

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الحاج لخضر - باتنة -  
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير  
قسم : العلوم الاقتصادية



## دور التخطيط السياحي في ترقية الخدمات السياحية في الجزائر

دراسة حالة: وكالة تيمتاد للسياحة والسفر

تدخل ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في: اقتصاد التنمية

تحت إشراف الدكتور:

لعلی حناشي

إعداد الباحث:

عيساني عبدالفتاح

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة باتنة	أ.د علي رحال:
مشرفا و مقرا	جامعة باتنة	د لعلی حناشي:
عضوا	جامعة بسكرة	أ.د مويسي عبد الناصر:
عضوا	جامعة باتنة	د عشي صليحة:

السنة الجامعية: 2014 / 2015

## بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَاۤىِٕلَ  
لِتَعَارَفُوْۤا اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْ اِنَّ اللّٰهَ عَلِیْمٌ خَبِیْرٌ ﴿۱۳﴾

*French*

ô hommes ! Nous vous avons créés d'un mâle et d'une femelle, et Nous avons fait de vous des nations et des tribus, pour que vous vous entreconnaissiez. Le plus noble d'entre vous, auprès d'Allah, est le plus pieux. Allah est certes Omniscient et Grand-Connaisseur.

سورة الحجرات، الآية 13

# شكر و تقدير

الشكر لله أولا وآخرا، ابتداءً وانتهاءً

نشكره وهو المنعم الكريم، على نعمه التي لا تحصى.

نشكره وقد أنار لنا درب العلم و المعرفة

نشكره وقد وفقنا في إنجاز هذا البحث.

نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد فذلّل لنا الصعاب وأعاننا على جمع المعلومات.

نشكر أستاذنا المتواضع: لعلى حناشي على سعة صدره و نصائحه التي أسهمت في إتمام البحث.

كما نشكر أيضا لجنة المناقشة؛ الأستاذ: رحال علي

والأستاذة: عشي صليحة

والأستاذ: موسى عبدالناصر

نشكر الحضور الكريم الذي نتمنى أن يستفيد من هذا البحث المتواضع.

كما لا يفوتنا أن نتوجه بالشكر الجزيل لكل القائمين على شؤون جامعة باتنة، أولئك الذين يبذلون الغالي والنفيس في سبيل الحفاظ على الطلبة علميا وأمنيا.

# إهداء

إلى أمي وأبي

إلى أهلي وعشيرتي

إلى أساتذتي الفضلاء

إلى زملائي و زميلاتي

إلى الشموع التي تحترق لتضيء للآخرين

إلى كل من علمني علماً ينفعني

إلى كل أولئك

أهدي هذا البحث المتواضع

راجياً المولى عز وجلّ القبول والسداد

## المخلص

تقع الجزائر في الجزء الشمالي من القارة الإفريقية، إذ يحدها شمالا البحر المتوسط على طول ساحل يتجاوز 1200 كم، و تتوسط دول المغرب، تونس، ليبيا، موريتانيا، و تمتلك الجزائر تنوعا مناخيا، إقليميا و جغرافيا، كما أن أرضها الغنية بالخيرات مرت عليها أقوام و حضارات من كل لون و لسان، حتى أن صحراؤها تحوي آثارا تعود لآلاف السنين تدل على أن الإنسان استوطنها و عاش في رغد و نعيم، كل هذه المقومات السياحية الطبيعية و التاريخية تبقى بعيدة عن الاستغلال الأمثل ما لم يتم تطبيق تخطيط سياحي يراعي استغلال كل المقومات و الإمكانيات الجزائرية.

و بعد الاستقلال لجأت الجزائر للتخطيط السياحي بهدف رفع جاهزية القطاع و تحقيق ترقية في الخدمات السياحية و زيادة العائد المالي للقطاع و المجتمع.

يدرس البحث مراحل السياحة منذ الاستقلال إلى التخطيط المستقبلي للقطاع السياحي الذي يهدف للوصول إلى 11 مليون سائح مع نهاية سنة 2025 ميلادي.

## Abstract

Algeria is a country in North Africa, which is spread over a 1200 Km to the sea, it is a crossroads between Morocco, Tunisia, Libya, Niger and Mali, with a climatic and geographical diversity.

Its fertile land has hosted all kinds of civilizations and cultures, and its Sahara carries the remains of human passage.

All these natural and historical tourist potential is still far from optimal operation if the planning application does not take into account the tourist exploitation of all abilities and Algerian possibilities.

After independence, Algeria has used tourism planning to increase the state of the industry and achieve an upgrade of tourism services and increase financial returns for the sector and the community.

This study focuses on the latter since independence to the future prospects of the tourism sector which aims to achieve 11 millions tourists by the end of 2025.

## **Résumé**

L'Algérie est un pays de l'Afrique du nord, qui s'étale sur une cote de plus de 1200 Km, elle constitue un carrefour entre Maroc, Tunisie, Libye, Niger et Mali, avec une diversité climatique et géographique.

Sa terre fertile a accueilli des civilisations déverses de tous genres et cultures, de même son Sahara porte les vestiges de passage de l'homme.

Tous ces potentiels touristiques naturel et historique restent loin d'une exploitation optimale si l'application de planification ne prend pas en compte l'exploitation touristique de toutes les capacités et les possibilités algériennes.

Après l'indépendance, l'Algérie a eu recours à la planification du tourisme afin d'accroître l'état du secteur et de réaliser une mise à niveau des services touristiques et d'accroître les rendements financiers pour le secteur et la communauté.

La présente étude s'intéresse à cette dernière depuis l'indépendance jusqu'aux perspectives à venir du domaine touristique qui vise à atteindre 11 millions de touriste d'ici la fin 2025.

# الفهرس

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
a-b	الملخص
أ-ج	مقدمة
ح-خ	قائمة الجداول و الأشكال
01	الفصل الأول: التخطيط السياحي
03	المبحث الأول: مفهوم التخطيط، أنواعه، مبادئه و أهميته
03	المطلب الأول: مفهوم التخطيط
05	المطلب الثاني: أنواع التخطيط
08	المطلب الثالث: مبادئ و أهمية التخطيط
12	المبحث الثاني: التخطيط السياحي، مفهومه، مبادئه، أهميته و أهدافه
12	المطلب الأول: مفهوم التخطيط السياحي
14	المطلب الثاني: توصيات لنجاح التخطيط السياحي
16	المطلب الثالث: أهمية و أهداف التخطيط السياحي
20	المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في التخطيط السياحي
20	المطلب الأول: العوامل البشرية
24	المطلب الثاني: العوامل المادية
28	المطلب الثالث: عوامل التطور الحضاري و الثقافي
33	الفصل الثاني: الاطار المفاهيمي للسياحة « دراسة تحليلية »
35	المبحث الأول: مفهوم السياحة، نشأتها و أنواعها
35	المطلب الأول: مفهوم السياحة
37	المطلب الثاني: نشأة السياحة
40	المطلب الثالث: عناصر السياحة و أنواعها
47	المبحث الثاني: أهمية السياحة و مكانتها في الاقتصاد العالمي
47	المطلب الأول: أهمية السياحة في الاقتصاد العالمي
52	المطلب الثاني: دور السياحة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية

62	المطلب الثالث: دور السياحة في مواجهة الاقتصاد العالمي.....
64	المبحث الثالث: دور الثقافة السياحية في المجتمع.....
65	المطلب الأول: تهيئة المجتمع.....
68	المطلب الثاني: الأشخاص الفاعلين في النشاط السياحي.....
71	المطلب الثالث: دور الحرف التقليدية في النشاط السياحي.....
77	<b>الفصل الثالث: التخطيط السياحي و ترقية الخدمات السياحية في الجزائر...</b>
79	المبحث الأول: التخطيط الوطني السياحي الجزائري.....
79	المطلب الأول: المخططات الوطنية الجزائرية الفترة 1967-1989.....
86	المطلب الثاني: مكانة القطاع السياحي في المخططات الوطنية الجزائرية 1990-2000.
91	المطلب الثالث: نتائج و إخفاقات التخطيط السياحي الجزائري الفترة 1967-2000... <b>المبحث الثاني: التنمية السياحية و الاستثمار السياحي في ترقية الخدمات السياحية في الجزائر</b>
105	.....
97	المطلب الأول: التنمية السياحية وترقية الخدمات السياحية.....
98	المطلب الثاني: وسائل ترقية الخدمات السياحية في الجزائر.....
101	المطلب الثالث: الاستثمار السياحي و ترقية الخدمات السياحية في الجزائر .....
105	<b>المبحث الثالث: المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في الجزائر آفاق 2025.....</b>
106	المطلب الأول: مدخل للمخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في الجزائر.....
107	المطلب الثاني: رهانات و معوقات التحول السياحي في الجزائر.....
112	المطلب الثالث: الأهداف المسطرة لمخطط التهيئة التوجيهي للسياحة في الجزائر....
118	<b>الفصل الرابع: دراسة حالة - وكالة تيمقاد للسياحة و السفر - .....</b>
120	<b>المبحث الأول: مكانة وكالة السياحة و السفر في التخطيط السياحي الجزائري.....</b>
120	المطلب الأول: مفهوم وكالة السياحة و السفر، نشأتها و أعمالها الأساسية.....
124	المطلب الثاني: التخطيط السياحي و وكالات السياحة و السفر في الجزائر.....
127	المطلب الثالث: التخطيط السياحي و تطوير وكالات السياحة و السفر في الجزائر..
130	<b>المبحث الثاني: التخطيط السياحي و وكالة تيمقاد للسياحة و السفر.....</b>
130	المطلب الأول: نشأة وكالة تيمقاد للسياحة و السفر و هيكلها الإداري.....
133	المطلب الثاني: مكانة وكالة تيمقاد للسياحة و السفر على المستوى الوطني.....

137	المطلب الثالث: دور وكالة تيمقاد للسياحة و السفر في تطبيق التخطيط السياحي.....
140	المبحث الثالث: دور الوكالة في ترقية الخدمات السياحية، المشاكل و المعوقات.....
140	المطلب الأول: الوكالة و ترقية الخدمات السياحية.....
142	المطلب الثاني: توقعات النشاط السياحي لوكالة تيمقاد الفترة 2014-2018....
145	المطلب الثالث: مشاكل و معوقات وكالة تيمقاد للسياحة و السفر.....
151	خاتمة.....
160	قائمة المراجع.....
167	الملاحق.....

## قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الجدول
48	السياحة الوافدة للقارات و النسبة من القطاع العامي	01
80	حصيلة طاقة الاستيعاب الفترة 1967-1969	02
81	توزيع المبالغ الاستثمارية حسب المشاريع	03
84	المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول 1980-1984	04
85	طاقة الاستقبال الجزائرية الفترة: 1985 - 1989	05
87	تطور عدد الفنادق حسب الدرجة خلال الفترة 1990-2000	06
88	تطور الأسرة حسب الدرجة خلال الفترة 1991-2000	07
89	عدد السياح الوافدين الى الجزائر الفترة 1990-2000	08
90	السياح الوافدين سنة 2001	09
90	تطور عدد العمال في القطاع السياحي العمومي الفترة 1990-2000	10
114	خطة الأعمال بالأرقام آفاق 2025	11
116	المشاريع قيد الانجاز للأقطاب السياحية للامتياز	12
134	عدد سياح وكالة تيمقاد للسياحة و السفر 2002-2012	13
136	رقم أعمال الوكالة خلال الفترة 2003-2012	14
138	عدد المستفيدين من تكوين من طرف الوكالة الفترة: 2008-2012	15
143	رقم الأعمال للوكالة المتوقعة للفترة 2014-2018	16
144	عدد السياح الوافدين المتوقع لوكالة تيمقاد الفترة 2014-2018	17

## قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الشكل
22	الدول العشر الأولى في عدد السياح الوافدين عالميا 2012	01
23	مقارنة عدد السياح الوافدين عالميا 2011-2012	02
28	عائدات السياحة العالمية 2012	03
54	نسبة السياحة الى الناتج المحلي العالمي 2013	04
104	تطور الميزان السياحي 1999-2010	06
106	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي 1999-2010	07
132	الهيكل الاداري لوكالة تيمقاد	08
136	نسبة عائد الوكالة من حجم عائد الميزان السياحي 2002-2012	09
139	موقع وكالة تيمقاد للسياحة و السفر الإلكتروني	10

المقدمة

العاملة

## مقدمة

منذ أن نالت الجزائر استقلالها السياسي، راحت تبحث عن استقلال اقتصادي من خلال استغلال كل الإمكانيات الموجودة من الموارد الطبيعية و الموارد البشرية من أجل تحقيق ازدهار اقتصادي و ثقافي و اجتماعي، و قد تميزت الجزائر بامتلاكها لموارد ومقومات كثيرة إذ تتربع الجزائر على مساحة كبيرة تقدر بـ: 2381741 كم<sup>2</sup>، حيث تمثل الصحراء أكبر نسبة من هذه المساحة، و كذلك وجود احتياطي كبير من البترول و الغاز ساعدها ويساعدها في تحقيق أهدافها، إلا أن الاستثمار في استخراج البترول و الغاز فقط لا يكفي لتحقيق ازدهار و تقدم اقتصادي مستدام، من هذا المنطلق قامت الحكومات المتعاقبة منذ الاستقلال إلى الوقت الحاضر بالبحث عن مصادر أخرى تساعدها على تحقيق فائض في ميزان المدفوعات، و يعد القطاع السياحي من أهم القطاعات التي تحقق إيرادات مالية سواء على المستوى الإقليمي أو الدولي.

السياحة اليوم تعتبر قطاعا قائما بذاته، كذلك تعتبر قطاعا دافعا لقطاعات أخرى، فهي تساعد في ظهور نشاطات جديدة و تنمية نشاطات موجودة سابقا، و إذا أردنا أن نتكلم عن المقومات السياحية الجزائرية، فإننا نستطيع أن نقول بأن الجزائر تمتلك كل العوامل التي تسمح لها أن تكون وجهة سياحية عالمية، إذ تملك تنوعا حضاريا تاريخيا كالأثار الرومانية في منطقة تيمقاد بباتنة، و الأثار الرومانية في منطقة جميلة بسطيف، كذلك الأثار الإسلامية كقلعة بني حماد الموجودة في بلدية المعاضيد 34 كلم شرق ولاية المسيلة و هي مصنفة من طرف منظمة اليونسكو نظرا لأهميتها وقدمها التاريخي، و آثار فينيقية وإسلامية عثمانية في عدة مناطق كحي القصبه في العاصمة الجزائرية، كما يسمح التنوع المناخي بتوافد السياح على مدار السنة، وتتميز الصناعات التقليدية بتنوعها واختلافها من منطقة إلى أخرى كالزراي و صناعة الحلي والأدوات المنزلية وبعض الصناعات النسيجية التقليدية كالبرنوس والقشابية، كما

يبلغ طول الخط الساحلي أكثر من 1200 كم، يسمح باستقبال وفود كبيرة من السياح، إضافة إلى عوامل أخرى سيحاول الباحث ذكرها.

ولتحقيق نمو وازدهار القطاع السياحي وجب على السلطات الجزائرية والهيئات المحلية المكلفة توفير كل المعلومات المتعلقة بالمناطق والآثار والصناعات التقليدية الموجودة ودعم هذه الأخيرة والتي تعاني من مشاكل ومعوقات قد تؤدي إلى اختفائها، ووضع مخطط سياحي لحماية وتطوير كل تلك النشاطات التقليدية والمناطق الأثرية مساهمةً في تحقيق نتائج إيجابية وجاعلة من الجزائر قطبا سياحيا عالميا.

إن السياحة والتخطيط السياحي أصبحا من الأعمال المدرجة في كل الاجتماعات الوزارية والملتقيات الاقتصادية فتحت على أهل الاختصاص إعطاء وجهة نظرهم ومخططاتهم من أجل دفع هذا القطاع إلى النمو والتطور وتحقيق تنمية سياحية شاملة ومستدامة.

### إشكالية البحث:

السياحة كنشاط يقوم به الإنسان يحتاج إلى تنظيم و تخطيط مسبق، و نفس الأمر ينطبق على الدول، إذ تحتاج إلى تخطيط موجه للقطاع من أجل تجنب المشاكل و المعوقات و تحقيق الأهداف المادية و المسطرة في البرامج.

من خلال ما سبق ذكره يمكن توضيح إشكالية البحث من خلال طرح التساؤل التالي:

- إلى أي مدى يساهم التخطيط السياحي في ترقية الخدمات السياحية وجعل الجزائر قطبا سياحيا عالميا؟

وزيادة في توضيح هذه الإشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما هي مقومات القطاع السياحي الجزائري؟
- 2- ما هي رهانات و مشاكل القطاع السياحي الجزائري؟

3- ما هو دور التخطيط السياحي في تطوير القطاع السياحي؟

4- دور التنمية السياحية و الاستثمار في ترقية الخدمات السياحية؟

5- ما هي التحديات المستقبلية وآفاق هذا القطاع؟

### فرضيات البحث:

من أجل وضع قاعدة انطلاق في البحث تم اختيار بعض الفرضيات للإجابة عليها خلال مراحل

البحث و المتمثلة في:

1- القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري قطاع رائد و يدعم ميزان المدفوعات.

2- الهياكل القاعدية وتطويرها يمثل عنصرا لجلب السياح و المستثمرين.

3- تسهيل عمل الوكالات السياحية يساهم في تحقيق عائدات مالية.

4- المنظومة المالية الجزائرية تسهل النشاط و الاستثمار السياحي.

5- قطاع المحروقات أثر سلبا على القطاع السياحي.

### حدود البحث:

- **الحدود المكانية:** قام الباحث بدراسة ميدانية لوكالة تيمقاد للسياحة والسفر والكائن مقرها بولاية باتنة.

- **الحدود الزمنية:** تمثلت الفترة الزمنية للبحث في دراسة القطاع السياحي الجزائري منذ الاستقلال، ثم قام الباحث بدراسة ميدانية لوكالة تيمقاد دامت الفترة: بداية من نشأة الوكالة حتى أواخر 2013.

### أسباب اختيار البحث:

في ظل غياب برامج مستقبلية للنهوض بالقطاع السياحي ، لا يمكن للمؤسسات المعنية بالقطاع الاستفادة من تلك المناطق وخلق سياسة فعالة لدعمها والدعاية الإعلامية لها، أو الاستثمار السياحي،

وهنا يأتي دور الباحث في محاولة لتبسيط المصطلحات السياحة وتوضيح طرق التنمية السياحية و ترقية الخدمات السياحية، الدعاية والتواصل من أجل تحقيق الرواج السياحي والعائد المادي المطلوب.

### **أهمية البحث:**

لم يعد القطاع السياحي مجرد وسيلة ترفيهية بقدر ما أضحي قطاعا قائما بذاته قادرا على خلق كل الأنشطة الاقتصادية؛ التجارية، الصناعية والخدماتية، وبذلك يسهم في خلق مناصب شغل كثيرة تساهم في إنعاش الاقتصاد الجزائري، ويسهم القطاع السياحي كذلك في تحريك كل عجلات الإنتاج، التوزيع والبيع، فالبحث يوضح مراحل تطور القطاع السياحي الجزائري، المقومات الاقتصادية و الاجتماعية، المشاكل و المعوقات، و إعطاء توصيات تساهم في تنمية القطاع و ترقية الخدمات.

### **المنهج المعتمد في البحث:**

للإجابة عن التساؤلات والفرضيات استخدم الباحث في إنجاز الموضوع المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الإحصائي الذي يناسب فحص القطاع السياحي الجزائري، مشاكله التي يعاني منها والقرارات و التوجيهات التي طرحت للنهوض به من خلال مجموعة من الجداول و البيانات و الرسوم ثم تحليلها و معرفة الإيجابيات والسلبيات لتلك القرارات، بالإضافة إلى تصريحات بعض المسؤولين و الناشطين في القطاع.

### **صعوبات البحث:**

صادف الباحث صعوبات في جمع المعلومات المطلوبة للموضوع متمثلة في شح المصادر المحلية للمعطيات المتعلقة بالأنشطة السياحية، لسوء الاستقبال الملاحظ على مستوى المديريات السياحية والكامن في نقص العاملين المؤهلين للرد على كل التساؤلات المتعلقة بالقطاع السياحي، ونقص الإحصائيات الوطنية للسياحة وإن وجدت فمتضاربة أحيانا أو غير دقيقة.

## تقسيمات البحث:

قام الباحث بتقسيم البحث إلى أربعة فصول:

**الفصل الأول:** يحاول الباحث في الفصل الأول معرفة التخطيط والتخطيط السياحي من خلال ثلاثة مباحث حيث يتناول المبحث الأول مفهوم التخطيط وأنواعه، ويتناول المبحث الثاني التخطيط السياحي وأهدافه وأهميته ثم يتناول المبحث الثالث العوامل المؤثرة في التخطيط السياحي.

**وفي الفصل الثاني:** يتناول الباحث دراسة تحليلية للسياحة من خلال ثلاثة مباحث، المبحث الأول يتناول تعريف السياحة ومفهومها ونشأتها، والمبحث الثاني يتناول مكانة السياحة في الاقتصاد العالمي، ثم المبحث الثالث والذي يتناول دور الثقافة السياحية في المجتمع.

**أما الفصل الثالث:** فيتناول دراسة دور التخطيط السياحي وترقية الخدمات السياحية في الجزائر من خلال ثلاثة مباحث؛ يتناول المبحث الأول التخطيط الوطني السياحي، والمبحث الثاني التنمية السياحية و الاستثمار السياحي في ترقية الخدمات السياحية في الجزائر، أما المبحث الثالث فيتناول المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في الجزائر آفاق 2025.

**ثم الفصل الرابع:** والذي يتطرق الباحث فيه إلى مدى يتم تطبيق التخطيط السياحي و دور وكالة تيمقاد للسياحة والسفر في ترقية الخدمات السياحية وكذلك معرفة المشاكل والمعوقات والاقتراحات من أجل نجاعة أفضل ونجاح ترقية للخدمات السياحية.

**وفي الأخير خاتمة:** تضم ملخصا لأهم عناصر البحث وما تم التوصل إليه من نتائج ومدى صحة الفرضيات وتقديم بعض التوصيات.

الفصل الأول:

التخطيط

السياسي

## مقدمة الفصل الأول:

التخطيط في كل المجالات و من كل الجهات - أفراد، مؤسسات- أصبح أمرا مهما لا غنى عنه للوصول إلى النتائج المرغوب فيها.

و تعتمد الدول المتقدمة والنامية على حد سواء في عالمنا الحديث على التخطيط لتنظيم أعمالها بهدف التنمية وتطوير مجتمعاتها لزيادة الرفاهية وتحقيق التقدم والازدهار.

يتطرق الباحث في هذا الفصل لثلاث مباحث: فالمبحث الأول يتناول مفهوم التخطيط، أنواعه ثم

أهدافه، ثم يتناول الباحث التخطيط السياحي؛ مبادئه، أهميته وأهدافه، و في الأخير العوامل المؤثرة في

التخطيط السياحي من عوامل بشرية و مادية و حضارية.

## المبحث الأول: مفهوم التخطيط، أنواعه، مبادئه و أهميته

إن غياب التخطيط بمفهومه العام قد يصيب الأفراد بالإحباط إذ أنّ كل تفكير ممنهج هو ضرب من التخطيط بمقاييس النجاح أو السير في أي مشروع طويل المدى يبدأ بتفكير ممنهج، الهدف منه تأسيس مشروع ناجح، واختلف تعريف التخطيط باختلاف المدارس الاقتصادية والأنظمة السياسية، أما المفهوم العام للتخطيط فهو القيام بعمليات وإجراءات منطقية لمواجهة موضوع مستقبلي، أو تحقيق أهداف مستقبلية وفق أولويات وحسب الإمكانيات المتاحة، ويهدف هذا المبحث إلى توضيح مفهوم التخطيط وأنواعه ثم الانتقال إلى التخطيط السياحي و شرحه و تبسيط مكوناته.

### المطلب الأول: مفهوم التخطيط

هناك العديد من التعريفات لمفهوم التخطيط يتمثل أهمها في:

- (1) "النظر إلى المستقبل بعين الرغبة في تحديد الأهداف للعمل على النقدم ورسم الأساليب العلمية لتحقيق هذه الأهداف بغية مواجهة التطور الحادث في العلاقات الاجتماعية والاقتصادية"<sup>1</sup>.
- (2) "البرنامج المنظم الذي تتبناه الدولة كنظام للتدخل في الشؤون الاقتصادية وذلك عن طريق التأثير على قوى السوق وتوجيه ذلك نحو العمليات الاجتماعية"<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> - صلاح الدين عبد الوهاب، تخطيط الموارد السياحية، مطابع دار الشعب، القاهرة، 1988، ص24.

<sup>2</sup> - MYRDAL GUNNER, Economy theory and under developed, Kegions, London, Longman, 1958, P 91-91.

3) "مجموعة التدابير المعتمدة والموجهة بالقرارات الإجرائية العلمية؛ لاستشراف المستقبل، وتحقيق أهدافه من خلال الاختيار بين البدائل والنماذج الاقتصادية والاجتماعية لاستغلال الموارد البشرية والطبيعية والفنية المتاحة إلى أقصى حد ممكن لإحداث التغيير المنشود"<sup>1</sup>.

4) "الطريق في التفكير بحل المشاكل والمعضلات الاقتصادية والاجتماعية ويكون موجها للمستقبل، وبذلك لا بد من وجود ترابط منطقي ما بين الأهداف والقرارات أي العمل والوسيلة وهما برنامجان شاملان وعليه فإن فكرة إصدار القرارات يجب أن تكون متكاملة وشاملة"<sup>2</sup>.

5) "القرار الذي تتخذه المؤسسات أو السلطات العليا في الدولة لمجموعة معينة من الأهداف تلتزم بتحقيقها خلال فترة زمنية محددة في سبيل الوصول إلى غايات تتبناها لمجتمع من أجل تنمية قدراته اقتصاديا واجتماعيا وبالإجراءات والترتيبات التي توضع مسبقا بما يكفل تحقيق الأهداف"<sup>3</sup>.

أي أن الحكومات ورئيس الدولة هي السلطات المخول لها بالأساس لتحديد القرارات الآنية لتحقيق أهداف مستقبلية تعود بالنفع للصالح العام.

من خلال التعريفات فإن التخطيط بمعناه الشامل هو عبارة عن عملية تتبؤ بالمستقبل في أي أمر أو مجال من المجالات، فمصطلح التخطيط يقصد به وضع أسس ومفاهيم للحالة المراد الوصول إليها، ثم جمع كل المعطيات والبيانات والإحصاءات المتوفرة وذلك من خلال مختلف الهيئات المسؤولة والمنظمات المختلفة في ذلك المجال، وبعد ذلك يتم وضع إطار يشمل كل البيانات والإمكانات والمشاكل

---

<sup>1</sup> - عبد الرحمن حنتول ، التخطيط للتعليم الثانوي العام في ضوء تحديات العولمة، رسالة مكملة لمتطلبات درجة الماجستير، غير منشورة، جامعة أم القرى ، كلية التربية قسم الإدارة التربوية والتخطيط .2006، السعودية، ص41-42

<sup>2</sup> - Milton FRIEDMAN, Regional development and planing, LONDON.Hut Chicago, 1970, P3

<sup>3</sup> - جمال داود سلمان ، التخطيط الاقتصادي، دار الكتب للطباعة و النشر، جامعة الموصل، 1989، ص13.

والمعوقات والبدء بعملية التخطيط من خلال تقديم الخطوات والسبل وكذلك تقديم القرارات والتعليمات إلى كل الجهات المسؤولة والمخولة لبدء تطبيق تلك الإجراءات والتي تهدف إلى تحقيق مصلحة عامة وتحقيق الأهداف المرجوة من ذلك.

وتبقى عملية التخطيط مرتبطة أساساً بمدى قابلية الحالة المراد التخطيط لها للتطور والاستجابة للتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية أي أنه إذا لم تكن هناك قاعدة هيكلية للبدء بمراحل التخطيط فإن الفشل قد يكون النهاية الحتمية لذلك وبالتالي التعرض للإحباط وعدم القدرة على النهوض من جديد.

## المطلب الثاني: أنواع التخطيط.

يمكن تقسيم التخطيط إلى عدة أقسام:

### أولاً: حسب الإطار الزمني:

يمكن تقسيم التخطيط حسب الإطار الزمني على النحو التالي<sup>1</sup>:

أ- **تخطيط قصير المدى:** حيث يتراوح مداه الزمني بين ستة شهور وسنتين، وتلجأ الدولة إلى تبني خطط قصيرة الأجل لاعتبارين، أحدهما وجود ظروف داخلية أو خارجية تتميز بدرجة كبيرة من عدم الاستقرار وعدم الوضوح، والآخر الحاجة إلى تجزئة الخطة المتوسطة الأجل إلى خطط سنوية حتى يصبح تنفيذها أمراً سهلاً وممكناً، وتسمى عادة بالخطة التنفيذية.

---

<sup>1</sup> - حسين عمر، علم التخطيط، دار الكتاب، القاهرة، 1997، ص22.

ب- **تخطيط متوسط المدى:** ويتراوح مداه الزمني بين ثلاث وسبع سنوات، وتأخذ بعض الدول بالخطط الرباعية أو الخماسية أو السداسية ... الخ، إلا أنه يمكن القول بأن هناك قاعدة عامة تعمل هذه الخطط على مراعاتها، وهي أن البعد الزمني للخطة يجب ألا يكون طويلاً جداً بحيث يصعب معه إجراء التنبؤ أو التقديرات الخاصة بالمتغيرات المختلفة في الاقتصاد القومي بدرجة كافية من الجدية، وفي نفس الوقت يجب ألا يكون قصيراً إلى درجة لا يستطيع فيها تغطية الفترة الكافية لإنشاء المشروعات الأساسية في الخطة.

ج- **تخطيط طويل المدى:** ويشمل على أهداف يحتاج تحقيقها إلى فترة من الزمن تمتد إلى عشر سنوات أو أكثر، فالغرض من التخطيط الطويل الأجل ليس تقديم بيانات تفصيلية للأوضاع المستهدفة في المستقبل، وإنما تقديم الأطر العامة والرؤى المستقبلية المتوقعة التي تساعد على وضع الخطط المتوسطة والقصيرة الأجل.

**ثانياً: حسب التزام جهات التنفيذ:** يمكن تقسيم أنواع التخطيط حسب جهة التنفيذ كالآتي<sup>1</sup>:

أ- **التخطيط التوجيهي:** الذي تلتزم بموجبه الجهات الحكومية (القطاع العام) بتنفيذ ما تتضمنه الخطة من أهداف وسياسات وبرامج ومشاريع.

ب- **التخطيط التأشيرى:** ويهدف إلى تهيئة البيئة المواتية لنمو القطاع الخاص من خلال مجموعة متكاملة من السياسات والحوافز والفرص الاستثمارية، والتي تساهم في جذب الاستثمارات الخاصة للإسهام في تحقيق أهداف الخطة دون توفر عنصر الإلزام أو الإلزام بتنفيذ توجهات الخطة.

---

<sup>1</sup> - عبد الهادي عبدالقادر سوفي، أساسيات التنمية و التخطيط الاقتصادي، جامعة أسيوط، 2008، ص 270

ج- **التخطيط الاستراتيجي**: الذي يرسم مسارات النمو المستقبلية المتوقعة لتحقيق رؤية مستقبلية على المدى البعيد للاقتصاد الوطني.

**ثالثا: حسب درجة الشمول**: يمكن تقسيم أنواع التخطيط حسب درجة الشمول كالاتي<sup>1</sup>:

أ- **التخطيط القومي الشامل**: ويغطي كافة مناطق وأقاليم الدولة، ويسعى إلى تحقيق أغراض التنمية في مختلف القطاعات (زراعية، صناعية، خدمية، اجتماعية ... الخ)، فضلاً عن رفع مستوى معيشة المواطنين في إطار نظام متكامل على الصعيدين الكلي والقطاعي، ويهتم هذا النوع من التخطيط بالإجماليات أي ما يتعلق بمعدل النمو العام، ومقدار الاستثمار الوطني، والقوى العاملة، وغيرها.

ب- **التخطيط القطاعي**: ويهدف إلى تحقيق التنمية من خلال التغيير الهيكلي للاقتصاد على أساس قطاعي، ويتمثل جوهر هذه التغييرات في تنمية القطاعات الاقتصادية وإعداد الخطط القطاعية لتشكل بمجملها الخطة الوطنية الشاملة.

ج- **التخطيط الإقليمي**: ويهدف إلى تنمية إقليم أو منطقة معينة داخل الدولة، ويسعى إلى تحقيق قدر من التوازن النسبي في النمو بين مختلف أقاليم الدولة، ويُعتبر التخطيط الإقليمي صورة من صور اللامركزية في التخطيط على المستوى الجغرافي.

**رابعا: حسب الإطار الجغرافي**: يمكن تقسيم أنواع التخطيط حسب الاطار الجغرافي كالاتي<sup>2</sup>:

---

<sup>1</sup> - منال شوقي عبد المعطي أحمد، أسس التخطيط السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، القاهرة، 2011، ص15

<sup>2</sup> - محمود محمود هويدي، مدخل لدراسة السياحة، دار ابن حنظل، القاهرة، 2003، ص161.

أ- **التخطيط المركزي:** في هذا النوع من التخطيط نجد أن مهمة وضع الخطة والإشراف على تنفيذها من اختصاصات السلطات المركزية، والمتمثلة في كثير من الدول بوزارة أو هيئة أو مجلس، وهذا النوع من التخطيط يمثل إلى حد ما أسلوب التخطيط من أعلى إلى أسفل.

ب- **التخطيط اللامركزي:** ونجد فيه أن العملية التخطيطية لا تعتمد فقط على السلطات المركزية وإنما تشترك فيها الهيئات الإقليمية والمحلية، وهذا النوع من التخطيط يمثل أسلوب التخطيط من الأسفل إلى الأعلى.

لا يتوقف التخطيط على المستوى الزمني من قصير المدى إلى متوسط وطويل، بل يتوقف كذلك على جهة التنفيذ ويتعداه إلى أطر أخرى حسب الاحتياجات والغرض النهائي للتخطيط أو لجعل التخطيط ديناميكيا أكثر من أجل نتائج سريعة أو أثر مباشر على أرض الواقع.

### **المطلب الثالث: مبادئ وأهمية التخطيط**

لقيام بعملية التخطيط لابد من فهم مبادئه وأهدافه، و تختلف الوسائل و الأهداف في التخطيط باختلاف القطاع أو التخصص أو النشاط الممارس.

### **أولاً: مبادئ التخطيط**

يمكن تحديد مبادئ التخطيط في النقاط التالية<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup>- John C.Maxwell, Seven principles of planning, site: <http://www.johnmaxwell.com/blog/principle-centered-planning-part-2>, le: 11/09/2012.

- **مبدأ الرغبة:** عندما لا يملك الأفراد الرغبة في التخطيط، يضع الجهد و التحضير للعمل سدا، فلا بد من وجود إرادة و رغبة في تنفيذ الخطط نظرا للحاجة الملحة و يعطي دافعا قويا أيضا.
- **مبدأ الإبداع:** لكل عملية تخطيط عناصرها و مكوناتها الخاصة بها، و هنا يأتي دور الإبداع في إيجاد التوليفة المناسبة لمواجهة العقبات و الأخطار، ف كثيرا ما يركز الأفراد على الأمور البسيطة متناسين العقبات الكبرى، و بالتالي الحاجة إلى الإبداع مهم.
- **مبدأ التأثير:** أثناء التحضير لعملية التخطيط لابد من الأخذ بعين الاعتبار لأي مدى تأثر الخطة على الموارد التي أحتاجها للوصول إلى الغاية المسطرة ، سواء المتعلقة بالموارد البشرية، المالية، و اللوجستية.
- **مبدأ الأولوية:** لا بد أثناء وضع الخطة إعطاء الأولوية للأهداف الضرورية التي تخلق نتيجة سريعة ثم الانتقال إلى الأهداف طويلة المدى، لأن التباطؤ في ظهور النتائج يشكك في فعالية العمل بالخطة أو يخلق حالة فشل.
- **مبدأ المرونة:** لا بد أثناء وضع الخطة أن تراعي مبدأ المرونة و تستعد لكل الظروف و المشاكل و المعوقات التي من الممكن أن تصادفها و ذلك من أجل مسايرتها للواقع و تحقيقا للأهداف المسطرة.
- **مبدأ التوقيت:** كثيرا ما يلعب مبدأ التوقيت الدور الفعال في تحديد نجاح الخطة أم لا، فيجب أن تصدر القرارات و تطبق في توقيتها المناسب بعيدا عن العاطفة أو استغلال ظرف مؤقت قد يزول بين عشية أو ضحاها.
- **مبدأ التنسيق:** يجب أن تكون هناك عملية تناسق بين الأهداف، الأشخاص الفاعلين، و الوسائل المتبعة، حتى لا يحدث خلل أو تضارب في الأعمال.

بالإضافة إلى ما سبق، هناك أيضا<sup>1</sup>:

- مبدأ الواقعية: بحيث أن لا تتجاوز الأهداف المسطرة كل الطاقات و الإمكانيات المتوفرة، و دون المبالغات في تقدير الأهداف.
- مبدأ الشمولية: بحيث أن التخطيط و إعداده و تنفيذه يشمل كل فرد و على كل المستويات.
- مبدأ الإلزام: إن انعدام هذا العنصر يؤدي بالأفراد و المؤسسات و الإدارات إلى التهاون و عدم الجدية، و بالتالي يعطل النتائج المسطرة، فلا بد من المتابعة و المحاسبة و المسائلة حتى تحقيق أهداف التخطيط بالكامل.

### ثانيا: أهمية التخطيط

تكمن أهمية التخطيط في إعطاء رؤية لما هو عليه الأمر في المستقبل و بالتالي يحفز الإسراع في رؤية النتائج، و يمكن توضيح أهمية التخطيط في النقاط التالية<sup>2</sup>:

- التخطيط ضروري بسبب التغير و عدم التأكد: يجب التخطيط على كل المستويات و ذلك من أجل الوصول إلى غاياتها و أهدافها، و كلما توغل الفرد في تقدير أحداث المستقبل زادت إمكانية الشك و عدم التأكد، و كلما زادت حالة عدم التأكد الذي ينوي عليه المستقبل زادت البدائل الممكنة و قلت درجة عدم التأكد، فالمخطط لا يمكنه أن يضع أهدافه و يتوقف عند ذلك الحد، و إنما عليه أن يعلم بالظروف المستقبلية والنتائج المتوقعة.

---

<sup>1</sup> - مفهوم التخطيط، الموقع: <http://www.startimes.com/f.aspx?t=32215880>، في: 2012/09/11.

<sup>2</sup> - نفس المرجع.

- **التخطيط يركز الانتباه على أهداف الأفراد و المؤسسة:** التخطيط يركز على إنجاز الأهداف التي يسعى إليها الأفراد أو المؤسسات و وضع خطة مناسبة لهذه الأهداف، فواضعو الخطط يكونون مجبرين على التفكير دائما في الأهداف المنشودة، فيجب عليهم مراقبة هذه الخطط دوريا و تعديلها و تطويرها في الوقت المناسب تماشيا مع الظروف المستقبلية و بما يضمن أهداف لمؤسسة.

- **التخطيط يوفر النفقات:** إن عملية التخطيط ترتكز أساسا على الاستخدام الأمثل للوسائل المادية و المالية و البشرية بأكفاً الطرق لتحقيق أهداف المؤسسة و ذلك يؤدي إلى تخفيض التكاليف.

- **التخطيط أساس للرقابة:** أي لا يمكن الفصل بين التخطيط و الرقابة معنى هذا أن المدير لا يمكنه مراقبة أي عمل ما لم يكن هناك برنامج خطي لهذا العمل فعملية المراقبة تصبح بلا فائدة دون مخططات.

- **التخطيط يقلص من المخاطر:** بما أن دور التخطيط يكمن في تسهيل عملية انتقال الأفراد و المؤسسات من الحاضر إلى المستقبل لذا فان التخطيط القائم على أسس علمية يقلص مخاطر هذا الانتقال كتوجيه الجهودات نحو تحقيق الأهداف و الاستغلال العقلاني للموارد خاصة إذا كان هذا المستقبل غير محدد المعالم .

- **تحقيق العمل المتكامل لجميع أجزاء المؤسسة:** فالتخطيط يسمح للأفراد و المؤسسات بالاطلاع على الأجزاء المختلفة في المؤسسة و تحقيق التكامل بين هذه الأجزاء و العمل على التنسيق بينها، فالتخطيط يقلل من الحوادث المفاجئة عن خطأ التنبؤ بالمستقبل و يمكن من تجنب الأزمات التي تعترض عمل الأفراد و المؤسسات.

- يساعد التخطيط في عملية الاتصال: حيث يعمل على إيجاد قنوات الاتصال المتعددة في كل الاتجاهات كما يساعد في التنظيم ، أي أن كل مركز في المؤسسة مسؤول عن تنفيذ الخطة، يكون مسؤولاً عن أي انحراف حتى يمكن محاسبة المسؤولين عنها.

### **المبحث الثاني: التخطيط السياحي، مفهومه، مبادئه، أهميته وأهدافه.**

التخطيط السياحي اليوم هو من أهم الأدوات الاقتصادية المستخدمة من أجل تنمية سياحية حديثة، ومن أجل رفع عائد الدخل القومي والفردى ورفع المستوى الثقافي و الحفاظ على المكون الحضاري. ومن هذا المنطلق سيتحدث الباحث في هذا المبحث عن تعريف التخطيط السياحي، مبادئه وأهدافه وأهميته.

#### **المطلب الأول: مفهوم التخطيط السياحي:**

كان ينظر إلى التخطيط السياحي في البداية على أنه التشجيع على إقامة الفنادق وتوفير المواصلات وتنظيم حملات الترويج السياحي، أما الآن فهو آلية متكاملة مع النشاط الاقتصادي للدول. ويلعب التخطيط السياحي دوراً بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي، وذلك لكونه منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه، فهو يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها، مما يسهل عملها ويوفر إمكاناتها التي قد يهدرها التسيير غير الممنهج.

وعليه فالتخطيط السياحي يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي وتنسيق عملها، ويقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة، مما يساعد على إنجاز الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط.

(1) "رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة، ويقضي 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"<sup>1</sup>.

(2) "أسلوب تنظيمي يهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال فترة زمنية معلومة، وذلك عن طريق حصر إمكانات المجتمع السياحية، سواء كانت مادية أو بشرية، وتعريفها وتحريكها نحو تحقيق أهداف المجتمع وفلسفته الاجتماعية التي ارتضاها إطارا لوجوده ونموه"<sup>2</sup>.

(3) "دراسة كافة الإمكانيات القائمة فعلا أو المحتمل قيامها للمنطقة واحتياجات وإمكانيات المناطق المجاورة لها للأغراض السياحية"<sup>3</sup>.

(4) "استغلال كامل للموارد البشرية والطبيعية والمالية المتعلقة بالسياحة إلى أقصى درجات المنفعة القومية"<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> - الروبي نبيل، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص 65.

<sup>2</sup> - منال شوقي عبد المعطي أحمد، مرجع سابق، ص 55.

<sup>3</sup> - كامل محمود، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، مطبعة الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص 102.

<sup>4</sup> - المشهداني خليل ابراهيم، التخطيط والتنمية السياحية، مطابع التعليم العالي والبحث العلمي، الجامعة المستنصرية، بغداد 1989، ص 9.

من خلال ما سبق يرى الباحث أن التخطيط السياحي هو استغلال كل الإمكانيات المتوفرة للسياحة في خطة زمنية معينة من أجل الوصول إلى الاستغلال الأمثل دون المساس بالمقومات الطبيعية والتاريخية، وينبغي ألا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقصور على الجهات الرسمية، وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأفراد، لذا وجب أن يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين جميع الجهات المنظمة للقطاع السياحي وبين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الأعمال)، والمستهلكين لهذه الخدمات (السياح)، والمجتمع المضيف للسياحة، بدءاً من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاءً بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرامج الخطة السياحية.

إن التخطيط السياحي يقوم على أساس المحافظة على القيم الحقيقية للمواقع السياحية سواء أكانت تعتمد في جاذبيتها على مقومات تاريخية أو بيئية أو طبيعية أو غيرها من عوامل الجذب السياحي مع الأخذ بعين الاعتبار الجوانب البيئية من أجل تحقيق تنمية مستدامة.

#### **المطلب الثاني: توصيات لنجاح التخطيط السياحي.**

إن الاهتمام بمبادئ التخطيط السياحي يساهم في تنمية وتطوير مناطق ومواقع التراث الأثري بغرض تأهيلها للجذب السياحي، ومن ثم إنشاء مشروعات التنمية السياحية المستدامة التي تعود بالفوائد والمنافع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المستوى الوطني والمحلي.

يمكن توضيح مبادئ التخطيط السياحي فيما يلي<sup>1</sup>:

- يجب أن يكون التخطيط للسياحة وتمييزها وإدارتها جزءاً من استراتيجيات الحماية أو التنمية المستدامة للإقليم أو الدولة، كما يجب أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بشكل متداخل وموحد يتضمن إشراك وكالات حكومية مختلفة، ومؤسسات خاصة، ومواطنين سواء كانوا مجموعات أم أفراد لتوفير أكبر قدر من المنافع.
- يجب أن يتم تخطيط والإدارة بطريقة مستدامة وذلك من أجل الحماية والاستخدامات الاقتصادية المثلى للبيئة الطبيعية والبشرية في المنطقة المضيفة.
- يجب أن يهتم التخطيط السياحي بعدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة وأفراد المجتمع المضيف والمنطقة.
- يجب أن تتوفر الدراسات والمعلومات عن طبيعة السياحة وتأثيراتها على السكان والبيئة الثقافية قبل وأثناء وبعد عملية التخطيط السياحي، خاصة للمجتمع المحلي حتى يتمكنوا من المشاركة والحصول على الأولوية في التنمية الشاملة.
- يجب أن يتم القيام بتحليل متداخل للتخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي قبل المباشرة بأي تخطيط سياحي بحيث يتم الأخذ بمتطلبات البيئة والمجتمع.
- يجب أن يتم تشجيع الأشخاص المحليين على القيام بأدوار قيادية في عملية التخطيط والتنمية بمساعدة الحكومة، وقطاع الأعمال، والقطاع المالي، وغيرها من المصالح.

---

<sup>1</sup> - محمد غنيم عثمان، مقدمة في التخطيط التنموي الإقليمي، دار الصفاء للطباعة والنشر، عمان، 2008، موقع: <http://journal.ush.sd>، في: 2012/11/11.

- يجب أن يتم وضع مع عملية التخطيط برنامج للرقابة والتدقيق والتصحيح أثناء جميع مراحل التخطيط والإدارة ، بما يسمح للسكان المحليين وغيرهم من الانتفاع من الفرص المتوفرة والتكيف مع التغييرات التي ستطرأ على حياتهم.
- أن يضع التخطيط السياحي توازن مطلوب بين المنافع الاقتصادية والمحافظة على البيئة.
- أن يراعي التخطيط السياحي المحافظة على قيم وعادات وتقاليد المجتمعات المضيفة من خلال إرساء برنامج سياحي ينسجم مع المحيط الاجتماعي والثقافي.
- إنشاء بنى تحتية وتطوير البنى التحتية الموجودة.

هذه التوصيات تسعى إلى معالجة موضوع الحفاظ على البيئة ومراعات الخصوصية الثقافية والاجتماعية والتاريخية للبلد المضيف، وتحتاج مبادئ التخطيط السياحي إلى ثلاث مكونات رئيسية هي: الموارد، المكان والزمان؛ فالموارد هي كنوز أو مكونات الثروة الموجودة في هبات ومنح الطبيعة ومتى ما استغلت حولت إلى موارد اقتصادية، والمكان والمتمثل في الأهمية الجغرافية للمنطقة من خلال إبراز الأنماط المختلفة والعمليات المتفاعلة فيها، أما الزمان فهو الحركة الناجمة عن تفاعل الإنسان مع المكان الجغرافي<sup>1</sup>.

### **المطلب الثالث: أهمية و أهداف التخطيط السياحي**

ترتبط العائدات السياحية التي تحول دون ظهور مشكلات اقتصادية واجتماعية وبيئية وثقافية بمدى الأخذ بالتخطيط السياحي السليم وأساليب الإدارة الناجحة، لذلك فإن التخطيط

<sup>1</sup> - محمد أزهر سعيد السماك، منهاج البحث في التخطيط السياحي بمنظور جغرافي معاصر، مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية، العراق، المجلد 14، العدد 3، 2007، ص 205، الموقع: <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=44439> ، في: 2012/11/12.

السياحي مهم ولا يقل في أهميته عن أي نوع من أنواع التخطيط التنموي الأخرى، فالتخطيط

السياحي ضروري وحيوي وتكمن أهميته فيما يلي<sup>1</sup>:

- زيادة عدد الزيارات السياحية.
- رفع نوعية و مستوى السائح.
- رفع معدل الإقامة.
- زيادة معدل الإنفاق اليومي.
- تنويع العرض السياحي كما وكيفا.
- إيجاد أنماط سياحية جديدة.
- تحسين الصورة السياحية للبلد في الخارج.
- حماية قيم المجتمع وتقاليد وجميع موروثاته التاريخية.
- يعد التخطيط ضرورة لضمان جميع القطاعات التي ترتبط بالنشاط السياحي سواء الزراعية أو الصناعية أو النقل أو التجارة أو الخدمات والتسهيلات السياحية، والتي يتم تطويرها وتنميتها بشكل متكامل لخدمة السياحة والأنشطة المتعلقة بها.
- ضرورة الاهتمام بالسوق السياحي والمنتج السياحي من خلال عملية التخطيط مع الاحتفاظ بالأهداف الاقتصادية والاجتماعية أثناء تلبية طلب السوق حيث أن السياحة تمثل نشاطاً يقوم على بيع المنتج السياحي للزائر الذي يستخدم التسهيلات والخدمات الأساسية في منطقة المزار السياحي.

---

<sup>1</sup> منال شوقي عبد المعطي أحمد، مرجع سابق، ص 57-58.

- يعتبر التخطيط السياحي وبرامج التطوير السياحي بمثابة مرشد جيد لتطوير قطاع السياحة، وذلك لأن قطاع السياحة يعد نشاطاً حديثاً في كثير من الدول، وأن بعض الدول وخاصة النامية منها ليس لديها التجربة والخبرة في كيفية تطوير السياحة وبرامجها.
- تعتبر السياحة مصدر اقتصادي هام يمكن مضاعفته وتعظيم عوائده بالتخطيط السليم والمتكامل.
- عن طريق التخطيط السياحي يمكن التحكم أو وضع حلول مناسبة لمشكلات قد تتجم عن نشاط سياحي سواء كانت مشكلات اقتصادية أو اجتماعية أو بيئية.
- تخطيط النشاط السياحي بشكل سليم ودقيق يساهم في المحافظة على المعطيات الثقافية والبيئية في المنطقة السياحية، ويؤدي ذلك إلى التعامل مع هذه المعطيات على أنها رأس مال وثروة وطنية لا بد من المحافظة عليها وصيانتها باستمرار.
- توفير الكفاءات والأيدي العاملة الفنية بمختلف أنواعها والتي يحتاجها قطاع السياحة والنشاطات السياحية المختلفة.

ويمكن ذكر أهداف التخطيط السياحي فيما يلي<sup>1</sup>:

- تـثـمـيـن الطاقـات الطـبـيـعـيـة، الثـقـافـيـة، الدـيـنـيـة والحضـاريـة.
- تحسـيـن نوعـيـة الخـدـمـات والارتقـاء بـهـا إلـى مـسـتـوـى المـنـافـسـة الدـولـيـة.
- تحسـيـن أداء القـطـاعـات السـيـاحـة مـن خـلـال الشـركـة فـي التـسـيـير.
- إعـادـة الـاعـتـبـار للمؤسـسـات الوطـنـيـة والمحلـيـة.
- المـحـافـظـة عـلـى البـيئـة والفضـاءات الهـشـة لتوسـيـع السـيـاحـة البـيئـيـة.

<sup>1</sup> - نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28 العدد 3، جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، اللاذقية، سوريا، 2006، ص16.

- التوفيق بين ترقية الاقتصاد والبيئة بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التخطيط السياحي.
  - أهداف تسويقية وفيها يتم بذل كافة الجهود للوصول إلى حجم إشغال متميز يتيح الاستغلال الأمثل للطاقات.
  - أهداف محلية: تتمثل في تحقيق إنعاش للسوق المحلي.
  - أهداف تشغيلية: و ذلك بتوفير فرص مع تحسين كفاءة العاملين بالقطاعات.
  - أهداف اجتماعية: وذلك بإبراز التراث الحضاري والموروث الفكري والثقافي.
  - تحليل الطلب والتنبؤ بالطلب.
  - تحديد أنسب و أفضل الطرق لتوزيع الموارد.
  - تكوين مجتمع أو فئة واعية بالنشاط أو القطاع المراد من التخطيط.
  - إيجاد توازن بين كمية الإنتاج ونوعيته ومستوى الخدمات من ناحية، وبين حجم الاستهلاك والزيادة السكانية وارتفاع مستوى المعيشة من ناحية أخرى.
  - ضمان التوزيع العادل للمشروعات والحصص المالية على كل إقليم وقطاع
- بالإضافة إلى ما سبق يرى الباحث بأن التخطيط السياحي يهدف إلى:
- إبراز أهمية التخطيط السياحي لمواقع ومناطق التراث الأثري فيما يتعلق بأهميتها التاريخية والثقافية والمعرفية والاقتصادية ومن ثم إدارتها والحفاظ عليها.
  - السعي لتطبيق مفهوم التنمية السياحية المستدامة في مواقع التراث الأثري من خلال الاستخدام الأمثل والمرشد لموارد الثروة السياحية الثقافية.
  - تأكيد الأثر الإيجابي لتوظيف المناطق الأثرية سياحياً، والمنافع والفوائد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الناتجة عن هذا التوظيف.

- إبراز الآثار البيئية السالبة المؤثرة على مواقع ومناطق التراث المتمثلة في السياحة غير المرشدة والمخططة التي تعد مهددات لهذه المعالم الأثرية السياحية.

كذلك تحديد الإطار الموحد للعمل من خلال وضع إطارا موحد لاتخاذ القرارات في القطاع السياحي فيضع الفرص والمخاطر الكامنة في المستقبل ويتم وضع وسائل عمل محددة لتجاوز تلك العقبات أو الاستفادة من النتائج المرجوة.

كما يساهم التخطيط السياحي في الرقابة على الأداء السياحي بما يساهم في مواكبة الأنشطة السياحية للتخطيط الموضوعية، وبذلك يسمح لنا بالاستغلال الأمثل للإمكانيات والموارد المتوفرة ويقلل من التكاليف إلى الحد الأدنى.

### **المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في التخطيط السياحي**

إن نجاح أو فشل أي مخطط سياحي مرتبط بمجموعة من العوامل التي تسهم في تعظيم الفوائد والعائدات أو في تقويض المجهودات وضياح الإرث السياحي وتؤدي إلى هدر الأموال والاستثمارات، ومن خلال هذه المبحث يمكن الإشارة إلى أهم العوامل المؤثرة في التخطيط السياحي.

#### **المطلب الأول: العوامل البشرية**

رغم أن صناعة السياحة قد استهدفت رفاهية الإنسان، من نشاطات متنوعة فنية واستجمامية، وثقافية ورياضية؛ إلا أنّ هذا القطاع قد اعتُبر موردا صناعيا هاما في النظام الاقتصادي الخدماتي، تبعا لما يحققه من فرص عمل جديدة للطاقات البشرية ضمن نظام مهني متكامل يشمل الفئات الاجتماعية

الناشطة سياحياً ويشمل جميع العاملين في هذا القطاع انطلاقاً من موظفي وكالات السفر إلى موظفي الاستقبالات وما تلاها من أنماط عمل تخدم هذا القطاع وتحقق الغاية المرجوة.

وعلى إثر هذا التطور لعبت الشركات الضخمة للفنادق ووكالات السفر دوراً فاعلاً في تفعيل هذا القطاع، وفتح فرص عمل جديدة أمام اختصاصات علمية مهنية فرضها هذا القطاع ولا سيما أمام خريجي التعليم المهني التقني الذي أوكلت إليه العديد من البرامج التي تستهدف مهناً سياحية وخدمائية مختلفة تطل مرافق الإيواء السياحية والخدمات المالية المرافقة للقطاع السياحي.

وتشمل العوامل البشرية هنا جميع الفئات الناشطة والمستفيدة من القطاعات السياحية بشكل مباشر وغير مباشر، وقد شكل النمو الديموغرافي، ونمو المداخل لدى الأفراد مع شرعية العطل السنوية والإدارية وارتفاع القدرة الشرائية عدا عن اتساع أوقات الفراغ بسبب تناقص ساعات العمل، ودفع بالفرد إلى إيجاد طرق بديلة يملئ أوقاته بالتسلية والاستجمام والراحة هرباً من الحياة الصاخبة في المدن الكبرى، وتخفيفاً من معاناته النفسية التي يتعرض إليها مع ضغوطات عمله المتواصل لفترة طويلة، مما شكل عاملاً فاعلاً وحيوياً في تنشيط السياحة المحلية، حيث نشطت حركة الأفراد تجاه ظاهرة الاستجمام وقضاء العطل الفصلية في مراكز سياحية هامة تاريخياً أو ثقافياً، وهذا ما دفع بالمستثمرين السياحيين إلى إيجاد طرق وابتكار وسائل تنشط هذا القطاع وتدفع به لاستمرارية رواجه مع تحول الأزمنة وما تفرضه من تغيرات اجتماعية واقتصادية على الدول بشكل عام<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - فدى المصري، العوامل البشرية والمادية المؤثرة في التنمية السياحية، مجلة الحوار المتمدن، 2008، الموقع: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=145508>، في: 2012/11/13.

والشكل التالي يوضح ترتيب الدول العشر الأولى في استقبال السياح والوفود السياحية على

مستوى العالم حيث يظهر استحواذ أوروبا على الأغلبية من عائدات القطاع السياحي على مستوى العالم:



من خلال الشكل أعلاه فإن فرنسا لا تزال تحافظ على المرتبة الأولى في عدد السياح الوافدين

(باريس هي أكثر مدينة يزورها السياح عالميا) بـ 83.6 مليون سائح سنويا ثم تأتي في المرتبة الثانية

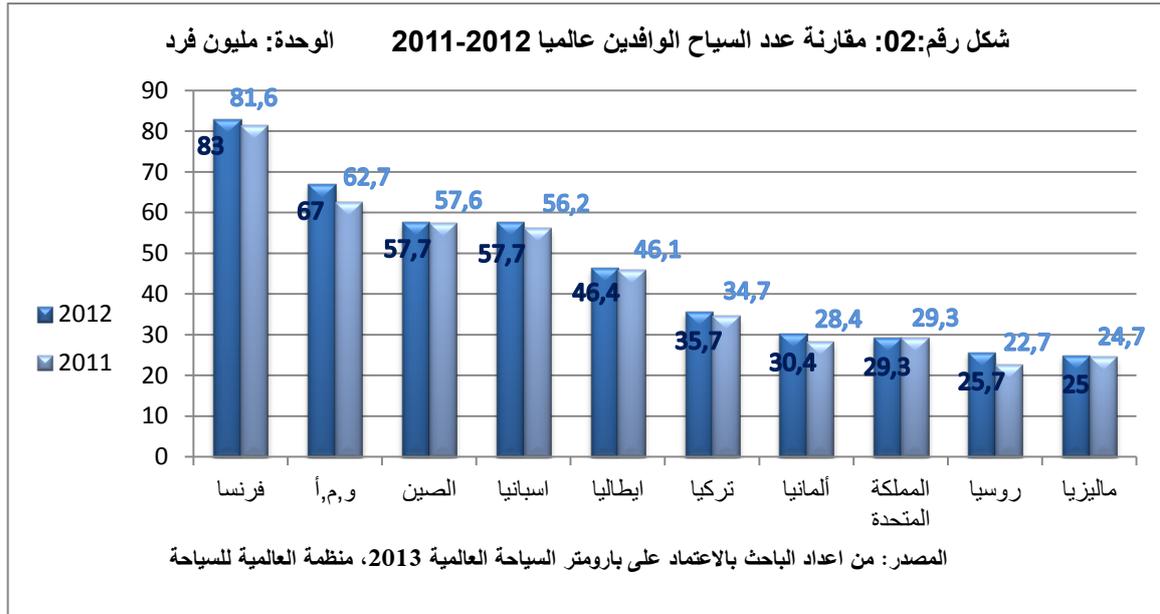
الولايات المتحدة الأمريكية بـ 67.2 مليون سائح، ثم الصين واسبانيا بـ 57.7 مليون سائح بالتساوي،

ويبرز الجدول صدارة القارة العجوز في استقبال أكبر عدد من السياح عالميا بـ 565 مليون سائح سنويا و

يعود ذلك لتوسط القارة الأوروبية العالم، و مزايا تطور الهياكل القاعدية و هياكل الاستقبال و تطور

الخدمات السياحية، بالإضافة للاستقرار السياحي و الاقتصادي للدول - فرنسا، ألمانيا، ... -

والشكل التالي يوضح مقارنة عدد السياح الوافدين بين 2011 و 2012:



نلاحظ من الشكل أعلاه تغيرا في عدد السياح الوافدين في 2012، حيث ارتقت ألمانيا إلى المرتبة السابعة بـ 30 مليون سائح، وروسيا إلى قائمة المدن العشر الأوائل في السياحة بوصولها للمرتبة التاسعة بـ 25.7 مليون سائح.

تعدّ بلدان الشرق الأوسط كسوريا ولبنان والأردن مقصدا سياحيا لما تتمتع به هذه الدول من مناخ معتدل، وما تحتويه من تنوع في الآثار والغنى البيئي الطبيعي، مع انخفاض الأسعار الذي يشكل عامل جذب للسياح، وتعتمد هذه الدول على فتح الاستثمارات السياحية للأجانب في قطاعها السياحي لا لمواطنيها بسبب ضعف الإمكانيات المالية لديهم للقيام بمثل هذه المشاريع العملاقة الحيوية؛ ويساهم ذلك في تحقيق أرباح ونمو اقتصادي وينتج عن ذلك ارتفاع المداخيل على مستوى الدخل الفردي والقومي<sup>1</sup>.

## المطلب الثاني: العوامل المادية

<sup>1</sup> - فوزي سعيد أحمد الجديبة، محاضرة في مقياس: الجغرافيا السياحية، الجامعة الاسلامية في غزة، موقع الجامعة: <http://www.iugaza.edu.ps>، في: 2012/08/06.

تستند المشاريع السياحية إلى الموارد المادية والطبيعية المتاحة ضمن المجتمع، حيث أن موارد الأرض الطبيعية شكلت البنية الأساسية للاستثمار السياحي، بالإضافة إلى شبكة خدماتية تستهدف تقديم الراحة وكافة احتياجات السائح الوافد إلى هذه المرافق.

ومن أبرز العوامل المادية المتفاعلة في تنشيط القطاع السياحي<sup>1</sup> :

- **الطبيعة الجغرافية:** إن الطبيعة الجغرافية تلعب دورا أساسيا في تنشيط حركة السياحة تبعا لما يتمتع به المجتمع من مساحات خضراء ومسطحات مائية تطرب وتنسجم معها النفس البشرية، لما تعكسه هذه الطبيعة من جمال خلّاب وطيب منظر ورائحة زكية، ناهيك عن هواء نظيف تنتعش له الرئة من ضغط المدن وتلوثها، وفق مناخ معتدل يستطيع الإنسان أن يتأقلم معه ويحقق فيه إشباعا لهواياته؛ الرياضية منها خاصة، وهذا لما قد يتميز به الموقع الجغرافي من قرب إلى البحر، أو احتوائه على جبال كثيرة تكسو قممها الثلوج، وتزين سفوحها الغابات، ويتخلل ثناياها الصخور والشلالات المائية التي تمد الإنسان بالرغبة في التنزه وتنشيط قدراته عبر ممارسة بعض النشاطات التي تتلاءم مع الوضع الطبيعي.

كلما كان الموقع الجغرافي غنيا بالآثار كلما شكل عامل جذب سياحي لما تحققه هذه الآثار من رغبة في التعرف على حياة الإنسان الأول وفضولية لدى محبي التاريخ أن يكتشفوا بقايا هذا الإنسان وفق شكل الحضارة والآثار المتبقية.

---

<sup>1</sup> - هوارى معراج، سليمان جردات، السياحة و أثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة اقتصاد الجزائر، مجلة الباحث، 2004، ورقة، عدد01، الموقع: <http://bu.univ-ouargla.dz> ، في: 2012/09/19.

- **المواصلات ووسائل النقل:** الطبيعة وحدها لا تكفي لتنشيط السياحة من دون وجود سياسة لبنية تحتية منتظمة تسهل على السائح إقامة بالبلد المقصود، وتحديد شبكة المواصلات التي تسهل تنقل الإنسان ضمن هذا البلد، أو من البلد إلى الخارج والعكس، من هنا تم تطوير شبكات المواصلات البرية والبحرية والجوية على مستوى العالم، عبر تعبيد الطرقات الرئيسية منها خاصة، وربط المدن الرئيسية بقرى الاضطياف، كما تم تطوير المطارات والمرافق الحيوية المتصلة بها، مع تنظيم الرحلات عبر شركات الطيران، وكذلك التنقل البحري عبر تنظيم المرافئ والموانئ، و ذلك لتسهيل تنقل الإنسان الذي يشكل العنصر الأساسي لتنشيط القطاع السياحي الذي نشط بشكل كبير على حساب وسائل النقل.

والجدير بالذكر هنا أن أقدم شبكة للنقل تعود للإمبراطورية الرومانية التي أنشأت شبكة من الطرق المصفوفة (Chaussées) حوالي 220 ق.م انطلقا من روما باتجاه مدينة (Rimini) على الأدياتيكي ومنها شمال إيطاليا، فتوصلوا خلال ثلاثة قرون إلى بناء شبكة طولها 80 ألف كلم تربط أنحاء الإمبراطورية الرومانية (في أوروبا المتوسطية وشمال أفريقيا والمشرق العربي) وكانت هذه الطرقات مجهزة بالأنصبة الموضوعة على أطراف الطرقات، تحدد البعد عن مدينة روما، عاصمة الإمبراطورية وكانت لهذه الطرقات أهمية كبرى في تواصل الشعوب مع بعضها وتسهيل تنقلاتهم ورحلاتهم التجارية<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - سعيد السالمي، التواصل الحضاري، مقالة، مجلة التسامح، العدد 27، 2009، الموقع: <http://beta.altafahom.net/tasamoh/>، في: 2012/09/15.

كما نجد أن تطور شبكة السكك الحديدية الفرنسية قد ساهم في إقامة سلسلة من الفنادق والمطاعم على طول الشبكة، مساهمة بذلك في تنمية الصناعة الفندقية الحديثة التي طالت شركات فندقية ضخمة فرضت وجودها في كل بلدان العالم مؤخرًا.

ويرى الباحث أن اختيار وسيلة النقل من قبل السائح يكون وفق ما تحققه له من عناصر ثلاثة أساسية هي: الأمان والسرعة والتكلفة الأقل.

- وسائل الاتصال و الإعلام: لقد كانت وسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي والإعلام المرافقة لشبكة المواصلات عاملاً حاسماً في ازدهار السياحة وتنشيطها، وذلك لتلبية حاجة الأمان الاجتماعي للسائح في بلد غريب، من عناصر اتصال يبده الأم عبر الهواتف والبريد، ولعل شبكة الانترنت شكلت محطة تغيير جذري هام في تسهيل احتياجات السائحين عبر مدهم بالمعرفة المسبقة والمعطيات اللازمة عن المناطق السياحية المقصودة، من خلال تصفّحهم للشبكة التي تيسر لهم كل المتطلبات، من حجز إلى اختيار مكان الإقامة، واختيار المرافق التي يودون زيارتها قبل مبادرتهم بالجولة السياحية.

إن للإعلام دوراً هاماً في التأثير على النشاط السياحي وتطويره عبر بثه برامج وثائقية عن خصائص البلدان السياحية ونمط مرافقها الإيوائية والخدماتية وآثارها التاريخية عبر الإعلانات والدعايات التي تجذب السياح من كل أقطار العالم.

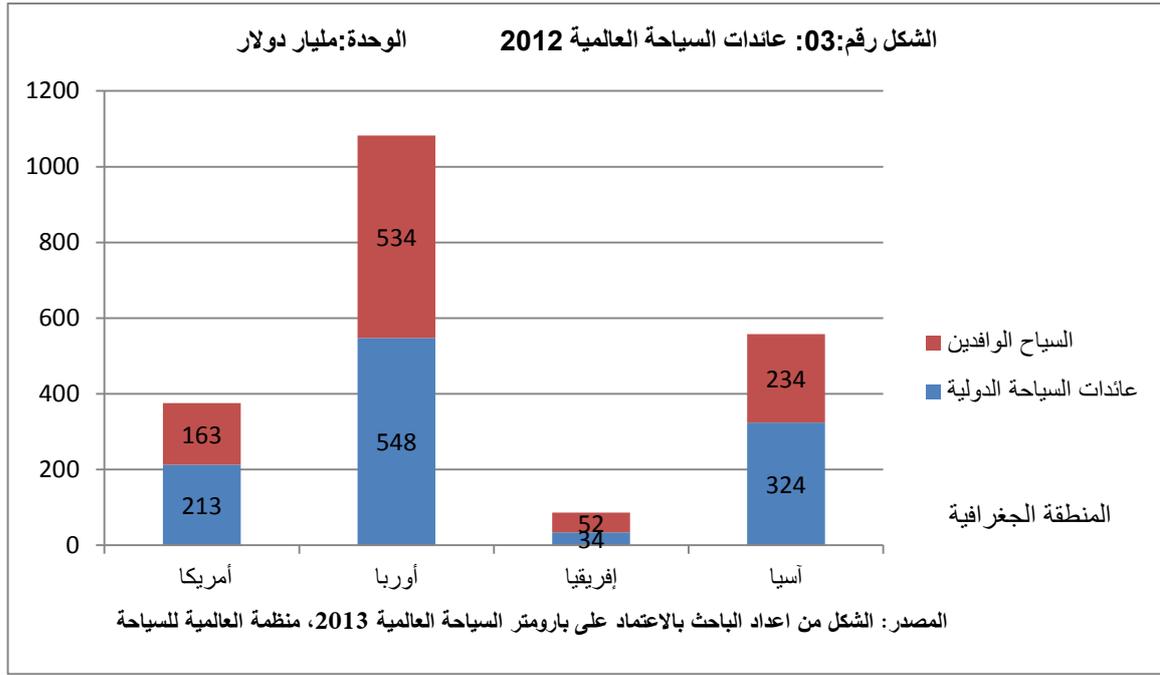
- مرافق الإيواء: لا يمكن للسياحة أن تنشط دون وجود مرافق إيوائية و تعتبر مرافق الإيواء السياحي من العوامل المؤثرة في تنشيط هذا القطاع وتنميته؛ وتشمل هذه المرافق جميع المؤسسات التي تستقبل النازلين، كما تشمل جميع المؤسسات السياحية الخاصة المعدة لاستقبال

النزلاء والمسافرين والمجهزة بالأثاث والمنافع الصحية اللازمة والتي تقدم بقصد الكسب المادي الإقامة مع الطعام أو بدونه وهي: الفنادق على اختلاف أنواعها ( الفندق الدولي، السياحي، الفندق العائلي، الشقق المجهزة)، والمؤسسات المعدة للسياحة الجماعية والاجتماعية (الموتيل- نزل-، الأوبارج-دار الشباب-)، وقد لاقى هذا القطاع رواجاً كبيراً لما حققه من جذب للسياح، وانعكاس ذلك إيجاباً على القطاع السياحي والخدمات والتجاري بشكل عام، ونظراً لما حققته مرافق الإيواء من ربح بالغ الأهمية، أطلقت شركة الطيران الفرنسية شبكة من الفنادق - Meridien - على غرار الشركات الجوية الكبرى مثل الشركة اليابانية التي تملك شبكة فنادق - Nikko - وشبكة طيران لوفتهنزا "Lufthans"، التي تملك شبكة فنادق "penta" وقد استطاعت الشبكات الفندقية بفضل سياسة التسويق والترويج التي تنتهجها من الوصول إلى تشكيلة واسعة من الزبائن وخاصة من أصحاب رؤوس الأموال والمستثمرين، الذين عززوا القطاع السياحي وفق ما يمارسونه من نشاطات ترفيهية تخفف عن كاهلهم أعباء أعمالهم المهنية، فامتدت نشاطاتهم السياحية لممارسة بعض الهوايات أو زيارة بعض الأماكن الأثرية، أو الوفود للنوادي الليلية التي نشطت مع تطور قطاع الفنادق ومرافقه الحيوية<sup>1</sup>.

- **المصارف والبنوك:** وذلك من خلال تسهيلها للمعاملات المالية من تحويل ونقل للأموال لدى المستثمر أو السائح والذي شكل عاملاً أساسياً مساعداً في حدوث ثورة سياحية هامة عالمياً، تبعاً لما تحققه التكنولوجيا المصرفية من سهولة تحويل للأموال من وإلى خارج البلاد، وهذا ما ساعد في تنشيط حركة التجارة وتنشيط حركة الزوار مع فترات الاستجمام والسياحة الفردية والجماعية<sup>2</sup>.  
والشكل التالي يوضح عائدات السياحة الدولية ويبين الأهمية المادية لها:

<sup>1</sup> - فدى المصري، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - رويش طارق، المصرف، موقع ويكيبيديا: مصرف/ <http://ar.wikipedia.org/> ، في: 2012/09/25.



من خلال الشكل المبين أعلاه نرى أنّ عائدات السياحة العالمية قد تجاوزت 1000 مليار دولار في 2012 في تطور تاريخي للقطاع السياحي رغم التذبذب الاقتصادي الذي يشهده العالم - الأزمة المالية العالمية منذ 2009- و تتربع أوروبا القائمة و ذلك بسبب استمرار الزيادة في الطلب السياحي و التسهيلات التي تقدمها الدول الأوربية لطالبي الخدمات السياحية من مختلف الجنسيات و الأغراض منها. ومن هنا نجد الاهتمام أكثر بالاستثمار في النشاطات السياحية التي تزيد في عملية تنشيط هذا القطاع وتساهم في الابتكارات التي تتوازي مع متطلبات التقدم التقني والعلمي.

### المطلب الثالث: عوامل التطور الحضاري والثقافي.

مر الإنسان عبر العصور بأنظمة اجتماعية متحولة من حركة الرعي والبداوة إلى الحياة الزراعية ثم إلى العهد الصناعي، وشكلت الثورة الصناعية المحطة الأساسية في حياة الشعوب وحضاراتها، انطلاقاً من نهاية القرن الثامن عشر ومع بداية القرن التاسع عشر، و لآلة دورها البارز في تغيير حياة الإنسان

وسلوكياته ونظامه المهني ودوره الإنتاجي، وإحداث نقلة نوعية هامة في طريقة عيشه، إثر هذه التغيرات التي واكبها مع التطور التقني الصناعي ضمن حضارته وبيئته الثقافية المنتمي إليها<sup>1</sup>.

يمكن أن نميز بين حضارة وأخرى من خلال مفاهيمها الثقافية ودرجة رقيها في سلم التطور والإبداع والازدهار، إذ لكل ثقافة خصوصيتها في عاداتها وتقاليدها وبنيتها البشرية فيزيولوجيا وسلوكيا. عرفت البشرية منذ العقود الزمنية السابقة التي تعود إلى أكثر من 40 ألف سنة عددا كبيرا من نماذج الحضارات البشرية التي طالت بلاد المشرق وبلاد أوروبا الغربية والتي شكلت العالم البشري القديم، والتي تم إدراكها من خلال الآثار والرسوم والرموز الذي عثر عليها في مختلف مناطق قارة آسيا وأوروبا وشمال أفريقيا، ومنها حضارة بلاد ما بين النهرين (العراق) في آسيا التي تعود إلى الألف الرابعة قبل الميلاد حتى الألف الثالثة ق.م، الحضارة الفينيقية (لبنان) في آسيا التي تعود إلى الألف الثالثة ق.م حتى الألف الثامنة ق.م؛ الممتدة من جبل كرمل حتى رأس شمرا، الحضارة الفرعونية (مصر) التي تعود إلى 3150 ق.م، حتى 525 ق.م، في وادي النيل، عدا عن الحضارة الهندوسية والإغريقية، الفارسية و الصينية و الرومانية، وحضارة الأمريكية ما قبل كولومبس من خلال حضارة المايا MAYAS جنوب المكسيك، الأنكا INCAS في البيرو، التولتك TOLTTEQUES في المكسيك، والأزتك AZTEQUES في هضبة المكسيك، من 1160 م حتى القرن الخامس ميلادي<sup>2</sup>.

ولمّا كان تطور الحضارة يستهدف إحداث تغييرات ونقطة نوعية في حياة الإنسان، فقد طالت العملية جانب الرفاهية من خلال برنامجها، حيث أن غايتها خدمة الإنسان وتخفيف حدة الأزمات التي تواجهه،

---

<sup>1</sup> - فدى المصري، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - نفس المرجع.

ومعالجة مشاكله بواسطة الإنسان نفسه، وهذا ما يستلزم رفع مستوى معيشة الفرد ومستوى تحصيلهم العلمي ومستوى العناية الصحية و بالتالي الرقي بالحضارة و الحفاظ عليها<sup>1</sup>.

---

29- اسراء الروبي، العوامل البشرية والمادية المؤثرة في التنمية السياحية، <http://anthro.ahlamontada.net/t346-topic> ، في: 2012/11/16.

## خاتمة الفصل الأول

حاول الباحث في هذا الفصل إعطاء صورة مبسطة للتخطيط من خلال الإشارة إليه على أنه مجموعة من التدابير الموضوعة خلال فترة زمنية معينة متوقعا عائدا أو نتيجة أو تطورا أو توسعا أكبر.

ثم حاول الباحث إعطاء مفهوم للتخطيط السياحي الذي يمكن اختصاره في أنه 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، إن نجاح التخطيط السياحي مرتبط بمدى المعلومات الحقيقية المتوفرة وهذا العنصر هو أحد المبادئ الأساسية للتخطيط السياحي، كذلك التوزيع العادل للتمويل السياحي والعائد السياحي بما يحقق توازنا طبيعيا ويزيد من الشعور بالرضى ويدفع بعجلة النمو السياحي المستديم، وهنا تكمن أهمية التخطيط الذي يبحث عن تحقيق توزيع عادل ومتوازن للثروة والأموال والعائد وتحقيق الدعم المطلوب للاقتصاد والمجتمع.

إن النشاط السياحي قد نشط بشكل ملموس ليطال السياحة الجماعية المكثفة التي تشمل كل فئات المجتمع، بعد أن كانت مقتصرة على الطبقة الأرستقراطية قديما، وذلك بفعل ما أحدثته الثورة الصناعية والتكنولوجية في وسائل النقل وارتفاع مداخيل الأفراد في الدول الصناعية المتقدمة.

الفصل الثاني:

الاطار المفاهيمي للسياحة

« دراسة تحليلية »

## مقدمة الفصل الثاني:

تعتبر السياحة من المنظور الاقتصادي قطاعا هاما نظرا لنموه السريع إذا علمنا أن عدد السياح قد تجاوز المليار سائح عبر العالم، أي أنه من بين كل سبعة أشخاص في العالم هناك شخص سائح بينهم حسب موقع رويترز، فقد شهدت السياحة توسعا كبيرا لتشمل كل الطبقات الاجتماعية، وأصبح الأفراد يخططون لبرامجهم السياحية طوال السنة وقد ساعد على الانتشار الواسع لفكرة البرامج السياحية الوسائل الحديثة للاتصال من هواتف أرضية ومحمولة وإنترنت وإعلانات تلفزيونية وغير ذلك ...

ومن هذا المنطلق سيحاول الباحث في هذا الفصل بيان مفهوم السياحة ومكانتها الاقتصادية والعالمية، ومعرفة دور الثقافة السياحية لدى المجتمع في المساهمة في تطوير ونمو السياحة من خلال الاستقبال الجيد ولغة الاتصال مما يسمح برفع مستوى الخدمات السياحية.

بعد ذلك سيتطرق الباحث إلى دور الصناعات التقليدية وهي أحد أهم العوامل التي تجعل السائح يسافر من بلد إلى آخر لرؤية هذه الصناعات ومعرفة أصحابها عن قرب.

## المبحث الأول: مفهوم السياحة، نشأتها و أنواعها

تعتبر السياحة وسيلة للترفيه والاستمتاع بفترات الراحة، وسيحاول الباحث تعريف السياحة وكيفية نشأتها وعناصرها.

### المطلب الأول: مفهوم السياحة

لقد حاول الكثير من المختصين تعريف السياحة تعريفاً منضبطاً فمنهم من تناول التعريف من الناحية الاقتصادية، في حين ركز البعض على الجوانب الاجتماعية، النفسية، الثقافية، السياسية والتعليمية للسياحة، ويبقى تعدد التعاريف المقدمة لمفهوم السياحة باعتبارها مصطلحاً اجتماعياً يعاني من المشكلة التي تواجه باقي المصطلحات الاجتماعية، ألا وهي مشكلة عدم الوصول إلى تعريف جامع مانع للمفهوم.

1- السياحة في اللغة هي السفر أي الانتقال من مكان إلى آخر، فإذا كان ذلك داخل نفس الدولة سميت سياحة داخلية، وإذا كان من دولة إلى أخرى سميت سياحة دولية<sup>1</sup>.

2- حسب المنظمة العالمية للسياحة تعرف السياحة بأنها: "نشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط. والسائح هو ذلك الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومتراً على الأقل من منزله"<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> - نقلاً عن عيساني عامر، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة باتنة، كلية الاقتصاد و علوم التسيير، 2011، ص 11  
<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للسياحة، مدخل للسياحة العالمية (مفاهيم عامة)، الدورة العامة للمنظمة، مدريد، اسبانيا، 1981 الموقع: <http://www.wto.org/events>، في: 2012/09/19.

3- " هي مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان وقتيا وتلقائيا

وليس لأسباب تجارية أو حرفية " <sup>1</sup>.

4- " بأنها ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على

الراحة والاستجمام، والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، والشعور بالبهجة والمتعة

من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة " <sup>2</sup>.

5- " جميع الأنشطة غير المحققة للريح والتي يقوم بها الانسان بعيدا عن مقر إقامته

المعتاد " <sup>3</sup>.

6- " السياحة بأنها الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا

العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل

وخارج حدود منطقة أو دولة معينة " <sup>4</sup>.

من خلال التعريفات السابقة يرى الباحث أن السياحة هي الانتقال من مكان العيش إلى

مكان آخر بغرض الترفيه والبحث عن المتع والابتعاد عن ضغط العمل والروتين اليومي؛ أي هي

مجموعة الأنشطة التي يقوم بها المسافر إلى بلد مغاير لمحل إقامته لمدة تقل عن 12 شهر

بشرط ألا يكون الهدف الرئيسي من السفر مزاولة أي نشاط مدفوع القيمة من داخل البلد التي يتم

زيارتها وذلك باستخدام كل الوسائل التي تساعد على الانتقال إلى أماكن من أجل الترفيه وتحقيق

نوع من الراحة الجسدية نتيجة الروتين اليومي من عمل أو مسؤوليات مختلفة.

---

<sup>1</sup> - صلاح عبد الوهاب، السياحة الدولية، مطبعة الزهران، القاهرة، 1990، ص. 28.

<sup>2</sup> - هدي سيد لطيف، السياحة بين النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع القاهرة، 1994، ص. 10.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص 12.

<sup>4</sup> - جلييلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية، 2003، ص. 17.

## المطلب الثاني: نشأة السياحة

منذ أن خلق الانسان وهو في سفر مستمر في البحث عن الأكل والشرب من خلال البحث عن مصادر مائية وغذائية ثم الصيد من خلال استعمال وسائل بسيطة ثم الاستقرار من خلال الزراعة والرعي، إلى هذه اللحظة لم يفكر الإنسان في السياحة والاستجمام بعد، إلا أنه عرف استغلال كل ما يحيط به في تلبية رغباته واحتياجاته فيريح جسده وضغطه النفسي، ومع ظهور الحضارات بدأت العلامات الأولى لما يعرف بظاهرة السياحة.

تعتبر كتابات **HERODOTUS\*** من أهم مصادر المعلومات التي نعرفها في تاريخ السفر والسياحة، حيث كان كثير السفر، وكان يسجل مع بعض التحفظ القصص الطويلة التي يخبره بها المرشدون، ولقد أوضح أنّ هناك اختلافاً في دقة وصحة المعلومات التي كان يتلقاها من المرشدين، وتضمنت كتب الإرشاد التي صدرت في القرن الرابع قبل الميلاد المناطق السياحية المعروفة مثل أثينا وإسبارطة وطروادة، وظهر الإعلان السياحي عام 400 قبل الميلاد تقريبا من خلال لوحات إرشادية لتوجيه الزائرين نحو المناطق السياحية أو الحانات وأماكن النوم أو العبادة<sup>1</sup>.

### أولاً: عصر الحضارة الإسلامية:

في الوقت الذي كانت تشهد فيه أوروبا أسوأ العصور السوداء في تاريخها من جهل وأمراض واحتكار من الكنيسة للسلطة وقتل وحرق كل عالم أو مفكر بتهمة الهرطقة لصد كل محاولات فهم العلم واستغلاله، كانت الحضارة الإسلامية تشهد تقدماً حضارياً وفكرياً ساهم في وضع أسس

\* - هورودوتس: مفكر ومؤرخ يوناني، ولد وعاش في القرن الخامس قبل الميلاد.  
1 - محمود محمود هويدي، مرجع سابق، ص8.

كل العلوم الحديثة؛ طب (ابن سينا)، الكيمياء (جابر بن حيان)، الجبر (محمد بن موسى الخوارزمي) وصولاً إلى التنقل لاكتشاف العالم (محمد بن عبد الله بن اللواتي والمشهور بابن بطوطة)، وهو رحالة ومؤرخ وقاض وفقه، حيث طاف كل بلاد المسلمين وصولاً إلى تركيا وفارس مروراً بالجزائر وتونس ومصر والسودان وسوريا ومنها إلى مكة.

وقد عرفت السياحة عند المسلمين بأسماء مختلفة كالسفر والسير في الأرض كما عبر عنها القرآن الكريم، والرحلة لطلب العلم؛ حيث كان المسلمون يقطعون الفيافي والقفار طلباً للعلم أو من أجل قضاء فريضتي الحج والعمرة، فضلاً عن التوجه إلى البلدان الأخرى لنشر الدعوة إلى الله والجهاد في سبيله، وإذا نظرنا إلى هذه الطرق نجد أن جميعها تدخل ضمن الطاعات، ولكن السير في الأرض يمكن أن يكون بالاستفادة من تاريخ الأمم السابقة والتدبر مما أصابهم من الهلاك والدمار والنظر إلى آيات الله الكونية ليتحول من استجمام إلى نوع من الطاعة<sup>1</sup>.

وظلت الحضارة الإسلامية الأولى في العالم لعشرة قرون، وقد كانت أوروبا متأثرة بالحضارة العربية لدرجة أن الملوك كانوا يرسلون زوجاتهم وسفرائهم وخدمهم للسلطين العرب لتعلم العربية والموسيقى العربية وفهم الثقافة العربية وكان ذلك فخراً لهم أمام مجالسهم، وهي بذلك تعتبر نوعاً من السياحة ووسيلة للدعاية للحضارة الإسلامية، وقد انتهت هذه الفترة تقريباً مع بداية الغزو الأوربي وانتشار التنصير وسقوط الخلافة الإسلامية في العهد العثماني.

---

<sup>1</sup> - عبد القادر علي ورسمه، السياحة في الإسلام، مجلة الفرقان، الكويت، 2010، العدد: 593، ص42.

## ثانيا:القرون الوسطى:

في القرون الوسطى أي ما بين القرن الرابع عشر وبداية القرن التاسع عشر والتي شهدت قيام الثورة الصناعية وهي مرحلة اختراع المحركات البخارية التي استخدمت في السفن والقطارات وهذا الذي ساهم دفع عجلة السياحة من خلال سهولة التنقل بعدما كان حكرا على أصحاب البنية القوية فقط.

ففي عام 1830 تم افتتاح شركة ليفربول مانشستر للسكك الحديدية في انجلترا وكان نتاج ذلك إنشاء أول وكالة سياحية عن طريق المبشر البريطاني توماس كوك كأول خبير ومرشد سياحي وقد بدأ عمله في تنظيم الرحلات الجماعية وذلك عام 1841 بالقطار داخل انجلترا ثم امتدت هذه الرحلات إلى دول أخرى مثل مصر والولايات المتحدة الأمريكية والشرق الأوسط<sup>1</sup>.

كان لظهور الطباعة في القرن الخامس عشر الدور الأبرز في انتشار السياحة من خلال كتب الرحالة الأوائل، وكان الرحالة العرب الفضل الأكبر في نشر السياحة من خلال كتبهم أمثال ابن بطوطة وأبو عبيدة البكري وابن جبير وغيرهم<sup>2</sup>.

من أهم الاستكشافات في تلك الفترة رحلة كريستوف كولومبوس لأمريكا عام 1493، ثم اكتشاف الملاح البرتغالي فاسكودي كاما -VASCO DE GAMA- طريق رأس الرجاء الصالح

<sup>1</sup> -Thomas Cook, son histoire, 1841 bis 2001, site: <http://www.thomascook.fr/apropos>, visité le : 10/09/2010.

<sup>2</sup> - خليل صابات، تاريخ الطباعة في الشرق العربي، دار المعارف، القاهرة، موقع: طباعة/ae.wikipedia.com، في: 2012/09/19.

خلال رحلته الشهيرة عام 1498 ثم رحلة ماجلان البرتغالي حول العالم خلال القرن السادس عشر<sup>1</sup>.

### ثالثا: العصر الحديث:

في هذه الفترة ازدهرت صناعة السياحة وبدأت الدول تهتم بها واتسعت المعرفة والثقافة بظهور علماء وفنانين في جميع المجالات فكان وقد دفع ذلك بالإنسان للسفر إلى عواصم العالم والمدن التاريخية لمشاهدة آثارها ومراكزها الثقافية والاجتماعية.

وأدى ظهور الطائرات إلى تنشيط السياحة بين دول العالم، و شهدت هذه المرحلة حربين مدمرتين (1914-1918) و(1939-1945) وعلى الرغم من هذا الدمار الذي أحدثته هاتان الحربان إلا أنهما تعتبران نقطة تحول في كثير من القطاعات أهمها قطاع النقل وذلك نتيجة للاهتمام الدولي بضرورة إعادة ما خربته الحرب، مما سهل حركة التنقل بين الدول والقارات، ورافق ذلك تطور الفنادق والمطاعم السياحية والبنية التحتية ومع تطور الفكر الإنساني تحسن المستوى المعيشي وزادت فترة الإجازات المدفوعة الأجر، وازدادت أوقات الفراغ، كما واکب تطور القطاع الصناعي تطوير وسائل نقل مريحة ساعدت في ظهور السياحة الجماهيرية التي تعتبر سياحة لكافة الناس على اختلاف مستوياتهم المادية.

### المطلب الثالث: عناصر السياحة وأنواعها

#### أولاً: عناصر السياحة

تحوي السياحة على عناصر عديدة ومتشعبة نحاول ذكرها فيما يلي<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> - Vasco de Gama, Biography, [http://fr.wikipedia.org/wiki/Vasco\\_de\\_Gama](http://fr.wikipedia.org/wiki/Vasco_de_Gama), visité le : 10/09/2012

1- **السائحون**: وهم الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضييفة صاحبة المعالم السياحية وفقاً لمتطلبات كل سائح.

2- **العارضون**: وهم الدول التي تقدم خدمة السياحة من خلال عرض كل ما لديها من إمكانات في هذا المجال تتناسب مع طلبات السائحين من أجل خلق بيئة سياحية ناجحة.

3- **الموارد الثقافية (المعالم السياحية)**: باختلاف أنواعها والتي تتمثل في أنواع السياحة وتقديم التعريفات المختلفة لها فنجد منها: السياحة البيئية، السياحة العلاجية، السياحة الرياضية، السياحة الاجتماعية، سياحة التسوق، سياحة المغامرات، سياحة الشواطئ، السياحة الفضائية، سياحة الآثار ... الخ.

بالإضافة إلى العناصر الثلاثة السابقة التي تتكون منها السياحة، إلا أنّ هناك نمطين أساسيين من الأنماط السياحية<sup>2</sup>:

\*- **السياحة الدولية**، وهي النشاط السياحي الذي يتم تبادله ما بين الدول والسفر من حدود دولة لأخرى.

\*- **السياحة الداخلية**، وهي النشاط السياحي الذي يتم من مواطني الدولة لمدنها المختلفة التي يوجد بها جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة ... أي أن السياحة الداخلية هي صناعة تكون داخل حدود الدولة ولا تخرج عن نطاقها.

---

<sup>1</sup> - محمد حميد الصواف، كيف نحول السياحة إلى منتج، مؤسسة النبا للثقافة والإعلام، الموقع:

<http://www.annabaa.org/nbanews/71/882.htm>، في: 2012/09/25.

<sup>2</sup> - عيساني عامر، مرجع سابق، ص 16.

لكن هذا المفهوم (مفهوم السياحة الداخلية) يختلف عند بعض الدول، فنجد أمريكا وكندا تعرفان السياحة الداخلية حسب مسافة الرحلة التي يقطعها المسافر فإذا كان كانت المسافة 100 كم أو أكثر بعيداً عن مقر إقامته يعتبر سائحاً داخلياً أما في بلغاريا وألمانيا فيعرفون السائح الداخلي على أنه المواطن الذي يقضي خمسة أيام بعيداً عن محل إقامته، ونجد أنّ السائح الداخلي عند البلجيكين والبريطانيين هو ذلك الشخص الذي يقضي أربعة ليالٍ أو أكثر بعيداً عن سكنه لغير أغراض العمل.

## ثانياً: أنواع السياحة

### أ- السياحة الدينية:

هي السفر من دولة لأخرى أو الانتقال داخل حدود دولة بعينها لزيارة الأماكن المقدسة دينياً لأنها سياحة تهتم بالجانب الروحي للإنسان فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي، أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري<sup>1</sup>:

ب- السياحة العلاجية: ويتضح التعريف من اسم هذا النوع من السياحة، فالسياحة العلاجية هي سياحة لإمتاع النفس والجسد معاً بالعلاج أو هي سياحة العلاج من أمراض الجسد مع الترويح عن النفس وتنقسم إلى قسمين<sup>2</sup>:

### 1- السياحة العلاجية:

---

<sup>1</sup> - محمد حميد الصواف، مرجع سابق.  
<sup>2</sup> - بانا ضمراوي، مكونات السياحة، عمان، الأردن، موقع: <http://mawdoo3.com> ، في: 2010/10/17

تعتمد السياحة العلاجية على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة تساهم في علاج الأفراد الذين يلجؤون إلى هذه المراكز.

## 2-السياحة الاستشفائية:

تعتمد السياحة الاستشفائية على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع المعدنية والكبريتية والرمال والشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض الجلدية والروماتيزمية، وتطلق السياحة العلاجية على كلى النوعين.

ت- **سياحة السيارات والدراجات:** تندرج سياحة السيارات والدراجات تحت الأنماط السياحية الجديدة حيث تخضع لظروف ومتطلبات معينة غير موجودة إلا في عدد قليل من الدول مثل الطرق السريعة التي تربط بين الدول بعضها البعض، ومدى توافر محطات الخدمة والصيانة ومراكز النجدة والإسعاف والاستراحات على هذه الطرق، أو المناطق الصحراوية<sup>1</sup>؛ وهذه السياحة منتشرة في دول أوروبا وأمريكا والمنطقة العربية.

ث- **السياحة الاجتماعية:** وتُعرف أيضًا بالسياحة الشعبية أو سياحة الإجازات، والسبب في تواجدها أن السياحة كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط وبما أن التطورات العالمية توجب التغيير في كل ما يوجد من حولنا فقد كان لابد من هذه التغييرات أن تحدث أيضا مع السياحة لتواكب التطورات والمستحدثات العالمية لكي تضم السياحة أو

---

<sup>1</sup> - محمد محمد البنا، عبد العزيز صالح، اقتصاديات التخطيط السياحي، دار خولي للطباعة، طنطا، مصر، ص192-193.

تشارك معها الطبقات التي تمثل الغالبية العظمى من المجتمعات ذوي الإمكانيات المحدودة بإعداد رحلات سياحية لهذه الطبقات غير الطبقات الثرية<sup>1</sup>.

وكان أول ظهور للسياحة الاجتماعية في دول الكتلة الشرقية -روسيا، الصين- حيث أعدت للعاملين معسكرات في مختلف المناطق السياحية لتجديد نشاطهم وقدراتهم النفسية والبدنية على العمل.

ج- **سياحة المعارض:** هي سياحة تشمل جميع أنواع المعارض وأنشطتها المختلفة مثل المعارض الصناعية والتجارية و الفنية التشكيلية ومعارض الكتاب. فمن خلالها يستطيع الزائرون التعرف على آخر الإنجازات التكنولوجية والعلمية للبلدان المختلفة والتي تعتبر من عوامل الجذب السياحي، وقد ارتبط هذا النوع من السياحة بالتطور الصناعي الكبير الذي حدث في مختلف بلدان العالم<sup>2</sup>.

ح- **سياحة المؤتمرات:** ارتبط هذا النوع من السياحة بالتطورات الكبيرة في العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين معظم دول العالم ونجدها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بسياحة المعارض، ويعتمد النهوض السياحي في هذا القطاع على توافر عوامل عدة مثل اعتدال المناخ، توافر المرافق ووسائل الاتصالات، وجود الفنادق، القاعات المجهزة لعقد الاجتماعات، المطارات الدولية، موقع المدينة كمنتجع سياحي يوفر مناخاً ملائماً لمثل هذه المؤتمرات<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - محمود فوزي شعوبي، السياحة والفندقة في الجزائر، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007، ص21.

<sup>2</sup> - عيساني عامر، مرجع سابق، ص17

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص17.

خ- **السياحة العلمية:** أو السياحة البحثية وهي التي تشمل دراسات البيئة النباتية والحيوانية وكذلك دراسة حركة الطيور وهجراتها العالمية<sup>1</sup>

د- **سياحة السباقات والمهرجانات:** وتتنطبق على سباقات السيارات والدراجات والمهرجانات السينمائية ... بالإضافة إلى سباقات الهجن حيث تعتبر رياضة بدوية خالصة تشهد إقبالاً هائلاً من المشاركين والسياح كما يرتبط بها كرنفالات واسعة للأزياء والفنون الشعبية<sup>2</sup>.

ذ- **سياحة السفاري والمغامرات:** وهي تلك السياحة التي تتم عبر الصحاري وتتنوع أنواعها وأهدافها فبعضها يتجه إلى السلاسل الجبلية ومغامرة تسلقها، والبعض الآخر يتجه إلى زيارة الوديان وعيون الماء، وآخرها تلك التي تكون من أجل الصيد البري في المناطق المسموح فيها بالصيد<sup>3</sup>.

ر- **سياحة التجوال:** هي من أنواع السياحة المستحدثة وتتمثل في القيام بجولات منظمة سيراً على الأقدام إلى مناطق نائية تشتهر بجمال مناظرها الطبيعية وتكون الإقامة في مخيمات في البر والتعايش مع الطبيعة<sup>4</sup>.

ز- **سياحة التسوق:** وهي سياحة حديثة أيضاً تكون بغرض التسوق وشراء منتجات بلد ما تسري عليها التخفيضات من أجل الجذب السياحي مثل مهرجان السياحة والتسوق بدبي من كل عام<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> - محمد محمد البناء، عبد العزيز صالح، مرجع سابق، ص 196-197

<sup>2</sup> - محمود محمود هويدي، مرجع سابق، ص 49

<sup>3</sup> - نفس المرجع، نفس الصفحة.

<sup>4</sup> - نفس المرجع، نفس الصفحة.

<sup>5</sup> - نفس المرجع، ص 49.

س- **السياحة الترفيهية:** تعتبر دول حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذاباً لحركة السياحة الترفيهية لما تتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الخلابة والتي تفرعت منها الأنواع الأخرى كالسياحة الرياضية والعلاجية، وتكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر ويتم ممارسة الأنواع الأخرى من السياحة معها ويطلق عليها هنا الهوايات مثل صيد السمك والغوص تحت الماء والانزلاق والذهاب إلى المناطق الصحراوية والجبلية والزراعية<sup>1</sup>.

ش- **السياحة الثقافية (السياحة الأثرية والتاريخية):** يهتم بهذا النوع من السياحة شريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم حيث يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية وحضارية كثيرة، ويمثل هذا النوع نسبة 10% من حركة السياحة العالمية. ونجد هذا النوع من السياحة متمثل في التعرف على الحضارات القديمة وأشهرها الحضارة الفرعونية والحضارات الإغريقية والرومانية والحضارات الإسلامية والمسيحية على مر التاريخ والعصور<sup>2</sup>.

ص- **سياحة الغوص:** وهي سياحة لها علاقة مباشرة بالسياحة الشاطئية في المناطق الساحلية، ويرتبط قيام مثل هذا النوع من السياحة توافر كنوز رائعة بهذه المناطق الساحلية وتوافر مقومات الغوص بها مثل: الشعب المرجانية، الأسماك الملونة، المياه

---

<sup>1</sup> - صلاح عبد الوهاب، مرجع سابق، ص70.

<sup>2</sup> - محمد محمد البنا، عبد العزيز صالح، مرجع سابق، ص191

الدافئة طوال العام، يابس ساحر، خلجان ينابيع، حيوانات وطيور ونباتات برية نادرة وطيور أيضا<sup>1</sup>.

## المبحث الثاني: أهمية السياحة ومكانتها في الاقتصاد العالمي

بعد أن كانت السياحة مطلبا فرديا أو جماعيا بهدف الاستمتاع والاستفادة من الإجازة وقت الفراغ، أصبحت الآن قطاعا قائما بذاته وصارت الدول تتنافس فيما بينها بتوفير البنى التحتية والفوقية بغرض جذب أكبر عدد من السياح، ولا يمكن الآن الحديث عن الاقتصاد العالمي دون ذكر كلمة السياحة فهي الآن من أولويات الدول لكونها مورداً غير ناضب وفي نمو مستمر.

### المطلب الأول: أهمية السياحة في الاقتصاد العالمي

كان ينظر إلى السياحة على أنها نشاط ترفيهي لا يحقق أي قيم أو عوائد اقتصادية، اجتماعية وثقافية، بل كانت تعد نشاطا مرتبطا بكثير من السلبيات، ما جعل بعض المجتمعات ترفضها. كما عانت السياحة فترات طويلة تجاهل المختصين في الاقتصاد، فلم ينظر إليها كنشاط اقتصادي ضمن القطاعات الاقتصادية التي تتضمنها الحسابات الوطنية. وفي عام 2000 تم إقرار إطار منهجي لقياس السياحة عبر اعتماد حساب السياحة الفرعي من قبل المنظمات الدولية مثل: منظمة السياحة العالمية والمكتب الإحصائي الأوروبي<sup>2</sup>.

عندها برزت الآثار الاقتصادية المباشرة لقطاع السياحة وبناءً على نتائج ذلك الحساب يتم تقدير حصة السياحة من الناتج المحلي الإجمالي، وعلى الرغم من أن عددا محدودا من الدول لا

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص 191.

<sup>2</sup> - دورة الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية، سبتمبر، مدريد، 2000، الموقع: [http://www.wto.org/english/news\\_e/news00\\_e/news00\\_e.htm](http://www.wto.org/english/news_e/news00_e/news00_e.htm)، في: 2012/12/25.

يتجاوز الخمسة عشرة دولة فقط استطاعت أن تجد لها مكانة عالمية بين الدول من خلال عدد الزوار أو مدى قدرتها على استقطاب السياح بما تملكه من بنى تحتية و ظروف مناخية متعددة وفنادق عالمية وظروف أمنية مستقرة وثقافة عالمية، إلا أن معظم الدول تحاول تقدير الأهمية الاقتصادية عبر تقدير إنفاق السياح المحليين والوافدين وأعدادهم، مما يعطي مؤشرا أوليا عن حجم الحركة السياحية وإيراداتها في الاقتصاد الوطني .

جدول رقم:01: السياحة الوافدة للقارات والنسبة من القطاع العالمي. الوحدة: مليون سائح

نسبة المشاركة من السوق العالمية للسياحة %		السياحة الوافدة		السنوات	العالم
2012	2011	2012	2011		
53.2	55	551	530	اقتصاديات متقدمة	
46.8	45	484	465	اقتصاديات ناشئة	
2012	2011	2012	2011	حسب تقسيم المنظمة العالمية للسياحة	
52	51.5	534.2	516.4	أوروبا	
23	22	233.6	218.2	آسيا والمحيط الهادئ	
16	15	163.1	156.0	أمريكا	
5	5.5	52.4	49.4	افريقيا	
4	6	52.0	54.9	الشرق الأوسط	
100	100	1035.3	994.9	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بارومتر السياحة العالمية 2013.

الملاحظ من الجدول السابق وصول عدد السياح في سنة 2012 إلى أكثر من مليار سائح

عبر العالم بحسب العدد الصادر في 2013 من بارومتر السياحة العالمية، وهذا للمرة الأولى في

التاريخ حيث بقي الطلب عاليا طيلة العام مع نشاط قوي فاق التوقعات بسبب زيادة الحركة العالمية للسياحة و يعود ذلك زيادة الرغبة للأفراد بالسفر و التطور السريع لوسائل النقل و تسهيل الحجز و الانتقال.

في العام 2012، جاءت معدّلات النموّ أقوى لدى الاقتصادات الناشئة (+4.0) مقارنةً بالاقتصادات المتقدمة (+3.6%)؛ وهو اتجاه يسود في القطاع منذ سنوات عديدة<sup>1</sup>.

في أوروبا، وهي أكثر الأقاليم المقصودة سياحيا حول العالم، ارتفع عدد السياح الدوليين الوافدين بنسبة 3%؛ وهي نتيجة إيجابية جداً بالنظر إلى الوضع الاقتصادي الذي كان مسيطراً فيها، وبعد الأداء القوي في 2011 (+6%). وقد وصل إجمالي الوافدين إلى 535 مليون، أي أكثر بـ 17 مليون من سنة 2011. بحسب المناطق دون الإقليمية، سجّلت مقاصد أوروبا الوسطى والشرقية (+8%) أفضل النتائج، تلتها أوروبا الغربية (+3%). أما مقاصد أوروبا جنوب المتوسط (2%) فلقد ثبتت أداءها الممتاز في 2011 وعادت في 2012 إلى معدّلات نموها الطبيعية<sup>2</sup>.

في آسيا والمحيط الهادئ، ارتفع عدد الوافدين بـ 15 مليون في 2012، بحيث بلغ العدد الإجمالي 233 مليون سائح دولي. وعلى مستوى المناطق دون الإقليمية، سجلت منطقة جنوب شرق آسيا (+9%) أفضل أداء، وذلك بفضل تطبيق سياسات تعزز التعاون والتنسيق بين بلدان المنطقة في مجال السياحة. كذلك، جاء معدل النمو قويا في شمال شرق آسيا (+6%)، حيث

---

<sup>1</sup> - WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO BAROMETER 2013, VOL11, site: <http://mkt.unwto.org/barometer>, le: 09/11/2013

<sup>2</sup> - نفس المرجع.

استعادت السياحة اليابانية الوافدة والخارجة عافيتها، في حين جاء الأداء أضعف في المقابل في جنوب آسيا (+4%) وفي أوقيانوسيا (+4%)<sup>1</sup>.

شهدت القارة الأمريكية (+4%) زيادة بـ 6 ملايين وافد، حيث بلغ العدد الإجمالي للسياح 162 مليون. أمّا المقاصد التي شكّلت المحرّك الرئيسي للنمو فقد كانت مقاصد أمريكا الوسطى (+6%)، في حين أظهرت أمريكا الجنوبية، التي ارتفع النمو فيها بـ 4%، نوعاً من التباطؤ مقارنةً بالنمو الذي سجّل رقماً مزدوجاً في 2010 و2011. من ناحية أخرى، تخطت منطقة الكاريبي (+4%) أداءها في السنتين السابقتين، في حين عززت أمريكا الشمالية (+3%) النمو الذي سجلته في العام 2011<sup>2</sup>.

بالنسبة إلى أفريقيا (+6%)، تعافى الإقليم بشكلٍ جيّد من الانتكاسة التي تعرّض لها في 2011 عندما انخفض عدد الوافدين بنسبة 1% بسبب النتائج السلبية التي سجلتها شمال أفريقيا. فقد عاد عدد الوافدين ليسجل رقماً قياسياً جديداً (52 مليون) بفضل انتعاش شمال أفريقيا (+9% مقارنةً بالتراجع بـ 9% في 2011)، وبفضل النمو المتواصل لمقاصد أفريقيا جنوب الصحراء (+5%). وفي الشرق الأوسط (-5%)، تحسّنت النتائج بعد الانخفاض بنسبة 7% في 2011، ومع ذلك سجّل الإقليم تراجعاً بنحو 3 ملايين سائح دولي وافد في 2012 على الرغم من الانتعاش الملحوظ الذي شهدته مصر<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - نفس المرجع.

<sup>2</sup> - نفس المرجع.

<sup>3</sup> - نفس المرجع.

وتبرز السياحة كمنشآت اقتصادية كثيف العمالة، فتعد من أكثر القطاعات توظيفاً سواء من خلال الوظائف المباشرة في المنشآت المقدمة للخدمات السياحية، أو في المنشآت الصغيرة والمتوسطة التي يملكها ويديرها أفراد حرفيون تعد مصدر دخلهم الوحيد.

وبالنظر إلى الوظائف فإن 11/1 من الوظائف في العالم هي في القطاع السياحي سواءً مباشرة أو غير مباشرة، وقد قدرت نسبة الرحلات من قطاع النقل العالمي 6%، كما كانت نسبة المساهمة من الانتاج العالمي الخام 9%، وكل هذه النسب والأرقام في ارتفاع متواصل رغم كل الأزمات الاقتصادية العالمية<sup>1</sup>.

ويتوقع أن يصل عدد السياح مع سنة 2030 إلى أكثر من 1.8 مليار سائح سنوياً، حيث أكبر زيادة ستكون في المنطقة الآسيوية تتبعها أفريقيا وذلك راجع لسرعة النمو الاقتصادي بالإضافة إلى انتعاش السياحة<sup>2</sup>.

وتزداد أهمية السياحة باعتبارها جزءاً من نشاط إنساني مارسه الإنسان الأول على هذه الأرض، ألا وهو السفر وقد أصبح ارتباط السياحة بخدمات البنية التحتية وتوفير وسائل النقل والمواصلات دافعا لتطوير الجهات السياحية وتحقيق تنمية مستدامة في تلك الجهات.

---

<sup>1</sup> - WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO HIGHLIGHTS, Edition 2013, site: <http://www.e-unwto.org/content/hq4538/fulltext.pdf>, visité le: 09/11/2013.

<sup>2</sup> - نفس المرجع.

## المطلب الثاني: دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية

بالرغم من تعثر حركة السفر لأهداف سياحية في العصور الوسطى واقتصارها على طبقة الأغنياء حيث كان السفر لأهداف المتعة مسألة مكلفة جداً، لا يقوى على تحملها إلا الإنسان الثري إلا أنها بدأت في القرن العشرين وتحديداً بعد المنتصف الثاني منه تشكل ظاهرة تثير الاهتمام وتحظى برعاية الدول والحكومات لكونها أصبحت تشكل مورداً اقتصادياً حيوياً يمكن استثماره لتحقيق المكاسب المادية وبذلك أصبحت السياحة تؤثر في اقتصاديات البلدان المختلفة، عدا عن أهميتها وآثارها في جوانب الحياة الاجتماعية والنفسية المختلفة للسياح وسكان المناطق الجاذبة لهم على السواء، ليس هذا فحسب إنما يمكن اعتبار صناعة السياحة مصدراً مهماً للتفاهم السياسي والثقافي بين مختلف الشعوب وبخاصة ونحن اليوم نسمع كثيراً عن حوار للحضارات والشعوب والأديان، فقد باتت السياحة من الأهمية بمكان لما لها من آثار ولما توفر لها من ظروف وعوامل ساعدت على تطورها وانتشارها عالمياً مع تطور وسائل النقل والتواصل والاتصال والدعاية والإعلان والتي ساهمت في تحويل العالم إلى قرية صغيرة يرغب ملايين الناس في استكشاف مدنها وبحارها وجبالها وثقافتها المختلفة بخاصة بعد التطور الاقتصادي في الكثير من الدول وارتفاع معدل دخل الفرد فيها وزيادة أوقات الفراغ بسبب تحديد ساعات العمل والذي ينبغي أن يقضى في أنشطة مفيدة وممتعة تساعد الإنسان على تجديد حيويته ونشاطه ليعود لعمله بروح جديدة وعقلية منفتحة مما ترتب عليه تغييرا اجتماعيا كبيرا في مختلف المجتمعات.

فالسياحة هي أحد المصادر الهامة للمساهمة في حل المشاكل الاقتصادية، لما توفره من عملات أجنبية، وخلق فرص عمل جديدة، باعتبارها نشاطا استثماريا يستقطب رؤوس الأموال

المحلية (الوطنية) ورؤوس الأموال الأجنبية في مختلف المشاريع السياحية المباشرة، والمشاريع المكتملة للسياحة، وكافة الصناعات المغذية لقطاع السياحة باحتياجاته المختلفة، كما تساعد السياحة على فتح أسواق جديدة للسلع المحلية، خاصة تلك المتعلقة بالصناعات التقليدية التي تمثل موروث البلد المستقبلي للسواح، كما أنها تساهم في تنمية المناطق النائية والريفية، بالإضافة إلى أن السياحة تمثل إحدى وسائل التفاهم والتلاقي الثقافي والحضاري بين الشعوب<sup>1</sup>.

### أولاً: دور السياحة في التنمية الاقتصادية:

أصبحت السياحة الصناعة الأولى في العالم، حيث أصبح عدد من يعمل في قطاع السياحة يساوي عدد العاملين في الصناعات الخمس التالية: الإلكترونيك، الكهرباء، الحديد والصلب، النسيج، السيارات<sup>2</sup>.

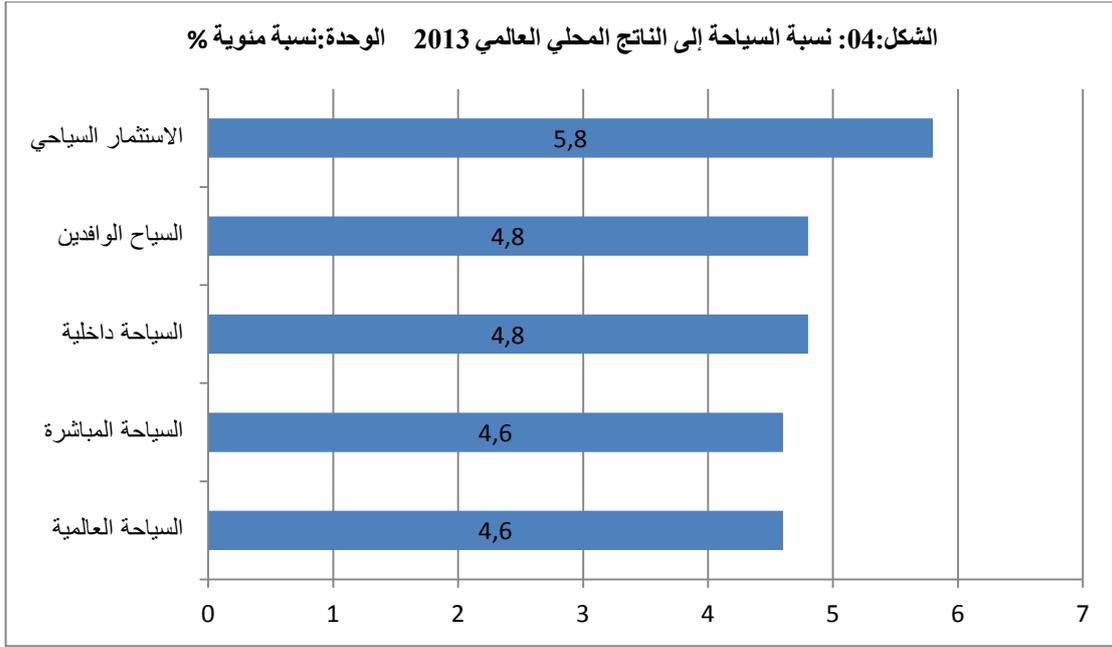
تساهم السياحة بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة كما هو الحال في معظم الدول النامية.

فإذا كانت الدولة تمتلك الموارد والمقومات السياحية التاريخية والطبيعية والتي إذا توفر لها خط ساحلي طويل، فإن الاستغلال الجيد لمثل هذه المزايا سياحياً من الممكن أن يحقق تدفقاً للنقد الأجنبي.

إن سياسات السياحة لا تبنى فقط على اعتبارات اقتصادية وتكنولوجية، ولكن يجب أن تأخذ بالاعتبار أيضاً الحفاظ على البيئة واحتياجات السكان المضيفين عامة والذين يعملون في الحقل السياحي خاصة، والشكل التالي يوضح مدى مساهمة السياحة في الناتج المحلي العالمي:

<sup>1</sup> عامر عيساني، مرجع سابق، ص32.

<sup>2</sup> -WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO *Tourism Highlights*, Edition 2010, site: <http://www.e-unwto.org/content/t60255>, visité le: 10/09/2013.



المصدر: الشكل من اعداد الباحث بالاعتماد على أوكسفورد إيكونومي 2014.

من خلال الشكل أعلاه نرى أن نسبة الاستثمار السياحي إلى الاستثمار العالمي وصل إلى 6% تقريبا، بينما نسبة عائدات السياحة والوافدين قد بلغت 5% تقريبا ونفس الوقت بالنسبة لعائدات السياحة الداخلية وهي نسب قابلة للزيادة مع زيادة الاستثمار وتوسعه إلى مناطق جديدة كل يوم، إلا أن السياحة العالمية والتي بلغت نسبتها 4.6% قد تتأثر بتذبذب قيمة العملات، فكلما ارتفعت قيمة العملات ساعد في تحسن الحركة السياحية والعكس.

يمكن تلخيص بعض انواع التدفقات من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي<sup>1</sup>:

1-مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة (بناء الفنادق، القرى السياحية، المنتجعات، ...الخ).

2-المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلاد.

<sup>1</sup> - عامر عيساني، مرجع سابق، ص75

### 3-فروق تحويل العملة.

4-الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية (الأساسية والتكميلية) بالإضافة إلى

الإنفاق على طلب السلع الانتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.

5-الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين.

ومنه يجب الأخذ بعين الاعتبار الآثار السلبية الناجمة عن تحويلات الأرباح ودخول العاملين الأجانب والمرتبطة بالمشروعات السياحية، في نفس الوقت من الممكن تطبيق بعض السياسات التي تحد من معدل أو مقدار تحويل العائدات السياحية إلى الخارج بالإضافة إلى هذا فإن إسهام الشركات الأجنبية في مقدار ما تحققه من تدفق لرؤوس الأموال الأجنبية يتوقف على عدد من العوامل الأخرى منها على سبيل المثال حصة الشركات الأجنبية في رأس مال المشروع السياحي، حجم الأموال المقترضة من داخل الدولة، حجم الأرباح التي أعيد استثمارها بالمقارنة بالتي تم تحويلها للخارج وغيرها.

ولقياس مدى فعالية المشروع السياحي الأجنبي ومدى إسهامه في توفير تدفق النقد الأجنبي

للدولة يمكن استخدام بعض المعايير والأساليب منها<sup>1</sup>:

- تحليل الاتجاهات (تصاعد . هبوط)، التدفق السنوي الداخل مقارنة بالتدفقات الخارجة.

- حصة المساهمة للشركات الأجنبية في المشروع والقروض التي تم الحصول عليها من

الدولة الأم أو من البنوك خارج الدولة المضيفة مقارنة بالتدفقات المالية الخارجة (أرباح + دخول

العاملين الأجانب).

---

1-عامر عيساني، مرجع سابق، ص76.

- نسبة حجم الأموال أي حصة الشركات الأجنبية في المشروعات إلى الدخل الوطني مقارنة بنظيرتها الوطنية.

- الضرائب السنوية التي تدفعها الشركات الأجنبية مقارنة بنظيرتها من المشروعات الوطنية وخاصة القطاع العام) في نفس القطاع.

يمكن القول بصفة مبدئية إن السماح للشركات الدولية بالدخول في مشروعات الاستثمار السياحي يمكن ان يحقق درجة التقدم التكنولوجي بالنسبة للدول النامية لأنه إذا نظرنا إلى اليد العاملة المستخدمة في قطاع السياحة وبالأخص الفنادق فإننا نجدها يدا عاملة لا تمتلك في أغلبها تكوينا عاليا في تقنيات السياحة - اليد الجزائرية مثلا-، ويمكن أن تستفيد تلك الدول من خلال الشركات الأجنبية المستثمرة في نقل خبرتها في المجال السياحي من خلال<sup>1</sup>:

1- نقل فنون وطرق تسيير الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية

2 - إدخال تجهيزات (آلات، معدات...) جديدة يمكن استخدامها إما في تسهيل تقديم الخدمات السياحية بأنواعها المختلفة أو إنتاج سلع صناعية للأغراض السياحية بالإضافة إلى الخدمات المرفقية المختلفة.

3 - تطوير وتحسين طرق العمل الحالية في الأنشطة السياحية بالإضافة إلى برامج التدريب للقوى العاملة.

4 - القيام ببحوث التنمية والتحديث في المجالات المختلفة للنشاط السياحي.

---

<sup>1</sup> - دلال عبد الهادي، اقتصاديات صناعة السياحة، الفتح للطباعة والنشر الإسكندرية، مصر، 2006، ص64.

وهناك عدد آخر من المزايا الناجمة عن وجود مثل هذه الشركات الأجنبية تتمثل في طرق بيع الخدمات السياحية، أو في تطبيق نظم الإدارة الحديثة، يضاف إلى هذا أن وجود الشركات الأجنبية يمكن أن يدفع الشركات الوطنية إلى تحديث وتطوير أنظمتها الحالية حتى تستطيع الاستمرار في سوق الخدمة.

إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية وكذلك المشروعات الأخرى المرتبطة بها (مرفقية، خدمات تكميلية وأساسية، وصناعات في خدمة السياحة) سواء كان عن طريق مساهمة رأس المال الأجنبي أو الوطني أو الاثنين معا يساعد في خلق العديد من فرص العمل الجديدة، وفي هذا الخصوص فإنه لا يمكن تجاهل الآثار المباشرة (المرتبات المدفوعة مثلا) وغير المباشرة الناجمة عن زيادة فرص العمل وانخفاض البطالة، كما يترتب على زيادة فرص العمل أيضا ارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية وغير ذلك من الآثار أو المنافع الأخرى.

إن انخفاض معدل البطالة يمكن أن يؤدي إلى تحقيق درجة عالية من السلم الاجتماعي ويزيد ثقة الجماهير في القيادة.

تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية من خلال التأثير على الميزان التجاري، ويتحدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى القيمة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية أم إيجابية، وحتى يساهم النشاط السياحي بالأثر الإيجابي على ميزان المدفوعات يجب تفادي الضغوط التي يمارسها النشاط السياحي على ميزان المدفوعات من خلال زيادة الطلب على السلع المادية والخدمات المستوردة في الحالات التالية:<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - دلال عبد الهادي، مرجع سابق، ص 65

- أثناء بناء البنية التحتية للخدمات اللازمة للنشاط السياحي.
- عند التشغيل المباشر للوحدات السياحية.
- عند بناء أو تشغيل الوحدات الانتاجية المغذية للوحدات السياحية.
- عند إنفاق السائح الأجنبي في البلد المصدر للخدمة السياحية على شراء سلع مستوردة.
- عندما يزيد المواطنون من إنفاقهم على السلع المستوردة.

### ثانيا- دور السياحة في التنمية الاجتماعية:

السياحة كنشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات المختلفة التي تتمتع بالمغريات وعناصر الجذب السياحية، فتؤثر فيها سلبا وإيجابا، لأنها تقوم على التفاعل المباشر بين ثلاثة أطراف هي السائح، والبيئة الاجتماعية وأفراد المجتمع المضيف، مما ينتج عنها العديد من الآثار الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على عادات وتقاليد وقيم ومبادئ المجتمع المضيف سواء بالإيجاب أو السلب<sup>1</sup>.

ويقصد بالآثار الاجتماعية والثقافية للنشاط السياحي رصد كل النتائج الاجتماعية والثقافية لصناعة السياحة، والملاحم الخاصة بالسكان، وسلوكهم، وعلاقاتهم، والخصائص الثقافية المتعلقة بالأنشطة، والعادات، والتقاليد، والفنون، والآداب، واللغات والأديان<sup>2</sup>.

وتتحدد النتائج الاجتماعية والثقافية للنشاط السياحي تبعا لمجموعة من المتغيرات داخل

الدولة السياحية وتتمثل في الآتي<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> - عامر عيساني، مرجع سابق، ص38.  
<sup>2</sup> - محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعارف الإسكندرية، مصر، 1992، ص.241.  
<sup>3</sup> - عبير عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر. ص 141-142.

- تباين الثقافات حيث تقوم السياحة على حركة أفراد من دولة إلى أخرى (سياحة دولية) أو من موقع إلى آخر داخل حدود الدولة الواحدة (سياحة داخلية)، ومن ثم فإن التقاء الثقافات المختلفة يعد محددًا لظهور العديد من الآثار الاجتماعية والثقافية سواء الإيجابية أو السلبية.
- السياحة تجربة عابرة: تؤثر طبيعة النشاط السياحي كتجربة عابرة على ظهور العديد من الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية بصفة خاصة، إذ تعد الرحلة السياحية بالنسبة للسائح بمثابة تجربة مؤقتة لفترة محدودة، تبعده عن الالتزام بالقيم والعادات الخاصة بدولته مما يولد لديه رغبة في تجربة كل ما هو جديد (تناول المخدرات وغيرها)، ويساهم في ذلك غياب الوعي لدى السائحين وعدم إيمانهم بثقافات المجتمع المضيف.
- حجم الدولة المستقبلية للنشاط السياحي والتوزيع المكاني للأنشطة السياحية، ومدى قوة الأسس الدينية والثقافية بها.
- مستوى التطور الاجتماعي والحضاري لسكان الإقليم السياحي، ومدى تأثيرهم بالآخرين، فكلما كان مستوى التطور عاليًا قل تأثير السائح على سكان المقصد السياحي والعكس صحيح.
- سرعة ازدهار صناعة السياحة، فكلما تطورت أنشطة السياحة بصورة متدرجة خلال بعد زمني طويل، قلت الآثار الاجتماعية السلبية.
- مدى توافق الصورة السياحية للمقصد السياحي التي تكونت لدى السائحين من خلال وسائل الترفيه والتسويق مع مقومات الجذب الحقيقية، إذ أنه تزداد الآثار السلبية إذا ما اختلفت تلك الصورة السياحية عن المقومات الحقيقية للمقصد السياحي مما يؤدي إلى ظهور أنماط جديدة من الطلب السياحي كالسياحة الجنسية.

وتختلف الآثار الاجتماعية والثقافية الناجمة عن حركة السياحة الدولية عن تلك الآثار الناجمة عن السياحة الداخلية، فالنوع الأول هو انتقال الأفراد من مقر إقامتهم إلى دولة أخرى ومجتمع يختلف عن المجتمع الأصلي من حيث العادات الأخلاقية واللغة والدين مما يولد بعض الصعوبات والتصرفات عن قصد أو غير قصد، أما في السياحة الداخلية فالتقاليد نفسها مما يولد آثارا تكون حتما مختلفة عن الآثار الناجمة عن السياحة الدولية ومهما يكن، فإن الآثار إما إيجابية تخدم المجتمع أو سلبية ضارة، ويجب العمل على تعظيم الأولى و التقليل من الثانية.

يمكن توضيح أهم الآثار الاجتماعية الإيجابية للسياحة في<sup>1</sup>:

### 1- الآثار الاجتماعية الإيجابية للسياحة:

أ- تأثير السياحة على الجوانب الثقافية: تعتبر السياحة وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافة بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية حيث تكتسب هذه الدول المعارف والخبرات والمهارات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها كاللغة، والأفكار السليمة، مما يساهم في رفع مستوى ثقافة سكان الأقاليم السياحية إلى جانب اهتمام مسؤولي هذه البلدان السياحية بزيادة فرص التعليم والتدريب السياحي، لتطوير مستوى العرض السياحي لديها.

ب- التحول الطبقي: والمقصود بالتحول الطبقي انتقال بعض فئات المجتمع التي يرتبط نشاطها بالسياحة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من طبقة اجتماعية أدنى إلى طبقة اجتماعية أعلى من خلال ما يحققونه من مكاسب وأرباح ناتجة عن العمل السياحي بمختلف مجالاته، فتتغير سلوكيات وأنماط حياة أفرادها تبعا للتغير الناشئ في أحوالهم الاقتصادية المترتبة عن السياحة.

<sup>1</sup> -عبير عطية، مرجع سابق، ص141-142.

ث- أثر السياحة على التطور الاجتماعي: تعتبر السياحة نافذة تطل منها الشعوب المختلفة على بعضها البعض، حيث تساهم في توفير الاحتكاك المباشر بين الشعوب، وبالتالي تلعب السياحة دورا هاما في توفير الفرص أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة للسائحين، وهوما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على اكتسابهم الكثير من القيم.

## 2- الآثار الاجتماعية السلبية للسياحة:

أ- أثر السياحة على التركيبة الديمغرافية للسكان: إن نمو صناعة السياحة يؤدي إلى زيادة فرص العمل وارتفاع الدخل في الإقليم السياحي، الأمر الذي يؤدي إلى استقطاب أيدي عاملة كثيرة من خارج الإقليم، هذه الحركة السكانية تساهم في النمو الحضري السريع، كما تؤدي إلى ظهور خلل في التركيب السكاني من حيث العمر والجنس، لأن هذه الحركة انتقائية، حيث تأتي الغالبية القصوى من الأيدي العاملة ذات الفئة العمرية الواقعة بين 20 و30 سنة<sup>1</sup>.

ب- الخلل الاجتماعي: حيث يؤدي التوسع في النشاط السياحي إلى ظهور أعراض كثيرة لهذا الخلل من خلال تأثير العادات والتقاليد الاجتماعية الغربية على مجتمعات بعض الدول المستقبلية للسياحة، وأخطر أثر اجتماعي أحدثته السياحة الدولية بل وأخطرها على الإطلاق ما يتعلق بالسياحة الجنسية وما صاحبها من انتشار الدعارة التي أصبح لها

---

<sup>1</sup> - عيبر عطية، مرجع سابق، ص 141-142.

معقبات وليس فقط إنسانية واجتماعية خطيرة، وإنما كذلك صحية مع انتشار مرض نقص المناعة (الإيدز)<sup>1</sup>.

ج- **التصادم الثقافي:** عادة ما ينشأ عن اختلاف الأفكار والاتجاهات والمعارف واللغة بين مواطني الدول المضيفة والسائحين مشكلات عديدة يترتب عنها تعارض في الفكر، وتصادم في الثقافة وانفصام بين شخصية كل منهما وانعدام التفاهم بينهما، الأمر الذي يحدث شرخا عميقا في البناء السياحي لأي دولة<sup>2</sup>.

### **المطلب الثالث: دور السياحة في مواجهة الاقتصاد العالمي**

للسياحة دور مهم إذا تم الاهتمام به في مواجهة الاقتصاد العالمي. فقد نما الدخل العالمي من السياحة بمعدلات سريعة خلال العقدين الأخيرين، وأصبح العائد من أعمال السياحة يساهم مساهمة فعالة في إجمالي الناتج المحلي لكثير من الدول، وتشير تقارير المنظمة العالمية للسياحة أن معدل العائد السنوي للقطاع السياحي يزيد عن الدخل من القطاعات الأخرى باستثناء قطاعي البترول والصناعات المرتبطة به، وصناعة السيارات والصناعات الأخرى المرتبطة بها. شهدت صناعة السياحة تطورا هائلا خلال السنوات العشر الأخيرة، إلى حد أن خبراء هذه الصناعة يعتبرونها الآن أكبر الصناعات في العالم، السياحة شأنها في ذلك شأن الاتصالات والتكنولوجيا والمعلومات شهدت نموًا بمعدلات سريعة<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> دلال عبد الهادي، مرجع سابق، ص.7.  
<sup>2</sup> حفيظ مليكة، السياحة وأثارها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003، ص 187.  
<sup>3</sup> - هواري معراج، مرجع سابق، ص.23.

يقول الخبراء من الصعب حساب تأثير السياحة على الاقتصاد العالمي ويقول المجلس الأعلى للسياحة إن المقاييس التقليدية لا تعطي صورة كاملة لمساهمة السياحة في الناتج الخام العالمي لأن الحسابات المبنية على الإنفاق المباشر فقط تتجاهل تأثير السياحة على القطاعات الأخرى، مثل المطاعم ومحلات التجزئة<sup>1</sup>.

لقد استغلت بعض الدول المتطورة إمكانياتها السياحية في حل مشاكل البطالة من خلال استثمار رؤوس الأموال في المؤسسات الصغيرة وبعض الحرف الفردية أو الجماعية للمساهمة في الأنشطة السياحية.

كما أن السياحة تعتبر من الموارد غير النابضة وبالتالي كلما زاد الاعتناء بالظواهر البيئية والمحيط كلما حافظنا على تلك الموارد المالية للأجيال القادمة دون أن ينقص ذلك من قيمة أو دخل الجيل الحالي؛ من خلال الحفاظ على الأماكن الطبيعية كالغابات والشواطئ والحضائر الطبيعية، كذلك ترميم الآثار ترميماً احترافياً باستعمال نفس المواد المركبة لتلك الآثار للمساهمة في صيانتها وبقاء البعد التاريخي فيها واستمرار وجودها للأجيال القادمة.

كما أن مساهمة السياحة في تطوير البنية التحتية يجعل الاقتصاد المحلي في حركة متطورة ودائمة مما يساعد ذلك في مواجهة الاقتصاد العالمي الذي يبحث دائماً عن الريح السريع والمصلحة الشخصية دون مراعاة للظروف الاقتصادية أو الثقافية والاجتماعية لتلك الشعوب.

إن تعزيز العلاقة بين الاقتصاد المحلي والقيم الاجتماعية والثقافية وبين السياحة قد يساعد ذلك في خفض معدلات البطالة والانحراف ويساهم في دمج اليد العاملة بسهولة في مختلف

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص23.

القطاعات والنشاطات والحرف ويرسخ التاريخ ويكون فكرة عن الارث الحضاري وكيفية الحفاظ عليه.

وفي مجال ايجاد فرص العمل المتعددة فان الانشطة السياحية تحقق عمالة وطنية مباشرة تتمثل في العاملين في شركات السياحة والفنادق والشقق المفروشة والمحال السياحية والمرشدين السياحيين وعماله وطنية.

كل ذلك يساهم في مواجهة مختلف الأخطار الناجمة عن فتح السوق المحلية على الاقتصاد العالمي الذي يعتبر الآن العالم قرية صغيرة وسوق حرة مفتوحة أمام المضاربة ورؤوس الأموال الساخنة التي تبلغ قيمة تنقلاتها اليومية 3000 مليار دولار<sup>1</sup>.

### **المبحث الثالث: دور الثقافة السياحية في المجتمع**

نظرا لأهمية الوعي السياحي فإننا نخصص هذا المبحث لوضع طرق تهيئة المجتمع فكريا وثقافيا، والبحث عن الأشخاص والعناصر الفاعلة في النشاط السياحي، كما يشير الباحث إلى دور الحرف التقليدية في دعم السياحة والنشاط الاقتصادي للسياحة من خلال عرض الألبسة والأدوات ومختلف الإكسسوارات التقليدية التي تجذب السياح الأجانب والمحليين على حد سواء.

إضافة إلى أن تكوين المجتمع الذي يعي دور الثقافة السياحية ويحافظ على المكون السياحي الوطني وينميه هو الاستثمار الحقيقي الذي تجتهد للوصول اليه كل دول العالم.

---

<sup>1</sup> - ابراهيم سنجاب، الأموال الساخنة: خطر على البورصة، <http://digital.ahram.org.eg>، في: 2012/07/12.

## المطلب الأول: تهيئة المجتمع

لا يمكن لقطاع السياحة من تحقيق العائد الاقتصادي للدخل القومي ودخل الفرد على المستوى المطلوب إذا أهمل المخططون لهذا القطاع إدماج المجتمع المحلي في التنمية السياحية وتهيئته، وبالتالي نلخص أبرز جوانب الوعي السياحي الذي يتوجب على المجتمع المحلي الإلمام بها كمتطلب أساسي لرفي هذا المجتمع سياحيا.

يتأسس الوعي السياحي قائمة الوسائل التي من شأنها الارتقاء بقطاع السياحة، لعل من

أبرزها<sup>1</sup>:

- العمل على تشجيع إقامة السياح في البلد المضيف لفترة أطول.
- وتبسيط الإجراءات الجمركية لدخول البضائع التي يحتاجها السياح.
- تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة، وتطوير قطاع النقل السياحي.
- تطوير المصادر البشرية العاملة في صناعة السياحة والفنادق.
- الارتقاء بوسائل السلامة العامة والأمن.
- نشر الوعي السياحي في المجتمع المضيف كركيزة أساسية لا يمكن إغفالها عند التخطيط للنهوض بالمجتمع المحلي المستضيف للسياحة.

توصف السياحة بأنها نشاط اقتصادي متزايد، وخاصة فيما يتعلق بالاستخدام الواسع للقوى العاملة، حيث يحتاج إلى أعداد كبيرة من العاملين في نشاط الفنادق ونشاطات مكاتب السياحة السفر بالإضافة إلى مجال تأجير السيارات<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - نيفين القرطبة، فريال بني عيسى، الوعي السياحي للمجتمع ودوره في الترويج، الموقع: <http://www.7jor.com/showthread.php?t=67418>، في: 2012/07/15.

ولا بد أن يعي السكان المحليون الآثار الاجتماعية الايجابية للسياحة لينخرطوا في نشاطها، ولا بد للسكان المحليين أن يدركوا الأخطار الاجتماعية السلبية التي قد تهدد المجتمع السياحي وآلية الوقاية منها<sup>2</sup>.

حيث تعود السياحة بفوائد جمة على المجتمع المحلي المستقبل للسياح نلخصها على النحو التالي<sup>3</sup>:

- رفع المستوى الثقافي لسكان الأقاليم المضيفة، من خلال التبادل الثقافي واهتمام المسؤولين برفع المستوى الثقافي لسكان إقليم العرض السياحي.
- إتقان السكان المحليين للغات الأجنبية بحكم الاتصال اليومي والتعامل مع السياح والأجانب.

بالإضافة إلى بعض السلبيات التي تتجم عن هذا الاتصال ومن أبرزها<sup>4</sup>:

1- التقليد الأعمى لبعض السلوكيات السلبية للسياح مثل تقليد السلوك الاستهلاكي للسائح.

2- الخطر المتمثل في أن ثقافة البلدان النامية ضعيفة، قد تعاني من خطر الانصهار في بوتقة الثقافات الدخيلة واستيراد كل ما هو سيء منها.

3- انتقال بعض الأمراض ضمن إطار العملية التفاعلية.

4- التفكك الأسري، في الحالات التي تحقق فيها الزوجة والأبناء مكاسب مالية تفوق مكاسب رب الأسرة من جراء عملهم في السياحة.

<sup>1</sup> - نيفين القرطبة، فريال بني عيسى، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - عيبر عطية، مرجع سابق، ص.135

<sup>3</sup> - نيفين القرطبة، فريال بني عيسى، مرجع سابق.

<sup>4</sup> - نفس المرجع.

## - المشاريع المقترحة لإشراك المجتمع المحلي في صناعة السياحة:

وبعد أن تناولنا تهيئة المجتمع السياحي لا بد من تقديم نبذة عن المشاريع المقترحة لإدماج أبناء المجتمع في العملية السياحية وتنميتها والتمثلة في<sup>1</sup>:

### 1- الإرشاد والدلالة: حيث يمكن لإعداد كبيرة جدا من المجتمع المحلي للبلد المضيف

للسياح الأجانب أو حتى للسياح المحليين الذين ينتقلون من داخل الوطن إلى مختلف المناطق السياحية الموجودة في بلادهم، أن تشترك في هذه الفعاليات بحكم الخبرة والمعاشية لهذه المواقع وبرأينا فأن هذا النوع من الإرشاد المحلي هو أكثر أنواع الإرشاد السياحي فعالية في إيصال المعلومة المقدمة للسائح من جهة وفي تحسين الوضع الاقتصادي والاجتماعي لأبناء المجتمع المحلي من جهة ثانية.

### 2- الفلكلور الشعب: وذلك من خلال إيجاد برنامج فلكلوري متكامل يعكس التراث

الشعبي للمجتمع، من رقصات وموسيقى وأزياء وقصص خيالية وصناعات تقليدية، وعادات وتقاليد وغيرها وإحياءها من خلال المهرجانات المحلية والدولية. ومن خلال أعداد وتأهيل المباني التراثية القديمة وإعدادها سياحيا لاستقبال السياح والاستفادة من الدخل المتأتي من تأجيرها كمنامات للزوار<sup>2</sup>.

### 3- تشكيل فعاليات شعبية مختلفة: من جمعيات ونوادي ومراكز من الهيئات التي

تتعاون فيما بينها في سبيل عمل دعاية للمناطق السياحية وترويجها سياحيا، ونشر الوعي السياحي بين المواطنين من خلال عقد ندوات ومحاضرات وورشات عمل

<sup>1</sup> - عبد الرحمن السحبياني، حبيب الهبر، دليل مفهوم السياحة المستدامة وتطبيقها، جامعة الدول العربية، الموقع: <http://www.startimes.com/f.aspx?t=7308294>، في: 2012/09/25.

<sup>2</sup> - وزارة الثقافة، ممارسات اجتماعية طقوس واحتفالات، دليل الملتقى الثقافي غير المادي، تلمسان، 2011، ص27.

إضافة إلى النشاطات الخاصة بالمحافظة على نظافة الأماكن السياحية والتراثية من حملات تنظيف بالإضافة إلى عمل اللوحات الإرشادية التي تتضمن معلومات عن المناطق الأثرية والخرائط الإرشادية للدلالة على مواقع الأماكن السياحية، ناهيك عن المنشورات التوعوية بالاشتراك مع جهات أخرى مثل البلديات ووزارة السياحة والأشغال والجهات المسؤولة عن التخطيط وغيرها<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: الأشخاص الفاعلين في النشاط السياحي

إن الأهمية الكبيرة للنشاط السياحي اليوم تحتم على المسؤولين العموميين أو الخواص القائمين بهذا القطاع على ترقيته وذلك مهما كان نوع النظام المتبع اشتراكي، رأسمالي أو مختلط. ويرى الباحث أن تدخل السلطات العمومية في ترقية النشاط السياحي له عدة أسباب:

- النشاط السياحي يحتاج إلى تضافر جهود عدة أنشطة اقتصادية (صناعية، خدمية، تجارية) فإن التنسيق بينها يستلزم قدرات عالية في التنظيم.
- استفادة عدة جهات من عوائد النشاط السياحي سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة وجب تدخل السلطات العمومية له.
- التدخل من أجل توفير الأمن.
- حماية المقومات السياحية والتي تشكل أساس القطاع السياحي.

---

<sup>1</sup> - وزارة الثقافة، نفس المرجع، ص27.

تختلف درجة تدخل السلطات العمومية في النشاط السياحي من دولة إلى أخرى، وذلك حسب مكانة السياحة ضمن مخططات التنمية، فيتم وضع استراتيجية تأخذ في الاعتبار كل العوامل الداخلية والخارجية والمنافسة الدولية، وترسم الخطة والجدوى الاقتصادية منها على المدى المتوسط أو البعيد أي من 10 إلى 20 سنة وقد يتجاوز ذلك في بعض الأحيان كلما كانت قسمة الاستثمارات عالية<sup>1</sup>.

تساعد العناصر التالية في تهيئة وتكوين مجتمع سياحي وتمثل في:

#### • تكوين الإطار المتخصصة:

يعتبر تكوين الإطار التي تدرس الإدارة السياحية والتاريخ والثقافة أحد أبرز الأشخاص الفاعلين في النشاط السياحي، فكلما وجدت إطار ذات مهارة عالية تكونت لدى المجتمع يد عاملة ماهرة نظريا، علميا وسواء كان ذلك محليا أو خارجيا<sup>2</sup>.

إن تكوين العاملين الذين يعملون على مستوى مراكز الاستقبال برفع مستوى الثقافي واللغوي لهم يسهل مأمورية العمل بل ويحبب السياح الوافدين لتلك البلدان ويعطي صورة بسيطة لما يمكن أن يكتشفه السائح في البلد المضيف.

#### • مقدمو المنتجات السياحية:

هي في الغالب مؤسسات تجارية سياحية ذات حجم كبير تهتم بتقديم المنتجات السياحية التي تكون عادة في شكل برامج سياحية، وهذه المؤسسات لها الدراية الكافية بالسوق السياحية

---

<sup>1</sup> - عبد الهادي عبد القادر السويقي، التنمية المستدامة، محاضرة ألقيت في مقياس: اقتصاديات التنمية، قسم الاقتصاد، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، الموقع: <http://iars.net>، في: 2012/12/16.

<sup>2</sup> - عبد الهادي عبد القادر السويقي، نفس المرجع.

من حيث الرغبات والقدرات المالية، ولكي تصل برامجها السياحية فإنها تلجأ إلى الاعلانات التلفزيونية والكتيبات السياحية التي تطبع منها النسخ قد يتجاوز عددها أحيانا المليون نسخة<sup>1</sup>.

#### • الوكالات السياحية والسفر:

هي جهة تساعد الناس على تنظيم الرحلات والعطل عن طريق عمل تدابير استعدادهم للسفر، فهي تحجز لهم غرفا في الفنادق، ومقاعد في وسائل النقل، كما تنظم لهم رحلات سياحية. وتعين لهم مرشدين يساعدهم في الحصول على جوازات السفر والتأشيرات التي يحتاج إليها المسافرون إلى البلاد الأخرى، وتنظم الرحلات السياحية للأفراد والجماعات<sup>2</sup>.

فهي اللبنة المهمة في حركة النشاط السياحي فهي تتعامل مع السائح مباشرة وتحاول تقديم كل طلباته وتحقيق جميع رغباته.

يأتي معظم دخل وكالات السفر من العمولات التي تدفعها الخطوط الجوية وشركات تأجير السيارات والفنادق، ومديرو المؤسسات التي تخدم المسافرين. وتدفع هذه المؤسسات عمولة على كل حجز تقوم به أية وكالة سفر، أو على أية تذكرة تبيعها، ولا يدفع المسافرون أي مبلغ عن معظم الخدمات التي تُقدم لهم. ولكن وكالات السفر يمكن أن تتقاضى قسطاً من المال مقابل التخطيط لرحلات سياحية فردية خاصة تستلزم كثيرا من وقتها وجهدها، وتعمل وكالات السفر في معظم أقطار العالم، وتكون مسؤولة عنها في معظم الأحيان جهات خاصة، إلا أن الحكومات في بعض الدول الأوروبية الشرقية تملك كل وكالات السفر وتدير أعمالها، ولاشك أن الأنظمة

<sup>1</sup> - لخلف عثمان، محاضرة بعنوان المؤسسات الاقتصادية، مقياس اقتصاد المؤسسة، كلية علوم الاقتصاد وعلوم التسيير، الموقع: <http://www.tomohna.com/vb/showthread.php?t=20287>، في: 2013/01/17.

<sup>2</sup> - وليد سيد أمين، إدارة عميات شركات السياحة ووكالات السفر، موقع ويكيبيديا: وكالة سفر/ <http://ar.wikipedia.org>، في: 2012/11/10.

التي أملتھا الصناعة نفسها قد ساعدت على تأسيس مقاييس للسلوك الخُلقي يلتزم بها أصحاب وكالات السفر.

ويجب أن يكون وكيل السفر خبيراً في السفر والرحلات المحلية والعالمية، وأن يقدم وكيل السفر خدمة مجانية للجمهور فيجب أن يكون على درجة عالية من الكفاءة في مجال عمله وإذا توفر لدى وكيل السفر المختصين أو المستشارين الفنيين في مسائل السفر والسياحة فإن العميل يستطيع أن يعتمد على وكيل السفر في المعلومات التي يقدمها له الوكيل ليخطط له الرحلة التي يرغب بها العميل والتي تتضمن وسائل النقل إلى منشآت الإقامة إلى الرحلات الترفيهية إلى الحجوزات الأخرى والملابس التي يأخذها معه وأيضاً الأموال التي تكلفه وكذلك يعطيه معلومات المناخ والعادات والتقاليد للبلد المراد زيارته<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: دور الحرف التقليدية في النشاط السياحي

إن ارتباط نشاط الصناعة التقليدية والمهن اليدوية والمنتجات المحلية بنشاط السياحة هو ارتباط عضوي إذ لا وجود لنشاط سياحي دون وجود نشاط مزدهر للصناعة التقليدية يجعلها تبرز منتجاتها التقليدية.

ولكي تكمل دائرة النشاط السياحي حركتها الموسمية لا بد أن تترافق مع ما يوفره النشاط الحرفي من منتجات محلية مختلفة تلخص الإرث الحضاري والثقافي لبلد من البلدان، وكل قطعة فنية يتم صناعتها من طرف يد الصانع التقليدي هي تعبير لما يزخر به بلده من غنى تاريخي وثقافي، والسياح بصفة عامة أثناء قضايتهم لعطلتهم يقومون باقتناء تذكارات للزيارة، قد

<sup>1</sup> - لمياء حفنى، أعمال شركات السياحة ووكالات الأسفار، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2008، ص37

تكون قطعة فنية تمت صناعتها يدويا تعبر عن حضارة ذلك البلد وهي بالنسبة للزائر قطعة تذكارية يظهرها أو يهدبها لأصدقائه وعائلته أثناء عودته إلى بلده الأصل، قد تكون عبارة عن تحفة فنية مصنوعة يدويا من الخشب أو ثوبا أو أحجارا منقوشة أو مصنوعة على عدة أشكال من تماثيل وزخارف حسب المواد المحلية المتوفرة .

وعبر السنوات رسخت بعض البلدان صناعتها التقليدية وصارت معروفة عبر العالم، وإذا ذكرنا على سبيل المثال تركيا يتبادر إلى الذهن صناعة السجاد التركي<sup>1</sup>.

إن التنوع الذي يملكه البلد المضيف من صناعات تقليدية مختلفة يسمح له بامتلاك تنوع حضاري ثري يجعل من مدة الإقامة لدى السياح الوافدين تطول بطول مسافات البلد وتنوع صناعاته التقليدية.

وفي بلدان شرق آسيا، يتم صناعة التحف اليدوية محليا وبمهارة متقنة، ونجد التحف الاسيوية تعبر عن الثقافة الدينية السائدة، وهي القطع الحجرية لبوذا وكل بلد يصنع مجسمات صغيرة لمعالمة السياحة المعروفة تذكر السائحين بزيارتهم إلى ذلك البلد<sup>2</sup>.

وتعود الفائدة في ترويج للصناعة التقليدية إلى الحرفيين والصناع التقليديين الذين يمتنون هذا النشاط وإلى المحلات التجارية التي تباع التحف اليدوية للزوار، لذا هو يعتبر قطاعا أساسيا في كثير من البلدان لارتباطه بإنعاش قطاع السياحة المحلي والأجنبي.

---

<sup>1</sup> - بدر الشريدة، السجاد التركي في بيتك، موقع مجلة البيت: <http://www.albeet.com>، في: 2012/11/15.  
<sup>2</sup> - لمعطي ادريس، دور الصناعة التقليدية في تنشيط السياحة، موقع: <http://www.startimes.com>، في 2012/11/15.

لذا تعمل الكثير من البلدان على تطوير صناعاتها التقليدية عبر تخصيص جزء من عائدات السياحة لتطوير الصناعة التقليدية ودعم الصناع بتوفير المواد الاولية المستخدمة في صنع التحف وتكوين جيل جديد من الصناع المهارة وتنظيم المعارض في البلدان الأجنبية لتسويق السياحة واشهار الصناعة التقليدية لما يقدمه من خدمة للسياحة الوطنية<sup>1</sup>.

لذا وجب عدم تهميش هذا القطاع واعتباره كقطاع صناعي مهم مثله مثل الصناعات الحديثة، فهو الرابط بين الماضي والحاضر وهو المحرك الفعال للحفاظ على الهوية الوطنية لكل بلد وجلب عدد أكبر من السواح سواء المحليين أو الأجبيين.

كذلك معرفة الحرف التقليدية لكل منطقة وتدريبها في المدارس أو جعلها شهادات تكوين في مؤسسات التكوين مع تقديم قروض أو دعم مالي لكل خريج يجعل النهوض بهذا القطاع والحفاظ عليه أمر سهل وفعال.

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع.

## خاتمة الفصل الثاني

السياحة لم تكن وليدة العصر الحديث بل كانت نتيجة لسلسلة من التحولات والتطورات، فقد بدأ الانسان بالسفر بحثا عن الأكل والمشرب والأمن، ثم اهتدى إلى الرعي والزراعة فاستقر به الحال في مجموعات صغيرة، لتتكون بعد ذلك مجتمعات ذات عقائد وثقافات مختلفة، وهذا كان بداية للنشاط السياحي للإنسان بالانتقال من مكان إقامته إلى أماكن جديدة يكتشفها.

وتجدر الإشارة أنه لا يمكن إطلاق كلمة سائح على الأشخاص الذين يسافرون إلى بلدان غير بلدانهم للحصول على عمل أو مقابل من تلك الدول المضيفة، وهنا تجدر الإشارة إلى الأهمية الاقتصادية للنشاط السياحي في الاقتصاد العالمي، إذ أصبح يشكل بذاته محور مهم لما يدره من وفرة مالية ولما يتميز به من كونه نشاط وعائد غير ناضب بل في توسع وارتفاع مستمر لعوائده المالية والثقافية.

كما يمكن للدول التي لا تملك مقومات اقتصادية صناعية وتملك مقومات سياحية أن تجعل من القطاع السياحي قوة اقتصادية لها إذا وفرت الهياكل القاعدية والفنية له، فيتحول من هامش ثانوي إلى ركيزة اقتصادية تدعم الدول وترفعها نحو النمو والازدهار.

كما لا يمكن أن نتجاهل دور المجتمع في دعم النشاط السياحي نحو التقدم أو التخلف، فافتتاح المجتمع وتقبله للآخر يساعد كثيرا على دعم السياحة والحفاظ على المقومات السياحية للأشخاص الحاليين وللأجيال القادمة، لكن ذلك لا يمنع من أن يخشى المجتمع على نفسه من الانصهار في ثقافات سياح آخرين وينسى هويته الحقيقية فينغمس في الملذات وينسى قوميته.

إن النشاط السياحي لا يزدهر إلا بوجود صناعة تقليدية قادرة على جلب السياح والتأثير على أذواقهم، فكلما تنوعت الصناعات التقليدية زادت رغبة السياح بالبقاء مدة أطول داخل البلد المضيف بهدف التعرف أكثر على مختلف تلك الصناعات التقليدية وزاد تعلقه بالبلد ورغبته في العودة إليه من جديد.

الفصل الثالث:  
التخطيط السياحي  
وترقية الخدمات السياحية  
في الجزائر

## مقدمة الفصل الثالث

رغم كل المقومات السياحية التي تمتلكها الجزائر من مناخ ومواقع تاريخية وأثار، إلا أن ذلك لم يشفع لها لأن تكون قبلة عالمية أو أن يكون القطاع السياحي موردا هاما للاقتصاد الجزائري لأسباب عديدة منها سوء التخطيط وفقدان الاستراتيجية التي تهدف في المدى البعيد لأن تكون السياحة أحد المصادر المهمة للميزانية وهذا دون إهمال باقي القطاعات الاقتصادية -القطاع الصناعي، الفلاحة، التجارة... الخ.

في هذا الفصل سيتطرق الباحث لمختلف مراحل التخطيط السياحي في الجزائر ودوره في تنمية السياحة والبنى التحتية من خلال شرح مكانة السياحة في كل مخطط اقتصادي قامت به الدولة الجزائرية، وسنبحث عن فهم مصطلح التنمية السياحية ودوره في دفع القطاع السياحي وفهم مشاكل ومعوقات القطاع، ومحاولة الوقوف على الأسباب أو العوائق التي جعلت وتجعل من هذا قطاع متأخرا على غرار مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى التي تشهد تطورا ملحوظا.

## المبحث الأول: مدخل للتخطيط الوطني السياحي الجزائري

يعتبر التخطيط السياحي من أهم أدوات التنمية السياحية المعاصرة، التي تهدف إلى زيادة الدخل الفردي الحقيقي والقومي، وإلى تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية في البلاد<sup>1</sup>.

فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية المستدامة الذي يساعد الجزائر كدولة نامية أن تواجه المنافسة في سوق السياحة الدولية. وبالتالي فإن تخطيط التنمية السياحية يعتبر جزءاً لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الذي يقتضي إلزام كافة الوزارات والأقاليم والأجهزة والإدارات الحكومية وغير الحكومية بتنفيذ السياسة التنموية السياحية.

### المطلب الأول: المخططات الوطنية الجزائرية الفترة 1967-1989

**المخطط الثلاثي(1967-1969):** لقد أعطى هذا المخطط الأولوية للصناعات الثقيلة لا سيما قطاع المحروقات مثل الصناعة البتروكيمياوية وصناعة الحديد والصلب.

إن الاستراتيجية المتبناة منذ البداية 1967-1979 بالنسبة لكل القطاعات لم تعطي أولوية للقطاع السياحي، بل كان مدمجا في المخطط الوطني للتنمية، من خلال ميثاق السياحة، فكان ذلك مع المخطط الثلاثي 1967-1969 والذي تقرر فيه توفير 285 مليار دينار جزائري من أجل القطاع

---

<sup>1</sup> - نور الدين هرمز، مرجع سابق، ص16.

السياحي، وقد تم التخطيط لإنشاء 11690 سرير، إلا أن الانجازات لم تكن سوى 2736 سرير، أي بنسبة 23% فقط<sup>1</sup>.

ويعود عدم اهتمام الدولة الجزائرية في تلك الفترة بالقطاع السياحي نظرا لاهتمامها بمحاولة النهوض بالقطاع الصناعي وتكوين بنية تحتية قوية تدفع بعجلة نمو الاقتصاد الوطني الذي كان يعاني من انهيار تام منذ الاستقلال.

والجدول التالي يوضح حصيلة طاقة الاستيعاب الفترة 1967-1969:

الجدول:02: حصيلة طاقة الاستيعاب الفترة 1967-1969 الوحدة: سرير

العجز	النسبة من البرنامج %	عدد الأسرة المنجزة	النسبة من البرنامج %	عدد الأسرة المبرمجة	العمليات المقررة
64.5	35.5	2406	51.7	6766	محطات شاطئية
84.6	15.4	254	12.6	1650	محطات حضرية
84.3	15.7	256	13.9	1818	محطات صحراوية
100	00	00	21.8	2847	حمامات معدنية
<b>77.5</b>	<b>22.3</b>	<b>2916</b>	<b>100</b>	<b>13081</b>	<b>المجموع</b>

المصدر: تقرير التنمية السياحية، 1977، ص28

من خلال الجدول نلاحظ أن المخطط الثلاثي لم يحقق كل التوقعات والأعمال المنجزة لا تمثل

سوى 22.5% في حين أن العجز الكلي يمثل النسبة الأكبر بـ 77.5%.

<sup>1</sup> - وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تقرير التنمية السياحية، 1977، ص27

والنتائج تبين مدى التهميش الذي تعرض له القطاع السياحي في بداية الفترة الأولى للدولة الجزائرية بعد أربع سنوات من الاستقلال، فاهتمام الدولة بإنشاء قواعد اقتصادية صناعية وخلق شبكات نقل جعلها لا تضع القطاع السياحي كأولوية أساسية لخلق تنوع اقتصادي يجعله صمام أمان لأزمات مستقبلية (كانخفاض سعر البترول في السوق العالمية).

**المخطط الرباعي الأول (1970-1973):** مع بداية سنة 1970 ونهاية المرحلة التجريبية لنظام التخطيط الثلاثي للتنمية، أين تم فيه تحديد أولويات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ووضع الأسس لسياسة الدولة اتجاه التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك بدعم الاقتصاد الاشتراكي وتعزيز الاستقلال الاقتصادي، وحيث شمل التخطيط الرباعي الأول انشاء محطات سياحية ساحلية وأخرى صحراوية من أجل رفع عدد أماكن الايواء وضخ رؤوس أموال لدعم السياحة الصحراوية والساحلية، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول:03: توزيع المبالغ الاستثمارية حسب المشاريع الوحدة: مليون دينار جزائري

المشاريع	المبلغ الجزئي	المبلغ الكلي	النسبة من المبالغ %
المشاريع الباقية من المخطط الثلاثي	/	420	60
المشاريع الجديدة	/	280	40
دراسات وهياكل قاعدية	44	/	/
إقامات سياحية (فنادق)	221	/	/
النقل السياحي	15	/	/

المصدر: تقرير التنمية السياحية، 1977

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الدولة حاولت دعم المشاريع المتأخرة من المخطط الثلاثي السابق بدعم مالي يقدر بنسبة 60% من المبلغ الإجمالي، فيما كانت المبالغ 44، 221، 15 مليون دينار

جزائري من أجل إنشاء وتطوير الهياكل القاعدية وإقامة منشآت سياحية بهدف بلوغ 35000 سرير موزعة في أغلبها على المحطات المعدنية و بنايات سياحية، علاجية و ترفيهية.

**المخطط الرباعي الثاني(1974-1977):** شهدت هذه الفترة بما يعرف بالثورة الزراعية، وتم الاهتمام بالجانب الاجتماعي للأفراد بصفة عامة، وبالعمال القائمين على المؤسسات الإنتاجية بصفة خاصة، وذلك لخلق توازن بين الجانب الاجتماعي والجانب الوظيفي للأفراد وتلبية الحاجيات الأساسية بينهم.

وشهدت هذه الفترة عدة تغيرات نذكر منها<sup>1</sup>:

- إلحاق المصالح التجارية التابعة (\*SONATOUR) بالوكالة الجزائرية للسياحة (\*ATA)، لكن هذه الأخيرة أثبتت عدم نجاعتها، و لم تدم العملية سوى سنتين.
- في سنة 1976 تم إنشاء الشركة الوطنية للسياحة (\*SON-ALTOUR) التي أوكلت إليها مهمة تسويق المنتج السياحي والبحث عن وسائل الدعم المادي وتسهيل كافة الإجراءات المتعلقة بالنشاط السياحي.
- إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية (E.T.T) التي تولت مهمة إنجاز مشاريع التنمية السياحية، لكنّ هذه الأخيرة فشلت في مهمتها الموكلة إليها، فمن بين 50000 سرير المبرمجة تم إنجاز 18000 سرير، أي بنسبة 32% فقط.
- تراكم المشاريع المتأخرة من المخططات السابقة أرهق طاقات القطاع وجعل تسييره معقدا وأدى ذلك إلى انخفاض جودة الخدمات السياحية المعروضة والعجز المالي الذي لحق بالقطاع.

---

<sup>1</sup>- Ahmed Tessa, Economie touristique et aménagement territoire, O.P.U, 1993, P 11

\* - المؤسسة الوطنية الجزائرية للسياحة و الفنادق.

\* - ATA : Algérie Touring Assistance

لم تكن هناك أي خطة للسنتين 1978 و 1979 بل اكتفت هذه المرحلة بانتهاء المشاريع التي لم يتم انجازها من المخططين الرباعي الأول والرباعي الثاني.

**المخطط الخماسي الأول (1980-1984):** ما ميز هذه المرحلة هو بلوغ الوعي لدى المسيرين بمدى أهمية القطاع السياحي في تحقيقه إيرادات هامة على مستوى العالم حيث قفزت معدلات السياحة بسبب تطور وسائل النقل وانتشار الإعلانات السياحية في تلك الفترة، وضرورة إحداث توازن جهوي بسبب النزوح الريفي، والاهتمام بالسياحة الحضرية أكثر، فقد خصص مبلغ 3400 مليون دينار جزائري لتغطية التكاليف الخاصة بتطوير ثلاث مناطق سياحية نموذجية في شرق البلاد ووسطها وغربها والموجهة أساسا نحو السياحة الداخلية والتي توافقت التقاليد الجزائرية، حيث وزعت كما يلي<sup>1</sup>:

- 1.6 مليار دينار مخصصة للمشاريع قيد الإنجاز.
- 1.8 مليار دينار مخصصة للمشاريع الجديدة.

كان هدف هذا المخطط الوصول إلى طاقة ايواء تقدر بـ 50880 سرير.

الجدول التالي يوضح ذلك:

---

<sup>1</sup> - هدير عبدالقادر، واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها، مذكرة لنيل شهادة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص155.

الجدول:04: المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول 1980-1984 الوحدة: سرير

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

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، 1980

نلاحظ من خلال الجدول أن المشاريع السياحية قد ركزت على المنشآت الحضرية والساحلية من خلال عدد الأسرة المزمع إنشاؤها.

إنّ السبب في اهتمام الدولة بالشريط الساحلي هو لسهولة الوصول إليه من طرف السياح الاجانب ولأن أكثر فصل ترتفع فيه نسبة السياح هو فصل الصيف وبالتالي إعطاء أولية لرفع جاهزية الساحل الجزائري من تنمية المشاريع وخلق شواطئ جديدة وترقية الخدمات السياحية فيها.

بسبب الأزمة الاقتصادية للدولة -انخفاض سعر البترول والمديونية-، والتوجهات السياسية والاقتصادية الجديدة- فراغ سياسي واقتصادي بسبب ضعف تلبية سوق محلية كبيرة ناتجة عن زيادة سريعة في الكثافة السكانية والبحث عن حلول اقتصادية جديدة بعيدة عن الاشتراكية-أدى إلى انتقال مؤسسة الأعمال السياحية -ETT- إلى وصاية وزارة العمران والبناء والإسكان في 01 جانفي 1983، كما كانت الفترة 1978-1980 كمرحلة لمراجعة المخططات السابقة وتكملة ما تبقى من مشاريع.

**المخطط الخماسي الثاني(1985-1989):** في هذه المرحلة أقرت الدولة الجزائرية بأهمية القطاع

السياحي كمصدر ثروة للأمة وخصصت برنامجا ماليا يهدف إلى<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> - وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تقرير حول المخطط الخماسي الأول 1980.

- متابعة سياسة التهيئة السياحية.
- تطوير الحمامات المعدنية والمراكز الاستشفائية بمياه البحر وتحت الرمال.
- تنويع المتعاملين بين الجماعات المحلية والقطاع الخاص.
- لا مركزية في الاستثمار.
- التحكم في الطلب السياحي.

وقدر الغلاف المالي المخصص للعملية بـ 1800 مليون دينار جزائري لتحقيق هذه المشاريع حيث وصلت طاقات الاستقبال في نهاية 1989 إلى النسب التالية المبينة في الجدول أدناه:

الجدول:05: طاقة الاستقبال الجزائرية الفترة:1985- 1989 الوحدة: سرير

النسبة %	المجموع	الخاص	العام	القطاع
				النوع
27.60	13327	1145	12182	السياحة البحرية
13.10	6331	2250	3731	السياحة الصحراوية
10.60	5116	1528	3588	سياحة الحمامات
2.13	1030	76	954	السياحة الإقليمية
46.57	22498	17161	5337	السياحة الحضرية
100	48302	22460	25792	المجموع
/	100	46.5	53.3	النسبة المئوية

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، 1990.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن طاقات الايواء قد ارتفعت مقارنة بالمخططات السابقة، وأن النسبة الأكبر شملت السياحة في المناطق الحضرية بهدف خلق احتكاك مباشر بين أفراد المجتمع والسائح من أجل زيادة الوعي الثقافي والفكري، كما نلاحظ من خلال الجدول الاهتمام بالسياحة الصحراوية لما لها من قدرة على جذب السياح على طول فترة السنة.

بالإضافة إلى ذلك تم تحديد الوظائف بالنسبة لهيئات القطاع كما يلي<sup>1</sup>:

- وزارة السياحة والصناعات التقليدية مكلفة بتسيير القطاع السياحي.
- الديوان الوطني للسياحة مكلف بتطوير وترقية المنتج السياحي.
- انشاء المركز الوطني السياحي سنة 1989 ذو طابع صناعي وتجاري له ثلاث مراكز تكوين (الجزائر العاصمة، تيزي وزو، بوسعادة).

## **المطلب الثاني: مكانة القطاع السياحي في المخططات الوطنية الجزائرية 1990-2000.**

شهدت هذه المرحلة تحولا في الاقتصاد - الانتقال من النظام الاشتراكي إلى اقتصاد السوق - و تشجيع القطاع الخاص و الاستثمار الأجنبي، كما شهدت الجزائر أزمة سياسية- ظاهرة الإرهاب- كادت تتسبب جميع المحاولات الجادة للنهوض بالقطاع من حالة الركود، يمكن شرح تطور السياحة خلال هذه الفترة من خلال الجدول التالي:

---

<sup>1</sup> - هدير عبدالقادر، مرجع سابق، ص156.

جدول 06: تطور عدد الفنادق حسب الدرجة خلال الفترة 1990-2000، الوحدة: عدد الفنادق

السنة	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
*5	05	05	05	07	07	08	09	09	09	10	11
*4	17	20	22	21	29	31	33	33	34	20	20
*3	87	87	89	89	90	91	91	91	104	75	78
*2	63	68	72	73	73	83	85	87	87	65	66
*1	55	66	68	69	69	70	70	70	70	49	49
*0	153	234	237	251	337	370	371	450	477	556	552
المجموع	380	480	493	510	605	653	659	740	781	755	776

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، عدد الفنادق السياحية 1990-2000

يلاحظ من الجدول أن عدد الفنادق تضاعف من 380 فندق في سنة 1990 إلى 776 فندق في سنة 2000 إلا أن الزيادة المحسوسة كانت في عدد الفنادق غير المصنفة، وذلك لضعف التأطير والتشجيع لدى السلطات المعنية بدفع عجلة التطور ودعم المستثمرين الصغار والمتوسطين.

كما يمكن الإشارة أيضا إلى أن بعض المستثمرين الخواص في المجال الفندقي يقومون بتغيير ممتلكاتهم الشخصية إلى فنادق أو مرآقد دون أن تكون لها أية معايير فندقية أو سياحية.

والجدول التالي يبين طاقات الاستيعاب للفترة 1991-2000:

جدول 07: تطور عدد الأسرة حسب الدرجة خلال الفترة 1991-2000 الوحدة: سرير

السنة	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
*5	2400	2400	4566	4802	4943	5158	5158	5785	3888	4604
*4	6844	6844	4429	4656	4792	5001	5047	5093	3222	3222
*3	23630	23908	23947	25176	25914	27040	27204	28968	17029	21313
*2	3192	3192	5620	5908	6081	6345	6374	7284	5557	5519
*1	2534	3194	2452	2581	2657	2772	2827	2975	2509	2541
0	16386	16386	16276	17112	17613	2772	19094	20876	30071	29891

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، 2000.

يلاحظ من الجدول السابق التطور الملحوظ لعدد الأسرة خلال الفترة 1991-2000، إذ ارتفع عدد الأسرة من 54986 سرير في سنة 1990 إلى 67090 سرير مع نهاية سنة 2000 أي بنسبة زيادة وصلت إلى 42%، رغم التطور المستمر إلا أنه بطيء بسبب الظروف السياسية التي شهدتها هذه الفترة، وقد تعتبر هذه النسبة إيجابية لكنها في الحقيقة بطيئة إذا ما قورنت بدول مجاورة والسبب يعود إلى عودة المشاريع الإعمارية.

**التدفقات السياحية:** شهدت التدفقات السياحية تذبذبات في الفترة الممتدة من سنة 1990 إلى غاية 2000 نظرا للظروف والأحداث التي شهدتها الجزائر خلال هذه الفترة، وكان عدد السواح الوافدين منخفضا<sup>1</sup>.

والجدول التالي يبين انخفاض عدد السواح الوافدين في الفترة 1990-2000:

<sup>1</sup> - كواش خالد، مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الأول، الجزائر، 2004، ص232.

جدول:08: عدد السواح الوافدين إلى الجزائر الفترة 1990-2000 الوحدة: سائح

عدد السواح السنة	المجموع	السياح الأجانب	النسبة %	الجزائريون المقيمون بالخارج	النسبة %
1990	1333918	685815	51	648103	49
1991	1193210	722682	60.5	470528	39.5
1992	1119548	624096	55.7	495452	44.3
1993	1127545	571993	50.8	555552	49.2
1994	822713	336226	40.8	468487	59.2
1995	519564	97648	18.8	421916	81.2
1996	604968	93491	15.5	511477	84.5
1997	634752	94832	14.5	539920	85.5
1998	678447	107213	15.9	571234	84.1
1999	782246	174611	22.4	607675	77.6
2000	865984	175538	21.3	690446	79.7

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، 2000.

من الجدول السابق يمكن الملاحظة بأن العدد الأكبر من السواح هم المقيمين بالخارج، إلا أن عدد الوافدين الأجانب كان أكبر من عدد المقيمين بالخارج في السنوات 1990، 1991، 1992 وذلك بفارق طفيف، لكن بعد ذلك قد شهدت السنوات اللاحقة تراجعا لعدد السياح الأجانب مقابل ارتفاع في عدد الوافدين المقيمين بالخارج، فالفترة ما بين 1995 إلى 1997 شهدت أدنى مستوى لها نظرا لعزوف السياح الأجانب زيارة الجزائر بسبب الأوضاع الأمنية والاكتفاء في بعض الأحيان بالزيارات المتعلقة بالسياحة الصحراوية، ثم نلاحظ بعد السنة 1997 عودة السياح الأجانب ولكن بنسبة ضئيلة جدا وكذلك المقيمين بالخارج نظرا لتحسن الأوضاع الأمنية في الجزائر، ومع نهاية 2001 بلغ عدد الوافدين نحو 901416 سائح.

والجدول التالي يوضح عدد الوافدين مع دخول السنة 2001:

الجدول:09: السياح الوافدين خلال سنة 2001 الوحدة: سائح

السياح	العدد	النسبة %
الجزائريون المقيمون في الخارج	705187	78.22
السياح الأجانب	196299	21.78
المجموع	901486	100

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، 2001

من خلال الجدول يتبين لنا بأن النسبة الأكبر والمتمثلة في 78.22% هي للسياح المقيمين بالخارج مقارنة بالسياح الأجانب إلا أن نسبة السياح الوافدين الأجانب قد ارتفعت إلى 21.78% مقارنة بسنة 2000 (انظر الجدول رقم 08).

التشغيل في القطاع السياحي: بلغ عدد عمال القطاع السياحي في سنة 1999، نحو 12067 عامل، بينما كان العدد لا يتجاوز 10054 عامل سنة 1985، إلا أن الزيادة في عدد مناصب العمل لا تعتبر مرتفعة نظرا لطول الفترة الممتدة وحجم المقومات السياحية الجزائرية<sup>1</sup>.

ويمكن التوضيح من خلال الجدول التالي:

جدول:10: تطور عدد العمال في القطاع السياحي العمومي الفترة 1990-2000 الوحدة: عامل

السنة	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000
عدد العمال	10897	7723	8522	10807	11437	12067	12680

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، 2000

<sup>1</sup> - خالد كواش، مرجع سابق، ص 234.

يتبين من خلال الجدول أن عدد العمال شهد تناقصا خلال الفترة 1995 و1996 وذلك بسبب حل وخصوصة بعض المؤسسات السياحية والفندقية، كما لعب الوضع الأمني الدور السلبي الأكبر في عملية التراجع في عدد عمال القطاع السياحي في الجزائر.

من خلال كل ما سبق وأثناء الفترة 1990-2000 نلاحظ بطء في نمو وتطور القطاع السياحي الجزائري لأسباب عديدة منها سياسية ومنها اجتماعية واقتصادية، فالمرحلة الحرجة التي مرت بها البلاد كان لها الدور السلبي الأكبر في تهميش القطاع السياحي، وكذلك غياب الثقافة السياحية.

### **المطلب الثالث: نتائج وإخفاقات التخطيط السياحي الجزائري خلال الفترة 1967-2000.**

يمكن توضيح النتائج والإخفاقات التي وصلت إليها المخططات السياحية السابق ذكرها في النقاط التالية:

#### **أولا: نتائج التخطيط السياحي في الجزائر:**

- إنشاء الشركة الوطنية للسياحة و الفندقية SONATOUR لتقوم ب:

- إدارة الفنادق وضمان الخدمات العامة، التسويق وتقديم الخدمات السياحية.

- تحديث الوحدات السياحية، تنسيق ومراقبة سير الهياكل والوحدات التابعة لها.

ومع تداخل اختصاصات الوكالة السياحية والشركة الوطنية للسياحة، قامت الوصاية بدمج

المؤسستين في ALTOUR، وإنشاء الشركة الجزائرية للحمامات المعدنية SONATHERM

في سنة 1970 من أجل تنمية السياحة الداخلية.

- تم إنشاء مؤسسة الأشغال السياحية E.T.T سنة 1971 بهدف انجاز وتطوير الاستثمارات السياحية، كما تم إنشاء المركز العالي للسياحة والفندقة سنة 1976 والمخصص في تكوين الإطارات العليا بطاقة استيعاب تقدر بـ 150 طالب<sup>1</sup>.
- في الفترة 1980-1989 عرفت إجراء سلسلة من الإصلاحات على الوصاية والمؤسسات السياحية حيث شهدت عمليتين لإعادة الهيكلة. الأولى سنة 1980 والثانية سنة 1983 وقد شمل ذلك مؤسسات التكوين أيضا.
- تم إنشاء المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية ENET في 1980 لتقوم بالدراسات التقنية للمشاريع والقيام بمهمة التنسيق<sup>2</sup>.
- تم إنشاء الشركة الوطنية للفندقة الحضرية SNHU في 1980 من أجل تطوير مؤسسات الفندقة و تسييرها.
- تم إنشاء الديوان الوطني للندوات والمؤتمرات ONCC في 1980 بهدف تطوير الهياكل المتعلقة بالندوات والملتقيات والمؤتمرات وتسييرها.
- أنشئ الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام السياحي لتطوير السياحة والأنشطة المرتبطة بها وجمع المعلومات السياحية والمساهمة في التظاهرات التي لها علاقة بالسياحة<sup>3</sup>.
- تم الإبقاء على SONATHERM نظرا لأهميتها.
- تم الإبقاء على E.T.T نظرا لأهميتها.
- لا مركزية المشاريع الاستثمارية.

<sup>1</sup> - عبد القادر هدير، مرجع سابق، ص 153.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 157.

<sup>3</sup> - أحمد محمد، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، موقع: [www.Skyinfo.edu.re](http://www.Skyinfo.edu.re) ، في 2012/09/11.

انشاء مؤسسات للتسيير السياحي المحلي وهي<sup>1</sup>:

- مؤسسات التسيير السياحي بالأغواط.
- مؤسسات التسيير السياحي ببسكرة.
- مؤسسات التسيير السياحي بتمنراست.
- مؤسسات التسيير السياحي بتلمسان.
- مؤسسات التسيير السياحي بالجزائر.
- مؤسسات التسيير السياحي بعنابة.
- مؤسسات التسيير السياحي بشرق البلاد.
- مؤسسات التسيير السياحي بغرداية.
- مؤسسات التسيير السياحي بالوسط.
- مؤسسات التسيير السياحي بتيبازة ماتاريس.
- مؤسسات التسيير السياحي بتيبازة القرية.
- مؤسسات التسيير السياحي بسيدي فرج.
- مؤسسات التسيير السياحي بالأوراسي.
- مؤسسات التسيير السياحي بموريتي.
- مؤسسات التسيير السياحي بنادي الصنوبر.
- مؤسسات التسيير السياحي بالأندلس.
- مؤسسات التسيير السياحي فندق الجزائر.

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع.

• أهم ما ميز الفترة 1980-1989 فتح المجال أمام القطاع الخاص والأجنبي، حيث وصلت طاقات الإيواء السياحي في نهاية 1989 ما يصل إلى 48302 سرير، تمثل 53.5% القطاع العام و46.5% القطاع الخاص<sup>1</sup>.

• شجع فتح القطاع السياحي للخواص على زيادة عدد الوافدين إلى الجزائر.

• بلغ عدد الخريجين من مراكز التكوين والمعاهد 4554 فرد سنة 1989 إلا أنه بقي غير مكيف مع حاجيات من حيث النوع والعدد. ووصل عدد المناصب إلى 8000 منصب سنة 1989<sup>2</sup>.

مع بداية التسعينات سارعت الجزائر إلى وضع برامج إصلاحية بسن قوانين وتشريعات جديدة لتطوير القطاع ولتخفيف الضغوطات التي تعاني منها الاستثمارات الوطنية الخاصة والأجنبية.

• تم إنشاء الديوان الوطني للسياحة في مارس 1990 والذي كانت مهمته الأساسية ترقية المنتج السياحي وكذا منح الاعتماد الخاص لوكالات السفر والسياحة ومتابعتها ومراقبتها، توجيه المتعاملين السياحيين وتوفير كل وسائل الدعم والتحفيز.

#### ثانيا: إخفاقات التخطيط السياحي في الجزائر:

- التدفقات السياحية لم تتجاوز 300000 سائح خلال الفترة 1970-1977.
- ضعف نسبة الاستثمار والانجاز خلال الفترة 1967-1977.

---

1 - عبو عمر، جهود الجزائر في الألفية الثالثة لتحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الوطني حول التحولات السياسية وإشكالية التنمية في الجزائر: واقع وتحديات، كلية العلوم القانونية والعلوم الإدارية، جامعة الشلف، 16-17 ديسمبر 2007، ص21.

2 - نفس المرجع، ص21.

- في المخططات التنموية الثلاث الأولى كان من المتوقع استحداث 21000 منصب شغل، إلا أن النتائج تبين توفير 7251 منصب شغل دائم والتي تمثل 1% من المناصب المشغولة في القطاع العام.
- شهدت الفترة 1990-2000 انخفاضا في النشاط السياحي نظرا للظروف التي عرفتھا الجزائر (العشرية السوداء).
- شهدت الفترة 1990-2000 انخفاضا في عدد السياح الأجانب الوافدين في حين شهدت زيادة في عدد الوافدين المقيمين بالخارج.
- لم تعرف هياكل الاستقبال تطورا كبيرا رغم التنظيم القانوني لتشجيع وتسهيل تسيير الاستثمار السياحي.
- شهدت نفس الفترة إنشاء فروع جديدة ومراكز تكوين من أجل إعداد إطارات تسيير وتقنيين.
- كما شهدت هذه المخططات عدم وضوح النظرة الحقيقية والجدية في النهوض بالقطاع، ففي ظل عدم توفر رقابة جدية وصارمة تسهر على الحفاظ على الممتلكات والاستثمارات السياحية يبقى هناك تسيب واضح وإهمال شديد إن لم يكن كلي لتنمية القطاع والسير به لجعله أحد أهم مصادر الدخل للدولة الجزائرية.
- غياب التوعية الفكرية والثقافية للفرد الجزائري بكل ما يتعلق بالسياحة والأشخاص الفاعلين جعل من المجتمع يتجاهل كل ما له علاقة بالمنشآت السياحية بل ويسعى لتخريبها من أجل البناء أو التوسع أو السرقة والتهريب خارج الوطن أو البيع في السوق السوداء.
- و لم تشهد الفترة ما بعد 2000 إلى 2007 أي قفزة نوعية في القطاع السياحي بسبب العشرية السوداء التي بقيت تبعاتها لسنوات، و قد كانت هذه المرحلة للتخصير للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر آفاق 2025 الذي سنراه لاحقا.

## المبحث الثاني: التنمية السياحية و الاستثمار السياحي في ترقية الخدمات

### السياحية في الجزائر

إن ترقية الخدمات السياحية مرتبطة مع التنمية السياحية، فهي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، وهي بدورها متغلطة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية<sup>1</sup>.

إن تقديم الخدمات لا يكون في نوع الخدمة المقدمة فقط بل يكون في أسلوب التقديم وطريقة طرح البرامج الخدمية وقدرتها على جلب عدد أكبر من العملاء والزبائن على حد سواء.

ويحتاج أي عمل ناجح إلى نسبة خدمات معينة تميزه عن أي منافس آخر، فعند شرائك لجهاز هاتف ذكي جديد مثلا من أحد المحلات الرسمية للعلامة التجارية تمنح لك فرصة للاتصال المباشر بالعاملين هناك لتسألهم متى ما واجهت صعوبة في استخدام هاتفك ولمدة سنة كاملة.

من خلال هذا البحث سنحاول معرفة مفهوم التنمية السياحية، و وسائل ترقية الخدمات و دور تشجيع الاستثمار السياحي في خلق ذلك.

### المطلب الأول: التنمية السياحية و ترقية الخدمات السياحية

تهدف ترقية الخدمات السياحية إلى توجيه الناشطين في المجال السياحي و السياح على السواء إلى معرفة المنتج السياحي و الميزات الفريدة للمواقع الأثرية و التراث الحضاري.

<sup>1</sup> - مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات، بيروت، 2006، ص 106 - 107.

وتعرّف الخدمة السياحية على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، فهي منتج غير مادي هدفه خلق رضى لدى طالبي الخدمات يجعلهم يتقنون في المنتج و يصبحون عملاء أوفياء.

و يرتبط تطور الخدمات بالتنمية السياحية، فهي تساهم بالارتقاء والتوسع في الخدمات السياحية واحتياجاتها.

وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع، ومن هنا فإنّ التخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية.

إن التنمية السياحية تأتي بعد عملية بحث ودراسة شاملة اجتماعية اقتصادية وعلمية في إطار تخطيط متكامل من أجل تنمية سياحية مستدامة وحماية للمحيط والآثار القديمة داخل الدولة ككل أو داخل كل إقليم محلي بهدف ترقية الخدمات و زيادة النشاط السياحي.

وتُعدّ التنمية السياحة مزيجاً لمنتج متنوع من السلع والخدمات والمعارف يرتبط بحقائق الجغرافيا الطبيعية والاقتصادية والبشرية إضافة إلى حقائق التاريخ الحضاري والثقافي والإنجازات المعاصرة المختلفة لأي بلد. كما أن السياحة اليوم تواجه مشكلات عديدة في معظم البلدان النامية والأقل نمواً، وتتراوح هذه المشكلات بين نقص المعرفة الفنية وضعف الأنشطة التطويرية، والوعي العام الشعبي، وعدم كفاية البنية التحتية الأساسية للسياحة والاستثمارات فيها، وتحديات الأمن والسلامة السياحية، وهذا ما تعالجه الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية، وصولاً لتحقيق التنمية المستدامة وفقاً لأسس وخطط وبرامج قصيرة ومتوسطة الأجل على المستوى الوطني والمحلي، مواكبة للتوجه نحو خلق بيئة داعمة للتعاون مع الدول المجاورة ، ودول الأقاليم المصدرة للسياحة من جانب آخر، ليلعب هذا القطاع دوراً مهماً في خطط

التنمية الشاملة في الجزائر، التي تعتبر إن السياحة قطاعاً واعداً يُعَوَّل عليه للمساهمة في دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتخفيف من الفقر<sup>1</sup>.

إن نمو السياحة واستدامة مواردها، وزيادة عائداتها ومنافعها الاقتصادية، يفرض توسيع وتعميق الاهتمام والرعاية الحكومية والمجتمعية بهذا القطاع وفقاً لأسس ومعايير واضحة ومحددة في إطار هذه الاستراتيجية التي تتوافق والرؤية الاستراتيجية الممتدة في فترتها الزمنية حتى \*2025 م، ومع أهداف الألفية.

و تهتم عملية التنمية السياحية فيما يخص ترقية الخدمات السياحية في الجزائر على تطوير كل الأنشطة و المجالات المتعلقة بذلك؛ من هياكل قاعدية، شبكة نقل، مواصلات حديثة، شبكة كهرباء و مياه عذبة، شبكة هاتف و إنترنت عالية التدفق، زيادة طاقات الاستيعاب و تحسين معاييرها، تسهيل دخول السياح و حرية تنقلهم، تحقيق الأمن و الاستقرار الاقتصادي و الاجتماعي.

### المطلب الثاني: وسائل ترقية الخدمات السياحية في الجزائر

أصبحت ترقية الخدمات السياحية في الجزائر تشكل أولوية من بين أولويات الدولة التي تزعم تحقيقه تبعا لخطة استراتيجية تركز على ترقية عدة أقطاب سياحية. فالقطاع السياحي الجزائري له المؤهلات الطبيعية العديدة المتمثلة في امتداد مساحة البلاد وتباين مناخها و ثراء تراثها الطبيعي والثقافي والفني مما يسمح بممارسة شتى النشاطات السياحية والترفيهية ومواصلتها طول السنة.

---

<sup>1</sup> - عبده مهدي صلاح، مسارات النشاط الاستثماري السياحي و إمكانية توجيهه، صحيفة الثورة، الموقع: <http://www.althawranews.net/portal/print.php?id=91770>، في: 2014/08/27.

وفيما يلي بعض وسائل التي تساعد في ترقية الخدمات السياحية ونموها<sup>1</sup>:

- **الإعلان السياحي:** يعرف الإعلان السياحي بأنه الوسيلة غير الشخصية والتي تهدف إلى التأثير المباشر في وجدان وعواطف ومدركات السياح، وتوجيه سلوكهم السياحي نحو التعاقد على برنامج معين أو على خدمات سياحية لمؤسسات سياحية وطنية وخاصة معينة، وتكمن وسائل الاعلان السياحي فيما يلي:
  - **الإنترنت:** يتمثل الإعلان عبر الإنترنت في ملصق الكتروني يحمل اسم المؤسسة المعلنة، أو مناطق سياحية لدولة معينة، ويمكن أن يشمل صوراً أو جملاً مختصرة تحت متصفح الإنترنت على زيارة موقع المؤسسة أو إجراء عملية شراء فوري.
  - **الفضاءات التلفزيونية:** اكتسبت وسائل الاتصال فعالية كبيرة بدخول التلفزيون إلى ميدانها في النصف الثاني من القرن 20، نظراً للميزات التي يتمتع بها من نقل الصورة، الصوت والحركات لذلك تتبناه بنبه منتج الإعلان إلى هذه الوسيلة وأخضعوها لخدمة غاياتهم في التسويق للخدمات السياحية.
  - **الصحف والمجلات:** تعد الصحافة من وسائل الاتصال المهمة التي يستطيع المعلن استخدامها للإعلان عن الخدمات، وتعتبر من أسهل وأسرع وسائل الاتصال في نقل الرسالة الاعلانية من المعلنين إلى المستهدفين، وتعد المجلات من وسائل الاتصال التي يمكن استخدامها في نشر رسالة إعلانية طويلة متميزة عن باقي الرسائل بجودة عالية وبالألوان.

---

<sup>1</sup> - نوري منير، بلعلاء خديجة، أهمية الاتصالات التسويقية في تنمية السياحة الصحراوية في الجزائر، الملتقى الدولي الثاني حول دور السياحة الصحراوية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 11 و12 مارس 2012، ص7-8.

- **المعارض السياحية:** تؤدي المعارض السياحية دورا هاما في الإعلان عن السياحة من خلال عرضها أفلام وثائقية عن البلد السياحي ثم توزيعها منشورات إعلانية إلى الزوار ونقل أطوارها إلى الخارج.
- **البريد المباشر:** يُعتبر من أهم الوسائل التي تستخدم على نطاق واسع في عمليتي الإعلان عن المنتج وبيعه، ويلعب دورا هاما في الاتصال بالمستهلك.
- **الهاتف:** اتخذ الهاتف كأسرع الطرق للوصول إلى السائح بهدف عرض الخدمات والمنتج السياحي وتلقي كذلك طلبات العملاء السياحيين والسياح على السواء.
- **الوكالات السياحية:** تعد وكالات السياحة والسفر إحدى الوسائل التي تقوم بدور فعال في تفعيل التنمية السياحية وزيادة النشاط السياحي، من خلال جلب السائح الأجنبي أو المحلي.
- **العلاقات العامة:** العلاقات العامة في مجال السياحة هي التي تعمل على تقوية وتنمية النشاط السياحي وعملائها، ويمكن تعريفها على أنها الجهود المتبعة من خلال المؤسسة السياحية لرصد خطط وإنشاء وتطوير التفاهم والثقة المتبادلة بين المؤسسة ومختلف الأطراف المعنية، تستهدف العلاقات العامة جمهورا عريضا العملاء، الصحافة.
- تتميز العلاقات العامة بانها أقل تكلفة من الإعلان لكن تحقيقها يتطلب فترة طويلة من العمل.
- **الاتصال الشخصي:** هو التقديم الشخصي والشفهي للمنتجات بهدف إقناع العميل الحالي أو المحتمل بالمنتج ودفعه إلى شرائه، ويتمثل في تزويد العميل بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج وإغرائه وإقناعه بالشراء من خلال التواصل معه شخصيا.
- **تنشيط المبيعات:** من أهم عناصر المزيج الترويجي التي تستخدمها المؤسسة السياحية من أجل زيادة الطلب على البرامج السياحية التي تقدمها، وتستخدم مؤسسات السياحة عادة عدد من

الوسائل التي تؤثر بشكل أو بآخر على البرامج السياحية كالمعارض السياحية المحلية والدولية والمؤتمرات.

- **التسويق المباشر:** التسويق المباشر له دور فعال في التنمية السياحية فهو يستعمل وسائل غير تقليدية لتحقيق استجابة ملموسة بأقل جهد.
- **الحرف التقليدية:** إن الزيادة في نشاط الحرف التقليدية والمحافظة عليها وتنميتها، يساعد في جلب السائح المحلي أو الأجنبي على السواء وتجلب السياحة للمنطقة وتزيد الدخل الفردي والقومي وترفع من أهمية القطاع السياحي في الاستثمار وتطوير النشاط السياحي وخلق نشاطات جديدة تدعم نشاطات تطورت وأخرى في مرحلة الإنشاء.

### المطلب الثالث: الاستثمار السياحي و ترقية الخدمات السياحية في الجزائر

إن تحقيق ترقية في الخدمات السياحية لا يتأتى إلا من خلال الآثار الاقتصادية الإيجابية التي يضيفها الاستثمار السياحي إلى الاقتصاد الوطني، ومن خلال تنافسية قطاع السفر والسياحة على مستوى العالم، احتلت الجزائر المرتبة 75 عام 2011<sup>1</sup>.

أما الإطار التنظيمي للقطاع فجاءت في المرتبة 99، و المرتبة 93 من حيث بيئة السفر والسياحة والبنية التحتية، في حين جاءت في المرتبة 98 من حيث مؤشر الموارد البشرية الثقافية والطبيعية من بين 130 دولة<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> – UNWTO, Tourism Highlights, Edition 2012, site: <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr.pdf>, visité le: 14/11/2012

<sup>2</sup> – عامر عيساني، مرجع سابق، ص244.

إلا أنه يلاحظ عزوف محلي و دولي من الاستثمار في القطاع السياحي بسبب ضعف مردود هذا الأخير و نقص الثقافة السياحية و الجدية من طرف المسؤولين في القطاع لتحفيز ذلك.

و بهدف تحفيز و جلب المستثمرين الأجانب وضعت الدولة المزايا و الخصائص التي تملكها

الجزائر في النقاط التالية<sup>1</sup>:

- فرص استثمارية جاذبة
- التوفر على ثروات طبيعية هامة
- استقرار اقتصادي
- سياسات تنموية واستراتيجيات قطاعية طموحة
- السياحة: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.
- الزراعة: برنامج التجديد الزراعي والريفي.
- الطاقة: برنامج الطاقات المتجددة (الطاقة الشمسية والحرارية وطاقة الرياح) الذي يهدف لإنتاج 22 000 ميغا واط بحلول عام 2030.
- إمكانية الوصول إلى الأسواق الإقليمية
- بنى تحتية قابلة للإستعمال، حديثة تتوافق مع المعايير الدولية
- يد عاملة مؤهلة، شابة و تنافسية
- تكلفة عوامل إنتاج تنافسية
- إجراءات تشجيع و تحفيز للاستثمار

---

<sup>1</sup> - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI، أهم الأسباب للاستثمار، الموقع: <http://andi.dz/index.php/ar/raisons-pour-investir>، في: 2013/05/23.

• مزايا إضافية أخرى:

- التسديد الجزئي أو الكلي للمصاريف المتعلقة بأشغال البنى التحتية في إطار النظام الاستثنائي
- تخفيض حصة اشتراك أرباب العمل في الضمان الاجتماعي عند توظيف الشباب طالبي الشغل
- منح الامتياز على الأوعية العقارية بصيغة التراضي
- تخفيض على مبلغ الإتاوة الإيجارية للأصول العقارية و الممتلكات العقارية المقتناة في إطار إنجاز المشروع الاستثماري.
- إمكانيات التمويل من خلال البنوك العمومية، صناديق الاستثمار والمؤسسات المالية
- تستفيد المشاريع الاستثمارية من تخفيض قدره 2% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية و قد تصل هذه النسبة 4,5% في ولايات الجنوب.
- تكثيف إبرام اتفاقيات الحماية والتحكيم الدولي
- الانضمام إلى الاتفاقيات الدولية لحماية المستثمرين، المتعلقة بالضمانات والتحكيم الدولي
- التوقيع على 48 اتفاقيات ثنائية لترقية و الحماية المتبادلة للإستثمارات.
- و قد فتحت الجزائر الاستثمار السياحي للقطاع الخاص المحلي و الأجنبي من أجل تطوير المنتجات السياحية و تأهيل العاملين في القطاع و ترقية الخدمات.
- و من أجل ذلك أصدرت قوانين و مراسيم تحدد النشاطات و تحمي الخواص و الدولة على السواء.

و يمكن تبسيط ذلك في النقاط التالية<sup>1</sup>

• **القانون 10/90 المؤرخ في 18 أبريل 1990:** المتعلق بالنقد و القرض، و ميزة هذا القانون هو تحرير الاستثمار الأجنبي، و السماح بنقل رؤوس الأموال الأجنبية إلى الداخل بغرض الاستثمار، و يرسخ هذا للانفتاح الاقتصادي الفعلي، مع تحديد دور النظام المصرفي الذي كلف بتشجيع الاستثمار في مختلف المجالات، مع فتح شباك و حيد للحد من البيروقراطية.

• **القانون رقم 93/12 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993:** و يهدف إلى ترقية الاستثمار السياحي، استقلالية التسيير بين المستثمر المحلي و الأجنبي، كذلك منح إعفاءات من الفوائد و الرسوم الجمركية و تخفيض الضرائب، تخفيض مستحقات الضمان الاجتماعي و تقديم مساعدات في الإنجاز.

كما ينشئ مناطق خاصة و حرة اقتصادية، تخفيض نسبة الفائدة على القروض 50%.  
إنشاء نظام الجنوب و يتشكل من الولايات التالية: أدرار، إليزي، تمنراست، تندوف، و ميزة الاستثمار في هذه المناطق عقارية بالدرجة الأولى؛ حيث يتم الاستفادة من اكتساب العقار عن طريق البيع بالدينار الرمزي.

• **القانون رقم 01-03 المؤرخ في سنة 2001:** أحدث هذت القانون امتيازات إضافية لصالح المستثمرين، حيث ما جاء فيه الإغفاء من رسوم نقل الملكية و وجود تعويض عادل في حالة المصادرة، الإغفاء الضريبي على أرباح المشاريع الاستثمارية 10 سنوات.

إن الاستثمار السياحي يساهم بشكل كبير في النهوض بالقطاع السياحي؛ فهو ينمي النشاط السياحي يساهم بدوره في خلق أنشطة أخرى، و بالتالي خلق مناصب شغل جديدة- مباشرة و غير مباشرة - تحد

---

<sup>1</sup> - هادية يحيوي، السياحة و التنمية في الوطن العربي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم السياسية، معهد العلوم السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتة، 2012، ص: 101-102.

من انتشار البطالة و تفشي المشاكل الاجتماعية، تحسن المستوى المعيشي للأفراد و تخلق استقرار اقتصادي و سياسي على أسس متينة،

## المبحث الثالث: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر آفاق

.2025

تعتمز الجزائر منح قطاع السياحة والصناعة التقليدية المكانة التي تتلاءم مع ما له من إمكانيات متاحة وثروات ودمج السياحة الداخلية ضمن الشبكة التجارية للسياحة العالمية وذلك بفضل إبراز الوجهة الجزائرية كمقصد سياحي مرجعي على الصعيد الدولي وللقيام بذلك فقد قررت الحكومة وضع إطار عمل استراتيجي مرجعي ورؤية إلى آفاق 2025، مدعمة بالأهداف الواردة في المخطط التوجيهي للتنمية السياحية، الذي يعتبر أحد مكونات المخطط الوطني لتهيئة الإقليم إلى عام 2025، الذي نص عليه القانون رقم 01-02 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة. من الضرورة الإشارة إلى أن الرهان الأساسي لتنمية قطاع السياحة هو اعتباره كبديل اقتصادي لموارد النفط والغاز للبلاد في السنوات المقبلة. وترتبط السياحة إلى حد كبير بمدى استقرار الاقتصاد العالمي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - وزارة السياحة والصناعات التقليدية، المخطط الخماسي 2010-2014، ص5.

## المطلب الأول: مدخل للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025\*) الإطار الاستراتيجي المرجعي

للسياسة السياحية في الجزائر<sup>1</sup>.

وهو مخطط تقف الدولة إلى جانبه، إذ يعلن نظرتها للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير والمدى الطويل (2025) في إطار التنمية المستدامة، والمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية-SDAT 2025- جزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الذي يبرز الكيفية التي تعتمدها الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي، العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية، والدعم الإيكولوجي في أطر التنمية المستدامة على مستوى البلاد بالنسبة للعشرين سنة المقبلة.

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية -SDAT 2025- يمثل الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات، وجميع المناطق عن مشروعها السياحي الإقليمي لآفاق 2025، وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تهمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر. ولتحقيق القفزة المطلوبة وجعل السياحة أولوية وطنية للدولة، يجب النظر إليها على أنها لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة لأنها تشكل موردا بديلا للمحروقات لكونها مصدرا آيلا للنضوب.

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية -SDAT 2025- هو التتويج الناضج لمسار طويل من الأبحاث والتحقيقات والدراسات والخبرات والتشاور الواسع مع الفاعلين الوطنيين والمحليين العموميين

---

<sup>1</sup> - وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة الجزائرية، المخطط الاستراتيجي : الحر كيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، 2008، ص17.

\*- SDAT/ Schéma Directeur d'Aménagement Touristique

والخواص، ولتحقيق أهداف المخطط الاستراتيجي كان لابد من برنامج وأعمال سياحية ذات أولوية تمثل الأساس الجوهري للاستراتيجية الجديدة للتهيئة السياحية لآفاق 2025<sup>1</sup>.

كان SDAT 2025 موضوع نقاش وطني واسع، جهوي و محلي، جمع مختلف الفاعلين و المتعاملين في السياحة الوطنية،.

يعتبر SDAT 2025 أن السياحة ليست فرعا و لا قطاعا للنشاط، إنها صناعة فنية، توفق بين ترقية السياحة و البيئة، و تساهم في تشكيل مجموعة من الخدمات- نقل، إيواء، ترفيه، إطفام- و خلق توليفة بينها أساس النجاح.

تعتمد السياحة على المورد البشري، من حيث قدراته و تأهيله، و في هذا الاتجاه يرى SDAT 2025 الإعداد لهذا العنصر ثقافيا و خدميا.

يتمثل رهان SDAT 2025 في مساهمة جميع المتعاملين في السياحة - المستثمرون، المرقون، وكالات الأسفار، المرشدون، أصحاب الفنادق، المطاعم، الدواوين، الحركة الجمعوية، الجماعات المحلية- في التشاور و الحوار الواسع لتحقيق الأهداف المسطرة.

### **المطلب الثاني: رهانات و معوقات التحول السياحي في الجزائر.**

لقد كان رهان الجزائر خلال السنوات الأخيرة، تدارك التأخر المتراكم في قطاع السياحة. ولأجل ذلك وضعت السلطات العمومية قطاع السياحة والصناعة التقليدية في صلب انشغالاتها الرئيسية. ورغم

<sup>1</sup> - وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة الجزائرية، مرجع سابق، ص16.

امتلاكها سياسة شاملة لتطوير السياحة والصناعة التقليدية فإن الحكومة ومواصلة منها في نفس المنهج قد سجلت هذا القطاع بين القطاعات ذات الأولوية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025.

**أولاً: رهانات التحول السياحي في الجزائر:** توجد رهانات عديدة أمام تحول السياحة في الجزائر، إلا أنه يمكن إبرازها من خلال ما يلي<sup>1</sup>:

**1- الرهانات الاقتصادية:** زيادة عن العائدات المالية التي توفرها السياحة و أثرها على ميزان المدفوعات، تساهم السياحة في تنمية قطاعات منتجة أخرى - الفلاحة، الصناعات التقليدية، العمارة و الأشغال العمومية، الخدمات- و هي بذلك تساهم في تنويع موارد الاقتصاد الوطني و يستقل الاقتصاد تدريجياً من الاعتماد على بيع البترول الخام.

**2- رهانات التشغيل:** تعتمد السياحة في تشغيلها على يد عاملة كثيرة و مكثفة في مناصب عمل مباشرة و غير مباشرة، و هي بذلك تساهم في إدماج الشباب البطال في الحياة الاجتماعية و المهنية، و باستغلال كل المناطق السياحية، تضع بذلك حدا للنزوح الريفي و الهجرات نحو المناطق الساحلية، كما تشكل من جهة أخرى فرصة ثمينة لدفع الحركيات الاقتصادية.

**3- رهانات التهيئة الجهوية و التنمية المحلية:** تعتبر السياحة أحد العناصر الأساسية لأي سياسة للتهيئة الجهوية و التنمية المحلية للإقليم، إن لم تكن السياحة هي العامل الأول المهيكل للفضاء الجيواقتصادي.

<sup>1</sup> - وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، تشخيص و فحص السياحة الجزائرية، 2008، ص16-17

و أكثر من ذلك هي عامل تحسيس و توعية بيداغوجية بالمبادئ المرتبطة بالبيئة، من خلال مساهمتها في التنمية المحلية ضمن منطق اقتصادي يثمن و يحافظ على الموارد المادية و الغير المادية، و بالتالي يحقق سياحة مستدامة تحافظ على البيئة و المكون الحضاري التاريخي.

#### 4- رهانات ثقافية: تساهم السياحة في انفتاح المجتمع على الآخر بحيث يحدث

تبادل ثقافي، و يساهم في تثمين التراث الثقافي الغني، المادي و الروحي بلادنا، و هي عامل سلام و حوار بين الثقافات.

#### 5- رهانات الصورة: تساهم السياحة في تحسين صورة البلاد، و تجذب السياح

للجزائر كمقصد عالمي، و يساهم ذلك كله في ميدان الاستثمار و التدفق

### السياحي

#### ثانيا: معوقات التحول السياحي في الجزائر: يعاني القطاع السياحي الجزائري من مشاكل ومعوقات

عديدة تم البحث فيها وجمع كل المعلومات المتعلقة بها والممكن الوصول إليها ويمكن حصرها في

الآتي<sup>1</sup>:

- غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية:
- مواقع بلا صيانة وغير مثمّنة بصورة كافية.
- غياب مواد مثيرة للجاذبية وقادرة على التمييز.
- غياب التشاور والتنسيق حول الأمور الأساسية المتعلقة بالنشاط بين الفاعلين في ميدان السياحة.

<sup>1</sup> وزارة السياحة والصناعات التقليدية، نفس المرجع، ص.53.

- **ضعف نوعية المنتج السياحي:** إذ دائما ما نجد أن المنتج السياحي المحلي لا يرقى للمعايير السياحية الدولية، ويمكن شرح ذلك من خلال:

#### أ- ضعف نوعية الخدمات السياحية:

- تدني للنظافة والصيانة في الفضاءات العمومية.
- خدمات مرتفعة السعر وذات نوعية أقل مقارنة بدول الجوار.
- غياب خدمات جذابة.
- غياب أعمال لإبراز المنتجات المحلية.

#### ب- إيواء و فنادق جد ضعيفة وذات نوعية رديئة.

- عجز في طاقات الاستقبال.
- هياكل إيواء متآكلة وبأسعار مرتفعة نسبيا بالنسبة للسكان المحليين أو مقارنة بمستوى جودتها.
- 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية.

#### • ضعف نوعية النقل:

- عدم القدرة على توفير خدمات نقل كمية ونوعية متكيفة مع الطلب برية وجوية، مع تسعيرة مبالغ فيه مقارنة مع شركات النقل الجوي لدول الجوار- إذ نلاحظ أن الجزائر لم تفتح المنافسة للدول الأجنبية فيما يتعلق بالسوق المحلية-.

- سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب (نحو المقاصد السياحية، الأهقار، وحظيرة الطاسيلي).

#### • ضعف تكنولوجيا الإعلام والاتصال في السياحة:

- عدم كفاية مواقع الأنترنت مع التركيز على ترقية الصحراء والاكتشاف الثقافي (السياحة الصحراوية والثقافية).

- صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في قطاع السياحة.
- خدمات مالية، تسيير وتنظيم غير ملائم مع القطاع:
- أ. بنوك وخدمات مالية دون المستوى مع القطاع:
- عدم ملائمة وضعف وسائل الدفع على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسواح.
- قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج.
- تعارض في طريقة تمويل الاستثمار السياحي مع طبيعة النشاط.
- ب. تسيير وتنظيم لا يرقى للسياحة العصرية:
- المبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات.
- غياب أدوات التقييم ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي.
- غياب الامن وعجز في الترقية والتسويق:
- أ. غياب الأمن:
- مشاكل متكررة ومتفرقة (غياب الأمن الصحي، الغذائي، اضطرابات، اختطاف للسياح)
- ب. عجز في الترقية والتسويق:
- ضعف تسويق الوجهة الجزائرية.
- ضعف في التعاون بين مختلف القطاعات والشركاء في قطاع السياحة.
- وسائل ترقية متأكلة وغير مؤهلة لا تتماشى مع تقنيات الاتصال الحديث.
- غياب أنشطة إعلامية، كالمشاركة في الصالونات والمعارض في الخارج.

## المطلب الثالث: الأهداف المسطرة لمخطط التهيئة التوجيهي للسياحية في الجزائر

### • أهداف المخطط الاستراتيجي 2025

تتمثل أهداف المخطط الاستراتيجي 2025 في الآتي<sup>1</sup>:

#### 1- الأهداف العامة:

تستهدف السياسة السياحية الجديدة ضمن هذا المخطط جملة من الأهداف العامة وهي:

- أ- تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي والاستثمار.
- ب- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى (الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة، الشغل).
- ت- المساعدة على مجمعة المبادلات والانفتاح سواء على الصعيد الوطني أو الدولي.
- ث- التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية: ويتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة من مجمل حلقة التنمية السياحية (إقران الاجتماعي بالاقتصادي وبالبيئية).
- ج- تثمين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري: فكون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فإنّ استراتيجيات السياحة المتواصلة (المستدامة) عليها احترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية.
- ح- التحسين الدائم لصورة الجزائر: يرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية، ضمن آفاق تجعل منها سوقا هامة وليست ثانوية.

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص 18-19.

## 2- الأهداف المادية 2008-2025:

بالنسبة لعدد الأسرة المطلوب توفرها من خلال<sup>1</sup>:

- من أجل استقبال 6.5 مليون سائح في ظروف جيدة، تمتلك تونس اليوم 220.000 سرير تجاري.

- إن هدف الجزائر في آفاق 2025 هو استقبال 11 مليون سائح، وباحترام نفس النسب لدى الجيران فهي تحتاج إلى 75.000 سرير من النوعية الجيدة.

- هدف الأقطاب ذات الأولوية هو تحقيق ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقع، أي 40.000 سرير بمقاس دولي منها 30.000 من الطراز الرفيع في المدى القصير جدا و 10.000 سرير إضافي في المدى المتوسط.

- وقد حدد المخطط سبعة أقطاب سياحية سنتطرق لها لاحقا.

- توفير 400.000 منصب شغل (بشكل مباشر، وغير مباشر)

## 3- الأهداف النقدية للمرحلة 2008-2025:

يتم وضع الأهداف النقدية لهذه المرحلة من خلال<sup>2</sup>:

إنّ خطة الأعمال لوضع الجزائر على مسار يخدم السياحة، يقدر الاستثمار العمومي والخاص

الضروري بين 2008-2025 بـ 2.5 مليار دولار أمريكي.

<sup>1</sup> - وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، نفس المرجع ، ص.17.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، نفس الصفحة.

يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي، العمومي والخاص، المادي وغير المادي (الهيكل الطبيعية الاتصال) بـ 60.000 دولار لكل سرير يوضع بكل الترتيبات، 55.000 دولار في استثمارات مادية و 5000 دولار في استثمارات غير مادية.

ومن أجل توفير 40.000 سرير التي يعتزم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للامتياز يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 2.5 مليار دولار على مدى السنوات إلى غاية (2025) أي 350 مليون دولار سنويا.

بالنسبة للأقطاب السياحية السبعة للامتياز، يمكننا تصور جهد إضافي بمبلغ 1 مليار دولار أمريكي لكل باقي البلاد يمكن توظيفه لإزالة العجز البنوي الحالي.

أما حصة الاستثمارات العمومية في الأقطاب السبعة، وإذا احتفظنا بالنسبة الاعتبارية المقدره بـ 15% بالنسبة لحصة الاستثمار العمومي (بما فيه المادي وغير المادي)، يتوجب على السلطات العمومية (بكل وزاراتها) التكفل بـ 375 مليون دولار على مدى السنوات الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز، أي 54 مليون دولار سنويا.

وفيما يلي جدول لبيان الخطة بالأرقام:

جدول 11: خطة الأعمال بالأرقام آفاق 2025

السنة	2007	2025
عدد السواح	1.7 مليون سائح	11 مليون سائح
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	150000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7%	5%
إيرادات (مليون دولار)	250 مليون دولار	10500 إلى 13500
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200.000 منصب شغل	902.000 منصب شغل
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	142800

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008

من خلال الجدول السابق نلاحظ ان مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة في حدود 11 مليون سائح، لكن ذلك لا يعكس مكانة حقيقية عالمية، فالمغرب يتوقع مع نهاية 2014 إلى الوصول إلى أكثر من 11 مليون سائح، أما عدد الأسرة فإن مستوى التطور المستهدف حدد 150000 سرير فخم على ما هو متاح حاليا ليصبح الطاقة الاجمالية مساوية لـ 234869 سريرا.

أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكانت بمعدل تطور قدر ب 5% مع نهاية الفترة 2025، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة 4.5 ضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعدا بيداغوجيا.

#### 4- المشاريع ذات الأولوية:

لقد تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT) فمنها الجاري انجازه، أو ما هو محل دراسة وعرض متقدم<sup>1</sup>:

- أ- فنادق السلسلة (HOTELS DE Chaîne) عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29386 سرير.
  - ب- عشرون قرية سياحية متميزة، وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي ومصممة لتتناسب مع الطلب الدولي والطلب الوطني.
  - ت- انطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز:
- و يمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

---

<sup>1</sup> - وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 SDAT: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص14-15.

جدول:12: المشاريع قيد الانجاز بالأقطاب السياحية للامتياز الوحدة: مشروع

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية بامتياز
23	شمال شرق
32	الشمال وسط
18	الشمال غرب
04	الجنوب الغربي الواحات
02	الجنوب الغربي توات قورارة
01	الجنوب الكبير الأهقار
80	المجموع

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008.

من خلال الجدول السابق ينتظر أن تساهم مجموع المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية الستة إلى تحقيق طاقة إيواء جديدة تقدر بـ 5986 سريرا وتوفير 8000 منصب شغل بعد الانتهاء من الإنجاز.

القرى السياحية المقرر إنجازها عددها 17 قرية سياحية، وقد جاءت موزعة على الأقطاب السياحية على النحو التالي:

- القطب السياحي شمال شرق بعدد 02 قرية سياحية وبطاقة إيواء مقدرة بـ 7378 سريرا.
- القطب جنوب غرب بقرية واحدة ذات طاقة إيواء تقدر بـ 92 سريرا.
- القطب شمال غرب 03 قرى سياحية بطاقة إيواء تقدر بـ 6852 سريرا.
- القطب السياحي شمال وسط 11 قرية سياحية بطاقة إيواء 40844 سريرا.

## ملخص الفصل الثالث

رغم كل المقومات التي تمتلكها الجزائر من موقع جغرافي متميز ومساحة كبيرة هي الأولى افريقيا بعد انقسام السودان إلى دولتين، إضافة إلى التنوع المناخي الذي يسمح لها باستقبال السياح على مدار السنة، بالإضافة إلى كل المقومات التاريخية والحضارية والمقومات السياحية من حمامات معدنية وسياحة شاطئية وسياحة صحراوية إذا ما وصلت إلى التشغيل الكامل وصلت إلى قمة الدول في الزيارات من حيث السواح.

إلا أنه تبقى دائما معوقات ومشاكل تقف أمام قطاع السياحة نضع على رأسه عدم الجدية من طرف السلطات والعاملين السياحيين في إيصال هذا القطاع إلى أن يكون أحد المداخل الهامة للدولة الجزائرية، ضف إلى ذلك انعدام الأمن، وهو اللب الأساسي لكل نجاح سياحي، فعندما يتوفر الامن والطمأنينة لدى المواطنين والسياح يزداد الوعي والابداع الفني والفكري، ومن هنا وجب سن قوانين صارمة وأخرى تحمي السائح والعامل السياحي على السواء، وأهم شيء هو الوقوف على سير ومدى تطبيق مختلف القرارات والقوانين السارية المفعول، وبالتالي وجب على كل الأشخاص مراقبة أنفسهم ومعرفة حقوقهم وواجباتهم من أجل السير الحسن والمنظم بعيدا عن الفوضى والتخريب العمدي أو غير العمدي.

كما يجب الإشارة إلى درجة الإهمال الذي تعاني منه مختلف المناطق الأثرية والطبيعية في الجزائر إذا علمنا أن الوكالة العالمية للسياحة قد صنفت أكثر من موقع جزائري على أنها إرث عالمي للبشرية وجب الحفاظ عليها لتتعرف عليها الأجيال القادمة. كما أن ضعف الهياكل المالية والمؤسسات المالية في الجزائر والبيروقراطية تشكل عائقا كبيرا أمام النشاط السياحي والاقتصادي ككل للنمو ومنافسة الأسواق العالمية.

# الفصل الرابع:

## دراسة حالة

(وكالة تيمقاد للسياحة و السفر)

## مقدمة الفصل الرابع

إن نجاح أية عملية تخطيط سياحي تعتمد في الأساس على العناصر الناشطة في القطاع السياحي، فكلما كانت الرغبة في مساعدة الآخرين و مد يد العون إلى أولئك الذين على احتكاك مباشر بالسائح كلما كانت النتائج إيجابية و تعود بفائدة.

وكالات السفر والسياحة هي من أهم العناصر الفاعلة في القطاع السياحي، فهي تنظم وتخلق وتبيع المنتج السياحي للسياح المحليين كما الأجانب، وتمثل الركيزة الأساسية في الخدمات السياحية؛ فهي تعرض نوع المنتج وبرنامج الرحلة أمام السائح قبل الحصول عليها، فلا يجب إن يغادر الزبون السائح دون أن يكون قد تعرف جيدا على المنتج السياحي والامتيازات التي يحصل عليها أو الأشياء التي سيستفيد منها في حال أراد الحصول على الخدمة.

وفي هذا الفصل يتكلم الباحث عن الوكالات السياحية والسفر بشكل عام من خلال التعريف والتاريخ والنشاطات المبرمجة، ثم كيف ينظر التخطيط لوكالات السياحة و الأسفار في الجزائر، وفي الأخير يتم التطرق إلى وكالة تيمقاد للسياحة والسفر كأكبر الوكالات في الشرق الجزائري ومختلف فروعها، نشأتها، هيكلها الإداري، دورها في ترقية الخدمات السياحية وفق التخطيط السياحي، المشاكل والمعوقات.

## المبحث الأول: مكانة وكالة السياحة والسفر في التخطيط السياحي الجزائري

في الدول المتقدمة يكون اعتماد الأفراد بنسبة 90% في تنظيم رحلاتهم السياحية أو رحلات الأعمال عن طريق وكالات السفر والسياحة<sup>1</sup>.

وكالة السياحة والسفر تقدم للأشخاص والجماعات خدمات ذات علاقة بالنشاط السياحي، وتسهل للمؤسسات العاملة في القطاع السياحي على بيع منتجاتها دون الحاجة إلى فتح مكاتب في الدول الأجنبية.

### المطلب الأول: مفهوم وكالة السياحة و السفر، نشأتها و أعمالها الأساسية.

يشهد الوقت الحالي انتشارا واسعا لوكالات السياحة والسفر وأصبحت معروفة وموجودة في كل مكان مثل أي محلات يرتادها الزبائن والعملاء يوميا، فهي تسهل العلاقة بين طالب الخدمة وموردي الخدمة، أي الوسيط بين شركات الطيران والفنادق والبنوك والسائح أو طالب الخدمة.

### أ- تعريف وكالات السياحة والسفر:

تعتبر وكالة السفر صناعة قائمة بذاتها فهي تخلق كل أنواع النشاط السياحي الممكن و تربط كل العوامل السياحية و القدرة الاستيعابية للنشاط السياحي مع السائح، و تساعد على خلق مناخ ملائم و تتطور بسرعة مع متطلبات السوق السياحي و تعمل على خلق قدرة تنافسية عالية.

تعرف وكالة السياحة و الأسفار: على إنها تنظم و تنتج و تباع للسكان المحليين و غير المحليين بضاعتها الجماعية الخاصة أو الرحلات السياحية الفردية و كذلك بيع الخدمات الاضافية

<sup>1</sup>- لمياء حنفي، مرجع سابق، ص37.

المرتبطة بها أو تكون وسيلة عند بيع الرحلات السياحية و الخدمات و البضائع المنتجة من قبل شركات أخرى<sup>1</sup>.

وكالة السياحة و الأسفار هي تلك الشركات التي احترفت تنظيم الرحلات السياحية الداخلية والخارجية لقاء أجر أو نسبة من الفنادق وشركات الطيران، وفي حالة السياحة الخارجية يتطلب ذلك روابط مع شركات من نفس النشاط في الوجهة السياحية المختارة، كما يتطلب ذلك التنسيق مع شركات النقل البري والبحري والخطوط الجوية من أجل القيام بالبرامج السياحية على خير وجه<sup>2</sup>.

وتمثل وكالة السفر العديد من الموردين، فهي تمثل منظمي الرحلات السياحية، شركات الطيران، شركات النقل البحري، الفنادق والموتيلات والمنتجعات، وكالات إيجار السيارات، المطاعم، أماكن الترفيه. وتعتبر وكالة السفر سمسارا لأنها<sup>3</sup>:

- لا تشتري وكالة السفر المنتج ولكنها تعمل نيابة عن العميل.
- لا يكون هناك مقابل مادي يدفعه العميل نظير استخدامه لخدمات وكالة السفر.
- يكون دخل وكالة السياحة والسفر من العمولة التي تحصل عليها من المبيعات.

و على وكالة السفر أن تمتلك خبرة في السفر و الرحلات المحلية و الدولية، أي أن يملك طاقم ذو خبرة و كفاءة عالية بحيث يقدم كل المعلومات التي يحتاج إليها الزبون و ذلك من أجل أن تخطط له الرحلة التي يرغب فيها ابتداء من الحجز إلى وسائل النقل ثم منشآت الإقامة و الرحلات الترفيهية، بالإضافة إلى نوع الملابس، كذلك المناخ و العادات و التقاليد.

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص36.

<sup>2</sup>- World tourism organization, Understanding tourism basic glossary, Site : <http://media.unwto.org/> , visité le : 11/05/2011.

<sup>3</sup> - محمود محمود هويدي، مرجع سابق، ص153.

## ب- نشأة وكالة السياحة والسفر.

كانت أول الرحلات السياحية للإنسان هي زيارة المعابد واكتشاف الحضارات السابقة وكانت لهذه الزيارات واستقبال السكان الأصليين لتلك المناطق كنوع من التنظيم مثل الوكالات السياحية، وبظهور وتطور دولة اليونان القديمة 776 قبل الميلاد انتعشت أيضا حركة السفر لمشاهدة الألعاب الأولمبية مما أتاح الفرصة لظهور الأنشطة التي يحتاج إليها المسافرون والمترددون على مناطق الألعاب مثل تقديم المأوى والطعام، والآن تعتبر مهرجانات الألعاب الرياضية على اختلاف أنواعها مناسبات لحركة السفر الدولية وفرصة هامة لتنظيم الرحلات<sup>1</sup>.

تعتبر الشركة البريطانية -كوكس إند كينجس- COX & KINGS على إنها أقدم وكالة سياحة و سفر في العالم، و لكن ذلك يبقى اذا علمنا إن الخدمات التي قدمها البنك المنشئ في 1758 و الذي يقدم خدمات لزبائنه الاثرياء(سفر، اقامة). أول وكالة ظهرت في العصر الحديث كانت في النصف الثاني من القرن 19 ميلادي على يد THOMAS COOK فأنشأ مجموعة من الوكالات و هو أول من وضع برنامج لرحلة سياحية بعد الاتفاق مع مؤسسة السكك الحديدية Midland Railway، فهو لم يبيع منتوجه السياحي فقط بل قام بالدعاية للبرامج السياحية المتعلقة بشركات أخرى<sup>2</sup>.

بالإضافة إلى الوكالات البريطانية الأولى ظهرت DEAN & DAWSON التي نظمت أول رحلة من لندن نحو باريس في سنة 1978<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - عبدالرحمن سليم، شركات السياحة و وكالات السفر، مؤسسة الثقافة الجامعية بالإسكندرية، مصر، 1990، ص11.

<sup>2</sup> - Tobin, Rebecca, Wanted young agents, Site: en.wikipedia.org/wiki/Travel\_agency, visité le : 01/01/2013

<sup>3</sup> - Dean & Dawson History, Site: www.deananddawson.co.uk/1771.html, visité le: 02/01/2012

أقدم وكالة سياحية في الولايات المتحدة الأمريكية كانت BROWNELL Travel ففي 4 جويلية 1887 قام والتر برأونل بترتيب رحلة لعشرة أفراد عن طريق البحر على سفينة SS DEVONIA من نيويورك نحو أوروبا<sup>1</sup>.

ثم تطورت الوكالات السياحية مع التجارة وظهور الطائرات وأصبحت شيئاً مألوفاً، وبدءاً من سنة 1920 أصبحت الوكالات السياحية تلبي رغبات الطبقة المتوسطة والعامة من خلال تنظيم رحلات بحرية وبرية لأعداد كبيرة من السياح وعلى نطاق واسع.

و مع اشتداد المنافسة في ظل السوق الحرة لجأت بعض الوكالات إلى التكتل مشكلة بما يسمى HOLDING COMPANIES والتي جعلت من العالم قرية صغيرة من خلال إنشاء سلسلة فنادق ومطاعم عالمية، كسلسلة فنادق الهيلتون والماركيز أو سلسلة مطاعم هارديز وماكدونالدز، كما تنظم وتلبي كل رغبات الزبائن من خدمات عالية الجودة وبأسعار باهضة إلى رحلات تساعد اصحاب الدخل المنخفضة.

ت- الأعمال الأساسية لوكالات السياحة و السفر: يمكن لوكالات السياحة و السفر القيام بالأعمال التالية<sup>2</sup>:

- **عمليات تنظيمية:** تتمثل في كل عملية لتحضير الاعداد للرحلات الجماعية أو الفردية السياحية مقابل سعر موحد. و تشمل كل أو بعض الاساسيات مثل تأمين المواصلات و الطعام و الأوتيل و ايضا تشمل الخدمات الاضافية. و هذه الرحلات ممكن إن تكون للسياح الأجانب أو المحليين و ممكن أيضا إن تقام هذه الرحلات في مكان الشركة السياحية أو في الخارج.

<sup>1</sup>- Brownell travel, Oldest agency in USA, Site: [www.brownelltravel.com/about.html](http://www.brownelltravel.com/about.html), Visité le : 02/01/2013.

<sup>2</sup> - لمياء حنفي، مرجع سابق، ص 41-47

و تنقسم إلى قسمين: رحلات تنظم حسب رغبة الزبائن، و رحلات تنظم حسب البرامج الخاصة لشركات السياحة و السفر.

- **عمليات واسطة:** تتمثل في تأمين الربط بين السائحين و المنشآت السياحية الاخرى مثل قطاع المواصلات و قطاع الفنادق و هنا تكون مقابل عمولة. وضرورة وجود وسيط عند السفر والإقامة في مكان غريب يأتي من عدة عوامل:

**أولاً:** الجزء الأكبر من العرض السياحي يشتمل في تقديم الخدمات مرتبطة بالموقع السياحي ولا يمكن استهلاكها وهذه الخدمات لا يمكن نقلها لمكان آخر لذلك تظهر الحاجة لوكالات السياحة التي من خلال تقديم المعلومات والدعاية والإعلان تقوم بتعريف السائح بها وهو موجود في مكان سكنه الأصلي.

**ثانياً:** عادة القسم الأكبر من السائحين ليس لديهم المعرفة الكافية و التجربة و الوقت لكي يستطيعوا حل المسائل المتعلقة بسفرهم و إقامتهم بعيدا عن سكنهم الاصيل.

تقوم وكالات السياحة والسفر بأعمال اخرى و متنوعة كمكتب صرف للعملات و حجز التذاكر وبيع المنتجات التقليدية و كراء السيارات و نقل الامتعة واللوازم الشخصية للسياح.

### **المطلب الثاني: التخطيط السياحي و وكالات السياحة و السفر في الجزائر**

في تصريح للوزير السابق للسياحة والصناعات التقليدية - إسماعيل ميمون - حول الوكالات السياحية والأسفار حيث أعلن عن مرسومين تنفيذيين لتنظيم و تسيير وكالات السفر و إن اعتماد وكالات

السفر سيجدد كل ثلاث سنوات بعد أن كان مدى الحياة، وقد أحصى 874 وكالة سياحة وأسفار و98 ملحق<sup>1</sup>.

يشير المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية - تشخيص و فحص السياحة الجزائرية- إلى العديد من النقائص الموجودة في وكالات السياحة و الأسفار المحلية<sup>2</sup>:

- غياب التحكم في التقنيات الحديثة لسوق السياحة الدولية: فهي كثيرا ما تشهد تأخرا في مواكبة التطورات الجديدة في تنظيم و تسيير أنشطتها في السوق السياحية، من تحديث برامجها السياحية، برامج الحاسوب، صعوبة التعامل مع السياح الأجانب بلغات مختلفة، ضعف الدعاية الإعلانية و الإعلامية.
- عدم التكيف مع الطرق العصرية للتسيير الإلكتروني قصد تنظيم عمليات الحجز و الخدمات: و هي من أكبر المشكلات التي تواجهها الوكالات السياحية ككل تقريبا بسبب عدم توفر شبكة وطنية متصلة دوليا للحجز و الدفع، و يتم ذلك بالدفع النقدي أو عن طريق الهاتف و الحوالات البريدية و هي طرق بطيئة و ذات تكلفة إضافية مقارنة بالأولى.
- خضوع استقبال السياح في الجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد و جهتم: فمعظم الرحلات السياحية في الجنوب هي من إعداد وكالات أجنبية و يكون دور الوكالات المحلية فيها -إن وجد- كمرشد سياحي، و بالتالي يضعف استمرار وجود الوكالات السياحية في الجنوب و صعوبة استمرارها في المنافسة في السوق.

<sup>1</sup> - تصريح وزير السياحة والصناعات التقليدية السابق إسماعيل ميمون، برنامج ضيف التحرير، الإذاعة الجزائرية الثالثة، 2012/08/19.

<sup>2</sup> - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، تشخيص و فحص السياحة الجزائرية، 2008، ص55.

- **غياب مخطط للتكوين المستمر:** كثيرا من الوكالات السياحية الجزائرية لا تقوم بإجراء دورات تكوينية لموظفيها و هذا ما يضعف كفاءتهم و يعود بالسلب على مستوى تقديم الخدمات و العجز أمام العملاء لشرح البرامج السياحية.
  - **عدم وجود تنظيم لوكالات الأسفار و ميثاق يحكم المهنة:** و هذا ما خلق فوضى و أدى بإفلاس بعض الوكالات و إغلاق أخرى لمكاتبها في ظل منافسة لا تتسم بالشفافية و تعتمد الاحتكار، و عدم وجود ميثاق يحكم المهنة ضاعف من معاناة الوكالات خصوصا من ناحية الاتصال بين بعضها البعض و صعوبة إيجاد توافق موحد لخدمة مصالحهم و الحوار المشترك مع المسؤولين على القطاع.
  - **أنشطة موجهة نحو السياحة الموفدة:** فمعظم الرحلات إلى الخارج هي حج و عمرة بنسبة 80%، 10% تمثل استقبال وكالات الجنوب، و باقي متمثلة في حجوزات التذاكر و تمثل النسبة الباقية أي 10% .
  - **عدم التزامها نحو الزبائن:** حيث تلجأ بعض الوكالات للتحايل على الزبائن بتقديم عروض مغرية على الورق كفنادق 4 نجوم و خدمات ذات جودة عالية بينما يصطدم الزبون بأن تلك العروض في الحقيقة كانت قديمة لتلك الفنادق و قد سقطت في التصنيف السياحي منذ مدة.
  - **غياب الدعاية لوجهة الجزائر كبلد سياحي:** ففي دفتر شروط فتح وكالة السياحة و السفر تفرض الدولة الدعاية الدائمة و المستمرة لوجهة الجزائر السياحية و يتجلى ذلك في طباعة دليل سياحي و صور تبين المناطق الأثرية و السياحية الجزائرية.
- كل هذه النقاط التي أشار إليها المخطط التوجيهي هي نقائص لا تشمل كل المشاكل الحقيقية التي تعاني منها وكالات السياحة و السفر، و يمكن توضيح بعضها في النقاط التالية:

- تهميش وكالات السياحة و السفر من طرف المسؤولين بالقطاع فيما يتعلق بالتحضير للمواسم السياحية<sup>1</sup>.

- البيروقراطية و بطئ التعاملات في الإدارات العمومية اتجاه الوكالات السياحية تعقد من مهمة جذب السياح.

- انعدام التعاون و التنسيق بين كل من وكالات السياحة و الفنادق و المطاعم على المستوى الوطني لتنظيم استقبال وفود كبيرة - مثل تونس و المغرب- و هذا يضعف من نشاط الأخيرة<sup>2</sup>.  
و كل هذا يؤثر على الوكالات السياحية و لا يساهم في ترقية الخدمات السياحية في الجزائر.

### المطلب الثالث: التخطيط السياحي و تطوير وكالات السياحة و السفر في الجزائر

بهدف تطوير وكالات السياحة و السفر و ترقية الخدمات السياحية فقد وضع التخطيط السياحي خطا استعجالية و أخرى على المدى الطويل تهدف كلها لتسهيل عمل الوكالات و تمكينها من المنافسة و تحقيق نتائج إيجابية لإعطاء نفس جديد للقطاع الذي يعاني من حالة سبات و تأخر مقارنة بالدول المجاورة.

و يمكن توضيح ذلك في العناصر التالية<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> - زبير فاضل، الجزائر بلد سياحي بلا سياح، الموقع: <http://www.elkhabar.com/ar/autres/dossiers/350837.html> ، في: 2013/09/22.

<sup>2</sup> - محمد شعال، نحن بحاجة إلى استراتيجية لالتقاط التدفق السياحي الجزائري، الموقع: <http://www.leconews.com/fr/actualites/nationale/tourisme/il-faut-une-strategie-pour-capter-le-flux-touristique-algerien>، في: 2013/09/22.

<sup>3</sup> - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الموقع: <http://www.mta.gov.dz/mta/fr/SDAT.php>، في: 2013/09/23.

- تسهيل تحويل رؤوس أموال خارجية إلى الداخل بهدف إنشاء أو تطوير وكالة سياحة و سفر، و تسهيل إدخال شريك أجنبي في الوكالة بهدف الاستثمار فيها أي فتح الباب للعميل الأجنبي بهدف نقل الخبرة و التكنولوجيا بسرعة.
- تشجيع خلق علامات تجارية سياحية للوكالات بهدف إعطاء صبغة احترافية لنشاطها و تزيد من جذب الوفود السياحية.
- الإعفاء الضريبي على التي تقوم بها الوكالات فيما يتعلق بشراء المعدات، الممتلكات، شراء أراضي، آلات و وسائل نقل، إعفاء ضريبي على الأرباح السنوية، والدخل الإجمالي. تمتد لثلاث سنوات قابلة للتمديد إلى 10 سنوات.
- الإعفاء الجمركي على كل العمليات التي تدخل في الاستثمار السياحي من شراء معدات، آلات و وسائل نقل. تمتد لثلاث سنوات قابلة للتمديد إلى 10 سنوات.
- تقديم قروض متوسطة و طويلة الأجل بغرض الاستثمار السياحي و تخفيض نسبة الفائدة إلى 3%- بدل 6% أو 9%- بهدف الإسراع تطوير و عصرنة الوكالات كتنوير الأجهزة الإلكترونية، الإعلامية.
- البدء في تطبيق إجراءات التمويل و المرافقة السارية المفعول لفائدة الوكالات.
- تسهيل الحصول على خدمة الإنترنت ذات تدفق عالي - خواص - من أجل تنفيذ سريع للعمليات الإلكترونية للزبائن.
- تقديم مساعدات لإنشاء مواقع إلكترونية للوكالات بهدف تشجيع السياحة الإلكترونية و يتم وضع إعلانات حول الجزائر كوجهة سياحية.

- تكوين إطارات و فنيين و أعوان إدخال بيانات - جدد أو موظفون حاليون - متخصصة في النشاط السياحي و تسيير الوكالات السياحية و السفر بهدف زيادة الفعالية و زيادة النشاط السياحي.
- تطوير شبكات الدفع الإلكتروني تكون و وصلها مع الشبكة الدولية لتسهيل كل المعاملات المالية.
- تقديم تحفيزات أو مكافآت لأحسن عرض سياحي أو برنامج سياحي محلي تقدمه الوكالات بهدف تشجيع الإبداع و ترقية الخدمات.
- تشجيع الوكالات على تصنيع منتجات تباع نفسها بدلا من بيع منتجات تصنع نفسها و ذلك من أجل الوصول إلى خدمات ذات نوعية مميزة.
- إنشاء شراكة بين الوكالات و مختلف المتعاملين السياحيين في شبكة الإنتاج و التوزيع السياحي: فنادق، مطاعم، مرشدين ... الخ، لخلق شبكات عمل تساهم في رفع عدد الوفود السياحية.
- الإسراع في وضع قانون استثمار سياحي واضح و بسيط يحمي المستثمر الأجنبي و المحلي على السواء.
- خلق شبكة تواصل إلكترونية مباشرة بين وكالات السفر و المسؤولين بالقطاع حيث توجد فيها مختلف الشكاوي و توضع فيها كل البيانات و القرارات و النتائج.

## المبحث الثاني: التخطيط السياحي و وكالة تيمقاد للسياحة والسفر

في هذا المبحث حاول الباحث تقديم صورة عن وكالة تيمقاد للسياحية والسفر و مدى تطبيقها

لتوجيهات التخطيط السياحي الجزائري و مدى فعاليتها في ترقية الخدمات السياحية في القطاع.

### المطلب الأول: نشأة وكالة تيمقاد للسياحة والسفر وهيكلها الاداري

أ- نشأة الوكالة: تعد وكالة تيمقاد للسياحة والسفر من أهم الوكالات السياحية على المستوى الوطني، تم إنشاؤها بصفة قانونية (مؤسسة فردية) سنة 1981 من طرف السيد منصر شريف (رئيس المدير العام) في مدينة تيمقاد حيث كانت تقوم بعمليات حجز تذاكر السفر، تنظيم رحلات سياحية في منطقة تيمقاد، وتعد أول مؤسسة سياحية خاصة تم إنشاؤها في الشرق الجزائري<sup>1</sup>.

ما بين 1982-1994 تم تحويل مقر المؤسسة إلى عاصمة الولاية باتنة والتي تعد حسب آخر الاحصائيات رابع أكبر مدينة من حيث التعداد السكاني في الجزائر، وتوسع نشاط المؤسسة ليشمل استقبال السواح الأجانب سواء من الاتحاد الأوروبي -فرنسا، ألمانيا، إسبانيا، روسيا- أو من بريطانيا وأمريكا وكل المنطقة الآسيوية -الهند، الصين، كوريا، إندونيسيا، اليمن...-.

شهدت الفترة 1994-1998 مشاكل أمنية عاشتها الجزائر أدت إلى توقف النشاط السياحي بشكل كامل تقريبا- عدا زيارة المهاجرين الجزائريين- و توقفت كل الأنشطة السياحية التي كانت مبرمجة في تلك الفترة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> -مقابلة أجراها الباحث مع منصر شريف، المدير العام، في:2013/03/23.

<sup>2</sup>-نفس المرجع.

بعد سنة 1998 الوضعية الأمنية تطورت إلى الأحسن واستطاعت الوكالة إن تحقق قفزة نوعية في البرامج المسطرة وعدد السياح الذين تستقبلهم من الدول الأجنبية، بفضل حسن الاستقبال والضمانات الأمنية المقدمة للسياح الوافدين<sup>1</sup>، في سنة 2007 تغيرت صيغتها القانونية من مؤسسة فردية إلى مؤسسة ذات الشخص الوحيد والمسؤولية المحدودة<sup>2</sup> EURL. بعد حصولها على اعتماد IATA\* و انضمامها كعضو في\* UFTAA أصبحت الوكالة تمثل عددا من أشهر شركات السفر العالمية: الخطوط الجوية الفرنسية، التركية، القطرية ...، و للوكالة نشاطها الخاص حيث تنظم رحلات اسبوعية إلى اسطنبول تركيا و ذلك منذ 2001 تنطلق من مطار باتنة. كما تنظم الوكالة معارض وصالونات داخل القطر وفي الخارج حسب طلب رجال الأعمال والمؤسسات المحلية والدولية.

وتسهر الوكالة على تطوير النشاط السياحي بهدف النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر من خلال التعاون المشترك مع شركائها الأجانب. وتبحث الوكالة دائما على خلق منتجات جديدة مثل الغوص في البحار والسياحة الصحية وإنشاء فنادق على الطراز البدوي في صحراء الجزائر<sup>3</sup>. يسهر طاقم العمل والمتكون من 15 فردا من مختلف التخصصات - مهندسين وحاملي شهادات ليسانس وتقنيين - والذي يملك خبرة تسهل العمل وتقديم أفضل النصائح والخدمات.

---

<sup>1</sup>-منصر شريف، نفس المرجع.

<sup>2</sup>- تصريح لمباركية نورة، مسؤولة الحجوزات في وكالة تيمقاد، في: 2012/12/15.

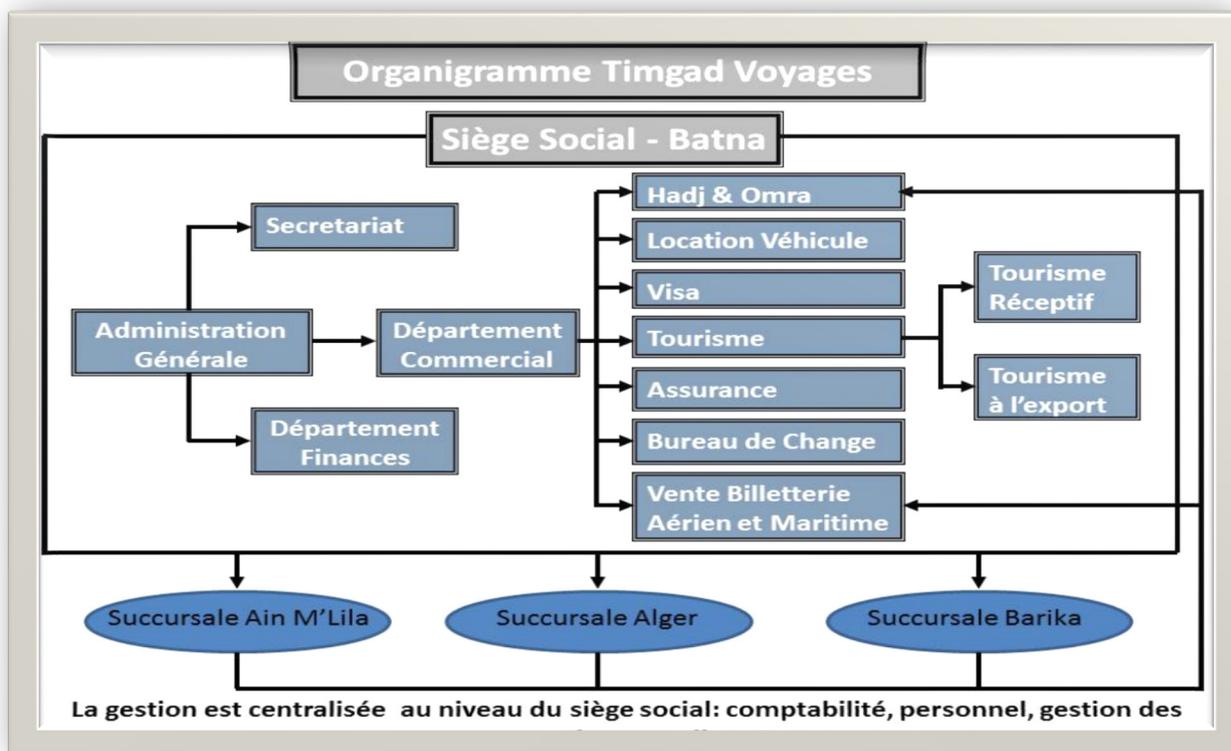
\* - منظمة النقل الجوي الدولي (الأياتا) International Air Transport Association

\* - United Federation of Travel Agents' Associations اتحاد مجلس وكالات السفر

<sup>3</sup>- مقابلة للباحث مع منصر شريف، المدير العام.

ب- الهيكل الإداري للوكالة: يقصد بالهيكل الإداري تقسيم وظائف العمل على مختلف المستويات من أجل بلوغ الأهداف المرجوة و المخطط لها.

الشكل:08: الهيكل الإداري لوكالة تيمقاد للسياحة و السفر.



المصدر: السكريتاريا، الهيكل الإداري 2012 للوكالة.

من خلال الشكل يمكن شرح الوظائف المتعلقة بكل قسم، يبلغ عدد الموظفين 15 موظف دائم و هذا دون حساب الموظفين الموجودين في الفروع الثلاث المفتوحة في الجزائر العاصمة، عين مليلة و بريكة.

1- الإدارة العامة: والمتمثلة في رئيس المدير العام وتنقسم إلى ثلاث أقسام

1-1 السكريتاريا: وتسهر على الاتصال الدائم بكافة العملاء والأشخاص الفاعلين في

النشاط السياحي.

2-1 القسم المالي: ويقوم بكل الوظائف المالية المتعلقة بالوكالة.

3-1 المصلحة التجارية: وهي أكبر قسم في الوكالة حيث يعنى بتغطية كافة النشاطات

السياحية وهو على اتصال دائم ومباشر بالسياح والعملاء الاقتصاديين، حيث تنقسم المصلحة إلى عدة فروع:

## 2- أقسام المصلحة التجارية: يتفرع منها:

- \* - مصلحة الحج و العمرة: تهتم بتغطية مناسك الحج والعمرة.
- \* - مصلحة كراء السيارات: حسب طلب الزبائن وهدف ومنطقة السفر
- \* - مصلحة التأشيرات: حيث يسهل كل اجراءات الحصول على تأشيرات السفر.
- \* - مصلحة التأمينات: يقوم بتسهيل عمليات التأمين على الافراد والسيارات المرافقة.
- \* - مصلحة حجز تذاكر السفر البرية و البحرية و الجوية.
- \* - مصلحة مكتب الصرف: حيث يسهل عملية تحويل العملات.
- \* - مصلحة السياحة: وتهتم بكل الإجراءات السياحية سواء داخل أو خارج الوطن.

أما الوكالات الفرعية الموجودة في بركة، عين مليلة، الجزائر العاصمة، فهي تسهل للسياح والزبائن الاتصال والحجز دون الاضطرار إلى السفر إلى الوكالة الأم للحصول على الخدمات بحيث يمكنك الطلب من الفرع وهو آليا سيقدم لك كل الخدمات المتوفرة في النظام.

### المطلب الثاني: مكانة وكالة تيمقاد للسياحة و السفر على المستوى الوطني \*

شهدت سنة 2000 وما بعدها تدفقا معتبرا للعملة الصعبة ساهمت بشكل كبير في فتح مجال الاستثمار في الجزائر للاهتمام أكثر بالقطاع السياحي وتقديم برامج ضخمة للنهوض بالقطاع (SDAT 2025)، كذلك تحاول الوكالة الاستفادة من كل التسهيلات التي تقدمها الدولة لترقية الخدمات السياحية و تسريع مختلف التعاملات.

\* - جميع المعلومات المطروحة في هذا المطلب مستقاة من المصلحة التجارية للوكالة، و الإدارة العامة.

وتشهد وكالة تيمقاد للسياحة والسفر تطورا مستمرا على المستوى الولائي والوطني، حيث تبحث دائما على استغلال كل المناطق الجغرافية و الحضارية الموجودة على مستوى القطر، و تحاول أن تتكفل بأي وفود أجنبية مهما كانت صفتها، و قد اختار الباحث في تحليله المرحلة التي تلت سنة 2000 التي شهدت فيها استقرار سياسيا و نمو اقتصاديا وطنيا وتطور وكالة تيمقاد على العموم، و الجدول التالي يوضح تطور عدد السياح الوكالة خلال الفترة 2002 إلى غاية 2012:

الجدول:13: عدد سياح وكالة تيمقاد للسياحة و السفر 2002-2012 الوحدة: سائح

السنوات نوع السياحة	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
سياحة داخلية	67	63	63	52	43	35	68	52	44	34	23
وافدين أجانب	45	98	27	23	19	09	15	18	21	15	11
سياح محليين الى الخارج	198	154	122	109	87	68	172	147	124	102	100
حج و عمرة	1206	548	302	426	352	206	173	203	145	186	154
المجموع	1516	963	514	610	501	318	428	420	334	337	288

المصدر: الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات مصلحة المحاسبة.

نلاحظ من الجدول الارتفاع المستمر لعدد السياح إلا أن سنة 2007 كانت الاستثناء أين تراجعت فيها أرقام الوكالة؛ ويعود ذلك إلى تغييرها لسياستها الإلكترونية من خلال تجديد مختلف الأجهزة وقاعدة الاتصال والبيانات.

الملاحظ كذلك الارتفاع المضاعف لرحلات الشعائر الدينية من حج وعمرة وخصوصا في

الفترة 2008-2012 بشكل كبير وذلك لكون وكالة تيمقاد اعتمدت من بين 28

وكالة على المستوى الوطني لتنظيم رحلات الحج والعمرة، ويعود الارتفاع كذلك إلى ارتفاع أجور الموظفين في القطاع العمومي<sup>1</sup>.

وتلعب تحسن مستوى خدمات وكالة تيمقاد للسياحة والسفر والتي تظهر في معاملاتها وتسهيل الاجراءات الادارية، كذلك راجع لتطبيق اتفاقيات بين السفارتين الجزائرية والسعودية لزيادة عدد الحجاج والمعتمرين الجزائريين ولتيسير حركة الحجاج والمعتمرين (سواء تيسير الأوراق والاجراءات أو تكاليف اقل في السكن) وساهم ذلك في زيادة العائد السعودي في الميزان السياحي، كما يوضح الجدول ارتفاع عدد من اهتموا بالرحلات التي تنظمها الوكالة داخليا أي السياحة الداخلية، رغم ذلك فهي تعد منخفضة ويرجع ذلك للتركيبية البشرية الجزائرية التي تفضل الاعتماد على وسائلها الخاصة أو الاتصال بالأقارب لقضاء العطل الداخلية، بالمقابل نلاحظ في الجدول الارتفاع المستمر لعدد السياح المحليين في الذهاب إلى الخارج و خصوصا لتونس، و ذلك راجع لانخفاض التكلفة السياحية من حيث الحجز والانتقال.

بلغ عدد الوافدين من السياح لولاية باتنة سنة 2011: 533 سائح، و هي ضئيلة بالنسبة لعدد السياح الوافدين على المستوى الوطني، و قد أشار تقرير مديرية السياحة لولاية باتنة\* لضعف الوفود القادمة للولاية سواء الأجنبية أو المحلية و يعود ذلك لعوامل متعددة كنقص الاشهار للمعالم السياحية للولاية وضعف البنى التحتية للولاية، كذلك لانعدام المرشدين السياحيين المتخصصين<sup>2</sup>.

الجدول التالي يبين رقم الاعمال للوكالة خلال الفترة 2002-2012 و هو كالاتي:

<sup>1</sup> - تنظيم الحج و العمرة موسم 2012، موقع وكالة الأنباء الجزائرية: <http://www.aps.dz/>، في 2013/03/03.

\* - تقرير مديرية السياحة المقدم أمام اللجنة الولائية للدورة العادية للمجلس الشعبي الولائي في دورته الرابعة، 2011.

<sup>2</sup> - ياسين عبيبو، باتنة، جريدة النصر، الموقع: <http://www.djazair.com/annasr/11476>، في 2012/11/27.

الجدول:14: رقم أعمال الوكالة خلال الفترة 2003-2012 الوحدة: مليون دينار

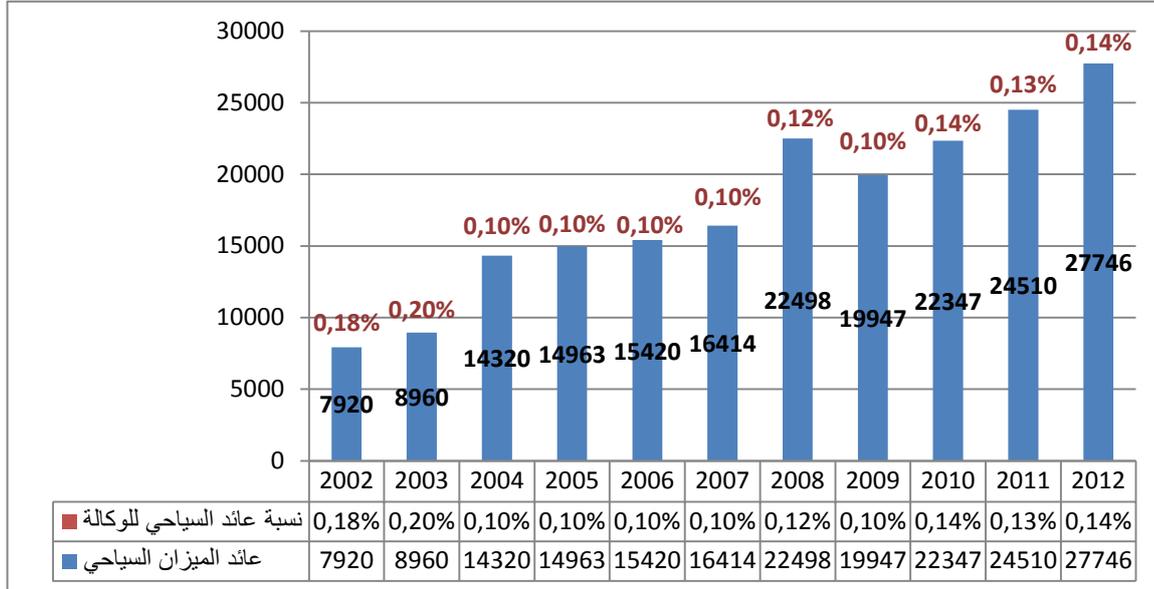
السنوات	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ر.أعمال	14.2	18.3	14.4	15.8	16.5	17.1	28	21	33.5	41

المصدر: الجدول من اعداد الطالب بالاعتماد على بيانات مصلحة المحاسبة.

من خلال الجدول السابق نلاحظ إن تطور الإيرادات السياحية عرف نموا بطيئا ومتذبذبا، حيث من 2003 ارتفع رقم الأعمال إلى 4.1 مليون دينار، ثم إنخفض بـ 3.7 مليون دينار في السنة 2005، ثم شهد تذبذبا الفترة 2006-2008 بين صعود وهبوط، ثم خلال الفترة 2009-2012 نموا مستمرا حيث بلغت 41 مليون دينار حتى نهاية 2012.

والرسم البياني التالي يبين نسبة رقم أعمال الوكالة إلى الميزان السياحي الجزائري الفترة 2002-2012، حيث يظهر حاصل قسمة رقم أعمال الوكالة إلى العائد الوطني ويمكن تمثيله بالدينار والنسبة المئوية:

الشكل:09: نسبة عائد الوكالة من حجم عائد الميزان السياحي 2002-2012 الوحدة: مليون دينار



المصدر: الشكل من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الديوان الوطني للإحصاء و بيانات مصلحة المحاسبة لوكالة تيمقاد.

من خلال الشكل اعلاه نلاحظ إن رقم أعمال الوكالة إلى العائد السياحي الوطني هو يمثل ما

بين 0.1 % إلى 0.20% على أقصى تقدير، ويعود ذلك إلى ضعف القطاع الخاص في الاستثمار السياحي على المستوى الوطني عموماً، إلا إنها تعتبر نتيجة مشجعة لتستمر الوكالة في نهجها وتطوير منتجاتها، كذلك يعود الضعف إلى كون كل المرافق السياحية الموجودة هي مرافق عمومية (فنادق، شواطئ، ...).

### **المطلب الثالث: دور وكالة تيمقاد للسياحة و السفر في تطبيق التخطيط السياحي\***

كان قد تكلم الباحث في مطلب سابق عن الحلول التي قدمها التخطيط السياحي في تطوير وكالات السياحة و السفر، و قد سعت الوكالة في تطبيق ذلك و المساهمة في زيادة النشاط السياحي على المستوى المحلي و الوطني و ذلك من خلال:

- تحسين صورة الجزائر كبلد له تاريخ حضاري و ثقافي و الدعاية لتلك الصورة: من خلال المشاركة في كل الصالونات المحلية و الدولية - صالون برلين الدولي للسياحة، صالون وارسو الدولي للسياحة، صالون كاتالانيا الدولي للسياحة، الصالون الدولي للسياحة و السفر في الجزائر- و البحث عن شركات مع عملاء و سياح أجانب.
- تكوين أعوان حجز، ادخال بيانات و مرشدين سياحيين: و قد بدأت الوكالة في تطبيق ذلك منذ نهاية السنة 2007 بالنسبة لعاملها الداخليين و بداية السنة 2008 بالنسبة للباحثين عن خبرة ميدانية، من أجل تطوير الكفاءات الفنية و الإدارية سواء بالنسبة لموظفيها أو للخريجين من معاهد التكوين و الذين يبحثون عن خبرة ميدانية، و الجدول التالي يوضح ذلك:

---

\* - جميع المعلومات المطروحة في هذا المطلب مستقاة من الإدارة العامة للوكالة.

جدول رقم:15: عدد المستفيدين من تكوين من طرف الوكالة الفترة:2008-2012

السنة	أعوان حجز	ادخال بيانات	مرشد سياحي
2008	2	0	2
2009	2	1	2
2010	2	1	3
2011	2	1	2
2012	2	1	4
المجموع	10	4	13

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات المصلحة المحاسبية

الملاحظ من الجدول أعلاه اهتمام الوكالة بالتكوين الميداني للراغبين في العمل في النشاط السياحي، و تتراوح فترة التكوين حسب قدرة و سرعة فهم كل عامل إلا أنها تكون من 3 إلى 6 أشهر. إن استخدام برامج الحجز و الاستعلام - AMADEUS - يتطلب خبرة أكثر من مجرد الحصول على شهادة في التكوين السياحي، و من بين من قامت الوكالة بتكوينهم يعملون الآن في كل الوكالات الموجودة على مستوى الوطن.

بالنسبة للمرشدين السياحيين فهناك تكوين داخلي و خارجي؛ فالخارجي يتم ارسال المستفيد مع وفد سياحي للخارج ليتعرف على البرنامج السياحي المقام- جولة تركيا، جولة اسبانيا، جولة تونس- بهدف الحصول على الخبرة الكافية لتحفيز طالبي هذا المنتج السياحي و التأكيد على نوع الخدمة المقدمة، و تكوين داخلي فيما يخص الرحلات المحلية و خصوصا الجولات السياحية الصحراوية التي تحتاج الى خبرة و احتكاك مباشر بتلك المناطق الطبيعية الوعرة - جولة الطاسيلي، جولة تيممون....-.

كل ذلك من أجل خلق كفاءات فعالة تساهم في تنمية النشاط السياحي.

- السياحة الإلكترونية (E-Tourisme): من خلال انشاء موقع خاص بالوكالة تبرز فيه كل أنشطتها المحلية و جولاتها السياحية، و تقوم بالدعاية للجزائر كوجهة سياحية عالمية، و بحسب المصلحة التجارية فإن عدد الزوار للموقع يصل أحيانا إلى مئة زائر يوميا، و أحيانا يطلب السياح الخدمات السياحية المقدمة بفضل الموقع، لكن ما ينقص الموقع هو امكانية التسجيل و الحصول على حساب خاص للسياح المهمين و العاديين لتسهيل الحجز و الطلب كل مرة، و الشكل التالي يوضح الموقع الإلكتروني للوكالة:

الشكل رقم:10: موقع وكالة تيمقاد للسياحة و السفر الإلكتروني:



المصدر: /http://timgad-voyages.com

يلاحظ من الموقع شكله البسيط و أيقونات واضحة، كما تظهر فيه مباشرة الدعاية للسياحة الجزائرية كوجهة دولية من خلال صور الطاسيلي، كما يمكنك من التواصل المباشر بالوكالة من خلال نافذة إرسال و محادثة على الجهة اليمنى في الأسفل، و يمكن الوصول إلى الأنشطة السياحية و المنتجات السياحية التي تقدمها الوكالة و معرفة مدتها و مراحلها- الصيد، الغوص، مسالك صحراوية، برامج ترفيهية، سياحة رجال أعمال، سياحة علاجية ... الخ- و كل ذلك لتسهيل التواصل

مع طالبي الخدمة و ترقية مستوى الخدمات.

كذلك تملك الوكالة صفحة على موقع \*FACEBOOK نظرا لعدد الهائل من المستخدمين فيه و التقرب أكثر من كل الشرائح الاجتماعية – سواء التي تتقن دخول النت أو تمتلك حساب Facebook و يساهم ذلك في زيادة الإقبال و الترويج للجزائر كقبة سياحية عالمية.

### **المبحث الثالث: دور الوكالة في ترقية الخدمات السياحية، المشاكل والمعوقات.**

يتطرق الباحث في هذا المبحث لدور وكالة تيمقاد للسياحة والسفر في ترقية المحلية والجهوية والوطنية الخدمات السياحية و تنمية النشاط السياحي على المستوى المحلي والجهوي والوطني، و آفاق ذلك، ثم المشاكل و المعوقات.

#### **المطلب الأول: الوكالة و ترقية الخدمات السياحية**

رغم النتائج الإيجابية التي تحققتها وكالة تيمقاد، إلا أنها لا تزال بعيدة للوصول بالنشاط السياحي للمستوى الوطني و ذا معايير دولية.

و من أجل ترقية الخدمات السياحية و الوصول بالنشاط السياحي إلى مصاف الدول الرائدة، تبحث وكالة تيمقاد عن كل الوسائل و الطرق من خلال تطبيق التخطيط السياحي لترقية الخدمات و زيادة النشاط السياحي، و ذلك من خلال:

- زيادة الاستثمارات السياحية من وسائل لوجستية و آلية و ووسائل نقل حديثة.
- الاهتمام أكثر بعملائها من خلال تبادل المعارف والخبرات و إدراج اقتراحاتهم في أنشطتها.

---

\* - صفحة الوكالة على Facebook :www.facebook.com/pages/Timgad-Voyages

- نقل الخبرات و التجارب الدولية والمعرفة الفنية لقطاع السياحة على المستوى المحلي والوطني من خلال الاشتراك في مختلف المناسبات الدولية السياحية و كذلك جلب المستثمرين.
- الاستمرار في تكوين و بناء قدرات العاملين في المجال السياحي.
- تعزيز الشراكة في التنمية السياحية مع كل المؤسسات الخاصة و العمومية و المحافظة على المحيط البيئي.
- ترويج السياحة كآلية للسلام، وأداة للتعاون المشترك في الحفاظ على التنوع الثقافي والاقتصادي.
- إدخال تكوينات جديدة -كإطارات إدارية- من أجل خلق وكالات سفر و سياحة على كل القطر الوطني.
- إرضاء الزبائن وتحقيق جميع متطلباتهم.
- تقليل التكاليف وتحسين جودة المنتج السياحي المقدم.
- رفع القدرة التنافسية وذلك من أجل خلق منتجات سياحية جديدة وبجودة أفضل.
- توعية السائح المحلي بالإرث الحضاري من خلال اكتشاف تاريخ الجزائر القديم والحديث.
- المساهمة في رعاية الصالونات محلية للدعاية السياحة المحلية و الوطنية.
- خلق صناعة سياحية من خلال المنتجات السياحية المختلفة كالزرايبي والحلي التقليدية.
- التوسع أكثر في سياحة رجال الأعمال المحليين والدوليين من خلال تنويع العرض السياحي و تحسين جودة الاستقبال.
- الترويج للمشروعات السياحية الجديدة وجذب المستثمرين للمساهمة فيها.
- الزيادة الفعلية و التدريجية لدخل الموظفين مما يؤدي لرفع درجة معيشتهم.
- خلق صورة افتراضية للمعالم السياحية الجزائرية من أجل معرفتها وتشجيع الزيارة لها.

- عصنة وسائل الاتصال والمعلومات من اجل تسهيل عمليات الحجز والطلبات والاستفسار.
- الاسراع في دمج شبكة وسائل الدفع الالكترونية المحلية مع الدولية لتسهيل عمليات الحجز والمستحقات.
- النهوض بالسياحة الثقافية وذلك بإحياء المواقع الأركيولوجية الموجودة والتي أصبحت شاهدا على مختلف الحضارات التي تعاقبت على الجزائر - رومانية، إسلامية-.
- تشجيع السياحة البيئية - منتزهات وطنية، محميات طبيعية ... - السياحة الترفيهية، السياحة الاستشفائية، سياحة المناسبات، السياحة الشاطئية، سياحة الملتقيات.
- توسيع النشاط السياحي ليكون على طول السنة من أجل جلب السواح الأجانب و المحليين.

#### **المطلب الثاني: توقعات النشاط السياحي لوكالة تيمقاد الفترة 2014-2018\***

تطمح وكالة تيمقاد للسياحة والسفر لزيادة الوفود السياحية ورفع رقم الأعمال خلال الفترة 2014-2018 ذلك بحسب رؤية المدير التنفيذي للوكالة من خلال تهمين التراث المادي واللامادي للمنطقة وجعله منتوجا سياحيا يتم تسويقه على المستوى الوطني والدولي، فمنطقة باتنة مشهورة بآثارها الرومانية وألبستها وأطباقها وصناعاتها، من خلال تنظيم معارض لكل الأنشطة التقليدية في المنطقة، والمشاركة في المعارض الوطنية والدولية للتعريف بالمنطقة وكل مكوناتها الطبيعية والبشرية، كل ذلك من خلال ترقية الخدمات للوصول على المدى القريب لنتائج إيجابية أفضل.

والجدول التالي يمثل رقم الاعمال المتوقع خلال الفترة 2014-2018:

\* - جميع المعلومات المطروحة في هذا المطلب مستقاة من الإدارة العامة للوكالة.

الجدول:16: رقم الأعمال المتوقع للوكالة خلال الفترة 2014-2018 الوحدة: مليون دينار

السنوات	2014	2015	2016	2017	2018
رقم الأعمال	52	67.6	71	79	82

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على بيانات مصلحة المحاسبة.

من خلال الجدول السابق تتوقع الوكالة ارتفاع رقم الاعمال وذلك بفضل المناخ السياسي والاقتصادي المستقر وكذلك للبرنامج الذي تخطط له الوكالة في الاهتمام أكثر بالمنتجات المحلية من خلال عمل تربيصات للأفراد العاملين بالوكالة بغرض الدعاية للسياحة الوطنية (مناطق صحراوية، مناطق ساحلية، حظائر وطنية) بهدف بعث روح الإحساس بالطبيعة و المكون الحضاري للجزائر.

تعتمد الوكالة على التركيز في الدعاية على استقرار الوضع الأمني وخصوصا في المناطق الصحراوية، والتعريف بمختلف القدرات السياحية التي تزخر بها الجزائر، مثل الآثار الرومانية والقلاع والمسارح في كل من باتنة، سطيف، جميلة، شرشال وغيرها ...، وذلك من خلال إعلانات على مختلف المواقع السياحية وتشجيع السياحة الداخلية من خلال توزيع المنشورات ودليل السياحة لكل منطقة.

كما تدعو الوكالة السلطات الولائية و الوطنية الاهتمام أكثر بالثروة التاريخية في المنطقة بسبب تعرضها للنهب و السرقة و يكون ذلك من خلال جرد و ترميم و حماية تلك المواقع و نفس الأمر على المستوى الوطني.

وأشار مدير الوكالة إلى الإسراع في تطوير هياكل الاستقبال، و الخدمات الرقمية التي تزيد في ترقية الخدمات السياحية، و يحث الشباب للاتصال بوكالته لأنه يجدهم يملكون رغبة كبيرا

للسفر نحو المناطق الصحراوية كتمنراست أو السفر نحو الجبال، حيث منطقة الشريعة تستقطب سنويا عدد كبير من السياح، إلا إننا نفتقر لثقافة سياحية من حيث استقبال الأجانب وتوجيههم أو تأقلمنا معهم.

وتتوقع وكالة تيمقاد للسياحة والسفر نمو عدد السياح وزيادة رقم الأعمال خلال الفترة القادمة بفضل رغبة الوكالة لتحسين مكانتها المحلية والوطنية والدولية من خلال زيادة إمكانياتها المادية والتقنية بزيادة عدد العاملين وتوفير وسائل نقل داخل الولاية لتسهيل تنقل الوفود السياحية القادمة للولاية سواء على المستوى الوطني أو الدولي، و الجدول التالي يبين توقع عدد السياح خلال الفترة 2014-2018:

الجدول:17: عدد السياح الوافدين المتوقع لوكالة تيمقاد الفترة 2014-2018 الوحدة: سائح

السنوات	2018	2017	2016	2015	2014	نوع السياحة
	230	219	189	135	101	سياحة داخلية
	362	350	292	237	182	وافدين أجانب
	331	316	300	290	220	سياح محليين إلى الخارج
	2412	2390	2350	2119	2000	حج و عمرة
	428	420	334	337	288	المجموع

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مصلحة المحاسبة.

من خلال الجدول أعلاه ورغبةً من الوكالة لزيادة نشاطها على المستوى المحلي والوطني

فتتوقع الوكالة الزيادة المستمرة في عدد السياح في كل الأصناف بفضل خبرتها و رغبتها في

ترقية الخدمات السياحية بما يتماشى و النظرة الإيجابية لنمو القطاع مع المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة الجزائرية.

إلا إنه يعاب على الوكالة الاهتمام التقليدي بتنظيم الحج والعمرة كأكثر عائد للوكالة،

وبالتالي المحاولة أكثر في الاهتمام بالسياحة الداخلية والسياحة الصحراوية.

### المطلب الثالث: مشاكل و معوقات وكالة تيمقاد للسياحة و السفر\*

يعاني القطاع السياحي الجزائري ككل و وكالات السفر والسياحة الجزائرية من معوقات مالية و

صعوبات تنظيمية و عدد من العراقيل و المشاكل التي تعيق ترقية الخدمات السياحية و تحقيق نمو مهم

يدعم ميزان المدفوعات.

وتأتي تلك المشاكل والمعوقات في ظل واقع سلبي تعيشه وكالات السفر والسياحة في البلاد أمام

الطلب المتزايد في عدد الراغبين في برامج سياحية وترفيهية وتعليمية وارتفاع عدد المسافرين إلى الخارج.

بالإضافة إلى ذلك عدم وجود جهة مختصة تنظم عمل وكالات السفر والسياحة رغم النشاط الحيوي

والكبير التي تقوم به تلك الوكالات. يكمن توضيح المشاكل و المعوقات التي تعاني منها وكالة تيمقاد

للسياحة و السفر في النقاط التالية:

- البيروقراطية في التعامل و صعوبة الاتصال بالجهات المعنية لتسهيل الاجراءات و الحصول على التراخيص.
- صعوبة الحصول على تأشيرات الاستقدام.
- غياب الامن في محيط الوكالة و تعرض بعض الزبائن للمضايقات أحيانا.
- المنافسة الحادة بين الوكالات بسبب السياحة الموسمية و ضعف المنتج السياحي المتنوع.
- توجه شركات الطيران والفنادق إلى العمل مباشرة يؤثر على ربحية الوكالة.

\*- جميع المعلومات المطروحة في هذا المطلب مستقاة من الإدارة العامة للوكالة.

- ضعف الهياكل وغلاء الخدمات يدفعان إلى وجهات خارج الوطن - نحو تونس مثلاً-.
- الظرف الانتقالي الذي يمر به القطاع أثر سلبا على عدد السواح و بطء تطور الخدمات.
- صعوبة و بطء تحصيل المستحقات المالية للوكالة تؤثر سلبا على الزبائن و العملاء في القطاع.
- تعليق الحجوزات: بحيث قد يعتذر الزبون عن الحجز أو لا يظهر مرة أخرى من اجل الاستفسار على الحجز.
- صعوبة تحويل العملات الأجنبية من وإلى الدينار الجزائري.
- عزوف السواح الأجانب عن المجيء بسبب الخوف من انفجار الوضع في الجزائر أو حدوث بلبلة في الصحراء مع الحدود الليبية.
- التضيق على النشاط السياحي للوكالة يؤدي إلى تقييد حريتها ومساحة نشاطها.
- نظام الصرف لم يتغير منذ السبعينات و البنوك لا تلبى احتياجات الوكالة السياحية و التماطل في التحويلات المالية يدوم أكثر من شهر في بعض الأحيان.
- شرط تبرير العملة الصعبة للوكالة من أكبر العوائق، اذ تشترط البنوك وثيقة أداء الخدمة المتعلقة بتحويل العملة في ظرف ستة أشهر والا تعرض صاحبها إلى تجميد ملفه لديها مع ملاحظة المتعاملين الأجانب لتحرير هذه الوثيقة في بعض الأحيان.
- وكالات السفر والسياحة تعيش في الوقت الراهن حال من الفوضى التي تزداد مع غياب جهة مستقلة مخولة بالنظر في توجيه القطاع بشكل منظم.
- أسعار التذاكر داخل وكالات السفر تتعرض للمساومات يوميا بسبب انعدام سلم أسعار يتغير بحسب النشاط و موسم السياحة أدى بها إلى فقد مصداقيتها لدى المسافرين.
- ضعف الشبكة المعلوماتية وشبكة الإنترنت وعدم وجود قاعدة بيانات موحدة تعمل على منح كل المعلومات المتعلقة بالقطاع والمؤسسات العاملة فيه مما قد يؤدي إلى ظهور عمليات احتيال أو

نصب على العملاء كما الوكالات.

- توقف الوكالة عن اجراء سفريات الحج بسبب التسيير السيء لوكالات أخرى جعل الوزارة ترفض منحها للوكالة في الوقت الراهن بعد أن كانت وكالة تيمقاد تقدم أحسن الخدمات في مواسم الحج.
- نقص التغطية الاعلامية للنشاط السياحي وضعف الإعلان السياحي على المستوى الوطني.
- نقص عدد السواح الوافدين سواء أجانب أو محليين خارج موسم الصيف مما يؤثر سلبا على

النشاط السياحي للوكالة.

كما ترى وزارة السياحة والصناعات التقليدية بإن الوكالات السياحية والأسفار تعاني من نقائص

كثيرة منها<sup>1</sup>:

#### ب- نقص في تكوين و تأهيل المستخدمين:

- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية.
- نوعية تكوين غير ملائمة لمتطلبات العرض السياحي.

حيث وفي حوار سابق كشف وزير السياحة والصناعة التقليدية السابق السيد إسماعيل ميمون عن أسماء وكالات السياحة والأسفار المعنية بقرار التوقيف النهائي، بعد إن تسببت في مشاكل للمعتمدين خلال موسم الحج و العمرة 2012، معتبرا إن القرار الذي اتخذه شخصياً يبقى قراراً تحفظياً، وإن القرار النهائي سيتخذ قريباً من قبل اللجنة المؤهلة، ويتعلق الأمر حسبما ذكر الوزير السابق إسماعيل ميمون على هامش إحياء اليوم العالمي للسياحة والصناعة التقليدية بوكالات "النهضة" و "تورية" (العاصمة) و

<sup>1</sup> - وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، الخط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر، الموقع: <http://www.mta.gov.dz/mta/fr/SDAT.php>، في: 2012/11/22.

”شيلية” (باتنة)، وهي وكالات لم تحترم دفتر الشروط الخاص بالنشاط التي تقوم به وتسببت في متاعب كثيرة للمعتمرين الذين اشتكوا وعبروا عن تدمرهم لما حدث لهم<sup>1</sup>.

يعترف أحد الناشطين في القطاع السياحي لولاية باتنة بواقع السياحة بعاصمة الأوراس باتنة، خاصة أصحاب الوكالات السياحية، فواقع القطاع السياحة يحتاج إلى إعادة نظر خاصة في عقليات المواطنين و الأهم مسؤولي القطاع، والذين ما يزالون بعيدين جدا عن المستوى المطلوب الذي يجب لعبه في توفير العملة الصعبة بالنسبة للسياح الأجانب ودفع عجلة التنمية وتنشيط الحركة السياحية الداخلية بالنسبة للسياح الجزائريين، حيث أشار أن الجزائر تملك إمكانيات سياحية ضخمة تؤهلها لتصدر دول العالم في مداخل السياحة، وكذا اعتبارها وجهة مفضلة لو توفرت المرافق اللازمة لذلك من فنادق وبنى تحتية وحتى الثقافة السياحية، وأكد أيضا عن العراقيل التي تصادفها الوكالات في تحصيل أموالهم من خلال مختلف الفعاليات التي تغطيها لصالح الدولة، و أن هذه الأخيرة، تتحمل جزءا كبيرا من المسؤولية على اعتبار اقتصار عملها و دورها في تنظيم رحلات العمرة و الحج، وإهمال الجانب السياحي وهو ما يرفضه هذا الأخير، حيث أكد أن المسؤولية تتحملها أيضا الوزارة القائمة على القطاع نظرا لغياب رؤية واضحة و استراتيجية حقيقية للنهوض بالقطاع، وأعطى مثلا بولاية باتنة، التي تصدر ولايات الوطن من حيث الإمكانيات السياحية سواء كانت طبيعية أو أثرية كتيمقاد، غوفي، إمدغاسن، وغيرها، مؤكدا أن ميزانية وزارة السياحة بالجزائر هي الأضعف مقارنة بميزانيات الوزارات الأخرى، لذا نجد الوزارة لا تمول مشاريع إنجاز الفنادق، باستثناء فندق «سليم» الذي مولته الدولة.

و يتحدث المسؤول أيضا أن هناك 28 وكالة معتمدة وناشطة بباتنة، تقوم بتنظيم رحلات سياحية خارج الوطن، بمعنى تصدير السياحة، وأعطى مثلا عن واقع السياحة ببلادنا، حيث أكد إن

<sup>1</sup> - سواكري زهية، وكالات سياحية مهددة بالغلاق، مقال، الموقع الإلكتروني: www.jazairiss.com ، في: 2012/10/12

مطار هواري بومدين الدولي يكون شبه مغلق سنويا خلال شهر رمضان المعظم، عكس الجارتين تونس والمغرب، والتي تشهد مطاراتها على مدار العام رحلات مكثفة، بفضل الخدمات المميزة التي تقدمها تلك الدول للسياح، مؤكداً إن الاهتمام بالسياحة في تلك الدول يبدأ من حدودها، حيث توجد مكاتب تابعة للديوان الوطني للسياحة التونسي دورها التعريف بالسياحة لبلدها، كما إن الجزائر بإمكانها إن تستفيد من القطاع الخاص السياحي كون الإمكانيات السياحية التي تملكها الجزائر تعتبر فرصة حقيقية لتحقيق مكاسب اقتصادية معتبرة خاصة في الفترة الحالية التي تشهد فيها الدول المجاورة تراجعاً في الحركة السياحية بسبب الأوضاع الأمنية التي خلفها ما يطلق عليه بالربيع العربي، لذا على بلادنا القيام بتدارك النقائص بدءاً بتطوير هياكل الاستقبال، تحسين صورة السياحة دولياً من خلال وسائل الإعلام والمعارض والملقبات، وضع مخطط سياحي واضح ومدعم مالياً، توفير التسهيلات القانونية، إنجاز خريطة سياحية لأهم المناطق ومحاولة إيصالها لأكبر عدد من السياح، ناهيك عن توفير القوى البشرية المؤهلة في هذا الميدان، ونشر الوعي السياحي لدى المواطنين ، وهذا في سبيل النهوض بهذا القطاع الهام<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - لموشي حمزة، انحصار عمل الوكالات في تنظيم رحلات العمرة و الحج، الموقع: [www.ech-chaab.com/ar/](http://www.ech-chaab.com/ar/)، في: 2014/04/20

## خاتمة الفصل الرابع

إن وكالات السياحة و الأسفار كانت و لا تزال أحد أهم عناصر النشاط السياحي، فهي همزة الوصل بين المنتج السياحي و السائح مهما كان غرض زيارته، فهي صورة لواقع القطاع السياحي؛ فكلما تنوع النشاط السياحي دل ذلك على مستوى تطور القطاع و مدى تنوع مصادره.

و لتحقيق ذلك لابد من وجود استراتيجية عمل واضحة تؤسس لتخطيط سياحي واقعي و مستدام يشارك فيه كل العاملين في القطاع و خصوصا وكالات السفر و السياحة التي تعد الأقرب إلى النشاط السياحي و لمعرفتها بمشاكله و معوقاته.

و لا يتم ذلك إلا من خلال لقاءات مباشرة بين كل الأطراف سواء القائمين بالقطاع السياحي أو العاملين فيه من أجل بلورة وثيقة فعلية تعبر عن أشغال و احتياجات العاملين فيه كذلك الأخذ بآرائهم و أفكارهم لمحاولة تحليلها و تقديم حلول و اقتراحات النهائية لتحقيق نمو للقطاع السياحي و بالتالي نجاح التخطيط السياحي و ترقية مخلف الخدمات السياحية و زيادة عدد السياح و تحقيق العائد المطلوب أو تجاوزه.

خاتمة

## خاتمة

تشهد السياحة في العالم اليوم أكثر من أي وقت مضى إقبالا وتوسعا لم يشهده أي قطاع اقتصادي في العالم. سواء من ناحية نمو القطاع أو عدد الاستثمارات التي تنجز سنويا، خاصة في الدول التي لا تملك موارد اقتصادية طبيعية.

هناك عوامل كثيرة تتحكم في نجاح أو فشل التخطيط السياحي، منها العوامل البشرية التي تعد أساسا هدف كل الاستثمارات الاقتصادية والاجتماعية، إضافة إلى العوامل المادية من رؤوس أموال وما تملكه الدولة من مناطق أثرية وسياحية وساحلية، كما يلعب الجانب الحضاري دورا هاما في العوامل المؤثرة في التخطيط، فدولة كالولايات المتحدة الأمريكية لا تمتلك تاريخا حضاريا كبيرا لكن التخطيط للرفاهية الاجتماعية جعلها أحد أهم خمس أقطاب عالمية جالبة للسياح.

الجزائر كبلد سائر في طريق النمو. تبحث عن مكانة لها بين الدول السياحية من أجل التخلص من التبعية الاقتصادية لقطاع المحروقات كمورد ناضب، من خلال المخططات الاقتصادية قبل الألفية الثالثة، ثم التخطيط في أفق 2025 من أجل جعل الجزائر قطبا سياحيا مهما في أفريقيا والبحر المتوسط، محاولة إيجاد حلول ووسائل أكثر تطورا وحدثا للوصول إلى درجة استغلال شبه كامل للقطاع، وعيا منها بأن القطاع السياحي هو أحد أهم البدائل لقطاع المحروقات، مما يستوجب وضع دراسة مستقبلية للقطاع بما يتناسب مع الإمكانيات الحقيقية للدولة.

القطاع السياحي هو أحد أهم البدائل لقطاع المحروقات في الجزائر، لذا يجب وضع دراسة مستقبلية للقطاع بما يتناسب مع الإمكانيات الحقيقية للدولة.

من خلال البحث تبين أن التخطيط السياحي الجزائري قد نجح في النهوض بقطاع السياحة حيث حقق نقلة نوعية من حيث عدد الهياكل و نوعية الخدمات، و المشاريع التي تهدف إلى خلق أقطاب

سياحية و ترقية الخدمات السياحية و تنوع المنتج السياحي، مما استقطب عدد أكبر من السياح خاصة الجالية المقيمة بالخارج.

الوكالات السياحية تعد النواة الفعالة لتحقيق أهداف التخطيط السياحي في الجزائر، -وكوالة تيمقاد- استطاعت أن تخلق زبائن محليين ودوليين أوفياء في الاتصال بها كلما تعلق الأمر بزيارة دولة الجزائر، إلا أن ذلك لا يمنع من وجود تجاوزات لبعض الوكالات فيما يخص اهتمامهم بالسياح أو تجاوز صلاحياتهم.

يعاني القطاع السياحي الجزائري من مشاكل كثيرة و تهميش و عدم اهتمام حقيقي سواء من المسؤولين أو الأفراد بسبب غياب الوعي و الجهل.

و تبقى النتائج متواضعة مقارنة بالإمكانات الطبيعية و الاحتياطي الهام من العملة الصعبة التي تمتلكها الدولة الجزائرية و ذلك للأسباب التالية:

همشت المخططات السياحية المرافق الأثرية و المحلية حيث أشار المخطط السياحي للنقائص فقط دون تطبيق حلول جدية و فعالة.

كل المخططات السياحية في الجزائر لا تمت بصلة للواقع المعاش للقطاع السياحي، فهي قرارات مركزية بحتة لا تراعي الحاجة الحقيقية لكل منطقة سياحية و كيفية تذليل الصعوبات من لا أمن و تهميش و تخريب و نهب، كما أنه لم يتم اختيار مواقع المشاريع و بدء الدراسات بالنسبة للمخطط التوجيهي للسياحة في الجزائر -SDAT 2025-.

أخفق القائمون على التخطيط السياحي الجزائري على مدار الأعوام في تحقيق ترقية نوعية في الخدمات السياحية و بالتالي البطيء في تنمية القطاع السياحي و كذلك صعوبة

الوصول به إلى مصاف الأقطاب العالمية، و حتى و إن تحسنت الخدمات السياحية فهي عاجزة تماما على استقبال الوفود الأجنبية اذا ما زاد عددها نظرا لضعف الهياكل القاعدية و قلة المطارات و سوء التنظيم الذي يصاحب كل الأنشطة السياحية.

عدم وجود التسهيلات -على أرض الواقع- في انتقال الأفراد للسياحة أو المؤسسات للاستثمار بسبب العراقيل والبيروقراطية التي تكبح القطاع السياحي الجزائري من التقدم.

تعاني الجزائر ومنذ الخروج من الأزمة السياسية التي كادت تعصف بالبلاد، إرهاب الأفراد والممتلكات، إذ لا يأمن أي شخص على سيارته حتى وهي داخل المرآب، فما بالك بتقله بها إلى مناطق ساحلية أو صحراوية، فبسبب انعدام الأمن والأمان عزف السياح الأجانب عن المجيء، أما بالنسبة للسياح المحليين فقد أدى ذلك إلى لجوء معظمهم إلى قضاء عطلته في الدول المجاورة من أجل الاستمتاع والإحساس بالأمن.

### اختبار الفرضيات والنتائج:

توصل الباحث من خلال الفرضيات المطروحة أول البحث إلى النتائج التالية:

- الفرضية 1: تم تأكيد خطئها و ذلك للمبررات التالية:
  - وفقا لمعوقات التحول السياحي في الجزائر(ص109)، يعاني القطاع السياحي الجزائري من إهمال كبير وعدم جدية المسؤولين والمجتمع في النهوض بهذا القطاع فهو ليس بالقطاع الرائد.
  - وفقا للجدول رقم: 11 (ص114)، فإن دور القطاع السياحي في ميزان المدفوعات له أثر هامشي إذا ما قورن بقطاع المحروقات أو القطاع الصناعي والتجاري.
- الفرضية 2: تم تأكيد صحتها و ذلك للمبررات التالية:

- وفقا لمعوقات التحول السياحي في الجزائر(ص109)، درجة النمو وتطور البنية التحتية يكاد يكون معدوما و بالتالي لم تساهم في ترقية الخدمات و تنمية القطاع السياحي.

• الفرضية 3: تم تأكيد صحتها و ذلك للمبررات التالية:

- وفقا للدراسة الميدانية التي قام بها الباحث(الفصل الرابع)، فإن وكالات السياحة والأسفار ليسوا الجانب المهم في تنمية القطاع السياحي، فالدولة تسعى لإنشاء قرى و مدن سياحية ضخمة -

SDAT 2025- دون الاهتمام الجاد بالوكالات السياحية.

• الفرضية 4: تم تأكيد خطئها و ذلك للمبررات التالية:

- وفقا لمعوقات التحول السياحي في الجزائر(ص109)، تعاني المنظومة المالية الجزائرية من

عراقيل كثيرة وتأخر كبير إذا ما قورنت بالدول المجاورة، حيث لا يوجد في المناطق السياحية أي

وكالات لتحويل الأموال وتسهيل التعاملات المالية أو صرف لمختلف العملات العالمية، هذا ما

دفع بالعديد من المستثمرين الأجانب إلى العزوف عن الدخول في استثمارات مباشرة في الجزائر

بالرغم من وجود كل المقومات التي يتوقّر عليها هذا الوطن الجميل الذي يتوسط العالم من كل

النواحي، وتتنوع المناخ والأجواء وطول الساحل وشساعة الصحراء.

• الفرضية 5: تم تأكيد صحتها و ذلك للمبررات التالية:

- قطاع المحروقات أثر كثيرا على كل القطاعات وخصوصا القطاع السياحي - 97% عائدات

المحروقات من ميزان المدفوعات-، فارتفاع سعر البترول، وامتلاك الجزائر لاحتياطي مهم من

العملة الصعبة جعل الدولة الجزائرية تنتهج منهاجها صناعيا وتجاريا بحتا، في حين أن أهم تنمية

مستدامة هي الاستثمار في السياحة كون عائدها سريعا ولا يحتاج إلى مجهودات ضخمة بل

يحتاج إلى اهتمام فعال على أرض الواقع وتوفير الحماية والأمن للمناطق السياحية والأفراد.

## التوصيات:

يجب على المخطط الجزائري لوضع تخطيط سياحي يحقق تنمية سياحية و مستدامة و يساهم في ترقية الخدمات السياحية مراعاة الآتي:

- **الجدية و الصرامة:** إذ يلاحظ تسببا على كل مستويات لكل القائمين بالقطاع السياحي، حيث لا توجد قرارات فعلية للحد من التبذير، النهب، السلب، استغلال النفوذ، المحاسبة و متابعة المشاريع و التمويلات، و تهميش لأطراف على حساب آخرين يعزز الجهوية و يزيد من صعوبة تنمية القطاع و ترقية الخدمات. فلا بد من إشراك كل الأطراف و محاسبة كل المسؤولين المقصرين للنهوض بالقطاع.

- **الأولوية للمناطق التاريخية:** لا بد للتخطيط السياحي أن يضع في سلم أولوياته الاهتمام بالمناطق التاريخية و المحميات الطبيعية، من خلال وضع مخطط ترميم لتلك الآثار باستعمال وسائل و مكونات تحاكي الطبيعية الصخرية و التركيبية للمكون الحضاري- ضريح مدغاسن تم استخدام الإسمنت المسلح لترميمه و ذلك مظهر منفر و ليس جالب- كذلك منع عبث الإنسان بالحضائر الوطنية الطبيعية.

- **الوضع الأمني:** و لعله أهم عنصر في السياحة، و ذلك من خلال وضع مخطط وطني عاجل لخلق استقرار أمني و طمأنينة للمواطنين و تعزيز الثقة بينه و بين الأجهزة الأمنية، كذلك خلق أقسام شرطة جديدة و مصالح جديدة- مثل شرطة المرافق العمومية، شرطة الدوريات الليلية،... الخ- بحيث تساهم أكثر في حماية السياح و المواطنين.

- **التوعية السياحية:** من خلال وضع برامج تلفزيونية، إذاعية، و إصدار صور و مجلات تبين مدى أهمية و تنوع التراث الثقافي و الحضاري و كيفية الحفاظ عليه و الاهتمام به، و إن لزم

الأمر يتم توزيع أقراص مضغوطة و المجلات بالمجان و على مستوى كل القطر الوطني لتحقيق قدر كاف من التوعية و نشر ثقافة السياحة في مجتمعنا.

- **تهيئة المجتمع ثقافيا:** إن عدم التخطيط السياحي في المكون البشري في القطاع السياحي الجزائري يظهر جليا في الجهل بالمعالم الجغرافية و التاريخية للمناطق السياحية التي يعيش فيها السكان، كذلك انعدام القواعد البسيطة في التعامل و التواصل مع السياح المحليين أو الأجانب سواء لغويا أو في أسلوب التعامل، و بالتالي وجب الإسراع في فتح مدارس سياحية لتكوين العاملين في التعامل و استخدام القواعد اللغوية البسيطة في التواصل مع الحفاظ على الهوية الجزائرية.

- **توفير اليد العاملة المؤهلة:** بحيث تتأقلم مع كل الظروف - اجتماعية، بيئية، طبيعية- يساعد ذلك في جلب اهتمام السياح و جعلهم هم أنفسهم سفراء للدعاية السياحية للمنطقة.

- **تحديث القوانين السياحية و كيفية ممارسة النشاط السياحي:** بحيث تسهل إجراءات الاستغلال للمكونات السياحية، إذ كثيرا ما يعاب على غموض القوانين و صعوبة تطبيقها و عدم ملاءمتها مع التطورات العالمية.

- **عصرنة القطاع المالي و تطوير وسائل المعاملات:** بحيث يسهل كل التعاملات و التحويلات و الصفقات من و إلى الخارج، و خلق وسائل الطلب و الدفع الإلكتروني التي تتعدم في الجزائر أو تكاد تكون محدودة في خدمات معينة-دفع فواتير- ، كذلك فتح مصارف تحويل عملات لتسهيل انتقال السياح الأجانب و تلبية خدماتهم و طلباتهم.

- **تنويع المنتج السياحي:** على التخطيط السياحي الاهتمام بالمناطق الداخلية و لا يعتمد فقط على السياحة الشاطئية، بحيث يطور السياحة العلاجية، الأثرية، الثقافية، التقليدية و الترفيهية و بالتالي خلق تونان جهوي و تنويع العائد المالي.

- الإسراع بتهيئة القواعد الهيكلية: من طرقات و سكك حديدية و مطارات و شبكة هاتف و إنترنت عالية التدفق؛ لأنها القلب النابض للسياحة.
- تطوير وسائل النقل و المواصلات: يعاني النقل في القطاع الجزائري من عدم الجدية في تطبيق المعايير الدولية فيما يتعلق بنوع السيارات و درجة الأمان و مدة الاستعمال؛ إذ نلاحظ وجود معدات نقل مهترئة - اهتلكت منذ سنين- لا يزال أصحابها يستعملونها لنقل الأفراد، أو وسائل نقل حديثة لا تتوفر على ادنى شروط الأمان و الرفاهية و بالتالي عزوف السياح المحليين أو الأجانب ركوبها إلا اضطرارا.
- الدعاية الإعلانية و الإعلامية: كثيرا ما يكتشف السياح العالم من خلال الإعلانات التجارية، فوجب على القائمين بالقطاع التوجه نحو الدعاية العالمية و الاستفادة من خبرتها من خلال صور و إعلانات مصورة تظهر كل جمال و طبيعة الجزائر.
- إشراك القطاع الخاص و المستثمرين الأجانب: بحيث يساهم في نقل الخبرة و التكنولوجيا و يعجل التطور السريع لقطاع السياحة مع أخذ في عين الاعتبار مساهمة الدولة بنسبة 51% من المشاريع لمنع الاحتكار و تهريب الأموال و متابعة كل مراحل العمل، و لا يكون ذلك إلا بتقديم قوانين تحمي الخواص و المتعاملين الأجانب و تحقق الشفافية و الوضوح في التعاملات.

### آفاق البحث:

لقد حاول الباحث من خلال الموضوع تقديم صورة مبسطة للتخطيط السياحي وأنواعه ليستطيع الباحثون والطلبة الجامعيون الاستفادة من المعلومات المعروضة وفهمها والتوسع فيها، فالتخطيط السياحي أهم قاعدة للانطلاق الصحيح والجيد نحو تحقيق الأهداف المحددة، فهو يهدف لتنمين المقومات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية.

البحث عبارة عن بداية لدراسات معمقة ومجهرية للظواهر السياحية في الجزائر، من خلال بحوث في كيفية الدفع بالتخطيط السياحي لعجلة النمو الاقتصادي، أو الاهتمام بخدمات سياحية معينة وفهم مراحلها وصولاً إلى السائح، أو فهم عجلة النشاط السياحي لموقع معين وكيفية تطويره والدعاية له؛ كل هذه هي آفاق بحوث مستقبلية ودراسات معمقة.

قائمة المراجع

والكتب

## قائمة المراجع

### الكتب باللغة العربية:

- 1- احمد محروس خضير ، تحليل السياسات العامة السياحية في مصر ، الشركة العربية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2006.
- 2- أحمد محمد المصري، إدارة الفنادق، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية 1998. الجزائر 1983.
- 3- جلييلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية، 2003.
- 4- جمال داود سلمان ، التخطيط الاقتصادي، دار الكتب للطباعة و النشر، جامعة الموصل، 1989.
- 5- حسين عمر، علم التخطيط، دار الكتاب، القاهرة، 1997.
- 6- حمدي عبد العظيم ، اقتصاديات السياحة ، مكتبة زهراء الشرق ، القاهرة 1996.
- 7- حمود يونس ، محمد عبد المنعم ، محمد مبارك ، اقتصاديات التنمية و التخطيط ، دار النهضة العربية للنشر ، بيروت 1985.
- 8- خربوطلي صلاح الدين ، السياحة المستدامة ، سلسلة دار الرضا، دمشق 2004.
- 9- خليل صابات، تاريخ الطباعة في الشرق العربي، دار المعارف، القاهرة، 1958.
- 10- دلال عبد الهادي ، اقتصاديات صناعة السياحة ، الفتح للطباعة و النشر الإسكندرية مصر ، 2006.
- 11- الروبي نبيل، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987.
- 12- سليم، شركات السياحة و وكالات السفر، مؤسسة الثقافة الجامعية بالإسكندرية، مصر ، 1990
- 13- صبري عبد السميع ، اقتصاديات السياحة ، دار الخولي للطباعة ، القاهرة 1998.
- 14- صلاح الدين عبد الوهاب: تخطيط الموارد السياحية، مطابع دار الشعب، القاهرة، 1998.
- 15- صلاح عبد الوهاب: السياحة الدولية ، مطبعة الزهران ، القاهرة ، 1990.
- 16- عادل السيد الجندي ، الإدارة والتخطيط التعليمي الاستراتيجي رؤية معاصرة، القاهرة، 1423هـجري.
- 17- عبد الرحمن السحبياني، حبيب الهبر، دليل مفهوم السياحة المستدامة و تطبيقها، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2012
- 18- عبد القادر مصطفى، دور الإعلان في التسويق السياحي ، الحواسيب الجامعية للندوات ، الطبعة الأولى ، بيروت 2003.
- 19- عبد الهادي عبدالقادر سويفي، أساسيات التنمية و التخطيط الاقتصادي، جامعة أسيوط، 2008.
- 20- عبير عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية، مصر.
- 21- عجمية محمد عبد العزيز ، مقدمة في التخطيط و التنمية ، دار النهضة العربية للطباعة و النشر ،
- 22- كامل محمود، السياحة الحديثة علما و تطبيقا، مطبعة الهيئة العامة للكتب، القاهرة، 1975.
- 23- لمياء حفنى، أعمال شركات السياحة و وكالات الأسفار، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، مصر، 2008.
- 24- محمد أمين السيد على، إدارة الفنادق و رفع كفاءتها الإنتاجية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن 1998.
- 25- محمد خميس الزوكة ، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي ، دار المعارف الإسكندرية، مصر، 1992.
- 26- محمد محمد البنا ، عبد العزيز صالح ، اقتصاديات التخطيط السياحي ، دار الخولي للطباعة ، القاهرة 2005.

- 27- محمد مفرح القحطاني و آخرون ، السياحة الأسس و المناهج ، دراسة تطبيقية على منطقة عسير ، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر و التوزيع ، السعودية 1996.
- 28- محمود فوزي شعوبي، السياحة و الفنادق في الجزائر، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007.
- 29- محمود محمود هويدي، مدخل لدراسة السياحة، دار ابن حنظل، القاهرة، 2003.
- 30- مروان السكر العدوان ، إدارة زكالات و شركات السياحة و السفر، دار مجلادي للنشر و التوزيع ، 1996.
- 31- المشهداني خليل ابراهيم، التخطيط و التنمية السياحية، مطابع التعليم العالي و البحث العلمي، الجامعة المستنصرية، العراق، 1989.
- 32- مصطفى يوسف، صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية ، دار الفرات للنشر و التوزيع ، بيروت 2006.
- 33- منال شوقي عبد المعطي أحمد، أسس التخطيط السياحي، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر، 2011.
- 34- هدي سيد لطيف، السياحة بين النظرية و التطبيق ، الشركة العربية للنشر و التوزيع القاهرة ، 1994.
- 35- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008.
- 36- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تشخيص و فحص السياحة الجزائرية، 2008.
- 37- ولّ ديورانت، ترجمة محي الدين صابر، قصة الحضارة(البداية)، دار الفكر العربي، مصر، 1998.

### الكتب بالغة الأجنبية:

- 1- Ahmed Tessa, Economie touristique et aménagement territoire, O.P.U, 1993
- 2- GERARD GUIBILATO, Economie Touristique Edition, DELTA&SPECS, 1983.
- 3- MILTON FRIEDMAN, Regional development and planning, LONDON, Hut Chicago, 1970.
- 4- MYRDAL GUNNER, Economy theory and under developed, Kegions, London, Longman, 1958.
- 5- WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO BAROMETER 2013, VOL11, August 2013
- 6- WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO *Tourism Highlights 2010*.
- 7- WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO *Tourism Highlights 2012*.
- 8- WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO *Tourism Highlights 2013*.

### الرسائل و الأطروحات و البحوث:

- 1- بديعة بوعقلين، مكانة السياحة في ظل المعطيات الاقتصادية و العالمية الجديدة ، رسالة ماجستير ، كلية الاقتصاد و التسيير ، جامعة الجزائر 2000.
- 2- حفيظ مليكة، السياحة و أثارها الاقتصادية و الاجتماعية حالة الجزائر، رسالة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003.

- 3- ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 1997.
- 4- عيساني عامر، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر-، رسالة دكتوراه، جامعة باتنة، كلية الاقتصاد و علوم التسيير، 2011.
- 5- قرزيز محمود، واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية، المركز الجامعي برج بوعرييج، الجزائر 2007.
- 6- كريم قاسم، ترقية السياحة في الجزائر، رسالة ماجستير، المدرسة العليا للتجارة، جامعة الجزائر 1998.
- 7- كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير جامعة الجزائر 2004.
- 8- نجاة أحمد عروة، توظيف الحرف التقليدية في القطاع السياحي في الجزائر، 2010.
- 9- هدير عبدالقادر، واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، 2006، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر.
- 10- يوسف بن سالم بصفر، الواقع والمأمول في تخطيط وتمويل البرامج الكشفية بوزارة المعار، رسالة تكميلية لدرجة الماجستير، جامعة أم القرى - كلية التربية - قسم الإدارة التربوية والتخطيط، السعودية.

#### الملتقيات و المحاضرات و المجلات و المنشورات:

- 1- تقرير وزارة السياحة حول تصور قطاع السياحة للثلاثين سنة 2004-2013.
- 2- عبد الهادي عبد القادر السويقي، التنمية المستدامة، محاضرة أقيمت في مقياس: اقتصاديات التنمية، قسم الاقتصاد، معهد البحوث و الدراسات العربية، جامعة الدول العربية، 2006.
- 3- فوزي سعيد أحمد الجديبة، محاضرة في مقياس: الجغرافيا السياحية، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2010.
- 4- لخلف عثمان، محاضرة بعنوان المؤسسات الاقتصادية، مقياس اقتصاد المؤسسة، كلية علوم الاقتصاد و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009.
- 5- مجلة الباحث، عدد 01، 2004.
- 6- مجلة البحوث و الدراسات العلمية، جامعة الدكتور يحي فارس، الجزائر، عدد مارس 2012.
- 7- مجلة التسامح، العدد 27، 2009.
- 8- مجلة الحوار المنتمدين، العدد 2391.
- 9- مجلة الفرقان، الكويت، 2010، العدد: 593.
- 10- مجلة جامعة تشرين، العلوم الاقتصادية و القانونية العدد 3، 2006.
- 11- مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية، العراق، المجلد 14، العدد 3، 2007.
- 12- مجلة سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28 العدد 3، جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سورية، 2006.
- 13- المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية، دورة 16 نوفمبر 2000.
- 14- ملتقى الجزائر الاقتصادي 20-21 جانفي 2008.
- 15- الملتقى الدولي الثاني حول دور السياحة الصحراوية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 11 و 12 مارس 2012.

- 16- الملتقى الوطني حول التحولات السياسية وإشكالية التنمية في الجزائر: واقع وتحديات، كلية العلوم القانونية والعلوم الإدارية، جامعة الشلف، 16-17 ديسمبر 2007.
- 17- ملتقى توظيف الحرف التقليدية في القطاع السياحي 2000.
- 18- الندوة العلمية (أثر الأعمال الإرهابية على السياحة)، دمشق في 06/07/2010.
- 19- الندوة العلمية (أثر الأعمال الإرهابية على السياحة)، مركز البحوث العربية بجامعة نايف، دمشق 2010.
- 20- وزارة الثقافة، تلمسان عاصمة الثقافة العربية 2011.
- 21- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية: مخطط التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010.
- 22- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، المخطط الخماسي 2010-2014.
- 23- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، 2008
- 24- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تقرير التنمية السياحية، 1977.
- 25- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة، 2008.
- 26- وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة الجزائرية، المخطط الاستراتيجي : الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، 2008.

### المواقع الإلكترونية:

- 1- فدى المصري، العوامل البشرية والمادية المؤثرة في التنمية السياحية، مجلة الحوار المتمدن، 2008، الموقع: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=145508>، في: 13/11/2012.
- 2- لمعيطي ادريس، دور الصناعة التقليدية في تنشيط السياحة، موقع: <http://www.startimes.com>، في: 15/11/2012.
- 3- ابراهيم سنجاب، الأموال الساخنة: خطر على البورصة، الموقع: <http://digital.ahram.org.eg>، في: 12/07/2012.
- 4- أحمد محمد، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، موقع: [www.Skyinfo.edu.re](http://www.Skyinfo.edu.re)، في: 11/09/2012.
- 5- اسراء الروبي، العوامل البشرية والمادية المؤثرة في التنمية السياحية، <http://anthro.ahlamontada.net/t346-topic>، في: 16/11/2012.
- 6- بانا ضمراوي، مكونات السياحة، عمان، الأردن، موقع: <http://mawdoo3.com>، في: 17/10/2010.
- 7- بدر الشريدة، السجاد التركي في بيتك، موقع مجلة البيت: <http://www.albeet.com>، في: 15/11/2012.
- 8- خليل صابات، تاريخ الطباعة في الشرق العربي، دار المعارف، القاهرة، موقع: [ae.wikipedia.com](http://ae.wikipedia.com)، في: 19/09/2012.
- 9- دورة الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية، سبتمبر، مدريد، 2000، الموقع: [http://www.wto.org/english/news\\_e/news00\\_e/news00\\_e.htm](http://www.wto.org/english/news_e/news00_e/news00_e.htm)، في: 25/12/2012.
- 10- رويش طارق، المصرف، موقع ويكيبيديا: <http://ar.wikipedia.org/>، في: 25/09/2012.
- 11- سعيد السالمي، التواصل الحضاري، مقالة، مجلة التسامح، العدد 27، 2009، الموقع: <http://beta.altafahom.net/tasamoh>، في: 15/09/2012.

- 12- عبد الرحمن السحيباني، حبيب الهبر، دليل مفهوم السياحة المستدامة وتطبيقها، جامعة الدول العربية، الموقع: <http://www.startimes.com/f.aspx?t=7308294>، في: 2012/09/25.
- 13- عبده مهدي صلاح، مسارات النشاط الاستثماري السياحي و إمكانية توجيهه، صحيفة الثورة، الموقع: <http://www.althawranews.net/portal/print.php?id=91770>، في: 2014/08/27.
- 14- فلاق علي، التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة الدكتور يحي فارس، الجزائر، عدد 06، الموقع: <http://www.univ-medea.dz/revue/index.php/rres/issue/view/6>، في 2012/11/15.
- 15- فوزي سعيد أحمد الجديبة، محاضرة في مقياس: الجغرافيا السياحية، الجامعة الإسلامية في غزة، موقع الجامعة: <http://www.iugaza.edu.ps>، في: 2012/08/06.
- 16- لخلف عثمان، محاضرة بعنوان المؤسسات الاقتصادية، مقياس اقتصاد المؤسسة، كلية علوم الاقتصاد وعلوم التسيير، الموقع: <http://www.tomohna.com/vb/showthread.php?t=20287>، في: 2013/01/17.
- 17- محمد أزهر سعيد السماك، منهاج البحث في التخطيط السياحي بمنظور جغرافي معاصر، مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية، العراق، 2007، ص205، الموقع: <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=44439>، في: 2012/11/12.
- 18- محمد حميد الصواف، كيف نحول السياحة إلى منتج، مؤسسة النبا للثقافة والإعلام، الموقع: <http://www.annabaa.org/nbanews/71/882.htm>، في: 2012/09/25.
- 19- محمد غنيم عثمان، مقدمة في التخطيط التنموي الاقليمي، دار الصفاء للطباعة و النشر، عمان، 2008، موقع: <http://journal.usd.sd>، في: 2012/11/11.
- 20- المنذر صفوان، الأهمية الاقتصادية للسياحة، المجلة الاقتصادية، <http://www.aleqt.com>، في: 2012/05/03.
- 21- المنظمة العالمية للسياحة، مدخل للسياحة العالمية(مفاهيم عامة)، الدورة العامة للمنظمة، مدريد، اسبانيا، 1981الموقع: <http://www.wto.org/events>، في: 2012/09/19.
- 22- نبيل طعمة، سر نجاح الصناعة السياحية والبحث عن بدائل في سوق السياحة العالمية ، جريدة الازمنة، الموقع: [http://www.alazmenah.com/?page=show\\_det&category\\_id=48&id=35369&lang=ar](http://www.alazmenah.com/?page=show_det&category_id=48&id=35369&lang=ar)، في: 2012/12/12.
- 23- نجاة أحمد عروة، توظيف الحرف التقليدية في القطاع السياحي في الجزائر، الموقع: <http://www.startimes.com/f.aspx?t=14555211>، في: 2012/01/31.
- 24- نيفين القرطبة، فريال بني عيسى، الوعي السياحي للمجتمع ودوره في الترويج، الموقع: <http://www.7jor.com/showthread.php?t=67418>، في: 2012/07/15.
- 25- هوارى معراج، سليمان جردات، السياحة و أثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة اقتصاد الجزائر، مجلة الباحث، 2004، ورقلة، عدد01، الموقع: <http://bu.univ-ouargla.dz>، في: 2012/09/19.
- 26- وليد سيد أمين، إدارة عميات شركات السياحة ووكالات السفر، موقع ويكيبيديا: وكالة سفر الموقع: <http://ar.wikipedia.org>، في: 2012/11/10.

- 27- Brownell travel, Oldest agency in USA, Site:  
www.brownelltravel.com/about.html, Visité le : 02/01/2013.
- 28- Dean & Dawson History, Site: www.deananddawson.co.uk/1771.html, visité le: 02/01/2012.
- 29- Jim Forsyth, International tourism to reach record 1 billion travelers in 2012, in.reuters.com/, le :2012/01/27
- 30- Thomas Cook, son histoire, 1841 bis 2001, site:  
http://www.thomascook.fr/apropos, visité le : 10/09/2010.
- 31- Tobin, Rebecca, Wanted young agents, Site:  
en.wikipedia.org/wiki/Travel\_agency, visité le : 01/01/2013.
- 32- UNWTO, Tourism Highlights, Edition 2012, site:  
http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr.pdf, visité le: 14/11/2012
- 33- Vasco de Gama, Biography, http://fr.wikipedia.org/wiki/Vasco\_de\_Gama, visité le : 10/09/2012.
- 34- WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO BAROMETER 2013, VOL11, site: http://mkt.unwto.org/barometer, le: 09/11/2013.
- 35- World tourism organization, UNWTO HIGHLIGHTS 2014, site:  
http://mkt.unwto.org/fr/node/36698, le: 02/07/2014.
- 36- WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO HIGHLIGHTS, Edition 2013, site: http://www.e-unwto.org/content/hq4538/fulltext.pdf, visité le: 09/11/2013.
- 37- WORLD TOURISM ORGANIZATION, UNWTO Tourism Highlights, Edition 2010, site: http://www.e-unwto.org/content/t60255, visité le: 10/09/2013.

### مراجع أخرى:

- 1- الإدارة العامة و المصلحة التجارية و المحاسبية لوكالة تيمقاد للسياحة و السفر.
- 2- تصريح وزير السياحة و الصناعات التقليدية السابق إسماعيل ميمون، برنامج ضيف التحرير، الإذاعة الجزائرية الثالثة، 2012/08/19.
- 3- المرسوم التنفيذي رقم 10-186، الجريدة الرسمية: عدد 44 مؤرخة في 21 يوليو 2010.
- 4- مقابلة مع منصر شريف، المدير العام لوكالة تيمقاد للسياحة و السفر.

الملاحق

# Fêtes locales

## Tamanrasset : le Tafsit « les Couleurs du Printemps »

Marquant l'avènement du printemps, Tafsit est une occasion pour une fête de trois jours riches en couleurs. C'est aussi une occasion pour les agences de voyage du Grand Sud de clôturer la saison touristique « Automne- Hiver » avant l'arrivée des grandes chaleurs estivales et des vents de sable. Tafsit est devenue au fil des années « une kermesse géante » où les touristes se retrouvent en pèlerinage pour « un au revoir et, à l'année prochaine ».



qui veut dire printemps - est une occasion pour organiser de nombreux concours comme ceux du meilleur chameau, du meilleur attisant ou de l'élection de « Miss Hoggar » qui est devenue l'une des principales curiosités des dernières saisons. De par son caractère culturel et touristique, Tafsit est aussi une occasion d'organiser de courtes randonnées comme le circuit de la boucle de l'Assekrem pour admirer l'un des plus beaux coucher du soleil au monde à ...2800 mètres d'altitude et, découvrir l'héritage de Charles de Faoucauld.

L'ensemble des habitants du Tassili N'Ajjer se rencontrent à Djanet pour se rappeler et surtout pour reconduire un pacte de paix scellé entre eux, il y a près de 3000 ans. La tradition locale rapporte qu'à cette époque-là, régnait entre les Oraren et les Traorfit ( Tribus du Tassili N'Ajjer) une guerre fratricide des plus longues dans l'histoire des Ajjers .

Ce n'est qu'en apprenant la victoire de Moïse sur Pharaon qu'ils consentirent à mettre fin à leurs conflits et scellèrent un pacte de paix qui, depuis, les a unis.

Devenue une fête mythique, jouissant d'une symbolique tout aussi particulière, sa célébration le jour d'EL ACHOURA .

## Timimoun : Le S'Boue, Une semaine au rythme du Karkabou

Coïncidant avec la fête du Mawlid (célébration de la naissance du Prophète Mohamed) dont la date est arrêtée suivant le calendrier hégérien. Le S'Boue est comme son nom l'indique est une fête qui dure sept nuits et sept jours, cette fête est devenue au fil des années une grande attraction touristique avec des circuits à travers les vieux ksars et palmeraies du Gourara.



## Bechar : Moussim Taghit, la fête de la datte

Le Maoussim de Taghit est célébré à la fin de chaque mois d'Octobre la récolte de la datte, principale ressource de cette étendue verdoyante de la Saoura. Celle-ci réunit ses voisins du Touat autour de cette fête vieille de plus de 19 siècles.

La tradition, ainsi, instaurée est fêter trois jours durant au rythme du bendir, du goubri et de chants en chœur.



## Naâma : La ouaâda de Sidi Ahmed El Medjdoub

Célébrée durant le second Week-End de chaque mois d'Octobre la Ouâda de Sidi Ahmed El Medjdoub qui se déroule dans la commune d'Asla (Wilaya de Naâma) en l'honneur de Sidi Ahmed El Medjdoub. Ce Saint Homme est né dans la localité en 1490 et pour qui la fête est organisée pour rendre hommage à sa sagesse et à son « fiqh ».

Mais, aussi pour préserver et perpétuer les traditions et les coutumes issues des préceptes de l'Islam.

Hospitalité bédouine oblige, les Medjadba reçoivent à cette occasion, tous les visiteurs et leurs assurent une restauration traditionnelle sous des Kheimas accueillantes .



## Festival de Timgad : les Aurès en Fête

Se déroulant durant chaque année la première semaine du mois de Juillet, l'épopée du festival de Timgad a commencé dès **les années** soixante lorsqu'un groupe de personnes a voulu exploiter le site de Timgad pour l'organisation de journées culturelles mais, dont l'objectif était de placer ce joyau archéologique sur le marché mondial des vestiges afin de servir le tourisme national et faire revivre une culture riche et millénaire .



## Fête de la Poterie de Mâatkas

La fête de la poterie se déroule chaque année, au mois de juin, dans la région de Mâatkas, près de Boghnie au sud de Tizi Ouzou .Le métier de la poterie dans cette région est essentiellement féminin. Les femmes des Ath Khilil sont réputées pour qualité de leurs poteries faites d'ustensiles domestiques et produits de leurs ouvrages réalisés à partir d'une argile rouge disponible en quantité dans la région.



## Fête du bijou d'argent de Ath Yenni

Les Ath yennie fêtent chaque année le bijou en argent, Elle a lieu au mois de Juillet. Le bijou de la région est réputé pour la finesse de l'ouvrage. Traditionnellement accompli par les hommes uniquement puis, partagé ces dernières années, par les femmes. Le savoir-faire transmet de père à fils, les secrets de fabrique artisanale sont jalousement gardés chez les Ath Yenni. La légende raconte qu'autrefois les artisans bijoutiers refusaient



de marier leurs filles à l'extérieur de la région de peur de voir leur secret s'évaporer. Le bijou est serti d'argent et de corail, ornement principal du bijou qui peut être agrémenté aussi d'émail dans les couleurs d'usage : jaune pour le soleil, vert pour la nature et le bleu pour le ciel. Des colories inspirées de la nature dans laquelle est lovée Ath Yenni, qui culmine à plus de 900 mètres d'altitude sur les hauteurs du Djurdjura.

## Fête du tapis des Ath Hicham

Une autre fête célèbre le tapis, elle a lieu au nord du pays, chez Les Ath Hichem, un des villages de la commune de Ath Yahia El Hammam en haute Kabylie, c'est le tapis qui réunit chaque année la population des autochtones autour d'une fête qui célèbre les tissages berbères. Le tapis est aussi ici exclusivement une affaire de femme.



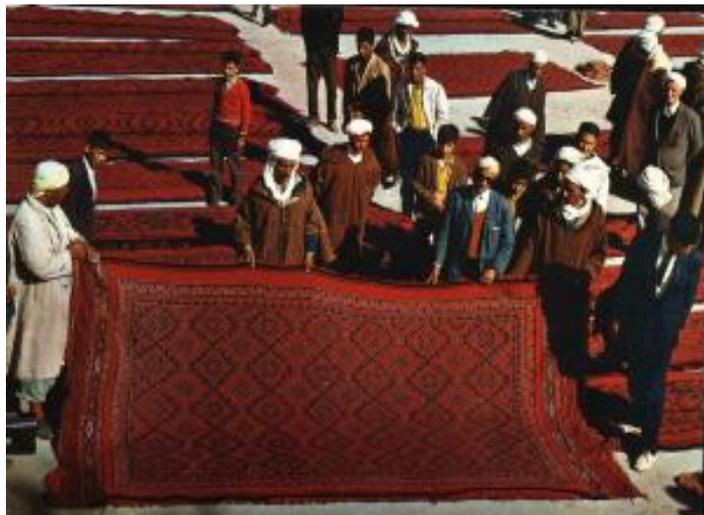
## La fête du corail d'El Kala

La célébration a lieu au mois d'août et rassemble pêcheurs, artisans et vendeurs. Le corail d'El Kala ainsi que celui de Bejaia est réputé pour sa qualité, pour ses coloris rares, en dehors du rouge, on dénombre aussi le rose, le saumon, le corail algérien régénère après sa cueillette rapidement. C'est de ce corail là que les bijoux de Ath Yenni sont ornés. Il est également exporté vers d'autres pays. A la même fête, il est aussi exposé et vendu des pipes et autres objets souvenirs faits de bois de bruyère, ( une autre richesse de la région), de qualité supérieure. La pipe d'El Kala à une réputation internationale, elle est exportée dans plusieurs pays



## Ghardaïa : La Fête du Tapis

Ayant une vocation commerciale où la vente du tapis est à l'honneur, cette fête qu'abrite durant les vacances du printemps ( Mi-Mars), la capitale de la vallée du M'Zab est ponctuée par une exposition des différents tapis du pays, des défilés de chars décorés par les tapis locaux, des concours du meilleur artiste, des soirées folklorique animées par des troupes de Karkabou et , des visites touristiques à travers les cinq villes de la métropole de la vallée du M'Zab où Béni Izguen se retrouve à l'honneur avec son mythique marché de vente à la criée



# Liste des sites et monuments classés

## (01) Wilaya d'Adrar

Place des martyrs Site Naturel (Adrar)  
Places de l'Indépendance Site Naturel (Timimoun)  
Ksar de Tamentit Centre.Urb.Vivant.(Timimoun)  
Casbah de Melouka Monument de Culte Islam (Timimoun)

## (02) Wilaya de Chlef

Mosaïque de l'Eglise Œuvre d'art/Ant. (Chlef)  
Ruines romaines de la Kalâa des ouled Abdallah Ruines/Ant. (Ténès)  
Mosquée du vieux Ténès Mon.de Culte/Islam. (Ténès)

## (03 ) Wilaya de Laghouat

Dessins rupestres Œuvres d'art/PréHist. (El Guicha)  
Rocher Fromentin Site Naturel (Laghouat)  
Gravures rupestres Oued Remailia Œuvres d'art / PréHist. (Sidi-Makhlouf)  
El Hasbaia Site / PréHist. (Laghouat)  
Zaouia Tidjania Mon. de culte/Islam (Ain Madhi)  
Centrale électrique diesel de Laghouat  
Ouvrage/Indust.Mod (Laghouat)

## (04 ) Wilaya d'oum El- Bouaghi

Dolmens et Cromlechs Mon. Fun/Pré-.Hist. (Sigus)

## (05) Wilaya de Batna

Gorges de Tilatou Site naturel (Tilatou)  
Village de Bouzina Site naturel (Bouzina)  
Village de Tagoust Site naturel (Tagoust)  
Village d'Amentane Site naturel (Menaâ)  
Village de Tighanimine Site naturel (Tighanimine)  
Canon de Rhouffi Site naturel (T'Kout)  
Ruines de la ville antique de Tobna Ruines/Ant.  
**(Bitam Barika)**  
Mausolée des Rois numides dit le Medracen Mon.Fun./Ant. (El-Madher)  
Arc de triomphe de Markouna Mon.Hon/Ant. (Tazoult)  
Territoires et monuments de l'antique lambaesis Sites et monuments/Ant. (Tazoult)  
Territoires et monuments de l'antique Thamugadi Sites et monuments/Ant. (Timgad)  
Gorges de Foug Ksentina Site naturel (Timgad)  
Territoires et monuments de l'Antique Diana

Veteranorum (Zana) Sites et monuments/Ant. (Ain Djesser)  
grenier Igelfen Mon/Ant. (Tigharghar)  
grenier de Baloul Mon/Ant. (Tigharghar)  
Village de Menâa Site naturel (Menâa)

## (06) Wilaya de Bejaia

Restes de l'enceinte fortifiée de la Porte Fouka  
Ruines/Med. (Béjaia)  
Fort Moussa dit Fort Barral Fortification/Med. (Béjaia)  
Fort de la Casbah Fortification/Med. (Béjaia)  
Porte dorée ou porte de la mer Mon.d'Accés/Med. (Béjaia)  
Corniche Site naturel (Tichy)  
Corniche Site naturel (Aokas)  
Corniche Site naturel Souk (Tenine)  
Citerne romaine  
Site de Taklat Site/Ant. (El- Kseur)  
Cippe Romain Pierre funéraire/Ant. (Béjaia)  
Mihrab de la mosquée Ibn Toumert Pièce. de mon de culte/Islam. (Béjaia)  
Citadelle des Zianides dénommée Lassouar Fortif./Med. (El- Kseur)  
Corniche Site Naturel (Béjaia)

## (07) Wilaya de Biskra

Restes de thermes Ruines/Ant. (Biskra)  
Ruines de Gemellae Ruines/Ant. (M'lili)  
Porte en bois de la Mosquée Elément (Sidi-Okba)  
Gorges et village de Djemina Site naturel (M'Chounèche)  
Village de Kebach Site naturel (M'Chounèche)  
Gorges de Khenguet Sidi-Nadji Site naturel Khenguet (Sidi-Nadji)  
Village Islam Khenguet Sidi-Nadji Ensemble de gravures rupestres autour de Ain-Naga Œuvres d'art/Pré-.Hist (Ain-Naga)  
Borne miliaire de Seba Mgata Elément de repère/Ant (El-Kantara)  
Inscription encadrée dans la porte du caravansérail Epigraphe/Ant. (El Outaya)  
Ruines de l'Amphithéâtre Ruines/Ant. (El Outaya)  
Pont Romaine Mon./Ant. (El-Kantara)  
Collection lapidaire déposée au musée de la ville Pièces d'œuvres d'art /Ant (El-Kantara)  
Gorges d'El Kantara Site naturel (El-Kantara)  
Mosquée de Sidi Khaled Mon.de culte/ Islam (Sidi-Khaled)  
Zaouia tidjania  
Gorge de Sidi Masmoudi Site Naturel (M'Chounèche)

### **(08) Wilaya de Bechar**

Ksar de Kenadsa Centre Hist.Vivant (Kenadsa)  
Nécropole (tumulus)  
Ksar de Taghit Centre Hist.Vivant (Taghit)  
Ksar de Beni Abbes Centre Hist.Vivant. (Beni Abbes)

### **(09) Wilaya de Blida**

Chemin Abel de Chréa Site Naturel (Blida)

### **(10) Wilaya de Bouira**

Forêt des Azerou, canton Taouialt et Tikjda Site Naturel (Bechloul)  
Inscription et fragments antiques déposés sur l'esplanade appartenant à l'Etat Epigraphe/Ant Sour (El-Ghozlane)

### **(11) Wilaya de Tamanrasset**

Abalessa et le tombeau (site préhistorique de (Tin-Hinan) Mon.Fun/Pré-.Hist Tamanrasset (Site de l'Ahaggar)

### **(12) Wilaya de Tebessa**

Chabet retba  
Stations abris de Bir Sedet Site/Pré-.Hist. (Chéria)  
Garet Retba Site/Pré-.Hist. (Chéria)  
Chabet Siboun Site/Pré-.Hist. (Chéria)  
Damou kermaia Site/Pré-.Hist. (Chéria)  
Fadje Relilai Mengart Site/Pré-.Hist. (Chéria)  
Foum Relilai Menguebba Site/Pré-.Hist (Chéria)  
Merget Sem El-Garbi Site/Pré-.Hist (Chéria)  
Oued Retem Site/Pré-.Hist (Chéria)  
Relilai Tlidjen Site/Pré-.Hist (Chéria)  
Ruines antiques Ruines/Ant. (Morsott)  
Gorges de Bou Akkous Site Naturel (Morsott)  
Grottes de Bou Akkous Site Naturel (Morsott)  
Village de Youkous Site Naturel (Hammamet)  
Arc de Caracalla Mon.Honorif/ Ant (Tebessa)  
Amphithéâtre Mon de spectacle/Ant (Tebessa)  
Mur d'Epoque Byzantine Fortif./Ant. (Tebessa)  
Basilique Mon. De culte/Ant. (Tebessa)  
Quartier de la Zaouia ( Fouilles) Site en fouille/Ant (Tebessa)  
Territoires et Monuments Antiques de Thèveste Site et Mon./Ant. (Tebessa)  
Temple Romain de Tebessa Khalia Mon de Culte/Ant. (Tebessa)  
Tour du Djebel Mestiri Mon. Surveil/Ant. (Tebessa)

### **(13) Wilaya de Tlemcen**

Port de Honain Mon./Med (Honain)  
Rempart de la Casbah Fortif./Med. (Nedroma)

Bain Maure Thermes/Med (Nedroma)  
Mosquée des Gueddarines Mon.culte/Islam. (Nedroma)  
Mosquée de Sidi-Mendil Mon.culte/Islam (Nedroma)  
Grande Mosquée Mon.culte/Islam (Nedroma)  
Marabout de Sidi Brahim Mon. Fun /Islam (Nedroma)  
Mausolée de Sidi-Bouali Mon. Fun /Islam (Nedroma)  
Gisement du lac Karar Site/Pré-.Hist. (Remchi)  
Mosquée de Beni Snous Mon.culte/Islam (Remchi)  
Village de Tafessera Site Naturel (Remchi)  
Village de Tleta Site Naturel (Remchi)  
Village de Sahra Site Naturel (Remchi)  
Mosquée de Khemis Mon.culte/Islam (Remchi)  
Mosquée de Sidi Bou Ishaq Tayar Mon.culte/Islam (Tlemcen)  
Grande mosquée et dépendance : Minaret de la Mosquée Mon de culte/Islam. (Tlemcen)  
Sidi-Belhassen Rachidi Mon.fun/ Islam. (Tlemcen)  
Minaret de la Mosquée Sidi-Hacène Elément de Mon de Culte/Islam (Tlemcen)  
Mosquée de Sidi Boumediène et dépendances :Medersas. Mosquée de Si-Bel- Hassen Mon deCulte/ Islam (Tlemcen)  
Mosquée de Lala Erroyat Rue des Almohades Mon deCulte/ Islam (Tlemcen)  
Mosquée de Sidi-Senoussi (rue de Mascara) Mon deCulte/ Islam (Tlemcen)  
Mosquée du Mechouar Mon deCulte/ Islam (Tlemcen)  
Mosquée Bab Zir et deux Marabouts du cimetière d'El Obbad Es Soufli Mon deCulte et Mon Fun (Tlemcen)  
Mosquée des Oulad El-Imam Mon deCulte/ Islam (Tlemcen)  
Ancienne Mosquée de Sidi-El Ghali (rue Lamorcière) Mon deCulte/ Islam (Tlemcen)  
Marabout de Sidi Brahim Mon Fun/Islam (Tlemcen)  
Marabout de Sidi-El Wahab Mon Fun/Islam (Tlemcen)  
Kobba dite du Khalifat cimetière de Sidi-Yakoub Mon Fun/Islam (Tlemcen)  
Kobba de Sidi El Daoudi Mon Fun/Islam (Tlemcen)  
Agadir (site) Site/Med (Tlemcen)  
Mosquée et Miraret de Mansourah et dépendances Mon.et Elém. culte/Med (Mansourah)  
Mosquée Sidi El Haloui et dépendances Mon. et Elém culte//Med (Mansourah)  
Tombeaux dits de la sultane au cimetière de Sidi Yakoub Mon.Fun./Med (Mansourah)  
Petit palais des sultanes à El- Obbad à El fouqui Mon. Résidence/Med (Mansourah)  
Magasin et agence des monuments historiques Mon.Hist-dépôts/Med (Mansourah)  
Enceinte en pise de Mansourah et ruines de la Macalla Fortif./Med (Mansourah)

Porte de Mansourah.  
 fragments divers de l'époque arabe au musée de la  
 mairie Mon.d'Accès/Med (Mansourah)  
 Colonnes provenant de la mosquée de Mansourah  
 Eléments d'architecture/Med. (Mansourah)  
 Tour et ruines de la porte de Sidi El Daoudi sur le front  
 Est. Mon.Surveillance et ruines/Med (Mansourah)  
 Porte dite « Bab el Khemis entre Tlemcen et  
 Mansourah Mon.d'Accès/Med. (Tlemcen)  
 Bordjs et autres ouvrages dépendant des fronts Sud et  
 Ouest Fortifications/Med (Mansourah)  
 Porte de Bab El Kermadine sur le front Nord-Ouest et  
 improprement appelée « Bab El Toi »  
 Mon.d'Accès/Med (Tlemcen)  
 Minaret d'Agadir Elém. de Mon. de culte/Med  
 (Tlemcen)  
 Kobba de Sidi Abdallah Ben Mansour et de Sidi Ben  
 Ali à Ain El Hout Mon. Fun./Med. . (Tlemcen)

#### **(14) Wilaya de Tiaret**

Djeddars Mon.Fun./Ant. (Frenda)  
 Bled Touta Lakania et grottes se rapportant à la  
 tradition de l'historien Ibn Khaldoun Site Naturel  
 (Frenda)  
 Dolmens Mon.Fun./Pré-.Hist (Tiaret)  
 Site de Tahert Tagdemt Site. Cap./Med. (Tagdemt)

#### **(15) Wilaya de Tizi Ouzou**

Ruines romaines dites « El Habs El Ksour » Formant  
 le lot domanial n° 243 sommier de consistance d  
 'Azzazga Ruines/Ant. (Azzefoun)  
 Mausolée romain de Teksebt Mon.Fun./Ant. (Iflissen)  
 Ruines romaines temples basiliques Ruines Mon.de  
 Culte/Ant. (Tigzirt)

#### **(16) Alger**

Dolmens Bologhine Ibnou Ziri Mon.Fun/Pré-.Hist  
 (Bologhine)  
 Inscription Romaine gravé sur une pierre encadrée  
 dans la façade d'un immeuble situé rue Bab Azzoun à  
 l'angle de la rue caftan Epigraphe/Ant (Casbah)  
 Vestiges des Fortifications dites Bastion XI  
 Fortif./Med. (Casbah)  
 Mosquée Ketchaoua Mon de Culte/Islam. (Casbah)  
 Mosquée Ali Bitchin Mon de Culte/Islam (Casbah)  
 Djamâa El Kebir Mon de Culte/Islam (Casbah)  
 Mosquée Abderrahmane El-Tâalbi Mon de Culte/Islam  
 (Casbah)  
 Mosquée Sidi Ramdane Mon de Culte/Islam (Casbah)  
 Casbah d'Alger Centre.Urb.Vivant/ Med. (Casbah)  
 Djamâa Safir Mon. de Culte/Islam (Casbah Oued –  
 Koriche)

Mosquée Mohamed Cherif Mon. de Culte/Islam  
 (Casbah Oued Koriche)  
 Marabout du « Jardin Marengo » connu sous le nom du  
 Tombeau de la Reine Mon.Fun/ Islam (Casbah Oued  
 Koriche)  
 Marabout a coupole Hassen Pacha dit Ben Ali situé rue  
 du même nom. Mon.Fun/ Islam (Casbah Oued  
 Koriche)  
 Dar Hassen Pacha Demeure/Mod (Casbah Oued  
 Koriche)  
 Groupe de maisons mauresques (Bastion 23) ex. rue du  
 14 juin Demeures/Mod. (Casbah Oued Koriche)  
 Dar Es Souf (ex. cour d'assises) Demeure/Mod  
 (Casbah Oued Koriche)  
 Dar Kkhasnadji ( ex Archevêché) Demeure/Mod  
 (Casbah Oued Koriche)  
 Dar Mustapha Pacha (ex Bibliothèque Nationale)  
 Demeure/Mod Casbah (Oued Koriche Casbah)  
 (Forteresse) Fortif./Mod. (Casbah Oued Koriche)  
 Djamâa El Djedid Mon.de Culte/Islam. (Casbah Oued  
 Koriche)  
 Vertiges de l'enceinte de la Madina d'Alger qui  
 comprend les Fronts ( Bab Azzoun) et Nord-Ouest (   
 Bab El Oued) Elément de Fortif./Med (Casbah Oued  
 Koriche)  
 Porte turque de l'Arsenal Mon.d'Acée /Med. (Casbah  
 Oued Koriche)  
 Porte du penon Mon.d'Acée/Med (Oued Koriche  
 Casbah)  
 Fontaine de la cale aux vins Ouv.Hyd./Med (Oued  
 Koriche)  
 Fontaine de l'Amirauté Œuvre d'art/Mod (Oued  
 Koriche Casbah)  
 Bible d'autel dans le temple protestant de la rue  
 Chartes Elém.de Mon.DeCulte/Med (Oued Koriche  
 Casbah)  
 Divers Objets de culte dans les synagogues de  
 l'impasse Boutin N°2 et la rue Médée Objets de Culte/  
 Med (Oued Koriche Casbah)  
 Rouleaux de la loi et divers objets de culte en argent  
 appartenant à synagogue de la place Randon au 2eme  
 et 3eme étages de l'immeuble du consistoire, 1 rue  
 Volland Objets de Culte/ Med (Oued Koriche Casbah)  
 Parchemins dits séraphines et garnitures de la  
 synagogue de la rue Scipion Manus.Et Objets de  
 Culte/Med (Oued Koriche Casbah)  
 Jardin Marengo Site Naturel (Oued Koriche Casbah)  
 Forêt domaniale dit Bois de Boulogne Site Naturel  
 (Birmandreis)  
 Belvedre du chemin des crêtes Site Naturel  
 (Birmandreis)  
 Bois entourant le Fort l'empereur Site Naturel (El Biar)

Citadelle du Fort l'empereur Fortif./Mod (El Biar)  
 Partie nord de la falaise saint Raphaël comprenant les parcelles ou parties des parcelles n°12225,1296,1300,1309,1313,1315 à (El Biar) Site Naturel (El Biar)  
 Villa « second weber » et le bois de pins qui l'entoure sur l'éperon de la falaise saint Raphaël. Demeure et SN/Mod (El Biar)  
 Bordj Polignac Fortif. Et SN/Mod (Bouzaréah)  
 Abords du Bordj Polignac Site Naturel (Bouzaréah)  
 Mosquée et marabouts dits de Sidi Madjouba Mon.Fun.et de Culte/Islam (Bouzaréah)  
 Cimetière de sidi Madjouba Mon.Fun./ Islam (Bouzaréah)  
 Tombeaux mégalithiques sur le plateau de Beni Messous Mon.Fun./Pré-.Hist. (Beni messous)  
 Villa Hussein-Dey Demeure./Mod (Hussein-Dey)  
 Abords de la Villa Louvet Site Naturel (Hussein-Dey)  
 Villa des Arcades Demeure./Mod (El – Madania)  
 Abords de la Villa des Arcades Site Naturel (El Madania)  
 Fontaines arabe et marabout ou Hamma lieu dit « les Platanes au jardin d'Essai Ouv.Hyd.Mon.Fun/Mod (Sidi-M'hamed)  
 Villa Abdelatif Demeure/Mod (Sidi-M'hamed)  
 Villa Mahieddine Demeure/Mod (Sidi-M'hamed)  
 Place publique Site Naturel (Bouzaréah)  
 Villa Mahieddine Site Naturel (Sidi-M'hamed)  
 Jardin d'Essai du Hamma Site Naturel El Hamma-Annassers.  
 Parc de la liberté Site Naturel (Sidi-M'hamed).  
 Prison de Barbarousse Mon.Pénitencier /Mod (Casbah Oued Koriche).  
 Mosaïque de la mosquée de Tadfina à Tlemcen déposée au Musée National des Antiquités.  
 Fort Turc de Bordj El Kiffane Fortif./Med (Bordj El bahri).  
 Fôret de bainem.  
 Fôret de sidi feruch.  
 Extremeté nord-ouest de la presqu'île sidi feruch contenant des ruines romaines.  
 Phare de cap Caxine Signal. Maritime/ Mod. (Sidi-M'hamed)

### (17) Wilaya de Djelfa

Hadjra sidi boubker gravures rupestres  
 Kheneg el hilal (gravures rupestres)  
 Zeccar Gravures rupestres  
 Dolmens du moulin de djelfa  
 Dolmens à droite de la route d'alger à laghouat  
 Hadjra Sidi Boubeker (Gravures rupestres) Œuvre d'art/Pré-.Hist (Ain El Ibel)

Kheneg El-Hillal (Gravures rupestres) Œuvre d'art/Pré-.Hist (Ain El Ibel)  
 Zeccar (Gravures rupestres) Œuvre d'art/ Pré-.Hist (Zeccar)  
 Dolmens du Moulin de Djelfa Mon.Fun/ Pré-.Hist (Djelfa)  
 Dolmens à droite de la route d'Alger à Laghouat Mon.Fun/ Pré-.Hist (Djelfa)

### (18) Wilaya de Jijel

Corniche Site Naturel (El Aouana)  
 Corniche Site Naturel Ziama (Mansouriah)  
 Grottes Merveilleuses Site Naturel/Pré-.Hist. (Ziama Mansouriah)

### (19) Wilaya de Setif

Village de Tidget Guergour Site Naturel (Ghenzet)  
 Gorges de Chabet Akra Site Naturel (Ghenzet)  
 Territoires et Monuments de l'Antique Cuicul Site et Mon./Ant. (Djemila)  
 Citadelle de Setif Fortif./Ant (Setif)  
 Zone archéologique : quartier de la basilique , rempart, cirque,quartier du temple Site et Mon./Ant. (Setif)  
 Site D'Ikdjen Site/Med (Ain El Kebira)  
 Ain El Fouara Fontaine oeuvre d'art/Med (Setif)

### (20) Wilaya de Saida

Grottes de Oued Saida Site/ Pré-.Hist. (Saida)  
 Gisement préhistorique de ain menaaé  
 Site Timzighine Site/ Pré-.Hist. (Youb)

### (21) Wilaya de Skikda

Théâtre Romain et fragments d'architecture qu'il renferme Mon. de Spectacle/Ant (Skikda)  
 Objets antiques déposés au musée de Skikda appartenant à l'Etat Objets/Ant (Skikda)  
 Toile représentant l'ensevelissement du Christ attribué à Van Dyck Œuvre d'art/Ant (Skikda)  
 La grande mosquée Mon. de Culte/Islam (Collo)

### (22) Wilaya de Sidi-Bel Abbas

Camps de Bossuet Mon.Pénitencier/ Mod (Dhaya)

### (23) Wilaya de Annaba

Citerne d'Hippone Ouv.Hyd./Ant (Annaba)  
 Ruines d'Hippone Ruines/Ant (Annaba)  
 La citadelle, fort des supplicités et les vestiges du rempart de la ville Fortif./Mod (Annaba)

## **(24) Wilaya de Guelma**

Grottes du Djebel Taya (région de Oued Charef Site Naturel/Pré-.Hist (Bou Hamdane)  
Piscine romaine (Hammam Berda) Thermes/Ant. (Heliopolis)  
Restes de théâtre et Thermes Elem.deMon./Ant (Guelma)  
Dolmens et grottes funéraires (nécropole).  
Ruines de la ville de Thibilis Ruinés/Ant. (Bellaoua Announa)  
Hammam Debagh (Meskhoutine) Thermes/Ant. (Hammam Debagh)  
Site Khenguet El Hadjar Site Natu./ Pré-.Hist. (Salaout Announa)  
Dolmens de Cheniour Mon.Fun./Pré-.Hist. (Ain El Arbi)  
Site de Ain Nechma Site/ Pré-.Hist. (Ben-Djerrah)  
Citadelle Bouatfane Fortif./Ant. (Ain El Arbi)  
Kef Bouzioune Zatara antique Site/Ant. (Bouhachana)  
Zaouia Cheikh El Hafnaoui Bedyar Mon.de Culte/Islam. (Beni Mezlin)  
Sour Ethakana el Kadiùm Fortif./Mod. (Guelma)

## **(25) Wilaya de Constantine**

Dolmens de Salluste situés auprès de l'emplacement des anciens jardins de Constantine. Mon.Fun./Pré-.Hist (Constantine)  
Aqueduc romain Ouvr.Hidr./Ant. (Constantine)  
Pont romain Ouvrage/Ant. (Constantine)  
Tombeau de Praecillius Mon.Fun./Ant. (Constantine)  
Mosquée de Souk El Ghezal (ex Cathédrale) Mon.de Culte/Med. (Constantine)  
Mosquée de Sidi Lakhdar Mon.de Culte/Islam. (Constantine)  
Partie de l'ancienne médersa qui renferme :les tombeaux de Salah Bey et de sa famille Mon.Fun./Mod (Constantine)  
Palais Ahmed Bey Demeure/Mod. (Constantine)  
Fragments antiques et inscription dans le square Vestiges&Epigraphe/Ant. (Constantine)  
Inscription des Martyrs Saint Jacques et Saint Marien Epigraphe/Ant. (Constantine)  
Mosaïque de Penthésilée découverte aux Ouled Agla et déposée à la préfecture de Constantine Œuvre d'Art/Ant. (Constantine)  
Objets antiques déposés au musée de Constantine appartenant à l'Etat Collection/Ant. (Constantine)  
Gorges du Rhummel Site Naturel (Constantine)  
Dolmens et Cromlechs 35km du sud de Constantine Ras El Ain Bou Merzoug Ouled Rahmoune Mon.Fun./Pré-.Hist. (Ouled Rahmoune)  
Veille ville de Constantine Centre Hist.Vivant

(Constantine ville)

Dolmens et cromlechs au lieu dit djebel Ksaibi à 32 Kms de Constantine Ouled Rahmoune Mon.Fun./Pré-.Hist. (Ouled Rahmoune)  
Mausolée Gréco-Punique appelé Soumaâ Mon.fun./Ant. (El –Khroub)  
Dolmens et cromlechs au lieu dit Djebel Mazalaa à 16 Kms d'El Khroub Mon.Fun./Pré-.Hist. (Ouled Rahmoune)

## **(26) Wilaya de Medea**

Site de Benia constituant l'emplacement de l'ancienne ville d'Achir à 4 Kms au sud –ouest de Tletat Ed Douair Site/ Capitale/Med. (Tletat Ed Douair)  
Monuments funéraires émergeant du sol de l'ancienne nécropole Mon.Fun./Ant. (Djouab)  
Restes de maison d'enceinte de porte à Rapidum Site/Ant (Djouab)  
Territoire et monument de l'antique rapidum.  
Dar El Bey dénommée Dar EL Emir Abdelkader Mon.Commemor./Mod (Médéa)

## **(27) Wilaya de Mostaganem**

Grande Mosquée Mon.de Culte/Islam. (Mostaganem)

## **(28) Wilaya de M'sila**

Kalâa des Beni Hammad Site-Capitale/Med. (Mâadid)  
Camps d'El Djorf Mon.Pénitencier/ Med. (Ouled Derradj)

## **(29) Wilaya de Mascara**

Ruines de l'Antique Aquae Sienses Ruines /Ant Bou Hanifia (El Hammamet).  
Mosquée au Douar d'El Guetna Mon.de Culte/Islam (Hacine)  
Mosquée de Ain Beida Mon.de Culte/Islam (Mascara)  
Mosquée Djemaâ El-Kebir Mon.de Culte/Islam (Mascara)  
Ruines de la Zaouia de Sidi Mahieddine Ruines/Mon de Culte/Islam (Sidi-Kada)  
Bains dits de « Emir AbdeEl Kader Thermes/Mod (Sidi Kada)  
Remparts en terre avec ses créneaux ruines concernant l'Emir Abdelkader Fortif./Mod (Sidi-Kada)  
Bois d'oliviers près des ruines se rapportant à la tradition de l'Emir Abdelkader Site Naturel (Sidi-Kada)  
Gisement préhistorique de Ternifine Site/ Pré-His. (Tighenif)  
Site de Dardara Site.Commemo./ (Mod Ghriss)

L'Etat Major de l'Emir Abdelkader Edif./Milite/Mod (Mascara)  
Tribunal de l'Emir Abdelkader Edif./justice (Mascara)

### **(30) Wilaya de Ouargla**

Ruines de Sedrata Site/Capital/Islam. (Ouargla)  
Vallée de l'Oued Djerat Site/Pré-His. (Ouargla)  
Ksar de Ouargla Centre.Urb.Vivant. (Ouargla)

### **(31) Wilaya d'Oran**

Hôtel de la division.  
Mosaïque provenant de BETHIOUA EX/ ST LEU déposée au musée Demaeghet.  
Objets antiques déposés au musée d'Oran appartenant à l'état  
Restes d'une ville romaine Ruines /Ant. (Bethioua)  
Ville punique des Andalouses Ruines /Ant. (Boutellis)  
Abri Alain Site./Pré-His (Oran)  
Grottes d'El Cuartel Site./Pré-His (Oran)  
Mosquée Mohamed Kebir Mon.de Culte/Islam (Oran)  
Mosquée du Pacha Mon.de Culte/Islam (Oran)  
Minaret du campement Elém.de Mon.de Culte. (Oran)  
Minaret de la Mosquée du Pacha Elém.de Mon.de Culte. (Oran)  
Caravansérail Edif. /Mod (Oran)  
Palais du Bey Demeure/Mod (Oran)  
Porte Espagnole du château dite « Porte d'Espagne » Mon.d'Acée/Mod (Oran)  
Pavillon de la Favorite Elém.D'Edif/Mod (Oran)  
Mosquée Mohamed El Houari Mon.de Culte/Islam (Oran)  
Porte de la manutention militaire Elém.de Const. Milit /Mod (Oran)  
Ecusson espagnol sculpté sur l'extérieur du mur d'enceinte du château neuf Elém.d'œuvre d'art/ Mod (Oran)  
Tambour de San José Elém.d'architec./ Mod (Oran)  
Fontaine de la Place Emerat Œuvre .d'art/Mod (Oran)  
Porte de Santon Mon.d'Acée/Mod (Oran)  
Porte de Castel Mon.d'Acée/Mod (Oran)  
Porte d'entrée Château neuf Mon.d'Acée/Mod (Oran)  
Posada Espagnole Relais/Mod. (Oran)  
Chapelle de Santa Cruz Mon.de Culte/Mod (Oran)  
Inscription de la rue du vieux château Epigraphe/Mod (Oran)  
Echauguette d'angle du mur d'enceinte du château neuf Elém.d'architec/ Mod (Oran)  
Collection préhistorique déposée au musée d'(Oran) appartenant à l'Etat Collect/Pré-.Hist (Oran)  
Mosaïque provenant d'une maison de Bethioua déposée au musée d'Oran appartenant à l'Etat Œuvre d'art/Ant (Oran)

Promenade de l'étang Site Naturel (Oran)  
Site du Murdjadjo Site Naturel (Oran)  
Cimetière dit « Des cholériques » au ravin de Ras El Ain Mon.Fun./Mod (Oran)

### **(32) Wilaya d'El Bayadh**

Merdoufa (site rupestre) Site/ .Pré-.Hist (Gassoul)

### **(33) Wilaya de Illizi**

Tassili N'Ajjer Parc culturel (Djanet)

### **(34) Wilaya de - Bordj -Bou -Argeridj**

Ruines de l'ancienne cité de Tihamamine Ruines/Ant (El Hammadia)

### **(35) Wilaya de Boumerdes**

Fort Turc de Bordj El Bahri ( La Pérouse) Fortif./Med (Ain Taya)

### **(36) Wilaya de Tarf**

Eglise d'El Kala Mon. de Culte/Mod (El Kala)  
Ruines du Bastion de France entre El Kala et Annaba  
Ruines /Mod (El Kala)

### **(37) Wilaya de Tindouf**

Casbah de Belaâmach Centre.Urb.Vivant (Tindouf)

### **(38) Wilaya de Tissemsilt**

Parcs nationaux d'Ain N'Sour et Theniet el Had Sites Naturels (Theniat El Had)  
station de Columnata I.  
station de Columnata II

### **(39) Wilaya d'El Oued**

Zaouia Tidjania Mon. de Culte./Islam (Guemar)

### **(40) Wilaya de Khenchela**

Vallée Oued Beni Barbar Site Naturel (Khenchela)  
Gorges de l'Oued El Arab Site Naturel (Khenchela)  
Grottes de Fringal Site Naturel (Khenchela)  
Village de Djellal Site Naturel (Djellal)  
Village de Tabardga Site Naturel (Charchar)  
Village de Tizigarine Site Naturel (Bouhmama)  
Site de Baghai Site /Med. (Baghai)  
Gorge de chabet akra(sitze naturel)  
Mausolée Cédia ( ksar el Djazia)

### **(41) Wilaya de Souk-Ahras**

Ruines du palais Byzantin Ruine/Ant (M'Daourouche)  
Mausolée romain Mon.Fun./Ant (M'Daourouche)

Territoires et monuments de l'Antique Thubusicum Numidarum Site /Ant (Khemissa)  
Statues et fragments antiques déposés au jardin de la commune (Œuvres d'art/Ant (Souk-Ahras)  
Mausolée Romain situé sur un terrain domanial dans le Douar des Ouled Soukies ( Ksar El Ahmar) .  
Mon.Fun./Ant (Taoura)

#### **(42) Wilaya de Tipaza**

Citerne sous la caserne Ouv-Hydr/Ant (Cherchell)  
Restes des Thermes Ouest et Est Ruines /Ant (Cherchell)  
Restes de l'Amphithéâtre Elém.de Mon.Spect/Ant (Cherchell)  
Chaire construite en l'an 981 de l'Hégire dans la mosquée Elém.de Mon. de Culte/Islam (Cherchell)  
Objets Antiques déposés au musée de (Cherchell) appartenant à l'Etat Collections/Ant (Cherchell)  
Acqueduc à 5 Km de (Cherchell) Ouvr.Hydr/Ant (Cherchell)  
Caid Youcef ,Ruines Romaines Ruines/Ant (Cherchell)  
Cap dit « les Trois Îlots » Ruines /Ant (Cherchell)  
Mosquée des cents Colonnes.  
Cimetière d'El Ghobrini Mon.de Culte/Islam (Cherchell)  
Acqueduc antique à Sidi Ammar Ouvr.Hydr/Ant (Sidi Ammar)  
Mausolée royal de Maurétanie (Tombeau de la Chrétienne) Mon.Fun./Ant (Hadjout)  
Mosquée de la place romaine Mon.de Culte/Islam (Cherchell)  
Remparts Romains et Cimetière Punique Fortif. Et Mon.Fun/Ant (Hadjout)  
Château d'eau Ouvr.Hydr/Ant (Hadjout)  
Parcelles du terrain comprises entre la route du Phare et la mer Site Naturel (Tipaza)  
Place Publique Site Naturel (Tipaza)  
Restes du Théâtre Elém. De Mon.de Spect/Ant (Tipaza)  
Restes d'une Basilique et d'un Cimetière Elém. De Mon. Fun & Culte/Ant (Tipaza)  
Ruines d'un prétoire Ruines /Ant (Tipaza)  
Sarcophage et Fragments Antiques Elém Fun/Ant (Tipaza)  
Ferme de Nador Ruines /Ant (Tipaza)  
Littoral de (Tipaza) comprenant les parcelles Site Naturel (Tipaza)

Cascade de Bérard Site Naturel (Tipaza)  
Restes du théâtre romain période antique

Mosquée kaddour dit boufarik site de tipaza  
Ain Ksiba Site/Ant. (Cherchell)  
Propriété Kaddour dit « Boufarik » Réserve Archeol./Ant (Cherchell)

#### **(43) Wilaya de Mila**

Ruines de Milev : Ruines / Ant – National /1910 (Mila)  
Bains de Pomperianus : Thermes/Ant. – National/L.1900 (Oued Athmania)  
Vieux Mila : Site/Ant .- National/1999 (Mila)

#### **(44) Wilaya de Ain Defla**

Mosquée de Sidi Ahmed Ben Youcef : Mon. de Culte/Islam- National/1978 / (Miliana)

#### **(45 ) Wilaya de Naama**

Nécropole de Djorf Torba Mon.Fun./Ant. (Ain Séfra)  
Traces de la Jument de Sidi Cheikh à Theniet Azzia  
Site Naturel(Empreintes) (Ain Sefra)

#### **(46) Wilaya de Ain Temouchent**

Royaume Numide de Syphax ( Siga) Site/Capital/Ant. (Oulhassa)

#### **(47) Wilaya de Ghardaia**

Remparts de Beni Isguen Fortif./ Med. (Ghardaïa)  
Vallée du M'zab Centre Urb.Vivant (Ghardaïa)  
Ksar de Metlili Centre Urb. Vibant (Metlili)

#### **(48) Wilaya de Relizane**

Ruines de Kaoua Ruines/Ant. (Ammi Moussa)