والتي يمكن أن تخلق صراعات مع السكان المحليين عند استخدام الموارد الموجودة في مناطقهم (استعمال المياه، الصيد، الزراعة، ازدحام الطرقات، ارتفاع الأسعار...)؛
- إن السياحة نشاط اتصالي (نتيجة احتكاك السياح بالسكان المحليين)، يحمل في طياته خلق تغيرات اجتماعية، تفكيك للمجتمعات المحلية وتوحيد للثقافات وأنماط العيش؛
- نشاط مرتبط بنظام القيم، فالحديث عن السياحة هو الحديث عن الطبيعة، عن الأخلاق، الجمال، الواقع والحقيقة...
- يجب المحافظة على حق الأجيال القادمة في السفر، والاكتشاف والمعرفة في كوكب متنوع طبيعيا وثقافيا.

ومن ثم فإن من الضروري إدارة التنمية والتوسع السياحي لتطبيق مفاهيم التنمية المستدامة، وبطبيعة الحال لا يمكن تصور السياحة المستدامة في إطار رابح – رابح، بل سيولد حتما صراعات، خيارات وتنازلات لدى جميع الأطراف.

ومنه فإن السياحة المستدامة هي "الأعمال التي تهدف إلى استثارة وعي السياح بتأثيراتهم أثناء وجودهم في المقاصد السياحية وفي الترويج لاختيارات الشراء، وتوفر العوائد للعاملين والسكان المحليين، وتمثل أيضا نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، بما يؤدي إلى حماية ودعم فرص الاستثمار السياحي والتطوير المستقبلي لها، بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية وتحقق الأهداف المرجوة من استثمار المشروع السياحي، وقد تكون عملية الاستهلاك للمشروع السياحي متجاوبة مع أهداف وغايات الرسالة التي عهد الله سبحانه وتعالى إلى الانسان من الاستخلاف في الأرض وعمارة الدنيا واستغلال طاقاتها

والتنعم بمباهجها من خلال المحافظة على الموارد الطبيعية ولكنها في الوقت ذاته فإن عملية الاستهلاك الرشيد تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها للأجيال الحالية والمستقبلية"[1].

ثانيا: تعريف المنظمة العالمية للسياحة والمجلس العالمي للسياحة المستدامة

تعرف المنظمة العالمية للسياحة UNWTO السياحة المستدامة على أنها السياحة التي تأخذ بعين الاعتبار وبشكل كامل الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الحالية والمستقبلية، ملبية في ذلك حاجيات الزوار والمهنيين والمحيط والمجتمعات المضيفة.

ومن ثم فإن هذه المنظمة ترى أن السياحة المستدامة يجب أن تهدف إلى[2]:

1. الاستخدام الأمثل للموارد البيئية التي تشكل عنصرا أساسيا في التنمية السياحية، والحفاظ على العمليات *processus* الإيكولوجية الأساسية، والمساهمة في المحافظة على الموارد الطبيعية والتنوع البيئي.
2. احترام الأصالة الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية، والحفاظ على التراث الثقافي والمادي والمعنوي الحي والقيم التقليدية، والمساهمة في نشر التسامح والتفاهم بين الثقافات.
3. ضمان بقاء العمليات الاقتصادية في المدى الطويل، وذلك من خلال منح جميع المتعاملين وأصحاب المصالح عوائد اقتصادية واجتماعية موزعة بعدالة، بما في ذلك خلق فرص للعمل، تحقيق

[1] سالم حميد سالم وطارق سلمان، "الأصالة التفاعلية بين السياحة والبيئة المستدامة" في المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مجلد 1، رقم 2، 2009، ص 93.

[2] Organisation Mondiale du Tourisme, Un Tourisme Durable pour le Développement Guide, Madrid, 2011, p 19.

مداخيل ثابتة وتقديم خدمات اجتماعية لصالح المجتمعات المحلية والمساهمة في محاربة القضاء على الفقر.

وقد تم إرساء اثنا عشر ركنا للسياحة المستدامة، والمتمثلة فيما يلي[1]:

– الفعالية الاقتصادية: ضمان سلامة والقدرة التنافسية للوجهات السياحية والشركات السياحية بحيث يمكن لها أن تستمر في الازدهار وتحقيق أرباح على المدى الطويل؛

– الرقي على المستوى المحلي: تعظيم مساهمة السياحة في التنمية الرقي الاقتصادي في المنطقة المضيفة، بما في ذلك نسبة الإنفاق السياحي المحقق الذي تستفيد منه المجتمعات المحلية؛

– نوعية العمل: زيادة عدد ونوعية الوظائف المحلية التي تم إنشاؤها عن طريق السياحة، بما في ذلك مستويات الأجور وظروف العمل وتكافؤ الفرص في العمل، بغض النظر عن الجنس أو العرق أو الإعاقة أو غير ذلك؛

– العدالة الاجتماعية: البحث عن تحقيق توزيع واسع النطاق وعادل للفوائد الاقتصادية والاجتماعية المتولدة من النشاط السياحي في المجتمعات المحلية وعلى جميع المستويات، بما في ذلك تحسين فرص العمل والدخل والخدمات المتاحة للفقراء؛

– إرضاء الزوار: تقديم وعرض أنشطة آمنة ومفيدة تلقى التقدير من جميع الزوار، دون تمييز على أساس الجنس أو العرق أو الإعاقة أو غير ذلك.

– الرقابة المحلية: إشراك المجتمعات المحلية في التخطيط واتخاذ القرارات المتعلقة بالتسيير والتطور المستقبلي لنشاط السياحي في منطقتهم، بالتشاور مع أصحاب المصلحة الآخرين؛

– الرفاهية للمجتمعات: من خلال تحسين والمحافظة على ظروف المعيشة في المجتمعات المحلية، لا سيما فيما يخص الاستفادة من المرافق الاجتماعية والحصول على الموارد المحلية،

[1] Ibid, p 20.

وكذا الخدمات العمومية ونظم دعم الحياة، وتجنب أي شكل من أشكال التدهور والاستغلال الاجتماعي؛

- الثراء الثقافي: من خلال احترام وتعزيز التراث الثقافي والتاريخي والثقافة المحلية الأصيلة، التقاليد وخصوصيات المجتمعات المضيفة؛
- السلامة المادية: المحافظة على نوعية المناظر الطبيعية الحضرية والريفية، وتجنب أي تدهور مادي وبصري للبيئة؛
- التنوع البيولوجي: دعم والحفاظ على المناطق والفضاءات الطبيعية والسكنية، وعدم المساس بالحياة النباتية والحيوانية، والتقليل إلى أبعد مدى من الأضرار التي قد تلحق بها؛
- الاستعمال العقلاني للموارد: الحد من استعمال الموارد النادرة وغير المتجددة في تنمية واستغلال البنى التحتية والخدمات السياحية؛
- صفاء البيئة: الحد من تلوث الهواء والماء والأتربة، وكذا التقليل من الفضلات والنفايات التي تولدها المؤسسات السياحية أو يفرزها السياح.

إن ترتيب عرض هذه الأهداف لا يعني أي ترتيب للأولويات، بل أن هذه العناصر تحظى بأهمية متساوية، حيث أن العديد من هذه الأهداف يتعلق تحقيقها والوصول إليها التوفيق بين مجموعة من القضايا البيئية والاقتصادية والاجتماعية، كما يتضح من الشكل والأمثلة التالية:

- إن تحقيق الفعالية الاقتصادية مرتبط ارتباطا وثيقا بالحفاظ على جودة البيئة المحلية والمحيط؛
- إن إرضاء الزوار وتلبية طلباته لا يكون على حساب تحقيق الفعالية الاقتصادية؛
- يعتبر الثراء الثقافي متعلق بالجانب الاجتماعي للتنمية المستدامة، غير أن له تأثير على معالم المحيط والبيئة من خلال البنايات والثقافة المحلية للسكان المحليين وارتباطاتهم مع الطبيعة؛

- تحقيق رفاهية المجتمعات الذي يمثل هدفا اجتماعيا في المقام الأول مرتبط ارتباطات قوية مع إدارة الموارد البيئية كالحصول على المياه العذبة؛
- إن المسائل المتعلقة بنوعية التوظيف والعدالة الاجتماعية، مثل مكافحة الفقر ترتبط ارتباطا وثيقا مشاكل الاستدامة الاقتصادية والاجتماعية.

أما المجلس العالمي للسياحة المستدامة فيرى أن السياحة المستدامة هي تلك السياحة التي تهدف إلى تسيير جميع الموارد بشكل يسمح بتلبية الحاجيات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية، مع الحفاظ على التكامل الثقافي والعمليات الإيكولوجية الأساسية والتنوع البيئي ونظم دعم الحياة.[1]

إن تعريفات السياحة المستدامة تركز عادة على العناصر البيئية والاجتماعية والاقتصادية للسياحة، وذلك من أجل تحقيق استخدام "متوازن" أو "حكيم" للموارد الطبيعية، ومع ذلك فإن التحديد الدقيق لما هو "استعمال حكيم" لهذه الموارد يبقى مرتبطا بالقيم والمبادئ المنتشرة لدى أصحاب المصالح المعنيين بالنشاط السياحي، ومن ثم يجب النظر إلى السياحة المستدامة على أنها محاولة للتوفيق بين مجموعة من متضاربة من القيم فيما يتعلق بالبيئة، ويرى Jakka SAARINEN (2001) أن السياحة المستدامة تمثل وجهة نظر أكثر مما هي تعريف دقيق، رغم أنه يذهب إلى أنها عبارة عن تلك السياحة التي تؤدي إلى تنمية قادرة على الحفاظ على نوعية المحيط في المناطق المستقبلة، وعلى التجارب السياحية لدى السياح وعلى النظم الاجتماعية والثقافية لدى السكان المحليين.[2]

---

[1] www.gstcouncil.org, 20/05/2016.

[2] Jussi Rämet & al, Anneli Jalkanen & Pekka Nygren (eds.) 2005. Sustainable use of renewable natural ressources — from principles to practices. University of Helsinki Department of Forest Ecology Publications, p2.
http://www.helsinki.fi/metsatieteet/tutkimus/sunare/33_Ramet_etal.pdf

من جهة أخرى فإن السياحة المستدامة لا تعني أنه يجب المحافظة على النشاط السياحي والعمل على استمراره (حتى في حالة النمو) بغض النظر عن التكاليف باعتبار أن السياحة هي الحل لكل المشاكل التي تم أو سيتم تحديدها، حيث أن استمرار النشاط السياحي لا يعد هدفا في حد ذاته، بل يجب التساؤل والبحث عما إذا كانت السياحة تساهم في التنمية المستدامة بأي شكل وكيفية تكون هذه المساهمة، وبأوسع نطاق ممكن، وطبعا فإن الجواب عن هذا التساؤل يختلف باختلاف الأمكنة والأزمنة. فالحالة الأكثر شيوعا، وإن كان لا يوجد عدد قليل من هذه المناطق في العالم، هي أنه لا يتم تطوير السياحة في المناطق "البكر" الخالية تماما والتي لم تطأها قط أقدام السياح، وبدلا من ذلك يجب إدخال السياحة إلى المناطق التي لها اقتصاد قائم، على أنه ينبغي على السياحة، في الحالة المثالية، ألا تزيح هذا الاقتصاد ولكن ينبغي أن تكون مكملة له، كما ينبغي أن تساعد على تنويع الاقتصاد بدلا أن تستبدل قطاعا بقطاع آخر.[1]

ثالثا: نموذج HUNTER للسياحة المستدامة

ويقترح Colin HUNTER من جامعة The University of Aberdeen البريطانية تصورا آخر، حيث يرى أن نموذج السياحة المستدامة مبني على مبدأ المحافظة على الموارد البيئية الأساسية للسياحة، وتشمل هذه الموارد الطبيعية منها والمصطنعة وكذا المركبات الثقافية، والتي يجب أن يُجمع فيها بين احتياجات السكان المحليين بتحسين ظروف ونوعية معيشتهم، وتلبية طلب السياح والمؤسسات السياحية مع استمرار جذب السياح، وتؤكد هذه المبادئ على أولوية تلبية حاجيات السكان المحليين والسياح مع الاستمرار في آن واحد في المحافظة على البيئة[2].

[1] Wall Geoffrey & Mathieson Alister, Tourism: changes, impacts and opportunities, Pearson Prentice Hall, Harlow, 2006, p 292.
[2] Lorraine Nicholas & Brijesh Thapa, « Visitor perspectives on sustainable tourism development in the Pitons Management Area World Heritage Site, St. Lucia » in Environment, Development and Sustainability October 2010, Volume 12, Issue 5, p 842.

ومن جانب آخر فإنه في الواقع من المستحيل أن نتخيل قيام وتطور أي نوع من النشاط السياحي دون أن يكون هناك انعكاس سلبي بطريقة أو بأخرى على كمية أو نوعية الموارد الطبيعية في مكان ما، لذلك لا يمكن النظر إلى السياحة المستدامة كمفهوم منحصر في التوازن بين مختلف الاعتبارات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، ولكن كنموذج يسمح بإضفاء الشرعية على عدة مسارات تنموية حسب حالة وظروف المنطقة، آخذا بعين الاعتبار عدة متغيرات كالطلب، العرض، حاجيات ورغبات السكان المحليين وكذا الانعكاسات على الموارد البيئية، على أن لا تكون هذه العناصر في حالة تضارب بل متوجهة نحو التوازن، ومن ثم فهو يميز أربع مستويات لمقاربة السياحة المستدامة بناء على مفاهيم ومبادئ التنمية المستدامة كما يلي[1]:

1. يمكن أن تكون السياحة في مستوى أول كوسيلة "حتمية" لتحقيق التنمية المستدامة، حيث يعتمد هذا النهج إلى حد بعيد على فهم جد بسيط وجد سطحي للتنمية المستدامة، ويتمحور على ترقية السياحة التي تكون وليدة النشأة وفتية وتطويرها بما يخدم أساسا رغبة السياح والشركات السياحية، حيث تكون وسيلة لتحقيق درجة معينة من حماية البيئة وفي آن واحد تحقق مجموعة من المنافع للمجتمع المحلي (تربية بيئية)، وبالرغم من وجود انعكاسات جانبية لها من خلال تدهور بسيط في الموارد الطبيعية كما ونوعا، غير أن هذا التدهور يكون بدرجة أقل لو تم اعتماد مناهج تنموية مغايرة (اعتماد أنشطة أخرى صناعية أو استخراجية مثلا)، وطالما أن الأنشطة السياحية لا تؤثر على قدرة المنطقة المضيفة على جذب السياح، الذي قد يؤدي فيما بعد إلى تراجع النشاط السياحي.

[1] Hunter Colin, « Sustainable tourism as an adaptive paradigm » in Annals of Tourism Research, Vol. 24, No. 4, 1997, pp. 850-867.

.

وقد أشار في هذا الإطار إلى ثلاث حالات، فقد يكون هناك ارتباط قوي وجلي بين الفقر والتدهور البيئي مما يسمح لأنشطة السياحية بتحسين الظروف المعيشية للسكان، أو في حالة أن الأنشطة السياحية تسمح بتطوير وتعزيز أنشطة اقتصادية موجودة والتي تضر بالبيئة (مثل قطع الأشجار غير المنضبط، استخراج المعادن...) خاصة إذا كانت هذه الأنشطة ذات منافع قليلة بالنسبة للسكان المحليين، أو في حالة كون الأنشطة السياحية تؤدي إلى جذب وإقامة أنشطة أخرى قد تساهم في تدهور البيئة والمحيط.

2. وفي مستوى ثان، تمثل ترقية المنتج السياحي هدفا أساسيا، حيث يمكن اعتماد هذا النهج في المناطق التي نريد خلق نشاط ساحي جديد أو المحافظة وترقية نشاط سياحي قائم مع كل ما يرافقه من سياسات تهيئة وسياسات تسويقية، مع اعتماد فهم بسيط وسطحي للتنمية المستدامة، حيث أن الجانب البيئي لا يحظى إلا بأولوية ثانوية، وأن أي اهتمام بهذا الجانب يكون موجها كليا لدعم وترقية النشاط السياحي بصفة فورية ومباشرة، وتعزيز قدرة الجذب السياحي لهذه المناطق.

ويجد هذا النهج تبريراته في المناطق التي تعرف سياحة متطورة وأن النشاط السياحي هو النشاط الغالب في الاقتصاد المحلي، وبدون الثروة المتولدة من هذه الأنشطة فإن رفاهية السكان المحليين ستتأثر إلى درجة غير مقبولة، ومن ثم فإنه سيتم توجيه الاهتمامات إلى الإجراءات التي تهدف إلى صيانة البيئة المحلية وتحسين الأصول المادية المتواجدة (بما في ذلك البنية التحتية كالطرقات ومحطات معالجة المياه...)، مما يسمح بتطوير السياحة والمنتجات السياحية باستمرار بفضل المناخ المناسب للتنمية الناتج الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص.

من جانب آخر يمكن من خلال هذا النهج (استدامة السياحة من خلال المقاربة الاقتصادية) منح وخلق منافع أخرى تتمثل في تجنب الأضرار المتعلقة بالسياحة في المناطق البكر التي تتميز ببيئة حساسة أو أن السياحة فيها غير مرغوبة من طرف السكان المحليين، وذلك من خلال تخصيص

جزء من العوائد السياحية من طرف السلطات العمومية المحلية والمركزية من أجل فصل تدريجي للاقتصاد السياحي عن السياحة.

3. وفي المستوى الثالث، فإنه يمكن للسياحة أن تكون وسيلة لتحقيق التنمية المستدامة في إطار جعل الاهتمام بالبيئة عنصرا محوريا، بخلاف المستوى الثاني الذي يتم التركيز فيه أكثر على الجانب الإنتاجي والتسويقي للمنتج السياحي، حيث أن المحافظة على مستوى عالي لنوعية البيئة الطبيعية والثقافية يمثل أولوية رئيسية، ويتم الوصول لهذ الهدف باعتماد أنواع وأشكال خاصة ومناسبة من السياحة في تلك المناطق (كالسياحة البيئية مثلا)، أو اللجوء إلى تقسيم المنطقة المعنية للحد من إمكانية الوصول لبعض المواقع، مما يسمح بإبراز العلاقة القوية بين نجاح وتطور السياحة والمحافظة على نوعية البيئة والمحيط وجعلها تتجلى وبكل وضوح لدى كل الأطراف المعنية.

إن هذا النهج يسمح بإمكانية خلق فرص عمل وتعاون وتكامل مع قطاعات اقتصادية أخرى متواجدة محليا، بشكل متجانس بعيدا عن التنافس والإقصاء للحد من الآثار والانعكاسات الفورية المضرة بالبيئة والمحيط، وذلك من خلال خلق منتجات وتجارب سياحية جديدة تهتم بتنمية الوعي البيئي والثقافة البيئية، كقيام المنشآت السياحية الصغيرة باعتماد تقنيات تسمح باستخدام كفئ للموارد المائية والطاقوية ومعالجة النفايات، أو في المناطق والمنشآت السياحية الكبرى من خلال إعادة توجيه للأنشطة السياحية، باعتماد تقنيات تنظيمية وتسويقية تدفع لتغيير سلوك العاملين والسياح على حد السواء لصالح المحافظة على البيئة والمحيط.

4. وفي المستوى الرابع والأخير يعتمد اعتماد مقاربة جد قوية للاستدامة مبنية على إيمان راسخ أنه يجب تثبيط النشاط السياحي بشكل مستمر وفعال في ظروف معينة، كالمناطق الخالية من الأنشطة السياحية والمحميات الطبيعية ذات الأهمية المحلية والدولية، أي يتم التضحية بالسياحة من أجل مصالح أكبر، واعتماد نهج وقائي إلى أبعد الحدود للحفاظ وحماية النظم البيئية

في المناطق المعنية، لاستحالة إقامة أنشطة سياحية بدون تأثيرات بيئية جانبية، خاصة في المناطق الحساسة بيئيا أين يجب حماية البيئة لضمان استمرار بقاء أنواع وأصناف معية من الحيوانات مثلا.

وهنا يجب إبقاء الأنشطة السياحية في مستوى جد يافع néotène[1] من التنمية، أي أنها تحافظ على حالتها وحجمها وصفتها الابتدائية الفتية رغم تطورها في الزمن، ليصطلح عليها اسم «Neotenous Tourism» وجعلها لأهداف استكشافية مثلا من خلال استخدام رخص للمرور ومنع توسع المنشآت السياحية على الأراضي في هذه المناطق، والسماح لفئة قليلة للسياح المغامرين أو لمجموعات صغيرة من السياح الذين يقومون بدراسات خاصة وبشكل رسمي، وذلك للتقليل من استخدام الموارد المتجددة وغير المتجددة في تلك المناطق، حيث أن تثبيط أو تغييب النشاط السياحي هناك سوف يساهم في المحافظة على البيئة وحمايتها من أصغر مخاطر التدهور البيئي.

ورغم عدم وجود تطبيقات هذا النهج إلا إلى في مناطق جد محدودة فإنه يمثل نموذجا محتملا لصياغة سياسات إدماج السياحة في المناطق الحساسة ولو بدرجة بسيطة، لأن تدفق السياح وما يتولد من عوائد من النشاط السياحي يمثل وسيلة لإقناع أصحاب القرار للحفاظ على وضعية المحميات الطبيعية ويحفزهم للمحافظة وحماية البيئة.

[1] يمكن ترجمتها بمصطلح استدامة المرحلة اليرقية وهو مصطلح مستعمل في علم الأحياء ويعبر عن الحالة التي يكون فيها الحيوان محتفظاً طوال حياته بميزات تعتبر نموذجاً لعدم النضج (بل وربما تكون قاتلة) عند أسلافها في احدى مراحل حياتها من دورة الحياة، كما يحدث عند بعض السَّمَنْدَل (حيوان من البرمائيات)، حيث يتم الحفاظ على الخصائص اليرقاتية مثل الخياشيم(غَلاَصِم) حتى مرحلة البلوغ.

الجدول رقم (12): مستويات السياحة المستدامة لدى Hunter

المستوى	درجة تطور السياحة	الهدف الرئيسي	العلاقة مع البيئة
المستوى الأول **السياحة الحتمية**	إنشاء سياحة فتية وتطورها	إشباع رغبة السياح والشركات السياحية	تدهور بيئي بدرجة أقل من أنشطة اقتصادية أخرى
المستوى الثاني: **ترقية المنتج السياحي**	إنشاء وتطوير سياحة فتية أو تطوير نشاط سياحي قائم	تلبية رغبات السكان المحليين من خلال الاستفادة من العوائد ومشاريع التهيئة	الاهتمام بالبيئة موجه لترقية النشاط السياحي وتعزيز قدرة الجذب السياحي
المستوى الثالث **ترقية السياحة للمحافظة على البيئة**	إنشاء سياحة أو تطوير نشاط سياحي قائم من خلال أشكال خاصة من السياحة	خلق تجارب سياحية جديدة وتنمية الوعي البيئي لدى الأفراد	الاهتمام بالبيئة عنصر محوري لضمان ونجاح وتطور السياحة
المستوى الرابع " **استدامة المرحلة اليرقية**"	تثبيط أو تغييب النشاط السياحي	السماح لفئات محدودة وخاصة بممارسة النشاط السياحة في إطار ضيق	حماية البيئة من أقل مخاطر التدهور البيئي لوجود نظم بيئية جد حساسة.

المصدر: من إعداد الباحث بناء على ما سبق.

رابعا: السياحة المستدامة باقتراب نظامي

حسب هذه المقاربة فإنه ينظر إلى السياحة المستدامة كنظام معقد أي مجموعة من العناصر الداخلية والخارجية التي تتفاعل فيما بينها بشكل مستمر وديناميكي لتحقيق مجموعة من الأهداف المحددة مسبقا، بحيث يعتب هذا النظام مكون من مجموعة مراكز اتخاذ القرار المترابطة فيما بينها والتي تعرف تدفقات للمعلومات والسلع والتي لها القدرة على معرفة مقدار هذه التدفقات وأثرها على في سيرورة هذا النظام، وقد لخصت أهم العناصر المكونة لهذا النظام والعلاقات فيما بينها كما يلي[1]:

[1] Camus Sandra *et al.*, « Tourisme durable : une approche systémique » , in Management & Avenir, n° 34, 2010/4, p. 253-269.

– المؤسسة السياحية: والتي يجب عليها التحكم في جميع الموارد والكفاءات، وإدراج مفهوم التنمية المستدامة في جميع وظائف المؤسسة سواء الإنتاجية أو الاستهلاكية؛

– مقدموا الخدمات السياحية: رغم أن هؤلاء يتميزون بطبيعة وحجم مختلف (شركات الطيران، هياكل الإيواء، مراكز التسلية...) إلا أنه يجب أن يكون تنسيق وتعاون كاملين لأن نوعية وطبيعة الخدمة المقدمة من طرف كل عنصر تشكل جزء من العرض الكلي للخدمة السياحية يحدد ويؤثر على عامل جذب المنطقة السياحية؛

– العلاقات مع الزبائن الحاليين والكامنين: بهدف إرضاء الزبون مع الحفاظ على المردودية الاقتصادية للمؤسسة، ويقاس رضى الزبون هنا كالفرق بين الجودة المدركة (perçue) والجودة المنشودة، وهو مرتبط بالخدمات المقدمة بصفة جزئية وكلية، ومن ثم وجب ربط علاقة خاصة مع الزبائن لتدارك هذه الفروقات وخلق نوع من الوفاء مع الزبون وارتباط خاص مع المؤسسة السياحية أو مع الوجهة السياحية؛

– الهيئات العمومية وجمعيات ترقية السياحة: والتي تهتم بالتنسيق بين مختلف الفاعلين في النظام السياحي من أجل ترقية الوجهة السياحية، وذلك بالربط والتنسيق بين مقدمي الخدمات السياحية أنفسهم وبين هؤلاء وهيئات المجتمع المحلي؛

– هيئات المجتمع المحلي: والتي لها معاملة مباشرة مع السكان المحليين الذين ينتخبون ممثليهم في هذه الهيئات، فتقوم بتوفير الخدمات العمومية والبنى التحتية لصالح هؤلاء، وتقوم بتقديم الدعم المالي ومختلف المساعدات لصالح المؤسسات السياحية لدعم التهيئة المحلية؛

– الدولة: التي تمثل السلطة المركزية التي تقوم بإعداد سياسات وبرامج التهيئة والمحافظة على البيئة، وتمثل سندا للهيئات المجتمع المحلي والمشرع القانوني الذي ينظم سير عناصر النظام.

إن نظام السياحة المستدامة ناتج عن التفاعل المستمر بين هؤلاء الفاعلين، ينتج عنه أنظمة جزئية تشكل حلقات ذات أثر رجعي تسمح بتقدير ومراقبة أثر النشاط السياحي على المستوى الاقتصادي الاجتماعي والبيئي في المدى القريب، المتوسط والبعيد، فعلى مستوى محطة شتوية مثلا فمن المهم تسهيل العبور للسيارات الفردية وسيارات النقل العمومي وتطوير مختلف الهياكل، غير أن هذا الإجراء سيؤدي إلى زيادة حركة المرور والرفع من عدد الأفراد الزائرين لهذه المحطة إلى درجة غير مقبولة، مما سيؤدي هذا فيما بعد إلى تقهقر حالة الطرقات وتراجع قدرة جذب هذه المحطة بسبب نفور الأفراد من زحام السير.

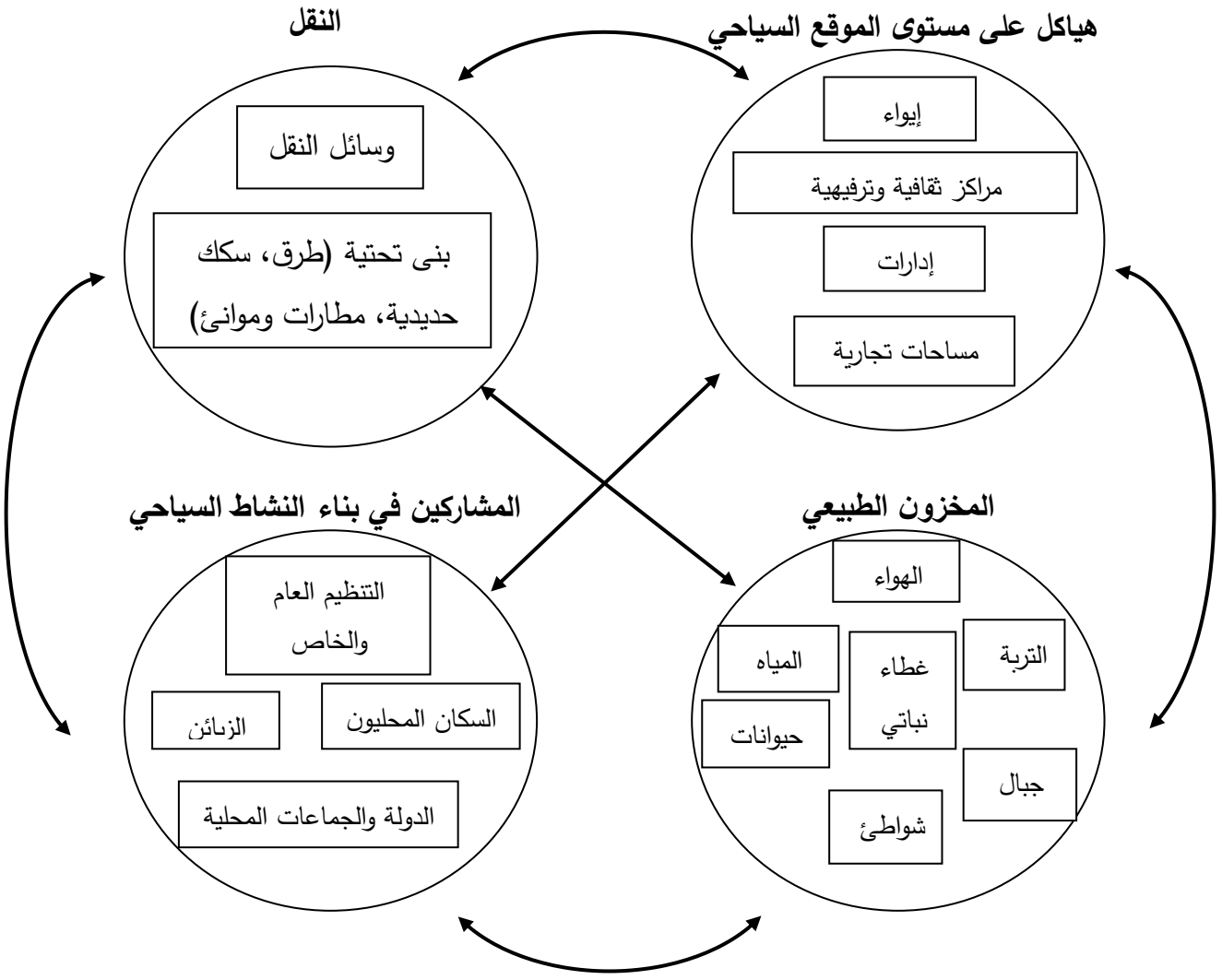
ومن ثم وجب على جميع الفاعلين التعاون والتنسيق قصد ضمن السير الحسن للنظام وبقاء هذه الحلقات الجزئية في حركية دائمة، وهذا للمحافظة على قدرة جذب الوجهة السياحية من خلال إرساء سلوكات تندرج ضمن مساعي التنمية المستدامة، وذلك من خلال[1]:

- يجب أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها جزء من استراتيجيات التنمية المستدامة للدولة أو الاقليم؛
- يجب أن تتبع الوكالات، المؤسسات، الأفراد المبادئ الأخلاقية التي تحترم ثقافة بيئة واقتصاد المناطق؛
- يجب تحقيق عدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة وأفراد المجتمع المضيف؛
- ضرورة وجود مراكز دخول في المواقع السياحية لتنظيم حركة السياح وتزويدهم بالمعلومات الضرورية؛

[1] بن بوزيان محمد، بن حبيب عبد الرزاق، مليكي سمير، " **السياحة المستدامة والمقاولاتية: الفرص والتحديات في الجزائر**"، مداخلة من الملتقى الدولي الرابع للمنظمة الدولية للتسويق الإسلامي، 29-30 اسطنبول تركيا، 2013.

- ضرورة وجود إدارة سليمة للموارد الطبيعية والبشرية يمكن أن تحافظ على هذه البيئة للأجيال القادمة؛
- دمج السكان المحليين وتوعيتهم وتثقيفهم بيئيا وسياسيا.

الشكل رقم (15): التمثيل النظامي للسياحة المستدامة



Source : Camus Sandra *et al.*, « Tourisme durable : une approche systémique » , in Management & Avenir, 2010/4 n° 34, p 268.

ومن ثم يمكن القول أن السياحة المستدامة عبارة رؤية جديدة للممارسة السياحية عبر نظام معقد يضم مجموعة من العناصر الداخلية والخارجية بشكل يؤدي إلى تنمية قادرة على الحفاظ على

نوعية المحيط والتجارب السياحية لدى السياح وعلى النظم الاجتماعية والثقافية لدى السكان المحليين، وذلك وفق توازن يتحدد بالمبادئ والقيم المنتشرة لدى أصحاب المصالح وبالظروف المتعلقة بالزمان والمكان.

إن هذه الاستدامة مرهونة بقدرة الإيرادات والعوائد السياحية على تغطية التكاليف المتولدة من النشاط السياحي، سواء كانت هذه التكاليف متعلقة بالمدخلات المستعملة في العملية الإنتاجية من طرف المؤسسات السياحية أو التكاليف المتعلقة بالانعكاسات السلبية للنشاط السياحي على المحيط والبيئة والتي يتحدد كل منه بمجموعة من المركبات والعوامل، لتصبح دالة الاستدامة السياحية الفرق بين مجموع الإيرادات ومجموع التكاليف والمرتبطة بحجم التوسع في النشاط السياحي.

المطلب الثاني: أسس ومبادئ السياحة المستدامة

إن السياحة المستدامة تعبر عن ممارسة للنشاط السياحي بالاعتماد على مجموعة من المبادئ والأسس، والتي تتلخص أساسا في الحفاظ على البيئة وتحقيق الاستمرارية الاقتصادية واحترام المجتمعات المحلية، ويمكن تفصيلها في النقاط التالية.

أولا: الحفاظ على البيئة

إن الحفاظ على البيئة ينطوي عليه حماية الموارد السياحية، والمحافظة على النسق الطبيعي للمنطقة السياحية والاستعمال الأمثل للموارد الطبيعية.

1. حماية وتثمين الموارد السياحية:

تعتمد أي وجهة سياحية كما رأينا سابقا في بعث النشاط السياحي في كثير من الحالات على حزمة من الموارد الطبيعية (مناظر خلابة، تضاريس، تنوع نباتي وحيواني، شواطئ جذابة...)، أو موارد أخرى ذات طابع ثقافي وتاريخي (مواقع أثرية، بنايات تاريخية، عادات وتقاليد...)، حيث تمثل هذه الموارد النواة الأساسية للنشاط السياحي لكونها لا جوهر ما يطلبه السياح ولا يمكن للنشاط

السياحي أن يقوم أو يزدهر بدون وجود هذه العناصر، فطبيعة ونوعية المياه والشواطئ هي أساس للسياحة الشاطئية، وطبيعة الغطاء النباتي والتضاريس هي أساس لسياحة التجوال... وإن كان النشاط السياحي يعتمد كذلك على عناصر أخر مصطنعة (إيواء، إطعام، نقل...) فإن الموارد الطبيعية و/أو الثقافية غير قابلة للإحلال ولا للتقليد ولا يمكن الحصول عليها إلا في مناطق سياحية بعينها، فهي تمثل ميزة تنافسية لهذه المناطق تؤهلها لتقديم منتج سياحي متميز، ومن ثم فإن أي تدهور لهذه الموارد (غير المتجددة) سوف يؤدي إلى تراجع لمكانة وقدرة الجذب السياحي الكلية لهذه المناطق، لذلك فإن المنشآت السياحية يجب أن لا تمس بقدرة الجذب السياحة خاصة تلك التي تعمد على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية، لأن استمرارية العرض السياحي مرتبط ارتباطا وثيقا بانعكاسات الأنشطة السياحية على هذه الموارد في الأجلين المتوسط والطويل، لتصبح حماية والمحافظة وتثمين الموارد الطبيعية والثقافية متغيرا هما في تطوير الأنشطة السياحية[1].

إن المحافظة وحماية البيئة في إطار سياحة مستدامة يندرج ضمن مجموعتين من الإجراءات الأساسية[2]:

- إجراءات تهدف إلى الحد والتقليل من الآثار والانعكاسات السلبية التي تتولد عن الأنشطة السياحية على الموارد الطبيعية، كإنشاء محطات لمعالجة المياه المستعملة أو مراكز لمعالجة النفايات؛
- إجراءات تهدف إلى تغيير في سلوكات وتصرفات الفاعلين في النشاط السياحي كالمؤسسات السياحية والسياح.

[1] Pupion Pierre Charles, « Tourisme durable et valorisation de l'environnement du littoral aquitain : diversité et stratégies des acteurs » in Management & Avenir, n° 34,, 2010/4, p. 289-305.

[2] François Hugues, « Le tourisme durable une organisation du tourisme en milieu rural» in Revue d'Économie Régionale & Urbaine, 2004/1 février, p. 57-80.

2. المحافظة على النسق الطبيعي للمنطقة:

يجب أن تكون المرافق السياحية المقامة موافقة ومتلائمة مع الطابع الطبيعي للمنطقة، سواء تعلق الأمر بالهياكل السياحية كالفنادق وهياكل الإيواء أو بالنسبة للمرافق المساندة كالطرقات والمطارات، وهنا تعطى الأولوية لترميم وصيانة الهياكل القائمة إن وجدت حتى لا يتم التعدي على مساحات جديدة من الأراضي، وفي جانب آخر يجب أخذ بعين الاعتبار قبليا مدى تأثير هذه المشاريع على الخصائص الطبيعية للمنطقة قبل عملية الإنشاء، حيث يمكن أن يتم اللجوء إلى القيام بأشغال كبرى من شأنها تغيير في النسق الطبيعي العام في المنطقة (تعرية مساحات خضراء، تحويل مسارات مائية، تعرية التربة...)، وفي هذا الإطار يجب إقامة هذه المشاريع بعيدا أو خارج المناطق الحساسة طبيعيا وبيئيا، واعتماد خامات وتكنولوجيات بناء يكون لها أقل تأثير على المحيط، مع تقليص إلى أقصى حد لفترة الإنشاء والتشييد واعتماد تصميمات ملائمة للنسق الطبيعي للمنطقة من حيث الألوان والتصميم.

3. الاستخدام العقلاني للموارد:

يعتبر القطاع السياحي من بين القطاعات الأكثر استهلاكا للموارد الطبيعية (المياه، الطاقة...)، لذلك لابد من اعتماد إجراءات تحث على استخدام عقلاني ورشيد لهذه الموارد لا سيما غير المتجددة منها، وفي هذا الإطار يمكن التركيز على العناصر التالية[1]:

- الحفاظ على البيئة النباتية والحيوانية المحيطة؛
- محاولة العمل مع المجتمع المحلي؛
- تقديم برنامج توضيحي لتثقيف كل من العاملين والسائحين بالبيئة الطبيعية والثقافية المحيطة.

[1] المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، المهندس خالد بن حسين وعبد الحكيم بن عبد العزيز الماضي، النزل السياحية البيئية منتجع سياحي مستدام، ورقة عمل، ص5.

- استخدام بدائل ووسائل مستدامة للحصول على المياه وتقليل الفاقد منها؛
- الاهتمام بطرق التعامل مع المخلفات الصلبة والصرف الصحي؛
- توفير الاحتياجات من الطاقة من خلال تصميمات طبيعية ومصادر متجددة من الطاقة؛
- استخدام الخامات المحلية والتكنولوجيا التقليدية في البناء كلما أمكن ودمج هذا في نماذج حديثة تحقق استدامة أكبر؛
- يكون للهياكل أقل تأثير ممكن على البيئة الطبيعية المحيطة خلال فترة الإنشاء والتشييد.
- تكون الهياكل ملائمة للمحيط الطبيعي والثقافي من خلال الاهتمام بالتكوين وتنسيق الموقع العام والألوان واستخدام العمارة التقليدية السائدة.

ثانيا: الاستمرارية الاقتصادية

إن احتضان منطقة معينة لنشاط سياحي يستدعي المحافظة على مستوى معين من النشاط لضمان مستوى معين العوائد والأرباح، وذلك بما يسمح للمؤسسات السياحية الاستمرار في نشاطها وتغطية مختلف النفقات المتعلقة بالتسيير والتجهيز، وهنا يمكن ذكر النقاط التالية.

1. تقديم خدمات سياحية متميزة:

نظرا للمنافسة الشرسة التي تعرفها الوجهات السياحية فإن العروض السياحية يجب أن تكون واضحة ومحددة ومنسجمة مع الأسواق المنشودة وشريحة الزبائن المستهدفة وقادرة على تقديم خدمات سياحية متميزة تخرج السائح من حياته اليومية، ومن ثم يجب القيام باستمرار بدراسات وأبحاث لهذه الأسواق، وذلك لمعرفة ومواكبة تطور أذواق وعادات وتطلعات السياح قراءة وفهم عميق لواقع وتطور الأسواق على المستويات المحلية، الوطنية والدولية، قصد والبحث عن تقديم خدمات سياحية متميزة وذات نوعية في جميع عناصرها وبأسعار تنافسية تمس أكبر شريحة ممكنة من السياح، وفي نفس السياق يجب على الوجهات السياحية أن تبحث في عميق مقوماتها السياحية لا سيما الثقافية

والاجتماعية الخاصة بها لتثمينها وجعلها بارزة في أعين الزوار والسياح، وذلك من خلال إدماجها في منتجات سياحية متجددة تتميز عن المنتجات التي تعرضها الوجهات السياحية الأخرى لاستقطاب مستمر للسياح والزائرين الذين يبحثون عن تجربة سياحية خاصة، وفي هذا الإطار يجب التأكيد على إلزامية وجود شراكة عادلة بين مقدمي الخدمات السياحية على مستوى الموقع السياحي من مؤسسات محلية وسكان محليين من جهة والوسطاء والسواح من جهة أخرى لضمان استمرارية للتجربة السياحية في المدى الطويل[1].

كما يجب ان تكون المرافق السياحية مهيأة بجميع المرافق الضرورية بما يحفظ سلامة وصحة وأمن السياح، على ان يتم الأخذ بعين الاعتبار السياح الذين قد تكون لهم احتياجات خاصة (مسنين، معاقين، أطفال رضع...) وما يحتاجونه من تجهيزات ومرافق (مصاعد، ممرات خاصة، مرافق صحية...).

2. اعتماد سياسات تسويقية لزيادة الإنفاق السياحي:

يجب اعتماد سياسات تسويقية تهدف إلى الرفع من مستوى الإنفاق لدى السياح وإطالة مدة إقامتهم، وذلك من خلال التنويع في عناصر الترفيه والتسلية، وتنظيم المهرجانات المحلية والتجمعات لا سيما التي تتعلق بالتراث الثقافي والتاريخي للمنطقة، هذا إلى جانب شبكة نشيطة من الدكاكين والمحلات التجارية التي تقوم بعرض منتجات تكون محل اهتمام السياح، مع التركيز على المنتجات المصنوعة محليا (مطاعم، صناعات تقليدية، حرف، فنون...) لضمان استفادة منتجيها المحليين من العوائد الناتجة، وهنا يجب التأكيد على ضرورة وجود خدمات إعلامية كافية تقوم بالتعريف بالأماكن الواجب زيارتها والإشهار بمختلف التظاهرات والنشاطات المقامة في المنطقة[2].

[1] Delisle Marie-André et Jolin Louis, op cit, p 99.
[2]

3. إدماج المؤسسات المحلية في النشاط السياحي:

وفي سياق آخر يجب كذلك على المؤسسات السياحية أن تنشئ شبكة واسعة من العلاقات والروابط مع المؤسسات التي تقوم بتموينها بالسلع الوسيطية (مواد غذائية، الشراشف والمناشف والصابون، خدمات...) وكذا سلع التجهيز والقطاعات التحويلية التي توفر الخدمات والسلع الاستهلاكية لصالح السياح (الخدمات المالية، الاتصالات تجارة التجزئة، الخدمات الترفيهية والثقافية، والخدمات الشخصية، خدمات الصحة والأمن...)، وهنا يقتضي على المؤسسات السياحية الاعتماد في تموينها على المؤسسات المحلية كلما أمكن ذلك، من خلاء إمضاء عقود واتفاقيات مع هذه المؤسسات، مما يساعد على إدماجها في سلم القيم المحلي، ويسمح لها بإمكانية التفاوض المسبق على الأسعار، والقيام بعمليات تخطيط الإنتاج وضمان مداخيل دائمة، مما يؤهلها على الاستثمار واكتساب أكثر حداثة تكنولوجيات وتوسيع نشاطها وتعزيز تنافسيتها لتجاوز العقبات المتعلقة بنوعية المنتجات وظروف تسليمها[1].

غير أن هذه العلاقات والروابط لا يمكن أن تتم من دون استراتيجية وطنية فعالة وسياسات وأطر تنظيمية والمؤسسية هادفة وحوافز كافية لتحفيز الاستثمار الخاص وتعزيز القدرات الوطنية في مجال العرض، كما تحتاج إلى اعتماد استراتيجية وطنية لإنشاء البنى التحتية التي لا يمكن القيام بها إلا في إطار برامج وطنية وجهوية ويستحيل القيام بها محليا من طرف السلطات المحلية، حيث يتعلق ادماج النشاط السياحي في الاقتصاد الوطني بمستويات التنمية المحققة في البلد المستقبل التي تنعكس على قدرة الاقتصاد المحلي على تغطية الاستثمارات السياحية بما تحتاجه من سلع التجهيز

[1] World Tourism Organization, Making tourism more sustainable- A guide for policy makers, p29.

من جهة وتموين المؤسسات السياحية الناشطة بما تحتاجه من سلع وخدمات استهلاكية من جهة أخرى.

فإذا كانت الشركات السياحية المتعددة الجنسيات تمثل قناة فعالة لاستقدام رؤوس الأموال للاستثمار السياحي واليد العاملة المؤهلة، فهي في المقابل تمثل نافذة لتسربات عوائد النشاط السياحي خارج الاقتصاد المحلي، وذلك من خلال إعادة تحويل أرباحها للشركة الأم وفي حالة اعتمادها على ممونين خارج الاقتصاد المحلي، كما أنها تخصص المناصب الهامة لموظفين أجانب العالي التأهيل، مما يقلص من إمكانية تراكم رأس المال المحلي ويحد من إدماج الممونين المحليين، ويمنع السكان المحليين من الحصول على وظائف أحسن، وهنا على البلد المستقبل استغلال قدراته التفاوضية لفرض شروط مشاركة هذه الشركات في الحياة الاقتصادية وإدماجها مع الممونين المحليين.

4. إرساء مناخ تنافسي وتشجيع الاستثمار:

كما أن تحقيق استدامة اقتصادية في الأنشطة الاقتصادية يمر عبر إجراءات محاربة السلوكيات غير التنافسية في الأسواق (احتكار، رشوة...) التي تؤدي إلى ارتفاع تكاليف المعاملات وتمس بنوعية السلع والخدمات المقدمة وتحد من عملية إنشاء شبكة العلاقات والروابط مع المتعاملين الاقتصاديين المحليين من جهة، وخلق مناخ استثماري يحفز على خلق وإنشاء وتطور المؤسسات الاقتصادية لا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لما لها القدرة على دخول الأسواق المحلية والتأقلم السريع مع متطلبات السوق، خاصة إذا كان هؤلاء المستثمرين أو أصحاب هذه المؤسسات من الذين يقطنون أو ينحدرون من المنطقة المزارة والذي يشجع على بقاء العوائد والأرباح وإعادة توزيعها محليا (اقتناء مواد وسيطية، إعادة استثمار...)[1].

[1] Organisation mondiale du tourisme, Vers un tourisme durable - Guide à l'usage des décideurs, 2006, p 28.

5. خلق مناصب شغل لائقة:

رغم اعتماد النشاط السياحي على يد عاملة كثيفة بسبب الطابع التركيبي للنشاط السياحي والتي تكون عادة غير مؤهلة، فإن الطابع الفصلي للطلب السياحي يجعل من مناصب العمل المرتبطة بالسياحة غير مستقرة في ظل ظروف عمل متدنية في غالب الأحيان، سواء من حيث أوقات العمل غير المنتظمة وأجور منخفضة في ظل انعدام للميزات الاجتماعية كالاستفادة من الضمان الاجتماعي والتقاعد، هذا إلى جانب غياب أفق التطور والرقي في الوظائف، ومن ثم يجب أن تسمح الأنشطة السياحية في المناطق المستقبلة برفع من عدد ونوعية مناصب الشغل دون تمييز سواء من حيث مستوى الأجور، ظروف العمل، تكافؤ الفرص أو من حيث الميزات الاجتماعية (التأمين، التقاعد، سكن وظيفي...)، وفي ظل ظروف عمل لائقة من حيث السلامة والأمن والنظافة بما تمليه قوانين العمل السارية المفعول، وفي هذا الإطار يمكن اعتماد بعض الاستراتيجيات على مستوى المؤسسات الموظفة لإطالة وتمديد الموسم السياحي وضمان استمرار نشاط المؤسسة خارج فترة الموسم السياحي وذلك للحفاظ على مناصب الشغل، ونذكر منها[1]:

- خلق وتحفيز مناصب الشغل لصالح الجميع دون تمييز بما يتناسب مع تطور السوق وتطور الأنشطة السياحية في المستقبل، من خلال تقديم التحفيزات المالية والضريبية لصالح المستخدمين؛
- تشجيع توظيف اليد العاملة المحلية خاصة في المناصب التي لا تحتاج إلى تأهيل عال، وتخصيص مناصب للفئات المحرومة لا سيما النساء، كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة؛
- المحافظة على مناصب الشغل الدائمة من خلال تقديم عروض خاصة وتخفيضات خلال الفترات خارج الموسم السياحي لا سيما خلال عطل نهاية الأسبوع والعطل الخاصة وتنظيم أنشطة

[1] Organisation Mondiale du Tourisme, Guide du tourisme durable pour le développement, 2013, p 92.

وتظاهرات خارج فترة الموسم السياحي، وكذا استهداف عملاء مهتمين بالسفر خارج فترة الموسم السياحي (المتقاعدين وكبار السن)؛

- خلق مرونة في سوق العمل وتسيير انتقال العمال والموظفين بين مختلف القطاعات خارج السياحة لمواجهة الطابع الفصلي للنشاط السياحي.

وفي هذا الإطار يجب اعتماد استراتيجية شاملة من طرف السلطات العمومية لإنشاء مدارس ومراكز تكوين لليد العاملة السياحية المؤهلة لا سيما في مجال الإدارة وتسيير الهياكل السياحية واستخدام وسائل الإعلام والاتصال الحديثة واللغات الحية، والاقتراب من المؤسسات السياحية لتشجيع وتحفيز اعتماد برامج تكوين خاصة للعمال والموظفين لتحسين أدائهم بما ينعكس على نوعية الخدمات المقدمة.

ثالثا: تحقيق الرفاهية الاجتماعية

يجب أن تسمح التنمية السياحية للمجتمعات المحلية من الرقي وتحسين أوضاعهم المعيشية دون عرقلة سير حياتهم اليومية ومع المحافظة على أعرافهم وعاداتهم، وعلى تراثهم الثقافي والتاريخي.

1. الاستفادة من المشاريع العامة:

إن التنمية السياحية وما ينجر عنها من مشاريع كبرى للبنى التحتية (تعبيد للطرقات، إنشاء جسور...) وإقامة للمرافق والخدمات العمومية (التوصيل بشبكات الكهرباء والماء، خدمات الاتصال، الأمن العمومي، الاستشفاء العمومي....) من شأنه تحسين الظروف المعيشية والرقي بالحياة الاجتماعية للسكان المحليين في الوجهات السياحية خاصة الفئات المحرومة، كما يعمل على فك العزلة على الكثير من المناطق لا سيما الريفية والجبلية منها، وإن كانت هذه الخدمات ضرورية وغير متعلقة بالنشاط السياحي فقط، إلا أن الرغبة في تنشيط السياحة وتطويرها من طرف السلطات

العمومية سيعطي دفعا جديدا للتنمية الاقتصادية في هذه المناطق وسيفتح آفاقا لأنشطة اقتصادية جديدة خارج قطاع السياحة (الزراعة مثلا).

كما يمكن تشجيع المستثمرين السياحيين على المشاركة في صناديق خاصة لتمويل مشاريع ذات فائدة عامة (مدارس، مراكز صحية، حفر آبار...) لصالح المجتمعات والسكان المحليين من خلال التخفيضات الضريبية والتسهيلات الإدارية، أو تنظيم شراكة مع مقاولين أجانب بحيث يهتم السكان المحليون بتوفير أهم المنتجات والخدمات السياحية بينما يهتم المقاول الأجنبي بالجانب التسويقي.

2. الاستفادة والتوزيع العادل للعوائد الاقتصادية للنشاط السياحي:

لابد من تفعيل السياحة كقناة فعالة لتوزيع المداخيل وجعل العوائد الاقتصادية للنشاط السياحي يمس أكبر شريحة من السكان المحليين واحتباس الإيرادات السياحية داخل الوجهة السياحية وذلك من خلال:

- اعتماد إجراءات تشجع على توفير فرص عمل للسكان المحليين بعينهم من خلال سياسات التوظيف الشفافة والعادلة البعيد عن كل تمييز عرقي أو جنسي أو غيره من أنواع التمييز، على أن يتم بالموازاة مع ذلك اعتماد برامج تعليمية وتكوينية لصالح هؤلاء السكان حتى يتسنى لهم الحصول على هذه الوظائف؛
- اعتماد سياسات تحفيزية وتشجيعية لصالح السكان المحليين أو لصالح رجال الأعمال المنحدرين من تلك المناطق، وذلك من أجل إنشاء المؤسسات لا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتقديم إعانات في مجال التمويل (التمويل المصغر، قروض بأسعار فائدة محسنة...) وفي المرافقة والتكوين، والتي ستقوم بتقديم سلع وخدمات للسياح مباشرة (إطعام، سلع تقليدية، تجارة التجزئة...)،

أو المؤسسات التي تقوم بتزويد المؤسسات السياحية بما تحتاجه من سلع وخدمات وسيطية أو تقوم بمناولات داخلية في مجال النقل والصيانة مثلا.

– اعتماد سياسات وإجراءات تدفع بالسكان المحليين الذين يقومون بأنشطة بصفة غير رسمية كخدمات النقل، الدليل السياحي، خدمات الإيواء، التجارة المتنقلة... إلى ولوج السوق الرسمي من خلال التسهيلات الإدارية ومنح التراخيص.

3. إشراك السكان المحليين في اتخاذ القرار:

قد تؤدي التنمية السياحية إلى آثار غير مرغوب فيها عندما تكون مطلقة وبلا ضوابط وتسطر سياساتها وتطبق خارج المجتمعات المحلية، أين تعطى الأولوية لحجم النشاط الاقتصادي أو السوق، ويتم التعامل مع الثقافات المحلية والتراث الإنساني كسلع استهلاكية، مع الحرص على الحصول على العملة الصعبة أو تعظيم إيراداتهم دون مراعاة لأدنى قيد، حيث يتم إدارة هذه التنمية من قبل سلطة خارجية كالمروجين أو مشغلي صناعة السياحة الدولية، أو من قبل الحكومة المركزية، ونشير هنا أن الآثار السلبية للسياحة تميل إلى أن تكون أكثر شيوعا عندما لا تعطى المجتمعات الاختيارات، أي عندما لا يكون لها سيطرة على مشاركتها في الأنشطة السياحية.

وقد قدم كل من Pretty و Hine سنة 1990 ست مستويات من المشاركة التي يمكن أن يقدمها السكان المحليون في التنمية السياحية، تختلف كل منها باختلاف درجة إدماجهم في عملية اتخاذ القرار، كما يبينه الجدول التالي.

الجدول رقم (13): مستويات مشاركة المجتمعات المحلية في النشاط السياحي حسب Petty وHine

مستوى المشاركة	خصائص ومميزات مستوى المشاركة
المشاركة السلبية	يشارك السكان المحليون من خلال التحدث فيما تم تقريره أو تم تنفيذه، ويتم اقتسام المعلومات فقط لدى المهنيين الخارجيين.
المشاركة التشاورية	يتم إشراك السكان المحليين من خلال الاستشارة أو عن طريق طرح الأسئلة دون المشاركة في اتخاذ القرار، ولا يوجد أي إلزام بالأخذ بآرائهم.
المشاركة المشتراة	يتم إشراك السكان المحليين مقابل محفزات وعوائد مادية عينية أو مالية، وليس هناك مصلحة في الاستمرار بالمشاركة حين توقف هذه المحفزات.
المشاركة الوظيفية	وهي مقصودة من طرف الوكالات الخارجية حيث يتم إشراك السكان المحليين قصد تدنية التكاليف مثلا لتحقيق أهداف معينة.
المشاركة التفاعلية	يشارك الأفراد في التحليل المشترك، ووضع خطط العمل وتشكيل أو تعزيز الجماعات أو المؤسسات المحلية، وتحدد منهجيات التعلم للحصول على وجهات نظر فيما يخص كيفية استخدام الموارد المتاحة
التعبئة الذاتية	المشاركة والتواصل باتخاذ مبادرات مستقلة عن المؤسسات الخارجية، ويتم إقامة علاقات مع هذه الأخيرة للمشورة الفنية فيما يخص استخدام الموارد بغرض الاحتفاظ بالسيطرة على استخدامها.

Source: Mowforth Martin & Munt Ian, Tourism and Sustainability, 2ed Edition, Routledge, London, 2003, p 215.

وهنا نشير إلى عملية صنع القرار لدى السكان في المناطق المستقبلة، حيث تكون بشكل شفاف وبإشراك المجالس المحلية المنتخبة وهيئات المجتمع المدني من خلال تحديد نوعية الزوار واختيار طبيعة السياح المستهدفين، وكذا طرق إدماجهم في الحياة اليومية للمجتمع وتسيير احتكاكهم بالسكان المحليين (تنظيم الزيارات، الإيواء والإطعام)، بما يحترم العادات وخصائص منطقتهم، حتى تكون السياحة بهذا الشكل لا تهتم فقط بالعوائد المالية، وإنما تكرس وتعزز الشعور بالانتماء لدى

السكان المحليين والافتخار بالموروث الإنساني لديهم والمشاركة في تسييره والاستفادة منه والعمل على صيانته وتثمينه[1].

4. عدم التشويش على سير الحياة اليومية للسكان المحليين:

إن الطابع الفصلي للنشاط السياحي يؤدي إلى تركز عدد كبير من الأفراد في منطقة محدودة (التركيز المكاني) خلال فترة قصيرة التي توافق الموسم السياحي (التركيز الزماني)، مما يؤدي إلى وقوع ازدياد حاد في الطلب على الموارد الموجودة في الوجهة السياحية (استعمال المياه، الكهرباء...)، كما يؤدي إلى اكتظاظ وضغط في استخدامات المرافق العمومية (ازدحام المرور، عجز في النقل العمومي...)، مما قد يخلق نزاعات مع السكان المحليين الذي يجدون أنفسهم في منافسة مع السواح الجانب للحصول على تلك المواد خاصة في فترات التي تعرف توافدا كثيفا للزوار، الأمر الذي يشكل تشويشا واضطرابا على سير الحياة اليومية للسكان المحليين مما يؤثر سلبا على موقفهم من النشاط السياحي، ومن ثم يجب اعتماد بعض الإجراءات للتخفيف من حدة هذا الضغط، نذكر منها[2]:

- تمديد الموسم السياحي للتقليل من التركيز الزماني للنشاط السياحي؛
- تقديم عروض خاصة وتخفيضات خارج فقترة الموسم السياحي؛
- ترقية وإنشاء مناطق ومرافق سياحية جديدة في الوجهة السياحية للتقليل من التركيز المكاني؛
- اعتماد إجراءات خاصة للتحكم في حجم تدفق السياح (تحديد المجموعات السياحية، حقوق الدخول، مناطق ممنوعة للسياح، برامج زمنية...)؛
- برمجة الاستثمارات على مستوى المرافق السياحية أو على مستوى البنى التحتية والفوقية بما يتوافق مع حجم النشاط السياحي ومتطلبات السكان المحليين في الأجل المتوسط والطويل.

---

[1] Mowforth Martin & Munt Ian, op cit, p 215.

[2] World Tourism Organization, Making tourism more sustainable- A guide for policy makers, op cit, p32.

5. الاحترام الكامل للأصالة الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية:

يجب أن يتم تنظيم النشاط السياحي في ظل توافق تام لقيم وثقافة المجتمعات المحلية، ويجب على السواح أو مسيري المؤسسات السياحية عدم التحلي بسلوكيات تتنافي مع الأعراف المحلية أو أنها تؤثر على الممارسات والقيم الدينية، والعادات المحلية مما قد يخلق في بعض الأحيان سلوكات عدائية من طرف المجتمعات المحافظة ضد كل ما هو أجنبي، وهنا يجب اعتماد مجموعة من الممارسات من طرف جميع الأطراف الفاعلة في النشاط السياحي، نذكر منها[1]:

- تقديم برامج توضيحية من طرف المؤسسات السياحية لصالح السياح قبل وأثناء الرحلة وإيفائهم بالمعلومة اللازمة والمتعلقة بالثقافات والعادات السائدة في المجتمعات المحلية مع التركيز على النقاط الحساسة التي يجب أن تحظى بأولوية الاحترام (اللباس، الطقوس الدينية...)؛
- فرض قوانين داخلية من طرف المؤسسات السياحية على السياح بما يتوافق سلوكهم مع عادات وأعراف المجتمع المحلي مع فرض عقوبات (إتاوات، غرامات مالية...)؛
- اعتماد إجراءات أمنية من طرف السلطات العمومية لمراقبة ومنع انتشار الآفات الاجتماعية المتعلقة بالنشاط السياحي (تجارة المخدرات، دعارة، اعتداءات...)؛
- قيام السلطات العمومية وهيئات المجتمع المدني بحملات توعوية لصالح السكان المحليين لإبراز أهمية السياحة كقناة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ومحاولة بث الاحترام المتبادل بين السائح والمستقبل في إطار الأدب والكرم وحسن الاستقبال، والدعوة للاعتزاز بالميزات الثقافية المحلية وبالهوية والشخصية المحلية ومن ثم العمل على تثمين والمحافظة وصيانة للتراث الطبيعي، الثقافي والمعنوي المحلي وللحرف وللصناعات التقليدية.

---

[1] Organisation mondiale du tourisme, Vers un tourisme durable - Guide à l'usage des décideurs, 2006, p 40.

6. حماية وتثمين التراث الثقافي والتاريخي:

يأتي تثمين التراث الثقافي والتاريخي المادي والمعنوي في المناطق السياحية من بين أولويات السياحة المستدامة لكونه عنصرا من عناصر الجذب السياحي، حيث يمكن للسياحة أن تكون قناة جد فعالة في حماية البيئة والمعالم التاريخية والثقافية، وذلك حسب أربعة حالات رئيسية كما يلي[1]:

- يمكن للسياحة أن تكون محفزا للقيام بعمليات الترميم وإعادة التأهيل للمواقع التاريخية والمباني والمعالم الأثرية الموجودة كالبنايات القديمة: أبراج، منارات، مساجد، كنائس، قصور... أو تهيئة الممرات والطرقات في الأحياء العتيقة، لتصير محج الزائرين والسياح مما يساهم في إبراز المكانة الثقافية والتاريخية لتلك المعالم ويعزز روح الانتماء للسكان المحليين ويساهم في توليد عوائد مالية يمكن أن تستعمل في عملية التحسين المستمر لهذه المنشآت؛
- يمكن أن يتم من خلال الأنشطة السياحية تحويل بنايات قديمة ومعالم عتيقة إلى منشآت سياحية ذات صفة وتوجه سياحي جديد، كتحويل بعض المنازل والديار القديمة إلى مقاهي أو مطاعم شعبية، مع الحفاظ على الطابع التقليدي والتاريخي الأصيل لهذه المعالم، مما يسمح للسائح أو الزائر بالتمتع بخدمة سياحية حديثة في محيط محلي عريق، وهنا يجب أن نؤكد من وجوب وجود تنسيق وثيق بين الهيئات المسؤولة عن المحافظة على التراث والبيئة ووكالات الدعاية للتأكد من الحفاظ الكامل للصفات والخصائص التاريخية والثقافية لهذه المعالم، والسهر على اختيار النشاط السياحي المناسب لطبيعة هذه المعالم؛
- يمكن للسياحة باعتبارها نشاط اقتصادي أن تكون وسيلة للمحافظة على الموارد الطبيعية كما هو الحال في الحضائر والمحميات الطبيعية التي تمثل خير مثال للعلاقة بين التنوع البيئي والسياحة،

[1] Wall Geoffre & Mathieson Alister, Tourism: change, impacts and opportunities, Pearson Education Limited, Harlow, 2006, p 163- 165.

وقدرة هذه الأخيرة على ضمان الحفاظ على أنواع النباتات والحيوانات المتواجدة هناك والتي تمثل مصدر الجذب السياحي في تلك المناطق، كما تساهم السياحة من خلال تطوير هذا النوع من الأنشطة إلى بعث وتطوير الكثير من الأنشطة الأخرى المرافقة للنشاط السياحي (إيواء، نقل، منتجات محلية...)؛

- كما يمكن للسياحة والرغبة في بعث النشاط السياحي سببا في اعتماد مراقبة إدارية وإجراءات تنظيمية للمحافظة على نوعية البيئة وضمان تقديم تجارب سياحية مرضية للسياح، وتختلف هذه الإجراءات من موقع لآخر ومن بلد لآخر، بحسب مرونة وقدرة صمود المنطقة أو الموقع المعني وكذا درجة وكثافة الاستخدام للمرفق السياحي، هذا إلى جانب الشكل والصفة القانونية للهيئة المسؤولة عن الرقابة، فيمكن مثلا اعتماد إجراءات لمنع أو الحد أو تقييد حركة المرور (تحديد عدد السياح اليومي، حضر المرور لبعض الأماكن، منع استعمال السيارات المتاخمة للأماكن السياحية...).

المطلب الثالث: مفاهيم مرتبطة بالسياحة المستدامة

إن مفهوم السياحة المستدامة ينطوي عليه الكثير من المفاهيم المتقاربة، والذي يغطي كل منها جانبا من جوانب السياحة المستدامة البيئية، الاقتصادية أو الاجتماعية والثقافية، والتي نحاول عرض أهمها في هذا المطلب.

أولا: السياحة التضامنية

يرتبط هذا الشكل من أشكال السياحة بما يصطلح عليه الاقتصاد الاجتماعي التضامني، الذي "يشير إلى الاقتصاد الذي محوره الناس، حيث أن الهدف الأساسي للنشاط الاقتصادي، أي إنتاج السلع والخدمات، هو تلبية احتياجات الناس وليس تحقيق الحد الأقصى من الأرباح... وهو يسخر الأدوات الاقتصادية لخدمة غايات اجتماعية، أهمها الرفاه والنمو للجميع بدلا من التركيز على

تحقيق مكاسب تخدم الربح الفردي... فالهدف من الاقتصاد الاجتماعي التضامني هو معالجة المشاكل الاجتماعية والاقتصادية كالفقر وقلة فرص العمل المستقر."[1]

ويتميز الاقتصاد الاجتماعي التضامني بمجموعة الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بشركات الأشخاص كالتعاونيات، التعاضديات، الجمعيات والمنظمات غير الربحية، والتي يبنى عملها الداخلي وأنشطتها على مبدأ التضامن والمنفعة الاجتماعية، وذلك من خلال اعتماد مجموعة من الأسس[2]:

- والمساواة في إبداء الرأي والتصويت بكل ديموقراطية في القرارات لا سيما الاستراتيجية منها؛
- المشاركة الطوعية للمعنيين والمستفيدين؛
- إنشاء مؤسسات ومشاريع مشتركة باعتماد موارد مختلطة بناء على الاحتياجات الاجتماعية؛
- عدم السماح بالاستيلاء الفردي على الفوائض المالية التي تحققها هذه المؤسسات وتوجيهها للمنفعة العامة.
- ويتم تطبيق مبادئ الاقتصاد الاجتماعي والتضامني في قطاع السياحة من خلال إنشاء علاقات متوازنة بين الفاعلين في النشاط السياحي، وتكون هذه العلاقات مبنية على رغبة مشتركة في تطوير الوجهات السياحية في المقام الأول ويتجلى ذلك في العناصر التالية[3]:

---

[1] الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، "الاقتصاد الاجتماعي والتضامني أداة لتحقيق العدالة الاجتماعية" في سلسة السياسات العامة أوراق موجزة، العدد 4، United Nation Publication، بيروت، 2014، ص1.

[2] www.alternatives-economiques.fr/la-definition-de-l-economie-sociale-et-solidaire_fr_art_350_27927.html, 15/07/2016.

[3] Schéou Bernard, « Chapitre 5. Définir les tourismes ? », Du *tourisme durable au tourisme équitable*, De Boeck Supérieur, «Les métiers du tourisme», Bruxelles, 2009, p172.

– التضامن مع البلدان الأكثر فقرا، من خلال وجود إرادة فعلية لدى المتعاملين السياحيين والسواح على حد السواء في المساهمة في تنمية هذه البلدان، فهذا الشكل من السياحة موجه أساسا للوجهات والمناطق الموجودة في البلدان النامية؛

– التضامن بين المتعاملين السياحيين في دول الشمال وشركائهم في البلدان المستقبلة، وما ينطوي عليه من شراكة متوازنة سواء على مستوى اتخاذ القرارات أو على الصعيد الاقتصادي؛

– التضامن بين السواح ومضيفيهم الذي يظهر في الالتقاء والتبادل مع السكان المحليين، مع إمكانيات تمديد الصلات والصداقات التي تم إنشاؤها خلا السفرية؛

– من خلال تنظيم الهياكل التي تسمح باتخاذ القرارات بشكل جماعي، خاصة وأن المتعاملين السياحيين يكونون في خالب الأحيان جمعيات وتعاونيات محلية.

وترى جمعية السياحة العادلة والتضامنية الفرنسية ATES[1] أن السفر التضامني هو سفر مصمم من طرف متخصصين بشراكة وثيقة مع المتعاملين المحليين، ويضمن للمسافر أن يعيش تجربة نادرة ذات طابع إنساني، من خلال الاكتشاف والالتقاء مع السكان، والتي تساهم في تنمية متوازنة في الأقاليم المزارة، وذلك من خلال[2]:

– السفر في مجموعات صغيرة بعيدا عن المنشآت السياحية الضخمة، وفي ظروف تساعد على الالتقاء والتبادل مع السكان؛

– الاستضافة لدى السكان أو في إقامات مسيرة من طرف السكان المحليين (فنادق صغيرة، قرى، بيوت عائلية، مخيمات...)؛

[1] هو عبارة عن شبكة من الفاعلين والمتخصصين في السياحة العادلة والتضامنية، تأسست في عام 2006، أنه يجمع بين منظمي الرحلات السياحية، مشغلي التحويلات (opérateurs relais) والأعضاء المنتسبين، جميعا ملتزمون لجعل السفر رافعة للتنمية والتضامن الدولي.

[2] www.tourismesolidaire.org, 15/07/2016.

- تعزيز الاقتصاد المحلي: الإطعام، النقل، الحرف، المرشدين السياحيين...
- السفر في ظل احترام السكان المحلين، احترام ثقافاتهم وبيئتهم؛
- المشاركة في تمويل مشاريع تنموية في المناطق المزارة، يتم تقرير إنشاؤها وتسييرها من قبل المجتمعات المحلية من خلال تخصيص جزء من تكلفة الرحلة لهذ الغرض.

ثانيا: السياحة المسؤولة

تم في مدينة Cap Town بجنوب إفريقيا في 2002 عقد المؤتمر الدولي الأول للسياحة المسؤولة في الوجهات على هامش القمة العالمية للسياحة المستدامة في جوهانسبورغ في نفس السنة، بحضور 280 مندوب من 20 بلد، والذي انبثق عنه إعلان Cap Town للسياحة المسؤولة، والذي يشير إلى أن السياحة المسؤولة يمكن أن تأخذ عدة أشكال إلا أنها يجب أن تجتمع فيها العناصر التالية[1]:

- تدنية الآثار البيئية والاجتماعية والثقافية والسلبية؛
- توليد منافع أكبر للسكان المحليين وتعزيز رفاهية المجتمعات المضيفة وتحسين ظروف العمل؛
- إشراك السكان المحليين في اتخاذ القرارات التي تؤثر في معيشتهم وحياتهم؛
- تقديم مساهمات إيجابية في الحفاظ على التراث الطبيعي والمحافظة على التنوع والاختلاف؛
- تقديم تجارب أكثر متعة للسياح من خلال علاقات أكثر وضوح مع السكان المحليين، وفهم أكبر للقضايا الثقافية والبيئية المحلية؛
- خلق الاحترام بين السياح والسكان المحليين.

[1] Spenceley Anna, Responsible Tourism Critical Issues for Conservation and Development, Earthscan, London, 2008, p 05.

من جهة أخرى فإن الجمعية الإيطالية للسياحة المسؤولة (AITR)[1] تعرف السياحة المسؤولة على أنها السياحة التي تتم وفق مبادئ العدالة الاجتماعية والاقتصادية في ظل الاحترام الكامل للبيئة والثقافات، ويلعب المجتمع المحلي دورا رئيسيا ومركزيا في تكريس سياحة مستدامة ومسؤولة في وطنه، ويشجع هذا النوع من السياحة التفاعل الإيجابي بين المؤسسات السياحية، السياح والمجتمعات المحلية، وذلك من خلال اتباع قواعد وسلوكات بسيطة قبل وأثناء وبعد الرحلة، منها[2]:

- جمع أكبر عدد من المعلومات حول المنطقة المزارة، فيما يتعلق بتاريخها، الثقافة المحلية، الدين، الطبخ والأكلات المحلي... ولما لا تعلم بعض العبارات باللغة المحلية؛
- اختيار كل ما أمكن ذلك المتعاملين السياحيين (شركات نقل، فنادق...) الذين يلتزمون بمنع منافع للمجتمعات المحلية وللبيئة؛
- التكيف مع العادات والسلوكات في المجتمعات المحلية واحترام الثقافات المحلية، وعدم القيام بأحكام مسبقة على القيم هناك؛
- اقتناء خدمات مقدمة من طرف السكان المحليين خاصة فيما يتعلق بالنقل والإقامة؛
- عدم المساس بالتراث الطبيعي والثقافي والتاريخي في المنطقة المزارة (عدم اقتناء منتجات مصنوعة انطلاقا من نباتات أو حيوانات مهددة بالانقراض)؛
- عدم التبذير والإسراف عند استعمال المياه ومصادر الطاقة المختلفة.

إن كل الأطراف مسؤولة عن تحقيق "سياحة مسؤولة": أصحاب المصالح، الزائرين والمزارين، وعموما يمكن اعتبار الأطراف الأربعة التالية مسؤولة عن تحقيق هذه السياحة[3]:

---

[1] جمعية غير حكومية بدون هدف ربحي (بشكل مباشر أو غير مباشر)، مستوحاة من المبادئ الأخلاقية والديموقراطية، لتشجيع وتنسيق الأنشطة التي تدعم السياحة المسؤولة.

[2] www.aitr.org/italian-association-responsible-tourism, 16/07/2016.

[3] رحيم حسين، " أخلاقة الأنشطة السياحة: معالم أساسية لمدونة إسلامية لأخلاقيات السياحة"، في مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية"، المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية بالتعاون مع مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية، العدد 21، فبراير 2014، ص 23.

– مؤسسات مسؤولة: وهو أن تسلك المؤسسات السياحية سلوكا مسؤولا تجاه مختلف الأطراف من ناحية، وتجاه البيئة من ناحية ثانية، وفي هذا الإطار نتحدث عن مؤسسات مسؤولة مجتمعيا وبيئيا، كما نتحدث عن استثمار مسؤول وعن معاملات مسؤولة، وبالنسبة للمؤسسة السياحية يتعين على أن تكون مسؤولة في سلوكها تجاه الموارد السياحية المتنوعة، وكذا تجاه المتعاملين وتجاه المجتمع.

– سياح مسؤولون: ويتعلق الأمر بالممارسات المسؤولة من قبل السياح، ويتضمن ذلك التعامل المسؤول مع الآخرين، كالوفاء والصدق والاستهلاك المسؤول (استهلاك الخدمات السياحية)، والذي من ضمنه حماية البيئة ومختلف الموارد السياحية (معالم أثرية، مواقع سياحية...).

– سلطات عمومية مسؤولة: وتنصب هذه المسؤولية من جهة على توفير الظروف الملائمة للمتعاملين السياحيين من أجل تحقيق سياحة مسؤولة، ومن جهة ثانية إيجاد الإطار التشريعي والتنظيمي المساعد على تكوين سلوك سياحي منضبط، ونشير هنا إلى قانون تنظيم الأنشطة السياحية وميثاق أخلاقيات السياحة.

– مجتمع مدني مسؤول: ويتضمن سكان المناطق المستقبلة، الجمعيات الأهلية، لا سيما تلك المعنية بالسياحة والتنمية المستدامة، وكل الهيئات ذات الصلة.

ويرى Harold Goodwin أستاذ السياحة المسؤولة بكلية Holings في جامعة Manchester Metroplian University وعضو مؤسس للمركز الدولي للسياحة المسؤولة (ICRT) بالمملكة المتحدة في 2002 أن السياحة المسؤولة تختلف عن السياحة المستدامة، حيث أن الاستدامة تمثل الهدف الذي لا يمكن الوصول إليه إلا من خلال أفراد يتحملون المسؤولية جنبا

إلى جنب، فالسياحة المسؤولة هي تحمل مسؤولية جعل السياحة مستدامة، وهي تتعلق بما يفعله الكثير من الأفراد لمواجهة العديد من التحديات[1].

ثالثا: السياحة البيئية

إن أصول استعمال مصطلح السياحة البيئية غير معلوم بالضبط، إلا أن Hetzer يعتبر أول من تكلم حول سياحة مسؤولة من خلال إعطاء بعض الأسس والأركان الرئيسية لهذا النوع من السياحة في أواخر الستينات من القرن الماضي، ثم تتابعت التعريفات مع التطور الحاصل في حجم الأنشطة السياحية من جهة وتزايد الاهتمام بالمشاكل البيئية من طرف الهيئات الدولية وغير الحكومية، وفيما يلي بعض التعريفات الخاصة بالسياحة البيئية.

كما تعرف على أنها "السياحة المسؤولة بيئيا وتتجه إلى الطبيعة والحضارات الفطرية في مجموعات صغيرة للاستمتاع والمراقبة والتقدير والتعلم وإجراء بعض الأنشطة بدون ترك أي أثر سلبي على الموارد الطبيعية والحضارية والمجتمع، وتعمل على تحسين مستوى معيشة السكان وتوفير موارد مادية للمجتمع المحلي والحفاظ على الموارد البيئية والتنوع الحيوي".[2]

وتعرف السياحة البيئية حسب الصندوق العالمي للبيئة بأنها "السفر إلى مناطق لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل نسبيا، وذلك لدراسة والإعجاب والاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها أو بالمظاهرات الثقافية المتعلقة بالماضي أو الحاضر والموجودة في المنطقة المزارة".[3]

---

[1] http://haroldgoodwin.info/responsible-tourism, 16/07/2016.

[2] محمد الصيرفي، السياحة والبيئة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2007، ص 232.

[3] Higham James, Critical Issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2007, p2.

وترى الجمعية الدولية للسياحة البيئية The International Ecotourism Society والتي تم إنشائها سنة 1990 في تعريفها الأخير (2015) أن السياحة البيئية عبارة عن رحلة مسؤولة للمناطق الطبيعية بشكل يحافظ على البيئة ويساعد على رفاهية السكان المحليين، وينطوي عليه التفسير والتعليم، سواء من طرف المسيرين أو الضيوف.[1] ويمكن إضافة مجموعة من التعريفات المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14): بعض تعريفات السياحة البيئية

شكل من أشكال السياحة، المتمثل في زيارة المناطق الطبيعية التي بقيت سليمة ولم تتعرض للتغيير، من أجل دراسة والتمتع بالمناظر الطبيعية، والنباتات والحيوانات البرية الموجودة هناك، فضلا عن أي تظاهرة ثقافية ماضية أو حاضرة يمكن ملاحظتها في تلك المناطق.	Ceballos-Lascurain (1987), cité dans Boo (1990)
شكل من أشكال السياحة المتعلق أساسا بالتاريخ الطبيعي لمنطقة ما، لا سيما الثقافات الأصلية، والذي يتطلب تسير نشيط من طرف البلد أو من طرف المنطقة المزارة، بالالتزام بإنشاء وصيانة المواقع بالتنسيق مع السكان المحليين، وضمان تسويق مناسب وتطبيق للقوانين، وكذا تخصيص عوائد المؤسسة لتمويل وتسيير الأراضي وتنمية المجتمعات المحلية.	Ziffer (1989)
شكل من أشكال السفر المسؤول في المناطق الطبيعية، والذي يساهم في حماية البيئة ورفاهية السكان المحليين.	The International Ecotourism Society –TIES/ Société Internationale d'Écotourisme (1991)
سفر مسؤول على المستوى البيئي، وزيارة للمناطق الطبيعية التي لم تتغير نسبيا بهدف التمتع بالطبيعة، فضلا عن كل تظاهرة ثقافية ماضية أو حاضرة يمكن ملاحظتها في المنطقة، بما يسهام على المحافظة عليها، ولها آثار سلبية جد محدودة ومعتمدة على مشاركة فعالة للسكان المحليين بهدف توليد منافع.	Union mondiale pour la nature - UICN (1996)

Source **:** Tardif Jonathan, « Écotourisme et développement durable » in La revue électronique de l'environnement, Volume 4, n°1, 2003, https://vertigo.revues.org

[1] www.ecotourism.org/what-is-ecotourism, 22/11/2015.

إن السياحة البيئية التي اقترنت بالمناطق التي تتميز بنظام بيئي هش لما لها من انعكاسات سلبية جد محدودة على المحيط الطبيعي والثقافي للمناطق المستقبلة، وترتكز محاور هذا النوع من السياحة بالأساس على الطبيعة والبيئة، إذ يهدف إلى الاستمتاع بالمناظر الطبيعية والتعرف على الثقافات المحلية السائدة وزيارة المحميات والحظائر الطبيعية، بشكل يحقق لهم فرصة الابتعاد عن زحام وضوضاء الحياة الحديثة والتمتع بمعايشة جمال ونقاء الطبيعة، بثراء مناظرها وحياتها الريفية التقليدية، وما يرتبط بها من سكان وثقافات محلية، وهو لا يهدف إلى الترفيه والتسلية فحسب بل للإعلام والاستكشاف دون إحداث إخلال بالتوازن البيئي الناتج عن تصرفات الإنسان، والتحسيس بضرورة المحافظة على رأس المال الطبيعي المحلي سواء من طرف السياح الأجانب أو السكان المحليين، على أن يحقق الحفاظ على البيئة المحيطة، وأن يعود بالنفع على المجتمع المحلي، وأن يحدث تفاعل بين البيئة المحلية والسائحين والسكان المحليين.

غير أن تحقيق أهداف السياحة البيئية المتمثلة في التوفيق بين إشباع حاجة السواح من الخدمات السياحية والمحافظة على البيئة والمحيط ومراعات رغبات السكان المحليين، لا يكون إلا باتحاد جهود وسلوكات مختلف الأعوان المشاركين في صياغة وعرض وتوفير الخدمة السياحية، وتتحدد هذه الجهود والسلوكات حسب وظيفة وهدف كل عون كما يلي:

- المؤسسات السياحية:

تهتم المؤسسات السياحية الناشطة فعلا أو تلك التي تبحث عن مكان لها في سوق السياحة البيئية بتوفير وعرض الخدمات السياحية من إيواء وإطعام ومختلف خدمات الترفيه والتسلية، مع التأكيد على أن المنتجات السياحية المقدمة مبنية أساسا على استغلال الموارد الطبيعية والثقافية المتوفرة في المنطقة المزارة، وهنا تحتاج إلى من يمونها بمختلف الخدمات والسلع والتجهيزات التي

تستخدمها كاستهلاكات وسيطية لصياغة وتوفير الخدمات السياحية، كما أنها ملزمة بدفع رسوم وضرائب لصالح الخزينة العمومية (محلية أو مركزية) متعلقة بنشاطها الإنتاجي والتجاري[1].

- السلطات العمومية:

إن السلطات العمومية ملزمة بخلق المناخ المناسب لقيام وجذب الاستثمارات في المجال السياحي، باعتبار الموارد السياحية الطبيعية والثقافية ميزة نسبية للمنطقة المزارة تؤهلها لخلق ونشاط عدة مؤسسات سياحية، ويتمثل هذا المناخ في توفير الهياكل التحتية والخدمات العمومية والتشريعات والتسهيلات اللازمة للاستغلال الأمثل لتلك الموارد، كما أنها ملزمة بتوفير الخدمات العمومية والاجتماعية ومراقبة نشاط المؤسسات السياحية بما يحافظ على البيئة والمحيط ويراعي تطلعات السكان من خلال فرض الرسوم والضرائب والإتاوات وإعادة توزيع المداخيل لصالح السكان المحليين.

- السكان المحليون:

إن السكان المحليون يبحثون عن الالتماس الفعلي لعوائد الأنشطة السياحية بالاستفادة من مداخيل الأنشطة السياحية سواء من خلال الأجور المتأتية من مناصب الشغل التي توفرها السياحة بشكل مباشر (مؤسسات سياحية) أو بشكل غير مباشر من خلال المؤسسات التي توفر خدمات وسلع لصالح السواح وغير متعلقة مباشرة بالسياحة، وكذا الاستفادة من المشاريع والخدمات العمومية التي توفرها السلطات العمومية، وبالمقابل فهم ملزمون بتوفير السلع والخدمات التي تحتاجها المؤسسات السياحية، وكذا المشاركة في تحديد وانتقاء المشاريع التي تتماشى مع تتطلعاتهم، بما يراعي ويحافظ على العلاقات والبنى الاجتماعية وبما يحافظ على الموارد الطبيعية ويثمنها ويبرزها

[1] خالد بن حسين الشهراني وعبد الحكيم بن عبدالعزيز الماضي، إدارة تطوير المواقع السياحية، الهيئة العليا للسياحة، المملكة لعربية للسعودية، http://www.t1t.net/save.php?action=save&id=142

التي تعتبر إرثا جماعيا وبجب أن يبقى لصالح الأجيال القادمة، من خلال مشاركة هيئات المجتمع المحلي من جمعيات محلية ونقابات وهيئات محلية.

وهنا نشير إلى عملية صنع القرار لدى السكان في المناطق المستقبلة، حيث تكون بشكل شفاف وبإشراك المجتمع المدني من خلال تحديد نوعية الزوار واختيار طبيعة السياح المستهدفين، وكذا طرق إدماجهم في الحياة اليومية للمجتمع وتسيير احتكاكهم بالسكان المحليين (تنظيم الزيارات، الإيواء والإطعام)، بما يحترم العادات وخصائص منطقتهم.

إن نشاط هؤلاء الأعوان في صياغة المنتجات السياحية البيئية من خلال الدور الذي يلعبه كل عون من حيث ما يقدمه ويحتاج إليه كل عون يكون في علاقة تفاعلية مستمرة ومفرغة تضمن تطور واستمرار واستدامة النشاط السياحي، والجدول التالي يبين العلاقة التبادلية بين المتغيرات المساهمة في السياحة البيئية ودور كل عنصر من ناحية العرض والطلب، والجدول رقم (15) يبين طبيعة العلاقة بين مختلف هؤلاء الأعوان.

الجدول رقم (15): العلاقة التبادلية بين المتغيرات المساهمة في السياحة البيئية

عرض / طلب	المؤسسات السياحية	الإدارات العمومية	السكان المحليون
المؤسسات السياحية		• بنى تحتية؛ • خدمات عمومية؛ • تشريعات قانونية؛ • تسهيلات استثمارية...	• سلع وخدمات استهلاكية وسيطية؛ • سلع وخدمات لصالح السواح؛ • مؤسسات محلية...
الإدارات العمومية	• رسوم وضرائب؛ • المشاركة في المشاريع الاجتماعية والثقافية المحلية؛		• المشاركة في إبراز الموارد السياحية للمنطقة؛ • المشاركة في تسيير وتثمين الموارد الثقافية.
السكان المحليون	• توفير مناصب الشغل؛ • احترام العادات والتقاليد، المحافظة على التراث الطبيعي والثقافي.	• خدمات بنية تحتية؛ • خدمات عمومية؛ • إعادة توزيع المداخيل؛ • حماية التراث الطبيعي والثقافي.	

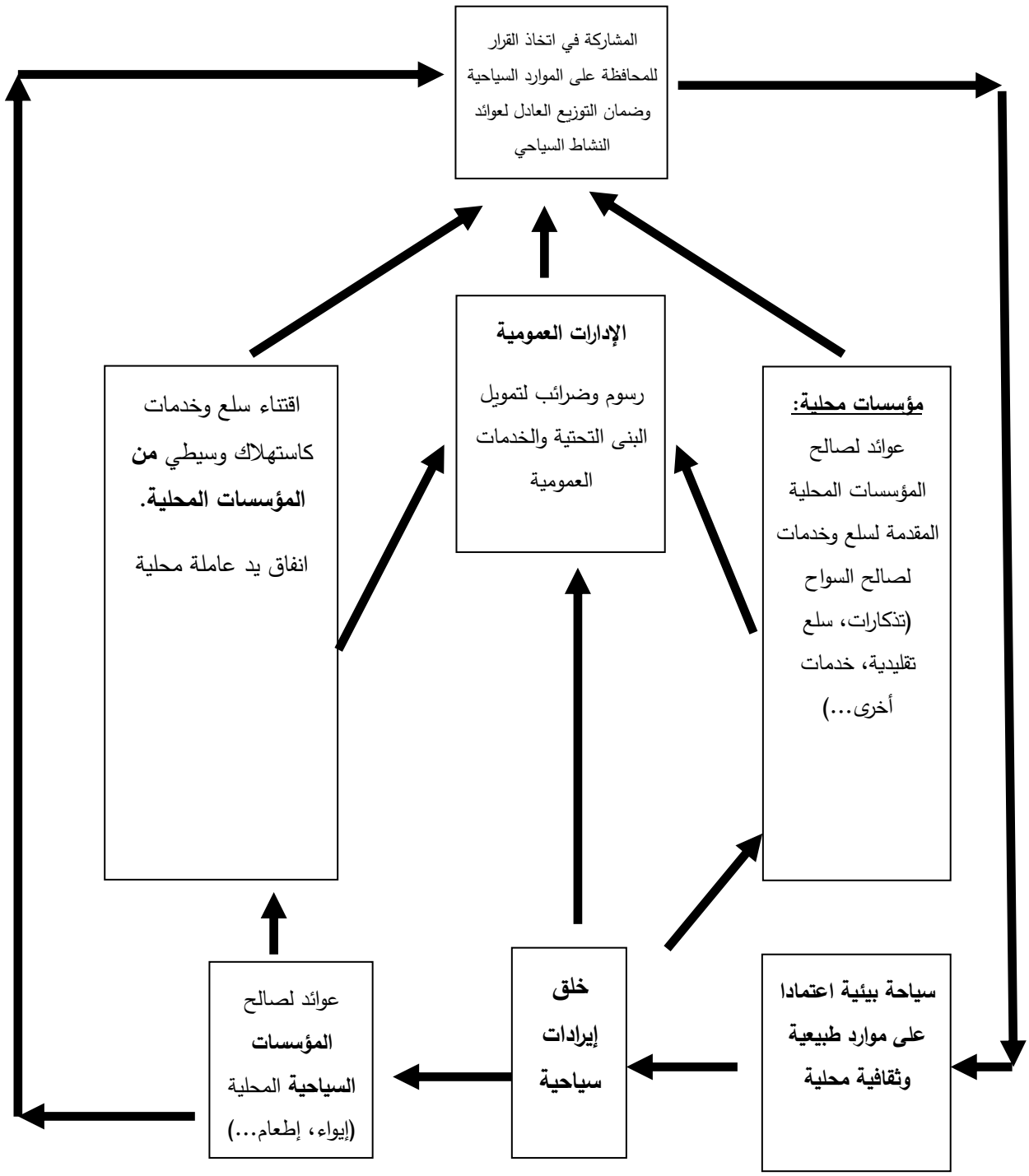
Source: Zenkri Miloud & Braham Chaouch Toufik, "L'ecotourisme comme canal au développement local: Voies et mécanismes » in L'economie et du développement, Laboratoire du développement local durable, Faculté des sciences Economiques, de Gestion et des Sciences Commerciales, Université Yahia Fares de Media, n° 06, Juin 2016, p 19.

إن قيام سياحة بيئية من استغلال الموارد السياحية الطبيعية والثقافية المحلية يسمح بخلق موارد مالية، ناتجة من الإنفاق على الخدمات السياحية التي تقدمها المؤسسات السياحية لصالح السواح (إيواء، إطعام، ترويح...)، وكذا الإنفاق على السلع والخدمات المقدمة من طرف المؤسسات المحلية الأخرى (سلع تقليدية، خدمات تجارية...)، كما أن جزء من هذه المداخيل سوف تخصصه

المؤسسات السياحية لاقتناء استهلاكاتها الوسيطية من السلع والخدمات من المؤسسات المحلية، وكذا دفع الأجور والمرتبات لليد العاملة المحلية، ونلاحظ هنا أن السياحة البيئية تعتمد على موارد داخلية محلية، ويتم إنفاق جزء من هذه العوائد لصالح الأعوان المحليين، مما يسمح بالحد من تسرب هذه العوائد خارج المنطقة المزارة.

إن هؤلاء الأعوان يقومون بدفع الرسوم والضرائب لصالح الإدارات المحلية سواء تلك المتعلقة بالنشاط الإنتاجي أو تلك المتعلقة بالمداخيل، ويقومون من خلال مختلف المجالس والهيئات الحكومية والجمعوية (جمعيات، نقابات، تعاونيات، منتديات...) بمحاولة إيصال انشغالاتهم وتطلعاتهم والمشاركة في اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياحة البيئية من حيث انتقاء المشاريع وتوزيع عوائدها توزيعا عادلا، بما يسمح باستدامة الأنشطة السياحية وتوسعها، ويمكن تبيان هذه الحركية وفق الشكل التالي:

الشكل رقم: (16): العلاقة التفاعلية للسياحة البيئية



Source : Zenkri Miloud & Braham Chaouch Toufik, op cit, p 21.

المبحث الثالث: مؤشرات وسياسات تحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية

يعتمد في تحقيق هدف الاستدامة في الأنشطة السياحية على مجموعة من الوسائل والسياسات التي تدفع بأصحاب المصالح في النشاط السياحي إلى اتباع سلوكات معينة تدفع إلى الوصول إلى الهدف المنشود، وهنا قبل اتخاذ الإجراءات اللازمة يجب الاعتماد على مجموعة من المؤشرات ذات القدرة الدلالية للتعبير عن مستوى الاستدامة الموجودة على مستوى الموقع أو الوجهة السياحية، أو لتقدير آثار وانعكاسات هذه القرارات أو الإجراءات على درجة الاستدامة.

ومن ثم سيخصص هذا المبحث لتبيان الخصائص والمميزات التي يجب أن تحظى بها مؤشرات الاستدامة السياحية حتى يتسنى لها القيام بالدور المنوط بها، وهنا سنقوم بعرض مختلف أنواع هذه المؤشرات التي يقف كل منها على جانب من جوانب الاستدامة السياحية، لنصل فيما بعد إلى مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية كمؤشر جامع، وفي الأخير سنقوم بعرض أهم السياسات والوسائل التي تعتمدها السلطات العمومية أساسا لتوجيه سلوك المتعاملين السياحيين من سواح ومؤسسات سياحية ومجتمع محلي.

المطلب الأول: مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية

إن الاستدامة في الأنشطة السياحية ليست بحالة ثابتة، فهي في تطور مستمر وتحتاج إلى تقييم مستمر ودائم لمعرفة درجة الاستدامة على مستوى الموقع أو الوجهة السياحية وكذا تقدير آثار وانعكاسات القرارات المتخذة من طرف أصحاب المصالح في هذا المجال، لذلك يجب أن نعتمد على مؤشرات لها القدرة على أن تصف الوضعية بصدق سهلة التقدير وذات دلالة.

أولا: خصائص مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية

إن مؤشرات التنمية المستدامة يجب أن تعكس بشكل جيد القضايا الجوهرية والأساسية للحالة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية على المدى الطويل في المجتمع وعلى مر الأجيال، حيث أن اعتماد

مؤشر أو مقياس واحد لجانب من جوانب التنمية المستدامة لا يعكس العلاقة المعقدة الموجودة بين مختلف المركبات الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية، حيث أن أخذ كل جانب بشكل منفصل وتقييمه بمعزل عن الجوانب الأخرى سيولد معلومات متحيزة، وسيوجه نحو سياسات غير فعالة مما قد يؤدي بدوره إلى تدهور الأوضاع، لذلك يجب اعتماد مجموعة متنوعة من المؤشرات وذلك من أجل تغطية كل الأبعاد المرتبطة بالتنمية المستدامة، ومن ثم فيجب على هذه المؤشرات أن تستجيب للمعايير التالية[1]:

- الوضوح والبساطة والتميز؛
- القبول الواسع وسهولة الفهم لدى المجتمع؛
- القابلية للقياس؛
- الحساسية للتغيرات في الزمان والمكان والمجموعات؛
- إمكانية التنبؤ وتوقع قيمها؛
- تعمل وفق قيم ونقاط مرجعية وعتبات؛
- تعكس حجم التغيرات الواقعة والقدرة على التحكم فيها والسيطرة عليها؛
- السهولة النسبية في جمع المعلومات الخاصة بها وسهولة استخدامها؛
- أن تكون مبنية على منهجية محددة بوضوح وبموصوفة بدقة، القى القبول علميا واجتماعيا ويمكن استنساخها بسهولة؛
- القابلية للمقارنة الزمانية والمكانية.

[1] Ukaga Okechukwu & Maser Chris, Evaluating sustainable development, Stylus Publishing, Virginia, 2004, p15.

ومن جانب آخر فإن وجود هذه المؤشرات يساعد على معرفة آثار وانعكاسات القرارات التي يتخذها أصحاب المصالح لا سيما المؤسسات السياحية والسلطات العمومية كل حسب مركزه على البيئة الطبيعية والثقافية، خاصة إذا كانت هذه الآثار لا تظهر إلا في الأجل الطويل وهي مرتبطة بعدد كبير من المعطيات والمتغيرات بسبب التنوع وعدم التجانس في مركبات المنتجات السياحية، والتي ترتبط هي الأخرى بأداء أعوان ينتمون إلى قطاعات عديدة.

ثانيا: دور وأهمية مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية

تسمح المؤشرات السياحية أن بتقدير التطور الحاصل في النشاط السياحي مقارنة بالأهداف المسطرة مسبقا وإعطاء معلومات هامة لاتخاذ القرارات، ومن ثم يجب أن تخدم عملية صنع القرار وأن تمس مجموعة واسعة من المستخدمين، وأن يكون لها القدرة على تقدير التغيرات الفعلية الناتجة عن الإجراءات المتخذة، كما يجب أن تكون موثوقة من ناحية المصادر المعتمد عليها في جمع المعلومات ومن حيث المنهجية المتبعة في ذلك وكذا دقة النتائج المتوصل إليها، وفي الأخير يجب أن توفر معلومات قابلة للمقارنة من خلال تقديم بيانات مماثلة لتلك المقدمة من طرف شركات أو منظمات أخرى، حيث أن استخدام معايير موحدة في جمع المعلومات يسهل عملية قراءة النتائج[1].

إن مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحي يجب أن تكون لها القدرة على أن تصف وضعية النشاط السياحي على مستوى الموقع أو الوجهة السياحية وكذا تقدير الآثار والانعكاسات في المنطقة المضيفة نتيجة مختلف القرارات والإجراءات التي يتخذها مختلف أصحاب المصالح المرتبطة بالنشاط السياحي، ومن ثم فهي تؤدي أساسا الدورين التاليين:

---

[1] Neault Chantal, « L'évaluation de la performance dans l'industrie touristique : de quoi parlons-nous ? » in Téoros, Volume 23, n° 2, 2004, p 61-63.

1. وصف وضعية النشاط السياحي في المنطقة:

تسمح المؤشرات بالوقوف أولا على قدرة الوجهة السياحية على تلبية الحاجيات المختلفة من الخدمات السياحية، ابتداء من طاقة الإيواء وتوزيعها حسب نوعية الهياكل (فنادق، شاليهات، مساحات لتخييم، دور الضيافة...) ومستوى الخدمات المقدمة (تصنيف الفنادق)، وكذا مختلف المؤسسات التي تهتم بتقديم خدمات الترفيه والتسلية (مطاعم، مسارح، دور الثقافة، متاحف، ملاهي...)، ناهيك عن توفر الهياكل التحتية (طرقات، أماكن لركن السيارات...) والفوقية التي تضمن تقديم خدمات عمومية بشكل يرقى إلى التزايد الحاصل في الطلب على هذه المرافق أثناء الموسم السياحي (اتصالات، مياه صالحة للشرب، كهرباء، أمن عمومي...)، وفي الجانب الآخر يجب أن تسمح هذه المؤشرات بمعاينة وضعية النشاط السياحي القائم في المنطقة، وإعطاء صورة معبرة عن تطور وحجم هذا النشاط، كالاعتماد على حجم الليالي السياحية للتعبير بصفة تقريبية عن عدد السواح الوافدين، والتمييز بين هؤلاء السواح أو تقسيمهم إلى مجموعات متجانسة حسب الجنسية أو السن أو الباعث أو النشاط الذي دفعهم للقيام بالرحلة السياحية ومدة إقامتهم، والاطلاع على وسيلة النقل المستعملة للوصول إلى المنطقة السياحية أو إلى البلد، أو رصد مدى رضا السواح بالخدمات السياحية المقدمة، وذلك من حيث نوعية الخدمات وسهولة الوصول لمختلف المرافق وتوفر شروط النظافة والأمن كما يمكن الاطلاع على وجه آخر من أوجه حجم النشاط السياحي من خلال حجم الإيرادات السياحية المتولدة من مختلف المؤسسات المقدمة (مؤسسات إيواء، مؤسسات ترفيه، مؤسسات نقل، صناعات تقليدية...)[1].

[1]Programme des Nations Unies pour l'environnement et Organisation mondiale du tourisme, Vers un tourisme durable Guide à l'usage des décideurs, 2006, p 80.

2. تقدير الآثار والانعكاسات في المنطقة المضيفة:

من جهة أخرى تسمح المؤشرات الخاصة بالاستدامة في الأنشطة السياحية بتقدير الانعكاسات والآثار المترتبة عن النشاط السياحي، وذلك على جميع المستويات الاقتصادية، البيئية والثقافية.

فعلى المستوى الاقتصادي يمكن الاطلاع على مكانة ومدى اندماج النشاط السياحي في الحياة الاقتصادية في المنطقة المضيفة، من خلال إحصاء حجم ونسبة العمالة المحلية في القطاع السياحي وتأثير ذلك على تكوين المداخيل وتوزيعها ودورها في تحسين مستوى المعيشة لدى السكان المحليين، أو عدد وحجم المؤسسات السياحية مقارنة بالمؤسسات المحلية التي تنتمي إلى قطاعات أخرى ومدى ارتباطها مع هذه الأخيرة في عمليات التوريد بما تحتاجه من معدات وتجهيزات ومنتجات استهلاكية سلعية وخدمية، كما يمكن الاطلاع على مدى مساهمة القطاع في تمويل الخزينة العمومية المحلية والمركزية من الضرائب والرسوم المرتبطة بأنشطة القطاع.

أما على المستوى البيئي فتساعد هذه المؤشرات على تقدير تأثير النشاط السياحي من حيث حجم استخدامات الموارد الطبيعية الناتجة مثلا من استغلال المساحات الطبيعية كالشواطئ والغابات وفضاءات التزلج مثلا من خلال حساب درجة كثافة الاستخدام (حجم الزوار بالنسبة للمساحة)، واستعمالات المياه (حجم استهلك المياه الفردي) والمحافظة عليها وتصفيتها من أجل إعادة استخدامها، أو استخدامات الطاقة، والاقتصاد فيها.

كما تساعد هذه المؤشرات على تقدير التأثيرات التي تتلقاها الموارد البيئية بسبب الإفرازات غير المرغوبة الناتجة من الأنشطة السياحية كحجم إفرازات الغازات المسببة للاحتباس الحراري، أو نسبة المؤسسات السياحية المربوطة بشبكات الصرف الصحي أو تلك التي تستخدم تقنيات ومعدات

لتصفية المياه، كما يمكن اعتماد معيار حجم النفايات الصلبة المطروحة أو حجم النفايات المعالجة كمعيار لتقدير الأثر البيئي على التنوع البيئي في المنطقة[1].

ثالثا: أنواع مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية

نميز هنا بين مقاربتين متباينتين يتم اعتمادهما في إعداد المؤشرات الخاصة بالسياحة المستدامة (الشكل رقم 17)، وذلك انطلاقا من الهدف المنشود من هذه المؤشرات حيث نميز بين[2]:

المقاربة العلمية:

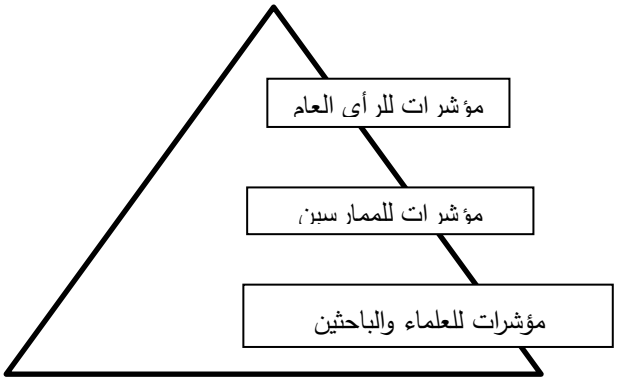
ويهدف رواد هذا النهج إلى الحصول على حجم كبير من المعلومات للوصول إلى أكبر درجة من الدقة، وينتج عنه عادة شبكة من المؤشرات المقبولة علمية لكنها تلقى نفورا ولا تحظى بشعبية كبيرة لدى صناع القرار بسبب تعقيدها.

مقاربة صناع القرار والممارسين:

وتكون المؤشرات هنا مبنية لتلبية احتياجات خاصة وأهداف سياسية معينة، حيث يجب أن تكون المعطيات والبيانات المتاحة مسبقا موجزة في شكل مؤشرات مركبة لدعم قرارات سياسية من جهة، وتتميز بالبساطة حتى يمكن عرضها للرأي العام، والشكل التالي يبين مستويات مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية.

[1]United Nations Environment Programme and World Tourism Organization, Making tourism more sustainable - A guide for policy makers, 2005, p 73.
[2] RAJAONSON Juste & TANGUAY Georges A, « Stratégie de sélection d'indicateurs de tourisme durable pour les régions de la Gaspésie et des Îles de la Madeleine » in Téoros [Online], Hors-série-1 | 2012, http://teoros.revues.org/1980

الشكل رقم (17): نوع وطبيعة المؤشرات حسب الجهة المعنية



Source : RAJAONSON Juste & TANGUAY Georges A, « Stratégie de sélection d'indicateurs de tourisme durable pour les régions de la Gaspésie et des Îles de la Madeleine » in Téoros [Online], Hors-série-1 | 2012, http://teoros.revues.org/1980

وانطلاقا مما سبق يمكن تقسيم مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية إلى مجموعات حسب ما يلي:

1. حسب مستوى التخطيط والتسيير:

يمكن للمؤشرات أن تدعم المعلومات التي يستند عليها متخذ القرار في جميع مستويات التخطيط والتسيير، حيث نميز حسب هذه القاعدة أشكال المؤشرات التالية:

- مؤشرات على المستوى الوطني: وذلك للكشف عن التغييرات الواسعة الحاصلة في مجال السياحة على المستوى الوطني، مقارنة مع الدول الأخرى، وتوفير أساس لتحديد التغيرات في مستويات أكثر محلية ودعم مستوى واسع للتخطيط الاستراتيجي؛
- مؤشرات على المستوى الجهوي: لتشكل مدخلا إلى الخطط الإقليمية وعمليات الحماية، ولتكون بمثابة أساس للمقارنة بين المناطق وتوفير المعلومات عن عمليات التخطيط على المستوى الوطني؛

– مؤشرات على مستوى وجهات محددة (مثل المناطق الساحلية والبلديات والمجتمعات المحلية) لتحديد العناصر الرئيسية للموارد السياحية، حالة النشاط السياحي، المخاطر، أداء الفاعلين في القطاع...

– مؤشرات على مستوى مواقع الاستعمال السياحية الرئيسية في الوجهات السياحية: مثل المناطق المحمية، والشواطئ، والمناطق التاريخية في المدن والمناطق ذات الأهمية الخاصة، حيث أن استخدام مؤشرات محددة قد تكون المفتاح لاتخاذ قرارات بشأن مراقبة الموقع وتسييره والتنمية المستقبلية لمناطق الجذب السياحي (على سبيل المثال المتنزهات الوطنية، الحدائق)؛

– مؤشرات على مستوى الشركات السياحة (مثل منظمي الرحلات السياحية، الفنادق، شركات النقل وشركات التموين) الذين قد تفيد في الاعتماد عليها في عمليات التخطيط الاستراتيجي للجهات؛

– مؤسسات السياحة الفردية (مثل الفنادق والمطاعم والنوادي البحرية) لرصد تأثير وأداء عملها.

إن هذه المؤشرات غالبا ما تكون متداخلة بشكل قوي، وكثيرا ما يمكن استخدامها إذا ما تم تجميعها على مختلف المستويات لإنشاء مؤشرات على مستوى أعلى، كما يمكن استخدامها لدراسة وتحليل أساليب الإدارة وأساليب تنظيم النشاط السياحي في مختلف المناطق أو المواقع السياحية من أجل البحث والتحليل والتكيف وتنفيذ أفضل الممارسات للاستفادة من أفضل التجارب وتعميمها، فعلى سبيل المثال يمكن تجميع مؤشرات الأداء البيئي في المنشآت السياحية الفردية المحلية وإبلاغها إلى الإدارات والدواوين المركزية للسياحة وإلى الشركات السياحية الكبرى من سلاسل فنادق ومطاعم ، وكذا شركات النقل ومنظمي الرحلات السياحية، واعتبار المؤسسات الفردية كمُدخل هام في عملية التخطيط واتخاذ القرار لكونها مشارك فعال في تقديم الخدمة السياحية على مستوى الوجهة السياحية أو الموقع السياحي، وفي سياق آخر غالبا ما يتم حساب مؤشرات الاستدامة لوجهة معينة على

البيانات التي تم جمعها على مستويات أكثر تفصيلا كالاستخدامات الرئيسية للسياح في المواقع ، أو أهم عناصر الجذب السياحي هناك، فالمؤشرات على مستوى وجهة معينة هي مدخلات ضرورية لعمليات التخطيط على المستوى الإقليمي التي يمكن أن تساهم في تراكم المعلومات لدعم تطوير المؤشرات على المستوى الوطني.

2. حسب استخدامات المؤشر:

في هذا الإطار يمكن اعتماد العديد من المؤشرات التي تفيد متخذ القرار وفي جميع مستويات التخطيط والإدارة على أخذ صورة تعكس وضعية النشاط السياحي وتقدير مختلف تأثيرات النشاط السياحي على البيئة الطبيعية والثقافية وعلى الهيكل الاقتصادي، كما يمكن الاعتماد على مؤشرات أخرى تسمح بتقدير تكاليف مختلف السياسات والإجراءات الواجب اعتمادها لدفع الاستدامة في الأنشطة السياحية ومعرفة مدى نجاعة هذه السياسات والإجراءات، وعلى هذا الأساس يمكن أن نميز بين أنواع المؤشرات التالية:

- مؤشرات الإنذار المبكر: كانخفاض عدد السواح الذين ينوون زيارة الوجهة أو الموقع مرة أخرى...
- مؤشرات الضغوط على النظام: كنقص المياه، مؤشرات الجريمة...
- مؤشرات حول الوضعية الراهنة للنشاط السياحي: معدل التشغيل الفندقي، رضا السواح...
- مؤشرات حول تأثير التنمية السياحية على البيئة الطبيعية، الاجتماعية والاقتصادية: كمؤشر إزالة الغابات نتيجة توسع النشاط السياحي، التغيرات في أنماط الاستهلاك وفي مستوى المداخيل في المجتمعات المحلية...
- مؤشرات خاصة بالتدابير والإجراءات المعتمدة: مثل تكلفة تنظيف والقضاء على تلوث السواحل...

– مؤشرات لتقدير الأداء والاستجابة: وذلك بهدف تقدير نتائج وآثار السياسات والإجراءات المعتمدة من طرف الإدارة للاستجابة لمشكلة مطروحة سابقا التغير في مستوى التلوث، تزايد عدد السواح العائدين...

رغم أن جميع فئات هذه المؤشرات تحظى بأهمية بالغة في دعم الاستدامة في الأنشطة السياحية، إلا أم مؤشرات الإنذار المبكر تبقى غالبا الأكثر استعمالا وفائدة لدى المسؤولين والمسيرين السياحيين، فهي توفر القدرة على توقع واستباق الآثار والانعكاسات السلبية المتولدة، والتي قد تهدد الاستدامة في الأنشطة السياحية على مستوى الوجهة أو الموقع السياحي.

كما يجب الإشارة هنا أنه كثيرا ما يمكن استخدام نفس المؤشر لخدمة أغراض مختلفة وأن استخداماته تتغير عبر الزمن، فمثلا يمكن استعمال مؤشرات الضغوط على النظام لاحقا لتقدير نتائج وآثار السياسات والإجراءات المعتمدة من طرف الإدارة للاستجابة لمشكلة مطروحة سابقا ليصبح ساري المفعول ويتحول إلى مؤشر لتقدير الأداء والاستجابة.

3. حسب طريقة قياس المؤشر ودلالته:

إن الاعتماد على مؤشر عملي في الميدان التطبيقي لا يكون إلا بإيجاد أداة عملية يعتمد عليها في عملية القياس والحساب، ومن ثم أصبح البحث والعثور على تدابير ملائمة في عملية تصميم واستخدام المؤشر أمرا محوريا، حيث أن جمع البيانات والمعلومات ومعالجتها يجب أن يكون مجديا من الناحية الاقتصادية والتقنية، ومن ثم فإنه يمكن لمؤشر معين أن يكون له بدائل مختلفة وعدة طرق تكميلية في الحساب والقياس، وهنا يمكن تصور أشكال مختلفة لهذه المؤشرات:

أ- المؤشرات الكمية:

والتي تأخذ شكل أرقام وأعداد قبالة للمقارنة في المكان والزمان، أي يمكن الاعتماد عليها في مقارنة وضعية الأنشطة السياحية واستدامتها من منطقة لأخرى والمقارنة في فترات زمنية متباينة في شكل:

- الأرقام الخامة: مثل عدد السواح الوافدين للموقع، خلال الشهر أو الموسم السياحي، أو حجم الفضلات (طن) التي تم إفرازها من النشاط السياحي شهريا أو أسبوعيا...
- النسب: أين يتم مقارنة مؤشر خام بمؤشر خام آخر لتبيان العلاقة بينهما يعبر عنها بنسبة مئوية أو معامل، والذي يسمح بإجراء مقارنات بين مجاميع أو كيانات مختلفة، كنسبة عدد السياح بالنسبة لعدد السكان المحليين خلال ذروة الموسم السياحي التي تشير إلى ما إذا كان السياح يفوق عدد السكان المحليين، وإذا كان الأمر كذلك فما هي نسبة هذا التفوق.
- النسب المئوية: أين يتم مقارنة البيانات بمجموع معين، أو مقارنة معامل أو نسبة بقيمة محسوبة في منطقة أخرى أو في تاريخ سابق، مثل نسبة مياه الصرف الصحي التي تتلقى معالجة بالنسبة لإجمالي مياه اصرف المطروحة، نسبة السياح الذي يستعملون وسيلة نقل معينة لإجمالي السياح، أو نسبة التغير في نفقات السياح مقارنة بالسنة الماضية...

ب-المؤشرات المعيارية والكيفية:

- المؤشرات الخاصة بالفئات: والتي تصف حالة أو مستوى تم بلوغه في قائمة متدرجة (مثل مستوى حماية المناطق الطبيعية وفقا لمؤشر الاتحاد الدولي لحفظ الطبيعة، الدرجات المتحصل عليها في جداول نظم إصدار الشهادات البيئية)؛
- المؤشرات المعيارية: وهي تلك المتعلقة بوجود عناصر معينة متعلقة بتسيير الأنشطة السياحية واستغلالها (على سبيل المثال، وجود خطة تنمية السياحة، أو التخطيط لمكونات الأنشطة

السياحية على المستويات المحلية والإقليمية والوطنية، "نعم أو لا" استبيانات التقييم في نظم إصدار الشهادات، مثل وجود برامج تنظيف الشاطئ، وتقسيم الشواطئ إلى مناطق، وجود أكشاك الإسعافات الأولية، ومراقبة الحيوانات الأليفة الخ)؛

– المؤشرات الاسمية التي هي في جوهرها علامات (على سبيل المثال، العلم الأزرق شهادة، الذي يعتمد على قائمة شاملة وواسعة من النقاط المطبقة في إدارة الشواطئ وسلامتها)؛

– مؤشرات تستند إلى الرأي: مثل مستوى رضا السياح أو مستوى رضا السكان المحليين عن السياحة أو عناصر محددة، وهي تستند عادة إلى استبيانات ويمكن التعبير عنها كأرقام ونسب مئوية حيث يتم تحديد كمية البيانات النوعية أساسا.

وقد جرت العادة على قياس الآثار الاقتصادية باستخدام المؤشرات الكمية حيث أنها توفر مقياسا موضوعيا للمسألة قيد الدراسة، وتؤخذ المؤشرات الموضوعية على أنها تعني بالتعبير كميا عن ظروف أو أحداث معينة، في حين أن التدابير الذاتية التي غالبا ما تعكس القضايا الاجتماعية والثقافية هي تلك المتعلقة بالمشاعر أو التصورات القائمة على التقارير أو الأوصاف من قبل المجيبين، وهكذا فقد اتخذت مؤشرات وبيانات كمية لتكون موضوعية ودقيقة وموثوق بها في حين تم إرفاق بالمؤشرات الكيفية خاصية "ذاتية"، وقدمت على أنها ذات دلالة علمية أضعف لما تعكسه من نقاشات على نطاق أوسع[1]، وفيما يلي مجموعة من المؤشرات التي يمكن اعتمادها في تقييم الاستدامة السياحية، غير أن كل منها يعكس جانبا من جوانب السياحة المستدامة.

[1] Miller Graham and Twining-Ward Louise, Monitoring for a sustainable tourism transition: the challenge of developing and using indicators, CABI Publishing, Oxfordshire, 2005, p 115.

الجدول رقم (16): بعض مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية

الموضوع	بعض المؤشرات المقترحة
رضا السكان المحليين نحو السياحة	• درجة الرضا المحلي نحو السياحة (استبيان): مناصب الشغل، الاستفادة من مداخيل إضافية
آثار النشاط السياحي على المجتمع المحلي	• نسبة السياح مقارنة مع السكان المحليين (يوميا وفصليا)؛ • نسبة السكان الذين يظنون أن السياحة قد سمحت من الاستفادة من خدمات وهياكل وبنى تحتية جديدة؛ • حجم وقدرة الخدمات العامة المتاحة للسكان المحليين (المرتبطة بالسياحة): خدمات الأمن، خدمات تجارية، ازدحام الطرقات...
استمرار رضا السياح	• مستوى رضا السياح (استبيان)؛ • نسبة السياح الذين يعودون لزيارة المنطقة؛
فصلية النشاط السياحي	• قدوم السياح شهريا، فصليا وسنويا (توزيع قدومهم في السنة)؛ • نسبة استخدام هياكل الإيواء شهريا وخلال فترة الذروة؛ • نسبة المؤسسات التجارية المفتوحة طوال السنة؛ • نسبة مناصب الشغل الدائمة مقارنة مع مناصب الشغل المؤقتة (المرتبطة بالنشاط السياحي)
المنافع الاقتصادية للسياحة	• حجم ونسبة السكان المحليين الموظفين في القطاع بالنسبة لإجمالي المناصب؛ • حجم العوائد والمداخيل المتولدة من النشاط السياحي.
تسيير المصادر الطاقوية	• حجم استهلاك الطاقة باختلاف مصادرها (الكلي، قطاع السياحة، يوميا شهريا وسنويا، حسب الهيكل السياحي، الاستهلاك الفردي للساكن المحلي وللسائح) • نسبة المؤسسات المشاركة في برامج الاقتصاد في استهلاك الطاقة أو استخدام تجهيزات لذلك؛ • نسبة الاستهلاك الطاقوي المتولد من موارد متجددة (في الوجهة السياحية أو في الموقع السياحي أو في الهيكل السياحي)
توفر المياه واستهلاكها	• حجم استهلاك المياه (الفردي والجماعي في الشهر والموسم وفي السنة) • اقتصاديات المياه (النسبة المقتصدة، المسترجعة والمرسكلة)
نوعية المياه الصالحة للاستخدام	• نسبة المؤسسات السياحية التي تقدم مياه معالجة حسب المعايير الصحية؛ • عدد ونسبة حالات المصابين بأمراض تحملها المياه أثناء فترة الإقامة.
تصفية المياه المستخدمة	• نسبة المياه المستخدمة المعالجة؛ • نسبة المؤسسات السياحية المربوطة بشبكة الصرف الصحي للمياه.
تسيير النفايات الصلبة	• حجم النفايات الصلبة المتولدة في الوجهة السياحية شهريا؛ • حجم ونسبة النفايات المرسكلة مقارنو بحجم النفايات الكلية المتولدة؛ • حجم النفايات المبعثرة والمنتشرة في الأماكن العمومية.
مراقبة كثافة الاستخدام	• حجم السياح الوافدين (متوسط يومي، شهري، خلال الذروة)؛ • كثافة السياح (عدد السياح في المتر المربع) في الموقع السياحي (الشواطئ، المعلم السياحي...) حسب الفترات.
مراقبة التنمية	• وجود مخطط للتهيئة أو التخطيط في ميدان السياحة؛ • نسبة المساحات المعنية بالمراقبة (الكثافة، الهندسة المعمارية.)

Source : Programme des Nations Unies pour l'environnement et Organisation mondiale du tourisme, Vers un tourisme durable Guide à l'usage des décideurs, p 190.

المطلب الثاني: قدرة الاستيعاب السياحية

تغطي المؤشرات المقدمة سابقا كل منها جانبا من جوانب السياحة المستدامة (السواح، البيئة، المجتمع المحلي والمؤسسات السياحية)، غير أننا بحاجة إلى مؤشر جامع يغطي في آن واحد هذه الأبعاد، وهو ما يحاول تقديمه مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية.

أولا: تقديم مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية

يعود استعمال هذا الاصطلاح إلى علماء البيئة للتعبير عن قدرة موطن *un habitat* لتلبية احتياجات مجتمع من فصيلة معينة في وضعية متوازنة، أي عبارة عن أكبر حجم لمجتمع هذه الفصيلة والتي يمكن لموطن معين تحمله دون المساس بقدرته على تلبية حاجيات الأجيال القادمة من هذه الفصيلة، وترى *Elisabeth DUMONT* وآخرون أنه عند إسقاط هذا المفهوم على النشاط السياحي فإنه ينطلق من فرضية وجود حد كمي لقبول مستوى من التنمية السياحية، بحيث إذا تم تجاوز هذا الحد ستتولد انعكاسات سلبية على المحيط، ومن ثم فإن قدرة الحمولة السياحية عبارة عن مركبة بين مقدار القدرة الفيزيائية وقدرة التحمل الاجتماعي للمرفق أو الوجهة السياحية[1].

وينظر إلى قدرة الاستيعاب على أنها الإطار الذي يهدف إلى تحديد نطاق السياحة الممكن تحقيقه في الوجهة السياحية، وهو عبارة عن الحد الأقصى لعدد الأفراد الذين يستخدمون موقعا سياحيا دون الوصول إلى آثار غير مقبولة على الموارد البيئية عند تلبية متطلبات السياح، ويتم تحديدها انطلاقا من[2]:

---

[1] Le Comité intergouvernemental de recherches urbaines et régionales (CIRUR), Etude sur le tourisme et l'aménagement du territoire dans les villes patrimoniales – Première partie : Tourisme et indicateurs, rapport préparé pour l'arrondissement de la Cité – ville de Québec, Toranto, novembre 2005, www.ville.quebec.qc.ca, 02/09/2016.

[2] Sharma R., « Evaluating total carrying capacity of tourism using impact indicators » in Global Journal of Environmental Science and Management (GJESM), Iran Solid Waste Association,Tehran, Volume 2, Issue 2, Spring 2016, p 187-196.

- قدرة الوجهة السياحية على امتصاص تنمية سياحية قبل أن يتم استشعار الآثار السلبية من طرف المجتمع المضيف؛
- حجم السياح الذي جعل تدفقات السياح تتراجع بسبب عجز الوجهة السياحية في إرضاءهم وجذبهم.

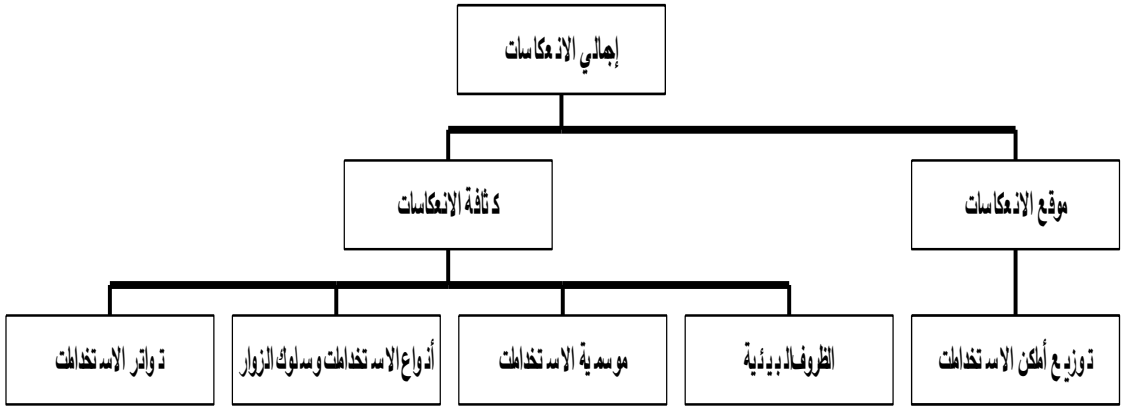
ونظرا لتعدد أنواع وأشكال انعكاسات الأنشطة السياحية على المحيط بمفهومه الواسع (البيئي، الاقتصادي، الثقافي والاجتماعي)، فإنه من الضروري أخذ بعين الاعتبار عدة أبعاد لمفهوم قدرة الاستيعاب السياحية، وتتحدد هذه الأبعاد بمختلف المميزات الخاصة بالنظام الطبيعي والاجتماعي، فهي مرتبطة بالخصائص الطبيعية، الاجتماعية والثقافية للمنطقة وللسكان المحليين، وكذا بالهياكل السياحية والسواح من حيث تطلعاتهم وتوقعاتهم، وهي ليست بالمصطلح العلمي أو الصيغة التي تقوم بإعطاء بيانات وعلاقات تسمح بتحديد حدود ثابتة ومجالات يتم توقيف التنمية السياحية خارجها، بل تقوم بإعطاء خطوط موجهة يجب تحديدها ومراقبتها عن قرب بالاستعانة بمعايير أخرى، كما أنها ليست ثابتة بل تتغير مع الزمن ومع تطور النشاط السياحي وكذا بتقنيات التسيير والمراقبة، وهنا يمكن التأكيد على النقاط التالية[1]:

- لا يوجد قدرة استيعاب سياحية مرتبطة أصلا *intrinsèque* بمنطقة معينة؛
- يمكن لمنطقة أن تملك عدة أبعاد لقدرة الاستيعاب، حيث يجب التركيز والبحث على المعايير والعناصر الأساسية، ما هي الغاية من استخدام المنطقة المعنية وإلى أي مدى يكون السواح مهيئين في زيارتهم للمنطقة...

[1] Zelenka Josef & Kacetl Jaroslav, « The concept of carrying capacity in tourism », in Economic Interferences, Vol. XVI • No. 36 • May 2014, p 643.

- إن قدرة الاستيعاب في السياحة ليست دالة تابعة حصريا لحجم الزوار، بل يتم إدراج عناصر أخرى كتوزيعهم في المنطقة، النشاطات التي يقومون بها، سلوكاتهم أثناء الإقامة، وضعية الهياكل السياحية، الإجراءات المعتمدة لحماية البيئة والمحيط، التسهيلات السياحية وطرق استخدامها، المناخ، الفصول، طبيعة الأراضي...
- تتغير قدرة الاستيعاب السياحية مع الزمن، وبالتالي فهي مفهوم ديناميكي مرتبط بسرعة التغيير الحاصل؛
- في النظم البيئية والنظم الاجتماعية يمكن أن يزداد أثر النشاط السياحي من خلال الأثر المتبادل *effet feedback* ولا يمكن متابعة التطور الحاصل إلى بشكل متأخر؛
- لا يمكن اعتبار قدرة الاستيعاب السياحية صورة محددة وحدود دقيقة، غير أنه يجب الأخذ بعين الاعتبار اتجاهات التنمية السياحية وتأثيراتها، ومن ثم تحديد وتعيين مجالات القيم للشروط والمعلمات المقبولة التي يمكن تطبيقها على خصوصيات النظام الثقافي والبيئي في ظل ظروف وأزمنة معينة.

الشكل رقم (18): العوامل المحددة للآثار البيئية والمادية.



Source : Zelenka Josef & Kacetl Jaroslav, op cit, p 644.

ومن جهة أخرى فإن الخصائص التي تحملها السياحة كنشاط بشري متعلق بمجموعة من العوامل الطبيعية، الاقتصادية والثقافية والنفسية، فإن قدرة الاستيعاب السياحية عبارة عن قيمة تسطر الحدود أو العتبة التي لا يجب تخطيها على أساس العوامل التالية[1]:

- يوجد عدد كبير من العوامل المتفاعلة فيما بينها والمتعلقة بالاستدامة في الأنشطة السياحية (البيئية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية) والتي تؤثر على قدرة الوجهة السياحية على تحمل أي شكل من أشكال النشاط السياحي؛
- إن انعكاس وأثر النشاط البشري يمكن أن يكون تدريجيا، وبدرجات متفاوتة على مختلف العوامل، والتي ستؤثر بدورها بأشكال مختلفة على الاستخدامات السياحية الممكنة، فتدهور نوعية المياه سيؤثر أولا على أنشطة السباحة والألعاب المائية قبل أن يؤثر على استخدامات الإبحار ومشاهدة المعالم السياحية؛
- هناك عدد كبير من أنواع وأشكال الاستخدامات والأنشطة السياحية، يتميز كل منها باحتياجات خاصة ومستويات مختلفة من الآثار والانعكاسات؛
- هناك اختلاف في التوقعات والتصورات لدى الأفراد في المجتمعات المضيفة فيما يخص الأنشطة السياحية، كما أنه يمكن الحصول على تقسيمات عديدة لمجموعة السياح حسب التجربة السياحية التي ينتظرها من الرحلة السياحية؛
- إن قدرة الاستيعاب السياحية ليست ثابتة، بل تتغير بالتغيرات الحاصلة في النظام البيئي والاقتصادي والثقافي والتدابير الإدارية التي يمكن اتخاذها.

[1] World Tourism Organization, Indicators of sustainable development for tourism destinations: A Guidebook, Madrid, 2004, p 309.

ثانيا: بناء مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية

انطلاقا مما سبق فإن المشكلة تتمثل في تحديد مستوى استخدامات الموارد المتاحة في الوجهة السياحية والذي لا ينتهك أي قيد موجود لدى النظام القائم، ويتم بلوغ هذا الهدف المنشود من خلال حل مسألة التعظيم التالية[1]:

$$Max\ \pi(q) = B(q) - C(q)$$

وَ

$$C(q) = C_d(q) + C_m(q) + C_k(q)$$

حيث أن: π = الحجم الصافي للأرباح من النشاط السياحي؛

B = الحجم الخام للأرباح؛

C = التكاليف المتعلقة بالنشاط السياحي؛

q = مستوى الاستخدام للمورد السياحي؛

C_d = التكاليف المتعلقة بالآثار على البيئة والمحيط؛

C_m = التكاليف المتعلقة بمصاريف تسيير الموارد؛

C_k = التكاليف المتعلقة برأس المال (سعر الفائدة، اهتلاكات...).

وتصبح المسألة الرياضية أعلاه من الشكل:

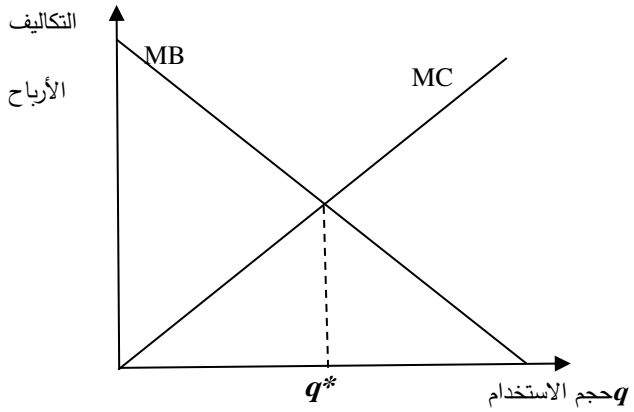
$$Max\ \pi(q) = B(q) - (C_d(q) + C_m(q) + C_k(q))$$

إن q^* التي تجعل $\pi(q)$ أعظمية هي التي تجعل المشتقة الأولى لـ π معدومة أي:

$$\frac{\partial \pi}{\partial q} = 0 \Leftrightarrow \frac{\partial B}{\partial q} - \frac{\partial C_d}{\partial q} - \frac{\partial C_m}{\partial q} - \frac{\partial C_k}{\partial q} = 0$$

[1] PAZIENZA Pasquale, « A multidimensional tourism carrying capacity model: An empirical approach », citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.511.1810&rep=rep1&type=pdf, 01/02/2017.

الشكل رقم (19): الاستخدام الأمثل لموارد الترفيه



Source: PAZIENZA Pasquale, « A multidimensional tourism carrying capacity model: An empirical approach », http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.511.1810&rep=rep1&type=pdf, 01/02/2017.

ويرى فريق PAP التابع لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة UNPE أن التنمية السياحية المستدامة المرغوبة عبارة عن نوع من التوفيق بين أشكال مكثفة من التنمية السياحية التي يتم الترويج لها أساسا من طرف المستثمرين والمقاولين، والقيود التي يتم وضعها عموما من طرف المنشغلين بالبيئة، لذلك فإن قدرة الاستيعاب السياحية لا يمكن تقديرها بدقة، بل تعتبر في غالب الأحيان حكم ذاتي مرتبط بوجهة نظر المسؤولين عن التقييم، لذلك فإن قدرة الاستيعاب السياحية ترتكز حسب أعضاء هذا الفريق على العنصرين التاليين[1]:

- مرونة المعلمات المتعلقة بالعناصر المادية البيئية البنيوية، والمعلمات المتعلقة بالجانب الاجتماعي، الديموغرافي، الاقتصادي والسياسي، حيث تحظى كلها بمعاملة متكافئة؛
- ضرورة تحليل سيناريوهات مختلفة قبل القيام بعملية التقدير النهائي لقدرة الاستيعاب السياحية.

[1] Priority Actions Programme (PAP), Carrying capacity assessment for tourism development, Coastal Area Management Programme (CAMP), UNEP, Split, 2009, p 4.

الشكل رقم (20): قدرة الاستيعاب السياحية حسب فريق Priority Actions Programme (PAP)



Source : Priority Actions Programme (PAP), op cit, p 05.

ثالثا: مركبات مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية

يأخذ مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية مختلف أبعاد السياحة المستدامة البيئية، الاجتماعية والاقتصادية، ثم يتم ادماجها في مؤشر واحد، وهي كما يلي[1]:

1. المركبات المادية والبيئية:

إن مجموع المركبات المادية والبيئية تضم جميع العناصر الثابتة والمرنة المتعلقة بالمحيط الطبيعي البيئي والثقافي المصطنع وكذا العناصر المرتبكة بالبنى التحتية والفوقية.

وتشير المركبات الثابتة إلى قدرة الأنظمة الطبيعية والبيئية على استيعاب واحتضان مختلف التأثيرات الناتجة عن النشاط السياحي، وهي لا يمكن التلاعب أو التحكم فيها بسهولة من قبل

[1] Kurhade Shweta Y, « Methodological framework for evaluation of tourism carrying capacity of eco sensitive region » in International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology, Vol. 2, Issue 3, March 2013, p 784.

الانسان، وبالتالي فإن حجمها يعتبر ثابتا نسبيا لصعوبة أو استحالة تطويره، وبالتالي فإن المدى الذي يمكن تقديره لحدود هذه العناصر يجب أن يتم مراعاته واحترامه.

أما المركبات المرنة فهي تتعلق بالبنى التحتية وخصائصها كشبكة التزويد بالمياه، شبكة الصرف الصحي، شبكة التزويد بالكهرباء، النقل، الأمن العمومي، الخدمات العمومية (خدمات البريد والاتصال، الخدمات الصحية، البنوك، المحلات التجارية...)، وما يميز هذه العناصر أنه يمكن تطويرها من خلال الاستثمارات في الهياكل والبنى التحتية، أو من خلال التشريعات والقوانين التي تنظم طرق استغلالها، الأمر الذي لا يمكن من جعل حجم هذه العناصر قاعدة لتقدير طاقة الاستيعاب بل هو عبارة عن إطار توجيهي للخيارات المتاحة ولاتخاذ الإجراءات والقرارات الخاصة بالتسيير والتسويق.

ويمكن تقدير قدرة استيعاب هذه المركبات مثلا من خلال العناصر التالية:

- مستوى مقبول من الاكتظاظ وكثافة الأفراد في المناطق أو الفضاءات الأساسية في المنطقة السياحية كالحدائق، المتاحف، شوارع المدينة...
- أكبر خسارة مقبولة للموارد البيئية (استغلال الماء أو الأراضي مثالا) دون حدوث تدهور كبير في النظم البيئية أو التنوع البيئي أو فقدان أواع من الكائنات الحية؛
- مستوى مقبول من الضوضاء والضجيج ومن التلوث في الهواء أو المياه على أساس قدرة القبول والاستيعاب للنظام البيئي المحلي؛
- كثافة استخدام البنى التحتية، النقل، مختلف التسهيلات والخدمات؛
- استعمال مختلف التسهيلات والخدمات الخاصة باستهلاك المياه، الكهرباء، الصرف الصحي، صرف النفايات الصلبة، الاتصالات السلكية واللاسلكية...

- التوفر الكافي من المرافق الاجتماعية والخدمات المرتبطة بها مثل تلك التي تتعلق بالصحة والأمن العمومي والسكن والخدمات الاجتماعية...

2. المركبات الاجتماعية والديموغرافية:

تشير المركبات الاجتماعية والديموغرافية إلى العناصر المرتبطة بالجوانب الاجتماعية التي تحظى بأهمية لدى المجتمعات المضيفة والتي تتأثر بوجود وتطور السياحة في مناطقهم، وتتمثل أساسا في المسائل الاجتماعية كمنصب الشغل المتاحة واليد العاملة المؤهلة، وكذا القضايا الثقافية والاجتماعية كالشعور بالهوية لدى المجتمع المحلي أو التجربة السياحية لدى الزوار، فهي مصطلح يعبر عن مستويات القبول والاستيعاب لدى كل من جانب الزائر وجانب المزار على حد السواء، ورغم أنه يمكن التعبير عن بعض هذه العناصر كميا إلا أنها تحتاج إلى دراسات وأبحاث اجتماعية ونفسية مناسبة، ولعل أن عتبات قدرة الاستيعاب الاجتماعية تكون الأكثر صعوبة للتقدير عكس المركبات المادية والبيئية وكذا المركبات الاقتصادية وذلك لاعتمادها لحد كبير على أحكام شخصية للقيم، كما أن بعض من هذه العناصر تتأثر بالقرارات الاقتصادية والسياسية كسياسة الهجرة مثلا. يمكن التعبير عن مستويات القدرة المرتبطة بهذه المكونات من خلال:

- عدد السياح وأنواع السياحية أو النشاط الترفيهي الذي يمكن استيعابه دون التأثير على الشعور بالهوية، نمط المعيشة، الأنماط الاجتماعية وأنشطة المجتمعات المضيفة؛
- شكل أو نوع السياحة الذي لا يؤثر بشكل ملحوظ على الثقافة المحلية بشكل مباشر أو غير مباشر من حيث الفنون، الحرف اليدوية، والنظم العقائدية، الاحتفالات، والعادات والتقاليد؛
- حجم النشاط السياحي الذي لا يخلق استياء لدى السكان المحليين أو لا يسبب تضييقا في أولويتهم من الاستفادة من الخدمات العمومية ومن استخدام مختلف المرافق العامة؛

- حجم النشاط السياحي (عدد الزوار وتوافق أنواع الأنشطة السياحية) في الوجهة السياحية دون تراجع وتدهور غير مقبول في التجربة السياحية لدى الزوار.

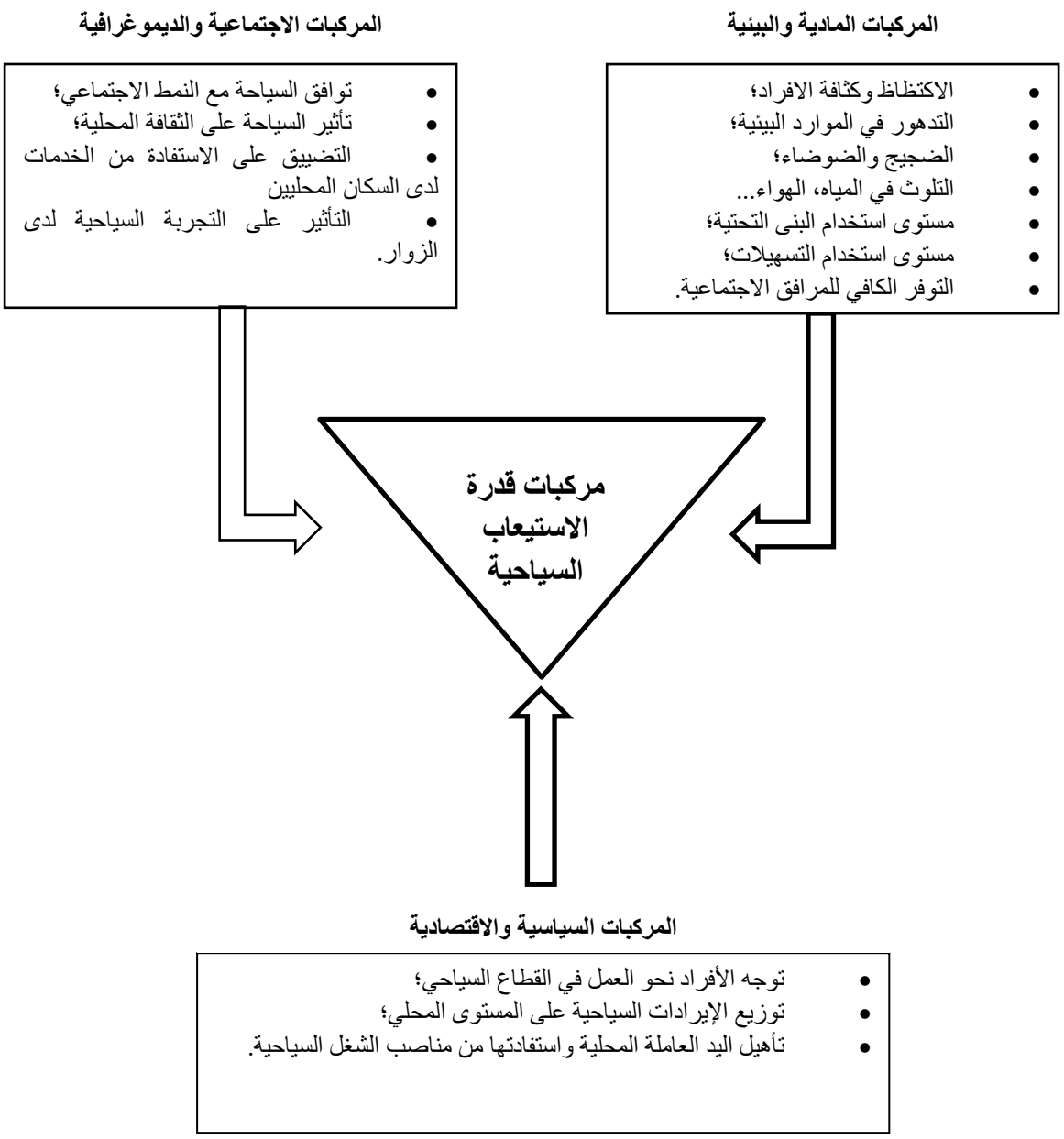
3. المركبات السياسية والاقتصادية:

تتعلق مجموعة المركبات السياسية والاقتصادية بالآثار والانعكاسات التي قد تفرزها الأنشطة السياحية على البنية الاقتصادية المحلية في الوجهة السياحية، النشاطات التي يتم ممارستها هناك والمنافسة التي قد تحدث بين مختلف هذه النشاطات، وكذا المسائل المؤسسية التي تشير إلى قدرة تسيير وإدارة قيام ووجود الأنشطة السياحية في المنطقة، كما تشير أيضا إلى الاختلاف في القيم والمواقف لدى المجتمع المحلي تجاه السياحة.

ويمكن التعبير عن مستويات القدرة في هذا الجانب من حيث مستوى التخصص في مجال السياحة؛

- فقدان العمل البشري في القطاعات الأخرى نظرا لجذب السياحة؛
- المسائل المتعلقة بالإيرادات السياحية وتوزيعها على المستوى المحلي؛
- مستوى العمالة السياحية بالمقارنة مع الموارد البشرية المحلية.

الشكل رقم (21): ملخص لمركبات قدرة الاستيعاب السياحية



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا مما سبق.

المطلب الثالث: وسائل وسياسات تحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية

تملك السلطات العمومية العديد من الوسائل والأدوات تعتمد عليها في تحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية، حيث تسمح لها هذه الوسائل بتوجيه وتحفيز سلوك المتعاملين السياحيين من

سواح ومؤسسات سياحية ومجتمع محلي نحو الهدف المنشود، وسيخصص هذا المطلب لعرض أهم هذه الوسائل.

أولا: التشريعات والقوانين

القانون عموما عبارة عن مجموعة من القواعد المنظمة لسلوك الأفراد في المجتمع، والتي تحملهم السلطة العامة فيه على احترامها ولو بالقوة عند الضرورة، ويقصد به معنا خاصا، بأن يراد به مجموعة القواعد التي تصنعها السلطة التشريعية في الدولة لتنظيم أمر ما، فيقال قانون المحاماة، أو قانون الإصلاح الزراعي أو قانون تنظيم الجامعات ... الخ[1]، وتقرير قواعد قانونية لا يكفي لإقامة نظام اجتماعي، بل لابد من أن يصحبها جزاء يوقع على من يخالفها أو يخرج عن أحكام، وهذا الجزاء هو الذي يحمل الناس على احترامها، ولو أن الكثير منهم يطيعونها ويعملون بها لا رهبة ولا خوفا من الجزاء بل اقتناعا بما في احترامها والانقياد لأحكامها من استقرار للنظام الاجتماعي وحفاظا عليه[2].

ومن ثم تعتبر التشريعات والقواعد القانونية أداة فعالة لتنظيم ومراقبة ممارسة النشاط السياحي وإعداد سياسات التنمية السياحية المستدامة محليا، جهويا ووطنيا، سواء فيما يخص إدارة المرافق السياحية و رفع مستوى الخدمات السياحية بما يكفل تقديم افضل الخدمات والتسهيلات الممكنة وتوجيه النشاط السياحي وتطويره بما يحقق ويحافظ على الاستدامة في الأنشطة السياحية، أو فيما يخص توجيه وتسيير العلاقة التي تربط بين أصحاب المصالح في النشاط السياحي بداية من السائح والمجتمع المضيف مرورا بمقدمي الخدمات السياحية والسلطات العمومية، وتحديد مسؤولية كل طرف في تحقيق الاستدامة الأنشطة السياحية، فهي وسيلة لإلزام مختلف المتعاملين وأصحاب المصالح

[1] أنور سلطان، المبادئ القانونية العامة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 16.

[2] نفس المرجع، ص 23.

بخطوات وإجراءات إجبارية تعمل على تفعيل مختلف العناصر المتعلقة بالاستدامة السياحية على جميع المستويات: البيئية، الاقتصادية والاجتماعية، وعلى السلطات العمومية السهر على أن يحترم كل طرف هذه القوانين واللوائح والإجراءات المعتمدة، على أن يتم اللجوء إلى فرض عقوبات ردعية لكل من يخالف هذه القواعد والتنظيمات.

وهنا يتم تنظيم النشاط السياحي باستخدام اللوائح والتشريعات بما يوافق ويكرس مبادئ الاستدامة السياحية على جميع المستويات بهدف حماية البيئة والتوافق مع متطلبات السكان المحليين والتجاوب لتطلعات السياح وضمان استمرار نشاط القطاع، سواء في إطار قوانين عامة تترجم الاتجاه العام للسلطات العمومية في اعتماد مبادئ الاستدامة في الأنشطة السياحية، أو سن عدة قوانين قطاعية أو خاصة بنشاطات سياحية متميزة من حيث طبيعة النشاط في حد ذاته أو أنه يتم ممارستها في وسط حساس بيئيا واجتماعيا (قانون استغلال الشواطئ، قانون تسيير النفايات...) على أن تكون متكاملة وغير متعارضة فيما بينها وأن لا تخلق تداخل في الصلاحيات بين الهيئات المشرفة في عدة مجالات نذكر منها:

- تحديد طبيعة وحجم ومكان اعتماد وممارسة الأنشطة السياحية بما يتلاءم مع النسق الطبيعي للمنطقة، مع اعتماد سياسات تخطيط وتهيئة تتوافق مع طبيعة الأقاليم، من خلال تقييد منح تراخيص الاستغلال ووضع شروط للحصول استغلال العقار السياحي، كما يجب أن يتم وضع هذه البرامج في تناسق وتجانس تام مع السياسات التنموية التي قد تمس قطاعات أخرى من خلال التنسيق والتشاور مع الهيئات المسؤولة كل حسب تخصصه في إطار استراتيجية شاملة تأخذ بعين الاعتبار العوامل الاقتصادية، البيئية والاجتماعية، وهنا يجب التأكيد على توفير الموارد البشرية المؤهلة والوسائل المادية لتعزيز القدرات الإدارية محليا ومركزيا لدراسة الملفات ومنح التراخيص ومراقبة تطبيق البرامج وفرض العقوبات في حالة عدم احترام بعض الأطراف للقوانين.

- مراقبة وتفتيش المرافق السياحية التي تحدث مساسا بالبيئة والمحيط أو بالموارد الثقافية المادية وتشكل تهديدا حقيقا لقوة الجذب السياحية للمنطقة سواء من خلال إفرازاتها (رمي النفايات الصلبة، مياه مستعملة، تلويث الهواء...)، واتخاذ الإجراءات بحق المؤسسات السياحية من خلال فرض عقوبات صارمة كالغرامات المالية، توقيف مزاولة النشاط، السجن...
- اعتماد دفتر شروط يوجب استخدام تجهيزات تهدف إلى الحد والتقليل من أثر إفرازات النفايات الصلبة والسائلة، كوسائل معالجة النفايات، معالجة المياه المستعملة، مصفاة للأدخنة المتسربة...
- تجنب والحد من انتشار الأنشطة السياحية الشديدة الاستهلاك للموارد الطبيعية (منح التراخيص) كحمامات السباحة والحدائق المائية والمرافق الشديدة الاستهلاك للكهرباء (المراكز التجارية الضخمة وحدائق التسلية)، مع تشجيع أو إجبار استخدام التجهيزات المقتصدة في استخدام هذه الموارد (دفتر الشروط)؛
- موافقة المرافق السياحية لشروط السلامة والأمن (الممرات، مخارج النجدة، مخططات الخروج، أدوات ووسائل إخماد النيران...) والتأكد من استعمال المعدات والتجهيزات الملائمة وكذا اعتماد يد عاملة مؤهلة في حالة الأنشطة السياحية الخاصة (سياحة التخييم وسياحة الغوص مثلا)، بشكل يقي الزوار والعمال على حد السواء من المخاطر المتعلقة بالحوادث (حرائق، اختناقات...)، وكذا احترامها لمعايير النظافة والصحة الغذائية لتجنب تعرض الزوار لأمراض تشكل خطر على جسم الإنسان؛
- خلق مناخ تنافسي يشجع على الاستثمار وعلى خلق وإنشاء وتطور المؤسسات الاقتصادية لا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومحاربة السلوكيات غير التنافسية في الأسواق (احتكار، رشوة...)، وذلك من خلال سن التشريعات المنظمة والموجة للنشاط السياحي وإنشاء الهيئات

والمؤسسات الداعمة لهذا التوجه (صناديق تمويل، مؤسسات مرافقة، هيئات مراقبة...) ومنحها السبل القانونية لأداء مهامها على أكمل وجه كل حسب تخصصه؛

- مراقبة وتفتيش المرافق السياحية للسهر على احترام هذه الأخيرة لتشريعات وقوانين العمل من حيث النظافة وسلامة العمال، واستفادتهم من الميزات الاجتماعية كالضمان الاجتماعي والاشتراك في صندوق التقاعد، وفرض عقوبات على المؤسسات التي تقوم باستغلال العمال ومنعهم من حقوقهم المهنية والاجتماعية، ناهيك عن المؤسسات التي تقوم بتوظيف الأطفال والعمال بطريقة غير شرعية (المهاجرين غير الشرعيين مثلا)، مع تقديم تحفيزات (مالية ومعنوية) للمؤسسات التي تعمل على اعتماد برامج تكوين خاصة للعمال والموظفين لتحسين أدائهم، أو تلك التي توفر خدمات اجتماعية إضافية لصالحهم (سكنات وظيفية مثلا)؛
- إرساء مناخ ديموقراطي حقيقي يسمح بمشاركة تمثيلية للسكان المحليين في المجالس المنتخبة المحلية والوطنية، وتفعيل لهيئات المجتمع المدني (جمعيات، نقابات، تعاونيات...)، بما يسمح بإشراكهم في اتخاذ القرارات الخاصة بسياسات التنمية السياحية في مناطقهم بما يوفق تطلعاتهم وفي ظل تجانس واحترام كامل للأصالة الاجتماعية والثقافية المحلية؛
- اعتماد إجراءات خاصة لتنظيم والتحكم في حجم تدفق السياح (تحديد المجموعات السياحية، حقوق الدخول، مناطق ممنوعة للسياح، برامج زمنية...) للتقليل من الاكتظاظ وما ينجر عنه من تشويش لدى السكان المحليين، وسن تشريعات تجبر السياح على التصرف بما يتوافق مع عادات وأعراف المجتمع المحلي مع فرض عقوبات (إتاوات، غرامات مالية...) واعتماد إجراءات أمنية من طرف السلطات العمومية لمراقبة ومنع انتشار الآفات الاجتماعية المتعلقة بالنشاط السياحي (تجارة المخدرات، دعارة، اعتداءات...).

ثانيا: الضرائب والرسوم والإعانات المالية

رغم أنه لا يمكن التأكد من حدوث الأثر المرغوب مسبقا، إلا أن الضرائب والرسوم تمثل أداة متاحة لتفعيل الاستدامة في الأنشطة السياحية، سواء كانت هذه الضرائب والرسوم عامة تفرض على قطاعات وأنشطة أخرى (الرسم على القيمة المضافة، الضريبة على أرباح الشركات...)، أو أن هذه الرسوم والضرائب موجهة فقط للأنشطة السياحية، كتلك التي تفرض على استهلاك الموارد أو على استخدامات مختلف التجهيزات والفضاءات المخصصة للنشاط السياحي، حيث يظهر أثر هذه الضرائب والرسوم على التكاليف والأسعار والمداخيل التي تولدها الأنشطة، مما قد ينعكس على قرارات وسلوكات المنتجين والمستهلكين بما يحقق مبادئ الاستدامة في القطاع من جهة، ويساعد في الحصول على موارد مالية إضافية يمكن الاستعانة بها للتخفيف من أثر الأنشطة السياحية غير الرغوب فيها أو لترميم والمحافظة على الموارد السياحية الموجودة في المنطقة المضيفة على تكون حصيلة هذه الضرائب والرسوم موجهة مسبقا لهذا الغرض، وفي هذا الإطار يمكن التمييز بين عدة أنواع من الرسوم والضرائب المتعلقة بالنشاط السياحي، نذكر منها:

- **رسم الإقامة Taxe de séjours:**

في كثير من المناطق التي تتميز بنشاط سياحي متميز كالمناطق الساحلية أو المناطق التي تحتوي على مرافق سياحية كالمحطات الشتوية يتم فرض هذا النوع من الرسوم، ويمكن أن تدرج ضمن السعر الذي يدفعه السائح لمؤسسة الإيواء التي يبيت فيها (فندق، إقامة سياحية، قرية صيفية، مساحة للتخييم أو لعربات التخييم...) على كل شخص وعلى كل ليلة، أو أنها تفرض جزافيا على

مؤسسة الإيواء على أساس سعة المؤسسة وعدد الأفراد الذي يمكن استقبالهم وبغض النظر عن عدد الأفراد الذي تم استقبالهم فعليا[1].

ونظرا للطابع المحلي لهذا الرسم فإنه يتم تحديده وتبيان طريقة تحصيله وفق مراسيم تسن من طرف المجالس والهيئات المنتخبة المحلية بهدف الحصول على موارد مالية إضافية توجه لتمويل الخزينة العمومية لتغطية النفقات المرتبطة بالتوافد الكبير للسياح وما لها من انعكاسات سلبية على المستوى الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي والحفاظ وحماية الفضاءات التي تحتضن الأنشطة السياحية، فهي تهدف إلى المحافظة على قدرة الجذب للوجهة السياحية أكثر مما يهدف إلى التأثير على عدد السواح والزائرين، وهنا يجب أن لا يمثل هذا الرسم مصدرا إضافيا للضغط الضريبي على مؤسسات الإيواء، أو أن لا يؤدي إلى تراجع عدد الوافدين والسياح بسبب التضخيم الذي قد يطرأ على تكاليف الإقامة، مما يؤثر سلبا على النشاط السياحي في الوجهة السياحية.

وكمثال لهذا النوع من الرسوم في كل من جزر غالاباغوس les îles Galápagos (أرخبيل يقع على بعد 1،050 كيلومترا قبالة ساحل الإكوادور) وفي جمهورية باولا les Palaos (جزيرة في المحيط الهادئ تقع 800 كم شرق الفليبين و3200 كم عن طوكيو) يقوم الزوار بدفع حقوق الولوج إلى المناطق المحمية وتسمى في بعض الأحيان الرسم الأخضر، وتوجه حصيلة هذه الرسوم التي

[1] Voir République Française, Ministère de l'intérieur - Direction générale des collectivités locales & Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique Direction générale des entreprises, Guide pratique Taxe de séjours, Mis à jour Février 2016, http://www.collectivites-locales.gouv.fr/files/files/dgcl_v2/FLAE_circulaires_10_fevrier2016/Guide_pratique_TS.pdf, 20/09/2016.

تبلغ في جمهورية باولا 1.3 مليون دولار أمريكي سنويا منذ 2009 لتعزيز المحافظة والتنمية البشرية المستدامة[1].

- **الرسوم والضرائب المتعلقة باستخدام الموارد:**

يمكن كذلك للسلطات العمومية أن تقوم بفرض رسوم وضرائب متعلقة بالاستخدامات المختلفة للموارد والاستهلاكات الوسيطية سواء كانت طبيعية أو مصطنعة، وأخرى متعلقة بمختلف النواتج والإفرازات غير المرغوبة التي تولدها الأنشطة السياحية، أو عن الإزعاج ومختلف المضايقات الجانبية التي تحدث في الوجهة السياحية نتيجة كثافة النشاط السياحي.

ويهدف هذا النوع من الضرائب والرسوم إلى التأثير على سلوك المنتجين والمستهلكين في قراراتهم المتعلقة باستعمال الموارد المختلفة والمواد المستعملة كاستهلاكات وسيطية في العملية الإنتاجية للخدمة السياحية، فتدفع السياح مثلا إلى تفضيل النقل الجماعي أو النقل بوسائل تقليدية (دراجات هوائية، أحصنة وعربات) بدلا من استعمال وسائل نقل مستهلكة للطاقة ومولدة للغازات المضرة للبيئة، أو أنها تدفع أصحاب المؤسسات السياحية لاعتماد معدات تقتصد في استخدام الموارد (الماء والكهرباء) أو تثبيت تجهيزات تحد من الإفرازات غير المرغوبة على البيئة (محطات معالجة النفايات الصلبة والسائلة، مصفاة للأدخنة والغازات المتسربة...).

- **الإعانات وبرامج التمويل:**

وفي جانب آخر، يمكن للسلطات العمومية وحتى الهيئات ومؤسسات التمويل الدولية (البنك الدولي، البنك الإسلامي للتنمية...) الاعتماد على الإعانات المالية كوسيلة لتوجيه الاستدامة في الأنشطة السياحية إما بتقديم مساعدات مالية في شكل إعانات أو إعفاءات ضريبية لصالح المشاريع

[1]http://media.unwto.org/fr/press-release/2014-11-10/un-milliard-de-touristes-une-force-mettre-au-service-d-un-avenir-durable, 20/09/2016.

والمؤسسات السياحية، أو التأثير على قرارات مؤسسات التمويل (بنوك، صناديق تمويل...) وهيئات المرافقة التقنية الموجودة (مكاتب الدراسات، الحاضنات...) من خلال التشريعات والقوانين المختلفة.

وفي هذا الإطار يمكن لمؤسسات التمويل اعتماد مبدأ المشروطية على تمويل المشاريع السياحية الكبرى، حيث يتم دراسة وتقييم المشروع والتأكد من أنه ويراعي ويتجه في إطار مبادئ التنمية المستدامة كالمحافظة على البيئة ويساهم في الترقية الاجتماعية للسكان قبل منح قرار التمويل، فمثلا يتم التركيز على طريقة تموين من الموارد المائية والطاقوية وتأثيره على حق السكان المحليين في الحصول على تلك الموارد، أو مدى تأثير المشروع على الرقي الاقتصادي والاجتماعي في المنطقة من حيث خلق مناصب الشغل ومدى ادماجه مع القطاعات الاقتصادية الأخرى وتأثيره على النظم الاجتماعية والثقافية السائدة هناك، أو أنها تقوم بإحداث صيغ تمويل خاصة للمشاريع الصغيرة التي تستجيب لبعض جوانب الاستدامة، كصناديق التمويل الأصغر التي تقوم بتمويل أصحاب الحرف والصناعات التقليدية لا سيما النساء (طرز تقليدي، طبخ محلي، حلي تقليدية...) لاقتناء المواد الأولية وأدوات العمل اليدوية وإنشاء مؤسسات أو ورشات مصغرة تسمح لهم بخلق مداخيل ثابتة، كما أن تساهم في تثمين التراث الثقافي والتاريخي المحلي.

ففي الجزائر استطاعت الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM) منذ إنشائها أن تمنح 769.648 قرض لإنشاء مشاريع مصغرة إلى غاية 2016/06/30، استطاعت من خلالها خلق 1.154.472 منصب شغل، كانت غالبيتها لصالح الأشخاص دون المستوى الثانوي بنسبة 82،81%، وما يجب الإشارة إليه أن أكثر من نصف هذه المشاريع كانت موجهة للخدمات الصغيرة والصناعات التقليدية كالنسيج و الزرابي التقليدية، خياطة الملابس التقليدية، الطرز التقليدي، الرسم على الحرير والقطيفة، أدوات الزينة، الفخار، المنتجات المصنوعة بالزجاج، النقش على الخشب، الأحذية التقليدية

والألبسة (55.86% من إجمالي المشاريع) وينعكس ذلك في نصيب العنصر النسوي من إجمالي القروض الممنوحة بنسبة 62،24%.[1]

كما يمكن صياغة برامج لتقديم إعانات وإعفاءات أو صيغ لتمويل الاستثمارات التي تسير في اتجاه المحافظة على البيئة في المؤسسات السياحية، كالتجهيزات والتكنولوجيات الصديقة للبيئة (تجهيزات التموين بالطاقة الشمسية، محطة معالجة النفايات الصلبة والسائلة...).

ثالثا: أخلقة الأنشطة السياحية

يقصد بالأخلاق مجموعة المبادئ والقيم التي تحكم السلوك البشري في كافة العلاقات والمعاملات. فالأخلاق كما يقول *Shérou* هي بالضبط ما يميز الإنسان ويفرقه عن الحيوان، وفي المصطلح الغربي تستعمل كلمة *Ethics* أكثر من كلمة *Moral* على الرغم من أن أصلها واحد وهو الكلمة الاغريقية ***Ethicos*** وتعني الخُلُق وتعني الطبع ذلك أن هذا الأخير له نوع من الإيقاع الديني، ولقد بات إدراج البعد الأخلاقي في مجال العلوم والأعمال عموما يمثل انشغالا متناميا، إن على المستوى الفكري أو على مستوى السياسات، وفي هذا نتكلم عن أخلقة السياية، أخلقة الاقتصاد، أخلقة الإعلام وأخلقة المعرفة بوجه عام، ووفقا لذلك تدل أخلقة السياحة على إدخال الاعتبارات الأخلاقية في كافة الأنشطة السياحية، سواء على مستوى الفرد (السائح) أو على مستوى المؤسسات السياحية، ولقد برز هذا الانشغال خصوصا بعد أن أخذت الأنشطة السياحية مناحي سلبية متنافية والأغراض المرجوة منها، تجلت في علاقات وممارسات مخلة بالفطرة السليمة في بعضها، ومضرة بالبيئة والموارد الطبيعية في بعضها الآخر.[2]

---

[1] www.angem.dz, 23/09/2016.

[2] رحيم حسين، "أخلقة الأنشطة السياحية معالم أساسية لمدونة إسلامية لأخلاقيات السياسة – الحلقة الثانية" في في مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية"، المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية بالتعاون مع مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية، العدد 21، فبراير 2014، ص 20.

وفي هذا الإطار عملت العديد من المنظمات والهيئات الحكومية وغير الحكومية، والجمعيات المحلية والدولية، والتعاونيات وبعض المجتمعات المحلية المهيكلة بإصدار مواثيق ومدونات لإرساء أشكال جديدة من السياحة معتمدة في ذلك على مجموعة من القيم كالتضامن، الأخلقة، المسؤولية والاستدامة، وذلك من خلال الدعوة إلى احترام الطبيعة والمحيط والسكان المضيفين وأنماط حياتهم، وتذكر هذه المواثيق والمدونات أن السلوكيات والمواقف التي يتحلى بها الفرد في حياته اليومية قد تشكل مصدرا للإزعاج والقلق وأنها قد تصدم المجتمعات المضيفة حين يتم ممارستها في بيئات وثقافات مختلفة، ومن ثم وجب إعادة تعريف القناعات والقيم التي يُظن أنها عالمية والنظر إليها بشكل نسبي، حيث أن المبادئ التوجيهية والتعليمات والتوصيات التي تنبثق من هذه النصوص هي عامة وليست محددة لثقافة واحدة أو مكان واحد، ويقع على عاتق وكلاء السفر والمرشدين المحليين إدماج الزوار في المجتمعات المحلية بحيث أن رحلتهم هي جولة حقيقية بدلا من أشكال الاجتياح من جهة، وعلى السياح والمجتمعات المحلية المضيفة على حد السواء من جهة أخرى[1].

وتأتي المدونة العالمية لأخلاقيات السياحة التي تم اعتمادها من قبل الجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحية سنة 1999 والذي اعترف به من طرف منظمة الأمم المتحدة بعده بسنتين كمرجعية أساسية للسياحة المسؤولة والمستدامة، وهو عبارة عن مجموعة شاملة من المبادئ لتوجيه أصحاب المصلحة الرئيسيين في التنمية السياحية: السلطات العامة، المهنيين في قطاع السفر، المجتمعات المحلية والسياح، وهو يهدف إلى تعظيم فوائد السياحة مع الحد إلى أبعد الحدود من أي أثر سلبي محتمل على البيئة والتراث الثقافي والمجتمعات في جميع أنحاء العالم.

[1] Delisle Marie-André et Jolin Louis, un autre tourisme est-il possible?, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2007, p 117.

إن هذه المدونة وما تحتويه من نصوص ومواد لا تشكل قوانين ملزمة، ولكنها توفر آلية طوعية من خلال الدور الذي أوكل إلى لجنة أخلاقيات السياحة العالمية، والتي يمكن الرجوع إليها من قبل أصحاب المصلحة في القضايا المتعلقة بتطبيق وتفسير الوثيقة[1].

ويغطي هذا الميثاق عشرة مبادئ والتي تغطي إلى حد كبير المركبات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للسفر والسياحة[2]:

- **المادة 1:** مساهمة السياحة في التفاهم والاحترام المتبادل بين الشعوب والمجتمعات.
- **المادة 2:** السياحة وسيلة للرقي الفردي والجماعي.
- **المادة 3:** السياحة عامل من عوامل التنمية المستدامة.
- **المادة 4:** السياحة مستخدم للتراث الثقافي البشري ومساهم في تعزيزه.
- **المادة 5:** السياحة نشاط مفيد للبلدان المضيفة والمجتمعات.
- **المادة 6:** التزامات أصحاب المصلحة في التنمية السياحية.
- **المادة 7:** الحق في السياحة.
- **المادة 8:** الحرية للحركات السياحية.
- **المادة 9:** حقوق العمال ورجال الأعمال في صناعة السياحة.
- **المادة 10:** تنفيذ المدونة العالمية لآداب السياحة مبادئ.

[1] http://ethics.unwto.org/fr/content/le-code-mondial-d-ethique-du-tourisme, 09/11/2016.
[2] Voir « Code mondial d'éthique du tourisme- Pour un tourisme responsable», http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodefr.pdf, 09/11/2016.

خلاصة الفصل:

تم التطرق في هذا الفصل إلى الانعكاسات والإفرازات التي تنتجها الأنشطة السياحية على المستوى الاقتصادي من طرق توزيع المداخيل ودور المضاعف في هذه العملية، وكذا الأثر على ارتفاع السعار في الوجهة السياحية وكذا الانعكاس على ميزان المدفوعات وسعر الصرف، كما تم التطرق إلى أهم الآثار على المستوى البيئي من استهلاك مفرط للمياه وتلويث للهواء وإفراز للنفايات مما يؤدي إلى تهديد شامل للتوازن البيئي، هذا إلا جانب الإلمام بجزء من الآثار الاجتماعية والثقافية الناتجة من العلاقات المتولدة من احتكاك السياح بالسكان المحليين والعمليات المتضمنة في هذه العلاقة.

وقد خصص المبحث الثاني إلى مفهوم السياحة المستدامة الذي نال الاهتمام من طرف المنظمات الدولية والمنظرين والباحثين، حيث أنه يعبر عن رؤية جديدة للممارسة السياحية، من خلال إحداث توازن بين أصحاب المصالح في النشاط السياحي بما يسمح بالمحافظة على المحيط والبيئة وعلى النظم الاجتماعية والثقافية مع منح تجربة سياحية متميزة للسواح وبما يحافظ على استمرار النشاط الاقتصادي للمؤسسات السياحية، كما تم عرض بعض المفاهيم المجاورة للسياحة المستدامة كالسياحة البيئية والسياحة المسؤولة والسياحة التضامنية والذي يعبر كل منها على زاوية من زوايا وأهداف السياحة المستدامة.

وفي المبحث الثالث والأخير من الفصل تم التطرق إلى أهم مؤشرات الاستدامة في الأنشطة السياحية، التي يجب أن تحمل مجموعة من المميزات والخصائص حتى تؤدي الدور المنوط بها من وصف لحالة النشاط السياحي وتقدير للآثار الناجمة عن مختلف السياسات والقرارات المتعلقة به، ومن ثم فنجد مجموعة كبيرة من المؤشرات حسب الشكل وحسب الدلالة ومستوى التغطية للمؤشر، ويأتي مؤشر قدرة الاستيعاب السياحي كمؤشر جامع يغطي الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية

ويعكس مدى الاستدامة في الأنشطة السياحية، لنخلص في الأخير إلى أهم السبل والوسائل التي يمكن الاعتماد عليها لتوجيه النشاط السياحي بما يحقق الاستدامة في الأنشطة السياحية من تشريعات وقوانين، وضرائب ورسوم وإعانات مالية، وكذا دساتير الأخلقة في الأنشطة السياحية.

الفصل الثالث:
واقع النشاط السياحي
في الجزائر

تمهيد:

سنحاول من خلال هذا الفصل استعراض واقع وتطور النشاط السياحي في الجزائر من خلال أهم المؤشرات الخاصة بالنشاط، حيث سنخصص المبحث الأول لعرض الأرقام الخاصة بتدفق السياح من وإلى الجزائر سواء السياح الوافدين أو السياح الصادرين، ثم سنقوم بتقديم الأرقام الخاصة بتطور الميزان السياحي للجزائر من خلال الوقوف على قيمة الإيرادات المتعلقة بكل من السياحة الصادرة والسياحة الواردة ثم قيمة الرصيد السياحي، وكذا طاقة الإيواء وطور المشاريع السياحية والتشغيل.

وفي نفس السياق سنقوم في المبحث الثاني بمحاولة إعطاء صورة عن مكانة فرع الإيواء والإطعام في الحسابات الوطنية من خلال حسابات الإنتاج لمجموعة من السنوات الذي يصف قيمة الإنتاج والقيمة المضافة الخامة للفرع، ثم حسابات الاستغلال التي تعرض توزيع القيمة المضافة بين مختلف الأعوان من ضرائب مدفوعة من قبل الفرع لصالح الإدارات العمومية وكذا تعويضات الأجراء المدفوعة لصالح العائلات، كما سنستخدم جداول المدخلات والمخرجات للوقوف على الموارد الرئيسية الداخلية والخارجية للفرع والتي تستخدم كاستهلاكات وسيطية من سلع وخدمات من جهة، وأهم الاستخدامات الوسيطية والنهائية لناتج الفرع.

أما المبحث الثالث فسيخصص لعرض الإطار القانوني المتعلق باستخدام أهم الموارد السياحية كالمنابع الحموية وحماية البيئة والمحميات الطبيعية وكذا التراث الثقافي، ثم سنقوم بعرض القوانين المتعلقة بالتنمية السياحية المستدامة القوانين المتعلقة بمناطق التوسع والمواقع السياحية، وفي الأخير سنقوم بتعريف أهم الهيئات المعتمدة في تسيير النشاط السياحة انطلاقا من وزارة السياحة والصناعات التقليدية إلى مختلف مراكز ومدارس التكوين السياحي.

المبحث الأول: تطور أهم المؤشرات السياحية في الجزائر

تهدف المؤشرات السياحية إلى إعطاء صورة حقيقية لحالة كل من الطلب السياحي من جهة من خلال حجم السياح الوافدين وبلدانهم المصدرة وكذا حجم الليالي السياحية والإيرادات المسجلة في الميزان التجاري، ومن جهة أخرى تقدم لنا لمحة عن حالة العرض السياحي ممثلة في طاقة الإيواء وتوزيعها حسب طبيعتها وتصنيفها ومن ثم مناصب الشغل المتولدة من تفاعل العرض والطلب، حيث تعكس هذه المؤشرات الأهمية النسبية لأهم الأسواق السياحية وكذا مركبات الاستهلاك السياحي وتبرز الأسواق الناشئة والكامنة، ومن ثم ستكون قاعدة لاتخاذ القرارات واعتماد السياسات والاستراتيجيات للوصول للأهداف المنشودة والمتعلقة بالتنمية السياحية.

سنحاول من خلال هذا المطلب إعطاء صورة لواقع السوق السياحية في الجزائر من خلال عرض الأرقام الخاصة بتدفق السياح ونفقاتهم المسجلة في الميزان السياحي، ثم الوقوف عند واقع وتطور طاقة الإيواء حسب طبيعتها وتصنيفها، لنصل إلى واقع الاستثمار في القطاع السياحي وحجم التشغيل في القطاع.

المطلب الأول: تطور تدفق السياح

يعتبر عدد السياح الوافدين للبلد وعدد السياح الصادرين منه وكذا معطيات الميزان السياحي من أهم المؤشرات المعتمدة في قياس النشاط السياحي في بلد معين، فهو يعكس حجم الحركة السياحية وما يتبعها إيرادات سياحية، لذلك سنقوم بالوقوف على الأرقام المتعلقة السياحة الوافدة والسياحة الواردة خلال الفترة 2000-2015.

أولا: تطور حجم السياحة الوافدة

لقد عرف عدد السياح الوافدين للجزائر تزايدا مستمرا من سنة 2000 إلى غاية سنة 2013، حيث تضاعف خلال هذه الفترة بأكثر من 3,1 مرة، وانتقل من865.984 سائح وافد في بداية الفترة

إلى 2.732.731 سائح وافد في نهاية الفترة، أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 9,2%، غير أن هذا العدد عرف تراجعا محسوسا في السنتين المواليتين، حيث انخفض بنسبة 15,8% في سنة 2014 ثم ليزداد هذا التراجع اتساعا ويسجل نسبة انخفاض تقدر بـ 25,7% في سنة 2015، حيث أنه لم يتم استقبال في تلك السنة إلا ما يساوي 1.709.944 سائح.

الجدول رقم (17): تطور عدد السياح الوافدين حسب الجنسية خلال الفترة 2000-2015

	إجمالي السياح		السياح الأجانب			الجزائريون المقيمون في الخارج		
السنوات	العدد	معدل النمو %	العدد	معدل النمو %	النسبة	العدد	معدل النمو %	النسبة
2000	865 984	15,69	175 538	24,62	20,27	690 446	13,62	79,73
2001	901 416	4,09	196 229	11,79	21,77	705 187	2,13	78,23
2002	988 061	9,61	251 145	27,99	25,42	736 915	4,50	74,58
2003	1 166 287	18,04	304 914	21,41	26,14	861 373	16,89	73,86
2004	1 233 719	5,78	368 662	20,91	29,88	865 157	0,44	70,13
2005	1 443 090	16,97	441 206	19,68	30,57	1 001 884	15,80	69,43
2006	1 637 582	13,48	478 358	8,42	29,21	1 159 224	15,70	70,79
2007	1 740 000	6,25	511 000	6,82	29,37	1 230 000	6,11	70,69
2008	1 772 000	1,84	557 000	9,00	31,43	1 215 000	-1,22	68,57
2009	1 911 506	7,87	655 810	17,74	34,31	1 255 696	3,35	65,69
2010	2 070 496	8,32	654 987	-0,13	31,63	1 415 509	12,73	68,37
2011	2 394 887	15,67	901 642	37,66	37,65	1 493 245	5,49	62,35
2012	2 634 056	9,99	981 955	8,91	37,28	1 652 101	10,64	62,72
2013	2 732 731	3,75	964 153	-1,81	35,28	1 768 578	7,05	64,72
2014	2 301 373	-15,78	940 125	-2,49	40,85	1 361 248	-23,03	59,15
2015	1 709 994	-25,70	1 083 121	15,21	63,34	626 873	-53,95	36,66

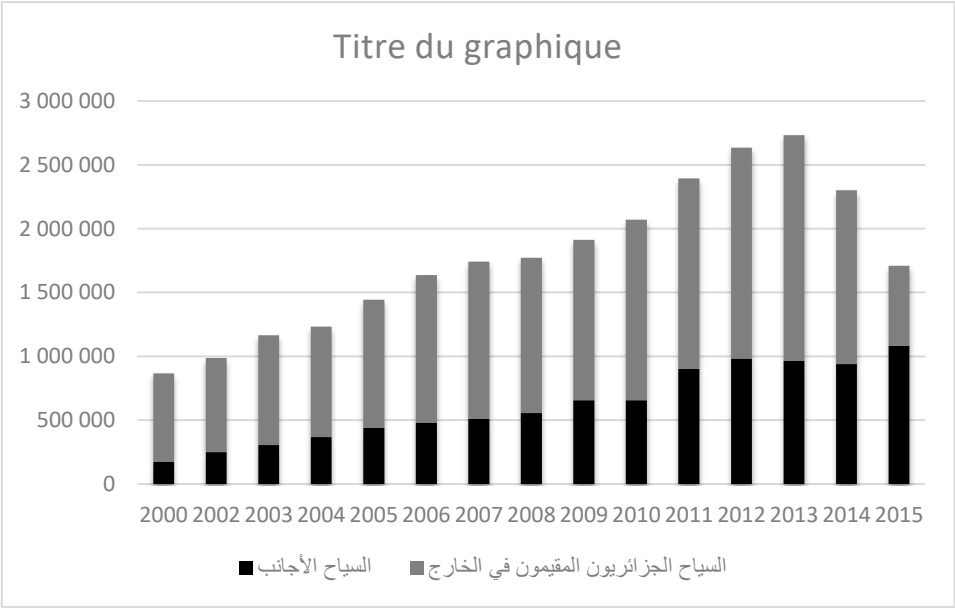
Source : Fait à partir de : Ministère de l'Aménagement du Territoire du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999-2015.

وفي هذا الإطار نلاحظ التطور المحسوس الذي عرفه عدد السياح الوافدين الأجانب خلال الفترة 2000-2015 الذي تضاعف بأكثر من ست مرات (6,1 مرة) وانتقل من 175.538 سائح أجنبي وافد إلى1.083.121 سائح، أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 12,9%، ولقد انعكس هذا

النمو على نصيب سياح الأجانب من عدد السياح الوافدين الكلي الذي انتقل من 20,2% في بداية الفترة إلى ما يفوق 63,3% في نهاية الفترة.

وفي المقابل فإن عدد السياح الجزائريين المغتربين الوافدين قد عرف تزايدا مستمرا على العموم خلال الفترة 2000-2013 حيث أنتقل من690.446 سائح جزائري مغترب وافد في بداية الفترة إلى 1.768.578 في نهاية الفترة، أي أنه تضاعف بـ 2,5 مرة بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 7,5%، غير أنه عرف بعد ذلك تراجعا ملحوظا حيث انخفض بـ 23,0% في سنة 2014 مقارنة بالسنة التي سبقتها، وليواصل التراجع ليسجل معدل نمو سالب في سنة 2015 يقدر بـ 53,9%- في سنة 2015 مقارنة بسنة 2014، وليسجل مستوى أدنى من الذي كان مسجلا في سنة 2000 بما يوافق 626.873 سائح جزائري مغترب وافد، وهو ما أثر على نصيب السياح الجزائريين المغتربين من إجمالي عدد السياح الوافدين الذي تراجع من 80% في بداية الفترة إلى ما يفوق بقليل الثلث بنسبة 36,6%، كما أدى هذا التراجع خلال هاتين السنتين على تراجع إجمالي عدد السياح الوافدين، والشكل التالي يبين تطور حجم السياحة الوافد حسب جنسية السياح خلال الفترة.

الشكل رقم (22): تطور عدد السياح الوافدين حسب الجنسية خلال الفترة 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (17)

وما يجب الإشارة إليه أن أكثر من نصف السياح الأجانب الوافدين يأتون من تونس بما يوافق 575.300 سائح، ثم فرنسا بما يعادل 146.669 سائح.

ثانيا: تطور حجم السياحة الصادرة

فيما يخص عدد السياح الجزائريون الذين غادروا للخارج، فقد عرف هو الآخر تطورا ملحوظا خلال الفترة 2000-2015 حيث تضاعف بـ 3,6 مرة وانتقل من 1.006.382 سائح إلى ما يعادل 3.638.140 سائح جزائري، أي بمعدل نمو متوسط يقدر بـ 8,9% في السنة خلال الفترة، كما يبينه الجدول التالي.

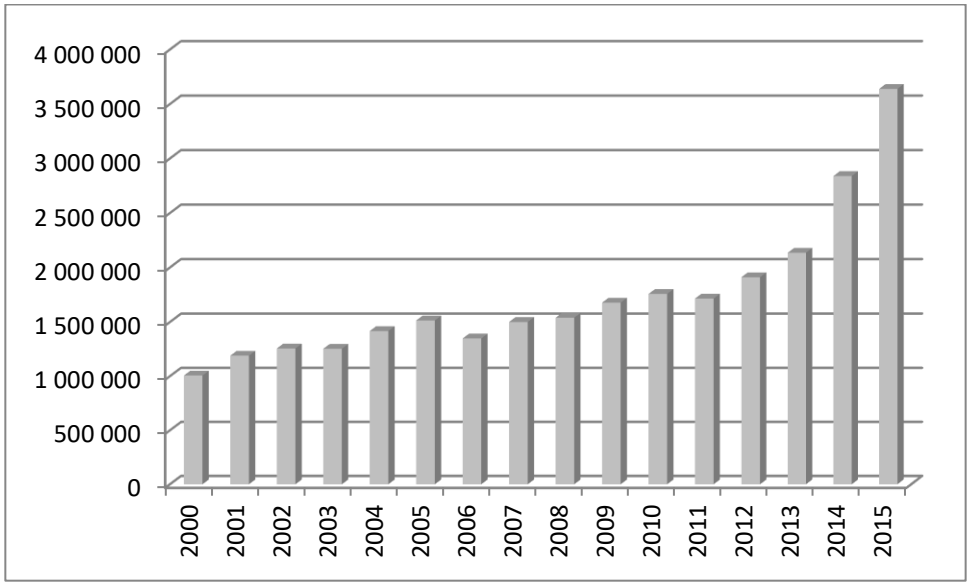
الجدول رقم (18): تطور عدد السياح الجزائريين المغادرين للخارج حسب الجنسية خلال الفترة 2000-2015

السنوات	عدد السواح الجزائريين	معدل النمو %
2000	1 006 382	11,41
2001	1 189 910	18,24
2002	1 256 515	5,60
2003	1 253 901	-0,21
2004	1 416 861	13,00
2005	1 513 491	6,82
2006	1 349 113	-10,86
2007	1 500 000	11
2008	1 539 000	2,71
2009	1 677 000	9
2010	1 757 471	4,79
2011	1 714 654	-2,43
2012	1 910 558	11,42
2013	2 135 523	11,77
2014	2 839 104	32,95
2015	3 638 140	28,14

Source : Fait à partir de : Ministère de l'Aménagement du Territoire du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999-2015.

وما يلفت الانتباه في الجدول السابق هو التطور المستمر الذي عرفه عدد السواح الجزائريين المغادرين للخارج في الأربع سنوات الأخيرة الذي عرف معدلات نمو متزايدة وصلت إلى 32,95% في سنة 2014، فقد تضاعف خلال الفترة 2011-2015 فقط بأكثر من مرتين (2,1 مرة) بمعدل نمو سنوي متوسط يقارب 20,7% خلال الأربع سنوات الأخيرة، كما يبينه الشكل الموالي.

الشكل رقم (23): تطور عدد السياح الجزائريين المغادرين للخارج حسب الجنسية خلال الفترة 2000-2015



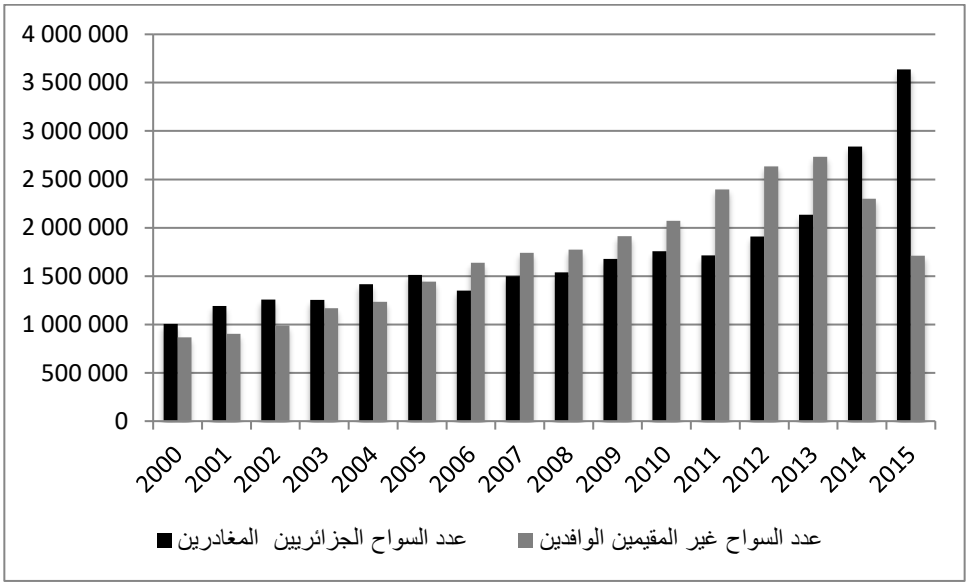
المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (18)

من جانب آخر يجب أن نشير أن أكثر من ثلاث أرباع السياح الجزائريين المغادرين مركزين في ثلاث وجهات رئيسية، ففي سنة 2015 فقد استقطبت تونس ما يعادل 38,17% من السياح الجزائريين المغادرين بما يوافق 1.389.828 سائح، ثم تأتي فرنسا في المرتبة الثانية بنسبة 31,91% بما يوافق 1.161.162 سائح، لتأتي إسبانيا في المرتبة الثالثة بنسبة 6.27% بما يعادل 228.330 سائح.

وإذا تم مقارنة عدد السياح الجزائريين المغادرين مع عدد السواح الأجانب الواردين خلال الفترة 2000-2015، فنلاحظ أن عدد السواح المغادرين ظل يفوق عدد السواح الوافدين من بداية

الفترة إلى غاية سنة 2005 رغم أن لكلتا التدفقين سلوك متقارب، غير أن ابتداء من سنة 2006 أصبح عدد السواح الوافدين أكبر من عدد السواح الجزائريين المغادرين رغم انتعاش هذا الأخير بعد التراجع الذي عرفه في سنة 2006، واستمر هذا التفاوت إلى غاية سنة 2014، لتنقلب الوضعية من جديد بعد الانخفاض الكبير الذي عرفه عدد السواح الأجانب الوافدين بسبب تراجع محسوس في عدد الجزائريين المقيمين في الخارج والوافدين للجزائر، حيث تم تسجيل في سنة 2015 فجوة تقدر بـ - 1.928.146 سائح بين عدد السواح غير المقيمين الوافدين والسواح الجزائريين المغادرين، كما يبينه الشكل الموالي.

الشكل رقم(24): تطور عدد السياح غير المقيمين الوافدين والسياح الجزائريين المغادرين خلال الفترة 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم والجدول رقم (18)

ثالثا: تطور الميزان السياحي

تضاعفت الإيرادات السياحية خلال الفترة 2000-2015 ثلاث مرات تقريبا، حيث انتقلت من 102 مليون دولار في بداية الفترة إلى ما يساوي 304 مليون في نهاية الفترة، أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 7,55% خلال الفترة.

والجدول التالي يبين تطور كل من الإيرادات السياحية المتولدة من السياحة الواردة، نفقات السياح الجزائريين في الخارج، وكذا رصيد الميزان السياحي خلال فترة الدراسة.

الجدول رقم (19): تطور الميزان السياحي للجزائر خلال الفترة 2000-2015 (مليون دولار)

السنوات	السياحة الواردة		السياحة الصادرة		الرصيد
	الإيرادات	معدل النمو	النفقات	معدل النمو	
2000	102	-	193	-	-91
2001	100	-2,0%	194	0,5%	-94
2002	111	11,0%	248	27,8%	-137
2003	112	0,9%	255	2,8%	-143
2004	179	59,8%	341	33,7%	-162
2005	184	2,8%	370	8,5%	-186
2006	215	16,8%	381	3,0%	-166
2007	219	1,9%	377	-1,0%	-158
2008	325	48,4%	469	24,4%	-144
2009	266	-18,2%	457	-2,6%	-191
2010	219	-17,7%	574	25,6%	-355
2011	208	-5,0%	502	-12,5%	-294
2012	196	-5,8%	428	-14,7%	-232
2013	230	17,3%	410	-4,2%	-180
2014	258	12,2%	611	49,0%	-353
2015	304	17,8%	677	10,8%	-373

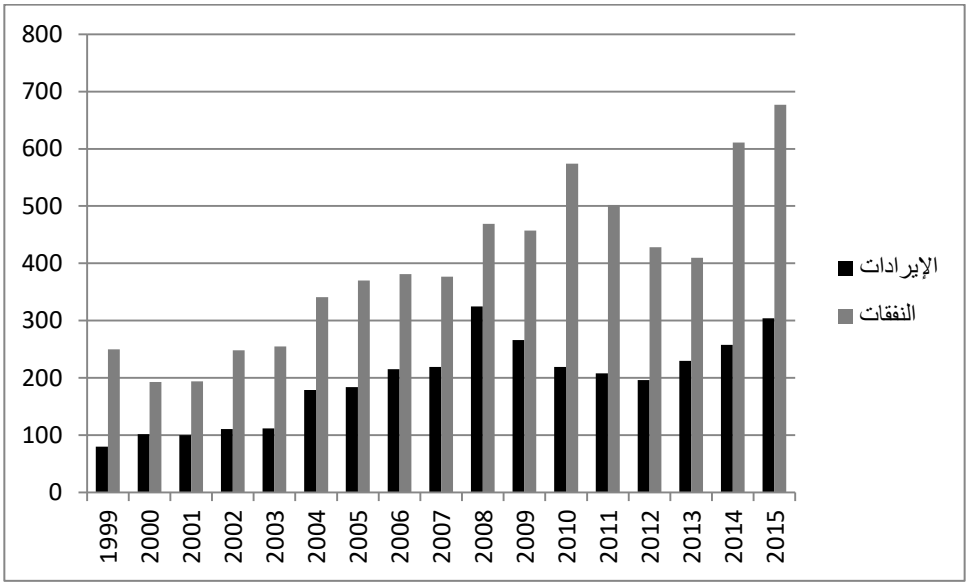
Source : Fait à partir de : Ministère de l'Aménagement du Territoire du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999-2015.

غير أن هذا التطور لم يكن منتظما على طول الفترة، حيث عرفت الإيرادات السياحية الواردة نموا مستمرا إلى غاية سنة 2008 حيث سجلت أعلى مستوى لها بما يساوي 325 مليون دولار، أي أنها تضاعفت بأكثر من أربع مرات مقارنة بسنة 2000، إلا أنها عرفت تراجعا مستمرا فيما بعد لتصل إلى حدود 196 مليون دولار في سنة 2012، لتتحسن فيما بعد وتفوق مستوى 300 مليون دولار المذكور آنفا.

أما نفقات السياح الجزائريين في الخارج فقد عرفت هي الأخرى من جهتها تحسنا ملحوظا خلال فترة الدراسة، فقد تضاعفت بأكثر من ثلاث مرات ونصف (3,51مرة) وانتقلت من 193 مليون دولار إلى في سنة 2000 إلى ما يساوي 677 مليون في سنة 2015.

فرغم بعض الانتكاسات الطفيفة خلال سنتي 2007 و2009 فإن حجم النفقات قد عرف نموا مستمرا على العموم إلى غاية سنة 2010 أين سجل مستوى 574 مليون دولار أي أنه تضاعف تقريبا ثلاث مرات (2,9)، ليتراجع فيما بعد باستمرار إلى غاية سنة 2013 أين انخفض إلى حدود 410 مليون دولار، ليتحسن فيما بعد خلال السنتين الأخيرتين من الدراسة حيث عرف معدلات نمو إيجابية، والشكل الموالي يبين تطور الإيرادات السياحية من السياحة الواردة ونفقات السياح الجزائريين في الخارج خلال فترة الدراسة.

الشكل رقم (25): تطور الإيرادات السياحية من السياحة الواردة ونفقات السياح الجزائريين في الخارج خلال الفترة 2000-2015 (مليون دولار)



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (19)

رغم التطور الحاصل في عدد السياح غير المقيمين الوافدين مقارنة بعدد السياح الجزائريين المغادرين، إلا أن رصيد الميزان السياحي بقي سالبا خلال طول الفترة 2000-2015، غير أن نمو هذا العجز عرف سلوكا متباينا حسب فترات مختلفة، حيث استمر هذا الرصيد في التراجع وتضاعف أكثر من مرتين خلال الفترة 2000-2005 حيث انتقلت قيمة العجز من 91 مليون دولار في سنة 2000 إلى 186 مليون دولار في سنة 2005، ليعرف تحسنا مستمرا بعد ذلك إلى غاية 2008 حيث بلغت قيمة العجز آنذاك 144 مليون دولار، ليعاود التراجع فيما بعد وبشدة حيث تضاعف بأكثر من 2,4 مرة من سنة 2008 إلى سنة 2010 أين بلغ قيمة 355 مليون دولار، ورغم التحسن المحسوس الذي عرفه إلى غاية سنة 2013 إلا أنه استمر في التراجع فيما بعد وبلغ أعلى قيمة عجز في حدود 373 مليون دولار في سنة 2015، أي أن تضاعف بأكثر من أربع مرات (4,1 مرة) خلال إجمالي الفترة وسجل معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 8,7%، كما يبينه الشكل الموالي.

الشكل رقم (26): تطور رصيد الميزان السياحي للجزائر خلال الفترة 2000-2015 (مليون دولار)



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (19)

وهنا يجب الإشارة أن حجم الإيرادات السياحية للأجانب وحجم نفقات السياح الجزائريين في الخارج يتم حسابه انطلاقا من عمليات الصرف التي يقوم بها كل طرف في البنوك المحلية وبصفة رسمية، أي أنها تستثني عمليات الصرف التي تتم في السوق الموازية خاصة التي يقوم بها السياح الجزائريون المقيمون في الخارج للاستفادة من الفرق بين سعر الصرف في السوق الموازية الذي يكون دائما أعلى مما يكون في السوق الرسمية.

المطلب الثاني: واقع طاقة الإيواء في الجزائر

تمثل طاقة الإيواء الدعامة الرئيسية لأي نشاط سياحي، حيث أن التنقل يمثل السمة الرئيسية للظاهرة السياحية، ومن ثم فإن هياكل المبيت والإقامة تلعب دورا محوريا في تحقيق هذا المسعى، وتصبح الفنادق ومختلف هياكل الإيواء الدعامة الرئيسة للنشاط السياحي وأحد مركباته الأساسية، فهي لا تقدم خدمات الإيواء والمبيت فقط للسياح والمسافرين، بل تقدم كذلك العديد من التسهيلات والحاجيات

الضرورية للسائح، كالإطعام وخدمات الاتصال وبعض الخدمات الأخرى، ومن ثم وجب الوقوف عند واقع طاقة الإيواء التي تملكها الجزائر والنظر إليها حسب التصنيف وطبيعة الملكية وحسب الوظيفة.

أولا: واقع طاقة الإيواء حسب التصنيف

لم تعرف طاقة الإيواء في الجزائر خلال الفترة 2012-2015 إلا زيادة طفيفة تقدر بـ 5.346 سرير، حيث انتقلت من 96.898 في بداية الفترة إلى 102.244 سرير في نهاية الفترة، أي بمعدل نمو متوسط يقدر بـ1,81% رغم أن هذا النمو لم يكن منتظما خلال الفترة حيث سجلت في السنة الأخير أعلى معدل بـ 2,65%، والجدول التالي يبن التطور الحاصل في طاقة الإيواء حسب تصنيف الفنادق.

الجدول رقم (20): تطور طاقة الإيواء حسب المؤسسات المصنفة خلال الفترة 2012-2015 (سرير)

	2012	2013	2014	2015
فنادق 5 نجوم	4 242	4 242	4 242	4 242
فنادق 4 نجوم	1 600	1 600	1 800	1 800
فنادق 3 نجوم	5 775	5 775	5 829	5 829
فنادق 2 نجوم	4 605	4 605	4 605	4 605
فنادق 1 نجوم	8 407	10 639	10 639	11 295
فنادق بدون نجوم	6 250	8 406	8 406	8 533
هياكل إيواء أخرى	7536	10924	11198	11198
عدد المؤسسات المصنفة	**38 415**	**46 191**	**46 719**	**47 502**
مؤسسات فندقية قيد التصنيف	**58 483**	**52 613**	**52 886**	**54 742**
المجموع	**96 898**	**98 804**	**99 605**	**102 244**

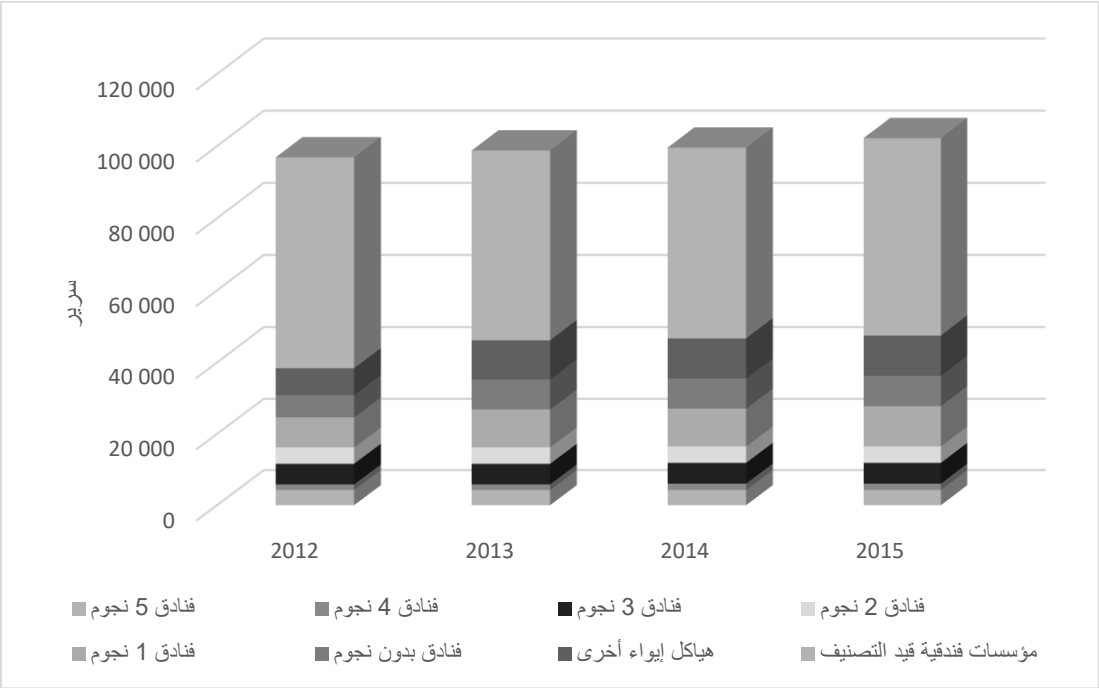
Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, « Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999 - 2015 »

وما يلفت الانتباه في الجدول (20) أن غالبية طاقة الإيواء مكونة من المؤسسات الفندقية غير المصنفة، حيث أنه رغم تراجع نصيب هذه الأخيرة في طاقة الإيواء الإجمالية فمازالت تمثل 53,3% في سنة 2015 بعد أن كانت تفوق نسبتها 60% في سنة 2012.

من جانب آخر فإن غالبية طاقة الإيواء المصنفة مكونة من المؤسسات الفندقية ذات الدرجات الدنيا (نجمة واحدة وبدون نجوم) إلى جانب مؤسسات الإيواء الأخرى كالنُزُل والموتيلات والإقامات، حيث يقارب إجمالي نصيب هذه المؤسسات ثلثي طاقة الإيواء المصنفة، كما أن الزيادة التي شهدتها طاقة الإيواء خلال الفترة مست أساسا هذه المجموعة بمعدل نمو متوسط يقدر بـ 10,9% بالنسبة للفنادق بدون نجوم بزيادة 2.283 سرير، وبـ 10,3% بالنسبة للفنادق ذات نجمة واحدة بزيادة تقدر بـ 2.888 سرير، في حين أن مؤسسات وهياكل الإيواء الأخرى فقد سجلت معدل نمو متوسط يقدر بـ 14,1% بما يوافق زيادة 3.662 سرير، حيث استفادت امن تحويل العديد من هياكل الإيواء غير المصنفة إلى هياكل إيواء مصنفة ضمن هذا المجموعة، وهنا نشير إلى تسجيل نوع جديد من هياكل الإيواء ألا وهي قرى العطل حيث تم تسجيل 274 سرير ضمن هذا النوع من الإقامات في سنة 2014.

وفي المقابل نلاحظ أن طاقة الإيواء الخاصة بالمؤسسات الفندقية التي تقدم خدمات راقية لم تحصل خلال الفترة إلا زيادة تكون مهملة قدرت بـ 200 سرير بالنسبة للفنادق ذات أربع نجوم، و54 سرير للفنادق ذات ثلاث نجوم، في حين أن الفنادق ذات خمس نجوم لم تعرف أي زيادة خلال الفترة، كما يبينه الشكل التالي.

الشكل رقم (27): توزيع طاقة الإيواء حسب التصنيف خلال الفترة 2012-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (20)

ثانيا: واقع طاقة الإيواء حسب الوظيفة

إن قراءة أولية لتوزيع طاقة الإيواء حسب الوظيفة المقدمة في الجدول رقم (21) تشير إلى أنه يغلب عليها الفنادق الحضرية المتمركزة في المدن والمرتبطة أساسا بسياحة الأعمال وسياحة المدن، فقد عرفت تطورا محسوسا خلال الفترة حيث انتقل نصيبها من إجمالي طاقة الإيواء من 55,9% بما يعادل 54.186 سرير في سنة 2012 إلى 61% من إجمالي طاقة الإيواء سنة 2015 بما يعادل 62.479 سرير، أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 4,86% مع تسجيل قفزة محسوسة لهذه الفئة سنة 2014 والتي عرفت زيادة تقدر بـ 9,0% مقارنة بالسنة التي سبقتها.

الجدول رقم (21): تطور طاقة الإيواء حسب وظيفة الفنادق خلال الفترة 2012-2015 (سرير)

السنوات	2012	2013	2014	2015
حضري	54 186	55 988	61 012	62 479
شاطئي	29 886	29 886	27 962	30 380
صحراوي	5 954	6 058	4 547	3 636
حموي	5 467	5 467	4 259	3 866
بيئي	1 405	1 405	1 825	1 883
المجموع	**96 898**	**98 804**	**99 605**	**102 244**

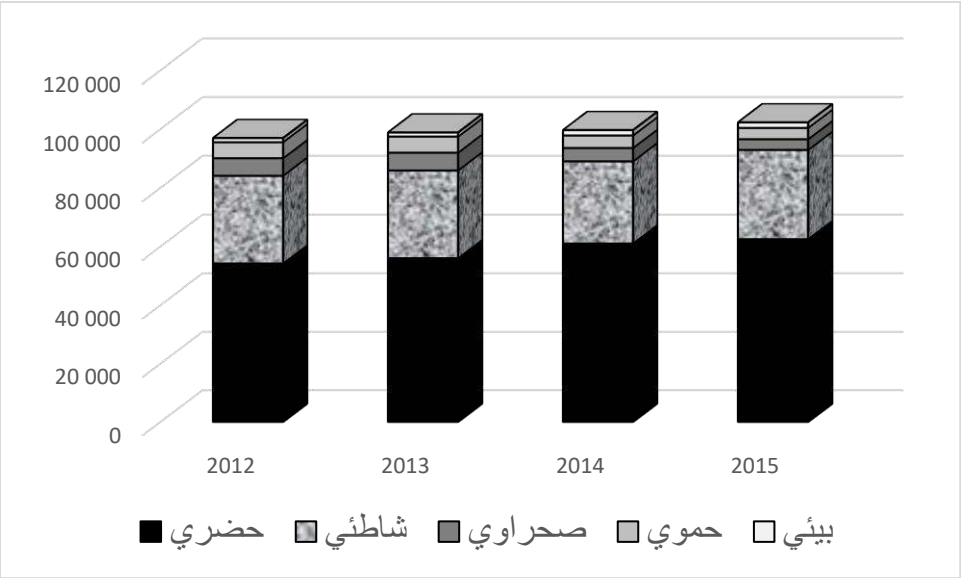
Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, « Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999 - 2015 »

أما الفنادق الشاطئية التي يتأثر نشاطها بالطابع الفصلي للسياحة الشاطئية فقد عرفت طاقة الإيواء الخاصة بها ثباتا نسبيا وبلغت 30.380 سرير في سنة 2015 بعد أن كانت تقدر بـ 29.886 سرير في سنة 2012، ليحوم نصيبها من إجمالي طاقة الإيواء الوطنية في حدود 30%.

غير أنه ما يلفت الانتباه هو تراجع طاقة الإيواء للفنادق الصحراوية رغم الانتعاش الذي عرفته بداية الفترة، فقد تراجع حجمه بحوالي 40% بانتقالها من 5.954 سرير في بداية الفترة إلى 3.636 سرير، بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ -15,6%، وهذا ما سيعرقل تطور وتنمية السياحة الصحراوية التي تطمح السلطات العمومية أن تجعل منها ركيزة من ركائز إعادة بعث السياحة الجزائرية من جديد إلى جانب السياحة الحموية، حيث أن هذه الأخير فقد عرف حجم طاقة الإيواء المرتبط بهذا النوع من السياحة تراجع محسوسا خلال الفترة بحوالي 29% حيث انتقلت من 5.467 سرير في سنة 2012 إلى 3.866 سرير في سنة 2015.

وفي المقابل نلاحظ تطورا محسوسا لطاقة الإيواء المتعلقة بالفنادق البيئية حيث عرف حجمها نموا بالثلث خلال الفترة بانتقالها من 1.405 سرير في بداية الفترة إلى 1.883 سرير في نهاية الفترة أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 10,2% رغم أن نصيبها من الطاقة الإجمالية للإيواء يبقى ضعيفا في حدود 1,8% ، وهو إن دل على شيء فإنما يدل على إقبال متزايد من قبل السواح على هذا النوع من السياحة التي أصبحت تستهوي الكثير منهم، ويبين الشكل التالي تطور طاقة الإيواء حسب الوظيفة خلال الفترة.

الشكل رقم (28): توزيع طاقة الإيواء حسب الوظيفة خلال الفترة 2012-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (21)

ثالثا: واقع طاقة الإيواء حسب الملكية

عند التدقيق في طاقة الإيواء حسب طبيعة الملكية المقدمة في الجدول رقم (22) فإننا نلاحظ أن ما يفوق ثلاثة أربع (75,7%) منها ينتمي للقطاع الخاص، وهي في نمو مستمر خلال الفترة بمعدل متوسط يقدر بـ 2,2%، حيث انتقلت من 72.407 سرسر في سنة 2012 إلى 77.383 سرير في سنة 2015، أي أنها عرفت زيادة بحوالي 7% بما يوافق 4.976 سرير.

وفي المقابل فإن طاقة الإيواء التابعة للقطاع العمومي قد بقيت ثابتة خلال الفترة بما يوافق 18.613 سرير، مما يجعل نصيب هذه الفئة في إجمالي طاقة الإيواء بنقطة واحدة حيث أنتقل من 19,2% في بداية الفترة إلى 18,2" في نهايتها.

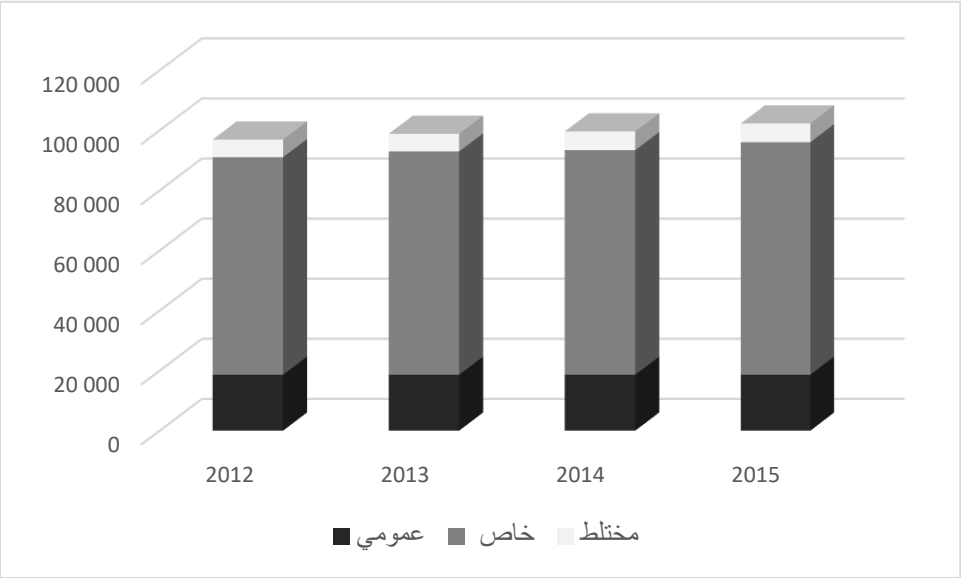
الجدول رقم (22): توزيع طاقة الإيواء حسب طبيعة الملكية خلال الفترة 2012-2015 (سرير)

السنوات	2012	2013	2014	2015
عمومي	18 613	18 613	18 613	18 613
خاص	72 407	74 313	74 744	77 383
مختلط	5 878	5 878	6 248	6 248
المجموع	**96 898**	**98 804**	**99 605**	**102 244**

Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, « Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999 - 2015 ».

أما بالنسبة لطاقة الإيواء المنتمية للمؤسسات المختلطة والمتعلقة بسلاسل الفنادق الدولية، فرغم أن نصيبها في طاقة الإيواء الإجمالية قد بقي ثابتا على العموم في حدود 6%، فإنها قد عرفت زيادة تقدر بـ 6,3% خلال الفترة، وانتقلت من 5.878 سرير في سنة 2012 إلى6.248 سرير في سنة 2015، بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 2,06%، على أنها قد عرفت قفزة نوعية في سنة 2014 أين سجلت زيادة بـ 6,3% مقارنة بسنة 2013، والشكل الموالي يبين تطور نصيب كل فئة خلال فترة الدراسة.

الشكل رقم (29): توزيع طاقة الإيواء حسب طبيعة الملكية خلال الفترة 2012-2015 (سرير)



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (22)

رابعا: تطور الليالي الفندقية

لقد عرف إجمالي حجم الليالي الفندقية حسب الجول رقم (23) نموا محسوسا خلال الفترة 2012-2015، حيث بلغت نسبة زيادتها بـ 7,6% بانتقالها من 6.640.181 ليلة في بداية الفترة إلى 7.146.572 ليلة في نهاية الفترة، أي بمعدل نمو سنوي يقدر بـ 2,5%، مع التأكيد أن أكبر معدل نمو قد سجل سنة 2013 بـ 4,2% ليتراجع هذا المعدل في السنتين المواليتين.

غير أن هذا النمو لم يكن متجانسا حسب طبيعة المقيمين، حيث أن هذه الزيادة مست حصريا فئة المقيمين الذين يمثل نصيبهم غالبية حجم الليالي الفندقية بنسبة 88,3% في سنة 2015، حيث عرفت هذه الفئة زيادة بـ 10,6% خلال الفترة بانتقالها من 5.703.550 في سنة 2012 إلى 6.307.441 في سنة 2015، أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 3,4% رغم تراجع معدل النمو في السنة الأخيرة الذي قدر بـ 1,5% مقارنة بالسنتين السابقيتين أين تم تسجيل معدل نمو 4,9% في سنة 2014 ومعدل نمو 3,9% في سنة 2013.

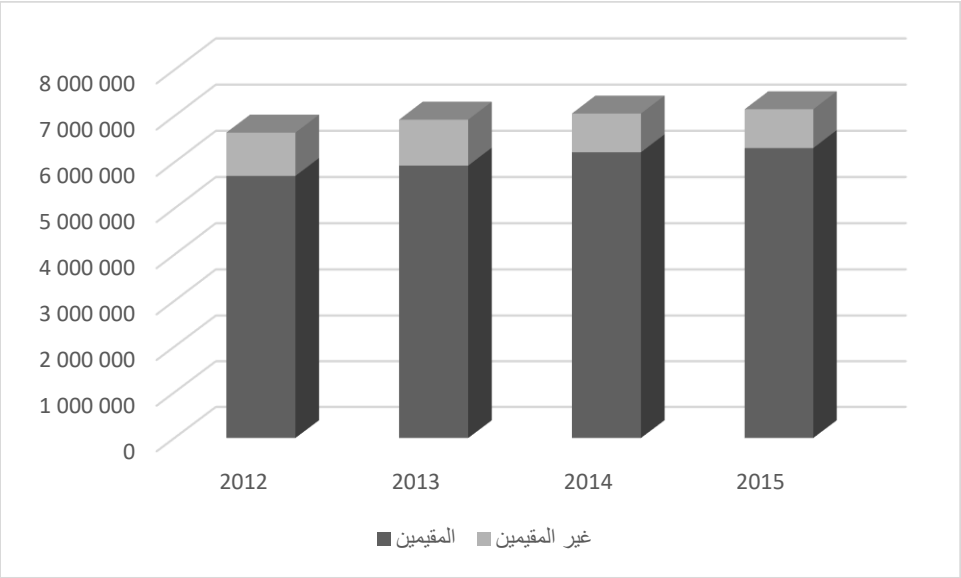
الجدول رقم (23): توزيع الليالي السياحية حسب معيار الإقامة خلال الفترة 2012-2015

	2012	2013	2014	2015
المقيمين	5 703 550	5 926 968	6 215 932	6 307 411
غير المقيمين	936 631	994 266	837 812	839 161
المجموع	**6 640 181**	**6 921 234**	**7 053 744**	**7 146 572**

Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, « Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999 - 2015 ».

وفي المقابل فإن نصيب غير المقيمين من الليالي السياحية قد عرف تراجعا محسوسا بأكثر من 10% حيث انتقل من 936.631 في سنة 2012 إلى 839.161 سنة 2015، حيث أنه رغم الزيادة التي شهدتها سنة 2013 إلى أنه عرفا انخفاضا محسوسا في سنة 2014 بنسبة -15,7% ليبقى في نفس المستوى تقريبا فيما بعد حيث أن نسبة الزيادة لم تتعدى 0.2% سنة 2015، وقد قدر معدل الانخفاض السنوي المتوسط خلال الفترة 3,6%- ليبلغ نصيب هذه الفئة من إجمالي الليالي الفندقية في نهاية الفترة 11,7% بعد أن كانت تبلغ 14,1% في بدايتها، والشكل الموالي يبين تطور الليالي السياحية خلال الفترة حسب طبيعة الإقامة.

الشكل رقم (30): توزيع الليالي السياحية حسب معيار الإقامة خلال الفترة 2012-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (23)

المطلب الثالث: تطور مشاريع الاستثمار والتشغيل السياحي

إن الاستثمار السياحي يعكس جانبا رئيسيا من جوانب التجسيد الفعلي لخطط التنمية السياحية، التي تهدف إلى استغلال أفضل للموارد السياحية من خلال توسعة في طاقة الإيواء لاستيعاب عدد أكبر من السواح من جهة، وخلق لمناصب الشغل التي تمثل مصدرا رئيسيا للمداخيل لدى العوائل، لذلك سنخصص هذا المطلب لدراسة التطور الحاصل في المشاريع السياحية وما كان له من انعكاس على طاقة الإيواء ومناصب الشغل المحققة.

أولا: تطور مشاريع الاستثمار السياحية

لقد تم تسجيل خلال الفترة 2002-2005 ما يساوي 9.186 مشروعا سياحيا، غير أنه ومن خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن حجم المشاريع السياحية المسجلة سنويا لم يشهد انتظاما عبر سنوات الفترة، فبعد الانتكاسة التي شهدتها سنة 2003 أين تراجع عدد المشاريع بأكثر من الثلث (34,6%) فقد عرفت الفترة 2004-2013 في مجملها وتيرة ثابتة حيث تراوح عدد المشاريع حول

متوسط يقدر بـ 619 مشروع سنويا، لتشهد فيما بعد السنتين الأخيرتين قفزة ملحوظة فيما يخص هذا العدد أين تم تسجيل معدل نمو 40,9% في سنة 2014 ومعدل نمو 47,5% في سنة 2015، حيث شهدت هذه السنة أكبر عدد بما يساوي 1.270 مشروع، ليبلغ معدل النمو السنوي المتوسط لعدد المشاريع الاستثمارية السياحية خلال إجمالي الفترة بـ 5,0%.

إن هذا التطور الذي شهده عدد المشاريع السياحية المسجلة سيؤدي بشكل إيجابي إلى من طاقة الإيواء، حيث أن هذه المشاريع من شأنها أن توفر طاقة إيواء إضافية تقدر بـ 965.666 سرير من جهة، وأن تخلق ما يعادل 9.186 منصب شغل دائم مباشر.

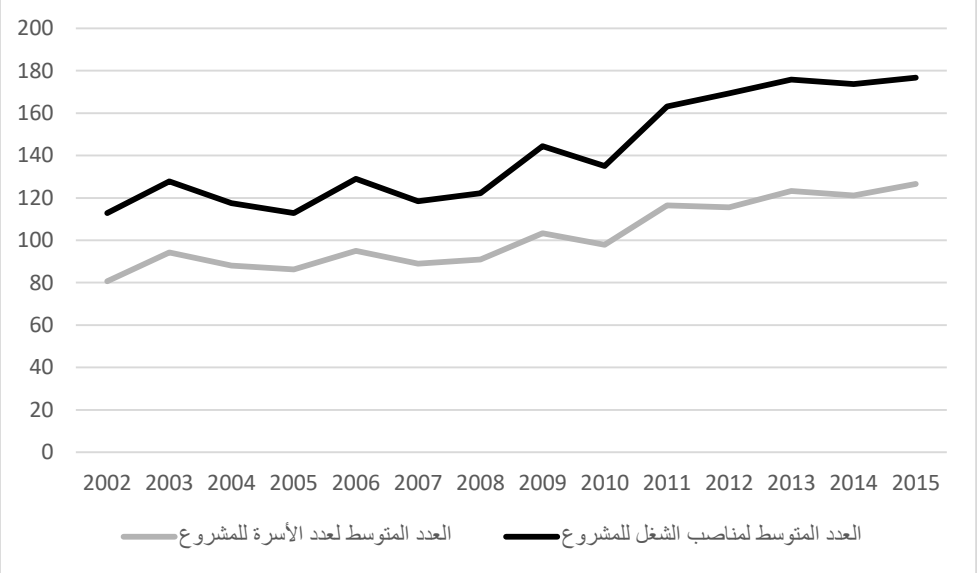
الجدول رقم (24): تطور عدد المشاريع السياحية المسجلة خلال الفترة 2002-2015

السنوات	عدد المشاريع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل المرتقبة
2002	667	53 822	21 436
2003	436	41 112	14 623
2004	484	42 662	14 245
2005	529	45 599	14 109
2006	612	58 128	20 798
2007	556	49 437	16 419
2008	530	48 197	16 602
2009	618	63 834	25 400
2010	597	58 416	22 226
2011	702	81 756	32 795
2012	713	82 347	38 377
2013	611	75 329	32 048
2014	861	104 244	45 300
2015	1 270	160 783	63 592
المجموع	**9 186**	**965 666**	**377 970**

Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, « Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999 - 2015 »

وما يجب الإشارة إليه وحسب الجدول رقم (24) دائما هو اتجاه المستثمرين والمقاولين السياحيين نحو إنجاز مشاريع سياحية ذات حجم أكبر، فبحساب بسيط للحجم المتوسط الذي سيحققه كل مشروع سواء من حيث عدد الأسرة أو من عدد مناصب الشغل التي سيخلقها فنلاحظ أن هذه النسبة في ارتفاع مستمر، فبعد أن كان المشروع الواحد يوفر في المتوسط 80,6 سرير في بداية الفترة، أصبحت هذه النسبة تساوي إلى 126,6 سرير للمشروع الواحد في نهاية الفترة، وفي المقابل كان العدد المتوسط لعدد مناصب الشغل التي سيوفرها كل مشروع في بداية الفترة هو 32,1 منصب ليتحول في نهاية الفترة إلى 50,0 منصب عن كل مشروع، والشكل رقم (30) يبين تطو هذه النسب.

الشكل رقم (31): تطور العدد المتوسط للأسرة ولمناصب الشغل المحققة للمشروع خلال الفترة 2002-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من حسابات الجدول رقم (24).

غير أنه ومن جانب آخر فإن هذه المشاريع لم تعرف وتيرة إنجاز منتظمة، حيث أنه لم يتم الانتهاء من إنجاز سوى 355 مشروع أي نسبة تقل من 4% من إجمالي عدد المشاريع، حتى أنه لم يتم البدء في استلام المشاريع الأولى إلا في سنة 2005 أي بعد مرور ثلاث سنوات، وهنا لم يتم

استلام إلى أربعة (04) مشاريع فقط أي أقل من 1% من إجمالي عدد المشاريع، وبقي هذا الرقم في هذا المستوى في السنوات الثلاث التالية ليعرف فيما بعد بعض الانتعاش رغم ضعفه حيث أن أعلى نسبة من المشاريع المستلمة كانت سنة 2011 بـ 9,5% بما يعادل 67 مشروع، على أن السنة التي شهدت أكبر عدد من المشاريع المستلمة هي سنة 2014 بـ 76 مشروع بما يعادل 8,8% من إجمالي عدد المشاريع المسجلة في تلك السنة.

الجدول رقم (25): تطور عدد المشاريع السياحية المسجلة حسب درجة الإنجاز خلال الفترة 2002-2015

السنوات	قيد الإنجاز	مشاريع متوقفة	مشاريع لم يتم الانطلاق فيها	مشاريع منتهية	المجموع
2002	388	279	-	-	667
2003	257	179	-	-	436
2004	288	196	-	-	484
2005	270	255	-	4	529
2006	353	255	-	4	612
2007	287	265	-	4	556
2008	299	217	-	14	530
2009	321	153	133	11	618
2010	329	121	124	23	597
2011	344	130	161	67	702
2012	405	122	130	56	713
2013	382	102	89	38	611
2014	385	104	296	76	861
2015	504	101	607	58	1 270
المجموع	**4 812**	**2 479**	**1 540**	**355**	**9 186**

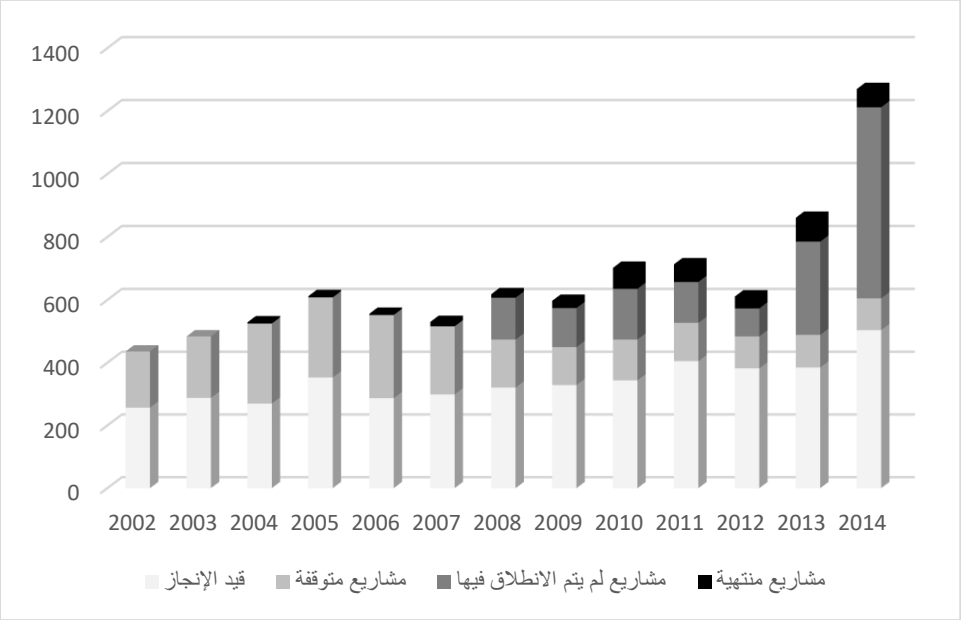
Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, « Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999 - 2015 »

ويمكن إرجاع هذا التأخر أساسا إلى التأخر في انطلاق المشاريع، حيث نلاحظ أنه رغم تسجيل عدد المشاريع قيد الإنجاز معدلات نمو إيجابية على العموم، إلا أن نسبة هذه المشاريع قد عرفت تراجعا محسوسا خلال فترة الدراسة، حيث انتقلت من 58,2% من إجمالي عدد المشاريع في سنة 2002 إلى 39,7% في سنة 2015 على أن هذه النسبة قدر عرفت قفزة محسوسة سنة 2013 بـ 62,5% من إجمالي عدد المشاريع.

وفي المقابل نلاحظ توقف العديد من المشاريع بعد الانطلاق فيها خاصة في بداية الفترة، حيث سجلت سنة 2002 أكبر عدد من المشاريع المتوقفة بـ 279 مشروع بما يوافق 41,8% من إجمالي عدد المشاريع، لترتفع هذه النسبة سنة 2007 وتقترب من النصف بـ 47,7% بما يعادل 265 مشروع، إلا أنها عرفت تراجع محسوسا فيما بعد بمعدلات نمو سالبة على العموم لتصل إلى 8,0% من إجمالي عدد المشاريع بما يوافق 101 مشروع في سنة 2015.

وما يلفت الانتباه من جهة أخرى هو تعثر انطلاق العديد من المشاريع السياحية ابتداء من سنة 2009، ورغم تسجيل تراجع لهذه المجموعة من المشاريع إلى غاية سنة 2013، إلا أن السنتين الأخيرتين من فترة الدراسة قد شهدتا قفزة محسوسة في عدد هذه المشاريع، حيث بلغت 296 مشروع في سنة 2014 بما يقوق ثلاث إجمالي عدد المشاريع بنسبة 34,4%، وبلغت 607 مشروع سنة 2015 بما يعادل 47,8%، أي أن عددها قد تضاعف بأكثر من 3,3 مرة وبأكثر من مرتين على الترتيب، والشكل التالي يبين تطور المشاريع السياحية المسجلة خلال الفترة حسب درجة الإنجاز.

الشكل رقم (32): تطور عدد المشاريع السياحية المسجلة حسب درجة الإنجاز خلال الفترة 2002-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (25).

ثانيا: تطور مناصب الشغل

لقد أصبح القطاع السياحي يستقطب عددا متزايدا من اليد العاملة، حيث أنه شهد حجم التشغيل في القطاع تطورا ملحوظا خلال الفترة 2000-2014، حيث أنه تضاعف بأكثر من ثلاث مرات (3,1 مرة) وانتقل من 82.000 منصب شغل في سنة 2000 إلى 261.289 منصب في سنة 2014، والجدول التالي يبين تطور الأرقام الخاصة بالتشغيل في القطاع خلال الفترة.

الجدول رقم (26): تطور حجم التشغيل في القطاع السياحي خلال الفترة 2000-2014

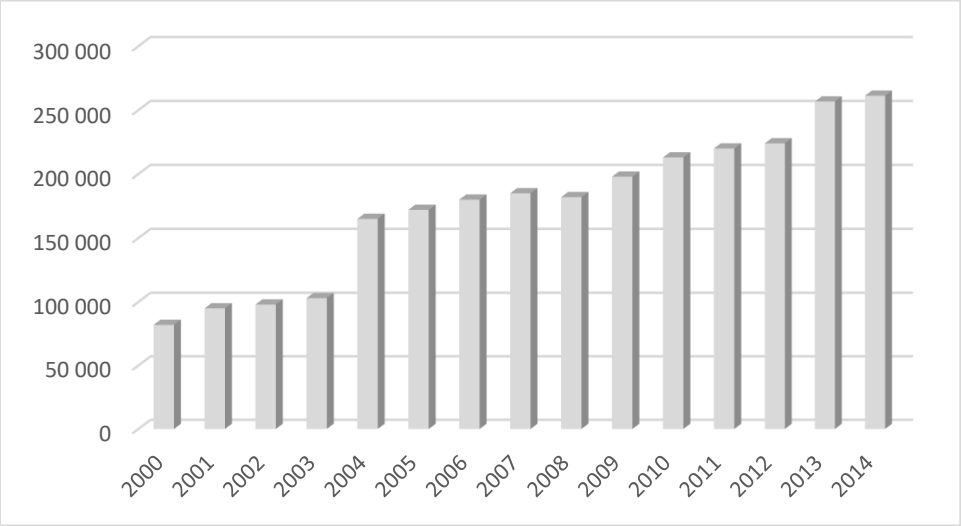
السنة	عدد مناصب الشغل	معدل النمو
2000	82 000	-
2001	95 000	15,85%
2002	98 000	3,16%
2003	103 000	5,10%
2004	165 000	60,19%
2005	172 000	4,24%
2006	180 000	4,65%
2007	185 000	2,78%
2008	182 000	-1,62%
2009	198 000	8,79%
2010	213 000	7,58%
2011	220 000	3,29%
2012	224 028	1,83%
2013	256 775	14,62%
2014	261 289	1,76%

Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, « Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999 - 2015 »

ولقد عرف حجم التشغيل في القطاع معدلات نمو موجبة (ما عدا سنة 2008)، وقد بلغ معدل النمو المتوسط السنوي ما يوافق 8,6% خلال الفترة، مع تسجيل قفزة محسوسة في سنة 2004

من حيث تزايد مناصب الشغل في القطاع حيث شهدت ارتفاعا بـ 60,1% مقارنة بالسنة التي سبقتها، والشكل التالي يبين تطور التشغيل في القطاع خلال الفترة.

الشكل رقم (33): تطور حجم التشغيل في القطاع السياحي خلال الفترة 2000-2014



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (26).

المبحث الثاني: مكانة فرع الإيواء والإطعام في الحسابات الاقتصادية الوطنية

إن التنقل يمثل السمة الرئيسية للظاهرة السياحية، وباعتبار أن السائح هو ذلك الشخص الذي يسافر إلى مكان غير مكان بيئته المعتادة لمدة لا تقل عن 24 ساعة بهدف المتعة (الترويح، أسباب صحية، رياضة، عطلة، دراسة، أو الحج) أو لمهمة متعلقة بأمر مهني أو عائلي، فإن هياكل المبيت والإقامة تلعب دورا محوريا في تحقيق هذا المسعى، وتصبح الفنادق ومختلف هياكل الإيواء الدعامة الرئيسة للنشاط السياحي وأحد مركباته الأساسية، فهي لا تقدم خدمات الإيواء والمبيت فقط للسياح والمسافرين، بل تقدم كذلك العديد من التسهيلات والحاجيات الضرورية للسائح، كالإطعام وخدمات الاتصال وبعض الخدمات الأخرى.

وفي سياق آخر فإذا كانت المنتجات السياحية تتفق في الهدف الأساسي الذي هو خدمة الزبون في مجال العطل والأسفار، فهي تغطي عددا كبيرا من الأنشطة، منها ما يستعمل التكنولوجيات المتطورة والحديثة (كالنقل الجوي)، ومنها ما يعتمد على وسائل وأدوات جد بسيطة (الحرف التقليدية)، ومنها ما له أبعادا ثقافية وحضارية (فنون، عادات وتقاليد، تراث)، ومنها كذلك ما يتعلق بخدمات عمومية غير مسوقة لا يمكن اعتبارها إنتاجا، لذلك لا يمكن نسبة الأنشطة السياحية إلى فرع إنتاجي معين على مستوى الحسابات الاقتصادية الوطنية، لأن إنتاج الفرع الإنتاجي في المحاسبة الوطنية يعرف بمجموع إنتاج المنشآت التي تنتج وتنتج فقط نفس الناتج، أي السلع والخدمات ذات الطبيعة المتقاربة والتي تنتمي إلى نفس العائلة في عدد من الأصناف متجانسة ما أمكن وفق معايير وقواعد معينة[1]، وهنا نجد فرع الإيواء والمطاعم على مستوى مدونة الأنشطة المعتمدة في المحاسبة الوطنية هو الفرع الوحيد الذي يقدم بشكل متجانس منتجا موجها أساسا للسياح، مع الإشارة أنه يمكن الاستعانة

[1]أنظر: قادة أقاسم وقدي عبد المجيد، المحاسبة الوطنية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 35.

بتقسيمات أكثر تعمقا وتفرعا على مستوى هذا الفرع للحصول على معطيات أكثر دقة في هذا المجال، في حين نجد في المقابل أن هناك العديد من الفروع الإنتاجية في الاقتصاد الوطني والتي تساهم بشكل فعال في جزء منها في تكوين المنتج السياحي على غرار النقل، التجارة والخدمات الترفيهية، غير أن هذه الأجزاء لا تظهر ولا يمكن تحديدها حسب الأنظمة المعتمدة في المحاسبة الوطنية[1].

المطلب الأول: تطور الإنتاج والقيمة المضافة لفرع الإيواء والإطعام

يمثل الإنتاج المصدر الأساسي للثروة التي يتم خلقها من قبل الفرع الإنتاجي، حيث أنه لا يخلق السلع والخدمات فحسب، بل وأيضا المداخيل التي توزع على العناصر والعوامل التي ساهمت في الإنتاج (أجور، أرباح...) من جهة، والمداخيل التي تصلح لشراء السلع والخدمات الاستهلاكية وتمويل عملية التراكم عن طريق الادخار من جهة أخرى، لذلك فإن دراسة نشاط أي عون أو فرع إنتاجي يبدأ بدراسة نشاطه الإنتاجي من حيث حجمه.

أولا: حساب الإنتاج لفرع الإيواء والإطعام

يقوم حساب الإنتاج بتسجيل العمليات على السلع والخدمات الإنتاجية المتصلة مباشرة بالوظيفة الإنتاجية للعون أو للفرع الإنتاجي، حيث يسجل في جوانب الموارد قيمة الإنتاج الخام PB الذي تم تقديمه، ويسجل في جانب الاستخدامات قيمة الاستهلاكات الوسيطية من السلع والخدمات الإنتاجية التي تم استخدامها للحصول على ذلك الإنتاج CP، ليظهر في الأخير القيمة المضافة الخامة VAB أي الثروة الجديد التي تم تحقيقها من طرف العون على حساب الاستهلاكات الوسيطية،

[1] République Française, Ministère de l'économie des finances et de l'industrie, Conseil National du Tourisme, Messger Michel (Président du groupe de travail), Le poids économique et social du tourisme, 2010, p 28.

وفيما يلي حسابات الإنتاج الخاصة بفرع الإيواء والإطعام وللفروع الخدمية الأخرى[1] وكذا حساب الإنتاج للاقتصاد الوطني ككل والممثلة في الجدول التالي:

الجدول رقم (27): تطور الإنتاج الخام للفروع 2000-2015

السنوات	مجموع إنتاج الفروع الكلي	مجموع إنتاج الفروع خارج المحروقات	الفروع الخدمية الإنتاجية الأخرى	فرع الإيواء والمطاعم
2000	5 116 430,3	2898083,6	1 055 117,4	63 409,2
2001	5 234 272,5	3 189 502,2	1 156 996,0	67 336,3
2002	5 551 046,3	3 442 662,2	1 252 131,5	72 618,4
2003	6 289 595,3	3 766 955,5	1 373 840,9	79 188,3
2004	7 303 406,5	4 241 590,2	1 615 001,8	84 469,0
2005	8 873 009,9	4 631 867,9	1 879 847,7	91 990,1
2006	10 195 227,2	5 219 755,9	2 096 479,7	101 040,9
2007	11 257 566,4	5 939 340,7	2 396 442,7	110 088,6
2008	12 836 873,7	6 599 427,8	2 632 141,6	120 750,3
2009	12 043 503,5	7 618 800,6	2 923 543,5	142 599,6
2010	13 846 883,6	8 562 932,3	3 229 861,0	155 012,8
2011	16 071 522,7	9 583 108,3	3 691 328,8	170 927,9
2012	17 480 191,3	10 758 598,8	4 144 208,2	194 671,4
2013	18 451 281,5	12 187 572,1	4 875 247,7	215 173,9
2014	19 412 280,5	13 289 120,6	5 287 574,9	237 577,0
2015	19 344 427,1	14 449 953,0	5 688 653,2	265 824,2

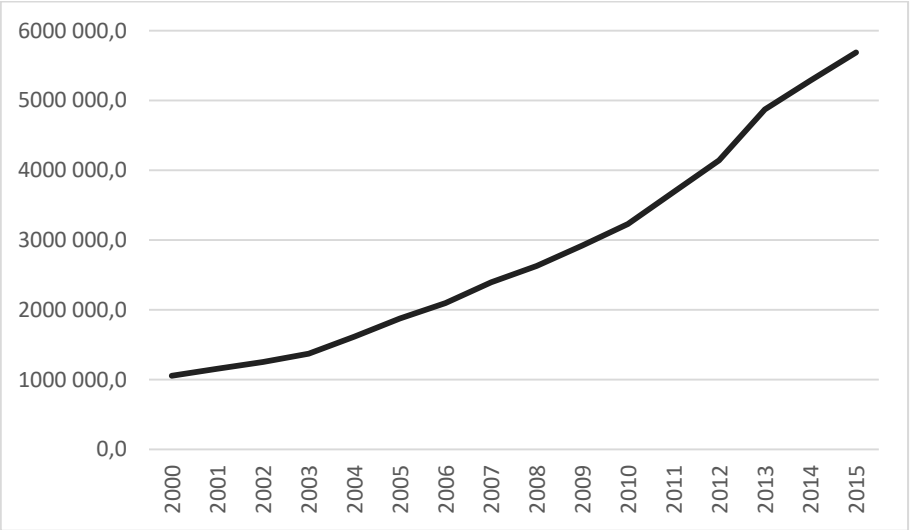
المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

نلاحظ من الجدول أن الإنتاج الخام لفرع الإيواء والإطعام خلال الفترة 2000 – 2015 قد عرف تزايدا محسوسا، فقد تضاعف أكثر من أربع (4.1) مرات حيث انتقل من 63.409,2 مليون دينار في بداية الفترة إلى 265.824,3 مليون دينار، أي بمعدل نمو سنوي يقدر بـ 10,02%، وهنا يجب الإشارة إلى أن معدلات النمو السنوية لم تكن منتظمة خلال فترة الدراسة، فقد كانت تتراوح في

[1] تضم الفروع التالية: نقل واتصالات، التجارة، الخدمات المقدمة للمؤسسات وفرع الخدمات المقدمة لصالح العائلات.

السنوات الأولي في مجالات أدنى من المعدل السنوي المتوسط لتبلغ في سنة 2009 أعلى قيمة بما يساوي 18,09%، لتعاود في الانخفاض وتستقر فوق المعدل المذكور.

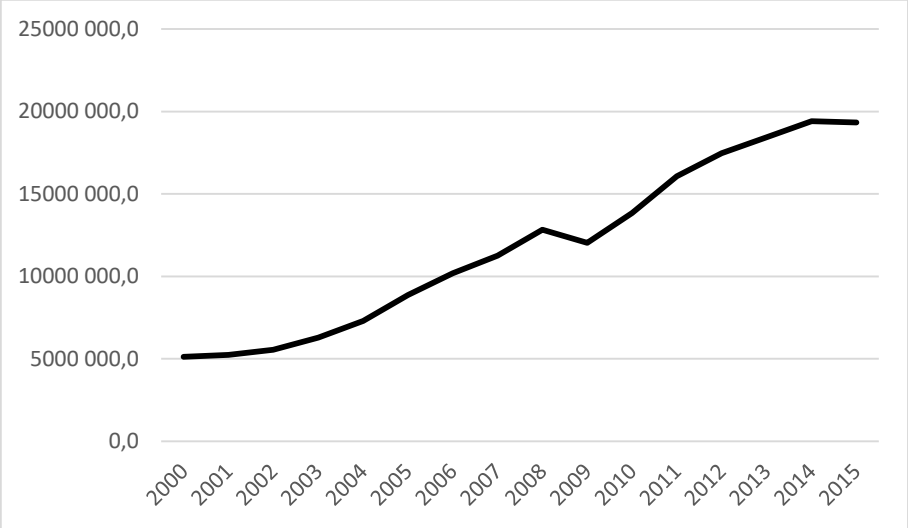
الشكل رقم (34): تطور الإنتاج الخام لفرع الإيواء والمطاعم 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (27)

وإذا قارنا هذه المعدلات مع تلك المسجلة على مستوى مجموع إنتاج الفروع الإنتاجية الكلي، فإن معدل النمو السنوي المتوسط لإنتاج فرع الإيواء والإطعام أعلى من المعدل الوطني الذي يقدر بـ 9,27%، وهذا راجع لنسبة إنتاج فرعي المحرقات والخدمات والأشغال العمومية البترولية التي تملك نصيب الأسد في مجموع الإنتاج الخام الوطني، حيث بلغت هذه النسبة 43.36% في سنة 2000 لتعرف تراجعا فيما بعد وتصل في نهاية الفترة لتصل إلى 25.3% بسبب تقهقر أسعار النفط في السوق الدولية، وهنا نجد أن الإنتاج الخام للفروع قد تضاعف بـ 3.7 مرة فقط خلال الفترة، وهذا ما انعكس على تطور نصيب إنتاج الإيواء والمطاعم في الإنتاج الكلي الذي عرف تحسنا طفيفا حيث بلغ في نهاية الفترة 1.37% بعدما كان يمثل 1.24% وقد أبلغ أدنى مستوياته (أقل من 1%) في السنوات التي سجل فيه مستويات عالية من الصادرات النفطية بسبب ارتفاع أسعار النفط في الأسواق الدولية، والشكل التالي يبين تطور الإنتاج الخام في الاقتصاد الوطني خلال الفترة.

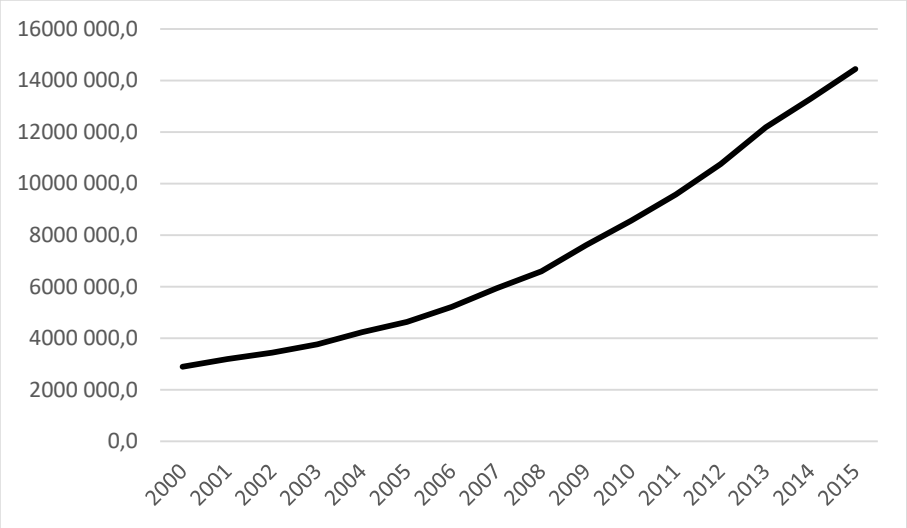
الشكل رقم (35): تطور الإنتاج الخام للفروع الإنتاجية في الوطن 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (27)

في حين إذا استثنينا إنتاج المحروقات بطرح قيمة إنتاج فرع المحروقات وفرع الخدمات والأشغال العمومية البترولية، أي أننا نهتم فقط بالأنشطة الإنتاجية خارج المحروقات باختلاف نشاطاتها فإننا نرى أن إنتاجها الخام قد تضاعف خلال الفترة تقريبا خمس مرات (4.98)، أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 11.3%، وهي أرقام أعلى عن تلك المسجلة في فرع الإيواء والإطعام، وهنا يجب الإشارة إلى أن نصيب إنتاج هذا الفرع قد عرف تراجعا خلال الفترة في مجموع الإنتاج الخام خارج المحرقات حيث انتقل من 2.19% في سنة 2000 إلى 1.84% في سنة 2015، والشكل التالي يبين تطور الإنتاج الخام خارج المحروقات في الاقتصاد الوطني خلال الفترة.

الشكل رقم (36): تطور الإنتاج الخام خارج المحروقات في الوطن 2000-2015

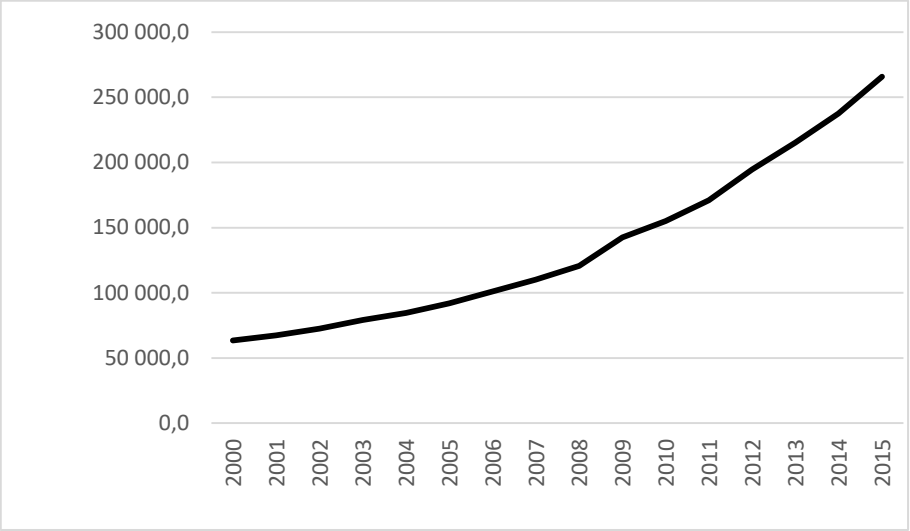


المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (27)

وفي المقابل إذا أخذنا الأنشطة الخدمية في مجملها فهنا نلاحظ أن نصيب إنتاج فرع الإيواء والإطعام قد عرف تراجعا من 5.67% في بداية الفترة إلى 4.46% في نهايتها، حيث أنه إذا دققنا في الأنشطة الخدمية الأخرى[1] والتي عرف نصيبها في مجموع الإنتاج الخام الوطني تحسنا محسوسا فقد انتقل من حوالي الخمس (20,62%) إلى ما يقابل 29,41% أي أنه تضاعف خلال بحوالي 5,4 مرة، وقد سجل معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 11,9% وهي أرقام ونسب أعلى من تلك المسجلة في أنشطة الإيواء والإطعام التي تتميز بنفس الطبيعة الخدمية، والشكل التالي يبين تطور الإنتاج الخام للأنشطة الخدمية في الاقتصاد الوطني خلال الفترة.

[1] تضم الأنشطة الخدمية الأخرى الفروع: النقل والاتصالات، التجارة، الخدمات المقدمة لصالح المؤسسات، الخدمات المقدمة لصالح العائلات.

الشكل رقم (37): تطور إنتاج الخدمات الإنتاجية للوطن 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (1-3)

ثانيا: تحليل القيمة المضافة لفرع الإيواء والإطعام

يعتبر الإنتاج النواة الاقتصادية للنشاط الاقتصادي، فهو المولد الرئيسي للثروة لدى الأعوان الاقتصاديين، لكن الاعتماد عليه بشكل حصري في عملية التحليل ينطوي عليه نوع من التضليل، لذلك نهتم بما يسمى القيمة المضافة التي تم تحقيقها من طرف العون المنتج على حساب استهلاكاته الوسيطية، والتي تعبر عن قيمة الثروة الإضافية التي قدمها العون أو الفرع الإنتاجي للاقتصاد.

حيث انطلاقا من الجدول رقم (2-3) الذي تم إعداده من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات نرى أن القيمة المضافة الخامة لفرع الإيواء والإطعام قد تضاعفت (4,7) مرات خلال الفترة حيث انتقلت من 45.263,9 مليون دينار إلى 212 749,1 مليون، بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 10,86%، وهنا يجب الإشارة إلى أن معدلات النمو السنوية لم تكن منتظمة خلال فترة الدراسة، إلا أنها سجلت في الخمس سنوات الأخيرة معدلات نمو أعلى من المعدل المتوسط حتى أننا قد سجلنا في سنة 2015 معدل نمو يقدر بـ 12,6% مقارنة بالسنة التي سبقتها.

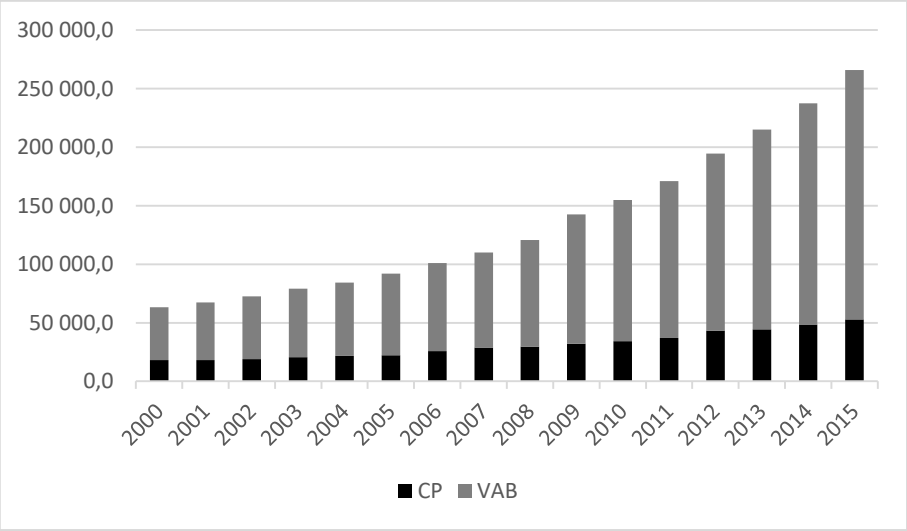
الجدول رقم (28): تطور القيمة المضافة والاستهلاكات الوسيطية للفروع 2000-2015

	فرع الإيواء والمطاعم		الفروع الخدمية الأخرى		مجموع الفروع الإنتاجية		الفروع الإنتاجية خارج المحروقات	
	CP	VAB	CP	VAB	CP	VAB	CP	VAB
2000	18 115,3	45 293,9	257 740,9	797 376,5	1 685 573,0	3 430 857,3	1 126 445,9	1 771 637,8
2001	18 048,7	49 287,6	284 498,5	872 497,5	1 782 314,1	3 451 958,4	1 219 859,9	1 969 642,3
2002	19 127,8	53 490,6	301 463,5	950 668,0	1 905 134,9	3 645 911,4	1 313 782,9	2 128 879,3
2003	20 668,1	58 520,2	320 147,5	1 053 693,5	1 992 625,5	4 296 969,8	1 383 075,2	2 383 880,3
2004	21 772,5	62 696,5	374 516,3	1 240 485,6	2 203 733,8	5 099 672,7	1 511 035,2	2 730 555,1
2005	22 361,9	69 628,2	430 545,7	1 449 301,9	2 436 874,8	6 436 135,1	1 607 603,3	3 024 264,5
2006	25 838,2	75 202,7	486 852,6	1 609 627,0	2 862 967,2	7 332 260,0	1 833 989,0	3 385 766,8
2007	28 960,7	81 127,9	558 020,5	1 838 422,3	3 235 754,4	8 021 812,0	2 099 206,1	3 840 134,6
2008	29 705,9	91 044,4	609 513,6	2 022 628,0	3 521 893,9	9 314 979,8	2 368 722,1	4 230 705,8
2009	32 037,6	110 562,0	685 046,3	2 238 497,1	3 988 521,2	8 054 982,3	2 767 664,5	4 851 136,3
2010	34 196,7	120 816,1	764 341,7	2 465 519,2	4 190 101,4	9 656 782,2	3 149 819,8	5 413 112,5
2011	36 947,1	133 980,8	892 109,1	2 799 219,8	4 715 578,7	11 355 944,0	3 540 368,2	6 042 740,0
2012	43 433,1	151 238,3	990 295,0	3 153 913,2	4 997 139,5	12 483 051,8	3 891 979,4	6 866 619,5
2013	44 467,9	170 706,0	1 196 392,2	3 678 855,7	5 594 460,7	12 856 820,8	4 356 903,3	7 830 668,8
2014	48 581,4	188 995,6	1 281 357,0	4 006 217,9	6 155 264,9	13 257 015,6	4 753 708,7	8 535 412,0
2015	53 032,8	212 791,4	1 351 575,3	4 337 077,9	6 914 907,9	12 429 519,1	5 212 065,4	9 237 887,6

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

وما يلفت الانتباه في سلسلة الأرقام تحسن أداء هذا الفرع من خلال تحسن نسبة القيمة المضافة الخامة في حجم الإنتاج الخام، فقد انتقلت هذه النسبة من 71,43% في بداية الفترة إلى أكثر من 80% أي أنه نسبة أكبر من القيمة المضافة على حساب استهلاكاته الوسيطية، وهذا يجليه الشكل التالي.

الشكل رقم (38): تطور حجم القيمة المضافة والاستهلاكات الوسيطية لفرع الإيواء والإطعام خلال الفترة 2000-2015



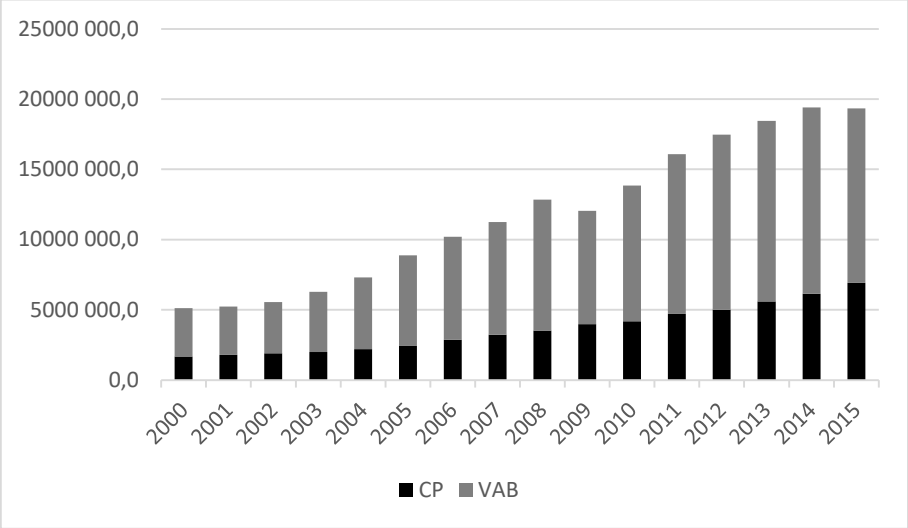
المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (28)

وإذا قارنا هذه المعدلات مع تلك المسجلة على مستوى مجموع القيمة المضافة الخامة الفروع الإنتاجية الكلي، فإن معدل النمو السنوي المتوسط لفرع الإيواء والإطعام أعلى من المعدل الوطني الذي يقدر بـ 8,96% فقط، وهنا نجد أن القيمة المضافة الخامة للفروع قد تضاعف بـ 3,6 مرة فقط خلال الفترة بعد تراجع عائدات الصادرات النفطية، وهذا ما انعكس على تطور نصيب إنتاج الإيواء والمطاعم في الإنتاج الكلي الذي عرف تحسنا طفيفا حيث بلغ في نهاية الفترة 1.37% بعدما كان يمثل 1,71% وقد بلغ أدنى مستوياته (أقل من 1%) في السنوات التي سجل فيه مستويات عالية من الصادرات النفطية بسبب ارتفاع أسعار النفط في الأسواق الدولية، والشكل التالي يبين تطور الإنتاج الخام في الاقتصاد الوطني خلال الفترة.

ومن جانب آخر فإن نصيب القيمة المضافة الخامة في الإنتاج الخام على مستوى الاقتصاد ككل أي كل الفروع الإنتاجية، فإن هذه النسبة تتراوح في حدود الثلثين (ما عدا السنوات التي عرفت

أسعار النفط ارتفاعا محسوسا)، وهي نسبة تقل بكثير عن تلك المسجلة في فرع الإيواء والإطعام، ويبين الشكل التالي تطور القيمة المضافة الخامة الوطنية وحجم الاستهلاكات الوسيطية خلال الفترة.

الشكل رقم (39): تطور حجم القيمة المضافة والاستهلاكات الوسيطية للفروع الإنتاجية للوطن خلال الفترة 2000-2015

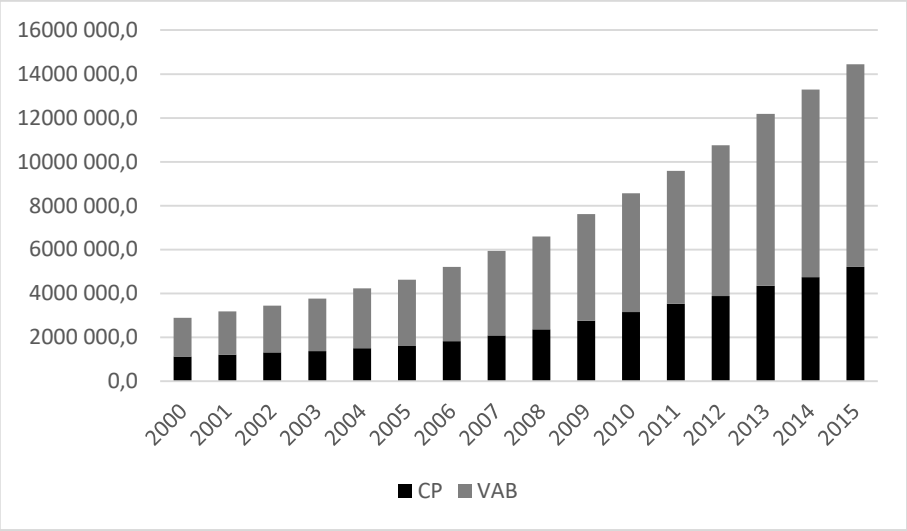


المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (28)

وهنا أيضا إذا قمنا بطرح قيمة القيمة المضافة لفرع المحروقات وفرع الخدمات والأشغال العمومية البترولية، أي أننا نهتم فقط بالأنشطة الإنتاجية خارج المحروقات باختلاف نشاطاتها فإننا نرى أن قيمتها المضافة الخامة قد تضاعفت خلال الفترة أكثر من خمس مرات (5,2)، أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 11,64%، وهي أرقام أعلى عن تلك المسجلة في فرع الإيواء والإطعام، والذي عرف نصيبه في القيمة المضافة الخامة الكلية خارج المحروقات ثباتا نسبي فقد تأرجحت حول 2,5%.

كما يجب الإشارة إلى أنه رغم تزايد نصيب القيمة المضافة الخامة خارج المحروقات في القيمة المضافة الخامة حيث انتقلت من حوالي النصف (51,64%) إلى ما يقارب الثلاثة أرباع أي بنسبة (74,32%)، فإن نسبة القيمة المضافة الخامة من الإنتاج الخام بقيت تتراوح بين 61% و64%، كما يبينه الشكل التالي.

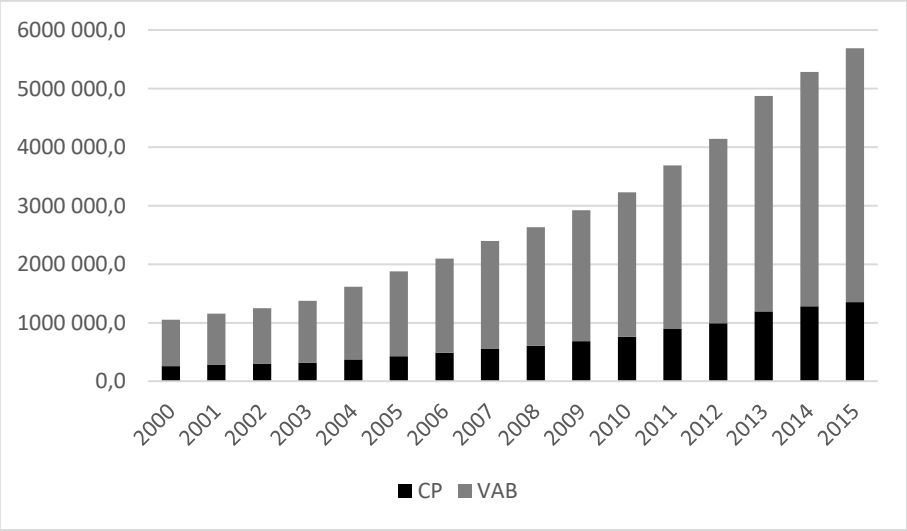
الشكل رقم (40): تطور حجم القيمة المضافة والاستهلاكات الوسيطية خارج المحروقات للوطن خلال الفترة 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (28)

وفي المقابل إذا أخذنا الأنشطة الخدمية في مجملها فهنا نلاحظ أن نصيب القيمة المضافة الخامة لفرع الإيواء والإطعام قد عرف تراجعا طفيفا من 5,68% في بداية الفترة إلى 4,91% في نهايتها وتبقى هذه النسبة جد ضعيفة، كما أنه إذا دققنا في الأنشطة الخدمية الأخرى والتي عرف نصيبها في مجموع القيمة المضافة الكلية تحسنا محسوسا فقد انتقل من حوالي الخمس (23,2%) إلى ما يقابل 34,9% أي أنه تضاعف خلال بحوالي 5,4 مرة، وقد سجل معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 11,9% وهي أرقام ونسب أعلى من تلك المسجلة في أنشطة الإيواء والإطعام التي تتميز بنفس الطبيعة الخدمية، ونشير كذلك أن نصيب القيمة المضافة الخامة في حجم الإنتاج الخام بقيت تتأرجح في حدود الثلاثة أرباع، ولم تعرف التحسن الذي عرفه فرع الإيواء والإطعام، والشكل التالي يبين تطور الإنتاج الخام للأنشطة الخدمية في الاقتصاد الوطني خلال الفترة.

الشكل رقم (41): تطور حجم القيمة المضافة والاستهلاكات الوسيطية للأنشطة الخدمية خلال الفترة 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (28)

المطلب الثاني: توزيع القيمة المضافة لفرع الإيواء والإطعام

إذا كانت القيمة المضافة تعبر عن فائض القيمة أو الثروة التي قام العون الإنتاجي بخلقها على حساب استهلاكاته الوسيطية أثناء العملية الإنتاجية، فلابد الاهتمام كذلك بكيفية توزيع هذه الثروة على من ساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في الحصول عليها، أي نصيب كل طرف من هؤلاء في هذه القيمة، فهي تمثل الوعاء الرئيسي للضرائب التي تفرضها السلطات العمومية على المواد والأنشطة والمداخيل، كما تعد المصدر الرئيسي للأجور والمرتبات التي تمنح للعمال والموظفين لتغطية مختلف النفقات الخاصة بعائلاتهم، ليحصل في الأخير العون المنتج على ما يسمى بالفائض الخام للاستغلال، والذي سيستعين به لتغطية مختلف النفقات الأخرى غير المتعلقة بالعملية الإنتاجية أو لتمويل عملية التراكم.

أولا: تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج لفرع الإيواء والإطعام

تعبر الضرائب اقتطاعات إجبارية من قبل الإدارات العمومية بمناسبة الإنتاج، استخدام عوامل الإنتاج أو بصفة عامة شراء أو بيع سلعة أو خدمة معينة، وتضم الرسم على القيمة المضافة، الرسم على النشاط الصناعي والتجاري والدفع الجزافي على الأجور، وكذلك الرسوم والحقوق على الواردات (حقوق الجمارك)، وتدفع مهما كانت نتيجة الاستغلال.

لقد عرف حجم الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة لدى فرع الإيواء والمطاعم تزايدا محسوسا خلال فترة الدراسة، فرغم أن هذه الزيادة لم تكن منتظمة إلا أن حجم الضرائب المحصلة قد تضاعف تقريبا أربع مرات (3,9) بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 9,54% حيث انتقلت من 4 698,1 مليون دينار في بداية الفترة إلى 425,6 18 مليون في 2015، وهي لا تمثل إلا نسبة قليلة من مجموع الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة على مستوى الاقتصاد الوطني، فرغم أن هذه النسبة قد عرفت انتكاسة بسيطة في وسط الفترة إلا أنها عاودت في الارتفاع لتمثل ما يوافق 1,7% من المجموع الكلي.

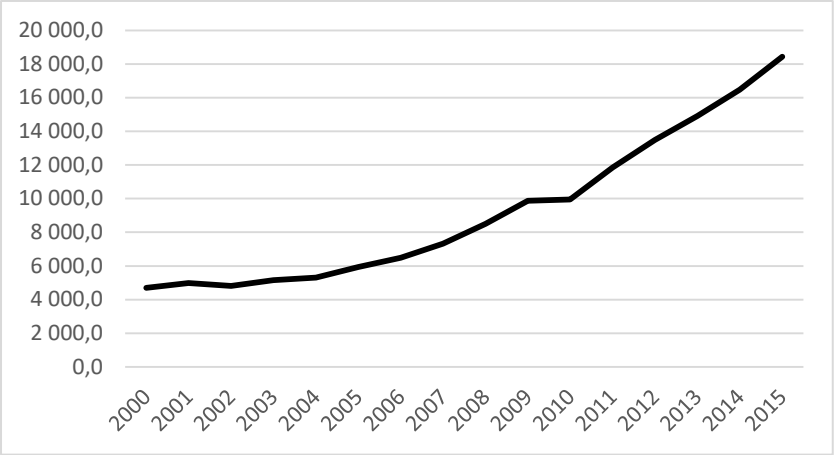
الجدول رقم (29): تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)

السنوات	فرع الإيواء والمطاعم	الخدمات الإنتاجية الأخرى	مجموع الفروع الإنتاجية خارج المحروقات	مجموع الفروع الإنتاجية
2000	4 698,1	59 219,0	102 700,6	469 673,2
2001	4 991,4	62 449,5	111 552,9	441 094,8
2002	4 808,9	67 041,8	121 314,9	454 966,3
2003	5 157,4	71 296,2	131 966,6	510 281,4
2004	5 302,4	85 613,8	149 132,6	615 875,8
2005	5 927,2	74 640,3	140 958,4	788 561,7
2006	6 489,8	65 724,8	137 751,2	841 473,7
2007	7 328,8	70 213,7	149 185,9	912 164,4
2008	8 492,5	69 910,4	173 460,7	1 136 385,3
2009	9 865,8	73 922,1	189 392,6	819 208,2
2010	9 944,0	76 332,1	202 982,5	989 643,2
2011	11 847,8	113 610,4	246 614,9	1 227 465,4
2012	13 493,5	115 209,3	255 353,9	1 293 278,8
2013	14 914,7	147 620,2	309 728,0	1 265 069,2
2014	16 467,5	159 880,3	321 494,6	1 257 619,1
2015	18 425,6	164 226,8	353 177,8	1 030 521,3

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

وما يجب الإشارة له هو تسجيل تراجع نسبة الضرائب المرتبطة بالإنتاج في هذا الفرع من مجموع حجم القيمة المضافة التي تم تحقيقها، حيث انتقل من 10,4% في سنة 2000 إلى ما يعادل نسبة 8,7% فقط في سنة 2015، ويبين البيان التالي تطور حجم الضرائب المحصلة من هذا الفرع خلال الفترة.

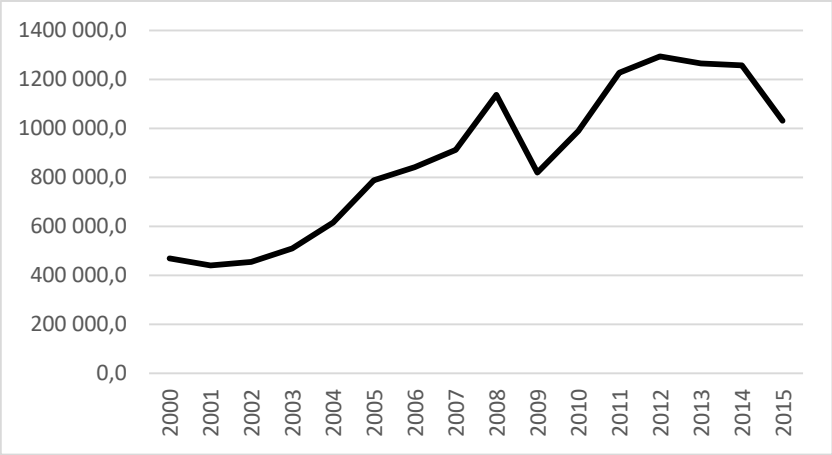
الشكل رقم (42): تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة لفرع الإيواء والإطعام خلال الفترة 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (29)

وفي المقابل إذا تتبعنا حجم الضرائب المرتبطة بالإنتاج على المستوى الوطني فنلاحظ أن القيمة المحصلة قد سجلت أرقاما بعيدة عن تلك السجلة في فرع الإيواء والإطعام، حيث أنها لم تتضاعف إلا بـ 2,19 مرة بانتقالها من 673,2 469 مليون دينار في سنة 2000 إلى ما يعادل 521,3 030 1 في سنة 2015 أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 5,38%، وهذا راجع أساسا إلى ارتباطها بتراجع الإيرادات النفطية حيث أننا نسجل تراجعا لحجم الضرائب المحصلة في السنوات التي عرفت فيها أسعار النفط تراجعا في الأسواق الدولية.

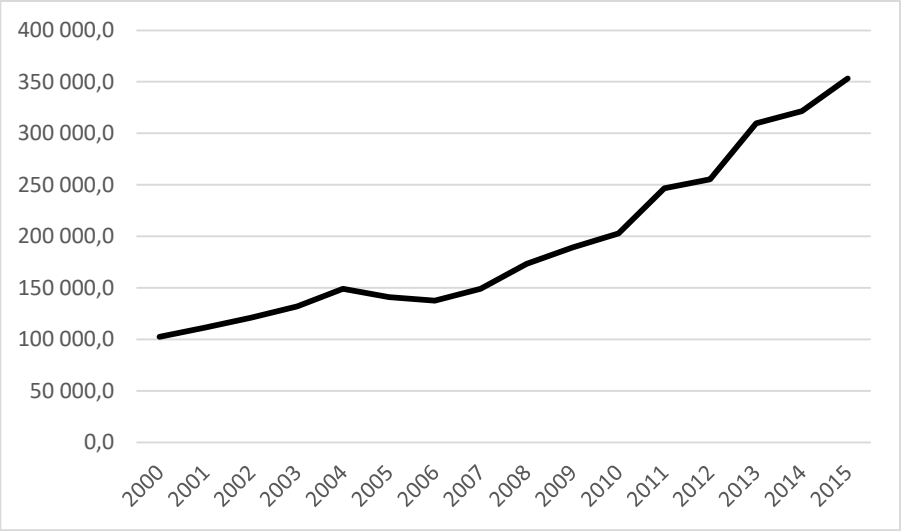
الشكل رقم (43): تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة للفروع الإنتاجية للوطن خلال الفترة 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (29)

في حين إذا استثنينا فرعي إنتاج المحروقات والخدمات والأشغال البترولية، أي أخذنا بالحسبان الفروع الإنتاجية خارج المحروقات فنلاحظ أنه رغم أن تطور حجم الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة لم يكن منتظما إلا أنه تضاعف 3,4 مرة بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 8,6%، وهنا يجب ان نشير أيضا نصيب حجم الضرائب المحصل في هذه الفروع قد عرف تطورا محسوسا في حجم الضرائب المحصل الكلي حيث انتقل من 21,9% في سنة 2000 إلى 34,3% في سنة 2015 رغم أن نسبة هذه الضرائب في القيمة المضافة الخامة التي حققتها هذه الفروع قد تراجعت من 5,8% في بداية الفترة إلى 3,8% فقط في نهايتها، والشكل التالي يبين تطور حجم الضرائب المحصل من الفروع الإنتاجية خارج المحروقات.

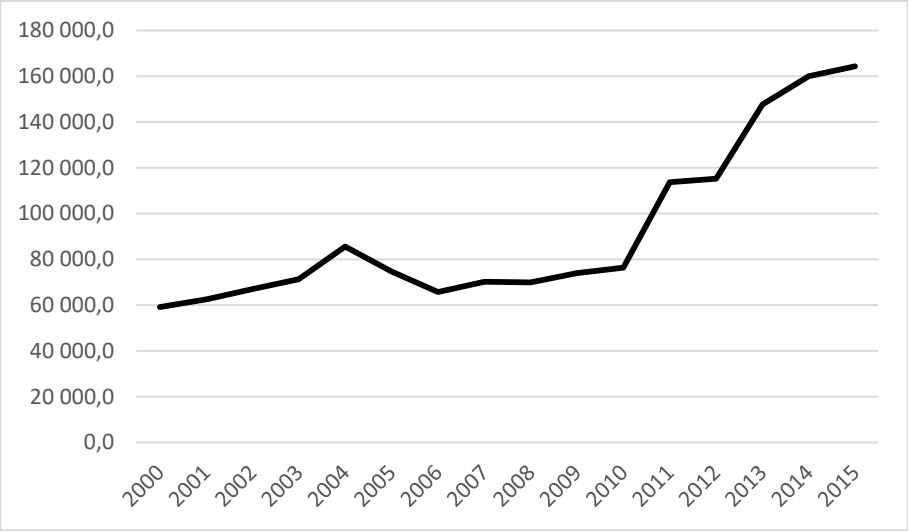
الشكل رقم (44): تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة للفروع الإنتاجية خارج المحروقات خلال الفترة 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (29)

كما أننا نلاحظ أن نصيب الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة في فرع الإيواء والإطعام قد عرف تزايدا في مجموع هذه الضرائب المحصلة في مجموع الفروع الإنتاجية الخدمية، فقد انتقل من 7,4% إلى ما يفوق 10%، وفي المقابل فإن الضرائب المحصلة في الفروع الإنتاجية الخدمية ما عدا فرع الإيواء والإطعام قد تضاعفت خلال فترة الدراسة بـ 2,7 مرة بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 7,0%، كما أن نصيب هذه الضرائب من القيمة المضافة الخامة بالنسبة لهذه الفروع فقد عرف تراجعا محسوسا حيث انتقل من 7,4% في سنة 2000 إلى 3,8% في سنة 2015، وهي أرقام أقل بكثير من تلك المسجلة في فرع الإيواء والإطعام الذي تتميز أنشطتها بنفس الطبيعة الخدمية، والشكل الموالي يبين تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج في الفروع الإنتاجية الخدمية ما عدا فرع الإيواء والإطعام.

الشكل رقم (43): تطور الضرائب المرتبطة بالإنتاج المحصلة للفروع الإنتاجية الخدمية خلال الفترة 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (29)

ثانيا: تطور تعويضات الأجراء لفرع الإيواء والإطعام

هي مجموع المدفوعات النقدية والعينية من قبل المستخدمين لعمالهم وتضم الأجور والمرتبات الخامة والاشتراكات الفعلية المدفوعة من قبل المستخدمين للضمان الاجتماعي والجهات المشابهة والاشتراكات الاجتماعية الصورية التي تمثل مقابلا للخدمات الاجتماعية المقدمة مباشرة للعمال (المخيمات الصيفية، دور الحضانة، تظاهرات رياضية...)، والجدول التالي يبين تطور هذه المدفوعات بالنسبة لفرع الإيواء والإطعام، مجموع الفروع الخدمية الأخرى، الفروع الإنتاجية خارج المحروقات وكذا الخاصة بمجمل الفروع الإنتاجية للاقتصاد الوطني، ويجب الإشارة أننا لم نأخذ بعين الاعتبار الأعوان غير المنتجة التي تدفع تعويضات الأجراء لصالح العائلات والمتمثلة في الإدارات العمومية والمؤسسات المالية، والجدول التالي يبين تطور تعويضات الأجراء المدفوعة في الاقتصاد الوطني خلال الفترة.

الجدول رقم (30): تطور تعويضات الأجور المدفوعة خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)

السنوات	مجموع الفروع الإنتاجية	مجموع الفروع الإنتاجية خارج المحروقات	الخدمات الإنتاجية الأخرى	فرع الإيواء والمطاعم
2000	479 700,3	430 136,4	123 944,9	10 282,6
2001	517 150,0	460 593,7	141 620,6	10 578,2
2002	559 774,1	497 579,9	156 325,0	10 501,6
2003	594 785,7	527 386,5	164 459,1	11 312,0
2004	680 523,4	608 307,3	184 325,4	11 946,3
2005	729 855,7	654 203,1	200 147,1	12 762,8
2006	814 386,7	727 644,3	221 805,2	14 781,6
2007	911 313,5	819 110,1	245 204,3	17 959,2
2008	1 035 950,5	930 046,8	285 588,0	21 399,1
2009	1 126 111,1	1 010 697,7	280 388,2	24 583,1
2010	1 280 011,0	1 155 246,6	342 669,2	27 550,2
2011	1 423 287,2	1 260 248,2	399 313,3	35 515,9
2012	1 569 653,4	1 366 267,2	433 009,6	37 421,9
2013	1 766 698,3	1 572 760,9	508 888,0	42 115,7
2014	1 863 079,3	1 666 644,1	534 004,3	44 017,1
2015	2 004 458,7	1 793 330,5	615 560,6	48 270,0

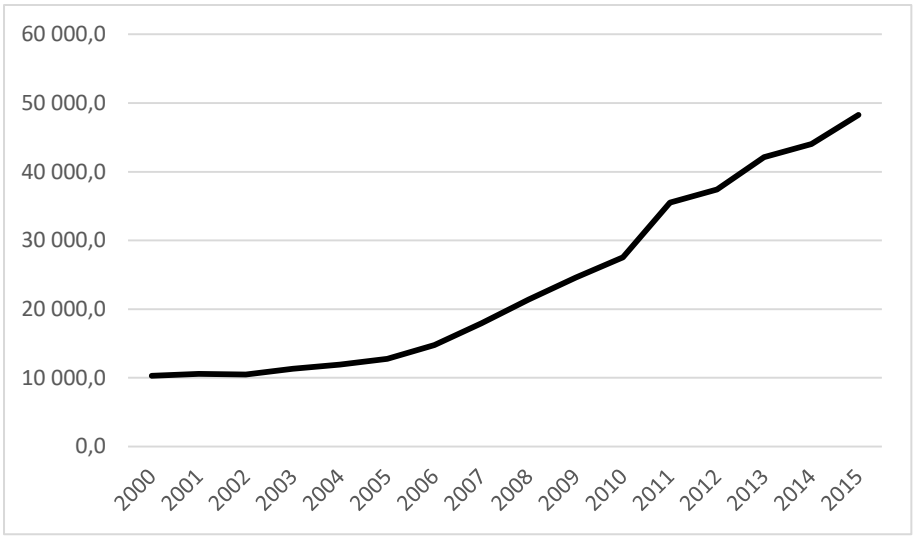
المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات.

إن تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل فرع الإيواء والإطعام قد عرفت تزايدا محسوسا خلال فترة الدراسة، فقد تضاعفت 4,7 مرة وانتقلت من 10.282,6 إلى 48.270,0 مليون دينار، ورغم أن هذا النمو لم يكن منتظما خلال الفترة إلا أننا نسجل معدل نمو متوسط يقدر بـ 10,86%، وهي لم تتعدى نسبة 2,41% من إجمالي تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية في الوطن وهي النسبة التي سجلت في سنة 2015، على أن نصيب القطاع الخاص في دفع مجمل هذه

التعويضات يمثل القيمة الغالبة رغم أنه قد عرف تراجع طفيفا حيث انتقل من 74,6% في سنة 2000 إلى 72,3% في نهاية الفترة.

وبالمقابل فإن نصيب تعويضات الأجراء المدفوعة من القيمة المضافة الخامة المحققة من قبل هذا الفرع قد بقي ثابتا نسبيا ويتأرجح حول القيمة 22,7%، والشكل التالي يبين تطور هذه التعويضات خلال فترة الدراسة.

الشكل رقم (46): تطور تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل فرع الإيواء والإطعام خلال الفترة 2000-2015

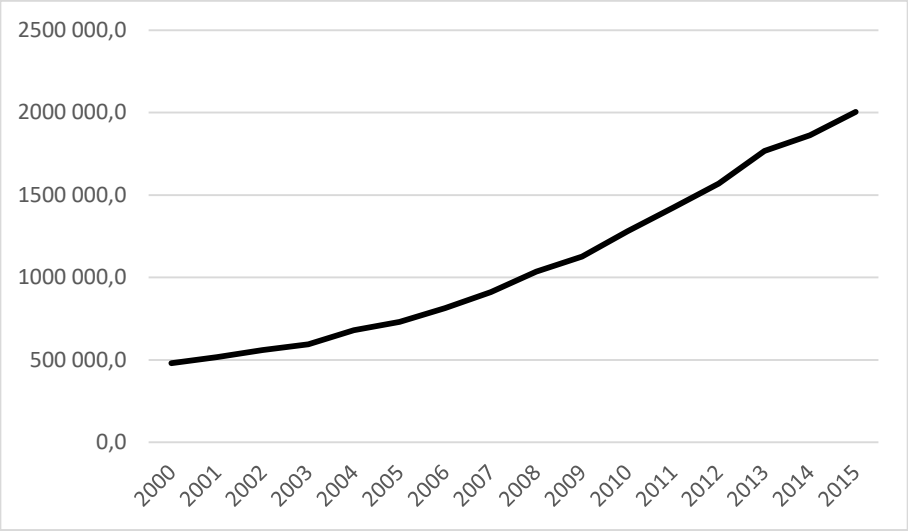


المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (30)

وإذا قارنا هذه الأرقام مع مجمل تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية في الاقتصاد الوطني، فنلاحظ أن هذه الأخيرة هي الأخرى قد شهدت تطورا محسوسا حيث أنها تضاعفت 4,1 مرة وبشكل أكثر انتظاما من الذي شوهد على مستوى فرع الإيواء والإطعام بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 10,0%، مع التأكيد على أن نصيب القطاع الخاص في تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية قد تزايد بشكل ملحوظ حيث انتقل من 47.4% في بداية الفترة إلى ما يفوق 61,4% في نهاية الفترة.

وفي المقابل نلاحظ أن نسبة تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية في لم تتعدى 16,1% من القيمة المضافة المحققة والتي سجلت سنة 2015 مع أنها قد شهدت مستويات أقل من ذلك في سنوات سابقة، والشكل التالي يبين تطور هذه التعويضات بالنسبة للفروع الإنتاجية للوطن خلال الفترة المدروسة.

الشكل رقم (47): تطور تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية للوطن خلال الفترة 2000-2015

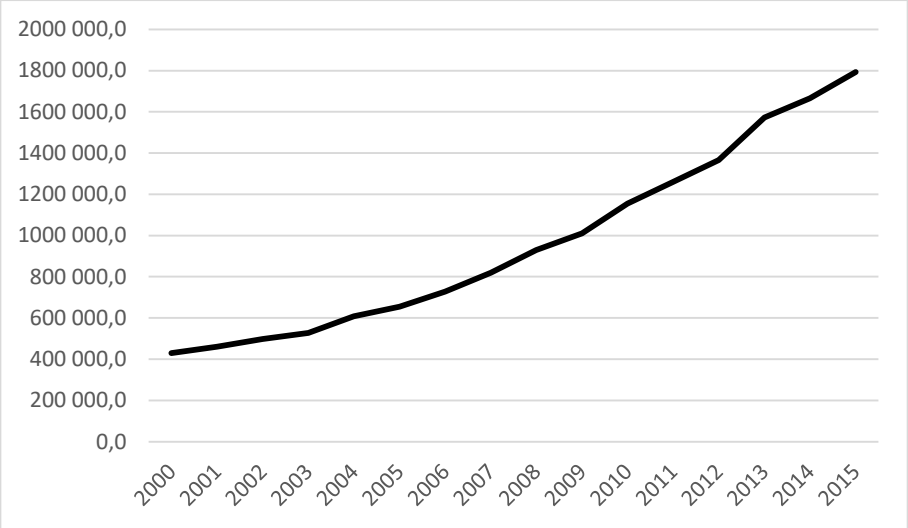


المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (30)

أما إذ استثنينا فرعي المحروقات والأشغال والخدمات البترولية العمومية، فنلاحظ أن الفروع الإنتاجية خارج المحروقات تقوم بدفع ما يقارب 90% من تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل مجمل الفروع الإنتاجية في الوطن، وقد تضاعف حجم هذه التعويضات خلال فترة الدراسة بـ 4,2 مرة بمعدل نمو سنوي متوسط يقارب 10%، مع الإشارة أن نصيب القطاع الخاص في هذه التعويضات قد تزايد حيث انتقل من 52,9% في بداية الفترة إلى 68,3% في نهايتها.

كما يجب التنويه في جانب آخر أن نصيب هذه التعويضات في القيمة المضافة المحققة من قبل هذه الفروع قد عرف تراجعا مستمرا فبعد أن كانت تقارب ربع القيمة المضافة (23,4%) أصبحت تمثل أقل من الخمس في نهاية الفترة بنسبة 19,4%.

الشكل رقم (48): تطور تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية خارج المحروقات للوطن خلال الفترة 2000-2015

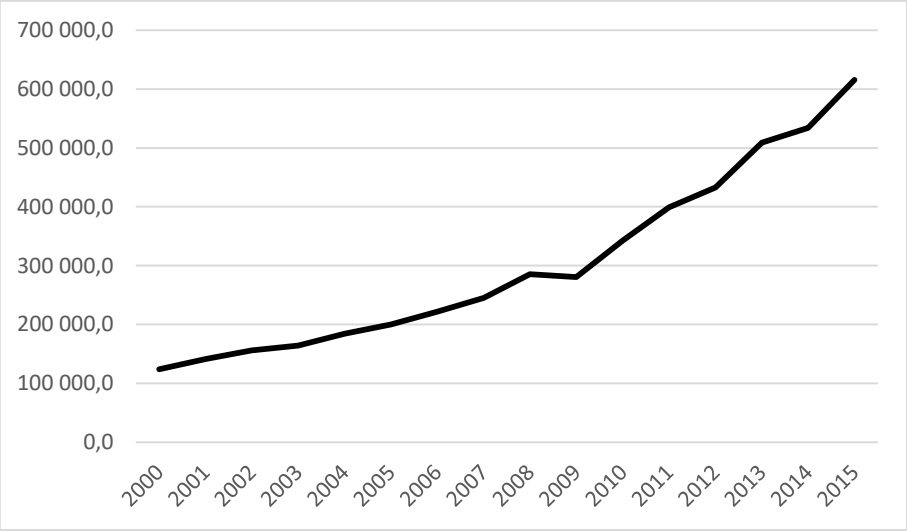


المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (30)

أما على مستوى الأنشطة الإنتاجية الخدمية ماعدا فرع الإيواء والإطعام فإن هذه الفروع قد عرفت تطورا مشابها لهذا الأخير من حيث تعويضات الأجراء المدفوعة، حيث تضاعفت حصتها خمس مرات تقريبا (4,9) بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 11,28%، كما عرفت بالموازاة مع ذلك نموا محسوسا في إجمالي تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية في الوطن حيث انتقلت من حوالي الربع (25,8%) إلى أكثر من 30,7%.

ومن جانب آخر فإن تعويضات الأجراء لهذه الفروع لم تمثل في سنة 2015 إلا 14,2% من إجمالي القيمة المضافة المحققة من قبل هذه الفروع والذي يمثل تراجعا طفيفا خلال الفترة بعد أن كان تمثل 15,5% في سنة 2000، وهي نسبة تقل بكثير عن تلك المسجلة في فرع الإيواء والإطعام، والشكل التالي يبين تطور هذه التعويضات المدفوعة من قبل هذه الفروع خلال فترة الدراسة.

الشكل رقم (49): تطور تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفروع الإنتاجية الخدمية خارج الإيواء والإطعام للوطن خلال الفترة 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول (30)

ثالثا: الفائض الخام للاستغلال لفرع الإيواء والإطعام

يعبر الفائض الخام للاستغلال عن الفائض الذي يحققه العون أو الفرع الإنتاجي بعد طرح جميع المدفوعات الخاصة والمتعلقة مباشرة بالعملية الإنتاجية من استهلاكات وسيطية للسلع والخدمات، من تعويضات الأجراء المقابلة لليد العاملة المشاركة في العملية الإنتاجية وضرائب مرتبطة بالإنتاج تدفع لصالح السلطات العمومية، ويتم الاستعانة بهذا الفائض لتغطية باقي النفقات غير المتعلقة بالعملية الإنتاجية كدفع حقوق الملكية (إيجارات العقارات، فوائد على القروض، مشتريات سلع وخدمات غير متعلقة بالإنتاج، ضرائب ورسوم أخرى...)، وكذا تمويل عملية التراكم والاستثمار

في الأصول الثابتة والمعنوية، أي أنه يشير إلى الثروة التي يتحصل عليها العون المنتج من العملية الإنتاجية بعيدا عن سياساته لتمويل الاستثمارات أو الاهتلاكات دون احتساب النفقات غير العادية أو غير المتعلقة بعملية الاستغلال.

$$\mathbf{EEB = (PB - CP) - (RS + (ILP - Sub))}$$

$$\mathbf{EBE = VAB - RS - (ILP - Sub)}$$

ونلاحظ من الجدول رقم (31) الذي يبين تطور هذا الفائض على مستوى فرع الإيواء والإطعام، إجمالي الفروع الإنتاجية، الفروع الإنتاجية خارج المحروقات والفروع الإنتاجية الخدمية أن الفائض الخام للاستغلال بالنسبة لفرع الإيواء والمطاعم قد تطور بشكل محسوس خلال الفترة، حيث تضاعف 4,8 مرة وانتقل من 30.313,2 مليون دينار في سنة 2000 إلى 146.095,8 مليون في سنة 2015، أي بمعدل نمو سنوي يقدر بـ 11,5%، كما نسجل تقدم طفيف فيما يخص نصيب هذا الفرع في الفائض الخام للاستغلال الوطني في السنة الأخيرة بنسبة 1,6% بعد أن كان يتأرجح حول نسبة 1,0% خلال الفترة، كما نلاحظ أنه ورغم أن القطاع الخاص يستحوذ على غالبية الفائض الخام المحقق في الفرع إلا أننا نسجل له تراجعا ملحوظا في هذا الجانب حيث انتقل نصيب القطاع الخاص من أكثر من 92% إلى ما يعادل 82,4% خلال الفترة.

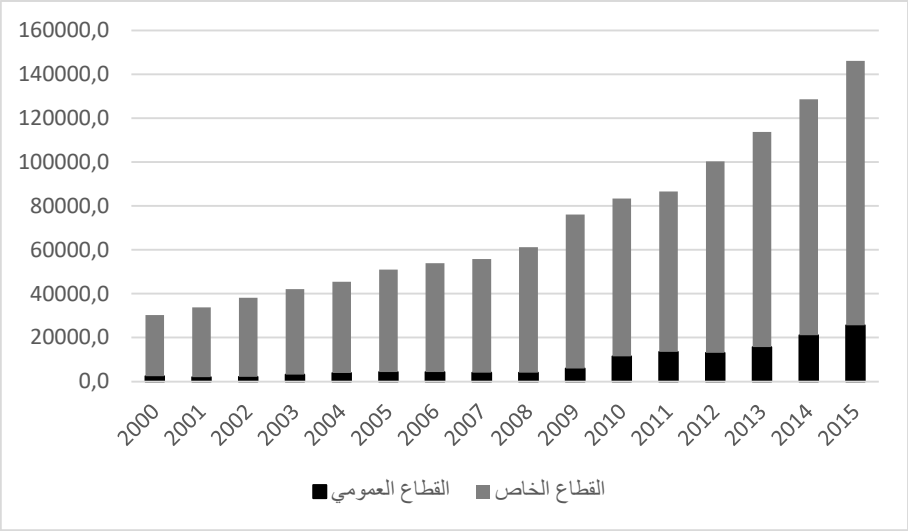
الجدول رقم (31): تطور الفائض الخام للاستغلال خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)

السنوات	فرع الإيواء والمطاعم	الخدمات الإنتاجية الأخرى	مجموع الفروع الإنتاجية خارج المحروقات	مجموع الفروع الإنتاجية
2000	30 313,2	614 212,6	1 238 800,8	2 481 483,8
2001	33 718,1	668 427,4	1 397 495,7	2 493 713,6
2002	38 180,1	727 301,2	1 509 984,6	2 631 170,9
2003	42 050,8	817 938,2	1 724 527,3	3 191 902,7
2004	45 447,7	970 546,2	1 973 115,0	3 803 273,4
2005	50 938,2	1 174 514,6	2 229 103,2	4 917 717,7
2006	53 931,3	1 322 096,9	2 520 371,1	5 676 399,5
2007	55 839,9	1 523 004,5	2 871 838,9	6 198 334,2
2008	61 152,8	1 667 129,5	3 127 198,4	7 142 644,0
2009	76 113,1	1 884 186,8	3 651 045,9	6 109 663,0
2010	83 321,9	2 046 517,9	4 054 883,5	7 387 128,0
2011	86 617,1	2 286 296,2	4 535 876,9	8 705 191,4
2012	100 322,9	2 605 694,2	5 244 998,3	9 620 119,6
2013	113 675,6	3 022 347,4	5 948 179,7	9 825 053,2
2014	128 511,0	3 312 333,2	6 547 273,2	10 136 317,2
2015	146 095,8	3 557 290,4	7 091 379,4	9 394 539,2

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

ويتجلى كذلك من نفس الجدول أن نسبة الفائض الخام للاستغلال في القيمة المضافة المحققة من قبل الفرع لم تتغير بشكل كبير، حيث انتقلت من 66,9% في بداية الفترة إلى 68,7% في نهاية الفترة، والشكل التالي يبين تطور الفائض الخام للاستغلال لفرع الإيواء والإطعام خلال الفترة.

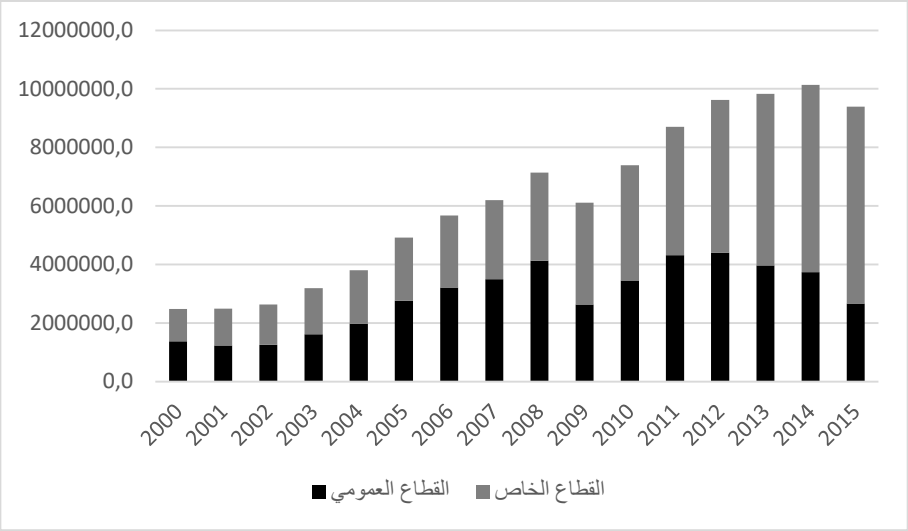
الشكل (50): تطور الفائض الخام للاستغلال لفرع الإيواء والمطاعم خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

وإذا قمنا بمقارنة هذه الأرقام مع تلك المسجلة على مستوى مجمل الفروع الإنتاجية في الاقتصاد الوطني خلال نفس الفترة، فنلاحظ أن الفائض الخام للاستغلال الوطني لم يتضاعف إلا بـ 3,8 مرة وبمعدل نمو متوسط سنوي يقدر بـ 9,28%، وهذا راجع أساسا للتأثر بتراجع العائدات النفطية، مع تزايد ملفت لنصيب القطاع الخاص بانتقاله من 44,7% في سنة 2000 إلى ما يعادل 71,6% في سنة 2015، كمن نسجل من جانب آخر تحسن طفيف نصيب الفائض الخام للاستغلال في القيمة المضافة الوطنية، حيث انتقل من 72,3% في بداية الفترة إلى ما يوافق 75,6% في نهاية الفترة، كما يبينه الشكل التالي.

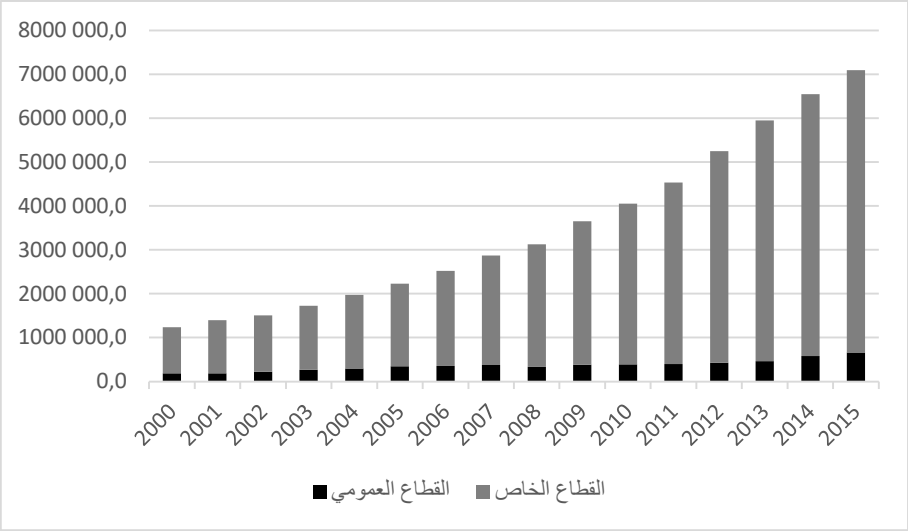
الشكل (51): تطور الفائض الخام للاستغلال في الاقتصاد الوطني خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)



من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات

وفي المقابل فإن الفائض الخام للاستغلال للفروع الإنتاجية خارج المحروقات الذي بقي يستحوذ القطاع الخاص على غالبيته بنسبة تفوق 90,7% في سنة 2015 بعد أن كان يمثل ما يعادل 85,1% في سنة 2000، فقد عرف هو الآخر تطورا ملحوظا حيث انتقل نصيبه في الفائض الخام للاستغلال الكلي إلى حوالي النصف (49.9%) في بداية الفترة إلى أكثر من ثلاثة أرباع بما يعادل 75.5% في نهاية الفترة بسبب تراجع حصة فرع المحروقات، وقد سجل أرقاما أعلى من تلك المسجلة في فرع الإيواء والإطعام حيث تضاعف بأكثر من 5,7 مرة خلال الفترة بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 12,3%، كما نسجل بالموازاة مع ذلك نموا في نسبة الفاض الخام للاستغلال لهذه الفروع في القيمة المضافة الخامة الوطنية خارج المحروقات حيث انتقل من 34,7% إلى ما يفوق 38,5% خلال فترة الدراسة، والشكل التالي يبين تطور الفائض الخام للاستغلال خارج المحروقات خلال السنوات 2000-2015.

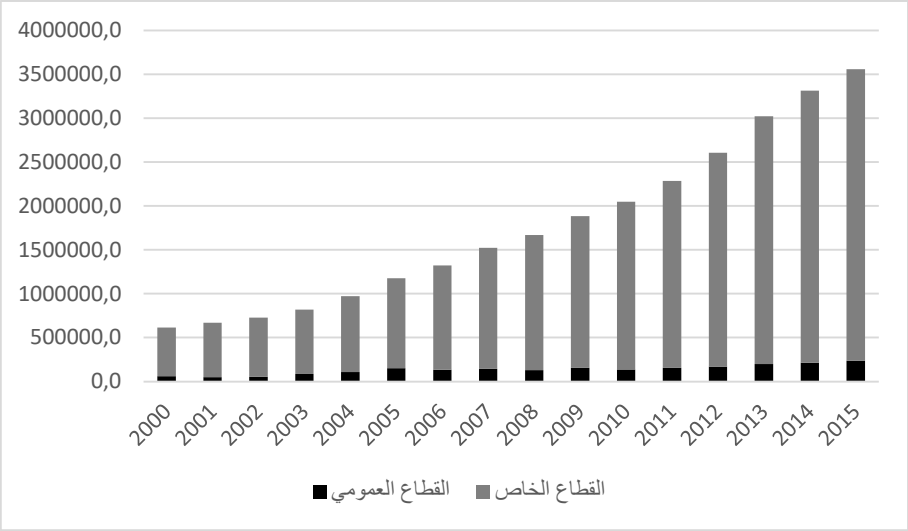
الشكل (52): تطور الفائض الخام للاستغلال خارج المحروقات خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)



من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات

وفي جانب آخر، إذا دققنا في الفروع الإنتاجية الخدمية الأخرى، فنلاحظ أن التطور الذي عرفته هذه الفروع لم يكن بعيدا عن ذلك الذي عرفته الفروع الإنتاجية خارج المحروقات، فقد تضاعف خلال الفترة بحوالي 5,8 مرة وبمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 12,4%، وقد عرف نصيب الفائض الخام للاستغلال لهذه الفروع في الفائض الخام للاستغلال الكلي تطورا غير مسبوق، حيث انتقل من أقل من الربع بنسبة 24,8% إلى أكثر من 37,8% مع استحواذ القطاع الخاص على غالبيته بنسبة تفوق 90,0% على طول الفترة، كما نسجل في المقابل تحسن حصة الفائض الخام للاستغلال من القيمة المضافة الخامة المحققة في هذه الفروع حيث انتقلت من 77,0% في سنة 2000 إلى حوالي 82,0% في سنة 2015، والشكل التالي يبين تطور الفائض الخام للاستغلال لهذه الفروع خلال الفترة.

الشكل (53): تطور الفائض الخام للاستغلال للخدمات خلال الفترة 2000-2015 (مليون دينار)



من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات

المطلب الثالث: مكانة نواتج فرع الإيواء والإطعام وتطور استهلاكاته الوسيطية

سنحاول من خلال هذا المطلب الاطلاع على مكونات الاستهلاكات الوسيطية لفرع الإيواء والإطعام، ثم سنعرج على توزيع استخدامات نواتج هذا الفرع بين الاستخدامات الوسيطية أي أننا سندقق في أهم الفروع الإنتاجية المستخدمة لنواتج الفرع وكذا تطور الاستخدامات النهائية من استهلك نهائي لدى العائلات أو لدى الإدارات العمومية.

أولا: مركبات الاستهلاكات الإنتاجية لفرع الإيواء والإطعام

بالاستعانة بجداول المدخلات والمخرجات للاقتصاد الجزائري لسنوات 2000-2014 المنشورة من طرف الديوان الوطني للإحصائيات، استطعنا جمع المعلومات الخاصة بالاستهلاكات الإنتاجية لفرع الإيواء والإطعام للفترة حسب أهم النواتج، وقمنا بجمعها في الجدول الموالي.

الجدول رقم (32): مركبات الاستهلاكات الإنتاجية لفرع الإيواء والإطعام حسب النواتج للفترة 2000 -2014 (مليون دينار)

السنوات	الفلاحة، الغابات والصيد		المياه والطاقة		الصناعات الغذائية		النقل والاتصالات		فروع أخرى		المجموع
	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	القيمة
2000	29,5	5 346	12,6	2 275	32,9	5 955	12,0	2 170	13,1	2 369	18 115
2001	27,5	4 961	15,3	2 769	33,7	6 089	12,1	2 188	11,3	2 042	18 049
2002	12,3	2 350	15,6	2 982	61,1	11 680	4,8	910	6,3	1 206	19 128
2003	8,9	1 831	15,6	3 227	63,8	13 193	4,7	962	7,0	1 455	20 668
2004	19,5	4 251	16,2	3 533	55,7	12 128	2,6	576	5,9	1 285	21 773
2005	28,3	6 333	17,8	3 981	45,1	10 080	2,8	626	6,0	1 342	22 362
2006	32,0	8 268	16,2	4 183	37,2	9 601	4,5	1 163	10,2	2 623	25 838
2007	20,9	6 063	18,0	5 204	49,2	14 248	3,8	1 099	8,1	2 347	28 961
2008	31,8	9 437	21,3	6 334	36,9	10 972	1,7	513	8,2	2 450	29 706
2009	24,8	7 953	14,3	4 576	51,9	16 643	2,5	799	6,5	2 067	32 038
2010	19,6	6 691	13,7	4 700	58,7	20 063	1,9	646	6,1	2 097	34 197
2011	19,3	7 131	14,7	5 413	57,6	21 278	2,0	726	6,5	2 399	36 947
2012	20,7	9 007	14,6	6 346	56,1	24 375	2,4	1 023	6,2	2 682	43 433
2013	24,0	10 668	13,6	6 069	54,6	24 274	1,8	787	6,0	2 670	44 468
2014	32,3	15 699	14,0	6 807	46,6	22 652	1,8	855	5,3	2 568	48 581

Source : Fait à partir de BERRAH Mounir Khaled (Directeur de publication), Les Tableaux des entrées sorties 2000-2014, Bulletin n° 727, Direction Technique chargée de la Comptabilité Nationale, L'Office National des Statistiques (ONS), www.ons.dz.

نلاحظ أن حجم الاستهلاكات الإنتاجية لفرع الإيواء والمطاعم قد تضاعف حوالي 2,7 مرة خلال الفترة وانتقل من 18.115,0 مليون دينار إلى 48.581,0 مليون أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 7,3%، غير أن نصيبه في حجم الاستهلاك الإنتاجي للوطن لم يمثل في نهاية الفترة سوى 0,8% وهذا راجع إلى النسبة الضعيفة التي يمثلها الإنتاج الخام لهذا الفرع في إجمالي الإنتاج الخام للفروع الإنتاجية في الوطن (1,2% خلال نفس السنة).

من جانب آخر فإن حجم الاستهلاكات الإنتاجية لفرع الإيواء والمطاعم قد تضاعف حوالي 2,7 مرة خلال الفترة وانتقل من 18.115,0 مليون دينار إلى 48.581,0 مليون أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 7,3%، غير أن نصيبه في حجم الاستهلاك الإنتاجي للوطن لم يمثل في نهاية الفترة سوى 0,8% وهذا راجع إلى النسبة الضعيفة التي يمثلها الإنتاج الخام لهذا الفرع في إجمالي الإنتاج الخام للفروع الإنتاجية في الوطن (1,2% خلال نفس السنة).

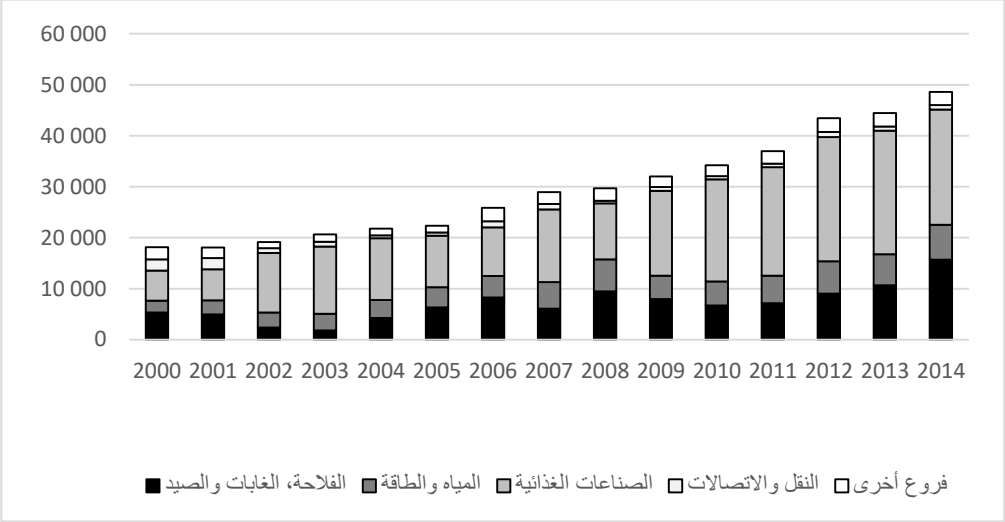
وتأتي نواتج الصناعات الغذائية في المرتبة الأولى من حيث الممونين للفرع، فبعد أن لم يكن نصيبها يتعدى الثلث في سنة 2000 فاقت هذه النسبة 58.7% في سنة 2010 لتعرف تراجعا بعد ذلك وبلغت ما يعادل 46,6% في سنة 2014، أي أنها تضاعف حجمها بـ 3,8 مرة بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 10.0%.

كما نلاحظ أن نواتج الفلاحة والغابات والصيد هي الأخرى تحتل مكانة معتبرة في إمداد الفرع بالمنتجات الوسيطية حيث تضاعف الطلب على منتجاتها خلال الفترة ثلاث مرات تقريبا بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 8,0%، وقد عادل حوالي 32,3% من الاحتياجات الوسيطية للفرع سنة 2014 بعد أن كان يمثل 9,5% سنة 2000.

ونجد في جانب آخر نواتج المياه والطاقة التي عرف نصيبها من الاحتياجات الوسيطية للفرع تحسنا طفيفا حيث انتقل من 12,6% في بداية الفترة إلى ما يفوق 21,3% سنة 2008 للتراجع فيما

بعد إلى حوالي 14% سنة 2014، فقد تضاعف حجمها ثلاث مرات تقريبا بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 8,14% خلال الفترة.

الشكل (54): تطور مركبات الاستهلاكات الوسيطية لفرع الإيواء والإطعام حسب النواتج خلال الفترة 2000-2014 (مليون دينار)



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (32)

أما باقي النواتج فقد عرف نصيبها تراجعا محسوسا في حجم الاحتياجات الوسيطية للفرع، فبعد أن كانت تمثل أكثر من الربع أصبحت لا تعادل إلا 7,0%، بعد أن تراجعت الاستخدامات الوسيطية لنواتج النقل والاتصال بالخصوص التي كانت تمثل لوحدها في بداية الفترة 12.0% لتتراجع فيما بعد إلى ما يساوي 1,8% في نهاية الفترة.

ثانيا: الاستخدامات الوسيطية لنواتج الإيواء والإطعام

رغم تطور الموارد المتاحة من نواتج الإيواء والإطعام حسب الجدول رقم (34) التي تضاعفت خلال الفترة 2000-2014 بـ 2,5 مرة وسجلت معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 6,6%، إلا أن حجم الاستخدامات الوسيطية لهذه النواتج لم يتضاعف إلا بـ 1,7 مرة بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 4,1% حيث انتقل من 46.906 مليون دينار سنة 2000 إلى 82.015 مليون في سنة 2015.

وقد عرف نصيب الاستخدامات الوسيطية في حجم الموارد من نواتج الإيواء والإطعام تراجعا محسوسا فبعد أن كانت تمثل هذه النسبة 38,0% في سنة 2000 أصبحت لا تساوي إلا 27,1% سنة 2014 رغم الانتعاش الذي عرفته سنة 2008 حيث بلغت 44,0% آنذاك، ووجه الباقي نحو الاستخدامات النهائية.

ويأتي فرع النقل والاتصالات في ريادة الفروع الإنتاجية المستخدمة لنواتج فرع الإيواء والإطعام، والذي عزز من مكانته في سنة 2014 باستحواذه على أكثر من نصف الاستخدامات الوسيطية لنواتج الفرع بما يوافق 51,6% بعد أن كان يمثل 41,5% في سنة 2014، فقد تضاعف بأكثر من مرتين (2,2 مرة) بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 5,7%، في حين نجد فرع التجارة في المرتبة الثانية والذي رغم تسجيله بعض التراجع في نصيبه من الاستخدامات الوسيطية لنواتج فرع الإيواء والإطعام بانتقاله من 24,1% في سنة 2000 إلى ما يعادل 20,9% في سنة 2014، إلا أن حجم استخداماته الوسيطية من نواتج الفرع قد تضاعف بـ 1,5 مرة مسجلا معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 3,0% خلال الفترة، والجدول رقم (34) يبين تطور الاستخدامات الوسيطية للفرع خلال الفترة.

وفي المقابل نجد فرع المياه والطاقة الذي عرف حجم استخداماته لنواتج فرع الإيواء والإطعام نموا محسوسا، حيث أنه قد تضاعف خلال الفترة وسجل معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 5,4%، إلا أن حصته من مجمل الاستخدامات الوسيطية للفرع لم تعرف نفس مستويات التطور، فبعد أن كانت تستحوذ على 8,1% من هذه الاستخدامات في بداية الفترة، انتعشت بشكل ملحوظ لتمثل ما يوافق 15,6% في سنة 2009، للتراجع فيما بعد وأصبحت تمثل أقل من العشر بما يعادل 9,7% من حجم الاستخدامات الوسيطية لنواتج فرع الإيواء والإطعام.

الجدول رقم (33): تطور الاستخدامات الوسيطية لنواتج الإيواء والإطعام للفترة 2000 -2014

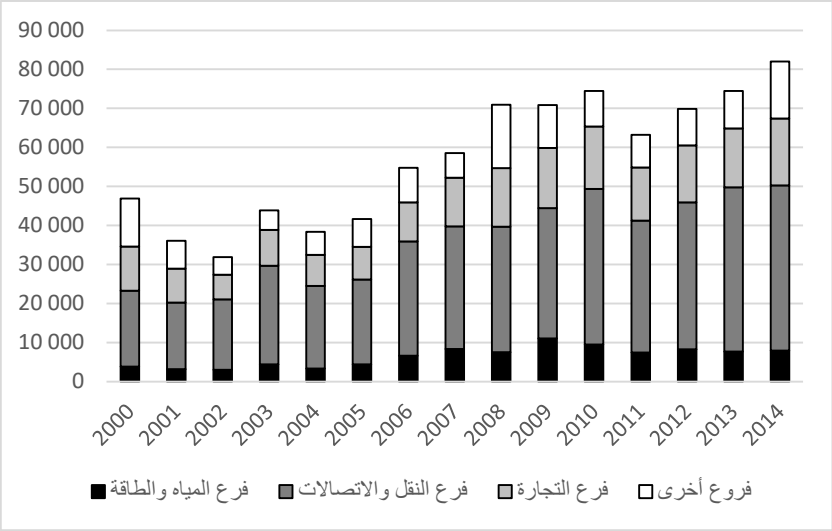
(مليون دينار)

السنوات	فرع المياه والطاقة		فرع النقل والاتصالات		فرع التجارة		فروع أخرى		مجموع الاستخدامات الوسيطية
	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	
2000	3 812	8,1	19 475	41,5	11 306	24,1	12 313	26,3	46 906
2001	3 155	8,7	17 050	47,3	8 704	24,1	7 153	19,8	36 062
2002	3 015	9,5	18 052	56,6	6 284	19,7	4 548	14,3	31 899
2003	4 371	10,0	25 286	57,6	9 184	20,9	5 028	11,5	43 869
2004	3 289	8,6	21 183	55,2	8 002	20,9	5 891	15,4	38 365
2005	4 402	10,6	21 725	52,1	8 337	20,0	7 203	17,3	41 667
2006	6 571	12,0	29 335	53,6	10 036	18,3	8 814	16,1	54 756
2007	8 361	14,3	31 429	53,7	12 440	21,2	6 343	10,8	58 573
2008	7 480	10,5	32 167	45,4	15 043	21,2	16 214	22,9	70 904
2009	11 065	15,6	33 378	47,1	15 424	21,8	11 014	15,5	70 881
2010	9 505	12,8	39 871	53,6	15 948	21,4	9 101	12,2	74 425
2011	7 395	11,7	33 861	53,6	13 605	21,5	8 366	13,2	63 227
2012	8 219	11,8	37 687	53,9	14 629	20,9	9 334	13,4	69 869
2013	7 649	10,3	42 109	56,5	15 082	20,2	9 648	13,0	74 488
2014	7 927	9,7	42 332	51,6	17 115	20,9	14 641	17,9	82 015

Source : Fait à partir de BERRAH Mounir Khaled (Directeur de publication), op cit.

أما الفروع الإنتاجية الأخرى فقد عرف حجم استخداماتها الوسيطية لنواتج فرع الإيواء والإطعام تراجعا محسوسا مقارنة بالحجم المسجل في السنة الأولى من الفترة، ماعدا القفزات التي سجلها في سنة 2008 وفي السنة الأخيرة والذي أدى إلى تراجع نصيبه منها لينتقل من 26,3 في سنة 2000 إلى 17,9% في سنة 2014، والشكل التالي يبين توزيع الاستخدامات الوسيطية لنواتج فرع الإيواء والإطعام حسب أهم الفروع الإنتاجية.

الشكل (55): توزيع الاستخدامات الوسيطية لنواتج فرع الإيواء والإطعام حسب أهم الفروع الإنتاجية خلال الفترة 2000-2014 (مليون دينار)



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (33)

ثالثا: تطور الاستخدامات النهائية الداخلية لنواتج فرع الإيواء والإطعام

نظرا للطبيعة الخدمية لنواتج الإيواء والإطعام وما تتميز بالطابع غير اللموس، فإن الاستخدامات النهائية لهذه النواتج لا يمكن توجيهها لعملية التراكم، سواء تعلق الأمر بالأصول الثابتة أو احتسابها في قيمة التغير في المخزون، ومن ثم تتمثل الاستخدامات النهائية الداخلية لهذه النواتج في الاستهلاك النهائي الذي يخص الأعوان غير المنتجة، أي العائلات، الإدارات العمومية والمؤسسات المالية، وانطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات استطعنا تجميع المعطيات الخاصة بهذا الجانب وتقديمها في الجدول رقم (35).

الجدول رقم (34): تطور الاستخدامات النهائية الداخلية لنواتج الإيواء والإطعام للفترة 2000 – 2014 (مليون دينار)

السنة	الاستهلاك النهائي للعائلات من نواتج فرع الإيواء والإطعام			الاستهلاك النهائي للإدارات العمومية والمؤسسات المالية من نواتج فرع الإيواء والإطعام			الاستخدامات النهائية لنواتج فرع الإيواء والإطعام		مجموع الاستخدامات
	القيمة	نسبة من اجمالي حجم الاستخدامات	نسبة من إجمالي الاستهلاك النهائي للعائلات	القيمة	نسبة من اجمالي حجم الاستخدامات	نسبة من إجمالي الاستهلاك النهائي للإدارات العمومية والمؤسسات المالية	القيمة	نسبة من مجموع الاستخدامات لنواتج الفرع	
2000	57 511	46,61%	3,4%	667 11	9,46%	7,1%	76 490	61,99%	123 395
2001	55 827	49,83%	3,1%	13 127	11,72%	7,2%	75 978	67,81%	112 040
2002	64 149	53,93%	3,3%	15 224	12,80%	6,5%	87 060	73,18%	118 959
2003	53 544	42,16%	2,6%	20 965	16,51%	8,0%	83 147	65,46%	127 016
2004	62 510	45,78%	2,7%	22 630	16,57%	8,0%	98 169	71,90%	136 534
2005	63 507	50,30%	2,5%	8 059	6,38%	2,9%	84 595	67,00%	126 262
2006	63 773	46,62%	2,4%	2 974	2,17%	0,9%	82 034	59,97%	136 790
2007	68 168	46,98%	2,3%	3 191	2,20%	0,9%	86 540	59,64%	145 113
2008	66 534	41,32%	2,0%	2 605	1,62%	0,6%	90 125	55,97%	161 029
2009	93 921	50,22%	2,6%	2 884	1,54%	0,6%	116 156	62,10%	187 037
2010	94 168	46,76%	2,3%	3 116	1,55%	0,6%	126 972	63,05%	201 397
2011	130 801	56,56%	2,9%	3 503	1,51%	0,5%	168 041	72,66%	231 268
2012	174 373	67,71%	3,4%	3 587	1,39%	0,5%	187 676	72,87%	257 545
2013	189 396	68,26%	3,3%	4 166	1,50%	0,6%	202 986	73,15%	277 474
2014	208 816	68,98%	3,4%	4 365	1,44%	0,6%	220 695	72,91%	302 710

Source : Fait à partir de BERRAH Mounir Khaled (Directeur de publication), op cit.

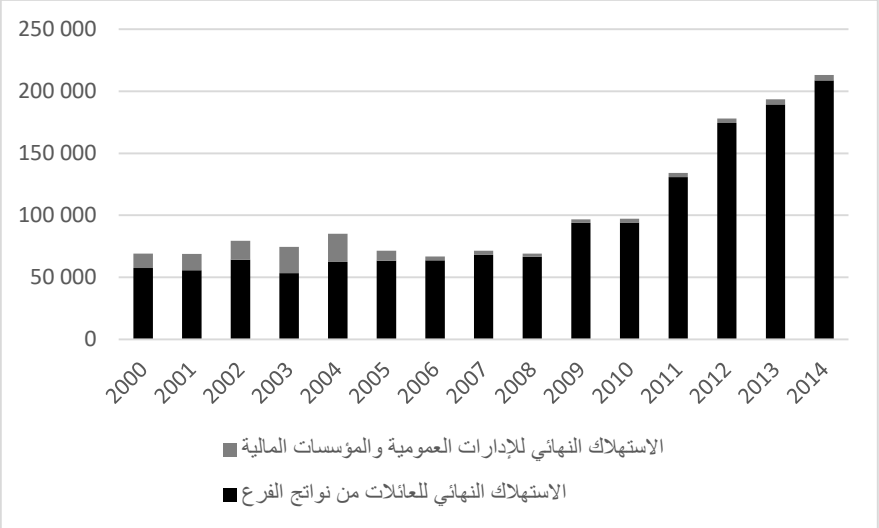
نلاحظ من الجدول أن حجم الاستخدامات النهائية الداخلية (الاستهلاك النهائي) وكذا الخارجية (الصادرات) لنواتج فرع الإيواء والإطعام قد تضاعف ثلاث مرات تقريبا (2,9) خلال الفترة، وانتقل من 76.490 مليون دينار في سنة 2000 إلى 220.695 مليون سنة 2014، أي بمعدل نمو سنوي يقدر بـ 7,86%، أي بوتيرة أحسن من إجمالي حجم الاستخدامات التي تضاعفت بـ 2,5 مرة وبمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 6,6%، وانعكس هذا على نصيب الاستخدامات النهائية لنواتج

الفرع من إجمالي الاستخدامات الذي انتقل من 61,9% في بداية الفترة إلى أكثر من 72,9% في نهاية الفترة.

وفي جانب آخر نلاحظ أن حجم الاستخدامات النهائية لنواتج فرع الإيواء والإطعام الموجهة للاستهلاك النهائي للعائلات قد عرف تزايدا محسوسا خلال الفترة، حيث انتقل من 57.511 مليون دينار في سنة 2000 إلى ما يعادل 208.816 سنة 2014، أي أنه تضاعف بأكثر من 3,6 مرة بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 9,6%، مع التأكيد أن الأربع سنوات الأخيرة قد عرفت مستويات نمو جد عالية، ورافق هذا النمو زيادة من نصيب الاستهلاك النهائي للعائلات لنواتج الفرع من حجم إجمالي الاستخدامات لهذه النواتج حيث انتقلت بـ 46,6% في بداية الفترة إلى ما يفوق 68,9% في نهاية الفترة، غير أنه في المقابل فإن نصيب الاستهلاك النهائي للعائلات من نواتج الفرع من إجمالي الاستهلاك النهائي للعائلات قد عرف تراجعا بسيطا خلال فترة الدراسة ليعاود في الصعود في الثلاث سنوات الأخير ويستقر في حدود 3,4% وهي نفس النسبة التي سجلت سنة 2000.

وفي المقابل نسجل تراجعا كبيرا لحجم الاستهلاك النهائي للإدارات العمومية والمؤسسات المالية رغم تسجيله انتعاشا محسوسا في السنوات الأولى من فترة الدراسة، فقد تقلص في نهية الفترة إلى الثلث، وانعكس ذلك على نصيب استخدام هذه الأعوان من إجمالي الاستخدامات التي تراجعت من حوالي 9,5% في سنة 2000 إلى ما يعادل 1,4% فقط في سنة 2014، ويرجع هذا التراجع إلى تقلص نصيب الاستهلاك النهائي لهذه الفروع من نواتج الفرع من حجم الاستهلاك النهائي الإجمالي الذي انتقل من 7,1% في بداية الفترة إلى ما يعادل 0,6% في نهاية الفترة، والشكل يبين توزيع الاستهلاك النهائي بين القطاعات خلال الفترة.

الشكل (56): تطور الاستخدامات النهائية الداخلية لنواتج الإيواء والإطعام للفترة 2000 – 2014 (مليون دينار)



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (34)

رابعا: تطور صادرات وواردات نواتج فرع الإيواء والإطعام

عرفت صادرات فرع الإيواء والإطعام تطورا محسوسا من سنة 2000 إلى غاية سنة 2011، حيث تضاعفت خلال هذه الفترة فقط بـ 4,6 مرة وسجلت معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 14,9%، إلا أنها عرفت تراجعا رهيبا بعد ذلك لتستقر في سنة 2014 في نفس القيمة التي كانت عليها في بداية الفترة تقريبا بما يساوي 7.514 مليون دينار، وانعكس هذا على نصيب نواتج الفرع من مجموع الاستخدامات التي عرفت تطورا ملحوظا إلى غاية سنة 2011 ببلوغها قيمة 14,7% لتتراجع فيما بعد إلى ما دون 2,5% في سنة 2014.

الجدول رقم (35): تطور صادرات وواردات نواتج فرع الإيواء والإطعام للفترة 2000 –2014

(مليون دينار)

السنوات	صادرات فرع الإيواء والإطعام				واردات نواتج الإيواء والإطعام		
	القيمة	نسبة من مجموع الاستخدامات	نسبة من إجمالي الصادرات	نسبة من إجمالي الصادرات خارج المحروقات	القيمة	نسبة من مجموع الموارد	نسبة من مجموع الواردات خارج المحروقات
2000	7 312	5,9%	0,42%	5,9%	57 875	46,9%	6,8%
2001	7 024	6,3%	0,45%	6,0%	37 135	33,1%	4,0%
2002	7 687	6,5%	0,48%	4,8%	40 739	34,2%	3,5%
2003	8 638	6,8%	0,43%	5,4%	39 920	31,4%	3,2%
2004	13 029	9,5%	0,53%	7,0%	36 264	26,6%	2,3%
2005	13 029	10,3%	0,36%	6,1%	27 141	21,4%	1,5%
2006	15 287	11,2%	0,37%	6,0%	25 365	18,5%	1,4%
2007	15 181	10,5%	0,34%	5,4%	26 138	18,0%	1,1%
2008	20 986	13,0%	0,40%	6,5%	30 264	18,8%	1,0%
2009	19 351	10,3%	0,55%	6,4%	33 168	17,7%	0,9%
2010	29 688	14,7%	0,64%	7,6%	34 819	17,3%	0,9%
2011	33 737	14,6%	0,60%	7,8%	32 107	13,9%	0,8%
2012	9 716	3,8%	0,16%	2,1%	30 099	11,7%	0,7%
2013	9 424	3,4%	0,17%	2,0%	22 677	8,2%	0,4%
2014	7 514	2,5%	0,14%	1,6%	26 318	8,7%	0,5%

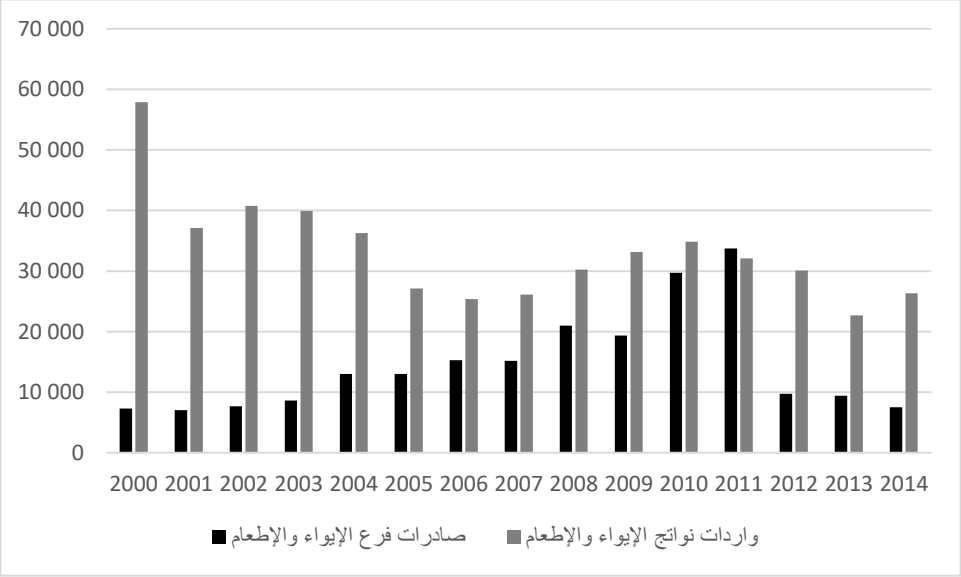
Source : Fait à partir de BERRAH Mounir Khaled (Directeur de publication), op cit.

ونظرا لكون المحروقات تمثل غالبية الصادرات الجزائرية لباقي العالم، فإن نصيب صادرات فرع الإيواء والإطعام تكاد تكان مهملة، فهي لم تتجاوز نسبة 0,6% في أحسن حالاتها في سنة 2011، في حين إذا أخذنا بعين الاعتبار الصادرات خارج المحروقات فنلاحظ أن نصيب صادرات الفرع منها قد عرف تحسنا طفيفا إلى غاية سنة 2011 حيث انتقلت هذه النسبة من 5,9% إلى 7,8%، لتعرف تراجعا فيما بعد ذلك أين بلغت في سنة 2014 1,6% من الصادرات خارج المحروقات.

أما الواردات من نواتج الإيواء والإطعام فقد عرفت مسارا مغايرا خلال الفترة، إذ أنها سجلت تراجعا محسوسا وتقلصت بأكثر من النصف رغم بعض الانتعاش الذي شهدته سنوات 2008-2010، لتستمر فيما بعد في التراجع في سنة 2014 أين بلغت قيمة 26.318 مليون دينار.

وقد رافق هذا التراجع كذلك تراجعا على نصيب الواردات من نواتج الإيواء والإطعام من مجموع موارد من هذه النواتج، حيث بعد أن كانت تمثل ما يقارب 47% في سنة 2000 لم تعد تمثل إلا 8,7% من مجموع الموارد في سنة 2014، كما عرفت نسبة الواردات من نواتج الإيواء والإطعام من جانب آخر من مجموع واردات الوطن من السلع والخدمات تراجعا ملحوظا، حيث أصبحت تكاد تكون مهملة في مجموع الواردات في سنة 2014 بنسبة تعادل 0,5% بعد أن كانت توافق نسبة 6,8% في سنة 2000.

الشكل (57): تطور صادرات وواردات نواتج فرع الإيواء والإطعام للفترة 2000 -2014 (مليون دينار)



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (35)

المبحث الثالث: الإطار التنظيمي والتشريعي للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

تعد التشريعات والقوانين من أهم الوسائل لتحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية، فهين تبين وتوجه طرق استغلال الموارد السياحية بالشكل اللائق من جهة وتنظم ممارسة الأنشطة المتعلقة بالسياحة من جهة أخرى، كما أنها تملك القدرة الإلزامية التي تجبر مختلف المتعاملين على احترامها ومعاقبة كل من يخالفها.

وتتم عملية تنظيم عملية الاستغلال تحت وصاية مجموعة من الهيئات والإدارات كوزارة السياحة والصناعة التقليدية التي تملك مجموعة من المديريات على مستوى الولايات، هذا إلى جانب مجموعة من الإدارات كالدواوين، وكذا مجموعة من المؤسسات التكوينية التي تقوم بتوفير اليد العاملة المؤهلة للمؤسسات السياحية.

المطلب الأول: القوانين والتشريعات الخاصة بحماية الموارد الثقافية والطبيعية

تملك الجزائر ترسانة من القوانين والتشريعات التي تعمل على حماية الموارد الثقافية المادية وغير المادية والطبيعية المستخدمة في النشاط السياحي، والتي سنستعرض أهمها من خلال قانون حماية التراث الثقافي، والقوانين الخاصة بحماية الموارد الحموية وكذا قانون المحميات الطبيعية.

أولا: قانون حماية التراث الثقافي

يهتم القانون رقم 98 – 04 المؤرخ في 20 صفر عام 1419 الموافق 15 يونيو سنة 1998، المتعلق بحماية التراث الثقافي بتعريف بالتراث الثقافي للأمة وسبل حمايته والمحافظة عليه[1]، ويعتبر تراثا ثقافيا جميع الممتلكات الثقافية العقارية والعقارات المنقولة الموجودة على أرض عقارات

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 44، 16 يونيو 1998، ص 03.

تابعة للأملاك الوطنية أو في داخلها المملوكة لأشخاص معنويين أو طبيعيين تابعين للقانون الخاص، وكذا الموجودة في الطبقات الجوفية للمياه الداخلية و الإقليمية الوطنية الموروثة عن مختلف الحضارات المتعاقبة منذ عصر ما قبل التاريخ إلى يومنا هذا، كما تعتبر جزءا من التراث الثقافي للأمة أيضا الممتلكات الثقافية غير المادية الناتجة عن تفاعلات اجتماعية وإبداعات الأفراد والجماعات عبر العصور والتي لا تزال تعرب عن نفسها منذ الأزمنة الغابرة إلى يومنا هذا، على أن يتم إعداد جردا عاما للممتلكات الثقافية المصنفة، المسجلة في جرد إضافي، أو الممتلكات المستحدثة في شكل قطاعات محفوظة من طرف الوزارة الوصية، وتسجيل هذه الممتلكات الثقافية استنادا الى قوائم تضبطها الوزارة وتنشر في الجريدة الرسمية، على أن تراجع القائمة العامة للممتلكات الثقافية كل عشر (10) سنوات و تنشر في الجريدة الرسمية.

ويقسم هذا القانون الممتلكات الثقافية إلى:

- **الممتلكات الثقافية العقارية:**

تشمل الممتلكات الثقافية العقارية ما يأتى:

أ- المعالم التاريخية: **و**تعرف بأنها أي إنشاء هندسي معماري منفرد أو مجموع يقوم شاهدا على حضارة معينة أو على تطور هام أو حادثة تاريخية، وهي بالخصوص المنجزات المعمارية الكبرى، و الرسم، و النقش، والفن الزخرفي، و الخط العربي، و المباني أو المجمعات المعلمية الفخمة ذات الطابع الديني أو العسكري أو المدني أو الزراعي أو الصناعي، وهياكل عصر ما قبل التاريخ والمعالم الجنائزية أو المدافن، والمغارات, والكهوف واللوحات والرسوم الصخرية، والنصب التذكارية، والهياكل أو العناصر المعزولة التي لها صلة بالأحداث الكبرى في التاريخ الوطني.

ب- المواقع الأثرية، تعرف المواقع الأثرية بأنها مساحات مبنية أو غير مبنية دون ما وظيفة نشطة وتشهد بأعمال الإنسان أو بتفاعله مع الطبيعة، بما في ذلك باطن الأراضي المتصلة بها، ولها

قيمة من الوجهة التاريخية أو الأثرية أو الدينية أو الفنية أو العلمية أو الاثنولوجية أو الانتروبولوجية، والمقصود بها على الخصوص المواقع الأثرية بما فيها المحميات الأثرية والحظائر الثقافي، وتخضع المواقع الأثرية للتصنيف بقرار من الوزير المكلف بالثقافة عقب استشارة اللجنة الوطنية للممتلكات الثقافية.

أما المحميات الأثرية فتتكون من مساحات لم يسبق أن أجريت عليها عمليات استكشاف وتنقيب، ويمكن أن تنطوي على مواقع ومعالم لم تحدد هويتها، ولم تخضع لإحصاء أو جرد، وقد تختزن في باطنها آثارا وتحتوي على هياكل أثرية مكشوف، ويتم إنشاؤها بموجب قرار من الوزارة الوصية، في حين تصنف في شكل حظائر ثقافية المساحات التي تتسم بغلبة الممتلكات الثقافية الموجودة عليها أو بأهميتها والتي لا تنفصل عن محيطها الطبيعي.

ج. المجموعات الحضرية أو الريفية مثل القصبات والمدن والقصور والقرى والمجمعات السكنية التقليدية المتميزة بغلبة المنطقة السكنية فيها والتي تكتسي، بتجانسها ووحدتها المعمارية والجمالية، أهمية تاريخية أو معمارية أو فنية أو تقليدية من شأنها أن تبرز حمايتها واصلاحها واعادة تأهيلها وتثمينها.

ويتم تثمين وحماية الممتلكات الثقافية العقارية من خلال ثلاثة قنوات وهي:

أ. التسجيل في قائمة الجرد الإضافي:

يمكن أن تسجل في قائمة الجرد الاضافى الممتلكات الثقافية العقارية التي، وإن لم تستوجب تصنيفا فوريا، تكتسي أهمية من وجهة التاريخ أو علم الآثار، أو العلوم، أو الاثنوغرافيا، أو الانتروبولوجيا، أو الفن والثقافة، وتستدعى المحافظة عليها، وتشطب الممتلكات الثقافية العقارية المسجلة في قائمة الجرد الاضافى والتي تصنف نهائيا من قائمة الجرد المذكورة خلال مهلة عشر (10) سنوات، وفي هذا الإطار لا يتعين على أصحاب الممتلكات العمومية أو الخواص أن يقوموا

بأي مشروع تعديل جوهري للعقار المسجل يكون من شأنه أن يؤدي إلى إزالة العوامل التي سمحت بتسجيله، أو محوها أو حذفها، أو المساس بالأهمية التي أوجبت حمايته، كما لا يمكن صاحب ممتلك ثقافي عقاري مسجل في قائمة الجرد الإضافي أن يقوم بأي تعديل مذكور أعلاه لهذا الممتلك دون الحصول على ترخيص مسبق من الوزير المكلف بالثقافة.

ب. التصنيف:

يعد التصنيف الذي يتم بقرار من الوزير المكلف بالثقافة عقب استشارة اللجنة الوطنية للممتلكات الثقافية، بناء على مبادرة منه أو من أي شخص يرى مصلحة في ذلك، أحد إجراءات الحماية النهائية، وتعتبر الممتلكات الثقافية العقارية المصنفة التي يملكها خواص قابلة للتنازل، ثم ينشر قرار التصنيف في الجريدة الرسمية وتخضع كل أشغال الحفظ والترميم والتصليح والإضافة والتغيير والتهيئة المراد القيام بها على المعالم التاريخية المقترحة للتصنيف أو المصنفة أو على العقارات الموجودة في المنطقة المحمية إلى ترخيص مسبق من مصالح الوزارة المكلفة بالثقافة، على أن تخضع جميع الأشغال، مهما كان نوعها، التي تنجز على المعالم التاريخية المصنفة أو المقترحة للتصنيف للمراقبة التقنية لمصالح الوزارة المكلفة بالثقافة كما يخضع كل تنظيم لنشاطات ثقافية في أو على الممتلكات الثقافية العقارية المقترحة للتصنيف أو المصنفة أو المسجلة في قائمة الجرد الإضافي، لترخيص مسبق من مصالح الوزارة المكلفة بالثقافة بما في ذلك أي تصوير فوتوغرافي أو سينمائي.

ج. الاستحداث في شكل " قطاعات محفوظة."

تقام في شكل قطاعات محفوظة المجموعات العقارية الحضرية أو الريفية، وتنشأ وتعين حدودها بمرسوم يتخذ بناء على تقرير مشترك بين الوزراء المكلفين بالثقافة والداخلية والجماعات

المحلية والبيئة والتعمير والهندسة المعمارية، ويمكن أن تقترحها الجماعات المحلية أو الحركة الجمعوية على الوزير المكلف بالثقافة عقب استشارة اللجنة الوطنية للممتلكات الثقافية.

تزود القطاعات المحفوظة بمخطط دائم للحماية والاستصلاح يحل محل مخطط شغل الأراضي، تتم الموافقة عليه بمرسوم تنفيذي أو قرار وزاري مشترك حسب حجم السكان عقب استشارة اللجنة الوطنية للممتلكات الثقافية.

- **الممتلكات الثقافية المنقولة:**

تشمل الممتلكات الثقافية المنقولة، على وجه الخصوص ما يأتي:

- ناتج الاستكشافات والأبحاث الأثرية في البر وتحت الماء،
- الأشياء العتيقة مثل الأدوات، والمصنوعات الخزفية، والكتابات، والعملات، والأختام، والحلي والألبسة التقليدية والأسلحة، وبقايا المدافن،
- العناصر الناجمة عن تجزئة المعالم التاريخية،
- المعدات الانتروبولوجية والاثنولوجية،
- الممتلكات الثقافية المتصلة بالدين وبتاريخ العلوم والتقنيات، وتاريخ التطور الاجتماعي والاقتصادي والسياسي،
- الممتلكات ذات الاهمية الفنية مثل:
- اللوحات الزيتية والرسوم المنجزة كاملة باليد على أية دعامة من أية مادة كانت،
- الرسومات الأصلية والملصقات والصور الفوتوغرافية باعتبارها وسيلة للإبداع الأصيل،
- التجميعات والتركيبات الفنية الأصلية من جميع المواد مثل منتجات الفن التمثالي والنقش من جميع المواد، وتحف الفن التطبيقي في مواد مثل الزجاج والخزف والمعدن والخشب.... الخ،

- المخطوطات والمطبوعات طباعة استهلالية، والكتب والوثائق والمنشورات ذات الأهمية الخاصة،
- المسكوكات (أوسمة وقطع نقدية) أو الطوابع البريدية،
- وثائق الأرشيف بما في ذلك تسجيلات النصوص، والخرائط وغير ذلك من معدات رسم الخرائط، والصور الفوتوغرافية، والأفلام السينمائية، والمسجلات السمعية، والوثائق التي تقرأ عن طريق الآلة.

ويمكن أن يقترح تصنيف الممتلكات الثقافية المنقولة ذات الاهمية من وجهة التاريخ، أو الفن، أو علم الآثار أو العلم، أو الدين، أو التقنيات التي تشكل ثروة ثقافية للأمة، أو يمكن تصنيفها أو تسجيلها في قائمة الجرد الإضافي بقرار من الوزير المكلف بالثقافة عقب استشارة اللجنة الوطنية للممتلكات الثقافية، بمبادرة منه، أو بناء على طلب من أي شخص يرى مصلحة في ذلك، على أن لا يترتب على تصنيف الممتلكات الثقافية المنقولة أو تسجيلها في قائمة الجرد الإضافي الخضوع بقوة القانون لنظام الاملاك العمومية، ويمكن أن تبقى في ملكية أصحابها ورهن انتفاعهم بها.

تنشر الممتلكات الثقافية المنقولة، المصنفة بقرار من الوزير المكلف بالثقافة في الجريدة الرسمية، ويجب أن يبين في قرار التصنيف نوعية الممتلك الثقافي المنقول المحمي، وحالة صيانته، ومصدره، ومكان إيداعه، وهوية مالكه أو مقتنيه أو حائزه وعنوانه، وكل معلومات أخرى تساعد على تحديد هوية الممتلك الثقافي المعني، ويجب على الحائز الصادق النية لممتلك ثقافي منقول مصنف، أو مالكه، أو المستفيد منه، أو المؤتمن عليه، والذي يحتفظ بالانتفاع به، أن يتولى حمايته وحفظه وصيانته، وحراسته. وكل إخلال بالواجبات المرتبطة بالانتفاع بممتلك ثقافي منقول مصنف ينجر عنه بقوة القانون إلغاء الانتفاع، وفي هذا يجب على كل شخص يحوز ممتلكا ثقافيا منقولا جديرا

بالتصنيف أن يسهل جميع التحريات أو الأبحاث عن مصدر الممتلك المذكور، وأن يقدم جميع المعلومات اللازمة التي تخصه.

ويحظر تصدير الممتلكات الثقافية المنقولة المحمية انطلاقا من التراب الوطني، إلا بصفة مؤقتة في إطار المبادلات الثقافية أو العلمية أو قصد المشاركة في البحث في نطاق عالمي، وبترخيص من الوزارة الوصية، كما تعد التجارة في الممتلكات الثقافية المنقولة غير المحمية، المحددة الهوية أو غير المحددة، مهنة مقننة، في حين لا يجوز أن تكون الممتلكات الثقافية الأثرية موضوع صفقات تجارية إذا كانت هذه الممتلكات ناجمة عن حفريات مبرمجة أو غير مبرمجة أو اكتشافات عارضة قديمة أو حديثة في التراب الوطني أو في المياه الداخلية أو الإقليمية الوطنية، كما يمكن اقتناء الممتلكات المنقولة الأثرية أو التاريخية المحمية بصورة مشروعة في إطار الاتجار في الأثريات إذا سمح بذلك تشريع الدول التي اقتنيت فيها هذه الممتلكات الثقافية.

- **الممتلكات الثقافية غير المادية:**

تعرف الممتلكات الثقافية غير المادية بأنها مجموعة معارف، أو تصورات اجتماعية، أو معرفة، أو مهارة، أو كفاءات أو تقنيات قائمة على التقاليد في مختلف ميادين التراث الثقافي، وتمثل الدلالات الحقيقية للارتباط بالهوية الثقافية، ويحوزها شخص أو مجموعة أشخاص، ويتعلق الأمر بالميادين الآتية على الخصوص: علم الموسيقى العريقة، والأغاني التقليدية والشعبية، والأناشيد، والألحان، والمسرح، وفن الرقص والإيقاعات الحركية، والاحتفالات الدينية، وفنون الطبخ، والتعابير الأدبية الشفوية، والقصص التاريخية، والحكايات، والحكم، والأساطير، والألغاز، والأمثال، والأقوال المأثورة والمواعظ، والألعاب التقليدية.

يتمثل الهدف من حماية الممتلكات الثقافية غير المادية في دراسة التعابير والمواد الثقافية التقليدية وصيانتها والحفاظ عليها وتعنى على الخصوص ما يأتي:

– إنشاء مدونات وبنوك معطيات تخص التراث الثقافي غير المادي عن طريق التعريف والتدوين والتصنيف والجمع والتسجيل بكافة الوسائل المناسبة وعلى الدعائم الممكنة، لدى أشخاص أو مجموعة أشخاص أو جماعات تحوز التراث الثقافي غير المادي؛

– قيام رجال العلم والمؤسسات المختصة بدراسة المواد المتحصل عليها لتعميق المعرفة، والكشف عن المراجع الذاتية الاجتماعية والتاريخية؛

– الحفاظ على سلامة التقاليد بالحرص على تفادي تشويهها عند القيام بنقلها ونشرها.

– تخضع مواد الثقافة التقليدية والشعبية التي يتم جمعها لإجراءات الحفظ الملائمة لطبيعتها بحيث تحافظ على ذاكرتنا بجميع أشكالها وننقلها إلى الأجيال اللاحقة؛

– نشر الثقافة غير المادية التقليدية والشعبية بجميع الوسائل، مثل: المعارض والتظاهرات المختلفة والمنشورات، وكل أشكال الاتصال وأساليبه ووسائله المتنوعة، وإنشاء متاحف أو أقسام متاحف؛

– التعرف على الأشخاص أو مجموعة الأشخاص الحائزين ممتلكا ثقافيا غير مادي فى أحد ميادين التراث الثقافي التقليدي والشعبي.

وفي هذا الإطار يمكن أن يستفيد المالكون الخواص لممتلكات ثقافية عقارية تجرى عليها عمليات صيانة أو ترميم أو إعادة تأهيل أو حفظ أو استصلاح، إعانات مالية مباشرة تمنح نسبة المساهمة فيها بالتناسب مع كلفة الأشغال دون أن تتجاوز مع ذلك نسبة 50 % من الكلفة الإجمالية، في حالة الممتلكات المصنفة وإعانات مالية بنسبة تتراوح بين 15 % و 50 % من النفقات الإضافية التي قد يستجوبها ترميم الزخارف المعمارية الخارجية أو الداخلية للممتلك الثقافي، أو غير مباشرة تقدمها الدولة، أو الجماعات المحلية من أجل أشغال الدعم أو التقوية أو الأشغال الكبرى، كما يمكن أن يستفيد من هذه المنافع المقاولون أو المتعهدون بالترقية عندما ينجزون أشغال ترميم أو إعادة

تأهيل أو حفظ ممتلكات ثقافية عقارية محمية، كما يمكن أن يستفيد مالكو العقارات الواقعة في منطقة حماية الممتلك العقاري المعنى، هذه الإعانة إذا كان لهذه العقارات آثار مساهمة في إبراز قيمة الممتلك الثقافي العقاري المصنف و تحسينه.

غير أنه يتعين على المالكين أو المستفيدين العموميين ممتلكات ثقافية عقارية مصنفة أو مقترح تصنيفها ومؤهلة لأن تمولها الدولة من أجل ترميمها ان يقترحوا برامج لاستعمال الممتلكات أو اعادة استعمالها تراعي اندماجها في الحياة الاقتصادية والاجتماعية.

وتم بموجب هذا القانون إنشاء صندوق وطني للتراث الثقافي من أجل تمويل جميع عمليات صيانة وحفظ وحماية وترميم واعادة تأهيل واستصلاح الممتلكات الثقافية العقارية والمنقولة، وكذا صيانة وحفظ وحماية الممتلكات الثقافية غير المادية.

ويعاقب كل من يعرقل عمل الاعوان المكلفين بحماية الممتلكات الثقافية أو يجعلهم في وضع يتعذر عليهم فيه أداء مهامهم، ويعاقب كل من يتلف أو يشوه عمدا أحد الممتلكات الثقافية المنقولة أو العقارية المقترحة للتصنيف او المصنفة أو المسجلة في قائمة الجرد الاضافي، أو بيع أو إخفاء ممتلكات ثقافية مصنفة أو مسجلة في قائمة الجرد الإضافي وكذلك الممتلكات الثقافية المتأتية من تقطيعها أو تجزئتها، أو بيع أو إخفاء عناصر معمارية متأتية من تقطيع ممتلك ثقافي عقاري أو عقاري بالتخصيص أو تجزئته.

كما يعاقب بغرامة مالية من يشغل ممتلك ثقافي عقاري مصنف أو استعماله استعمالا لا يطابق الارتفاقات المحددة و المذكورة في الترخيص المسبق الذي سلمه الوزير المكلف بالثقافة، وكذا كل من يباشر القيام بأعمال إصلاح لممتلكات ثقافية عقارية مقترحة للتصنيف أو مصنفة و للعقارات المشمولة في المنطقة المحمية، أو إعادة تأهليها، أو ترميمها أو إضافة إليها أو استصلاحها أو إعادة تشكيلها أو هدمها، بما يخالف الاجراءات المنصوص عليها في هذا القانون، هذا إلى جانب من يقوم

بعمليات تتعلق بالإشهار، و تنظيم حفلات، و أخذ صور ومشاهد فتوغرافية وسينمائية، أو تتعلق بأشغال منشآت قاعدية، وإقامة مصانع أو أشغال كبرى عمومية أو خاصة، أو تشجير أو قطع أشجار.

ثانيا: قوانين استغلال المياه الحموية

أصدرت السلطات العمومية الجزائرية عدة مراسيم تنفيذية لتنظيم استغلال المياه الحموية ومياه البحر لأهداف علاجية، ابتداء من المرسوم التنفيذي رقم 94-41 المؤرخ في 29-01-1994 الذي يتضمن تعريفا مياه الحمامات المعدنية وتنظيم حمايتها واستعمالها واستغلالها[1]، ثم المرسوم التنفيذي رقم 07-69 المؤرخ في 19-02-2007 الذي يحدد شروط وكيفيات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية[2] الذي استبدل مصطلح " مياه الحمامات المعدنية" بمصطلح "المياه الحموية" وحدد شروط وكيفيات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية والذي عدل بالمرسوم التنفيذي رقم 12-205 المؤرخ في 06-05-2012[3].

فالمياه الحموية هي مياه مجذوبة انطلاقا من نبع طبيعي أو بئر محفورة والتي يمكن أن تكون لها خاصيات علاجية نظرا لطبيعتها للطبيعة الخاصة لمصادرها وثبات مميزاتها الطبيعية ومكوناتها الكيماوية، كما يمكن أن تكون مياه البحر التي يمكن بعد معالجتها ونقلها أن تكون لها خاصيات علاجية بمثابة مياه حموية، وتتكفل اللجنة التقنية للمياه الحموية التي يتم تشكيلها لدى الوزارة الوصية من ممثلي عدة وزارات بالفصل بطلبات الامتياز، وإعطاء الرأي التقني حول تصنيف المياه الحموية، وكذا اقتراح كل تنظيم أو تدبير بهدف حماية المياه الحموية.

---

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 07، 06 فبراير 1994، ص 09.

[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 13، 21 فبراير 2007، ص 07.

[3] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 29، 13 مايو 2012، ص 07.

ويجب أن تكون المياه الحموية موضوع رقابة مستمرة من قبل مؤسسات الدولة المختصة في ذلك بهدف مراقبة استقرارها ونوعيتها ويمكن أن تمتد إلى منشآت جذبها وتحويلها ووسائل نقلها، بحيث لا يسمح باستعمال لأغراض علاجية إلا المياه التي لم يلحقها تعكر أو تلوث، وهنا يتم إنشاء نطاق صحي للحماية ونطاق للحماية المقربة اللذان يمنع أن ينظم بداخلهما كل نشاط من شأنه ان يلحق ضررا بنوعية المياه (نشر الأسمدة، تفريغ القمامات...)، كما يمنع إقامة كل النشاطات التجارية أو الصناعية أو الحرفية داخل هذه النطاقات.

يمنح الامتياز على المياه الحموية لمدة عشرين سنة قابلة للتجديد بقرار من الوزارة الوصية بعد موافقة اللجنة التقنية للمياه الحموية لكل شخص طبيعي أو معنوي خاضع للقانون العام أو الخاص يكون مالكا للأرض التي يوجد بها المنبع أو لسند تأجير مثبت بعقد قانوني لمدة تساوي على الأقل مدة الامتياز وفق دفتر الشروط وملف إداري يبين تأهيل طالب الامتياز ومعلومات دقيقة عن حجم المنسوب اليومي للمنبع مع التغيرات التي يمكن أن تطرأ عليه حسب الفصول ودرجة الحرارة ومحتواه من الجراثيم والخصائص العلاجية لمياهه، أن يتم القيام بتحاليل دورية للمياه والقيام بأشغال الصيانة بما يضمن صحة الزوار والمحافظة على طبقة المياه الجوفية، على أن يتم فسخ العقد في حالة الإخلال بالبنود المنصوص عليها في العقد، أو عند بقاء المنبع غير مستغل أو مستغلا بصفة غير كافية أو أن المياه لم تعد تستعمل كعنصر علاجي أو انحرفت عن طبيعتها.

ثالثا: قوانين حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة

يعد القانون رقم 83-03 المؤرخ في 05-02-1983 المتعلق بحماية البيئة[1] أول قانون في التشريع الجزائري يهدف إلى تنفيذ سياسة وطنية لحماية البيئة ترمي إلى حماية الموارد الطبيعية

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 06، 08 فبراير 1983، ص 380.

وإضفاء القيمة عليها واتقاء كل شكل من أشكال التلوث والمضار ومكافحته، كما جعل من حماية البيئة مطلبا أساسيا للسية الوطنية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وأقر أن التنمية الوطنية تقتضي التوازن الضروري بين متطلبات النمو الاقتصادية ومتطلبات حماية البيئة والمحافظة على إطار معيشة السكان، ليأتي فيما بعدها القانون رقم 03-10 المؤرخ في 19-07-2003 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة[1]، والذي يهدف إلى تحديد المبادئ الأساسية وقواعد تسيير البيئة وترقية تنمية وطنية مستدامة بتحسين شروط المعيشة والعمل على ضمان إطار معيشي سليم، وكذا الوقاية من كل أشكال التلوث والأضرار الملحقة بالبيئة وإصلاح الأوساط المتضررة، هذا إلى جانب ترقية الاستعمال الإيكولوجي العقلاني للموارد الطبيعية المتوفرة واستعمال التكنولوجيات الأكثر نقاء، وكذا تدعيم الإعلام والتحسيس ومشاركة مختلف المتدخلين في حماية البيئة، وهذا بالاعتماد على المبادئ التالية:

- مبدأ المحافظة على التنوع البيولوجي الذي ينبغي بمقتضاه على كل نشاط تجنب إلحاق ضرر معتبر بالتنوع البيولوجي؛
- مبدأ عدم تدهور البيئة الطبيعية الذي يجب بمقتضاه تجنب إلحاق الضرر بالموارد الطبيعية، كالماء والهواء والأرض وباطن الأرض والتي تعتبر في كل الحالات جزءا لا يتجزأ من مسار التنمية، ويجب ألا تؤخذ بصفة منعزلة في تحقيق التنمية المستدامة؛
- مبدأ الاستبدال الذي يمكن بمقتضاه استبدال عمل مضر بالبيئة بآخر اقل خطرا عليها، حتى ولو كانت تكلفة هذا الأخير مرتفعة ما دامت مناسبة للقيم البيئية موضوع الحماية؛

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 43، 20 يوليو 2003، ص 06.

– مبدأ الإدماج الذي يجب بمقتضاه دمج الترتيبات المتعلقة بحماية البيئة والتنمية المستدامة عند إعداد المخططات والبرامج القطاعية وتطبيقها؛

– مبدأ النشاط الوقائي وتصحيح الأضرار البيئية بالأولوية عند المصدر باستعمال أحسن التقنيات المتوفرة وبتكلفة اقتصادية مقبولة، ويلزم كل شخص يمكن أن يحقق نشاطه ضررا كبيرا بالبيئة مراعاة مصالح الغير قبل التصرف؛

– مبدأ الحيطة الذي يجب بمقتضاه ألا يكون عدم توفر التقنيات نظرا للمعارف العلمية والتقنية الحالية سببا في تأخير اتخاذ التدابير الفعلية والمتناسبة للوقاية من خطر الأضرار الجسيمة المضرة بالبيئة يكون ذلك بتكلفة اقتصادية مقبولة؛

– مبدأ الملوث الدافع الذي يتحمل بمقتضاه كل شخص يتسبب نشاطه أو يمكن أن يتسبب نشاطه في إلحاق الضرر بالبيئة نفقات كل تدابير الوقاية من التلوث والتقليص منه وإعادة الأماكن وبيئتها في حالتهما الأصلية؛

– مبدأ الإعلام والمشاركة الذي يكون بمقتضاه لكل شخص الحق في أن يكون على علم بحالة البيئة، والمشاركة في الإجراءات المسبقة عند اتخاذ القرارات التي قد تضر بالبيئة.

وقد أسس هذين القانونين لعدة مجالات متعلقة بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، يمكن ذكر أهم هذه المجالات في العناصر التالية:

– حماية الطبيعة والحفاظ على فصائل النبات والحيوان، والإبقاء على التوازنات البيولوجية والمحافظة على الموارد الطبيعية من جميع أسباب التدهور التي تهددها وجعل هذه الحماية أعمالا ذات مصلحة وطنية؛

– حماية المحيط الجوي من تلوث ناتج عن إفراز الغازات والدخان أو جسيمات صلبة أو سائلة أو أكالة ***corrosifs*** أو سامة أو ذات الروائح في المحيط الجوي والتي من شأنها تشكيل خطر على

الصحة البشرية أو أن تزعج السكان، أو أن تمثل تهديدا للأمن العمومي أو تضر بالنبات أو الإنتاج الفلاحي والمنتجات الفلاحية الغذائية، وبالحفاظ على البنايات والآثار وبطابع المواقع، أو أن تؤثر على التغيرات المناخية أو إفقار طبقة الأوزون أو أن تسبب إضرارا بالمواد البيولوجية والأنظمة البيئية؛

– حماية المياه ومكافحة تلوثها من كل أشكال الصب والتصريف والقذف والترسيب المباشر وغير المباشر للمواد المختلفة، والي من شأنه إحداث أو مضاعفة تدهور المياه بتغيير المواصفات التقنية والمعايير الفزيائية والكيماوية والبيولوجية أو الجرثومية، التي يجب أن تستوفيها مجاري المياه وأجزاء مجاري المياه والبحيرات والبرك والمياه الساحلية والمياه الجوفية؛

– حماية مياه البحر من أن تصب أو تغمر أو تحرق في البحر مختلف المواد التي من شأنها الإضرار بالصحة العمومية والأنظمة البيئية البحرية، وعرقلة الأنشطة البحرية بما في ذلك الملاحة والصيد البحري والتربية المائية، وكذا إفساد مياه البحر من حيث استعماله أو التقليل من القيمة الترفيهية والجمالية للبحر وللمناطق الساحلية والمساس بقدراتهما السياحية؛

– حماية الأرض وباطن الأرض والثروات التي تحتوي عليها بصفتها موارد محدودة قابلة أو غير قابلة للتجديد، وذلك من خلال تنظيم عمل المعامل والمشاغل والورشات والمحاجر التي قد تتسبب في أخطار أو مساوئ على ليقة الجوار أو الصحة العمومية أو الأمن أو النظافة العمومية، والفلاحة وحماية الطبيعة والبيئة، وكذا المحافظة على الأماكن السياحية والآثار؛

– حماية البيئة من النفايات وإزالتها لا سيما تلك التي لها عواقب مضرة بالتربة أو بالنباتات أو الحيوان أو تتسبب في تدهور الأماكن السياحية أو المناظر أو في تلوث الهواء أو المياه أو إحداث صخب أو روائح بصفة اعم قد تضر بصحة الإنسان والبيئة، وتتمثل عملية الإزالة في عمليات الجمع والنقل والتخزين والفرز والمعالجة الضرورية لالتقاط الطاقة أو العناصر والمواد التي يمكن

استعمالها من جديدي، وكذا في إيداع أو رمي جميع المنتوجات الأخرى في الوسط الطبيعي في ظروف كفيلة لاجتناب مختلف الأضرار.

– حماية الإنسان والبيئة من الأخطار التي يمكن أن تنجم عن المواد الكيماوية في شكلها الطبيعي أو تنتجها الصناعة سواء كانت صافية أو مدمجة في المستحضرات؛

– الحماية من الصخب والأضرار السمعية والوقاية أو القضاء أو الحد من انبعاث وانتشار الأصوات أو الذبذبات التي من شأنها أن تزعج السكان أو أن تضر بصحتهم، والمتأتية من البنايات والمؤسسات الصناعية والحرفية والفلاحية والمباني الأخرى والحيوانات والسيارات والأشياء الأخرى المنقولة.

ونجد المرسوم التنفيذي رقم 07-145 المؤرخ في 19-05-2007 ليحدد مجال تطبيق ومحتوى وكيفيات المصادقة على دراسة وموجز التأثير على البيئة المذكورتين في القانون 03-10، وذلك لمعرفة وتقدير الانعكاسات المباشرة وغير المباشرة للمشاريع التي تؤثر فورا أو لاحقا على البيئة[1]، لا سيما على الأنواع والموارد والأوساط والفضاءات الطبيعية والتوازنات الإيكولوجية وكذا على إطار ونوعية معيشة السكان، وذلك من خلال دراسة للتأثير وموجز التأثير على البيئة التي تخضع مسبقا لها مشاريع التنمية والهياكل والمنشآت الثابتة والمصانع والأعمال الفنية الأخرى، حيث يجب أن تتضمن دارسة أو موجز التأثير إلى جانب المعلومات الخاصة بصاحب المشروع ومكتب الدراسة تحليلا للبدائل المحتملة لمختلف خيارات المشروع وهذا بشرح وتأسيس الخيارات المعتمدة على المستوى الاقتصادي والتكنولوجي والبيئي، وكذا الوصف الدقيق للحالة الأصلية للموقع وبيئته المتضمن لا سيما موارده الطبيعية وتنوعه البيولوجي وكذا الفضاءات البرية والبحرية أو المائية

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 34 المؤرخة في 22 مايو 2007، ص 92.

المحتمل تأثرها بالمشروع، ووصفا دقيقا لمختلف مراحل المشروع لا سيما مرحلة البناء والاستغلال وما بعد الاستغلال، بالإضافة إلى تقدير وتقييم للتأثيرات المتوقعة المباشرة وغير المباشرة على المدى القصير والطويل للمشروع على البيئة ووصف التدابير المزمع اتخاذها من طرف صاحب المشروع تجاهها للقضاء عليها أو تقليصها أو تعويضها وفق مخطط تسيير البيئة.

ومن بين المشاريع التي تخضع لدراسة التأثير والتي تتعلق بالأنشطة السياحية، وانطلاقا من نفس المرسوم يمكن ذكر:

- مشاريع تهيئة وبناء مناطق سياحية ذات مساحة تفوق (10) عشرة هكتارات؛
- مشاريع إنجاز وتهيئة موانئ صناعية وموانئ الصيد البحري وموانئ الترفيهية؛
- مشاريع بناء وتهيئة مطار ومحطة طائرات؛
- مشاريع بناء وتهيئة مركبات العلاج بمياه البحر ومركبات العلاج بالمياه المعدنية؛
- مشاريع إنجاز مركبات فندقية تتوفر على أكثر من ثمان مائة (800) سرير؛
- مشاريع إنجاز وتهيئة حدائق تسلية لأكثر من أربعة آلاف (4.000) زائر؛
- مشاريع إنجاز وتهيئة منشآت ثقافية أو رياضية أو ترفيهية بإمكانها استقبال أكثر من خمسة آلاف (5.000) زائر.

أما أهم المشاريع التي تخضع لموجز التأثير والتي تتعلق بالأنشطة السياحية، يمكن ذكر:

- مشاريع إنجاز وتهيئة منشآت ثقافية أو رياضية أو ترفيهية بإمكانها استقبال أكثر ما بين خمسة آلاف (4.000) شخص إلى عشرين ألف (20.000) شخص.
- مشاريع تهيئة مساحات للتخييم تفوق مائتي (200) موقع؛
- مشاريع بناء منشآت فندقية ذات ثلاث مائة (300) إلى ثمان مائة (800) سرير؛
- مشاريع تهيئة وإنشاء قرى للعطل تفوق مساحتها 2 هكتار.

وفي المقابل نجد القانون رقم 11-02 المؤرخ في 17-02-2011 المتعلق بالمجالات المحمية في إطار التنمية المستدامة[1]، والذي يهدف إلى تصنيف المجالات المحمية وتحديد كيفيات تسييرها وحمايتها ليتمم ويعدل القانون السابق الذي يرى إمكانية تصنيف مناطق من بلدية أو عدة بلديات بين حظيرة وطنية أو محمية طبيعية للمحافظة على الحيوان والنبات والتربة وباطن الأرض والمناجم والمتحجرات والمحيط الجوي والمياه عندما ينطوي وسط طبيعي على فائدة خاصة تتعين صيانته من كل أشكال التدهور الطبيعي ووقايته من كل عمل غير طبيعي من شأنه أن يشوه قوامه وتطوره، حيث يقسم كل مجال محمي إلى منطقة مركزية تحتوي على مصادر فريدة تسمح فيها إلا بالأنشطة المتعلقة بالبحث العلمي، ومنطقة فاصلة تحيط بالمنطقة المركزية أو تجاورها تستعمل من أجل أعمال إيكولوجية حية كالتربية البيئية والتسلية والبحث التطبيقي، وهي مفتوحة أمام الجمهور في شكل زيارات اكتشاف طبيعية برفقة دليل، وكذا منطقة عبور وهي التي تحيط بالمنطقة الفاصلة ويرخص فيها بأنشطة الترفيه والراحة والتسلية والسياحة، على أن يتم إنشاء اللجنة الوطنية للمجالات المحمية تتكفل بإبداء الرأي حول اقتراح وجدوى التصنيف كمجال محني، وفي هذا الإطار تصنف المجالات المحمية على أساس واقعها الإيكولوجي إلى سبعة أصناف:

- **الحظيرة الوطنية:** وهي مجال طبيعي ذو أهمية وطنية يهدف إلى الحماية التامة لنظام بيئي أو عدة أنظمة بيئية، بهدف ضمان المحافظة على المناطق الطبيعية الفريدة من نوعها وحمايتها بحكم تنوعها البيولوجي، وذلك مع جعلها مفتوحة أمام الجمهور للتربية والترفيه؛
- **الحظيرة الطبيعية:** وهي مجال يرمي إلى الحماية والمحافظة والتسيير المستدام للأوساط الطبيعية والحيوان والنبات والأنظمة البيئية والمناظر التي تمثل أو تميز المنطقة؛

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 13 مؤرخة في 28 فبراير 2011، ص 09.

- **المحمية الطبيعية الكاملة:** وهي مجال وهي مجال ينشأ لضمان الحماية الكلية للأنظمة البيئية، أو عينات حية نادرة للحيوان أو النبات التي تستحق الحماية التامة، حيث يمنع الإقامة أو الدخول أو التنقل أو التخييم وكل نوع من أنواع الصيد البري أو البحري، وكذا كل عمل من شأنه المساس بالنبات أو الحيوان كقتل أو ذبح أو قبض الحيوان أو تخريب وجمع النبات، هذا إلى جانب كل استغلال غابي أو حيواني أو أنواع الحفر أو التنقيب وكل كل الأشغال التي تغير شكل الأرض أو الغطاء النباتي، ولا يمكن إنشاء مشاريع إلا التي ذات منفعة وطنية بعد موافقة مجلس الوزراء.
- **المحمية الطبيعية:** وهي مجال ينشأ لغايات الحفاظ على الأنواع الحيوانية والنباتية والأنظمة البيئية والمَواطن وحمايتها وتجديدها، على أن تخضع كل الأنشطة البشرية داخل إقليم المحمية الطبيعية للتنظيم؛
- **محمية تسيير المَواطن والأنواع:** وهي مجال يهدف لضمان المحافظة على الأنواع ومواطنها والإبقاء على ظروف المَواطن الضرورية للمحافظة على التنوع البيولوجي وحمايته؛
- **الموقع الطبيعي:** وهو كل مجال يضم عنصرا أو عدة عناصر طبيعية ذات أهمية بيئية لا سيما منها شلالات المياه والفوهات والكثبان الرملية.
- **الرواق البيولوجي:** وهو كل مجال يضمن الربط بين الأنظمة البيئية أو بين المَواطن المختلفة لنوع أو مجموعة أنواع مترابطة ويسمح بانتشارها وهجرتها.

المطلب الثاني: قوانين التنمية السياحية المستدامة والتوسع السياحي

اعتمدت الجزائر مجموعة من القوانين والتشريعات للتنمية السياحية المستدامة قصد تحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية سواء في مجال الاستثمار وإنشاء مؤسسات سياحية جديدة من خلال حماية وتهيئة وترقية وتسيير مناطق التوسع السياحي واستخدام عقلاني للموارد السياحية، أو في رفع

قدرات المؤسسات السياحية القائمة، وذلك قصد تنويع والتوسع في العرض السياحي يحسن في نوعية الخدمات ويحقق تطويرا منسجما للأنشطة السياحية.

أولا: قانون التنمية السياحية المستدامة

أصدرت الجزائر في سنة 2003 القانون 03-01 المؤرخ في 17-02-2003 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة[1] الذي يحدد شروط التنمية المستدامة للأنشطة السياحية وكذا تدابير وأدوات تنفيذها، وذلك من خلال إحداث محيط ملائم ومحفز من أجل:

- 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؛
- تنويع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية؛
- تلبية حاجيات الأفراد وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية؛
- المساهمة في حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة وتثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية؛
- تحسين نوعية الخدمات السياحية؛
- ترقية وتنمية الشغل في الميدان السياحي؛
- التطوير المنسجم والمتوازن للنشاطات السياحية.

ويرى نفس القانون أن عملية التنمية السياحية التي تتمثل في مجموعة أشغال إنجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات سياحية، والتي تتجسد في الدراسات التي

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 11 المؤرخة في 19 فبراير 2003، ص 4.

تحدد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة للمنشآت المراد تحقيقها، فإنها يجب أن تتم طبقا لمواصفات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يساهم في التنمية المنسجمة للمنشآت والهياكل السياحية والاستغلال العقلاني لمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية وإدماج الأنشطة السياحية في أدوات تهيئة الإقليم والتعمير، والذي يكون في إطار احترام الأحكام القانونية والتنظيمية بحماية التراث الثقافي والعمران.

ومن ثم فإن تنمية الأنشطة السياحية وترقيتها تكتسي طابع المصلحة العامة وتستفيد من دعم والجماعات المحلية من خلال توفير الشروط الضرورية لترقية الاستثمار السياحي وإدراج ترقية السياحة ضمن السياسات القطاعية، وكذا وضع تدابير تشجيعية لا سيما في مجال تهيئة وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية، مستندة في ذلك إلى استغلال عقلاني ومتوازن لكل الموارد، وكذا على مبادئ حماية الموارد الطبيعية والمتاحات الثقافية والتاريخية بغرض حماية أصالتها وضمان القدرة التنافسية للعرض السياحي وديموميته، على أن تندرج التنمية السياحية من حيث أهدافها وغاياتها ضمن السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة.

كما أسس هذا القانون إلى إجراءات وأعمال الدعم والمساعدات والامتيازات المالية والجبائية والنوعية التي تقدمها الدولة والخاصة بالاستثمار السياحي قصد تشجيع التنمية السريعة والمستدامة للسياحة واستحداث آثار إيجابية على الاقتصاد الوطني وكذا تحقيق الأهداف التالية:

- إعطاء دفع للنمو الاقتصادي بإدراج التنمية السياحية ضمن ديناميكية التطور والتكيف التكنولوجي وترقية محيط ملائم لتحفيز روح المبادرة وتطوير السياحة، وذلك من أجل تشجيع إحداث مؤسسات جديدة وتوسيع مجال نشاطها وتشجيع كل عمل يرمي إلى رفع عدد مواقع وهياكل الاستقبال الموجهة للسياحة؛

– ترقية نشر الإعلام ذي الطابع التجاري والاقتصادي والمهني المتعلق بقطاع السياحة، باعتباره أداة مميزة لتثمين القدرات وترقية المؤهلات السياحية والثقافية والطبيعية التي تزخر بها البلاد من خلال دراسات السوق وبرامج الاتصال باللجوء إلى مختلف أشكال التسويق مثل المعارض والمنشورات ووسائل الإعلام المتخصصة والتقنيات العصرية في مجال التصور والإنجاز والنشر؛

– اعتماد سياسة تكوين وتسيير الموارد البشرية وتشجيع الاحترافية وروح الإبداع والابتكار من خلال الإدماج المكثف لحرف السياحة ضمن المنظومة الوطنية للتكوين المهني وفتح شعب في الاقتصاد السياحي على مستوى التعليم العالي بالموازاة مع إنشاء مؤسسات تكوينية جديدة في مختلف الشعب السياحية وإنشاء مؤسسات تكوينية في السياحة من طرف الخواص.

ثانيا: القوانين المتعلقة بمناطق التوسع والمواقع السياحية ومخططات التهيئة السياحية

يهدف القانون رقم 03-03 المؤرخ في 17-02-2003 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية الذي يحدد مبادئ وقواعد حماية وتهيئة وترقية وتسيير مناطق التوسع السياحي لتحقيق الأهداف التالية[1]:

– 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 للسياحة؛

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية رقم 11، المؤرخة في 19 فبراير سنة 2003، ص 14.

- المحافظة على التراث الثقافي والموارد السياحية من خلال استعمال واستغلال التراث الثقافي والتاريخي والديني والفني لأغراض سياحية؛
- إنشاء عمران مهيأ ومنسم ومناسب مع تنمية النشاطات السياحية والحفاظ على طابعه المميز.

ويعرف هذا القانون منطقة التوسع السياحي على أنها كل منطقة أو امتداد من الإقليم يتميز بصفات أو بخصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة، مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية ويمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحية ذات المردودية، أم الموقع السياحي فهو كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب مظهره الخلاب أو ما يحتوي عليه من عجائب أو خصائص طبيعية أو بناءات مشيدة عليه، يعترف لها بأهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية، والذي يجب تثمين أصالته والمحافظة عليه من التلف أو الاندثار بفعل الطبيعة أو الإنسان، حيث يمكن استنادا على نتائج دراسات التهيئة السياحية تحديد أجزاء من الإقليم الوطني كمناطق توسع ومواقع سياحية قد تمتد إلى الملك العمومي البحري، مما يخول لها طابعا سياحيا يتم حمايته والحفاظ عليه ويجعلها تخضع للإجراءات التالية:

- شغل واستغلال الأراضي الموجودة داخل هذه المناطق والمواقع يتم في ظل احترام قواعد التهيئة والتعمير؛
- الحفاظ على مناطق التوسع والمواقع السياحية من كل أشكال تلوث البيئة وتدهور الموارد الطبيعية والثقافية؛
- إشراك المواطنين في حماية التراث والمتاحات السياحية؛
- منع ممارسة كل نشاط غير ملائم مع النشاط السياحي.

كما أكد القانون على أن تهيئة وتسيير منطقة التوسع السياحي والمواقع السياحية تتم وفق مواصفات ومخطط التهيئة السياحية الذي يندرج في إطار أدوات تهيئة الإقليم والعمران، والذي يضمن

حماية المجال الطبيعي والمعالم الثقافية التي يشكل الحفاظ عليها عاملا أساسيا للجذب السياحي، ويعمل على إنجاز استثمارات على أساس أهداف محددة من شأنها إحداث تنمية متعددة الأشكال للمتاحات التي تزخر بها مناطق التوسع والمواقع السياحية، كما يأخذ بعين الاعتبار خصوصيات ومتاحات المناطق والحاجات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وكذا الالتزامات الخاصة بالاستغلال العقلاني والمنسجم للمناطق والفضاءات السياحية.

ويهدف مخطط التهيئة السياحية حسب نفس القانون إلى تحقيق ما يلي:

- تحديد المناطق القابلة للتعمير والبناء؛
- تحديد المناطق التي يجب حمايتها؛
- تحديد برنامج النشاطات المزمع إنجازها؛
- تحديد الوظائف المتطابقة والاستثمارات المناسبة؛
- تحديد التهيئات البنيوية المزمع إنجازها؛
- إعداد التجزئة المخصصة للمشاريع المراد تحقيقها عندما تقتضي الضرورة ذلك.

وحسب المرسوم التنفيذي رقم 07-86 المؤرخ في 11-03-2007 المحدد لكيفيات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق الوسع والمواقع السياحية[1] فإنه يعرف مخطط التهيئة السياحية بمجموع القواعد العامة والخاصة بتهيئة واستعمال منطقة توسع سياحية والمواصفات الخاصة بالبناء والتعمير، وكذا الارتفاقات المطبقة فيما يخص استعمال وحماية الأملاك والعقارات المبنية حسب الطابع السياحي للموقع.

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 17 المؤرخة في 14 مارس 2007، ص 10.

ويتم إعداد مخطط التهيئة السياحية بقرار من الوزير المكلف بالسياحة لكل منطقة توسع سياحي مصرح بها، حيث يحدد هذا القرار توجهات التهيئة القائمة المحتملة لتجهيزات المصلحة العامة والمنشآت القاعدية وتحديد إجراءات ومواعيد إعداده وشكله وموضوعه، على أن يتم تكليف مكتب دراسات معتمد قانونا ومؤهل في مجال التهيئة السياحة بإعداد مخطط التهيئة السياحية بتكليف من مدير السياحة بالولاية المعنية إقليميا تحت سلطة الوالي، على ان يتم إجباريا استشارة الإدارات العمومية والمصالح غير الممركزة للدولة بما في ذلك المجلس المحلية المنتخبة وكذا الهيئات والمصالح العمومية والمصالح المكلفة بتوزيع الطاقة، توزيع المياه والتطهير، النقل ومصالح حماية وتثمين الأملاك الثقافية، ويجب أن يشمل مخطط التهيئة السياحية إلى جانب المخططات التقنية للتهيئات والمنشآت القاعدية وكذا نظام القواعد العامة للبناء تقريرا يوضح الوضعية الحالية لمنطقة التوسع السياحي التي أعد من أجلها المخطط ويعلن التدابير المقررة لتثمينها وتهيئتها وتسييرها، حيث يوضح أساسا ما يلي:

- المزايا العقارية والسياحية والحموية والاستجمامية التي تزخر بها المنطقة،
- حالة البناء في المنطقة؛
- حالة ورسم شبكات الطرق وقنوات التزويد بالمياه الصالحة للشرب والري وصرف مياه الأمطار والمياه القذرة؛
- صرف واحتماليا القضاء على القاذورات الصلبة؛
- الإطار الديموغرافي والاجتماعي والاقتصادي؛
- النشاطات الاقتصادية والتجهيزات؛
- الطبيعة القانونية للأملاك العقارية والآفاق الديموغرافية والاجتماعية الاقتصادية وكذا برامج التجهيزات المزمع إنجازها.

- نظام حول حقوق البناء الذي يحدد القواعد العامة لاستعمال الأراضي والارتفاقات وكذا العمليات المزمع القيام بها في إطار التهيئة والاستثمار؛
- المخططات التقنية للتهيئات والمنشآت القاعدية التي تتضمن الوثائق التخطيطية.

ثالثا: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة

يعتبر هذا المخطط نتيجة موضوع نقاش وطني واسع، جهوي ومحلي، جمع مختلف الفاعلين والمتعاملين في السياحة الوطنية: مستثمرون، مرقون، أصحاب وكالات أسفار، مرشدون، ناقلون، مقدمو خدمات، فندقيون، أصحاب المطاعم، دواوين السياحة، الحركات الجمعوية، المجموعات المحلية، والذي يمكن من تصور آفاق المؤسسة السياحية في الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المعتمدة لغاية 2025.

ويجدر التنبيه إلى أن هذا المخطط هو مشروع تهيئة سياحية أكثر منه مشروع تنمية سياحية، وقد تم تأكيد ذلك صراحة في الكتاب الأول منه بأن هذا المخطط هو جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية[1]، وبالتالي فإن الاهتمام فيه سيكون موجها لتشييد الهياكل القاعدية للسياحة كالفنادق والطرقات وقنوات الاتصال والقرى السياحية، وهذا المسعى هام وضروري على المدى المتوسط، ولكن على المدى البعيد سيكون غير كاف ما لم يستكمل بسياسات نوعية تسمح بترقية النشاط السياحي وتكوين ثقافة سياحية مستقرة وطلب فعال على الخدمات السياحية.

[1] وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الأول ، ص4

1. مشاريع المؤسسات السياحية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025:

لقد تم تحديد المشاريع ذات الأولية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)، فمنها الجاري إنجازه، أو ما هو محل دراسة وعرض متقدم، وتتمثل هذه المشاريع في: [1]

- فنادق سلسلة (hôtels de chaînes) بـ 29386 سرير.
- 23 قرية سياحية بامتياز (villages touristiques d'excellence).
- 05 حظائر بيئية وسياحية.
- 03 مراكز علاج، صحة ورفاهية.
- إطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز.

2. مخطط النوعية السياحة PQT:

يمثل مخطط النوعية أحد الركائز الديناميكية لمخطط التهيئة السياحية، وذلك بهدف ترقية وتطوير العرض السياحي وتقديم رؤية جديدة للمهنيين من دواوين سياحية ووكالات سفر وسياحة، وكذا تشجيع المتعاملين السياحيين على الانخراط في مبادرات الجودة، وبالأخص منهم الفنادق ذات الدرجات العليا والمطاعم الراقية وذلك من قصد إيصال صورة الجزائر السياحية وترويجها كوجهة ذات نوعية الجودة يمكن لها أن تحتل مكانة ا بين الوجهات السياحية في العالم، وتتجلى أهداف مخطط الجودة في النقاط التالية:

– تدعيم القدرة التنافسية الوطنية من خلال دمج مفهوم الجودة في جميع مشاريع التنمية ولدى المؤسسات السياحية والمهنية على نحو أفضل؛

[1] وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "م.ت.ت.س SDAT 2025" الكتاب4: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية –المخطط العملي–، الجزائر، جانفي، 2008، ص15.

– تثمين الأقاليم السياحية وخلق الاستدامة في العروض السياحة الجزائرية من خلال تحسين وإبراز الجودة لدى السياح،

– جعل المؤسسات السياحية المشاركة في هذه العملية تستفيد من المساعدات والأدوات التي من شأنها المساهمة في تطويرها وتنميتها، بما في ذلك المرافقة في عمليات الترميم وإعادة التأهيل والتحديث والإرشاد والتدريب؛

تعزيز عدد المتعاملين المشاركين في مخطط الجودة والمندمجين في شبكة من المؤسسات الحاملة لعلامة "الجودة السياحية الجزائر"، من خلال ضمان اندماجهم بصورة أفضل في الشبكات التجارية وتحسين موقعهم في السوق.

ويتم تطبيق هذا المخطط من خلال العديد من الإجراءات أهمها:

1- عرض أهداف نهج خطة الجودة وتحديد التزامات الخاصة بها؛

2- تقييم الالتزامات المهنية من حيث:

- المعلومات / الاتصالات؛
- الترحيب المتميز؛
- كفاءة الموظفين؛
- مراقبة الموقع؛
- والنظافة والصيانة؛
- تثمين الموارد المحلية.

3. إبرام اتفاقات الترخيص "السياحة النوعية "مع المؤسسات التي تلتزم نهج الجودة؛

4. تخصيص المهنيين بختم" جودة السياحة الجزائر "الملصقة أمام مدخل مؤسساتهم.

ومن جانب آخر يرتكز مخطط الجودة السياحة على تشجيع الابتكار واستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال لما لها من آثر بالغ على تطوير في سلوك المستهلكين والتوسع في شبكات التوزيع، حيث أنها تسمح بتقديم عروض متنوعة ومتميزة من المنتجات والخدمات السياحية مباشرة لعدد كبير من الزبائن والسواح، وتأتي التجارة الالكترونية كأحد هذه القنوات للحجز ولتحضير جميع العمليات التجارية المتعلقة بالرحلة السياحية، هذا إلى جانب استخدام النظم الالكترونية في تسيير وتنظيم النشاط السياحي كعمليات الحجز والاستقبال.

3. آليات دعم وتطوير المؤسسات السياحية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025:

تجسد دعم وتطوير المؤسسات السياحية في اعتماد الدولة أساسا على استحداث مخططا لتمويل السياحة[1] والذي يسعى إلى:

- حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة؛
- السهر على تجنيب المشاريع السياحية التوقف والذوبان؛
- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب؛
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية؛
- تسهيل وتكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية، وبخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار.

[1] وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "م.ت.ت.س SDAT 2025" الكتاب2: المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، الجزائر، جانفي، 2008، ص57-60.

أما من حيث دعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع، فإن احتياجات المقاولين سواء العموميين أو الخواص وبغض النظر عن مراحل تقدم مشاريعهم تتمثل في خمسة مطالب أساسية:

– دراسة جادة وعميقة للمخاطر وخاصة الممكنة الحدوث، والتي لا يدفع قيمتها الحقيقية إلا القليل من المتعاملين (بين 0.5 و2 من مجموع مبلغ الاستثمار)؛

– تمويل مخطط النوعية لأشغال إعادة التأهيل والتوسع واقتناء عتاد الاستغلال؛

– ضرورة التكوين وفق المناهج والتقنيات الحديثة؛

– تمويل التزويد بتكنولوجيات الإعلام والاتصال مثل: وسائل الاتصال، التسويق والترقية، وهي أدوات مكلفة بالضرورة إذا ما أردنا أن نحذو حذو المنافسين؛

– ضرورة جذب وتكوين عمال نوعيين.

كما طرح المخطط مشروعا مستقبليا يهدف إلى تسهيل وتكييف التمويل البنكي مع طبيعة النشاطات السياحية، وذلك من خلال اعتماد أداة جديدة وهي بنك الاستثمار الذي سيساهم في دعم الاستثمار وتنمية الأنشطة السياحية، وتأخذه هذه المساهمة عدة أشكال منها: 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.

وسيتم تشجيع النشاط السياحي الصحراوي، والنشاط السياحي العلاجي والصحي والترفيهي عن طريق تكيف شروط القروض المتفق عليها في إطار تأهيل المؤسسات الفندقية وإنجاز المشاريع الجديدة، يضاف إلى ذلك اعتماد تحفيزات ضريبية على النشاطات السياحية العلاجية والصحية والترفيهية والحمامات البحرية بإعفائها من ضريبة القيمة المضافة، كذلك في إطار الإجراءات

التحفيزية ينشأ بالتوازي صندوق تعاوني للضمان المالي (الكفالات) المفروض على وكالات السياحية والسفر نظام المرافقة المالية.

كما سيقدم بنك الاستثمار المساعدة في اتخاذ القرار وتقييم المخاطر، وذلك بهدف تشجيع الاستثمار بالسماح للمتعامل المبدع بتقليل المخاطر أي بتحديد شروط استمرارية المشروع، حيث يقدم بنك الاستثمار الهندسة الأولية لإطلاق المشاريع بالتكفل بكل أو بجزء من الدراسات المعلقة بالخبرة الأولية والتشخيص ودراسة الجدوى، بالإضافة إلى الدعم المالي المتمثل في تمويل 80% لدراسة سقفها (500.000 دينار)، وبـ 50% لدراسة سقفها (5.000.000 دينار).

أما على مستوى الاستغلال فسيقدم البنك مساعدة لتمويل عتاد الاستغلال بهدف تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة (نقل السواح والإطعام خصوصاً) والسماح لهم بتكيف أفضل مع السوق بفضل المساعدة في تمويل العتاد الجديد.

المطلب الثالث: الهيئات المشرفة على تنظيم القطاع السياحي في الجزائر

يعتمد تنظيم والإشراف على النشاط السياحي في الجزائر مجموعة من الهيئات المركزية والمحلية على تنظيم القطاع السياحي والإشراف عليه، وذلك بما يحقق تنمية القطاع واستخداما أفضل للموارد السياحية، وتأتي على رأس هذه الهيئات وزارة السياحة والصناعات التقليدية والمديريات التابعة لها على مستوى الولايات، ثم هناك مجموعة من المؤسسات العمومية على المستوى المركزي والمحلي كالوكالة الوطنية للتنمية السياحية ومختلف الدواوين، هذا إلى جانب مختلف مؤسسات التكوين التي تعمل على تزويد القطاع باليد العاملة المؤهلة.

أولا: الإدارات العمومية

وتتمثل في وزارة السياحة والصناعات التقليدية[1] الهيئة المركزية التي تشرف مباشرة على قطاع السياحة والصناعات التقليدية وذلك بمعية المديريات المحلية الموجودة على مستوى كل ولاية.

1. وزارة السياحة والصناعات التقليدية:

حسب المرسوم التنفيذي رقم 10-254 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 الذي يحدد صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية[2]، فإنه تقوم وزارة السياحة والصناعات التقليدية في إطار السياسة العامة للحكومة وبرنامج عملها باقتراح عناصر السياسة الوطنية في ميادين السياحة والصناعة التقليدية وتتولى متابعة تطبيقها ومراقبتها طبقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها، وذلك بالاتصال مع القطاعات والهيئات المعنية في حدود اختصاصات كل منها انطلاقا من منظور التنمية المستدامة في ميادين السياحة والصناعات التقليدية، حيث يتم تصور واقتراح كل الإجراءات والهيئات الخاصة التي تجسد تنفيذ السياسة الوطنية للسياحة من خلال ما يلي:

- إعداد وتنفيذ استراتيجية تنمية وترقية السياحة الوطنية والدولية وضمان تنفيذها من خلال اقتراح على الحكومة النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بذلك، والسهر على تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 والمخططات التوجيهية للولاية؛
- تحديد ووضع أدوات المراقبة لممارسة نشاطات السياحة وإعداد والسهر على تنفيذ آليات ترقية وتقييس الاعتماد والمراقبة وضبط النشاطات السياحية والفندقية والحموية والمناخية والسهر على

[1] كانت تتكفل هذه الوزارة كذلك بتهيئة الإقليم غير أن هذا القطاع أصبح تابع لوزارة الداخلية والجماعات المحلية في الحكومة المعينة في 25 ماي 2017.

[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 63 المؤرخة في 26 أكتوبر 2010، ص 3.

إدراجها في إطار مخططات التهيئة السياحية، وكذا المبادرة بالدراسات الاستشرافية المتعلقة بتنمية القدرات الوطنية في مجال السياحة؛

– إعداد واقتراح آليات التهيئة السياحية والتدابير المرتبطة بالحصول على العقار السياحي وكذا التدابير التقييسية المخصصة للمحافظة عليه وضمان توسعه دوريا بالتنسيق مع القطاعات المعنية وعلى مناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية وتثمينها؛

– وضع آليات التخطيط ومتابعة التطور السياحي الداخلي والدولي والسهر على التطوير والتثمين الأمثل لكل المنشآت والقدرات السياحية الوطنية، وكذا المشاركة في وضع الآليات الضرورية للمحافظة على الفضاءات الحساسة ذات جلب سياحي قوي وترقيتها؛

– ضمان تأطير ومتابعة وإنجاز مشاريع الاستثمارات السياحية وتصور جميع الشروط الضرورية لإقامة المشاريع الكبرى لتجهيزات السياحة طبقا لأدوات تنمية مناطق التوسع السياحي، وكذا اقتراح كل الأشكال التحفيزية والمدعمة للترقية والتوجيه الفضائي للاستثمار على الحكومة بتشجيع إنجاز مجمعات سياحية كبرى ذات طاقة إيوائية كبيرة؛

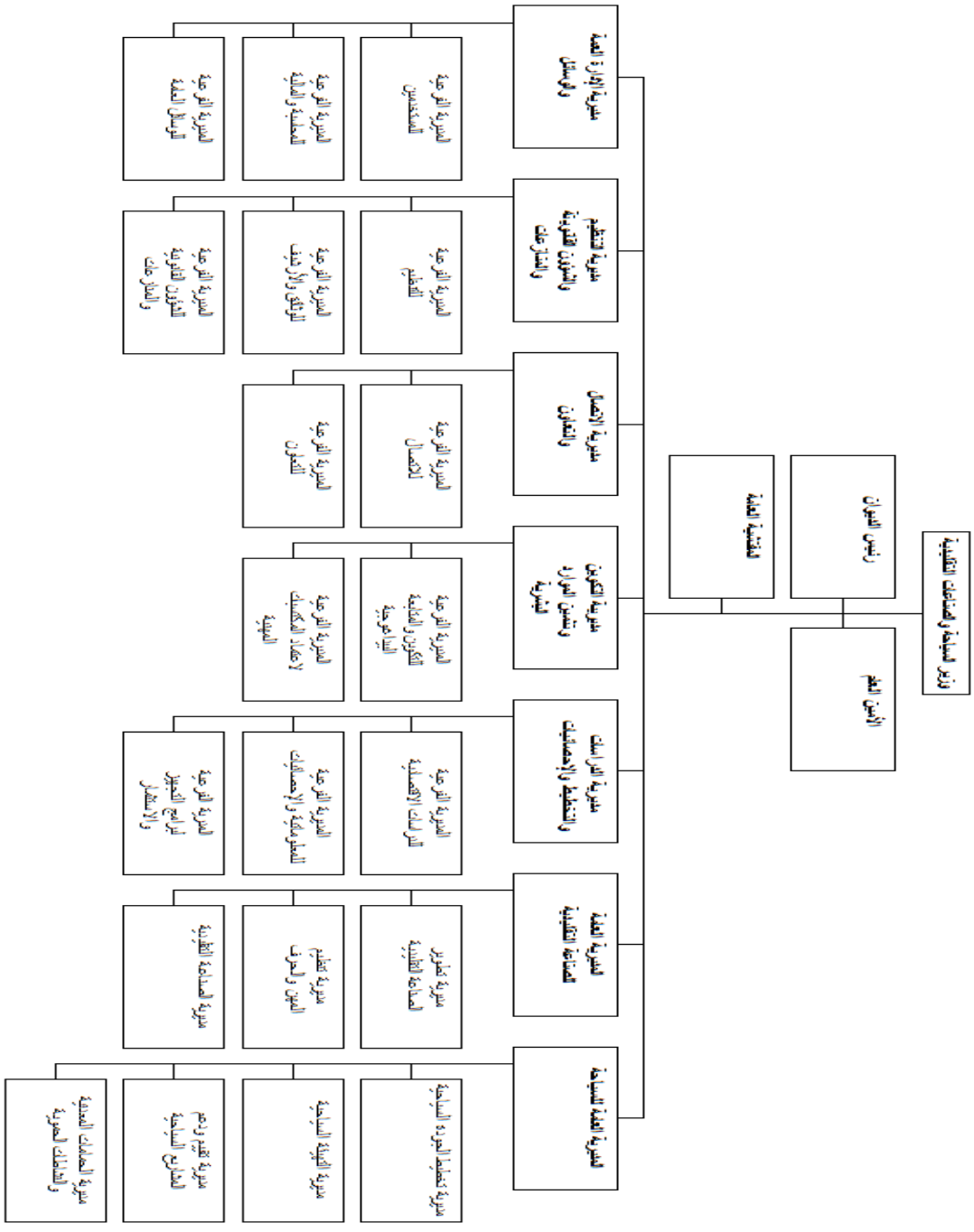
– تحديد استراتيجية ترقية الاستعمال العام لتكنولوجيات الإعلام والاتصال والابتكار وتشجيع اقتنائها من طرف متعاملي ومهني السياحة، السهر بالتنسيق مع القطاعات المعنية على وضع نظام الإعلام الإحصائي والرصد واليقظة الاستراتيجية لتطوير السياحة الدولية والوطنية؛

– السهر على تنفيذ سياسة تثمين الموارد البشرية والمشاركة في تنفيذ برامج الأعمال الرامية إلى تحسيس متعاملي ومهني السياحة قصد ترقية ثقافة سياحية حقيقية بالتنسيق مع القطاعات والشركاء المعنيين.

ويلخص المرسوم التنفيذي رقم 10-255 المؤرخ في 20 أكتوبر سنة 2010 تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية[1] التي تحتوي إلى جانب الأمانة العامة، رئاسة الديوان والمفتشية العامة على سبعة (07) مديريات تهتم كل حسب تخصصها بممارسة وتنفيذ المهام المذكورة أعلاه، ويمكن تلخيص هذا التنظيم في الهيكل التنظيمي التالي:

[1] نفس المرجع، ص 5.

الشكل رقم (58): الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعة التقليدية



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من: المرسوم التنفيذي رقم 10-254 مؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010، يتضمن صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية، الجريدة الرسمة للجمهورية الجزائرية، عدد 63 المؤرخة في 26 أكتوبر سنة 2010، ص3.

أما في مجال الصناعة التقليدية فتكلف الوزارة بالمبادرة وتصور واقتراح كل الإجراءات والهياكل الخاصة التي تجسد السياسة الوطنية للصناعة التقليدية وذلك من خلال ما يلي:

- إعداد وتنفيذ استراتيجية تنمية الصناعة التقليدية بما في ذلك أدوات الترقية والتقييس والاعتماد والمراقبة وضبط النشاطات، وكذا أدوات التخطيط والمتابعة على المستوى الوطني والدولي وإعداد برنامج أعمال إعادة الاعتبار لمهن وحرف الصناعات التقليدية وضمان متابعتها؛
- المبادرة واقتراح كل الأعمال التي من طبيعتها تشجيع وترقية آليات التمويل الخاصة التي تتناسب مع متطلبات الصناعة التقليدية، واتخاذ كل التدابير التشريعية والتنظيمية الضرورية للمحافظة على تراث الصناعة التقليدية الوطنية وإعادة الاعتبار له وتثمينه؛
- اقتراح وتنفيذ كل التدابير الرامية إلى إدماج نشاط الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية الوطنية، وترقية ودعم نشاط الصناعة التقليدية في بعدها التقليدي لإنتاج المواد والخدمات، وكذا إعداد وتنفيذ تدابير التحفيز في مجال التموين والتسويق وتصدير منتوج الصناعة التقليدية.

2. مديرية السياحة والصناعات التقليدية للولاية:

تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية على مستوى كل ولاية حسب المرسوم التنفيذي رقم 10-257 بما يلي[1]:

- إعداد مخطط عمل سنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة والنشاطات السياحية في الولاية؛
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية؛

[1] المرسوم التنفيذي رقم 10-257 مؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010، يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 63 المؤرخة في 26 أكتوبر سنة 2010، ص 18.

– تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم نتائجها لا سيما تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية؛

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

– المساهمة والمشاركة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية لا سيما في ميادين الاستثمار وإعداد وتنفيذ أعمال تكوين وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية؛

– توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية وإدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي؛

– السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه والمساهمة في تحسين الخدمات السياحية لا سيما التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي وكذا السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال؛

– ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية وكذا المشاركة في إعداد وتنفيذ وتمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛

– تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجمعوية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي؛

– ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي وإعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

وتضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية ثلاثة مصالح رئيسية وهي كالتالي[1]:

أ. **مصلحة السياحة:** والتي تضم ثلاثة مكاتب وهي:

- مكتب كتابعة الاستثمار والتهيئة السياحية؛
- مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء؛
- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

ب. **مصلحة الصناعات التقليدية:** وتضم هي الأخرى ثلاثة مكاتب كما يلي:

- مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف؛
- مكتب الدراسات والإحصاء؛
- مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن.

ج. مصلحة الإدارة والوسائل: وتضم المكاتب التالية:

- مكتب المستخدمين والتكوين؛
- مكتب الميزانية والمحاسبة؛
- مكتب الوسائل العامة.

ثانيا: المؤسسات العمومية

وهي عبارة عن مؤسسات ذات طابع تجاري وصناعي أو ذات طاع اقتصادي تابعة للقطاع العام تسهر كل منها على تنفيذ جانب من جوانب الاستراتيجية والخطة المعتمدة من طرف السلطات المركزية في التنمية السياحية.

[1] قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 20 مايو سنة 2012، يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية في مكاتب، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 60 المؤرخة في 31 أكتوبر سنة 2012، ص 39.

1. الوكالة الوطنية لتنمية السياحة:

تم إنشاء الوكالة بمرسوم تنفيذي رقم 98-70 المؤرخ في 21 فيفري 1998، كمؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية المستقلة ماليا، وتعد الأداة الرئيسية المتخصصة والمسؤولة عن التسيير، التنمية، الحفاظ والاستغلال العقلاني للعقار السياحي وعليه فهي العامل الأساسي المكلف بتطبيق السياسة الوطنية للتنمية السياحية المستدامة، وتتكفل الوكالة على وجه الخصوص تحت رقابة الوزير المكلف بالسياحة مباشرة اقتناء وتهيئة وترقية وإعادة بيع أو تأجير الأراضي للمستثمرين داخل مناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية المعدة لإنجاز المنشآت السياحية، كما تعمل على[1]:

- تسهر على الحماية والحفاظ على مناطق ومواقع التوسع السياحي، كما تقوم بكل أعمال الترقية والترويج بها وتطويرها؛
- الحرص عل توفير وإنشاء المرافق العمومية، والسهر بالتنسيق مع المؤسسات والهيئات المعنية على التسيير العقلاني للأماكن والتجهيزات ذات المنفعة المشتركة والعمل على حفظها وصيانتها وتقديم كل اقتراح يهدف إلى ضرورة تحسينها وتحديثها وتوسيعها؛
- اقتناء الأراضي التابعة للأملاك الوطنية الخاصة المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية والضرورية لإنجاز البرامج الاستثمارية المحددة في مخطط التهيئة السياحية، وكذا تطبيق حق الشفعة على كل العقارات أو البناءات المتواجدة داخل مناطق ومواقع التوسع السياحي التي تكون موضوع نقل ملكية بعوض أو بغير عوض؛

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 11 المؤرخة في أول مارس 1998، ص 30.

– تنجز كل العمليات المرتبطة بموضوعها سواء كانت مالية، تجارية أو صناعية والمتعلقة بالمنقولات أو العقارات وتبرم كل العقود والاتفاقيات المرتبطة بموضوعها، كما أنها تطور التبادلات مع المؤسسات والمنظمات المرتبطة بمجال نشاطها؛

– تقوم باقتناء الأراضي الضرورية لإنشاء الهياكل السياحية وملحقاتها، كما تقوم بالدراسات والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية ذات القيمة العلاجية؛ على أن يتم إعادة هذه الأراضي بمقابل لفائدة المستثمرين أو المتعاملين، وتكون إعادة البيع أو إعادة الامتياز مرفقتين بدفتر شروط يعد لهذا الغرض ويتعلق بمشروع سياحي أو مشروع حمام معدني؛

– مرافقة إدارة السياحة في تصور وإنجاز استراتيجية التنمية السياحية من خلال تحديد مناطق ومواقع التوسع السياحية الجديدة وإعطاءها المكانة التي تليق بها؛

– الحرص على احترام القوانين المتعلقة بالسياحة ومخططات التهيئة السياحية والعمرانية داخل مناطق ومواقع التوسع السياحي بهدف حمايتها وتطويرها.

– إنشاء وتحيين ملف وطني للمنشآت القاعدية السياحية، وكذا إنشاء وإدارة وتطوير بنك للمعلومات خاص بالعقار السياحي.

– كما تملك الوكالة عدة وكالات جهوية تهتم بأداء المهام المنوطة بالوكالة في الأقاليم والولايات الخاصة بها وهي كما يلي[1]:

– ملحقة الشمال الشرقي ومقرها عنابة، تغطي أقاليم ولايات عنابة، الطارف، سكيكدة، سوق أهراس، قالمة وتبسة؛

[1] وزارة التهيئة العمرانية والبيئة والسياحة، قرار مؤرخ في 22 محرم عام 1429 الموافق 31 يناير سنة 2008، يتضمن إنشاء ملحقات للوكالة الوطنية لتنمية السياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 19 المؤرخة في 9 أبريل 2008، ص 21.

- ملحقة الشمال وسط ومقرها بالجزائر، وتغطي أقاليم ولايات الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، تيزي وزو، بجاية، البويرة، الشلف، عيم الدفلى والمدية؛
- ملحقة الشمال الغربي ومقرها وهران، تغطي أقاليم ولايات وهران، مستغانم، عين تيموشنت، تلمسان، معسكر، غيليزان وسيدي بلعباس؛
- ملحقة الجنوب الشرقي الواحاتي ومقرها بغرداية، تغطي أقاليم ولايات غرداية، الوادي وبسكرة؛
- ملحقة الجنوب الغربي توات – قورارة ومقرها بأدرار، وتغطي إقليمي ولايتي أدرار وبشار؛
- ملحقة التاسيلي ناجير ومقرها بإليزي وتغطي إقليم ولاية إيليزي؛
- ملحقة الأهقار ومقرها بتامنغاست وتغطي إقليم ولاية تامنغاست.

2. الديوان الوطني للسياحة:

هو عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال، تم إنشاؤه بموجب المرسوم رقم 88-214 المؤرخ في 31 أكتوبر 1988 والذي أوكل إليه مجموعة من المهام[1]، ليأتي فيما بعد المرسوم التنفيذي رقم 92-402 المؤرخ في 31 أكتوبر 1992 الذي يعدل ويتمم المرسوم 88-214، والذي جعل من الديوان أداة للوزارة المكلفة بالسياحة لتصور تحقيق ترقية السياحة ودراسة السوق والعلاقات العامة، ويوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالسياحة.

وتتمثل مهمة الديوان في المشاركة في إطار السياسة الوطنية الخاصة بمجال السياحة في إعداد برامج ترقية السياحة والسهر على تنفيذها، وبهذا الصدد يكلف بالخصوص بما يلي[2]:

- إنجاز أو تكليف من ينجز أي دراسة عامة أو خاصة ذات علاقة بهدفه؛

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2 نوفمبر 1988، ص 1497.

[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 79 المؤرخة في 2 نوفمبر 1992، ص 2038.

- 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 الداخلية والخارجية؛
- المشاركة في ترقية السياحة ومتابعة العمليات المعتمدة في ها القطاع؛
- المشاركة في التظاهرات الدولية المرتبطة بالسياحة والسياحة المناخية والحمامات المعدنية؛
- تنشيط وتطوير التبادلات مع المؤسسات والهيئات الخارجية في ترقية السياحة.

يساعد المدير العام للديوان في القيام بمهامه مديرون يكلفون على التوالي بتنشيط وتنسيق ومتابعة الأعمال حسب التنظيم الداخلي التالي[1]:

- مديرية التسويق والتوثيق التي تتكفل بالبحث ودراسة الأسواق والمنتوجات السياحية من جهة، وبالتوثيق ودعائم الترقية السياحية من جهة أخرى؛
- مديرية العلاقات العامة والاتصال التي تتكفل بالعلاقات العامة والعلاقات مع وسائل الإعلام، وكذا بالاتصال السياحي والإعلام للنشاطات السياحية؛
- مديرية الإدارة والوسائل التي تتكفل بالموظفين والتكوين، والميزانية والمحاسبة وكذا الوسائل العامة.

[1] وزارة السياحة، قرار مؤرخ في 20 رمضان عام 1423 الموافق 25 نوفمبر سنة 2002، يتضمن التنظيم الداخلي للديوان الوطني للسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 78 المؤرخة في 27 نوفمبر سنة 2002، ص 35.

3. الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في المجال السياحي:

وهو عبارة عن مؤسسة وطنية ذات طابع اقتصادي تم إنشاؤها بموجب المرسوم رقم 80-77 المؤرخ في 15 مارس 1980[1]، والذي عدل فيما بعد بالمرسوم رقم 83-208 المؤرخ في 26 مارس 1983[2]، حيث يهتم هذا الديوان بتحقيق الأهداف التالية:

- تشارك في دراسة الصفقات قصد النظر في شروط تلائم السياحة وتوسعها على الصعيدين الداخلي والخارجي؛
- تجمع المعلومات ذات الطابع السياحي التي تعتمد في البحث عن أحسن الشروط لنشر الإعلام بنوعية المنتوج السياحي (الملتقيات، اللقاءات، حملات توطيد العلاقات العامة)؛
- تنظم أعمال المؤتمرات والندوات؛
- تطبق برنامج تسويق المنتوج السياحي على الصعيد الداخلي بالاتصال مع مؤسسات التسيير الموضوعة تحت وصاية وزارة السياحة؛
- تعد برامجها السنوية أو الفصلية للتنشيط بالاتصال مع المؤسسات المعنية في القطاع السياحي؛
- تنتج وتخرج وتوزع وتسوق المستندات الدعائية ذات الطابع السياحي؛
- تقدم الخدمات التي توفرها عادة إحدى وكالات الأسفار للسياح إبان تنقلاتهم أو إقامتهم لاسيما تنظيم الرحلات والزيارات، بيع تذاكر النقل، كراء السيارات...

---

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 12 المؤرخة في أول جمادى الأول عام 1400هـ الموافق 18 مارس سنة 1980، ص466.

[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 12 المؤرخة في 7 جمادى الثانية عام 1403هـ الموافق 22 مارس سنة 1983، ص 863.

– تجمع وتحلل وتستغل جميع الإحصائيات الضرورية لتسويق المنتوج السياحي، كما تقوم بالدراسات والأبحاث العامة التي لها علاقة بهدفها.

ثالثا: مؤسسات التكوين

يعتبر التكوين عنصرا محوريا في تحقيق تنمية سياحية شاملة، حيث أنه يقوم بتوفير اليد العاملة المؤهلة، سواء من حيث الإطارات العليا الساهرة على تسيير وإدارة المؤسسات السياحية والفندقية، أو من حيث التقنيين الذين يقومون بتقديم الخدمات ويتعاملون مباشرة مع السواح والزبائن.

1. المدرسة الوطنية العليا للسياحة:

تم في سنة 1976 إحداث معهد عال لأعمال الفنادق السياحية كمؤسسة عمومية ذات طابع إداري وشخصية معنوية واستقلال مالي تحت وصاية وزارة السياحة بهدف تكوين إطارات عليا في أعمال الفنادق والسياحة قادرين على تحمل مسؤوليات الإدارة والتسيير في نشاطات قطاع الفنادق والسياحة، وكذا من أجل ترقية إطارات التسيير والتطبيق الذي هم في نشاط في قطاع الفنادق والسياحة[1]، غير أنه أصبح في سنة 1988 يسمى بالمركز الوطني للتكوين في السياحة[2] الذي يتولى التكوين بمقابل في مختلف تخصصات الفندقة والسياحة للمستخدمين الضروريين لتلبية احتياجات الأعمال السياحية، الفندقية وشبه الفندقية في مجالات التكوين، الدراسات والبحث كما يلي[3]:

---

[1] الأمر رقم 76–76 مؤرخ في 29 رجب عام 1396 الموافق 27 يوليو سنة 1976 يتضمن إحداث معهد عال لأعمال الفنادق والسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 68 المؤرخة في 24 غشت سنة 1976، ص 1030.

[2] المرسوم رقم 88–218 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409 الموافق 31 أكتوبر سنة 1988 يتضمن حل المعهد العال لأعمال الفندقة والسياحة في الجزائر وتحويل ممتلكاته إلى المركز الوطني للتكوين في السياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2 نوفمبر سنة 1988، ص 1504.

[3] المرسوم رقم 88–215 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409 الموافق 31 أكتوبر سنة 1988 إنشاء المركز الوطني للتكوين في السياحة ويحدد قانونه الأساسي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2 نوفمبر سنة 1988، ص 1500.

- تصور وتقديم في إطار التنظيم المعمول به تعليما جامعيا لنيل شهادة الليسانس ودراسات عليا في تخصصات السياحة، وتكوين إطارات عالية التأهل للبحث والتعليم وتكوين المكونين؛
- تصور وتقديم تعليمات نظريا وتطبيقيا في مستوى التقنيين الساميين والتقنيين والأعوان المؤهلين في مواد الفندقة والسياحة، كما يعمل على تقديم كل مساعدة لإدماج الشعب الفندقية والسياحية ذات المستوى الأساسي وتطويرها في مؤسسات التكوين المهني؛

إنجاز أعمال في التكوين بالموقع لحساب متعاملين في السياحة، وكذا أعمال تحسين المستوى وتجديد المعلومات لفائدة المستخدمين والتقنيين في الفندقة والترفيه والأسفار والسياحة؛

- المساعدة في وضع البرامج التربوية اللازمة لصالح المتعاملين لتحقيق أعمالهم في مجال التكوين ضمن المؤسسات وفي التمهين.

أما في مجال الدراسات والبحث، فيتولى المركز بالخصوص المهام التالية:

- تكوين رصيد من الوثائق وإنجاز أي دراسة وبحث ضروريين في أداء مهامه؛
- الاستجابة لطلب الدراسات الذي يرد المتعاملين مع التوفيق في اختيار مواضيع رسائل البحث والأشغال بين المهمة التربوية والاحتياجات في الميدان؛
- القيام بأي عمل ترويجي ودراسة الأسواق في مجال التكوين، كما يعمل على تطوير المبادلات مع مراكز التكوين الأجنبية والمنظمات الدولية المتخصصة قصد تجديد التعليم المقدم.

ثم تحول المعهد فيما بعد إلى المدرسة الوطنية العليا للسياحة بعد حل المركز الوطني للتكوين في السياحة سنة 1994 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-255 المؤرخ في 9 ربيع الأول 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994[1]، ورغم انها تبقى إداريا تحت وصاية الوزير المكلف بالسياحة فإنه

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 54 عدد 24، المؤرخة في 24 غشت سنة 1994، ص 15.

تمارس الوصاية التربوية عليها بالاشتراك بين الوزير المكلف بالتعليم العالي والوزير المكلف بالسياحة من حيث تحديد شروط الالتحاق والتوجيه وإعادة التوجيه، ومحتوى البرامج وفتح الشعب والفروع، وكذا من حيث تشكيلة لجنة الامتحانات والشهادات الممنوحة، وتتولى المدرسة في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والفندقة والحمامات المعدنية ما يلي[1]:

- تقديم تكوين عالي متخصص في التدرج وما بعد التدرج في مختلف مواد السياحة والفندقة والحمامات المعدنية؛
- تحسين مستوى المستخدمين التقنيين في السياحة والفندقة والحمامات المعدنية وتقوم بتكوينهم المستمر وتجديد معلوماتهم؛
- القيام بجميع الدراسات الاستشرافية في ميادين تخصصها قصد الاستجابة للطلب المعبر عنه مع المتعاملين؛
- المشاركة في مختلف الدراسات التي تنجز بالاتصال مع مختلف المؤسسات الوطنية أو الدولية ذات الصلة بتنمية السياحة والفندقة والحمامات المعدنية؛
- تأسيس رصيد وثائقي يرتبط بميدان نشاطها وتصور برامج لتعميم تقنيات الفندقة والسياحة والحمامات المعدنية بكل الوسائل وبكل الدعائم الممكنة، وكذا إصدار مجلة متخصصة في السياحة والفندقة والحمامات المعدنية؛
- المشاركة في تطوير البحث العلمي والتقني في ميادين تخصصها.

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 13-376 المؤرخ في 5 محرم 1435 الموافق 9 نوفمبر 2013 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 94-255 المؤرخ في 9 ربيع الأول 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 والمتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 57 المؤرخة في 13 نوفمبر سنة 2013، ص 35.

وينظم الالتحاق بالسنة الأولى في المدرسة عن طريق مسابقة على أساس اختبارات مفتوحة للمتحصلين على شهادة الباكالوريا أو ما يعادلها، ويمكن كذلك أن تنظم مسابقة على أساس الاختبارات للمترشحين الذين يثبتون دراسة أربعة سداسيات في مؤسسات التعليم العالي، كما يمكن أن يشارك في هذه المسابقات المستخدمون المشتغلون الذين يستوفون نفس الشروط[1].

2. المعهد الوطني للفندقة والسياحة بتيزي وزو:

تم إنشاء معهد التقنيات الفندقية والسياحية بتيزي وزو نهاية سنة 1970 كمعهد للتكنولوجيا ووضعه تحت وصاية وزير السياحة، وذلك بهدف تكوين إطارات التطبيق والتسيير اللازمة لتلبية الحاجات الاستثنائية لمختلف اختصاصات المهنة الفندقية والسياحية، كما يمكن له أيضا أن يقوم بتجديد تعليم وترقية الموظفين القائمين بعملهم، على تتراوح المرحلة العادية للدروس من عامين إلى ثلاث سنوات حسب الاختصاصات تتضمن كل سنة تسعة أشهر من الدروس وشهرين من التمرين العملي [2]، ثم أصبح ملحقا للمركز الوطني للتكوين في السياحة في سنة 1988 كهيئة مركزية مشرفة على التكوين في السياحة والفندقة[3]، غير أنه في سنة 1994 بعد حل المركز تم تحويله من جديد إلى مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي بمسمى " المعهد

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 98-104 المؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1418 الموافق 31 مارس سنة 1998 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 94-255 المؤرخ في 9 ربيع الأول 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 والمتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 19 المؤرخة في أول أبريل سنة 1998، ص 5.

[2] المرسوم رقم 70-134 المؤرخ في 8 شعبان عام 1390 الموافق 8 أكتوبر سنة 1970 يتضمن إنشاء معهد للتقنيات الفندقية والسياحية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 86 المؤرخة في 13 أكتوبر سنة 1970، ص 1303.

[3] المرسوم رقم 88-216 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409 الموافق 31 أكتوبر سنة 1988 يتضمن حل معهد التقنيات الفندقية والسياحية بتيزي وزو وتحويل ممتلكاته إلى المركز الوطني للتكوين في السياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2 نوفمبر سنة 1988، ص 1503.

الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية" الذي يتولى تحت وصاية الوزير المكلف بالسياحة في إطار تنفيذ السياسة الوطنية لتنمية السياحة والفندقة والحمامات المعدنية على الخصوص ما يلي[1]:

- تكوين التقنيين الساميين في مختلف مهن السياحة والفندقة والحمامات المعدنية؛
- تحسين مستوى المستخدمين التقنيين المتخرجين من قطاع السياحة والفندقة والحمامات المعدنية، وتجديد معلماتهم وتكوينهم المستمر؛
- تعميم التقنيات الجديدة المرتبطة بالسياحة والفندقة والحمامات المعدنية عن طريق جميع وسائل الدعم الملائمة.

وتم إنشاء ملحق لهذا المعهد في سنة 2003 ومقره بمدينة تلمسان، ولقد تم تحويل المعهد في سنة 2012 إلى المعهد الوطني للفندقة والسياحة بتيزي وزو ويتوج التكوين الذي يقدمه المعهد بدبلوم نهاية الدراسة للتقنيين السامين والتقنيين وشهادات تحسين المستوى وتجديد المعلومات والتكوين المتواصل[2].

3. المعهد الوطني للفندقة والسياحة ببوسعادة:

تم في سنة 1970 إنشاء معهد للتقنيات الفندقية ببوسعادة كمعهد للتكنولوجيا ووضعه تحت وضاية وزير السياحة، وذلك بهدف تكوين التقنيين اللازمين لتلبية الحاجيات الاستثنائية لمختلف اختصاصات المهنة الفندقية، وكذا تجديد تعليم وترقية الموظفين القائمين بعملهم، على ان تكون المرحلة العادية للتعليم هي سنتان تتضمن كل سنة تسعة أشهر من الدروس وشهرين من التمرين

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 94-256 المؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 إنشاء المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 54 المؤرخة في 24 غشت سنة 1994، ص 22.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 12-211 المؤرخ في 17 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 9 مايو سنة 2012 يحول المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية ومركز الفندقة والسياحة إلى معهدين وطنيين للفندقة والسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 29 المؤرخة في 13 مايو سنة 2012، ص 14.

العملي[1]، ثم أصبح ملحقا للمركز الوطني للتكوين في السياحة في سنة 1988 كهيئة مركزية مشرفة على التكوين في السياحة والفندقة[2]، غير أنه بعد حل المركز الوطني تم تحويله في سنة 1994 إلى مركز الفندقة والسياحة كمؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، و الذي يتولى تحت وصاية الوزير المكلف بالسياحة في إطار تنفيذ السياسة الوطنية لتنمية السياحة والفندقة والحمامات المعدنية على الخصوص ما يلي[3]:

- تكوين تقنيين في مختلف مهن السياحة والفندقة والحمامات المعدنية؛
- تكوين جميع الأسلاك الأخرى التابعة للمهن الضرورية لنشاط السياحة والفندقة والحمامات المعدنية؛
- تحسين مستوى المستخدمين التقنيين المتخرجين من قطاع السياحة والفندقة والحمامات المعدنية وتجديد معلوماتهم وتكوينهم المستمر؛
- تعميم التقنيات الجديدة المرتبطة بالسياحة والفندقة والحمامات المعدنية عن طريق جميع وسائل الدعم الملائمة.

---

[1] المرسوم رقم 70-135 المؤرخ في 8 شعبان عام 1390 الموافق 8 أكتوبر سنة 1970 يتضمن إنشاء معهد للتقنيات الفندقية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 86 المؤرخة في 13 أكتوبر سنة 1970، ص 1303.

[2] المرسوم رقم 88-217 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409 الموافق 31 أكتوبر سنة 1988 يتضمن حل معهد التقنيات الفندقية ببوسعادة وتحويل ممتلكاته إلى المركز الوطني للتكوين في السياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2 نوفمبر سنة 1988، ص 1504.

[3] المرسوم التنفيذي رقم 94-257 المؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 إنشاء مركز الفندقة والسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 54 المؤرخة في 24 غشت سنة 1994، ص 22.

وتم تحويل المعهد في سنة 2012 إلى المعهد الوطني للفندقة والسياحة ببوسعادة ويتوج التكوين الذي يقدمه المعهد بدبلوم نهاية الدراسة للتقنيين السامين والتقنيين وشهادات تحسين المستوى وتجديد المعلومات والتكوين المتواصل[1].

[1] المرسوم التنفيذي رقم 12-211، مرجع سابق.

خلاصة الفصل:

لقد تم تخصيص هذا الفصل لدراسة واقع النشاط السياحي بالتطرق لتطور الحركة السياحية خلال دراسة تطور كل من السياحة الوافدة والسياحة الصادرة في الفترة 2000-2015 ، والتي عرفت تطورا محسوسا في السنوات الأخيرة، خاصة السياحة الصادرة، حيث أن عدد السواح الجزائريين يفوق بكثير عدد السواح الوافدين، خاصة وأن هذا الأخير يمثل الجزائريون المقيمون في الخارج النسبة الغالبة منه، مما انعكس على رصيد الميزان السياحي الذي تضعف عجزه بأكثر من أربع مرات، وتعود هذه الوضعية أساسا إلى العجز الكبير في طاقة الإيواء التي تتكون أساسا من فنادق غير مصنفة، الشيء الذي يدل على النوعية المتواضعة للخدمات المقدمة، ناهيك عن غياب التنوع في وظائفها إذ أنها تمثل الفنادق الحضرية والشاطئية النسبة الغالبة فيها، رغم العدد الكبير من المشاريع المسجلة إلا أنها عرفت تعثرا كبير في إنجازها ولم يتم استلام إلا جزء يسير منها.

كما تم التطرق إلى مكانة فرع الإيواء والإطعام في الحسابات الاقتصادية الوطنية من خلال دراسة تطور حجم الإنتاج الخام للفرع وتطور القيمة المضافة المحققة من العملية الإنتاجية كنسبة من الإنتاج الخام، والتي رغم أنها عرفت تطورا محسوسا خلال السنوات الأخيرة إلا أنها مازالت تمثل نصيبا يسيرا من الإنتاج الداخلي الخام بما يقل عن 1,3%، وعرفت معدلات نمو أقل من تلك المسجلة في الفروع الإنتاجية الأخرى لا سيما الفروع الخدمية، وفي نفس السياق تم الوقوف على تطور كل من تعويضات الأجراء وكذا الضرائب المرتبطة بالإنتاج المدفوعة من طرف الفرع ومقارنتها مع تلك المدفوعة من طرف الفروع الإنتاجية الأخرى.

ومن جانب آخر تم معاينة مكانة فرع الإيواء والإطعام في الهيكل الإنتاجي الوطني بالاعتماد على جداول المدخلات والمخرجات للسنوات الأخيرة، وذلك للوقوف على أهم استخدامات ناتج الفرع

الداخلية والخارجية، النهائية والوسيطية، وكذا الوقوف على أهم موردي الفرع من السلع والخدمات الانتاجية المستخدمة كاستهلاكات وسيطية من طرف الفرع.

وفي الأخير تم عرض القوانين والتشريعات التي تعتمد عليها السلطات العمومية في تنظيم وتسيير النشاط السياحي وحماية الموارد السياحية المادية والمعنوية سواء كانت طبيعية أو مصطنعة بما يحقق الاستدامة السياحية، وكذا الهيئات والإدارات المركزية والمحلية التي تسهر على تطبيق هذه القوانين ورسم الاستراتيجية التنموية للنشاط السياحي وتوسعه، وهنا يعبر المخطط التوجيهي للتنمية السياحية عن رؤية السلطات العمومية للتنمية السياحية في الأجل المتوسط والبعيد والذي يحتوي على إجراءات خاصة لاعتماد مخطط للنوعية وعدة إجراءات لدعم وتطوير المؤسسات السياحية.

الفصل الرابع:
تصوير السياحة المستدامة في منطقة الهضاب العليا في الجزائر

تمهيد:

يقصد بالهضاب العليا في الجزائر سلسلة التضاريس التي تمتد قطريا من جنوب المغرب إلى شمال غرب تونس، فاصلة ما بين سلسلة جبال الأطلس التلي شمالا وسلسلة جبال الأطلس الصحراوي في الجنوب، ولقد تم حسب مخططات تهيئة فضاءات البرمجة الإقليمية لوزارة التهيئة الإقليمية والبيئة تقسيمها إلى ثلاثة أقاليم استنادا إلى معايير طبيعية واقتصادية واجتماعية وأخرى ثقافية، وهي إقليم الهضاب العليا الشرقية، وكذا إقليم الهضاب العليا الوسطى، ثم إقليم الهضاب العليا الغربية.

وتحتوي هذه الأقاليم على مجموعة معتبرة من الموارد السياحية الطبيعية منها والتاريخية والثقافية، وهو ما يؤهلها لأن تكون قطبا سياحيا جذابا يسمح بخلق حركية حقيقية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، لذلك سنخصص هذا الفصل إلى تشخيص عام حول السياحة وفرص التنمية السياحية بالإقليم من خلال التعريف بالخصائص الطبيعية والديموغرافية للمنطقة وكذا ما تحمله من بنى تحتية ومرافق عمومية، ثم سنقوم بمسح أهم الموارد السياحية التي تحتضنها، وفي الأخير سنحاول تحديد أهم السبل والمسارات التي تسمح بقيام أنشطة سياحية على أساس الاستدامة بما يتوافق مع الخصائص الطبيعية والاجتماعية والثقافية للمنطقة مع الحفاظ على الموارد السياحية وتحقيق تنمية شاملة لصالح السكان المقيمين في تلك المناطق، وذلك حسب التقسيم الإقليمي المعتمد في برامج التهيئة الإقليمية.

المبحث الأول: تطوير السياحة المستدامة في منطقة الهضاب العليا الشرقية

سنحاول من خلال هذا المبحث الوقوف على أهم السبل لترقية سياحة مستدامة بإقليم الهضاب العليا الشرقية، والذي يتكون من ولايات برج بوعريريج، سطيف باتنة، أم البواقي، خنشلة وتبسة، وهنا سوف نقوم أولا بإعطاء تقديم عام للإقليم من خلال عرض الخصائص الطبيعية والديموغرافية، ثم نقوم بمسح شامل لأهم الموارد السياحية المتواجدة به لنخلص في الأخير إلى كيفية استغلال هذه الموارد بما يحقق تنمية سياحية مستدامة بالإقليم.

المطلب الأول: التعريف بإقليم الهضاب العليا الشرقية

سيخصص هذا المطلب لعرض تقديم شامل لإقليم الهضاب العليا الشرقية من حيث التقسيم الإداري، والخصائص الطبيعية والديموغرافية ومستوى الخدمات والمرافق العامة به.

أولا: الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري

توافق الهضاب العليا الشرقية إداريا حسب تهيئة الفضاء والبرمجة للهضاب العليا الشرقية ست ولايات (برج بوعريريج، سطيف باتنة، أم البواقي، خنشلة وتبسة)، وهي الولايات المتواجدة شرق البلاد بين سلسلتي الأطلس التلي والصحراوي، تحدها من الشمال الولايات الشمالية الشرقية المتمثلة في كل من سوق أهراس، قالمة، قسنطينة ، ميلة، جيجل وبجاية، ومن الجنوب الولايات الجنوبية الشرقية المتمثلة في كل من ولايتي الوادي وبسكرة، وتحدها تونس من الناحية الشرقية وولاية البويرة إلى جانب ولاية المسيلة التي تنتمي إلى إقليم الهضاب العليا الوسطى من الغرب، وتبين الخريطة التالية موقع الهضاب العليا الشرقية والولاية التي تحدها.

الشكل رقم (59): الموقع الجغرافي لولايات الهضاب العليا الشرقية



المصدر: من إعداد الطالب

وتحتضن الولايات المكونة لإقليم الهضاب العليا الشرقية 84 دائرة و233 بلدية وتغطي مساحة تقدر بـ 52.385 كلم² أي ما يعادل 2,2% من المساحة الإجمالية للتراب الوطني، كما يبينه الجدول الموالي.

الجدول رقم (36): التقسيم الإداري لولايات الهضاب العليا الشرقية

الولاية	عدد الدوائر	عدد البلديات	المساحة (كم²)
برج بوعريريج	10	34	3.921
سطيف	20	60	6.550
باتنة	22	61	12.037
أم البواقي	12	29	6.188
خنشلة	8	21	9.811
تبسة	12	28	13.878
المجموع	**84**	**233**	**52.385**

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا مونوغرافيا الولايات لدى منشورات الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار

ثانيا: الخصائص الطبيعية

يشترك إقليم الهضاب العليا الشرقية في مجموعة من الخصائص الطبيعية كشكل السطح والتضاريس، والمناخ والغطاء النباتي، سيتم استعراضها فيما يلي.

1-الخريطة الطوبوغرافية للمنطقة:

على مستوى أشكال السطح فإن منطقة الهضاب العليا الشرقية تتميز بتنوع في الأسطح والتضاريس التي تظهر في أشكال مختلفة من سهول وهضاب وسلاسل جبلية كجبال بابور وسلسلة جبال البيبان التي تنتمي لسلسلة جبال الأطلس التلي، وكذا جبال الأوراس والنمامشة المنتمية لسلسلة جبال الأطلس الصحراوي، كما نجد مساحات ومناطق واسعة من السهوب وأخرى شبه صحراوية في كل من ولايتي خنشلة وتبسة، ويمكن تلخيص أهم الخصائص الطوبوغرافية للمنطقة فيما يلي:

- سلاسل الجبال التلية (بابور والبيبان) وسلاسل جبال الأطلس الصحراوي (النمامشة والأوراس) والتي تمثل ما يعادل 42% من المساحة الإجمالية لمنطقة الهضاب العليا الشرقية؛
- السهول العليا والتي تمثل 34% من المساحة الإجمالية للمنطقة؛
- المناطق السهبية وشبه الصحراوية والتي تغطي 24%من المساحة الاجمالية للمنطقة.

وتتخلل هذه التضاريس شبكة معتبرة من الفضاءات الطبيعية والمحميات والحضائر الوطنية كالحضيرة الوطنية بلزمة في ولاية باتنة وحضيرة بابور شمال سطيف.

2-الفضاءات الطبيعية:

تتميز منطقة الهضاب العليا الشرقية بمساحات واسعة من السهوب ذات الغطاء النباتي الخفيف والمتناثر، مما جعل المنطقة يهيمن عليها نشاط تربية المواشي بالنظر إلى الطابع البدوي للسكان تاريخيا، غير أنه في ظل ضغط احتياجات السكان المحليين نمت زراعة المحاصيل لا سيما

زراعة الحبوب بالموازاة مع تربية المواشي على حساب المراعي، مما أدى إلى تدهور التربة والموارد المائية رغم اعتماد عدة سياسات للحد من هذه الآثار السلبية.

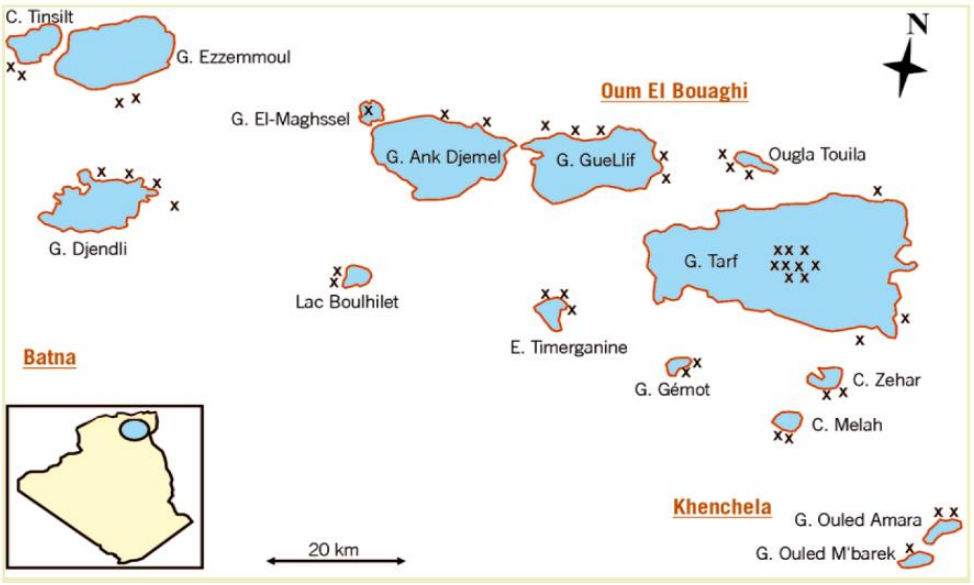
ومن جانب آخر تغطي الغابات ما يعادل 16.46% من المساحة الإجمالية للهضاب العليا الشرقية، حيث تتميز بغطاء نباتي كثيف ومتنوع من الصنوبر الحلبي، الأرز والبلوط الأخضر، غير أن هذا الغطاء الغابي مهدد بفعل التصحر وانجراف التربة لاسيما في منطقة الأوراس والنمامشة.

كما يحتوي إقليم الهضاب العليا الشرقية على مساحات واسعة من المناطق الرطبة، انطلاقا من ولاية سطيف(1200م) إلى عين البيضاء (800م) ولاية أم البواقي، وتمتد على طول يقارب 300 كم، وتحتوي على أكثر من 15 موقع مصنف كوسط رطب، غير أنها تتميز بالجفاف في فصل الصيف ولا تمتلئ إلا في السنوات التي يتم تسجيل فيها مستويات عالية من التساقط، وترتكز هذه المساحات في كل من ولايات أم البواقي، باتنة وخنشلة في المناطق المسماة السبخات التي تتميز في غالبيتها بملوحة مياهها، فتستعمل غالبيتها في للري لزراعة المحاصيل لا سيما القمح الصلب والشعير، كما تعتبر هذه الأماكن محطة للهجرة الشتوية للعديد من أنواع الطيور كالنحام وأصناف أخرى من البط والإوز التي تختار هذه المناطق لبناء أعشاشها[1]، ففي ولاية أم البواقي لوحدها تمتد جنوب الولاية مناطق رطبة تتشكل من عدة بحيرات (يقدر عددها 11 بحيرة صنفت خمسة منها ضمن قائمة رامصار كمناطق محمية)، وتتمثل في قرعة الطارف، قرعة قليف، قرعة المغسل، عنق الجمل وشط تينسيلت وهي كلها توفر إطارا متميزا بحيث تحفها الغابات كما تستقبل أسرابا هائلة من

[1] Mouhamdi Moussa & al, « Les hautes plaine de l'Est de l'Algérie et leurs principales zones humides » in Aves, n° 45/2, 2008, p 94.

الطيور المهاجرة مثل الحمام الوردي، الكركي، أبو الساق الأبيض، البلشون الأرجواني، الهدهد، شهرمان... [1] والشكل الموالي يبين أهم المناطق والرطبة والبحيرات الموجودة في الإقليم.

الشكل رقم (60): خريطة لأهم البحيرات الموجودة في منطقة الهضاب العليا الشرقية



Source : Mouhamdi Moussa & al, « Les hautes plaine de l'Est de l'Algérie et leurs principales zones humides » in Aves, n° 45/2, 2008, p 94.

3- المناخ:

نظرا لامتداد منطقة الهضاب العليا في المناطق الداخلية للجزائر طولا وعرضا، ونظرا كذلك لتنوع التضاريس وأنواع الأسطح فإننا نلاحظ تواجد عدة مناطق مناخية، حيث نجد المناخ القاري والمناخ القاري شبه الجاف الذي يتميز بالبرودة شتاء وبالحرارة صيفا مع تسجيل معدلات مقبولة من التساقط (ثلوج وأمطار) وهو السائد في ولايتي سطيف وبرج بوعريريج (معدل التساقط بين 300 و700ملم سنويا)، ونجد المناخ شبه الجاف في كل من ولايتي أم البواقي وباتنة، أما ولايتي تبسة

[1] الموقع الالكتروني لمديرية السياحة والصناعة التقليدية أم البواقي، http://dtaoumelbouaghi.com، 2017/04/21.

وخنشلة فيسودها المناخ شبه الجاف وشبه الصحراوي لا سيما في المناطق الجنوبية، وتعرف هاتين الولايتين معدلات تساقط ضعيفة نسبيا والتي تتراوح بين 200 و 600 ملم سنويا.

ثالثا: الخصائص الديموغرافية

تمتلك منطقة الهضاب العليا الشرقية طاقة بشرية هامة بالنظر إلى حجم السكان في المنطقة، والذي سجل معدلات نمو هامة بفعل التطور الطبيعي للسكان من جهة والنزوح الريفي الذي جعل من المناطق الحضرية مصب استقبال سكان الريف القادمين للمدن بهدف الاستفادة من المزايا الاقتصادية والاجتماعية التي تمنحها هذه الأخيرة، وسنقف فيما يلي على تطور حجم السكان في ولايات الإقليم وكذا تطور توزيعهم بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية خلال الفترة الممتدة من سنة 1977 وسنة 2008.

1-تطور حجم السكان:

لقد تضاعف حجم سكان الولايات الست المكونة للهضاب العليا الشرقية خلال الفترة 1977-2008 بأكثر من مرتين (2,1 مرة)، حيث انتقل من 2,31 مليون نسمة بما يمثل 13,6% من الحجم الإجمالي للسكان في الجزائر إلى 4,89 مليون الذي يوافق نسبة 14,3% من حجم السكان الإجمالي، وتعود هذه الزيادة في نصيب المنطقة من حجم السكان إلى تسجيل معدل نمو سنوي متوسط للسكان بها يقدر بـ 2,45% أعلى من معدل النمو السنوي المتوسط الوطني خلال نفس الفترة والمقدر بـ 2,28%، رغم تسجيل تراجع هذا المعدل خلال الفترة 1998-2008 الذي قدر بـ 1,48% مقارنة بالمعدل الوطني الذي قدر بـ 1,59%، والجدول الموالي يبن تطور حجم السكان في المنطقة حسب الولايات.

الجدول رقم (37): تطور حجم السكان في الهضاب العليا الشرقية خلال الفترة 1977-2008

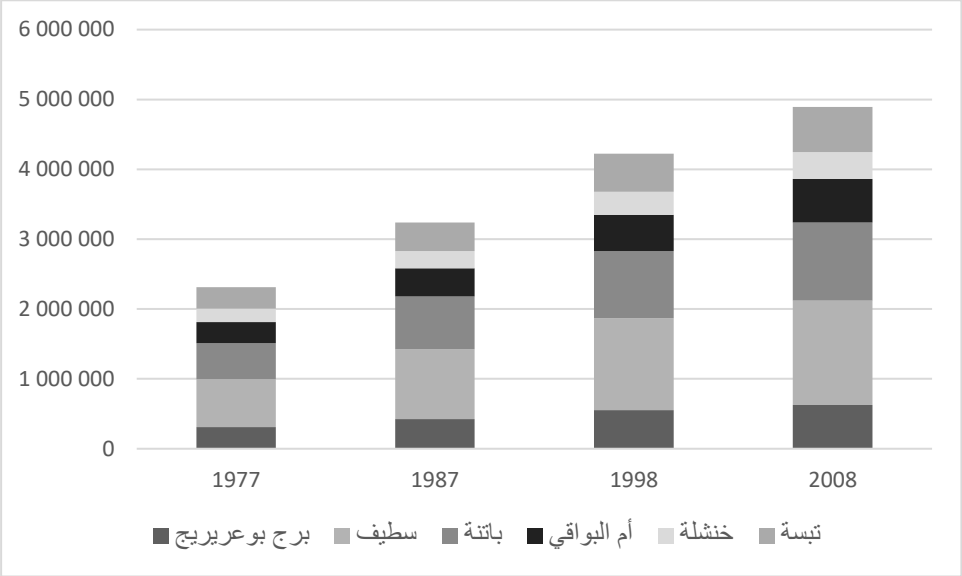
الولاية	1977	1987	1998	2008
برج بوعريريج	309 303	424 828	555 402	628 475
سطيف	686 540	1 000 694	1 311 413	1 489 979
باتنة	513 500	752 617	962 623	1 119 791
أم البواقي	305 717	403 936	519 170	621 612
خنشلة	189 026	246 541	327 917	386 683
تبسة	306 814	410 233	549 066	648 703
إجمالي الهضاب العليا الشرقية	**2 310 901**	**3 238 850**	**4 225 592**	**4 895 244**
إجمالي الوطن	**16 948 000**	**23 038 942**	**29 100 863**	**34 080 030**

المصدر: انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات المتعلقة بالديموغرافيا

www.ons.dz

غير أنه يجب الإشارة أن معدلات النمو المتوسطة للسكان خلال الفترة 1977-2008 قد عرفت تباينا بين مختلف الولايات المنتمية للمنطقة، حيث أن ولايتي سطيف وباتنة سجلتا معدلات أعلى بـ 2,53% و 2,55% على الترتيب مقابل تسجيل 2,31%، 2,32% و 2,34% في ولايات برج بوعريريج، أم البواقي وخنشلة، في حين أن ولاية تبسة فقد سجلت معدلا مقاربا للمعدل المنطقة بـ 2,44% خلال الفترة، والشكل الموالي يبن تطور حجم السكان في المنطقة حسب الولايات.

الشكل رقم (61): تطور حجم السكان في الهضاب العليا الشرقية خلال الفترة 1977-2008

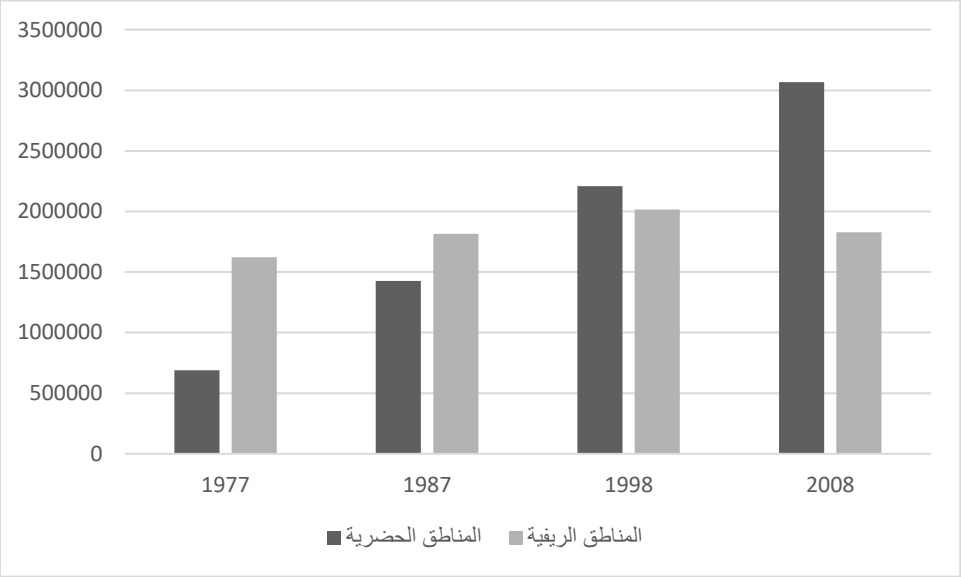


المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من الجدول رقم (37)

2-توزيع السكان بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية:

أما من حيث توزيع السكان بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية، فنلاحظ حدوث انقلاب حقيقي للوضعية خلال الفترة 1977-2008، فبعد أن كانت المناطق الريفية تحتضن غالبية سكان الإقليم بنسبة تفوق 70% أي ما يعادل 1,6 مليون نسمة مقابل 687.933 نسمة في المناطق الحضرية، فنلاحظ في نهاية الفترة أن المناطق الريفية لم تعد تحتضن إلا على 37,3% من إجمالي سكان الإقليم بما يوافق 1,8 مليون نسمة، أي أن هذه المناطق قد سجلت معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 0,38%، في حين أن المناطق الحضرية في الإقليم قد سجلت معدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 4,94% ليشهد حجم سكانها تضاعفا بأكثر من 4,4 مرات، والجدول التالي يبين تطور توزيع السكان بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية خلال الفترة.

الشكل رقم (62): تطور توزيع السكان بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية خلال الفترة 1977-2008



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات المتعلقة بالديموغرافيا www.ons.dz

وفي نفس السياق فإن التدقيق في الجدول رقم (38) الذي يبين تطور توزيع السكان في المناطق الريفية والمناطق الحضرية حسب الولايات سيعطينا صورة أكثر دقة، حيث وإن كانت كل الولايات قد عرفت نفس الوضعية عموما فإن كل من ولاية برج بوعريريج، أم البواقي وخنشلة فقد عرفت معدلات نمو لسكان المناطق الحضرية أعلى من معدلات النمو المسجلة في إجمالي الإقليم حيث فاقت في مجملها مستوى 5,2% على ان ولاية أم البواقي قد سجلت أعلى معدل بـ 5,9% حيث تضاعف حجم سكان الحضر بـ 06 مرات تقريبا، وفي المقابل نلاحظ أن حجم السكان في المناطق الريفية في هذه الولايات قد عرف تراجعا، وكانت ولاية أم البواقي كذلك هي من سجل أكبر معدل لتراجع سكان الريف بأكثر من الربع.

الجدول رقم (38): تطور توزيع السكان بين المناطق الحضرية والريفية في منطقة الهضاب العليا الشرقية خلال الفترة 1977-2008

		1977	1987	1998	2008
برج بوعريريج	المناطق الحضرية	69 339	154 968	252 176	389 260
	المناطق الريفية	239 964	269 860	303 226	239 215
	المجموع	**309 303**	**424 828**	**555 402**	**628 475**
سطيف	المناطق الحضرية	193 328	322 231	514 998	788 422
	المناطق الريفية	493 212	678 634	796 415	701 557
	المجموع	**686 540**	**1 000 865**	**1 311 413**	**1 489 979**
باتنة	المناطق الحضرية	174 943	365 049	540 943	684 999
	المناطق الريفية	338 557	387 568	421 680	434 792
	المجموع	**513 500**	**752 617**	**962 623**	**1 119 791**
أم البواقي	المناطق الحضرية	77 153	211 521	346 921	454 720
	المناطق الريفية	228 564	192 415	172 249	166 892
	المجموع	**305 717**	**403 936**	**519 170**	**621 612**
خنشلة	المناطق الحضرية	53 915	115 912	188 374	263 244
	المناطق الريفية	135 111	130 629	139 543	123 439
	المجموع	**189 026**	**246 541**	**327 917**	**386 683**
تبسة	المناطق الحضرية	119 255	255 599	365 067	486 624
	المناطق الريفية	187 559	154 634	183 999	162 079
	المجموع	**306 814**	**410 233**	**549 066**	**648 703**
إجمالي الهضاب العليا الشرقية	المناطق الحضرية	687 933	1 425 280	2 208 479	3 067 269
	المناطق الريفية	1 622 967	1 813 740	2 017 112	1 827 974
	المجموع	**2 310 900**	**3 239 020**	**4 225 591**	**4 895 243**

المصدر: انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات المتعلقة بالديموغرافيا www.ons.dz

ومن جانب آخر فإنه رغم أن ولايتي سطيف وباتنة اللتين تمثلان أكبر الولايات في الإقليم من حيث عدد السكان فإن درجة تطور سكان الحضر وتراجع سكان الريف كانت أقل حدة، حيث أنه تم تسجيل معدل نمو سكان المناطق الحضرية في هاتين الولايتين أقل من المعدل المسجل في

إجمالي الإقليم، أما سكان الريف فقد عرف معدل نمو أكبر من المعدل المسجل في الإقليم في حدود 1%.

رابعا: الخدمات والمرافق العمومية

تتوفر ولايات إقليم الهضاب العليا الشرقية العديد من الخدمات العمومية كالصحة، حيث يوجد بالمنطقة 43 مستشفى، تصنف تلك المتواجدة في ولايتي سطيف وباتنة كمستشفيات جامعية، كما يوجد أكثر 220 عيادة متعددة الخدمات، هذا إلى جانب الخدمات البنكية وخدمات البريد والمواصلات، وخدمات الهاتف الثابت والهاتف النقال، كما أن غالبية ولايات المنطقة مربوطة بشبكة الأنترنيت بما في ذلك شبكة الأنترنيت اللاسلكي ذات التدفق السريع أو هي في أطوار متقدمة من عملية الربط، ناهيك عن خدمات الأمن المديني والعسكري لوجود العديد من الثكنات ومدارس التكوين التابعة لهذه القطاعات.

1-شبكة النقل والمواصلات:

تحظى منطقة الهضاب العليا الشرقية بشبكة واسعة من الطرقات والتي تتعدى في طولها مسافة 16.132 كم ، ورغم أنها في غالبيتها طرق بلدية قابلة للتوسع جهويا وإقليميا فنجد أن الطريق السريع شرق غرب يمر عبر المنطقة على مستوى ولايتي برج بوعريريج (90 كم) وسطيف (74.8 كم)، كم سيتم ربط مدينة باتنة بهذا الطريق عبر طريق مخترقة تمتد لمسافة 62 كم على مستوى مدينة شلغوم العيد، وتمثل الطرق الوطنية ما يفوق 19% من شبكة الطرقات ولعل أهمها الطريق الوطني الرابط بين قسنطينة والعاصمة الذي يقطع ولايتي سطيف وبرج بوعريريج، والطريق الوطني رقم 10 الذي يقطع كل من أم البواقي وتبسة ويصل إلى الحدود الشرقية التونسية عند نقطة الحدود بوشبكة، غير أنه يجب الإشارة أن شبكة الطرقات في الجهة الجنوبية الشرقية في المناطق السهبية

لولاية تبسة وعند منحدرات جبال الأوراس والنمامشة تبقى صغيرة، ويبين الجدول التالي تكوين وتوزيع شبكة الطرقات في المنطقة.

الجدول رقم (39): حجم شبكة الطرقات في منطقة الهضاب العليا الشرقية

الولاية	الطريق السريع شرق غرب	طريق وطني	طريق ولائي	طريق بلدي
برج بوعريريج	90,0	304,2	297,5	1 895,6
سطيف	74,8	634,5	689,2	2 168,2
باتنة	-	804,3	650,4	1 718,3
أم البواقي	-	488,8	338,0	1 075,8
خنشلة	-	281,8	742,0	874,6
تبسة	-	564,9	814,4	1 625,3
المجموع	**164,8**	**3 078,5**	**3 531,5**	**9 357,8**

المصدر: انطلاقا من الموقع الالكتروني لوزارة الأشغال العمومية والنقل www.mtp.gov.dz، 2017/04/23

وفي المقابل فإن شبكة النقل بالسكك الحديدية لا ترقى إلى المستوى المنشود مقارنة بشبكة الطرقات وبمساحة المنطقة وموقعها الاستراتيجي، حيث نجد أن ولاية برج بوعريريج يمر عبرها خط السكة الحديدية الرابط بين قسنطينة والجزائر العاصمة على مسافة طولها 103 كم، كما يوجد بها خط يربط بين مقر الولاية ومدينة المسيلة طوله 55 كم، في حين أن ولاية سطيف يمر بها هي الأخرى الخط الرابط بين قسنطينة والعاصمة على مسافة طولها 84 كم، نجد من جانب آخر ولاية باتنة التي يربطها خط واحد على طول 201 كم، أما ولاية أم البواقي فيمر عبرها خطان، الأول الخط الرابط بين عين مليلة وتبسة على طول 165 كم، وخط آخر الرابط بين قسنطينة وتبسة على طول 260 كم، في حين أن ولاية خنشلة لا يمر عبرها أي خط للسكك الحديدية.

أما فيما يخص النقل الجوي فإن المنطقة تحتوي على ثلاثة مطارات دولية متواجدة في كل من سطيف، باتنة وتبسة، كما يوجد بمدينة عين البيضاء بأم البواقي مطار عسكري.

2- الطاقة والمياه:

تعرف منطقة الهضاب العليا الشرقية عجزا نسبيا في مواردها المائية، وذلك لتواضع مستويات التساقط وعشوائيته، مما يحد من حجم المياه السطحية التي تتميز بصعوبة في إمكانية استغلالها نظرا لشكل مسارات الوديان وأشكال الأسطح وأماكن المصبات المائية المستقبلة، ومع الموازاة في ذلك تملك المنطقة مستوى محدود من المياه الجوفية التي تتميز بسهولة الوصول إليها، مما جعلها عرضة للاستهلاك المفرط والتبذير بفعل الحفر العشوائي للآبار، هذا إلى جانب تعرضها للتلوث بسبب تسرب المياه المستعملة غير المعالجة.

ولمواجهة هذا العجز في الموارد المائية بالمنطقة يجب القيام بأعمال التحويلات الكبرى من السدود القريبة من المنطقة (سد إراقن بولاية جيجل، سد إغيل أمدة ببجاية، بني هارون بميلة وسد بوحمزة ببجاية)، وهذا لمواجهة التزايد المرتقب في الطلب على المياه بفعل النمو الديموغرافي وتطور النشاط الاقتصادي، بالموازاة مع ذلك يجب تعميم استخدام التقنيات الحديثة المقتصدة للماء في مختلف المجالات والتي نذكر منها:

- استعمال السقي بالتقطير في الري؛
- واعتماد أنظمة مقتصدة للمياه وإعادة رسكلة الجزء المستعمل منها في الصناعة؛
- معالجة وتطهير مياه الصرف وتحويلها لاستخدامات صناعية؛
- تحلية المياه المالحة المتواجدة في السبخات والشطوط.

من جانب آخر نلاحظ أن المنطقة تتميز بمستويات معتبرة من التوصيل بشبكة المياه الصالحة للشرب من جهة وكذا التوصيل بشبكة التطهير الصحي لمياه الصرف، كما أننا نلاحظ تعميم الاتصال

تقريبا بشبكة الكهرباء التي فاقت في غالبيته نسبة 94% ما عدا ولاية خنشلة التي بلغت نسبة التوصيل بالشبكة العامة للكهرباء مستوى 86%، أما شبكة غاز المدينة فنلاحظ وجود نوع من التفاوت بين الولايات حيث نجد أن ولاية سطيف تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 87.3% في حين نجد أن هذه النسبة تعادل 61% فقط، كما يبينه الجدول التالي.

الجدول رقم (40): مستويات الربط بشبكات المياه والطاقة والصرف الصحي بولايات الهضاب العليا الشرقية

الولاية	شبكة غاز المدينة	شبكة الكهرباء	شبكة المياه الشروب	شبكة التطهير الصحي
برج بوعريريج	62%	98%	90%	89%
سطيف	87.3%	98.4%	92%	86%
باتنة	61%	94%	86%	85%
أم البواقي	67.8%	96%	98%	96%
خنشلة	63%	97%	636 كلم	293 كلم
تبسة	78%	86%	91%	91%

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا منوغرافيا الولايات لدى منشورات الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار

المطلب الثاني: أهم الموارد السياحية بإقليم الهضاب العليا الشرقية

تمتلك ولايات الهضاب العليا الشرقية موارد سياحية معتبرة، فانطلاقا من مساحتها الشاسعة وتنوع فضاءاتها الطبيعية، فهي تحتوي على العديد من المنابع الحيوية والمساحات المائية، كما أنها تزخر بمخزون تراثي وثقافي هام، هذا إلى جانب احتضانها للعديد من التظاهرات الثقافية والفنية، وسنستعرض من خلال هذا المطلب لأهم الموارد السياحية الموجودة بالإقليم.

أولا: طاقة الإيواء

رغم أن منطقة الهضاب العليا تحتوي على 120 مؤسسة فندقية بما يعادل طاقة إيواء تقدر بـ 7.466 سرير، إلا غالبيتها موجود في ولاية سطيف، حيث أن هذه الأخيرة تحتوي لوحدها على أكثر من نصف المؤسسات الفندقية بما يوافق 66 مؤسسة إيواء، وما يجب التأكيد عليه كذلك أن النسبة الكبرى من هذه الفنادق غير مصنفة أو بدون نجوم وأنها متواجدة بمقر الولاية، مما يدل على النوعية المتواضعة للخدمات المقدمة، والجدول التالي يبين وضعية طاقة الإيواء حسب الولايات.

الجدول رقم (41): طاقة الإيواء في ولايات الهضاب العليا الشرقية في سنة 2016

الولاية	عدد المؤسسات الفندقية		طاقة الإيواء (سرير)	
برج بوعريريج	10	8,3%	568	7,6%
سطيف	66	55,0%	3854	51,6%
باتنة	10	8,3%	779	10,4%
أم البواقي	11	9,2%	770	10,3%
خنشلة	5	4,2%	453	6,1%
تبسة	18	15,0%	1042	14,0%
المجموع	**120**		**7466**	

المصدر: من إعداد الطالب من خلال وثيقة داخلية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية

ثانيا: المواقع الطبيعية

يتيح الثراء الطبيعي بفعل التغير في أشكال السطح والتضاريس وكذا الغطاء النباتي الذي تتميز بها المنطقة فضاءات واسعة للزوار والسائحين قصد الاستجمام والترفيه والابتعاد عن ضوضاء المدينة وزحامها، حيث نجد في ولاية برج بوعريريج غابة بومرقد التي تتربع على مساحة فدرها 400 هكتار ولا تبعد عن مقر الولاية إلا بأربعة كيلومترات وهي بمحاذاة الطريق الوطني رقم 05، حيث تمثل مكان مناسبا للراحة والاستجمام وممارسة الأنشطة الرياضية خاصة بعد إنشاء أرضية لألعاب

القوى، كما تزخر المناطق الشمالية للولاية بفضاءات جبلية تتمتع بغابات كثيفة، تحتوي على أشجار الصنوبر الحلبي والبلوط الأخضر والعرعار وكذا أشجار الزيتون والتين، كما أنها تأوي العديد من الحيوانات والطيور كالأرانب البرية والضباع والثعالب، على غرار منطقة جعافرة وإلماين وغابات برج زمورة (أعالي المدينة كلها عبارة عن غابات شاسعة وصالحة للاستجمام وهي موصولة بطريق معبدة)، فمنطقة جعافرة مثلا بشمال الولاية مليئة بغابات الصنوبر الممتدة على مئات الهكتارات، تتحول مع تساقط الثلوج على جبال بوندة على ارتفاع (1364 متر) وطفيرج (1326 متر) وجبل شكبو (1029 متر) إلى منتجع للتخفيف من الضغط النفسي، كما نشير أيضا إلى الأحجار الصخرية الضخمة المنحوتة طبيعيا والمرسوة على جبل الدشرة التابعة لبرج الغدير جنوب الولاية، وبهذه الدشرة (القرية)، المعلقة على جبل صخري، بمكتبة تراثية بها مخطوطات نادرة تشرف عليها جمعية محلية نشطة، حيث تشكل كلها لوحة فنية رائعة تستلهم كل عشاق السياحة الجبلية.

وتحتضن ولاية برج بوعريريج "سد عين زادة" بمحاذاة الطريق الوطني رقم 5 بين الحدود الإقليمية لولايتي سطيف وبرج بوعريريج، والذي يتربع على مساحة تقدر بحوالي 50 هكتار، محاط بمساحات غابية من أشجار الصنوبر الحلبي والكاليتوس التي تأوي بعض الأصناف من الحيوانات كالذئاب والثعالب والأرانب البرية، كما يتوفر السد على ثروة سمكية معتبرة وأنواع من الطيور كالبط والسمان والحجل، وبالنظر إلى الموقع والتنوع الطبيعي تعتبر المنطقة موقعا سياحيا حيث يتوافد عليه الكثير من محبي ممارسة هواية صيد الأسماك، كما تلجأ إليه العائلات لقضاء أوقات للراحة والاستجمام.

ويوجد ببلدية الرابطة جنوب الولاية شلالات "لقراج" هي مياه تتدفق بشكل سريع من أعالي جبال الرابطة وتنحدر على أحد الوديان، تمتاز بغزارة مياهها وبشدة برودتها، خاصة في موسم الصيف، أين تشتد الحرارة، كما تعتبر شلالات "لقراج" من أجمل الشلالات نظرا تدفقها المستمر

طوال السنة، مما جعل السياح يقصدونه باستمرار قصد الترويح عن النفس والراحة والاستجمام والتقاط صور تذكارية من مختلف مناطق الولاية والولايات المجاورة.

أما ولاية سطيف فهي كذلك تحتوي على مساحات طبيعية فاتنة، حيث تعد بلدية وادي البارد الواقعة على مسافة 50 كيلومتراً شمال ولاية سطيف والتي تحتضن جزء من المنطقة الجبلية بابور التي يوجد بها منطقة غابية بمنابع وشلالات نالت شهرة وطنية كبيرة بمياهها التي تتدفق عبر السفوح والصخور الملساء ليشكل لوحة طبيعية، أين يشكل مجرى سريان الماء شلالات مختلفة يصب بعضها في برك مائية مشكلة مسابح طبيعية بين الصخور والأشجار والطبيعة الخضراء، إذ أنها عبارة عن ديكور طبيعي خلاب يمزج بين ثروة غابية ونباتية كثيفة ومتنوعة، وما يزيد من رونق وجمال هذه المنطقة الخلابة وجود وديان ساحرة على شكل مسابح طبيعية بين الصخور والأشجار والطبيعة الخضراء ، وقد سميت بوادي البارد نسبة للوادي الذي يمر عبرها والذي ينبع من أعالي جبال البابور حيث تجاوره غابات متنوعة وشلالات وطبيعة عذراء، ما جعلها تحتل المراتب الأولى على مستوى الولاية من حيث القدرات الكبيرة التي تزخر بها هذه المنطقة، ويمكن للزوار الاستمتاع بالهواء النقي وظِلاَل الأشجار العالية وتذوق متعة الراحة في منظر خلاب وجو بعيداً عن ملوثات المدن وضوضائها ليس في فصل الصيف فحسب وإنما خلال العطل الموسمية وعطل نهاية الأسبوع وعلى مدار السنة، حيث تمتاز شلالات وادي البارد أيضاً بمياهها الباردة وغير العميقة مما يسهل عملية السباحة للكبار و الصغار على حد السواء، والتي جعل منها مقصد الكثير من السياح خاصة في أيام الصيف الحارة حيث تلقى هناك زائرين من مختلف أنحاء الوطن وحتى من الخارج و منهم من يفضل زيارتها على الذهاب للبحر. [1]

[1] http://assayahi.com/ar/?p=813, 19/05/2017.

كما تتميز منطقة سطيف بعدة ينابيع تتفجر من باطن الأرض وتتدفق من عمق الصخور الجبلية، أكدت التجارب أن مستعمليها تفاجئوا بالنتيجة المتحصل عليها ولعل خير دلياً على ذلك منبع "وادي البارد" ذاتها، ومنبع "عين الحامضة" بتيزي نبشار ذات المياه المعنية مئة بالمائة ومنبع "عين عطية" بواد السبت، التي تساعد في شفاء العديد من المرضى المصابين بأمراض الكلى حيث أن ولاية سطيف تحصي لوحدها عدداً كبيراً جداً من ينابيع تتدفق من باطن الأرض سواء إن كانت هذه الأخيرة باردة أم ساخنة كما أن تلك المياه تتمتع بطعم تركها واسعة الانتشار وتستعمل سواء للطبخ أو للشروب ونالت شهرة تعدت حدود الوطن.

أما في ولاية باتنة فنجد الموقع الطبيعي شرفات الغوفي الذي يقع في قلب الأوراس ليس بعيدا من مدينة باتنة وباتجاه مدينة بسكرة، حيث تمثل القرية الأثرية التي التابعة لبلدية غسيرة والتي يمر بها واد الأبيض أو إغزر أملال ديكورا طبيعيا خلابا حيث يشبهها العارفون في أمور السياحة بمنطقة جبال روكي وجراند كانيون في أمريكا الشمالية، التي تتكون من صخور رسوبية ومتحولة.، لكن ديكور شرفات غوفي أكثر تنوعا وجمالا، حيث تمتد سلاسل صخرية في تموجات بديعة ترتفع من أسفل الوادي بعلو 60 مترا، وقد حفرت العوامل الطبيعية أخاديد وبيوتا حجرية بديعة في الصخر المتناظر على ضفتي الوادي.

وغير بعيد عن هذا الموقع توجد جبال الاوراس التي ارتبطت بالثورة التحريرية الجزائرية ضد الاستعمار الفرنسي فهي المدينة التي انطلقت بها أول رصاصة لإعلان الثورة التحريرية، وهي منطقة تجمع التنوع الطبيعي بين الجبال الصخرية والطبيعة الخضراء وبين الثلوج في لوحة لا تكتمل ملامحها إلا في الأوراس الشامخ، أهم جبالها: جبال شليا2300م وإشمول 2100م المتميزتين بكثافة غاباتهما وثلوجهما في الشتاء والاخضرار ربيعا وصيفا وخريفا. وفيها أيضا عدة أودية أهمهما واد عبدي الذي

يبرز من جبال المحمل الشامخة 2000م إلى أدنى الصحاري في بسكرة والوادي الأبيض من جبل شليا وجبل إشمول إلى الصحاري.

ثالثا: المنابع الحموية

توجد بالمنطقة عدة حمامات معدنية طبيعية نذكر منها حمام ولاد يلس وحمام قرقور بولاية سطيف، هذا الأخير الذي يتميز بمياهه المعدنية المشعة والغنية بالأملاح المعدنية والمصنف ثالثا على المستوى العالمي، وحمام السخنة في نفس الولاية الذي يتمتع هو الآخر بعدة خصائص استشفائية، ونجد في ولاية برج بوعريريج حمام البيبان الموجود على بمحاذاة كل من الطريق السريع شرق غرب وكذا الطريق الوطني رقم 5، والذي يتميز بمياهه الساخنة (63° مؤوية) والذي تستعمل مياهه لعلاج الأمراض الجلدية وأمراض المفاصل، كما نجد في نفس الولاية في الشمال (65 كلم شمالا في بلدية الماين) حمام إبيبان الذي يحتل موقعا استراتيجيا لوجوده قريب من حدود الولاية مع كل من ولايتي سطيف وبجاية.

كما نجد في ولاية خنشلة حمام الصالحين الذي يبعد 6 كم من مقر الولاية المدينة الرومانية القديمة ماسكولة، بجبال أوراس حيث كانت المنطقة في القديم تعرف بنوميديا، وهو عبارة حمام روماني يعود إنشاءه إلى ما قبل عشرين قرن، وهو ذو أهمية عاليـة في الاستشفاء من العـديد من الأمـراض لما تمثله نوعية المياه الحارة المعدنية الخارجة من باطن الأرض.

رابعا: المعالم التاريخية

تتوفر منطقة الهضاب العليا الشرقية على عدد كبير من المعالم التاريخية التي لا تزال شاهدة على مختلف الحقب الزمنية الضاربة في عمق التاريخ، ولعل أضرحة الملوك الذين تعاقبوا على حكم الجزائر، تبقى من أهم ما خلفته الحضارات السالفة في البلاد، وتتميز الأضرحة التاريخية في الجزائر، على غرار باقي دول المغرب العربي، بشكلها المخروطي التي تعكس الطابع المعماري النوميدي

القديم، أو شكل آخر يتوفر على قاعدة مربعة والذي كان نتاجا لتزاوج التأثيرات الإغريقية الشرقية في المنطقة.

ويعد الضريح الملكي الموريتاني أو ضريح "امدغاسن" المعروف أيضا بـ "قبر الرومية"، من أهم ما خلفته الحضارة النوميدية في الجزائر حيث يقع على بعد 30 كلم غرب مدينة باتنة، حيث كانت تعتبر المنطقة من أهم مناطق المملكة النوميدية التي عاصمتها سيرتا، وتتميز هذه المعلمة الأثرية بشكها الأسطواني المخروطي، وحجمها الضخم، ما يجعلها تحفة فنية شاهدة على العصور التاريخية التي عرفتها المنطقة، مما يدل على أن إنسان المنطقة قد عرف تقدما حضاريا كبيرا آنذاك.

كما توجد بالمنطقة العديد من الآثار الرومانية الشاهدة على مكانة المنطقة لدى الإمبراطورية الرومانية عسكريا واستراتيجيا، على غرار مدينة تيمقاد المصنفة ضمن التراث العالمي لليونسكو، والتي تعتبر من أجمل المدن الأثرية في الجزائر، يعود تاريخ إنشاءها إلى سنة 600 م وتمثل مدينة كاملة بجميع مرافقها من ساحة عمومية وقصر العدل وكنيسة، بالإضافة إلى المسرح الذي كانت تقام فيه الاحتفالات الدينية والعروض الرياضية.

ونجد في ولاية سطيف مدينة جميلة الأثرية والذي يعود إنشاءها إلى نهاية القرن الأول وبداية القرن الثاني الميلاديين في عهد الإمبراطورية الرومانية، ويوجد بها ساحة كبيرة وكنيستين وآثار للمنازل والدكاكين والحمامات، كما يوجد بها مسرح يستوعب أكثر من 3.000 متفرج، هذا إلى جانب العديد من المعالم الأثرية في مدينة كالمقبرة الشرقية والتي شيد عليها مقر الولاية حاليا، حيث أجريت بها حفريات من سنة 1959 إلى 1966 وكل ما تم اكتشافه تم وضعه في المتحف، ويعود تاريخ هذه المقبرة إلى نوع الفخار المحلي والسجيلي، الذي تم العثور عليه، والذي يؤكد أن هذه القبور التي تصل إلى 800 قبرا تعود إلى النصف الأول من القرن الثاني للميلاد واستعملت حتى القرن الثالث الميلادي، إضافة إلى ما سبق الآثار التي وجدت بالمكان الذي يوجد حي المعبد والذي تقدر مساحته

بهكتار ونصف، وتم فيه العثور على أجمل لوحة فسيفسائية تتمثل في ركب الإله الروماني باخوس وهي معروضة حاليا بالمتحف الوطني بسطيف، كما تم اكتشاف بحي الكنائس على كنيستين بعد حفريات 1960 كما تم العثور على أدوات من الفخار الروماني، ومجموعة هامة من الفسيفساء الجنائزية والتي ترجع للقرن الرابع وبداية القرن الخامس الميلادي، كما يوجد بمدينة سطيف القلعة البيزنطية وهي محاطة من جهاتها الأربع بسور والتي عرفت بالثكنة العسكرية في العهد الفرنسي، كما يوجد بقلب مدينة سطيف آثار للحمامات الرومانية التي شيدت في بداية القرن الثالث والتي تحتوي على لوحة فسيفسائية وهي لوحة فينوس، من الأثار الرومانية التي لا زالت معالمها الخزان الروماني، هذا إلى جانب الساحة الرومانية التي كانت نواة المدينة، واستعملها البيزنطيين لإقامة قلعتهم سنة 540م، وتوجد بسطيف فسيفساء باخوس اله الخمر والتي ينفرد بها متحف سطيف عن بقية المتاحف الاثرية العالمية، والتي تم اكتشافها عفويا سنة 1971 في حي المعبد الروماني بالطريق المحاذي للمستشفى الجامعي بسطيف.

أما في ولاية برج بوعريريج فتحتوي على العديد من الشواهد التاريخية التي تعود إلى عهود قديمة كتلك الموجودة في مدينة برج الغدير أين برز "برج شميسة" الذي هو ضريح روماني يعود إلى القرن الثالث الميلادي، أو القطع والرؤوس الحجرية والنقوش المرسومة بالإزميل على الحجارة وكذا بقايا الفسيفساء والتماثيل والأعمدة الحجرية في مدينة الحمادية، كما نجد كهوف وجداريات قرية الصمة ببلدية بن داود جنوب غرب الولاية (حوالي 65كلم عن مقر الولاية)، والتي تحوي بوسط صخورها جدارية تشبه جدرايات الطاسيلي بالجنوب، وتدل نقوشها على الإنسان الأمازيغي الذي عمرها قديما.

كما يوجد بمقر الولاية المعلم التاريخي «برج المقراني» الذي سمي نسبة إلى زعيم الثورة الشعبية «محمد المقراني» سنة1871م، حيث الذي يعتبر أهم معلم سياحي وتاريخي بالمدينة حيث

أسس سنة 1552م على يد القائد العثماني حسن باشا بن خير الدين لحاميته العسكرية، وقد اختار أعلى هضبة بالمنطقة ليشيد قلعته وقد أعيد بناؤها في عهد الاحتلال الفرنسي ثم ليتم ترميمه سنة 2008 ليصبح متحفا تاريخيا ومركزا ثقافيا لتنظيم العديد من المعارض الفنية.

ويوجد في أعالي بدية تاسمرت وعلى بعد 35 كلم شمال شرق مقر الولاية قرية القليعة التي بنيت في القرن الخامس الهجري على شكل نجمة (إذا تم إلقاء نظرة من أعلى)، والتي تتميز بطابع عمراني من طراز المدن العربية القديمة، حيث تمتاز بيوت القرية بالشرفات المرتكزة على الأعمدة الخشبية، ومشيدة بالحجارة الزرقاء والقرميد الأحمر التقليدي والمتماسك بأعمدة خشبية، كما أنها تحوي زاوية معروفة لحفظ القرآن وتدريس علوم الشريعة.

وفي مدينة أم البواقي نجد فيها هي الأخرى العديد من الآثار القديمة على غرار المدينة الرومانية المتواجد بمدينة الضلعة التي لا تزال في طور البحث والتنقيب أين تم العثور في هذا الموقع على فخاريات وأواني فاخرة كما تتضمن أنفاقا أرضية وغرف ومطامر، بالإضافة إلى موقع هنشير بأولاد قوجي الذي تعتبر آثاره المدينة الأصلية لأم البواقي.

خامسا: المهرجانات الثقافية والتراث الشعبي

تحافظ المنطقة على عاداتها وتقاليدها العريقة كالاحتفالات الشعبية المحلية وإحياء المواسم الدينية كالمولد النبوي الشريف وبعض التظاهرات الفصلية، فنجد في ولاية برج بوعريريج بعض التظاهرات الثقافية التي تقام من حين إلى آخر مثل صـالون الكتاب، ملتقى عبد الحميد بن هـدوقة للرواية، ملتقى الحاج احمد المقراني، ملتقى أبي حفص الزموري، ملتقى البشير الإبراهيمي، المهرجان الوطني للموسيقـى الحالية وغيرها من التظاهرات التي تقام وفقا للحدث والمناسبة والتي يأتي العديد من المشاركين من خارج الولاية وتستقطب العديد من الهواة والمحبين، كما تتميز الولاية عن غيرها من الولايات المجاورة باحتفال شاو الربيع الذي يستقبله سكان المنطقة بالخروج إلى الحقول والمساحات

الخضراء للتعبير عن الفرحة والسرور باستقبال فصل الربيع، حيث تتفنن النساء في تحضير المبرجة مختلف الحلويات للأطفال.

كما يتم تنظيم مهرجان تيمقاد الدولي من طرف محافظة المهرجان بالتعاون مع الديوان الوطني للثقافة والإعلام وولاية باتنة، حيث كانت أول طبعة له سنة 1967، بمبادرة من أهل المنطقة بهدف التعريف بالطابع الثقافي لولاية باتنة وتسليط الضوء على المسرح الروماني، وفي سنة 1969 تحول المهرجان إلى مهرجان متوسطي، ليصبح سنة 1973 مهرجانا للفنون الشعبية شاركت فيه العديد من البلدان الشقيقة والصديقة ومع مرور السنين صار المهرجان تظاهرة سنوية قارة وحافلة بالأنشطة الثقافية والفنية خلال مطلع شهر جويلية من كل سنة، لتتوقف رحلة المهرجان مؤقتا في الفترة الممتدة بين 1986 و1996، ويبقى مهرجان تيمقاد الدولي، من بين المواعيد الثقافية والفنية التي تحرص الجزائر على تنظيمها كل سنة ضمانا لاستمرارية الإشعاع الثقافي والفني[1].

وتنظم ولاية سطيف وبالضبط في مدينة جميلة الأثرية في شهر أوت من كل سنة ومبادرة من الديوان الوطني للثقافة والإعلام وإشراف وزارة الثقافة وولاية سطيف مهرجان جميلة الدولي، والذي تعود طبعته الأولى سنة 2005 ليرقى بذلك إلى مصاف المهرجانات العربية، بمشاركة نخبة من الفنانين الجزائريين والعرب، خاصة بعد القرار الوزاري المؤرخ في الأول من مارس 2006، والذي يتضمن تأسيس المهرجان ثقافي دولي لجميلة[2].

أما في ولاية أم البواقي فيتم تنظيم الأيام الثقافية عيسى الجرموني للتراث من قبل مديرية الثقافة للولاية، حيث يتم تقديم استعراضات فنية وفلكلورية وفرق للخيالة والبارود من قبل فرق من

[1] http://www.festival-timgad.org.
[2] http://www.festival-djemila.org.

الولاية والولايات المجاورة، ويتخللها ندوات فكرية وشعرية ومعارض للصناعات والحرف التقليدية للتعريف بالتراث الشعبي الخاص بالمنطقة.

ومن جانب آخر تشتهر منطقة الهضاب العليا الشرقية بتراث ثقافي وشعبي ينبع من تعاقب الحضارات والمعارف ونابع من الأصالة البربرية والعربية والاسلامية، والذي يعبر عن عمق العادات والتقاليد السائدة في المنطقة وعن التركيبات الاجتماعية السائدة والقيم المنتشرة.

فالصناعة التقليدية وإن كانت تختلف في الشكل والألوان المختارة حسب المنطقة، فإنها تعبر كلها عن العراقة وترمز أشكالها وألوانها إلى المعان والقيم السائدة، معتمدة في ذلك على المواد الأولية المحلية الأصيلة كالصوف والوبر والطين، حيث تشتهر المنطقة باللباس التقليدي كالقندورة البيضاء والبرنوس والقشابية والشاش لدى الرجال، وكذا القندورة والحايك والملحفة لا سيما في منطقة الأوراس لدى النساء.

كما تشتهر المنطقة بحياكة الزرابي والأغطية الصوفية والحايك، فنجد على سبيل المثال زربية الحراكتية بأم البواقي التي تعمل العائلات والجمعيات ومراكز الحرف على الحفاظ عليها والتي تتميز باختلاف أنواعها حسب الألوان والرسوم وطريقة نسجها، ناهيك الحرف والصناعات التقليدية الأخرى كصناعة الحلي والأواني الفخارية.

المطلب الثالث: آفاق التنمية السياحية المستدامة بإقليم الهضاب العليا الشرقية

إن الموارد السياحية التي تم استعراضها في المطلب السابق يمكن أن أساسا لقيام عدة أنشطة سياحية في المنطقة، حيث أن تنوع هذه الموارد يسمح بالحديث عن سياحة متنوعة في الأشكال وممتدة في الزمان والمكان، أي أنها تشمل مختلف المناطق المنتمية للإقليم ويمكن أن تمتد على طول أيام السنة، ولعل من أهم هذه الأنشطة يمكن ذكر ما يلي:

أولا: السياحة الجبلية

إن النسبة الكبيرة التي تحتلها المناطق الجبلية في إقليم الهضاب العليا الشرقية والتي تمثل 42% من المساحة الإجمالية للإقليم يمكن ان تكون مسرحا للعديد من الأنشطة السياحية الجبلية، خاصة لهواة الرياضات القصوى والمغامرات، وحتى للذين يحبون التخييم والسير على الأقدام في أحضان الطبيعة العذراء واستنشاق الهواء النقي، حيث تكون الإقامة في مخيمات في البر مما يحقق تعايشا تاما مع الطبيعة، وهي عادة لا تحتاج إلى قدرة بدنية وجهد جسدي كبير، كما أن تسمح باكتشاف ومراقبة الحيوانات البرية كالطيور والحشرات والزواحف.

كما تمثل المناطق الجبلية وما تمنحه من تنوع في المناخ والتضاريس مكانا مثاليا لتنظيم والمشاركة في بعض الدورات والبطولات أو من أجل الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة، فخلال فترات الصيف تسمح مسالكها البرية بممارسة الفروسية وركوب الدراجات الهوائية والدراجات النارية، والدراجات الرباعية، وكذا رياضة تسلق الجبال الصخرية والقفز بالمضلات.

أما في فصل الشتاء، ومع الانخفاض الشديد لدرجات الحرارة والتساقط الكثيف للثلوج، فتسمح المناطق الجبلية في المناطق التي تكسوها كميات كافية من الثلوج، بالقيام بعدة رياضات شتوية كالتزلج على الثلج، والتزحلق على الجليد أو القيام بجولات على متن الدراجات الثلجية والقيام بتسلق الجبال الجليدية والثلجية.

حيث نجد أن سلسلة جبال الأوراس وبالخصوص منطقة "جبل مهمل" (2321م) وكذا "جبل الشيليا" (2328م)، تمنح لممارسي الرياضة الجبلية العديد من الفرص لممارسة مجموعة متنوعة من الأنشطة الرياضية والترفيهية في المناطق الجبلية مثل:

- جولات السير على الأقدام والجولات التوجيهية؛
- التسلق الحر والتسلق على الصخور؛

- التزحلق على المنحدرات والتزحلق الريفي.

فبالنسبة لرياضة التزحلق فإن فترة الشتاء التي تمتد من شهر ديسمبر إلى شهر أفريل، مما يعني تواجد الثلوج لأكثر من أربعة أشهر، فيمكن إنجاز مرافق وهياكل للاستقبال عند سفح الجبل، خاصة وأن هناك محطة موجودة فعلا والتي يمكن إعادة تهيئتها وتأهيلها من خلال بناء شاليهات ومصعد للتزحلق، كما يجب بالموازاة تشجيع إنشاء نوادي وجمعيات للرياضة الجبلية في المنطقة، وتنظيم دورات للرياضة الجبلية ذات طابع تروجي واستعراضي.

- تحديد عن طريق مراسيم بلدية أو وطنية الأماكن الخاصة بالتخيم والمسارات الخاصة بعبور الأفراد بعيدا عن مصادر المياه العذبة وعن المناطق الحساسة بيئيا كأماكن تكاثر الحيوانات والطيور خاصة النادرة منها؛

- مراقبة توافد الزوار والسواح إلى هذه المناطق من حيث الحجم وفق أوقات محددة، لأن التوافد المتزايد للمتجولين على نفس المناطق يؤدي تآكل الأراضي الذي يدمر الغطاء النباتي ويعرقل عملية تجديده، خاصة وأن فترة نمو النباتات في المناطق الجبلية تتميز بالقصر، كما أنه يزيد من عملية انضغاط الأتربة وتآكل الأراضي التي تضر هي الأخرى بالغطاء النباتي، مما يعرضها للتعرية والانجراف السريع؛

- يجب أن يتحلى السائح بمسؤولية حتى يكون لنشاطه أقل التأثير على البيئة، فعليه أن يتميز بالعقلانية في استهلاكه للموارد الطبيعية خاصة غير المتجددة منها، والاعتماد على مصادر نظيفة للطاقة واستعمال أجهزة لا تتميز باستهلاك كبير للطاقة؛

- أهمية الاعتماد قدر الإمكان على وسائل نقل غير مزودة بالمحركات (خيول، دواب، بغال...) أو الوسائل ثنائية العجلات (دراجات هوائية ونارية)، وتفادي الإكثار من الجولات التي تحتاج أو تعتمد على الوسائل الميكانيكية، على أن تكون الاستطاعة المحركة لهذه الوسائل تتلائم ولا تفوق

حاجيات الجولة، والاعتماد على وسائل النقل الجماعية والمرور عبر الممرات المختصرة بما يقلص المسافات المقطوعة؛

- أما عن السياح الولوعين بالرياضات القصوى فعليهم تجنب الأماكن الجيولوجية والأثرية، وأماكن تكاثر الحيوانات والطيور، والحرص على التغير المستمر للمواقع التي تتم فيها هذه الرياضات لتجنب الضغط الكثيف وما له من انعكاسات غير مرغوبة على التضاريس وعلى النباتات والحيوانات؛
- إن الاستخدام الكثيف والعدواني للزلاجات الثلجية ومركبات النقل وفي نفس المواقع يسرع من عملية ذوبان الثلوج، التي تغطي وتحمي الغطاء النباتي الموجود فيعيق ويؤخر عملية نموه، كما أنه يزيد من عملية انضغاط الأتربة وتآكل الأراضي؛
- هذا ومن جهة أخرى فإن بناء المحطات الثلجية وإنشاء المسارات والمنحدرات الاصطناعية يصاحبه إعادة تهيئة كلية لمساحات واسعة، والتي قد تشكل حواجز طبيعية للرياح العاتية وحماية من انهيار الأراضي والثلوج، وينجر عنه إحداث تغيرات في مجاري ومسالك المياه، والقضاء على الغطاء النباتي، مما يدفع الحيوانات الموجودة في تلك المواقع على الهجرة لندرة مصادر تغذيتها، والابتعاد عن الضجيج والمخاطر التي تشكلها تلك الأنشطة، فتفقد تلك المناطق هيئتها الطبيعية التي تمثل أساس جاذبيتها.
- إن السياحة الجبلية مرتبطة ارتباطا وثيقا بالقطاعات الأخرى التي تدعم الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في تلك المناطق: الزراعة، الحرف والصناعات التقليدية، التجارة، النقل، الخدمات العمومية...
- إن هذا النوع من السياحة يتم تنظيمه وممارسته محليا من طرف مؤسسات صغيرة محلية أو عائلية أو جمعيات مدنية، إلا أنه يجب أن يكون ضمن إطار برنامج جهوي أو وطني.

- إن هذا النوع من السياحة يستدعي استثمارات بتكاليف أعلى من تلك التي تكون في المناطق الساحلية والسهلية، مع ضمان حد أدنى من الخدمات العمومية (أسواق خضر وفواكه، عيادات طبية وصيدليات، بنوك ومكاتب بريد..الخ).
- إن بعد المناطق التي تستقبل المرافق والمشاريع السياحية في المناطق الجبلية عن المراكز الحضرية ومراكز النشاط، يستدعي تكاليف إضافية للتموين بمختلف السلع والمواد المستعملة من طرف السياح.

أما البحيرات والوديان فهي فرصة للاستجمام والترفيه في المياه العذبة كالرحلات النهرية، التجديف وركوب القوارب الشراعية، وصيد الأسماك النهرية، إلا أن هذه الأنشطة يجب أن تمارس دون المساس بمصادر المياه العذبة، والتي تمثل عنصرا حيويا في حفظ التوازن البيئي في هذه المناطق، فإلى جانب الضجيج الذي تصدره هذه الأنشطة والذي يمكن أن يكون مصدر إزعاج، فإن الاستعمال المكثف للقوارب سواء بالمحركات أو بالمجاذيف بهدف التنزه والترفيه أو التنقل والشحن، ينتج عنه تآكل وفقدان الغطاء النباتي الموجود على ضفاف النهر، كما أنه قد يسبب إتلاف الأشجار والتكوينات الصخرية والنباتات المائية التي تستخدم كمراسي، واحتمال إصابة وجرح الحيوانات والأسماك، هذا إلى جانب التلوث الذي قد تتعرض له المياه من تسرب الوقود والزيوت من محركات القوارب، إضافة إلى المواد الكيميائية المستعملة في تنظيف وصيانة المعدات والتي قد تصب في الأنهار والوديان التي قد تضر بالأسماك والحيوانات التي ترتبط حياتها بصلاحية مياه هذه البحيرات والأنهار.

من جهة أخرى فإن التوافد الكبير للسياح على أنشطة الصيد في المياه العذبة في المناطق الجبلية والتي قد تتم بطرق غير لائقة، وخارج فترات الصيد المرخصة، ودون الاستعلام ومعرفة أنواع الأسماك المهددة بالانقراض، قد يؤدي إلى اختفاء أو تراجع حجم الثروة السمكية التي تعد مصدر

غذاء للحيوانات ومصدر رزق للسكان المحليين، مما قد يخلق هذا كله نزاعات مع هؤلاء ويحول دون دعمهم لقيام مختلف الأنشطة السياحية.

ثانيا: السياحة الحموية

إن التنوع والثراء الذي يميز الإقليم من حيث وفرة المنابع الحموية ذات القدرة العلاجية للعديد من الأمراض، يمكن أن يجعل المنطقة قطبا سياحي هاما في مجال السياحة الحموية للعلاج والنقاهة والاستشفاء من الأمراض أو التقليل منها ومن آلامها وللبحث كذلك عن الراحة النفسية، والتي يمكن أن تحقق نجاحا كبيرا في تنمية السياحة الداخلية والخارجية على حد السواء نظرا للميزة التي تختص بها هذه المنابع، فحمام قرقور بولاية سطيف يتميز بمياهه المعدنية المشعة والغنية بالأملاح المعدنية والمصنف ثالثا على المستوى العالمي، وحسب مديرية السياحة لولاية سطيف فقد تم رصد غلاف مالي قدره 86 مليار سنتيم قصد إجراء عمليات تحديث للمركب المعدني والتي بدأت سنة 2015 .

إن هذه الأماكن وإن كانت ذات وجهة استشفائية بالدرجة الأولى والوفود إليها يندرج ضمن السياحة العلاجية، إلا أنها تعتبر مواقع جيدة للراحة والاستجمام والتمتع بالمناظر الجميلة المحيطة بها، مما يؤهل هذه المناطق لاستقبال السواح الراغبين في قضاء الإجازات والعطل والترفيه لاستعادة النشاط، خاصة وأنها تتوفر على مساحات وحدائق وتكوينات جيولوجية، كما أن أغلبها ينبع من مناطق جبلية وهي قريبة من مجاري الوديان التي لا تجف طوال العام أين يمكن ممارسة السباحة والصيد في البرك والأحواض المحاذية لها.

وقصد بعث هذا النوع من السياحة إلى المستوى المنشود يمكن تقديم التوصيات التالية:

- تزويد المناطق التي تحتضن هذه المنابع بوسائل الإقامة السياحية اللائقة مع تقديم كل الخدمات والتسهيلات المرافقة من فنادق ومنتجعات وقرى سياحية وشاليهاتBungalow، حيث أن هذه الأخيرة تعتبر الدعامة الرئيسية لأي تنمية سياحية، مع تهيئة الحدائق والساحات المجاورة لها؛

- تزويد المركبات الاستشفائية بجميع المرافق الضرورية لتلبية حاجيات السواح والزائرين في مجال العلاج من حمامات ومسابح ومعدات وأجهزة تقنية ضرورية، ناهيك عن اليد العاملة المؤهلة من أطلاء وتقنيين في التمريض والتدليك؛
- تثمين المنابع الحيوية من خلال المراقبة المستمرة للمياه بهدف معاينة استقرارها ونوعيتها، والإسراع في تصنيف المنابع التي يمكن أن تكون قابلة للاستغلال في المجال الحيوي؛
- قيام السلطات المختصة بمراقبة مستمرة لطرق استغلال المياه من حيث منشآت جذبها وتحويلها ووسائل نقلها، واحترام التشريعات والقوانين الخاصة بطرق استغلال واستعمال المياه الحموية؛
- تقديم إعانات مالية وعينية للمستغلين في مجال حماية البيئة، كاستخدام تجهيزات خاصة لتصفية المياه المستخدمة خاصة وأنها تكون محملة ببقايا المواد الكيماوية الموجودة في مواد التنظيف، لمنع صرفها في الطبيعة في شكلها الخام نظرا للأضرار التي يمكن أن تلحقها على التربة والمحيط؛
- تهيئة المدن والقرى التي تتواجد بها المراكز الحموية من حيث البنى التحتية والمرافق العامة وجعلها قادرة على امتصاص التدفق الزائد للزوار والسواح قصد التقليل من مصادر الانزعاج والاستياء لدى السكان المحليين الناتج عن الأثار الجانبية غير المرغوبة للأنشطة السياحية (ازدحام، ضجيج، آفات اجتماعية، قاذورات...)؛
- الاعتماد على المؤسسات المحلية في تزويد المؤسسات الحموية بالسلع والخدمات الوسيطية كالمواد الغذائية وخدمات النقل والصيانة، وكذا الاعتماد على اليد العاملة المحلية قدر الإمكان وذلك قصد جعل السكان المحليين يستفيدون بجزء من عوائد الأنشطة السياحية.

ثالثا: سياحة المدن والأعمال

تحظى منطقة الهضاب العليا الشرقية بنسيج صناعي معتبر من خلال المؤسسات الصناعية العمومية والخاصة المتواجدة ضمن مختلف المناطق الصناعية ومناطق النشاط بمختلف الولايات، منها ما تم توارثه خلال فترة السبعينات ومنها ما تم إنشاءه مع الحركية التي عرفها القطاع الصناعي الخاص خلال العقدين الأخيرين، ويتجلى ذلك من خلال ظهور عدة مؤسسات ومجمعات صناعية ذات بعد وطني ودولي، وقد عرفت هذه المناطق عمليات إعادة تهيئة في إطار البرامج الوطنية لإعادة بعث النشاط الصناعي على مرحلتين، حيث استفادت من أكثر من 1.948 مليار دينار في 2006 ومن 942 مليار سنة 2012، والجدول التالي يبين تكوين العقار الصناعي في هذه المنطقة[1].

الجدول رقم (42): توزيع العقار الصناعي في ولايات الهضاب العليا الشرقية

الولاية	المناطق الصناعية		مناطق النشاط	
	العدد	المساحة الكلية (هآ)	العدد	المساحة الكلية (هآ)
برج بوعريريج	2	530,0	13	124,5
سطيف	2	535,0	22	340,9
باتنة	4	524,0	7	142,6
أم البواقي	2	292,0	19	481,1
خنشلة	1	69,0	6	68,0
تبسة	2	208,0	11	86,0
المجموع	**13**	**2 158,0**	**78**	**1 243,1**

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من الموقع الالكتروني لشركة تسيير المناطق الصناعية للشرق www.sgpziest.com، 2017/05/01.

[1] الموقع الالكتروني لشركة تسيير المناطق الصناعية للشرق www.sgpziest.com، 2017/05/01.

فنجد مثلا في ولاية برج بوعريريج التي أصبح يطلق عليها لقب "عاصمة الالكترونيك" عدة مؤسسات والتي تملك بعدا وطنيا ودوليا على غرار مؤسسات Condor و Geant إلى جانب العديد من المؤسسات التي تنشط في الصناعات الغذائية، أما ولاية سطيف التي تملك ميزة في الصناعات البلاستيكية والكيميائية منذ سنوات السبعينات فقد شهدت هي الأخرى بروز عدة مؤسسات خاصة كمؤسسة Samsung، Iris و Cevital ناهيك عن المؤسسات التي تنشط في مجال الصناعات التحولية والغذائية، ناهيك عن مدينة العلمة التي أصبحت قطبا تجاريا وطنيا يقصده الزوار من مختلف أنحاء البلاد قصد اقتناء مختلف حاجياتهم بالجملة والتجزئة.

أما الولايات الأخرى فهي متوجهة أكثر نحو الصناعات الاستخراجية والمنجمية، فنجد مثلا في ولاية تبسة مؤسسة Ferphos بوحدتيها لإنتاج خام الحديد والفسفات بإنتاج سنوي يفوق 2,4 مليون طن، إلى جانب مصانع للإسمنت وعدة مؤسسات تنشط في نفس القطاع.

إن هذه الحركية التي يعرفها النشاط الصناعي بالمنطقة يمكن أن تكون مولدا حقيقيا لساحة الأعمال، من خلال انتقال رجال الأعمال المحليين والأجانب إلى المنطقة في إطار المشاركة في الاجتماعات والملتقيات، أو من خلال تنظيم المعارض والسواق لطرح المنتجات الجديدة، أو من خلال القيام بعمليات التكوين والتربصات، ناهيك عن السفريات التشجيعية أو السفريات المدرجة ضمن المهام التجارية والصناعية، حيث يمكن للزائر بعد الفراغ من أوقات العمل التجول في المدينة وزيارة مختلف المعالم التاريخية والثقافية ومعاينة المحلات والدكاكين واقتناء سلع ومنتجات تقليدية للذكرى.

ومن جانب آخر يمكن أن تكون ولايات الهضاب العليا الشرقية مسرحا للتجول في المدن وزيارة الأحياء العتيقة وزيارة مختلف المعالم التاريخية المتواجدة هناك من مساجد وبنايات قديمة ومتاحف، واقتناء التذكارات من منتجات تقليدية وحرفية، وكذا زيارة الأسواق حيث أصبحت مدينة

العلمة قطبا تجارية يقصده التجار والأفراد من جميع أنحاء الوطن، على أن يتم كذلك زيارة مختلف المعالم التاريخية والآثار القديمة خاصة وأن أغلب هذه المعالم موجودة بمراكز المدن الكبرى.

المبحث الثاني: سبل ترقية السياحة المستدامة بإقليم الهضاب العليا الوسطى

سوف نبحث من خلال هذا المبحث على الوقوف على سبل ترقية سياحة مستدامة بإقليم الهضاب العليا الوسطى الذي يجمع كل من ولاية المسيلة، الأغواط والجلفة، وذلك من خلال تقديم عام للخصائص الطبيعية والديموغرافية للإقليم وكذا مستوى الخدمات والمرافق العمومية به، ثم سنقوم بمسح سريع لأهم الموارد السياحية المتواجدة لنخلص إلى إعطاء أهم التوصيات لترقية السياحة المستدامة.

المطلب الأول: التعريف بإقليم الهضاب العليا الوسطى

سيخصص هذا المطلب لعرض تقديم شامل لإقليم الهضاب العليا الوسطى، حيث سنقف على الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري للولايات المكونة للإقليم، ثم سنعرج على أهم الخصائص الطبيعية من أشكال السطح والتضاريس والمناخ، كما سنقدم صورة عن الواقع الديموغرافي من حيث تطور حجم السكان وتوزيعهم بين المناطق الحضرية والريفية، لنخلص على واقع الخدمات والمرافق العامة.

أولا: الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري

تجمع الهضاب العليا الوسطى حسب مخطط التهيئة للفضاء والبرنامج الإقليمي لوزارة تهيئة الإقليم والبيئة الجزائرية ثلاث ولايات وهي : الجلفة، المسيلة والأغواط، وهي الولايات الوسطى المتواجدة بين سلسلة الأطلس التلي الذي يحد الولايات الشمالية وسلسلة جبال الأطلس الصحراوي الذي يسطر بداية الإقليم الصحراوي، حيث يحدها من الشمال كل من ولايات تيسمسيلت، المدية والبويرة، ويحدها من الجهة الجنوبية ولايتي ورقلة وغرداية، أما من الجهة الشرقية فتحدها الولايات

التي تنتمي إلى إقليم الهضاب العليا الشرقية المتمثلة في كل من ولايات برج بوعريريج، سطيف وباتنة بالإضافة إلى ولاية بسكرة، في حين يحدها من الجهة الغربية الولايات التي تنتمي إلى إقليم الهضاب العليا الغربية وهي كل من ولايتي البيض وتيارت، فهي تحتل مكانة استراتيجية في الوطن، حيث أنها تربط بين كل من الكتلة الشرقية والكتلة الغربية للهضاب العليا، وهي عبارة عن بوابة للصحراء الكبرى رغم أنها تبعد مدينة الجلفة مثلا عن العاصمة بأقل من 300 كم، والشكل الموالي يبين تموقع هذه الولايات.

الشكل رقم (63): الموقع الجغرافي لولايات إقليم الهضاب العليا الوسطى



المصدر: من إعداد الطالب

أما من الناحية الإدارية فإن إقليم الهضاب العليا الوسطى المتكون من الولايات الثلاث فهو يحتضن 37 دائرة و107 بلدية، ويتربع على مساحة تقدر بـ 75.483 كيلومتر مربع بما يعادل 3,17% من المساحة الإجمالية للجزائر.

الجدول رقم (43): التقسيم الإداري لولايات الهضاب العليا الوسطى

الولاية	عدد الدوائر	عدد البلديات	المساحة (كلم²)
المسيلة	15	47	18.175
الجلفة	12	36	32.256
الأغواط	10	24	25.052
المجموع	**37**	**107**	**75.483**

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا مونوغرافيا الولايات لدى منشورات الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار

ثانيا: الخصائص الطبيعية

يتميز إقليم الهضاب العليا الوسطى بتنوع كبير من حيث أشكال السطح والتضاريس من جبال وسهول وهضاب، مما استدعى وجود عدة مناطق مناخية وظهور عدة مناطق رطبة أضفت على الإقليم مميزات طبيعية خاصة.

1- أشكال السطح والتضاريس:

رغم أن إقليم الهضاب العليا الوسطى لا يضم إلا ثلاث ولاية إدارية، إلا أن شساعة مساحته مقارنة بإقليم الهضاب العليا الشرقية وامتداده في عمق القطر الوطني، فإننا نميز تنوعا ملحوظا في طبيعة الأسطح والتضاريس، وما يترتب عنها من أقاليم مناخية وخصائص طبيعية من حيث الغطاء النباتي، حيث ينقسم الإقليم حسب هذا المعيار إلى الأجزاء التالية:

- **منطقة جبال الحضنة:**

تتربع هذه السلسلة على مساحة تقارب 160 كيلومتر مربع وتغطي شمال ولاية المسيلة، يتراوح ارتفاعها عن سطح البحر من 1.081م إلى 1.871، وتتميز بانحدارات حادة (25%)، يتغلب على تربتها الحجر الكلسي والطين المتحجر، تتميز بنظام مائي هام يتدفق في سهل الحضنة مع تسجيل موارد جوفية جد محدودة، مما يغلب في المنطقة نشاط الفلاحة الحرجية والرعوية.

- **منطقة السهول:**

تتربع على مساحة تقارب 3.500 كيلومتر مربع وتغطي شرق ولاية المسيلة أين يقل الارتفاع عن 500 متر عن سطح البحر كسهل الحضنة شمال ولاية المسيلة وسهل عين وسارة شمال الجلفة، وتوجد بهذه المنطقة عدة مناطق رطبة مصنفة ضمن المناطق الرطبة Ramsar على غرار شط الحضنة بشمال ولاية المسيلة والذي يمتد إلى ولاية باتنة الذي يتربع على مساحة تقدر بـ 362.000 هكتار، وكذا منطقتي كل من الزهرير الشرقي بمساحة 50.985 هكتار والزهرير الغربي الذي تقدر مساحته بـ 52.500 هكتار بولاية الجلفة، وتتميز بنظام مائي سطحي هام ناتج من تعبئة التدفقات الآتية من جبال الحضنة، هذا إلى جانب توفر مخزون ملموس من المياه الجوفية، مما ساعد على وجود أنشطة فلاحية ذات طابع زراعي ورعوي، رغم الظروف الطبيعية القاسية وما يترتب عنها من انجراف للتربة، تدهور الغطاء النباتي، التصحر وتقلص المساحات المخصصة لزراعة الحبوب.

- **الهضاب العليا السهبية:**

وهي مساحات واسعة تتربع على مساحة تقدر بـ 16.300 كيلومتر مربع، تتميز بقساوة الظروف الطبيعية التي تتجلى آثارها على الموارد الطبيعية بها من انجراف للتربة، تدهور الغطاء النباتي السهبي، التصحر، تقلص أو انقراض المساحات الصالحة لزراعة المحاصيل، زحف الرمال... وتبقى الفلاحة الرعوية النشاط الغالب في المنطقة المعتمد على الموارد الطبيعية.

- **سلسلة جبال الأطلس الصحراوي:**

تغطي الجزء الأوسط من الإقليم على خط آفلو، الجلفة وعين الملح، تتربع على مساحة تقدر بـ 17.180 كيلومتر مربع، تتخللها بعض الوديان والمنخفضة، تتميز بالارتفاع النسبي عن سطح الأرض (من 1.100 متر إلى 1.600 متر) مع تسجيل منحدرات حادة يتراوح ميلها من 12,5%

إلى 25%، وهي شديدة التعرض للانجراف إلا أنها تتميز بتدفقات مائية تغذي المياه الجوفية للشط الغربي والشط الشرقي، لذلك تنتشر فيها الفلاحة الرعوية والحرجية.

- **المنطقة الصحراوية:**

تغطي أكثر من نصف إقليم الهضاب العليا الوسطى بمساحة تقدر بـ 38.867 كيلومتر مربع، وهي تغطي الجزء الجنوبي لولايتي الجلفة والأغواط، تتميز بطوبوغرافية مسطحة عموما وقلية الارتفاع عن سطح البحر (أقل من 400 متر)، يهيمن على خصائصها الصخرية تشكلات رملية مرفقة بترسبات طينية لا سيما في مناطق المنخفضات ومصبات الوديان، كما تتميز بتربة ذات طابع جيري وقيمة فلاحية مختلفة، أما نظامها المائي فهو محدود ومتأثر بالانسدادات الرملية، غير أنها تتمتع موارد مياه جوفية وفيرة إلا أنها عميقة وغير مقدرة بشكل جيد، (باستثناء مناطق شمال الأغواط، مسعد وحاسي الرمل)، وتحتل بها الصحراء مساحات شاسعة من الرمال، تتخللها طرق على طول الأودية.

2- الخصائص المناخية:

نظرا لتنوع أشكال السطح والتضاريس فإننا نميز عدة أقاليم مناخية، حيث يسود المناخ شبه الرطب شمال غرب الإقليم ناحية شط الحضنة بمستوى تساقط سنوي يفوق 480 ملم، في حين يسود المناخ القاري وشبه الجاف باقي المنطقة الشمالية، مع تسجيل مستوى تساقط شمال غرب ولاية الأغواط يتراوح بين 300 و400 ملم مع تساقط بعض الثلوج وتشكيل الصقيع شتاء، أنا الجزء الجنوبي فيسوده المناخ الجاف بالمسيلة والجلفة والمناخ الصحراوي بالهضاب المتواجدة جنوب الأغواط بمستوى تساقط يقل عن 200 ملم سنويا.

وهنا يجب الإشارة أن الجزء الجنوبي للإقليم معرض لهبوب رياح جنوبية حارة قادمة من عمق الصحراء محملة بالرمال كرياح السيروكو والتي تتراوح مدتها بين 20 و30 يوما سنويا.

3- المناطق الرطبة:

يحتضن إقليم الهضاب العليا الوسطى مساحات واسعة من المناطق الرطبة المصنفة ضمن اتفاقية Ramsar ، حيث نجد شط الحضنة الذي يمتد على مساحة 362.000 هكتار ضمن الإقليم الإداري لولايتي المسيلة وباتنة، والذي يعتبر مصب يستقبل فيه المياه المتدفقة من جبال الأطلس التلي شمالا والأطلس الصحراوي جنوبا، ويحتوي على العديد من الأحواض والمستنقعات ذات الماء الأجاج والمالح وينابيع ذات المياه العذبة، ويأوي العديد من أنواع الحيوانات المهددة بالانقراض لا سيما الغزلان وأنواع من البط والإوز، كما يحتوي على أنواع محلية من الأسماك.

كما يوجد بإقليم ولاية الجلفة موقعين مصنفين ضمن المناطق الرطبة غير المعهودة في منطقة البحر المتوسط نظرا لمساحاتها الواسعة وموقعها ضمن المناطق الجافة، ويتعلق الأمر بشط الزهرز الشرقي الذي يمتد على مساحة 50.985 هكتار وشط الزهرز الغربي الممتد على مساحة 52.200 هكتار، واللذان يستقبلان المياه المنحدرة من الجبال المجاورة بكل من الأطلس التلي والأطلس الصحراوي، ويلعبان دورا حيويا في إعادة تغذية المياه الجوفية والحماية من الفيضانات، كما يمثل موطنا لعدة أنواع من النباتات والشجيرات النادرة وبعض أنواع الحيوانات لا سيما البط وافوز (البط المخطط)، كما تستعمل الأراضي المحيطة به على نطاق واسع في الرعي خاصة وأن المنطقة معروفة بفصيلة الأغنام المحلية المسماة "أولاد جلال"[1].

ثالثا: الخصائص الديموغرافية

عرفت منطقة الهضاب العليا الوسطى نموا معتبرا في عدد السكان بفعل تحسن الظروف الاجتماعية والاقتصادية من جهة وبفعل النزوح الريفي من جهة أخرى، مما انعكس كذلك على توزيع هؤلاء السكان بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية، وسنقف فيما يأتي على تطور حجم السكان

[1] http://www.ramsar.org/fr/zone-humide/algerie, 14/05/2017.

في ولايات الإقليم وكذا تطور توزيعهم بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية خلال الفترة الممتدة من سنة 1977 وسنة 2008.

1- تطور حجم السكان:

لقد تضاعف حجم سكان الولايات المكونة لإقليم الهضاب العليا الوسطى خلال الفترة 1977-2008 بثلاث مرات تقريبا (2,8 مرة)، وبالموازاة مع ذلك فقد رافق هذا النمو زيادة في حصة سكان هذا الإقليم من حجم السكان الإجمالي للوطن، حيث انتقل من 5,3% سنة 1977 بما يعادل 897.676 نسمة إلى 7,4% سنة 2008 بما يعادل 253.378 نسمة، وتعود هذه الزيادة في نصيب المنطقة من حجم السكان إلى تسجيل معدل نمو سنوي متوسط للسكان بها يقدر بـ 3,41% الذي هو أعلى من معدل النمو السنوي المتوسط الوطني خلال نفس الفترة والمقدر بـ 2,28%، والجدول التالي يبيت نطور حجم السكان في الإقليم.

وما يجب الإشارة إليه كذلك هو تسجيل تزايد نصيب حجم سكان ولاية الجلفة من حجم سكان الإقليم الذي كان يمثل 37,0% في بداية الفترة بما يوافق 332.535 نسمة ليصل إلى 43.0% في نهاية الفترة بما يوافق 1.092.185 نسمة، في حين نجد بالمقابل تراجع نصيب ولاية المسيلة من 46,4% بـ 416.723 نسمة سنة 1977 إلى 39,0% بـ 990.591 نسمة سنة 2008، فيما أو ولاية الأغواط فقد عرف نصيبها من حجم سكان الإقليم تحسنا طفيف بانتقاله من 16,5% بما يعادل 148.418 نسمة إلى 17,9% بما يعادل 455.602 نسمة.

الجدول رقم (44): تطور حجم السكان في إقليم الهضاب العليا الوسطى خلال الفترة 1977-2008

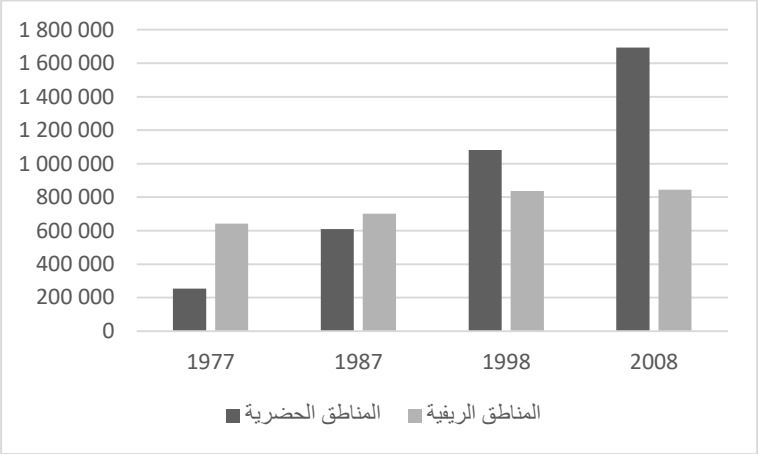
الولاية	1977	1987	1998	2008
المسيلة	416 723	604 493	805 519	990 591
الجلفة	332 535	494 494	797 706	1 092 185
الأغواط	148 418	212 388	317 125	455 602
إجمالي الهضاب العليا الوسطى	**897 676**	**1 311 375**	**1 920 350**	**2 538 378**
إجمالي الوطن	**16 948 000**	**23 038 942**	**29 100 863**	**34 080 030**

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات المتعلقة بالديموغرافيا www.ons.dz

2- توزيع السكان بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية:

في المقابل نلاحظ أن المناطق الحضرية تعرف ضغطا ديموغرافيا عاليا، حيث أننا نجد أن غالية السكان يتركزون بالمناطق الحضرية حيث بلغ نسبة هذه الفئة في سنة 2008 أكثر من 66,7% من إجمالي سكان المنطقة أي ما يعادل الثلثين، بعدما كانت لا تمثل هذه الفئة من السكان إلا 28,4%، أي أنها تضاعفت بـ 6,5 مرة خلال الفترة 1977-2008 بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 6,3%، في حين نسجل تراجع نصيب سكان الريف الذي قدر بالثلث في سنة 2008 بعد أن كان يفوق 71% في بداية الفترة، حيث أن معدل النمو المتوسط السنوي لهذه الفئة لم يتعدى 0,9% خلال الفترة، والشكل الموالي يبين تطور توزيع السكان بين الحضر والريف.

الشكل رقم (64): تطور توزيع السكان بين المناطق الحضرية والريفية في منطقة الهضاب العليا الوسطى خلال الفترة 1977-2008



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات المتعلقة بالديموغرافيا www.ons.dz

غير أن التدقيق في تطور توزيع السكان بين المناطق الحضرية والريفية حسب الولايات يشير إلى أنه وإن كانت كل ولايات الإقليم عرفت نفس السناريو إلا أنه بدرجات متفاوتة، حيث نلاحظ أن ولاية الجلفة التي تحظى بأعلى معدل للنمو السكاني تأتي في المرتبة الأولى من حيث تطور حجم سكان المناطق الحضرية الذي تضاعف بـ 7,8 مرة وبمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 6,9%، أي بمستويات أعلى من تلك المسجلة في إجمالي ولايات الإقليم، وانتقل نصيب سكان هذه الفئة في الولاية من 29,1% إلى ما يقارب 70% خلال الفترة.

وفي المقابل نجد أنه في ولاية الأغواط لم يتضاعف سكان المناطق الحضرية إلا بـ 5,4 مرة أي بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ 5,6%، أي بمستويات أقل من تلك المسجلة في إجمالي ولايات الإقليم، في حين أن ولاية المسيلة قد عرفت مستويات مقاربة لإجمالي الإقليم على أنه يجب التأكيد أن نسبة سكان الريف في هذه الولاية كانت تفوق ثلاثة أرباع في بداية الفترة لتستقر في نهايتها

بمستوى 37,6% في سنة 2008، والجدول التالي يبين تطور توزيع سكان الحضر والريف حسب الولايات.

الجدول رقم (45): تطور توزيع السكان بين المناطق الحضرية والريفية في منطقة الهضاب العليا الشرقية خلال الفترة 1977-2008

الولاية		1977	1987	1998	2008
المسيلة	المناطق الحضرية	99 263	231 300	413 717	618 338
	المناطق الريفية	317 460	373 393	391 802	372 252
	المجموع	**416 723**	**604 693**	**805 519**	**990 590**
الأغواط	المناطق الحضرية	58 506	112 094	171 913	314 248
	المناطق الريفية	89 912	100 294	145 212	141 353
	المجموع	**148 418**	**212 388**	**317 125**	**455 601**
الجلفة	المناطق الحضرية	96 815	265 843	496 919	760 920
	المناطق الريفية	235 720	228 651	300 787	331 265
	المجموع	**332 535**	**494 494**	**797 706**	**1 092 185**
إجمالي الهضاب العليا الوسطى	**المناطق الحضرية**	**254 584**	**609 237**	**1 082 549**	**1 693 506**
	المناطق الريفية	**643 092**	**702 338**	**837 801**	**844 870**
	المجموع	**897 676**	**1 311 575**	**1 920 350**	**2 538 376**

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات المتعلقة بالديموغرافيا .www.ons.dz

رابعا: الخدمات والمرافق العامة

تتميز ولايات إقليم الهضاب العليا الوسطى بمستويات مقبولة من الخدمات العمومية كالصحة، حيث يوجد بالمنطقة 19 مستشفى، منها مستشفى الأغواط المصنف كمستشفى جامعي، كما يوجد 119 عيادة متعددة الخدمات وما يوافق 342 قاعة علاج، هذا إلى جانب الخدمات البنكية وخدمات البريد والمواصلات، وخدمات الاتصال كالهاتف الثابت والهاتف النقال، كما أن غالبية ولايات المنطقة

مربوطة بشبكة الأنترنيت بما في ذلك شبكة الأنترنيت اللاسلكي ذات التدفق السريع أو هي في أطوار متقدمة من عملية الربط، ناهيك عن خدمات الأمن المدني والعسكري لوجود العديد من الثكنات ومدارس التكوين التابعة لهذه القطاعات، خاصة مع وجود منطقة حاسي الرمل أكبر حقل غازي في الجزائر.

1-شبكة النقل والمواصلات:

يحظى إقليم الهضاب العليا الوسطى بشبكة نقل برية معتبرة لا سيما المنطقة الشمالية منها، لا سيما أنها تمثل همزة وصل بين لنواحي المختلفة للبلد، فنجد الطريق الوطني رقم 1 الذي يمر عبر ولايتي الجلفة والأغواط والذي يربط شمال البلد بجنوبها، والطريق الوطني رقم 46 يربط الإقليم بالجنوب مع ولاية بسكرة والذي يقطع ولايتي المسيلة والجلفة، والطريق الوطني رقم 45 الذي يربط الإقليم بالجهة الشرقية من الهضاب العليا على مستوى ولاية برج بوعريريج، ونجد بالجهة المقابلة كل من الطريق الوطني رقم 23 والطريق الوطني رقم 47 اللذان يربطان الإقليم بالهضاب العليا الغربية مع ولاية تيارت وولاية البيض على الترتيب، ناهيك عن شبكة الطرق الولائية والبلدية التي تربط بين مختلف مدن وبلديات الإقليم، والجدول الموالي يبين طول شبكة الطرقات التي تتميز الإقليم.

ومن جانب آخر فإن إقليم الهضاب العليا الوسطى يتميز بشبكة نقل للسكك الحديدية جد متواضعة نظرا للموقع الاستراتيجي الذي تحتله الولايات المكونة له، حيث لا نجد إلا خط واحد لنقل المسافرين في الخدمة وهو ذلك الخط الرابط بين الجزائر العاصمة ومدينة المسيلة والذي يمر عبر ولاية برج بوعريريج التي تنتمي لإقليم الهضاب العليا الشرقية، رغم وجود خط يربط مدينة المسيلة مع مدينة قسنطينة على طول 260 كلم، على أنه سيتم إنشاء خط جديد يربط المسيلة بالمدينة الجديدة بوغزول بولاية المدية في الشمال على طول 120 كلم، مع التنبيه على وجود خط آخر للسكك

الحديدية يربط الجلفة بالبليدة غير أنه خارج الخدمة، والذي يمكن إعادة تأهيله لربط الإقليم بالشمال عبر هذا المسار.

الجدول رقم (46): حجم شبكة الطرقات في منطقة الهضاب العليا الوسطى

الولاية	طريق وطني	طريق ولائي	طريق بلدي
المسيلة	924	809	2 300
الجلفة	1 010	447	819
الأغواط	403	394	513
المجموع	2 337	1 650	3 632

المصدر: انطلاقا من الموقع الالكتروني لوزارة الأشغال العمومية والنقل www.mtp.gov.dz، 2017/05/12

وفي المقابل يوجد الإقليم مطارين داخليين في كل من الأغواط وبوسعادة بولاية المسيلة والذين يمكن أن يلعبا دورا محوريا في تنشيط السياحة في المنطقة من خلال الربط بين مدن الإقليم ومختلف مدن وولايات البلاد عبر رحلات داخلية.

2-الطاقة والمياه:

رغم وجود مخزون هام من المياه العذبة الجوفية في الأعماق الكبيرة، فإن الموارد المائية بإقليم الهضاب العليا الوسطى جد محدودة وصعبة الاستغلال، وذلك نظرا للمناخ والتساقط من جهة ولأشكال السطح والتضاريس التي تحدد مسارات الوديان ومساراتها من جهة أخرى، حيث كثيرا ما تتعرض هذه الأخيرة للانسداد وتراكم الأتربة مما يصعب عملية الاستغلال، خاصة مع ملوحة المياه السطحية المجمعة، كما أن المياه الجوفية الموجودة على مسافة قريبة من السطح غير صالحة للشرب لأنها مليئة بالملح، أما المياه الجوفية العميقة الأغوار من غير الممكن الوصول إليها، وهنا تسجل المنطقة عدة فيضانات والتي تسبب أضرارا وخيمة على حياة الفراد وممتلكاتهم، وذلك بفعل

تسجيل في كثير من الأحيان تهاطل شديد للأمطار وارتفاع سريع لمستويات المياه بسب عرقلة مسارات الوديان بالرمال والأتربة وضعف شبكة تصريف مياه الأمطار[1].

من جانب آخر نلاحظ أن المنطقة تتميز بمستويات معتبرة من التوصيل بشبكة المياه الصالحة للشرب من جهة وكذا التوصيل بشبكة التطهير الصحي لمياه الصرف، كما أننا نلاحظ تعميم الاتصال تقريبا بشبكة الكهرباء التي فاقت في غالبيته نسبة 91% ، أما شبكة غاز المدينة فنلاحظ رغم تحقيق نسبة معتبرة وجود نوع من التفاوت بين الولايات حيث نجد أن ولاية الأغواط تأتي في المرتبة الأولى بنسبة تقارب 94% في حين نجد أن هذه النسبة تعادل 88% فقط في ولاية المسيلة، في حين نجد في المقابل أن نسبة التوصيل بغاز المدينة تسجل تبان بين الولايات حيث نجد أن هذه النسبة لا تتعدى النصف بـ 47%، في حين أنها تقارب 80% في ولاية الأغواط وهي في حدود 72% في ولاية الجلفة، كما يبينه الجدول التالي.

الجدول رقم (47): مستويات الربط بشبكات المياه والطاقة والصرف الصحي بولايات الهضاب العليا الوسطى

الولاية	شبكة غاز المدينة	شبكة الكهرباء	شبكة المياه الشروب	شبكة التطهير الصحي
مسيلة	47%	91,05%	88%	75%
الجلفة	72%	94%	91%	90%
الأغواط	79%	96%	93,9%	96%

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا مونوغرافيا الولايات لدى منشورات الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار

[1] République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement, Schéma de l'Espace de Programmation Territoriale Des Hauts - Plateaux Centre, p 3.

المطلب الثاني: الموارد السياحية بإقليم الهضاب العليا الوسطى

يتميز إقليم الهضاب العليا الشرقية أساسا بموارد سياحية طبيعية متولدة من المساحة الشاسعة للإقليم وامتداده في عمق الجزائر وتنوع أقاليمه المناخية، هذا إلى جانب العديد من الموارد ذات الطابع التاريخي والثقافي من أحياء عتيقة التي تحتضن بنايات قديمة وقصور، كما يمتلك العديد من المنابع الحموية التي يمكن أن تصير مراكز للعلاج والراحة.

أولا: طاقة الإيواء

تتميز ولايات إقليم الهضاب العليا الوسطى بحضيرة فندقية جد متواضعة مقارنة بالطاقة السياحية الكامنة لهذه الولايات، فهي لا تحتوي إلا على 24 فندق بما يوافق 1.640 سرير، على أن عدد الفنادق المصنفة لا تمثل إلى الربع من العدد الإجمالي بستة (06) فنادق وبما يوافق 667 سرير، على أن هناك فندقين بولاية المسيلة وخمسة فنادق بولاية الأغواط هي في طور التصنيف.

الجدول رقم (48): الحضيرة الفندقية لولايات إقليم الهضاب العليا الوسطى في سنة 2016

الولاية	الفنادق المصنفة			الفنادق غير المصنفة		
	العدد	عدد الغرف	عدد الأسرة	العدد	عدد الغرف	عدد الأسرة
المسيلة	1	134	284	6	201	414
الجلفة	2	86	179	7	159	309
الأغواط	3	101	204	5	98	250
المجموع	**6**	**321**	**667**	**18**	**458**	**973**

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من وثائق مقدمة من طرف مديريات السياحة والصناعة التقليدية للولايات المعنية.

ثانيا: المواقع الطبيعية

يحتضن إقليم الهضاب العليا الوسطى على العديد من المواقع الطبيعية التي يمكن أن تكون مسرحا للأنشطة السياحية الخاصة بالاستكشاف والاستجمام، فنجد على مستوى ولاية المسيلة المحمية الطبيعية "المرقب" التي أنشئت سنة 1988 والتي تتسع لمساحة 12.500 هكتار المتميزة بتنوع الأنظمة البيئية المتمثلة في سهوب الحلفاء ذات النوعية المختلفة، وكذا التنوع والثراء في أنواع الحيوانات التي تسكنها، ففيها بإمكان السائح أن يشاهد غزال الجبال الذي يرتقي بالمحمية إلى مصاف المحميات الطبيعية العالمية، إذ أن هذا النوع من الغزال الوحيد على مستوى المغرب العربي ومهدد بالانقراض، كما تجوب المحمية أنواع حيوانية أخرى أهمها القنفذ الجزائري وقنفذ الصحراء وقط الصحراء والبجع المخطط، وهناك عدد هام من الطيور التي تم إحصاؤها بالمنطقة.

كما نجد في نفس الولاية الموقع الغابي "جبل مسعد" على مساحة تقارب 33.500 هكتار والذي يمنح طبيعة نادرة من خلال شكله الهندسي وعلوه الذي يتراوح بين 1200 م و1600 م وطبيعة مناخه، حيث أنه يحظى بغطاء نباتي وأشجار الصنوبر الحلبي قليل الكثافة، والذي تحيطه مساحات واسعة من السهوب المشكلة أساسا من الحلفاء والشيح الأبيض التي تنمو حصريا على ضفاف الوديان، حيث تمثل هذه النباتات القصيرة والخاصة بمنطقة السهوب أهمية قصوى من خلال منح التربة القدرة على التماسك وتحميها من الانجراف.

أما في ولاية الجلفة فنجد غابة سن الباء التي تعد أهم ثروة غابية للهضاب العليا على المستوى الوطني وتقع على بعد 05 كم غرب مدينة الجلفة وجبل سن الباء هو من أهم جبال أولاد نائل (ضمن سلسلة الأطلس الصحراوي)، كما أن وضعيتها الجغرافية ومساحتها المقدرة بـ 19.500 هكتار و أهميتها العلمية و البيئية وتضاريسها ومناخها الجزئي ، تعطي إمكانية إنشاء مجمع طبيعي يمكن من ممارسة الرياضة كما أن المساحة النباتية تمثل مكانا جميلا للظل ومكانا للترفيه والراحة

والاستجمام والتمتع بالهواء النقي، كما تسهم في المحافظة على التوازن الايكولوجي ومكافحة التصحر إضافة الى انتاج كمية معتبرة من الحطب، وهي مكان لسياحة التجوال والسياحة الرياضية، ونظرا للخصوصيات المذكورة فقد تم تحديدها واختبارها وإعلانها كمنطقة للتوسع السياحي بالمرسوم رقم 232/88 المؤرخ 1988/11/05 بمساحة 12,5 هكتار ذات ميزة مناخية.

كما يوجد في ولاية الجلفة جبل حجر الملح الذي يعد معلم جيوسياحي لكونه ثالث جبل ملح في العالم، يوجد ببلدية عين معبد ويبعد عن مدينة الجلفة بحوالي 30كم شمـالا و15كم عن هضبة الزهرز ويمثل حجر الملح إحدى المعالم الأكثر أهمية في ميدان الجيولوجيا فهو عبارة عن تركيبة من الملح الذي يظهر في وسط مكونات القارية الحجرية حيث يمثل في الميدان السياحي متعة للمشاهدة بألوانه المتغيرة من الأصفر إلى الأخضر والبنفسجي وأحيانا إلى الأحمر، مما يعطي خليطا متجانسا وجميلا أين تخرج عيون تشكل شطوطا بيضاء ويصنع سيلان الماء المتشعب زريبة رائعة من الملح، ليظهر من المشاهد الأكثر سحرا حين يحتضن ألوان الطيف حين تتلامس أشعة الشمس بلورات الصخور، وقد تدعم الموقع بعملية فتح المسالك لتسهيل الوصول إليه والتجول في أرجائه.

كما يمكن التمتع بسحر السياحة الصحراوية في قلب السهوب من خلال الكثبـان الرمليـة من جهة التي تتواجد على بعد 10كم جنوب حاسي بحبح من جهتي الطريق الوطني رقم 01، والتي تدعمت بعملية فتح المسالك لتسهيل العبور اليها، حيث تظهر على شكل حقل للكثبان الرملية و تمثل إحدى المعالم الأكثر أهمية، تبدو كأنها العرق الكبير والتجول فيها مريح كما أن الحمام الرملي يستهوي الكثير من الزوار، أو من خلال التجول في واحة النخيل بمسعد التي تعتبر أكبر تجمع سكاني بعد مدينة الجلفة تشتهر بحدائقها الخلابة ذات الثلاث طوابق: نخيل، مشمش، تين ورمان وغيرها من الخضر والفواكه، حيث تقع بمحاذاة وادي مسعد المتواجد بالوديان المغلقة بسلسلة الأطلس

الصحراوي التي تشكل حاجزا و الذي يحتوي على سلسلة من الجبال ذات علو متوسط نوعا ما مما يجعل مدينة مسعد منطقة عبور إلى الحافة المتواجدة في الجنوب منه.

كما تتواجد محمية الصيد ضمن تراب بلديتي عين معبد ودار الشيوخ التي تمتد على مساحة 31.886,25 هكتار، وتتضمن غابة طبيعية ومساحة لإعادة التشجير لها أهمية بالغة في حماية وتنمية الأصناف الحيوانية المحمية، ومتابعة وحماية حيوانات الصيد من خلال إقامة جرد للثروة الحيوانية للمحمية والبحث والتجربة على الحيوانات المفترسة، وتمكن زائرها من قضاء وقت ممتع ومريح والتعرف على حيوانات نادرة وتعد المكان الأمثل للسياحة البيئية.

أما منطقة عمورة التابعة لبلدية فيض البطمة 50 كلم شرق ولاية الجلفة فيمكن الاستمتاع بالمناظر الطبيعية الفاتنة في مجرى سريان الواد عبر السفوح والصخور الملساء ليشكل لوحة طبيعية غاية في الجمال، حيث يشكل مجرى سريان الماء شلالات مختلفة يصب بعضها في برك مائية مشكلة مسابح طبيعية بين الصخور والأشجار والطبيعة الخضراء، عبر طريق صعب نوعا ما فهو ضيق وبه منعرجات و منحدرات و لكن رغم ذلك يقصده الكثيرون خاصة في أيام الربيع، حيث تلقي هناك زائرين من مختلف أنحاء الوطن وحتى من الخارج، فهاته المنطقة المتواجدة ببلدية عمورة مؤهلة لتكون قطبا للسياحة الجبلية حيث يشترك الشلال ومجرى الوادي بمياهه الباردة العذبة والطبيعة الفاتنة والصخور الملساء الرائعة .

ثالثا: المنابع الحموية

يحتوي إقليم الهضاب العليا الوسطى على عدة منابع وحمامات معدنية يمكن أن تكون مراكز استشفائية تستقطب العديد من الزوار والسواح، فنجد في شمال شرق ولاية المسيلة وعلى بعد 29 كلم فقط عن مقر الولاية منبع حمام الضلعة وسط منطقة جبلية غنية بأشجار الغابات المتنوعة، والذي يتميز بمياهه الحارة والمستغل بطريقة تقليدية، والتي لها خاصية علاجية لأمراض الكبد والكلى

والأمراض الجلدية، مما يمنح الموقع ميزة سياحية ومعدنية خاصة ناهيك عن النشاطات المتعلقة بالصيد.

كما يوجد في نفس الولاية على بعد حوالي 10 كلم شمالا بناحية تسمى سد القصب نبع حمام بلعريبي الذي يمتزج ماءه بالكبريت ويمكن وصفه لمداواة أمراض المفاصل والأعصاب والأمراض الجلدية، ويمنح المكان إطارا للاستجمام والترفيه خاصة فيما يتعلق بسطحه المائي والاخضرار في وسط الصحراء.

وفي ولاية الجلفة التي تزخر هي الأخرى بعدة منابع وحمامات حيوية يمكن أن تجعل من المنطقة قطبا سياحيا في هذا المجال، حيث نجد المنبع الحموي لحمام المصران الذي يقع على علو يقدر ب 850م بالقرب الطريق الوطني رقم 01 وعلى بعد8 كلم جنوب مقر دائرة حاسي بحبح، حيث توصى مياهه الحارة (52 درجة مئوية) والمتدفقة بمعدل 7,2 لتر/ثانية في علاج عدة أمراض كأمراض داء المفاصل وأمراض الأعصاب والأمراض التنفسية وغيرها، كما نجد المنبع الحموي لحمام الشارف الذي يقع على بعد 7 كلم جنوب شرق مقر بلدية الشارف و على بعد 50 كلم من مقر الولاية، حيث ينبع حمام الشارف من علو1150 م بوادي حجينة ، والذي يمكن الوصول اليه عن طريق الوطني رقم 46 التي تربطها مباشرة بمقر الولاية، واعترفت التحليلات الفيزيائية والكيميائية لمياهه المتدفقة بقوة من بئرين عميقين بتخصصات في علاج أمراض داء المفاصل وأمراض الشرايين والضغط هذا إلى جانب الأمراض الجلدية والعصبية، كما أنه يمثل محطة جذب دائم السكان المعنيين مباشرة و كذا سكان البلديات المجاورة بل حتى بعض المناطق الاخرى خاصة في فصل الصيف يكون أقل حرارة في المنطقة

أما المنبع الحموي لحمام قطارة الذي يقع ببلدية قطارة التي تقع على بعد 170 كلم عن مقر ولاية الجلفة وعلى بعد 45 كلم من بلدية القرارة بولاية غرداية، ويمتد على مساحة 351.000 هكتار

وعلى علو 37 على سطح البحر، وتسمح الخصائص الفزيائية والكيمائية لمائه لعلاج داء المفاصل وأمراض الأعصاب والأمراض الجلدية والعديد من الأمراض الأخرى.

رابعا: المعالم المعمارية

من أهم المعالم المعمارية التاريخية في المنطقة نجد قلعة بني حماد التي تعتبر معلما أثريا مصنفا ضمن آثار الإنسانية من طرف منظمة اليونسكو الأممية، والتي تقع على بعد 35 كلم شمال شرق المسيلة ببلدية المعاضيد، حيث كانت عاصمة للدولة الحمادية التي تأسست سنة 1007 ميلادي من طرف حماد بن بلكين، وقد استغرق بناءها عدة سنوات وتتوفر على كل مستلزمات العاصمة من قصور وأسوار حجرية عالية بها أبواب خشبية شاهقة، غير أنه لم يبق من القلعة إلا المأذنة ذات 25 متر ارتفاع وبعض الآثار المتناثرة هنا وهناك والتي تشهد على الحضارة التي بهرت المعاصرين لقوة الحماديين، وقد تم إنشاء متحف سنة 1995 بموقع القلعة بغرض صيانة الأغراض المكتشفة، حيث يحتوي على مقتنيات فخارية وفوانيس وبعض قطع الأرضيات وتلابيس الجدران والشجار المنقوشة والجبس المصبوغ...

كما يوجد في مدينة بوسعادة المدينة القديمة أو القصر وهي قرية ذات طابع صحراوي تتصف طرقاتها بانحدارها من القصر لترتمي في المنظر الصخري التي بنيت عليه البلدة، والتي تمنحها منازلها القديمة نظرة غريبة نوعا ما خصوصا تلك التي تم تزيينها بالسيراميك، وقد أهلها موقعها الجغرافي أن تكون عاصمة تجارية صغيرة تنظم فيها المبادلات الخاصة بالمنطقة وأهالي القرى المجاورة والبدو الرحل الذين يأتون لبيع سلعهم، وقد كانت بوسعادة أحد أول أكبر المراكز السياحية الجزائرية حيث يأتيها السياح والكتاب بحثا عن الإلهام، وكانت مسرحا لتصوير العديد من الأفلام.

أما في ولاية الأغواط فإن دراسة الزوايا والأحياء والقصور القديمة والعريقة تكشف على ما تزخر به من تراث وحقائق تاريخية تشهد على التاريخ المجيد للمنطقة، ومن بين القصور القديمة التي

تحمل رموز متأصلة كما تتواجد بالأغواط القصور التي تضاهي تلك القصور الملكية كقصر كوردان الثري الذي يعتبر من بين المعالم و التحف الأثرية بالولاية لكونه يجمع بين الحضارة والمعاصرة، ويقع بالعاصمة الدينية ومهد الزاوية التيجانية عين ماضي بحوالي 15 كلم، وقد بني قصر كوردان ما بين 1871 و 1880 وتعود ملكية القصر الى الشيخ سيدي أحمد عمار التجاني، أحد أحفاد سيدي أحمد التيجاني مؤسس الطريقة التجانية، ويتميز بطراز معماري فريد من نوعه خليط بين الطراز الأوربي و الصحراوي الإسلامي ، تبلغ مساحة القصر بـ 06 هكتار، به أرض فلاحية وأشجار، وقد استعملت عدة مواد في بناءه كالحجر ، الأجور ، قوالب الطوب ، الجير ، الرخام ، وبه بعض العناصر الزخرفية، وقد كان القصر مجهز بأحدث التجهيزات إلى وقت قريب إلا أنها تعرضت للنهب.

كما نجد كذلك في ولاية الأغواط قصر تاويالة الذي ترجع نشأته حسب طراز بناءه إلى القرن 17 م على يد أحد أحفاد سيدي الشيخ المدعو الشيخ بن الدين، ويعتبر من أهم القصور بجبل لعمور حيث يتربع على مساحة تقدر بـ 1.850 هكتار به حوالي 84 منزل وبساتين محصنة بسور من الحجارة بعلو 08 أمتار، وتوجد بالزاويتين أبراج مراقبة يتخلل السور ثلاث أبواب يتربع نسيج القصر على أزقة ضيقة و سقيفات وسباطات ومن ساحتين، وقد استعمل في بناءه مواد تعكس التكوين الجيولوجي للمنطقة، والتي تدل على ميزة الرطوبة بالمنطقة كجذور الأشجار كالصفصاف و النخيل و نبات الرمث للتسقيف، ورغم حالته المهجورة إلا أنه بقي كتراث حضاري للمنطقة و كمعلم سياحي ينشد حضارة ترعرعت بالقصر عبر السنين .

ويوجد في العديد من مدن ولاية الأغواط العديد من المعالم المعمارية من بقايا قصور بربرية على غرار تلك الموجودة في بلدية وادي مزي وبلدية تاجمونت، كما يمكن التجول في مدينة الأغواط عبر حيها القديم المعروف باسم زقاق الحجاج الذي يمتاز بنسيج عمراني تتفرع عنه شبكة أزقة وممرات

تتميز بضيقها والتوائها استجابة لعوامل مناخية، كالبحث عن الظل في ضيق الأزقة و تفادي الرياح والزوابع الرملية، أما المنازل متراصة متداخلة في بعضها البعض، ويحتوي على العديد من المعالم كالمسجد العتيق الذي يعتبر أقدم معلم مزال باقيا بمدينة الاغواط على الإطلاق، يعود بنائه حسب الروايات الشفوية المتداولة إلى تأسيس المدينة أي إلى القرن الخامس هجري، الحادي عشر للميلاد، ولكن وحسب عمارة وتخطيط المسجد وشكله الهندسي الذي يضعه ضمن مجموعة المساجد المغربية المشيدة في القرنين التاسع و العاشر ميلادي، يحظى المسجد باهتمام كبير من طرف سكان المدينة بصفته الجامع الذي تردد إليه الكثير من العلام مثل سيدي الحاج عيسى والرحالة الناصري ومؤسس الطريقة التيجانية سيدي احمد التجاني، و الشيخ مبارك الميلي، و مدرسته القرآنية التي تخرج منها العديد من الأئمة .

كما يوجد بالمحاذاة من الحي القديم معلم تاريخي آخر يعرف باسم البرج الغربي أو قلعة بوسكارين «Fort Bouscarem» نسبة لاسم الجنرال الفرنسي الذي لقي حتفه في مقاومة مدينة الأغواط إبان الدخول الفرنسي للأغواط في 04 ديسمبر 1852، والذي كان من أحصن القلاع وأحسنها موقعا، وبعد احتلال الأغواط كان البرج الغربي ضحية المستعمر الفرنسي الذي هدمه ضمن معالم أخرى وبني على أنقاضه البرج الحالي وذلك سنة 1857 كما هو منحوت على صفيحة حجرية بمدخل القلعة.

وفي الحدود الجنوبية الغربية من القصر العتيق زقاق الحجاج الذي كان محورا رئيسيا للمدينة القديمة في عهد الاحتلال يوجد الكنيسة القديمة القديس "هيلاريون"، وهي كنسية الآباء البيض ويعرفها سكان المدينة بالجامع النصارى والتي تم تشييدها في جوان 1899، وأقيم فيها أول قديس عام 1900 وبقيت تقام فيها الشعائر المسيحية حتى الاستقلال، وتتميز بالطراز المعماري البيزنطي الأندلسي

وتمثل المنشاة 1/15 من حجم الكنيسة القديمة " صوفيا " بتركيا، وقد تعاقبت على الكنيسة القديمة عدة مصالح إدارية فهي اليوم كمتحف بلدي لولاية الاغواط.

ومن جانب آخر فإن ولاية الجلفة لا تفتقر للمعالم المعمارية التاريخية المحافظة على جوهرها تحكي حقبا قريبة من الزمن بقلب مدينة الجلفة منها "دار البارود" والتي يعود بناؤها إلى عهد الأتراك، غير أن الاستعمار الفرنسي أعاد تشييده ليصبح مركزا عسكريا ومخزنا للأسلحة والذخيرة، كما يوجد والولاية على عدة مواقع جنائزية كذلك الواقع بكاف الدشرة المعروف ببنيان الجهلاء على بعد 07 كم شمال غرب عاصمة الولاية، والذي اكتشف سنة 1884 من طرف فرقة عسكرية تابعة للجيش العسكري عن طريق الصدفة ، وكذا موقع المعالم الجنائزية بعين لوكاريف المعروف ببنيان الجهلاء على بعد 09 كم شمال غرب عاصمة الولاية، والذي اكتشف سنة 1884 كذلك من طرف فرقة عسكرية .على مساحة تقدر ب : 60000 متر مربع موجه نحو الطاحونة العسكرية القديمة ويحتوى على 22 معلم جنائزي، وإضافة للمواقع المصنفة تمتلك المنطقة ابنية عديدة لعصور غابرة في التاريخ كالأطلال الرومانية بمسعد حيث توجد قلعة القائد الروماني ديميدي وقرى بربرية بزكار وعمورة و الحارة بعين الابل والساعة الرومانية بعمورة.

خامسا: المعالم الأثرية والأركيولوجية

تحتوي منطقة الهضاب العليا الوسطى على العديد من الآثار والبقايا الشاهدة على امتداد المنطقة العميق في التاريخ، من خلال الحفريات والرسومات الصخرية والآثار الرومانية وبقايا بعض قنوات المياه والصهاريج وآثار السدود القديمة، حيث عرفت المنطقة مرور العديد من الحضارات على غرار النوميديين والرومان والوندال.

حيث نجد في ولاية المسيلة وجبال ولاد نايل بقايا ونقوش ومواقع صخرية تشهد على أن الإنسان قد سكن المنطقة منذ عصور بعيدة، منها نقوش محطة الخليل أو العرايس التي تقع على

بعد 15 كلم غرب مدينة بن سرور وتتربع على قمة صخرتين مفتتتين جزئيا، تمثل نقوشا لرجل يتصدى لهجمة أسد، ونقوش أخرى لحيوانات أخرى (نقش لأسد آخر، بقرة، نمور، حصان صغير وغزال)، وغير بعيد من هذا الموقع يوجد بمنطقة واد الشعير وعلى مساحة تتراوح من ثلاثة إلى ستة هكتارات صخور عملاقة تبدو وكأنها مدينة مدفونة، أين يمكن ملاحظة مجموعة من النقوش الصخرية وبعض الإشارات، حيث يمكن التعرف على شكل أسد وعصفور ومجموعة حيوانات تبدو كلها في شكل قاعة محاضرات تنتمي للعهد القديم، كما تم العثور بنفس المكان على فسيفساء يعود تاريخها للقرن الثالث أنجزه فنانون رومانيون يمثل منظر صيد للخنازير تتراوح أبعاده بين ستة أمتار طولا و4,4 متر عرضا وقد دمر جزئيا.

كما يوجد بولاية الأغواط عدة مواقع للنقوش الصخرية والآثار القديمة، حيث تحتوي بلدية الغيشة على محطات للرسومات الصخرية التي ترجع إلى ما قبل التاريخ ومن أشهرها محطة عين سفيسيفة، وقد تم تصنيفها كمعلم بموجب المرسوم رقم 1913/03/06، أما المحطات الأخري فتتواجد في كل من: الحمارة ،حزقة الترك وجرة الناقة، كما تعد بلدية سيدي مخلوف من أكثر البلديات شهرة بالولاية بسب موقعها شمال الولاية ، وكذا بسب تواجد المحطة التاريخية التي تحوي رسومات صخرية ترجع لحقب متفاوتة من عصور ما قبل التاريخ وتمتاز بكثافة رسوماتها وتوجد تحديدا بمطقة الحصباية، إضافة إلى المناطق الأخرى كالرمايلية والراكوسة وواد الزليج ومرحمة ومنطقة بخداش التي تحوي مناظر طبيعية نادرة، كما يوجد بالولاية الفوهة النيزكية " مادنة " التي تكونت قبل ثلاثة ملايين سنة يبلغ قطرها 1750 متر ، وعمقها يفوق الـ200 متر ، بقي في عمقها الآن 67 متر بعد إن امتلأت برواسب ترابية، وهي رابع أقدم فوهة في العالم بعد فوهة روتريم بناميبيا التي يفوق عمرها خمسة ملايين سنة ، وفوهة الجيجتيجين بروسيا بعمر 3.5 مليون سنة و فوهة أولون الموريتانية

بعمر 3.1 مليون سنة، وتقع الفوهة على بعد 50 كلم جنوب شرق بلدية حاسي الدلاعة ولاية الأغواط والتي تعد كموقع اثري علمي يتوافد عليها السواح والطلبة لإجراء دراسات ميدانية .

كما تزخر ولاية الجلفة بالعديد من المواقع الاثرية والتاريخية تتسم بالتنوع حيث يوجد 37 موقع للرسم الصخري من بينها ستة مصنفة كتراث وطني من قبل وزارة الثقافة. وتعرض هذه المواقع لوحات فنية للإنسان والحيوانات المختلفة التي عاشت في فترة ما قبل التاريخ، فنجد موقع زكار الذي يقع جنوب شرق مقر الولاية على بعد 33 كم وجنوب شرق بلدية زكار على بعد حوالي 02 كم المعروف بتسمية "دير الدقاورين" المكتشف سنة 1907 والذي يضم مخبأ صخري يعرض لوحة فنية رائعة لمشهد صيد، وجدارية وحيد القرن بالمنظور الجانبي وجدارية المرأة، وكذا موقع عين الناقة الذي يقع جنوب شرق مقر الولاية على بعد 33كم المكتشف سنة 1965 والمكون من 05 جداريات منها زوجا الجاموس العتيق والعاشقان الخجولان، أما موقع سيدي بوبكر فيقع جنوب غرب مقر الولاية على بعد 38 كم شمال غرب بلدية عين الابل على بعد حولي 18 كم المعروف بتسمية المزار المكتشف سنة 1956 من طرف وهو عبارة عن جدارية صخرية كبيرة على شكل فطر تحمل نقوش صخرية على واجهاتها الأربعة، في حين أن موقع خنق الهلال الذي يقع جنوب غرب مقر الولاية على بعد 38كم شمال غرب بلدية عين الابل، المعروف بتسمية خنيق قيلان المكتشف سنة 1966 فهو عبارة عن جدارية صخرية عمودية كبيرة تحمل نقوش لمجموعة من الحيوانات منها الجاموس العتيق ، حمل ذا قرص مستديرة يحمل عقدا على رقبته ، أسد كبير الحجم وفيل.

سادسا: التراث الثقافي والشعبي

ناهيك عن المعالم المذكورة سابقا، فإن منطقة الهضاب العليا الوسطى تزخر بتراث ثقافي وحضاري من متاحف، فإلى جانب متحف المجاهد الموجود على مستوى كل ولاية الذي يشهد للتاريخ الثوري للمنطقة، فإنه يوجد عدة متاحف خاصة ومميزة كالمتحف الوطني نصر ديني ببوسعادة الذي

تم إنشاؤه بمنشور سنة 1993 تخليدا لذكرى وأعمال الفنان التشكيلي نصر الدين ديني، ويحتوي على معروضات ولوحات زيتية للفنان ديني وأخرى لفنانين آخرين كلوحة "داخل بوسعادة لإدوارد فيرشافيلت وأخرى للرسام محمد إسياخم ولوحات أخرى، كما يوجد بمقر ولاية المسيلة متحف الحضنة الذي أنشئ سنة 1993 حتى يتسنى الحفاظ على مختلف الموارد الأثرية للمنطقة، ويحتوي على مجموعة هامة من الآثار والبقايا التي تم اكتشافها بالمنطقة من بقايا حيوانات، وبقايا معمارية وأواني قديمة وقطع نقدية أثاث وبعض الأسلحة النارية والأسلحة البيضاء.

كما تشتهر المنطقة بتراثها الثقافي الذي يتجلى في الحرف والصناعات التقليدية الذي يعكس ثقافة السكان المحليين وقدراتهم الإبداعية في صناعة الأغراض التي يحتاجونها في حياتهم اليومية وذلك باستعمال المواد والموارد المحلية المتاحة مثل الصوف وشعر الإبل والجلد ولعل من أهم الحرف المنتشرة بالمنطقة نذكر:

- صناعة النسيج: الزرابي، القشابية، البرنوس، تاملقوط.
- صناعة الجلود: صناعة الأحذية التقليدية، صنادل الصيف، محازم السروج.
- صناعة الخشب: صناعة الأدوات الخشبية منها المهراس، الغربال، أدوات النسيج.
- الموس البوسعادي.
- صناعة الفضة: مجوهرات فضية بكل أنواعها، المقاييس، الخلخال والخواتم.
- صناعة الفخار: صناعة أواني المطبخ مثل القصعة، طاجين، القلة.

ومن جانب آخر يتميز المطبخ في تلك المنطقة بالثراء والتنوع، معتمدا في ذلك على المواد المحلية ذات النوعية الراقية، فلحم الخروف المعروف عالميا والمربى على الطريقة التقليدية وفي المساحات الشاسعة لنبات الشيح والحلفاء وغيرها، والذي يندمج في الكثير من الأطباق التقليدية

كالكسكس والشخشوخة والزفيطي والمردود، خاصة إدا كانت عملية الطهي تتم في أفران تقليدية وفي أواني من الطين أو الفخار، وباستعمال مختلف التوابل والبهارات المحلية.

المطلب الثالث: آفاق التنمية السياحية المستدامة في إقليم الهضاب العليا الوسطى

بالنظر للموارد السياحية الهامة وتنوعها المتواجدة في إقليم الهضاب العليا الوسطى يمكن النظر في إرساء وتطوير العديد من الأنشطة السياحية المستدامة، والتي سنعرض أهمها فيما يلي.

أولا: السياحة الثقافية

يمكن لإقليم الهضاب العليا الوسطى من خلال مختلف المواقع السياحية ذات الطابع التاريخي والثقافي المتواجدة به أن يكون مسرحا نشيطا للسياحة في هذا المجال، من خلال جذب السياح الذين لديهم الرغبة في التعرف على ثقافات الحضارات القديمة التي سادت في المنطقة، وكذا زيارة المناطق الأثرية بهدف إشباع رغبة المعرفة والمتعة الذهنية، وزيادة معلوماتهم الحضارية والتمتع بما هو متاح من التراث المحلي، بالإضافة إلى معايشة الشعوب المختلفة بعاداتها وتقاليدها وفنونها وقيمها، حيث يمكن لهذا النوع من السياحية – بشرط توفر إرادة سياسية حقيقية– بتثمين هذه المعالم وإبراز مكانتها الثقافية والتاريخية، وذلك من خلال اعتماد برامج خاصة ذات طابع وطني نظرا لحجم الموارد المالية الضرورية لها لتغطية عمليات إعادة الاعتبار من ترميم وإعادة التأهيل ولتهيئة الممرات والطرقات في الأحياء العتيقة بصورة تضفي عليها عنصر الجاذبية، حيث أن كثير من هذه المعالم أصابها الإهمال رغم ما تملكه من دلالات تاريخية وسياحية بالغة الأهمية.

وفي هذا الصدد يجب التنبيه إلى دور الجمعيات وكذا مؤسسات المجتمع المدني المحلية التي هي أدرى من غيرها بمعاناة السكان وظروفهم، وأصدق تعبيرا عن انشغالاتهم وهمومهم، وأعرف بإمكاناتهم وقدراتهم، لإثبات مشاركة السكان المحليين من خلال هذه التنظيمات وكذا السعي أكثر

فأكثر لفرض وجودهم في عملية التنمية السياحية، وذلك من خلال الاقتراب من السلطات المركزية لإبراز المكانة الثقافية والتاريخية والسياحية لهذه المعالم، على أن يكون هذا التوجه مرفقا بالإرادة القوية والإقناع ويقدم اقتراحات عملية وبناءة قابلة للتحقيق من شانها خلق حركية سياحية مستدامة بتلك المناطق ، والعمل على الإشهار والتعريف بالطاقة السياحية الموجودة واعتماد التكنولوجيات الحديثة في الإعلام والاتصال في ذلك، وكذا القيام بحملات توعوية لصالح السكان المحليين للدعوة للاعتزاز بالميزات الثقافية المحلية وبالهوية والشخصية المحلية ومن ثم العمل على تثمين والمحافظة وصيانة للتراث الطبيعي، الثقافي والمعنوي المحلي وللحرف وللصناعات التقليدية بما يعزز روح الانتماء للسكان المحليين ويساهم في توليد عوائد مالية لصالح هؤلاء.

وهنا يمكن أن يتم ترميم البنايات القديمة والمعالم العتيقة عبر تحويلها إلى منشآت سياحية ذات صفة وتوجه سياحي جديد، كتحويل بعض المنازل والديار القديمة إلى مقاهي أو مطاعم شعبية، مع الحفاظ على الطابع التقليدي والتاريخي الأصيل لهذه المعالم، مما يسمح للسائح أو الزائر بالتمتع بخدمة سياحية حديثة في محيط محلي عريق، وهنا يجب أن نؤكد من وجوب الحفاظ الكامل للصفات والخصائص التاريخية والثقافية لهذه المعالم، والسهر على اختيار النشاط السياحي المناسب لطبيعة هذه المعالم.

ثانيا: السياحة الدينية

يضم إقليم الهضاب العليا الوسطى العديد من المعالم الدينية التي تسنح للزائر أن يتفاعل معها بمشاعر روحانية قصد تنقية النفس البشرية وتجديد الإيمان وطلب المغفرة، فإلى جانب المساجد العتيقة والتي تزخر بهندسة معمارية جذابة تعكس العمق التاريخي لهذه المعالم في الحضارة العربية الأندلسية على غرار المسجد العتيق بالأغواط ومسجد الشيخ أبو الجملين ببوسعادة، فإن المنطقة تحتوي كدلك على العديد من الزوايا والمدارس القرآنية، حيث نجد في ولاية المسيلة زاوية الهامل

التابعة للطريقة الرحمانية والتي تبعد بـ 12 كلم جنوب مدينة بوسعادة، أسساها الشيخ محمد بن أبي القاسم الهاملي سنة 1848، وتضم متحفا لآثار تاريخية من أسلحة حقيقية تعود لفترة الأمير عبد القادر والشيخ المقراني، وكذا مكتبة مهمة تشمل أكثر من ألف مخطوط قديم وتغطي مختلف أبواب العلم والمعرفة، ولهذه الزاوية إشعاع على المستوى الوطني، والجهوي وحتى الإفريقي، حيث أنها تكون طلبة قادمين من مختلف جهات الوطن وكذا من الدول المغاربية والإفريقية مثل موريتانيا، مالي والنيجر، كما تعد مقصد العديد من الشخصيات التاريخية والدينية، وكذا الباحثين الجزائريين والأجانب.

وفي نفس الصدد فإن الزاوية التيجانية بعين ماضي بولاية الأغواط التي هي مقر الخليفة العام للطريقة تمثل قطبا صوفيا في الجزائر والدول المغاربية والإسلامية، ويمكن أن تكون نموذجا مثاليا لإنجاح السياحة الدينية من خلال انتشارها الواسع عبر شتى الأصقاع وكثرة مريديها، حيث أنها تستقبل الملايين من الزوار والمتبركين وتتميز بنشاط ديني وتعليمي مكثف مما مكنها أن تحتل مكانة بارزة في المجالات الدينية والإجتماعية، حيث أن الطريقة التيجانية لها انتشار مهم أيضًا بالسودان ومصر، وجملة من بلدان جنوب الصحراء؛ كالسنغال ونيجيريا، وتشير المعلومات إلى أن عدد أتباع الطريقة التيجانية في العالم يفوق 400 مليون شخص، وتتوفر هذه الزاوية على مدرسة لتحفيظ القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة وعلوم الفقه والدين لأبناء المنطقة وللطلبة الوافدين إليها من الزائرين والمتبركين من داخل الوطن وخارجه، كما تعكف الزاوية على تنظيم ملتقيات دولية بشكل دوري تتعلق بالتصوف والدعوة، وقد ولدت هذه الطريقة علاقة روحية وطيدة لزوارها ومريديها مع الجزائر حيث يعمل البعد الروحي للتيجانية رافدا لمكانة الجزائر الدولية كأصل الطريقة وموطن مؤسسها.

وفي هذا الإطار فإن تنمية السياحة الدينية وترقيتها وإحياء المواقع والمعالم الدينية والأماكن الروحية والمزارات والتعريف بها، على غرار المساجد الأثرية والزوايا والأضرحة، يستلزم تهيئة

فضاءات استقبال زوار المواقع والمعالم الدينية والتمكين من خدمات نوعية، بالإضافة إلى تكوين الموارد البشرية في مجال السياحة الدينية والصناعات التقليدية، مع تشجيع الاستثمار الوقفي في المجال السياحي والصناعة التقليدية.

ثالثا: السياحة الترفيهية والسياحة البيئية

إن المواقع الطبيعية المتواجدة بإقليم الهضاب العليا الوسطى يمكن في حالة استغلالها بالشكل الملائم أن تجعل من المنطقة قطبا سياحيا هاما في مجال سياحة الاستجمام والسياحة البيئية، حيث أن مختلف المواقع الجبلية والغابية تمنح للزائر وللسائح الراحة والاطمئنان مع التمتع بالهواء النقي وبالمناظر الطبيعية الخلابة التي تتميز بالتنوع كالسهوب والواحات والغابات، والتي تتخللها مجاري الوديان والبرك المائية، وهنا يجب التأكيد على ضرورة قيام السلطات العمومية لا على سبيل الحصر بالإجراءات التالية:

- تخصيص الأماكن المخصصة للتنزه من خلال تهيئة المساحات والممرات وأماكن ركن السيارات، وكذا تعبيد الطرقات ورسم المسالك، وبناء الجسور وفتح الممرات ووضع الحواجز، مع وضع الإشارات الإعلامية ولافتات الأمن والحماية، ورسم خرائط للمسالك والمسارات السياحية وجعلها في متناول السواح؛
- مراقبة العبور إلى المساحات الخاصة والمناطق الحساسة (المحميات) أو الهشة للحفاظ على الثروة الغابية والنباتية والحيوانية الموجودة، والحد من الضغط الذي قد يمارسه العدد المتزايد للسواح على الموارد السياحية كانجراف وتآكل الأراضي حتى يكون للنشاط السياحي أدنى أثر على المحيط والبيئة؛

- حماية الثروة الحيوانية ومراقبة عملية الصيد غير المشروع من خلال تنظيم عمليات الصيد وفتحها في أوقات خاصة (خارج أوقات التكاثر والنمو) وفي إطار ضيق (رخص الصيد)، مع التأكيد على التنسيق الكامل مع محافظة الغابات وجمعيات الصيادين؛
- تشجيع الوكالات السياحية والجمعيات المحلية على تنظيم جولات سياحية ضمن المواقع الطبيعية، وكذا نشاطات مرافقة (دورات رياضية، ركوب الخيل، جولات المشي على الأقدام...) بهدف الترويج لهذا النوع من السياحة وتشجيعها؛
- على المجتمعات المحلية عموما (جمعيات، نوادي...) المساهمة بفعالية في ترقية مناطقهم وضمان الظروف الحسنة للاستقبال (مرافق وخدمات، ممارسات سياحية بيئية...)، وكذا نشر الثقافة السياحية لدى السكان المحليين من خلال تنظيم المعارض والأيام التحسيسية لتهيئتهم لاستقبال للاحتكاك مع السياح وما ينجر عن ذلك من تغيرات في نظام حياتهم اليومي.

المبحث الثالث: سبل ترقية السياحة المستدامة بإقليم الهضاب العليا الغربية

سيخصص هذا المبحث إلى الوقوف على الإمكانيات السياحية لولايات إقليم الهضاب العليا الغربية، وذلك من خلال عرض الخصائص الطبيعية والديموغرافية لهذه الولايات وكذا مستويات المرافق العامة من طرقات وشبكات المياه والطاقة، ثم سنقوم بقراءة شاملة لأهم الموارد السياحية الطبيعة والمكتسبة، لنخلص في الأخير إلى مجموعة من التوصيات التي تسمح باستغلال مستدام لهذه الموارد.

المطلب الأول: التعريف بإقليم الهضاب العليا الغربية

سيخصص هذا المطلب لعرض تقديم شامل لإقليم الهضاب العليا الغربية من حيث التقسيم الإداري، والخصائص الطبيعية والديموغرافية ومستوى الخدمات والمرافق العامة به.

أولا: الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري

يضم إقليم الهضاب العليا الغربية حسب مخطط التهيئة للفضاء والبرنامج الإقليمي لوزارة تهيئة الإقليم والبيئة الجزائرية خمس ولايات وهي : تيسمسيلت، تيارت، سعيدة، البيض والنعامة، وهي الولايات الغربية المتواجدة بين سلسلة الأطلس التلي الذي يحد الولايات الشمالية وسلسلة جبال الأطلس الصحراوي الذي يسطر بداية الإقليم الصحراوي، حيث يحدها من الشمال كل من عين الدفلة، الشلف، غليزان، معسكر، سيدي بلعباس وتلمسان، ويحدها من الجهة الجنوبية ولايتي أدرار وبشار، أما من الجهة الشرقية فتحدها ولايتين تنتميان إلى إقليم الهضاب العليا الوسطى المتمثلة في كل من ولاياتي الجلفة والأغواط بالإضافة إلى ولاية غرداية، في حين يحدها من الجهة الغربية الحدود المغربية.

وما يلفت الانتباه هنا الامتداد الواسع الذي يأخذه الإقليم من الشمال إلى الجنوب، حيث أننا نجد أن ولاية تيسمسيلت المحاذية للولايات الساحلية في حين أن كل من ولايتي البيض والنعامة يطلان مباشرة على ولايتين ينتميان إلى الجنوب الكبير وهما أدرار وبشار على خط عمودي يقارب 600 كلم[1]، وهو ما ينعكس على طبيعة المناخ والتضاريس والتربة، كما يبينه الشكل التالي.

[1] تم تقدير المسافة باستعمال برنامج Google Earth.

الشكل رقم (65): خريطة إقليم الهضاب العليا الغربية



المصدر: من إعداد الطالب

أما من الناحية الإدارية فإن إقليم الهضاب العليا الغربية المتكون من الولايات خمس فهو يحتضن 43 دائرة و114 بلدية، ويتربع على مساحة تقدر بـ 132.235 كيلومتر مربع بما يعادل 5,55% من المساحة الإجمالية للجزائر.

الجدول رقم (49): التقسيم الإداري لولايات إقليم الهضاب العليا الغربية

الولاية	عدد الدوائر	عدد البلديات	المساحة (كلم²)
تيسمسيلت	8	22	3 151
تيارت	14	42	20 050
سعيدة	6	16	6 613
البيض	8	22	71 697
النعامة	7	12	29 514
المجموع	**43**	**114**	**131 025**

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا مونوغرافيا الولايات لدى منشورات الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار

ثانيا: الخصائص الطبيعية

إن شساعة مساحة إقليم الهضاب العليا الغربية وموقعها القريب من الساحل من الجهة الشمالية واتصالها بالصحراء الكبرى من جهة أخرى، سمح للإقليم أن يتمتع بتنوع كبير في طبيعة التضاريس وأشكال السطح، غير أنه يعاني من عوائق تقف سدا للعديد من السياسات التنمية، ومن أهمها[1]:

- محدودية الأراضي الزراعية بالسهوب والهضاب في المناطق الشمالية؛
- انجراف التربة بفعل سيول المياه وجريان الوديان في المرتفعات الموجودة في الشمال،

حيث نجد ان مسارات صرف مياه الأمطار غير منظم وغالبا ما يشهد انسداد في الأجزاء الوسطى

[1] République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement, Schéma de l'Espace de Programmation Territoriale Des Hauts - Plateaux Ouest, p 3.

والجنوبية من الإقليم، مما يخلق أضرار واسعة بسبب الفيضانات في بعض المدن والأحياء (البيض وعين الصفرة)؛

- انجراف التربة والتعري بفعل الرياح بالمساحات السهبية المتواجدة في وسط وجنوب الإقليم.

وخنا يمكن أن نميز المناطق التالية حسب طبيعة السطح والتضاريس:

- **المناطق الجبلية:**

بما أن الإقليم ممتد أساسا بين سلسلتي جبال الأطلس التلي وجبال الأطلس الصحراوي، فإن المناطق الجبلية تميز بشكل رئيسي الولايات الشمالية للإقليم، حيث أنها تغطي ما يوافق 65% من ولاية تيسمسيلت وجزء معتبر من ولاية تيارت، واللتين يحتضنان الجزء الغربي من جبال الونشريس الشامخة، أين نميز قمتي جبل سيدي عمار وسيدي عبد القادر بارتفاع 1.985 متر عن سطح البحر، كما تميز الجبال كذلك ولاية سعيد بمرتفعات جبال الضاية وجبال سعيدة، كما نجد الجبال التي تنتمي لسلسلة الأطلس الصحراوي التي يتراوح ارتفاعها ما بين 1.300 و 2.000 متر عن سطح البحر، حيث تمثل ما يعادل 23% من مساحة ولاية البيض و 12% من مساحة ولاية النعامة، وتتكون أساسا من قمم جبال القصور كقمة جبل كسل (1875 متر) وقمة جبل ماكنة (1.905 متر) في ولاية البيض، و جبل عيسى في ولاية النعامة و بالضبط في مدينة عين الصفراء يبلغ ارتفاعه 2236 متر، هذا الأخير الذي يتميز بانحدار شديد و يصل ارتفاعه إلى 2060 متر وعلى امتداد 30 كلم.

- **السهول والهضاب العليا:**

ونجدها في أغلب ولايات الإقليم حيث نجدها في وسط ولاية تيارت، وتمثل ربع مساحة ولاية تيسمسيلت، أما الولايات الجنوبية فنجد أنها تتميز بمساحات سهبية واسعة تمثل ثلثي ولاية البيض

وثلاثة أرباع ولاية النعامة، والتي يتراح ارتفاعها ما بين 1.000 متر و1.300 متر، وينتشر بها النشاط الرعوي وتربية المواشي لغطائها النباتي الأساسي المتكون من الحلفاء والشيح.

- **المناطق شبه الصحراوية:**

ونجدها بالأخص في الولايات الجنوبية، حيث تمثل 14% من ولاية النعامة ومساحات شاسعة من ولاية البيض.

- **المناطق الرطبة:**

تتمتع المنطقة بوجود مساحات واسعة من المناطق الرطبة، والتي تتميز بنظام بيئي حساس لما تحمله من خصائص مناخية وما تحتضنه من أنواع من النباتات والحيوانات والطيور، ومن بين هذه المساحات ما يندرج ضمن اتفاقية رامسار للمحميات الطبيعية، حيث نجد المناطق التالية:

الشط الشرقي بسعيدة:

يعتبر الشط الشرقي بولاية سعيدة الذي يتربع على مساحة 855.000 هكتار ثاني أكبر شط في شمال أفريقيا بعد شط جريد في تونس، وهو عبارة عن منخفض مغلق واسع يحتوي بشكل دائم أو موسمي على مياه مالحة ومياه عذبة، كما يوجد به العديد من البحيرات والأحواض فضلا عن الينابيع الساخنة .الموقع يمثل منطقة البحر الأبيض المتوسط في تنوع المواطن التي يتم يتضمنها، من مناطق السهوب الدائمة الاخضرار إلى محيط الشط والسبخات المجردة من الغطاء النباتي، فضلا عن وجود العديد من الأنواع النباتية المهددة والمعرضة للخطر، كما أنه يعتبر موقعا هاما للتعشيش في الشتاء لعدة أنواع من الطيور المائية المهاجرة، على غرار النحام الوردي والحذف فضلا على طيور الشهرمان وأنواع أخرى من البط البري التي تهجر صقيع أوربا الشمالية خلال فصل الشتاء للتعشيش في المنطقة شبه الصحراوية التي توفر مياهها الضحلة كميات معتبرة من الأكل.

المنطقة الرطبة عين ورقة:

تمتد المنطقة الرطبة لعين ورقة المعروفة بعلماء الجيولوجيا على أنها "سيرك" أو حوض مدرج مثل المدرج على مساحة تقدر بـ 2.350 هكتار، وهي حوض محصور بجبال القصور شديدة الانحدار التي يبلغ ارتفاعها في حدود 1.672 متر، يتم استخدام المياه من المصادر الحرارية كمنتجع صحي، في حين أن المصادر الباردة توفر مياه الشرب للسكان المحليين، ويعتبر الموقع نادر للغاية في منطقة البحر الأبيض المتوسط حيث أنه ويشتهر بالممارسات القديمة للعلاج المائي والاستغلال التقليدي للملح، وهو عبارة عن نظام بيولوجي ممتاز لما لا يقل عن نوعين محليين على الأقل من الأنواع النباتية المهددة خطرا، كما يعتبر موطنا للعديد من الحيوانات أبرزها غزال دوركاس، والذي يُعرف أيضا باسم العفري وغزال الأريل وغزال الجبل المصنفين المهددين بالانقراض حسب القائمة الحمراء للاتحاد الدولي لحفظ الطبيعة، و تعود اللوحات والنقوش الصخرية إلى أكثر من 10،000 سنة وتشهد على الحيوانات الغنية في المنطقة في ذلك الوقت (الأسود والفيلة والغنم البري والحبار والنعام.

المنطقة الرطبة واحة مغرار وواحة تيوت:

واحة مغرار وواحة تيوت في ولاية النعامة المتدتان على مساحة 195.500 هكتار، الواقعتان على ارتفاع حوالي 1.000 متر، يتصلان عبر الروافد العليا لوادي ناموس من جهة ومع الجانب الجنوبي من جبال قصور المرتفعة بحوالي 1.700 متر في ظل مناخ جفاف وصحراوي في العادة، وتساهم بشكل فعال في تدعيم الواحات الزراعة الأسرية خاصة زراعة أشجار النخيل والخضار على مستويات مختلفة من المدرجات، وتتميز بانتشار الفقارات كنظام لجمع المياه وتوزيعها في الري والمستحدثة

في القرن الحادي عشر، كما يتمتع الموقع بأهمية كبيرة باعتباره موطنا للعديد من الطيور كالقرزبيل، الهزار، حمام الغابة والشحرور الأزرق.

عقلة الدايرة:

تتربع هذه المنطقة على مساحة 23.430 هكتار ببلدية بن خليل في ولاية النعامة، وتمنح تنوعا كبيرا في المناظر الطبيعية والأنظمة البيئية، من خلال بحيرة المياه المالحة وكذا المساحات المجاورة من السهوب المغطاة بالحلفاء والشيح الأبيض والعرعار، هذا إلى جانب مساحات الغابات من أشجار الصنوبر الحلبي والبلوط، مما يسمح باستوطان أنواع عديدة من الحيوانات على غرار غزال الأطلس والضأن البربري والحبارى والتي تصنيفها كحيوانات محمية، كما يوفر الطابع شيه الدائم لمياه البحيرة مكانا مثاليا لاستقبال العديد من الطيور المهاجرة والمستقرة كطائر النحام الوردي والبلشون وعدة أنواع من البط والإوز، حيث تم تعداد بالموقع أكثر من 57 فصيلة مهاجرة من الطيور من شهر أكتوبر إلى شهر مارس، وتأوي سفوح الجبال المجاورة من جهة أخرى العديد من أصناف الطيور الجارحة كالعقاب المخطط والعقاب المنتعل[1].

وتلعب المنطقة دورا مهما في تغذية المياه الجوفية وحصر الرواسب المتولدة من الأملاح المعدنية والمواد العضوية التي تنتج عن تبخر مياه الأمطار ويقوم بالتخفيف من تهديد مياه الفيضانات في الهضاب العليا على المناطق المنخفضة من المنطقة، كما توفر المنطقة مكانا للعديد من أعمال الرعي وتربية الأغنام شريطة ان يتم تحديد المساحات المخصصة للرعي[2].

---

[1] Voir République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'agriculture et du développement rural, Direction générale des forets, Plan de gestion du site Oglet Ed Daira wilaya de Naama, 2005, www.naturevivante.org/documents/p_g_oglat.pdf, 10/06/2017.

[2] Boudjadja Abdelaziz, « La région steppique de Ain Ben Khellil et sa zone humide Oglat Ed Daïra (Naâma, Algérie) Plaidoyer pour une gestion et un aménagement durables» in Courrier de l'environnement de l'INRA, n° 61, Décembre 2011, p 107.

ثالثا: الخصائص الديموغرافية

لم تكن ولايات إقليم الهضاب العليا الغربية بمنأى عن التطور الحاصل في عدد السكان في الجزائر بصفة عامة وإقليم الهضاب العليا بصفة خاصة، حيث تضاعف عدد السكان خلال الفترة 1977-2008 وانعكس ذلك على توزيع هؤلاء السكان بين الحضر والريف مما شكل ضغطا متزايدا في المدن.

1- تطور حجم السكان:

لقد تضاعف حجم سكان إقليم الهضاب العليا الغربية خلال الفترة 1977-2008 بحوالي مرتين (2,06)، حيث انتقل من 918.734 نسمة في بداية الفترة إلى 1.893.455 نسمة في نهاية الفترة، أي بمعدل نمو سنوي يقدر بـ 2,36%، وهو ما يوافق إلى حد ما معدل النمو السكاني للوطن خلال نفس الفترة الذي قدر بـ 2,28%، كما نلاحظ بالموازاة مع ذلك أن نصيب الإقليم من الحجم الإجمالي لسكان الجزائر لم يعرف نموا محسوسا حيث قدر سنة 2008 بـ 5,56% بعد أن كان في سنة 1977 يقدر بـ 5,42% من الحجم الإجمالي للسكان، كما يبينه الجدول رقم (50).

الجدول رقم (50): تطور حجم سكان إقليم الهضاب العليا الغربية خلال الفترة 1977-2008

الولاية	1977	1987	1998	2008
تيسمسيلت	170 269	228 120	264 240	294 476
تيارت	407 330	575 794	725 853	846 823
سعيدة	143 786	235 494	279 526	330 641
البيض	114 794	153 254	168 789	228 624
النعامة	82 555	113 700	127 314	192 891
إجمالي الهضاب العليا الغربية	**918 734**	**1 306 362**	**1 565 722**	**1 893 455**

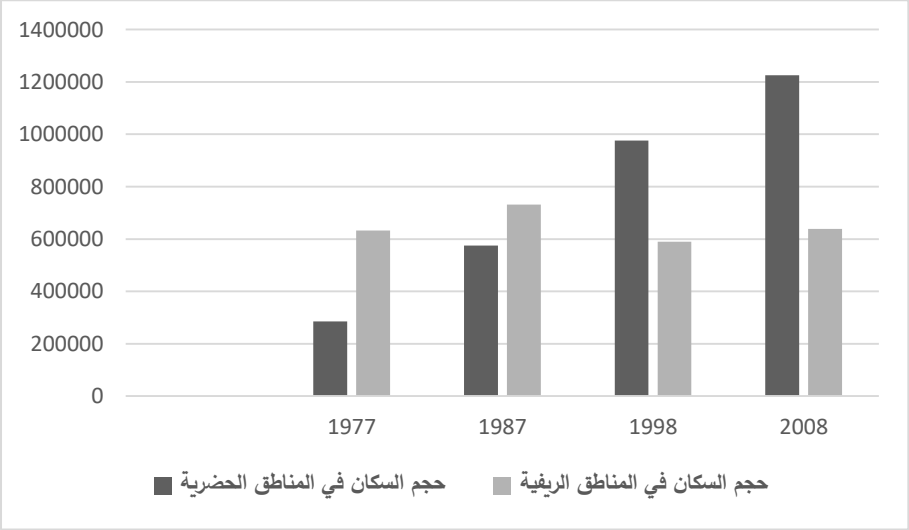
المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات

وما يلفت الانتباه أن الولايات الشمالية للإقليم (تيسمسيلت وسعيدة) يضمان أكثر من 60% من سكان الإقليم، حتى أنه نلاحظ أن ولاية تيارت لوحدها قد احتضنت ما يفوق 44,7% من سكان الإقليم سنة 2008، مما يشير إلى تركز غالبية السكان في الجانب الشمالي للإقليم.

2-توزيع السكان بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية:

أما عن توزيع السكان بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية فإن الوضعية قد عرفت انقلابا حقيقيا ولكن بدرجات متفاوتة في جميع الولايات المكونة للإقليم، حيث أنه بعد أن كانت تمثل نسبة السكان في المناطق الحضرية ما يوافق 31,1% سنة 1977 مقابل 68,9% بالنسبة لسكان المناطق الريفية خلال نفس السنة، فإن هذه النسبة قد تحولت إلى 65,8% بالنسبة لسكان الحضر في سنة 2008 مقابل 34,2% بالنسبة لسكان الريف خلال نفس السنة، حيث أن حجم سكان المناطق الحضرية قد تضاعف بـ 4,3 مرة في حين أن حجم سكان المناطق الريفية قد بقي ثابتا على العموم رغم بعض التذبذب الذي شهده خلال فترة الدراسة، كما يبينه الشكل التالي.

الشكل رقم (66): تطور حجم سكان المناطق الريفية والمناطق الحضرية في إقليم الهضاب العليا الغربية خلال الفترة 1977-2008



المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات

إلا أنه إذا قمنا بالتدقيق في توزيع السكان بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية حسب الولايات فنلاحظ عدم وجود تجانس بين الولايات سواء من حيث نصيب كل فئة من مجموع سكان الولاية أو من حيث تطور حجم سكان كل فئة، حيث نرى أنه في الولايات الشمالية للإقليم المتمثلة في كل من تيسمسيلت وتيارت قد تضاعف حجم سكان المناطق الحضرية بمعدلات أعلى من المعدل المسجل في الإقليم أي ما يعادل 5,6 مرة و4,6 مرة على الترتيب، في حين أن حجم السكان في المناطق الريفية قد عرف تراجعا بما يوافق العشر ونصف العشر على الترتيب خلال فترة الدراسة، في حين أن الولايات الجنوبية ورغم أن حجم سكان المناطق الحضرية قد تضاعف بنسبة أقل من النسبة المسجلة في إجمالي الإقليم بالنسبة لهذه الفئة من السكان (بين 3,3 و 3,9 مرة خلال الفترة).

غير أن نسبة حجم السكان في المناطق الريفية أعلى بقليل من تلك النسبة المسجلة لإجمالي الإقليم بالنسبة لهذه الشريحة من السكان (بين 1,05 و 1,25 مرة خلال الفترة)، مع التأكيد أن ولاية النعامة قد سجلت أعلى نسبة بالنسبة لسكان المناطق الريفية بما يوافق 72,4% في سنة 2008، وهذا إن دل عن شيء فإنما يدل على أن الزيادة في حجم سكان المناطق الحضرية تركز السكان في هذه المناطق متولد عن النمو الديموغرافي الطبيعي إضافة عن نزوح السكان من المناطق الريفية نحو المدن، والجدول التالي يبين تطور توزيع حجم السكان في ولايات الإقليم بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية خلال فترة الدراسة.

الجدول رقم (51): توزيع السكان بإقليم الهضاب العليا الغربية بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية خلال الفترة 1977-2008

		1977	1987	1998	2008
تيسمسيلت	المناطق الحضرية	29 729	56 160	120 570	167 327
	المناطق الريفية	140 540	171 960	143 670	127 149
	المجموع	**170 269**	**228 120**	**264 240**	**294 476**
تيارت	المناطق الحضرية	127 279	275 251	478 273	581 214
	المناطق الريفية	279 541	300 543	247 580	265 610
	المجموع	**406 820**	**575 794**	**725 853**	**846 824**
سعيدة	المناطق الحضرية	56 957	115 285	191 408	222 317
	المناطق الريفية	86 829	120 209	88 118	108 325
	المجموع	**143 786**	**235 494**	**279 526**	**330 642**
البيض	المناطق الحضرية	35 174	62 555	92 825	114 642
	المناطق الريفية	79 620	90 699	75 964	83 982
	المجموع	**114 794**	**153 254**	**168 789**	**198 624**
النعامة	المناطق الحضرية	36 081	65 318	92 750	139 727
	المناطق الريفية	46 474	48 382	34 564	53 167
	المجموع	**82 555**	**113 700**	**127 314**	**192 894**
إجمالي الهضاب العليا الغربية	المناطق الحضرية	285 220	574 569	975 826	1 225 227
	المناطق الريفية	633 004	731 793	589 896	638 233
	المجموع	**918 224**	**1 306 362**	**1 565 722**	**1 863 460**

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا من نشريات الديوان الوطني للإحصائيات

رابعا: الخدمات والمرافق العامة

تتوفر ولايات إقليم الهضاب العليا الغربية على العديد من الهياكل التي تهتم بتقديم الخدمات العمومية كالصحة والخدمات البنكية وخدمات البريد والمواصلات، وكذا خدمات الاتصال كالهاتف الثابت والهاتف النقال، كما أن غالبية ولايات المنطقة مربوطة بشبكة الأنترنيت بما في ذلك شبكة الأنترنيت اللاسلكي ذات التدفق السريع أو هي في أطوار متقدمة من عملية الربط، كما تتمتع

بمستويات عالية فيما يخص البنى التحتية كالطرقات والسكك الحديدية، ناهيك عن الربط بشبكات الغاز والكهرباء والماء الشروب والصرف الصحي.

1- شبكة النقل والمواصلات:

يملك إقليم الهضاب العليا الغربية شبكة طرق هامة تربطه بالولايات الشمالية الوسطى والغربية من جهة، وبالولايات الجنوبية المتواجدة في الصحراء الكبرى، ناهيك عن الطرق التي تربط الإقليم بولايات الهضاب العليا الوسطى، حيث يتعدى طول هذه الشبكة 9702 كلم، تمثل الطرق الوطنية والولائية ما يقارب من نصف طول الشبكة بما يعادل 49,5%، والنصف المتبقي عبارة عن طرق بلدية تهتم بالربط بشبكة الطرق الوطنية، والجدول التالي يبين تشكيلة شبكة الطرق في الإقليم.

الجدول رقم (52): تكوين شبكة الطرقات بولايات إقليم الهضاب العليا الغربية

الولاية	طريق وطني	طريق ولائي	طريق بلدي
تيسمسيلت	215,0	500,0	1 038,0
تيارت	646,1	648,5	876,0
سعيدة	402,0	616,0	699,0
البيض	843,5	62,0	717,4
النعامة	498,0	376,0	1 565,0
المجموع	**2 604,6**	**2 202,5**	**4 895,4**

المصدر: انطلاقا من الموقع الالكتروني لوزارة الأشغال العمومية والنقل www.mtp.gov.dz، 2017/05/12

فإذا كانت ولاية تيسمسيلت المتواجدة في شمال الإقليم تضم طريقين وطنيين رئيسيين يربطانها مباشرة مع الولايات الشمالية من خلال الطريق الوطني رقم 14 الذي يصلها بولاية عين الدفلة من جهة الشمال الشرقي ويمتد إلى غاية مدينة تيارت، وعبر الطريق الوطني رقم 19 الذي يصلها بولاية

الشلف من جهة الشمال الغربي، فإن ولاية تيارت تمثل مفترق طرق حقيقي، حيث أنها مرتبطة مع جميع الولايات المجاورة بطرق وطنية، فإلى جانب الطريق الوطني رقم 14 المذكور سابقا نجد الطريق الوطني رقم 90 الذي يربطها بولاية غليزان شمالا وبولاية سعيدة من الجنوب الغربي، والذي يتصل مع الطريق الوطني رقم 92 المتجه نحو ولاية سيدي بلعباس من الجهة الشمالية الغربية عبر ولاية سعيدة، ناهيك عن الطرق الوطن رقم 23 الذي يربط ولاية تيارت بولاية الأغواط المنتمية لإقليم الهضاب العليا الوسطى من جهة الجنوب الشرقي وولاية غليزان من جهة الشمال الغربي.

غير أن لعل أهم طريق وطني في الإقليم هو الطريق الوطني رقم 06 الذي يربط شمال غرب الجزائر بولايات الصحراء الكبرى وإلى أقصى الجنوب الجزائري، حيث أنه يمر عبر ثلاث ولايات من ولايات الإقليم: سعيدة، البيض والنعامة، على أنه يتصل مع مدينة البيض عبر الطريق الوطني رقم 06A، وله عدة ارتباطات وتقاطعات مع طرق وطنية أخرى على غرار الطريق الوطني رقم 22 الذي يربط ولاية النعامة بولاية تلمسان وكذا الطريق الوطني رقم 47 الذي يربط ولاية البيض بولاية الأغواط.

من جانب آخر فإن الإقليم يحتضن جزء من خط هام للسكك الحديدية وهو الذي يربط وهران ببشار، حيث أنه يمر يقطع كل من ولاية سعيدة وولاية النعامة من الشمال إلى الجنوب، كما أنه يمر على جزء من ولاية البيض، حيث ترتبط محطة السكك الحديدية هناك بمقر الولاية عبر الطريق الوطني رقم 06A ، ويلعب هذا الخط دورا هاما في فك العزلة عن المنطقة سواء من حيث نقل المسافرين أو نقل البضائع، حيث أن يمر على أكبر المدن الموجودة على غرار المشرية وعين الصفرة في ولاية النعامة ومدينة عين الحجر وحمام ربي في ولاية سعيدة، ناهيك على أن له محطات بمقر هاتين الولايتين، كما يوجد خط آخر للسكك الحديدية يربط مدينة تيارت ومدينة غليزان يمكن أن يلعب دورا هاما في نقل البضائع والمسافرين خاصة مع الحركية التي تعرفها ولاية تيارت في المجال الصناعي.

أما فيما يخص النقل الجوي فإن الإقليم يملك شبكة هامة من المطارات ولعل أهمها مطار تيارت الدولي الذي عرف مؤخرا عدة أشغال صيانة وتهيئة، هذا إلى جانب مطارات وطنية في كل من المشرية بولاية النعامة، مطار البيض وآخر بسعيدة، حيث يمكن أن تلعب هذه الهياكل دورا هام في تنشيط حركة المسافرين والسياح.

2- الطاقة والمياه:

تمتلك ولايات إقليم الهضاب العليا الغربية موارد مائية هامة، إلا أنه يوجد تباين في شكل هذه الموارد حيث أن الولايات المتواجدة شمال الإقليم المطلة على الولايات الساحلية تعتمد أساسا على المياه السطحية المتجمعة من مياه الأمطار ومصبات الوديان، أما الولايات الجنوبية المطلة على المناطق الصحراوية فتحظى بمخزون هام من المياه الجوفية، فنجد أن ولاية تيسمسيلت تحتوي على ثلاثة سدود بقدرة تخزين كلية تقدر بـ 92 هكتومتر مكعب، أما ولاية تيارت فتحظى بشبكة مياه تقدر بـ 1.938 كم متصلة بالوديان كواد طويل وواد مينة، حيث تتلقى سنويا في الحالة العادية بين 300 و400 ملم، في حين أن ولاية سعيدة تمتلك مخزونا هاما من المياه الجوفية المعدنية والحموية والمتأتية من الشط الشرقي وقعيرة synclinal سعيدة بطاقة كلية تقدر بـ 109 ألف متر مكعب، وفي المقابل نجد أن ولاية البيض فتتكون مواردها المائية من مخزون المياه الجوفية من الشط الشرقي والمياه السطحية القابلة للتعبئة والمقدرة بـ 123 هكتومتر مكعب إلا أنه لا يعبأ منها إلا 11,5 هكتومتر مكعب، أما ولاية النعامة فهي تتمتع بمخزون هام من المياه الجوفية على طول مساحة الولاية من الشط الغربي والشط الشرقي غير أنه يبقى قليل الاستغلال.

من جانب آخر فإن ولايات الإقليم تحظى بمستويات عالية من التوصيل في مختلف شبكات المياه والصرف الصحي، أما شبكة الكهرباء فنلاحظ تأخر ولاية النعامة التي لا تبلغ فيها نسبة التوصيل إلا 71% في حين أن هذه النسبة فاقت مستوى 94%، أما مستويات الربط بشبكة الغاز

نجد أن هذه الولاية تأتي في المرتبة الأولى نظرا لمرور أنبوب الغاز المتجه نحو المغرب وأوروبا عبر ترابها، في حين نجد أن هذه النسبة لم تتعدى الربع في باقي الولايات، والجدول التالي يبين مستويات الربط بمختلف الشبكات العمومية.

الجدول رقم (53): مستويات الربط بشبكات المياه والطاقة والصرف الصحي بولايات الهضاب العليا الغربية

الولاية	شبكة غاز المدينة	شبكة الكهرباء	شبكة المياه الشروب	شبكة التطهير الصحي
تيسمسيلت	55%	96%	95%	86%
تيارت	64,5%	94%	-	90%
سعيدة	60%	95,7%	92%	98%
البيض	75,2%	96,3%	90%	89%
النعامة	95%	71,1%	99,3%	99%

المصدر: من إعداد الطالب انطلاقا مونوغرافيا الولايات لدى منشورات الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار

المطلب الثاني: الموارد السياحية بإقليم الهضاب العليا الغربية

إن تنوع الأقاليم المناخية وتنوع أشكال السطح والتضاريس منح ولايات إقليم الهضاب العليا الغربية مخزونا معتبرا من الموارد السياحية، سواء تعلق الأمر بالمواقع الطبيعية التي تسمح لزائريها بالتمتع بالمناظر الجميلة والراحة بعيدا عن ضوضاء المدن وزحامها، أو المواقع الأثرية والتاريخية التي تشهد على العمق الحضاري والتاريخي للمنطقة، ناهيك عن المنابع الحموية التي تسمح بالتداوي من العديد من الأمراض المزمنة، كما تملك المنطقة تراثا شعبيا وثقافيا واسعا يعبر عن تمسك المجتمعات المحلية بالقيم والعادات التي توارثتها الأجيال المتعاقبة.

أولا: طاقة الإيواء

تعاني ولايات إقليم الهضاب العليا الغربية من عجز كبير في طاقة الإيواء، حيث أنها لا تحتوي إلا على 29 فندق بطاقة استيعاب 2.346 سرير، أي ما يوافق أقل من 2,2% من طاقة الاستيعاب الوطنية، وهو عدد ضعيف جدا بالنسبة لعدد الولايات من جهة، وكذا مقارنة ما الموارد السياحية الموجودة في الإقليم، حيث أن بعض الولايات لا تحتوي إلا على أربع أو خمس فنادق كولايتي تيسمسيلت والنعامة، مع التأكيد أن غالبية هذه الهياكل موجودة بمقر الولاية، وهو يعتبر عائقا لترقية النشاط السياحي نظرا لشساعة مساحة الإقليم وبعد المواقع السياحية عن مقر الولاية، والجدول الموالي يبين الأرقام المتعلقة بطاقة الإيواء لولايات الإقليم في سنة 2016.

الجدول رقم (54): الحظيرة الفندقية لولايات إقليم الهضاب العليا الغربية في سنة 2016

الولاية	عدد هياكل الإيواء		طاقة الإيواء (سرير)	
تيسمسيلت	4	13,8%	205	8,7%
تيارت	9	31,0%	947	40,4%
سعيدة	5	17,2%	570	24,3%
البيض	7	24,1%	313	13,3%
النعامة	4	13,8%	311	13,3%
المجموع	**29**		**2346**	

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية

ثانيا: المواقع الطبيعية

رغم أن ولاية تيارت من الولايات القلائل التي لا تتوفر على مناطق التوسع السياحي، إلا أنها تزخر بمناطق ريفية لما يميز الأرياف من هدوء وطبيعة كعامل جذب سياحي والكثير من

المميزات والخصائص التي تفتقدها المدن بالإضافة إلى الموروث الثقافي والتاريخي، حيث يوجد في الولاية المركز الوطني لتربية الخيول "شاوشاوة" الذي تأسس عام 1874م، والذي يعد من أهم مراكز إنتاج الخيول من مختلف السلالات، على المستوى الوطني، مما أهل المدينة لأن تكون عاصمة الفرس المغاربي والعربي، حيث تعتبر "حظيرة شاوشاوة" التي تحظى بقيمة تاريخية كبيرة مما جعل السلطات الجزائرية تصنّفها ضمن المواقع الأثرية الجزائرية العام 1995 أكبر مركز لتربية الخيول في إفريقيا وأول مخبر علمي عربي يزاوج بين تربية الخيول العربية الأصيلة والبربرية الأصيلة ويعمل على تطوير سائر سلالات الخيول وحفظها من الانقراض، مما يؤهل هذا المركز لأن يكون عاملا هاما لجذب السياح بالنظر كذلك إلى الخصائص الطبيعية للمنطقة المجاورة للمركز والملائمة للاستثمار السياحي.

كما يعد سد الدحموني بسعة تقارب 40 متر مكعب والمخصص للسقي الفلاحي بالدرجة الاولى، والمتواجد بأقصى الجهة الشرقية باتجاه بلدية السبعين بولاية تيارت مشروعاً سياحياً استثمارياً ، حيث يشهد سنويا عملية تشجير لتدعم بنيته التحتية ولحماية التربة من الانجراف وإعطائه نظرة وصورة جمالية له وللمحيط عامةً، وتشهد الفترة الربيعية انتعاشاً وانطلاقاً لموسم السياحة بالمنطقة والسد بصفة خاصة بقدوم الزوار من ولايات مختلفة، المدية، تيسمسيلت، عين الدفلى، غليزان خلال عطل نهايات الاسبوع لالتقاط صور للتذكار والتمتع بالمناظر وممارسة هواية صيد الأسماك.

أما ولاية سعيدة فتزخر بعدة مواقع طبيعية كمنطقة تيفريت التي تعرف بمغاراتها ومياهها العذبة التي تتدفق في شكل شلالات ، تقع في بلدية عين السلطان التابعة لدائرة أولاد براهيم ، شرق عاصمة الولاية بحوالي 28 كلم على الطريق الوطني 94 باتجاه ولاية تيارت، كما تقع بالمخرج الجنوبي للمدينة منطقة سعيدة القديمة بمساحتها المتربعة على 35 هكتار، والتي تتميز بجبالها التي تكسوها مختلف النباتات ومياها العذبة المتدفقة من عيون تشكل واد سعيدة، ويمثل الموقع مكانا

للراحة للعائلات ولهواة العدو الريفي وممارسة الرياضة في الهواء الطلق، كما يوجد بالموقع حظيرة لتربية الحيوانات تعتبر مقصدا للعائلات خاصة في أيام العطل ونهاية الأسبوع، وعلى بعد 19 كلم على الطريق الوطني رقم 92 باتجاه ولاية سيدي بلعباس تقع غرب مركز الولاية منطقة "المرجة" التي تتميز بغاباتها تتميز بغاباتها الكثيفة مما يجعل منها مقصدا لمحبي السياحة البيئية والتخييم والصيد السياحي، كما يمكن للزائر أن يقصد منطقة "هونت" التي تقع شمال غرب مركز الولاية على بعد 50 كلم تابعة إداريا لدائرة سيدي بوبكر، والتي تتميز بغاباتها ووادها الذي يتدفق في شكل شلال يشكل لوحات طبيعية رائعة تستحق الاستكشاف.

ثالثا: المواقع الأثرية

يمتلك إقليم الهضاب العليا الغربية مخزونا هاما من المواقع الأثرية والتاريخية، حيث نجد في ولاية **تيارت** أكثر من422 موقع أثري منها 05 مواقع أثرية مصنفة ضمن التراث الوطني للأمة، إذ أن كل هذه المواقع الأثرية تمتاز بالجاذبية السياحة نظرا للأهمية التاريخية أو الفنية أو الثقافية، وتتمثل المواقع المصنفة في ولاية تيارت فيما يلي:

- أثار و قصر كولومناتا: وهي منصات حجرية موجودة ببلدية سيدي الحسني، هذه المنطقة التي تعتبر مهد الإنسان البدائي المعروف بإنسان كولومناتا (6330-5250 ق.م، موجود حاليا في متحف باردو بالجزائر العاصمة) وهي أيضا مهد الحصان البربري الذي يعود وجوده إلى 11000-8000 سنة، أما قصر كولومناتا فهو يحتل موقع استراتيجي بمرتفعات روراوة ببلدية السبت، وقد شيد على هضبة عالية قد تكون شريط دفاعي يحيط بأغلب جهات القصر وعلى مقربة من منابع الميـاه مما يدل على العمق التاريخي للوجود البشري والحضاري في هذه المنطقة.
- أثاركاف بوبكر(كاف مزاب): ببلدية الدحموني وهي محطة للرسومات الحجرية الصخرية الشاهدة على العبقرية الفنية للإنسان بين 6000-1000 قبل الميلاد..

- المركب التاريخي لمشرع الصفا: يعد هذا المركب من أكبر المقابر الميقاليثية بالجزائر يعود تاريخها إلى العصر الحجري الوسيط وهي معالم جنائزية على شكل قاعدة مستطيلة مبنية بالحجارة المائية، تم العثور بداخلها على بعض الأواني الفخارية وكتابات لاتينية.
- مملكة الجدار بفرندة: والتي تقع في الجهة الغربية لمدينة تيارت على بعد 30 كلم وعلى بعد 15 كلم شمال دائرة فرندة، تتربع على مرتفعات جبل الأخضر وجبل العروي، وتتوزع على مجموعتين مختلفتين من حيث العمر والأهمية، الأولى على قمم جبل الأخضر الملقب بجلا لجدار المحادي للضفة اليمنى لوادي مينا، وهي ثلاث، والثانية بالقرب من بلدية الحواريث المسماة "ترناتن" وتتكون من عشرة معالم، يتفق علماء الآثار على أن تاريخ هذه المملكة يعود إلى القرن العاشر للميلاد، وتدل الخريطة الأثرية على أن المنطقة كانت آهلة في السابق بالعمران، ويشهد على ذلك أطلال وبقايا بعض المدن والكثير من النقوش المكتشفة بها[1].
- خلوة ابن خلدون: توجد هذه الخلوة بضيعة تاوغزوت بقلعة بني سلامة، قلعة سكنتها قبائل الغرمات في القرن الثاني للميلاد وبعدها الرومان، أقام بها العلامة ابن خلدون أين ألف كتاب المقدمة والجزء الأول من كتاب «ديوان العبر» من سنة 1375 إلى 1378.

أما في ولاية النعامة التي تعتبر نقطة عبور للعديد من السواح خلال رحلاتهم باتجاه منطقة الساورة وفورارة، حيث لاتزال المنطقة تحتفظ بمواقع جذابة جعلتها تظهر كمقصد ملائم للسواح الباحثين عن الراحة واكتشاف مواقع خلابة، حيث نجد القصور التي تمثل الذاكرة الحية للسكان والتي يعود ظهورها بالمنطقة إلى القرن 15 وهي قرى تمتاز بأبراج دفاعية تتخللها واحات من النخيل ويتكون سكانها من العرب والبربر ولكل عاداته وتقاليده وصناعته ولقد تبين من خلال الحفريات أن القصور

[1] قلواز خالد وآخرون، "دراسة أثرية للأضرحة المورية في شمال إفريقيا أضرحة جبل لخضر بالجدار – تيارت" في مجلة تاريخ العلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد السابع، مارس2017، ص 242.

كانت موجودة قبل ظهور الإسلام وشيدت من طرف السكان الأصليين وهم البربر ومن أهم هذه القصور: مغرار، قصر الشيخ بوعمامة، قصر تيوت، قصر عسلة ، و قصر صفيصفة، وقد تم اكتشاف متحجرات بقايا الديناصورات لأول مرة في الجزائر في أكتوبر 2001 حيث تم اكتشاف 20 موقع بمنطقة رويس الجير التابعة لبلدية صفيصفة، حيث باشر الباحثون في تعداد وتصنيف هذه الاكتشافات مع تسجيل عملية إنجاز مشروع متحف للديناصورات التي انقرضت منذ أكثر من 175مليون سنة، أما النقوش الصخرية فتوجد أكثر من 180 محطة بالنعامة وتستحوذ بلدية مغرار لوحدها على 100 محطة بينما توجد 40 محطة بالعين الصفراء و25 بعسلة و15 بصفيصفة.

كما تعرف ولاية البيض انتشارا واسعا للرسوم الحجرية عبر سلسلة الأطلس الصحراوي شمالا وجنوبا ومقابر تعود لما قبل التاريخ خاصة في منطقة الكراكدة، بريزينة وأم لرجم، ولعل من أهم النقوش نجد كبش بوعلام الذي اكتشف سنة 1896 من طرف الجيولوجي الفرنسي "أفلاموند"، يوجد بقرية الوديان بالقرب من مجرى الواد على هضبة، يبعد من مقر بلدية بوعلام بحوالي 1.5 كلم، وهو عبارة عن كبش منقوش بصخرة كبيرة يغطي رقبته شعر كثيف موضوع فوق رأسه تاج يضيء في وقت غروب الشمس وعند اكتمال القمر، توجد بمحاذاته رسوم رجل يحمل زاده يتجه نحو الشرق، هذا "الكبش" نظير لرسوم الإله "آمون" بمصر القديمة، كما تم اكتشاف في سنة 2004 لبصمات هامة لأثار أقدام ديناصورات يعود تاريخها إلى حوالي 150 مليون سنة تحديدا باتجاه طريق الرقاصة، وكذلك خلال سنة 2007 تم العثور على بقايا هياكل عظمية لديناصورات والتي عاشت في المنطقة وكذا على أكبر مقبرة للعصر الحجري في ولاية البيض، والتي تضم بقايا عظام إنسانية وحيوانية تعود لآلاف السنين، هذا ويوجد في منطقة البيض العديد من المواقع لآثار أقدام ديناصورات متفرقة ببريزينة ووافق، مما يجعل من ولاية البيض ذات خصوصية تستقطب العلماء والباحثين.

رابعا: المباني التاريخية

توجد في ولاية تيارت آثار الدولة الرستمية وعاصمة الأمير عبد القادر بتاقدمت التي شهدت ميلاد أول دولة مستقلة في المغرب العربي سنة 761م، عرفت بالدولة الرستمية، والتي اشتهرت بالقصور والبيوت والمساجد والحمامات وكانت عاصمتها تيهرت التي عرفت آنذاك كمهد للعلم والثقافة والاجتهاد ومركز للاقتصاد والتجارة، ولم يبقى منها إلا سور دفاعي وبقايا من الأجر وآثار لسوق ومباني وبقايا لحمام رستمي، كما اتخذها الأمير عبد القادر عاصمة له عام ما بين سنوات 1835م و1841م.

كما نجد في ولاية النعامة قلعة الشيخ بوعمامة رمز المقاومة الشعبية في المنطقة أين ينتصب قصر مغرار وقلعة الشيخ بوعمامة بالعين الصفراء، وقد تمّ تحويل هذين الموقعين المتجاورين إلى متحف أثري وفضاء مفتوح للاستراحة والاستكشاف بجانب دار للضيافة حتى يتسنى استقطاب السياح وإتاحة الفرصة للزوار من أجل الغوص في تاريخ المنطقة والتعريف بالهندسة المعمارية القديمة والحرف التقليدية المميزة لنمط حياة السكان القدامى بقصور جبال الأطلس الصحراوي الغربي، وتتميز هذه القلعة بنظامها الدفاعي وأبراجها الحربية المصممة للرصد والشامخة في وجه قساوة المناخ وتغيرات الطبيعة، وبطابعها الهندسي الهرمي المستوحى من الطراز المعماري المحي، مما يجعلها تجذب إليها أنظار آلاف الزوار كل عام، وتتوفر القلعة على نحو 34 برجا للمراقبة وأطلال سور كبير وثلاثة مداخل رئيسية ومنارة لمسجد عتيق شيد بالمنطقة قبل ستة قرون خلت، إضافة إلى بقايا ورشة لصناعة أدوات حربية وذخيرة ومطمورات لتخزين المؤونة.

كما يوجد في الولاية وبالضبط في بلدية عسلة مجموعة أخرى من القصور على غرار قصر عزيمان ، وقصر أم الدوارج (أم تشوشيت) ، قصر دوي عسيى ،قصر جطيو وقصر تجطيوت ، وقصر سيدي الحاج، قصر صامر الذي هو يعتبر أهم هذه القصور، حيث بني هذا القصر سنة

1220 م للحماية من الغارات والحروب التي كانت تشنها القبائل على بعضها في ذلك الزمان (أي الحروب القبائلية)، نظرا لموقعه الاستراتيجي، حيث أنه اختير بناء القصر في منطقة مرتفعة وذلك للاحتراز من مباغتة الخصوم الغازية وكذلك لحراسة البساتين التي هي المصدر الرئيسي لمعيشتهم بالإضافة إلى الماشية، وقد أنشئت أبراج عالية للمراقبة حيث كان ارتفاعها يقدر بـ 10 أمتار، وللقصر منازل بنيت بالحجارة وسقوفها من أجدع النخيل وأشجار العرعار أو العريش وكلها متكونة من طابقين، كما يوجد به مخازن لحفظ الشعير والمؤونة ويحتوي القصر عل خمسة أبواب رئيسية.

من جانب آخر يوجد في ولاية البيض كذلك مخزونا هاما من المباني القديمة على غرار قصر بوسمغون الذي يوجد في الناحية الغربية من تراب الولاية، وهو قصر قديم يعود تاريخ بنائه الى فترة ما قبل العهد الاسلامي حيث تذكر الروايات الشعبية أنه بني في القرن الثالث الميلادي أي منذ 17 قرناً، ورغم قدمه لاتزال بعض مبانيه قائمة بالشكل الذي مكن من ترميمه خاصة المسجد الذي شيد منذ ثمانية قرون إضافة الى الزاوية التجانية، وغير بعيد من هذا القصر وعلى بعد عشرون كيلومتر يوجد قصر الشلالة الذي بني في القرن التاسع الهجري و هو محفوف بالسور الخارجي فيه فناء ، مسجد و مدخل رئيسي.

كما يوجد ببلدية أربا قصر والمبني بمادة الطوب والحجارة منذ مئات السنين وتعلوه قبة الولي الصالح سيدي معمر بالعالية جد البوبكريين بالجزائر الذي جاء الى المنطقة في القرن 12 ميلادي مع العديد من المجموعات العربية من تونس مرورا بتنس وتلمسان وتمكن من توحيد سكان المنطقة من العرب والبربر على المذهب السني.

أما قصر بنت الخـص الذي يبعد حوالي 5 كم غرب بريزينة، فقد بُنِيَ في القرن 12 ميلادي، وقد سمي نسبة إلى صاحبة القصر وهي أميرة هلالية، يوجد بالقصر على مخازن للسلاح والمؤن ودار مقر للإدارة، مداخل تؤدي إلى البساتين، وعدة مقصورات وقلعة.

خامسا: المنابع الحموية

ناهيك عن اشتهارها بمياهها المعدنية، تعتبر ولاية سعيدة قطبا حمويا بامتياز، فهي تحتوي على العديد من المنابع الحموية على غرار المركز الحيوي "حمام ربي" المتواجد فقط على بعد 11 كلم شمال مقر الولاية، والذي يعتبر الوجهة الأولي لزائري المدينة قصد الراحة والاستجمام وكذا التداوي من أمراض داء المفاصل والأمراض الجلدية، حيث يحتوي على 53 قاعة استحمام، جناح طبي، 13 جناح صغير bungalow و12 شقة ذات غرفة واحدة، وعلى بعد 90 كلم جنوب شرق مقر الولاية يوجد الحمام الحموي "عين السخونة"، والذي ينتظر أن يلعب دورا هاما في التنمية السياحية بالمنطقة نظرا لبعده نفس المسافة تقريبا عن مراكز حضرية أخرى كتيارت، البيض وفرندة، ويحظى بمنطقة توسع سياحي بمساحة كلية تقدر بـ 133 هكتار، ويوجد هناك فندق بسعة 104 سرير ويستقبل يوميا خارج أيام العطل حوالي 400 زائر، والذين يقبلون على الموقع للراحة والاستجمام والاستفادة من الخصائص العلاجية للمنبع من داء المفاصل، الأمراض الجلدية والتنفسية، كما ينتشر فيه التداوي عن طريق أسماك Tilapia، وهي أسماك تعيش في المياه العذبة، يتم العثور عليها في المياه ذات قيمة PH تتراوح من 5 إلى 11 ودرجة حرارة تتراوح بين 13.5 درجة مئوية و 33درجة مئوية، ولها خصائص علاجية مهمة لبعض الأمراض الجلدية فيه مفيدة في العلاج الطبيعي للجلد كتقشير الجلد الميت وتخفيف الندوب السطحية وتحسين جريان الدم، ناهيك عن إخلاء التوتر والضغط النفسي.

من جانب آخر يوجد بولاية النعامة المرفق الحموي "حمام ورقة" المعدني الذي يبعد عن مقر الولاية بحوالي 80 كلم، والذي تتميز مياهه أنها تساعد في الشفاء من بعض الأمراض الجلدية إلى جانب بعض أمراض الروماتيزم والأعصاب، مما جعله يعرف إقبالا كبيرا من العائلات سواء من داخل الولاية أو من الولايات المجاورة كالبيض وتلمسان، هذا إلى جانب أنه محاط بمناظر طبيعية

خلابة، كما يوجد في هذه المساحة الضيقة ينابيع مياه ساخنة جدا وتوجد ينابيع مياه باردة وتوجد ينابيع مياه مالحة وتوجد ينابيع مياه عذبة.

أما ولاية تبارت فتحتوي على منبع حيوي وحيد وهو حمام سرغين المعدني، ببلدية سرغين دائرة قصر الشلالة، ويتميز بمياهه المعدنية التي تصل درجة حرارتها 42 درجة مئوية والتي أثبتت فعاليتها في معالجة الأمراض الجلدية و الروماتيزم و أمراض الكلى، ويتوفر الحمام على 03 منابع مستغلة تتفاوت في مقدار طاقة ضخ المياه حيث تقدر طاقة ضخ المنبع الأول ب04 لتر في الثانية، والمنبع الثاني بـ 06 ل/ث، والمنبع الثالث وهو المنبع الأكثر أهميـة مقارنة بالمنبعين السابقين وتقدر طاقة الضخ فيه بـ 10 ل/ث، إلا أنه يعاني عجزا واضحا، نظرا لقلة منشآت الإيواء حيث يتوفر الحمام على مجموع 07 سكنات و24 غرفة فقط، ويستقطب حمام سرغين المعدني حوالي 8.000 زائر سنويا، رغم تواضـع ظروف الإقامـة و محدودية الإمكانيات التي يتوفـر عليها.

المطلب الثالث: آفاق ترقية السياحة المستدامة بإقليم الهضاب العليا الغربية

سنستعرض من خلال هذا المطلب أهم الأنشطة السياحية التي يمكن أن تحتضنها مناطق إقليم الهضاب العليا الغربية بما يسمح بمنح السواح تجارب سياحية متميزة ويحافظ على الموروث الطبيعي والثقافي والبيئي، مع الأخذ بعين الاعتبار لمتطلبات السكان المحليين وتطلعاتهم.

أولا: السياحة الثقافية

تتمثل هذه السياحة في زيارة القصور القديمة والمباني العتيقة الموجودة في المنطقة، والتي تدل على تعاقب الحضارات والمجتمعات التي عمرت المنطقة، الشيء اذي يثمن هذه المواقع ويحميها من الاندثار في ذاكرة الأشخاص الزوار والمحليين على حد السواء، كما تتمثل في التجمعات المنظمة في المناسبات والأعياد الدينية والوعدات التي يقصدها الأشخاص من مختلف الولايات المجاورة وما

يتم خلالها من استعراضات للفرسان باللباس التقليدي بالخيل والبنادق، وهنا يجب التأكيد على النقاط التالية:

- ترميم المباني القديمة وإعادة تهيئتها بشكل يعيد لها الحياة ويحافظ على طابعها العريق، وذلك من خلال العمل على تصنيفها وإدراجها ضمن برامج وطنية قصد الاستفادة من الميزانية الكافية لتغطية أعمال الترميم وكذا الاستعانة بالخبرات التقنية المحلية والوطنية في المجال الثقافي والتاريخي حتى تحافظ على طابعها الأصيل؛
- اعتماد سياسة تسويقية خاصة ومدروسة وتنظيم ملتقيات، مهرجانات ومعارض وطنية ودولية وكذا رحلات وجولات خاصة من طرف السلطات المحلية ودواوين السياحة قصد التعريف بهذه المعالم وبالعادات والتقاليد المنتشرة لدى الأهالي من منتجات محلية تقليدية وطبخ محلي وأكلات شعبية، ونشر مختلف المعلومات التاريخية والتقنية الخاصة بها، لا سيما في سائل الإعلام المرئية والسمعية وشبكة الأنترنيت وشبكات التواصل الاجتماعي، وعدم ترك هذه المهمة لمجهودات فردية ومتفرقة؛
- تنظيم تربصات ودورات تكوينية قصيرة المدى لتعليم السياح الأجانب بعض الحرف المحلية والصناعات التقليدية كصناعة المجوهرات التقليدية، صناعة الفخار، فن تشكيلي، طبخ تقليدي، أزياء تقليدية... ويستحسن تنظيم هذه الدورات في أماكن منعزلة بعيدة عن المراكز الحضرية كالبنايات التقليدية الموجودة في القرى أو الحصون التاريخية مما يغذي الإلهام ويزيد من الإبداع الفني، وتمثل فرصة لوضع الزائر لمدة قصيرة في فضاء آخر مختلف لممارسة هوايته أو تعميق معارفه وتبادلها مع أشخاص آخرين قادمين من أماكن مختلفة ومع الأهالي والسكان المحليين.
- إشراك المجتمعات المحلية من خلال هيئات المجتمع المحلي والجمعيات الثقافية للتحسيس بضرورة المحافظة على الموروث الثقافي والتاريخي لأن الأفراد يكونون أكثر التفافا واستجابة

لذويهم والأشخاص القريبين منهم، بما يعزز الشعور بالانتماء والافتخار بالقيم والعادات المتوارثة عبر الأجيال.

ثانيا: السياحة الحموية

لا يجب جعل من المراكز الحموية قبلة المرضى والراغبين في الاستفادة من الخصائص العلاجية للمياه فقط، بل يجب أن نجعل منها نواة لمنتج سياحي تدور في فلكه العديد من الخدمات الجانبية، وإن كانت مرتبطة بالنشاط الأصلي إلا أنها موجهة لفئات أخرى من الزوار والسواح، خاصة وأن أغلب هذه المنابع الحموية متواجدة في مناطق ريفية أو جبلية وما تحمله من مناظر خلابة وأماكن للراحة والاستجمام بالابتعاد عن ضغط المدن وضوضائها، ومن ثم قصد تطوير هذا النوع من السياحة نقترح النقاط التالية:

- تعزيز المنابع الحموية بهياكل الإيواء والإطعام الملائمة لقدرة الاستيعاب في تلك المواقع، مع القيام بجمع أعمال التهيئة الخارجية بما يضفي لتلك المواقع صورة جمالية خاصة، كما يجب توفير جميع المرافق الضرورية للراحة والاستجمام من ساحات للجلوس وحدائق للاستجمام، وتخصيص مساحات لأداء بعض الرياضات كالعدو والدراجات الهوائية؛
- القيام بالمراقبة الدورية للهياكل الموجودة من حيث نوعية الخدمات ووضعية المنشآت، وكذا لمدى احترام القوانين والتشريعات المتعلقة باستغلال المنابع الحيوية ومنع أي استغلال غير قانوني لهذه المنابع؛
- تشجيع الاستثمار الخاص لا سيما المحلي في هذا المجال وتحسيسهم بالمسؤولية الاجتماعية على عاتقهم في مجال التنمية السياحية بصفة خاصة والتنمية بصفة عامة وما لها من آثار إيجابية على تحسين الظروف المعيشية للسكان المحليين؛

- العمل على تنويع الخدمات المقترحة من طرف المؤسسات الحموية قصد جلب مختلف الفئات الزبائن (قاعات سباحة مغطاة، الصيد القاري، دورات رياضية، جولات...) وتخصيص برامج خاصة خارج أيام موسم الذروة لتمديد النشاط السياحي طول أيام السنة، وذلك قصد زيادة المداخيل لتغطية التكاليف الثابتة؛
- إشراك اليد المحلية قدر المستطاع في الأنشطة السياحية لا سيما تلك التي لا تحتاج إلى تأهيل خاص بصفة مباشرة في عملية التوظيف، وكذا إدماج المؤسسات المحلية في الهيكل الاقتصادي للمؤسسات السياحية سواء تعلق الأمر بتزويد المؤسسات السياحية بما تحتاجه من سلع (مواد غذائية، تجهيزات...) وكذا مؤسسات الخدمات (النقل، الصيانة...).
- تهيئة الطرق والممرات وتزويدها باللافتات الإرشادية واللوحات الإشهارية قصد تحفيز الطلب الكامن لدى الزوار والمارين.

ثالثا: السياحة الترفيهية والاستكشافية

تتمثل هذه السياحة في الأرياف والواحات الكثيفة المنتشرة بالجزء الجنوبي للإقليم لا سيما جنوب ولايتي البيض والنعامة أين يمكن أن يساهم في جلب السواح الأجانب وحتى الجزائريين لاكتشاف المنطقة، على أن يتم برمجة أنشطة ترفيهية أثناء الزيارات أو أيام الإقامة كركوب الجمال وممارسة بعض الرياضات كالعدو والتزحلق على الرمال وهذا سعيا منا لإحداث نوع جديد من السياحة بالمنطقة، أو القيام خرجات بالسيارات الرباعية في الطبعة الصحراوية الخالية والمبيت في العراء وتنظيم جولات صيد الذي تشتهر به المنطقة لاسيما صيد الغزال والطيور، غير أن هذا النشاط يجب أن يتم بالتنسيق مع السلطات المسؤولة عن حماية الفصائل النادرة من الحيوانات والطيور النادرة، حيث يخول لها السلطة في منح الرخص وتخصيص فترات الصيد لتفادي أوقات التكاثر والتفريخ.

كما أن توفر الآثار الأركيلوجية والبنايات والقصور القديمة التي تعود إلى أزمنة غابرة في الإقليم، يسمح أن تكون هذه المواقع مكانا للسياحة الاستكشافية والعلمية لصالح الباحثين والمتخصصين، قصد القيام بالبحوث العلمية اللازمة في ذلك المجال لاستكشاف الأسرار والخبايا التي تعيط بتكوين الأرض ومختلف الحيوانات التي كانت تعيش في المنطقة، وتحصين تلك المواقع بجعلها مناطق محمية ومحروسة، كما يمكن أن يتم من خلال هذه الأنشطة البحث على مواقع أخرى لم يتم اكتشافها بعد وإدراجها في التراث الوطني أو العالمي، وهنا يجب أن تتم هذه الأنشطة تحت رقابة محكمة حتى لا تكون هذه الاكتشافات عرضة للنهب والتخريب والسرقة، كما يمكن اقتراح النقاط التالية[1]:

- إقامة سياج يحيط بالأضرحة من أجل عزل المناطق الرعوية عن المعالم الأثرية وإنشاء الممرات والطرق التي تربط الأضرحة فيما بينها، وكذا تشجير المناطق المجاورة للمعالم للتخفيف من قوة الرياح وخاصة تلك المحملة بالرمال؛
- إقامة مصادر للطاقة الكهربائية لإضاءة الغرف والأروقة للاستغناء عن الشموع وتجنب مسببات الحرائق وتوفير المطافئ، مع المراقبة الدورية والمستمرة من قبل الهيئات الوصية.
- العمل على نظافة الأضرحة ورفع الركام الذي يسد بعض مداخلها وإنشاء شبكة من المجاري لتصريف مياه الأمطار والسيول؛
- إقامة أبواب لمنع دخول الحيوانات وسد الفجوات والشقوق التي تتخذها هذه الأخيرة كملاجئ؛
- تدعيم السوار المائلة والبلاطات المشقوقة والقيام بأعمال الترميم لبعض الأجزاء المندثرة من المعالم خاصة الأسوار وأسوار التدعيم؛

[1] قلواز خالد وآخرون، مرجع سابق، ص 250.

رابعا: السياحة البيئية

تسمح مختلف المواقع الطبيعية المنتشرة في شتى ولايات إقليم الهضاب العليا الغربية على غرار المناطق الرطبة والغابات الكثيفة بممارسة السياحة البيئية التي تقترن بالمناطق التي تتميز بنظام بيئي هش لما لها من انعكاسات سلبية جد محدودة على المحيط الطبيعي والثقافي للمناطق المستقبلة، وترتكز محاور هذا النوع من السياحة بالأساس على الطبيعة والبيئة، إذ يهدف إلى الاستمتاع بالمناظر الطبيعية والتعرف على الثقافات المحلية السائدة وزيارة المحميات والحظائر الطبيعية (المناطق الرطبة المصنفة، مركز الخيول...)، بشكل يحقق لهم فرصة الراحة والاستجمام بمعايشة جمال ونقاء الطبيعة، بثراء مناظرها وحياتها الريفية التقليدية، وما يرتبط بها من سكان وثقافات محلية، وهو لا يهدف إلى الترفيه والتسلية فحسب بل للإعلام والاستكشاف، والتحسيس بضرورة المحافظة على رأس المال الطبيعي والثقافي المحلي سواء من طرف السياح الأجانب أو السكان المحليين، وهنا نشير من جهة إلى دور الشركات السياحية التي عليها أن تتبع سياسات تسويقية وممارسة سلوكات سياحية تهدف إلى توفير شروط استقبال تحترم و تحافظ على البيئة النباتية والحيوانية في المناطق المستقبلة من خلال مجموعة من الإجراءات كتقديم برامج توضيحية للعاملين والسياح بالبيئة الطبيعية والثقافية، مع ادراج أنشطة لصالح السواح لصيانة والمحافظة على المحيط الطبيعي، ناهيك عن اعتماد تجهيزات خاصة مقتصدة للطاقة أو معتمدة على موارد طاقوية متجددة واعتماد طرق للتعامل مع المخلفات من نفايات صلبة وصرف صحي، ومن جهة أخرى نشير إلى ادراج السكان المحليين في تنظيم وتسيير النشاط السياحي واتخاذ القرارات المتعلقة به، وذلك من خلال المؤسسات الصغيرة المحلية، التعاونيات والجمعيات المحلية، بما يضمن الاستفادة من العوائد المالية للنشاط السياحي من جهة وكذا من خلال اختيار نوعية الزوار وطبيعة احتكاكهم مع السكان المحليين وطرق إدماجهم في الحياة اليومية.

كما يمكن تنظيم رحلات وزيارات ملتزمة لمناطق زراعية تقليدية بغرض الاستمتاع ومزاولة الأنشطة الزراعية، وتأمل البيئة الطبيعية وملامحها الثقافية، وذلك من خلال قيامهم بمجموعة من الأنشطة التي ترتبط بالبيئة المحلية، منها على سبيل المثال: (المشاركة في زراعة وحصد المحاصيل، التثقيف بأنواع المزروعات نباتات وخصائصها، مشاهدة أساليب تربية الحيوانات والاستفادة منها في الأنشطة الزراعية، مشاركة الأهالي في الحرف التقليدية المعتمدة على العناصر الأولية من البيئة المحلية، المشاركة في طهي المأكولات الشعبية والتقليدية إضافة إلى الأنشطة الأخرى التي تتناسب مع البيئة الطبيعية بشكل عام مثل: (التريض بين المزارع، ركوب الخيل والإبل... الخ)، كل ذلك يشكل أنماط جديدة لأنشطة العطلات ومسارات تجذب السائح لاستكشاف مناطق جديدة عليهم، وهنا نشير إلى دور المنتجين الزراعيين في تنشيط هذا النوع من السياحة من خلال الإشهار بمنتجاتهم والتعريف بمختلف المراحل التي تمر بها العملية الإنتاجية كتنظيم زيارات للمنشآت الفلاحية والمزارع.

خلاصة الفصل:

قمنا من خلال هذا الفصل بتقديم شامل للولايات المكونة لإقليم الهضاب العليا في الجزائر والتي تم توزيعها إلى ثلاثة أقطاب كبرى: الهضاب العليا الشرقة، الوسطة والغربية، حيث تم تحديد الموقع الجغرافي والهيكل الإداري لهذه الولايات مع الوقوف على أهم الخصائص الطبيعية التي تميزها، من أشكال السطح والتضاريس والخصائص المناخية والغطاء النباتي، كما تم التطرق إلى الوضعية الديموغرافية لهذه الولايات من خلال الوقوف على تطور عدد السكان وتوزيعهم بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية، كما تم عرض وضعية البنى التحتية والمرافق العامة الموجودة بالإقليم كشبكة الطرقات والنقل، مستويات التغطية بالكهرباء والغاز وكذا مستويات الربط بشبكة المياه الصالحة للشرب وشبكة الصرف الصحي.

كما حولنا عبر هذا الفصل القيام بمسح شامل للمخزون الهام والمتنوع للموارد السياحية الموجودة عبر ولايات الإقليم، حيث يوجد العديد من المواقع الطبيعية كالغابات والمسطحات المائية والمناطق الجبلية التي يمكن أن تحتضن العديد من الأنشطة السياحية البيئية وفق شروط معينة، والتي من شأنها المحافظة وتثمين هذه الموارد من جهة، وتنويع الأنشطة الاقتصادية لتلك المناطق بما يخلق موارد ومداخيل مالية لصالح المجتمعات المحلية بما يحسن من ظروفهم المعيشية الاقتصادية والاجتماعية، وفي نفس السياق وجدنا أن الإقليم يحتوي على العديد من المنابع الحموية ذات القدرات العلاجية المتنوعة، والتي يمكن أن تجعل من الإقليم قطبا سياحيا رائد على المستوى الوطني والدولي، غير أن العجز المسجل في طاقة الإيواء ومحدودية نوعية الخدمات المقدمة وغياب استراتيجية واضحة في الواقع جعل من هذه المواقع مستغلة بطريقة شبه تقليدية، ولا ترقى إلى مستوى الطاقة السياحية الكامنة التي تملكها.

ومن جانب آخر تزخر المنطقة بعدد معتبر من المواقع التاريخية التي تضم العديد من الآثار القديمة على غرار الآثار والمدن الرومانية القديمة، وكذا القلاع والأبراج الحربية التي تم تشييدها من طرف مختلف حكام الإمارات والدول التي توالت على تعمير المنطقة في التاريخ، ناهيك عن القصور والبنايات التقليدية التي تنتشر في العديد من المدن بالإقليم، إلا أن العديد من هذه المعالم يحتاج إلى الترميم وإعادة التهيئة بما يحفظ تراث المنطقة، بما يعكس الموروث الشعبي الذي يتجلى في العادات والتقاليد والصناعات الحرفية والمنتجات التقليدية، والتي تمثل هي الأخرى موردا سياحيا حقيقيا وجب الحفاظ عليه وإبرازه من خلال المعارض والصالونات والمهرجانات.

الخاتمة:

تطرقت هذه الدراسة إلى آفاق وإمكانية تطوير السياحة المستدامة في منطقة الهضاب العليا في الجزائر، حيث استهلنا الفصل الأول بمحاولة إعطاء مفهوم واضح للسياحة ومقوماتها والوقوف على مدى تطور النشاط السياحي في العالم، كما قمنا بإعطاء أهم الميزات والخصائص الاقتصادية للنشاط السياحي من حيث الطلب، العرض والسوق، وخصائص الابتكار ومعوقاته، لنختم هذا الفصل بالتطرق إلى كل من مفهوم التنمية السياحية والتخطيط السياحي، وصولا إلى تبيان خصائص التسويق السياحي ومكونات المزيج التسويق للمنتج السياحي.

أما الفصل الثاني فقد خصص للآثار والانعكاسات التي أنتجتها النشاطات السياحية وتطورها على المستوى الاقتصادي، البيئي والاجتماعي، والتي أدت إلى ظهور تصور جديد للممارسة السياحية ألا وهو السياحة المستدامة، أي تم الوقوف على مختلف التعاريف والمبادئ التي تعتمد عليها وكذا المفاهيم المتعلقة بها، كما تم الوقوف على المؤشرات التي تستخدم في قياس الاستدامة في الأنشطة السياحية التي تختلف في أشكالها وأهدافها، لنصل إلى مؤشر قدرة الاستيعاب السياحية كمؤشر جامع وشامل للاستدامة السياحية، ولقد تطرقنا كذلك في هذا الفصل إلى أهم السياسات والوسائل التي يمكن الاستعانة بها لتحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية كالقوانين والتشريعات، الإعانات والضرائب، ودساتير الأخلقة.

أما الدراسة التطبيقية فقد قمنا بمعاينة واقع السياحة في الجزائر من خلال عرض وتحليل الأرقام الخاص بتطور الحركة السياحية الوافدة والصادرة والميزان السياحي، وكذا واقع طاقة الإيواء والليالي السياحية خلال السنوات الأخيرة، كما تم دراسة أداء فرع الإيواء والإطعام من خلال أرقام الحسابات الاقتصادية الكلية، حيث تم الوقوف على تطور الإنتاج الخام والقيمة المضافة للفرع، وتوزيع هذه الأخيرة على شكل تعويضات الأجراء، ضرائب مرتبطة بالإنتاج وفائض الاستغلال، كما

تعرضنا إلى الدور الذي يلعبه فرع الإيواء والإطعام في الهيكل الإنتاجي الكلي باستخدام جداول المدخلات والمخرجات التي تبين الاستخدامات النهائية والوسيطية لناتج الفرع من جهة ولمختلف الفروع الإنتاجية الأخرى التي تقوم بتوفير المدخلات من السلع والخدمات الإنتاجية للفرع، وفي آخر الفصل تم التطرق إلى الإطار التنظيمي و التشريعي التي تعتمده السلطات العمومية في تسيير وتنظيم قطاع السياحة وإرساء الاستدامة في الأنشطة السياحية.

وفي الفصل الأخير تم الوقوف على واقع وآفاق تطوير السياحة المستدامة في منطقة الهضاب العليا الجزائرية من خلال عرض الخصائص الطبيعية والبشرية للمنطقة، وكذا مستويات البنى التحتية والمرافق العامة، لنقوم فيما بعد بمسح شامل لأهم الموارد السياحية التي تزخر بها المنطقة من مواقع طبيعية، منابع حيوية، مواقع تاريخية وتراث شعبي وثقافي، لنخلص في الأخير إلى إعطاء مجموعة من التوصيات والإجراءات التي يمكن أن تسمح بإقامة سياحة مستدامة في المنطقة تكون مكملا للأنشطة الاقتصادية القائمة وموردا إضافيا للمداخيل لصالح السلطات العمومية والعائلات على حد السواء، وما يمكن استنتاجه من هذه الدراسة موجز في النقاط التالية:

1. إن السياحة نشاط بشري ينطوي عليه انتقال الأفراد خارج بيئتهم المعتادة لمدة تفوق اليوم لهدف غير مأجور، وذلك رغبة في الترويح عن النفس والاسترخاء والتجديد الجسدي والنفسي، وتختلف أساليب إشباع هذه الرغبة حسب العوامل الاقتصادية والثقافية والاجتماعية المحيطة بالفرد، ولقد عرفت الأنشطة السياحية في العالم في العقود الأخيرة تطورا ملحوظا من حيث عدد السواح أو حجم الإيرادات السياحية، وقد صاحب هذا التطور تغيرا في الوجهات نتيجة التطور الحاصل في وسائل النقل وظهور وجهات جديدة؛

2. إن قيام نشاط سياحي في منطقة معينة يحتاج إلى وجود مجموعة من المقومات الطبيعية كالموقع والمناخ والتضاريس، وأخر مصطنعة من بنى تحتية وفوقية وخدمات عامة، وهياكل الضيافة من عناصر الجذب السياحي وهياكل إيواء وإطعام وخدمات مرافقة؛
3. يملك المنتج السياحي مجموعة من الخصائص والمميزات من حيث الطلب والعرض، مما يجعله يتمتع بدورة خاصة لحياته ويمنح السوق السياحية طابعا خاصا من حيث المنافسة والعلاقة بين المتعاملين فيها من عملاء وعارضي الخدمات السياحية، كما أن هذه الخصائص تجعل من المزيج التسويقي في السياحة يختلف في شكله وبنائه عن الأنشطة الإنتاجية الأخرى من حيث المزيج التسويقي للمنتج، الأسعار، التوزيع والترويج.
4. إن التنمية السياحية هي تلك الحزمة من البرامج والمخططات التي يتم من خلالها إقامة مختلف التسهيلات والمرافق والمشاريع التي تهدف إلى الاستغلال الأمثل للموارد السياحية، مرهونة بوجود تخطيط سياحي يعبر عن القرارات المتعلقة باختيار البدائل المختلفة المرتبطة باستغلال واستخدام مختلف الموارد السياحية في منطقة معينة وبإشراك جميع الأطراف الفاعلة في النشاط السياحي وفق برنامج شامل ومتكامل ومتوازن من أجل تحقيق تنمية سياحية في فترة زمنية محددة؛
5. إن الآثار والانعكاسات السلبية للأنشطة السياحية على المستوى الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي أصبحت تمثل تهديدا حقيقيا للأنشطة السياحية في المواقع والوجهات السياحية، مما دعا المنظمات الدولية والباحثين والمنظرين إلى اعتماد السياحة المستدامة كرؤية جديدة للممارسة السياحية؛
6. إن السياحة المستدامة عبارة عن نظام معقد يضم مجموعة من العناصر الداخلية والخارجية بشكل يؤدي إلى تنمية قادرة على الحفاظ على نوعية المحيط وعلى التجارب السياحية لدى

السياح وكذا النظم الاجتماعية والثقافية لدى السكان المحليين وبما يحقق استمرارية النشاط الاقتصادي للمؤسسات السياحية، وذلك وفق توازن يتحدد بالمبادئ والقيم المنتشرة لدى أصحاب المصالح وبالظروف المتعلقة بالزمان والمكان، وهي تنطوي عليه الكثير من المفاهيم المتقاربة كالسياحة البيئية والسياحة التضامنية، والذي يغطي كل منها جانبا من جوانب السياحة المستدامة البيئية، الاقتصادية أو الاجتماعية والثقافية، غير أنها في مجملها تحقق أهداف الاستدامة في الأنشطة السياحية؛

7. يجب أن نعتمد على مؤشرات لها القدرة على أن تصف الوضعية بصدق سهلة التقدير وذات دلالة لمعرفة درجة الاستدامة على مستوى الموقع أو الوجهة السياحية وكذا تقدير آثار وانعكاسات القرارات المتخذة من طرف أصحاب المصالح في هذا المجال، وتختلف هذه المؤشرات حسب شكلها وطريقة حسابها والغرض من استخداماتها في التخطيط والتسيير ؛
8. تمثل قدرة الاستيعاب السياحية مؤشرا مركبا وشاملا، يغطي في آن واحد عدة جوانب من جوانب الاستدامة السياحية، فهو يأخذ بعين الاعتبار الأبعاد البيئية، الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، ويعكس إلى حد كبير درجة الاستدامة على مستوى الموقع أو الوجهة السياحية؛
9. تمثل القوانين والتشريعات وكذا التحفيزات المالية من ضرائب وإعانات أهم الوسائل والأدوات التي تعتمد عليها السلطات العمومية لتوجيه وتحفيز سلوك المتعاملين السياحيين من سواح ومؤسسات سياحية ومجتمع محلي لتحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية.
10. رغم التطور المحسوس للحركة السياحية في الجزائر إلا أنها تبقى جد ضعيفة مقارنة بالموارد السياحية المتاحة، لا سيما بالنسبة للسياحة الصادرة في السنوات الأخيرة التي أصبحت تفوق حجم السياحة الواردة التي يغلب عليها السواح الجزائريون المقيمون في الخارج،

مما انعكس على رصيد الميزان السياحي الذي تضاعف عجزه بأكثر من أربع مرات خلال الفترة 2000-2015؛

11. مازالت الجزائر تعاني عجزا كبيرا في طاقة الإيواء والتي تفتقر إلى النوعية في الخدمات المقدمة حيث أنها تتكون غالبيتها من هياكل إيواء غير مصنفة، هذا إلى جانب غياب التنوع في وظائفها إذ أنها تمثل الفنادق الحضرية والشاطئية النسبة الغالبة فيها، وهو ما انعكس على معدلات النمو المسجلة للقيمة المضافة لفرع الإيواء والإطعام التي تبقى دون تلك المسجلة في الفروع الإنتاجية الأخرى رغم أن نسبة في حجم الإنتاج الخام هي النسبة الأعلى (80%)؛

12. يعبر المخطط التوجيهي للتنمية السياحية عن رؤية السلطات العمومية للتنمية السياحية في الأجل المتوسط والبعيد، غير أنه يمثل مشروع تهيئة سياحية أكثر منه مشروع تنمية سياحية، حيث أن الاهتمام فيه سيكون موجها لتشييد الهياكل القاعدية للسياحة كالفنادق والطرقات وقنوات الاتصال والقرى السياحية، رغم احتوائه على إجراءات خاصة لاعتماد مخطط للنوعية وعدة إجراءات لدعم وتطوير المؤسسات السياحية؛

13. يمتد إقليم الهضاب العليا قطريا من جنوب المغرب إلى شمال غرب تونس، فاصلا ما بين سلسلة جبال الأطلس التلي شمالا وسلسلة جبال الأطلس الصحراوي في الجنوب، وهو يتربع على مساحة تفوق عشر المساحة الإجمالية للجزائر، ويتميز بمجموعة من الخصائص الطبيعية والديموغرافية المشتركة، كما أنه يحظى بمستويات مقبولة من الهياكل التحتية والمرافق العمومية ويتمتع بطاقة بشرية هامة ناتجة من التزايد الطبيعي للسكان ومن النزوح الريفي الذي زاد من الضغط الديموغرافي في المدن؛

14. يمتلك إقليم الهضاب العليا بالجزائر مخزونا هاما من الموارد السياحية، حيث يوجد العديد من المواقع الطبيعية كالغابات والمسطحات المائية والمناطق الجبلية التي يمكن أن تحتضن العديد من الأنشطة السياحية البيئية، هذا إلى جانب العديد من المنابع الحموية ذات القدرات العلاجية المتنوعة، والتي يمكن أن تجعل من الإقليم قطبا سياحيا رائد على المستوى الوطني والدولي، ناهيك عن المواقع التاريخية التي تضم العديد من الآثار القديمة على غرار الآثار والمدن الرومانية القديمة، وكذا القلاع والأبراج الحربية، وكذا القصور والبنايات التقليدية التي تنتشر في العديد من المدن بالإقليم.

ومن ثم يمكن تقديم التوصيات التالية:

1. يجب على السلطات العمومية الإسراع في التموقع في الخريطة السياحية العالمية الحالية التي عرفت حركية كبيرة في العقود الأخير على مستوى تطور حجم السواح والإيرادات السياحية وظهور وجهات سياحية جديدة، خاصة وأن الجزائر قريبة من القارة الأوروبية التي تمثل أكبر سوق سياحية في العالم؛

2. يجب اعتماد إجراءات خاصة لتدنية تكاليف الاستهلاكات الوسيطية لاسيما الطاقة والمياه والمنتجات الغذائية والفلاحية التي تمثل أكثر من 94% من مجموع الاستهلاكات الوسيطية، وذلك قصد زيادة نصيب القيمة المضافة الخامة من الإنتاج الخام؛

3. نظرا لتطور الفائض الخام للاستغلال بمعدلات أقل من الفروع الإنتاجية الأخرى، وأن حجم الضرائب المرتبطة بالإنتاج المدفوعة من طرف الفرع قد سجلت معدلات أعلى للنمو من تلك المسجلة في الفروع الأخرى، سواء تعلق الأمر بتطور حجمها أو بمعدل نموها خلال الفترة، فيجب اعتماد إجراءات إضافية على مستوى فرع الإيواء والإطعام لتشجيع النشاط خاصة تلك المتعلقة

بدورة الاستغلال لا سيما الإعانات المالية والضرائب المرتبطة بالإنتاج؛ حيث أن معدل الربحية يمثل المؤشر الرئيسي اجذب المستثمرين والمقاولين في نشاط معين؛

4. تطوير التكوين والتدريب في المجال السياحي يمر عبر التوسع في إنشاء مؤسسات وفتح تخصصات في الجامعات ومراكز التكوين بما يسمح باستقبال عدد أكبر من الطلاب والمتمهنين، حيث أنه رغم امتلاك الجزائر مؤسسات عريقة في التكوين السياحي التقني والعالي، إلا أنها تبقى غير كافية في ظل الإرادة السياسية الموجودة لتطوير القطاع السياحي، كما أن تمركزها في مدن محددة يعيق الطلب على التكوين بها؛ خاصة وأن فرع الإيواء والإطعام قد عرف تطورا محسوسا من حيث حجم تعويضات الأجراء المدفوعة من قبل الفرع الذي هو دليل على استقطابه لليد العاملة بالنظر إلى كثافة عنصر العمل في النشاط السياحي؛

5. إن تطوير السياحة في منطقة الهضاب العليا في الجزائر مرهون باعتماد استراتيجية شاملة تعبر عن إرادة حقيقية للسلطات العمومية المحلية والوطنية، من خلال اعتماد برامج خاصة لإعادة تهيئة وترميم المعالم التاريخية والثقافية وتصنيفها، ومخططات لتهيئة المواقع الطبيعية بشق الممرات وتهيئة المساحات الخاصة بالزوار والسائحين، مع تنظيم حملات تسويقية واسعة للتعريف بمخزون الموارد السياحية لدفع منظمي الرحلات والمؤسسات السياحية لإدراج المنطقة ضمن حزمات منتجاتهم المعروضة وإقبال السواح عليها، على أن تكون الاستدامة ركنا من أركان هذه الأنشطة نظرا لطبيعة ونوعية هذه الموارد؛

6. إن تحقيق الاستدامة في الأنشطة السياحية يمر عبر اعتماد أجهزة وهيئات خاصة تتمتع بالاستقلالية المالية وتحظى بسلطة الضبط القضائي، تقوم بمراقبة مستمرة للمواقع السياحية لتقدير انعكاسات وآثار التوسع في النشاط السياحي على البيئة والمحيط، معتمدة في ذلك على مؤشرات دقيقة تستقيها من التحقيقات والتحريات التي تقوم بها؛

7. على السلطات العمومية في ظل استراتيجيتها الشاملة للتنمية السياحية بإقليم الهضاب العليا التركيز على الأنشطة السياحية التي تتوافق مع طبيعة الموارد السياحية التي تميز المنطقة لا سيما السياحة الحموية، السياحة البيئية والسياحة الثقافية؛ مع استهداف السواح الأجانب الذين يكون أكثر تعطشا لهذا النوع من السياحة؛

8. يمثل تطوير طاقة الإيواء حجر الزاوية لأي تنمية سياحية لا سيما السياحة الداخلية التي عرفت نموا محسوسا في حجم الليالي السياحية في السنوات الأخيرة، ومن ثم على السلطات العمومية تقديم كل المساعدات المادية والمالية والتسهيلات الإدارية لتوجيه المستثمرين في هذا الاتجاه وكذا اعتماد إجراءات خاصة بالمشاكل المتعلقة بالعقار السياحي؛

9. رغم أن الجزائر تمتلك ترسانة هامة من القوانين والتشريعات التي تعتمد عليها في تنظيم وتسيير النشاط السياحي وحماية الموارد السياحية المادية والمعنوية سواء كانت طبيعية أو مصطنعة بما يحقق الاستدامة السياحية، معتمدة في ذلك على عدة هيئات مركزية ومحلية والتي تسهر كذلك على حماية والحفاظ على مناطق ومواقع التوسع السياحي وتهيئتها، إلا أنه يجب إشراك المجتمع المحلي عبر ممثليه من جمعيات وتعاونيات ثقافية واجتماعية في الاستشارات واتخاذ القرارات المتعلقة بالتنمية السياحية وسبل استغلال الموارد السياحية ومراقبته، قصد التحسيس بأهمية رأس المال الطبيعي والتاريخي والثقافي في المنطقة واستغلاله لتوفير المداخيل وتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية للسكان.

تمت بحمد الله وتوفيقه

قائمة المراجع:

أ. **الكتب:**

1. أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2008.
2. آمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2011.
3. أنور سلطان، المبادئ القانونية العامة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.
4. أوكيل محمد سعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.
5. عبد الإله أبو عياش وحميد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي مدخل استراتيجي، مؤسسة الوراق، عمان، 2004.
6. خليف مصطفى غرايبة، السياحة البيئية، دار ناشري للنشر الالكتروني www.nashiri.net، 2012.
7. رحيم حسين وآخرون، السياحة والتنمية السياحية مع دراسة خاصة حول مناطق الهضاب العليا بالجزائر، دار النشر جيطلي، برج بوعريريج، 2013.
8. رعد مجيد العاني، الاستثمار والتسويق السياحي، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
9. صبري عبد السميع، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006.
10. طارق عبد الفتاح الشريعي، التسويق: التسويق السياحي – التسويق الفندقي، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007.
11. عبد الإله أبو عياش، التخطيط السياحي مدخل استراتيجي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
12. عز الدين الحسني، استراتيجية من أجل تنمية للسياحة في الصحراء الكبرى، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، باريس، 2000.
13. فؤاد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية في مصر والعالم العربي الاستراتيجيات الأهداف والأولويات، عالم الكتب، القاهرة، 2004
14. فليح حسن خلف، التنمية والتخطيط الاقتصادي، عالم الكتاب الحديث، إربد، 2006.
15. كواش خالد، السياحة مفهومها أركانها وأنواعها، دار التنوير، الجزائر، 2007.

16. المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، سفر وسياحة – تسويق سياحي، بدون سنة نشر.
17. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
18. محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
19. محمد الصيرفي، السياحة والبيئة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2007.
20. محمد الطائي، إدارة الفنادق والسياحة، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
21. محمد جاسم شعبان العاني، التخطيط الإقليمي المبادئ والأسس نظريات وأساليب، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
22. محمد عبيدات، التسويق السياحي مدخل سلوكي، دار وائل للنشر، عمان،2005.
23. منظمة الأمم المتحدة، الحساب الفرعي للسياحي: الإطار المنهجي الموصى به، منشورات الأمم المتحدة، نيويورك، 2001.
24. منظمة الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاجتماعية والاقتصادية، شعبة الإحصاءات، الحساب الفرعي للسياحة الإطار المنهجي الموصى به 2008، نيويورك 2009.
25. منظمة الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاجتماعية والاقتصادية، شعبة الإحصاءات، التوصيات المتعلقة بالسياحة 2008، نيويورك 2010.
26. نشوى فؤاد، تنمية المبيعات السياحية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2008.
27. نشوى فؤاد، التنمية السياحية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2008.
28. هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة وآثارها دراسة شرعية مقارنة، دار بن الجوزي للنشر والتوزيع، الدمام 1424هـ.
29. مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، الطبعة الرابعة، القاهرة، 2004.

ب. المقالات:

1. خليف مصطفى غرايبة، السياحة الصحراوية في الوطن العربي (دراسة في جغرافيا السياحة) في آداب الكوفة، كلية الآداب، جامعة الكوفة، العدد 15، 2013.
2. رؤوف محمد علي الانصاري، "السياحة والنقل . . . وسائل النقل المتطورة تساعد على تنمية السياحة وإزدهارها"، مجلة سطور (مجلة الكترونية)، www.sutuur.com/Inverstigations-ports/8134-news.html، 2016/08/16.
3. رحيم حسين، "أخلقة الأنشطة السياحية معالم أساسية لمدونة إسلامية لأخلاقيات السياسة – الحلقة الثانية" في في مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية"، المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية بالتعاون مع مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية، العدد 21، فبراير 2014.

4. زينب توفيق السيد عليوة، "تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر" في بحوث اقتصادية عربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت العدد 65، شتاء 2014.
5. سالم حميد سالم وطارق سلمان، "الأصالة التفاعلية بين السياحة والبيئة المستدامة" في المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مجلد 1، رقم (02)، 2009.
6. سعيدي يحي وسليم العمراوي، "مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية" في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، 2013.
7. سيد فتحي أحمد الخولي، "تخطيط وتنمية السياحة المستدامة في الدول العربية" في مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة، مجلد 14، عدد 1، 1421هـ/2000م.
8. الشاهد الياس، "التسويق السياحي كسبيل لتنشيط القطاع السياحي في الجزائر" في مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الخامس والعشرون، ماي 2012.
9. عبد الرزاق مولاي لخضر وخالد بورحلي، "متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري" في المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، عدد 04، جوان 2016.
10. عقيل قاسم هاشم، "مستوى نتائج التخطيط الشامل والمبرمج للقطاع السياحي في ظل إدارة فعالة'، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد 17، العدد 1، 2009.
11. فراح رشيد وبودلة يوسف، "دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي" في أبحاث اقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة – الجزائر، العدد 12، ديسمبر 2012.
12. قلواز خالد وآخرون، "دراسة أثرية للأضرحة المورية في شمال إفريقيا أضرحة جبل لخضر بالجدار – تيارت" في مجلة تاريخ العلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد السابع، مارس2017.
13. مازن محمد أمين حمة رشيد، "التباين الطوبوغرافي وأثره على أشهر الراحة في محافظة أربيل" في مجلة جامعة كركوك للدراسات الإنسانية، مجلد 7، عدد 3، كركوك 2012.
14. محمد الدبس، "مفهوم الموقع الجغرافي الاقتصادي – البشري وأهميته كعامل في تحديد الأقاليم الاقتصادي وتخصصه ووظائف مراكزه العمرانية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 30، العدد 1 + 2، 2014.
15. نبيل فيصل موسى الموسوي، " دور سياسة التسعير في تسويق الخدمات السياحية (دراسة ميدانية)" في مجلة كلية الآداب، جامعة بغداد، العدد السادس والتسعون الجزء الثاني(الانسانيات.
16. نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية" في مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 3، 2006.

ج. الرسائل والأطروحات:

1. عيساني عامر، الأهمية الاقتصادية لتنمية سياحة مستدامة حالة الجزائر، رسالة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2010.
2. عيشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2011.
3. عبد الحافظ أحمد عبد اللطيف، عمل الشباب في السياحة وتغير القيم الاجتماعية، دراسة سوسيولوجية مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، 2002.

د. المداخلات في الملتقيات:

1. بن بوزيان محمد، بن حبيب عبد الرزاق، مليكي سمير، " السياحة المستدامة والمقاولاتية: الفرص والتحديات في الجزائر"، مداخلة من الملتقى الدولي الرابع للمنظمة الدولية للتسويق الإسلامي، 29-30 اسطنبول تركيا، 2013.
2. رزاز محمد عبد الصمد، التهيئة السياحية وأثرها على التنمية المحلية، مداخلة ضمن اليوم الدراسي " التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية"، مديرية السياحة لولاية برج بوعريريج، 21 ديسمبر 2009.
3. .

هـ. التقارير والوثائق الرسمية:

1. الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، "الاقتصاد الاجتماعي والتضامني أداة لتحقيق العدالة الاجتماعية" في سلسة السياسات العامة أوراق موجزة، العدد 4، United Nation Publication، بيروت، 2014.
2. خالد بن حسين الشهراني وعبد الحكيم بن عبد العزيز الماضي، إدارة تطوير المواقع السياحية، الهيئة العليا للسياحة، المملكة لعربية للسعودية.

و. المواقع الالكترونية:

1. الموقع الالكتروني لمستشفى بامرونجراد الدولي www.bumrungrad.com.
2. الموقع الالكتروني لمتحف اللوفر www.louvre.fr.
3. الموقع الالكتروني للمنظمة العالمية للعمل (OIT)، www.ilo.org.
4. الموقع الالكتروني للمجلس العالمي للسفر والسياحة www.wttc.org.
5. الموقع الالكتروني لصالون باريس للكتاب www.livreparis.com.
6. الموقع الالكتروني للهيئة العامة للإحصاء المملكة العربية السعودية www.stats.gov.sa.
7. الموقع الالكتروني للمنظمة العالمية للسياحة www2.unwto.org
8. الموقع الالكتروني Las Vegas Convention and Visitor Authority، www.lvcva.com

9. الموقع الالكتروني للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر www.angem.dz.
10. الديوان الوطني للإحصائيات www.ons.dz.
11. الموقع الالكتروني لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية أم البواقي http://dtaoumelbouaghi.com
12. الموقع الالكتروني لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية المسيلة www.dtmsila-dz.com
13. الموقع الالكتروني لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية الجلفة www.dta-djelfa.com.
14. الموقع الالكتروني لديوان السياحة سعيدة http://otsaida.net
15. الموقع الالكتروني للسياحة العادلة والتضامنية www.tourismesolidaire.org
16. الموقع الالكتروني لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة www.unep.org.
17. الموقع الالكتروني www.maxisciences.com
18. الموقع الالكتروني للمنظمة المتخصصة في اليقظة الاستراتيجية للسياحة http://veilletourisme.ca.
i. www.alternatives-economiques.fr
19. الموقع الالكتروني لمدينة كيبك www.ville.quebec.qc.ca
20. الموقع الالكتروني للمجلس العالمي للسياحة المستدامة The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) www.gstcouncil.org.
21. الموقع الالكتروني للجمعية الدولية للسياحة البيئية The International Ecotourism Society TIES : www.ecotourism.org.
22. الموقع الالكتروني للجمعية الإيطالية للسياحة المسؤولة Italian Association for Responsible Tourism ، http://www.aitr.org/
23. الموقع الالكتروني للدكتور Harold Goodwin ، http://haroldgoodwin.info/
24. الموقع الالكتروني جريدة السياحة الأولى في الجزائر http://assayahi.com.
25. الموقع الالكتروني لشركة تسيير المناطق الصناعية للشرق www.sgpziest.com.
26. elhourriya.net

ز. **القوانين والمراسيم:**

1. المرسوم رقم 70-134 المؤرخ في 8 شعبان عام 1390 الموافق 8 أكتوبر سنة 1970 يتضمن إنشاء معهد للتقنيات الفندقية والسياحية، الجريدة الرسمة للجمهورية الجزائرية، عدد 86 المؤرخة في 13 أكتوبر سنة 1970.

2. المرسوم رقم 70-135 المؤرخ في 8 شعبان عام 1390 الموافق 8 أكتوبر سنة 1970 يتضمن إنشاء معهد للتقنيات الفندقية، الجريدة الرسمة للجمهورية الجزائرية، عدد 86 المؤرخة في 13 أكتوبر سنة 1970.

3. الأمر رقم 76-76 المؤرخ في 29 رجب عام 1396 الموافق 27 يوليو سنة 1976 يتضمن إحداث معهد عال لأعمال الفنادق والسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 60 المؤرخة في 27 يوليو سنة 1976.

4. القانون رقم 83-03 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1403 الموافق 05 فبراير سنة 1983 يتعلق بحماية البيئة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 06 المؤرخة في 08 فبراير 1983.

5. المرسوم رقم 88-214 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409 الموافق 31 أكتوبر سنة 1988 يتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2 نوفمبر 1988.

6. المرسوم رقم 88-215 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409 الموافق 31 أكتوبر سنة 1988 يتضمن إنشاء مركز وطني للتكوين في السياحة ويحدد قانونه الأساسي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2 نوفمبر سنة 1988.

7. المرسوم رقم 88-216 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409 الموافق 31 أكتوبر سنة 1988 يتضمن حل معهد التقنيات الفندقية والسياحية بتيزي وزو وتحويل ممتلكاته إلى المركز الوطني للتكوين في السياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2 نوفمبر سنة 1988.

8. المرسوم رقم 88-217 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409 الموافق 31 أكتوبر سنة 1988 يتضمن حل معهد التقنيات الفندقية ببوسعادة وتحويل ممتلكاته إلى المركز الوطني للتكوين في السياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2 نوفمبر سنة 1988.

9. المرسوم رقم 88-218 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409 الموافق 31 أكتوبر سنة 1988 يتضمن حل المعهد العال لأعمال الفندقة والسياحة في الجزائر وتحويل ممتلكاته إلى المركز الوطني للتكوين في السياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2 نوفمبر سنة 1988.

10. المرسوم التنفيذي رقم 92-402 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1413 الموافق 31 أكتوبر سنة 1992 يعدل ويتمم المرسوم رقم 88-214 المتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 79 المؤرخة في 2 نوفمبر 1992.

11. المرسوم التنفيذي رقم 94-41 المؤرخ في 17 شعبان عام 1417 الموافق 29 يناير سنة 1994 يتضمن تعريف مياه الحمامات المعدنية وتنظيم حمايتها واستعمالها واستغلالها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 07 المؤرخة في 06 فبراير 1994.

12. المرسوم التنفيذي رقم 94-255 المؤرخ في 9 ربيع الأول 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 يتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 54 المؤرخة في 24 غشت سنة 1994.

13. المرسوم التنفيذي رقم 94-256 المؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 إنشاء المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 54 المؤرخة في 24 غشت سنة 1994.

14. المرسوم التنفيذي رقم 94-257 المؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 إنشاء مركز الفندقة والسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 54 المؤرخة في 24 غشت سنة 1994.

15. القانون رقم 98 -04 المؤرخ في 20 صفر عام 1419 الموافق 15 يونيو سنة 1998، يتعلق بحماية التراث الثقافي بتعريف بالتراث الثقافي للأمة وسبل حمايته والمحافظة عليه، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 16 يونيو 1998.

16. المرسوم التنفيذي رقم 98-70 المؤرخ في 24 شوال عام 1418 الموافق 21 فيفري سنة 1998 يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة وتحديد قانونها الأساس، الجريدة الرسمة للجمهورية الجزائرية، عدد 11 المؤرخة في أول مارس 1998.

17. المرسوم التنفيذي رقم 98-104 المؤرخ في 3 ذي الحجة 1418 الموافق 31 مارس 1998 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 94-255 المؤرخ في 9 ربيع الأول 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 المتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 19 المؤرخة في أول أبريل سنة 1998.

18. المرسوم التنفيذي رقم 2000-46 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق 1 مارس2000، يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كيفيات استغلالها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 10 المؤرخة في 05 مارس 2000.

19. وزارة السياحة، قرار مؤرخ في 20 رمضان عام 1423 الموافق 25 نوفمبر سنة 2002، يتضمن التنظيم الداخلي للديوان الوطني للسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 78 المؤرخة في 27 نوفمبر سنة 2002.

20. القانون 03-01 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق 17فبراير سنة 2003 يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 11 المؤرخة في 19 فبراير 2003.

21. القانون رقم 03-03 في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق 17فبراير سنة 2003 يتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 11 المؤرخة في 19 فبراير 2003.

22. القانون رقم 03-10 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 يتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 43 المؤرخة في 20 يوليو 2003.

23. المرسوم التنفيذي رقم 07-69 المؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق سنة 19 فبراير 2007 الذي يحدد شروط وكيفيات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 13 المؤرخة في 21 فبراير 2007.

24. المرسوم التنفيذي رقم 07-86 مؤرخ في 21 صفر عام 1428 الموافق 11 مارس سنة 2007، يحدد كيفيات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 17 مؤرخة في 14 مارس 2007.

25. المرسوم التنفيذي رقم 07-145 المؤرخ في 2 جمادى الأولى عام 1428 الموافق 19 مايو سنة 207 ليحدد مجال تطبيق ومحتوى وكيفيات المصادقة على دراسة وموجز التأثير على البيئة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 34 المؤرخة في 22 مايو 2007.

26. وزارة التهيئة العمرانية والبيئة والسياحة، قرار مؤرخ في 22 محرم عام 1429 الموافق 31 يناير سنة 2008، يتضمن إنشاء ملحقات للوكالة الوطنية لتنمية السياحة، الجريدة الرسمة للجمهورية الجزائرية، عدد 19 المؤرخة في 9 أبريل 2008.

27. المرسوم التنفيذي رقم 10-254 مؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010، يحدد صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 63 المؤرخة في 26 أكتوبر سنة 2010.

28. المرسوم التنفيذي رقم 10-255 مؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010، يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 63 المؤرخة في 26 أكتوبر سنة 2010.

29. المرسوم التنفيذي رقم 10-257 مؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010، يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 63 المؤرخة في 26 أكتوبر سنة 2010.

30. القانون رقم 11-02 المؤرخ في 14 ربيع الأول عام 1432 الموافق 17 فبراير سنة 2011 يتعلق بالمجالات المحمية في إطار التنمية المستدامة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 13 مؤرخة في 28 فبراير 2011.

31. المرسوم التنفيذي رقم 12-205 المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 06 مايو سنة 2012 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 07-69 المؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق سنة 19 فبراير 2007 الذي يحدد شروط وكيفيات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 29 المؤرخة في 13 مايو 2012.

32. المرسوم التنفيذي رقم 12-211 المؤرخ في 17 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 9 مايو سنة 2012 يحول المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية ومركز الفندقة والسياحة إلى معهدين وطنيين للفندقة والسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 29 المؤرخة في 13 مايو سنة 2012.

33. قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 20 مايو سنة 2012، يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية في مكاتب، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 60 المؤرخة في 31 أكتوبر سنة 2012.

34. المرسوم التنفيذي رقم 13-376 المؤرخ في 5 محرم 1435 الموافق 9 نوفمبر 2013 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 94-255 المؤرخ في 9 ربيع الأول 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 والمتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 57 المؤرخة في 13 نوفمبر سنة 2013.

المراجع باللغة الأجنبية:

Livres :

1. Bédard, François, L'agent de voyages à l'ère du commerce électronique : une profession à réinventer, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2001.
2. Boyer Marc, Le tourisme de l'an 2000, Presse Universitaires de Lyon, Lyon 1999.
3. Boyer Marc, Histoire générale du tourisme du XVI eu XXI siècle, L'Harmattan, Paris, 2005.
4. Butler Richard W, The Tourism Area Life Cycle, Vol. 1, Channel View Publication, Clevedon, 2006.
5. Caccomo Jean-Louis, Fondements d'économie du tourisme Acteurs, marchés, stratégies, De Boeck Supérieur, Bruxelles, 2007, p 59.
6. Confederation of Tourism and hospitality, Introduction to Tourism Economics Study Guide, BPP Learning Media Ltd, London, 2011.
7. Dewailly Jean-Michel, Tourisme et géographie entre p érinité et chao, L'Harmattan, Paris, 2006.
8. Dissart Jean-Christophe, Aubert Francis, and Truchet Stéphanie , An Estimation of Tourism Dependence in French Rural Areas , Á. Matias et al. (eds.), Advances in Tourism Economics, Physica-Verlag, Heidelberg, 2009.
9. Evans Nigel, Campbell David and Stonehouse George, Strategic Management of Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, Massachusetts, 2003.
10. Gagnon Christiane et Gagnon Serge (Sous la direction de), L'écotourisme, entre l'arbre et l'écorce, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2006.
11. Goeldner, Charles R & J. R. Brent Ritchie, Tourism: principles, practices, philosophies, 11th ed, John Wiley & Sons, New Jersey, 2009.
12. Higham James, Critical Issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2007.
13. Holloway J. Christopher & All, The business of tourism, 11th Edition, Pearson Education Limited, Harlow, 2009.
14. Hudson Simon, Tourism and Hospitality Marketing A Global Perspective, SAGE Publications Ltd, London, 2008.
15. Jussi Rämet & al, Anneli Jalkanen & Pekka Nygren (eds.) 2005. Sustainable use of renewable natural ressources — from principles to practices. University of Helsinki Department of Forest Ecology Publications
16. Kolb Bonita M, Tourism marketing for cities and towns, Butterworth–Heinemann, Massachussetts, 2006, p 2.
17. Kotler Philip et Bowen John T et Makens James, Marketing du tourisme et de l'accueil, Pearson France, Montreuil, 2016.
18. Lequin Marie, Ecotourisme et gouvernance participative, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2001.
19. McCabe Scott, Marketing Communications in Tourism and Hospitality Concepts, Strategies and Cases, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2009.
20. Mc Cool Stephen F & Bosak Keith , Reframing Sustainable Tourism, Springer, New York, 2016.
21. Middleton Victor, Marketing in Travel and Tourism, Third edition, Butterworth-Heinemann, Massachusetts, 2001.
22. Miller Graham and Twining-Ward Louise, Monitoring for a sustainable tourism transition: the challenge of developing and using indicators, CABI Publishing, Oxfordshire, 2005.
23. Mowforth Martin & Munt Ian, Tourism and Sustainability, 2ed Edition, Routledge, London, 2003.
24. L'Organisation de coopération et de développement économiques, L'impact de la culture sur le tourisme, Éditions OCDE, Paris, 2009.

25. Organisation Mondiale du Tourisme, Un Tourisme Durable pour le Développement Guide, Madrid, 2013.
26. Programme des Nations Unies pour l'environnement, Tourisme et Montagnes Guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux des excursions en montagne, Paris, 2007.
27. Programme des Nations Unies pour l'environnement et Organisation mondiale du tourisme, Vers un tourisme durable Guide à l'usage des décideurs, Madrid, 2006.
28. Schéou Bernard, « Chapitre 5. Définir les tourismes ? », Du *tourisme durable au tourisme équitable*, De Boeck Supérieur, «Les métiers du tourisme», Bruxelles, 2009.
29. Sharpley Richard and Telfer David j, Tourism and Development Concepts and Issues, 2nd Edition, Channel View Publications, Bristol, 2015.
30. Smith Stephen L J, Tourism Analysis A Handbook, Routledge Edition, New York, 2013.
31. Spenceley Anna, Responsible Tourism Critical Issues for Conservation and Development, Earthscan, London, 2008.
32. Statford Jean, Microéconomie du tourisme, Presse de l'Université du Quebec, Quebec, 1996.
33. St- Pierre Jossé, La gestion du risque : comment améliorer le financement des PME et faciliter leur développement, Presses de l'Université du Québec, Quebec, 2004.
34. Swarbrooke John and Horner Susan, Business Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, Massachusetts, 2001.
35. Tarondeau Jean Claude, recherche et développement, Vuibert, Paris, 1994.
36. Ukaga Okechukwu & Maser Chris, Evaluating sustainable development, Stylus Publishing, Virginia, 2004.
37. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization, Making tourism more sustainable- A guide for policy makers, 2005.
38. Wall Geoffrey & Mathieson Alister, Tourism: change, impacts and opportunities, Pearson Education Limited, Harlow, 2006.
39. Weaver David B, The Encyclopedia of Ecotourism, CABI Publishing, Oxon, 2001.
40. World Tourism Organization, Indicators of sustainable development for tourism destinations: A Guidebook, Madrid, 2004.

Thèses et mémoires :

1. DEPREZ Clémentine, Spécificités et complexité du tourisme d'affaires : politiques et stratégies d'innovation, mémoire pour l'obtention master 1 en management des industries du tourisme et l'hotelleri, CENTRE D'ÉTUDES DU TOURISME ET DES INDUSTRIES DE L'ACCUEIL, Universite de Toulouse, Toulouse 2009.
2. HAINE Pauline, Tourism Area Life Cycle : défi et enjeux au 21ème siècle, Mémoire de fin d'études réalisé en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences et gestion du tourisme, Université libre de Bruxelles, Institut de Gestion de l'Environnement et d'Aménagement du Territoire, Faculté des Sciences, 2009/2010.
3. ABOURMANE MOUTIA, La gestion de l'eau et le tourisme durable, cas de la ville de Marrakech, Mémoire présenté pour l'obtention du Diplôme des Etudes Supérieures Spécialisées, Faculté des Lettres et des Sciences Faculté des Sport, Tourisme, Humaines Marrakech Hôtellerie Internationale, Université Cadi Ayyad Université de Perpignan ,2005.

Articles :

1. Behnassi Mohamed, « Tourisme Durable : Fondements, Indicateurs et Apport au Développement des Pays du Sud » in Revue de Droit et de Sciences Sociales, Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales d'Agadir, Université Ibn Zohr, n° 1, Agadir, 2008.
2. Bates Samuel et al., « Évaluation de l'avantage macroéconomique net du tourisme Analyse coûts-bénéfices des recettes touristiques internationales » in Revue d'économie Régionale & Urbaine, mai 2007/1.
3. Boudjadja Abdelaziz, « La région steppique de Ain Ben Khellil et sa zone humide Oglat Ed Daïra (Naâma, Algérie) Plaidoyer pour une gestion et un aménagement durables» in Courrier de l'environnement de l'INRA, n° 61, Décembre 2011.
4. Bouzon Arlette & Devillard Joëlle, « Conception de nouveaux produits en tourisme : Innovation et communication dans l'incertain » in Estudos em Comunicac , n°6, 255-272, Decembre 2009, p258.
5. Camus Sandra *et al.*, « Tourisme durable : une approche systémique » , in Management & Avenir, 2010/4 n° 34, p. 253-269. DOI : 10.3917/mav.034.0253.
6. Cazes Georges et Courade Georges, « Les masques du tourisme » in Revue Tiers Monde , n° 178, 2004/2.
7. Delisle Marie-André et Jolin Louis, un autre tourisme est-il possible?, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2007.
8. Demen-Meyer Christine, « Le tourisme : essai de définition » in Management & Avenir, n°3, 2005/1.
9. Hunter Colin, « Sustainable tourism as an adaptive paradigm » in Annals of Tourism Research, Vol. 24, No. 4, 1997.
10. François Hugues, « Le tourisme durable une organisation du tourisme en milieu rural » in Revue d'Économie Régionale & Urbaine, février 2004/1.
11. Kurhade Shweta Y, « Methodological framework for evaluation of tourism carrying capacity of eco sensitive region » in International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology, Vol. 2, Issue 3, March 2013.
12. Leiper Neil, «The framework of tourism, Towards a definition of tourism, tourist and tourist industry» in Annals of tourism Research, Volume 6, Issue 4, October-December, 1979.
13. Lequin Marie, « Développement touristique et éco-compatibilité : le cas du Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent au Québec » in Market Management, Vol. 3, 2003/2.
14. Lorraine Nicholas & Brijesh Thapa, « Visitor perspectives on sustainable tourism development in the Pitons Management Area World Heritage Site, St. Lucia » in Environment, Development and Sustainability, Volume 12, Issue 5, October 2010.
15. Marsac Antoine *et* al., « Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural » in Management & Avenir, N° 56, 2012/6.
16. Mouhamdi Moussa & al, « Les hautes plaine de l'Est de l'Algérie et leurs principales zones humides » in Aves, n° 45/2, 2008.
17. Neault **Chantal, «** L'évaluation de la performance dans l'industrie touristique : de quoi parlons-nous ? » in *Téoros, Volume 23, n° 2, 2004.*
18. Pupion Pierre Charles, « Tourisme durable et valorisation de l'environnement du littoral aquitain : diversité et stratégies des acteurs » in Management & Avenir, n° 34, 2010/4.
19. PAZIENZA Pasquale, « A multidimensional tourism carrying capacity model: An empirical approach », Dipartimento di Scienze Economiche, Matematiche e Statistiche: Facolta di Economia dell'Universita degli Studi di Foggia, 2004.

20. RAJAONSON **Juste &** TANGUAY **Georges** A, « Stratégie de sélection d'indicateurs de tourisme durable pour les régions de la Gaspésie et des Îles de la Madeleine » in *Téoros* [Online], Hors série-1 | 2012.
21. Sharma R., « Evaluating total carrying capacity of tourism using impact indicators » in Global Journal of Environmental Science and Management (GJESM), Iran Solid Waste Association,Tehran, Volume 2, Issue 2, Spring 2016.
22. Tardif **Jonathan**, « Écotourisme et développement durable » in La revue électronique de l'environnement, Volume 4, n°1, 2003.
23. Zelenka Josef & Kacetl Jaroslav, « The concept of carrying capacity in tourism », in Economic Interferences, Vol. XVI • No. 36 • May 2014.
24. Zenkri Miloud & Braham Chaouch Toufik, "L'écotourisme comme canal au développement local : Voies et mécanismes » in L'économie et du développement, Laboratoire du développement local durable, Faculté des sciences Economiques, de Gestion et des Sciences Commerciales, Université Yahia Fares de Media, n° 06, Juin 2016.

Colloques et congrès :

1. Caire Gilles et Le Masne Pierre, La mesure des effets économiques du tourisme international sur les pays de destination, Colloque « Tourisme et développement » (Marrakech, 17-19 novembre 2005).
2. Office international de l'eau, « L'EAU EN MONTAGNE », 2ème Congrès International, MEGEVE (France) – 20, 21, 22, 23 SEPTEMBRE 2006.
3. Pornphol Putsadee & McGrath G. Michael, "Implementation of the tourism area life cycle model as an advisory decision support", PACIS 2010 Proceedings, Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS), Association for Information Systems, 2010.

Rapports et documents officiels :

1. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Batna, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
2. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Bordj Bou Arreridj, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
3. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Djelfa, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
4. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya d'El Bayadh, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
5. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Khenchla, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
6. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Laghouat, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
7. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Msila, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
8. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Naama, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
9. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Oum El Bouaghi, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
10. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Saida, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.

11. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Sétif, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
12. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Tebessa, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
13. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Tiaret, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
14. L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement, Wilaya de Tissimsilt, Monographie, Série « Investir en Algérie », 2013.
15. Le Comité intergouvernemental de recherches urbaines et régionales (CIRUR), « Etude sur le tourisme et l'aménagement du territoire dans les villes patrimoniales – Première partie : Tourisme et indicateurs », rapport préparé pour l'arrondissement de la Cité – ville de Québec, Toranto, novembre 2005.
16. Ministère de l'Aménagement du Territoire Et de l'Environnement, Agence Nationale à l'Aménagement et à l'Attractivité des Territoire, Schéma de l'Espace de Programmation Territoriale Des Hauts - Plateaux Centre (Synthèse), 2014.
17. Ministère de l'Aménagement du Territoire Et de l'Environnement, Agence Nationale à l'Aménagement et à l'Attractivité des Territoire, Schéma de l'Espace de Programmation Territoriale Des Hauts - Plateaux Est (Synthèse), 2014.
18. Ministère de l'Aménagement du Territoire Et de l'Environnement, Agence Nationale à l'Aménagement et à l'Attractivité des Territoire, Schéma de l'Espace de Programmation Territoriale Des Hauts - Plateaux Ouest (Synthèse), 2014.
19. République française, Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable, des Transports et du Logement, Direction Générale de l'Energie et du Climat, Service du Climat et de l'Efficacité Energétique, « Les stratégies nationales du tourisme et du climat », Chevet Pierre-Franck (Directeur de la publication) in Synthèse, n° 3, Décembre 2010.
20. République Française, Ministère de l'intérieur - Direction générale des collectivités locales & Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique Direction générale des entreprises, Guide pratique Taxe de séjours, Mis à jour Février 2016.
21. Frot Emmanuel et Gooris Julien, Quels effets économiques peut-on attendre de l'organisation des Jeux Olympiques à Paris ?, Microeconomix -Cabinet de conseil en économie expert en analyse microéconomique et économétrie, http://www.microeconomix.fr/sites/default/files/150210_couts_des_jo_-_version_finale.pdf, 17/08/2015.
22. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'information et des Statistiques, Sous-Direction des Statistiques, « Quelques indicateurs du tourisme algérien Période 1999 -2015 ».
23. Organisation Mondiale du Tourisme, Barometre OMT du tourisme mondial,
24. Organisation Mondiale du Tourisme, Faits saillants OMT du tourisme, 2012.
25. Organisation Mondiale du Tourisme. Code mondial d'éthique du tourisme- Pour un tourisme responsable.
26. Priority Actions Programme (PAP), Carrying capacity assessment for tourism development, Coastal Area Management Programme (CAMP), UNEP, Split, 2009.

27. Programme des nations unies pour l'environnement, plan d'action pour la méditerranée, Dossier sur le tourisme et le développement durable en méditerranée, MAP Technical Report Series n° 159, Athènes 2005.
28. SATTA Alessio et PERELLI Carlo, Gestion environnementale dans le secteur touristique, Projet DESTINATION, Projet Nations Unies pour l'Environnement PNUE, 2008.
29. World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2000 Edition.
30. World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2001 Edition.
31. World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2006 Edition.
32. World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition.
33. World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition.
34. World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition.
35. Viceriat Patrick et Terboul Jean Batiste, Innovation technologiques dans les produits et services touristiques, Bureau de la stratégie et de la prospective et de l'évaluation des statistiques, Direction du tourisme, République Française, 2003.