



جامعة 8 ماي 1945 - قالة -
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية



مذكرة مقدم ضمن متطلبات نيل شهادة الماسترالمني
تخصص: إدارة الاعمال السياحية

دليل إدارة الوجهات السياحية :
التوجهات الدولية و التجارب المحلية

تحت إشراف الأستاذ:

جمال محمد الصالح

إعداد الطالبين :

1- عبد الموجود ملايكية

2- سيف الدين شعلال

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	مؤسسة الانتماء	الرتبة	الإسم و اللقب
رئيسا	جامعة 8 ماي 1945 - قالة	أستاذ مساعد " أ "	مزيان رياض
مشرفا	جامعة 8 ماي 1945 - قالة	أستاذ مساعد " ب "	جمال محمد الصالح
ممتحنا	جامعة 8 ماي 1945 - قالة	أستاذ مساعد " ب "	غريب مريم

السنة الجامعية : 2023 - 2024

إهداء

إلى صاحب السيرة العطرة والفكر المستنير، فلقد
كان له الفضل الأول في بلوغي التعليم العالي
والذي الحبيب أطال الله في عمره .

إلى من وضعتني على طريق الحياة، وجعلتني رابط
الجياش ورعتني حتى صرت كبيرا أمي الغالية
رحمها الله وأسكنها فسيح جناته

إلى إخوتي حفظهم الله، إلى زوجتي الفاضلة رفيقة
الدرب

إلى كل من علمني حرفا طوال مسيرتي الدراسية
إلى جميع أساتذتي الكرام، ممن لم يتوانوا
في مد يد العون لي

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم و السلام على رسوله الكريم

، أما بعد :

فنحمد الله عز و جل أولاً و قبل كل شيء أن وفقنا

لإتمام هذا العمل و الذي أتقدم بإهدائه إلى أمي

حفظها الله و رعاها و إلى أبي رحمه الله و أسكنه

فسيح جناته .

كما أهديه إلى إخوتي الأعمام و أصدقائي و عائلتي

و إلى كل أساتذتي و إلى جميع من ساهم من

قريب أو بعيد في مشوار تحصيلي العلمي

شكر وعرافان

بعد شكر المولى عز وجل، نقدم أسمى عبارات الشكر والامتنان
والتقدير والمحبة.

إلى الذين جعلوا أقدس رسالة في الحياة، إلى الذين أمضينا
معهم أعواما في رحاب الجامعة.

إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة، إلى جميع أساتذتنا
الكرام، ونخص منهم بالذكر أستاذنا الفاضل و المؤطر لنا

في هذه المذكرة "الاستاذ جمال محمد الصالح "

الذي كان عوننا لنا بفضل توجيهاته وإرشاداته

كما نوجه الشكر إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد

لإتمام هذا العمل المتواضع

ملخص :

يعد قطاع السياحة قطاعا حيويا و مصدرا مهما في اقتصاد الدول . كما أنه تلعب إدارة الوجهات السياحية دورا مهما في تطوير و تجسيد الأهداف الاقتصادية و الاجتماعية المسطرة . لذلك فإن دراستنا ستركز حول بيان تحديد ماهية إدارة الوجهات السياحية .

التعريف بأهم الاستراتيجيات و السياسات التي انتهجتها سواء على المستوى المحلي أو المستوى الدولي إضافة إلى التعريف بأهم الفاعلين السياحيين في مجال إدارة و تطور إدارة الوجهات السياحية و آليات عملها و كيفية أداء مهامها .

The tourism sector is a vital sector and an important source in the countries' economy. The management of tourist destinations also plays an important role in developing and embodying the established economic and social goals. Therefore, our study will focus on explaining the definition of tourism destination management.

Introducing the most important strategies and policies that it has adopted, whether at the local or international level, in addition to introducing the most important tourism players in the field of management and development of tourist destination management, its working mechanisms, and how to perform its tasks .

مقدمة :

تعتبر صناعة السياحة من أهم القطاعات الاستراتيجية التي تساهم في تنمية الاقتصاد و تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب. فهي صناعة قائمة بذاتها لها مدخلاتها و مخرجاتها. الأمر الذي جعلها مصدرا للدخل في عدد كبير من دول العالم ، خاصة لما يولده من حصة اقتصادية تزيد من الناتج المحلي الإجمالي، مما يساهم في تحقيق الرفاهية لدى الدول المتقدمة و في تحقيق التنمية الاقتصادية في الدول السائرة في طريق النمو.

و من أجل ذلك سعت معظم دول العالم جاهدة في تطوير و تنمية وجهاتها السياحية لتلبية احتياجات السوق الكبير و المتنامي و للتعريف بالمقومات السياحية التي تزخر بها الدولة خاصة الطبيعية ، التاريخية و التراثية التي تحسن صورتها السياحية ، و جعلها وجهة سياحية مغرية ، كما أنها تستقطب السياح من داخل الوطن و خارجه.

و نظرا للتطور المستمر للسياحة و التحولات الجذرية التي تشهدها دفع الدول إلى التفكير بشكل جديد في إدارة الوجهات السياحية كأداة هامة في هذا السياق. حيث يركز على تحليل التوجهات الدولية و التجارب المحلية و كيفية التأثير بينهما.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أهمية إدارة الوجهات السياحية في وضع الاستراتيجيات و الخطط لتطوير الوجهات السياحية الدولية بأسلوب يحترم الطبيعة المحلية و الثقافة الوطنية. **إشكالية الدراسة:**

نظرا للتحديات التي تواجهها السياحة العالمية في ظل المنافسة الشديدة بين الدول السياحية و التهديدات الأمنية و الصحية التي تؤثر على تقدمها و تحقيق أهدافها.

كيف يمكن تحقيق التوازن بين التوجهات الدولية في صناعة السياحة و حفظ الهوية و الثقافة المحلية من خلال استخدام إدارة الوجهات السياحية في تطوير الوجهات السياحية ؟

الفرضية الرئيسية :

يظهر جليا أن هناك إرادة حقيقية من طرف الدول و المنظمات الدولية من أجل الرقي بالسياحة العالمية من خلال وضع آليات و استراتيجيات تعمل على توجيه إدارة الوجهات السياحية بغرض تنمية و تطوير الوجهات السياحية.

أهمية الموضوع : تتجلى فيما يلي :

1-أهمية علمية:

يكتسي موضوع الدراسة أهمية بالغة باعتباره من المواضيع الحديثة التي يمكن أن يساهم في تعزيز فهمنا لكيفية تأثير التوجهات الدولية على إدارة الوجهات السياحية و تطويرها. يمكن أن يقدم رؤى جديدة حول أفضل الممارسات و الاستراتيجيات لإدارة الوجهات السياحية في سياق التجارب المحلية و التوجهات الدولية. التعرف على أهم الآليات التي تبنتها الدول و المنظمات من أجل تطوير و ترقية الوجهات السياحية.

التطرق إلى أهم الأزمات التي واجهت القطاع السياحي و كيف تعاملت معها الإدارة السياحية.

2-الأهمية العملية :

- العمل على توجيه إدارة الوجهات السياحية على المبنى العلمي في قرارات المسؤولين السياحيين و صانعي السياسات في التطوير السياحي.

- يمكن أن يساعد في تحديد الفرص و التحديات التي تواجه الوجهات السياحية المحلية في ضوء التوجهات الدولية و التغيرات في سلوك السائحين.

أسباب اختيار الموضوع : نميز بين نوعين من المبررات :

أسباب ذاتية :

- الاهتمام الشخصي بالبحث في كل ما يخص مجال السياحة .

- رغبتنا في إشباع فضولنا العلمي من خلال دراستنا للموضوع.

- خطوة مهمة في تحقيق أهدافنا المهنية و الأكاديمية.

أسباب موضوعية :

- ندرة البحوث و الدراسات التي عالجت موضوع الوجهات السياحية

- التعرف على أهم التوجهات الدولية في إدارة الوجهات السياحية و كيف ساهمت في تطوير السياحة.

- يكتسي موضوع الدراسة أهمية اجتماعية و ثقافية تؤثر بشكل كبير على المجتمع المحلي و الدولي.

- التعرف على الاتجاهات العالمية و المشاكل الحالية التي تواجه إدارة الوجهات السياحية.
أهداف الدراسة :

- تحديد بعض المفاهيم للوجهة السياحية و إدارة الوجهة السياحية.

- التعريف بالقائمين و الفاعلين في مجال إدارة الوجهات السياحية على المستوى المحلي و الدولي.

- استكشاف أهم الاستراتيجيات و الآليات المنتهجة من طرف الفاعلين في مجال إدارة الوجهات السياحية على المستوى المحلي (الجزائر) و كذا على المستوى الدولي (دولة الأردن نموذج).

- تحديد أهم الأزمات الدولية و المخاطر التي واجهت إدارة الوجهات السياحية بصفة خاصة و على القطاع السياحي بصفة عامة.

الصعوبات التي واجهتنا في إنجاز هذا البحث:

- قلة إن لم نقل ندرة المادة البحثية المتعلقة بموضوع المذكرة من جهة ، و من جهة أخرى حداثة موضوع إدارة الوجهات السياحية. إذ لم يتم التطرق إليه من قبل مما صعب القيام بإجراء هذه الدراسة.

حدود الدراسة :

الحدود الموضوعية : تركز الدراسة على إدارة الوجهات السياحية التوجهات الدولية و التجارب المحلية.

الحدود الزمانية : أنجزت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2024/2023.

المنهج المعتمد :

- من خلال إنجازنا لهذا البحث اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يعد أقرب المناهج إلى ما نرمي إليه في هذا البحث.

- من خلال الإحاطة بأغلب جوانب الموضوع ، هذا المنهج الذي يقوم على مبدأ تجميع الحقائق و المعلومات من مصادر متعددة لتشخيص الواقع ثم تحليلها و تفسيرها.

حاولنا من خلال هذه الخطة معالجة موضوع البحث كالتالي :

مقدمة

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي.

المبحث الأول : ماهية السياحة

المطلب الأول : مفهوم السياحة

المطلب الثاني : أشكال السياحة

المطلب الثالث : أهمية السياحة

المطلب الرابع : أنواع السياحة

المبحث الثاني : ماهية الوجهة السياحية

المطلب الأول : مفهوم الوجهة السياحية

المطلب الثاني : مفهوم صورة الوجهة السياحية

المطلب الثالث : مراحل تشكل صورة الوجهة السياحية

المبحث الثالث : ماهية إدارة الوجهة السياحية

المطلب الأول : مفهوم إدارة الوجهة السياحية

المطلب الثاني : مكونات إدارة الوجهة السياحية

المطلب الثالث : الأبعاد الخاصة بإدارة الوجهة السياحية

الفصل الثاني : تطبيقات إدارة الوجهات السياحية

المبحث الأول : تطبيقات إدارة الوجهات السياحية على المستوى المحلي

المطلب الأول : على مستوى القطاع العام

المطلب الثاني : على مستوى القطاع الخاص

المبحث الثاني : تطبيقات إدارة الوجهات السياحية على المستوى الدولي

المطلب الأول : المنظمات السياحية الدولية

المطلب الثاني : نموذج دولي في إدارة الوجهات السياحية.دولة الأردن

المبحث الثالث : إدارة الوجهات السياحية في ظل الأزمات الدولية

المطلب الأول : الأزمة الاقتصادية العالمية

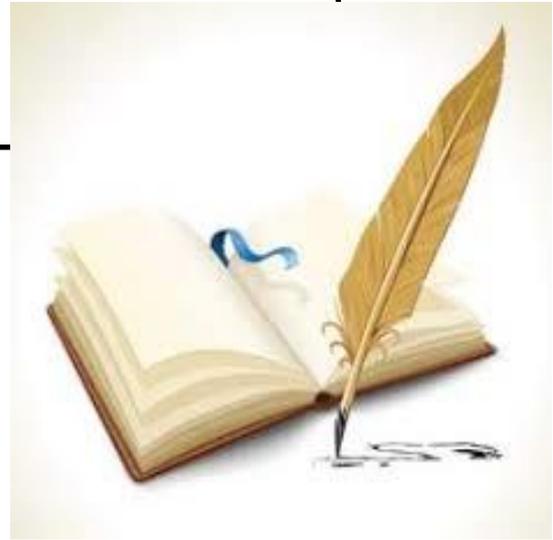
المطلب الثاني: الأزمات الأمنية

المطلب الثالث : الأزمات الصحية (فيروس كورونا COVID 19)

الخاتمة



الفصل الأول : الإطار المفاهيمي



تمهيد :

أصبحت تحتل السياحة مكانة متميزة في اقتصاديات البلدان لما لها من تأثيرات مباشرة و غير مباشرة في عدة قطاعات ، أين أصبحت صناعة قائمة بذاتها، لها مدخلاتها و مخرجاتها و خاصة في العقدين الأخيرين، أين عرفت السياحة تطورا كبيرا. و لعل السبب الأكبر يعود إلى تطور وسائل النقل و المواصلات و الاتصالات ، لتصبح من بين أهم الصناعات من حيث زيادة رأس المال المستثمر و زيادة الإيرادات و التدفقات المالية ، إضافة إلى الأيدي العاملة في هذا القطاع النشط.

نظرا للاهتمام الكبير الذي أصبح توليه الدول لقطاع السياحة ، كان لابد عليها الاهتمام بمواردها السياحية و نخص بالذكر الجهات السياحية و ما تزخر به من عوامل جذب للسياح ، و محاولة كبح السياحة الخارجية التي يمكن تعويضها داخليا ، و الحصول على إقبال سياحي داخلي معتبر.

فيا ترى ماذا يقصد بالسياحة ؟ و الجهات السياحية ، إدارة الجهات السياحية و ما هي أبعادها ؟

المبحث الأول : ماهية السياحة

تعد السياحة من بين الحاجات النفسية للإنسان ، و التي يهدف من خلالها إلى الترويح عن النفس و الحاجة إلى الاستجمام و الراحة. و في هذا المبحث سنحاول تسليط الضوء على أهم المفاهيم للسياحة إضافة لتعداد أشكالها و الآثار التي تترتب عليها و أنواعها أيضا.

المطلب الأول : مفهوم السياحة

نظرا لاختلاف وجهات النظر للباحثين في مجال السياحة ، إذ تم صياغة عدة مفاهيم لها، فمنهم من يرى أنها نشاط اجتماعي و اقتصادي ، و منهم من يرى أنها وسيلة لزيادة الروابط و العلاقات بين الأمم.

تم تعريف السياحة من قبل عدة فقهاء من بينهم :

- حيث عرف جوبير فويلر سنة 1905: " أنها ظاهرة تنبثق من الحاجة للحصول على الراحة و الاستجمام و تغيير الجو و الإحساس بجمال الطبيعة و تذوقها بالشعور بالبهجة بالإقامة في المناطق التي لها طبيعتها الخاصة ، و هي ثمرة تقدم وسائل النقل.¹"

- من بين الانتقادات التي وجهت إلى هذا التعريف أنه اقتصر على تعداد الحاجات الإنسانية لممارسة السياحة دون التطرق إلى الجانب الاقتصادي للسياحة.

تعريف السياحة عند النمساوي شوليرن شرانتهومن عام 1910: " السياحة من الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوفود و إقامة و انتشار الأجانب داخل و خارج منطقة معينة أو بلدة ترتبط ارتباطا مباشرا"²

من بين الانتقادات التي وجهت إلى هذا التعريف أنه أهمل الجانب الثقافي للسياحة و ركز على الجانب الاقتصادي.

* يرى الباحث الألماني Froyler أن السياحة: " بمعناها الحديث ظاهرة من ظواهر عصرنا ، تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة، و إلى تغيير الهواء ، و إلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة و نمو هذا الإحساس إلى الشعور بالبهجة و المتعة في الإقامة في المناطق التي لها طبيعتها الخاصة، و أيضا إلى نمو الاتصالات على الأخص بين الشعوب و أواسط مختلفة من الجماعات الإنسانية و هي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة و ثمرة الاتصالات "³.

1- عقون شراف : دور السياحة الداخلية في تحقيق التنمية الاقتصادية بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030 ، المجلد 7 ، العدد 2 ، مجلة رؤى اقتصادية ، جامعة الشهيد حمة لخضر ، الوادي الجزائر ، السنة 2017 ، ص 288

2 -هدير عبد القادر ، واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها ، مذكرة ماجستير ، تخصص نقود مالية و بنوك ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، سنة 2005 ، ص 25

3 -شطبي منى و غسمون مديحة ، السياحة بين مقومات تطورها و عوامل تعثرها ، دراسة حالة ولاية جيجل ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية قسم العلوم التجارية ، جامعة جيجل ، السنة الجامعية 2013/2014.

* أما الإقتصادي النمساوي Chratenhofen فيرى السياحة أنها: "مجموع كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي بالدرجة الأولى التي تترتب على وصول المسافر إلى منطقة أو ولاية أو دولة معينة وإقامته فيها ورحيله عنها و هي ظواهر تترايط بالتبعية".

و معنى ذلك أن السياحة هي مجموعة النشاطات و الظواهر لها طابع اقتصادي ، إذ يترتب عن ذلك تنقل المسافرين من البلد الأصلي إلى مناطق البلد المضيف.1

- أما عن قاموس لاروس Larousse فعرفها : أن السياحة عبارة عن تنقل الأفراد من أجل الترفيه و هي مجموعة الأنشطة المالية التقنية و الثقافية في بلد ما أو منطقة ما حسب عدد السياح.2

- أما عن المنظمات الدولية، فقد عرفتها هيئة الأمم المتحدة للسياحة و السفر الدولي سنة 1963 أنها : " ظاهرة اجتماعية و إنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة و لا تزيد عن 12 شهرا بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية ، و هي تنقسم إلى نوعين سياحة داخلية و سياحة خارجية 3

مما تقدم نستنتج أن السياحة عبارة عن نشاط إنساني قبل أن يكون ظاهرة اجتماعية ، تتمثل في انتقال الأفراد من أماكن إقامتهم الدائمة إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم أو خارجها لفترات محددة لا تتجاوز سنة و لا تقل عن 24 ساعة ، و ذلك من أجل إشباع رغباتهم بعيدا عن ممارسة أي عمل مأجور بغرض الربح أو من أجل تحقيق أغراض مالية.

المطلب الثاني : أشكال السياحة

1 -محمود كامل، السياحة الحديثة علما و تطبيقا، الهيئة العلمية المصرية للكتاب، بدون طبعة مصر ، 1975،ص 13،14.

2 -د.إيمان قماص و د.سهام بوغندوسة ، مقومات السياحة الجزائرية و سبل تنمية الثقافة السياحية لدى الجزائريين ، مقال منشور على الرابط : <http://www.asjpcerist.dz> بتاريخ 2024/05/01 على الساعة 10:17 .

3 -روان لحسن ، دريد كمال ، منظمة السياحة العالمية بين أهداف و معوقات تحقيق الاستدامة السياحية ، على الرابط <http://www.asjpcerist.dz> بتاريخ 2024/05/01 على الساعة 10:30

تتعدد و تتنوع السياحة تبعا للاهتمامات و الأهداف التي يتوخاها السائحون من تلك الرحلة أو الجولة السياحية التي يقومون بها . و فيما يلي بعض أشكال السياحة الشائعة : 1

أولا : السياحة الطبيعية :

يعتمد هذا الشكل من أشكال السياحة على اكتشاف المناطق البرية و المناظر الطبيعية الخلابة مثل : الحدائق الوطنية ، الغابات ، البحيرات ، الجبال . حيث يتمتع السياح بالطبيعة الخلابة و يمارس أنشطة تتعلق بالطبيعة مثل : التجديف في البحيرات و ركوب الدراجات في المناطق الجبلية و التنزه في الغابات.

ثانيا : السياحة الثقافية :

يهتم السائحون بهذا النوع من السياحة للاستمتاع بالتراث الثقافي و التعرف على تاريخ و ثقافة البلد الذي يزورونه، و هذا من خلال زيارة المعالم التاريخية و الثقافية مثل الآثار ، المتاحف ، الحدائق الثقافية و المواقع التراثية .

ثالثا : السياحة الرياضية :

تتجسد في السفر من أجل ممارسة أنشطة رياضية أو لحضور و مشاهدة الفعاليات الرياضية المهمة ، من أمثلتها : السباقات الرياضية ، البطولات الرياضية الكبرى ، التزلج على الجليد ، حضور مباريات كرة القدم و غيرها. 2

رابعا : السياحة الدينية :

1 - medoalpop، تعرف على السياحة:تعريفها و أهميتها و أشكالها و أنواعها على الرابط :

<http://www.educated-egyptian.com> بتاريخ 2024/04/22 على الساعة 21:00

2 -بانا ضراوي، تعريف السياحة ، على الرابط : <http://www.mawdoo3.com> بتاريخ 2024/04/22 على

الساعة 21:29

و تتمكن في زيارة الأماكن الدينية المقدسة مثل الحج بالنسبة للمسلمين ، الكنائس و المعابد و المزارات. حيث يقوم السائحون بأداء شعائهم و صلواتهم في تلك الأماكن إضافة إلى الاستكشاف الثقافي المتعلق بالتراث الديني. 1

خامسا : السياحة التجارية :

يتضمن هذا الشكل من أشكال السياحة على استمتاع السائح بزيارة الأسواق التقليدية و المراكز التجارية و المتاجر الفريدة من أجل اقتناء السلع و الهدايا التذكارية.

سادسا : السياحة الاستجمامية :

و تتجلى في استمتاع السائح و الترفيه الذي يحضى به في وقت فراغه من خلال السفر للشواطئ و الفنادق الفخمة و المنتجعات الصحية و الحدائق المائية 2

المطلب الثالث : أهمية السياحة :

تعد السياحة من بين أهم النشاطات التي يمارسها الفرد من أجل تحقيق أغراض و أهداف. حيث ينتقل الأشخاص من بلد إلى بلد لاسيما البلدان و الأماكن السياحية الجذابة . فالسياحة لها أهمية كبيرة و فوائد تعود على المجتمع و الأفراد و الحكومات أيضا.

الأهمية الاقتصادية للسياحة:

- تتضح الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال ما يلي :

أولا : توفير مناصب شغل :

1 -نسمة العربي.العين الإخبارية، أنواع السياحة في مصر ، على الرابط : <http://www.al-ain.com> بتاريخ

2024/04/22 على الساعة 21:45

2 -الجريدة الإلكترونية مسافر اليوم .صفحة سياحة على الرابط : trv.todouy بتاريخ 2024/04/22 على الساعة

21:49

نظرا لكثافة نشاط القطاع السياحي و ارتباطه بمختلف القطاعات الحيوية الأخرى. تساهم السياحة في خلق مناصب عمل تتعدى حدود القطاع السياحي لتصل حدود قطاعات أخرى.

حيث توظف السياحة 4 مرات بالنسبة لصناعة السيارات و 10 مرات قطاع النقل .

مثال ذلك : الفندق الذي يتسع لـ 50 غرفة (100 سرير) يوظف على الأقل 5 عمال دائمين و 10 عمال موسميين و 10 عمال مؤقتين 1

ثانيا : دخول و تدفق رؤوس الأموال الأجنبية :

حيث تساهم السياحة في توفير العملة الأجنبية من خلال ما يلي :

- زيادة ميزان المدفوعات السياحية : يساهم تدفق رؤوس الأموال الأجنبية في المشاريع السياحية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة من خلال الإنفاق السياحي من قبل جمهور السائحين و بالتالي تحقيق منافع جد مهمة لها.

- تساهم السياحة من خلال منح التأشيرات الدخول للبلد في زيادة رؤوس الأموال الأجنبية.

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة .

- فروق تحويل العملة

الأهمية الاجتماعية :

أولا :تساهم السياحة في التقدم الاجتماعي ، إضافة إلى التقدم الإقتصادي للدول. حيث يعد مؤشر التقدم الاجتماعي (SPI) الذي طورته مبادرة "ضرورة التقدم الاجتماعي" مقياسا شاملا لنوعية الحياة، بغض النظر عن المؤشرات الإقتصادية، إذ يتم قياسه بناء على 50 مؤشرا

1 -بعوط لزهري، الترويج للمقومات السياحية و دوره في تحقيق التنمية المحلية "حالة ولاية قلمة". من مذكرة تخرج ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية ، قسم العلوم التجارية ، السنة الجامعية : 2018/2017

اجتماعيا و بيئيا عبر ثلاثة أبعاد، مع الأخذ بعين الاعتبار أن الدرجات من 0 إلى 100 درجة و المتوسط العالمي هو 64.24 1

حيث توصلت الدراسات بناء على هذا المقياس أن هناك زيادة ملحوظة في درجات مؤشر التقدم الاجتماعي و أنه يوجد ارتباط وثيق بين بيانات التأثير الاقتصادي « WTC » و درجة مؤشر التقدم الاجتماعي (SPI) على مدار العقد الماضي ، مما يدل على أن القطاع السياحي يساهم في الناتج المحلي الإجمالي مساهمة إيجابية و بشكل ملحوظ في درجات التقدم الاجتماعي و هذا إن دل على شيء فإنما يدل أن السياحة تدعم و تساهم في رفاهية الشعوب و تخلق فرص جديدة 2

ثانيا :تلعب السياحة دورا معتبرا في الحد من ظاهرة الفقر ، و هذا من خلال زيادة الدخل القومي خاصة النامية التي تعاني من محدودية الدخل الفردي و انخفاض الدخل القومي 3
ثالثا: تعزيز الروابط الاجتماعية ، حيث يمكن للسياحة أن تحفز و تقوي روابط المجتمع المحلي للدولة السياحية. و ذلك أن السكان المحليين

- إمكانية تعرض السائح إلى الاعتداءات أو السرقة أو التهديد نتيجة الحروب.
- تعرض المنشآت السياحية و المتاحف إلى التخريب و السرقة في حالة تعرض الدولة للحرب و منه نجد أن الاستقرار السياسي أحد المتطلبات المسبقة لجذب السياحة الدولية إلى الأماكن السياحية 4

المطلب الرابع : أنواع السياحة :

-
- 1 -عذبة العاصي، الأهمية الاجتماعية للسياحة على الرابط: <http://www.mawdoo3.com> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 12:09
 - 2 -صلاح عدنان محول ، أهمية الصناعة السياحية ، الأهمية الاجتماعية للسياحة، على الرابط : <http://www.almerja.net> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 12:30
 - 3 -خالد كواش ، الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة حالة الجزائر ، على الرابط : <http://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 13:30
 - 4 -عذبة العاصي ، نفس المرجع، ص2

تتعدد و تتنوع السياحة بحسب المعيار ، معيار الهدف و معيار المنطقة الجغرافية. فحسب معيار المنطقة الجغرافية يمكن تقسيم السياحة إلى أنواع متعددة منها السياحة الداخلية و السياحة الإقليمية و السياحة الدولية ، أما حسب معيار الهدف فإنه يمكن تقسيم السياحة إلى السياحة الدينية و السياحة البيئية و السياحة الاستشفائية¹

أولاً : تقسيم السياحة وفقاً للمنطقة الجغرافية:

يمكن تقسيم السياحة وفق معيار المنطقة الجغرافية إلى :

1- السياحة الخارجية أو الدولية :

و هي عبارة عن تنقل الأفراد من بلدهم الأصلي إلى دولة أخرى من أجل تحقيق أغراض معينة و التعرف على بلاد جديدة و عادات أهلها و طرق معيشتهم . و تعد من بين أنواع السياحة الهامة التي تدعمها الكثير من دول العالم من أجل زيادة مخزونها المالي من العملات الصعبة

2

تساهم السياحة الخارجية في تعزيز العلاقات الاقتصادية الدولية من خلال :

- السياحة الدولية تساهم في تحسين العلاقات الدولية
- تساهم السياحة الدولية في بناء و تطوير البنى التحتية من خلال استخدام رؤوس الأموال
- تحسين نظام العلاقات المالية
- تساعد السياحة الدولية في توسيع التعاون و تعميقه و تبادل المساعدات في مجال الدعاية

2- السياحة الإقليمية :

و هي عبارة عن انتقال الأفراد من بلد إلى بلد مجاور من أجل السياحة حيث تكون منطقة سياحية واحدة ، مثال ذلك : الدول الإفريقية و الدول العربية. إذ يعد هذا النوع من السياحة

1 -بعوط لزهري، الترويج للمقومات السياحية و دوره في تحقيق التنمية السياحية "حالة ولاية قالمة" ، مذكرة ماستر ، كلية

العلوم الاقتصادية و التجارية، قسم العلوم التجارية ، السنة الجامعية 2017/2018.

2 -صلاح عدنان مجول ، أنواع السياحة حسب الموقع الجغرافي، منشور على الرابط :

<http://www.mail.almerja.com> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 18:36

قليل التكاليف مقارنة بالسياحة الدولية نظرا لقصر المسافة نسبيا بين الدول، إضافة إلى سهولة استخدام وسائل النقل في الرحلة السياحية¹

3- السياحة الداخلية :

و تعني انتقال أفراد و مواطني الدولة داخل حدود بلدهم في السياحة ، إضافة إلى انتقال السائحين داخليا ، من مميزات أنها يتم إنفاق العملة المحلية إضافة إضافة إلى عدة فوائد منها :

- تساهم السياحة الداخلية في تطوير الصناعات الخفيفة و تسويق منتجاتها و بضائعها بتكلفة قليلة.

- تساعد على استغلال المنشآت السياحية .

- تعمل على زيادة الدخل القومي للسكان²

المبحث الثاني : ماهية الوجهة السياحية :

يعد اتخاذ قرار الوجهة السياحية من قبل السائح من الصعوبة بمكان خاصة أمام كثرة المغريات الجاذبة و التي لها تأثير على اتخاذ قراره. لذلك سنحاول تسليط الضوء على بعض المفاهيم الخاصة بها :

المطلب الأول : مفهوم الوجهة السياحية :

تعددت و تنوعت الآراء بين الفقهاء حول تحديد مفهوم الوجهة السياحية . فمنهم من يرى أن الوجهة السياحية هي مكان أو حيز جغرافي يتوافر على مجموعة من المقومات السياحية التي لها قيمة في نظر السياح³

1 -عوينان عبد القادر، واقع السياحة الجزائرية و آفاق النهوض بها في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على

الرابط : <http://www.asjp.cevist.dz> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 18:51

2 -بعوط لزهري ، مرجع سابق ، ص14

3 -نجار آمال، بوجيبه حبيبية ، العوامل المحددة لقرار اختيار السائح بين الوجهات السياحية،دراسة حالة السائح الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية ، قسم علوم التسيير ، جامعة محمد الصديق بن يحيى ، جيجل ، السنة الجامعية 2015/2016، ص 75

إضافة إلى أنهم من المنظمين للمهرجانات و الأحداث السياحية فهم أيضا متفرجين أساسيين فيها. و هذا ما يساهم في جذب السياح الأجانب و شد انتباههم. مما يعزز التنمية السياحية في بلدانهم و تحسين فرص عملهم و رفع نسبة أرباحهم، و من خلال أيضا التدريب المهني المتصل بالسياحة و العمل على تطوير المهارات التنظيمية الذي يساهم بشكل فعال في تقدم الأعمال السياحية¹

الأهمية السياسية للسياحة

أولا : تساهم السياحة في التقليل من حدة الصراعات و الخلافات التي تنشأ بين الدول المتنازعة . حيث أصبحت السياحة تمثل أحد الاتجاهات الحديثة لحلحلة هاته الخلافات من خلال الزيارات السياحية المتبادلة فيما بينها. لذلك أصبحت السياحة رمزا من رموز السلام و التآخي بين الدول ، و هذا يساهم في تحقيق التقارب السياسي بين الدول و الشعوب²

ثانيا : إن السياسة و السياحة بينهما علاقة وثيقة ، حيث تشكل الظروف و التطورات السياسية المحلية و الدولية أوضاع السياحة و البيئة التي تعمل فيها هذه الصناعة . و تؤثر السياحة أيضا على الهياكل و العمليات السياسية. و هي مجال صنع السياسات ذات الأهمية لعظم الحكومات التي تسعى إلى استغلال الفرص الاقتصادية، من بين الآثار التي تتجم عن عدم الاستقرار السياسي على السياحة³

- عدم الاستقرار السياسي و الأمني يساهم في انخفاض عدد السياح الوافدين إلى الدولة السياحية.

1 -أ.يوشي مصطفى ، دور و أهمية السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، حالة الجزائر. مقال منشور

على الرابط : <http://www.asjp.cevist.dz> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 12:26

2 -صلاح عدنان مجول، أهمية الصناعة السياحية، الأهمية السياسية للسياحة على الرابط -<http://www.mail.com>

[almerja.com](http://www.almerja.com) بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 13:58

3 -زيان بروجعة علي، أثر الاستقرار السياحي على السياحة، السفر في الدول الأوروبية، دراسة حالة الحرب الروسية الأوكرانية، على الرابط :

بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 17:35

- انشغال الدولة بالأوضاع السياسية يضعف اهتمامها بقطاع السياحة مما ينجر عنه ضعف في الخدمات و البنى التحتية.

و يرى آخرون أن الوجهة السياحية هي مجموعة من العناصر المتداخلة تتمثل في مقومات الجذب ، الوسائل و التسهيلات ، النقل بكل أنواعه ، روح الضيافة و التي تتواجد في مكان معين من أجل قضاء عطلة مرضية للسائح¹

و عرفها « Tensley » و « Lynch » على أنها " نظام يجمع عددا من المكونات المتمثلة في مرافق الجذب و التسهيلات و وسائل النقل و خدمات أخرى و البنية التحتية".²

من خلال ما سبق نستخلص أن الوجهة السياحية هي عبارة عن موقع جغرافي يتميز بخصائصه الطبيعية و الجمالية و الثقافية قادر على جذب السياح، إذن فالوجهة السياحية تتميز بما يلي :

- الخصائص الاجتماعية و الطبيعية و الثقافية التي تجذب السياح إليها.

- الخدمات المتنوعة التي تقدمها الوجهة السياحية من خدمة الفنادق و المطاعم و غيرها

- سهولة الوصول إلى الوجهة السياحية من خلال البنية التحتية مع تيسر التنقل و العناصر المكملة كالوقت و التكلفة.

- جاذبية صورة الوجهة السياحية التي تؤثر في نفسية السائح و توقعاته.

- قيمة التكلفة الإجمالية لبرنامج سياحي متكامل لتلك الوجهة السياحية .

المطلب الثاني : مفهوم صورة الوجهة السياحية:

اختلف الباحثون في مجال السياحة حول تحديد مفهوم واحد لصورة الوجهة السياحية . فبعضهم

ركز على الطبيعة الكلية لصورة الوجهة السياحية و اعتبروها انطبعا عاما يتشكل لدى الشخص

حول أي وجهة لا على التعيين (Faceye and Cronton 1981, Catantone et

1 -بكوش رحمة، فدسي فاطمة ، محددات سلوك السائح و أثرها على تحديد الوجهة السياحية الداخلية، دراسة حالة ولاية جيجل، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي - جيجل، ص 23 ، السنة الجامعية 2016/2017

2 -نجار أمال، بوجبية حبيبة، مرجع سابق، ص 75

(al,1989) ، بينما أشار باحثون آخرون إلى أن صورة الوجهة السياحية تتشكل من تطورات مشتقة من صفاتها¹ (Seaton and Benett 1996)
تعريف صورة الوجهة السياحية :

- و يرى باحثون آخرون أنه توجد مقاربتين لتعريف صورة الوجهة السياحية "مقاربة معرفية تعتبرها مجموع الخصائص التي تتميز بها الوجهة، و مقاربة وجدانية تنظر إليها كمجموع المشاعر التي يمتلكها الفرد من الوجهة."

-و يعرف كل من **Bovy – Band et Lawson** الصورة السياحية على أنها التعبير عن الأفكار العاطفية و الآراء و التخيلات و الأهداف و الانطباعات لدى فرد أو مجموعة من الأفراد حول مكان معين²

كما تعرفها الموسوعة الدولية للتسويق على أنها : "الإدراك الذاتي من السائح للعناصر الموضوعية و الخصائص الخاصة بمقصده مثل المعطيات الطبيعية و البنية السياحية و سهولة الوصول و الظروف السياسية و الاجتماعية العامة."³

- و يرى آخرون أن الصورة السياحية تحتوي على أربع مكونات :

- **المكون السلوكي** : و هو تلك الممارسات و التصورات التي يسعى السائح إلى تلبية رغباته و حاجاته المعنوية و المادية.

- **المكون العاطفي أو النفسي** : هو الانطباع الذي يتشكل لدى السائح نتيجة تقييمه للوجهة من خلال ذلك تتكون لديه اتجاهات عاطفية . إذ يتشكل هذا الانطباع مع الجانب المعرفي و مع مرور الوقت تتلاشى المعلومات و المعارف و تبقى الجوانب العاطفية سواء كانت مشاعر إيجابية أو سلبية أو محايدة.

1 -د.أحمد السكري، العلامة التجارية للوجهة السياحية على الرابط : <http://www.asjp.cerist.dz> بتاريخ

2024/04/23 على الساعة 20:47

2 -عادل الوشاني، الثورة الرقمية و صناعة الوجهة السياحية، مقال منشور على الرابط :

<http://www.asjp.cerist.dz> بتاريخ 2024/04/27 على الساعة 47:55

3 - د.أحمد السكري، مرجع سابق، ص 2

- **المكون المعرفي** : و هو إدراك السائح لمميزات الوجهة السياحية، و التي انطبعت في ذهنه نتيجة زيارته سابقا . إذ يبقى ذلك التأثير المعرفي حول الوجهة السياحية¹

خصائص صورة الوجهة السياحية :

تتميز صورة الوجهة السياحية بعدة خصائص نذكر من بينها :

- الصورة السياحية هي عبارة عن مجرد انطباعات ، إذ لا تصاغ بناء على أساس علمي موضوعي ، بل تعد تبسيطا للواقع و هذا ما يجعلها لا تتصف بالدقة ، كما أنها لا تعبر عن الواقع الكلي بالضرورة و لكنها تعبر عن جزئية منه في بعض الأحيان²

- تتميز الصورة السياحية بالثبات و المقاومة للتغيير ، حيث تتعدد العوامل التي تؤثر في وقت و كيفية التغيير المحتمل في الصورة.

- تتميز الصورة السياحية بالتغير التدريجي و البطيء. و أهم عنصر في تغييرها هو حجم المعلومات الجديدة حولها و كميتها، بحيث تستمر المعلومات لمدة طويلة خاصة إذا كانت تتعارض مع الصورة الحالية³

- التنبؤ بالسلوك و التصرفات المستقبلية للسائح اتجاه وجهة سياحية معينة

- تتميز الصورة السياحية أنها غير موضوعية

- نسبية الصورة السياحية إذ أنها ليست ثابتة ، حيث تختلف من فرد إلى آخر و من مكان إلى آخر وفقا للإطار الاجتماعي و الثقافي يتم إدراكها⁴

1 -نادية بن سالم و مزيان حمزة ، العوامل المؤثرة في تكوين الصورة السياحية لمقصد سياحي – دراسة ميدانية على

عينة من السياح لمدينة جيجيل، مجلة معهد العلوم الاقتصادية ، المجلد 23، العدد 2 ، ص 791، 813

2 -بوقلمون هبة و بوقلمون إكرام، تأثير القيم الدينية على اختيار الوجهة السياحية ، دراسة حالة عينة من مستهلكي الخدمات السياحية في الجزائر ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية، قسم العلوم التجارية، السنة الجامعية 2022/2021، ص 15

3 -د.نرجس بولحديد ، صورة الوجهة السياحية كمتغير وسيط في تحديد التأثير بين الثقافة و اختيار الوجهة السياحية،

دراسة ميدانية على عينة من السياح المحليين على الرابط : <http://www.asjp.cerist.dz> بتاريخ 2024/04/28

على الساعة 12:07

4 -د.برجم حنان، دور التسويق في تحسين صورة الوجهة السياحية ، حالة الجزائر على الرابط . <http://www.asjp.cerist.dz>

بتاريخ 2024/04/29 على الساعة 20:00

أهمية الصورة السياحية :

تمثل الصورة السياحية أهمية بالغة خاصة لدى السائح الذي يساعده في اختيار وجهته من خلال ما يحتفظ به من انطباعات و صور و رموز يحتفظ بها في ذاكرته بصفة موضوعية و مجردة عن الوجهة السياحية . و من هنا فالصورة السياحية لها العديد من الفوائد من بينها :

- تعمل الصورة على تمييز الوجهة عن منافسيها ، و هي تسمح بتطور اتجاهات إيجابية في صالحها من شأنها استمالة السائح و اكتساب وفائه.

- تعد صورة الوجهة السياحية مرجعا للسائح حتى يختار الوجهة السياحية التي يريد اكتشافها و زيارتها . حيث يمكن للوجهة أن تكتسب الثقة أو تثير أحكاما سلبية لا تتماشى مع مصالحها لدى الأطراف الذين لهم علاقة بها ، خاصة إذا مع المنتجات المنافسة ذات خصائص مماثلة

1

- تسهل عملية التعرف على المنتجات السياحية و تكرار السلوكيات تجاهها مما تساعد السائح في معالجة المعلومات ، و هذا راجع إلى أنها تمثل ملخص لمجموعة من المعتقدات لديه.

- تساهم في تحسين مستوى الخدمات السياحية المقدمة من خلال خلق نوع من الرضا لدى العاملين بها و بالتالي ارتفاع مستوى الروح المعنوية للجمهور الداخلي ، مما ينتج عنه جذب العديد من المهارات البشرية اللازمة للعمل فيها.

- تصبح للصورة السياحية علامة تجارية مما توفر أسباب الشراء لدى السياح . فالصورة تبني على أساس خصائص وظيفية و رمزية للمنتج السياحي و هي أهم العوامل الرئيسية للشراء ، و هذا حسب حاجة السائح و الظروف الأخرى المرتبطة بالشراء²

- تعمل على جلب الاستثمارات و زيادة رؤوس الأموال في مجال السياحة، منه زيادة المساهمين إضافة إلى اجتذاب الموردين و الموزعين.

1 -زينب الرق و خديجة عطية ، فعالية الإعلان الالكتروني على صورة الوجهة السياحية ، دراسة تحليلية لأراء عينة من متصفح المواقع الالكترونية السياحية ، بحث منشور على الرابط <http://www.asjp.cerist.dz> بتاريخ

2024/04/28 على الساعة 17:12

2 -بوقلمون هبة و بوقلمون إكرام، مرجع سابق ، ص 18

- تضي على الوجهة السياحية صورة جيدة و هذا معناه قيمة خاصة بها، مما يساعد في تبرير ارتفاع أسعار الخدمات التي تقدمها ، إضافة إلى سهولة التفاوض مع المتعاملين استنادا

إلى اكتسابها شهرة و سمعة واسعة تتميز بها عن منافسيها¹

المطلب الثالث : مراحل تشكل صورة الوجهة السياحية:

تمر عملية تشكيل صورة الوجهة السياحية بأربع مراحل و هي كالتالي :

أولا : مرحلة المعرفة :

حيث يقوم الفرد من خلال هذه المرحلة بتكوين معارف على الوجهة السياحية التي يرغب بزيارتها من خلال وسائل الاتصال ، فيكون لديه رغبة في معرفة ما يحدث حوله . فقد يذهب إلى متابعة المجالات أو البرامج الوثائقية و هذا من أجل الحصول على المعلومات الكاملة حول المنطقة المراد زيارتها و هنا يكون أوجد لديه العنصر الأول من عناصر الصورة الذهنية

2

ثانيا : مرحلة الإدراك :

و هي عملية عقلية تهدف إلى تحليل الأفكار التي وصلت إلى ذهنه . و تتم هذه العملية نتيجة لعوامل خارجية تأثيرية صادرة عن وسائل الترويج السياحي عن طريق الاتصال المباشر، مما يبعث فيه حقيقة الصورة الذهنية عن الوجهة السياحية المراد زيارتها . و هنا تم لديه عملية ربط ما تشكل لديه من معلومات أولية بما لمسها من خدمات في المنطقة السياحية ، و هنا

يدخل المرحلة التالية من مراحل بناء الصورة الذهنية لديه³

ثالثا : عملية التأثير :

ترتبط هذه المرحلة بمدى تأثر السائح من خلال ما يرغب فيه و هذا ما يسمى بالمؤثرات التحفيزية على القيام بعمل ، فعلى سبيل المثال عندما يرغب سائح في زيارة بلد ما لمدة وجيزة

1 -د.برجم حنان ، مرجع سابق ، ص 253

2 -أ.د. شريف حمزاوي ، الصورة و دورها الاستراتيجي في تسويق الوجهة السياحية، مقال منشور على الرابط

<http://www.fr.scridd.com> بتاريخ 2024/04/28 على الساعة 17:50

3 -بوقلمون هبة و بوقلمون إكرام ، مرجع سابق ، ص 19

فيتصور هذا السائح أن إجراءات الدخول إلى هذا البلد سهلة و ميسرة مما يولد لديه صورة ذهنية مناسبة تؤثر على سلوكه .

رابعا : السلوك :

إن تصرفات السائح تعتمد اعتمادا كبيرا على الصورة الذهنية ، و منه يتغير سلوكه سواء بالإيجاب أو بالسلب، لأن عناصر السلوك ينطلق من الإرادة و الرغبة في القيام بعمل ما من خلال العناصر الثلاثة السابقة الذكر . و التي لا يمكن فصلها عن بعضها البعض ، فهي تتشكل بصورة متداخلة دون عزل أي عنصر عن الآخر في بناء الصورة الذهنية

المبحث الثالث : ماهية إدارة الوجهة السياحية :

يعد موضوع إدارة الوجهة السياحية ذا أهمية بالغة ، خاصة لدى الدول التي تسعى إلى تطوير قطاعها السياحي و حماية مكانتها في ظل المنافسة الدولية الشديدة ، من أجل جذب أكبر قدر من السياح إلى بلدهم ، و هذا لا يكون إلا من خلال تحسين و تحيين جودة خدماتها السياحية للزوار.

تعتبر الأعمال السياحية و إدارتها ذات طبيعة معقدة و مجزأة و هذا راجع إلى تأثيرها بعدة قطاعات و مجالات أخرى .

إن عملية قياس مدى رضا السائح من وقت وصوله إلى غاية مغادرته ، و مدى تأثيره بجودة الخدمات المقدمة ، إضافة التفاعلات المجتمعية مع أفراد البلد المضيف و البيئة الطبيعية تستدعي تضافر الجهود سواء من طرف الإدارة الحكومية أو غير الحكومية من أجل ضمان استمرارية و سلامة الوجهة السياحية حاضرا و مستقبلا.

المطلب الأول : مفهوم إدارة الوجهات السياحية :

تعرف منظمة السياحة العالمية إدارة الوجهة السياحية على أنها :

"تلك الجهود الإدارية المنسقة التي تنظم عمل المكونات الرئيسية للوجهة السياحية ، و هي إدارة تأخذنا بالعادة بعدا استراتيجيا حتى تستطيع الربط و التنسيق بين هذه المكونات المستقلة

نوعا ما ، مما يؤدي إلى تنظيم كل ما له علاقة بالجهد و التكلفة و بما يحقق أهداف الوجهة السياحية التنافسية¹

و عرفها آخرون على أنها : "تلك الإدارة المنسقة لجميع العناصر التي تشكل الوجهة (مناطق الجذب و المرافق، التسويق و التسعير) ، حيث تتبع إدارة الوجهة السياحية نهجا استراتيجيا من أجل ربط هذه الكيانات المستقلة جدا في بعض الأحيان من أجل إدارة الوجهة بشكل أفضل . إذ يمكن للإدارة المشتركة أن تساعد في تجنب ازدواجية الجهود من أجل ترقية العمل السياحي و خدمة الزوار و تدريب الموارد البشرية و دعم الأعمال التجارية و سد أي فجوات إدارية لم تتم معالجتها²

و يرى باحثون آخرون أن إدارة الوجهة السياحية هي : " ذلك التفاعل بين مختلف الفاعلين و المشاركين في قطاع السياحة من أجل حسن صيرورة السياسة السياحية المسطرة من قبل الدولة. مما يحتم اتباع مناهج و آليات غير تقليدية و متميزة تتجه نحو الشراكة بين الفواعل و الأطراف ذات العلاقة و الاهتمام المشترك بقطاع السياحة.

حيث تسعى السياسات السياحية إلى تنسيق الجهود المبذولة من قبل الفاعلين من مسؤولين و مستثمرين و المجتمعات المحلية و إدارات محلية و إقليمية في المجال السياحي ، إضافة إلى دعم جهود القطاع الخاص في تخطيط السياحة و إدارتها و تطويرها بهدف تحقيق المزيد من القيمة المضافة الناتجة عن مشروع معين³ و بأعلى قدر من الكفاءة.

و ما يمكن استخلاصه من هذه المفاهيم أن إدارة الوجهة السياحية هو نتاج عملية متشعبة من خلال تفاعل العديد من المؤثرات التي تظهر في صورتها الأخيرة كعملية صياغة لسياسة سياحية محددة ، و من هنا تظهر خصوصية قطاع السياحة من خلال قدرته على التوفيق و

1 -كالي كابيتان، دليل عملي لإدارة الوجهات السياحية ، على الموقع الإلكتروني www.unwto.org

2 -كالي كابيتان ، نفس المرجع ، ص 10

3 -عبد الجبار جبار ، السياسات السياحية في الجزائر دراسة تحليلية (2000 . 2025) ، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، تخصص رسم السياسات العامة ، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر ، السنة الجامعية

2005

الجمع بين العديد من العوامل التي تظهر للوهلة الأولى على أنها غير قابلة للتوفيق بينها. لكن في حقيقة الأمر لا يخلو النشاط السياحي من خلال هذه العوامل¹

المطلب الثاني : عناصر إدارة الوجهة السياحية:

تتكون إدارة الوجهات السياحية من عناصر مهمة في نجاح الوجهة السياحية و المساهمة في تطويرها . هذه العناصر تعمل معا لإدارة و تحسين تجربة السياح و ضمان جاذبية الوجهات السياحية ، هذه العناصر هي :

المورد البشري ، التخطيط السياحي ، التسويق السياحي
المورد البشري :

تعتبر الموارد البشرية و تتميتها ركنا أساسيا في غالبية المنظمات التي تهدف إلى تعزيز القدرات التنظيمية لديها . حيث تسعى الشركات إلى استقطاب و تأهيل الكفاءات اللازمة و القدرة على مواكبة التحديات الحالية و المستقبلية . فالموارد البشرية يمكن أن تساهم بقوة في تحقيق أهداف و ربح المنظمة، لذلك فإن الاستخدام الأمثل للعنصر البشري و حماسه للعمل كفاءة من بين أسباب نجاح الإدارة السياحية في الوصول إلى تحقيق أهدافها . لذلك اهتم علماء الإدارة بوضع مبادئ و أسس تساعد على الاستفادة القصوى من كل فرد في المنظمة² إن العنصر البشري ليس فقط عنصر مهم في إدارة الوجهة السياحية بل هو عنصر فاعل في تحريك عجلة التنمية السياحية في أية دولة. حيث وجدت الكثير من الدول هذه الصناعة بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها و يغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة³

1 - عبد الجبار جبار ، نفس المرجع ، ص 122

2 -أ.د.حشماوي محمد ، أبو قلاشي عماد ، الاهتمام بالموارد البشري في القطاع السياحي كمدخل من مداخل تحقيق التنمية السياحية في الجزائر.

3 -أحلام شتيوي، عبير حدادة ، تنمية الموارد البشرية في القطاع السياحي ، دراسة حالة مركب الشلالة المعدني بقالمة،

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ، كلية الحقوق و العلوم السياسية تخصص إدارة الأعمال السياحية، جامعة 8 ماي 1945

قالمة، السنة الجامعية 2022/2021

دون أن ننسى أن القطاع السياحي من أهم القطاعات المدرة للعوائد المالية التي يمكن يوفرها في الأمدن المتوسط و البعيد، و لما يوفره من فرص لخلق الثروة و التخفيف من حدة الكثير من المشاكل الاقتصادية.

من بين أهم أسباب تطور و ارتفاع مستوى أداء المورد البشري و خاصة في المجال السياحي هو الاهتمام بتكوينه و تدريبه من خلال ما يلي :

- تنظيم برامج تكوينية و تحيينها تماشيا مع تطور التقنيات الحديثة و الاحتياجات لتسيير و خدمة الإدارة السياحية.

- العمل على إنشاء مراكز جديدة للتكوين لمواجهة الطلب المتزايد .

- توفير كفاءات بيداغوجية و إعادة تأهيل الأساتذة المكونين.

- إنشاء قاعدة بيانات وطنية للعنصر البشري في القطاع السياحي و تشخيص الوضعية مع إعطائه معرفة و دراية دقيقة بالإمكانيات البشرية و الحالية المحتملة.

-إنشاء الأطر بالتشاور مع قطاعات التكوين المهني و التعليم الوطني و التعليم العالي¹

أولاً: التخطيط السياحي

بدأ الاهتمام بالتخطيط السياحي من طرف الحكومات و المنظمات الناشطة في المجال السياحي مع ظهور السياحة كعلم قائم بذاته . إذ تطورت حركة السفر الدولية بالإضافة إلى زيادة أشكال السياحة و تنوعها .

1- تعريف التخطيط السياحي :

يعرف التخطيط السياحي بأنه : "نوع من أنواع التخطيط التنموي ، و هو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية و المنظمة و المشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال و استخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح و الكامن و تحقيق أقصى درجات المنفعة الكبرى الممكنة

1 -توتي خالد ، أثر تأهيل الموارد البشرية في تنمية القطاع السياحي في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع التحليل الاقتصادي ، جامعة الجزائر 3 ، السنة الجامعية 2016/201

، مع متابعة و توجيه و ضبط لهذا الاستغلال لإبقائه ضمن الدائرة المرغوب فيها، و منع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه" ¹

و يعرف أيضا بأنه : "أسلوب تنظيمي يهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية خلال فترة زمنية معلومة، و ذلك عن طريق حصر إمكانيات المجتمع السياحية ، سواء مادية أو بشرية ، و تعريفها و تحريكها نحو تحقيق أهداف المجتمع و فلسفته الاجتماعية التي ارتضاها إطار لوجوده و نموه"²

و قد عرفته منظمة السياحة العالمية UNWTO أنه : " عملية منظمة تترجم فيها الخطط من بين عدة بدائل، و أن كل بديل يتم اختياره في ضوء معطيات و حقائق راسخة، و فرضيات منطقية متأتية من خبرة المخطط السياحي و اجتهاداته التي تنطلق من معطيات البيئة المحيطة"³

و يعرف التخطيط السياحي أيضا بأنه : " نموذج عن التخطيط الاقتصادي و الاجتماعي ينفرد باهتمامات تتبثق من طبيعة و دوافع النشاط السياحي ، و يعطي التخطيط السياحي للمكان الأهمية الأولى . و تعد مرافق الإقامة و النقل عوامل مساعدة ، و يقوم التخطيط أساسا على المحافظة على قيم المواقع السياحية سواء تعتمد في جاذبيتها على الموارد الطبيعية و الثقافية

4

2- أهمية التخطيط السياحي:

يعد التخطيط السياحي مهما في الإدارة السياحية و يمكن إبراز أهميته في النقاط التالية :

1 -فريدة قنطور ، التخطيط السياحي و طرق النهوض بالسياحة في الجزائر، دراسة حالة ولاية جيجل، مذكرة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة جيجل

2 -عمروش أحسن، التخطيط السياحي و دوره في تحقيق تنمية سياحية مستدامة على الرابط <http://www.asjp.dz>

بتاريخ 2024/05/19 على الساعة 14:31

3 -تواتي خالد ، نفس المرجع ، ص 25

4 -د.ثمر سليمان، مفهوم و أهمية التخطيط السياحي ، على الرابط :

<http://www.damascusuniversity.ed.sy> بتاريخ 2024/05/19 على الساعة 14:00

3- أهداف التخطيط السياحي:

يهدف التخطيط السياحي إلى تحقيق عدة أهداف سواء إقتصادية أو اجتماعية أو بيئية أو سياسية كما يلي :

الأهداف الاقتصادية:

يهدف التخطيط السياحي إلى خلق التوازن الاقتصادي و الاجتماعي في الدولة من خلال تطوير و تنمية مناطق الظل أي الأقل حظا في التنمية . حيث أنه عادة ما تتجه التنمية إلى المناطق ذات المزايا الطبيعية و البيئية التي تخلو فيها المشاريع ذات الطابع الصناعي و التجاري. و هذا هو دور التخطيط السياحي الذي يستهدف تحسين هذه المناطق المهمشة سواء من ناحية العمران أو من الناحية الاقتصادية و الاجتماعية.¹

الأهداف الاجتماعية :

- تطوير الجوانب الاجتماعية و الثقافية و تميمتها خاصة سكان المناطق السياحية المضيفة و ذلك على المستويين الإقليمي و القومي
- تعزيز روح الوحدة بين المجتمعات المختلفة . و هذا من بين الأهداف الرئيسية لتطوير و تنمية السياحة المحلية خاصة الدول النامية .
- العمل على إحياء التقاليد و طريقة حياة المواطنين لما تتميز به من خصائص طبيعية و اجتماعية و حضارية مما يجعلها تصبح عناصر جذب سياحية.
- زيادة تدفق السياح على البلد أو الوجهة السياحية يخلق جوا من المضائقات على السكان المحليين. فالتخطيط السياحي يخفف من هذه الصراعات و يحافظ على مصالح السكان المقيمين و يوفر خدمات نوعية للسياح.

1 -حيدر جميل حياوي العبودي ، التخطيط السياحي و أثره في التنمية السياحية، على الرابط :

<http://www.alkafeel.edu.iq> بتاريخ 2024/05/19 على الساعة 14:39

- يساعد التخطيط السياحي في توفير منافع اقتصادية و هذا ما يؤدي إلى توفير إطار عمل مناسب لتحديد مستوى معيشي من خلاله.¹
- يعد التخطيط السياحي منهجا علميا لتنظيم و إدارة النشاط السياحي بصفة عامة و بمختلف أنماطه، فهو يزود الجهات الإدارية المسؤولة بالأساليب و الاتجاهات التي يجب أن تسلكها وفق إطار عمل مشترك.
- التخطيط السياحي يقلل من ازدواجية القرارات مما يساهم في توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي و تنسيق عملها.²
- التخطيط السياحي ضروري لوضع جميع العناصر السياحية في الاعتبار و تنميتها بشكل مناسب ، خاصة أن السياحة نشاط مركب و متعدد القطاعات يتصل و يتداخل مع قطاعات اقتصادية أخرى.
- يساهم التخطيط السياحي في وضع الحلول المناسبة لكل المشاكل التي يمكن أن تحدث سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو بيئية.
- من بين اهتمامات التخطيط السياحي هو الاهتمام بحماية البيئة و التوسع في المحميات الطبيعية و المناطق الخضراء و بالتالي المساهمة في زيادة الحركة السياحية³
- يؤدي التخطيط السياحي السليم إلى تحقيق التنمية السياحية على أساس نظام العلاقات الداخلية بين كافة العوامل و الإجراءات التي تؤثر على العرض و الطلب السياحي ، كالأنشطة السياحية و عوامل الجذب و الإيواء السياحي و الخدمات و المرافق المساندة للنشاط السياحي و البنى التحتية إلى جانب العرض السياحي و التسهيلات و فئة السائحين الدوليين و الداخليين⁴

1 -فريدة قنطور ، نفس المرجع ، ص 18

2 -صالح عدنان مجول، التخطيط السياحي على الرابط : <http://www.almerja.com> بتاريخ 2024/05/19 على الساعة 14:43

3 -عمرش أحسن، نفس المرجع ، ص 17

4 -عبد الرحمن بوبكر الولاتي ، أهمية التخطيط السياحي أهداف و الخصائص ، على الرابط :

<https://www.sewte.info> بتاريخ 2024/05/19 على الساعة 14:50

الأهداف البيئية :

- الحفاظ على خواص البيئة الطبيعية من خلال المحافظة على الكائنات الحية من كافة الأخطار التي قد تلحق بها أو تقلل من قيمتها البيئية. و كذلك وضع إجراءات علمية قيد التنفيذ حماية لها.

- توفير برامج من أجل الاستخدام الأمثل للأماكن و المناطق و الموارد السياحية ، و العمل على تطويرها لتصبح وجهات سياحية و مراكز سياحية تجذب السياح إلى اكتشافها.

- سن القوانين و التشريعات من قبل الدول للمحافظة على المواقع الأثرية و حمايتها و صيانتها و هي نتيجة التخطيط السياحي الذي يولد حالة الوعي السياحي و البيئي على مختلف المستويات¹

ثالثا : التسويق السياحي :

تواجه منظمات السياحة الكثير من الصعوبات التي حالت دون وصولها إلى المستوى المطلوب الذي يتلاءم مع ما تملكه الدولة من مقومات كثيرة تجعل منها دولة رائدة في مجال السياحة. و لعل من بين أسباب تأخر قطاع السياحة في النمو هو غياب التسويق السياحي الذي يتوافق مع حاجات و رغبات العملاء و ما يتوقعه ، مما ينعكس على أداء المنظمات التي تعمل في هذا المجال .

لذلك سنحاول في هذا الفرع أن نتعرف على مفهوم التسويق السياحي ، أهداف التسويق السياحي ، دور التسويق السياحي في تحسين أداء المنظمات السياحية.

1- مفهوم التسويق السياحي

1 -فريدة قنطور ، مرجع سابق ، ص 12

يعرف التسويق السياحي بأنه " نشاط كامل و متكامل يضم جميع الجهود المبذولة لجذب السياح لزيارة المناطق و الوجهات السياحية الدولية . و تبدأ هذه الجهود بشكل مباشر من إعداد البرامج السياحية حتى التعاقد مع السائحين إلى إتمام البرامج"¹ و يعرف بأنه فلسفة إدارية تستجد الطلب السياحي من خلال البحث ، التنبؤ و اختيار السوق المناسب مع أهداف المنظمة و بالتالي تحقيق أكبر عائد .
و كذلك يعرف بأنه : " كافة الجهود و الأنشطة المنظمة التي يتم تأديتها بتناغم مدروس من قبل كافة مقدمي الخدمات السياحية و بعناصرها و أجهزتها المختلفة التي تهدف إلى إشباع أذواق العملاء و الراغبين في السياحة بشتى صورها."²

2- أهداف التسويق السياحي:

تتمثل أهداف التسويق السياحي فيما يلي :

- الاستغلال الأمثل للموارد ، أي إدارة الموارد و العرض السياحي بما يتناسب مع الطلب من خلال التقدير السليم لحاجات و توقعات العملاء و بالتالي تسهيل و تنظيم أعمال و نشاطات المؤسسات السياحية و بالتالي تحقيق تفوق على المنافسة و السيطرة على السوق.
- إبراز الانطباعات الحسنة لدى العملاء في الأسواق المستهدفة و تعزيز الجوانب الإيجابية حول الوجهة السياحية ، مما يسهل تدفق العملاء.³
- توفير خدمات سياحية تتناسب مع ذوق العملاء في إطار عملية السوق المنظم .

1 -زبيدة الشيشاني، تعريف التسويق السياحي على الرابط : <https://www.mawdoo3.com> بتاريخ

2024/05/12 على الساعة 14:20

2 -بدون ذكر الكاتب، التسويق السياحي على الرابط : <https://www.qualitey.com> بتاريخ 2024/05/12 على

الساعة 15:00

3 - بدون ذكر الكاتب، أهداف التسويق السياحي على الرابط : <https://www.altaswieq.com> بتاريخ

2024/05/12 على الساعة 16:00

- الخطة التسويقية تهدف إلى تحقيق الأرباح و بالتالي نجاح المنظمة السياحية في مدى فعاليتها.¹

- التفوق على المنافسة ، من خلال اتباع استراتيجية تسويقية ناجحة ، حيث يتم تحديد أهداف المؤسسات بمساعدة القرارات التسويقية خاصة في ظل التنافس الشديد مما يصعب عليهم دخول الأسواق السياحية التي تنشط فيها و بالتالي احتلال الريادة في مجال تخصصها.

3- دور التسويق السياحي في أداء المنظمات السياحية:

إن توفير الموارد السياحية و مناطق الجذب لا تكفي لوحدها في زيادة فعالية و كفاءة المنظمات السياحية ، و إنما تعتمد بصفة أساسية على كيفية الاستخدام الأمثل لتلك الموارد في عملية تنمية السياحة، و تضافر كافة العناصر و الإمكانيات و جهود القطاعات من خلال تنمية التسويق السياحي و تطبيق أساليب التسويق الحديث في مجال السياحة. و قد واكبت هذه التوجهات تغييرات موازية في كثير من مجالات الخدمة السياحية، و ما تتصف به من خصائص مميزة.²

حيث أصبح التسويق السياحي ضروريا في إدارة المؤسسات السياحية و ما تواجهه من منافسة في السوق.

حيث أن المؤسسات السياحية في ظل المنافسة الحادة أصبحت تفكر مليا في الكيفية التي يمكن بها مواجهة التحديات. كما أن ديناميكية الحاجات و الرغبات بالنسبة للخدمة السياحية ساعدت على بلورة اتجاهات حديثة لدى المؤسسات السياحية ، مما ساهم في تعزيز مفهوم التسويق السياحي و تقديم الخدمة السياحية.

1 -مصطفى عبد اللطيف، حبيب الإبراهيمي، أهداف التسويق السياحي على الرابط :

<https://www.tourrism.uokerbala.edu.uq> بتاريخ 2024/05/12 على الساعة 17:00

2 -د.فراح رشيد ، أبو دلة يوسف ، دور التسويق في دعم التنمية السياحية و الحد من أزمات القطاع السياحي على الرابط

<https://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/05/14 على الساعة 15:20

حيث ظهر المفهوم الحديث للتسويق الذي يركز على المستهلك و يتخذ من إشباع حاجاته و رغباته محورا أساسيا تدور حوله الجهود و الأنشطة التسويقية.¹

إن عملية التسويق السياحي تعتبر عنصرا مهما من عناصر إدارة الوجهة السياحية، و لذلك لابد من القيام بجهود تسويقية و حملات تركز على السائح المحتمل ، هذا السائح الذي يمر بمرحلة تسمى بالحلم بزيارة وجهة سياحية معينة ، و هي المرحلة الأولى من رحلة السائح و خلالها يكون السائح في طور التفكير بزيارة مكان معين و لكن قراره غير محسوم، و يحتاج فقط للتحفيز و مساعدته على اختيار الوجهة الأنسب له . و هو ما يجب استثماره بسخ رسائل إعلامية دعائية تسويقية مركزة على تحقيق هذا الهدف و تساعده على التفكير جديا في

الوجهة السياحية لبدأ المرحلة التالية من عمر رحلته السياحية و هي التخطيط للرحلة

رابعا : تنسيق الجهود بين القطاع العام و الخاص:

1- مفهوم الشراكة بين القطاع العام و الخاص :

عرفها صندوق النقد الدولي FMI على أنها : " تلك الترتيبات التي يقوم بها القطاع الخاص بتقديم أصول و خدمات تتعلق بالبنية التحتية جرت العادة على أن تقدمها الحكومة. و قد تنشأ الشراكة بين القطاعين العام و الخاص من خلال عقود الامتياز و التأجير التشغيلي . و يمكن الدخول فيها للقيام بمجموعة كبيرة من مشاريع البنية التحتية الاجتماعية و الاقتصادية"

2

كما تعرف بأنها عقد إداري يعهد بمقتضاه جانب القطاع العام إلى جانب القطاع الخاص القيام بتمويل الاستثمار المتعلق بالأعمال و التجهيزات الضرورية للمرفق العام و إدارتها و صيانتها طوال مدة عمل القطاعين معا لتحقيق مشاريع أو تقديم خدمات للمواطنين المتعلقة بالبنى

1 -أ.د. الطاهر أحمد محمد علي، أ.د موسى محمد يعقوب، د. برعي بابكر محمود، أثر التسويق السياحي في أداء

المنظمات السياحية،دراسة حالة المنظمات السياحية السودانية على الرابط <http://www.asjp.dz> بتاريخ

2024/05/14 على الساعة 15:20

2 -رحيمة لدغش، سليمة لدغش، دور الشراكة بين القطاع العام في تحقيق التنمية المستدامة، على الرابط

<https://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/05/12 على الساعة 20:00

التحتية و تفعيل دور القطاع الخاص مع القطاع العام في تحقيق التنمية المستدامة على المدى الطويل يصل ما بين 30 - 50 سنة" ¹

2- أهمية الشراكة بين القطاع العام و الخاص :

- دفع عجلة التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و خاصة السياحية أي أنه عنصر مهم في عملية الاستقرار الاقتصادي.

- الشراكة بين القطاع العام و الخاص و ما تتميز به من إمكانيات بشرية و طاقات و خبرات و موارد للتشارك في تنظيمات مؤسسية تتولى إنشاء و تشغيل المشاريع بمختلف أنواعها.

- العمل على إيجاد تنظيمات مؤسسية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية.

- ضمان تقديم خدمات يلتزم بها القطاع الخاص من خلال تصميم و إنجاز هياكل ارتكازية للبنى التحتية . و يترتب عن ذلك تحمل مخاطر كبيرة على المستويات المالية و التكنولوجية مقابل تلقي مبلغ مالي من القطاع العام يكون على شكل دفعات خلال مدة العقد و يقوم القطاع الخاص بتسليم المشروع عند نهايته.

و ترى منظمة العمل العربية أنه من أجل تحسين و رفع خدمة الهياكل التحتية بحيث تكون عملية الشراكة بين القطاع العام و الخاص مرتكزة على أسس متينة تقوم على التزام القطاع العام بضمان كافة التشريعات و القوانين الدائمة إضافة إلى الاستقرار السياسي و المؤسسي على المدى الطويل كون الشراكة ليست بعملية آنية و إنما إلى المدى البعيد . و هذا يرجع بالفائدة على المؤسسات و المنظمات السياحية ².

بناء على ما سبق ، فإنه يمكن القول إن عملية إدارة الوجهة السياحية تتم من خلال تنسيق جهود شركاء العمل و العاملين الرئيسيين في القطاع ، و الذي يمكن تنفيذه من خلال آليات عمل تضمن مشاركة الجميع من القطاعين العام و الخاص بهدف الخروج بخطة إدارية توضح

1 -د.محمد أبو حجيبة ، إدارة الوجهات السياحية ، على الرابط : <https://www.meu.edu.jo> بتاريخ

2024/05/12 على الساعة 19:00

2 - د.محمد أبو حجيبة ، نفس المرجع ، ص 4

دور كل شريك و مدى مساهمته في تنفيذ بنود استراتيجية الوجهة السياحية . و تستمر خبرات هؤلاء الشركاء و مهارتهم إلى أبعد الحدود. و هو الأمر الذي لن يتم دون فسح المجال لهم للمشاركة بفعالية ، لأن الكل بمركب واحد ، و إدارة الوجهات السياحية لا تتم بدون إشراك الجميع.

2- الفوائد المتوخاة من الشراكة بين القطاع العام و الخاص :

في هذا الإطار فإنه لا بد من توضيح الفوائد التي يمكن جنيها في حال تمت إدارة الوجهة السياحية على مبدأ تشاركي بين القطاع العام و الخاص بشكل صحيح و هي الفوائد التي يمكن إجمالها كما يلي :

- ضمان عناصر الاستدامة في القطاع السياحي بشكل تشاركي سليم و يحقق أهداف المنظومة السياحية برمتها.

- بناء و دعم الميزة التنافسية للوجهة السياحية .

- تحسين العوائد السياحية لأن الكل مستفيد في حال الاستقرار السياحي و الكل متضرر في حال وجود أزمات تعكر صفو العملية السياحية.

- بناء صورة ذهنية و هوية مميزة للوجهة السياحية بفضل تطبيق مبدأ التشاركية و توحيد الجهود لتصب في مكان واحد يخدم الوجهة السياحية بطريقة سليمة.

المطلب الثالث : الأبعاد الخاصة بإدارة الوجهة السياحية

و تهدف إدارة الوجهات السياحية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي :

أولا : تأسيس ميزة تنافسية :

هناك متطلبان حاسمان لتحقيق ميزة تنافسية على منافسيها و هما :

1- إنشاء موقع قوي و فريد من نوعه ، من خلال تقديم خدمات نوعية للسياح مقارنة بالوجهات الأخرى . و هذا من خلال تطوير عوامل الجذب و الموارد الخاصة بالوجهة السياحية بالاعتماد على آليات تسلط الضوء على خصائصها الفريدة .

2- تقديم تجارب ذات جودة ممتازة و قيمة عالية مقابل عوائد مالية ترجع بالفائدة على الإدارة السياحية ، و من خلال ضمان تنسيق مع الشركاء من أجل تلبية متطلبات الزائر . حيث يتطلب كلا عاملي النجاح هذين اتباع نهج إداري منسق يعتمد على رؤية جماعية و شراكات قوة مع الفاعلين في مجال السياحة.

ثانيا : ضمان الاستدامة السياحية :

- تعد التنمية المستدامة من بين أهم اهتمامات و الأهداف التي تصبو إليها الإدارة السياحية من خلال التخطيط إلى الذي يركز أيضا على احتفاظ الوجهة السياحية بسلامتها البيئية و حماية الموارد الطبيعية من الأخطار التي قد تضر بها ، إضافة إلى الاحتفاظ بالطابع الجذاب و المتميز لها . غذ يمكن للإدارة أيضا من خلال كفاءتها أن تساعد في تجنب الصراعات الاجتماعية و الثقافية و تجنب الآثار السلبية التي تضر بنمط الحياة و التقاليد و القيم المحلية

1

- تنسيق الجهود مع الفاعلين في مجال السياحة من خلال إنشاء المشاريع السياحية مع العمل على المحافظة على البيئة و حمايتها .

- العمل على أن تكون السياحة عاملا بارزا في حماية البيئة الطبيعية عندما يتم تكييفها مع المجتمع المحلي . و ذلك من خلال التخطيط و الإدارة السليمة .

- تتيح مشاريع التنمية السياحية توظيف المباني التراثية باستخدامات سياحية جديدة توفر دخلا يمكن استخدامه و استغلاله في ترميم و صيانة هذه المباني و حمايتها من التدهور²

- تهدف إدارة الوجهات السياحية إلى تحقيق التوسع المستمر في الموارد السياحية و زيادة الجودة و ترشيد الانتاجية في مختلف الخدمات السياحية .

1 -قعيد لطيفة ، متطلبات التنمية السياحية المستدامة، على الرابط : <https://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/05/20 على الساعة 16:00

2 -ديلان رمضان تمرخان ، التنمية السياحية المستدامة على الرابط : <https://www.academics.su.edu.krd> بتاريخ 2024/05/21 على الساعة 17:00

- تهدف أيضا إلى تعميق الدراسات العلمية الكاملة في إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاجتماعية و الاقتصادية و البيئية داخل الدولة ككل ¹

إن تحقيق التوازن المناسب لحماية الموارد و تعزيزها مع الاستمرار في تلبية احتياجات جميع أصحاب المصلحة يعد مهمة معقدة ، يستوعب نموذج vice هذه المتطلبات و يوفر إطار يمكن لمخططي و مديري الوجهات السياحية استخدامه لضمان استدامة أعمالهم.

يقدم نموذج vice لإدارة الوجهة على أنها تفاعلات بين الزوار و الصناعة التي تخدمهم و المجتمع الذي يستضيفهم و البيئة التي يحدث فيها التفاعل ، و آخر هذه العناصر ، و هي البيئة التي يمكن فهمها بمعناها الواسع لتشمل الموارد البيئية و الطبيعية التي تعتمد عليها العديد من المنتجات السياحية ²

ثالثا : تحفيز الاستثمار السياحي:

إن جذب الاستثمار الأجنبي و هم رواد الأعمال ذوي الخبرة في مجال السياحة يساعد في تطوير السياحة و توسيع و تنويع مجالاته ، حيث يمثل تحديا كبيرا خاصة في مجال تطوير الوجهات السياحية ، دون أن نتغاضى على المستثمرين المحليين و بالتالي يجب أن يشملهم أيضا. ³

و من خلال التجارب الدولية ، أظهرت أن المستثمرين العالميين يبحثون عن أفضل العوائد الناتجة عن الاستثمار في الأسواق الجديدة و ما تحتويها من تحفيزات مغرية تدفعهم إلى الاستثمار فيها، من بينها: ⁴

1 -د.خليفة تركية ، التنمية السياحية المستدامة و استراتيجية ترفيتها بالجزائر على الرابط :

<https://www.ajahs.journals.ekb.eg> بتاريخ 2024/05/22 على الساعة 18:00

2 -د.محمد أبو حجيبة ، نفس المرجع ، ص 7

3 -محمد يونس، سبل دعم القطاع السياحي من خلال الاستثمار الوطني و الأجنبي في الجزائر ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية ، ص 43، السنة الجامعية 2016/2015

4 -مزياني محمد السعيد ، د. دبة ناصر أستاذ محاضر، الاستثمار الأجنبي المباشر كآلية فعالة للنهوض بالتنمية السياحية في الجزائر ، على الرابط : <https://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/05/31 على الساعة 15:00

- التخفيضات الضريبية و القروض منخفضة الفائدة ، إضافة إلى الخصومات على رسوم الاستيراد ، إضافة إلى الاستهلاك المتسارع و غيرها من التحفيزات التي تقدمها الدول من أجل التشجيع على الاستثمار السياحي.

رابعاً: تعظيم الشراكة المجتمعية:

غالبا ما يتم تعزيز الشراكة المجتمعية التي تضمن بقاء المنافع الاقتصادية مع المجتمع من خلال مرافق مجتمعية صغيرة الحجم مملوكة محليا، مثل أماكن الإقامة مع العائلات و الفنادق الصغيرة أو دور الضيافة و مرافق تقديم الطعام، من خلال أيضا مشاركة المقيمين في اتخاذ القرارات المتعلقة بتطوير السياحة في منطقتهم و العمل مع أصحاب المصلحة الآخرين لتعزيز الفرص داخل قطاع السياحة . إذ يجب أن يكون عمل الشركاء المجتمعين منظما باجتماعات دورية كلما قضت الحاجة، و بالتالي تعود بفوائد عديدة تظهر فيما يلي ¹:

- تعزيز الحوار و المناقشة يعزز المسؤولية الجماعية لتوجيه السياحة.
- تسهيل تبادل المعارف و الخبرات و الموارد الأخرى .
- تذليل العقبات التي تواجه نمو و تطور السياحة في المناطق السياحية.
- العمل مع المجتمعات المحلية و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و رجال الأعمال الناشئين لتطوير منتجات جديدة يمكن للمؤسسات السياحية تقديمها للضيوف .
- تطوير الشراكات و المشاريع المشتركة التي تعود على المجتمعات المحلية بفوائد كبيرة.
- المساعدة في تنمية المجتمعات المحلية و رجال الأعمال الناشئين من خلال تعليقات الزوار على منتجاتهم.
- توفير الدعم التسويقي و التوجيه من أجل تطوير المنتجات السياحية المجتمعية.
- تشجيع الزوار على الإنفاق مما يعود بالربح على الاقتصاد المحلي و نموه.

1 -أ.د. محمد محمد فراج ، دور المجتمع المحلي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة برؤية مصر 2030، على الرابط : <https://www.ijthsx.journals.ekb.eg> بتاريخ 2024/05/31 على الساعة 16:00

- تشجيع منظمي الرحلات السياحية على أن يكونوا أكثر ابتكارا في مسارات رحلاتهم ، على سبيل المثال من خلال تضمين مناطق الجذب التي يديرها المجتمع و المتاحف المحلية و الحرف اليدوية و المطاعم في مسارات جولاتهم.¹

تتكون إدارة الوجهات السياحية من عناصر لا بد من توافرها حتى تساهم في نجاح الوجهة السياحية و تطويرها . من بين هذه العناصر :

الموارد البشرية ، التخطيط السياحي ، التسويق السياحي

هذه العناصر تعمل معا لإدارة و تحسين تجربة السياح و ضمان جاذبية الوجهات السياحية.

1 -رشا شاوش، بناء القدرات المحلية : من المشاركة المحلية إلى التطوير الاجتماعي على الرابط : [https:// www.redseaglobal.com](https://www.redseaglobal.com) بتاريخ 2024/05/31 على الساعة 17:00

خلاصة الفصل :

إن إدارة الوجهات السياحية لها دور كبير في ضمان السياحة المستدامة ، من خلال الحفاظ على الثقافات المحلية و البيئات الطبيعية . ففي ظل الزيادة المستمرة في عدد السياح يتعين على إدارة الوجهات السياحية وضع استراتيجيات فعالة و مناسبة لجذب السياح و تلبية احتياجاتهم و رغباتهم .

أظهرت الأبحاث أن أداء إدارة الوجهات السياحية يعتمد على عوامل متعددة بما في ذلك التخطيط الاستراتيجي ، التسويق السياحي و جودة الخدمات السياحية ، إشراك المجتمع المحلي في صنع القرارات مما يساهم في تحسين و تطوير قطاع السياحة ، و ما يترتب عليها من فوائد اقتصادية و اجتماعية.

إضافة إلى الاستقرار السياسي للدول ، الذي يبعث الأمن و الأمان للسائح و الاستثمار السياحي داخليا و خارجيا.

و بشكل عام يظهر جليا من خلال هذا الفصل الحاجة الملحة لتبني نهج شامل لإدارة الوجهات السياحية ، يأخذ في الاعتبار جميع العوامل الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية ، و يسلط الضوء على أهمية التعاون بين القطاع العام و الخاص لضمان استدامة صناعة السياحة و الحفاظ على الوجهات السياحية للأجيال القادمة.



الفصل الثاني: تطبيقات إدارة الوجهات السياحية



تمهيد:

تعدّ السياحة صناعة بدون دخان، كما تعتبر قطاع مهم في اقتصاديات عدّة الدول والتي انتهجت النشاط السّياحي، ومن هذا المنطلق فقد قامت شتى بلدان العالم بإيلاء الاهتمام لهذا الجانب المهم في اقتصادها الوطني بل وفي الاقتصاد العالمي وبالتالي فقد أدّى بها هذا إلى إعداد مجموعة من السياسات والآليات المتعلقة بالمجال السّياحي سواءً فيما تعلق الأمر بالتعاون العالمي في هذا المجال أو كفرادى كلاً على حدّ.

وبعد أن تطرقنا في الفصل الأول إلى الإطار المفاهيمي من خلال ازالة اللبس فيما يتعلق ببعض المصطلحات المهمة في موضوعنا هذا، ونخص الذكر هنا بماهية السياحة، ماهية الوجهة السّياحية، وكذا ماهية إدارة الوجهة السّياحية، سوف نستعرض في هذا الفصل الثاني بعنوان تطبيقات إدارة الوجهات السّياحية والتي قسمناها إلى تطبيقات إدارة الوجهات السّياحية على المستوى المحلي وأيضاً تطبيقات إدارة الوجهات السّياحية على المستوى الدّولي وإدارة الوجهات السّياحية في ظل الأزمات الدولية.

وهنا نطرح التساؤل:

كيف عملت الدول والمنظمات محلياً ودولياً على إدارة الوجهات السّياحية؟

هذا ما سوف نجيب عليه من خلال هذا الفصل.

المبحث الأول: تطبيقات إدارة الوجهات السّياحية على المستوى المحلي:

تعتبر الجزائر وجهة سياحية ممتازة للزوار الأجانب وحتى للسكان المحليين على مستوى الوطن وهذا على اختلاف مناطقها، نظراً لما تتمتع به كدولة من مقومات طبيعية وتاريخية ومادية وثقافية واجتماعية ولذلك فقد عملت الدولة الجزائرية بكل أجهزتها وهيكلها على بذل جهودات كبيرة وذلك عبر بناء والخروج باستراتيجيات الهدف منها دعم وتطوير السياحة في البلد وأيضاً العمل على جعل الجزائر من أفضل الوجهات السّياحية في العالم، وكذا الحفاظ على صورتها كوجهة سياحية لائقة، ملائمة و مناسبة للزيارة حتى تكون بذلك مكسباً للأجيال الحالية والأجيال اللاحقة.

سننترق في هذا المبحث إلى أهم تطبيقات إدارة الوجهات السياحية على المستوى المحلي وذلك من خلال مطلبين متعلقين بكل من القطاع العام والقطاع الخاص.

المطلب الأول: على مستوى القطاع العام:

سنستعرض في هذا المطلب تطبيقات إدارة الوجهات السياحية محليا فيما يتعلق بالقطاع العام وسنخص بالذكر كلا من وزارة السياحة والصناعات التقليدية، الجماعات المحلية وكذا المنظمات السياحية الوطنية.

أولا : وزارة السياحة والصناعات التقليدية:

أ- تعريفها ونشأتها:

أنشئت وذلك بموجب مرسوم تنفيذي رقم (474/63) مؤرخ في يوم 20 ديسمبر 1963 وقد اوكلت وكلفت بما يلي:¹

1) العمل على ترقية المنتج السياحي الجزائري وتوجيهه وكذا التعريف به.

2) القيام بإعداد مخططات تنموية في القطاع السياحي.

3) إبراز وتجسيد السياسة السياحية التنموية للدولة على أكمل وجه.

ب- الادارة المركزية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية: وتشمل في تنظيمها:

1- الوزير المكلف بالسياحة والصناعات التقليدية: ومن بين مهامه:

- السهر على تطبيق وتنفيذ استراتيجيات التنمية السياحية، ومراقبه سير آليات عمل النشاطات السياحية في إطار المخطط تهيئه السياحة.

- اقتراح سياسة سياحية ومتابعتها، فضلا عن اقتراح إجراءات وهيئات تنفيذها.

- العمل على ترقية العقار والتراث السياحي وحمايتها.

- العمل على وضع الظروف الملائمة للبيئة الاستثمارية السياحية.

¹ حفصة حراوي، زوييدة عباسي، دور المؤسسات الفندقية في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، مذكرة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2018-2019، ص28.

- تـثـمـيـن المنشآت و الامكانيات السياحية.
- اقتراح نصوص تشريعية في القطاع السياحي والعمل بالتشريع السياحي.
- 2- الأمين العام: ويساعده ثلاثة من مديري الدراسات، كما يلحق به المكتب الوزاري للأمن الداخلي بالإضافة إلى مكتب التنظيم العام .
- 3- رئيس الديوان: يعاونه 8 مكلفين بالدراسات والتلخيص¹ ويكلفون بما يلي:²
 - الاعداد لمشاركة الوزير في الفعاليات الدولية، النشاطات الحكومية، النشاط البرلماني، النشاط الاعلامي وتنظيم هذه الأنشطة مع تعزيز علاقاته بمختلف الأطراف.
 - المساهمة بتنمية العلاقات مع الجمعيات والشركاء الاجتماعيين كذلك وأيضا الشركاء الاقتصاديين.
 - العمل على تنمية وترقية قطاع السياحة وهذا عبر متابعة وتحليل البرامج الكبرى للسياحة.
 - 4- المفتشية العامة: وتحدد مهامها وتنظيمها بموجب نص خاص³
 - وتكلف المفتشية العامة بالمراقبة والتفتيش والزيارات (تحت سلطة الوزير)، والتي تنص على:⁴
 - التأكد من حسن سير الادارة المركزية و الادارات الغير مركزية والمؤسسات التابعة لوزارة السياحة.
 - متابعة تنفيذ تعليمات وزير السياحة.
 - الاستعمال العقلاني وكذا المحافظة على موارد قطاع السياحة.
 - تطبيق معايير التنظيم التقني والتشريعات والتنظيمات المتعلقة بالقطاع.
 - التحقق من أن الهيئات الخاضعة لدفتر الشروط ولتبعات الخدمة العمومية .
 - 5- الهياكل الأخرى (المديريات): وتتكون من المديريات التالية:

¹ [http ; mata.gov.dz](http://mata.gov.dz), 2024/4/27

² رضا سيف الدين جلوي، إدارة المنشآت السياحية والفندقية، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2019-2020، ص131.

³ موقع وزارة السياحة، المرجع نفسه.

⁴ رضا سيف الدين جلوي، المرجع السابق، ص132.

ا.المديرية العامة للسياحة:تضم أربعة مديريات فرعية:¹

• مديرية مخطط جودة السياحة والضبط : وتضم المديرية الفرعية لمخطط جودة السياحة والضبط، المديرية الفرعية لضبط ومراقبة النشاطات الفندقية والاطعام، المديرية الفرعية لضبط ومراقبة وكالات السياحة والأسفار والمديرية الفرعية لترقية السياحة.

• مديرية التهيئة السياحية والمحافظة على العقار السياحي:وتضم ثلاثة مديريات فرعية متعلقة ب: التهيئة السياحية،أقطاب الامتياز، المحافظة على مناطق التوسع.

• مديرية تقييم ودعم المشاريع السياحية:تضم مديريتان فرعيتان لكل من: تقييم المشاريع السياحية،دعم ومتابعة المشاريع السياحية.

• مديرية الحمامات المعدنية والنشاطات الحموية:تضم مديريتان فرعيتان متعلقتان بمايلي:تتمين استعمال المياه الحيوية، و تأطير نشاطات ومهن وحرف الحمامات المعدنية.

أما عن مهام المديرية العامة للسياحة، فمن بين مهامها ما يلي:²

- المبادرة باقتراح استراتيجيات تنموية مستدامة وضبط ووضع حيز التنفيذ استراتيجيات للنشاطات السياحية- السهر على تنفيذ مخطط جودة السياحة الجزائرية.

- اعتماد وتقييم الدراسات السياحية.

- المبادرة بوضع الأقطاب السياحية للامتياز وترقيتها.

- التواصل مع القطاعات المعنية بالاستثمار والشراكة السياحية.

II.المديرية العامة للصناعة التقليدية والحرف: وتضم 3 مديريات فرعية:

• مديرية تطوير الصناعة التقليدية: بها 3 مديريات فرعية متعلقة بدعم نشاط الصناعة التقليدية و الحرف، الدراسات و الادمج الاقتصادي لنشاط الصناعة والحرف، المقاوله وتطوير والابتكار.

¹موقع وزارة السياحة، المرجع السابق.

²-عويان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات في ظل الاستراتيجية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة

السياحية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر3،

الجزائر، 2012-2013، ص184-185.

• مديرية تنظيم وتأطير المهن وحرف الصناعة التقليدية: وتضم ثلاثة مديريات متعلقة ب: تنظيم مهن وحرف الصناعة التقليدية، التأهيلات ومتابعة الأجهزة المنتخبة، تأطير المؤسسات الخاصة بدعم الصناعات التقليدية والحرف.

• مديرية الصناعة والصناعة التقليدية الفنية: تضم مديرتان فرعيتين لكل من: ترقية الصناعة التقليدية و الصناعة التقليدية الفنية، تطوير الجودة.

وتقوم المديرية العامة للصناعة التقليدية ببعض المهام نذكر منها:¹

- اعداد استراتيجيات ومخططات تطوير نشاط الصناعات التقليدية من جهة وتنفيذ قواعد المهن والحرف المتعلقة بها من جهة أخرى.

- تقديم اقتراحات التزامات الخدمة العامة لمؤسسات القطاع الصناعة التقليدية²

وكل هذا للإشارة من أجل الحفاظ على الصناعة التقليدية باعتبارها موروث ثقافي والذي

يعد جزءا من المقومات السياحية المتعلقة بالترويج لصورة الجزائر كوجه سياحية

III. مديرية متابعة مؤسسة القطاع: وتضم مديرتان فرعيتان همهما: تقييم قدرات مؤسسات القطاع، وتثمين قدرات ونشاط مؤسسات القطاع.

IV. مديريات أخرى: والتي يوجي إسمها بما تشغله من مهام ونذكر منها ما يلي:³

I. مديرية الدراسات الاقتصادية والتخطيط (بها مديرتان لكل من: الدراسات الاقتصادية وبرامج التجهيز والاستثمار).

II. مديرية المنظومات الاعلامية و الاحصائية (بها مديرتان خاصتان بكل من: المنظومات الاعلامية و الاحصائيات)

III. مديرية التكوين وتثمين الموارد البشرية و بها مديرتان فرعيتان تهتمان بالتكوين والبحث التطبيقي وتطوير المؤهلات.

¹وزارة السياحة والصناعات التقليدية، المرجع السابق.

²عوينان عبد القادر، المرجع السابق، ص185.

³رضا سيف الدين جلولي، المرجع السابق، ص132.

IV. مديرية الاتصال والتعاون و بها مديرتان فرعيتان لكل من الاتصال والتعاون خاصة فيما يتعلق بوسائل الاعلام.

V. مديرية التنظيم والشؤون القانونية والوثائق والتي لها 3 مديريات فرعية تتعلق ب: التنظيم، المنازعات والشؤون القانونية، الوثائق والأرشيف.

VI. مديرية الادارة العامة والوسائل وبها 3 مديريات فرعية خاصة بالمستخدمين، المحاسبة والمالية والوسائل العامة.

ج- مديريات السياحة التابعة لوزارة السياحة والصناعات التقليدية على مستوى كل ولاية:

يتم القيام وذلك على مستوى كل ولاية بإنشاء مديرية للسياحة وإسناد إليها جملة من الأعمال و الوظائف وتحديد هيكلها التنظيمي وهي بذلك تعتبر الهيئة الممثلة للوزارة على المستوى الاقليمي والمكلفة بالرقابة على الأنشطة السياحية في الولاية، كما تعمل على متابعة المشاريع الاستثمارية السياحية ومنح التراخيص وإقامة التظاهرات السياحية.¹

ومن بين مهام مديريات السياحة أيضا:²

- عقد لقاءات قصد إنشاء مجلس ولائي للسياحة للتشاور وتبني الانشغالات لأجل دعم القطاع.
- إقامة المعارض وتوزيع المنشورات والتي من شأنها التعريف بإمكانيات الولاية كوجهة سياحية.

- تشجيع الجمعيات والدواوين على إحياء الفعاليات السياحية.

كما تعنى بمهام أخرى في المجال السياحي نذكر من بينها:

- تثمين القدرات المحلية عبر السهر على تطبيق تنمية مستدامة للسياحة ترقية وتطوير الأنشطة السياحية و الحمامات المعدنية عبر اتخاذ التدابير المتعلقة بها.

¹سعدبله، دور المؤسسات السياحية في تسويق الوجهة السياحية الصحراوية المستدامة بالجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2022-2023، ص120.

²عوينان عبد القادر، المرجع السابق، ص193.

- كما تهدف لدعم وتنويع العروض السياحية وجمع وتحليل المعطيات المتعلقة بالقطاع السياحي.

- السهر على تطبيق مقاييس الجودة فيما يخص النشاط السياحي.
- العمل على تقديم الخدمات سياحية جيدة سواء من الجانب الأمني أو الصحي وغيرهما من جوانب.¹

- العمل على إعداد مخططات سنوية للأنشطة التنموية السياحية.
- تكوين الموارد البشرية وترقية العلاقات التعاونية الوطنية والأجنبية.
- العمل على تحقيق رغبات السواح في نطاق الترقية والراحة والاستجمام .
- تنشيط الحركة الجمعوية وإبداء الرأي فيما يخص إنشاء الجمعيات و تأطير المصالح الخارجية و الفضاءات والخارجية.²

د- الديوان الوطني للسياحة (ONT):

1- تعريفه ونشأته:

ظهر بسبب أهميه النشاط الترقوي وفي اطار استراتيجيات التنمية السياحية، ولخصوصية النشاط وضعته الدولة كهيئة مكلفة بترقية السياحة حيث تأسس بموجب المرسوم 88 / 214 مؤرخ في 31 أكتوبر 1988.

ويعرف الديوان الوطني للسياحة على أنه: مؤسسة عمومية ذات طبيعة ادارية تتمتع بالاستقلالية المالية والشخصية المعنوية تتولى تأطير وترقية السياحة، كما تخضع لوصاية وزاره السياحة.

¹بعوط لزه، الترويج للمقومات السياحية ودوره في تحقيق التنمية المحلية، مذكرة ماستر في تخصص التسويق الفندقي والسياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمه، الجزائر، ص78-79.
²رضا سيف الدين جلولي، مرجع سابق، ص133.

وتعد أداة للوزارة لأجل دراسة الأسواق والعلاقات العامة و ترقية السياحة وهي بذلك

مكلفة بتسويق المنتج السياحي والعمل على ترويجه.¹

2-تشكيلة الديوان الوطني للسياحة:

طبقا للمادة 8 من المرسوم 88 / 214 المؤرخ في 31/10/1988 يتأسس مجلس إدارة

الديوان وزير السياحة أو من ينوب عنه في حاله الغياب ويحدد تكوينه عدة ممثلين لكل من

الوزارة الداخلية، وزارة التجارة، مندوب التخطيط وأيضا الغرفة الوطنية للتجارة، كما يشارك

المدير العام للديوان مشاركة استشارية ويضم الديوان الوطني للسياحة ثلاثة مديريات وهي: ²

I.مديرية الادارة والوسائل: تضم مصلحة الوسائل العامة وهي مجموعة اعدادية يستعملها الديوان

في نشاطاته التسويقية

- مصلحة الموظفين والتكوين.

- مصلحة الميزانية والمحاسبة.

II.مديرية التسويق والتوثيق: حيث يساعد مدير التسويق والتوثيق كل من المكلف بالدراسات

والمنتجات السياحية والمكلف بالنشريات والتوثيق حيث يساعد كلا منهما رؤساء الأقسام

III.مديرية الاتصال والعلاقات العامة: لها نشاط قائم على تقديم آراء الجمهور وتحليلها وربط

السياسات بذلك

كما يوجد مكلف بالاتصال والعلاقات العامة وظيفته متعلقة بإعداد مجله الجزائر العلاقات

مع الاعلام ويساعده رئيس قسم مكلف بذلك³

أما بالنسبة للمكلف بالدراسات وتنشيط المعارض والصالونات فيقوم بمايلي:

- العمل على تنظيم الفعاليات السياحية والثقافية

¹آمال بوزيية، النظام القانوني للديوان الوطني للسياحة وتطبيقاتها في الضبط الإداري، مذكرة ماستر، تخصص قانون

إداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2015-2016، ص7-8.

²ثابت هشام، خالد عمار، النظام القانوني للديوان الوطني للسياحة وصلاحياته في الضبط الإداري، مذكرة ماستر

أكاديمي، تخصص قانون إداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، غرداية، الجزائر، ص11-15.

³آمال بوزيية، المرجع السابق، ص28-31.

- التأكد من مشاركة الجهات الفاعلة في المعارض والصالونات
- القيام بتحديد التظاهرات والأعياد السياحية وفتراتها وأماكنها لتحقيق أكبر فائدة ترويجية واستقطاب للسواح

3- صلاحياته ومهامه: وبهذا الصدد فهو يكلف بما يلي:¹

- العمل على إعداد الدراسات العامة والخاصة المتعلقة بغايته أو تكليف من يقوم بذلك.
- انجاز الأبحاث قبل تحديد أساليب وتغيرات السوق السياحي داخليا وخارجيا.
- متابعة العمليات السياحية والمشاركة في ترقية السياحة.
- تفعيل الاهتمام بتنشيط الفعاليات السياحية الدولية المتعلقة بسياحة الحمامات المعدنية والسياحة المناخية تطوير المبادلات في ميدان ترقيات وتطوير السياحة وهذا مع الهيئات الخارجية.

- القيام باستغلال البيانات المتعلقة بالترقية السياحية وتقييم الأعمال المنجزة.

4- أهدافه: وتنقسم إلى

I. أهداف عامة: وهي كالتالي:

- منح صورة جديدة للسياحة الجزائرية أمام العالم.
- تحقيق الاستثمار السياحي الأمثل في الجزائر وتحقيق الموازنة بين العرض والطلب في الأسواق الدولية.

- عمل دراسات والمحافظة على المواقع السياحية وتأمين الثروات السياحية.²

II. أهداف خاصة: تنقسم إلى :

* على مستوى السياحة الوطنية: تتمثل فيما يلي:³

¹نورة بن حود، دور الديوان الوطني الجزائري للسياحة في ترقية قطاع السياحة بالجزائر، مذكرة ماستر، تخصص تنظيم إداري وسياسي، العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2018-2019، ص43.

²عوينان عبد القادر، المرجع السابق، ص190.

³ثابت هشام، خالدي عمار، المرجع السابق، ص17-18.

- القيام بتحسيس المؤسسات والمواطن بأهمية النشاط السياحي.
- صياغة العطل بما يتلائم مع نوع الطلب السياحي المحلي.
- البحث عن مواكبة التطورات التكنولوجية في القطاع السياحي وتأطير الترقية السياحية عبر مراقبة عمل الوكالات السياحية.

***على مستوى السياحة الدولية: وهي كما يلي:¹**

- البحث عن الأسواق الجديدة ورفع الاجراءات السياحية وتشجيع الاستثمارات
- ملائمة العرض والطلب وتطوير المنتج السياحي بما يلائم السواح الأجانب
- تحسين صورة الجزائر السياحية دوليا

ومن خلال ما سبق ذكره فإن الديوان الوطني للسياحة هيئة سياحية ذات صلاحية واسعة في مجال السياحة خاصة بما يسعى لتحقيقه من أهداف

هـ-المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030:

1- تعريفه: يعد هذا المخطط الإطار الاستراتيجي للسياسة السياحية في الجزائر وبالتالي فإن الدولة تعبر من خلاله عن نظرتها للتنمية السياحية الوطنية على المدى القصير (2009) (المتوسط (2015) والطويل (2025) معدل إلى غاية 2030) قصد جعل الجزائر بلدا سياحيا.² تم إعداد هذا المخطط سابقا وهذا عام 2007 من طرف الوزارة المكلفة بالسياحة سابقا تحت مسمى "وزارة تهيئة الاقليم والبيئة والسياحة بالتعاون و"اللجنة الفرنسية" وتسعى من خلاله الدولة إلى تثمين المقومات الطبيعية، التاريخية والثقافية للبلاد ووضعها في خدمة القطاع السياحي وجعله أولوية وطنية مع تحقيق قفزة نوعية في مجال السياحة.³

¹آمال بوديبة، المرجع السابق، ص11.

²عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر، تحديات ورهانات في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية، مقال علمي، مجلة معارف (مجلة علمية محكمة)، السنة السابعة، العدد12، جوان 2012، ص141.

³حاكمي بوحفص، سماعيني نسبية، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مقال مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد3، 2020، ص233.

2- مكوناته: يتكون من ستة كتب:¹

الكتاب الأول: تشخيص السياحة الجزائرية.

الكتاب الثاني: الحركات الخمسة وبرامج العمل السياحي ذات الأولوية ضمن المخطط الاستراتيجي

الكتاب الثالث: الأقطاب والقرى السياحية للامتياز.

الكتاب الرابع: تنفيذ المخطط العملياتي للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

الكتاب الخامس: المشاريع السياحية ذات الأولوية.

الكتاب السادس: تلخيصا عاما للمخطط.

3- مراحل إنجاز المخطط: لقد مر في ذلك ب5 مراحل:²

المرحلة الأولى: حصيلة تشخيص الاتجاهات العالمية، الرهانات والاشكاليات.

المرحلة الثانية: تحديد توجهات الاستراتيجية.

المرحلة الثالثة: تحديد الخطوات التوجيهية.

المرحلة الرابعة: برامج العمل ذات الأولوية (انطلاق مخطط التهيئة السياحية).

المرحلة الخامسة: تحديد استراتيجية الانجاز والمتابعة.

4- أهداف (أبعاد) المخطط: وتتمثل في:

- ترقية اقتصاد لا يعتمد على المحروقات.
- تحسين صورة الجزائر السياحية.
- العمل على الحفاظ على الموروث الثقافي التاريخي والديني وتثمينه.
- المساهمة في التوازنات الكبرى الاقتصادية مما ينعكس على القطاعات الأخرى.
- إحداث انسجام بين ترقية السياحة والبيئة والعمل على ديمومته.

¹دولي سعاد، لعلمي فاطمة، إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر إستنادا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030)،

مقالة، جامعة بشار، الجزائر، 2024/4/28، تاريخ الاطلاع، ص3.

²عوينان عبد القادر، المرجع السابق، ص288-291.

5- الحركيات الخمسة(المخططات الجزئية) للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية"آفاق 2030 " :تتمثل في:

أ.تقويم وجهة الجزائر: حيث يهدف من خلال هذه الجزئية إلى تحسين صورة الجزائر كوجهة تنافسية ملامحها الأصالة والنوعية مما يتطلب تعزيز هذه الصورة عبر الأسواق المستهدفة المطلوب الحفاظ عليها، كما يجب حصر الأهداف المتعلقة بهذه الأسواق وحصر الفروع و المنتج الواجب تطويره.¹

ب.الأقطاب السياحية للامتياز: تتمحور أهداف هذا المخطط حول تحقيق الجاذبية والتنافسية والتنمية المتوازنة للأقاليم السياحية عبر ترقية كل قطب وفق لما يتميز به من إمكانيات كالسياحة الحموية، البحرية، الصحراوية والجبلية...، حيث تم إحصاء 225 منطقة توسع سياحي حازت منها 20 على مخططات للتهيئة منذ 2015 و البقية قيد الدراسة.²

تم تصميم أقطاب الامتياز بناء على معايير محددة أسفر عنها 7 أقطاب يتكون كل منها من مكونات تتمثل هذه الاقطاب فيما يلي:³

1-القطب السياحي للامتياز شمال شرق: يشمل: عنابة، الطارف، سكيكدة قالمة،تبسة، سوق أهراس.

2-القطب السياحي وسط:العاصمة تيبازة، البلدية، شلف، البويرة، بومرداس، بجاية، وتيزي وزو.

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

4-القطب السياحي للامتياز جنوب شرق (الواحات): غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعه، ورقلة.

5- القطب السياحي للامتياز غرب:أدرار، بشار، البيض، النعامه.

6- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير طاسيلي (ناجر):إليزي.

¹ حاكمي بوحفص، سماعيني نسيبة، المرجع السابق، ص234.

² حليلة بونيف، بدائل التمويل المحلي السياحة نموذجا، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد

بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2021-2022، ص93.

³ حاكمي بوحفص، سماعيني نسيبة، المرجع السابق، ص234.

7- القطب السياحي للامتياز (الأهقار): تمناست.

III. مخطط نوعية السياحة: يقصد به التنفيذ المثالي والجيد والاحترافي لمايلي من عناصر:¹

- تطوير العروض السياحية وتنويعها.
- إضفاء تصور جديد للمحترفين.
- العمل بإجراءات النوعية من طرف المتعاملين في مجال السياحة.
- ترقية الجزائر كوجهة نوعيه وتعزيز صورتها .
- الوصول إلى مكانة بين الوجهات العالمية في السياحة.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية بدل الاكتفاء بتوفيرها.

IV. مخطط الشراكة العمومية الخاصة: من أجل الانسجام بين القطاعين العام والخاص يتم وضع

خطط عمل سياحيه تهدف إلى:²

- وضع الأولوية لمناطق التجمعات السياحية.
- تشجيع مشاركة القطاعين في الاستثمار السياحي.
- الحفاظ على مزايا المناطق السياحية الثقافية والحضارية.
- التنسيق مع كل القطاعات السياحية.
- افراز أو اعتماد الخطط السياحية.

كما يعمل القطاع العمومي على تطوير البنى التحتية، يقوم القطاع الخاص بتطوير المرافق والخدمات السياحية، ويبقى عمل القطاع العام الرقابة، مع وجود تكامل بين القطاعين إضافة لمساهمته المجتمع المحلي، بعدها يتم اعتماد خطه تنموية تدمج مع القطاعات الأخرى.

¹ اعماري عصام، رهانات المخطط التوجيهي للنهضة السياحية 2030 بين الواقع والأفاق، مقالة علمية، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد 7، الاصدار 1، 14 جوان 2018، جامعة الاخوة منتوري، كلية الحقوق، قسنطينة، الجزائر، ص417.

² دولي سعاد، لعلمي فاطمة، المرجع السابق، ص102.

أما عن الشراكة القطاعين فلا تتأتى طبعاً دون حراك كل من العموم والخواص استجابة لطلب السياحي عبر استغلال الموارد ومواجهة الأخطار واقتسام الأرباح وبهذا يلعب كل دوره في المجال السياحي.¹

V. مخطط تمويل السياحة: بما أن السياحة تعتبر ذات عوائد استثمارية فإن تحقيق الربح فيها يتطلب وجود دعم ومساندة الدولة وهذا ما يصبو له مخطط التمويل، كما يسعى لتحقيق ما يلي:²

- مرافقة المؤسسات السياحية وحمايتها ومساندة المستثمرين عبر اجراءات دعم الاستثمار السياحي.

- العمل على تفادي المشاريع السياحية للتدهور .

- جذب المستثمرين واستقطابهم .

- اللجوء للحوافز المالية كأداة لتشجيع الاستثمار السياحي وتسهيل التمويل البنكي للنشاطات السياحية.

ثانياً: الجماعات المحلية

أ- تعريف الجماعات المحلية: لها عدة تعاريف من بينها:

- تعرف بأنها: " هيئات مستقلة عن السلطة المركزية ويتولى تسييرها ممثلي اصحاب المصلحة من سكان الإقليم".³

- كما تعرف أيضا بأنها: " وحدات جغرافية مقسمة من إقليم الدولة وهي عبارة عن هيئة مستقلة في الولايات والمدن والقرى، تتولى شؤون هذه الوحدات بالطريقة المناسبة لها، كما تتمتع بالاستقلال المالي والشخصية المعنوية".⁴

¹المرجع نفسه ، ص12.

²عوينان عبد القادر، المرجع السابق، ص353.

³بوشكراء أسماء، غربي سارة، دور الجماعات المحلية في تفعيل التنمية السياحية، مذكرة ماستر، تخصص إدارة محلية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2018-2019، ص23.

⁴عبد الكريم مسعودي، الاستثمار السياحي كآلية لتحقيق التنمية المحلية بالجماعات المحلية في الجزائر، مقالة علمية، تم الاطلاع في 2024/4/27، ص139.

- كما يمكن تعريفها في التشريع الجزائري بأنها: "مظهر من مظاهر الممارسة الديمقراطية وصورة من صور المشاركة الشعبية في صنع القرار المحلي وتسيير الشؤون المحلية بما يعود بالنفع على سكان الاقليم كما أنها أداة للنهوض بالتنمية المحلية".¹

ب- أنواع الجماعات المحلية: تنقسم إلى كل من: "الولاية والبلدية"

1- الولاية: ويمكن تعريفها من خلال المادة 1 من القانون 12-7 المؤرخ في 21/2/2012 بأنها²: "جماعة إقليمية للدولة تتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية المستقلة وهي أيضا الدائرة الادارية غير الممركزة للدولة وتشكل بهذه الصفة فضاء لتنفيذ السياسات التضامنية و التشارورية بين الجماعات الإقليمية و الدولة، وتساهم مع الدولة في ادارة وتهيئة الاقاليم و التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و حماية البيئة و حماية وترقية وتحسين الإطار المعيشي للمواطنين، وتتدخل في كل مجالات الاختصاص المخولة لها."

2- البلدية: تم تعريفها في القانون 11-10 المؤرخ في 22/6/2011 في المادة الأولى منه بأنها: الجماعة الإقليمية القاعدية للدولة وتحدث بموجب القانون وتتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المستقلة المالية³ وبهذا المفهوم فهي قاعدة اقليمية لمركزية ومكان لممارسة المواطنة كما تساهم في تحقيق أهداف الديمقراطية المحلية في اطار التسيير الجوارى مع وضع اطار ملائم للتنمية المحلية.

ج- دور الجماعات المحلية في تنمية السياحة:

1- بصفه عامة:تعمل الجماعات المحلية على تبني وتنفيذ استراتيجيات من شأنها العمل على الاستغلال الامثل للموارد و الامكانيات المتاحة داخل إقليمها قصد تطوير السياحة في

¹ حليلة بونيف، المرجع السابق، ص114.

² سعادت رشيدة، دور الجماعات المحلية في دعم النشاط السياحي، مذكرة ماستر تنظيم سياسي وإداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، الجزائر، 2019-2020، ص33.

³ حليلة بونيف، المرجع السابق، ص114.

المنطقة¹، كما تقوم أيضا بجملة من التدابير من شأنها النهوض بالقطاع وجعله رافد من روافدها الاقتصادية، لعل من بينها:

- توعية الأفراد بأهمية السياحة فضلا عن ضرورة الحفاظ على معالم السياحة وغرس الثقافة السياحية لدى الأفراد و تحسيسهم بأهمية الموروث السياحي²

- تعمل الجماعات المحلية على صيانة المقومات الثقافية والتاريخية المهمة كعامل في نشاطها السياحي كوجهة سياحية وهذا عبر المحافظة على الآثار والتراث العمراني والمواقع الطبيعية

- كما تقوم بتسيير المواقع السياحية والترفيهية و ادارتها والقيام بالمهام ذات المصلحة العامة.³

- كما تشجع حركة الجمعيات المحلية السياحية، و انشاء منشآت قاعدية كالمتاحف وقاعات السينما وغيرها.

- تساهم في تنمية السياحة في اقليمها عبر انشاء الفنادق الصغيرة والمطاعم والمراكز العائلية والمخيمات الصيفية والحدائق والتحفيز على القيام باستغلالها من طرف المتعاملين.⁴

2-بصفه خاصة:

1. بالنسبة للولاية: نجد أن المجلس الشعبي الولائي ومن خلال المادة 77 من قانون الولاية 12-7، يختص بالعمل على ازدهار السياحة في الولاية، فضلا عن تنسيق وتوجيه مبادرات بلديات الولاية.

¹انتصار الكرد، دور الجماعات المحلية في التنمية السياحية،مقال، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسية، العدد3، المركز الجامعي تيبازة، معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية، تيبازة، الجزائر، 2017، ص153.

²حليمة بونيف، المرجع السابق، ص117.

³عبد الكريم مسعودي، المرجع السابق، ص140.

⁴سعادت رشيدة، المرجع السابق، ص46-47.

كما يملك الصلاحيات التي تخوله القيام على تنمية وازدهار السياحة عبر تسيير ومراقبه و ادارة كل المؤسسات والوحدات ذات الطابع السياحي في حاله العجز لموارد و امكانيات بلديات الولاية في القيام بها.¹

|| بالنسبة للبلدية: نجد أن المجلس الشعبي البلدي من خلال نص المادة 122 من قانون البلدية 10-11 يقوم باتخاذ أي اجراء يدعو إلى توسيع قدراتها السياحية وتشجيع المتعاملين المهنيين باستغلالها، حيث يسهر المجلس على تطبيق القوانين و الأنظمة لأجل تنميه السياحة في الدولة، كما يملك هيئات محلية ذات طابع سياحي ويضطلع بمسؤولية المحافظة على المواقع والمعالم السياحية في اقليم البلدية والعمل على استثمارها كالحداثق، المتاحف، الآثار، الحمامات المعدنية وأماكن الراحة والعلاج.²

د- الدواوين المحلية للسياحة كآلية بيد الجماعات المحلية: وفقا لأحكام القانون 6-12 المؤرخ في 2012/1/12 فإن ديوان السياحة هو "جمعي تنشأ من قبل أشخاص طبيعيين أو معنويين مهتمين بترويج وتطوير السياحة في بلدياتهم، ويكلفون ب:³

- القيام بمساعدة سياح البلدية وترقيه الأنشطة السياحية في البلدية
- تنظيم مسارات سياحية للتعريف بالمواقع السياحية في البلدية
- المساهمة في الحفاظ على التراث السياحي و المشاركة في النشاطات الفنية و الثقافية السياحية

- تنظيم التبادل مع دواوين السياحة الوطنية و الأجنبية والحفاظ على القيم والتقاليد.
وتشرف الرابطة الوطنية بدواوين السياحة على تنظيم الدواوين الناشطة في المجال السياحي.

ثالثا: المنظمات السياحية الوطنية: إضافة إلى كل ما سبق فإن هناك عدة مؤسسات وهيئات تعمل ضمن القطاع العام السياحي، من بينها ومن أهمها:

¹بوشاكر أسماء، غربي سارة، المرجع السابق، ص25..

²سعادت رشيدة، المرجع السابق، ص28.

³وزارة السياحة والصناعات التقليدية، المرجع السابق.

أ- الوكالة الوطنية لتنمية السياحة:

1- تعريفها: طبقا للمرسوم التنفيذي 70-98 وفي المادة 1 منه فإنها تعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلالية المالية، تعتبر أداة مختصة بالتنمية، كما تحافظ على الاستغلال العقلاني للعقار السياحي فهي العامل المكلف في تطبيق السياسة الوطنية لتنمية السياحة.¹

2- مهامها: من أهم ما تقوم به الوكالة ما يلي:²

- حماية أماكن التوسع السياحي والترويج لها وإنشاء المرافق العامة.
- القيام بالإجراءات التنموية السياحية الخاصة بالعقار سواء المالية، التجارية أو الصناعية.
- مرافقة الإدارة السياحية في انجاز الاستراتيجيات وتطويرها .
- احترام القوانين السياحية المتعلقة بالتهيئة العمرانية داخل مواقع التوسع لأجل الحفاظ عليها ووضع دفتر شروط خاص بهذه المواقع .

- اعداد الأراضي التي تخدم الاستثمار السياحي .

ب- الديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT):

1- تعريفه: يعتبر أول مؤسسه سياحية تم انشاءها في الجزائر وهذا بموجب أمر رقم 62 - 27 مؤرخ في 192/8/25 وكان مكلفا بتسيير المرافق السياحية ابان الاستقلال ويعتبر مؤسسه عموميه لها طبيعة تجاريه و صناعيه تتمتع بالاستقلالية المالية ويعتبر اداة لتطبيق السياسة السياحية التنموية الوطنية في القطاع ويتمتع بالشخصية المعنوية ويسعى لتحقيق المصلحة العامة.³

¹شامي أحمد، عجالي خالد، الوكالة الوطنية لتنمية السياحة كلية توفير العقار السياحي في التشريع الجزائري، مقال علمي، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 4، العدد 1، كلية الحقوق ، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، جوان 2019، ص341.

²شهر زاد بوتوي، وفاء لمقدم، السياسة السياحية وأثرها على التنمية المحلية في الجزائر، مذكرة ماستر علوم سياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2017-2018، ص42.

³بليه حبيب، تطور السياسة السياحية في الجزائر، مداخلة مقدمة في اليوم الدراسي بعنوان السياحة كمورد استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، نوفمبر 2016، الجزائر، ص15.

2- مهامه: من بين أهم الأعمال التي أوكلت إليه:

- الرقابة على هيئة النشاط السياحي والعمل على تطبيق القوانين السياحية.
- المساهمة في ترقية كل من الدراسات السياحية، المنشآت السياحية والمنتج السياحي الجزائري.

- القيام بالترويج والدعاية و الاشهار بالإضافة الى التشاور مع السلطات حول قضايا السياحة.

- انجاز الدراسات التقنية فضلا عن تنفيذ الاستثمارات السياحية.

كما يرمي الديوان إلى ترويج المناطق السياحية في الجزائر ويعمل مع وكلاء السياحة الأوروبيين¹.

ج- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية:

1- تعريفها: انشئ وفقاً لمرسوم تنفيذيين 70-98 المؤرخ في 21/2/1998 وهي عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي تجاري وهي تخضع لوصاية وزارة السياحة وتتمتع بالاستقلالية المالية وتعتبر شخص معنوي².

2- مهامها: كلفت بالقيام بوظائف أهمها:

- مراقبة سير المشاريع التنموية.

- القيام بإنجاز بنك المعلومات الخاصة بتنمية وتهيئة السياحة.

- انجاز دراسات حول التهيئة السياحية، إضافة إلى الدراسات الخاصة بالقدرات السياحية³.

د- النادي السياحي الجزائري:

¹ منتهات الشيخ، واقع السياحة المستدامة في الجزائر ودورها في حماية البيئة، أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة ببنية و سياحية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، 2022-2023، ص 82-83.

² عوينان عبد القادر، المرجع السابق، ص 192.

³ عينين فضيلة، الأسس والأطر القانونية والاجتماعية لصناعة السياحة في الجزائر، أطروحة دكتوراه في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2018، ص 31.

1- نشأته: تأسس في 1963 ووضع تحت وصاية وزارة السياحة في 1971 وكلف بتطوير النشاطات السياحية، وفي 1980 صار مشعلا اقتصاديا من خلال الأنشطة التي يقدمها سواء في مجال الترقية، التخييم، السفر، الحج والعمرة، ويمتلك 42 وكالة موزعة على المستوى الوطني.¹

2- مهام فروع الأخرى: اتخذ طابعا اخر من خلال أنشطته التجارية وهذا عبر شركتي سياحه و اسفار الجزائر ومؤسسه الخدمات الدولية للسياحة ومهمتها هي:²

- اقامه رحلات في المنشآت السياحية الوطنية أو خارج الوطن أو الى البقاع المقدسة.
- اصدار رخص السياقة الدولية فضلا عن تذاكر السفر البحرية والجوية.

المطلب الثاني: على مستوى القطاع الخاص:

سوف نقوم في هذا المطلب بالحديث حول تطبيقات إدارة الوجهات السياحية محليا فيما يتعلق بجانب القطاع الخاص وسنذكر هنا كلا من: الوكالات السياحية، الجمعيات ذات الطابع السياحي وكذلك المؤسسات الفندقية.

أولا: وكالات السياحة والسفر:

أ- مفهومها:

يمكن تعريف وكالات السياحة والسفر بأنها: "كل مؤسسة تجارية تمارس بصفه دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر للرحلات و اقامة فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها" هذا ما جاءت به المادة 3 من القانون 6 - 99 المؤرخ في

1999./4/4³

¹ شرفية خديجة، استخدام مقاربات الاتصالات التسويقية المتكاملة في ترقية السياحة بالجزائر، أطروحة الدكتوراه في الاتصال والعلاقات العامة، إعلام واتصال، علوم إنسانية، كلية علوم الاعلام والاتصال السمي والبصري، جامعة قسنطينة 3، 2022-2023، ص122.

² بليه حبيب، المرجع السابق، ص16.

³ أسماء مصنوعة، مزيان حمزة، مساهمة وكالات السياحة والسفر في تنمية السياحة الداخلية في الجزائر، مقال علمي، مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة، المجلد 4، العدد 2، جامعة حسيبة بن بوعلي، الجزائر، 2021، ص61.

كما تعتبر الوكالات السياحية بناءا على التعاريف العامة لهاجهة تقدم خدمات السياحة والسفر وأيضا تمارس نشاط دائم لتحقيق ربح.

تصنف وكالة السياحة والأسفار إلى صنفين حسب رخصة الاستغلال:¹

الصنف أ: موجه للوكالات الراغبة في ممارسة نشاطها على مستوى الوطن تلبية للطلب الداخلي
الصنف ب: موجه للوكالات الراغبة في ممارسة نشاطها على المستوى الدولي تلبية للطلب الخارجي

كما يبلغ عدد وكالات السياحة 4267 منها 3648 وكالة أساسية و 716 وكالة فرعية توفر 11506 منصب عمل

ب- مهام الوكالات السياحية: من بين هذه المهام مايلي:²

- التأمين على زبائنها من الأخطار التي تمس أنشطتهم السياحية.
- تنظم رحلات مع المرشدين السياحيين في المواقع السياحية وتضع خدمات المترجمين السياحيين رهن إشارة السياح .
- بيع التذاكر والتعريف بالتراث الوطني، والترويج للرحلات إلى داخل الوطن.
- القيام بحجوزات الغرف في المؤسسة الفندقية وتقديم أحسن الخدمات للسواح .
- العمل على استقبال السياح ومساعدتهم خلال إقامتهم³.
- تمثل كذلك وكالات سياحية أخرى قصد تقديم خدمات باسمها ومكانتها.
- المساهمة في تنظيم النشاطات السياحية المكملة لنشاطها سواء بإرادة منها او بطلب من منظميها.
- كراء البيوت المنقولة، السيارات ونقل الامتعة أيضا وغيرها من أدوات التخيم باعتباره نشاط سياحي.

ج- أهمية الوكالات السياحية:

¹بله سعد، المرجع السابق، ص125.

²شهر زاد بوتوي، وفاء لمقدم، المرجع السابق، ص45.

³بليه حبيب، المرجع السابق، ص17.

عموما فإن الوكالة السياحية تساهم في الترويج لصورة البلد السياحية، كما تعمل على التسويق للمناطق السياحية كالمواقع الطبيعية، الأثرية، التاريخية وغيرها من الأماكن، وهذا عبر تنظيم زيارات إلى المناطق السياحية في مجموعات وعمل أيضا برامج سياحية، كما تعمل تحت مفهوم تخفيف الأرباح التجارية للخدمة السياحية، لهذا فالوكالة تقوم بإيلاء المجموعات السياحية اهتمامها في تقديم الخدمة لهم وتعطي أولوية لعدد السياح القادمين إليها من الداخل والخارج وتمنح ذلك الأفضلية¹

د - وكيل السفر:

يعرف وكيل السفر على أنه: " كل شخص طبيعي مؤهل ومعتمد بموجب القانون لتسيير وكالة السياحة والأسفار سواء كان مالك أو شريك مستخدم لصالح الغير²، وهو عبارة عن وسيط أو سمسار بين منتجي الرحلات أو مجهزي الخدمات السياحية وبين المستهلكين أو زبائن الخدمات السياحية، وكل هذا لقاء الحصول على عمولة وتحقيق الأرباح³.

هـ - مهام ودور الوكيل السياحة والأسفار: تتمثل في مجموعة من الخدمات التي يقدمها، وهي:⁴

1- خدمات أساسية: تتمثل في:

- بيع تذاكر السفر لكافة وسائل النقل، وأيضا بيع رحلات سياحية منظمة ضمن مجموعات.
- الحجز في المطاعم، الفنادق و الاقامات، المسارح والمهرجانات والفعاليات السياحية.

¹ عبد الغني ضيف، دور وكالات السياحة والأسفار في ترقية السياحة الداخلية بالجزائر، أطروحة دكتوراه في التسويق السياحي والفندقي، علوم تجاري، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة ريان عاشور، الجلفة، الجلفة، الجزائر، 2022-2023، ص55.

² حليلة تيخمارين، الاطار القانوني للمؤسسات الفندقية ووكالات السياحة والسفر في الجزائر، مقال علمي في مجلة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي بتمنراست، الجزائر، 2018، ص58.

³ حليلة قبائلي، فعالية وكالات السياحة الجزائرية، مذكرة ماستر علوم اقتصادية وتسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017-2018، ص24-25.

⁴ بوساحة سارة، دور الوكالات السياحية في تسويق الوجهة السياحية، مذكرة ماستر إدارة الأعمال، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2017-2018، ص33-34.

- اعطاء النصائح للعملاء وكذا المعلومات حول السفريات وأسعارها وأماكن الزيارة.
- المساعدة في الحصول على التأشيرة السياحية للبلد الذي يرغب السواح في زيارته أو بالأحرى الزبائن بصورة فردية.
- تزويد العملاء بالنشرات والهدايا والكتيبات السياحية.
- حساب تكاليف الرحلات السياحية وكذا وكذلك التخطيط للرحلات.
- 2- خدمات تكميلية: تتمثل في الاتصالات، محلات بيع التحف والتذكارات، الأماكن الترفيهية و الأثرية، أماكن الاستجمام والراحة والمواقع الأخرى كالمتاحف ودور السينما والحدائق العامة و- الشروط الضرورية لنجاح عمل الوكيل السياحي في النشاط السياحي:
- تتمثل فيما يلي: ¹
- توفر الخبرة في السفر والرحلات المحلية والعالمية لدى الوكيل السياحي وأن يتمتع بالكفاءة في هذا الميدان .
- الاخلاص في العمل والتحلي بالمهنية لأجل أن ينجح ويتفوق على بيئته السياحية.
- تقديم الخدمات بشكل جيد ومنظم سواء ما تعلق بالحجز في غرفة الفنادق أو معالجة مشاكل الرحلات.
- القيام بمجهودات في تقديم المعطيات للسواح و اصدار تذاكر السفر.
- الحصول على مكان العمل يحمل اسم تجاري ويكون في موقع ممتاز ويكون مكانا مرخص وثابت.
- بيع البرامج السياحية في شكل حزمه متكاملة حيث تنظمها بعض الشركات السياحية.
- تحصيل العمولات من خطوط النقل ومؤسسات الطيران والإقامة مقابل ما يبذله من جهد .
- كما يشترط في وكيل السياحة أن يتمتع بالأهلية لمزاولة نشاطاته فضلا عن المؤهل العلمي وأن يخضع للإجراءات والقواعد المتعلقة بنشاطه السياحي..

ثانيا: الجمعيات ذات الطابع السياحي:

¹عبد الغني ضيف، المرجع السابق، ص52.

أ- تعريفها: عرفها المشرع الجزائري على أنها: "تمثل اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها ويجتمع في اطارها أشخاص طبيعيين على أساس غير تعاقدية ولغرض غير مريح"¹ وبالتالي فقد أضاف المشرع عليها صيغة قانونية لأنها تضم عدة أفراد يخضعون لأحكام معينه لأجل تحقيق هدف معين يسعون إليه وهنا يكون هذا الهدف متعلقا بالنشاط السياحي. كما تعرف بأنها: "وحدة اجتماعية مستقلة تتكون من أفراد لها قوانينها تحددتها وتحكمها علاقات سلوكية بين أفرادها ولها مجموعه أهداف مشتركة"²، هذا التعريف الخاص بعلم الاجتماع اعتمد على طابع المؤسسة الرسمية، الأهداف الاستقلالية والتفاعل بين أفرادها.

ب- أهم الجمعيات السياحية: سنحدد البعض منها بكل ايجاز، فلعل من أهمها ما يلي:³

- **FNOT**: اختصار للفيدرالية الوطنية لدواوين السياحة(من مهامها التنسيق بين الدواوين المحلية للسياحة).

- **FNAT**: الفيدرالية الوطنية لجمعيات وكالات السياحة والسفر.

- **COT**: اتحادية عملاء السياحة.

- **ANDRT**: الجمعية الوطنية للدفاع والتعبير عن السياحة.

- الاتحاد الوطني لوكلاء السياحة.

- جمعيه الترقية المعدنية

- الفيدرالية الوطنية للفنادق والمطاعم.

ج- دور الجمعيات السياحية: يتمثل في:

¹صبرينة كردون، ياسمينة بوخرص، دور مؤسسات المجتمع المدني في تنمية السياحة المحلية، مذكرة ماستر في تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2018-2019، ص44.

²شاوش أخوان جهيدة، واقع المجتمع المدني في الجزائر، أطروحة الدكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014-2015، ص30.

³بله سعد، المرجع السابق، ص122.

- تلعب الجمعيات السياحية دورا في تأطير القطاع من خلال نشر القيم السياحية و الثقافة السياحية و تحسيس أفراد المجتمع بأهمية النشاط السياحي في عدة جوانب منها الاقتصادية و الاجتماعية.

- لكن يعد عدد الجمعيات قليلا جدا في ميدان السياحة المحلي مقارنة مع ما تلعبه من أهمية.¹

- كما ان عدم فعاليتها اي جمعيات السياحة الوطنية راجع لنقص في الوعي لدى المتعاملين السياحيين بالنسبة لأغليبيتهم، لكن بعدما استجد أمر خوصصة بعض المؤسسات السياحية فقام البعض بالمطالبة بإدماجهم العمال كمساهمين في هذه المؤسسات إلى جانب الشريك الآخر المتمثل في المستثمر الخاص.

- كما تظهر الجمعيات مساهمة الفرد كفاعل في القطاع السياحي²، كما تتولى المطالبة بحقوق عاملي هذا القطاع الفعال والمهم.

ثالثا: المؤسسات الفندقية

أ- مفهوم المؤسسات الفندقية:

1- تعريفها: وتعرف كما يلي في التشريع الجزائري:

- المؤسسة الفندقية هي: " كل مؤسسة ذات طابع تجاري تستقبل زبائن مارين أو مقيمين دون أن يتخذونها سكن لهم وتوفر لهم أساسا خدمات الإقامة مصحوبة بالخدمات المرتبطة بها³، وعليه فان المؤسسة الفندقية عباره عن منشأة تجارية توفر خدمات الضيافة للزلاء وتتباين من حيث نوعية خدماتها ومستواها وحجمها.

¹ هتهات الشيخ، المرجع السابق، ص84.

² عبد الجبار جبار، السياسات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009، ص83.

³ ووداد عمرون، صليحة رقاد، دور انخراط المؤسسات الفندقية في مخطط جودة السياحة بالجزائر في تحسين جودة الخدمة الفندقية، مقال علمي، مجلة القانون والعلوم البيئية، مجلد2، عدد2، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2023، ص1157.

2- تصنيفات المؤسسات الفندقية في الجزائر: تصنف بحسب المادة 3 من المرسوم 158-19 على أنها كما يلي:¹ الفنادق، المركبات السياحية أو قرى العطل، شقق الفنادق أو الاقامات الفندقية، الموتيلات أو نزل الطريق، المخيمات السياحية.

I. الفنادق: مؤسسات توفر للتأجير وحدات في شكل غرف وأجنحة عند الاقتضاء وتقع في مبنى أو هياكل أجنحة منفصلة، يمكن أن تتضمن خدمات الاطعام وقسمت لأصناف بعدد النجوم من واحد الى خمسة²

II. المركبات السياحية او قرى العطل: تعتبر أيضا مؤسسه لتأجير وحدات ايواء معزولة أو مجتمعة، كما توجد هذه الوحدات، داخل الشاليهات، الشقق، البنغالوهات وحتى الفنادق، كما توفر مختلف الخدمات

III. شقق الفنادق و الاقامات الفندقية: وتوفر للتأجير وحدات ايواء منعزلة أو مجمعة مجهزة بمطبخ وقد تضمن خدمات ترفيهية

IV. الموتيل او نزل الطريق: تتموقع بالقرب من محاور الطرقات توفر للتأجير للزبائن المارين مستعملي الطريق الإيواء في شكل غرف أو هياكل أجنحة مفصولة مع توفير خدمات الترفيه و الاطعام

V. المخيمات السياحية: مؤسسة ايواء بالقرب من محور الطريق موقعها، تؤجر للزبائن مستعملي الطريق غرفا او هياكل أجنحه منعزلة، اضافه للإطعام والترفيه.

قد صنفت هذه الاصناف الأربعة بناء على عدد النجوم من ثلاثة إلى واحدة³

¹دحمان أحمد، شتوح محمد، واقع الترويج بالمؤسسات الفندقية لولاية الجلفة، مقال علمي، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد5، العدد1، مخبر سياسة التنمية الريفية في السهوب، جامعة ريان عاشور الجلفة، الجزائر، 2021، ص246.

²زهية عيسى، الاطار القانوني لبناء المؤسسات الفندقية، مقالة، مجلة التعمير والبناء، مجلد4، العدد2، مخبر الآليات القانونية للتنمية المستدامة، جامعة بومرداس، الجزائر، 2020، ص41.

³دحمان أحمد، شتوح محمد، المرجع السابق، ص247.

3- أنواع الفنادق: يمكن أن تصنف الفنادق بناء على عدة اعتبارات بناء على ذلك سنذكرها بكل ايجاز:¹

I. بناء على الدرجات: حيث تتمثل في: فنادق الدرجة الممتازة ، فنادق الدرجة الأولى، فنادق الدرجة الثانية وفنادق الدرجة الثالثة

II. وفق نظام النجوم: ترتب من الأفضل إلى الفنادق العادية بناء على عدد النجوم من خمسة الى واحدة

III. من حيث الملكية: وهي فنادق القطاع الخاص، فنادق السلسلة السلاسل الفندقية الكبرى، فنادق القطاع العام وأيضا الفنادق المختلطة بين القطاعين العام والخاص

IV. حسب الموقع: تصنف إلى فنادق المدن الكبيرة، فنادق المدن الصغيرة، فنادق المطارات، المنتجعات، وفنادق العبور

V. حسب نوع وهدف السياحة: رياضية، علاجية، سكنية، فنادق المصايف، بيوت الشباب..

ب- الخدمة الفندقية: بما أن عمل المؤسسة الفندقية تقدم خدمات فإننا سنستحضر ما يلي:
1- تعريف الخدمة الفندقية:

I. تعريف الخدمة: تعرف على أنها: أي منفعة يقدمها طرف الى طرف آخر وتكون غير ملموسة ولا ينتج عنها ملكية كما أن تقديمها قد يكون مرتبطا بمنتج ملموس وربما لا.²

II. تعريف الخدمة الفندقية: لعل من بين اهم ما تعرف به ما يلي:

- الخدمة الفندقية تمثل مجموعة الأنشطة المقدمة للنزيل كالإيواء، الراحة والطعام وغيرها، وهذا تلبية لحاجاتهم، وتمتاز بأنها خدمة لا ملموسة ومتلازمة ومتغيرة وقابلة للزوال³ وهذا ما يخلق تحديا للمؤسسات الفندقية باعتبار الخدمة تعتمد على الجانب البشري (الزبائن، مقدمو الخدمة)

¹ رواقات فرح، تقييم السياسة السياحية في الجزائر منذ 2010، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2018-2019، ص63-65.

² رياض ربيعي، حولة لحرمر، ترقية الخدمات الفندقية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماستر في إدارة الاعمال السياحية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2021-2022، ص13.

³ زوييدة عباسي، حفصة حراوي، المرجع السابق، ص22-23.

مما يتطلب حسب التعامل بين المقدم ومستهلك الخدمة التي يجب ان تتلاءم مع رغبات الزبون.

2- خصائص الخدمة الفندقية: من اهم خصائصها ما يلي:

- I. لا ملموسة: فهي غير مادية، هذه الخاصية تجعلها غير قابلة للتخزين لاستهلاكها لاحقا.
 - II. التلازم: اي ان انتاجها اي الخدمة مرتبط باستهلاكها حيث ان توزيعها يكون مباشرة من المنتج للمستهلك ولا تباع في أكثر من سوق.
 - III. التغير: حيث أنها لا تتشابه وغير محددة كما أو كيفا بالنسبة لمزودي ومقدمي الخدمات، فلا يمكن معرفة جودة هذه الخدمة قبل الحصول عليها، عكس المنتج المادي.
 - IV. قابلة للفناء: إذ أن الغرف الشاغرة تعتبر عبء على المؤسسة الفندقية وعدم استغلالها يعتبر هدرا حيث انه من طبيعتها كخدمه ان تستهلك بسرعه عبر الطلب المتجدد.¹
- هناك أيضا بعض الخصائص التي لا تشترك فيها جميع الخدمات الفندقية (عوامل تؤثر على الخدمة)²

I. النشاط الموسمي: بسبب اختلاف حجم النشاط من فترة الى أخرى بسبب ظروف كل منطقته حيث يتوافد السواح في فترات محددة دون غيرها مما يعود بالسلب في معظم الأحيان على هذه الخدمة بسبب نقص حركه السياح .

II. النشاط الخدماتي: إذ يعتبر النشاط الفندقي خدماتيا مما أضفى عليه طبيعة تجارية وبالتالي تأثير عليه بالسلب ومنه فان ذلك ينعكس ايضا مع الخدمات المقدمة بسبب النظر إليها نظرة اقتصادية.

III. العنصر الانساني (البشري): اذ يعد العنصر البشري عامل رئيسي في تقديم الخدمة ونجاح الأنشطة السياحية، ويتجلى ذلك في جدارة واستحقاق مقدم الخدمة للقيام بذلك ارضاء للزبائن .

¹خولة لحر، رياض ربيعي، المرجع السابق، ص13-14.

²رواقات فرح، المرجع السابق، ص61.

IV. الخدمة الفندقية ذات خصوصية معينة: إذ تتميز عن المنتج العادي (السلعي) بخاصية تلازم القيام بتنفيذها كاللباقة وحسن معاملة النزلاء والتحلي بالمظهر الحسن.

3- أنواع الخدمات الفندقية: تتمثل الخدمات التي تقدمها المؤسسات الفندقية فيما يلي:¹

I. خدمات الايواء: وهي العامل الأساسي ضمن الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الفندقية مهما اختلفت طبيعة هذه المؤسسات وجوده خدماتها، حيث يكون الاتفاق الأكبر أو النصيب الأكبر من المنفعة السياحية متعلق بهذه الخدمة.

II. خدمات الطعام والشراب والخدمات المساعدة: بحيث تتوفر اغلبية المنشآت الفندقية على مطاعم تقدم هذه الخدمة اضافة إلى الخدمة الأساسية وهي الايواء قصد تسهيل ظروف الإقامة.

III. خدمات إضافية: وهي الخدمات الأخرى التي تقدمها مؤسسات الفندقة وتتباين فيما بينها وتختلف عملها المساعدة في توفير الراحة لضيوف او نزلاء المنشآت الفندقية من جهة وتقديم العمال ضمن المؤسسة خدمات تليق بسمعتها مثل: تأجير السيارات، المسابح، الرحلات السياحية، الحفلات، الخدمات الصحية و الاستعلامية، الاستقبال اللائق، أماكن الركن المغسلات، خدمات البنوك (المصرف).. وغيرها من خدمات

IV. ج- دور المؤسسات الفندقية في تنمية السياحة: سنعددتها في النقاط التالية:²

- يعتبر النشاط الفندقي من أهم الأنشطة السياحية و الاقتصادية للدول وهذا بسبب ما تلعبه من دور في ترقية السياحة في هذه الدول وهذا الترابط ما بين النشاط الخاص بالمنشآت الفندقية من جهة، وتنمية السياحة باعتبارها جزء من اقتصاد الدولة يكون نتيجة تقديم أرقى خدمات الضيافة

¹سمير خليل شمطر، الإدارة الفندقية بين النظرية والتطبيق، ط1، مركز كربلاء للدراسات والبحوث، بغداد، العراق، 2014، ص133.

²لبعل أحمد، أهمية الفنادق في تحقيق التنمية السياحية، مذكرة ماستر تسيير التقنيات الحضرية، عمران وتسيير مدن، هندسة معمارية، عمران ومهن المدينة، كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض والون، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2019-2020، ص14.

- تلعب المؤسسات الفندقية دورا هاما في توفير اليد العاملة السياحية و ضخ العملة الأجنبية بسبب ما تقدمه من خدمات تؤثر على تنميه الاقتصاد الوطني بسبب العائدات السياحية، وهذا ما يؤدي الى اهتمام كبير بالمؤسسات الفندقية و العكس إيلاء الأخيرة أهمية لنشاطها¹

- تعتبر المؤسسات الفندقية مؤسسات خدماتيه ومهمة في الدولة وهذا عبر تلبيةها لحاجيات الأفراد عبر تقديم المنتج من المنشآت الفندقية إلى العملاء بغرض تحقيق الأرباح

- سعي عمال المؤسسات الفندقية لتقديم صوره جيدة عن ثقافة البلد لدى السياح الأجانب، كما يسعون إلى تقديم خدمات مميزة وهذا ما يقود السائح إلى تكرار الزيارة بسبب الانطباع الخاص به وهذا يؤدي إلى دعم السياحة في البلد وتحقيق الأرباح

- تحقيق الدعاية الإعلانية و الترويجية للمؤسسات السياحية وتحسين صورة الوطن السياحية و زياده الطلب على الرحلات اليه بسبب تميز ما تقدمه للسواح من فوائد²

د-القطاع الفندقي في الجزائر:

1- الاطار القانوني لإنشاء مؤسسه فندقية: تتمثل في مجموعة من الشروط المتعلقة بكل من:
ا.رخصة بناء واستغلال المؤسسة الفندقية: ربط المشرع الجزائري الحصول على الترخيص الفندقي بنوع المؤسسات الفندقية المذكورة ضمن المرسوم التنفيذي 2000-46، وذلك بموافقة من الوزير المكلف بالسياحة اذا تعلق الأمر بالفنادق من نجمتين الى خمسة نجوم، أما بالنسبة إلى باقي أصناف المؤسسات الفندقية فيرد أمرها للمدير الولائي للسياحة وهذا بتفويض من وزير السياحة

- كما لا بد على المستثمر ارفاق ملفه بسيرته وهويته الوطنية بالنسبة للمستثمر المحلي وأما الأجنبي فلا بد عليه من القيام بالتأمين المالي اضافة إلى ما سبق اذا حسن وكذا حسن السلوك

¹سمير خليل شمطو، المرجع السابق، ص132.

²عينين فضيلة، المرجع السابق، ص227-228.

- كما نصت المواد 46 و 49 من القانون 99-1 على ضرورة الحصول على المصادقة على المخططات المشروع هذا الامر يتم من طرف لجنه مختصه بدراسة المشاريع الفندقية والتي تقوم بالإبلاغ بقرارها في ظرف شهرين من استلام الملف والذي يتضمن عده وثائق منها مخطط الموقع والذي يتضمن البيئة والطرق المؤدية لها وكذا المواصفات والتدابير الأمنية والتي يعدها مهندس معماري وآخر مدني، كما ترفق الوثائق بتقرير يشمل وصف الارض والمحيط والبنائيات ضمن المشروع المقرر القيام به.¹

|| قواعد بناء المؤسسة الفندقية: حددها المرسوم 6-325 ويشمل ذلك جميع انواع التشييد والتهيئة لهذه المؤسسات كما يشترط المرسوم المذكور رخصه انجاز المنشأة الفندقية وبالتالي لا يمكن اقامه مؤسسه فندقية دون مخطط تهيئة و أيضا احترام المنشآت العمرانية والمواقع الطبيعية و الأثرية، كما يجب اقامتها ضمن اماكن معقولة وأن لاتمس بالصحة و الامن العموميين او ان تقام في منطقه مهددة بالخطر فضلا عن عدم الازعاج والضجيج عبر مطابقه المواصفات المتعلقة بذلك، وأيضا يجب أن تلتزم بمخططات تهيئة الإقليم، التعمير والمخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير، اضافه الى ضرورة توفر ممرات عمومية خاصة.

إضافة الى ما سبق لابد للمؤسسات الفندقية مطابقة شروط الأمن والراحة كتلافي خطر الزلزال ونظام التهوية و التسقيف والعزل الحراري فضلا عن تطبيق القواعد القانونية في ذات الصدد كمواصفات بناء المداخل والغرف والقاعات و ايضا التجهيزات الفندقية حسب معايير الجودة المطلوبة²

2- مميزات قطاع الفنادق في الجزائر:

- نظرا لما تواجه السياحة في بلادنا من صعوبات فقد دعا ذلك الى التشجيع في انجاز المؤسسات الفندقية ودعم الاتفاقيات المتعلقة بها هذا باعتبار الخدمات التي تقدمها المنشآت الفندقية متواضعة، ويتجلى ذلك في القدرة الاستيعابية للفنادق والمؤسسات المشابهة وقلتها

¹ زهية عيسى، المرجع السابق، ص44-45.

² زهية عيسى، المرجع السابق، ص44-45.

مقارنه بدول أخرى حيث يوجد 1576 فندق يتركز أغلبها في مدن كبرى كالعاصمة وهران، تمثل الفنادق الخاصة حصه الأسد منها 95%، ويبلغ عدد الفنادق المصنفة 57% من إجمالي الفنادق¹

- من أشهر فنادق الجزائر: فندق السوفيتيل، فندق الأوراسي، فندق الغزالة الذهبية وفندق ماريوت

- من خلال ما سبق ذكره فان مؤسسه الدولة سواء المتعلقة بالقطاع العام او بالقطاع الخاص تعمل على بدل جهود حديثه من اجل القيام بتطوير القطاع السياحي من جهة ومن جهة اخرى تقديم افضل وجه للوجهة السياحية الجزائرية عبر العالم كله.

المبحث الثاني: تطبيقات ادارة الوجيهات السياحية على المستوى الدولي:

- مع تطور وسائل النقل في العالم وكذا التطور التكنولوجي والعلمي الذي نشهده منذ القرن العشرين، ازدادت حركه التنقل بين دول وهذا ما ادى الى زيادة الحركة السياحية حول العالم، وبالتالي فقد اصبح القطاع السياحي من اهم القطاعات المساهمة في الاقتصاد الدولي، ومن هذا المنطلق فقد قامت أغلب الدول بوضع سياسات وآليات قصد تطوير السياحة في اقليمها لكي تصبح من خلالها دولة بارزة في المجال وصاحبة مكانة بين مصاف الدول السياحية عبر خلق صورة طيبة وانطباع ممتاز لدى السواح، كما عملت في ذات الأمر على انشاء تكتلات متمثلة في المنظمات الدولية وهذا بإرادة تلقائية منها أو بإرادة من مجموعه من أفرادها ومؤسساتها وفاعليها، هذه التكتلات تسعى إلى نفس ما تسعى إليه الدول وتهدف إلى تطوير القطاع السياحي في كل العالم.

بناء على هذا سوف نتحدث عن تطبيقات ادارة الوجيهات السياحية الدولية من خلال:

مطلب 1: المنظمات السياحية الدولية

مطلب 2: نموذج دولي في ادارة الوجيهات السياحية (دولة الأردن).

المطلب الأول: المنظمات السياحية الدولية:

¹لبل أحمد، المرجع السابق، ص38.

سنتحدث في هذا المطلب عن اهم المنظمات التي تعنى بالسياحة على المستوى العالمي والدولي سواء الحكومية او غير الحكومية منها وما تلعبه من دور مهم

أولاً: مفهوم المنظمات السياحية الدولية:

أ- تعريف المنظمة الدولية:

1- المنظمة: مجموعه أفراد يشتركون في هدف معين، كما أنها شخصية اعتبارية تتمتع بالاستقلالية الذاتية و يديرها مجلس اداره عن طريق مجلس مكون من الجمعية العامة للأعضاء¹

2- المنظمة الدولية: هي اتحاد ينشأ بموجب اتفاقية بين عدة دول، ويتكون من عدة دول منظمه اليه ومن جهات تنتمي لهذه الدول وتمثلها وتتكون من ثلاثة أجهزة:²

- الجهاز العام: يمثله الدول الأعضاء

- الجهاز التنفيذي: يمثله عدد محدد من الأعضاء

- الجهاز الإداري: يتولى مراقبة سير عمل قرارات المنظمة وانجازها

ب- سمات المنظمات الدولية: لابد للمنظمات الدولية ان تمتاز بمجموعه من الخصائص وهي:³

1- المشروعية: اي توافق مبادئها مع القوانين الدولية والقيم الإنسانية والتقاليد

2- التنظيم: اي ان تتمتع بالاستمرارية والدوام من جهة وأن تكون مستقلة اداريا على الدول الاعضاء أو أطرافها

3- الدولية: وهي اهم صفاتها حيث تتكون من دول او هيئات ومفوضين من هذه الدول مما يمثلونها

¹ عبد الحسين محمد موسى، حنان عبد الرحمان حمزة، دور المنظمات السياحية الدولية (الحكومة وغير الحكومية) في زيادة النشاط السياحي، مقال علمي، مجلة أريد الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد الثاني، العدد الخاص، أغسطس 2020، ص421.

² نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2007، ص48-49.

³ ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، ط2، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2016، ص282.

ج- انواع المنظمات الدولية: تصنف المنظمات الدولية إلى:

1- المنظمات الدولية الحكومية: تشمل الدول فقط والتي تبرم معاهدات دولية ويمثلها مندوبون

تعينهم حكومات الدول الاعضاء¹

2- المنظمات الدولية الغير حكومية: تشمل هيئات وشركات ومصالح ولا تهدف لتحقيق

الارباح وغير تجارية، كما أنها لا تؤسس عن طريق معاهدة مبرمة بين دول بلب التعاقد بين

هيئات او افراد، ولا تتمتع بالحصانة عكس المنظمات الدولية الحكومية، كما تخضع لقانون

البلد التي تتواجد به²

د- اهميه وجود منظمات دوليه للسياحة (وظائفها/ دورها/ عملها/ فوائدها) تتمثل فيما يلي:³

- وضع قوانين وتنظيمات ولوائح وتشريعات دولية في مجال السياحة والتعاون في ذات

المجال.

- ايجاد حلول للعقبات والصعوبات التي تعترض الدول والأطراف في المنظمات السياحية.

- القيام بإعداد الاحصائيات الموحدة لدى الدول في المجال السياحي والاستفادة من ذلك .

- اعداد الدراسات السياحية وتعزيز القيم التنافسية و الجودة في المجال السياحي.

ثانيا: المنظمات السياحية الدولية الحكومية: ومن ابرزها ما يلي:

أ- منظمه السياحة العالمية

1- التعريف بالمنظمة العالمية للسياحة: هي مؤسسه دولية تابعه للأمم المتحدة تقوم بتطوير

السياحة في العالم وتضم 157 عضوا وتضم ستة اعضاء مشاركين، كما تضم 480 عضو

بلد منتسب من القطاع الخاص والهيئات المحلية السياحية والجمعيات، انشئت المنظمة في

1970/9/27 بعد الجمعية العامة التي عقدتها المنظمة العالمية للسياحة بمسماها القديم:"

¹ نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع السابق، ص43.

² بلغلام نور الدين، دور التسويق السياحي في تطوير السياحة الصحراوية في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2021-2022، ص138.

³ عصام حسن السعيد، إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص132.

الاتحاد الدولي لمنظمات الدعاية السياحية الرسمية" وهذا بصفة استثنائية في عاصمة المكسيك، وتمت المصادقة على القوانين الأساسية للمنظمة باسمها الحالي وعقدتها جمعيتها العامة الأولى في ماي 1975 بمدريد عاصمه اسبانيا والتي اصبحت مقرا للمنظمة وانتخب خلاله الامين العام للمنظمة، كما اصبح تاريخ تأسيس المنظمة لاحقا في 1980 ميلادي موافقا ليوم الاحتفال بالسياحة العالمية¹

2- الهيكل التنظيمي للمنظمة: اضافه الى ما سبق ذكره من اعضاء فان المنظمة تتكون من الأجهزة التالية:²

I. الجمعية العامة: بمثابة السلطة المنظمة التشريعية وتعقد اجتماعات عادية كل عامين واخرى استثنائية، وتتكون من اللجان الستة الإقليمية التالية: لجنة افريقيا، لجنة الأمريكيتين لجنة جنوب شرق اسيا و الياسفيك، لجنة أوروبا، لجنة الشرق الأوسط، لجنة جنوب اسيا.

II. المجلس التنفيذي: يمثل السلطة التنفيذية للمنطقة ويضم الاعضاء العاملين المختارين من طرف الجمعية العامة ويتبعه 7 لجان دائمة لكل من: التنسيق والبرامج، مراجعه وثائق اعتماد الاعضاء المنتسبين، الميزانية والتمويل، البيئة، الإحصاء، التسهيلات امن السائح

III. الأمانة العامة: يرأسها امين عام عن طريق الانتخاب بواسطة الأغلبية اي 2/3 من اعضاء الجمعية العامة لمدة 4 سنوات قابله للتجديد.

3- اهداف المنظمة العالمية للسياحة: وتتمثل في المهام و الاعمال التي تقوم بها من خلال:

- القيام بالتشجيع على السياحة عبر العالم وذلك بتطوير اجراءات تأشيرات الدخول وعبور الحدود والموانئ

- حفظ المصالح السياحية لدول وتعزيز القيم التشاركية والتعاون في مجال السياحة

¹ هتهات الشيخ، المرجع السابق، ص85.

² ماهر عبد الخالق السبسي، المرجع السابق، ص288-289.

³ سمير خليل شمطر، المرجع السابق، ص332.

- مساعدة الدول النامية في تنميه القطاع السياحي عبر عقد مؤتمرات ودورات لتدريب العاملين وتطوير النشاط السياحي بها وكذا انشاء المعاهد ومراكز التدريب
- القيام بالقضاء على التجاوزات في ميدان السياحة والسفر وكذا القيام بالأبحاث في مجال السياحة من اجل تطوير الصناعة السياحية وحركتها عبر العالم.
- ب- المنظمة الدولية للطيران المدني: "الايكاو ICAO":

1- التعريف بمنظمة الايكاو ICAO: هي منظمة دولية حكومية تهتم بشؤون الطيران المدني للدول الاعضاء وهي تابعة للأمم المتحدة ، تأسست ابان الحرب العالمية الثانية سنة 1944 بشيكاغو في الولايات المتحدة الأمريكية وفي ذات السياق فهي تعمل على الاشراف على الجوانب الفنية في مجال الطيران كالموانئ الجوية وممرات الهبوط و اجهزة الرادار والأجهزة التي تنظم حركه الطائرات، ومن شروط الانتساب لها أن تكون الدولة تابعة للأمم المتحدة وان يكون لها نشاط في الطيران المدني وتتخذ من مونتريال عاصمه كندا مقرا لها، كما ان لها سبع مكاتب فرعية في: القاهرة، ليما، باريس، داكار، نيروبي، بانكوك، المكسيك.¹

2- انجازات منظمه الايكاو ICAO: من بينها ما يلي:²

- توحيد اللغة المستعملة في الطيران المدني الدولي عبر اعتماد اللغة الإنجليزية رسميا بشأن ذلك، و ايضا القيام بتحديد الاصطلاحات المستعملة في المجال الجوي للتواصل فيما بين ضباط قيادة الطائرات و اقليم المراقبة الجوية

- القيام بوضع برامج التدريب في مجال الطيران المدني بحيث لا يتم منح رخصة مزاوله الأنشطة المتعلقة بها الا بعد اجتياز الامتحانات المتعلقة بهذه البرامج التي تضعها

الايكاو ICAO

- العمل على تطوير المعلومات والخدمات التي يتم تقديمها لأطقم الطائرات عبر ابراج المراقبة كحالة الطقس والظروف الجوية، تزويد المطارات بمعدات السلامة والامن، عقد

¹ سراب إلياس، نعيم الطاهر، المرجع السابق، ص54-55.

² ماهر عبد الخالق البسي، المرجع السابق، ص286-287.

المؤتمرات لمكافحة الارهاب الجوي ووضع القواعد المتعلقة بحرية التنقل الجوي وتنظيم حركة الطائرات الطيران المدني عبر العالم.

3- اهداف منظمة الايكاو ICAO: من بين اهم الاهداف التي تعمل عليها وتسعى جاهدة لتحقيقها:

* يتمثل دورها الرئيسي في الخروج بمجموعة القواعد القياسية الدولية و الاجراءات المضبوطة في اطار تحقيق اهداف اتفقيه الطيران المدني الدولي التي تسعى لتطوير التبادل وقواعد الملاحة الجوية والنقل الجوي في العالم وهذا كله من اجل:¹

- تطور النظام العالمي لطيران المدني، فضلا عن عدم التمييز بين الدول في هذا المجال العمل على تامين الرحلات الجوية عبر ترقيه شروط السلامة المهنية للطيران الجوي العالمي وتحسين تصميمات الطائرات وفقا للشروط الأمنية

- العمل على المساواة بين الدول عبر اعطائها فرص عادلة و متساوية للاستثمار بالخطوط الجوية الدولية، فضلا عن حمايتها من الخسائر المترتبة عن المنافسة الغير معقوله

- العمل على مساواة العرض والطلب على النقل الجوي وايضا تقدم هياكل وتسهيلات النقل الجوي

ج- لجنه السفرالأوروبية:تأسست في 1948 لا عاده اعمار اقتصاد دول اوروبا الغربية بعد الحرب العالمية الثانية، وقد شكلت قسم خاص لتنسيق بين منظمات السياحة في الدول الاعضاء حوالي 23 دولة وفي كل دولة مكتب خاص يمثلها وتعمل في مجال البحوث والتسويق وتوحيد السياسات بين دول الاعضاء في مجال السفر والسياحة²

ثالثا: المنظمات السياحية الدولية غير الحكومية: من أهمها :

1-التعريف بالاياتا (IATA):

¹جنان عبد الرضا حمزة، عبد الحسين موسى محمد، المرجع السابق، ص424.

²عبد الغني ضيف، المرجع السابق، ص58.

أ-الاتحاد الدولي للنقل الجوي الاياتا (IATA):هي منظمه دوليه غير حكومية ظهرت ملامحها الاولى في سنة 1945 في كوبا وتضم 112 شركة ومقرها بمونتريال عاصمة كندا ولها فروع في باريس نيويورك لندن وسبب ظهورها هو ازدياد حركة الطيران والخطوط الجوية عبر العالم بعد الحرب العالمية الثانية فكان لابد من وجود منظمة ترعى مصالح وحقوق شركات الطيران ومسافريها¹

2-أهداف الاياتا (IATA):يتمثل اهم ما تسعى اليه المنظمة فيما يلي:²

- تشجيع المبادرات التعاونية بين شركات الطيران الاعضاء في مختلف المجالات المتعلقة بالسياحة

- العمل على تحسين وضبط تسعيرات السفر لبعض الهيئات من اجل الركاب خاصة في حاله مواسم التذبذب والاغتراب والتراجع في النشاط السياحي و ايضا بالنسبة للقائمين على تنظيم الرحلات السياحية

- القيام بتنشيط وترويج الطيران الدولي لكي يكون فعالا وآمن خدمه للشعوب وهذا من خلال الاهتمام بجميع مناحي النقل الجوي وحل القضايا المتعلقة به

- التعاون مع منظمه الايكاو بما يعود عليهما بالنفع وعلى سلطات الطيران المدني وشركات النقل الجوية التي تستخدم المطارات الدولية

ب- المجلس العالمي للسياحة والسفر WTTC:

1- التعريف به: منظمة دولية غير حكومية في مجال السياحة تأسست في عام 1991 وعقد اجتماعه الاول في واشنطن سنة 1991 ويضم في عضويته الشركات والهيئة السياحية، ويعد كمنتدى لقيادات رجال الاعمال في صناعة السفر والسياحة، ويهتم المجلس بالجوانب الاقتصادية والاجتماعية في صناعة السياحة وابرار السياحة كإحدى اهم القطاعات، إنبأمكانها

¹بلغلام نور الدين، المرجع السابق، ص136.

²عصام حسن السعيد، إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر، ط1، دار الرابطة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص132.

توظيف حوالي 238 مليون فرد حول العالم وان تساهم ب 10% من الانتاج المحلي، كما يهتم بتحقيق التنمية السياحية المستدامة وكذا البيئة كجانب مهم في المجال السياحي وايضا الاهتمام بتطوير الأنشطة السياحية.¹

2- اهداف منظمة **WTTC** : والتي تتمثل اساسا فيما يلي:²

- يعمل على التعاون مع الحكومات والوكالات المتخصصة في القطاع السياحي لأجل ازاله العراقيل التي تحد من تطور النشاط السياحي وكذلك العمل على ديمومة الأنشطة تقدم الأنشطة السياحية

- الحرص على الحفاظ على البيئة لما تمثله من اهمية في مجال السياحة

- تحفيز الدول على الاهتمام بالسياحة واطهار اهميتها الاقتصادية و الاجتماعية

ج- الجمعية الدولية للوكالات السياحة والسفر **WATA**:

1- التعريف بمنظمة **WATA**: تأسست بجنيف في سويسرا حيث يوجد مقرها الحالي هناك وهذا وفقا للقانون المدني السويسري، وهذا من أجل أن تنمي وتحفظ مصالح أعضائها في المجال السياحي، كما أن عضويتها مفتوحة لكل وكالات السفر والسياحة، وهذا بعد قبول لجننتها الإدارية لطلبات العضوية

- تتكون من الجمعية العامة والتي تعقد اجتماع كل عامين ولجنه تنفيذيه بها 5 اعضاء مكلفين لسنتين ومحافظين إقليميا، لجنة ادارية به الرئيس ونائبيه، وأيضا السكرتير العام والذي له سلطة المدير

- يتم دفع المساهمات المالية للجمعية من كل عضو فيها، وللجمعية تمثيل في كل مدينه في احسن وكاله سفر تقدم افضل الخدمات والتي لها افضل سمعة من حيث القيام بالجولات الخارجية والداخلية للسواح.³

2- أهداف **WATA**: تتمثل أساسا فيما يلي:

¹ عبد الحسين موسى محمد، جنان عبد الرضا حمزة، المرجع السابق، ص425.

² بلغلام نور الدين، المرجع السابق، ص138.

³ عبد الحسين موسى محمد، جنان عبد الرضا حمزة، المرجع السابق، ص427

- تنمية نشاط المنتسبين اليها من الوكالات و حمايه مصالحهم
- تشجيع وكالات السياحة والسفر للانضمام اليها خاصه التي لها صدى كبير في العالم
- تصدر سنويا "**Master Key**" يشمل قوائم بأعضاء الجمعية والفنادق التي ابرمت معها اتفاقيات وقوائم بها أسعار الخدمات السياحية¹
- د- الجمعية الدولية للفنادق والمطاعم السياحية IHA: منظمة دولية فندقية مقرها في باريس تضم معظم الفنادق العالمية وتعد اجتماعات والاتحاد الدولي لشركات السياحة لتعزيز العلاقة مع الشركات، كما تهدف الجمعية لتسهيل الاتصالات وتبادل الافكار بين المؤسسات الفندقية والمطاعم والشركات السياحية في كل أنحاء العالم وتقيم دراسات في مناحي العمل الفندقي²
- هـ- الاتحاد الدولي لمنظمات ووكالات السياحة والسفر UFTAA:
- يعد من أكبر المنظمات في ميدان تنظيم العمل السياحي والفندقي وكذا التنقل على اساس القوانين الدولية، كما يهتم بتنظيم العلاقات بين هيئات السياحة من جهة وبين قطاع الاعمال الفندقية و السياحية، ويقع مقره في بروكسل عاصمة بلجيكا ويضم الاتحاد شركات السياحة في البلد وأيضا كبرى الشركات السياحية وشركات النقل والفنادق، كما يعقد اجتماعات دورية ينظم فيها العلاقات بين أعضاء و بالإضافة إلى عمله تسويق عملية تسويق عمولات الحجز وضمان حديثة وتنشيط السياحة الدولية خاصة في ظل زيادة أسعار النقل والتضخم وتأثيرهما على حركة السياحة الدولية، كما يبادل الآراء مع المسؤولين حول الحركة الدولية للسياحة لأجل وضع استراتيجيات ترويجية ملائمة³
- منظمات سياحية دولية أخرى: الاتحاد الدولي للمطاعم والفنادق IHR-الجمعية الأمريكية لوكالة السياحة والسفر **ASTA**- الاتحاد الدولي للخبراء العالميين والاختصاصيين في السياحة-الأكاديمية الدولية للسياحة

¹ماهر عبد الخالق السبسي، المرجع السابق، ص292.

²ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، ط1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص195.

³مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى العلوم السياحية والفندقية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015،

• منظمه وهيئات سياحية إقليمية: الاتحاد الافريقي للنقل الجوي- اتحاد آسيا باسفيك -
الاتحاد العربي للنقل الجوي...

المطلب الثاني: نموذج دولي في ادارة الوجهات السياحية دوله الأردن (المملكة الأردنية):

أولا المقومات السياحية لدوله الأردن: يعد قطاع السياحة في الاردن من اهم الدعائم الاقتصادية للدولة والتي تملك مؤهلات سياحية تسمح لها بتطوير القطاع السياحي والمتمثلة في المقومات التاريخية و الأثرية و الطبيعية وغيرها¹

أ- التعريف بدولة الأردن: هي دولة عربية اسلامية تقع في جنوب غرب آسيا وتتوسط الشرق الأوسط بوقوعها بين جنوب بلاد الشام وشمال مملكة الجزيرة العربية، نظام حكمها ملكي ومساحتها 28789 كيلو متر مربع

- كما تتميز بأنهادات منطقة استراتيجية حيث تقع بين ثلاثة قارات (افريقيا، اسيا وأوروبا) فهي بمثابة معبر سياحي وهي بذلك اولوية لعدة وكالات سفر وسياحة دولية وتعد من ضمن اهم برامجهم السياحية

- يعتبر المناخ في الاردن مميز وملائم للاستفادة من الموارد الطبيعية السياحية وتحديد نوعية ما يتطلبه الأمر من منشآت²

ب- المواقع (المناطق) الطبيعية:والمتمثلة في المحميات الطبيعية مثل:³

1- محمية الشومري: تقع في البادية الأردنية وتبلغ مساحتها 22 كيلومتر مربع سميت نسبة لواد الشومري وهي محمية لتكاثر الاحياء البرية المهدة بالانقراض كالمها والنعام وغيرهما ويستطيع الزائر مراقبة الأحياء عبر برج للمراقبة او ممرات، كما يوفر دليل للشروحات العلمية والجولات

¹ فطيمة مشتر، آمال موساوي، دور الصناعة السياحية في تحقيق التنمية الاقتصادية، مقال علمي، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد4، العدد1، الجزائر، مارس2019، ص210.

² فضيلة بوطورة، الاعلام السياحي الحديث أداة مساهمة في نجاح قطاع السياحة في الأردن، مقال بحث علمي، المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والآثار، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مجلد3، عدد4، 2022، ص7-8.

³ جمال حسين الحرامي، الريادية في السياحة الايكولوجية في الأردن، مقال علمي، مجلد 2، عدد2، 2012، ص142-143.

بها 11 نوع من التديّات و 134 من الطيور و 193 من النباتات البرية وتحتوي المحمية متحف للأحياء البرية واجهزة عرض تبرز مراحل تطور المحمية

2- محمية الازرق المائية: تقع بالقرب من محمية الشومري واخذت اسمها نسبة لواحة الازرق المائية مساحتها 2 كلم مربع، تغطيها البرك والمصطلحات المائية وهي بيئة لاستراحة الطيور المهاجرة وبها 307 نوع من الطيور تنمو بها نباتات مائية وتحتوي محميات حيوانات الثعلب الأحمر وابن آود وأيضا السحالي والزواحف والأسماك

3- محمية ضانا: هي اكبر محميات الاردن مساحتها 300 كلم مربع وتمتد على صفوح جبال علوها 1500 متر عن سطح البحر وما يميزها انها الوحيدة في الاردن التي تحتوي اربعة اقاليم جغرافية حيوية (الايрани الطوراني، البحر المتوسط، الصحراء العربيه، السوداني)، وتعتبر اكثر محمية من ناحية التنوع البيئي والنباتي والحيواني اضافة إلى وجود محميات أخرى كمحمية الموجب، محمية وادي رم و محمية عجلون * اضافة إلى ما سبق تحتوي الأردن على مجموعة من المناظر الطبيعية كالغابات السهول، الجبال، الأنهار، الشواطئ والكهوف الطبيعية، وأيضا تمتلك موارد حيوية مثل نباتات السوسن الأسود ، طيور كالعصفور الوردي والأسماك والحدائق العامة للحيوانات¹

* كما تضم منتجات العلاج الطبيعي كالبحر الميت وأماكن الاستجمام والاستشفاء الأخرى مثل الحمامات ماعين، حمامات عفرا و الحمة الأردنية

ج- المواقع التاريخية و الأثرية: من أهمها ما يلي:

1- البتراء: من أبرز المدن الأثرية في الأردن وأنشأت في القرن السادس قبل الميلادية وتشبه القلاع، تقع على بعد 260 كلم من العاصمة عمان وتعرف بالمدينة الوردية نسبة إلى الصخور الوردية المشكلة لبنائها والتي صنفت كإحدى عجائب الدنيا السبعة الجديدة في عام 2007 و اصبحت تستقطب زوارا من كل انحاء العالم

¹فضيلة بوطورة، المرجع السابق، ص8.

2- جرش: تبعد ب 8 كلم عن عمان عاصمه الاردن وهي تمثل مدينه رومانية قديمة بنيت بها عدة كنائس والأديرة والمعابد المسيحية، وفي الوقت الحالي أقيم مشروع الصوت والضوء ليروي لزوارها مراحل تطورها التاريخية والاكتشافات بها ويقام بها مهرجان سنويا للثقافة والفنون، ومن اهم معالمها: المسارح والمدرجات الرومانية وقوس النصر وساحة الندوة¹

3- مادبا: تبعد عن عمان ب 33 كلم جنوبا، قامت بها معالم أثرية جعلها الرومان بلدة ريفية نموذجية وأسسوا بها أسواق ومعابد، وتعتبر الخريطة الفسيقائية أهم آثارها، كما يقع في الشمال مادبا جبل نيبو، وتعد بمثابة متحف يضم الآثار التاريخية للمنطقة من العصور الإسلامية لوقتنا الحالي.

إضافة إلى ما سبق ذكره فإن هناك مدن حضارية تحتوي على معالم عدة مثل: عمان وأم قيس التي كانت مدينه يونانية رومانية قديما، اضافة إلى مدينة الكرك التي توالى عليها الحضارات، كما يوجد هناك قلاع أثرية عريقة كقلعة الربض والقصور الصحراوية العتيقة، قصر الحلابات، قصر حمام الشراح، قلعة الأزرق، قصر عمرة، قصر الخزانة وقصر المشتى...²

د- المناطق والاماكن الدينية: من بينها: قبر الصحابي الجليل معاذ بن جبل، ضريح عامر بن ابي وقاص، ضريح ابو عبيدة، عامر بن الجراح أمين الأمة، قبر جعفر بن ابي طالب رضي الله عنهم جميعا، مقام نبي الله شعيب، مقام ضرار بن الأزور، مقام الحارث بن عمير الأزدي، مقام النبي هارون وهي معالم دينية إسلامية

اضافة إلى وجود معالم دينية للنصارى مثل: المغطس وكنيسة عنجرة.³

¹ كزيز نسرين، خير الدين جمعة، دور سياسات جذب الاستثمار الاسياحي في تنمية الصناعة السياحية، مقال علمي، مجلة آفاق العلمية، المجلد 12، العدد 5، الجزائر، ص 606-607.

² نعيم الظاهر، سراب إلياس، المرجع السابق، ص 211-219.

³ نايف عبد السلام الليمون، فداء حابس البريزات، السياحة في الأردن ودورها في الاقتصاد الوطني، دراسة بحثية علمية، الأردن، ص 18-19.

الملاحظ أن السياحة الدينية في الأردن تركز على مجموعة من الأضرحة وبعض الأماكن كالكنائس...

ثانياً: أهم الأنماط السياحية في دولة الأردن:

أ- السياحة البيئية: نظراً لتوفر المقومات الطبيعية المتنوعة، فقد عملت الأردن على تطوير السياحة البيئية عبر تحقيق درجة المراقبة الدائمة للأحياء البيئية على المستويين المحلي والدولي، وهذا لأجل حمايتها والحفاظ عليها وكذا زيادة وعي الأفراد بأهمية هذا النوع من السياحة وتطوير المواقع البيئية كالمحميات مثلاً

كما تساعد السياحة البيئية في الأردن على التنمية المتوازنة اقليمياً مما يقلل الفوارق الاقتصادية والاجتماعية المتعلقة بسكان هذه الأقاليم، وهذا ما يخفف من الضغط على المدن الكبرى.¹

ب- السياحة العلاجية: تعد هذه السياحة في الأردن سياحة مفيدة للجسم والروح معا حيث تعتبر الأردن رائدة في مجال السياحة العلاجية فهي تتوفر على مناطق الحمامات المعدنية والتي تعد مياهها الحارة ذات فائدة علاجية، كما تتميز بوفرة المستشفيات المتطورة وأيضاً الأطباء المرموقين وهي تشهد بذلك اقبال كبير على هذا النوع من السياحة من دول أخرى وهذا من طرف السواح نظراً لضعف امكانيات دولهم وذلك في الخدمات الطبية، كما تعد السياحة العلاجية بالأردن ترفيهاً وترويجاً عن النفس عبر مزجها بالتعرف على طبيعة وثقافة الدولة والترفيه.²

ج- السياحة العسكرية كنمط جديد للسياحة في الأردن: والتي تعد من أشكال السياحة الحديثة دولياً، حيث تملك الأردن المقومات للنجاح في هذا النوع من السياحة، وتتمثل في تطوير المسارات العسكرية للثورة العربية الكبرى ومسارات حرب الكرامة واحتواء الموقع على نصب التذكاري للجندي الأردني الموجود في الشونة الجنوبية جنوب قرية الكرامة، حيث وقعت معركة

¹فاطمة الزهراء بن زيدان، سامية بوعشاش، إتجاهات السياحة البيئية في الدول العربية، مقال علمي، المجلة الأورو متوسطية لاقتصاديات السياحة والفندقة، المجلد 5، العدد5، الجزائر، 2023، ص14.

²مجموعة مؤلفين وفادي طاهر قطيشان، إستراتيجية دور المواقع الالكترونية في تنشيط الطلب على السياحة العلاجية في الأردن، مقالة علمية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد7، عمان، الأردن، سبتمبر2012، ص152-153.

الكرامة 1968، فضلا عن توفر المتاحف العسكرية في الاردن مثل متحف الدبابات الملكي الأردني المتحف العسكري الغارق في مياه خليج العقبة ومتحف صرح الشهيد...، كما تملك المواقع العسكرية مصدرا لتاريخ تلك المعارك.

- وتتمثل أهميتها كمصدر لترويج المنتج السياحي وتطوير المواقع التي تحاكي الأحداث العسكرية سياحيا واقتصاديا واجتماعيا.¹

اضافة لكل ما سبق فان الاردن تعتمد ايضا انماط اخرى من السياحة مثل السياحة التاريخية، الدينية، الرياضية، الترفيه، الثقافية، الأعمال والمؤتمرات.

ثالثا: عوامل الجذب السياحية الاستراتيجية لدولة الأردن: سنستعرض أبرزها كالآتي:

أ- البنية التحتية و الخدماتية: ولا تتمثل فقط في المرافق السياحية بل تتسع لتشمل الخدمات والمنتجات السياحية المعدة لتلبية لرغبة السواح، وتتجلى أهميتها في التسويق السياحي لخدمات ومنشآت السياحة الأردنية وكذا منتجاتها السياحية فضلا عن استغلال الموارد، وتتمثل أهم البنى التحتية للمملكة الأردنية في وسائل النقل مثل: الطريق البحري المتمثل في خط العقبة نوبيع، السكك الحديدية كالخط الحديدي الحجازي، النقل البري والمتمثل في شبكة الطرق البرية وأيضا النقل الجوي مثل: شركات الطيران (الملكية الأردنية)، المطارات (مطار عمان المدني، مطار الملكة علياء الدولي..). مع الإشارة لتطور الاتصالات والخدمات الهاتفية و الزيادة الكبيرة في عدد الفنادق ومكاتب السياحة والسفر وتوفرها، اضافه للأدلاء السياحيين.²

ب- الاستقرار الأمني: بالرغم مما قد مرت به المنطقة التي تقع بها دولة الاردن من حالة لا إستقرار، استطاعت الدولة النهوض سياحيا عبر اتخاذ مبادرة أمنية أدت إلى ارتفاع مؤشرات القطاع السياحي وهذا ما أدى إلى إضافة الميزة التنافسية على المستوى العربي والدولي³ كما

¹ إبراهيم بظاظو، السياحة الأردنية في مئة عام، وزارة الثقافة الأردنية، إصدارات مئوية الدولة الأردنية، الأردن، 2021، ص235.

² نايف عبد السلام الليمون، قداء حابس البريزات، المرجع السابق، ص21-23.

³ عزيز نسرين، خير الدين جمعة، المرجع السابق، ص609.

أن لهذا دورا في الترويج السياحي لأهمية عامل الأمن، ومن بين الاجراءات المتبعة توفير الشرطة السياحية بالأماكن السياحية قصد توفير الامن للسياح.

ج- الوعي السياحي للمجتمع الأردني: في دراسة شملت طالبات الجامعة الأردنية الخاصة قصد التعرف على مدى الوعي السياحي عندهن، تم التوصل إلى أنه توجد درجة وعي كبيرة بأهمية السياحة في الأردن، الأخيرة تولي أهميه بالغه للقطاع خاصة في المؤسسات التعليمية و الاعلام وهذا لأجل بلورة وعي المجتمع المحلي بالسياحة، كما عملت الاردن على توفير فكر ايجابي لأجل ارضاء السواح الاجانب والمحليين للارتقاء بالقطاع، ومن بين الاجراءات المتخذة توقيع مذكرة شراكه بين وزارتي السياحة والبيئة لنشر الوعي السياحي والبيئي للمحافظة على المواقع السياحية الطبيعية و الأثرية وتبني ثقافة دائمة لتلك المواقع¹، كما ساهم الاعلام في نشر ثقافة الوعي السياحي.

د- الترويج و التشجيع للاستثمار في القطاع السياحي: سواء عبر تقديم التسهيلات والضمانات للخواص للاستثمار في القطاع وذلك بتقديم الحوافز المالية كالإعانات والقروض طويلة الاجل و الاعفاءات المالية الضريبية و الجمركية، اضافة لتقديم المساعدة الفنية و التقنية والمزايا المتنوعة، كما تقوم الاردن كدولة بدراسات حول ما تملك من امكانيات سياحية و ابراز آثارها الاستثمارية وهذا كله للترويج والتسويق للأردن كمقصد سياحي مهم للسواح وتطوير المنتج السياحي الأردني وتنويعه، التركيز على التسويق الداخلي ودخول أسواقا سياحية جديدة، تطوير البرامج السياحية والبنى السياحية².

رابعا: استراتيجية تطوير القطاع السياحي لدولة الأردن:

أ- الاستراتيجية الوطنية السياحية للأعوام 2018 - 2020: تم اعتماد منهجية التخطيط الاستراتيجي الخاصة بوزارة القطاع العام في وضع الاسس المنهجية للخطة الاستراتيجية لوزارة السياحة والآثار (2018 - 2020) وقد تم إتباع النهج تشاركي بين عدد كبير من الفاعلين

¹نعيمي حكيمة، براهيم بن حراث حياة، بلورة الوعي السياحي كأحد السبل لتنمية السياحة المستدامة، مقال علمي، مجلة دفاتر بوادكس، العدد8، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017، ص68-69.

²كزيز نسرين، خير الدين جمعة، المرجع السابق، ص610-614.

من الوزارة ومن خارج الوزارة والقطاع بما فيها هيئه تنشيط السياحة، دائرة الآثار العامة
والمؤسسات والجمعيات التابعة للقطاع الخاص¹

*من بين أهم أهدافه: تبنت الوزارة ثلاثة ركائز هي:

1- منتج سياحي يعكس هوية الأردن: وذلك عبر:

- القيام بتنوع وإثراء الأنماط السياحية بما يتلاءم مع الفئات السياحية المختلفة من خلال
تكوين تجارب سياحية متكاملة

2- بيئة ممكنة: وهذا من خلال:

- تنظيم القواعد وتشريعات بما يضمن القوانين و الشفافية والعدالة، وذلك بتطبيق القانون
على الكل وتنظيم الروابط السياحية والتشريعات من أجل تطوير القطاع- ترقية وتطوير البيئة
الاستثمارية وذلك بتشجيع الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المحلي عبر مبادرة فعالة
كالتعاقد لتنشيط الخدمات والمرافق السياحية

3- تعزيز الأداء المؤسساتي: ويكون هذا ب:

- تنمية وترقية قدرات المؤسسات وهيكلتها ومهاراتها وأنظمتها وغيرها، كل هذا لأجل نيل
القبول متلقي الخدمات مما يشجع الوزارة على بدل المزيد من أجل التنمية السياحية الخدماتية
- الإدارة المعرفية الكفوة لترقيه القطاع السياحي قصد تسهيل وتبسيط اتخاذ القرارات و اعداد
السياسات العامة وأيضا البحوث السياحية في الاردن ونقل المعارف.²

ب- الاستراتيجية الوطنية السياحية للأردن (2021 الى 2025):تم تبني هذه الاستراتيجية
من أجل صنع مستقبل سياحي واضح وأفضل، حيث تناول الصعوبات التي تواجه قطاع
السياحة، كما أنها نتيجة للقاءات بين القطاعين العام والخاص قصد رسم سياسة ومعالج وملاحم
هذه الاستراتيجية ووضع نقاط الأساسية حيثأدت وزاره السياحة والآثار الأردنية تعليماتها بشأن
الاستراتيجية وهذا لكل شركاء القطاع الخاص وكذا المؤسسات العامة المنطوية تحت سلطتها

¹فطيمة مشنر، مال موساوي، المرجع السابق، ص214.

²آمال موساوي، فطيمة مشنر، المرجع السابق، ص215.

على مستوى الأقاليم السياحية، وتهتم هذه الاستراتيجية بتحقيق مجموعة من الأهداف كحمايه التراث، تنمية الموارد البشرية، تطوير المنتجات وتجارب والخدمات السياحية كما أنها تتناول الاصلاحات بشأن معيقات الاستثمار وكذا زيادة القدرات التنافسية في القطاع السياحي¹

1- أهم محاور الاستراتيجية : و المتمثلة في :

I. تطوير المنتج : و نتكلم هنا عن المنتج السياحي باعتبارهم مهم جدا كمصدر لتحقيق الإيرادات وبالتالي السعي لتنوع العروض حسب الأنماط السياحية (علاجية، دينية، ثقافية، ترفيهية..). وكذلك العمل على الترويج لهذه المنتجات والتجارب المرتبطة بها حيث يجرى تطوير خريطة سياحية رقمية للأردن بها أنواع المنتجات والعروض والأنماط السياحية المتوفرة في كل منطقة وكافة معلوماتها.

II. تطوير الموارد البشرية: حيث تسعى بذلك لتأهيل أفرادا في القطاع السياحي بحسب ما يتلائم مع متطلبات تنشيطه وأيضا تركيزه على جميع الفئات القابلة للعمل في المجال السياحي وهذا في برامجها التدريبية.

III. التسويق: وذلك من خلال:

- التسويق للأردن سياحيا على مستوى العالم بكافة الطرق مع تبني التسويق الرقمي كأسلوب جديد
- العمل على جعل النشاط السياحي واقبال السياح الدوليين في شكل دائم وليس بحسب المواسم
- مواكبة المستجدات وتطورات والعمل على معالجه آثار النوائب والأزمات التي تصيب القطاع
- القيام بتيسير تنقل للأردن عبر تخفيض تكاليف السفر والطيران نحوها.

1- حمايه التراث وتسييره: فيعتبر هذا العامل مهم في استقطاب السياح وهذا من خلال:

¹ موقع وزارة السياحة والآثار الأردنية، الاستراتيجية الوطنية للسياحة في الأردن (2021-2025)، تاريخ الاطلاع 27

ماي 2024، <https://www.motaigov.jo>

- حيث تعمل دائرة الآثار على الحفاظ على الآثار وصيانتها وترميمها، بينما تقوم وزارة السياحة بتطوير الخدمات المتعلقة بالمواقع السياحية، التراثية، الثقافية و الأثرية، كما تتضمن هذه الاستراتيجية مشاريع حماية الموروث الثقافي وكذا العمل على ادراج عدة مواقع كمناطق تراثية عالمية مما قد يؤدي إلى بعث النشاط الاقتصادي والاجتماعي وتطور الخدمات السياحية بها.

14. الإصلاحات: والهدف من هذه الإصلاحات الوصول لتجسيد ما يلي:

- العمل على زيادة تمويل مؤسسات الدولة المعنية بالقطاع السياحي وبالتالي زيادة النشاط السياحي

- القيام بإعادة صياغة و اعاده تشريعات القطاع السياحي بما يحفز الاستثمار في القطاع وأيضا تطوره وبعث المشاريع السياحية بأقل التكاليف، وكذا اعادة هيكلة منشآت الدولة واعمالها الخاصة بقطاع السياحة (وزاره السياحة والآثار، دائرة الآثار العامة، هيئة التنشيط السياحي)

- ابتكار وتجديد وتنوع تجارب السّواح مما يعطي صوره جيدة للسياحة في الأردن

- العمل على تسهيل امكانية الوصول لجميع السواح إلى الاردن سواء فيما تعلق الأمر بالفيزا الإلكترونية أو شروط الجنسيات المقيدة، وهذا طبعا بالتنسيق مع المعنيين بالأمر.

2- مراحل تنفيذ الاستراتيجية: وذلك عبر المراحل التالية:¹

I. حزم الأنشطة: وذلك عبر تحديد كل ما يتطلبه الأمر بالنسبة إلى كل محور من محاور

الاستراتيجية (وهذا ما ذكرناه مسبقا) وهذا من اجراءات وسياسات متخذة

II. خطط التنفيذ: بحيث يتم تحديد من خلال كل محور مجموعة المشاريع الخاصة به ويتم تحديد

تفاصيل كل مشروع من المشاريع وكذا الجهة المكلفة به وجدولهُ الزمني ومؤشرات الأداء في

شكل بطاقة وخطة المشروع، بالإضافة إلى ملائمة خطط العمل مع نتائجها المرجوة كزيادة عدد

السواح وقياس جودة أداء كل مؤشر.

¹ موقع وزارة السياحة والآثار الأردنية ، المرجع السابق، ص33.

III. وحدة ادارة المشاريع: والتي تقوم بمتابعة تنفيذ خطط العمل على المشاريع السياحية من طرف المسؤولين عن هذه المشاريع عبر التواصل مع هؤلاء المسؤولين وكذلك اعداد تقارير بشأنها

IV. التأكد من ملائمة الاستراتيجية مع الخطط التنفيذية: بحيث تتوافق اهداف هذه الاستراتيجية مع الاستراتيجية الوطنية للسياحة والمشاريع، كما تم تقديمها لرئاسة الوزراء ووزارة التخطيط والتعاون الدولي من جهة أخرى، فهذه الاستراتيجيات تتسجم مع الخطط التنفيذية الحالية، الخطة الوطنية لنمو الأخضر وأيضاً أهداف الاستراتيجية للأمم المتحدة، وأيضاً للتنسيق مع البنك الدولي والبنك الأوروبي و وكالة التنمية الأمريكية الدولية وغيرهم.

المبحث الثالث: إدارة الوجهات السياحية في ظل الازمات الدولية:

- كما هو معروف على أن القطاع السياحي قطاع استراتيجي حيوي ومهم، بل ويعد احدى أهم القطاعات ضمن اقتصاديات العديد من دول العالم، فإن هذا القطاع يؤثر على العديد من القطاعات الأخرى، وكذلك يتبادل التأثير معها بصفة عكسية، كما أن هذا القطاع يتأثر بالظروف والمستجدات على مدى العصور والأزمنة سواء كانت ظروفًا طبيعية أو عامل بشري أو تلك المتعلقة بالتطور العلمي والبشري وغيرهم الكثير، بل يتعدى ذلك التأثير إلى الأحداث الدولية بل والأزمات، الأخيرة قد كانت احدى أهم المؤثرات التي أدت بشكل أو بآخر الى تغيرات محورية عبر العالم بل وتعدى ذلك إلى تشكل آثار على قطاع السياحة عبر العالم، لذلك سنتطرق في هذا المبحث إلى أهم الازمات التي أثرت على القطاع السياحي عبر العالم من خلال التطرق إلى ثلاث مطالب، تتناول الازمة الاقتصادية العالمية، الازمات الأمنية و الازمات الصحية أخيرا .

المطلب الأول: الازمة الاقتصادية العالمية

أولاً: مفهوم الازمة السياحية: قبل التطرق لأي نوع من أنواع الازمات لابد من تحليل تعريف الازمة وكذا تحديد معنى الازمة السياحية وما يتعلق بها

أ- تعريف الازمة: يمكن تعريفها كما يلي: " هي حدث مثير لها القدرة على احداث تغييرات كبيره مقارنة بالوضع الطبيعي، وكل أزمة تختلف عن غيرها من حيث أسباب وقوعها ودرجة

خطورتها وخصائصها المميزة أي أن الازمة تتسم بثلاثة خصائص هي: حدث يسبب تغييرات كبيرة ، عدم توقع ذلك الحدث ونتائجه بالإضافة إلى حدوث تهديد حقيقي لبقاء مؤسسات قطاع معين.¹

ب- الأزمة السياحية: سنتطرق إلى مفهومها عبر تعريفها وأنواعها:

1- تعريف الأزمة السياحية: يمكننا أن نعرفها على أنها: " حدث أو مجموعة من الأحداث المتداخلة وهذا سواء كانت من صنع الانسان أو قوى الطبيعة، تؤدي إلى تقليص أو توقف النشاط السياحي في المقصد السياحي المتضرر، ينعكس سلبا على الاقتصاد الوطني، وقد تم وضع مقياس لشدة الأزمات السياحية بدرجات من الخامسة إلى الأولى وهذا من الأقل خطورة إلى الأعلى خطورة على التوالي سنة 2003 من قبل بيرمان.²

2- أنواع الأزمة السياحية: تقسم بحسب ما يلي:

ا. البعد الزمني: حيث تصنف إلى ثلاثة أنواع:

* محتملة: أي ممكنة الحدوث مستقبلا بحيث أن لا وجود لها ولكن لابد من الاحتياط منها.

* كامنة: أي حدثت بالفعل وبالرغم من تحديد طبيعتها لا يمكن معرفة جميع أضرارها بشكل دقيق.

* شديدة: تعتبر آثارها وخيمه فيمكن قياسها.

- كما أن الأزمات قد تكون ناشئة يمكن الاحتياط لها بعد حدوثها من قبل أو فورية تنعدم القدرة على اتخاذ الاحتياطات لمواجهتها.³

II. وفقا لطبيعتها: حيث تصنف إلى :

- أزمات أمنية (كالحروب، الارهاب الجرائم ، النزاعات والانقلابات...).

¹ سالمى سمير، هدير عبد القادر، دراسة تحليلية لآثار الأزمات الأمنية على مؤشرات التنافسية السياحية، مقالة علمية،

مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد12، الجزائر، 2017، ص85.

² طرفة زكريا شريقي، تأثير الأزمات على قطاع السياحة مؤشرات من سورية ودول الجوار، مقالة علمية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 39، العدد4، 2017، ص31-32.

³ مرجع نفسه، ص33.

- أزمات اقتصادية ومالية (الأزمة الاقتصادية الآسيوية 1997 مثلا...).
- الأزمات الصحية (فيروس سارس وجائحة كورونا و الأوبئة العالمية).
- الأزمات الطبيعية الناتجة عن الكوارث الطبيعية والتي تسبب دمار البنية التحتية كالزلازل والأعاصير والفيضانات.¹

ثانيا: علاقة الأزمات الاقتصادية بالسياحة وأهم الأزمات الاقتصادية:

- يمكن ربط عدة أزمات سياحية بالجانب الاقتصادي وكذلك أزماته ومن بين العوامل الاقتصادية المؤثرة إلى السياحة لدرجه حدوث أزمة نجد تذبذب سعر الصرف للعملة المحلية، التراجع الاقتصادي، ضعف الثقة باقتصاد المقصد السياحي وانسحاب المستثمرين من السوق بالتعليقات تحدث أزمة سياحية وبالنظر إلى تزايد التراكمات ضمن الاقتصاد العالمي فإن الأزمات الاقتصادية و المالية بعد أن تظهر في منطقة معينة تزداد وتتسع لتشمل مناطق واسعة من جميع أنحاء العالم² ولعل من أشهر الأزمات الاقتصادية عبر التاريخ نجد ما يلي:
- (1) أزمة الكساد العظيم (1929 – 1933): والتي تعد أسوء أزمة اقتصادية ضربت الاقتصاد العالمي ومؤسساته وانتقلت إلى بقية القطاعات، ومن بينها السياحة، وبدأت من الولايات المتحدة الأمريكية وانتشرت لباقي العالم
- (2) الأزمة المالية سنة 1987 والتي حدثت في الولايات المتحدة الأمريكية وضربت البورصات العالمية
- (3) الأزمة المالية سنة 1997 التي شهدتها دول جنوب شرق آسيا وأثرت على القطاعات الاقتصادية الحيوية في العالم
- (4) الأزمة الاقتصادية و المالية العالمية سنة (2008 – 2009) والتي انتشرت من الولايات المتحدة إلى بقية العالم وكان لها تداعيات خطيرة.³

¹ سالمى سمير، هدير عبد القادر، المرجع السابق، ص86.

² طرفة زكريا شريقي، المرجع السابق، ص35.

³ وليد أحمد صافي، الأزمة المالية العالمية 2008/ طبيعتها، أسبابها وتأثيراتها المستقبلية على الاقتصاد العالمي والعربي، الأزمة المالية الراهنة والبدائل المالية والمصرفية، الملتقى الدولي الثاني، جامعة خميس مليانة، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، ماي 2009، ص7-8-9.

ثالثاً: حدوث الأزمة الاقتصادية العالمية و تأثيراتها على السياحة:

بدأت الأزمة في الولايات المتحدة الأمريكية نتيجة عدم سداد قروض الرهن العقاري من عدد كبير من المدينين مما أدى لحدوث افلاس لبعض المؤسسات البنكية وتهديد أخرى بنفس الأمر، ثم بدأت تتدهور البورصات نتيجة الأزمة، كما بدأت تنهار قيمة أسهم المؤسسات المصرفية وهذا بالرغم من تدخل الحكومات العالمية عبر التأمين للمؤسسات المصرفية و انشاء تعاونيات على مستوى المصارف والمنظمات الاقتصادية العالمية، إلا أن المؤسسات المصرفية بقيت تعاني ضعف السيولة نتيجة لذلك أقرت أمريكا خطة الانقاذ الماليين والتي الهدف منها القيام بدعم المؤسسات المصرفية و ضخ أموال طائلة من أجل الخروج من هذه الأزمة وصارت على نهجها بقية دول العالم كروسيا واليابان والدول الأوروبية ودول الخليج العربي¹

- تشير بيانات المنظمة العالمية للسياحة لتأثيرات الأزمة الاقتصادية العالمية على قطاع السياحة عبر أنحاء العالم والمتمثلة في:

1- تدني مستوى تدفق السواح على مستوى العالم في سنة 2009 بنسبه 4,2% أي بـ 880 مليون سائح

2- كانت الدول الأوروبية ودول الشرق الأوسط الأكثر تضررا من الأسماء، حيث بلغت نسبة التدني عام 2009 ما يعادل 6% مقابل 5% بالنسبة لدول الكاريبي و 2% بالنسبة لدول آسيا باسيفيك

3- تم تسجيل انخفاض في الإيرادات السياحية العالمية بنسبة 5.7% وهذا في عام 2009 مقارنة بـ 2008²

*الحديث عن الأزمات الاقتصادية يطول والغاية من الحديث عنها لما تمثله من أثر على قطاع السياحة

¹مرجع نفسه، ص11-12-13..

²طرفة زكريا شريقي، المرجع السابق، ص35-36.

المطلب الثاني: الأزمات الأمنية

أولاً: مفهوم الأزمات الأمنية: سنتطرق لمفهوم الأزمات الأمنية باعتبارها تؤثر على النشاط السياحي عبر العالم، وذلك من خلال:

أ- تعريف الأزمة الأمنية: عرفت بأنها: "الموقف أو الحدث أو مجموعة الأحداث التي تُخل بالآمن الوطني والسلام الاجتماعي، حيث تتسارع الأحداث مما يهدد بتزايد الخسائر المادية و المعنوية

- من هذا التعريف يمكننا أن نستنتج أن هذه الأزمات تشتمل على تهديدات التي تواجه الدولة وأفرادها وتعرضهم للخطر سواء عن طريق فعل غير متعمد أو فعل متعمد كالاغتيالات أو الهجمات الإرهابية..، كما تهدد الأملاك العامة وبالتالي فهي تؤدي إلى :

- العنف والتخريب.

- خلل يهدد النظام الأمني ويجعله مضطرباً.

- الخسائر البشرية و المادية وضرورة تدخل الأمن بسرعة.¹

ب- أهم أنواع الأزمات الأمنية: والمتمثلة فيما يلي:

1- الحروب والاضطرابات السياسية: حيث تتعكس بالسلب على السياحة في المنطقة التي تقع بها، حيث أنه يتم اجلاء السواح في مناطق الحروب ويتم إصدار قرارات من الدول بشأن خطر السفر لتلك المنطقة أو الدولة مما يؤدي إلى توقف عادة ما يكون كلياً بالنسبة لتلك الوجهة السياحية، كما يترتب عن ذلك دمار البنى التحتية مما يجعل أمر إعادة إعمارها مكلف جداً.²

- تعد من أبرز الأحداث المتعلقة بالحروب والاضطرابات تلك التي حدثت في اليونان (1964 ، 1988 ، 1991) وكذلك الصين في 1989، حيث أدت إلى تراجع كبير في أعداد السواح، كذلك حروب الخليج العربي، كذلك الصراعات بين الصرب وكرواتيا سابقاً، وحالياً

¹ولاء محمود عبد الفتاح، غادة محمد و فيق، مروة صلاح قاعود، الأزمات الأمنية وتأثيرها على الصورة الذهنية لمصر كمقصد سياحي، مقال علمي، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، كلية السياحة والفنادق، جامعة القيوم، المجلد 11، العدد 1/2، مصر، سبتمبر 2017، ص 224.

²طرقة زكريا شريقي، المرجع السابق، ص 36.

النزاع الروسي الأوكراني وطبعا لا ننسى صراع القضية الفلسطينية في مواجهة الكيان الصهيوني، كل هذه الأحداث أدت للتأثير على الوجهات القريبة من مناطق الصراعات، وبالتالي ركود النشاط السياحي بها نتيجة لضعف بل إنعدام إقبال السواح إليها نتيجة عدم الاستقرار الأمني بها

2- الهجمات الإرهابية: يمكن تعريف الارهاب على أنه: "عمل أو مجموعة من الأعمال العنيفة التي يقوم بها فرد أو عدة أفراد ضد تجمعات بشرية مختارة عشوائيا، قصد تحقيق أكبر ضرر ممكن ونشر حالة الرعب والفرع بين السكان"، وفي غالب الأحيان يتعرض السواح للأعمال الإرهابية بحيث أصبحت الجماعات الإرهابيات تستهدف أماكن تجمعاتهم لعدة أسباب من بينها:

- الكثافة البشرية الكبيرة في المناطق السياحية مقارنة بمساحتها والثغرات الأمنية بها، كما أن هؤلاء السواح متعددو الجنسيات مما يؤدي لانتشار أخبار الهجمات عبر الوسائل الإعلامية العالمية، وبث الخوف لدى السياح والأشخاص.
- كما أن هذه الوجهات تؤثر على صورة البلد السياحية وعزوف المستثمرين السياحيين والأضرار بالاقتصاد السياحي¹،

*ومن بين أشهر الهجمات الإرهابية على الاطلاق والتي أثرت على القطاع السياحي عبر العالم نجدها هجمات 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية، هجمات تنظيم القاعدة الارهابي في العديد من الدول من بينها فرنسا وليبيا والعراق وسوريا، كما تعرضت الجزائر في فترة ليست بالبعيدة إلى أزمة أمنية حادة أثرت عليها كوجهة سياحية في العالم والمتمثلة في العشرية السوداء والتي كان لها ضررا بليغ على القطاع السياحي في الدولة.

ثانيا: آثار الأزمات الأمنية على القطاع السياحي: لها تأثيرات سلبية عموما، أهمها :

¹المرجع نفسه، ص37.

أ- تأثيرها على جاذبية الوجهات السياحية: حيث يتم تقييم الضرر الناتج عن الأزمة وهذا من أجل وضع خطة للتعامل مع الوضع، وهذا عبر تحديد الإيرادات السياحية المحققة قبل وبعد الأزمة، اجمالي وأيضا هيكل السياح الوافدين قبل وبعد الأزمة.

ب- تأثيرها على صناعة السياحة: ويتم تقييم آثار الأزمات الأمنية على صناعة السياحة من خلال معطيات مرتبطة بالإيرادات السياحية، معدل الأرباح من الأنشطة السياحية في ظل لا استقرار الأمني، وأيضا إمكانية اجلاء السياح

ج- تأثيرها على سلوك السائح: حيث ينعكس أثرها سلبا على تصور السواح واتخاذهم لقرارات السفر كالقيام بإلغاء الرحلات وترتيباتها المعدة مسبقا لزيارة هذه المناطق، حيث تمر جمع معطيات بشأن تفكير السياح تجاه الوجهة المهددة أو التي تعرضت للأزمة من خلال قياس نسبة السفر، فضلا عن احصاء عمليات إلغاء الحجوزات، القيام بقياس كل من الصورة السياحية المدركة ودرجه النفور من طرف السياح تجاه هذه الوجهات التي تعرضت للازمات

1

ثالثا: مواجهة الأزمات الأمنية:

يتم إدارة الأزمات المؤثرة بطبيعة الحال على القطاع السياحي عبر إنشاء مراكز إدارة عليا للأزمات السياحية، خلية الازمة هذه إن صحّ وصفها تضع استراتيجيات قصد التغلب على أزمات قطاع السياحة، وفي مقدمتها الأزمات الأمنية، كما تعمل هذه الإدارة على التعاون مع هيئات الدولة المالية من أجل مواجهة الأزمة، بالإضافة إلى تبادل الخبرات بين الدول المتعرضة للأزمات، وكذا نشر الوعي السياحي من طرف الاعلام وأيضا القيام بعقد مؤتمرات دولية، فضلا عن ندوات ودورات تدريبية لتأهيل العامل البشري.

¹-سالمي سمير، هدير عبد القادر، المرجع السابق، ص87.

- كما يتم العمل من طرف الاعلام على نشر البرامج السياحية وتحسين صورة الدولة السياحية وإبراز مقوماتها مع التركيز من طرف الدولة على أنماط سياحية عدة والتشجيع على السياحة الداخلية وغيرها.¹
- في بعض الأحيان يعترض إدارة الأزمات الأمنية بعض العوامل كقلة المعطيات حالة التخبط والتسيير العشوائي الإداري، نقص الإمكانيات، الاعلام السلبي الذي يزيد مخاوف السّواح ..إلخ.

المطلب الثالث : الأزمات الصحية

يعد فيروس كورونا من بين الأوبئة الصحية الخطيرة ، و التي أثرت تأثيرا كبيرا على قطاع السياحة حول العالم بسبب القيود المفروضة على السفر نظرا لانخفاض الطلب على السفر وصلت إلى 80 ، 90 % .

حيث أدت تداعيات انتشار فيروس (كورونا) إلى غلق العديد من مناطق الجذب السياحي و إيقاف العمل في جميع أنحاء العالم ، مثل المتاحف و المنتزهات و الأماكن الرياضية و غيرها .²

أولا : تعريف فيروس كورونا :

فيروسات كورونا هي سلالات واسعة من الفيروسات التي تسبب للإنسان المرض ، و هو مرض معد يسببه فيروس كورونا.

و من المعروف أن عددا من فيروسات كورونا تسبب أمراضا تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى أمراض شديدة. و يحتاجون إلى العناية الطبية . و الأشخاص الأكثر عرضة للإصابة بالأعراض الوخيمة للمرض هم المصابون بأمراض كامنة مثل أمراض القلب و

¹- ولاء محمود عبد الفتاح، غادة محمد وفيق، مروة صلاح قاعود، المرجع السابق، ص225-226.

² -بن بزار ريان ، موقت أمينة، تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة، دراسة ميدانية لعينة من السياح بولاية جيجل، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية ، كلية

الأوعية الدموية و داء السكري و الأمراض التنفسية المزمنة و السرطان و غيرها من الأمراض. غير أن أي شخص معرض للإصابة بمرض وخيم و الوفاة بسبب كوفيد 19 أيا كان عمره.¹ حيث كان أول ظهور لهذا الفيروس القاتل في مقاطعة يوهان بالصين في شهر ديسمبر 2019 ، لكن سرعان ما انتشر في كل دول العالم التي حاولت السيطرة عليه و التعامل بسرعة و حيطة في نفس الوقت من خلال اقتناء مختلف اللقاحات الموجودة في السوق. فقد تسبب في إصابة أكثر من 17 مليون شخص في العالم وفق إحصائيات وكالة رويترز في 31 جويلية 2020 ، لكن مع استمرار الوضع و توالي الموجات ارتفع رقم المصابين إلى 131 مليون شخص في العالم وفق إحصائيات 2021/04/04 . و كان لهذه الجائحة تأثير كبير على جميع مناحي الحياة الصحية ، الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و الرياضية ... الخ، و التي لها أيضا تداعيات سلبية على القطاع السياحي و على الأمن و الأمان السياحي أيضا.

أولا : تأثير تفشي فيروس كورونا المستجد (COVID 19) على السياحة العالمية :

يعد تفشي فيروس كورونا من بين أكبر الأزمات الوبائية التي أثرت على القطاع السياحي و الذي سبب له أضرارا جسيمة من كل النواحي. إذ حلت آثاره على كل من العرض و الطلب على السفر ، و يمثل ذلك خطرا إضافيا في سياق الضعف الطارئ على الاقتصاد العالمي و التوترات الجيوسياسية و الاجتماعية و السياسية.

من بين أهم تبعات تفشي فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي ، حيث قدرت منظمة السياحة العالمية أن عدد السياح الدوليين قد ينخفض في عام 2020 المستوى العالمي بنسبة تتراوح بين 1 و 3 % ، مما سيسفر عن خسارة ما بين 30 إلى 50 مليار دولار في إنفاق الزوار الدوليين (إيرادات السياحة الدولية) .

إضافة إلى ذلك توقعت المنظمة تراجع الإيرادات السياحية ما بين 910 بليون دولار و 1.2 تريليون دولار.

1 - بدون اسم المؤلف، مرض فيروس كورونا المستجد 2019 (كوفيد 19) على الرابط <https://www.mayoclinic.org> بتاريخ 2024/05/29 على الساعة 16:00

من بين آثار انتشار فيروس كورونا أيضا هو تسريح 50 مليون موظف في مجال السياحة حول العالم.

أعلنت شركات الطيران إفلاسها أو أوشكت و التي كانت بالأمس القريب تمثل فخرا لبلدانها من بينها شركة Avianca ثاني أكبر شركات الطيران، أعلنت إفلاسها رغم تاريخها الممتد إلى 100 عام.

و في الأخير أوصت منظمة السياحة العالمية الدول بإنشاء هيئة لإدارة الأزمات في مجال السياحة لديها القدرة على احتواء تلك الأزمة و وضع تصور للآثار المترتبة عليها فضلا عن توفير فرق طبية لتحقيق الصحة و السلامة العامة لكل أفراد منظومة النشاط السياحي و اتباع الإجراءات و التدابير الاحترازية لمنع انتشار العدوى ، و كذلك إجراء اختبارات للسياح منذ دخولهم حتى عودتهم.¹

خلاصة الفصل الثاني:

-في ختام هذا الفصل يمكننا القول بأن ادارة الوجيهات السياحية لا تكون بتلك الفعالية إلا من خلال مرورها بالكثير من الدراسات، وهذا قصد الخروج بسياسات والاستراتيجيات الملائمة حيث يتم العمل على تنفيذ هذه السياسات من أجل العمل على ازدهار القطاع السياحي في ظل استراتيجيات الناجحة وذات كفاءة

- كما أن القيام بإدارة الوجيهات السياحية لا تكون ذات نتائج ملموسة على المستويين القريب والبعيد إلا اذا تم العمل و تضافرت الجهود على كل من المستوى المحلي والمستوى الدولي، فعلى المستوى المحلي نجد أن الجزائر بذلت جهودا معتبرة في القطاع السياحي من أجل ترقية صورتها كوجهة سياحية، اذ عمل القطاع العام على إصدار التشريعات السياحية

1 -مصطفى هاشم ، أثر جائحة COVID 19 و انعكاساتها على السياحة العالمية دراسة جغرافية بالتطبيق على مصر ، على الرابط : <https://www.agj->

فضلا عن تطبيق القوانين والإجراءات، كما ساهمت آلياته من وزارة مكلفة بالسياحة وجماعات محلية ومنظمات سياحية وطنية مساهمة كبيرة في تطوير القطاع وصناعة السياحة، كما عملت في ذات الشأن مؤسسات القطاع الخاص على القيام بتقديم الخدمات و إبراز المنتج السياحي الوطني في أبهى حلة، بينما على المستوى الدولي نجد أن دول العالم قامت بتأسيس المنظمات الدولية سواء عبر حكوماتها فيما يعرف بالمنظمات الدولية الحكومية أو عبر مؤسساتها الخاصة من وكالات سياحية، وفنادق وشركات النقل الجوي وغيرها فيما يعرف بالمنظمات الدولية غير الحكومية، كل هذه المنظمات عملت على تنسيق الجهود في المجال السياحي وكان لها دور مهم جدا في تسيير قضايا وتنمية الجهات من جهة أخرى، ومن أهم هذه المنظمات المنظمة العالمية للسياحة، في ذات الشأن قامت كل دولة بوضع استراتيجياتها ومخططاتها السياحية كما هو الحال مع دولة الأردن مثلا، فكان لتطوير البنى التحتية والتسويق للوجهة السياحية وغيرها من استراتيجيات نصيب ضمن سياسات الدول السياحي.

- رغم ذلك فإن أغلب الدول عبر العالم تعترضها أزمات تكون لها آثار وخيمه قد تؤدي في العادة إلى توقف النشاط السياحي وتسجيل خسائر بالجملة سواء كانت أزمات اقتصادية أمنية، صحية، طبيعية...إلخ

غير أن الدول تقوم باتخاذ التدابير اللازمة بشأنها وهذا النوع من إدارة الأزمات تهدف إلى التقليل من النتائج السلبية المترتبة عن الأزمة لأقصى حد فلا بد لأي دولة أن تكون في أتم الجاهزية لمواجهة أيًا كان من صعوبات وهذا في سياق ادارتها السياحية إن ارادت طبعاً أن تكون من بين أفضل الوجهات السياحية عبر العالم.

الخاتمة :

إن الواجهة السياحية باعتبارها تلك المساحة المادية التي يقضي فيها السائح جولته السياحية خلال فترة زمنية لا تقل عن يوم واحد ، تحتاج إلى التأطير و التنظيم من طرف إدارة الوجهات السياحية من خلال الجهود الإدارية المنسقة التي تنظم عمل المكونات الرئيسية للواجهة السياحية ، هذه الإدارة ملزمة أن تكون لها أهداف و أبعاد استراتيجية حتى توازن بين الجهد و التكلفة.

إضافة إلى الأهداف التي يجب أن تربط هذه الاستراتيجية التي وضعتها بخطة تسويقية موازية من أجل تلبية متطلبات السائح و إرضائه مع الأخذ بعين الاعتبار سياسة الدولة التشريعية التي يجب أن تتماشى مع الأهداف المسطرة من قبل الإدارة السياحية و انسجاما مع التطورات الحاصلة في صناعة السياحة العالمية دون أن ننسى إشراك القطاع الخاص مع القطاع العام بهدف الخروج بخطة إدارية توضح دور كل شريك و مدى مساهمته في وضع و تنفيذ الأهداف الاستراتيجية المعدة لتطوير الواجهة السياحية .

و على المستوى المحلي ، فقد واكبت الجزائر التطورات الحاصلة في هذا المجال من خلال اتخاذ مجموعة من الاجراءات و سن القوانين بغرض تطوير قطاع السياحة و بالأخص ترقية الوجهات السياحية و السهر على تجسيدها في أرض الواقع لنشر الوعي السياحي و تحسين الخدمات السياحية مع إبراز المنتج السياحي الجزائري و ما تزخر به من محاسن قل ما تجدها في بعض الدول المتقدمة.

حيث أنها الجزائر باعتبارها بلد سياحي ، تعمل بالتنسيق مع المنظمات الدولية الحكومية و غير الحكومية من أجل مواجهة التحديات و الأزمات التي قد تؤثر على تقدم السياحة في الجزائر من خلال اتخاذ مجموعة من الاحتياطات و البروتوكولات بالشراكة مع الفاعلين السياحيين كولات السفر و الفنادق و الجمعيات ذات الطابع السياحي.

قائمة المراجع :

قائمة الكتب :

- 1- إبراهيم يظاعلو السياحة في مئة عام .وزارة الثقافة الأردنية . إصدارات المئوية الاردنية . الاردن . 2021
- 2- سمير خليل شمطو، الادارة الفندقية بين النظرية و التطبيق ، الطبعة الاولى ، مركز كربلاء ، الدراسات والبحوث ، بغداد ، العراق ، 2014
- 3- نعيم الظاهر ، سراب الياس ، مبادئ السياحة ، الطبعة الثانية ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان الأردن، 2007 .
- 4- ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة ، الطبعة الثانية، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، مصر ، 2016.
- 5- عصام حسن السعيد، إدارة مكاتب و شركات وكلاء السياحة و السفر ، الطبعة الأولى ، دار الريبة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 6- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن، 2013.
- 7- مصطفى يوسف كافي ، مدخل إلى العلوم السياحية و الفندقية، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن، 2015 .
- 8- محمود كامل، السياحة الحديثة علما و تطبيقا، الهيئة العلمية المصرية للكتاب، بدون طبعة مصر ، 1975، ص 13،14.
- 9- عصام حسن السعيد، إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر، ط1، دار الريبة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص132.
- 10- مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى العلوم السياحية والفندقية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص379.
- 11- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، ط1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص195.

قائمة المقالات و المجلات العلمية :

- 12- عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر تحديات و رهانات في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية، مجلة معارف ، العدد 12، جوان 2012.
- 13- حاكمي بوحفص، سماعيني نسبية، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، المجلد 12 ، العدد 3 ، 2020.
- 14- دولي سعاد ، العلمي فاطمة، استراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر استنادا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "2030" ، مقال علمي ، جامعة بشار ، الجزائر، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2024/05/28.
- 15- عماري عصام، رهانات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 بين الواقع و الآفاق، مجلة الشريعة و الاقتصاد، المجلد السابع، الإصدار الأول، الجزائر، 2018.

- 16- عبد الكريم مسعودي، الاستثمار السياحي كآلية لتحقيق التنمية المحلية بالجماعات المحلية في الجزائر، مقال علمي، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2024/04/27.
- 17- انتصار الكرد، دور الجماعات المحلية في التنمية السياحية، مجلة دائرة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية، مخبر المؤسسات الدستورية و النظم السياسية، العدد 3 ، الجزائر، 2017.
- 18- شامي أحمد، عجالي خالد، الوكالة الوطنية لتنمية السياحة كآلية توفير العقار السياحي في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات و البحوث القانونية، المجلد 4 ، العدد 1 ، الجزائر، 2019.
- 19- أسماء مصنوعة، مزيان حمزة، مساهمة وكالات السياحة و السفر في تنمية السياحة الداخلية في الجزائر، مجلة الأبحاث الاقتصادية المعاصرة ، المجلد 4 ، العدد 2، الجزائر، 2021.
- 20- حليلة تضايرين، الإطار القانوني للمؤسسات الفندقية و وكالات السفر في الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، الجزائر، 2018.
- 21- وداد عمرون، صليحة رقاد، دور انخراط المؤسسات الفندقية في مخطط جودة السياحة بالجزائر في تحسين جودة الخدمة الفندقية، مجلة القانون و العلوم البيئية، المجلد 2، العدد 2، الجزائر، 2013.
- 22- دحمان أحمد، شنتوح محمد، واقع الترويج بالمؤسسات الفندقية لولاية الجلفة، مجلة المنتدى للدراسات و الأبحاث الاقتصادية، المجلد 5 ، العدد 1، الجزائر ، 2021.
- 23- زهية عيسى، الإطار القانوني لبناء المؤسسات الفندقية، مجلة التعمير و البناء، المجلد 4 ، العدد 2 ، الجزائر ، 2020.
- 24- عبد الحسين محمد موسى ، جنان عبد الرحمن حمزة، دور المنظمات السياحية الدولية في زيادة النشاط السياحي، مجلة أريد للعلوم الانسانية و الاجتماعية، المجلد 2، العدد 5 ، 2020.
- 25- فطيمة مشتر ، أمال موساوي، دور الصناعة السياحية في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة اقتصاديات الأعمال و التجارة، المجلد 4 ، العدد 1، الجزائر ، 2019.
- 26- فضيلة بوطورة ، الاعلام السياحي الحديث اداة مساهمة في نجاح قطاع السياحة في الاردن ، مقال علمي ، مجلد 3 ، العدد 4 ، 2012 ،
- 27- عزيز نسرين ، خير الدين جمعة ، دور سياسات جذب الاستثمار السياحي في تنمية الصناعة السياحية ، مجلة افاق العلمية ، المجلد 12، العدد 1، الجزائر ، 2019.
- 28- فاطمة الزهراء بن زيدان، سامية بوعشاش، اتجاهات السياحة البيئية في الدول العربية، المجلة الأوروبية لدراسات اقتصاديات السياحة و الفنادق، المجلد 5، العدد 5، الجزائر، 2023.
- 29- طرفة زكريا شريقي ، تأثير الأزمات على قطاع السياحة مؤشرات من سوريا و دول الجوار ، مجلة جامعة تشرين للبحوث و الدراسات العلمية، المجلد 39، العدد 4، 2017.
- 30- عقون شراف : دور السياحة الداخلية في تحقيق التنمية الاقتصادية بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030 ، المجلد 7 ، العدد 2 ، مجلة رؤى اقتصادية ، جامعة الشهيد حمة لخضر ، الوادي الجزائري ، السنة 2017 ، ص 288 ،

- 31- نادية بن سالم و مزيان حمزة ، العوامل المؤثرة في تكوين الصورة السياحية لمقصد سياحي - دراسة ميدانية على عينة من السياح لمدينة جيجيل، مجلة معهد العلوم الاقتصادية ، المجلد 23، العدد 2 ، ص 791، 813
- 32- ولاء محمود عبد الفتاح، غادة محمد وفيق، مروة صلاح قاعود، الأزمات الأمنية وتأثيرها على الصورة الذهنية لمصر كمقصد سياحي، مقال علمي، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، كلية السياحة والفنادق، جامعة القيوم، المجلد 11، العدد 1/2، مصر، سبتمبر 2017، ص 224
- 33- طرفة زكريا شريقي، تأثير الأزمات على قطاع السياحة مؤشرات من سورية ودول الجوار، مقالة علمية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 39، العدد 4، 2017، ص 31-32.
- 34- سالمى سمير، هدير عبد القادر، دراسة تحليلية لآثار الأزمات الأمنية على مؤشرات التنافسية السياحية، مقالة علمية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد 12، الجزائر، 2017، ص 85.
- 35- فطيمة مشتر، أمال موساوي، دور الصناعة السياحية في تحقيق التنمية الاقتصادية، مقال علمي، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 4، العدد 1، الجزائر، مارس 2019، ص 210.
- 36- فضيلة بوطورة، الاعلام السياحي الحديث أداة مساهمة في نجاح قطاع السياحة في الأردن، مقال بحث علمي، المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والآثار، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مجلد 3، عدد 4، 2022، ص 7-8.
- 37- جمال حسين الحرامي، الريادية في السياحة الايكولوجية في الأردن، مقال علمي، مجلد 2، عدد 2، 2012، ص 142-143.
- 38- كزيز نسرين، خير الدين جمعة، دور سياسات جذب الاستثمار السياحي في تنمية الصناعة السياحية، مقال علمي، مجلة آفاق العلمية، المجلد 12، العدد 5، الجزائر، ص 606-607.
- 39- فاطمة الزهراء بن زيدان، سامية بوعشاش، إتجاهات السياحة البيئية في الدول العربية، مقال علمي، المجلة الأورو متوسطية لاقتصاديات السياحة والفندقة، المجلد 5، العدد 5، الجزائر، 2023، ص 14.
- 40- مجموعة مؤلفين وفادي طاهر قطيشان، إستراتيجية دور المواقع الالكترونية في تنشيط الطلب على السياحة العلاجية في الأردن، مقالة علمية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 7، عمان، الأردن، سبتمبر 2012، ص 152-153.
- 41- نعيمة حكيم، براهيم بن حراث حياة، بلورة الوعي السياحي كأحد السبل لتنمية السياحة المستدامة، مقال علمي، مجلة دفاتر بوانكس، العدد 8، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017، ص 68-69.

قائمة المذكرات و الأطروحات :

- 1- حفصة دراوي، زبيدة عبدي، دور المؤسسات الفندقية في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2018/2019.
- 2- رضا سيف الدين جلولي، إدارة المنشآت الفندقية و السياحية ، أطروحة دكتوراه، جامعة ورقلة، الجزائر، 2019/2020.

- 3- عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات في ظل الاستراتيجية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013/2012.
- 4- سعد بلة ، دور المؤسسات السياحية في تسويق الوجهة السياحية الصحراوية المستدامة بالجزائر ، أطروحة دكتوراه ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، الجزائر ، 2023/2022.
- 5- بعوط لزه ، الترويج للمقومات السياحية و دوره في تحقيق التنمية المحلية، مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 45 ، قالمة، الجزائر ، 2018.
- 6- أمال بوزيبة ، النظام القانوني للديوان الوطني للسياحة و صلاحياته في الضبط الإداري، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة غرداية، الجزائر، 2018/2017.
- 7- نورة بن حود ، دور الديوان الوطني الجزائري للسياحة في ترقية قطاع السياحة، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2019/2018.
- 8- عبد الغني ضيف، دور وكالات السياحة و السفر في ترقية السياحة الداخلية بالجزائر ، أطروحة دكتوراه، جامعة زيان عاشور ، الجلفة، الجزائر ، 2023/2022.
- 9- عينين فضيلة ، الأسس و الأطر القانونية و الاجتماعية لصناعة السياحة في الجزائر ، أطروحة دكتوراه، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر ، 2018.
- 10- حليلة قبائلي ، فعالية وكالات السياحة الجزائرية، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر ، 2018/2017.
- 11- هدير عبد القادر ، واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها ، مذكرة ماجستير ، تخصص نقود مالية و بنوك ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، سنة 2005 ، ص 25
- 12 - شطيبي منى و غسمون مديحة ، السياحة بين مقومات تطورها و عوامل تعثرها ، دراسة حالة ولاية جيجل ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية قسم العلوم التجارية ، جامعة جيجل ، السنة الجامعية 2014/2013.
- 13- بعوط لزه ، الترويج للمقومات السياحية و دوره في تحقيق التنمية المحلية "حالة ولاية قالمة". مذكرة تخرج ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية ، قسم العلوم التجارية ، السنة الجامعية : 2018/2017
- 14- بعوط لزه ، الترويج للمقومات السياحية و دوره في تحقيق التنمية السياحية "حالة ولاية قالمة" ، مذكرة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية، قسم العلوم التجارية ، السنة الجامعية 2018/2017.
- 15- نجار آمال، بوجيبه حبيبة ، العوامل المحددة لقرار اختيار السائح بين الوجهات السياحية، دراسة حالة السائح الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية ، قسم علوم التسيير ، جامعة محمد الصديق بن يحي ، جيجل ، السنة الجامعية 2016/2015، ص 75

- 16- بكوش رحمة، فدسي فاطمة ، محددات سلوك السائح و أثرها على تحديد الوجهة السياحية الداخلية، دراسة حالة ولاية جيجل، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي - جيجل، ص 23 ، السنة الجامعية 2016/2017
- 17- بوقلمون هبة و بوقلمون إكرام، تأثير القيم الدينية على اختيار الوجهة السياحية ، دراسة حالة عينة من مستهلكي الخدمات السياحية في الجزائر ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية، قسم العلوم التجارية، السنة الجامعية 2021/2022، ص 15
- 18- عبد الجبار جبار ، السياسات السياحية في الجزائر دراسة تحليلية (2000 . 2025) ، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، تخصص رسم السياسات العامة ، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر ، السنة الجامعية 2005
- 19- أحلام شتيوي، عبير حدادة ، تنمية الموارد البشرية في القطاع السياحي ، دراسة حالة مركب الشلالة المعدني بقالمة، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ، كلية الحقوق و العلوم السياسية تخصص إدارة الأعمال السياحية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، السنة الجامعية 2021/2022
- 20--توتي خالد ، أثر تأهيل الموارد البشرية في تنمية القطاع السياحي في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع التحليل الاقتصادي ، جامعة الجزائر 3 ، السنة الجامعية 2016/201
- 21- فريدة قنطور ، التخطيط السياحي و طرق النهوض بالسياحة في الجزائر، دراسة حالة ولاية جيجل، مذكرة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة جيجل
- 22- محمد يونسي، سبل دعم القطاع السياحي من خلال الاستثمار الوطني و الأجنبي في الجزائر ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية ، ص 43، السنة الجامعية 2015/2016
- 23- بن بزار ريان ، موقت أمينة، تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة، دراسة ميدانية لعينة من السياح بولاية جيجل، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، قسم العلوم

المواقع الإلكترونية :

- 1- د.إيمان قماص و د.سهام بوغندوسة ، مقومات السياحة الجزائرية و سبل تنمية الثقافة السياحية لدى الجزائريين ، مقال منشور على الرابط : <http://www.asjpcerist.dz> بتاريخ 2024/05/01 على الساعة 10:17 .
- 2 -روان لحسن ، دريد كمال ، منظمة السياحة العالمية بين أهداف و معوقات تحقيق الاستدامة السياحية ، على الرابط : <http://www.asjpcerist.dz> بتاريخ 2024/05/01 على الساعة 10:30
- 3- medoalpop، تعرف على السياحة:تعريفها و أهميتها و أشكالها و أنواعها على الرابط :
- 4 -بانا ضراوي، تعريف السياحة ، على الرابط : <http://www.mawdoo3.com> بتاريخ 2024/04/22 على الساعة 21:29
- 5 -نسمة العربي.العين الإخبارية، أنواع السياحة في مصر ، على الرابط : <http://www.al-ain.com> بتاريخ 2024/04/22 على الساعة 21:45
- 6 -الجريدة الإلكترونية مسافر اليوم .صفحة سياحة على الرابط : trv.todouy بتاريخ 2024/04/22 على الساعة 21:49

- 7- عذبة العاصي، الأهمية الاجتماعية للسياحة على الرابط: <http://www.mawdoo3.com> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 12:09
- 8- صلاح عدنان محول ، أهمية الصناعة السياحية ، الأهمية الاجتماعية للسياحة، على الرابط : <http://www.almerja.net> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 12:30
- 9- خالد كواش ، الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة حالة الجزائر ، على الرابط : <http://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 13:30
- 10- صلاح عدنان مجول ، أنواع السياحة حسب الموقع الجغرافي، منشور على الرابط : <http://www.mail.almerja.com> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 18:36
- 11- عوينان عبد القادر، واقع السياحة الجزائرية و آفاق النهوض بها في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على الرابط : <http://www.asjp.cevist.dz> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 18:51
- 12- أيوشي مصطفى ، دور و أهمية السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، حالة الجزائر . مقال منشور على الرابط : <http://www.asjp.cevist.dz> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 12:26
- 13- صلاح عدنان مجول، أهمية الصناعة السياحية، الأهمية السياسية للسياحة على الرابط - <http://www.mail.almerja.com> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 13:58
- 14- د. أحمد السكري، العلامة التجارية للوجهة السياحية على الرابط : <http://www.asjp.cerist.dz> بتاريخ 2024/04/23 على الساعة 20:47
- 15- عادل الوشاني، الثورة الرقمية و صناعة الوجهة السياحية، مقال منشور على الرابط : <http://www.asjp.cerist.dz> بتاريخ 2024/04/27 على الساعة 47:55
- 16- د. نرجس بولحديد ، صورة الوجهة السياحية كمتغير وسيط في تحديد التأثير بين الثقافة و اختيار الوجهة السياحية، دراسة ميدانية على عينة من السياح المحليين على الرابط : <http://www.asjp.cerist.dz> بتاريخ 2024/04/28 على الساعة 12:07
- 17- د. بروج حنان، دور التسويق في تحسين صورة الوجهة السياحية ، حالة الجزائر على الرابط . <http://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/04/29 على الساعة 20:00
- 18- زينب الرق و خديجة عطية ، فعالية الإعلان الإلكتروني على صورة الوجهة السياحية ، دراسة تحليلية لآراء عينة من متصفحي المواقع الإلكترونية السياحية ، بحث منشور على الرابط <http://www.asjp.cerist.dz> بتاريخ 2024/04/28 على الساعة 17:12
- 19- أ.د. شريف حمزاوي ، الصورة و دورها الاستراتيجي في تسويق الوجهة السياحية، مقال منشور على الرابط <http://www.fr.scridd.com> بتاريخ 2024/04/28 على الساعة 17:50
- 20- كالي كابيتان، دليل عملي لإدارة الوجهات السياحية ، على الموقع الإلكتروني www.unwto.org
- 21- عمروش أحسن، التخطيط السياحي و دوره في تحقيق تنمية سياحية مستدامة على الرابط <http://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/05/19 على الساعة 14:31
- 22- د. ثمر سليمان، مفهوم و أهمية التخطيط السياحي ، على الرابط : <http://www.damascusuniversity.ed.sy> بتاريخ 2024/05/19 على الساعة 14:00
- 23- حيدر جميل حياوي العبودي ، التخطيط السياحي و أثره في التنمية السياحية، على الرابط : <http://www.alkafeel.edu.iq> بتاريخ 2024/05/19 على الساعة 14:39

- 24-صالح عدنان مجول، التخطيط السياحي على الرابط : <http://www.almerja.com> بتاريخ 2024/05/19 على الساعة 14:43
- 25 -عبد الرحمن بوبكر الولاتي ، أهمية التخطيط السياحي أهداف و الخصائص ، على الرابط : <https://www.sewte.info> بتاريخ 2024/05/19 على الساعة 14:50
- 26 -زبيدة الشيشاني، تعريف التسويق السياحي على الرابط : <https://www.mawdoo3.com> بتاريخ 2024/05/12 على الساعة 14:20
- 27 -بدون ذكر الكاتب، التسويق السياحي على الرابط : <https://www.qualitey.com> بتاريخ 2024/05/12 على الساعة 15:00
- 28 - بدون ذكر الكاتب، أهداف التسويق السياحي على الرابط : <https://www.altaswieq.com> بتاريخ 2024/05/12 على الساعة 16:00
- 29 -مصطفى عبد اللطيف، حبيب إبراهيمي، أهداف التسويق السياحي على الرابط : <https://www.tourrism.uokerbala.edu.uq> بتاريخ 2024/05/12 على الساعة 17:00
- 30 -د.فراح رشيد ، أبو دلة يوسف ، دور التسويق في دعم التنمية السياحية و الحد من أزمات القطاع السياحي على الرابط <https://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/05/14 على الساعة 15:20
- 31 -أ.د. الطاهر أحمد محمد علي، أ.د. موسى محمد يعقوب، د. برعي بابكر محمود، أثر التسويق السياحي في أداء المنظمات السياحية،دراسة حالة المنظمات السياحية السودانية على الرابط <http://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/05/14 على الساعة 15:20
- 32 -رحيمة لدغش، سليمة لدغش، دور الشراكة بين القطاع العام في تحقيق التنمية المستدامة، على الرابط <https://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/05/12 على الساعة 20:00
- 33 -د.محمد أبو حجيعة ، إدارة الوجيهات السياحية ، على الرابط : <https://www.meu.edu.jo> بتاريخ 2024/05/12 على الساعة 19:00
- 34 -قعيد لطيفة ، متطلبات التنمية السياحية المستدامة، على الرابط : <https://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/05/20 على الساعة 16:00
- 35 -ديلان رمضان تمرخان ، التنمية السياحية المستدامة على الرابط : <https://www.academics.su.edu.krd> بتاريخ 2024/05/21 على الساعة 17:00
- 36 -د.خليفة تركية ، التنمية السياحية المستدامة و استراتيجية ترقيتها بالجزائر على الرابط : <https://www.ajahs.journals.ekb.eg> بتاريخ 2024/05/22 على الساعة 18:00
- 37 -مزياي محمد السعيد ، د. دبة ناصر أستاذ محاضر، الاستثمار الأجنبي المباشر كآلية فعالة للنهوض بالتنمية السياحية في الجزائر ، على الرابط : <https://www.asjp.dz> بتاريخ 2024/05/31 على الساعة 15:00
- 38 -أ.م.د. محمد محمد فراج ، دور المجتمع المحلي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة برؤية مصر 2030، على الرابط : <https://www.ijthsx.journals.ekb.eg> بتاريخ 2024/05/31 على الساعة 16:00
- 39 -رشا شاوش، بناء القدرات المحلية : من المشاركة المحلية إلى التطوير الاجتماعي على الرابط : <https://www.redseaglobal.com> بتاريخ 2024/05/31 على الساعة 17:00
- 40-موقع وزارة السياحة والآثار الأردنية، الاستراتيجية الوطنية للسياحة في الأردن(2021-2025)، تاريخ الاطلاع 27 ماي 2024، <https://www.motaigov.jo>

42- بدون اسم المؤلف، مرض فيروس كورونا المستجد 2019 (كوفيد 19) على الرابط

[https:// www.mayoclinic.org](https://www.mayoclinic.org) بتاريخ 2024/05/29 على الساعة 16:00

43- مصطفى هاشم ، أثر جائحة COVID 19 و انعكاساتها على السياحة العالمية دراسة جغرافية بالتطبيق على مصر

، على الرابط : [https:// www.agj-journals.ekb.eg](https://www.agj-journals.ekb.eg) بتاريخ 2024/05/30 على الساعة 20:00

فهرس المحتويات :

رقم الصفحة	المحتويات
////	إهداء
////	شكر و عرفان
////	ملخص
////	مقدمة
1	الفصل الأول : الإطار المفاهيمي.
2	تمهيد
2	المبحث الأول : ماهية السياحة
2	المطلب الأول : مفهوم السياحة
4	المطلب الثاني : أشكال السياحة
6	المطلب الثالث : أهمية السياحة
8	المطلب الرابع : أنواع السياحة
10	المبحث الثاني : ماهية الوجهة السياحية
10	المطلب الأول : مفهوم الوجهة السياحية.
12	المطلب الثاني : مفهوم صورة الوجهة السياحية.
16	المطلب الثالث : مراحل تشكل صورة الوجهة السياحية.
17	المبحث الثالث : ماهية إدارة الوجهة السياحية.
17	المطلب الأول : مفهوم إدارة الوجهة السياحية.
19	المطلب الثاني : مكونات إدارة الوجهة السياحية.
29	المطلب الثالث : الأبعاد الخاصة بإدارة الوجهة السياحية.
34	خلاصة الفصل الأول
35	الفصل الثاني : تطبيقات إدارة الوجهات السياحية.
36	تمهيد
36	المبحث الأول : تطبيقات إدارة الوجهات السياحية على المستوى المحلي.

37	المطلب الأول : على مستوى القطاع العام.
55	المطلب الثاني : على مستوى القطاع الخاص.
67	المبحث الثاني : تطبيقات إدارة الوجهات السياحية على المستوى الدولي.
67	المطلب الأول : المنظمات السياحية الدولية.
76	المطلب الثاني : نموذج دولي في إدارة الوجهات السياحية. دولة الأردن.
85	المبحث الثالث : إدارة الوجهات السياحية في ظل الأزمات الدولية.
85	المطلب الأول : الأزمة الاقتصادية العالمية.
89	المطلب الثاني : الأزمات الأمنية
92	المطلب الثالث : الأزمات الصحية
94	خلاصة الفصل الثاني
96	الخاتمة
97	قائمة المراجع