

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة



كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية
مخبر التوطين الدراسات القانونية البيئية

أطروحة

لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث

التخصص: سياسة عامة

الشعبة: العلوم السياسية

الميدان: الحقوق والعلوم السياسية

من إعداد:

الطالب الباحث: سنوسي عياشي

بعنوان

التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل
المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

بتاريخ: الخميس 21 نوفمبر 2024

أمام لجنة المناقشة المكونة من:

الاسم واللقب	الرتبة	بجامعة
السيد منصر جمال	أستاذ التعليم العالي	8 ماي 1945 قالمة
السيد بوقنور إسماعيل	أستاذ التعليم العالي	8 ماي 1945 قالمة
السيد كيم سمير	أستاذ التعليم العالي	بجامعة العربي التبسي
السيد أزروال يوسف	أستاذ التعليم العالي	بجامعة العربي التبسي
السيد حميداني سليم	أستاذ التعليم العالي	8 ماي 1945 قالمة

السنة الجامعية: 2025 / 2024

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة



كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية
مخبر التوطين الدراسات القانونية البيئية

أطروحة

لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث

التخصص: سياسة عامة

الشعبة: العلوم السياسية

الميدان: الحقوق والعلوم السياسية

من إعداد:

الطالب الباحث: سنوسي عياشي

بعنوان

التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل
المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

بتاريخ: الخميس 21 نوفمبر 2024

أمام لجنة المناقشة المكونة من:

الاسم واللقب	الرتبة	بجامعة
السيد منصر جمال	أستاذ التعليم العالي	8 ماي 1945 قالمة
السيد بوقنور إسماعيل	أستاذ التعليم العالي	8 ماي 1945 قالمة
السيد كيم سمير	أستاذ التعليم العالي	بجامعة العربي التبسي
السيد أزروال يوسف	أستاذ التعليم العالي	بجامعة العربي التبسي
السيد حميداني سليم	أستاذ التعليم العالي	8 ماي 1945 قالمة

السنة الجامعية: 2025 / 2024

الاهـداء:

إلى من آثروا الرحيل مبكرا...دون أن يترك لنا القدر فسحة استيعاب سرعة

الرحيل...إخوتي... !! !!

(رحمهم الله... !!)

إلى روح والدي الكريمين رحمهما الله.... !

إلى من أضاعت ليل حياتي

زوجتي الكريمة

وقرة عيني ابنتي ...!

إلى كل غرباء الفكر والقلم...!

شكر وتقدير:

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف بوقنور اسماعيل على حسن التوجيه
ومرونة التعامل والعمل لإنجاز هذا البحث...!

شكر متميز للأستاذ منصر جمال على حسن المرافقة والتوجيه...!

شكر موصول لكل أسرة التكوين من الأساتذة في الدكتوراه، ولكل زملاء الدفعة ...!

شكر وتقدير خاص موجه لكل أعضاء لجنة المناقشة الموقرة نظير عناء قراءة
وتمحيص العمل...!

تقدير وتبجيل لكل أسرة قسم العلوم السياسية لجامعة قالمة...!

ابنكم سنوسي عياشي-سليم...!

كلمة لا بد منها:

أحيانا تكون الأحلام...صعبة المنال... !!

لكن علينا بالاستمرار مهما كان طول المسافات....

إيمانك بحلمك...يعني إيمانك...بذاتك...

سيصير الحلم حقيقة...بفضل إيمانك... !!

تقبل النقد...مهما كان لونه....

ولا تخشاه...!

فإن كنت...تخشاه....

لن تفعل شيئا...ولن تقل شيئا...ولن تكن شيئا... !!

وتذكر...

أنا في توقيتك

الذي حدده الله لك...

فلا أحد يدري طبيعة الدرب ...

سلكته.... !!

خطة الدراسة

الخطة:

- مقدمة:

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة.

المبحث أول: ماهية السياحة.

المبحث الثاني: التنمية السياحية المستدامة: المفهوم والابعاد.

المبحث ثالث: التخطيط الاستراتيجي من منظور التنمية السياحية.

الفصل ثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر.

المبحث الأول: الامكانيات السياحية للجزائر.

المبحث الثاني: المسار التنموي للسياحة في الجزائر.

المبحث الثالث: الاشكاليات التي حالت دون تطوير السياحة المستدامة في الجزائر.

الفصل ثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

المبحث الأول: جهود الدولة الجزائرية لبعث التنمية السياحية المستدامة.

المبحث الثاني: مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

المبحث الثالث: التحديات المستقبلية للتنمية السياحية المستدامة على ضوء المخطط التوجيهي للتهيئة

السياحية 2025.

الخاتمة.

ملخص الدراسة

ملخص الرسالة:

تعالج الأطروحة مسألة السياحة المستدامة في الجزائر وتحديد أشكالها وتطوير وتنمية السياحة بمنظور مستدام؛ تثمينا لمقدرات الجزائر الطبيعية ومؤهلاتها اللوجستية والبشرية التي تخول لها احتلال مرتبة متقدمة ضمن مصاف الدول الرائدة في هذا المجال على الأقل قاريا واقليميا، وهذا بغرض إيجاد بديلا اقتصاديا خالقا لثروة ومعززا للدخل الوطني الخام يسمح للجزائر بتجاوز معضلة الاقتصاد الريعي المعتمد على المحروقات (غاز وبترو).

لذلك خُطت الجزائر خطة طموحة واستراتيجية تتمثل في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 (والذي مدد لغاية 2030)؛ والذي يعتبر المرجعية الأساسية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر. المخطط جزء من المخطط الوطني لتهيئة الاقليم
الدراسة ستحاول الاجابة على السؤال المركزي الكبير:

- كيف يمكن تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر وفق منظور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 (SDAT 2025)؟ .

اذن فهو بحث في ميكانيزمات (آليات) تحقيق هذه التنمية مدى نجاعتها، فعاليتها وحتى جدواها. ايضا الدراسة سترصد بالأرقام والتحليل ما تم تحقيقه على الأقل في المديين القصير والمتوسط؛ واستشراف ما يمكن تحقيقه على المدى البعيد.

وعليه، فالبحث يتضمن دراسة تحليلية- نقدية لمضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وكذا دراسة تقييمية لما تم تحقيقه مع رصد التحديات والمعوقات التي واجهت وكبحت تنفيذ المخطط على ارض الواقع. الدراسة حاولت معالجة الاشكال باقتراح بعض التوصيات والحلول لتجاوز التحديات المعلنة.

كلمات مفتاحية: سياحة، سياحة مستدامة، تنمية سياحية مستدامة سائح، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية افاق 2025 (SDAT 2025).

RESUME :

La thèse traite la question du tourisme durable en Algérie ; et plus précisément la problématique du développement du tourisme dans une perspective durable ; en valorisant le potentiels naturels et les capacités logistiques de l'Algérie, qui lui permettent d'occuper un rang avancé parmi les pays leaders dans le domaine ; au moins à l'échelle continental et régional. Ceci ; dans le but de trouver un alternatif économique créant la richesse et améliore le revenu national brut ; cela permettra à l'Algérie de contourner le dilemme de l'économie rentière dépendante des hydrocarbures. Ainsi ; l'Algérie a élaboré un plan stratégique figuré dans le **Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique** à l'horizon 2025 (SDAT 2025).

Le SDAT 2025 est la principale référence pour le développement du tourisme durable en Algérie ; ce schéma est une partie intégrante du **Schéma National de l'Aménagement de Territoire** (SNAT). En effet ; l'étude tentera de répondre à la question centrale :

“Comment parvenir à un développement touristique durable en Algérie selon la perspective du Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique à l'horizon 2025 ?” .
Donc ; il s'agit d'une recherche sur les mécanismes de réalisation de ce développement, l'étude de son efficacité et même sa faisabilité. En outre ; l'étude traite en chiffres et analyse ce qui a été réalisé au moins à court terme tout en prévoyant ce que peut être réalisé à long terme (selon la vision du SDAT2025).En conséquence ; la recherche comprend une étude analytique du dit schéma ; ainsi qu'une étude d'évaluation de ce qui a été réalisé ; tout en abordant les défis et les contraintes qui peuvent freiner la mise en œuvre du plan sur le terrain. Afin d'apaiser l'ampleur des défis annoncés ; l'étude suggère des recommandations et des propositions.

Mots Clés :

Tourisme, Tourisme durable, Développement du tourisme durable, Touriste, Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique(SDAT).

SUMMARY:

The thesis deals with the issue of sustainable tourism in Algeria , specifically the problem of developing tourism with a sustainable perspective ; in appreciation of Algeria's natural capabilities and logistical qualifications ; which entitle it to occupy an advanced rank among the leading countries in this field at least continentally and regionally .

This is for the purpose of finding an economic alternative that creates wealth and enhances the raw national income; allows Algeria to bypass the dilemma of the rentier economy dependent on hydrocarbons. Therefore; Algeria has drawn up a strategic plan represented in the guideline for tourism development for horizon of 2025 (which has been extended until 2030) ; which is the main reference for sustainable tourism development in Algeria .The plan (the guideline) is part of national plan for developing of territory. The study will attempt to answer the central question:

‘‘How can sustainable tourism development be achieved in Algeria; according to the master plan of tourism development for horizon 2025? ‘‘

Therefore; it is a research into the mechanisms of achieving this development; the extent of its effectiveness and even its feasibility. Also; the study will analyze what has been achieved at least in the short and medium term; and by planning what can be achieved in a long term. The research includes an analytical study of the content of the plan as well as an evaluation study of what has been achieved, while addressing the challenges and obstacles that faced and curbed the implementation of the plan on the ground.

In order to alleviate the announced challenges and difficulties; the study suggests some recommendations and suggestions.

Keys Word:

Tourism, Sustainable Tourism, Sustainable Tourism development, Tourist, Master Plan of Development Sustainable Tourism.

مقدمة

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية وثقافية بامتياز؛ تحتل مكانة مرموقة في اقتصاديات الدول المتقدمة وحتى النامية بالنظر الى مساهمتها الفعالة في زيادة الدخل الوطني الخام. الدراسات الاقتصادية الحديثة تؤكد تسارع معدلات النمو للصناعات السياحية في الوقت الراهن وازدحام اقتصاديات السياحة كثاني اقتصاد خدمي بعد اقتصاديات الاتصالات والتكنولوجيا؛ وهذا ما تؤكدته إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة فيما يخص حجم التدفق السياحي العالمي وعلاقته بالاستهلاك والانفاق السياحي، إذ بلغ عدد سياح العالم 940 مليون سائح سنة 2010؛ ليصل إلى واحد مليار سائح أواخر 2012 مع معدل انفاق يناهز 1,3 ترليون دولار أمريكي، مع توقعات بالوصول الى تدفق سياحي عالمي يقارب ثلاثة مليار سائح في غضون 2030 مع حجم انفاق يقارب أربعة ترليون دولار أمريكي.

إذن، أهمية السياحة تزداد بنسق تصاعدي في العقد الراهن بدليل أن موضوع السياحة وعلاقتها بفرص التنمية أدرج ضمن جدول أعمال الجمعية العامة للأمم المتحدة في اجتماعها الدوري بشهر آيار/مايو 2022 لأول مرة في التاريخ، موجهة كل حكومات العالم على منح سياسات التنمية السياحية القيمة التي تليق بها ضمن السياسات العامة الحكومية.

وما يؤكد الأهمية الاستراتيجية للتنمية السياحية هو ارتباطها بشكل أساسي بالبعد البيئي، فقد بدأ الاهتمام والتركيز على مبدأ الاستدامة في السياحة منذ ثمانينات القرن الماضي وتحديدًا منذ "إعلان مانيلا" بتاريخ العاشر من تشرين الثاني/أكتوبر 1980 تحت إشراف منظمة السياحة العالمية والمتعلق برسم الخطوط التوجيهية الكبرى فيما يخص الآثار البيئية للسياحة على مصالح سكان المقاصد السياحية.

بدأ المفهوم الجديد للسياحة يتبلور باستمرار وبرعاية المنظمة العالمية للسياحة بالتركيز على أبعاد ومقتضيات التنمية المستدامة وبالتحديد فيما يخص انعكاسات النشاط السياحي على البيئة الطبيعية والبشرية. ونظرا لحساسية وأهمية موضوع الانعكاسات البيئية للسياحة؛ برمج كمحور رئيسي لجدول أعمال المؤتمر العالمي لمجموعة من الخبراء والمختصين بتكليف من منظمة السياحة العالمية بالعاصمة الفلبينية مانيلا سنة 1997 بهدف إعداد دراسات موسعة حول الموضوع المعني.

وإدراكا لأهمية السياحة كمفتاح قوي للتنمية، اتخذت منظمة السياحة العالمية في يومها العالمي 27 أكتوبر 2022 وسم "إعادة التفكير في السياحة" شعارا لها، مؤكدة على ترمين الابتكار والابداع السياحيين كأدوات للنهوض بالتنمية السياحية المستدامة مشيرة ضمن نفس السياق على الاعتماد على آلية التخطيط كأداة استراتيجية لرسم سياسات التنمية السياحية المستدامة.

ونظرا للمزايا التي قد يحققها النشاط السياحي وما يترتب عليه من آثار إيجابية على مؤشرات التنمية البشرية، تسعى معظم دول العالم لبعث نشاط الاقتصاد السياحي على غرار دولة الجزائر، والتي تملك امكانيات طبيعية وبشرية وحتى مالية معتبرة تؤهلها لتكون بلدا سياحيا بامتياز؛ وسعيا منها في تنمية هاته المقدرات السياحية من جهة، وباعتبار السياحة نشاطا شموليا يعكس درجة تحضر وثقافة اي بلد؛ له ابعاده الاقتصادية والاجتماعية وكذا الثقافية وحتى البيئية فضلا عن تعامله وتداخله مع مختلف القطاعات الانتاجية والخدمية الاخرى (نقل، اتصالات، ثقافة، خدمات، صحة، مطاعم، فنادق، ...) من جهة أخرى.

بمعنى عملية تنمية القطاع السياحي عملية متشابكة ومركبة تتطلب وضع خطا استراتيجية مدروسة بعمق. وعليه؛ فقد وظفت الجزائر التخطيط الاستراتيجي السياحي كعلم متخصص لتطوير قطاعها السياحي وفق منظور ايكولوجي مستدام وهذا ما جسده رؤية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.

• أهمية الدراسة:

تتبع أهمية موضوع الدراسة أساسا من القيمة الاقتصادية الاستراتيجية لقطاع السياحة وما يمكن أن يوفره من فرص التنمية للدول على جميع المستويات باعتباره قطاعا محفزا لنمو قطاعات اقتصادية أخرى نظرا لطبيعة السياحة المتشابكة والمتقاطعة مع جل المجالات الاقتصادية؛ غير أنه يمكن إبراز أهمية الموضوع بأكثر دقة على النحو التالي:

• علميا: محاولة لتقديم دراسة أكاديمية علمية تثري بها المكتبة الجامعية الجزائرية المحتاجة للمزيد من الدراسات المعمقة في هذا المجال السياحي خاصة الدراسات التي تتناول الموضوع من الجانب التنظيمي-السياسي.

• **عمليا:** الأهمية العملية للدراسة تتبع أساسا من:

- إبراز القيمة الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة وآثارها الايجابية على الفرد والمجتمع من جميع النواحي: اقتصاديا، اجتماعيا، ثقافيا، بيئيا وما يمكن ان تقدمه السياحة للاقتصاد الوطني الريعي.
- ضرورة انتهاج استراتيجية التخطيط السياحي في رسم برامج التنمية السياحية المستدامة مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات الآنية والخيارات المستقبلية من أجل ترشيد استغلال وادارة الامكانيات السياحية للبلاد؛ مما ينعكس بالنفع على الأجيال الحالية مع المحافظة على حق الانتقاع لأجيال المستقبل.

• **أهداف الدراسة:** تهدف الدراسة اساسا الى:

- 1- تشخيص واقع التنمية السياحية للجزائر منذ بداية فترة الانفتاح (السياسي والاقتصادي) أي منذ أواخر الثمانينات لغاية اليوم.
- 2- إبراز أهمية التخطيط السياحي كآلية فعالة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.
- 3- إبراز أهم المعوقات الكابحة لتطوير القطاع السياحي في الجزائر.
- 4- التعريف بالمفهوم الجديد للتنمية السياحية في الجزائر.
- 5- التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.
- 6- إبراز أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 (الأهداف النوعية والكمية وحتى المالية).
- 7- تناول بالنقد والتحليل استراتيجية التنمية السياحية المستدامة المعلن عنها في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.
- 8- إبراز معالم الاستدامة للتنمية السياحية في الجزائر وفق رؤية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.
- 9- إعطاء لمحة عن منحى السياحة في الجزائر بعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 تماشيا مع التوجه العامي للسياحة.
- 10- اقتراح بعض الحلول (توصيات ومقترحات) الكفيلة بتذليل صعوبات التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

• **ميررات اختيار موضوع الدراسة:**

اختيار الموضوع يخضع لعدة اعتبارات ومبررات من بينها:

• **المبررات الذاتية:**

اهتمام الباحث بموضوع السياحة يدخل ضمن اهتماماته البحثية بالسياسات القطاعية التي هي جزء من السياسة العامة للدولة، والتي تعتبر صلب تخصص الباحث.

• **المبررات الموضوعية:**

✓ محاولة تقديم منتجاً علمياً أكاديمياً واعداداً اقتصادياً قد يساعد (الى جانب دراسات أخرى) صانعي القرار لتتبع الاقتصاد الوطني الريعي خاصة في ظل الرهانات الدولية التي تشير الى تبني معظم دول العالم المتقدم منحى استغلال الطاقات البديلة والصديقة للبيئة؛ وبالتالي التخلي التدريجي عن الطاقات الأحفورية كالبترول الذي يعتبر عصب الاقتصاد الوطني؛ فالسياحة بديلاً استراتيجياً متاحاً.

✓ بقاء الجزائر مقصداً سياحياً متخلفاً رغم امتلاكها مقومات سياحية معتبرة تؤهلها لاحتلال صفاً متقدماً في مجال صناعة السياحة.

✓ ارادة الدولة الجزائرية في تبني توجهها جديداً يولي أهمية لقطاع السياحة المستدامة مجسداً في رؤية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025.

• **الإشكالية:**

على ضوء ما تقدم نلمس ارادة الدولة الجزائرية لتطوير وتنمية قطاعها السياحي اعتماداً على فكرة التخطيط الاستراتيجي في المجال السياحي؛ وعلية تتمحور اشكالية الدراسة حول السؤال المركزي التالي:

كيف يمكن تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر وفق الخطة الاستراتيجية الجديدة للسياحة والتي جسدها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025؟

من هنا تنفرع عدة اسئلة فرعية وهي:

- ما هي الامكانيات السياحية للجزائر التي تؤهلها لاحتلال مكانة متقدمة في قطاع السياحة المستدامة؟
- ما هو واقع السياحة في الجزائر؟ وكيف ولماذا تطور المسار التنموي السياحي في الجزائر؟
- ما هي المعوقات الكابحة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر؟
- ماهي الرؤية المقترحة لبناء استراتيجية تنمية للسياحة المستدامة في الجزائر بحسب ما جاء في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 (رصد الأهداف وآليات التحقيق)؟
- ما هي معالم الاستدامة للتنمية السياحية المستدامة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025؟
- ماذا بعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025؟ ما مستقبل السياحة الجزائرية في ظل التوجهات الدولية للسياحة؟

كإجابة مسبقة عن هذه الاسئلة تطرح الدراسة الفرضيات التالية وهي:

- يرتبط نجاح سياسات التنمية السياحية المستدامة بمدى توفر الدول على الامكانيات والموارد (طبيعية، بشرية، مالية).
- توجه الدول لاعتماد استراتيجيات تنمية للسياحة المستدامة نظرا لآثارها الايجابية على التنمية، على غرار ما قامت به الجزائر ويفترض تجسيده في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.
- تحقيق الدول لتنمية سياحية مستدامة مرتبطا بمدى نجاح تنفيذ الاستراتيجية المعدة لذلك؛ بمعنى تحقيق الجزائر لتنمية سياحية مستدامة مرتها بمدى نجاح تنفيذ استراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.

● حدود الدراسة:

الحدود المكانية:

الدراسة ركزت على حالة دولة الجزائر سعيا منها لإيجاد أحد البدائل الاقتصادية والاستراتيجية المتاحة لتنويع اقتصادها الريعي (المعتمد بنسبة 98 % على ريع المحروقات).

الحدود الزمانية:

الدراسة تعالج اشكالية التنمية السياحية في الجزائر؛ بالتركيز على فترة الإصلاحات الاقتصادية (أواخر الثمانينات) إلى غاية اليوم (أي الفترة التي شهدت ميلاد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025)؛ مع الإشارة الى نقطتين هامتين:

1- سنة 1990 تمثل نقطة فاصلة في تاريخ الجزائر فهي تاريخ ذو دلالة رمزية ارتبط سياسيا بدخول الجزائر مرحلة التعددية السياسية، واقتصاديا بتبني الجزائر لخيار اقتصاد السوق. وقطاع السياحة غالبا لا يستطيع النمو والتطور إلا في بيئة مفتوحة على جميع الشركاء والفواعل، هاته البيئة ارتبطت تقليديا باقتصاديات السوق.

2- سنة 2025 يفترض اكتمال بناء قطاع السياحة في الجزائر وأفق ما يمكن تحقيقه حسب ما نص عليه مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.

• منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة منهجيا على:

- المنهج الوصفي: لوصف ظاهرة السياحة وما يدور حولها من مفاهيم.
 - المنهج الاحصائي: باعتبار الدراسة تطرقت لبعض الاحصائيات لرصد مدى تحقيق بعض الأهداف المسطرة في القطاع السياحي.
 - منهج دراسة حالة: باعتبار الدراسة انصبت على دراسة حالة دولة الجزائر.
 - منهج تحليل المضمون: تم توظيفه حين تم تحليل مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.
- كما تناولت الدراسة بقراءة وفهم بعض البيانات الإحصائية وكذا تحليل بعض الظواهر المرتبطة بالسياحة كالأمن السياحي أو الثقافة والوعي السياحي.

• أدبيات الدراسة

الدراسة الاولى:

اطروحة دكتوراه علوم للطالب الباحث عوينان عبد القادر بعنوان " السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات 2000-2025 في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 "؛ قدمت بكلية العلوم الاقتصادية بجامعة الجزائر3؛ سنة 2013. يعالج الباحث اشكالية النهوض بقطاع السياحة في الجزائر لما تتوفر عليه الاخيرة من مؤهلات وقدرات طبيعية وبشرية. غير ان الباحث خرج بنتيجة سلبية تتمثل في تخلف وضعف القطاع السياحي في الجزائر وهذا راجع لعدة اسباب أبرزها الخيارات الاقتصادية للدولة الجزائرية غداة الاستقلال (التوجه نحو خيار الصناعات الثقيلة وإهمال باقي القطاعات الاقتصادية الاخرى وعلى رأسها السياحة) الى غاية نهاية الثمانيات؛ اضافة للوضع الأمني الذي عاشته الجزائر في تسعينات القرن الماضي (العشرية السوداء).

الدراسة الثانية:

اطروحة دكتوراه علوم للطالبة الباحثة بوشوشة رقية بعنوان " الاستثمار في الجزائر ودورة في التنمية المستدامة: حالة الجزائر"، قدمت بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة عنابة سنة 2015، ركزت الدراسة على أهمية الاستثمار في عملية الجذب السياحي حيث تساءلت الباحثة عن الآليات والسبل الكفيلة لدفع عجلة التنمية للقطاع السياحي باعتباره قطاعا اقتصاديا استراتيجيا بغية استغلال الامكانيات السياحية الطبيعية المتوفرة للجزائر بهدف تحقيق التنمية المستدامة. توصلت الباحثة الى عدة نتائج أبرزها ضعف القطاع السياحي في الجزائر رغم الامكانيات الطبيعية والبشرية المتاحة والجهود المبذولة.

الدراسة الثالثة:

اطروحة الدكتوراه علوم للباحث كواش خالد بعنوان " أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية: حالة الجزائر" قدمت سنة 2004 بكلية العلوم الاقتصادية بجامعة الجزائر، عالج الباحث من خلالها فكرة ضرورة الاهتمام بالقطاع السياحي باعتباره قطاعا استراتيجيا من شأنه اعطاء الكثير للجزائر خاصة في البعد الاقتصادي مستدلا في ذلك بدول الجوار (تونس، المغرب) منبها للإمكانيات السياحية المعتبرة التي تملكها الجزائر والتي تخول لها التميز في مجال السياحة لو أحسن استغلالها بالارتكاز على آليات واستراتيجيات مدروسة.

الباحث يؤكد على أهمية خيار تنمية القطاع السياحي في ظل الرهانات الدولية والاتجاه نحو اقتصاد الخدمات وعلى راسه السياحة. توصل الباحث الى نتيجة مفادها ضعف وهشاشة قطاع السياحة في الجزائر لأسباب تنظيمية وهيكلية.

الدراسة رابعة:

رسالة ماجستير للطالب الباحث هدار عبد القادر بعنوان ' واقع السياحة في الجزائر وفاق تطورها ' قدمت بكلية العلوم الاقتصادية لجامعة الجزائر سنة 2006. الباحث تساءل عن الاستراتيجيات الجديدة المتبعة من طرف الدولة الجزائرية لتفعيل وتنمية قطاع السياحة بصفة عامة (دون التركيز على مبدأ الاستدامة) لما تتمتع به البلاد من مؤهلات طبيعية بالخصوص تؤهلها لتكون دولة رائدة سياحيا (مساحة شاسعة، طول وجمال الشريط الساحلي، فصول اربعة، طبوغرافيا صحراوية متنوعة بين الواحات والحماده والعروق...). الباحث توصل لنتيجة مفادها عدم وجود استراتيجية واضحة لتطوير القطاع السياحي بسبب اصرار صانع القرار في الجزائر على تفضيل خيار البديل الاقتصادي الأوحد وهو قطاع المحروقات.

الدراسة خامسة:

رسالة ماجستير للطالب مزاني محمد بعنوان " دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر " قدمت بالمدرسة الدكتورالية للاقتصاد وادارة الاعمال لجامعة وهران سنة 2014. ركزت الدراسة على الدور المحوري الذي بإمكان السياحة لعبه على المستوى الاقتصادي والاجتماعي وما يمكن ان يعكسه ذلك من توفير خيارات وفرص للمجتمع. توصل الباحث الى نتائج أبرزها ضعف القطاع السياحي لإهماله من طرف صانع القرار ضمن مختلف الخطط والبرامج التنموية بمعنى عدم اخذ قطاع السياحة بالاعتبار اثناء رسم السياسات التنموية واعتبار السياحة مجال اقتصاديا ثانويا، مما فوت على الجزائر فرصة تمكنها من تنويع اقتصادها وزيادة مداخيلها من العملة الصعبة.

استخلاص:

معظم الدراسات ركزت على الأهمية الاقتصادية للسياحة كبديل استراتيجي متاح لتنويع الاقتصاد الوطني في ظل امتلاك البلاد لموارد ومؤهلات سياحية ضخمة (طبيعية خاصة) تؤهلها للنجاح في هذا المسعى، لكن هذه الدراسات خلال تحليلها لمسار التنمية السياحية في الجزائر خاصة مع تبني الأخيرة لمخطط وطني توجيهي للتهيئة السياحية يمتد لآفاق عام 2025؛ لم تلق الضوء على ابراز عنصر الاستدامة السياحية بالاعتماد على خيار التخطيط الاستراتيجي كآلية اعتمدها الجزائر لترقية قطاعها السياحي والذي يفترض تكريسه لبناء استراتيجية وطنية للتنمية السياحية مستدامة ومكتملة الجوانب آفاق 2025 وهذا أساس الاشكالية البحثية المطروحة. نشير أيضا، أن معظم الدراسات التي تناولت موضوع التنمية السياحية مصدرها معاهد وكليات الاقتصاد والتسيير، مما أتاح لنا الفرصة لتناول الموضوع بلمسة سياسية وتحديدًا من الجانب التنظيمي-الاداري بحكم التخصص.

تبرير الخطة:

للإجابة على الاشكالية المطروحة بطريقة علمية، تم تبني خطة قسمت وفق ما تقتضيه الدراسة إلى ثلاثة فصول:

فصل أول: إطار نظري ويشتمل أساسا على تحديد مفهوم السياحة وما يدور حوله وكذا مفهوم التخطيط الاستراتيجي السياحي وعلاقته بالتنمية السياحية المستدامة.

فصل ثان: يتضمن رصد المسار التنموي السياحي في الجزائر بالتركيز على الفترة الممتدة من بداية الانفتاح السياسي أواخر الثمانينات الى غاية اليوم، مع التطرق لمختلف الإشكاليات التي كبحت تطور القطاع السياحي في الجزائر والتي كانت السبب المباشر لميلاد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

فصل ثالث: تناول هذا الفصل بالشرح والتفصيل المفهوم الجديد للسياحة في الجزائر، كما تم التطرق بالتحليل والتقييم لمضمون المخطط التوجيهي للتنمية السياحية لآفاق 2025 مع الإشارة لعنصر استشراف معالم مستقبل السياحة المستدامة في الجزائر وفق التوجهات السياحية العالمية.

خاتمة: تلمين النتائج واعادة صياغة التوصيات بطريقة تمهد لبناء جسرنا نحو تحديد معالم استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر مكتملة لهذا المخطط وقد تكون مفتاح لبناء استراتيجية جديدة بالكامل لتنمية سياحية مستدامة في الجزائر.

• صعوبات الدراسة:

- الظرف الاستثنائي الذي عاشته البلاد خاصة بعد حراك 22 فيفري 2019، اضافة للأزمة الوبائية (كوفيد19) جعل البلاد تعيش حالة شبة اغلاق وركود مس جميع القطاعات من بينها قطاع البحث العلمي؛ هذا الظرف قلل من فرص عقد مقابلات بحثية مع مسؤولي السياحة على المستوى المحلي على الأقل في تلك الفترة.
- قلة المراجع والمصادر المتخصصة في الفكر والفلسفة السياحية سواء على المستوى العربي او حتى الأجنبي والمنتسبة لباحثين ذوو تخصص تنظيمي-سياسي؛ وأغلب الدراسات ذات طبيعة ميدانية/إحصائية يغلب عليها طابع الاقتصاد القياسي.
- تداخل وارتباط احصائيات وبيانات مجال النشاط السياحي مع بيانات قطاعات اخرى.
- وجود نوع من تضارب الاحصائيات السياحية: كأن تجد رقمين لمتبع تطور متغير معين مثل "تعداد عدد الليلي السياحية في الجزائر"، نجد رقم خاص بإحصائيات الديوان الوطني للإحصائيات وآخر خاص بوزارة السياحة.
- عدم تحيين المواقع الالكترونية للمؤسسات الوطنية في المجال السياحي (وزارة السياحة، الدواوين، المديرية الولائية للسياحة....)؛ ما يجعل المعلومات المتوفرة لا تعكس حقيقة الواقع السياحي (خاصة في مجال طاقات الايواء، عدد السياح الوافدين، الايرادات، الاستثمارات...).
- نشير أيضا لمسألة على قدر من الأهمية الرمزية، لا تعتبر صعوبة بحثية بقدر ما تعبر عن تنويه أو التماس، ويخص وزارة السياحة والصناعات التقليدية التي كان باستطاعتها عبر موقعها الالكتروني توفير ثلاثة نسخ من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 بثلاثة لغات مختلفة: العربية، الفرنسية والانجليزية عوض توفير نسخة واحدة باللغة الفرنسية فقط.

الفصل الأول:

الإطار النظري والمعرفي للدراسة

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

تقديم الفصل:

تعد السياحة أحد أهم القطاعات الاقتصادية حركية عبر العالم، ومصدرا خالقا للثروة وجالبا لإيرادات ومداخيل بالعملية الصعبة؛ الدافع الذي جعل العديد من دول العالم تركز اقتصاديا على النشاط السياحي.

فمنظمة السياحة العالمية تقر بأن السياحة تعد ركيزة أساسية لبناء مستقبل أفضل لجميع شعوب العالم؛ ففي أوروبا؛ وهي قبلة سياحية رائدة في العالم، ولد القطاع سنة 2019 ما يناهز 407 مليار دولار أمريكي من إيرادات دولية، مما ساهم في توفير 27 مليون وظيفة لأوروبا¹. من هنا؛ يلمس الاثر المادي (الاقتصادي والاجتماعي) للسياحة. ف جاء هذا الفصل لإبراز مفهوم ظاهرة السياحة وما يدور حولها من مفاهيم.

¹ : منظمة السياحة العالمية، تقرير: 'رسالة من مدريد - علينا أن نستيقظ بسرعة'، 15 أبريل 2020، ص 01.

المبحث الأول: ماهية السياحة:

المبحث يتطرق لتحديد مفهوم السياحة عبر التعرض لنشأة المفهوم وتطوره التاريخي، كما يستعرض مفاهيم أخرى لها علاقة دلالية مباشرة بظاهرة السياحة كالتنمية المستدامة والتخطيط السياحي. **المطلب الأول: السياحة: النشأة والتطور.**

1- تاريخ السياحة:

عرف الانسان ظاهرة السياحة منذ الأزل، لكن لم تكن بذات المفهوم الموجود عليه الآن، فقد كانت السياحة قديما بسيطة وبدائية في وسائلها وأهدافها ودوافعها وعليه؛ يمكن رصد ثلاثة مراحل كبرى مر بها المسار التاريخي لتطور مفهوم ظاهرة السياحة؛ وهي¹:

أ- السياحة في العصور القديمة:

تبدأ هذه المرحلة منذ بداية الحياة الأولى وظهر الانسان الأول لغاية نهاية القرن الرابع ميلادي، حيث عرف الانسان ظاهرة التنقل والترحال منذ نشأته الأولى بحثا عن الرزق وظروف معيشة كريمة (الماء والكأ)، فالحياة الأولى (قبل الميلاد) للإنسان كانت جد بسيطة وبدائية؛ بحيث لم تكن هناك وسائل نقل أو حتى طرق معبدة؛ حتى عنصر الوقت لم يكن ذي أهمية لدى الانسان الأول البدائي.

السياحة القديمة لم تكن دون أدنى شك بالمفهوم الذي نعرفه الآن؛ بل كانت تتمظهر في بعض الرحلات التي قام بها الانسان الاول بدافع:

- تحقيق فائدة.
- الفضول وحب الاستكشاف.
- الدافع الديني.

بمعنى:

- **تحقيق فائدة:** قد تكون فائدة تجارية بين مختلف القبائل والأقاليم (خاصة فيما بين الأقاليم

والدويلات المتجاورة)، وقد تحمل "الفائدة" عدة أوجه منها:

- تحقيق المتعة والفرجة؛ مثلما صنعه اليونانيون القدامى على امتداد الفترة التاريخية بين 776 ق م

الى غاية 393 م، وزيارتهم لجبل أولمبيا المقدس والاستمتاع بالاستعراضات الرياضية.

¹ : ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، ط1، (الأردن، دار زهران للنشر والتوزيع، 1996)، 13.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

○ الفائدة قد تكون ذات طابع علاجي، ويتجلى ذلك في الرحلات التي كان يقوم بها الإغريق والرومان للأقاليم (المدن) التي تملك عيوناً للمياه الكبريتية المنقحة ومنابع حموية بغرض مداواة والعلاج.

- **الفضول وحب الاستكشاف:** بغرض معرفة الآخر من حيث العادات والتقاليد والأعراف، من باب ضمان الأمن وحسن الجوار والتعاون، أدى هذا العامل شعوب العصور القديمة إلى المغامرة برحلات شاقة وطويلة، وتعتبر روايات المفكر والمؤرخ الإغريقي هيرودوت أبرز دليل على ذلك.
- **الدافع الديني:** زيارة الأماكن المصنفة في خانة "المقدس"، دفع الناس قديماً للقيام بزيارات ورحلات طويلة وبعيدة؛ بهدف اتمام بعض الطقوس التعبدية والدينية. ويبدو هذا جلياً لدى الصينيون القدامى من خلال سعيهم لزيارة إلههم "بوذا"؛ أو حتى أتباع سيدنا إبراهيم - عليه السلام - من خلال رحلة "الحج" وزيارة بيت الله الحرام بمكة.

ب- السياحة في العصور الوسطى:

تمتد هذه المرحلة بين القرن الخامس الميلادي وأواخر القرن الخامس عشر ميلادي؛ وهي الفترة التي عرفت نهضة حضارية للأمة الإسلامية؛ أين كانت حواضر البلاد الإسلامية كقرطبة وبغداد والكوفة قطبا علميا جاذبا لمختلف الشعوب والأجناس، كما نسجل بداية عصر الاكتشافات الجغرافية من طرف الرحالة الأوروبيين (خاصة)؛ التي أسفرت عن اكتشاف العالم الجديد (القارة الأمريكية) عام 1429 م وطريق البحري رأس الرجاء الصالح عام 1497م، والذي سمح يربط قارتي أوروبا وآسيا عن طريق البحر¹.
فيما ازدهرت الحضارة العربية الإسلامية التي امتدت إلى غاية شرق وجنوب قارة آسيا شرقاً وإلى إسبانيا (الاندلس) غرباً، مما أدى إلى اتساع رقعة النشاط التجاري للمسلمين (المسلمين العرب تحديداً) معتمدين في ذلك على الرحلات البحرية والبرية؛ متجاوزين حدود إقليم الدولة الإسلامية. علماً أن مدينة بغداد عاصمة الخلافة العباسية وقرطبة عاصمة الأندلس كانتا من أهم الأقطاب الحضارية في ذلك الوقت، ومن أكثر المقاصد والمزارات جذبا لمختلف الأجناس نظراً²:

¹ : مصطفى يوسف كافي، تاريخ السياحة، ط1، (قسطنطينة، دار ألفا للوثائق، 2018)، 32.

² : فتحي محمد شرقاوي، مبادئ علم السياحة، (الاسكندرية، مكتبة المعرفة للطباعة والنشر، 2006)، 13 - 17.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- الإنتعاش الاقتصادي.
- الاستقرار الاجتماعي.
- توفر عامل الأمن.
- ازدهار وتوفر فرص الأعمال.

ج - السياحة في العصور الحديثة:

يمكن تقسيم هذه الحقبة إلى مرحلتين كما يلي:

- مرحلة السياحة في عصر النهضة الأوروبية الحديثة.
- مرحلة السياحة في الفترة المعاصرة.

ج.1- مرحلة عصر النهضة الأوروبية الحديثة: تمتد هذه الفترة من القرن السادس عشر ميلادي إلى غاية

نهاية القرن التاسع عشر ميلادي؛ حيث تميزت ب¹:

- ازدهار مجال الرحلات والأسفار بفعل زيادة وانتعاش حركة الكشوفات الجغرافية التي أسفرت عن اكتشاف كل مناطق العالم الجديد (الأمريكيتين) والوصول لأبعد المناطق والأكثر عزلة في أقصى جنوب الكرة الأرضية (قارة أوقيانوسيا) وكل جزر المحيط الهادي والهندي.
- كما شهدت هذه الفترة رحلات مكثفة من طرف القوى الامبريالية التقليدية (فرنسا، بريطانيا، هولندا، اسبانيا، البرتغال) لاكتشاف أدغال القارة السمراء.

مما سبق؛ يتضح ميلاد نوع من العلاقة الارتباطية بين كثافة الكشوفات الجغرافية المحفوفة بروح المغامرة والفضول وحب الاستطلاع من جهة وانتعاش النشاط السياحي من جهة أخرى، مما أعطى قيمة وازدحام لمسار تطور ظاهرة السياحة تاريخيا. ما دفع وشجع أحد المغامرين الفرنسيين لإصدار أول دليل سياحي في تاريخ السياحة؛ سنة 1672 موسوم ب²:

" دليل الأجنبي لزيارة فرنسا = **Guide de l'étranger pour visiter la France** "

¹ : نعيم الطاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، ط1، (عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع)، 15.

² : المرجع نفسه، 18.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

اضافة؛ لأكبر انجاز تاريخي في مجال النشاط السياحي تم من طرف فرنسا يتمثل في ابتكار دورتين سياحيتين بغرض التنزه والتمتع بالطبيعة داخل فرنسا؛ هما:

- **الدورة الصغرى:** وتشمل باريس والجنوب الغربي لفرنسا.
- **الدورة الكبرى:** تشمل باريس والوسط والجنوب الشرقي؛ مما منح فرنسا نوع من الأسبقية التاريخية في انتعاش وتطور فكرة السياحة بالمفهوم الراهن.

بعد ذلك؛ وتحديدا في بريطانيا؛ سنة 1807، ظهرت فكرة: " قم بالدورة الكبرى = Do the big tour"؛ كشعار حامل لنشاط مطالب بل وملزم بتطبيقه (من باب التفاخر على الأقل) كل شاب انجليزي يافع وناصح لاكتشاف القارة العجوز؛ عن طريق القيام بما يسمى بالدورة الكبرى، ومن هنا اشتقت كلمة سياحة مصطلحها، أي من الكلمة الانجليزية "The Tour"، وظهرت بالتوازي معها كلمة " سائح = The Tourist" للدلالة على من قام بالدورة¹. السياحة خلال هذه الفترة اتسمت بالخصائص التالية²:

○ نتيجة ظهور الثورة الصناعية؛ تطورت شركات النقل وانخفضت كلفة التنقل من حيث الجهد، الوقت والتكلفة المالية؛ نظرا لانتعاش صناعة السكك الحديدية، مما منح فرصة للطبقة الوسطى بمشاركة الطبقة الارستقراطية والغنية متعة السفر، هاته الأخيرة التي كانت تعتمد على وسائلها الخاصة أثناء السفر والتنقل.

○ أيضا، من نتائج الثورة الصناعية، ظهور العطل السنوية والاجازات الاسبوعية (عطلة نهاية الأسبوع – السبت والأحد)، مما حفز طبقة العاملين على السفر والترحال (فردى أو رفقة عائلاتهم).

○ كنتيجة لانتعاش حركة التنقل والسفر؛ انتعشت معها حركة انشاء الفنادق والموتيلات لاستيعاب وايواء المسافرين (السواح).

○ مع ضمان دخول (أجور) ثابتة للكثير من أفراد المجتمعات الأوربية نتيجة الثورة الصناعية، أصبحت فكرة السفر والترحال (السياحة) فكرة شعبية تجاوزت طبقة الأغنياء والاقطاعيين والأرستقراطيين.

1: سمر رفقى الرجبى، الإدارة السياحية الحديثة، ط1، (الاردن، الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2018)، 09.

2: محمد خميس، صناعة السياحة في المنظور الجغرافي، ب ط، (دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2015)، 35.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

ج.2-مرحلة السياحة في الفترة المعاصرة:

تبدأ هذه المرحلة من نهاية الأربعينيات من القرن الماضي و تحديدا بعد نهاية الحرب العالمية الثانية (بعد سنة 1945 م)؛والتي تميزت بنشاط اقتصادي كثيف تمثل أساسا في إعادة إعمار أوروبا (مشروع مارشال) بعد الدمار الذي لحق بها جراء تداعيات الحرب العالمية الثانية ، صاحب هذا النشاط الاقتصادي استقرارا سياسيا و أمنيا مقبولا وكنتيجة لذلك تحسنت الأوضاع الاجتماعية للشعوب (الأوروبية خاصة) وانتعشت أحوالهم المادية ؛ مما ساهم في بروز طبقة من العمال يشتغلون تحت رحمة نمطا اقتصاديا (صناعيا) جد متسارع ؛ ولد لديهم ضغوطا نفسية وصحية ملفتة، مما دفع بالأفراد العاملين محاولة ايجاد طريقة للتنفيس عن ضغوطاتهم العملية بالابتعاد عن بيئة العمل الضاغطة باستغلال عطلم في السفر ، ومنه تغير غرض السفر و السياحة من التمتع و روح المغامرة وحب الاستطلاع إلى البحث عن ملاذ للاسترخاء و الراحة و الاستجمام ، وتميزت هذه الفترة بعدة سمات منها ¹ :

- انتعاش حركة السياحة العمال بصفة جماعية خارج اقليم أوطانهم (خارج حدود مقر الإقامة)؛ بعدما كان الطلب السياحي مقتصر على فئة المقتدرين ماديا (طبقة الأغنياء).
- تطور وسائل النقل وانخفاض تكلفتها وخاصة السكك الحديدية وحتى النقل الجوي، مما وفر الكثير من الجهد والوقت والمال للأفراد المسافرين مع ضمان قدر كبير من الرفاه والاستمتاع.
- ظهور فكرة التخييم، ودور الشباب في أرجاء العالم (أوروبا وأمريكا) المنخفضة الكلفة، مما شجع وأنعش فكرة السفر والترحال لدى فئات عريضة من المجتمعات.
- انتعاش فكرة زيارة المقاصد الثقافية والمزارات التاريخية والآثار، مثل برج ايفل بباريس، الأهرامات بمصر، جبل أولمبيا بأثينا-اليونان، ...

¹ : منى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، ط1 (القاهرة، 2021 مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع)، 35.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

استخلاص:

مصطلح السياحة بشحنته المعرفية الآنية لم يكن وليد اللحظة، بل مر بمسار تاريخي طويل بدأ منذ الانسان الأول الباحث عن المرعى والماء؛ مروراً بإنسان العصر الوسيط الباحث عن العلاج أو المقصد الديني لأداء طقوسه التعبدية، وصولاً لإنسان العصر الحديث الباحث عن مصلحته وأغراضه المتعددة والمتنوعة بتنوع حاجاته ومستواه الاجتماعي، من علاج وصحة، ترفيه، ثقافة، تعليم، اقتصاد وأعمال، ... مما منح مصطلح السياحة ثراءً وتنوعاً في المفهوم.

2-التعاريف الأساسية للسياحة:

1.2-تعريف السياحة:

تعريف السياحة عند العرب:

الاسلام منهاج حياة شامل وكامل ؛ تضمن كل مناحي الحياة و ظواهرها أو أشار إليها ، و السياحة لم تنشذ عن هذه القاعدة ؛ فالكلمة عرفها العرب وموجودة في قواميس اللغة العربية قديما (قبل أن تعرفها اللغات اللاتينية بالغرب)، بدليل ورودها في أكثر من موضع بالقرآن الكريم ؛ مثال في قوله تعالى في سورة التوبة: " فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين"¹، وفي موضع آخر من نفس السورة يقول تعالى : "ومن أوفى بعهده من الله فاستبشروا ببيعكم الذي بايعتم به وذلك هو الفوز العظيم، العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الآمرون بالمعروف والناهون عن المنكر والحافظون لحدود الله وبشر المؤمنين"² .

تعريف السياحة في القواميس:

■ حسب ما جاء في قاموس لسان العرب لابن منظور، تعني السياحة جريان الماء على وجه الأرض، فيقال ساح الماء بمعنى ذهب وسار وجرى على وجه الأديم (أي الأرض) وتعني أيضا الذهاب في مناكب الأرض قصد التعبد والترهب³.

¹ : سورة التوبة، الآية 02.

² : سورة التوبة، الآية 111-112.

³ : ابن منظور، جمال الدين أبو الفضل، لسان العرب، (بيروت، دار بيروت للطباعة والنشر، 1992)، 492.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- قاموس أوكسفورد عرف السياحة بأنها: نظرية ممارسة السفر والمتعة؛ وهي الأعمال الخاصة بجذب السواح وتوفير السكن ووسائل التسلية لهم¹.
- حسب قاموس وبستر السياحة تعني: الرحلة التي يعود منها الفرد الى مكان مغادرته من رحلة كاملة تكون عادة للمتعة أو التعليم والتي من خلالها يزور عدة أماكن والتي يضع خطة لأجلها².
- قاموس هيريتج الأمريكي يعرف السياحة: هي ممارسة السفر للمتعة، وكذا الأعمال الخاصة بتوفير الرحلات السياحية والخدمات للسياح³.

اتجاهات تعريف السياحة حسب الباحثين المختصين:

أبرزت الدراسات السياحية الحديثة الكثير من التعاريف لمفهوم السياحة؛ وتؤكد هذه الاختلافات عدم وجود اتفاق منهجي بين الباحثين لوضع تعريف موحد لمصطلح السياحة؛ نظرا لتعدد الظاهرة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وحتى البيئية؛ وعليه نرصد أربعة اتجاهات لتعريف السياحة:

أ- السياحة كنشاط ترفيهي إجتماعي:

السياحة ظاهرة تتولد عن الحاجة الملحة الى الترفيه وتغيير الأجواء؛ كما أنها تمثل الشعور الفطري للاستمتاع بجمال الطبيعة والسفر إلى أماكن لها سحر وطبيعة متميزة⁴، يعتبر هذا أول تعريف للسياحة؛ جاء به الألماني فرويلر جوبير (Freuller.G) سنة 1905.

جاء أيضا في نفس الاتجاه؛ تعريف السياحة _ حسب وزارة الاقتصاد لدولة الامارات العربية المتحدة: السياحة حركة اجتماعية اختيارية تهدف الى الترفيه والاستمتاع الذهني والبدني والروحي؛ مرتبطة بتغيير المكان وقتيا وتلقائيا وليس لأسباب تجارية أو حرفية⁵.

¹ : Dictionnaire، Oxford en Anglais , 1989 , p 306.

² : Dictionnaire ،Webster, 1961، p 2418.

³ : Dictionnaire ,Americain Heritage Dictionary, 2000 , p 1243.

⁴ : أحمد جلاّد، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، ط1، (القاهرة، عالم الكتاب، 1998)، 108.

⁵: وزارة الاقتصاد، الامارات العربية المتحدة، دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها، الإصدار الخامس،

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

ب-السياحة كنشاط اقتصادي:

هناك من المحللين من يربط تعريف مفهوم السياحة بالبعد الاقتصادي على أساس السياحة في الأصل تعتبر نشاطا اقتصاديا⁴؛ مثل تعريف النمساوي تشولارد (Schullard.H) والذي يعتبر السياحة اصطلاحا يطلق على العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوفود وإقامة الأجانب بصفة مؤقتة داخل حدود دولة معينة¹. أو كما يرى الاقتصادي الأمريكي بال (Bull) السياحة بشكل مختلف فيعرفها بأنها نشاط يشمل السلوك الإنساني واستخدام للموارد وتفاعل مع الناس والاقتصاد والبيئة².

ج-السياحة كصناعة:

هناك من عرف السياحة على أساس أنها صناعة؛ على غرار الأمريكي كون ليبير (K.Leuper) إذ يؤكد بأن السياحة كصناعة تحتوي على منشآت ومنظمات وتسهيلات تشبع احتياجات الفرد السائح؛ غير أن هناك من المحللين من يرى بأن السياحة في الواقع ليست بصناعة وإنما تحتوي على العديد من الصناعات المرتبطة مع بعضها البعض من خلال دورها في امداد الفرد السائح بكل متطلباته³. كما نرصد تعريف منظمة السياحة العالمية والتي جمعت فيه بين الترفيه وبعد النشاط الاقتصادي: السياحة تشمل أنشطة الأفراد المسافرين والباقيين في أماكن خارج بيئتهم ليس لأكثر من سنة كاملة لقضاء وقت فراغ وللأعمال غير التجارية الربحية ولأغراض أخرى⁴.

وعليه؛ يمكن استنتاج من التعاريف السابقة للسياحة بأنها تقاطع للأبعاد الثلاثة:

- بعد طبيعي-ترفيهي يتمثل في تحركات وتنقلات الافراد السواح من أماكن اقامتهم الى مقاصد أخرى بهدف الترفيه والاستجمام وأغراض ترفيهية أخرى.
- بعد اقتصادي يتمثل في المتغير الاقتصادي الذي يتأثر بالإنفاق السياحي ومدى جاهزية الدولة المضيفة لتلبية متطلبات السواح.

4: ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 1996، ص11.

²: عبلة عبد الحميد بخاري، اقتصاديات السياحة، د ط (بيروت: لبنان، 2012 مكتبة الدار العربية للكتاب)، 12.

³: عبلة عبد الحميد بخاري، مرجع نفسه، 11_12.

⁴: منظمة السياحة العالمية، تقرير اجتماع اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة، نيويورك، في 22 فيفري 1993، ص 15

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

▪ بعد اجتماعي _ سلوكي كنتيجة حتمية من تلاق الفرد السائح بالنسيج الاجتماعي للمقصد السياحي.

د-السياحة كظاهرة:

من الباحثين خاصة ذوي التوجه والمنهج السوسيولوجي مثل ما صوره الباحثان ماثيسون وال Mathieson & Wall بأن السياحة ظاهرة عضوية مركبة من ثلاثة جوانب رئيسية¹:

○ جانب ديناميكي (حركي): ويتجلى في عملية الطلب السياحي ثم الانتقال من مكان الى آخر (الرحلة).

○ جانب استاتيكي(ساكن): ويتمثل في الوجهة السياحية المختارة (المكان المسافر اليه) ودرجة رضا السائح على امتداد فترة محددة.

○ جانب سببي: ما تخلفه الرحلة من آثار (اقتصادية، ثقافية، بيئية، اجتماعية)؛ مما يستوجب على القائمين بالنشاط السياحي (الرحلة) وضع استراتيجية تنظيمية للتحكم في هذه الآثار؛ سواء بتثمينها إذا كانت ايجابية أو تعديلها في الحالة العكسية.

هاته الجوانب الثلاثة تتفاعل (كما يظهر في الشكل رقم(01) فيما بينها تحت تأثير عوامل (اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، بيئية) محفزة ودافعة لتفعيل الظاهرة السياحية. هاته الأخيرة كم يراها أصحاب هذا الاتجاه؛ ترتبط عضويا بمحددتين رئيسيين هما:

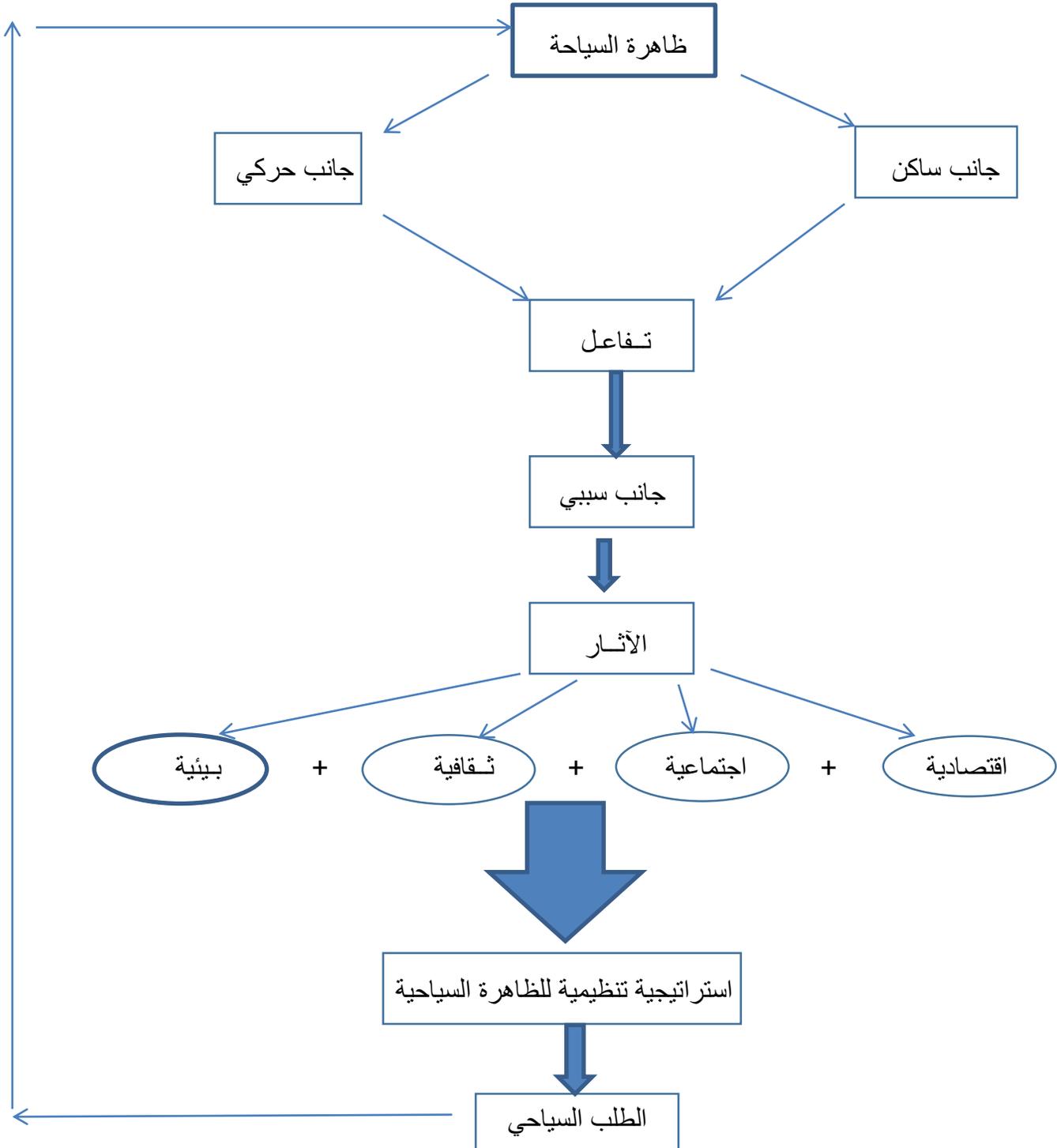
○ موضوع (الغرض من) النشاط السياحي.

○ المورد البشري المحرك لهذا الموضوع (القوى العاملة في مجال السياحة - السائح).

¹ : وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2006، ص 65.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

الشكل رقم 01: مخطط لتفسير السياحة كظاهرة.



المصدر: من اعداد الباحث.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

مما سبق، يمكن وضع التعريف الاجرائي لمفهوم السياحة كالتالي: السياحة نشاط انساني مبهج يتضمن انتقال الناس الى مقاصد سياحية خارج موطن اقامتهم المعتاد لأغراض مختلفة (ترفيه، علاج، استجمام، تخييم، عمل،) عدا الإقامة والعمل المريح. من هنا نستنتج أن هناك اتفاق مفاهيمي على تقييد مصطلح/مفهوم السياحة بثلاثة قيود وهي:

- ✓ الغرض من الرحلة السياحية (اقضاء الأنشطة الربحية والإقامة الدائمة).
- ✓ المسافة (الانتقال خارج مقر اقامة الفرد السائح).
- ✓ مدة الرحلة السياحية (أكثر من أربعة وعشرون ساعة وأقل من سنة).

2.2-تعريف السائح:

الباحث الانجليزي نورفال Nourfal المختص في الدراسات السياحية، عرف السائح بأنه الشخص الذي يدخل بلدا أجنبيا لأي غرض عدا الإقامة الدائمة أو العمل في هذا البلد¹.

الباحث الانجليزي أوجليف Ojlive المختص في الدراسات السياحية، سنة 1933م؛ عرف السائح بأنه كل شخص تتوفر فيه شرطان؛ الاول الانتقال من الموطن الاصلي لمدة تقل عن سنة، والشرط الثاني بسبب اقامتهم خارج موطنهم ينفقون في مناطق الإقامة المؤقتة أموالا لم يكسبوها في هذه المناطق².

كما عرف مؤتمر روما العالمي للسياحة سنة 1963 م السائح بأنه كل شخص يزور بلدا غير بلده الذي يقيم فيه بصورة دائمة ومعتادة لأي سبب من الأسباب عدا العمل بأجر³.

¹ : حمزة دراركة وآخرون، مبادئ السياحة، ط1، (الاردن، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014)، 19.

² : مصطفى يوسف كافي، مدخل لعلم السياحة، ط1، (قسنطينة، الجزائر، ألفا للوثائق، 2017)، 47.

³ : حمزة دراركة وآخرون، مرجع نفسه.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

وحسب تعريف منظمة السياحة العالمية الذي قدمته للأمم المتحدة: السائح هو كل شخص يقيم خارج بلده الأصلي المعتاد خلال فترة تزيد عن أربعة وعشرين ساعة وتقل عن عام على ألا تتحول إلى إقامة دائمة¹.

نشير فقط أن صفة سائح تطلق على كل شخص ينتقل من مكان إقامته المعتاد إلى مكان آخر بشرط توفر شرطين أساسيين²:

○ شرط المسافة: كل إنسان يقطع مسافة أربعين كم (40 كم/25 ميل) كي يعتبر

سائحاً وقد رفع الحد في بعض الدول إلى مئة وستون كم (160 كم/100 ميل).

○ شرط بقاء ليلة كاملة في مكان المزار (على الأقل).

طبعا؛ إضافة لشرطي:

○ عدم الإقامة الدائمة في مكان المقصد السياحي.

○ عدم الكسب والربحية أثناء الزيارة السياحية.

عموماً؛ لجنة الإحصائيات السياحية التابعة للأمم المتحدة باينت بين المسافر (Voyageur)،

الزائر (Visiteur)، المنتزه (Excursionniste) والسائح (Touriste).

الشكل الموالي (رقم 02) يوضح ذلك:

¹: قرار الأمم المتحدة، الصادر عن اجتماع المجلس الاقتصادي، روما، 1963.

⁵: عبلة. عبد الحميد بخاري، مرجع سابق، ص 14.

3- خصائص السياحة:

السياحة ظاهرة حضارية بامتياز بكل ما يحمله هذا المصطلح من أبعاد انسانية سواء على الصعيد الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي أو حتى البيئي، صنفها العارفون ضمن قطاع الخدمات، ما منح مفهوم السياحة ثراء معرفيا يتجلى في العديد من الخصائص، منها¹:

- ✓ السياحة غير قابل للتخزين: الخدمات السياحية لا يمكن تخزينها، فكل خدمة سياحية جاهزة لسواح معينين، إن لم تستهلك أو تستغل من طرفهم، يكون مصيرها الضياع.
- ✓ السياحة غير قابل للإحلال: لا يمكن استبدال الخدمات السياحية بين أفواج السائحين، فكل خدمة (أو حزمة من الخدمات السياحية) معنية بنوع محدد من السواح.
- ✓ السياحة غير قابل للشحن أو التصدير: طبيعة المنتجات السياحية تفرض على مستهلكها (أي السواح) التنقل اليها شخصيا للانتفاع بها.
- ✓ التلازمة: لا يمكن فصل الخدمة السياحية عن الشخص الذي يقدمها، فهناك رابط عضوي بينها ينعكس على جودة الخدمة المقدمة.
- ✓ السياحة موسمية في الغالب: الطلب على بعض الخدمات السياحية خاضع للظروف، فقد يزيد في مواسم العطل كالصيف وينخفض في مواسم أخرى مثل موسم الشتاء، ما يجعل الطلب السياحي يتميز بالتذبذب وعدم الاستقرار، ما يستدعي تكثيف الجهود في مجال تسويق المنتج السياحي على مدار السنة.
- ✓ مرونة التسعير: تسعير الخدمات السياحية تتحكم فيه عدة عوامل مثل نوعية الخدمة المقدمة، الفئة المستهدفة من السواح، مواسم الذروة على العروض السياحية، ... ما جعل أسعار المنتجات السياحية تتميز بنوع من المرونة سعيا لتلبية أغلب الشرائح الاجتماعية.

¹ : مثنى فائق مسعودي، ادارة الجودة الشاملة ودورها في تطوير القطاع السياحي، ط1، (الأردن، دار الأيام، 2020)،

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

✓ الخدمة السياحية غير متجانسة: بمعنى مستوى ونوعية الخدمة السياحية تختلف من زبون (سائح) لآخر، فتقديم الخدمات السياحية يعتمد بشكل كبير على مقدمي الخدمات والفئات المستهدفة من السواح لاستهلاك هاته الخدمات.

ولعل أهم خاصية هي كون¹:

✓ السياحة ثروة دائمة: باعتبار السياحة تستند على أصول غير قابلة للإهلاك كباقي الأصول المستغلة في انتاج سلع وخدمات قطاعات أخرى، فاعتماد السياحة على خدمات الطبيعة والارث الحضاري والتاريخي وكذا طبيعة المناخ، منح لها خاصية الديمومة طالما تلقى هذه الأصول الرعاية والمحافظة عليها من طرف الانسان، بمعنى استغلالها بأسلوب مستدام.

4-تصنيفات السياحة:

باعتبار السياحة ظاهرة انسانية سلوكية بالدرجة الأولى، فقد ارتبط تنوعها وممارستها بالميل النفسية كالألوان مثلا، فيقال سياحة خضراء لارتباطها بالطبيعة والريف، وسياحة زرقاء للتعبير عن سياحة الشواطئ والبحار، وسياحة سوداء دلالة عن سياحة زيارة أماكن المآسي والكوارث، أيضا قد يرتبط التعدد النوعي للسياحة بطبيعة الدافع أو الحافز للسفر مثل حضور مؤتمر علمي فتكون سياحة مؤتمرات أو بغرض العلاج و المداوة فتكون سياحة علاجية، وقد يكون السفر لزيارة معلما أو مقصدا دينيا فتتعت بالسياحة الدينية...؛ وعليه، تصنيف أشكال (أنواع السياحة) خاضع لعدة معايير، والتي يمكن حصرها كالاتي:

هناك صنفين رئيسيين² للسياحة هما السياحة الخارجية والسياحة الداخلية، كما يلي:

¹ :Mouhoub salah ,cours :‘les institutions et organismes du tourisme’ , Ecole nationale superieure du tourisme d’Ager , 2010-2011,p09.

² : هناك رأي يعتمد تصنيفات السياحة مباشرة من حيث المعيار المحدد، فيصنف سياحة خارجية وداخلية حسب معيار الموقع الجغرافي.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

أ- السياحة الخارجية (دولية): وتكون من قبل مواطنين أجانب داخل حدود دولة أخرى، وتنقسم بدورها الى نوعين:

1. سياحة خارجية موجبة: تكون حينما يدخل سواحا أجانب الى دولة معينة ويستهلكون بإنفاقهم بالعملة الصعبة منتجاتها السياحية.

2. سياحة خارجية سالبة: تحدث عندما يختار مواطنوا بلد الإقامة الأصلي السفر الخارج لأجل عرض سياحي مغري.

ب- السياحة الداخلية. تتم من قبل المواطنين المقيمين داخل حدود اقليم بلد الإقامة الأصلي.

السياحة بصنفها الخارجي والداخلي قد تتنوع الى عدة أنماط حسب عدة معايير، وعليه نرصد العديد من الأنماط كما يلي:

1. حسب معيار الغرض: فنجد:

- **السياحة الترفيهية:** نمط سياحي يعتمد على زيارة أماكن الترفيه والمتعة مثل الحدائق والحضائر والقرى والمنتجعات السياحية، ...
- **السياحة الثقافية:** زيارة أماكن الثقافة مثل المكتبات الكبرى والمعالم الثقافية والحضارية، والرموز التاريخية.
- **السياحة العلاجية:** ويقصد بها المقاصد السياحية العالية مثل المنابع الحموية والحمامات المعدنية أو حتى زيارة كبرى المستشفيات والعيادات بغرض التدوي والاستشفاء.
- **السياحة الرياضية:** نمط سياحي يساهم في اشباع رغبة في ممارسة بعض أنواع الرياضات مثل التحلق على الجليد، سباقات الرالي في الصحاري، ركوب الأمواج، ممارسة لعبة الغولف.
- **السياحة الدينية:** ويقصد بها زيارة الرموز الدينية مثل المساجد والكنائس والأديرة وكل ما له علاقة بالأديان، بغرض الممارسة الطقوس التعبدية أو من باب الفضول.
- **سياحة الأعمال:** وتتجسد مثلا في زيارة المعارض الكبرى (الدولية أو المحلية) بغرض الاكتشاف والتعارف على المعروض من السلع وعقد شراكات أعمال وتجارة.
- **سياحة المؤتمرات:** وهي السفر بغرض حضور ملتقيات ذات طابع علمي، وهذا النمط يجذب الخبراء والمتقنين ورجال النخبة.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

2. حسب معيار العدد:

- **سياحة فردية:** وتتمثل في سفر شخص أو شخصين على الأكثر لمقصد سياحي ما.
- **سياحة جماعية (منظمة):** تتمثل في سفريات المنظمة من طرف الجمعيات أو حتى تلك التي تنظمها وتعرضها وكالات السياحة والأسفار في صورة العروض السياحية الموسمية وبأسعار تنافسية.

3. حسب معيار العمر:

- **سياحة شباب:** نمط سياحي يستقطب الشريحة العمرية من 18 إلى 30 سنة بغرض المغامرة والاستكشاف.
- **سياحة متقاعدين:** نمط سياحي يستقطب الشريحة العمرية فوق سن 65 سنة، هذه الشريحة الباحثة عن الهدوء والراحة.
- **سياحة ناضجين:** نمط يستهدف الشريحة العمرية من 30 إلى 60 سنة، وهي الشريحة المتعددة الاهتمامات.

4. حسب معيار الإقامة:

- **سياحة أيام:** حيث مدة الإقامة لا تتعدى الأسبوع.
- **سياحة موسمية:** حيث مدة الإقامة تناهز الشهر، في غالب لحضور تظاهرات موسمية.
- **سياحة مقيم:** حيث مدة الإقامة تتعدى الشهر وتصل حتى ثلاثة أشهر. وتخص غالبا فئة الشيوخ والمتقاعدين، وهو نمط سياحي جد مزدهر في أوروبا.

5. حسب معيار جنسية السائح:

- **سياحة أجنبي:** تستهدف السواح حاملي جنسية غير جنسية بلد المقصد السياحي.
- **سياحة المقيمين خارج البلد (المغتربين):** تخص مواطني البلد المقيمين في الخارج عند دخولهم لبلدهم الأصلي بغرض السياحة وزيارة الأهل.

6. حسب معيار فصول السنة:

- **سياحة الشتاء:** ترتبط في الغالب ببعض النشاطات الرياضية الشتوية مثل التزلج على الثلج، ...

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- **سياحة الصيف:** ترتبط بالنشاطات الصيفية كالمهرجانات ومواسم الاصطياف...
- **سياحة الربيع:** ترتبط في الغالب ببعض التظاهرات الثقافية التي تتماشى مع الطقس الربيعي مثل معارض الكتاب، أو حتى بعض الاحتفالات المميزة مثل مهرجان الورد بهولندا أو موسم الفراشات بالمكسيك، ...

7. حسب معيار وسيلة المواصلات:

- **سياحة برية:** السفر يتم عبر وسيلة نقل برية (سيارة، قطار، حافلة).
- **سياحة بحرية - نهريّة:** السفر يتم عبر وسيلة نقل مائية (بواخر، يخوت).
- **سياحة جوية:** السفر يتم عبر وسيلة نقل جوية (طائرة، هليكوبتر، منطاد).

8. حسب معيار مستوى الانفاق:

- **سياحة الأثرياء:** وتخص الأغنياء بالغي الانفاق تتمظهر هاته السياحة في مناطق معينة من العالم مثل امارة موناكو، جزر الكرايب، منطقة سانت تروبي بفرنسا، منطقة ماريلا بإسبانيا، ...
- **سياحة متوسطي الدخل:** نمط سياحي يستهدف فئة الدخل المتوسطة مثل موظفي القطاع العام، ...

تطور أنماط السياحة يتم بشكل جد متسارع نظرا للميزة التنافسية لهذا القطاع، وعليه نرصد هناك الأنماط التالية، على سبيل المثال لا الحصر¹:

- **سياحة الحوافز:** من أحدث الأنماط السياحية، وتعني تخصيص مكافآت في شكل سفريات ورحلات سياحية من طرف شركات أو هيئات السياحة لصالح عملها وموظفيها وكذا العملاء والزبائن، تشجيعا للسعي الى تحقيق الاهداف المسطرة وكذا الترويج السياحي.
- **سياحة التسوق:** نمط سياحي مستحدث ويمثل أحد أساليب تسويق وترويج السلع والمنتجات الوطنية بالتوازي مع تسويق صورة البلد السياحية، وتعتبر دولة الامارات العربية المتحدة (دبي تحديدا) أول من خاض تجربة التسوق السياحي ولاقت التجربة نجاحا مبهرا.

¹: نائل موسى محمود سرحان، مبادئ السياحة، ط1، (عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2011)، 25-36

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- **سياحة العودة للجذور (سياحة الحنين):** نمط سياحي يهدف لدعوة الأجيال الثانية (أبناء المغتربين) وأبنائهم لزيارة الوطن الام وعدم الذوبان والاندماج الكلي في وطن الإقامة (أو وطن الهجرة).
- **السياحة السوداء:** نمط سياحي ارتبط بظاهرة زيارة الأماكن التاريخية التي ترمز للمآسي الانسانية تاريخية كانت مثل مكان جدار برلين بألمانيا الشاهدة على تقسيم أمة أو حتى الكوارث الطبيعية مثل مدينة تشرنوبيل الاوكرانية (الروسية سابقا) وارتباطه بالانفجار النووي الشهير سنة 1986،...والأمثلة عديدة.
- **السياحة الفضائية:** وصل طموح الانسان للمغامرة بزيارة الفضاء الخارجي، وهذا ما يعنيه هذا النمط السياحي، تم تسجيل أول سائح للفضاء في جانفي 2001م في شخص الأمريكي دينيس تيتو مع دفعه لعشرون مليون دولار كثمان الرحلة السياحية الفضائية لوكالة ناسا الأمريكية، نسجل أيضا انشاء رجل الأعمال الأمريكي الأغنى ايلون ماسك عالميا لوكالة سفر و سياحة للفضاء الخارجي.
- **السياحة الغارقة في البحر:** نمط سياحي يستهدف هواة المغامرات البحرية لاستمتاع برؤية الآثار الغارقة في أعماق البحار، أو حتى التمتع واكتشاف المحميات البحرية مثل الغابات المرجانية.
- **السياحة البديلة:** وهي سياحة الاهتمام بالتوازن الايكولوجي والمحافظة على الأنظمة البيئية والتنوع البيولوجي والحيوي، تفاديا لكل الآثار السلبية المنعكسة على البيئة والتي قد تتجم عن أنماط السياحة الأخرى نتيجة التوسع غير مخطط وغير منظم، كما يكرس هذا النمط عملية التواصل الحضاري والاجتماعي والقيمي بين أفراد المجتمع الواحد أو بين مختلف المجتمعات. السياحة البديلة مرادفة للسياحة المستدامة، لكن الباحثون في مجال الدراسات السياحية يفضلون مصطلح السياحة البديلة عند التطرق لمسألة التصنيفات، ومن تطبيقات السياحة البديلة، نرصد ما اصطلح عليه تسمية **السياحة الطبيعية**، نمط سياحي حديث حيث يتم التركيز على حماية البيئة الطبيعية، يتفرع هذا النوع من السياحة إلى:

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- **السياحة الزرقاء:** مقترنة بزيارة الشواطئ والبحيرات وكل المسطحات المائية.
- **السياحة الصفراء:** مقترنة بزيارة الصحاري والاستمتاع برمالها الصفراء.
- **السياحة البيضاء:** مقترنة بزيارة المناطق الجليدية والتلجية لممارسة هواية الترحلق على الجليد أو الثلوج أو حتى الاستمتاع بالمشاهدة والاستكشاف فقط.
- **السياحة الخضراء:** مقترنة بالاستمتاع بالمناطق الخضراء وما تحتويه من غابات ونباتات، وتتضمن كذلك العودة للريف وتثمينه.

5-الهيئات الدولية للسياحة:

ما فتئ النشاط السياحي يتطور و يتعاظم بتزايد عدد السواح في العالم حتى وصل الى غضون مليار سائح سنويا ، لدرجة تصنيف السياحة كصناعة قائمة بذاتها ؛ محتلة الصف الثاني ضمن ترتيب الصناعات الثقيلة بعد صناعة الرقميات سواء من حيث حجم الأعمال أو حجم الإيرادات ، ففي العشر سنوات الأخيرة استطاع الاقتصاد السياحي للولايات المتحدة الأمريكية تحقيق سنويا رقم إيرادات يدور حول 260 مليار دولار وخلق ما يناهز خمسة ملايين فرصة عمل، بريطانيا أيضا حققت سنويا عن طريق السياحة رقم إيرادات يناهز عشر مليار دولار مع خلق مليون فرصة عمل¹، مما يدل على الأهمية الاقتصادية للسياحة وما ينجر عنه من انعكاسات ايجابية من الجانب الاجتماعي خاصة .

نجاح العملية السياحية ليس بالأمر السهل ؛ باعتبار السياحة قطاعا أفقيا يتقاطع مع العديد من المجالات الاقتصادية الأخرى(نقل، صحة، بنى تحتية، اتصالات، خدمات، ثقافة، بيئة،...) ، مما استوجب البحث عن آليات و أساليب دولية قصد تخطيط و تنسيق الجهود في مجال السياحة بين مختلف دول العالم (الأعضاء في منظمة الأمم المتحدة) مع تعميق البحوث و الدراسات السياحية في كل المجالات التي تمس قطاع السياحة كالنقل بأنواعه(جوي، بري ، بحري، نهري) ، تحويل العملات، الأمن السياحي، تكوين القوى البشرية العاملة في قطاع السياحة،... .

1 : حمزة دراركة وآخرون، مبادئ السياحة، مرجع سابق، ص 260.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

بعد تعاضم دور السياحة واتساع رقعتها دولياً، أصبح الاعتراف بها كمنشأ دولي أمر واقع، وهذا ما أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة في دورتها الحادية والعشرون بتاريخ 1966/11/01 بإقرار واعتبار عام 1967م عاماً للسياحة، وذلك تأكيداً للدور المحوري الذي تلعبه السياحة على المستوى الدولي في مجالات¹:

- تقارب الشعوب وتعاونها.
- اشاعة ثقافة السلام والتعايش والتسامح بين الشعوب.
- الدعوة للمحافظة وحماية الارث الحضاري العالمي (بشقيه المادي واللامادي).
- تكريس مبدأ تعدد الثقافات وتقبل الآخر.

فقد أوصت الأمم المتحدة (عن طريق هيئة الاتحاد الدولي للهيئات السياحية الرسمية بصفته عضو ملاحظ) كل حكومات العالم ووكالاتها المتخصصة حمل شعار: " السياحة طريق السلام"؛ مع اقتراح العديد من التوصيات من قبيل²:

- حث كل الدول الأعضاء في المنظمة على اتخاذ يوماً من السنة كعيد وطني للساحة.
- تكثيف حملات الدعاية والتوعية لرفع الحس والوعي السياحي لدى كل الشعوب.
- ادماج السياحة كمادة تعليمية ضمن المقررات المدرسية والترفيهية للدول.
- دعم وتشجيع سياحة الشباب (عن طريق تقديم قروض سياحية ميسرة، عروض سياحية مخفضة، ...).

وكنتيجة حتمية لهذا الاهتمام الملفت بالسياحة كمنشأ دولي ذو وزن وقيمة، هي الاعتماد على المتزايد على المنظمات الدولية الفاعلة في مجال السياحة أو على علاقة به. من خلال هذا المطالب تتطرق الدراسة لبعض المنظمات الناشطة في مجال السياحة على المستوى العالمي أو الاقليمي:

¹ : سمر رقي الرحيبي، مرجع سابق، 219.

² : ماهر عبد العزيز، مرجع سابق، 184.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

أولاً: على المستوى العالمي: على هذا المستوى نرصد العديد من المنظمات والهيئات الدولية التي تعمل على تطوير وترقية السياحة، وتتباين فيما بينها فقط في الموضوع وعليه يمكن الإشارة الى أبرز هذه الهيئات¹:

• في مجال النقل:

✓ المنظمة الدولية للطيران المدني (الأيكاو ICAO):

هي منظمة حكومية مختصة في الطيران المدني، أنشئت سنة 1944 م بالولايات المتحدة الأمريكية (في مدينة شيكاغو تحديداً)، تابعة لمنظمة الأمم المتحدة، مقرها الرئيسي بمونتريال (كندا)، ولها مقرات فرعية (باريس، القاهرة، داكار، نيروبي، بانكوك، ليما، مكسيكو)، من مهامها الرئيسية تطوير المطارات، تسهيل الملاحة الجوية بخلق وتطوير الخطوط الجوية بين الدول.

✓ الاتحاد الدولي للنقل الجوي (الأياتا IATA):

هي منظمة حكومية مختصة في تطوير الطيران المدني، تابعة لمنظمة الأمم المتحدة، أنشئت سنة 1945م بهافانا عاصمة كوبا، مقرها الرئيسي بمونتريال (كندا)، ولها مقرات فرعية (باريس، القاهرة، لندن، جنيف، سنغافورة)، من مهامها الرئيسية:

- تطوير النقل الجوي وتنميته بطريقة منتظمة مأمونة واقتصادية مع دراسة المشاكل التقنية المتعلقة بذلك.
- مساعدة شركات الطيران بإمدادها بالوسائل والأجهزة لتيسير ظروف العمل.
- التعاون والتنسيق مع باقي المنظمات والهيئات في مجال النقل الجوي مثل الأيكاو.

¹ : Conseil national du tourisme، le rôle des organisations internationales dans le développement du tourisme mondial، Édition CNT، France، 1996، p30-43.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

✓ الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة والسفر (الأوفتا UFTAA):

منظمة غير حكومية، عبارة عن مجمع لكل وكالات السفر والجمعيات والمنظمات التي يرتبط مجال نشاطها بالسفر والسياحة وكذا شركات النقل السياحي (كشركات تأجير السيارات) في العالم، تأسس الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة والسفر عام 1966م، مقره بروكسل (بلجيكا)، ويعتبر الممثل الوحيد في العالم لوكلاء السفر.

• في مجال التخصص (المتخصصة):

✓ المنظمة العالمية للسياحة (WTO=World Tourism Organization):

منظمة دولية حكومية والوحيدة المتخصصة في مجال السياحة على مستوى العالم، أعلن عن تأسيسها يوم 27 سبتمبر 1975م، تم تحويلها لوكالة من الوكالات المتخصصة للأمم المتحدة في أكتوبر 2003م، مقرها مدريد عاصمة اسبانيا، اتخذ العالم يوم انشائها (27 سبتمبر) يوما عالميا للسياحة، من مهامها الرئيسية:

- تكثيف التعاون الدولي في مجال السياحة، عن طريق نقل الخبرات والتجارب الدولية والمعارف الفنية في مجال السياحة بين الدول.
- تعزيز الشراكات بين الدول في مجال التنمية السياحية.
- العمل على ازالة كل العقبات والقيود الكابحة لتطور السياحة أو على الأقل التقليل من حدة تأثيراتها السلبية بالاعتماد على التدريب والتعليم السياحي والاسهام في بناء قدرات القوى العاملة في المجال السياحي لكل الدول.
- العمل على جعل السياحة كآلية سلام وتفاهم وتقارب وتكامل بين كل الشعوب.

✓ الجمعية الأمريكية لوكلاء السفر (ASTA): منظمة غير حكومية، ذات نفوذ لأنها تضم

عدد معتبر من وكالات السياحة والأسفار يتعدى 21 ألف وكالة سفر في العالم، أنشئت عام 1931، بغرض حماية مصالح وكالات السفر والسياحة وكذا الدفاع عن حقوق السائح والعمل على ضمان خدمة سياحية راقية والسعي لأخلاقه النشاط السياحي.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

• في مجال التعليم والتدريب السياحي:

✓ المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC): أنشئ سنة 1949م، يعتبر منظمة غير

حكومية، ويعتبر منتدى عالمي لأهم صناع القرار في مجال لسياحة عالميا، مقره لندن.

✓ الأكاديمية الدولية للسياحة (IAT) : منظمة غير حكومية، أعلن عن تأسيسها بإمارة

موناكو، عام 1951م، تتألف من العديد من خبراء السياحة من ضمنهم ثلاثين عضوا خبيرا

و مهتما بشؤون السياحة الدولية، من مهامها دراسة الصيغ اللغوية المستخدمة في المجال

السياحي ووضع التعاريف و التفسيرات المختلفة لكل التعبيرات المستخدمة في المجال

السياحي ، مخرجات أعمالها تصدر في شكل قواميس ، أصدرت حتى الآن قواميس باللغات

الانجليزية، الفرنسية، الألمانية، السويدية، الايطالية، البولونية، كما لها عدة نشرات

ومجلات موسومة باسم "الأكاديمية" .

✓ الاتحاد الدولي للخبراء الاختصاصيين في السياحة (AIEST): منظمة غير حكومية،

أنشئت عام 1949م، مقرها بيرن عاصمة سويسرا، تتشكل من خبراء وأساتذة بارزين في

عالم السياحة، من مهامها نشر دوريات علمية في مجال السياحة، العمل على تنشيط العمل

العلمي الأكاديمي في مجال السياحة بعقد المؤتمرات لمناقشة حيثيات ومشكلات العمل

السياحي ومحاولة ايجاد حلول.

✓ الاتحاد الدولي للصحافيين والكتاب السياحيين (FIJET): مجمع لأكثر من 1500 كاتب

وصحفي مهتم بالسياحة، منظمة غير حكومية، أنشئت سنة 1954م، مقرها باريس، من

مهامها الاهتمام بعقد الندوات والمؤتمرات التي تهتم قضايا ومشكلات السياحة، اضافة الى

مناقشة آليات توفير ظروف حسنة لتسهيل مهام الصحفيون والكتاب السياحيون.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

• في مجال الفنادق والاطعام:

- ✓ الاتحاد الدولي للفنادق والمطاعم (IHRA): منظمة غير حكومية مقرها لندن، أنشئت عام 1946م، تضم في عضويتها الاتحادات الفندقية في مختلف دول العالم وكذا المطاعم العالمية، اضافة لكل شخص خبير في مجال صناعة الاطعام الفندقية.

ثانيا: على المستوى الاقليمي¹:

• على المستوى العربي:

- ✓ المجلس الوزاري العربي للسياحة: تأسس في جويلية 1997م، يهدف الى تنشيط السياحة العربية والترويج لها عالميا وتنسيق الجهود البينية في مجال تطوير السياحة العربية.
- ✓ منظمة السياحة العربية: مقرها مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية أقرها المجلس الوزاري العربي للسياحة في جوان 2006، من مهامها العمل على تطوير الاستثمارات السياحية في العالم العربي وتشجيع السياحة البينية العربية.
- ✓ الاتحاد العربي للنقل الجوي: تأسس سنة 1970م، مقره بيروت عاصمة لبنان، من أهدافه الارتقاء بمستويات السلامة وجودة الخدمات في مجال النقل الجوي، وتشجيع التعاون بين شركات الطيران العربية.

• على مستوى القاري:

✓ افريقيا:

- الاتحاد الافريقي للنقل الجوي: يضم في عضويته اتحادات النقل للدول الأعضاء في الاتحاد الافريقي، انشئ سنة 1968م، ومقره العاصمة الكينية نيروبي، يهدف الى رفع درجات السلامة في مجال النقل الجوي الافريقي.

¹ : Conseil national du tourisme، le rôle des organisations internationales dans le développement du tourisme mondial، OpCit,45-49.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

✓ آسيا:

- اتحاد السفر لشرق آسيا: أنشئ سنة 1961م، ويضم معظم منظمات السياحة الوطنية بالمنطقة وكذا شركات الطيران، مقره العاصمة اليابانية طوكيو، يهدف لتنشيط السياحة بالإقليم المعني.

✓ أمريكا اللاتينية:

- اتحاد المنظمات السياحية لأمريكا اللاتينية: منظمة غير حكومية تضم في عضويتها الهيئات الوطنية لوكالات السفر والسياحة بأمريكا اللاتينية، مقرها العاصمة الأرجنتينية بيونس أريس، يهدف إلى تشجيع السياحة في دول أمريكا اللاتينية.

المطلب الثاني: مكانة السياحة.

1- أهمية السياحة:

تعتبر السياحة صناعة المستقبل بإجماع علماء المستقبلات الذين أقروا بأن هناك ثلاثة صناعات تمثل القوة الدافعة لاقتصاديات الخدمات في القرن الواحد والعشرين وهي:

❖ صناعة الاتصالات.

❖ صناعة تكنولوجيا المعلومات.

❖ الصناعة السياحية

مع تفرد الأخيرة كونها الأسرع نمواً، مما منح لها ميزة أن تكون القاطرة المثلى للتنمية، ولتحقيق مستقبل (الراهنة والمستقبلية)¹، مما يؤكد على ضرورة العمل لخلق مجتمعات حاضنة للسياحة بوعيتها وثقافتها السياحيين، ومما يؤكد هذه الأهمية للسياحة مدى تأثيرها على كل مناحي الحياة:

¹ : وزارة الاقتصاد، الامارات العربية المتحدة، مرجع سابق، ص12.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

➤ **اقتصاديًا:** الأهمية الاقتصادية للسياحة تظهر من حيث¹:

1- اعتبار السياحة قطاعًا خصبا للاستثمار (المحلي أو الأجنبي) ومصدرا هاما لجلب العملة الصعبة،

وبالتالي الزيادة في الدخل الوطني الخام للدول، مما يساعد في²:

أ- أحداث توازنات مالية في الميزان التجاري للدول.

ب- تقريب مستويات التنمية بين مختلف أقاليم للدول.

ج- تحقيق نوع من تكافؤ فرص العمالة بين مواطني مختلف الأقاليم.

د- تقليل نسبة النزوح الريفي نحو الأقاليم الحضرية والعمل على تنمية الريف (تبني نموذج

السياحة الريفية).

هـ- تكريس المقاربة التشاركية لادماج جموع المواطنين المحليين لانجاح الاستثمارات والمشاريع

السياحية.

2- السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية خلقا لفرص العمل بغض النظر عن حجم الرأسمال المستثمر

فيها، مقارنة بقطاعات صناعية أخرى كالصناعات التحويلية مثلا و التي تحتاج عمالة ذات مهارات

عالية، عكس السياحة التي تستوعب عمالة ذات مهارات متوسطة أو حتى بسيطة، فالسياحة صناعة

كثيفة الأيدي العاملة ، باستطاعتها رفع مستوى التوظيف من خلال خلق استخدام جديد عن طريق

التحريض على انشاء صناعات أخرى مثل شركات الاطعام و المشروبات، وكالات السياحة و

الأسفار، منظمي المهرجانات و الرحلات ، محال بيع الهدايا ومنتجات الحرف و الصناعات

التقليدية... فالسياحة مجالا محرضا لخلق التوظيف خارج قطاع السياحة ذاته.

3- أكدت العديد من الدراسات السياحية، بأن صناعة السياحة بإمكانها توفير معدل 2.75 فرصة عمل

لكل غرفة فندقية³، وكمثال على ذلك فندقا بطاقة ايواء 200 غرفة بإمكانه خلق $200 * 2.75 =$

550 فرصة عمل (بين مباشرة وغير مباشرة). اشارة فقط، بأن السياحة تمنح المرأة فرصة للاندماج

¹ : خربوطي صلاح الدين، الاقتصاد السياحي، ب ط، (دمشق، المعهد الفندقية، 2000)، 75

² : الروبي نبيل، نظرية السياحة، ب ط، (الاسكندرية، مؤسسة الثقافة الجامعية، 1990)، 52.

³ : الزوكة محمد خميس، صناعة السياحة في المنظور الجغرافي، ب ط، (دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية)، 240.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

في عجلة الاقتصاد والتنمية، بحيث أكدت الدراسات في مجال الاقتصاد السياحي بأن معظم أعمال التدبير الفندقي والاطعام يكون لصالح الإناث بنسبة 3 فرص مقابل فرصة واحدة للذكور¹.
4- ونظرا للأهمية الاقتصادية الاستراتيجية للسياحة باعتبارها أولى الصناعات خدمية في العالم، فقد أسست الأمم المتحدة معايير دولية باسم:

الحساب الفرعي للسياح = Tourism Satelitary Account = TSA

بحيث عكفت أربعة منظمات دولية: الأمم المتحدة، منظمة السياحة العالمية، منظمة التنمية والتعاون الدولي، ولمفوضية الأوربية على تطوير هذه المعايير وهي: اثبات الادارة المستدامة للموارد السياحية، القيمة المضافة (اقتصاديا، اجتماعيا، ثقافيا، بيئيا)، الاستثمار السياحي، وغيرها من المعايير. هذا الحساب (TSA) يعمل بالتوازي مع الحساب الوطني لكل دولة، وسيوفر معلومات يمكن مقارنتها دوليا. العديد من الدول (خاصة الرائدة سياحيا) تبنت تطبيق هذا النظام(الحساب) مثل الولايات المتحدة الأمريكية، فرنسا، كندا، استراليا، وعربيا دولة الامارات العربية المتحدة².

➤ **اجتماعيا:** رغم ارتباط التأثير الاجتماعي للسياحة بمخرجات التأثير الاقتصادي، هذا لا يقلل من أهمية السياحة من الناحية الاجتماعية من حيث:

- 1- استهداف السياحة للإنسان مباشرة من جهة كفاعل (Sujet) باعتباره صانع النشاط والمحتوى السياحي، ومن جهة أخرى كموضوع (Objet) باعتباره سائحا مستقطبا لهذا النشاط السياحي، بمعنى الإنسان يمثل محور العملية السياحية سواء كان سائحا مغادرا بيئته الاجتماعية بكل عاداتها وقيمها وثقافتها أو كمواطن مستقبلا ذلك السائح رغم التباين الاجتماعي بينهما (السائح والمواطن المضيف).
- 2- السياحة تمنح خيارات وفرص للأفراد للعيش الكريم من باب توفيرها لفرص عمل لهم، ما يجعلها (أي السياحة) أداة فاعلة لتخفيف حدة الفقر وتحقيق الانسجام المجتمعي.

¹: حمزة دراركة وآخرون، مرجع سابق، ص 261.

²: وزارة الاقتصاد، الامارات العربية المتحدة، مرجع سابق، 54-55.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

3- السياحة تساعد على استعادة الأفراد للياقتهم الذهنية وتوازنهم النفسي والعصبي، باعتراف علماء علم النفس السياحي أنفسهم الذين يعتبرون السياحة سلوكا دفاعيا يزيد من القوة النفسية للفرد باعتبارها منشطا انسانيا وترويحيا مقابل الايقاع الضاغط والسريع للحياة اليومية الراهنة¹.

➤ **ثقافيا:** يتجلى التأثير السياحي ثقافيا من حيث²:

1- السياحة عامل لتحقيق التفاهم والتقارب والتعاون بين الأفراد والشعوب من حيث تقبل ثقافة الآخر وتكريس فكرة التنوع الثقافي والحضاري للإنسانية، فالسياحة تمكن الأفراد من التعرف على انثروبولوجيا المجتمعات.

2- السياحة أداة لتسويق الصورة الثقافية والحضارية على النطاق العالمي، وما يترتب عن ذلك من تأييد وتضامن وتوجيه للري العام الدولي بشأن العديد من المسائل والقضايا.

3- السياحة حقا خصبا لإعادة احياء الارث الثقافي والحضاري الشعبي والانساني للدول والمحافظة عليه من التدهور والانهيال.

4- السياحة أداة لتعميق حس المواطنة والانتماء القومي والاعتزاز بالوطن لدى المواطنين، ما يعزز فرص التماسك الاجتماعي وينمي روح التآلف والتعايش بين الأفراد والشعوب.

➤ **سياسيا:** السياحة احدى آليات القوة الناعمة لتكريس السلام وتعزيز الحوار بين مختلف الثقافات والحضارات، فقوتها (أي السياحة) تسمو فوق كل الاتفاقيات والمعاهدات الدولية المقننة لثقافة التسامح والتعايش والحوار.

➤ **بيئيا:** البيئة والسياحة وجهان لعملة واحدة، فالبيئة النظيفة والمتوازنة هي مفتاح السياحة الناجحة. فلا يمكن تصور سياحة بيئية ملوثة ومتهورة. فالسياحة تركز مبدأ الحفاظ على البيئة وحمايتها؛ باعتبار الأخيرة الأساس الذي ترتكز عليه (أي السياحة)، فالاستثمار في السياحة هو بالضرورة استثمار في البيئة، فتتمية موارد البيئة يؤدي حتما لاستدامة النشاط السياحي³.

¹ : نبيهة صالح السامرائي، علم النفس السياحي: مفاهيم وتطبيقات، ط1، (الاردن، دار زهران للنشر والتوزيع، 2013)، 32-42.

² : عبد الوهاب صلاح الدين، فن التخطيط السياحي، دار الشعب، القاهرة، ص25.

³ : مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، ط1، (عمان، دار حامد للنشر والتوزيع، 2016)، 384.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

2- مقومات الجذب السياحي:

تعتمد السياحة على العناصر (المقومات) الرئيسية التالية¹:

❖ **المقومات الطبيعية:** من أهم مغريات الجذب السياحي، وتنقسم الى قسمين:

○ **المقومات الطبيعية غير الحية (الجامدة):** مثل التضاريس من جبال، هضاب،

شلالات، مغارات، كهوف، بحار، بحيرات،

○ **المقومات الطبيعية الحية:** وتتمثل في الثروات البرية والبحرية وكذا الثروة الحيوانية

وخاصة المهددة بالانقراض، اضافة الى الثروات النباتية كالاشجار النادرة والواحات

والمحميات الطبيعية والحضائر الايكولوجية،

❖ **المقومات المناخية:** المناخ له دورا كبيرا في اغراء السواح، فالشمس والحرارة من أكثر

العوامل شهرة لدفع الناس لزيارة الصحراء؛ تماما مثل الثلوج والجليد عامل جذب السواح

للمناطق الباردة في أوروبا وكندا.

❖ **المقومات الانسانية:** ويقصد بها كل ما صنعه الانسان تجسيدا لثقافته وحضارته وقيمه

الاجتماعية ونرصده:

○ **الارث الانساني اللامادي:** وتتمثل في النظم الاجتماعية من عادات وتقاليد

وتراث أخلاقي ومعتقدات دينية وثقافات محلية.

○ **الارث الانساني المادي:** ويشمل الارث التاريخي والحضاري الانساني في مجال

العمران مثل الآثار والمعالم التاريخية كالبنايات القديمة والجسو ومراكز العبادة

كالمساجد والكنائس والأديرة، ...

❖ **التسهيلات السياحية:** وتتمظهر أساسا في التسهيلات الادارية فيما يخص الحصول على

التأشيرة لزيارة بلدا ما، وكذا مرونة الاجراءات الادارية برمتها منذ الوصول لمنافذ العبور

مرورا بمصالح الجمارك و شرطة الحدود و عمليات التفتيش، أيضا التسهيلات السياحية

تشمل مستوى أسلوب الحياة في البلد المراد زيارته كتوفر مراكز صرف العملة، التعامل

¹ : عبد إله أبو العباس وآخرون، مدخل الى السياحة في الأردن: النظرية والتطبيق، (عمان، الوراق للنشر والتوزيع،

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

ببطاقات الدفع الإلكتروني، توفر مكاتب الاستعلام و الإرشاد السياحي، توفر الخرائط والمطبوعات والأدلة السياحية، سهولة التعامل مع المرشدين السياحيين، الثقافة السياحية لدى السكان المحليين ومدى تقبلهم للآخر (السائح). أيضا درجة الأمن السياحية المتوفر في بلد المقصد السياحي، إذن التسهيلات السياحية عبارة عن سلسلة مترابطة من المهام تظافر فيها جهود كل الادارات والهيئات وليس من اختصاص الهيئات المكلفة مباشرة بالنشاط السياحي.

ونظرا، لأهمية هذا العامل فقد أسست الدول الرائدة سياحيا هيئات مكلفة بالإشراف على

عملية التسهيلات السياحية برمتها في صورة مرصد أو مجالس وطنية للسياحة.

❖ مقومات البنى التحتية: وتضم ما يلي:

- المنشآت الفندقية ومراكز الايواء بمختلف أنواعها (فنادق، موتيلات، دور شباب، مرقد، مخيمات، ...).
- توفر النقل بكل أنواعه (بري، جوي، بحري، نهري)، مع توفر عدد كاف من المطارات والموانئ والمرافئ المتطورة وكذا الجسور.
- البنى التحتية الأساسية كشبكات المياه والصرف الصحي، شبكات الاتصالات، المصارف والبنوك، المستشفيات، ...
- منشآت الثقافة والترفيه كدور السينما، المسارح، المكتبات الرقمية(المدياتيك)، الملاعب الجوارية، ...

3-أسس (أركان) صناعة السياحة: تتركز صناعة السياحة على ركنين أساسيين هما:

البنية التحتية، البنية الفوقية.

❖ البنية التحتية: وتشمل حصريا:

- تطور صناعة النقل بأنواعه (بري، بحري، جوي)، فلا يمكن تصور سياحة متطورة وناجحة بدون وسائل نقل وطرق مواصلات وخدماتها على قدر معين من تطور التكنولوجيا (كالمطارات والموانئ).

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- تطور البنى التحتية فيما يخص مدى توفر الخدمات الأساسية في أماكن المقصد السياحي من توفر شبكات المياه والصرف الصحي وكذا الاتصالات وأيضا كل مستلزمات الحياة المدنية الكريمة (مستشفيات، بنوك، ...)، مدى توفر وتطور المنشآت الفندقية ومراكز الايواء والمنشآت الترفيهية.
- ❖ **البنية الفوقية:** ونعني بها الفكر السياحي والثقافة السياحية السائدة في بلد المقصد السياحي، وتشمل عموما:
 - مجال الارشاد السياحي ومدى تكيفه مع ثقافة السائح وقدرة المرشدين السياحيين على التعامل الآخر-السائح وإيصال الرسائل السياحية بكل مرونة وسهولة.
 - برامج الترفيه ودرجة حبكها ومراعاتها لشروط وضوابط شريحة السواح المعنية بها.
 - مدى توفر المعلومة السياحية ودرجة مصداقيتها (كاستفسار سائح عن وجهة سياحية محلية) وطريقة تعامل مكاتب الاستعلام السياحي مع السواح.
 - رمزية المشتريات والهدايا السياحية وما تحمله من مضامين ثقافية وحضارية معبرة عن بلد المقصد السياحي.
 - الثقافة السياحية السائدة لدى السكان المحليين للمقصد السياحي ومدى تقبلهم للسائح وتأقلمهم مع ثقافته.
 - ضرورة توفر ميثاق وطني يحدد أخلاقيات العمل السياحي.

4-مدارس الفكر السياحي:

ارتبط الفكر السياحي بالدول الغربية المتقدمة، لاهتمام نخبتها الفكرية بمجال السياحة، فشكلت بحد ذاتها مدارساً للفكر السياحي. نشير فقط أن تعدد مدارس الفكر السياحي يزيد من التأكيد على بعد التعدد المنهجي لدراسة الظاهرة السياحية، وعليه يمكن رصد المدارس العريقة التالية¹:

أ- **المدرسة البريطانية:** من أعرق مدارس الفكر السياحي، تركز أساساً على فكرة اكتشاف أو

إعادة اكتشاف وجهة سياحية؛ ويتم هذا عبر مسار من ستة مراحل، كالتالي:

(1) مرحلة الاكتشاف (Exploration): يتم في هذه المرحلة اكتشاف المورد السياحي من طرف بعض السواح المغامرون في الغالب، وقد يكون الاكتشاف من طرف الدوائر الحكومية. المورد المكتشف لا يتضمن خدمات سياحية نظامية، في غالب الأحيان يكون ذو طبيعة عذراء.

(2) مرحلة الاهتمام بالمنطقة (Phase d'intérêt): يبدأ السواح بارتياح المقصد السياحي المكتشف بدافع المغامرة والفضول، مما يجلب اهتمام السكان المحليين، فيدفعهم لتقديم خدمات وتسهيلات للسواح.

(3) مرحلة التخطيط والتطوير (Développement): يبدأ اهتمام السلطات الرسمية بالمنتج السياحي المكتشف، فتبدأ عملية التخطيط لتنمية المورد السياحي بسن القوانين والتشريعات وكل ما يتعلق بعملية التنمية على أساس متكامل.

(4) مرحلة التماسك والتوازن (Consolidation): في هذه المرحلة يصبح المقصد السياحي نشطاً سياحياً، برغم تواضع عدد السواح، ويصاحب هذه المرحلة عملية التكيف الاجتماعي بين السائح وسكان المقصد السياحي، ما يعطي أهمية قصوى لهذه المرحلة باعتبارها محددًا للوصول للمرحلة الموالية.

(5) مرحلة الثبات والتشبع (Stagnation): يصل النشاط السياحي في هذه المرحلة إلى الذروة مع تزايد عدد السائحين وزوار.

(6) مرحلة التدهور أو التجديد (Renouvellement/Régression): كنتيجة حتمية للمرحلة الخامسة، يصبح المنتج السياحي (المورد السياحي) في مفترق ثلاثة خيارات وهي:

¹: مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 30.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- الخيار الأول: انخفاض القدرة التنافسية للمنتج السياحي في السوق السياحية، فيكون مآله التدهور والذوال.
- الخيار الثاني: تضافر جهود سكان المقصد السياحي والقطاع العام على تجديد المنتج السياحي والعمل على تطويره وتنويعه وبالتالي اكتساب القدرة على المنافسة وجذب السواح.
- الخيار الثالث: خيار راديكالي يدعو لإحداث تغيير جذري في المنتج السياحي وتسويقه على أساس منتجاً جديداً ومحاولة المنافسة به في السوق السياحية واستقطاب أكبر عدد من السواح.

ب-المدرسة السويسرية: رائد هذه المدرسة، الخبير السياحي السويسري هونزيكير W.Hunziker وكاسبار Kaspar، المدرسة السويسرية تركز على جانب النقل اسياحي بكل أنواعه (بري، جوي، بحري) باعتبار وسيلة النقل من المتطلبات الرئيسة لنجاح العمل السياحي، ثم الاهتمام بالباقي.

ج-المدرسة الفرنسية: من أشهر رواد هذه المدرسة الخبير السياحي الفرنسي ميشال برييه Michele BERRIER، يتم الربط هنا بين الظاهرة السياحية والجغرافيا، فالدراسات السياحية؛ وفق منطق هذه المدرسة هي دراسات للجغرافيا السياحية؛ بمبرر أن الظاهرة السياحية تختلف باختلاف المكان (الجغرافيا) ولكل مكان خصوصياته ومميزاته؛ مما يعمل على تباين الدراسات السياحية.

د-المدرسة الاسبانية: الاسبان يقارون الدراسات السياحية بالمدخل الاقتصادي، على اعتبار السياحة ظاهرة اقتصادية بالدرجة الأولى - حسب منطق المدرسة -وعلى هذا الأساس يركز الاسبان على دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية وكذا دراسات السوق المحلية والعالمية من طلب وعرض من أجل تطوير وتسويق المنتج السياحي؛ إلى جانب تطويع العلوم الاحصائية للتنبؤ بحركة وسلوك ومسار الظاهرة السياحية محليا وعالميا؛ كل هذا من أجل تعظيم الأرباح وزيادة رأس المال السياح¹.

1: محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، ط1، (الاردن، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2014)،

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

هـ-المدرسة النمساوية: النمساويون تعاملون مع الظاهرة السياحية من المدخل الاجتماعي الذي يطوع مقاربات علم الاجتماع وعلم النفس لدراسة الظاهرة السياحية، من باب دراسة رغبات ودوافع السائح، وكذا دراسة ثقافة النسيج الاجتماعي المحلي ومدى تفاعله مع الظاهرة السياحية. باختصار المدرسة النمساوية تنظر للسياحية كظاهرة اجتماعية بالأساس¹.

و-المدرسة الكرواتية (اليوغسلافية سابقا): يمثل هذه المدرسة الخبير السياحي زيغادين جوفيسيننتش Zivadin Jovicic؛ تتمحور فلسفة المدرسة على ما أسمته " الحركات السياحية" التي تتضمن أربعة أصناف من المؤشرات وهي²:

أ- العناصر المكانية وتشمل:

- موقع المقصد السياحي
- المحيط الجغرافي للمقصد السياحي
- كيفية الوصول للمقصد السياحي

ب-العناصر الوظيفية وتشمل:

- أسعار الخدمات السياحية.
- ظروف وسعر الإقامة.

ج-العناصر الترفيهية وتشمل:

- ظروف ووسائل الراحة للسائح.
- برامج الترفيه والاستجمام والاثارة.

د-العناصر الثقافية وتشمل:

- تشجيع الصناعات المحلية والتقليدية مثل صناعة الفخار والحلي الفضية.
 - المحافظة على الارث الثقافي والاجتماعي للمجتمعات المحلية مثل العادات والتقاليد.
- المدرسة الكرواتية أكثر الماما وشمولية لدراسة الظاهرة السياحية من المدارس السابقة؛ مما يبرر صعود ونجاح دولة كرواتيا سياحيا حاليا على مستوى العالم.

¹: المرجع نفسه.

²: مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 31.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

5-مداخل دراسة السياحة:

لدراسة الظاهرة السياحية يتم توظيف مداخل متعددة وفق الاهتمامات الفكرية والمرجعية الفلسفية لكل الأكاديميين؛ وعليه يمكن رصد المداخل المنهجية التالية المتبعة في الدراسات السياحية¹:

• المدخل الاقتصادي:

يتم التركيز على الجوانب الاقتصادية للظاهرة السياحية مثل دراسات السوق من طلب وعرض؛ دراسة التنافسية السياحية في العالم؛ كذلك دراسة علاقة النشاط السياحي (خاصة الاستثمار السياحي) بعمليات التمويل والقروض البنكية. أنصار هذا المدخل يبررون توجههم باعتبار النشاط السياحي يتطلب رؤوس أموال ضخمة مع بطء في جني الأرباح.

• المدخل الاجتماعي_ثقافي:

يتم التعامل هنا مع الظاهرة السياحية على أساس أنها ظاهرة اجتماعية، لها انعكاسات على مجتمعات المقصد السياحي، لذلك حظيت الدراسات السياحية باهتمام الخبراء والمختصين في علم الاجتماع وعلم النفس وحتى الانتروبولوجيين. ففي بداية الألفية بات الاهتمام بدراسة الظاهرة السياحية يركز على علاقة السائح بسكان المقصد السياحي؛ كون هذا النوع من العلاقة يمكن أن يطلعنا على عمليات **الثقافة (Acculturation)** التي يمكن أن تحدث بين هذا التعايش والذي يمثل التقاء ثقافي حضاري ولا يمكن بأي حال من الأحوال تجاهله واستبعاده كمؤشر قوي عن الصور والممارسات التي تغذي المخيال الاجتماعي الذي يحمله السائح نحو المضيف والعكس؛ حتى أن الدراسات السياحية في السنوات الأخيرة أصبحت في الغالب تركز على **الفعل السياحي الثقافي (Studies of Culturel Tourism Action)**²، ويرجع الفضل في تطوير هذا المدخل للباحث الكندي جيم ستافورد J.Stafford.

• المدخل الإداري:

في هذا المدخل يتم التركيز في دراسة الظاهرة السياحية على الأساليب الإدارية للمشروعات السياحية؛ مع اعطاء الأهمية والاهتمام لأدوات الإدارة مثل تقنيات التخطيط السياحي، طرق تسعير المنتج السياحي، أساليب الرقابة على إدارة الأنشطة السياحية.

¹ : مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، 24

² : Marc Boyer، ‘‘ Comment étudier le tourisme’’، Revue Ethnologie Française 32 ,N°.03,(2002) :397.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

• المدخل المؤسسي:

حسب هذا المدخل يتم التركيز على دراسة مؤسسات وتنظيمات النشاط السياحي مثل وكالات الاسفار، شركات النقل، الفنادق وأماكن اقامة السياح، المؤسسات العامة في المجال السياحي من دواوين وجمعيات ومديريات ولائية وحتى المؤسسات السياحية المركزية (مثل وزارة السياحة، وزارة البيئة، ...).

• المدخل التاريخي:

نرصد هنا بالدراسة مدى تطور النشاط السياحي ومؤسساته عبر الزمن على جميع المستويات:

- مستوى التشريعات والتنظيمات.
- مستوى تمويل الاستثمارات
- مستوى الهياكل (ادارات مركزية/محلية، فنادق، شركات نقل، ...).

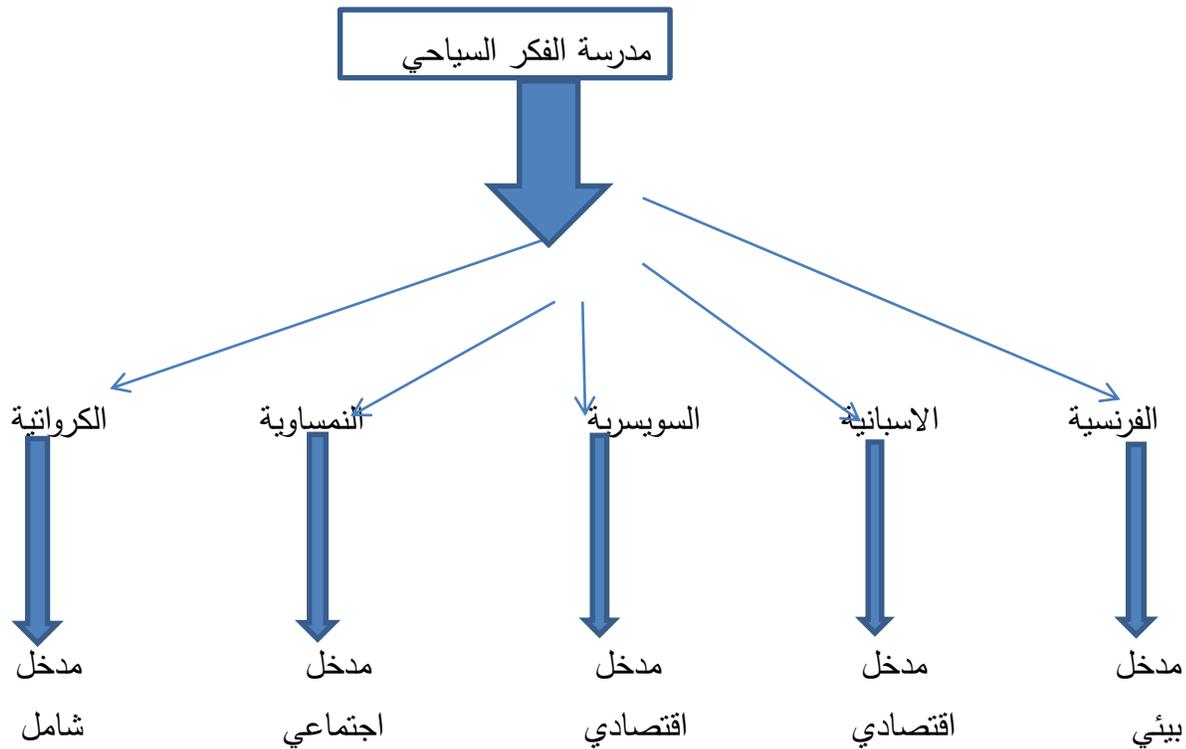
• المدخل البيئي المجالي:

الظاهرة السياحية وثيقة الصلة بجغرافية المكان(المجال)، باعتبار الأخير الأصل في وجود الظاهرة السياحية، وعليه كان لزاما الاهتمام بالأمكنة السياحية عن طريق السهر على نظافتها وحمايتها من التلوث للحفاظ على الانظمة البيئية، وكذا العمل على صيانة المقاصد السياحية مهما كانت طبيعتها (ثقافية، تراثية، بحرية، صحراوية، جبلية، ...) وحمايتها من التدهور والانهييار. والحماية البيئية للأمكنة السياحية يكون عن طريق وسائل تقنية خاصة بإدارة الانظمة البيئية (Préservation des écosystèmes)، وطرق أدبية تدخل ضمن أساليب التوعية والتعريف بأهمية المكان السياحي وحسن استغلاله والمحافظة عليه؛ لأنه بالنهاية يعتبر ثروة عامة.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

استنتاج: الظاهرة السياحية تتضمن جميع الأبعاد؛ لدى يستلزم توظيف كافة المداخل؛ للإلمام بكل جوانب الظاهرة السياحية من أجل تعظيم فرص نجاح أي دراسة سياحية. والشكل (03) أدناه يربط كل مدرسة سياحية بما يقابلها من مدخل الفكر السياحي:

شكل رقم 03: مخطط توضيحي لربط كل مدرسة للفكر السياحي بما يناسبها من مدخل.



المصدر: من اعداد الباحث (اعتمادا على عدة قراءات).

المبحث الثاني: التنمية السياحية المستدامة

المطلب الأول: التنمية المستدامة.

تميز العقد الأخير من القرن الماضي بتكثيف الدراسات حول البيئة وربطها بقضايا التنمية، فأسفر عن ميلاد مفهوم جديد للتنمية اصطلح عليه تسمية التنمية المستدامة، لكن قبل التطرق لهذا المصطلح الأخير، يجدر بنا التعرض بلمحة مبسطة عن مفهوم التنمية.

1- مفهوم التنمية:

من أكثر المفاهيم شيوعاً واستخداماً في الوقت الراهن لما لها من دلالة فكرية وخلفية فلسفية تؤكد بان استخدام الأساليب العلمية الصحيحة هو السبيل الأوضح لتحقيق أي تقدم إنساني. اصطلاحاً نعني بالتنمية: عملية استثمار وتطوير قدرات الدولة وامكاناتها المادية والبشرية للوصول الى مستوى التفوق.

واجرائياً تعرف: التنمية عبارة عن عملية شاملة، واعية، مخططة، محددة زمنياً، تعمل على توجيه جهود مختلف الاطراف من حكومة ومواطنين لتحقيق مستوى معيشي لائق¹.

مفهوم التنمية مر بعدة مراحل تاريخية قبل الوصول لمفهوم الاستدامة، والجدول أدناه يوضح ذلك:

¹ : سلام جعفر عزيز الأسدي وآخرون، البيئة والتنمية السياحية، ط1، (عمان، الأردن، دار الأيام، 2015)، ص 126.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

جدول رقم 01: مراحل تطور مفهوم التنمية

المفهوم	المرحلة	
التنمية= النمو الاقتصادي (بعد اقتصادي) تنمية اقتصادية ←	نهاية الحرب العالمية الثانية إلى غاية منتصف ستينات القرن العشرين ميلادي	01
التنمية=النمو الاقتصادي +التوزيع العادل للثروة (بعد اجتماعي) تنمية اجتماعية ←	منتصف الستينات إلى غاية منتصف السبعينات	02
الأخذ بالبعدين الاقتصادي والاجتماعي التنمية الشاملة ←	منتصف السبعينات إلى غاية منتصف الثمانينات	03
استحداث نمط جديد من التنمية يسعى لتوفير خيارات وفرص لكل الطبقات وخاصة الهشة التنمية البشرية ←	منذ 1990	04
الأخذ بجميع الأبعاد السابقة + بالبعد البيئي التنمية المستدامة ←	منذ 1992(قمة الأرض بالبرازيل) لغاية اليوم	05

المصدر: من اعداد الباحث (بناء على عدة قراءات).

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

مفهوم التنمية المستدامة:

صاغ مفهوم التنمية المستدامة أول مرة سنة 1987، ضمن ما يسمى تقرير برونتلاند الموسوم بـ " مستقبلنا المشترك"، والذي أصدرته اللجنة العالمية للتنمية والبيئة تحت رئاسة رئيسة وزراء مملكة النرويج آنذاك السيدة جروهارلم برونتلاند، وقد شكل ثورة في مفهوم التنمية.

فحسب تقرير لجنة برونتلاند: نعني بالتنمية المستدامة التنمية التي تأخذ بعين الاعتبار حاجات المجتمع الراهنة بدون المساس بحقوق الأجيال القادمة في الوفاء باحتياجاتها¹.

تأكدت قيمة المفهوم في قمة الأرض التي احتضنتها مدينة ريودي جانيرو البرازيلية سنة 1992م، بحيث كان مفهوم التنمية المستدامة هو المحور الرئيسي للقمة. هاته الأخيرة التي صدر عنها وثيقة " أجندة 21 " التي حددت أهداف الألفية للتنمية المستدامة (بثمانية أهداف لغاية 2015 ثم توسع بسبعة عشرة هدفا لغاية 2030م)، إضافة؛ تحديد المعايير الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لكيفية الوصول لمستوى الاستدامة في التنمية، وهذا ما أكدته قمة الأرض المنعقدة في جويلية 2002 م بمدينة جوهانسبورغ بجنوب افريقيا والتي كان شعارها: "القمة العالمية للتنمية المستدامة".

فالتنمية المستدامة تدعو لعدم استمرارية الأنماط الاستهلاكية المستنزفة للموارد الطبيعية والبيئية وتعويضها بأخرى صديقة للبيئة، مما يؤكد الارتباط العضوي المتبادل بين التنمية والبيئة.

2- أبعاد التنمية المستدامة: الرابط العضوي الوثيق بين الاقتصاد والبيئة والمجتمع يبرر أبعاد التنمية

المستدامة بحيث لا يمكن فصل أي مكون من الثلاثة عن باقي المكونات، فلا بد التأكيد على شرط التكامل بين المكونات الثلاثة لتحقيق الاستدامة، وعليه فأبعاد الاستدامة الأساسية تتجلى في²:

أ- **البعد الاقتصادي:** الاستدامة في بعدها الاقتصادي تعني الاستمرارية في إنتاج السلع وتوفير الخدمات لتحقيق مستوى رفاه معين لأفراد المجتمع مع المحافظة على مستوى معين من التوازن الاقتصادي ما

¹ : المجلس الوطني للثقافة والآداب، تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية: مستقبلنا المشترك، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1989، ص 168.

² : فاكية سقني، التنمية الإنسانية المستدامة وحقوق الانسان، ط1، (الاسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، 2018)، 100.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

بين الانتاج والتمويل تحسبا لحدوث أي خلل اجتماعي. الاستدامة الاقتصادية توجب عمليات الاصلاح الاقتصادي لضمان زيادة نصيب الفرد من الدخل القومي الحقيقي، وتتضمن خطط الاصلاح ايقاف تبذير الموارد الطبيعية واجراء تخفيضات في مستويات استهلاك الطاقة بالاعتماد على التقنيات التكنولوجية الصديقة للبيئة (بعد تقني-تكنولوجي) وأيضاً عبر التحسين والتدريب المستمر للكفاءة والمورد البشري.

ب- البعد الاجتماعي: الاستدامة الاجتماعية تعني السعي لتحقيق عدالة توزيع الثروة وتمتع جميع طبقات المجتمع بالخدمات الاجتماعية (صحة، تعليم، فرص عمل، الربط بشبكات المياه الشروب والصرف الصحي، الحصول على الكهرباء، ...)، بأسلوب يراعي المساواة بين أفراد المجتمع مع التأكيد على قيم المشاركة الشعبية والمحاسبة السياسية في ظل سيادة القانون. الاستدامة الاجتماعية ترعاها ارادة سياسية ونظاما سياسيا يتسم بالاستقرار ويسعى لتكريس المقاربة التشاركية في صنع القرار، بمعنى ظافر جهود المواطنين والسلطات لتسيير الشأن العام مع ضمان قيم الشفافية والمحاسبة واحترام القانون (بعد سياسي).

ج- البعد البيئي: بمعنى المحافظة على الموارد الطبيعية وعقلنة استغلالها لتجنب الاستنزاف الزائد لهذه الموارد وذلك حماية للتنوع الايكولوجي والبيولوجي وحفاظا على الأنظمة البيئية الحيوية. فالاستدامة البيئية توجب ضرورة الاعتماد على تكنولوجيات وتقنيات نظيفة وصديقة للبيئة في ظل وجود مؤسسات رسمية تتكفل بسن التشريعات والقوانين لمعاقبة مستخدمي التكنولوجيا الملوثة وكذا مؤسسات غير رسمية (في صورة منظمات المجتمع المدني مثلا) واعية ومجندة لمراقبة العملية برمتها (بعد مؤسسي).

3- السياحة كحافز تنمية المستدامة:

التنمية المستدامة هي تفاعل ثلاثة أبعاد - كما جاء في الدراسة:-

- بعد بيئي.
- بعد اقتصادي.
- بعد اجتماعي.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

ومن أركان قيام سياحة راقية وناجحة وقوية توفر:

○ **المكون الطبيعي:** والمتمثل في بيئة نظيفة ومتوازنة، وهذا من مخرجات التنمية المستدامة في بعدها البيئي.

○ **المكون البشري:** مستقر اجتماعيا ومتصالح نفسيا، ويتمتع بقدرات ذهنية تخول له الاندماج في مسار الابتكار وخلق المبادرات، وهذا ما توفره التنمية المستدامة في شقيها الاقتصادي والاجتماعي.

إذن، ما تقوم عليه السياحة المستدامة يشكل مفتاحا محوريا لقيام للتنمية المستدامة ، بدليل اعلان الأمم المتحدة و المنظمة العالمية للسياحة سنة 2002م عاما للسياحة المستدامة(البيئية) واعتبارها أداة لتحقيق التنمية المستدامة في القرن الحالي¹. السياحة المستدامة في جوهرها تعني عملية تغيير يكون فيها استغلال الموارد و اتجاه الاستثمارات ووجهة التطور التكنولوجي و التغيير المؤسساتي في حالة توافق وانسجام وتناغم مع العمل على ربط الحاضر و المستقبل لتلبية رغبات والحاجات الأساسية للسياح، وهذا بالضبط جوهر فلسفة و منطق التنمية المستدامة.

الهدف من وراء الدعوة الأممية لتخصيص سنة كاملة للسياحة المستدامة واعتبارها أداة لتحقيق التنمية المستدامة يتمثل في:

- ✓ خلق وعي دولي بأهمية البيئة الطبيعية السليمة كقاعدة رئيسة لقيام نهضة سياحية ناجحة.
- ✓ رفع مستوى الوعي الدولي لكل الفاعلين السياحيين (هيئات حكومية، قطاع خاص، مجتمعات محلية، ...) بأهمية وقيمة السياحة المستدامة في مجال التنمية(الشاملة).
- ✓ الارتقاء بثقافة احترام البيئة الطبيعية وحمايتها والمحافظة عليها.
- ✓ تفعيل معايير الاستدامة السياحية لمراقبة الآثار السلبية المحتملة للأنشطة السياحية.
- ✓ تشجيع التسويق السياحي للمقاصد السياحية التي تحترم وتلتزم بمعايير الاستدامة.
- ✓ نشر أدوات وأساليب التخطيط والتنظيم والرقابة في مجال السياحة المستدامة.

¹: محمد رفعت محمود، التخطيط والتنمية السياحية، (، مصر، منشورات جامعة الفيوم، ب ط، 2009)، 109.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

المطلب الثاني: التنمية السياحية المستدامة.

1. التنمية السياحية المستدامة: المفهوم - المكونات - المؤشرات:

قبل التطرق للتنمية السياحية المستدامة، ارتأت الدراسة التعرض لمفهوم السياحة المستدامة، التنمية السياحية (التقليدية) وصولاً للتنمية السياحية المستدامة، كما يلي:

أ- مفهوم التنمية السياحية المستدامة:

أ.1- السياحة المستدامة:

التعريف: السياحة المستدامة هي تلبية حاجات السياح ومتطلباتهم دون الإخلال بحقوق الأجيال اللاحقة في احتياجاتهم للاستمتاع ببيئة سياحية سليمة¹.

أيضاً؛ السياحة المستدامة هي نقطة تلاقي بين ما يحتاجه السائح والمواطن المحلي المضيف له؛ بحيث تتم إدارة جميع الموارد الاقتصادية والسوسيو-ثقافية والبيئية بطريقة متوازنة تلبي حاجة السائح دون الإخلال بالواقع الحضاري والنمط البيئي والتنوع الحيوي للبلد المضيف².

كما عرفت بأنها: تمثل توافق بين الربح الاقتصادي للبلد المضيف وحماية التراث والتنمية الاجتماعية، فهي سياحة قابلة للاستمرار من وجهة نظر اقتصادية واجتماعية دون الإخلال بالبيئة أو حتى الثقافة المحلية³.

مكونات السياحة المستدامة: تتكون السياحة المستدامة من عنصرين:

عنصر مادي: ويتجلى في العمل على المحافظة على معادلة متوازنة لاستغلال وإدارة كل الموارد (مهما كانت طبيعتها) بين الأجيال الحاضرة والأجيال اللاحقة⁴.

¹: مسعودي نعيمة، التنمية المستدامة واستراتيجية تطبيقها في الجزائر، (مذكرة ماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة تيبازة، 2007)، 104.

²: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، www.pnud.org/bh.

³: محمد فريد عبد الله، التخطيط السياحي وآفاق السياحة المستدامة، ط1، (بيروت، دار الموسم، 2006)، 217.

⁴: محمد ابراهيم عراقي، التنمية السياحية المستدامة في مصر، (الاسكندرية، المعهد العالي للسياحة، بدون سنة نشر)، 04.

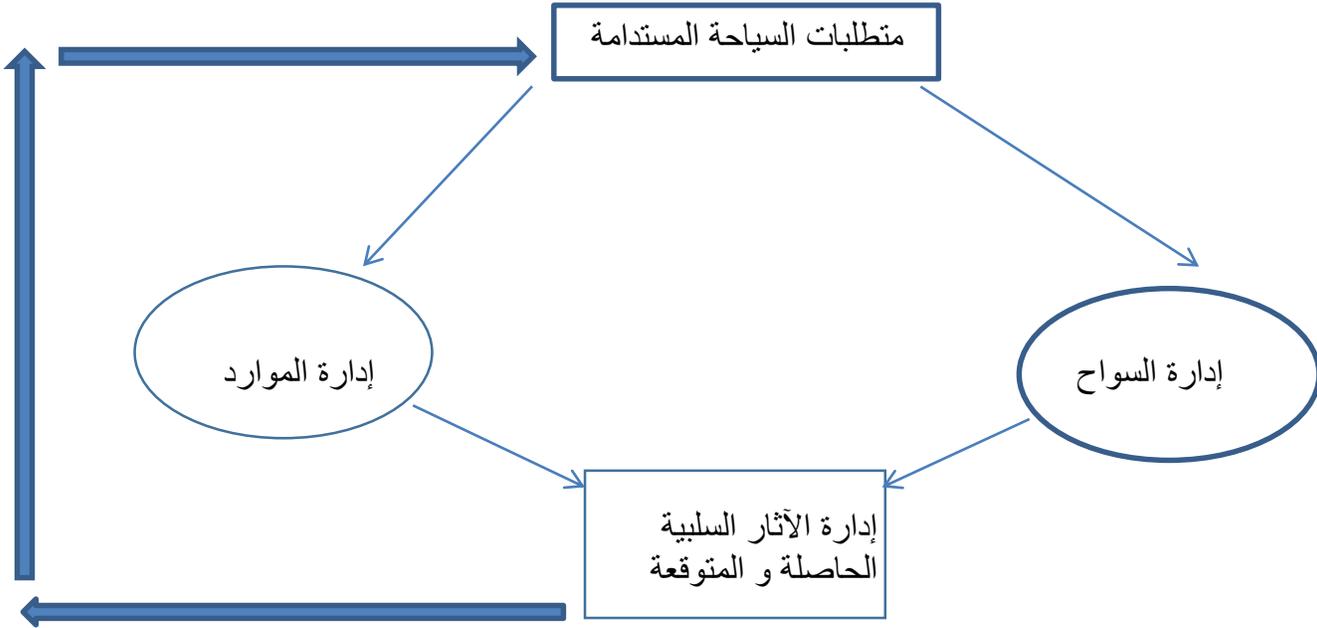
الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

عنصر معنوي: ويتجلى في كون السياحة من الناحية الاجتماعية والثقافية تؤدي الى تقابلات واحتكاكات بين ثقافات مختلفة (ثقافة دولة السائح وثقافة الدولة المضيفة)؛ ولهذا يتعين الاستجابة لحاجات ورغبات ثلاثة فئات¹:

- السائح: بما يتلاءم مع رغباته واحتياجاته.
- موظفو السياحة: بتحسين ظروف عملهم وفرص التأهيل.
- سكان المقصد السياحي: بأن يتلاءم المنتج السياحي مع الثقافة المحلية، وأن يساهم في رفع مستوى الدخل المحلي وإلا تعرض المنتج السياحي للرفض المحلي.

ومما تقدم تتجلى الاستدامة السياحية من خلال المخطط التالي²:

شكل رقم 04: متطلبات السياحة المستدامة



¹: المرجع نفسه، 04.

²: حمزة دراركة وآخرون، السياحة البيئية، ط1 (عمان، الاردن، مكتبة المجتمع العربي للنشر والاشهار، 2014)، 104.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

إذن؛ الاستدامة السياحية تقتضي:

- ❖ المحافظة على الموارد الطبيعية والانسانية التي تشكل مقومات الجذب السياحي، بهدف ضمان استمرارية صلاحيات الانتفاع بها للأجيال القادمة.
- ❖ تحديد طاقة استيعاب وتعليمات الاستخدام لتلك الموارد السياحية، سواء من قبل السكان أو حتى السواح مع وضع نظام مراقبة واشراف صارم.
- ❖ ضرورة ضمان جودة الموارد السياحية من أجل ضمان انطباع ايجابي من طرف السواح، من أجل استمرارية الإقبال على زيارة تلك المقاصد(الموارد) السياحية.
- ❖ ضرورة انعكاس أثر العوائد السياحية على كل الأطراف الفاعلة في العملية السياحية، وبالأخص السكان المحليين لضمان ادماجهم ومشاركتهم ودعمهم مسار تحقيق الاستدامة السياحية.

أ.2- التنمية السياحية المستدامة:

تعددت تعريف التنمية السياحية بتعدد المداخل والمقاربات، يستند بعضها إلى اعتبار التنمية السياحية جزء لا يتجزأ من التنمية الاقتصادية الكلية (المدخل الاقتصادي) وعليه فهي تعني تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية أو زيادة إنتاجية تلك الموارد. غير أن من الباحثين في الدراسات السياحية من يرى التنمية السياحية هي مدى اتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع رغبات واحتياجات السائحين¹ (المدخل الاجتماعي والاقتصادي).

بمعنى آخر، التنمية السياحية تعني تنمية الموارد السياحية (بمختلف أنواعها) المتاحة لأجل ضمان مختلف الخدمات التي يحتاجها السائح أثناء إقامته وبالشكل الذي يتلاءم مع القدرات المالية لمختلف الفئات الاجتماعية.

لكن، من الضروري تطوير مفهوم التنمية السياحية التقليدية وربطه بعنصر الاستدامة لتكون المحصلة تنمية سياحية مستدامة، والتي تعني: عملية اشباع حاجات السائحين وتلبية متطلباتهم دون الاخلال بحقوق الأجيال القادمة من السائحين في احتياجاتهم من الاستمتاع بالموارد السياحية².

¹ : Douglas Pearce , Tourist Development,(New York-USA, Longman Edition,Second Edition,1989),12.

² : مصطفى يوسف كافي، السياحة المستدامة: السياحة الخضراء، ط1، (قسنطينة، ألفا للوثائق، ط1، 2017)، 96.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

كما جاء تعريف تنمية سياحية مستدامة وفقا لمنظور المنظمة العالمية للسياحة كما يلي: نعني بها الخطط التي تشجع رغبات السياح وحاجات المجتمعات المضيفة بحيث تضمن تحقيق حماية الموارد السياحية وتحسين الآفاق السياحية المستقبلية من خلال إدارة رشيدة تستجيب للحاجات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية¹.

يعرف الباحثان في مجال الدراسات السياحية كوبر وآرشار Cooper & Archer التنمية السياحية المستدامة بأنها المحور الأساسي في إعادة التقييم لدور السياحة في المجتمع².
فالتنمية السياحية المستدامة هي تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية شاملة ومتكاملة داخل إطار خطة التنمية القومية. مفهوم التنمية السياحية المستدامة يحدده الباحثون ضمن سياق مقاربتين أساسيتين هما:

1. **مقاربة المنتج السياحي:** وفق هذه المقاربة ينظر للتنمية السياحية المستدامة كمنتج بديل للتنمية السياحية التقليدية أو الكثيفة (Tourisme de masse).

والجدول التالي يوضح الفروق بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة:

¹: جامعة الدول العربية، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي، (2010)، 50.

²: محمد رفعت محمود وآخرون، مرجع سابق، 115.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

جدول رقم 02: الفرق بين تنمية سياحية تقليدية وتنمية سياحية مستدامة¹.

أوجه الاختلاف	تنمية سياحية تقليدية	تنمية سياحية مستدامة
من حيث الخصائص	سريعة	متدرجة (تتم على مراحل)
	قصيرة الأجل	طويلة الأجل
	مفتوحة (ليس لها حدود)	لها طاقة استيعاب محددة
	سياحة الكم	سياحة الكيف
من حيث الاستراتيجيات	أسلوب عمودي-مركزي لإدارة العملية السياحية	أسلوب تشاركي لإدارة العملية السياحية (ادماج السكان المحليين للمقصد السياحي)
	تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط شامل ومتكامل لكل القطاعات
	برامج وخطط لمشاريع دون مراعاة مبدأ الاستدامة	برامج وخطط لمشاريع مبنية على مبدأ الاستدامة بالدرجة الأولى
	مباني حضرية	أنماط معمارية محلية
مواصفات السائح	مجموعات وأعداد كثيفة من السواح	مجموعات صغيرة من السواح
	فترات الإقامة قصيرة	فترات الإقامة طويلة
	احتمالية عالية لوجود ضوضاء في مكان المقصد السياحي	الرزانة والهدوء السمة الغالبة
	فرصة عودة السائح لنفس المقصد السياحي ضئيلة جدا	تكرار الزيارة السياحية لنفس المكان من طرف نفس السائح وارد جدا
	مستويات ثقافية متباينة	مستوى ثقافي وحس مدني راقى في الغالب

¹ : محمد فريد عبد الله وآخرون، استراتيجية التنمية السياحية المستدامة، (عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، 2016)،

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

ii. **مدخل الصناعة:** أنصار هذه المقاربة يقرون بضرورة المرور على مسلك التنمية السياحية التقليدية (الكثيفة) للوصول للتنمية السياحية المستدامة بعد تعديلها وضبطها بمعايير، و هذا الاجراء يدخل ضمن التطور و التحديث الصناعي باعتبار السياحة صناعة قائمة بذاتها وفق اعلان منظمة السياحة العالمية سنة 1996م¹، و الجدول التالي يبين الضوابط و المعايير التي تستند عليها مقارنة التنمية السياحية كصناعة:

جدول رقم 03: مقارنة التنمية السياحية كصناعة².

مواصفات مقارنة التنمية السياحية كصناعة	
المضمون	الخاصية
تخطيط شامل لكل المكونات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية المشكلة للظاهرة السياحية قيد الدراسة	الشمول
ضرورة تكامل وتناغم خطة التنمية السياحية المستدامة مع الخطة القومية للتنمية الشاملة	التكامل
ضرورة مراعاة عامل الابتكار والتجديد والابداع في عملية انتاج وصناعة المنتج السياحي	التجديد
التركيز على تحقيق أهداف واقعية مع الحرص على توكي العدالة في توزيع العوائد على جميع الفاعلين لا سيما المجتمع المحلي	الادارة بالأهداف
مجتمع المقصد السياحي طرف أساسي لا غنى عنه في عملية دعم ومرافقة مسار التنمية السياحية المستدامة.	مشاركة المجتمع المحلي
الأخذ في الاعتبار لكل الطوارئ لضمان تدفق واستمرار المنتج السياحي	الاستمرارية
وضع معايير ومؤشرات قياس للأثار السلبية المحتملة للظاهرة السياحية، مع تحليل الطلب السياحي ومحاولة تلبيته وفق أساليب علمية.	القياس

¹: مهدي بن عيسى، الاستثمار اللغوي في المجال السياحي: تجارب عالمية ناجحة، مجلة ألف اللغة الاعلام والمجتمع، مجلد 09، عدد 03، يونيو 2022، ص 110.

²: محمد رفعت محمود وآخرون، مرجع سابق، ص 117.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

ب- خصائص التنمية السياحية المستدامة: تتميز بعدة خصائص منها¹:

- ✓ تنمية تعتمد على أسلوب التخطيط السياحي والذي يعتبر جزء من خطة التنمية القومية الشاملة.
- ✓ ضرورة اعتماد ميثاق أخلاقيات المهنة من طرف جميع الفاعلين في مجال التنمية السياحية المستدامة، من قبيل احترام الثقافات المحلية لمناطق المقاصد السياحية.
- ✓ الاعتماد على قاعدة بيانات دقيقة تخص العملية السياحية برمتها، بدءا من المراحل الأولى من انجازها وصولا لآثارها المحتملة على المنطقة السياحية وسكانها المحليين.
- ✓ المحافظة على الميزات المحلية للمقاصد السياحية كأسلوب العمارة ونقوش التزيين والمطبخ التقليدي (الارث المادي) وغيرها، اضافة للإرث اللامادي مثل الشعر الملحون والامثال الشعبية والروايات والقصص التراثية القديمة،
- ✓ محورها الانسان المحلي القاطن بمنطقة المقصد (المورد) السياحي، بحيث تكون الافضلية له في مجال التوظيف والتدريب السياحي.
- ✓ اعتماد أسلوب التقييم الدقيق خلال مسار التنمية، مع أخذ بعين الاعتبار كل المستجدات الطارئة ضمن محيط العملية السياحية.
- ✓ المحافظة على الموارد الطبيعية وخاصة غير المتجددة منها، مع تبني أساليب ادارية تشجع على استخدام الطاقات النظيفة والحد من الإهدار والتبذير فيما يخص استهلاك المياه والكهرباء والمواد الكيماوية.
- ✓ توفير المعلومة للسائح فيما يخص التعريف بالمقصد السياحي من جهة وكيفية المحافظة عليه من جهة أخرى.
- ✓ اعتماد معايير جودة المنتج السياحي حتى تحقق نجاح العملية السياحية بضمان أطول مدة إقامة ممكنة للسواح مع إنفاق مالي معتبر.
- ✓ السعي للوصول إلى كسب ود السائح ورضاه، وبالتالي ضمان طريقة عملية لتسويق ترويج صورة ايجابية للبلد المقصد السياحي.

¹ : حمزة دراركة وآخرون، السياحة البيئية، مرجع سابق، 112.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

✓ العمل على تزويد السائح بكيفيات التعامل مع ثقافة المقصد السياحي من عادات وتقاليد وأعراف مع الأکید على ضرورة احترامها من جهة، ومن جهة أخرى تعمل على ترقية الوعي والحس المدني والحضاري لسكان المقصد السياحي مع ضرورة التعامل برقي وحكمة ووعي مع تطلعات السائح.

ج- مؤشرات التنمية السياحية المستدامة: للوصول لمستويات عالية من الاستدامة في مجال التنمية السياحية، يحتكم العارفون بالمجال السياحي إلى مجموعة أدوات قياسية في صورة مؤشرات متنوعة منها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. هذه المؤشرات هي حصيلة أعمال وبحوث أشرفت عليها المنظمة العالمية للسياحة في الفترة بين 1997 م و1999¹، وهي مقسمة إلى ثلاثة فئات رئيسية كمايلي:

1) المؤشرات البيئية: تبرز أهمية هذه المجموعة من المؤشرات فيمراقبة ومتابعة ضغط النشاط البشري السياحي الممارس على المحيط الطبيعي لمنطقة النشاط السياحي، وتشمل هذه الفئة على خمسة مؤشرات هي:

✓ مؤشر استهلاك الكهرباء: ونعني به نسبة استهلاك الكهرباء من طرف السواح مقارنة بنسبة استهلاكها من طرف سكان المقصد السياحي، أو حجم استهلاك الكهرباء لمنطقة المقصد السياحي مقارنة بالحجم الكلي المتاح للكهرباء في تلك المنطقة. ويعبر عن المؤشر رياضيا بالمعادلة التالية:

حجم استهلاك الكهرباء من طرف السواح/الحجم الكلي المتاح للكهرباء

ومن هنا يمكن مراقبة حجم استهلاك الكهرباء كطاقة حيوية لها آثارها البيئية خاصة إذا كان مصدرها غير متجدد وحتى في حالة المصار المتجددة فالاستهلاك المفرط في الطاقة الكهربائية له آثار سلبية على البيئة والمحيط الطبيعي.

✓ مؤشر كثافة استخدام التربة: ويقاس بطريقتين مختلفتين، الطريقة الأولى تقيس نسبة (عدد) تواجد السواح مقارنة بنسبة تواجد السكان المحليين المضيفين في الكيلومتر مربع الواحد، والطريقة الثانية تعتمد آلية قياس مساحة المقصد السياحي مقارنة بالمساحة الكلية للمنطقة (منطقة المقصد السياحي). علما أن المؤشر العالمي لاستخدام التربة يساوي 3.4 سائح في الكيلومتر مربع الواحد.

¹: مصطفى يوسف كافي، مدخل الى علم السياحة، مرجع سابق، 163.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- ✓ مؤشر هشاشة التنوع الحيوي للأنظمة البيئية الطبيعية: مؤشر على درجة كبيرة من الأهمية، يتضمن حماية الأنظمة البيئية الحيوية من النشاط السياحي المفرط، مما يستوجب على القائمين بتحديد القدرة الاستيعابية لمنطقة المقصد السياحي حفاظا على الموارد الطبيعية خاصة النادرة والمهددة بالانقراض مثل بعض الغابات، الواحات، الشواطئ المساحات الخضراء،...؛ علما أن المعدل العالمي المطلوب يساوي تخصيص 22 متر مربع لكل سائح في منطقة المقصد السياحي¹.
- ✓ مؤشر استهلاك المياه: نعني به قياس حجم استهلاك المياه من طرف السياح مقارنة بحجم الاستهلاك من طرف السكان المحليين، أو بكل بساطة حجم استهلاك المنشأة (أو المقصد السياحي) من المياه مقارنة بالحجم الكلي المتاح من المياه للمنطقة ككل الحاضنة للمقصد السياحي.
- ✓ مؤشر معالجة النفايات: مؤشر يقيس معدل استغلال ورسكلة النفايات (بمختلف أنواعها من الصلبة الى السائلة)، مثل نسبة اعادة تدوير ورسكلة مياه الصرف الصحي لاستعمالها في مجال تزويد دورات المياه وغيرها.
- (2) المؤشرات الاقتصادية: تختص هذه الفئة من المؤشرات في مراقبة التأثيرات الاقتصادية للنشاط السياحي على الاقتصاد المحلي للمنطقة المضيفة. ونميز المؤشرات التالية:
 - ✓ نسبة السكان المحليين العاملين ضمن منطقة النشاط السياحي.
 - ✓ نسبة مساهمة النشاط السياحي في الناتج الاقتصادي الكلي المحلي.
 - ✓ نسبة مساهمة الأنشطة السياحية في تزويد الخزينة العمومية من خلال الرسوم والضرائب.
 - ✓ نسبة الدخل بالعملة الصعبة عن طريق النشاط السياحي مقارنة بباقي الأنشطة الاقتصادية (محليا وقوميا).
- (3) المؤشرات الاجتماعية: باعتبار السياحة ظاهرة انسانية-سلوكية تحمل في جوهرها احتكاكات فكرية وقيمية وتقابلات حضارية وثقافية بين السائح من جهة والمواطن المحلي المضيف من جهة أخرى، مما يخلق آثار وانعكاسات ذات بعد اجتماعي ثقافي على الوسط السياحي، ولمراقبة وتوجيه والتحكم في هذا الانعكاس تم استحداث مؤشرات من قبيل:

¹: سلام جعفر عزيز الأسدي، مرجع سابق، 150 - 151.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

✓ **مؤشر الانعكاس الاجتماعي:** يقصد به درجة مساهمة التنمية السياحية في توفير مستوى معيشي مقبول ومدى تأثيرها على تحسين ظروف المعيشة المحلية بخلقها فرص عمل وخيارات تكوين وتدريب للمواطن المحلي.

✓ **مؤشر الأمن السياحي:** مؤشر يراقب مدى تطور الجريمة (سراقات، جنح، جنائيات) في وسط سكان المقصد السياحي، وكذلك يتضمن هذا المؤشر بقياس درجة الثقة بين الجمهور (سواح وسكان محليين) والهيئات النظامية الأمنية كالشرطة مثلا. حاليا ارتبط قياس هذا المؤشر بمتغير جديد في صورة تأثير عامل الارهاب على النشاط السياحي

✓ **مؤشر رضی السكان المحليين:** يعنى برأي المواطن المحلي ودرجة رضاه عن الاستثمارات (التنمية) السياحية في منطقته ومدى اندماجه ومشاركته في مسار دعمها وتجسيدها.

✓ **مؤشر الصحة العامة:** يقصد به انعكاسات النشاط السياحي على قطاع الصحة في منطقة المقصد السياحي كعدد المراكز الصحية والمستشفيات، عدد الأطباء العامون والمختصون، عدد الممرضون ومساعد والتمريض، الامكانيات المادية في صورة العدد الاجمالي المتاح من سيارات الاسعاف. هذا المؤشر يفترض القيام بإحصاء عدد المواطنين المحليين المصابين بأمراض جنسية وباقي الأمراض المعدية الخطيرة والتي قد تؤثر على صحة السائح (المراقب صحيا قبل دخوله للبلد المضيف).

والجدول التالي يعطي صورة تلخيصيه لمختلف مؤشرات الاستدامة السياحية:

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

جدول رقم 04: خلاصة مؤشرات الاستدامة السياحية¹

مؤشرات بيئية	مؤشرات اقتصادية	مؤشرات اجتماعية
<ul style="list-style-type: none"> • مؤشر استهلاك الكهرباء. • مؤشر كثافة استخدام التربة. • مؤشر استهلاك المياه. • مؤشر معالجة النفايات. • مؤشر هشاشة التنوع الحيوي للأنظمة البيئية الطبيعية 	<ul style="list-style-type: none"> • نسبة الدخل بالعملة الصعبة. • حجم العمالة المحلية بالسياحة. • نسبة الناتج السياحي بالنسبة للاقتصاد المحلي 	<ul style="list-style-type: none"> • مؤشر الانعكاس الاجتماعي. • مؤشر الأمن السياحي. • مؤشر رضى السكان المحليين • مؤشر الصحة العامة.

2. أهداف التنمية السياحية المستدامة:

السياحة صناعة تنمية بطريقة أفقية، تتقاطع فيها مجالات اقتصادية متعددة مما يشجع على تعظيم المزايا و تنويع الأهداف، و التي يعد الانسان محور هذا المسار التنموي، سواء بصفته مواطنا محليا مستفيدا و منتقعا من مخرجات التنمية السياحية المستدامة، أو بصفته سائحا، و عليه تنتوع الأهداف حسب طبيعتها إلى² :

• أهداف اقتصادية:

- خلق فرص للاستثمار وبالتالي استيعاب عمالة جديدة في سوق الشغل، والحد من معدلات البطالة وتخفيف حدة الفقر.
- زيادة مخزون الخزينة العامة من العملة الصعبة من خلال فرض ضرائب على مختلف النشاطات السياحية.
- تحسين البنى الأساسية والخدمات العامة في مجتمعات المقاصد السياحية.

¹ : مصطفى يوسف كافي، مدخل الى علم السياحة، مرجع سابق، ص 165.

²: سلام جعفر عزيز الاسدي، مرجع سابق، ص 56.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

• أهداف اجتماعية:

- تحقيق العدالة على المستوى الجيل الواحد وكذلك بين الأجيال المختلفة من حيث امكانية الانتفاع من الموارد البيئية وتوزيع العوائد والأرباح.
- إدماج المجتمع المحلي للمقصد السياحي في عملية صناعة قرار التنمية السياحية.
- السعي لإشباع حاجات السائح وتلبية رغباته بأسلوب متوازن ومستدام.
- الارتقاء بمستوى تسهيلات الترفيه وافتتاحها للسواح والسكان المحليين على حد سواء.
- تنمية الوعي الاجتماعي وتعميق روح الانتماء وترسيخ قيم المواطنة.
- العمل على تماسك النسيج الاجتماعي وإشاعة ثقافة التضامن والتسامح داخل المجتمع.

• أهداف ثقافية:

- تمنح فرصة التعايش والحوار الحضاري بفعل الاحتكاك الثقافي بين بيئتين ثقافيتين متباينتين (بيئة السائح وبيئة المواطن المحلي).
- تثمين فرص التواصل والتضامن بين الشعوب.
- تكريس أخلاقيات السلام وتزكية قيم الحرية والرفاه بين الشعوب.

• أهداف بيئية:

- حماية البيئة والعمل على اشاعة ثقافة تقدير واحترام الطبيعة والاهتمام بها والمحافظة عليها.
- تفعيل معايير المحاسبة البيئية والرقابة على التأثيرات السلبية للسياحة.
- الاستخدام الامثل والعقلاني للعقارات السياحية بما يتناسب مع البيئة المحلية.

3. نماذج انجاز خطط للتنمية السياحية المستدامة: عملية التنمية السياحية المستدامة تتضمن البحث واكتشاف المنتج السياحي في صورة مورد سياحي (طبيعي أو من صنع الانسان) والعمل على تطويره وترقيته بهدف تحقيق الغايات السوسيواقتصادية منه دون الاخلال بالجانب البيئي. العملية برمتها خاضعة لمسار مخطط ومقسم إلى مراحل، الباحثون في مجال الدراسات السياحية وضعوا نماذج تنموية لمحاكاة هذا المسار التنموي السياحي، ومن أبرز هذه النماذج نجد:

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

1.3- نموذج بتلر (Butler)¹: حدد بتلر عام 1980م مسار التنمية السياحية (المستدامة) بستة مراحل، هذا النموذج يعكس دورة حياة الوجهة السياحية، وهو ترجمة للفكر السياحي البريطاني (كما رأينا في المطلب الأول-الفقرة 4)، إذن المراحل هي:

1. **مرحلة الاكتشاف (Exploration):** يتم في هذه المرحلة اكتشاف المورد السياحي من طرف بعض السواح المغامرون في الغالب، وقد يكون الاكتشاف من طرف الدوائر الحكومية. المورد المكتشف لا يتضمن خدمات سياحية نظامية، في غالب الأحيان يكون ذو طبيعة عذراء.

2. **مرحلة الاهتمام بالمنطقة (Phase d'intérêt):** يبدأ السواح بارتياح المقصد السياحي المكتشف بدافع المغامرة والفضول، مما يجلب اهتمام السكان المحليين، فيدفعهم لتقديم خدمات وتسهيلات للسواح.

3. **مرحلة التخطيط والتطوير (Développement):** يبدأ اهتمام السلطات الرسمية بالمنتج السياحي المكتشف، فتبدأ عملية التخطيط لتنمية المورد السياحي بسن القوانين والتشريعات وكل ما يتعلق بعملية التنمية على أساس متكامل.

4. **مرحلة التماسك والتوازن (Consolidation):** في هذه المرحلة يصبح المقصد السياحي نشطا سياحيا، ورغم تواضع عدد السواح، وبصاحب هذه المرحلة عملية التكيف الاجتماعي بين السائح وسكان المقصد السياحي، ما يعطي أهمية قصوى لهذه المرحلة باعتبارها محددًا للوصول للمرحلة الموالية (رقم 05).

5. **مرحلة الثبات والتشبع (Stagnation):** يصل النشاط السياحي في هذه المرحلة الى الذروة مع تزايد عدد السائحين وزوار.

6. **مرحلة التدهور أو التجديد (Renouvellement/Régression):** كنتيجة حتمية للمرحلة الخامسة، يصبح المنتج السياحي (المورد السياحي) في مفترق ثلاثة خيارات وهي:

أ- **الخيار الأول:** انخفاض القدرة التنافسية للمنتج السياحي في السوق السياحية، فيكون مآله التدهور والزوال.

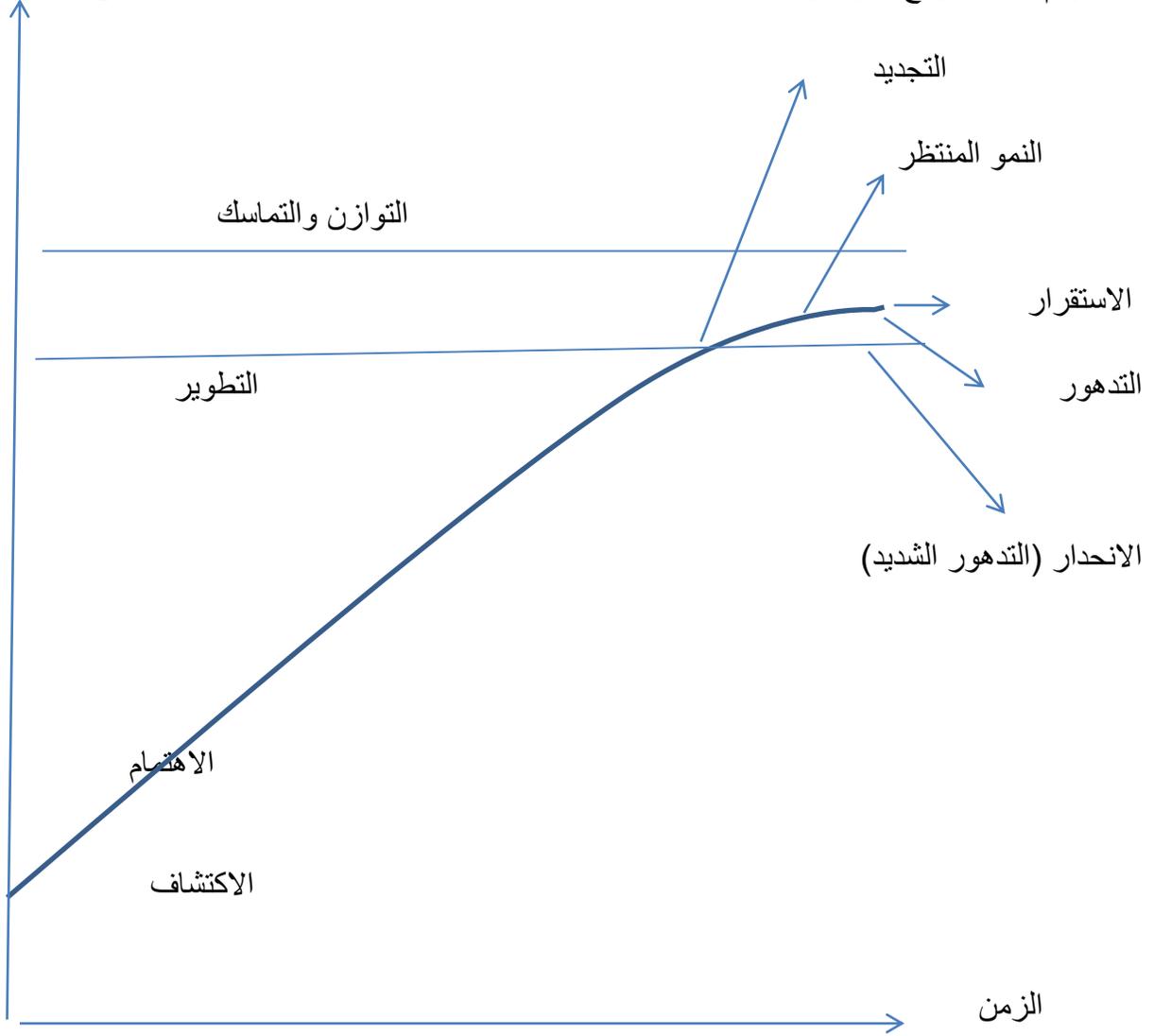
ب- **الخيار الثاني:** تظافر جهود سكان المقصد السياحي والقطاع العام على تجديد المنتج السياحي والعمل على تطويره وتنويعه وبالتالي اكتساب القدرة على المنافسة وجذب السواح.

¹: حيدر ضياء سلمان، التخطيط السياحي والتنمية المتوازنة من منظور سياحي، (القاهرة، المركز العربي للنشر والتوزيع، ط 1، 2020)، 158.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

ج- الخيار الثالث: خيار راديكالي يدعو لإحداث تغيير جذري في المنتج السياحي وتسويقه على أساس منتجاً جديداً ومحاولة المنافسة به في السوق السياحية واستقطاب أكبر عدد من السواح.

شكل رقم 05: نموذج بتلر لمراحل التنمية السياحية.



المصدر: الباحث بتصرف عن: جليلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، ط1، (الاسكندرية، مصر، الدار الجامعية، 2006)، 21.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

2.3- نموذج ميوسك (Miossec)¹: وفق هذا النموذج قسمت التنمية السياحية (المستدامة) الى أربعة مراحل كما يلي:

1. مرحلة الاكتشاف (Exploration): أين يتم اكتشاف القدرات السياحية لمورد سياحي ما.
 2. مرحلة النمو ((La Croissance): هنا يبدأ اهتمام المجتمع المحلي بالمورد السياحي الجديد، وتبدأ المبادرات الفردية بتقديم الخدمات والتسهيلات السياحية للسواح، فتنمو المنطقة السياحية بشكل تدريجي.
 3. مرحلة الانطلاق (Le Décollage): تتميز هذه المرحلة بتدخل السلطات الرسمية وتأخذ على عاتقها عملية التخطيط والتوسع السياحي للمقصد المكتشف.
 4. مرحلة النضج (La maturité): تتميز هذه المرحلة بنضج المنتج السياحي ببروزه على الخريطة السياحية مع اكتمال كل متطلبات التنمية وعلى رأسها توافر كل عناصر الجذب السياحي المتاحة وكل التسهيلات والخدمات الممكنة.
- لكن ما يعاب على هذا النموذج:

- عدم اعارة أدنى أهمية للجانب الاجتماعي وعملية التكيف بين بيئة السائح وبيئة المقصد السياحي، ما يعبر عنه في المرحلة الرابعة بالنسبة لنموذج بلتر.
- أيضاً اكتفائه فقد بمرحلة النضج دون الخوض في الخيارات الغير مرغوب فيها كخيار التدهور والانحدار على غرار ما رأيناه في المرحلة السادسة من نموذج بلتر.

¹: جلييلة حسن حسنين، مرجع سابق، 20.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

المبحث الثالث: التخطيط الاستراتيجي من منظور التنمية السياحية المستدامة تمهيد:

شهدت السياحة في القرن الواحد والعشرين تطورا ملفتا مع نمو متسارع، فمنظمة السياحة العالمية تتوقع تحقيق 1.8 مليار سائح في غضون 2030 م مع إنفاق يومي يناهز 05 مليار دولار¹. مما جعل العارفين بالمجال السياحي يصنفون السياحة ضمن قطاع الصناعة الثقيلة و المركبة، ثقيلة باعتبار التنمية السياحية تتطلب استثمارات ضخمة مع عوائد مالية بطيئة، و مركبة لتداخل النشاط السياحي مع العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى كالنقل، البني التحتية، قطاع الخدمات (صحة، ثقافة وترفيه، اطعام،....). مما حتم الاستناد بأساليب علمية وأدوات منهجية لضبط وتوجيه وتطوير السياحة في صورة أسلوب التخطيط الاستراتيجي السياحي؛ بهدف التقليل من الآثار السلبية المحتملة لعملية التنمية السياحية و بالتالي الوصول لمستوى الاستدامة المرغوب. وعليه، سنتطرق الدراسة في هذا المبحث لتحديد مفهوم التخطيط الاستراتيجي السياحي بالتعرض لتحديد مفهوم التخطيط أولا ثم الاستراتيجية، مع التعرّيج للتعرف على إحدى التقنيات الهامة والداعمة لعملية التخطيط الاستراتيجي في المجال السياحي وهي تقنية نظام المعلومات الجغرافي (SIG).

المطلب الاول: مفهوم التخطيط الاستراتيجي:

أ- التخطيط:

لغويا:

عرف التخطيط في قاموس لاروس الفرنسي بأنه: الفعل الثلاثي: خطط بالفعل أي صممه أو نظمه مسبقا². كما جاء في قاموس لسان العرب لابن منظور؛ الخط بمعنى الطريق؛ يقال إلزم ذلك الخط أي إلزم ذلك الطريق؛ بمعنى إلزم تلك الخطة³؛ ثم تتطور المفهوم لغويا ليصل إلى معنى إنجاز خطة على مدى زمني محدد اعتمادا على قاعدة معلومات ودراسات مسبقة⁴.

¹ : "أخبار الأمم المتحدة"، News.UN، تصفح يوم 30 جويلية، 2022، أخبار الأمم المتحدة
https://www.News.UN.org-

² : Dictionnaire ' Larousse, 1990, p 495 .

³: ابن منظور، لسان العرب، (بيروت: دار صابر، 1988)، 55.

⁴: محمد فريد عبد الله، مرجع سابق، 21.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

اصطلاحاً:

التخطيط من وجهة نظر بعض الباحثين: تباين التعريف الاصطلاحي للتخطيط بتباين زاوية تحليل ورؤية كل باحث، فنرصد على سبيل المثال بعض التعاريف الاصطلاحية لباحثين عرب وأخرى لباحثين غربيين، كمايلي:

• الباحثين العرب¹:

1- محمود عمر محمود: ينظر للتخطيط على أنه عمل إنساني واعي، يستند على تحكيم المنطق العلمي في عملية تدبر ورسم الأهداف وتحديد وسائل إنجازها.

2- صالح أبو أصبع: التخطيط يتمثل في عملية:

- تحديد الأهداف.
- رسم السياسات.
- وضع آليات التنفيذ.
- رصد الميزانيات التقديرية لتحقيق الأهداف المسطرة.
- تحديد أجددة زمنية لمسار تحقيق الأهداف الموضوعة،

3- محمد صديق نفاذي: التخطيط حسبه ينطوي على عملية اعداد وتنفيذ ومتابعة وتقييم القرارات المنبثقة من سياسات استغلال موارد المجتمع لتحقيق حزمة من الأهداف (الاقتصادية والاجتماعية) للمجتمع في المستقبل بطريقة رشيدة.

• الباحثين الغربيين²:

1- تعريف أرفيك URWICK: التخطيط يعني عملية ذكية لإنجاز الأعمال بطريقة ممتعة ومنظمة، مشدداً على شرط التفكير قبل الإنجاز مع الاعتماد على الحقائق والابتعاد عن التخمين والحدس.

2- تعريف هنري فايول Henry Fayol: عالم الإدارة الفرنسي يرى بأن التخطيط يرمز لعملية التنبؤ لما سيكون عليه الوضع مستقبلاً؛ بهدف الاستعداد لمواجهةته.

¹: مدحت محمد أبو النصر، مقومات التخطيط والتفكير الاستراتيجي المتميز، ط2، (القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015)، 28.

²: محمد الصيرفي، التخطيط الاستراتيجي، ط1، (الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2007)، 87.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

إضافة إلى¹:

3- تعريف روبرت باركر Robert Barker: يحصر التخطيط في ثلاثة خطوات:

- أ. وضع أهداف المستقبل.
- ب. تقييم الوسائل (المادية، البشرية، المالية) اللازمة لتحقيق الأهداف المستقبلية الموضوعية.
- ج. اختيار البدائل المنبثقة عن مسارات العمل المناسبة.

4- تعريف جيلبرت وسبكت Gilbert & Spect: يقصد بالتخطيط ذلك الأسلوب الواعي لحل المشكلات

ومحاولة التحكم في مسار أحداث المستقبل من خلال التنبؤ والتفكير المنظم واستقصاء الحقائق.

إذن، يمكن فهم التخطيط على أنه عملية عقلية تتميز بالتفكير الذكي لأجل وضع خطة للمواءمة بين الإمكانيات المتاحة وطبيعة الأهداف المرغوب تحقيقها في المستقبل؛ مع أخذ بالاعتبار تكلفة كل الخيارات المحتملة واعتماد البديل الأقل تكلفة.

بعبارة أخرى: التخطيط عملية ذهنية تتعلق بالتفكير في تحديد أهداف مستقبلية وآليات تحقيقها مع

استشراف عقبات تحقيق هاته الأهداف والاستعداد لوضع تصور لحزمة من البدائل.

وعليه؛ نستنتج: أن التخطيط هو مرحلة التفكير التي تسبق تنفيذ أي عمل والتي تنتهي بإعداد

خطة (استراتيجية) للوصول إلى البدائل المثلى لتحقيق الأهداف المستقبلية بهدف تعظيم فوائد التنمية.

مما سبق، يمكن استقراء بوضوح وجود الرابط العضوي بين عملية التخطيط والمستقبل والسعي للتنبؤ به

ومحاولة تشكيله بالكيفية التي تؤدي لتحقيق ما يرغب الوصول إليه. إذن، التخطيط يمثل الأداة التنظيمية

للتقدم نحو المستقبل. وعليه؛ يمكن إدراج السمات (خصائص) التالية للتخطيط²:

1. **التوقعية (التنبؤ):** بمعنى حتمية أخذ القرارات حيال مسألة قبل حدوثها بالفعل.

مثال: خطة بديلة لضمان استمرارية النشاط السياحي إزاء أزمة وبائية مفاجئة (كورونا نموذجاً).

2. **التوكيد:** يقصد به الإصرار والتأكيد على تحقيق الأهداف المستقبلية المرغوبة.

مثال: الإصرار على تحقيق رقما معينا فيما يخص عدد السواح الوافدين.

¹: مدحت محمد أبو النصر، مرجع سابق، 29.

²: رفعت محمود، التخطيط والتنمية السياحية، مرجع سابق، 14.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

3. الواقعية: بمعنى وضع أهدافا معقولة وقابلة للقياس والتحقيق، مع مراعاة شرطي حاجة المجتمع لهذه الأهداف وكذا تحديد مدة الإنجاز (أهداف ذكية=SMART).
 4. الأولوية: مراعاة مبدأ الأولوية وحاجة المجتمع في عملية ترتيب البدائل والخيارات عند القيام بمهمة التخطيط، ولن يتأتى ذلك إلا بتوفر قاعدة بيانات دقيقة وذات مصداقية.
 5. الشمولية: مراعاة جميع المتغيرات البيئية (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، الايكولوجية) عند بناء التخطيط لتفادي الفشل.
 6. المرونة: ارتباط التخطيط بعامل التنبؤ بالمستقبل يجعل منه مرنا؛ أي قابل للتأقلم والتغيير حسب المتغيرات الطارئة.
 7. الأمثلية (Optimisation): الأصل في التخطيط الأخذ بالبدائل الأنسب والأقل كلفة من حيث الجهد، الوقت ورأس المال، وفي نفس الوقت تلبي حاجات المجتمع.
 8. الترابط والتناسق في صناعة القرارات: جوهر التخطيط هو انتاج سلسلة من القرارات بصفة مستمرة، على درجة من التناغم والتماسك حيال وقائع مستقبلية محتملة تعكس تصورا لخطة استراتيجية لتحقيق الأهداف المستقبلية المسطرة.
 9. الوجوبية: التخطيط ينتهي بوضع خطط استراتيجية (على المدى البعيد) يكون تطبيقها وتنفيذها ملزما وجوبا بقوة القانون، ويعاقب كل من تنتهك عرقلته لعملية التنفيذ.
- أنواع التخطيط: تتعدد أنواع التخطيط بتعدد المعايير، فنرصد¹:
1. التخطيط حسب معيار النطاق: نجد أربعة أنواع رئيسية من التخطيط وهي:
 - (1) التخطيط الدولي: ويتخذ بالتنسيق والتعاون مع عدة دول من أجل المصلحة المتبادلة والمشاركة، كمد طريق دولي عابر لعدة دول متجاورة.
 - (2) التخطيط القومي الشامل: ويتضمن خطة التنمية القومية الشاملة التي تمس كل القطاعات الاقتصادية وتغطي كل أقاليم البلاد.
 - (3) التخطيط الإقليمي: ويخص خطة تنمية منطقة معينة من الوطن (إقليم محدد).
 - (4) التخطيط المحلي: ويخص التركيز على مجتمع محلي معين في صورة مدينة أو قرية.

¹ : الصيرفي، التخطيط الاستراتيجي، مرجع سابق، 95.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

II. التخطيط وفق معيار الزمن: نجد ثلاثة أنواع:

- 1) التخطيط طويل الأمد: ويغطي فترة زمنية تمتد من 05 الى 15 سنة.
- 2) التخطيط متوسط الأمد: فترته تتراوح بين 03 الى 05 سنة.
- 3) التخطيط قصير الأمد: يغطي في الغالب فترة جد قصيرة تتراوح بين نصف سنة الى سنة، مما يجعله أدق وأسهل من النوعين الأولين من التخطيط

III. التخطيط حسب معيار القطاع: حسب المجال الاقتصادي فنجد التخطيط المالي، التخطيط الزراعي، التخطيط الصناعي، التخطيط السياحي، ...

IV. التخطيط حسب المستوى الإداري: يقسم التخطيط حسب المستوى الإداري إلى:

- 1) تخطيط استراتيجي: تخطيط طويل المدى، وتتولاه الإدارة العليا ويتم عبره تحديد التوجهات والمحاور العامة لوضع وتحقيق الأهداف المجتمعية الكبرى.
- 2) تخطيط تكتيكي: تخطيط متوسط المدى، منبثق من التخطيط الاستراتيجي، وتتولى وضعه الإدارة الوسطى في صورة المدراء التنفيذيين والمدراء العامون للإدارات.
- 3) تخطيط عملياتي (تشغيلي أو التنفيذي): يتعلق بخطط قصيرة المدى (أقل من سنة في الغالب)، يتميز بدقة التفاصيل وتحديد نطاق النشاط من أجل سهولة ومرونة التنفيذ، وهو متفرع من التخطيط التكتيكي.

متطلبات التخطيط: لضمان نجاح مهمة التخطيط يجب توفر متطلبات من قبيل:

- ✓ توفر قاعدة بيانات على قدر من الدقة والمصدقية حول البيئة المحيطة (داخليا وخارجيا).
- ✓ إدارة جيدة ورشيدة للوقت.
- ✓ توفر بيئة داخلية متعاونة ومتضامنة على جميع المستويات من القيادة إلى غاية المتعاونين التنفيذيين لأجل تحقيق الأهداف الموضوعية.
- ✓ مناخ أعمال (بيئة خارجية) جاذبة ومتعاونة ومستقرة (سياسيا وقانونيا) يسهل التعامل معها.
- ✓ تحديد الغايات بدقة وتوضيحها والاتفاق عليها قبل الانتقال لوضع الأهداف المرجوة؛ فبالنهاية تحقيق الأهداف يعكس صورة الغاية.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

ب- الاستراتيجية: مصطلح قديم، يوناني الأصل، مشتق من كلمة استراتيجوس (Strategos) الاغريقية وتعني فن الجنرال أو قيادة الحرب¹. استعمل المصطلح في القرن التاسع عشر ميلادي وارتبط استخدامه بظروف الحرب، فالاستراتيجية في الأصل خطة عسكرية توضع لمواجهة الأعداء والسعي للانتصار عليهم. تتميز الاستراتيجية بعنصر المخاطرة، بمعنى أخذ زمام المبادرة والمواجهة في ظل حالة اللابيقين وشح المعلومات حول المنافس (أو العدو)، مما يجعل الاستراتيجية تبنى على توقعات وتقديرات حسب ما توفر من معلومات حول البيئة المحيطة. لذلك تحول المفهوم حديثا إلى معنى فن القيادة وتبنته معظم منظمات الأعمال الراشدة والناجحة والمعتمدة على تحليل بيئتها من أجل كسب سمات تنافسية لمواجهة المنافسين والتفوق عليهم². تصاغ الاستراتيجية على المدى البعيد (أدناه خمسة سنوات)، جمع (تركيب) مفهومي التخطيط والاستراتيجية يولد مفهوم التخطيط الاستراتيجي.

ج- التخطيط الاستراتيجي: يعرف التخطيط الاستراتيجي على أنه استخدام منهجية وآليات معينة للتحويل أو الانتقال من وضع "أ" (الراهن) إلى الوضع "ب" (المستقبلي)، مع تحديد بدقة أمثل الطرق (البدايل) من حيث التكلفة المادية والزمنية للوصول للوضع المستقبلي³.

تعريف آخر: التخطيط الاستراتيجي يقصد به تلك العملية الخاصة بصناعة وتنفيذ القرارات المتعلقة بمستقبل منظمة ما، والضرورية للمرافقة والمساعدة على التكيف مع المتغيرات البيئية⁴.

نجد أيضا، تعريف الباحث المصري أحمد سيد مصطفى: نعني بالتخطيط الاستراتيجي رسم خطة طويلة المدى، تعكس مسارا لتحقيق أهدافا موضوعة بدقة باستخدام الموارد والإمكانات المتاحة⁵. وعليه، يمكن القول أن: التخطيط الاستراتيجي يمثل أسلوب/أداة لـ:

- تسيير الوضع الراهن للمنظومة بعقلانية.
- التنبؤ/التوقع بالتغيرات المستقبلية الطارئة ووضع البدائل المحتملة لمواجهتها.

¹ : ناصر دادي عيدون، *الادرة والتخطيط الاستراتيجي*، ط3، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017)، 19.

² : محمد الطاهر خلف وآخرون، *الإدارة والتخطيط الاستراتيجي*، ط1، (قسنطينة، ألفا دوك، 2017)، 19.

³ : محمد مصطفى الفولي، تامر محمد الفولي، *التخطيط الاستراتيجي المؤسسي*، (مصر، مينايس برنس، 2013)، 09.

⁴ : Harolodkezner، *Strategic planning for project management*، (Newyork, Catalogin publication data,2015),p 15.

⁵ : بشار يزيد الوليد، *مفاهيم معاصرة في التخطيط الاستراتيجي*، (عمان، دار الريبة للنشر والتوزيع، 2009)، 56.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- في حالة ضبابية التنبؤ بالمشهد المستقبلي، يساعد التخطيط الاستراتيجي على التكيف مع المتغيرات المفاجئة.

وهذا لأجل:

- اكتشاف الفرص المستقبلية للمنظومة.
 - تجنب أو على الأقل التقليل من آثار المخاطر والتهديدات المستقبلية.
- للإشارة، يجب التفريق بين التخطيط الاستراتيجي والتخطيط التقليدي (طويل المدى)، كما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم 05: توضيحي للفروق بين التخطيط الاستراتيجي والتخطيط طويل المدى (التقليدي)¹.

التخطيط الاستراتيجي	التخطيط طويل المدى (التقليدي)	عناصر المقارنة
التركيز على النتائج المستقبلية	التركيز على النتائج الآنية (الراهنة)	النتائج
تحليل البيئة الراهنة والمستقبلية وعلاقة التفاعل بينهما	التركيز على تحليل البيئة الراهنة	التحليل البيئي
الابتكار (Innovation)	باستخدام الخبرة (Expertise)	أسلوب حل المشاكل
مرتفعة	منخفضة	درجة المخاطرة
لا يسعى للتنبؤ بالمستقبل فقط بل محاولة تشكيله (صناعة المستقبل)	اعتمادا على تحليل ودراسات الماضي	التنبؤ بالمستقبل
أهداف ذات طبيعة ذكية (SMART)*	غير ملزمة بمعايير معينة	طبيعة الأهداف
الاعتماد على تقنيات وبرامج معلوماتية تساعد على اتخاذ القرارات	ليس بالضرورة، فقد الاعتماد على قاعدة بيانات	الاعتماد على التكنولوجيا

¹: محمد عبد الغاني حسن هلال، التفكير والتخطيط الاستراتيجي، ط1، (مصر، مركز الأداء والتنمية، 2007)، 57.

قابل للتحقيق A: Achievable قابل للقياس M: Masurable محدد S: Specific SMART : *
محدد بزمن T: Time limited مرتبط R: Relevant

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

أساليب بناء التخطيط الاستراتيجي:

يعتمد بناء التخطيط الاستراتيجي على توفر المعلومة المتعلقة بالبيئة (المحيط) التي تنمو فيها المنظومة مما يقودنا للتطرق الى ما يسمى عملية " المسح البيئي "، وهي تناول البيئة بكل أقسامها بالدراسة والتحليل والتفسير سعياً لبناء مخططات (خط) استراتيجية كفيلة بتحقيق الأهداف المستقبلية.

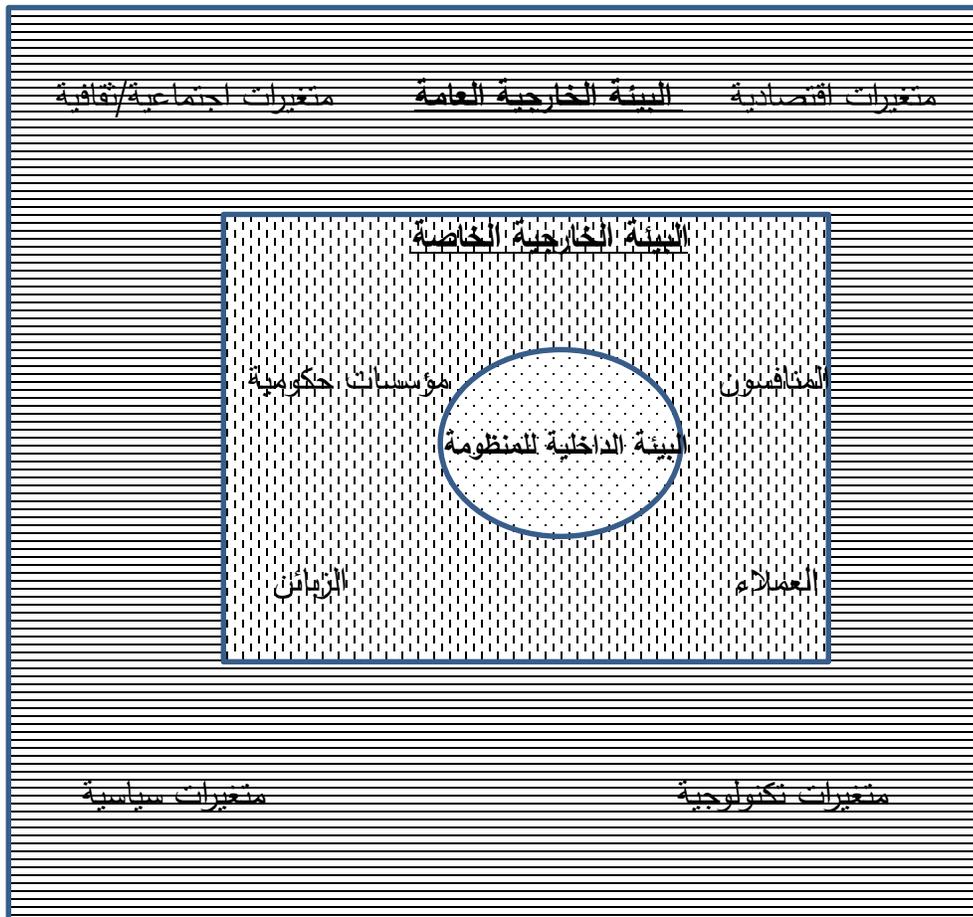
تتكون بيئة المنظومة من ثلاثة أقسام، كما يوضحه الشكل أدناه:

(1) البيئة الخارجية العامة.

(2) البيئة الخارجية الخاصة.

(3) البيئة الداخلية.

شكل رقم 06: مستويات بيئة التخطيط الاستراتيجي.



المصدر: سرمد حمزة الشمري، التخطيط الاستراتيجي والتخطيط التكتيكي، (بغداد، مطبوعات كلية الإدارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية)، 162.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

عملية المسح البيئي تتم بتحليل ومعالجة متغيرات كل قسم من الأقسام المكونة لبيئة المنظمة، كما يلي:

➤ تحليل البيئة الخارجية العامة (تحليل PEST¹):

يقصد بالبيئة الخارجية العامة مستوى البيئة التي تتضمن متغيرات لها تأثير واسع وطويل الأمد على مسار إدارة المنظومة وبالتالي تؤثر على درجة نجاح تحقيق الأهداف الاستراتيجية المرصودة.

تتضمن البيئة الخارجية العامة الظروف السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية وحتى التكنولوجية. فهناك عدة تغييرات وقعت في العالم خلال العقود القليلة الماضية بفعل الانفتاح الدولي المتنوع الذي كرسه العولمة بحيث:

- من الناحية الاقتصادية_التكنولوجية:
 - تم الانتقال من اقتصاد الزراعة الى الصناعة وما بعد الصناعة (اقتصاد المعرفة/ الاقتصاد الرقمي المعتمد على تخصص الروبوتيك).
 - انفتاح الأسواق على بعضها البعض مع ادماج الأسواق المحلية مع الأسواق العالمية.
- سياسيا:
 - إشاعة ثقافة الديمقراطية وحقوق الانسان.
 - تكريس أساليب التنمية اللامركزية.
 - بروز فلسفة الجندر والنسوية كتيارات مؤثرة وضاغطة.
- اجتماعيا وثقافيا:
 - طغيان الثقافة والفكر العالميين على حساب الثقافات والهويات المحلية بفعل الأثر الثقافي للعولمة.
 - بروز وانتعاش التوجه نحو محاولة صناعة وتشكيل المستقبل بالاعتماد على أسلوب التفكير الاستراتيجي.
- بيئيا:
 - إشاعة ثقافة الاهتمام ورعاية وحماية البيئة خاصة مع الصعود الملفت للتيار الأخضر بزعامة المنظمات غير الحكومية المهمة بقضايا البيئة.

¹: PEST: P سياسي - E اقتصادي - S اجتماعي - T تكنولوجي.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

➤ تحليل البيئة الخارجية الخاصة:

- ويطلق عليها أيضا بيئة تشغيل (أو صناعة) المنظومة، بمعنى المجال الذي تتقاسم فيه المنظومة مع باقي المنظومات من نفس التخصص (أو المجال). هذا المستوى البيئي يخص أساسا معلومات حول:
- المنظمات المنافسة (طبعًا المتخصصة في نفس المجال).
 - رغبات وسلوكيات الجمهور المنتفع بخدمات المنظمة المعنية، مع التركيز على الزبائن (دعوة لإجراء استبيانات ودراسات علمية حول ثقافة الاستهلاك معتمدين على العلوم النفسية السلوكية وحتى أدبيات العلوم الاجتماعية)
 - المؤسسات الحكومية الرسمية وما تنتج من قوانين وتشريعات في القضايا الاقتصادية والاجتماعية.
 - الحياة الحزبية ومنظمات المجتمع المدني، والتي لها وزن ونفوذ يصل لحد إيقاف مشاريع استثمارية في مجالات حيوية (كالسياحة مثلا) تحت طائلة التنافي مع الثقافة المحلية.
- والغرض من تحليل البيئة الخارجية الخاصة بالأساس هو رصد الفرص المتاحة للمنظمة في السوق وتقصي درجة المخاطرة وتهديدات المنافسين، بالاعتماد على تئمين وتعظيم نقاط قوتها مع تحجيم ومعالجة نقاط الضعف.

➤ تحليل البيئة الداخلية:

- يقصد بها المستوى الموجود داخل المنظمة والذي يشكل ملامح إدارتها. تتضمن البيئة الداخلية للمنظمة معلومات حول (ليست حصرية):
- الهيكل التنظيمي للمنظمة من حيث الحجم والشكل.
 - موارد المنظمة (البشرية، اللوجستية، المالية).
 - الثقافة التنظيمية المتبناة من طرف المنظمة (مثل مستوى الرقمنة، درجة الاعتماد على البرامج المعلوماتية في عملية صناعة القرارات، مستوى الربط بالشبكة العنكبوتية إذا كان جزئي يشمل فقط الإدارة العليا للمنظمة أو كلي يشمل جميع وحدات المنظمة، وقد يكون معدوم، ...).

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

تقاطع تحليلي البيئة الخارجية (بشقيها) والبيئة الداخلية للمنظمة يمكن (بتشديد الكاف) من تقصي نقاط قوة وضعف المنظمة وكذا فرصها الممكنة في السوق مع توقع ما يترصدها من تهديدات و مخاطر¹، وهذا ما يعبر عنه بأسلوب التحليل الرباعي لمصفوفة سوات² (S.W.O.T²) ، كما يوضحه الشكل التالي:

جدول رقم 06: التحليل الرباعي لمصفوفة سوات³(W.O.T.S)

نقاط الضعف (W)	نقاط القوة (S)	بيئة داخلية
		بيئة خارجية
استراتيجية علاجية (W/O)	استراتيجية هجومية (S/O)	الفرص (O)
استراتيجية انكماشية (W/T)	استراتيجية دفاعية (S/T)	التهديدات (T)

❖ استراتيجية هجومية (S/O):

حين تكون المنظمة في أحسن حالاتها، من حيث مقدار القوة وتوفر الفرص في السوق. المنظمة في هذه الوضعية تملك قدرة تنافسية كبيرة تمكنها من دخول الأسواق ومواجهة المنافسين وافتكاح حصص سوقية معتبرة (أسلوب هجومي).

❖ استراتيجية علاجية (W/O):

وضعية تعكس حالة الترهل والضعف الداخلي للمنظمة مع انتعاش السوق وتوفر الفرص الاستثمارية مع عدم تمكن المنظمة من دخول السوق والمنافسة لتعدد نقاط ضعفها؛ مما يستلزم معالجة اصلاح أساليب إدارة المنظمة من الجانب المالي، الإنتاجي، التسويقي وحتى جانب إدارة الموارد البشرية (أسلوب علاجي).

¹ : Nigel Evans، Strategic management for travel and tourism، (London، heinemann، 1st Ed، 2003) ، 196.

² : S.W.O.T= **S**trengths – **W**eaknesses – **O**pportunities – **T**hreats الفرص - نقاط قوة - نقاط ضعف - التهديدات

³ : سليمان داود، التخطيط الاستراتيجي، 26.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

❖ استراتيجية دفاعية (S/T):

وضعية ترصد العلاقة بين نقاط قوة المنظمة مع وجود بيئة تنافسية شديدة في السوق، مما يشكل تهديدا لاستثمارات ومشاريع المنظمة، السبب الذي يلزم ويحتم على المنظمة التكيف مع الوضع الراهن ومحاولة تعظيم نقاط قوتها لتتمكن من الدفاع عن مصالحها وحصصها السوقية الراهنة والمستقبلية (أسلوب دفاعي).

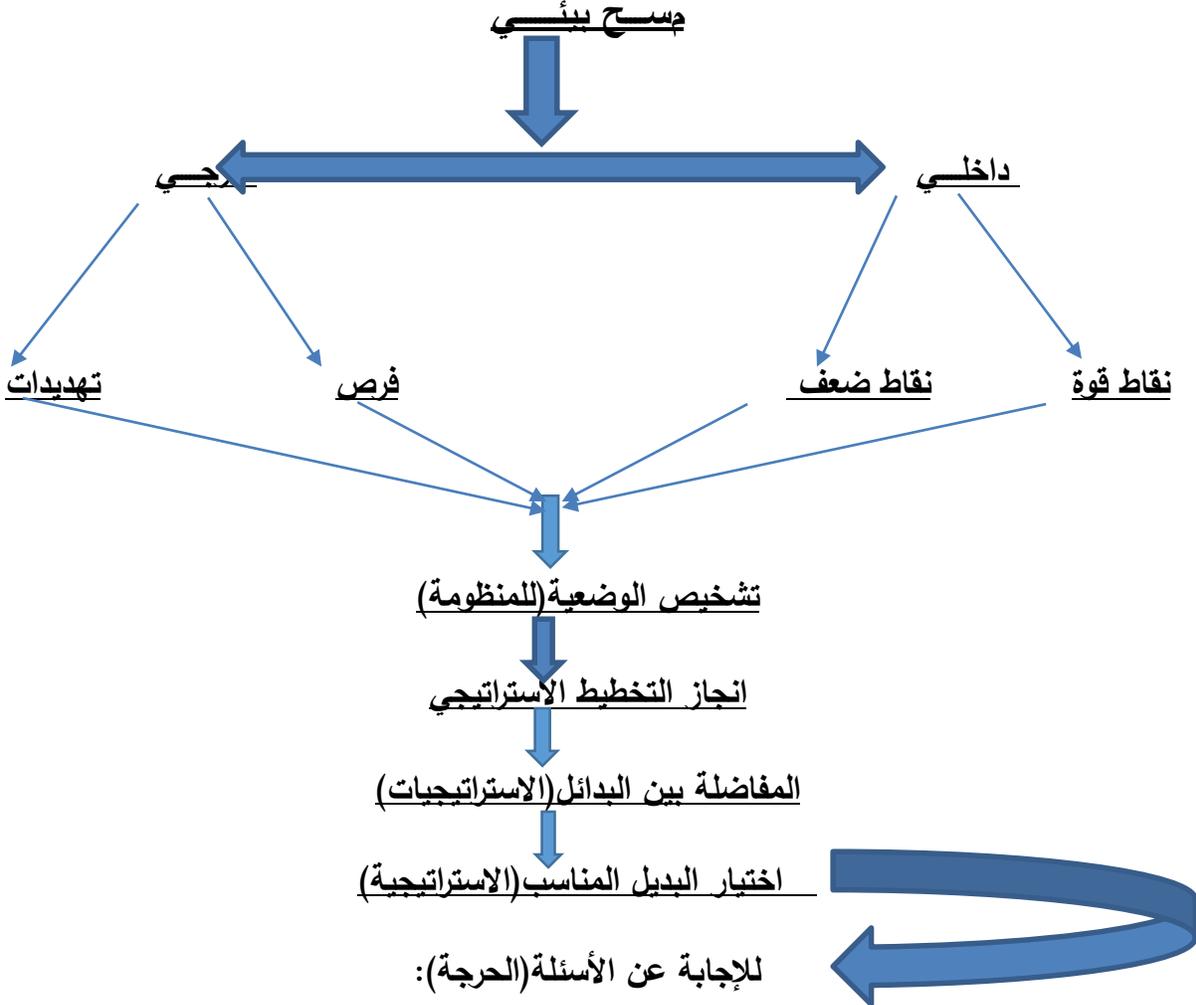
❖ استراتيجية انكماشية (W/T):

أخطر وضعية قد تجد المنظمة نفسها فيها. بيئة داخلية هشة (العديد من نقاط الضعف) تزامنا مع وجود بيئة تشغيلية (البيئة الخارجية الخاصة) ذات قدرة تنافسية حادة، إضافة إلى ظروف البيئة الخارجية العامة التي لا تخدم مصلحة المنظمة؛ كل هذا يجبر المنظمة على الانسحاب (التراجع) من خلال تقليص رقم أعمالها في السوق لمدى زمني معين كفيل بإيجاد حلول لوضع المنظمة وخاصة الوضع الداخلي.

وكخلاصة يمكننا ادراج الشكل رقم 07 التالي الملخص لعملية بناء تخطيطا استراتيجيا:

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

شكل رقم 07: تلخيص عملية بناء تخطيط استراتيجي¹



- ❖ في أي بيئة توجد المنظومة؟
- ❖ أين نريد أن نصل في المستقبل (تحديد الرؤية)؟
- ❖ تفصيل الأهداف وتحديد الغايات؟
- ❖ ماذا يمكن فعله لتحقيق الأهداف المفصلة (الرسالة)؟

¹: من اعداد الباحث بناء على عدة قراءات من عدة مصادر منها:

حمزة شمري، التخطيط الاستراتيجي، 160.

الصيرفي، التخطيط الاستراتيجي، 111.

خلف، الإدارة الاستراتيجية، 176.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

عقبات التخطيط الاستراتيجي:

- من أبرز العقبات التي تكبح بناء تخطيطا استراتيجيا فعالا نذكر¹:
 - تعقد البيئة وتغييرها المستمر مما يعيق عملية التنبؤ؛ وبالتالي صعوبة وضع الأهداف المستقبلية(الاستراتيجية) كنتيجة حتمية لضبابية المشهد المستقبلي لاضطراب البيئة وتذبذبها.
 - التكلفة المالية واللوجستية لاعتماد التخطيط الاستراتيجي على دراسات وأبحاث وكذا كادر بشري جد مؤهل.
 - صعوبة إدارة الوقت باعتبار التخطيط الاستراتيجي للأهداف المستقبلية خاضع لרزنامة زمنية محددة مسبقا؛ من الضروري احترامها في مرحلة التنفيذ خاصة.
 - مقاومة التغيير؛ بمعنى وجود أطراف (من داخل المنظومة تحديدا) رافضة للتغيير باعتبار التخطيط الاستراتيجي يتطلب إجراءات(سياسات) جديدة داعمة للتجديد والمشجعة للنزعة الابتكارية المعتمدة بالأساس على استغلال الأساليب العلمية والتقنيات المعلوماتية، الشيء الذي يقلق الأطراف المعنية.
 - يسود اعتقاد يدعو لربط التخطيط الاستراتيجي بإدارة الأزمات، وهو اعتقاد خاطئ، فالتخطيط الاستراتيجي صالح لكل الظروف باعتباره يهدف للمحافظة على المنظومة والعمل على ديمومتها والسعي لنجاحها عبر محاولة تشكيل مستقبلها.
- مثال: إمكانية اعتماد دولة ما مثل الجزائر على أسلوب التخطيط الاستراتيجي لتطوير ونجاح منظومة السياحة في تشكيل وصناعة آفاق النشاط السياحي.

¹ : فضيلة سلمان داود، التخطيط الاستراتيجي: مفاهيم معاصرة ودراسة حالة، (بغداد، دار الكتب والوثائق، 2019)، 13-

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

المطلب الثاني: علاقة التخطيط الاستراتيجي بالتنمية السياحية المستدامة (خطة ادارة السياحة):

تنمويا قطاع السياحة رائدا في خلق التشابكات الاقتصادية مع باقي القطاعات الأخرى، مما ينجم عنه نتائج وآثار اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، بيئية تنعكس على تحسين مستوى حياة البشر (أفرادا ومجتمعات). للوصول لهاته النتائج الإيجابية المكرسة لمبادئ التنمية المستدامة استدعى الأمر ضرورة ضبط عملية التنمية السياحية وتوجيهها وتقييمها عن طريق تبني أسلوبا علميا يتمثل في **التخطيط الاستراتيجي السياحي** كعلم متخصص يتناول بالدراسة والتحليل والتفسير جميع مراحل التنمية السياحية المستدامة (أي تنمية المنتج السياحي والعمل على تطويره وترقيته بأسلوب مستدام).

فماذا نعني بالتخطيط الاستراتيجي السياحي؟

تحديد التخطيط الاستراتيجي السياحي:

يعرف التخطيط الاستراتيجي السياحي على أنه:

- نوع من أنواع التخطيط الاستراتيجي القطاعي؛ وهو عبارة عن سلسلة من الإجراءات المنظمةة والهادفة لاستغلال أمثل لموارد الجذب السياحي لأجل تعظيم المنافع، مع متابعة وتوجيه وضبط هذا الاستغلال لتجنب (أو على الأقل الحد من) الآثار السلبية المحتملة¹.
- كما يعرف: عملية تحديد العمل المستقبلي المناسب للنشاط السياحي من خلال عدة بدائل، ويتحدد هذا العمل في ضوء الدراسات والبحوث وتحليل المعلومات المتوفرة².
- أيضا، يمكن رصد التعريف التالي: التخطيط الاستراتيجي السياحي عبارة عن أسلوب أو منهج يهدف إلى حصر كافة الإمكانيات والموارد المتوفرة في الإقليم أو الدولة أو أي موقع آخر على كافة المستويات، وتحديد كيفية استغلالها لتحقيق الأهداف المرجوة خلال فترة زمنية مضبوطة³.
- كما يعرفه الباحث المصري المختص في الدراسات السياحية محمد الصيرفي: "كافة الإجراءات المؤدية إلى وضع أهداف ممكنة التحقيق من الناحية البيئية للوضع السياحي وعلى ضوء الموارد البشرية والمادية المتاحة بالنظر إلى الأولويات المقررة¹."

¹ : ياسين مريخي، التوازن البيئي والتنمية السياحية المستدامة لولاية عنابة"، (ماجستير، جامعة قسنطينة، 2017)، 10.

² : رفعت محمود، التخطيط والتنمية السياحية، مرجع سابق، 25.

³ : أحمد منال، أسس التخطيط السياحي، (الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2011)، 65.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

عموماً، يمكن استخلاص التعريف الاجرائي للتخطيط الاستراتيجي السياحي، كما يلي:
رسم استراتيجية تقديرية مستقبلية على امتداد زمني محدد للنشاط السياحي في دولة معينة، ويقتضي ذلك:

- حصر كل الموارد السياحية الكامنة.
- تحديد الأهداف (القريبة، المتوسطة، البعيدة).
- وضع الآليات مع رصد الميزانيات لتحقيق الأهداف المسطرة.

أهمية التخطيط الاستراتيجي السياحي:

التنمية السياحية المستدامة عملية معقدة ومتشابكة مع معظم المجالات التنموية الأخرى، غايتها النهائية جذب السواح وفق معادلة مبنية على صيغة التوازن بين تلبية مطالب السائح ورغباته دون الاخلال بمميزات (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية) المقصد السياحي، لذلك نحتاج لأسلوب التخطيط الاستراتيجي السياحي كأداة لضبط مسار عملية التنمية السياحية برمتها لأجل²:

- إرساء أسس عقلانية وتوفير اطارا رشيدا يساعد الهيئات السياحية بالشراكة مع منظمات القطاع الخاص لاتخاذ قرارات استراتيجية تخص التنمية السياحية.
- تهيئة كل الأدوات (البشرية، المادية، المالية) وضمان حسن تسييرها لتحقيق الأهداف المرجوة.
- العمل على إرساء منهج التنسيق والتكامل بين جميع عناصر قطاع السياحة (إيواء، نقل، ترفيه، صحة، ...).
- تعظيم الفوائد الاقتصادية الاجتماعية والبيئية من عملية التنمية السياحية بتبني أسلوب التوزيع العادل بين جميع الأطراف (قطاع عام، قطاع خاص، مجتمع محلي، سواح).
- التنبؤ بظروف اللايقين بالنسبة لعوامل البيئة الخارجية وتشخيص آثارها على حركة إدارة المنظومة السياحية وتحديد المخاطر التي تفرضها والفرص المتاحة بما يسهم في تحقيق فعالية الخطط (الاستراتيجيات) السياحية.

¹ : الصيرفي، التخطيط الاستراتيجي، مرجع سابق، 114،

² : ضياء سلمان، التخطيط السياحي والتنمية المتوازنة، مرجع سابق، 59-60

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- التحكم في النتائج السلبية المحتملة للتنمية السياحية والعمل على التقليل من حدة آثارها.
- المساهمة في توفير الخبرات الفنية الكفؤة اللازمة لعملية التنمية السياحية (المستدامة).
- العمل على توفير قاعدة بيانات تتضمن معلومات، احصائيات، خرائط، مخططات، تقارير واستبيانات تتطلبها عملية بناء خطط وبرامج التنمية السياحية (المستدامة).

المستويات المكانية للتخطيط الاستراتيجي السياحي:

يمكن رصد خمسة مستويات مكانية (أو مجالية) وهي¹:

- (1) تخطيط موقع سياحي (خطة تنمية سياحية لموقع): يخص مكانا ذو موقع مميز (قد يكون حيا في مدينة ما) يتسم بمواصفات الجذب السياحي. عملية التخطيط تركز في الغالب على المحافظة على النمط العمراني والتاريخي لمباني الموقع السياحي، توفير خدمات المرفق العام، البنى التحتية وكذا تهيئة عوامل الجذب الطبيعية للموقع.
- (2) تخطيط محلي سياحي (خطة تنمية سياحية لمنطقة): قد يشمل مدينة بمجملها أو جزء منها، ويركز على:

✓ توزيع الخريطة السياحية الفندقية.

✓ الخدمات والمرافق العامة.

✓ عناصر الجذب السياحي بكل أنواعها.

✓ شبكات النقل المختلفة.

هذا المستوى من التخطيط يسبق بدراسات جدوى اقتصادية اجتماعية (Des études socio-économiques) وكذا دراسات بيئية للتأثير والتأثر (Des études d'impact).

- (3) تخطيط اقليمي سياحي (خطة تنمية سياحية لإقليم): يشمل حيزا جغرافيا يضم عدة مدن بحيث يركز التخطيط الاستراتيجي على دراسة الإمكانيات والموارد السياحية المتاحة للإقليم والسعي لتنميتها وحسن ادارتها واستغلالها في إطار الخطة القومية للتنمية الشاملة (تركيب عدة مخططات محلية).

¹ : رفعت محمود، التخطيط والتنمية السياحية، مرجع سابق، 31-39.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

4) تخطيط وطني سياحي (خطة تنمية سياحية قومية): يكون على مستوى الدولة ويقصد به دراسة كافة الموارد والمؤهلات السياحية الكامنة والمتاحة وطنيا بهدف تنميتها واستغلالها وفق نمط التنمية المتوازنة بين الأقاليم.

5) تخطيط دولي سياحي (خطة تنمية سياحية دولية): يقصد به ذلك التعاون بين مجموعة من الدول في مجال ترقية السياحة من قبيل:

✓ مد شبكة من الطرق والسكك الحديدية أو تكثيف الخطوط الجوية بين تلك الدول.

✓ تكثيف عمليات التدريب والتكوين والتعليم المشترك في مجال السياحة.

✓ تبادل العروض والبرامج الثقافية.

✓ الاشتراك والتعاون في مجال الترويج والتسويق السياحي.

من الأمثلة الرائدة في مجال التخطيط الاستراتيجي السياحي ما يجري بين دول الاتحاد الأوروبي.

خطوات التخطيط الاستراتيجي السياحي: يستند أساسا إلى ثلاثة خطوات كبرى هي¹:

أ- مرحلة التشخيص أي القيام بعملية المسح البيئي.

ب- مرحلة صياغة الاستراتيجية: بناء على مرحلة التشخيص تصاغ الاستراتيجية، معلنة وضع أجوبة مسبقة للأسئلة التالية:

✓ تحديد الرؤية: أين نحن وأين نريد الذهاب؟

✓ تحديد الغاية: بتحديد الأهداف الآتية والمستقبلية.

✓ تحديد الرسالة: بتحديد الخطط والإجراءات التفصيلية لتحقيق الأهداف المسطرة العاكسة للغاية وسعيا للوصول للرؤية المرغوبة.

ج- مرحلة التنفيذ: أي وضع ما تم صياغته في المرحلة الثانية موضع التنفيذ. هذه المرحلة تشكل أهمية قصوى، والأصل والأصح أنها تتوازي في سيرها وإدارتها مع مرحلة الصياغة، فالعلاقة بين المرحلتين على قدر من الأهمية تتحدد عليها نجاح أو فشل الاستراتيجية برمتها. والشكل التالي يوضح طبيعة هذه العلاقة:

¹ : عثمان محمد غنيم، بنينا نبيل سعد، *التخطيط السياحي*، ط1، (عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 1999)، 77-81.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

جدول رقم 07: العلاقة بين مرحلتَي صياغة الاستراتيجية وتنفيذها¹

		صياغة الاستراتيجية
ضعيفة	جيدة	تنفيذ الاستراتيجية
تهديد	نجاح	جيد
فشل	مشكلة	ضعيف

في قراءة مختصرة ومبسطة للشكل رقم 08 نستنتج:

- مرحلة التنفيذ لا تقل أهمية عن مرحلة الصياغة، بدليل حتى لو كانت صياغة الاستراتيجية جيدة لكن ضعف الإطار البشري المكلف بالتنفيذ سيؤدي حتما لمشكلات ويقلل من فرص نجاح تخطيط المنظمة في تحقيق الأهداف المسطرة. نؤكد فقط أنه في غياب التنفيذ الجيد تصعب عملية التقييم مما يصعب من عملية إعادة الصياغة من جديد.
 - أكيد في ظل وجود صياغة رديئة (ضعيفة في خانة الشكل) للاستراتيجية مع تنفيذ سيء و ضعيف، فالتخطيط الاستراتيجي برمته مآله الفشل.
 - في حالة وجود فريق تنفيذي محترف وممتاز يضمن تنفيذا جيدا لكن في ظل صياغة استراتيجية غير مدروسة متسارعة وضعيفة، حتما التخطيط الاستراتيجي سيواجه تحديات ومخاطر تصل حد التهديد بالفشل.
- إذن: مرحلة التنفيذ على قدر كبير من الأهمية، فالمنظومة السياحية قد تملك قدرات خارقة في بناء التخطيطات الاستراتيجية (صياغة الاستراتيجيات) كاملة متكاملة لكن تجهض بسبب رداءة التنفيذ الراجع لضعف المورد البشري المكلف بالتنفيذ، وهذه مشكلة عويصة جدا تعاني منها معظم الدول النامية على غرار الجزائر.
- مثال: دولة ريعية مثل الجزائر أبدت في العقدين الأخيرين نوع من الإرادة السياسية لتطوير قطاعها السياحي حتى تتمكن من تنويع اقتصادها وكسر متلازمة المرض الهولندي (الاعتماد فقط على اقتصاد

¹ : أبو النصر، مقومات التخطيط الاستراتيجي، مرجع سابق، 137.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

المحروقات) باعتماد المنظومة المكلفة بقطاع السياحة (وزارة السياحة والصناعات التقليدية) تبني أسلوب التخطيط منذ الاستقلال إلى غاية الوصول إلى مرحلة إعداد ما يسمى بـ "المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025"، السؤال المطروح (وهو في الأصل جزء من الإشكالية المطروحة):

- هل صيغت المخططات السياحية بشكل جيد؟
- هل تحققت الأهداف المرسومة كدليل على جودة التنفيذ؟

جواب تلك الأسئلة وأخرى في الفصلين القادمين من متن الدراسة.

معوقات التخطيط الاستراتيجي السياحي:

انسيابية ونجاح التخطيط الاستراتيجي السياحي مرتبط بتجاوز عدد من المعوقات والتحديات، منها على سبيل المثال:

- ✓ غياب خريطة لمناطق الجذب السياحي الآتية والمستقبلية.
- ✓ عدم توفر قاعدة معلوماتية وإحصائية على قدر من الدقة والمصداقية.
- ✓ ندرة مراكز البحث المتخصصة في مجال الدراسات السياحية والتي قد تكون مصدرا لتقديم المشورة الفنية (خاصة في المنطقة العربية كالجزائر مثلا).
- ✓ ازدواجية المهام وتداخل الأدوار بين بعض الهيئات المكلفة بالنشاط السياحي.
- ✓ قلة رؤوس الأموال الموجهة للاستثمار السياحي باعتبار الأخير يتطلب تمويلا ضخما وغالبا تشكو الدول النامية من عجز مالي في تمويل خططها التنموية السياحية.
- ✓ فتور الإرادة السياسية ودرجة التأييد الرسمي لدعم وترقية النشاط السياحي.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

المطلب الثالث: أنظمة المعلومات الجغرافية في مجال التخطيط الاستراتيجي السياحي:

1) مفهوم نظام المعلومات الجغرافي: قبل التمكن من تحديد مفهوم المصطلح المعني لابد التعرّيج على

بعض التعاريف التفصيلية:

أ- تعريف نظام المعلومات (S.I: Système d'Information)¹:

○ البيانات والمعلومات: البيانات عبارة عن مفاهيم لغوية أو رياضية (من الرياضيات) أو حتى رمزية خالية من المعنى، متفق عليها لتمثيل أشخاص، أشياء، أحداث، عند خضوعها للمعالجة تتحول إلى معلومات. إذن المعلومات هي بيانات معالجة لها قيمة ومعنى وتستخدم في صناعة القرارات.

○ نظام: مجموعة من الأجزاء المترابطة والتي تتفاعل مع بعضها البعض ومع البيئة لتحقيق هدفا ما عن طريق قبول مدخلات(بيانات) وإنتاج مخرجات(معلومات) من خلال اجراء معالجة (Traitement / Processing).

○ نظام معلومات: عبارة عن مجموعة من الإجراءات المتتابعة لتشغيل نظاما لمعالجة البيانات بغرض توليد(Générer)، تخزين(Stocker) واسترجاع(Récupérer) معلومات لمنظمة ما، ويتم ذلك باستخدام حزمة من الأدوات الفنية كالحواسيب والبرمجيات المتصلة بقواعد البيانات.

ب- تعريف نظام المعلومات الجغرافي:

نظام المعلومات الجغرافي أو ما يعرف ب SIG بالفرنسية و GIS بالإنكليزية

(Système d'Information Géographique=SIG) / (Geographic Information System=GIS)، له

العديد من التعاريف الاصطلاحية حسب زاوية تحليل كل باحث، فنجد على سبيل المثال:

➤ تعريف دوكر(Dueker)²: نظام المعلومات الجغرافي هي حالة خاصة من نظم

المعلومات التي تحتوي على قواعد معلومات تعتمد على دراسة التوزيع المكاني(المجالي)

للتواهر والأنشطة والأهداف والتي يمكن تحليلها واسترجاعها أو الاستفسار عنها.

¹ : عماد الصباغ، نظم المعلومات: ماهيتها ومكوناتها، ط1، (عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2000)، 12-13.

² : إبراهيم خليل بظاظو، السياحة بيئية وأسس استخداماتها، ط1، (عمان، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2010)، 709.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

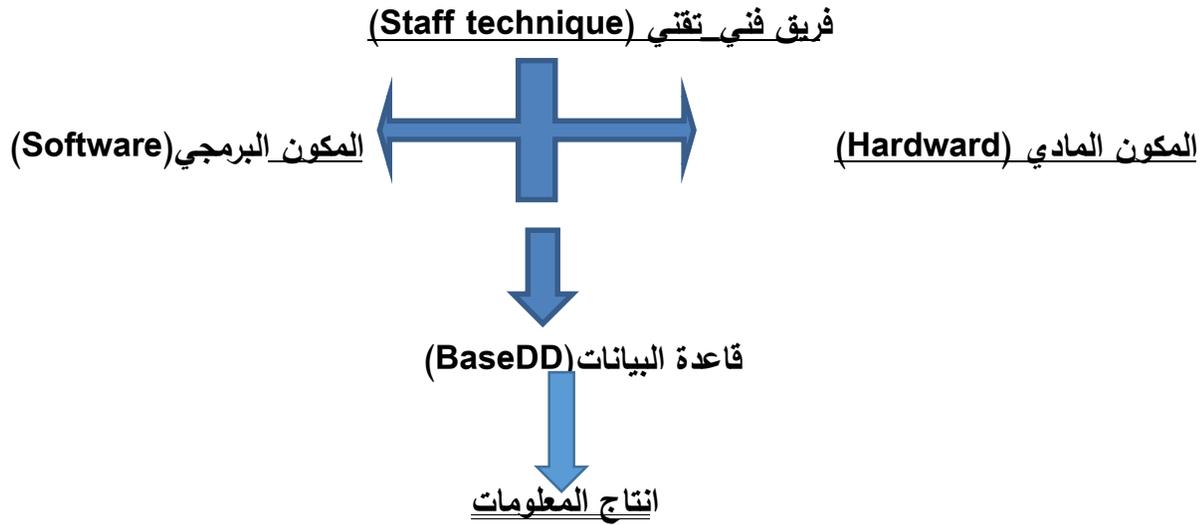
➤ تعريف سميت¹(Smith) : هو نظام قاعدة بيانات تحتوي على معلومات مكانية (أو مكانية) مرتبة بالإضافة الى احتوائه على مجموعة من العمليات التي تقوم بالإجابة على استفسارات حول ظاهرة مكانية معينة.

وعليه يمكن استخلاص **التعريف الاجرائي** لنظام المعلومات الجغرافي: هي أنظمة معلوماتية مكانية، تجمع بين عمليات الاستفسار والاستعلام الخاصة بقواعد البيانات مع إمكانية المشاهدة، التحليل والمعالجة لبيانات جغرافية من خرائط، صور الأقمار الصناعية، الصور الجوية وهذا ما يميزها عن أنظمة المعلومات التقليدية(العادية).

ج- مكونات نظام المعلومات الجغرافي:

عبارة عن منظومة من المكونات المادية (Hardware) كالحواسيب والبرمجيات (Software) كالتطبيقات المعلوماتية والشبكات (Networks) التي يبنها فنيون (أفراد ذوو مهارات فنية وتقنية) و يستخدمونها لجمع البيانات ومعالجتها وتوزيعها (قاعدة بيانات = Base Des Données = Database) بغرض المساعدة في صناعة اتخاذ القرار (Système Interactif Aide à la Décision=SIAD) ، كما يوضحه الشكل الموالي:

شكل رقم 09: مكونات نظام المعلومات الجغرافي



المصدر: من اعداد الباحث.

¹: ضياء الدين أمجد قطيشات، نظام المعلومات الجغرافي GIS، ط1، (عمان، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014)، 13.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

2) العلاقة بين نظام المعلوماتي الجغرافي (SIG) والتخطيط الاستراتيجي السياحي:

تمتاز عملية التخطيط الاستراتيجي السياحي بالدقة والمصداقية، فهي بحاجة إلى جرد كل الموارد البشرية والمادية بغية وضع الخطط الاستراتيجية المناسبة وتحقيق الإدارة المثلى والاستخدام الأنسب مع مراعاة ميزة التوافق بين استخدامات الأرض المتعددة. هاته الأهداف لا يمكن تحقيقها دون توفر قاعدة بيانات كافية يسهل التعامل معها من خلال استخدام نظام المعلومات الجغرافي (SIG)، لما يوفره الأخير من إمكانية تخزين (Stockage/Sauvegarde)، استعادة (Mise à jour)، تعديل (Modification)، معالجة (/Processing/Traitement) وعرض البيانات (Exposition) مع تمثيلها الكاتوغرافي ورسمها على خرائط متعددة الطبقات (Multicouches) تتناسب مع رغبات وأهداف المخططين.

من جانب آخر تبرز أهمية استخدام أنظمة المعلومات الجغرافية ضمن حزمة الأدوات التقنية المرافقة لعملية التخطيط الاستراتيجي السياحي في¹:

- دعم التخطيط الاستراتيجي السياحي في فكرة ربط القطاع السياحي تنمويا وتكاملا مع باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى مما يسهم في تعظيم فرص تحقيق تنمية شاملة ومستدامة انطلاقا من تنمية السياحة وازدهارها.
 - توفير أرضية ملائمة لأسلوب اتخاذ قرارات التنمية السياحية من خلال دراسة الواقع الراهن والمستقبل مع أخذ بعين الاعتبار متغيرات البيئة الخارجية والداخلية.
 - مرافقة ومساعدة المخططين على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مستدام.
- وعليه، فنظم المعلومات الجغرافية توفر الأدوات الضرورية للمكلفين بمهمة التخطيط الاستراتيجي السياحي من قبيل²:

¹: إبراهيم خليل بظاظو، *الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي*، ط1، (عمان، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2010)، 278-281.

²: مصطفى يوسف كافي، هبة يوسف كافي، *جغرافيا السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية*، ط1، (عمان، دار حامد للنشر والتوزيع، 2016)، 110.

الفصل الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة

- الخرائط السياحية وهي وثائق (ورقية أو رقمية) تبرز التنظيم المكاني للنشاط السياحي على الأرض وتعد مرجعا أساسيا لمعظم مشاريع التنمية السياحية حيث تتضمن هذه الخرائط بيانات مثل الحدود الإدارية للأقاليم أو المواقع السياحية، تقسيمات الأراضي (مخططات التجزئة)، المعالم الطبوغرافية، الصور الجوية،
- بيانات البنية التحتية: بمعنى جميع التجهيزات الأساسية من المنشآت المادية في وحدة مساحة محددة، وتشمل كل المرافق العامة، أنظمة النقل والمواصلات من طرق سريعة وبرية، جسور، مطارات، موانئ، ...؛ أيضا، نجد تحت هذا البند المعطيات الاجتماعية والانثروبولوجية الضرورية المتعلقة بالبنية التحتية كالقوانين والتشريعات الخاصة بالعمران وأنماطه، طبيعة الخدمات، المناخ الثقافي، العادات والتقاليد، ...

3) معوقات تطبيق نظام المعلومات الجغرافي:

- استخدامات أنظمة المعلومات الجغرافية بشكل فعال يتعقبه العديد من مجالات القصور مثل:
- ضعف المكنات اللوجستية الضرورية واللازمة لتشغيل هذه الأنظمة من حواسيب وبرامج معلوماتية محينة (بشدة فوق الياء) بصفة دورية.
- صعوبة تغذية قواعد البيانات لعدم اتاحة الأخيرة أو لارتفاع تكلفتها من حيث الجهد، الوقت، المال، المورد البشري المؤهل. كمثال: عملية الإحصاء العام للسكان التي أعلنت الجزائر عن القيام بها في سبتمبر 2020 وما تتطلبه من إمكانيات، تعتبر رافد مهما جدا بإمكانه تغذية قاعدة البيانات لو سار ظل معايير الجودة المتعارف عليها (مصدقية جمع المعلومة، مصداقية تحليل المعلومة، تكنولوجيا تطبيقات الإحصاء المستعملة، ...).
- عدم توفر شبكة معلوماتية تربط أنظمة المعلومات الجغرافية مما ينعكس سلبا على استخدامه (إمكانية استخدام تقنية الحوسبة السحابية-Clouding- والتي تمكن المكلفين بالتخطيط الاستفادة من قواعد بيانات افتراضية مثل ما يوفره المتعامل قوقل لكن بالدفع المالي).
- عدم توفر المورد البشري المؤهل مع قلة برامج التدريب، مما يحتم ادراج مثل هاته التقنيات في برامج المعاهد والمدارس السياحية.
- عدم اقتناع بعض الأطراف من مسؤولين أو أعوان تنفيذ بقيمة وفعالية مثل هاته تقنيات مما يولد مشكلة "مقاومة التغيير" لمنع وكبح نجاح التقنية ميدانيا.

خلاصة واستنتاجات:

السياحة ظاهرة إنسانية حضارية تطور مفهومها عبر الزمن إلى أن أخذ الشحنة المعرفية الآنية المرتبطة بالتغيير الاقتصادي والاجتماعي وحتى البيئي؛ مما يضيف عليها طابع الارتباط العضوي بالتنمية الشاملة المتضمنة مبادئ الاستدامة، المكرسة لخلق بدائل وخيارات متعددة لحياة البشر والمعززة لفرص الرفاه والعيش الكريم، ذلك أن السياحة كنشاط اقتصادي تتخذ مسارا أفقيا يتشابك ويتقاطع مع العديد من المجالات الاقتصادية، مما عزز طابع الاستقلالية العلمية على دراسة السياحة فأصبحت حقلًا معرفيًا متخصصًا، متشابكا و متداخلا مع عدة تخصصات معرفية أخرى و خاصة حقل العلوم الاجتماعية و الانسانية، ولكي يتم ضمان نجاح دراسة أي ظاهرة سياحية يجب توظيف مختلف المداخل المنهجية و العلمية للحقول المعرفية ذات الصلة و الرابطة الوثيقة مع جانب من جوانب الظاهرة السياحية قيد الدراسة، مما يؤكد صعوبة وتعقد إرساء مسارا تنمويا سياحيا دون اللجوء إلى أساليب وأدوات علمية مدروسة مثل أسلوب التخطيط الاستراتيجي.

باختصار، هذا ما تم التطرق له في هذا الفصل النظري من الدراسة والذي نحاول اسقاطه فيما سيأتي من البحث بدراسة تجربة الجزائر فيما يخص التنمية السياحية المستدامة، الجزائر التي أبدت إرادة سياسية لإنعاش وتطوير قطاعها السياحي سعيا لتنويع اقتصادها الريعي.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

تقديم الفصل:

تحسبا لأي ارتدادات اقتصادية أو أزمات مالية محتملة مستقبلا، تلجأ معظم دول العالم إلى تنويع اقتصادها بتعدد مصادر الدخل وتنوع أساليب خلق الثروة، بتبني سياسات اقتصادية تراهن على قطاعات متجددة ومستدامة وتستجيب لخاصيتي الابداع والابتكار كالطاقات المتجددة، الاقتصاد الإبداعي البنفسجي، الزراعة، المائيات، السياحة،

الجزائر كغيرها من الدول تبحث عن فك الارتباط الاقتصادي مع الريع البترولي (متلازمة المرض الهولندي) بالمراهنة على مجالات اقتصادية ذات أولوية كالسياحة؛ لما تمتلكه من مؤهلات طبيعية ومقدرات لوجستية ناهيك عن ارث حضاري وتاريخي شديد الثراء والتنوع؛ كلها محددات تمنح دولة الجزائر أفضلية تعظيم فرصها لتكون دولة رائدة سياحيا. نستعرض في هذا المبحث المؤهلات والسياحية للجزائر، الفواعل المحلية للسياحة ونختم بإبراز قيمة السياحة في الاقتصاد الجزائري.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

المبحث الاول: الامكانيات السياحية للجزائر:

الجزائر البلد القارة، حباها الله بجغرافيا متنوعة وتاريخ ثري، منحها مقومات وخصائص متعددة ومتميزة بدءا من التضاريس والمناخ وصولا لخصائص من صنع الانسان كالأثار والبنى التحتية؛ فيما يلي نستعرض أهم مقومات الجذب السياحي في الجزائر، الفواعل الموكلة اليها مهمة ادارتها مع التعرّيج لقيمة السياحة في الاقتصاد الجزائري.

المطلب الأول: المؤهلات السياحية للجزائر:

الجزائر من البلدان التي تتميز بمقومات جغرافية طبيعة متميزة وتنوع معماري حضاري ثري يغري السواح لاستكشافها وزيارتها بدليل الإشادة الإعلامية بقيمة الجزائر السياحية من طرف المجلة الامريكية العالمية المتخصصة في شؤون الثقافة السياحية والمودة فوغ(Vogue)، إذ صنفتها على رأس قائمة الوجهات السياحية المثيرة¹ لسنة 2019. اضافة لشهادة الرحالة البريطاني آدم لسوبر الذي يتوقع أن تكون الجزائر وجهة مستقبلية واعدة للسواح الأجانب في قادم السنوات وهذا بعد زيارته واكتشافه لأكثر من تسعين بلدا؛ دون نسيان اشادة منظمة اليونيسكو بجمال غروب الشمس بمنطقة الأهفار وتحديدًا بقمة أسكرام ناحية تمنراست واعتباره الأجمل عالميا على الاطلاق².

1. المقومات الطبيعية:

1.1_ **الموقع الجغرافي:** الجزائر بلد شمال افريقي، يتوسط منطقة المغرب العربي الكبير، يقع بين خطي طول 9° و 12°، وبين دائرتي عرض 19° و 37° شمال خط الاستواء. إقليم دولة الجزائر يمتد على نطاق شاسع يصل الى 2381741 كم²، ويعمق جغرافي من الشمال (الجزائر العاصمة) الى غاية أقصى الجنوب (منطقة عين قزام) الى 2000 كم وبذلك تنصدر قائمة أوسع بلدا افريقيا والصف العاشر عالميا³. الجزائر تتقاسم الحدود مع ستة بلدان افريقية؛ مما يجعلها بوابة القارة السمراء من ناحية الشمال؛ يحدها البحر الأبيض المتوسط شمالا، المغرب الأقصى وموريطانيا غربا، تونس وليبيا شرقا، ناحية الجنوب الشرقي دولة النيجر

¹ : http://www.Vogue.fr/lifestyle/Les_nouvelles_destinations_de_2019 consulté le 21 octobre 2021.

²: محمد علال، "مشاريع واعدة للاستفادة من ثروة نائمة"، <http://www.Newskysarabia.com> تم تصفح الموقع 2021/10/21.

³: "السياحة في الجزائر"، <http://www.Wikipedia.Org> تصفح يوم 22 أكتوبر 2021.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

والجنوب الغربي دولة مالي. هاته الرقعة الجغرافية المترامية ذات العمق الكبير منح الجزائر تنوعا مناخيا وثرأا طبوغرافيا.

2.1_ المناخ¹: تتمتع الجزائر بثلاثة مناخات، متوزعة حسب التقسيم الطبوغرافي التالي:

- منطقة الشريط الساحلي ذات مناخ متوسطي معتدل شتاء ورطبا حارا صيفا.
- منطقة الهضاب العليا ذات مناخ شبه قاري شديد البرودة شتاء وحر جاف صيفا.
- منطقة الجنوب والواحات(الصحراء) تتميز بمناخ صحراوي شديد الحرارة والجفاف في الفترة الممتدة من شهر ماي الى غاية سبتمبر أما باقي الأشهر فالمناخ يصبح متوسطيا معتدلا؛ وهي أفضل فترة للسياحة وزيارة الجنوب.

3.1_ الطبوغرافيا: شساعة مساحة الجزائر منحتها تنوعا طبوغرافيا متميزا وتعددا بيئيا متناغما بين الساحل والهضاب والجبال والواحات، مما اضى عليها لمسة جمالية جاذبة للسواح، فكانت تضاريسها كالاتي²:

- المنطقة الشمالية والشريط الساحلي: تمتد المنطقة الشمالية على طول الشريط الساحلي المطل على البحر الأبيض المتوسط؛ من بلدية مرسى بن مهدي (ولاية تلمسان) غربا الى غاية بلدية الصوارخ (ولاية الطارف) شرقا على امتداد 1622 كم تتخلله شواطئ نادرة الجمال وخلجان غنية بالثروة المرجانية والسمكية. كما تمتد السهول التلية على امتداد المنطقة الشمالية كسهول عنابة شرقا ، المتيجة وسطا وتلمسان غربا، ويأتي بعدها بالتوازي سلسلة جبال الاطلس التلي كجبال شليا شرقا بمنطقة الاوراس بقمة قدرها 2328م، جبال الونشريس وسطا (منطقة تيسمسيلت) بقمة تناهز 1985م وجبال تلمسان غربا بقمة قدرها 1834م.
- الهضاب العليا: تقع مباشرة خلف المنطقة التلية الأطلسية، تتميز بمناخ شبه قاري، حار جاف صيفا وبارد شتاء.
- منطقة الاطلس الصحراوي: تتواجد بين منطقة الهضاب العليا والصحراء الكبرى.

¹ : "مناخ الجزائر" ، <http://www.Algeria.org> تصفح يوم 22 أكتوبر 2021.

²: شريف بوفاس وخديجة منصف، "ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر: الواقع والتحديات"، (الملتقى الوطني حول: المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة عنابة، نوفمبر 2014)، 08.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- الصحراء الكبرى: تمتد صحراء الجزائر على مساحة 2 مليون كم² ، تنتشر فيها الواحات شمالا كواحات منطقة بسكرة، الواد، تقرت ، والتي تتميز باعتدال مناخها ، والباقي يعرف باسم صحراء الجنوب الكبير (منطقة الطاسيلي_اليزي ،الهقار_تمنراست ، أدرار) .
- الحظائر الطبيعية الوطنية¹: الحاضرة عبارة عن حيز جغرافي ذو نظام بيئي (غابي ونباتي) متميز وتنوع حيواني فريد (في الغالب مهدد بالانقراض). حسب بيانات المديرية العامة لمحافظة الغابات تملك الجزائر على اثني عشر(11) حظيرة وطنية مصنفة و محمية منها حظيرتين بالجنوب الكبير تشرف عليهما وزارة الثقافة وباقي الحضائر تقع تحت وصاية وزارة الفلاحة (المديرية العامة لمحافظة الغابات):

- 1) حظيرة القالة: ولاية الطارف، مساحتها 76438 هكتار، صنفتها اليونيسكو محمية طبيعية عالمية سنة 1990 م.
- 2) حظيرة بلزمت: ولاية باتنة، مساحتها 26587 هكتار.
- 3) حظيرة تازا: ولاية جيجل، مساحتها 3800 هكتار.
- 4) حظيرة قورايا: ولاية بجاية، مساحتها 2080 هكتار، صنفتها اليونيسكو محمية طبيعية عالمية سنة 2004 م.
- 5) حظيرة جرجرة: تمتد ضمن إقليم ولايتي البويرة وتيزي وزو، مساحتها 18550 هكتار.
- 6) حظيرة ثنية الحد: ولاية تيسمسيلت، مساحتها 3424 هكتار.
- 7) حظيرة الشريعة: تمتد ضمن إقليم ولايتي المدية والبلدية، مساحتها 26587 هكتار، صنفتها اليونيسكو محمية طبيعية عالمية سنة 2002 م.
- 8) حظيرة تلمسان: ولاية تلمسان، مساحتها 8224 هكتار.
- 9) حظيرة جبل عيسى: ولاية النعامة (الاطلس الصحراوي)، مساحتها 24500 هكتار.
- 10) حظيرة الهقار: ولاية تمنراست، مساحتها 1140000 هكتار.
- 11) حظيرة الطاسيلي_ناجر: ولاية اليزي، مساحتها 45000000 هكتار، صنفتها اليونيسكو محمية طبيعية عالمية سنة 1982 ضمن التراث عالمي للبشرية.

¹: تاج الدين صحراوي ووسيلة السبتي، "السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول"، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة،

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

4.1_ الحمامات المعدنية: حسب بيانات وزارة السياحة؛ تتوفر الجزائر لغاية 2020 م على ما يناهز 282 منبع حموي منها 93 منبعاً حموياً متحصلاً على رخصة الاستغلال من أجل إقامة مركبات استجمام ومحطات علاج، وهو مخزون يكفي الجزائر لكسب رهان تنافسية سوق السياحة الحموية على الأقل إقليمياً، والجدول التالي يوضح حجم المؤهلات السياحية الحموية للجزائر خلال الفترة 2015-2020:

الجدول رقم(08): حجم المؤهلات السياحية الحموية للجزائر خلال الفترة 2015-2020

السنة	عدد المنابع الحموية	عدد رخص الاستغلال	مركب حموي عمومي	مركب حموي خاص	مركز علاج بمياه البحر عمومي	مركز علاج بمياه البحر خاص
2015	282	57	08	10	01	01
2016	282	64	08	10	01	01
2017	282	74	08	13	02	01
2018	282	79	08	15	02	01
2019	282	92	08	17	02	01
2020	282	93	08	18	02	01

المصدر: من اعداد الباحث (بتصرف من بيانات موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية)

من خلال ال نلاحظ جدول رقم (07) منحي تصاعدي لمنح رخص استغلال المنابع الحموية، من 57 رخصة سنة 2015 وصولاً الى 93 رخصة سنة 2020 في انتظار توسيع قائمة الرخص؛ بالرغم من أن الرقم المذكور مقبول باعتبار العديد من المنابع الحموية موجودة في مناطق جبلية وعرة.

أما بالنسبة للمراكب(الحمامات) المعدنية فنحصى ثمانية حمامات وهي:

جدول رقم (09): قائمة المركبات(الحمامات) المعدنية في الجزائر

الولاية	المركب الحموي	الرقم
قالمة	حمام المسك والطين	01
سطيف	حمام قرقور	02
عين تيموشنت	حمام بوحجر	03
معسكر	حمام بوحنيقية	04
تلمسان	حمام بوغرارة	05
عين الدفلى	حمام ريغة	06
بسكرة	حمام الصالحين	07
سعيدة	حمام ربي	08

المصدر: من اعداد الباحث (بتصرف من بيانات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية عنابة)

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

2. المقومات الحضارية التاريخية: المسار التاريخي للجزائر تعاقبت عليه العديد من الحضارات جعلها تراكم رصيدا تاريخيا ومخزونا حضاريا وثقافيا شديد التنوع والثراء بدليل الآثار والمعالم التاريخية الشاهدة على عمق الانتماء التاريخي للعديد من الحضارات الإنسانية، حتى أن منظمة اليونسكو صنفت الجزائر كثاني بلد في العالم بعد إيطاليا من حيث حجم الآثار الرومانية وثاني بلد يملك آثار أندلسية بعد اسبانيا¹. وبالرجوع لقائمة التراث العالمي لمنظمة اليونسكو تضمنت القائمة العديد من المقاصد الأثرية السياحية أبرزها:

جدول رقم (10): المقاصد السياحية الجزائرية المصنفة من طرف اليونسكو

المقصد الأثري	الولاية	طبيعة التراث	تاريخ التصنيف
قلعة بني حماد	مسيلة	ثقافي	1980
قلعة بني يزقن-وادي	غرداية	ثقافي	1980
مدينة جميلة	سطيف	ثقافي	1982
مدينة شرشال القديمة	تيزازة	ثقافي	1982
مدينة تيمقاد	باتنة	ثقافي	1982
كهوف الطاسيلي ناجر	البيزي	مختلط(ثقافي/ايكولوجي)	1982
الأهقار	تمنراست	مختلط(ثقافي/ايكولوجي)	1987
القصبه	الجزائر العاصمة	ثقافي	1992

المصدر: من اعداد الباحث (بتصرف من بيانات وزارة السياحة والصناعات التقليدية)

الجزائر غنية بموروثها الحضاري والتاريخي وهو ما نلاحظه من خلال امتلاكها لرصيد هام من

المتاحف الوطنية، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (11): قائمة متاحف الجزائر

الرقم	اسم المتحف	الولاية	ملاحظة
01	هيون	عنابة	آثار نوميديّة ورومانية
02	تيمقاد	باتنة	آثار رومانية
03	المتحف الوطني سيرتا	قسنطينة	يضم حفريات وقطع أثرية لناحية قسنطينة والشرق
04	المتحف الوطني باردو	العاصمة	حفريات انثروبولوجية لحقبة ما قبل التاريخ وكذا آثار افريقية

¹: جريدة صدى الجزائر الالكترونية 18 - فيفري-2022 / هي - الثانية -عالميا .http://www.Sadadz.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

05	المتحف الوطني زبانة	وهران	حفريات انثروبولوجية لحقبة ما قبل التاريخ
06	المتحف الوطني للمجاهد	العاصمة	يؤرخ لمعاناة الشعب الجزائري أثناء الاستعمار الفرنسي
07	المتحف الوطني للفنون الجميلة	الحامة/العاصمة	يعرض قطعاً من مختلف الفنون العصرية
08	المتحف الوطني للفنون الشعبية	القصبه/العاصمة	معروضات فنية للصناعة التقليدية الجزائرية

المصدر: من اعداد الباحث (بتصرف من بيانات متحف هييون لولاية عنابة)

3. البنى التحتية: لا يمكن استمرار ونجاح أي نشاط سياحي دون توفر شرطي النقل والايواء، لدى سعت الجزائر لتطوير اسطول مواصلاتها وشبكة طرقها بمختلف أنواعها، وكذا تحاول دوما توسيع وتنويع حضيرتها الفندقية.

1.3-النقل: تتنوع شبكة النقل في الجزائر كالتالي¹:

✓ **النقل بري:** تملك الجزائر شبكة طرق برية وطنية بطول 104 ألف كم، كما تتمتع بطريق عابر للصحراء عبر الساحل الافريقي؛ طريق الوحدة الافريقية بطول 2344 كم. من أجل إعطاء حيوية وديناميكية لحركة المواطنين والنشاط الاقتصادي أنشأت الجزائر الطريق السريع شرق/غرب بطول 1216 كم والذي يربطها بجرانها تونس شرقا والمغرب الأقصى غربا، كما تسعى السلطات المركزية بالجزائر لتوصيل الطريق لغاية العاصمة الليبية طرابلس. كما تملك الجزائر شبكة سلك حديدية يصل مداها إلى 6511 كم ، لكن كلها متركزة في الشمال (منطقة الساحل والهضاب العليا).

✓ **النقل جوي:** من أهم الشروط لانتعاش السياحة الوافدة نظرا لما يوفره النقل الجوي من سرعة ورفاهية للسائح(الزبون)، لذلك عززت الجزائر شبكتها للنقل الجوي بامتلاكها لـ 58 مطار منها 17 مطار دولي أهمها العاصمة الدولي ومطار وهران الدولي غربا ومطار قسنطينة وعنابة الدوليين شرقا و 41 مطار داخلي؛ كما تتشكل حظيرة النقل الجوي للجزائر من 63 طائرة قادرة على نقل سنويا 3,5 مليون مسافر سنويا وما يناهز 30 ألف طن من البضائع.

¹: خنتار نوال وقلش عبد الله، "تقييم أداء قطاع السياحة الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030: مقارنة مع مجموعة من الدول العربية"، مجلة الاقتصاد والمالية، 05، ع.01، (2019)، 200.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

✓ النقل بحري¹: تملك الجزائر 17 ميناء، بعضها متعدد الاستعمالات كميناء العاصمة ووهران والبعض الآخر متخصص للنشاط الطاقوي (تصدير المحروقات) كمينائي سكيكدة وأرزيو. تمتلك الجزائر أربعة سفن كبيرة لنقل المسافرين؛ وهو عدد غير كاف مما يحتم على السلطات استئجار سفينة أخرى وقت الذروة السياحي والذي يتصادف مع عودة الجالية الجزائرية المغتربة صيفا لقضاء العطلة، كم تملك ثمانية سفن لنقل البضائع.

2.3- الإيواء: لا نتصور وجود سياحة دون خدمة الفنادق والضيافة، لذلك ما فتئت الجزائر تطور وتوسع حظيرتها الفندقية؛ كما يوضحه الجدول أدناه والذي يرصد تطور الحضيصة الفندقية على امتداد الفترة 2015 الى غاية 2020:

جدول رقم (12): تطور الحضيصة الفندقية على امتداد الفترة 2015 الى غاية 2020

2020	2019	2018	2017	2016	2015	تصنيف الفندق
15	14	13	13	13	08	5 نجوم
35	29	27	23	12	06	4 نجوم
69	65	62	59	51	39	3 نجوم
64	55	50	48	46	46	2 نجمة
185	182	171	159	158	158	01 نجمة
173	173	165	160	160	160	غير مصنف
02	02	02	02	02	02	إقامة سياحية 2 نجمة
01	01	01	01	01	01	إقامة سياحية 1 نجمة
02	02	02	02	02	02	نزل طريق (موتيل) 2 نجمة
01	01	01	01	01	01	نزل طريق (موتيل) 1 نجمة
01	01	01	01	01	01	نزل ريفي 2 نجمة
01	01	01	01	01	01	نزل ريفي 1 نجمة
01	01	01	01	01	01	قرية عطل 3 نجمات

¹ : <http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/> consulté le 13 octobre 2022 à للمسافرين

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

05	05	05	05	05	05	نزل مفروش 1 نجمة
10	10	10	10	10	10	نزل عائلي 1 نجمة
207	207	196	196	196	196	منشآت أخرى موجهة للضيافة
06	06	06	06	06	06	محطة استراحة 1 نجمة
785	762	714	688	665	643	المجموع

المصدر: من اعداد الباحث (بتصرف من بيانات وزارة السياحة والصناعات التقليدية).

حسب الجدول أعلاه؛ نلاحظ أن تطور وتوسع الحضيصة الفندقية تأخذ منحى تصاعدي لكن بسرعة بطيئة وخاصة بالنسبة للفنادق الفاخرة من فئة خمس نجوم وحتى فئة أربعة نجوم، وهذا لا يتماشى مع قدرات وامكانيات الجزائر الفنية وحتى المالية.

المطلب الثاني: فواعل التنمية السياحية المحلية في الجزائر:

يدير عملية النشاط السياحي في الجزائر عدة مؤسسات، منها المركزية وأخرى على المستوى اللامركزي. الملفت للانتباه فقد مر قطاع السياحة بعدة تحولات ومراحل لغاية بلورته على النحو الراهن، فالسياحة كانت مرتبطة بوزارة الشباب غداة الاستقلال حتى نهاية سنة 1964 تاريخ انشاء أول وزارة مستقلة بذاتها للنشاط السياحي. لكن مركز صناعة القرار السياحي عاش تذبذبا وعدم استقرار على مدار مراحل تطوره مما أعاق وكبح نجاح سياسات التنمية السياحية¹.

1.2_ فواعل التنمية السياحية على المستوى المركزي²:

- وزارة السياحة: أول تواجد لوزارة السياحة بالجزائر كان ضمن طاقم الحكومة الثانية المشكلة بمقتضى المرسوم رقم 01/63 بتاريخ 18 سبتمبر 1963؛ بصدر المرسوم التنفيذي رقم 474/63 المؤرخ في 20 ديسمبر 1963 المتضمن تنظيم وزارة السياحة؛ حددت صلاحياتها كآلاتي:
 - التعريف بالمنتوج السياحي الجزائري وتسويقه والعمل على تطويره.
 - العمل على تنفيذ سياسات التنمية السياحية (سياحة، حمامات معدنية، صناعة تقليدية).

¹: يحيوي هادية، " السياحة والتنمية في دول المغرب العربي"، (أطروحة دكتوراه، جامعة الحاح لخضر باتنة، 2012)، 90.

² : <http://www.mta.gov.dz/ar/Législation du tourisme> consulté le 20/08/2021.

*: Office National de Tourisme.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

○ انجاز المخططات التنموية السياحية.

وزارة السياحة كمركز لصناعة القرار السياحي والذي يتطلب الاستقرار كشرط مسبق لتعظيم فرص نجاحه؛ لكن ما حصل أن وزارة السياحة عاشت تذبذبا واضطرابا على مدى عقود منذ الاستقلال لليوم (29 حكومة المشكلة خلال هذه الفترة)؛ مما أثر ويؤثر سلبا على نجاح وقيمة نتائج مسار التنمية السياحية؛ بحيث كل حكومة لها اطارها المؤسسي والقانوني لوزارة السياحة؛ فنجدها¹:

○ 08 مرات وردت مستقلة لذاتها.

○ مرة واحدة مقترنة بوزارة الثقافة.

○ 04 مرات مقترنة بوزارة التهيئة العمرانية والبيئة.

○ 11 مرة مرتبطة بالصناعات التقليدية.

الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة يتكون أساسا من:

○ أمانة عامة.

○ ديوان.

○ مفتشية عامة

○ المديرية العامة للسياحة.

○ المديرية العامة للصناعات التقليدية.

بالنسبة للمديرية العامة للسياحة تضم أربعة مديريات فرعية، هي:

○ المديرية الفرعية لمخطط الجودة السياحية.

○ المديرية الفرعية للتهيئة والمحافظة السياحية.

○ المديرية الفرعية للاستثمار السياحي.

○ المديرية الفرعية للحمامات المعدنية والنشاطات الحموية.

بالنسبة للمديرية العامة للصناعات التقليدية تضم مديريات فرعية، هي:

¹: بلية لحبيب، تطور السياسة السياحية في الجزائر، (مداخلة مقدمة في اليوم الدراسي الموسوم: السياحة كمورد استراتيجي

لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 30 نوفمبر

.12،(2016

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- المديرية الفرعية لتطوير الصناعات التقليدية.
 - المديرية الفرعية لتنظيم وتأطير الصناعات التقليدية.
 - المديرية الفرعية للصناعة التقليدية
- **الديوان الوطني للسياحة (ONT)***: أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 214/88 المؤرخ في 31 أكتوبر 1988 المتضمن انشاء الديوان الوطني للسياحة والمعدل في سنة 1990 بالمرسوم التنفيذي رقم 409/90 المؤرخ في 22 ديسمبر 1990 والذي عدل مرة أخرى سنة 1992 بالمرسوم التنفيذي رقم 402/92 المؤرخ في 31 أكتوبر 1992؛ ويعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية، يعتبر أداة وزارة السياحة لتطوير النشاط السياحي ودراسة السوق السياحية، من أبرز مهامه:

- ترقية المنتج السياحي الجزائري والعمل على تجديده واستدامته.
 - توجيه المتعاملين السياحيين.
 - متابعة ومراقبة عمل الوكالات السياحية.
 - انجاز الدراسات العامة لمناطق التوسع السياحي.
 - متابعة الاستثمارات السياحية، وتحفيزها وفق التشريعات المتاحة.
 - المشاركة في خطط ترويج المنتج السياحي.
 - اجراء عمليات تقييم لكل العمليات والبرامج المحققة
 - انجاز احصائيات والعمل على تحليلها واستغلالها في مجال الترقية السياحية.
- لكن؛ بعد مرور أربعة عقود من انشائه يبقى مردوده هزيلا مقارنة بمستوى التحديات نظرا للطابع الإداري العمومي لهاته المؤسسة التي حرمتها من تحقيق أرباح مكرسة تبقيتها المالية للخزينة العمومية عكس مؤسسات الترقية السياحية في البلدان الناجحة سياحيا والتي يحكمها الطابع الصناعي التجاري وتجنبي بذلك أموال من الشركات السياحية نظير الترويج لأنشطتها وبرامجها. كما الديوان لازال يمارس مهامه بمقاربة تقليدية رتيبة تتمثل في مشاركات رمزية وبخلفية سياسية تفتقر للطابع البراغماتي التجاري، وإلا كيف نفسر مشاركاته في تظاهرات سياحية في بلدان عربية كتونس، مصر، الأردن مع العلم أن العرض السياحي الجزائري لا يغري مواطني هاته الدول؛ عكس مشاركة الأخيرة في معارض السياحة بالجزائر ستخرج رابحة

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

نظرا لوجود طلب جزائري على منتجاتها السياحية؛ مما يوجب ويحتم اجراء دراسات سوق وجدوى سياحية قبل الاتفاق على أي تعاون أو شراكة دولية.

• الوكالة الوطنية للتنمية السياحية¹(ANDT²) : أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 70/98

المؤرخ في 21 فيفري 1998، تعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري صناعي، تتمتع بالشخصية الاعتبارية، وتقع تحت وصاية وزارة السياحة؛ مقرها بسيدي فرج ولاية تيبازة. الغرض الرئيس من انشائها هو تزويد وزارة السياحة بأداة متخصصة في الدراسات السياحية والتقنية وتهيئة المناطق السياحية حتى لا تضطر الوزارة الى اللجوء الى مكاتب دراسات خاصة في الغالب غير متخصصة في المجال السياحي، لكن ما نلاحظه في الواقع فإن الوكالة حادت عن دورها الحقيقي وتقصت دور الوسيط بإبرام صفقات مع مكاتب دراسات لصالح الوزارة متخليه بذلك عن مهمتها الرئيسية والمتمثلة في انجاز دراسات التهيئة بنفسها وليس عن طريق اللجوء لمؤسسات أخرى³، وذلك بسبب افتقارها للكفاءات المؤهلة والمتخصصة في دراسات التهيئة السياحية، فالاعتمادات المالية العمومية المخصصة لإنجاز الدراسات التقنية الخاصة بالتهيئة السياحية تمنح لوزارة السياحة والتي بدورها تحولها للوكالة الوطنية للتنمية السياحية لاستغلالها في فتح مناقصات لاختيار مكاتب دراسات لإنجاز مخططات التهيئة السياحية، بمعنى تكفي بدور الوسيط بين الوزارة ومكاتب الدراسات مما سيعيق ويقلل فرص نجاح مخططات التهيئة السياحية(كما سنرى في الفصل الثالث). للوكالة صلاحيات ومهام واسعة تجعلها بمثابة الهيئة الرسمية المكلفة باعتماد ومتابعة وتقييم الاستثمارات والمشاريع السياحية، ومن بين أهم أدوارها نذكر:

○ إنجاز مخطط توجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر يكون بمثابة خارطة طريق للتنمية السياحية.

○ اقتناء العقار الضروري وتخصيصه للمشاريع السياحية.

¹ : Hachimi Madouche، *le tourisme en Algérie: jeu et enjeux*، (Alger، Edition Houma،2003) ،16.

² : Agence Nationale de Développement Touristique.

³ : صالح ميهوب، *الاقتصاد السياحي: مكانته في العالم وفي الجزائر*، ط1، (تلمسان، النشر الجامعي الجديد، 2020).

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- حماية وصيانة مناطق التوسع السياحي.
- المساهمة رفقة شركاء آخرين لترقية الأماكن داخل مناطق التوسع السياحي وحول مناطق المنابع الحموية.
- **المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET)¹**: أنشئت حسب المرسوم التنفيذي رقم 94/98 المؤرخ في 10 مارس 1998، تعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري صناعي، تتمتع بالشخصية الاعتبارية، وتقع تحت وصاية وزارة السياحة؛ لكن تم حل هذه المؤسسة، وأسندت مهامها للوكالة الوطنية للتنمية السياحية؛ من مهامها:
 - مراقبة ومتابعة المشاريع الاستثمارية السياحية.
 - انجاز دراسات التهيئة الموجهة للنشاطات السياحية والفندقية والمركبات المعدنية.
 - السهر على حماية مناطق التوسع السياحي.
 - انجاز دراسات لتحديد القدرات السياحية والعمل على تنميتها وتجديدها.
 - العمل على انجاز بنك معلومات (قاعدة معلومات) خاص بمجال التهيئة السياحية.
 - انجاز كل الدراسات المتعلقة بمجال اختصاصها بطلب من السلطات العمومية.
- **اللجنة الوطنية لتسهيل الأنشطة السياحية**: تم انشاؤها بموجب مرسوم تنفيذي رقم 39/94 المؤرخ في 25 فيفري 1994، اللجنة مكونة من وزير السياحة رئيسا وممثل من وزارات: الخارجية، الداخلية، الصحة، النقل، الثقافة إضافة لمدير الديوان الوطني للسياحة وممثل عن المدير العام للأمن الوطني وممثل عن مدير العام للجمارك، من بين مهامها:
 - تسهيل التدفقات السياحية المحلية والأجنبية.
 - اقتراح ضوابط وقواعد تنظيمية مبتكرة لتنمية السياحة.
 - ضمان شروط الموافقة لدخول وخروج وتنقلات السواح.
 - العمل على تبسيط وتسهيل الإجراءات الإدارية لأجل انتقال السواح.
 - تبسيط وتسهيل الإجراءات الموجهة للمنظمات السياحية والفندقية.
 - العمل على ضمان استدامة الموروث الطبيعي والحضاري والثقافي.

¹ : Etablissement National des Etudes Touristiques.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- المجلس الوطني للسياحة¹(CNT²): أنشئ بموجب المرسوم الرئاسي رقم 479/02 المؤرخ في 31 ديسمبر 2002، كهيئة مسؤولة عن إنعاش قطاع السياحة بإبداء الرأي في السياسة الوطنية السياحية وباقتراح تدابير وابتكار آليات لتشجيع الاستثمار السياحي لاسيما مع الشريك الأجنبي والعمل على تنمية وترقية صورة ووجهة الجزائر السياحية. يرأس المجلس الوزير الأول، ويتشكل المجلس حسب مضمون المادة الثالثة من المرسوم من ثلاثة عشرة وزيرا: الخارجية، الداخلية، الصحة، النقل، الثقافة، الأوقاف والشؤون الدينية، التجارة، المالية، الأشغال العمومية، السكن والتهيئة العمرانية، الموارد المائية إضافة لممثل عن كل من المدير العام للأمن الوطني والمدير العام للجمارك.

2.2_ فواعل التنمية السياحية على المستوى اللامركزي(المحلي):

مديريات السياحة الولائية: هيئة رسمية أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 257/10 الصادر في 20 أكتوبر 2010 والمتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية والمحدد لمهامها، تتركز على مستوى كل ولاية وتعتبر ممثل وامتداد تنظيمي لوزارة السياحة على المستوى المحلي، وتتكون هيكليا من أمانة وثلاثة مصالح:

▪ مصلحة السياحة.

▪ مصلحة الصناعة التقليدية

▪ مصلحة الإدارة والوسائل.

تتلخص مهام المديريات الولائية للسياحة:

○ في المجال السياحي³:

▪ تحفيز الاستثمار السياحي على المستوى المحلي بتوفير المعلومة وممارسة سياسات

الجدب السياحي باستغلال كل أدوات الاشهار والترويج السياحي المتاحة قانونا.

▪ متابعة المشاريع الاستثمارية المسجلة وإعداد دفاتر الشروط الخاصة بها مع توفير واستغلال

كل التسهيلات القانونية في مجال الاستثمار السياحي.

¹ : <http://www.Tahwaspresse.dz>، المجلس الوطني للسياحة، consulté le 20 oct 2021.

² : Conseil National de Tourisme.

³: مقابلة مع مدير السياحة لولاية عنابة(السابق) السيد مقداد تابث، يوم 22 أكتوبر 2021، بتوقيت 14 سا 00 د

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- العمل على ترقية وتنمية السياحة المستدامة محليا من خلال تثمين المقدرات السياحية المحلية والعمل على تشجيع الابتكار في مجال العروض السياحية.
 - جمع وتحليل البيانات السياحية محليا من أجل اثراء البنك الوطني للمعلومات في المجال السياحي.
 - العمل على ترقية الشراكة والتعاون اللامركزي المحلي في مجال التنمية السياحية بالاشتراك مع باقي الشركاء المحليين المعنيين بترقية النشاط السياحي.
 - السهر على جودة الخدمات السياحية المحلية إرضاء للمواطن المحلي وتلبية لرغبات وتطلعات السائح.
 - العمل على تكريس وإدماج التنمية السياحية ضمن سياسات وبرامج التهيئة الإقليمية والعمرانية.
 - في مجال الصناعات التقليدية¹:
 - السهر على خلق بيئة ملائمة ومحفزة للنشاطات الحرفية التقليدية والتي تدخل في صميم آليات التنمية المستدامة باعتبار قطاع الصناعات التقليدية يستهوي في الغالب الطبقات الاجتماعية الهشة كالنساء وذوي الدخل الضعيف وذوي الاحتياجات الخاصة.
 - متابعة عمليات الدعم المقدم من طرف الصندوق الوطني لترقية الصناعات التقليدية.
 - العمل على احترام القانون ومعايير الجودة الوطنية في مجال المنتجات التقليدية.
 - المساهمة الفعالة في حماية الموروث الوطني في مجال الصناعة التقليدية.
 - تقييم النشاط الحرفي بإجراء تحقيقات ودراسات سوسيو_اقتصادية.
- **الديوان المحلي للسياحة²**: عبارة عن جمعية تنشئ وفق أحكام القانون 12/06 المؤرخ في 12 جانفي 2012 والمتعلق بالجمعيات؛ من قبل أشخاص اعتباريين مهتمين بالنشاط السياحي على المستوى المحلي، يوجد 51 ديوان محلي للسياحة على المستوى الوطني، ومن مهام الدواوين المحلية للسياحة نذكر:

¹ : <http://www.mta.gov/dz> consulté le 20 Nov 2022.

² : Op cit

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- تبادل الخبرات في مجال النشاط السياحي بين الدواوين السياحية.
- المساهمة في التعريف بالمرورث الحضاري والثقافي (المادي واللامادي) المحلي، والسهر على حمايته.
- تنظيم مسارات سياحية محلية للتعريف بالمقاصد السياحية المحلية.
- مرافقة السياح ومساعدتهم بتوفير المعلومات الضرورية فيما يخص إمكانيات الإقامة وقضاء العطل.

كما توجد دواوين جهوية تعمل كوسيط بين الدواوين المحلية والديوان الوطني للسياحة. تشرف الرابطة الوطنية لدواوين السياحة (FNOT)¹ على تنظيم وتنسيق أنشطة جميع الدواوين السياحية.

- الجمعيات السياحية المحلية: في إطار استراتيجية الدولة لتبني مقاربة الاستدامة؛ فمن الضروري اشراك الفاعل المحلي كالجمعيات السياحية المحلية (ممثلا عن المواطن المحلي) للمساهمة في تفعيل النشاط السياحي. الجمعيات لها دورا كبيرا في إشاعة ثقافة السياحة والوعي السياحي المجتمعي.

3.2_ الفواعل على مستوى السوق السياحية الجزائرية:

- الديوان الوطني الجزائري للسياحة² (ONAT³): هيئة ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية الاعتبارية؛ تعتبر أول مؤسسة وطنية رسمية في القطاع السياحي، أنشئ بموجب الأمر 27/62 المؤرخ في 25 أوت 1962. كلف فيم بادئ الأمر بتسيير المرافق السياحية الموروثة عن الاستعمار الفرنسي؛ إذ اعتبر حينئذ كوصي ومشرف عام عن كل النشاط السياحي، لكن بعد انشاء وزارة السياحة في ديسمبر 1963 أصبح يعمل تحت وصايتها، كما حددت مهامه كآآتي:
 - الترويج للمنتج السياحي الجزائري محليا (السياحة الداخلية) ودوليا (السياحة الوافدة) باستغلال كل دعائم الدعاية والاشهار المتاحة.
 - إنجاز الدراسات التقنية لمختلف الاستثمارات السياحية، باعتبار الديوان يضم ضمن هيكله التنظيمي مكتب دراسات متخصص.

¹ : Fédération Nationale des Offices de Tourisme.

² : ONAT, Les organisateurs de tourisme Algérien, (Alger, Edition publication d'information, 1998), 10 .

³ : Office Nationale Algérien de Tourisme.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- تكثيف الترويج (إلى حد التخصص) للترويج للصحراء الجزائرية (السياحة الصحراوية).
 - النادي السياحي الجزائري¹(TCA²): تأسس بموجب مرسوم رقم 473/63 الصادر في 20 ديسمبر 1963، وتم وضعه تحت وصاية وزارة السياحة سنة 1971، اكتسب الطابع التجاري سنة 1980، ويملك فروعا له في 30 ولاية عبر القطر الوطني، من مهامه:
 - تنظيم رحلات الحج والعمرة.
 - تنظيم الرحلات السياحية (خاصة الثقافية) داخل وخارج الوطن.
 - تنظيم المخيمات.
 - تقديم المعلومات السياحية (مهمة الارشاد السياحي).
 - اصدار رخص السياقة الدولية.
- تمدد سنة 1995 ليصبح لديه خمسة شركات فرعية ذات أسهم (أغلب المساهمين هم في الأصل موظفي النادي)، هي:

- I. الشركة المساهمة سياحة وأسفار الجزائر.
- II. الشركة المساهمة للخدمات الدولية للسياحة.
- III. الشركة المساهمة للاستثمارات السياحية.
- IV. شركة الشخص الوحيد للسفر بلا حدود.
- V. شركة الشخص الوحيد دورات للأسفار.

- **الوكالات السياحية³**: تعددت التسميات بين وكالات السياحة والأسفار، الشركات السياحية، الوكالات السياحية، مؤسسات الأسفار؛ لكن مهما كانت التسمية فالغرض من تواجدها واحد وهو نقل الزوار أو السواح والتكفل بانشغالاتهم والمرافقة في اختيار وجهاتهم السياحية. المشرع الجزائري عرف الوكالة السياحية أول مرة وفق القانون 06/90 المؤرخ في 19 فيفري 1990 والمتعلق بوكالات السياحة

¹ : <http://www.Startimes.com>. consulté le 23 Nov 2021.

² : Touring Club d'Algérie.

³: عينين فضيلة خالدي، الاستثمار السياحي في التشريع الجزائري: مستهلك الخدمة السياحية-الايواء السياحي-الأنشطة السياحية، ط1، (الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2020)، 90-95.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

والاسفار بأنها: 'كل مؤسسة تجارية يتلخص هدفها في تقديم خدمات بصفة دائمة للسياحة والمسافرين، لها علاقة بتنقلاتهم وإقامتهم".؛ لكن بصدر القانون 06/99 المؤرخ في 04 أبريل 1999 الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط الوكالات السياحية، قدم المشرع الجزائري تعريفاً آخرًا وسع فيه مهامها بحيث اعتبرها: 'كل مؤسسة تجارية تمارس نشاطًا سياحيًا يتمثل في بيع بصفة مباشرة أو غير مباشرة رحلات وإقامات فردية أو جماعية، وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها، مسير الوكالة يسمى وكيل، وهو شخص طبيعي مؤهل ومعتمد سواء كان مالكا لوكالة أو شريكا لصالح الغير". تحدد مهام الوكالة حسب طبيعتها القانونية وعليه نميز ثلاث أنواع من الوكالات:

- الوكالة السياحية المنتجة للرحلات: هذا النوع يمثل الصورة الحديثة للوكالات السياحية، حيث تلبي طلبات السائح بشراء رحلة شاملة ومتضمنة جميع الخدمات الضرورية وحتى التكميلية حسب رغبة السائح(الزبون).
- الوكالة السياحية بالتجزئة: هذا يقوم بدور الوسيط بين منظمي الرحلات والزبائن(السواح)، عادة ما تتكفل ببيع العروض السياحية والانشغال بطلبات التأشيرة السياحية.
- الوكالة السياحية المنفذة للرحلات: تتولى تنفيذ برنامج الرحلة في بلد المقصد السياحي نيابة عن منظم الرحلة (الوكالة الاصلية).

نشير فقط أن المشرع الجزائري ترك الباب مفتوحا في تحديد مهام الوكالة السياحية فاعتبرها منتجا وموزعا ومنفذا دون تفرقة في المهام وبالتالي ترك المجال بحسب طلب السائح لتحديد صفتها في العقد. ما يعاب على الخدمات السياحية المقدمة من طرف الوكالات السياحية الجزائرية تسجيل عدة نقائص منها¹:

¹: رحيم حسين وآخرون، السياحة والتنمية السياحية: مع دراسة خاصة حول مناطق الهضاب العليا بالجزائر، (برج بوعريريج، الجزائر: دار النشر جيبطل، 2014)، 190.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- غياب مخطط للتأهيل والتكوين المستمر.
- عدم التكيف مع الطريقة العصرية للتسيير الالكتروني للنقل فيما يخص تنظيم السفريات (عمليات الحجز والخدمات).
- عدم مسايرة التقنيات الجديدة للسوق السياحية الدولية.
- التركيز على السياحة الموفدة (حج وعمرة) بنسبة كبيرة.
- عدم فعالية المشاركة في المعارض الدولية للسياحة، بمعنى قصور في افتكاك حصة من السوق الدولية وبالتالي فشل في تسويق المنتج السياحي الجزائري.

4.2_ فواعل التنمية السياحية على المستوى التكوين والتأهيل والتدريب¹: لا معنى للتنمية أي كان نوعها دون تكوين أو تأهيل وتدريب، فما بالك بقطاع يصنف في خانة الخدمات ويعتمد بالدرجة الأولى على الجودة واللمسة الفنية. وعليه فقد استفاد قطاع السياحة من عدة هياكل تكوينية، نستعرضها حسب الوصاية كما يلي:

(1) مؤسسات التكوين تحت وصاية وزارة السياحة: تأهيل المورد البشري السياحي وتدريبه من أهم مرتكزات التنمية السياحية، لذلك فقد استفادت وزارة من مدرسة عليا للسياحة وثلاثة معاهد، كما يلي:

✓ **المدرسة العليا للسياحة: أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 255/94 المؤرخ في 7 أوت 1994، وهي حسب ذات المرسوم مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالشخصية الاعتبارية، مكلفة بضمان تكوين عالي في المجال السياحي والفندقي والحمامات وتخرج إطارات عليا مؤهلة لقيادة قاطرة التنمية السياحية. يمكن تزويد المدرسة بملحقات عبر كامل تراب القطر بمقتضى المرسوم التنفيذي 376/13 المؤرخ في 13 نوفمبر 2013 والمعدل للمرسوم التنفيذي رقم 255/94. المدرسة تضمن تكوين طويل المدى في تخصص التسيير الفندقي والسياحي؛ إضافة لتكوينات قصيرة المدى في لصالح مختلف المؤسسات الفندقية والسياحية في مجال الارشاد السياحي، الاطعام الجماعي الحمامات المعدنية.**

¹: صالح ميهوب، مرجع سابق، 159-161.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

✓ المعاهد:

- i. المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية بتيزي وزو: تأسس بموجب المرسوم التنفيذي رقم 256/94 المؤرخ في 17 أوت 1994، والمتخصص في تكوين التقنيين السامين في مجال الفندقية السياحة والحمامات.
- ii. المعهد الوطني الفندقية ببوسعادة: تأسس بموجب المرسوم التنفيذي رقم 257/94 المؤرخ في 17 أوت 1994، والمتخصص في تكوين التقنيين في مجال الفندقية السياحة والحمامات.
- iii. ملحقة المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية بتلمسان: أنشئت بموجب القرار الوزاري المشترك بين وزارتي السياحة والمالية وكذا مؤسسة الوظيفة العامة الصادر بتاريخ 19 أكتوبر 2003؛ وهي مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالشخصية الاعتبارية.

جدول رقم (13): مؤسسات التكوين السياحي التابعة لوزارة السياحة

المؤسسة	طاقة الاستيعاب	المحل	الشهادة الممنوحة
المدرسة العليا للسياحة	100 مقعد بيد/عوجي	فندق الأوراسي/العاصمة	شهادة ليسانس في تسيير الفنادق والسياحة
معهد الفندقية والسياحة	300 مقعد بيد/عوجي	ولاية تيزي وزو	تقني سامي في استقبال / طبخ / حلويات
معهد الفندقية والسياحة	300 مقعد بيد/عوجي	ولاية بوسعادة	تقني: استقبال/ طبخ

Source: [Http://www.MTA.DZ](http://www.MTA.DZ)

(2) مؤسسات التكوين تحت وصاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي:

- ✓ **الجامعة:** تبقى الجامعة فاعل محوري في قيادة مشروع التنمية المجتمعية، لذلك نجدها تشارك بمؤسساتها في تطوير القطاع السياحي وذلك بفتح عدة تخصصات على مستوى كليات الاقتصاد والتسيير تصب في خانة التكوين الجامعي الأكاديمي في تخصصات سياحية من قبيل تسيير التنمية السياحية المستدامة، التسويق السياحي، وذلك وفق تنفيذاً لمضمون القرار الوزاري المشترك بين وزارتي التعليم العالي والسياحة الصادر بتاريخ 29 جانفي 2018.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

✓ المدرسة العليا للفندقة والإطعام: مؤسسة عمومية تم انشاؤها سنة 2014 تحت وصاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، تضمن تكوينا راقيا بمستوى ليسانس في مجال التسيير الفندقي. أوكلت مهمة تسييرها المدرسة العالمية المرموقة في مجال الفندق بلوزان السويسرية.

3) مؤسسات تحت وصاية وزارة التكوين المهني والتمهين¹: قطاع التكوين المهني فاعل محوري في مجال التكوين والتدريب، إذ نسجل شبكة وطنية للمراكز التمهين في مجال السياحة بتعداد 170 مركزا وسبعون (70) مدرسة خاصة وثمانية (08) معاهد وطنية موزعة عبر ولايات: الطارف، بوسعادة(مسيلة)، تلمسان، بومرداس، تمنراست، تيزي وزو، سكيكدة، ام البواقي (عين البيضاء).
لكن رغم ذلك تبقى القدرة الاجمالية للتكوين (عدد المقاعد البيداغوجية المتوفرة) السياحي ضعيفة مقارنة بحجم الأهداف المسطرة (الوصول الى 11 مليون سائح سنة 2030). كما تجدر الإشارة أن التخصصات المتوفرة حاليا على مستوى مؤسسات التكوين السياحي لا تلبي متطلبات القطاع في مجال اليد العاملة المؤهلة لاسيما في مجالات وكلاء السياحة والأسفار، الارشاد والمرافقة السياحية، التدليك الطبي الحموي، المعالجة بمياه البحر، التنشيط السياحي، تقنيات تصنيف الفنادق، عاملات الغرف، الأمن السياحي، ثقافة التراث المادي واللامادي، الاتصال السياحي، ...

نشير فقط بأنه تم اختيار الجزائر كمقر دائم لمراكز التكوين والتدريب السياحي بإفريقيا، كان ذلك على هامش اجتماع وزراء السياحة الأفارقة في الدورة الخمسين للمنظمة العالمية للسياحة من أجل إفريقيا المنعقد بالجزائر العاصمة في 17 مايو 2010، نظرا لجهود الجزائر وسعيها لتطوير قطاعها السياحي والمراهنة عليه كبديل اقتصادي لقطاع المحروقات². وتعتبر هذه فرصة لتوطيد العلاقة مع الشركاء السياحيين الأفارقة من أجل عقد شراكات وتبادل الخبرات في مجال سياسات التنمية السياحية المستدامة وتحديد في مجال ترقية المورد البشري السياحي من خلال التكوين والتدريب وكذا إعادة تأهيل مؤسسات التكوين السياحي في الجزائر بهدف الوصول لتخريج كوادر ذوي مستوى عال في مجالات المصالح والخدمات السياحية مع ضمان الاستفادة من دعم المنظمة العالمية للسياحة باعتبارها تملك شبكة عالمية من مؤسسات تكوين

¹ :www.mfep.gov.dz consulté le 14 nov 2021.

² : عبد النور جحنين، جريدة الفجر، عدد بتاريخ 17 ماي 2010.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

وتدريب سياحي ؛ وحاليا هناك تفكير على مستوى وزارة السياحة لترقية المدرسة العليا للسياحة الى مصاف مدرسة دولية بمرافقة ودعم المنظمة العالمية للسياحة.

المطلب الثالث: قيمة السياحة في الاقتصاد الجزائري:

في هذا الجزء من الدراسة سنحاول رصد وزن السياحة في الاقتصاد الجزائري وذلك من خلال تتبع تطور قيمة بعض المؤشرات الاقتصادية خلال الفترة 2010-2020.

1- مؤشر المساهمة في التشغيل المباشر: السياحة من أكثر القطاعات الاقتصادية خلقا لمواطن الشغل

خاصة بالنسبة للدول الناجحة سياحيا، بالنسبة للجزائر الجدول التالي يوضح تطور حجم العمالة المباشرة عن طريق النشاط السياحي:

جدول رقم(14): حجم العمالة المباشرة عن طريق النشاط السياحي (الوحدة مليون عامل)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
حجم التشغيل	0,20	0,20	0,20	0,23	0,21	0,22	0,21	0,21	0,22	0,21	/

المصدر: <http://www.omc.org/volumedemploi> consulté le 30 Nov 2021

نلاحظ بأن النسبة مستقرة الى حد ما وتراوح حول قيمة 0,20 بمعنى المتوسط الحسابي لخلق فرص شغل مباشرة بواسطة قطاع السياحة يدور حول قيمة 200 ألف فرصة عمل مباشرة.

2- مؤشر التشغيل الكلي قطاع السياحة: بمعنى نترصد تطور حجم العمالة المباشرة والغير مباشرة عن طريق الجدول التالي:

جدول رقم(15): حجم العمالة الكلية عن طريق النشاط السياحي (الوحدة مليون عامل)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
حجم التشغيل الكلي	0,59	0,56	0,64	0,72	0,66	0,64	0,62	0,62	0,62	0,62	0,48

المصدر: <http://www.omc.org/volumedemploi> consulté le 30 Nov 2021

نلاحظ بأن النسبة تتزايد بوتيرة بطيئة لا تتعدى معدل 0,05، مع نزول حاد سنة 2020 بسبب جائحة كوفيد19 وإجراءات الغلق المرافقة لها. نشير فقط، بأن الاقتصاد السياحي يتميز بالحساسية المفرطة

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

لكل الأزمات مهما كانت طبيعتها (أنظر خصائص السياحة في الفصل الأول) لأن من أهم مرتكزات وشروط نجاح استراتيجيات السياحة (التنمية السياحية) هو الاستقرار والامن (بكل أبعاده) والسلامة؛ وعليه وبسبب جائحة كورونا وما سببته من حالة هلع وخوف عالمي وما تبع ذلك من إجراءات غلق (النقل بكل أنواعه) فقد خسر القطاع السياحي سنة 2020 قيمة 4,7 تريليون دولار أمريكي مع فقدان 62 مليون وظيفة (بين مباشرة وغير مباشرة)¹.

لكن، بالنسبة للجزائر تبقى هذه النسب الجدول رقم (14) ضعيفة وتدل على هشاشة الاقتصاد السياحي الجزائري لقلة الاستثمارات في هذا المجال واحتكار الدولة له في ظل وجود قطاع خاص ضعيف وغير مبادر.

بمقارنة نسبة التشغيل المباشر (أي نسبة المستخدمين في إدارات القطاع السياحي-الجدول 14) مع نسبة التشغيل الكلي في القطاع السياحي نجد النسبة تقارب الثلث (33%)، بينما النسبة وفق المعايير الدولية لا يجب أن تزيد عن 07% إضافة أن نسبة 50% يفتقدون للمهارات والمؤهلات الضرورية لمباشرة النشاط السياحي في وقت أن المعيار العالمي يفترض ألا يتجاوز الحد 20%².

3- مؤشر المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي: بمعنى نسبة ما تنتجه السياحة (الناتج المحلي السياحي) مقارنة بالناتج الكلي المحلي:

جدول رقم(16): حجم المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي (نسبة مئوية)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
م م ن م ³	2,18	2,08	2,11	2,30	2,15	2,28	2,16	2,12	2,04	/	/

المصدر: <http://www.data-bankaldawli.org/vo> consulté le 30 Nov 2021

نلاحظ بوضوح أن نسب تدور حول نسبة جد هزيلة 2% من الناتج المحلي الإجمالي، تدل على ضعف الاقتصاد السياحي الجزائري وعدم نجاعة خطط التنمية السياحية وهذا راجع بالدرجة الأولى لاعتماد

¹: مختار عريس و عبد الغني العرابي، " المؤشرات السياحية في دول المينا حسب تقرير التنافسية العالمي 2019، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني 11، ع.02، (2022)، 210.

²: المجلس الاقتصادي والاجتماعي، تقرير: ملف السياحة، 2001، 42.

³: م م ن م إ = المساهمة مباشرة في الناتج المحلي الإجمالي.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

الجزائر اقتصاديا على الريع البترولي وتهميش قطاع السياحي رغم قوة الخطاب السياسي المشجع لهذا القطاع.

4- مؤشر المساهمة الكلية (المباشرة وغير المباشرة) في الناتج المحلي الإجمالي: يشير المجلس العالمي للسياحة والسفر بأن قطاع السياحة من أكبر القطاعات المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي للعديد من الدول (خاصة الدول غير ريعية)؛ إذ يصل المعدل العالمي الى نسبة 10% كمساهمة الاقتصاد السياحي في الناتج المحلي العالمي (10,3% سنة 2019 أي ما يعادل 8,9 ترليون دولار أمريكي)¹. لكن حسب الجدول رقم 16؛ الجزائر لم تحقق أكثر من نسبة 6% في أحسن الأحوال (سنة 2013)؛ ما يفسر صعوبة فك الارتباط اقتصاديا مع الريع البترولي ومحاولة تنويع الاقتصاد والبحث عن بدائل كالسياحة مثلا في ظل وجود مؤهلات معتبرة؛ تسمح للجزائر بإحداث انطلاقة لا بأس بها في هذا المجال.

جدول رقم(17): حجم المساهمة الكلية في الناتج المحلي الإجمالي (نسبة مئوية)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
م ك ن	5,61	5,21	5,82	6,22	5,92	6,17	5,89	5,72	5,50	5,50	3,20
م إ ²											

المصدر: <http://www.data-bankaldawli.org/vo> consulté le 30 Nov 2021

¹: المجلس العالمي للسياحة والسفر، تقرير، 2019.

²: م ك ن م إ = المساهمة الكلية في الناتج المحلي الإجمالي.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

5- مؤشر الاستثمار السياحي:

جدول رقم(18): حجم الاستثمار السياحي (الوحدة مليار دج)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
حجم الاستثمار	123،2	132	145،5	150،3	160،5	179،2	192،1	189،1	196،1	/	/

المصدر: <http://www.omc.org/invest/tourisme> consulté le 30 nov 2021

قراءة الجدول(18) تشير الى وجود انتعاش في مجال الاستثمار السياحي (والذي معظمه عمومي) بدليل المنحى التصاعدي لحجم الاستثمار السياحي من 123,2 مليار دج سنة 2010 وصولا الى قيمة 196,1 مليار دج سنة 2018. تفسير هذه الانتعاشة بالخط الإصلاحى لقطاع السياحة الذي تريد الدولة الجزائرية تبنيه (كما سنرى لاحقا في الفصل الثالث).

6- مؤشر عدد السياح الوافدين للجزائر:

جدول رقم(19): منحى عدد السياح الوافدين للجزائر (الوحدة مليون سائح)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد الوافدين	0،65	0،90	0،98	0،96	0،94	1،08	1،32	1،07	2،01	2،37	0،59

المصدر: من اعداد الباحث بتصرف: بن شوك وهبية، 'محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر: نموذج الجاذبية باستخدام بيانات البانل 2000_2016، (أطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد جامعة بومرداس، 2018)، 101.

حسب الاحصائيات الهزيلة في الجدول(19) يتبين ضعف اختيار الجزائر كوجهة سياحية من طرف السياح الوافدون بدليل أن أقصى ما أمكن تحقيقه خلال الفترة 2010_2022 سنة 2019 برقم 2,37 مليون وافد، ومعظمهم جزائريون مغتربون، وأيضا ارتبط رجوعهم بحالة الهلع التي أصابت العالم آنذاك وتحديدا أوروبا بسبب أزمة جائحة كورونا.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

7- مؤشر عدد السياح المغادرون من الجزائر:

جدول رقم(20): منحى عدد السياح المغادرون للجزائر (الوحدة مليون سائح)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد المغادرون	1,715	1,715	1,911	2,136	2,839	3,638	4,530	4,950	4,820	/	/

المصدر: من اعداد الباحث بتصريف: بن شوك وهيبة، 'محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر: نموذج الجاذبية باستخدام بيانات البائل 2000_2016، (أطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد جامعة بومرداس، 2018)، 102.

الجدول يوضح حجم النزيف السياحي نحو الخارج بحيث الرقم ناهز الخمسة ملايين سائح سنة 2017 و 2018 انتقل من الجزائر الى وجهة سياحية خارجية؛ وهذا دليل على هشاشة صورة الجزائر السياحية دوليا وهذا راجع لعدة أسباب منها:

- هشاشة المنتج السياحي الجزائري وعدم تنافسية من حيث الجودة والسعر، وبالتالي عجزه عن اغراء وجذب السائح المحلي فما بالك بالأجنبي.
- عدم نجاعة استراتيجية التسويق والترويج للمنتج السياحي الجزائر (الديون الوطني للسياحة نموذجاً- كما رأينا في فقرة فواعل السياحة على المستوى المركزي).
- تخلف البنية التحتية لشبكة النقل وخاصة النقل الجوي (ثقافة تنظيمية وتسييرية متخلفة الجوية الجزائرية كسياسة تسعير وغلاء التذاكر، عدم الالتزام واحترام مواعيد الرحلات، قلة المطارات الدولية بالجنوب الكبير،...)، نفس شيء بالنسبة للنقل البحري مع حضيرة هزيلة مكونة أساسا من ثلاثة سفن.
- نقص مرافق الضيافة المتوسطة التصنيف والمشجعة لسياحة الطبقة المتوسطة.
- قلة احترافية وكالات السياحة والاسفار وعدم مبادرتها لعقد شراكات مع وكالات أجنبية ذات سمعة (على الأقل إقليمية) من اجل اكتساب الخبرة وتبادل الأدوار.

8_ مؤشر مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات (الميزان السياحي): ويقصد بالميزان السياحي الفارق المسجل بين ما ينفقه السياح الوافدون للجزائر وما ينفقه المواطنين خارج بلدهم، والجدول رقم 20 يعطينا لمحة إحصائية عن هذا المؤشر:

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

جدول رقم(21): تطور الميزان السياحي(2010_2016) (الوحدة مليون دولار)

السنة	الإيرادات السياحية	النفقات السياحية	العجز السياحي
2010	324	716	392 -
2011	300	595	295 -
2012	295	598	303 -
2013	326	531	205 -
2014	348	684	336 -
2015	357	765	408 -
2016	243	475	232 -

المصدر: <http://www.data.albankaldawli.org/indicator/st.int.dprt> consulté le 22 nov 2021

نلاحظ بوضوح حجم الفجوة السالبة المسجلة في هذا المؤشر؛ هذا العجز يفسر بتفضيل المواطنين السياحة الخارجية بدل الداخلية من جهة وضعف حصة الجزائر من سوق السياحة الوافدة (انظر الجدولين 18 و 19).

9_ مؤشر التنافسية السياحية حسب تقرير منتدى دافوس: تعرف التنافسية السياحية، حسب المنظمة العالمية للسياحة على أنها: " الزيادة في الإنتاج والتحسين في جودة السلع والخدمات، بما يرضي أذواق المستهلكين السياحيين وقدرة الدولة على توليد موارد وامكانيات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية"¹.

التقرير الموسوم "تنافسية السياحة والسفر 2019"، شمل 141 دولة؛ وصاغه خبراء من عدة هيئات سياحية عالمية كالمنظمة العالمية للسياحة، الجمعية الدولية للنقل الجوي، مجلس الأسفار والسياحة العالمي، مؤسسة فيزا الدولية الى مكاتب دراسات أمريكية متخصصة في الشأن السياحي. التقرير يعتمد أربعة مؤشرات رئيسية؛ والتي بدورها تتفرع لمؤشرات فرعية (أربعة عشرة(14) مؤشرا كما يوضحه الجدول رقم (22)، المؤشرات الرئيسية هي:

¹: محسن عبد الله الراجعي وآخرون، الميزة التنافسية للنشاط السياحي، ط1، (الأردن، دار الأيام،2017)،20.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

الجدول رقم (22): تنافسية السياحة الجزائرية.

1. البيئة التمكينية: مؤشرات الفرعية هي:

مؤشر بيئة الأعمال	01
مؤشر السلامة والأمن	02
مؤشر الصحة والنظافة	03
مؤشر الموارد البشرية	04
مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات	05

2. سياسات السياحة والسفر والظروف الملائمة: مؤشرات الفرعية هي:

مؤشر أولوية السياحة والسفر	06
مؤشر الانفتاح الدولي	07
مؤشر تنافسية الأسعار	08
مؤشر الاستدامة البيئية	09

3. البنية التحتية: مؤشرات الفرعية هي:

مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي	10
مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري	11
مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية	12

4. الموارد الطبيعية والثقافية: مؤشرات الفرعية هي:

مؤشر الموارد الطبيعية	13
مؤشر الموارد الثقافية والسفر للأعمال	14

التقرير يكشف عن وضعية الجزائر دوليا فيما يتعلق بالجذب السياحي مع مقارنة بدول الجوار (إقليم شمال افريقيا). نشير فقط، أن معظم دول العالم تسعى دوما لتحسين مؤشرات تنافسياتها لتعظيم حصتها من

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

السوق العالمية للسياحة لما تدره الأخيرة من مداخيل بالعملة الصعبة يصل الى واحد تريليون دولار ومساهمة في الناتج المحلي الكلي للدول بنسبة 10%¹.

جدول رقم(23): تنافسية السياحة الجزائرية إقليميا (حسب تقرير منتدى دافوس 2019)

مصر	المغرب	تونس	الجزائر		
65	66	85	116	الترتيب العالمي	
4,4	4,9	4,4	3,9	01	مؤشر بيئة الأعمال
4,8	6,0	5,2	5,6	02	مؤشر السلامة والأمن
5,0	4,6	5,2	5,2	03	مؤشر الصحة والنظافة
4,3	4,1	4,1	4,1	04	مؤشر الموارد البشرية
4,3	4,6	4,4	4,2	05	مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات
5,2	5,2	5,0	3,1	06	مؤشر أولوية السياحة والسفر
2,2	3,1	2,6	1,5	07	مؤشر الانفتاح الدولي
6,5	5,6	6,1	6,2	08	مؤشر تنافسية الأسعار
4,7	4,5	4,4	3,5	09	مؤشر الاستدامة البيئية
3,3	3,2	2,5	2,2	10	مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي
3,4	3,5	2,8	2,8	11	مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري
3,2	3,9	1,8	1,8	12	مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية
3,0	3,1	2,1	2,1	13	مؤشر الموارد الطبيعية
3,3	2,2	2,0	2,0	14	مؤشر الموارد الثقافية والسفر للأعمال

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على منتدى دافوس، تقرير تنافسية السياحة والسفر، 2019، 50.

¹: المصدر: منتدى دافوس، تقرير تنافسية السياحة والسفر، 2019، 50.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

قراءة الجدول تشير الى ترتيب الجزائر في الصف 116 عالميا من ضمن 141 دولة شملها التقرير، والرتبة ما قبل الأخيرة عربيا (بعد دولة اليمن)؛ تشير الى وجود تحسن طفيف في الترتيب العالمي؛ الصف 118 سنة 2017 و123 سنة 2015، لكن تبقى النتائج هزيلة تشير لضعف القطاع السياحي وفشل خطط التنمية لتطويره؛ السبب الذي يحتم إعادة النظر في سياسات التنمية السياحية.

المبحث الثاني: المسار التنموي للسياحة في الجزائر:

بدايات النشاط السياحي في الجزائر انطلقت سنة 1897 بإنشاء المستعمر الفرنسي اللجنة الشتوية للسياحة، هدفها الأساسي الترويج لجمال الصحراء الجزائرية واعتدال مناخها شتاء (سياحة صحراوية). استطاعت اللجنة استقطاب عددا كبيرا من السواح الأوروبيين؛ مما حتم على السلطة الاستعمارية انشاء هيئات سياحية أخرى لتلبية الطلب السياحي الأوروبي المتزايد، فكان ميلاد نقابة سياحة وهران سنة 1914م غربا ونقابة سياحة قسنطينة سنة 1916م شرقا وكذا لجنة تنسيق الأعمال السياحية؛ وفي سنة 1919 تم تأسيس فيدرالية سياحية ضمت 20 نقابة سياحية (المتواجدة آنذاك)؛ وفي سنة 1928 تم إنشاء القرض الفندقي لأجل دعم الاستثمار السياحي بمنح قروض للمستثمرين السياحيين، بعدها في سنة 1931 تم تأسيس الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي والسياحي¹. عند الاستقلال (أي سنة 1962) ورثت الجزائر هياكل فندقية بقدرة استيعاب تناهز 5922 سريرا موزعة كما يوضحه الجدول رقم(22)²:

جدول رقم(23): طاقة الايواء السياحي غداة الاستقلال

نوع السياحة					
المجموع	مناخية	صحراوية	شاطئية	حضرية	
5922	90	486	2969	2377	عدد الاسرة
%100	%02	%08	%50	%40	النسبة المئوية

Source: Heddar Belkacem، " Rôle socio-économique du tourisme: CAS d'Algérie"، (Alger, OPU, 1988), 48

الجدول يبين بوضوح طغيان نمط السياحة الشاطئية والحضرية (بنسبة 90%) على حساب باقي الأنماط لاسيما السياحة الصحراوية؛ مما يدل على توجه المستعمر لهذا النمط السياحي.

¹: خالد كواش، " مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، ع.1، (2004)، 224-225.

²: Heddar Belkacem، " Rôle socio-économique du tourisme: cas d'Algérie"، (Alger، OPU,1988)، 48.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

المطلب الأول: مراحل تطور السياسات التنموية السياحية في الجزائر:

➤ **مرحلة ما بين 1962 الى غاية 1980:** عرفت هذه المرحلة صدور ثلاثة موثائق سياحية؛ إضافة

لإطلاق ثلاثة مخططات تنموية تضمنت التنمية السياحية:

➤ **أولا: الموثائق السياحية في هذه المرحلة¹:**

- ميثاق السياحة لسنة 1964: وثيقة أقرب لخارطة طريق سياحية منه لميثاق، تزامنت مع بعث أول

وزارة للسياحة في الجزائر؛ تضمنت الوثيقة محور تامين المؤهلات السياحية الجزائرية لإعطاء دفع

وانطلاقة للسياحة الجزائرية (الداخلية والوافدة)، بالتركيز على:

• طرح النقاش حول مسألة التهيئة السياحية وكذا ملف ترميم المباني الموروثة عن المستعمر.

• ترقية الصناعة التقليدية باعتبارها رأس مال رمزي للهوية والاصالة يجب المحافظة عليه.

• تامين السياحة بكل أنماطها واعتبارها رافعة رئيسة للتنمية المحلية.

- ميثاق السياحة لسنة 1966: صدرت الوثيقة بتاريخ 26 مارس بموجب الأمر 62/66. يعتبر ميثاق

1966 وثيقة فارقة في المسار التنظيم للسياحة الجزائرية؛ إذ يمثل أولى انطلاقة حقيقية للنهوض

بالسياحة في الجزائر معلنا عن الاستراتيجية السياحية كما يلي:

• تامين الموارد السياحية الوطنية بكل أنواعها.

• تكريس البعد السياحي ضمن برامج التهيئة الإقليمية.

• العمل لإدماج الجزائر ضمن السوق السياحية الإقليمية وحتى الدولية.

• التأكيد على البعد التنموي للسياحة باعتبارها قطاعا اقتصاديا خالقا للثروة ومستوعبا للعمالة الكثيفة.

• انشاء مراكز للتكوين السياحي والفندقي لتأهيل وتدريب الموارد البشرية سياحيا.

• العمل على وضع اطارا تنظيميا/تشريعيا للنشاط السياحي بالتركيز على مسألتني:

¹: خليل عبد القادر وشرع يوسف، "مخططات التنمية السياحية وواقع الإنجازات الحقيقية: دراسة تقييمية مع الإشارة للمخطط

التوجيهي للتهيئة السياحية"، مجلة التنظيم والعمل، 4، ع.7: 66-67.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- اختيار مناطق التوسع السياحي: بحيث تم اصدار المرسوم 66/75 المتضمن تحديد مناطق التوسع السياحي بعدد ثلاثة مناطق وهي:
 - منطقة غرب العاصمة (موريتي/ سيدي فرج /تبيازة).
 - منطقة الشرق الجزائري: سرايدي(عنابة)، القالة(الطارف).
 - منطقة الغرب الجزائري: الاندلسيات (وهران).
 - توفير الشروط السياحية الضرورية لتأكيد انطلاقة فعلية لتنمية سياحية ناجحة.
- قراءة مضمون توجهات ميثاق 1966 يكرس ويروج للسياحة البحرية بدليل التركيز على تحديد ثلاثة مناطق ساحلية للتوسع السياحي. تعثر تنفيذ ما جاء به الميثاق لأسباب مالية (نقص في العملة الصعبة لتمويل المشاريع السياحية المبرمجة ضمن نطاق مناطق التوسع السياحي المعلن عنها).
- ميثاق السياحة لسنة 1976: يعتبر وثيقة مصححة ومعدلة لميثاق 1966، حيث تم التركيز على:
 - الاهتمام وترقية السياحة المحلية الداخلية.
 - التركيز على تلبية واسترضاء السائح المحلي (المواطن المقيم).
 - وضع برامج سياحية لاستقطاب السائح الأجنبي المنتمي للطبقة الاجتماعية الوسطى؛ بهدف كسب الدخول بالعملة الصعبة وكذا الانفتاح على العالم والاحتكاك بالآخر.
- **ثانيا: التنمية السياحية ضمن المخططات التنموية¹:** في هذه المرحلة لم تولي السلطات أهمية كبيرة للتنمية السياحية ضمن مخططات التنمية القطاعية، بدليل العجز الكبير المسجل في انجاز الأهداف المبرمجة؛ كما يوضحه الجدول رقم (23). المرحلة عرفت صدور ثلاثة مخططات تنموية قطاعية تضمنت التنمية السياحية، وهي:
- المخطط الثلاثي 1967-1969
 - المخطط الرباعي الأول 1970-1973
 - المخطط الرباعي الثاني 1974-1977
- والجدول رقم(23) يلخص أهم ما جاء ضمن أهداف المخططات التنموية:

¹: سماعيني نسبية، " دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر"، (رسالة ماجستير، المدرسة الدكتورالية للاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة وهران، 2014)، 66.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

الجدول رقم(24): خلاصة الأهداف السياحية لمخططات التنمية

نسبة العجز	العجز	الانجاز	عدد الأسرة المبرمجة	
77,5%	10135	2946	13081	الثلاثي -1967-1969
74,29%	26000	9000	35000	الرباعي الأول 1970-1973
59%	24140	860	25000	الرباعي الثاني 1974-1977
82,48%	60275	12806	73081	المجموع

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على احصائيات وزارة السياحة.

➤ **مرحلة ما بين 1980 الى غاية 1990:** عرفت المرحلة صدور ميثاق السياحة لسنة 1986 إضافة

لإدراج التنمية السياحية ضمن مخططين للتنمية القطاعية كما يلي:

➤ **أولا: المواثيق السياحية في هذه المرحلة:**

○ ميثاق السياحة لسنة 1986: تضمنت هذه الوثيقة خطة تنموية لتطوير السياحة اعتمادا على التوجهات التالية:

- العمل على ترقية السياحة الخارجية استكمالا للبرامج السابقة الموجهة للسياحة الداخلية؛ وذلك باستقطاب السوق السياحية للدول الصديقة والشقيقة (دول ضفتي المتوسط، السوق السوفياتية، ...؛ مع التأكيد على أولوية السياحة الداخلية.
- دعم وتشجيع الاستثمار السياحي بتوفير تحفيزات مالية وامتيازات ضريبية وجبائية مع تكريس لامركزية الاستثمارات السياحية.
- التوجه نحو ترقية الثقافة السياحية والتأكيد على فكرة إمكانية مساهمة السياحة في توفير العيش الكريم وحد من الرفاه للمواطن المحلي.
- التوجه نحو انشاء هياكل ضيافة بسيطة بتكلفة منخفضة موجهة للطبقة الوسطى تشجيعا للسياحة الداخلية.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

➤ **ثانيا: التنمية السياحية ضمن المخططات التنموية¹:** تميزت هذه المرحلة بتذبذب أسعار البترول ونزول حاد وتاريخي لأسعاره وعاش العالم، والجزائر ما يسمى بأزمة 1986 والتي أثرت على خطط التنمية ككل والتنمية السياحية تحديدا؛ ورغم ذلك عرفت هذه المرحلة صدور مخططين للتنمية القطاعية تضمنت التنمية السياحية، وهي:

- المخطط الخماسي الأول 1980-1984: بداية الثمانينات بدأت الجزائر تعيش ظاهرة النزوح الريفي نحو المدن الكبرى والتجمعات الحضرية بالشمال مما أجبر السلطات على أخذ بعين الاعتبار التوازن الجهوي في خطط التنمية ومنها التنمية السياحية؛ بعدما كان الاهتمام منصبا على تطوير السياحة الحضرية دون سواها في المخططات السابقة. خصصت في هذا المخطط ميزانية 3,4 مليار سنتيم لبعث مشاريع سياحية؛ بهدف الوصول الى طاقة إيواء تعادل 51000 سريرا. لكن، لم يتم بعث أي مشروع سياحي مبرمج نظرا للأزمة الاقتصادية للبلاد مع انحدار أسعار البترول والتذبذب الهيكلي الذي عاشته وزارة السياحة، إذ انتقلت وصايتها لوزارة العمران والبناء والإسكان بتاريخ 01 جانفي 1983.

- المخطط الخماسي الثاني 1985-1989: في هذا المخطط تم بعث المشاريع (التنمية) السياحية من جديد بتخصيص مبلغ 1,8 مليار سنتيم مع التركيز على المحاور التالية:

- متابعة سياسة التهيئة السياحية.
- دراسة السوق السياحية (المحلية خاصة) للتحكم في الطلب السياحي.
- تنويع الشركاء السياحيين بإعطاء فرصة للقطاع الخاص في مجال الاستثمار السياحي.
- التوجه نحو تطوير النشاط السياحي الحموي (الاهتمام بالمرافق الحموية والحمامات المعدنية).

مع نهاية تنفيذ المخطط وصلت قدرة الإيواء الى 48302 سرير (نهاية 1989). نشير أن مع نهاية هذه المرحلة شهدت إعادة هيكلة للمؤسسات السياحية ولامركزيتها كما يلي:

¹: هدار عبد القادر، "واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها"، (رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة الجزائر 3، 2006)،

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

✓ تم حل الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة (ANAT)¹ وإنشاء مؤسسات سياحية أخرى وهي²:

- الشركة الوطنية المكلفة بتسيير الوحدات الشاطئية والصحراوية (ALTOURSN) ومقرها تيبازة.
- الشركة الوطنية للفنادق الحضرية (SNHU) ومقرها المدية.
- الديوان الوطني للمؤتمرات والملتقيات (ONCC) بناي الصنوبر.
- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET) ومقرها سيدي فرج بولاية تيبازة.
- الديوان الوطني للسياحة (ONAT) ومقره الجزائر العاصمة.

➤ **المرحلة الانتقالية (الانتقال لاقتصاد السوق) من 1990 إلى 2000:** تعتبر مرحلة متميزة

باعتبارها أعقب فترة التحول الديمقراطي الذي عاشته الجزائر إثر أحداث أكتوبر 1988 وقرار السلطة بالانتقال التدريجي لاقتصاد السوق وما يقتضيه من تقاسم الأدوار مع فواعل وشركاء آخرين، فانسلخت الدولة من الفلسفة اليعقوبية المكرسة لمبدأ التدخل في كل المجالات إلى الدولة الضابطة والمنظمة (Etat Régulateur)؛ وترك المجال للقطاع الخاص للاستثمار. انعكس هذا التحول على التنمية السياحية فاتجهت الدولة لاعتماد استراتيجية تنمية للسياحة أساسها تبني سياسة خوصصة قطاع السياحة وتحرير الاستثمار السياحي وذلك بصياغة منظومة تشريعية وتنظيمية في هذا الشأن (كما سنفصل في المطلبين الثاني والثالث من هذا المبحث).

كما شهدت هذه المرحلة إصدار ميثاق السياحة المستدامة لسنة 1995 والذي يكرس لإرساء سياسة تنمية سياحية تستجيب لمبادئ الاستدامة طويلة الأمد خاصة اقتصاديا وبيئيا³.

¹ : Agence Nationale Algérienne de Tourisme.

²: هدير عبد القادر، مرجع سابق، 116.

³: فريدة حمودي، "السياحة الجزائرية: آفاق تحديات -دراسة قانونية"، www.portail.arid.my/ar-LY تصفح بتاريخ

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

مطلب 2: الاستثمار السياحي في الجزائر بعد المرحلة الانتقالية: خلال مرحلة التسعينات بدلت الجزائر جهودا معتبرة لتهيئة بيئة ملائمة للاستثمار في جميع القطاعات الاقتصادية ومنها قطاع السياحة؛ تجلى ذلك في اصدار¹:

- ✓ قانون النقد والقرض رقم 10/90 المؤرخ في 14 أبريل 1990: يهدف القانون إصلاح القطاع المصرفي وإعادة هيكلته تماشيا مع متطلبات اقتصاد السوق وذلك من خلال:
- ✓ تنظيم سوق الصرف وحركة رؤوس الأموال بتكريس مبدأ حرية التحويلات المالية.
- ✓ تقديم تسهيلات ائتمانية للمؤسسات الاقتصادية وجعل المصارف في خدمتها.
- ✓ توجيه وتشجيع الاستثمارات الخاصة المحلية والأجنبية، وعدم التفرقة بينهما (وفق المادة 186 من ذات القانون).

لكن ما يعاب على هذا القانون عدم تضمنه لمنظومة تحفيزية واضحة ومضبوطة للمستثمرين؛ فكان اصدار قانون رقم 12/93 المتعلق بترقية الاستثمار.

❖ قانون ترقية الاستثمار بمرسوم تنفيذي رقم 12/93 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993: والذي من خلاله تم تشجيع القطاع الخاص بمنحه عدة مزايا وتحفيزات امتيازات.

○ على المستوى الاجرائي قانون 93-12 ضمن:

✓ تقديم ضمانات كفيلة بطمأنة المستثمرين الاجانب (كعامل جذب للاستثمار الاجنبي) فيما يخص تحويل الارباح ورؤوس الاموال.

✓ الحماية القانونية للمستثمر المحلي والآخر الاجنبي دون التفرقة بينهما.

✓ تقليص آجال دراسة الملفات الاستثمارية.

✓ تسريع التحويلات البنكية.

✓ امكانية اللجوء الى التحكيم الدولي في حل المنازعات.

○ على المستوى مؤسساتي قانون 12/93 تم:

¹: عياشي سنوسي وإسماعيل بوقنور، "المقاولاتية السياحية في الجزائر: الفرص والتحديات"، في كتاب جماعي بعنوان المقاولاتية السياحية في الجزائر: سبيل المؤسسات الناشئة لترقية قطاع السياحة، عبد الجليل طواهرير، ط1، (كلية الاقتصاد، جامعة الواد، 2021)، 23-25.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

✓ انشاء وكالة ترقية ودعم الاستثمار (APSI¹) سنة 1993 على شكل شبك مركزي وحيد لمرافقة المستثمرين السياحيين.

✓ انشاء المجلس الوطني للاستثمار (CNI²) هيئة استراتيجية تعمل تحت وصاية رئيس الحكومة، مكلفة بصياغة استراتيجية الاستثمار واقتراح تدابير وحلول مبتكرة لتطوير الاستثمار.

لم تكن مخرجات قانون قانون 12/93 في مستوى التطلعات والاهداف المسطرة لا سيما على مستوى تشجيع الاستثمار بنوعيه المحلي والأجنبي، بسبب الوضع الأمن المتردي للبلاد في تلك المرحلة؛ مما حتم على الدولة مراجعة قانون الاستثمار 93-12؛ وكننتيجة لذلك تم اصدار:

❖ **قانون الاستثمار رقم 03/01 لعام 2001:** هذا القانون جاء ضمن مسعى الدولة الجزائرية لاستقطاب المستثمر الأجنبي على وجه الخصوص، فأقر عدة تنظيمات منها:

على المستوى المؤسساتي تم:

- حل وكالة ترقية ودعم الاستثمار وتعويضها بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار؛ في خطوة لإضفاء الطابع اللامركزي على الاستثمار باعتبار الوكالة الأخيرة تعتمد وظيفيا على مجموعة شبابيك وحيدة لامركزية على مستوى كل ولاية.
- انشاء صندوق عمومي لدعم الاستثمار في شكل حساب خاص موجه لتمويل المزايا الممنوحة من طرف الدولة للمستثمرين.

على مستوى الحوافز الاستثمارية: جاء بنوعين من أنظمة الحوافز الممنوحة للمستثمرين كالاتي:

○ **نظام حوافز عام:** وتتثل أساسا في:

- تخفيض نسبة حقوق الجمركة فيما يخص التجهيزات والمواد الأولية التي تدخل بصفة مباشرة في إتمام الاستثمار.
- الاعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص المواد والسلع والخدمات التي تدخل مباشرة في العملية الاستثمارية.
- اعفاء التام للمستثمرين من الرسم على نقل الملكية فيما يخص الأصول العقارية التي تمت في إطار العملية الاستثمارية.

¹ : Agence de Promotion et Soutien des Investissements.

² : Conseil National d'Investissement.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

○ نظام حوافز استثنائي:

يخص الاستثمارات التي تقام في المناطق ذات الأولوية والتي تتطلب تنميتها تدخل الدولة والمحددة قانونا في استراتيجية الدولة لتطوير الاستثمار. فيما يخص الحوافز نحد نفس حوافز النظام العام إضافة الى أخرى مثل الاعفاء لمدة عشر سنوات من الضريبة على أرباح الشركات. رغم هذا؛ تبقى المؤشرات الاقتصادية تؤكد بقاء تبعية الاقتصاد لقطاع المحروقات؛ لذلك عملت الدولة على ترقية القطاع الخاص بمنظور مقاولاتي (والتي ستستفيد منها المقاولاتية السياحية ضمنا).

تعريف المقاولاتية السياحية:

الأصل في الفكر المقاولاتي هو الابتكار والتجديد؛ لذلك فمصطلح المقاولاتية مشحونا ضمنا بفكرة الاستدامة لارتباط الأخيرة بالإبداع والابتكار. المقاولاتية هي مجموعة الوظائف والأدوار المرتبطة بتأسيس واستغلال مؤسسة ذات طابع سياحي بصفة قانونية مع الالتزام باحترام كل معايير الاستدامة (البيئية، الاقتصادية، الاجتماعية) التي أقرتها كل موثيق وقوانين الأمم المتحدة¹. آليات تشجيع المقاولاتية السياحية من خلال²:

1. تحسين مناخ الاستثمار وترقية القطاع الخاص:

- ✓ احلال الوكالة الوطنية لترقية ودعم الاستثمار بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار سنة 2001؛ مع اعضاء الطابع اللامركزي في ادارتها وذلك بإنشاء مكاتب محلية (شبابيك وحيدة لامركزية).
- ✓ انشاء المجلس الوطني للاستثمار.
- ✓ ادراج القطاع الخاص كشريك استراتيجي في رسم السياسات الحكومية.
- ✓ التأكيد على أهمية القطاع الخاص في معظم تقارير هيئات الدراسات الاقتصادية والاجتماعية الوطنية مثل المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي (CNES).

¹: مهري عبد المالك، "نحو تفعيل المقاولاتية السياحية في الجزائر كأداة لتنمية صناعة السياحة"، مجلة دراسات الاقتصاد وإدارة الأعمال، ع.1، (2018)، 06.

²: عياشي سنوسي وإسماعيل بوقنور، مرجع سابق، 26.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

١١. القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹: السياحة صناعة ثقيلة، تتشابك عضويا في اتجاه أفقي مع العديد من القطاعات الاقتصادية؛ مما يجعلها مجالا خصبا لانتعاش المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (بالمفهوم المقاولاتي)، لذلك الجزائر سعت لتكريس الاستثمار المقاولاتي السياحي لعدم تطلبه رؤوس أموال ضخمة مع العمل على انتعاش التنمية المستدامة؛ ومع اصدار قانون 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛ حيث تضمن:

✓ تحديد الإطار القانوني للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة ومنها المؤسسة ذات الطابع السياحي.

✓ تحديد المرجعية القانونية لسياسة الدولة لدعم ومرافقة المقاولاتية عموما ومنها السياحية.

لكن، الانطلاقة الفعلية لتشجيع المبادرات المقاولاتية السياحية بدأت بصدور قانون التنمية المستدامة للسياحة رقم 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والذي يتضمن موادا تشجع صراحة المقاولاتية السياحية منها:

المادة الرابعة: التي تنص على امكانية استفادة المستثمر المحلي في قطاع السياحة من دعم الدولة والجماعات المحلية.

المادة السابعة: تنص على توفير الدولة لكل الشروط الضرورية لترقية ودعم المستثمرين (المحليين والأجانب) على انجاز المشاريع السياحية ضمن مناطق التوسع السياحي.

المادة الحادية عشر: يستفيد المستثمر من تسهيلات لاقتناء العقار السياحي بغرض الاستثمار السياحي فقط.

أيضا هناك حزمة من الحوافز المالية (وفق قوانين المالية) لتشجيع المقاولاتية السياحية منها:

✓ تخفيض الفائدة على القروض البنكية الموجهة للاستثمارات السياحية في الشمال بنسبة

03% وفي الجنوب 4.5%، حسب المادة 79 من قانون المالية بأمر رقم 08-02

المؤرخ في جويلية 2008.

¹ : مرجع نفسه، 24.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

✓ تحديد نسبة الضريبة على أرباح الأنشطة السياحية بـ 19% بدل 25% في المادة 05 من نفس الامر.

✓ المادة 82 من نفس الامر تنص على الاستفادة من العقار لإنجاز مشاريع سياحية في الهضاب في الهضاب العليا بتخفيض بنسبة 50% وفي الجنوب بنسبة 80%.

✓ الاستفادة من الاعفاء على الضريبة على الدخل الاجمالي وعلى الأرباح لمدة عشر (10) سنوات للمؤسسات السياحية (باستثناء الوكالات السفر)؛ حسب ما جاء في المادة العاشرة من قانون مالية رقم 03-13 المؤرخ في 29 ديسمبر 2010 كما يستفيد من الاعفاء (حسب ذات المادة من نفس القانون) لمدة ثلاثة (03) سنوات ابتداء من تاريخ بدء نشاط لوكالات السياحة والسفر وكذا المؤسسات الفندقية.

المطلب الثالث: قطاع السياحة والخصخصة في الجزائر:

تماشيا مع مستجدات المرحلة والأزمة الاقتصادية الخانقة التي عاشتها الجزائر في حقبة التسعينات نتيجة انخفاض أسعار الريع البترولي، وكذا عدم الاستقرار السياسي نتيجة التدهور الأمني في تلك الفترة، اضطرت الجزائر لتنفيذ برنامج التعديل الهيكلي والذي تم التفاوض بشأنه مع صندوق النقد الدولي ؛ وعليه فقد شهدت هذه المرحلة تعزيز مكانة القطاع الخاص كفاعل محوري في دفع قاطرة التنمية بإصدار قانون الخصخصة وفق الأمر رقم 95-22 المؤرخ في 26 أوت 1995 والقانون المكمل له لسنة 2001 ؛ إضافة تم اتخاذ اجراءات تنظيمية تدخل ضمن تهيئة مناخ الأعمال والاستثمار منه¹:

✓ تخفيض أسعار الفائدة على استثمارات الخواص ومن ضمنها الاستثمارات السياحية.

✓ اجراء تعديلات تشريعية تخص قوانين الجباية من خلال قوانين المالية من سنة 1992 الى غاية 1998.

✓ تخفيض الرسوم الجمركية لتشجيع التجارة الخارجية ضمن إطار تحرير الاقتصاد وفتح السوق الوطنية، مما يكون له بالغ الأثر على الاستثمارات السياحية.

¹ : عياشي سنوسي وإسماعيل بوقنور، مرجع سابق، 27.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

دوافع الجزائر لخصخصة قطاع السياحة عديدة؛ نذكر منها¹:

- 1- تسجيل عجز مالي للعديد من المؤسسات الفندقية (وصل سنة 1993 إلى 13 مؤسسة من أصل 17 مؤسسة عمومية اقتصادية للتسيير السياحي والفندقي).
- 2- الغلاء المفرط للخدمات السياحية مقارنة بجودتها ونوعيتها؛ لغياب المنافسة وسيطرة عمومية على قطاع السياحة.
- 3- ضعف الاندماج التنموي لقطاع السياحة بدليل ضعف معدلات خلق مناصب الشغل خاصة غير المباشرة.
- 4- هشاشة الثقافة السياحية لدى منتسبي القطاع السياحي لضعف التكوين والتدريب.
- 5- فشل سياسات التسويق لصورة الجزائر كمقصد سياحي دولي لضعف أداء القطاع السياحي العمومي.
- 6- تدهور وضعية مقاصد الجذب السياحي لغياب برامج المراقبة والحماية والصيانة والترميم.

قانوني 1995 و 2001 حددا خمسة صور للخصخصة وهي²:

- 1- التنازل عن طريق السوق المالية: يتم ذلك بعرض أسهم المؤسسات السياحية (الفندقية) للبيع عن طريق البورصة أو التوجه مباشرة للبيع بسعر ثابت.
- 2- التعاقد بالتراضي: تلجأ الدولة لهذا النوع من الخصخصة في الحالات الاستثنائية كنقل التكنولوجيا، فشل مناقصة ما، عدم تحقيق هدف ما.
- 3- خصخصة التسيير: يتم ذلك عن طريق مناقصة (وطنية/دولية، محدودة/مفتوحة) وفق دفتر شروط معد مسبقا من طرف الدولة والذي يتحدد فيه المقابل المادي للمتعامل الفائز بالمناقصة نظير التسيير دون الحصول على ملكية الأصل العقاري.

4- التنازل عن طريق المناقصة سواء دولية أو وطنية وفق دفتر شروط معين.

¹: بن سهلة ثاني توفيق، "أثر المنظومة البنكية في الجزائر على ترقية الاستثمار في القطاع السياحي"، (أطروحة دكتوراه علوم، كلية الاقتصاد، جامعة تلمسان، 2016)، 79.

²: يحيواوي هادية، مرجع سابق، 95.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

5- الخوصصة باشتراك منتسبي القطاع (عمال المؤسسات السياحية) بنسبة 10% في رأسمال المؤسسة السياحية شرط بقاء ملكيتهم على مستوى التنفيذ فقط دون التخطيط والتأطير؛ باعتبارهم غير مؤهلين قانونا للدخول لمجلس إدارة المؤسسة.

معيقات خصخصة القطاع السياحي في الجزائر:

اعترض مسار الخصخصة السياحية في الجزائر عدة عراقيل ومعيقات عملت على كبحه وفشله أحيانا؛ ولعل من أبرزها¹:

1- مشكل العقار السياحي: وذلك بغياب عقود ملكية الأراضي التي أقيمت عليها المؤسسات السياحية.

2- تخلف السوق المالية الجزائرية (بورصة ضعيفة، نظام مصرفي متخلف) مما أعاق عملية تمويل الاستثمارات السياحية.

3- المقاومة الشديدة من طرف المجتمع ككل ومنتسبي قطاع السياحة تحديدا لأسلوب الخوصصة لتخوفهم من تداعيات ذلك اجتماعيا.

4- الاستثمار السياحي بطيء من ناحية المردودية ويتطلب رؤوس أموال معتبرة في الغالب مما يجعل المبادرة نحوه تتسم بالرؤية واللايقين نظرا لتفضيل الاستثمارات سريعة الربح.

5- غياب قاعدة معطيات معلوماتية فيما يخص القطاع السياحي من أجل تشجيع القطاع الخاص على المبادرة بالاستثمار.

وفي إطار نفس التوجه وسعي الدولة لتوسيع شبكة مصادر التمويل السياحي ومحاولة اكتساب الخبرات والمهارات في مجال التسيير السياحي والفندقي، لجأت (الدولة) لتبني خيار الشراكة (Le Partenariat) مع الشريك الأجنبي عن طريق عقود (عقود تسيير أو تنازل، عقود لتأسيس شركات مختلطة، عقود الايجار)؛ فكانت النتيجة خلق مؤسسات سياحية عديدة أعدت دعما للحضيرة الفندقية الوطنية (تحديد الفنادق الفاخرة)؛ وكمثال عن ذلك نجد²:

¹: بن سهلة ثاني توفيق، مرجع سابق، 86.

²: رفيق بودريالة، " دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية: دراسة مقارنة بين الجزائر والأردن "، (أطروحة دكتوراه علوم، كلية الاقتصاد، جامعة أم البواقي، 2017)، 187.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- عقد تسيير مجموعة أكور البريطانية سنة 1989 مع شركة التسيير السياحي للوسط لتسيير فندق الحامة بالعاصمة من طرف مؤسسة سوفيتيل (SOFITEL).
- تأسيس الشركة المختلطة سيجيتور (SEGETOUR) بين المجموعة الكندية (GPL) والديوان الوطني للسياحة (ONAT) مع شرط إبقاء نسبة 51% للجزائر و49% للشريك الكندي؛ ومن إنجازات هذه الشركة بناء مركبين شاطئين بالمرسى بن مهدي بولاية تلمسان وكذا بولاية سكيكدة وعدة مخيمات بالجنوب (تمنراست واليزي)، ...
- تأسيس شركة لتطوير السياحة (SDH) وهي شركة ذات صبغة قانونية مختلطة بين المجموعة السياحية الليبية (LAFICO) وشركة الاستثمار الفندقي العمومية (SIH) لإنجاز فندقين للعلامة الفندقية الفاخرة شيراتون بكل من مدينتي وهران وحاسي مسعود بتكلفة 92 مليون دولار.
- العلامة العالمية الكويتية سفير (SAFIR) تفوز بعقد تسيير فندق مزفران بالعاصمة.
- الشركة الكورية الجنوبية (AFWOO) بالشراكة مع الديوان الوطني للمعارض والتصدير تؤسس الشركة الجزائرية للفندقة والترقية والعقارات (ONAFEX) لإنجاز الفندق الدولي الحامل للعلامة الفندقية العالمية هيلتون (HILTON) بتكلفة 76 مليون دولار.

المبحث الثالث: الإشكاليات التي حالت دون تطوير السياحة المستدامة في الجزائر:

هناك العديد من المسائل والإشكالات جعلت من تطوير وتحسين السياحة في الجزائر أمر صعب جدا، في هذا الجزء سوف نورد أهمها.

المطلب الأول: الإشكاليات السياسية.

- **الخلفية السياسية للنهج الاقتصادي للدولة الجزائرية:**

بعد الاستقلال مباشرة انحازت الجزائر سياسيا للمعسكر الشرقي الذي يقوده الاتحاد السوفياتي آنذاك؛ والذي يكرس للنهج الاقتصادي الاشتراكي المرتكز بالأساس على مجال الصناعات المصنعة واحلال سياسة الواردات. وعليه، الجزائر لم تول أهمية كافية لتطوير القطاع السياحي خلال تلك الحقبة بالرغم من المخزون الهائل من عوامل الجذب السياحي التي تمتلكها سواء الطبيعية أو من صنع الانسان من خلال الإرث الحضاري والإنساني الشديد التنوع والثراء. رغم وجود محطات مضيئة في تاريخ تطور وتنمية السياحة الجزائرية توحى بنوع من اهتمام وإرادة السلطات بترقية النشاط السياحي، على غرار اصدار ميثاق السياحة

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

لسنة 1966 والذي يعد الوثيقة الأساسية أو حتى اللبنة الأولى لبناء قطاعا سياحيا تنافسيا وتكريس توجهها وطنيا للتنمية السياحية في الجزائر؛ ثم جاءت بعد ذلك خطوة ادراج مسألة التنمية السياحية ضمن مخططات التنمية القطاعية وصولا الى اصدار ميثاق التنمية المستدامة للسياحة سنة 1995.

لكن، رغم ذلك تبقى النتائج المسجلة لتطوير وتنمية القطاع السياحي هزيلة بالنظر لحجم التطلعات والأهداف المسطرة (ما برمج سياحيا ضمن المخططات التنموية القطاعية لم يتحقق) وهذا راجع لاعتماد أصحاب القرار السياسي اقتصاديا على الريع البترولي؛ ومن هنا تبرز إشكالية تناقض الخطاب السياسي الذي يروج لتطوير السياحة وجعلها بديلا اقتصاديا يعوض اقتصاد الريع على أساس جعلها حتمية وليس خيارا (Le tourisme est un **impératif** et non pas un Choix)¹؛ قلت ، تناقض مع الواقع الذي يقر بضعف التنمية السياحية بدليل ضبابية الصورة المسوقة والمروجة (دوليا وحتى محليا) للجزائر كمقصد سياحي تنافسي والذي تترجمه النسب المتدنية من توافد السواح الأجانب مع ارتفاع نسب السواح المحليين (المقيمين) لوجهات سياحية غير الجزائر؛ لأسباب عديدة منها تدني جودة (حتى لا نقول رداءة) الخدمات السياحية مقارنة بأسعارها ، ضعف أو حتى غياب الثقافة والوعي السياحيين لدى المواطن المحلي والذي نجده في الغالب يعرف الكثير عن المعالم السياحية في الدول الأخرى لكن يجهل الحد الأدنى عن المعالم والمقاصد السياحية الوطنية المحلية كآثار هيبون الرومانية بمدينة عنابة، القصبية التركية بالعاصمة، مآدور النوميديية بمدينة سوق اهراس وتيمقاد الرومانية بمدينة باتنة، جمال الصحراء الجزائرية الشاسعة كمنطقة سيفار بجانت بحضيرة إليزي، الهقار بحضيرة الجنوب الكبير بتمنراست، وغيرها...

إذن، اختيار النهج الاقتصادي الاشتراكي غداة الاستقلال بخلفية سياسية والذي فضل بناء اقتصاد يعتمد على خيار الصناعة الثقيلة مستندا على عوائد الريع البترولي صعب من مهمة تدعيم وترقية قطاعا اقتصاديا كالسياحة يبدو ثانويا للأصحاب القرار السياسي والاقتصادي رغم مردوبيته التنموية المستدامة.

¹ : MTA، SDAT2025، LIVRE 1,5

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

• العشرية السوداء ومعضلة الأمن السياحي:

التنمية السياحية محكومة بثلاثة ركائز: توفير المنشآت السياحية، توفير الخدمات وشرط توفير الامن بمفهومه الواسع والشامل وكذا مفهومه الضيق والمتعلق بالجانب السياحي. فالقيمة الاستراتيجية لشرط الأمن بشموليته والأمن السياحي تحديدا على عملية النهوض بالنشاط السياحي وضمان استدامته أكثر من ضروري فعلاقة الأمن السياحي بالسياحة يفترض علاقة طردية؛ بمعنى كلما توفر الأمن ازدهرت واستدامت والعكس صحيح.

هذا الارتباط العضوي بين الامن السياحي وعملية النهوض بقطاع السياحة المستدامة تترجمه قوة العلاقة التفاعلية بين متغير الأمن السياحي ومتغير السياحة المستدامة. فالأمن السياحي يتحقق من خلال بتوفير كل الشروط الضرورية التي تجعل إقامة السائح آمنة ومريحة، من قبيل¹:

1) توفير أمن السائح على امتداد مدة اقامته من رعاية صحية، نظافة محل الإقامة، تأمين تنقلات السائح، ...

2) ضمان أمن المنشآت السياحية كالفنادق، منتجعات،

3) توفير الامن الجنائي ضمانا لمحاكمة عادلة في حالة حدوث أي انزلاقات.

4) المحافظة على البيئة يدخل ضمن أولويات الامن السياحي بسبب علاقة التزاوج المتينة التي تجمع البيئة بالسياحة.

5) أيضا، من أولويات الأمن السياحي ضمان الحماية للعاملين بالقطاع السياحي بما يضمن فعاليتهم داخل التنظيم السياحي.

لكن رغم مرور الجزائر بمرحلة مضطربة سياسيا، اقتصاديا واجتماعيا في تسعينات القرن الماضي انعكس سلبا على أمنها السياحي². حاولت الجزائر تكريس منظومة متكاملة للأمن السياحي عبر إرساء ضمانات قانونية وهيكلية لتوفيره منها:

¹: المرجع نفسه، ص 85.

2: محمد العطا عمر، الصناعة السياحية والاقتصاد، ندوة علمية حول: الإرهاب والسياحة، مركز الدراسات دمشق،

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- ضمانات قانونية للاستثمار السياحي (قانون الاستثمار 18-22).
 - ضمانات قانونية لحماية المقاصد والعقارات السياحية (قانون 01-03 المتعلق بالتنمية المستدامة للساحة).
 - ضمانات قانونية لحماية السائح وضمان حقوقه وكذا السهر على ضمان راحته وأمنه.
- حيث لا تقوم تنمية سياحية دون توفر شرط الامن والاستقرار، وعليه يجب التأكيد على:
- ترقية الدور الإعلامي في مجال الامن السياحي؛ وحثه على لعب دورا متقدما فيما يخص إشاعة المعلومة الأمنية السياحية، والتخلي بالحكمة وعدم التهويل في حال حدوث خلل أمني.
 - تكثيف الحملات التوعوية والتحسيسية لدى المواطن، وخاصة مواطني المقاصد السياحية لنشر الثقافة السياحية لضمان سلامة وأمن تلك المقاصد ومرتابيها من السواح خاصة.
 - تطوير البنى التحتية للمقاصد السياحية بما يضمن ويخدم أهداف وتوجهات الامن السياحي.
 - ترقية الدور الإعلامي في مجال الامن السياحي؛ وحثه على لعب دورا متقدما فيما يخص إشاعة المعلومة الأمنية السياحية، والتخلي بالحكمة وعدم التهويل في حال حدوث خلل أمني.
 - انشاء شرطة السياحة لتدعيم الشركاء في مجال تسيير ملف الامن السياحي.
 - رفع درجة تأمين المنشآت السياحية (فنادق، منتزهات، منتجعات، قرى سياحية، ...) بما يضمن سلامة المقصد السياحي والسائح.
 - ضرورة تزويد كل المنافذ السياحية (مطارات، موانئ، معابر برية) بأحدث الوسائل والأجهزة التكنولوجية بما يكفل اجراء عمليات المراقبة والتفتيش للسياح بطريقة سريعة، دقيقة ومريحة.
 - تأمين المقاصد السياحية الأثرية خاصة ضد المخاطر الطبيعية كالزلازل والفيضانات والحرائق، ...
 - تأهيل العاملين في القطاع السياحي (موظفي الفنادق، المرشدين السياحيين، أصحاب المطاعم السياحية، ...) في مجال الثقافة الأمنية.
 - رقمنة المنظومة الإدارية السياحية المكلفة بالمعاملات السياحية (كلمف التأشيرة)؛ تمهيدا لبناء قاعدة بيانات خاصة بالمعلومة السياحية (تتضمن كل ما يحتاجه السائح من معلومات عن البلاد وامكانياتها السياحية وكل متطلبات السياحة).

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

• هشاشة الإرادة السياسية:

الخطاب السياسي في الجزائر يروج لتبني سياسات تنموية لتطوير الاقتصاد السياحي لآثاره الإيجابية على كل المستويات (اقتصاديا، اجتماعيا، حضاريا، بيئيا وحتى سياسيا)؛ لكن نفس الخطاب لا يترجم ماليا على أرض الواقع بنفس قوة النبرة والحماس السياسي وعليه؛ رصد السلطات العمومية لميزانيات لقطاع السياحة (الوزارة) ضعيفة وغير كافية لتحقيق الأهداف السياحية المسطرة بدليل الميزانيات السياحية المرصودة دائما تحتل المراتب الأخيرة في جداول توزيع الميزانية القطاعية في قوانين المالية؛ وكمثال على ذلك (كميزانية السياحة في قانوني المالية لسنتي 2021 و 2022).

❖ قانون المالية لسنة 2021¹: ميزانية الدولة المخصصة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية تساوي **3,585,273,000** دج وهي أضعف ميزانية (قبل ميزانية وزارة البيئة، ووزارة الصيد البحري والمنتجات الصيدية، ووزارة الصناعة الصيدلانية)

❖ قانون المالية لسنة 2022²: ميزانية الدولة المخصصة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية تساوي **3,631,273,000** دج؛ بزيادة جد طفيفة عن السنة الفارطة (2021) وتبقى دائما أضعف ميزانية (قبل ميزانية وزارة البيئة، ووزارة الصيد البحري والمنتجات الصيدية، ووزارة الصناعة الصيدلانية).

نشير فقط أن الوزارات الثلاثة المرتبة ميزانياتها لهم علاقة مباشرة وعضوية بالتنمية السياحية المستدامة؛ فالأمن الصحي والبيئي والأمن عموما من مرتكزات التنمية السياحية.

• **تذبذب مراكز صنع القرار السياحي**: وزارة السياحة كمركز لصناعة القرار السياحي يتطلب الاستقرار كشرط مسبق لتعظيم فرص نجاحه؛ لكن ما حصل أن وزارة السياحة عاشت تذبذبا واضطرابا على مدى عقود منذ الاستقلال لليوم (29 حكومة المشكلة خلال هذه الفترة)؛ مما أثر ويؤثر سلبا على نجاح وقيمة نتائج مسار التنمية السياحية؛ بحيث كل حكومة لها اطارها المؤسسي والقانوني لوزارة السياحة؛ فنجدها³:

¹: قانون رقم 16/21 مؤرخ في 30 ديسمبر 2021 المتضمن قانون المالية لسنة 2021.

²: الأمر رقم 01/22 المؤرخ في 03 غشت 2022 المتضمن قانون المالية لسنة 2022.

³: بلية لحبيب، مرجع سابق، 12.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- 08 مرات وردت مستقلة لذاتها.
- مرة واحدة مقترنة بوزارة الثقافة.
- 04 مرات مقترنة بوزارة التهيئة العمرانية والبيئة.
- 11 مرة مرتبطة بالصناعات التقليدية.

المطلب الثاني: الاشكاليات الاقتصادية.

● **مشكل العقار السياحي:** يعد توفر العقار السياحي شرطا مسبقا وضروري لمباشرة الاستثمارات السياحية القاعدية كالمنشآت والهياكل والمرافق الخدمائية. هذا الاشكال بدأ يرى طريق الانفراج بعد صدور قانون 03/03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية والذي يهدف أساسا إلى حماية مواقع التوسع السياحي من السطو والتشويه؛ وتكليف الوكالة الوطنية للتنمية السياحية بمهمة تسيير مناطق التوسع السياحي المشتملة على العقار السياحي وكذا انجاز دراسات التهيئة لضمان حسن استغلالها؛ لكن مهام الوكالة اصطدمت بعدة معيقات من بينها:

- أغلب دراسات التهيئة السياحية لم تنجز أو لم تكتمل لأسباب مالية لارتباط كل مخططات التنمية القطاعية بمداخل الربيع البترولي؛ بمعنى تدهور أسعار الأخير في السوق الدولية يعني تعليق أو تجميد خطط التنمية ككل والتنمية السياحية بطبيعة الحال.
- عدم التحلي بالجدية والانضباط لحماية مناطق التوسع السياحي؛ مما أدى لتدهور الوضعية البيئية للعقار السياحي وتراجع مساحته بسبب الاستيلاء عليه من طرف العامة واستغلاله بطريقة فوضوية في بناء عشوائيات شوهدت صورته ودمرت نظامه البيئي. مما أدى بالسلطات الى إلغاء العديد من مناطق التوسع السياحي.
- العديد من العقارات ذات الصبغة السياحية هي ملكية خاصة مما مهد لبروز اشكال تسوية عقود الملكية لهاته العقارات في ظل وجود إدارة غير مرقمنة بصفة كلية مع تفشي البيروقراطية والفساد الإداري.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

- غياب قاعدة بيانات محينة تحوي كل المعلومات الضرورية والتكميلية لكل العقارات السياحية على المستوى الوطني والتي من شأنها تيسير مهمة المستثمرين السياحيين.
- سببا آخر لا يقل أهمية عن سابقه، كان عامل كبح لححلة مشكل العقار السياحي ويتمثل في:
 - قلة خبرة واحترافية الوكالة الوطنية للتنمية السياحية في مجال انجاز دراسات التهيئة السياحية؛ مما حتم عليها الاستعانة بمكاتب خبرة متخصصة والمكلفة ماليا؛ واكتفاء الوكالة بدور الوسيط بين وزارة السياحة ومكاتب الخبرة في مجال اعداد مخططات التهيئة السياحية¹.
- **اشكالية تمويل الاستثمارات السياحي:** يتميز الاستثمار السياحي بالتكلفة المالية العالية؛ فإنشاء المنشآت السياحية كالفنادق والمنتجعات وما يلزمها من مرافق خدمائية يتطلب رؤوس أموال ضخمة مع مدة استرجاع (تحقيق المردودية) تبدأ من ثلاثة سنوات وقد تصل إلى ثمانية سنوات في الغالب. هذه الخصوصية جعلت مبادرات القطاع الخاص في مجال الاستثمار السياحي تتميز بالتردد في ظل وجود نظام بنكي تسيطر عليه المصارف التجارية العمومية بنسبة تفوق 90%؛ مع ضعف المنتجات المالية الموجهة خصيصا للاستثمار السياحي وإن وجدت يبقى تحصيلها من طرف المستثمرين صعب المنال في ظل بيئة إدارية مطبوعة بنقل الإجراءات والفساد الإداري. كما أن طبيعة الاستثمارات السياحية تتسم بدرجة مخاطرة عالية مما يتطلب الأخذ بألية المشاركة في رأسمال وهذا بدوره يستلزم سوقا مالية قوية تديرها بورصة ذات فعالية كبيرة توفر فرص الاكتتاب والمشاركة في رأسمال لتقليل أو لنقل توزيع حدة المخاطرة على عدة شركاء؛ وهذا غير متوفر في السوق المالية الجزائرية.

¹: ميهوب صالح، الاقتصاد السياحي للجزائر، مرجع سابق، 120.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

المطلب الثالث: الإشكاليات القيمية.

• ضعف الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري:

مفهوم الثقافة¹: مفهوم مطاطي وامتدّد يتميز بنوع من التعقيد وتعدد الأوجه السبب الذي يصعب مهمة المفكرين والفلاسفة في اعتماد تعريف موحد لمصطلح الثقافة.

لكن، يمكن إطلاق مصطلح الثقافة على أي جهد أو موقف أو تعبير انساني. فالمصطلح غربي بالأساس ويمثل في المنظومة الفكرية الغربية الليبرالية بديلا عن الدين، ومن هنا تنبثق ما يسمى "صناعة الثقافة". على هذا الأساس يمكن تحديد أربعة أوجه لتحديد مفهوم الثقافة²:

1. تراكم العمال الفنية والذهنية.
 2. حزمة القيم والعادات والتقاليد والأعراف والممارسات الرمزية التي يتم توظيفها في الحياة.
 3. الأسلوب بمنظور كلي المنتهج والمعتمد في حياة الأفراد.
 4. الصيرورة التي يصل بها الأفراد لتحقيق الارتقاء الروحي والذهني.
- للثقافة سمات، قد تبدو متداخلة لكنها تحمل فروقات جوهرية فيما بينها؛ أبرزها:
1. التنوع (Diversité): التنوع الثقافي يبرز باختلاف الأمم والشعوب.
 2. التعدد (Pluralité): كل أمة أو شعب تتضمن العديد من الثقافات بتعدد الأعراق والهويات المكونة لتلك الأمة أو الشعب.
 3. التهجين (Hybridité): الثقافة مفهوم مطاطي مرّن يقبل التهجين من باب التعايش والتكيف أو حتى لضرورة التجديد والابداع، فالتهجين يمنح الثقافة نزعتها الابتكارية.
 4. التضمين (Inclusivité): الثقافة تنحو للنزعة الشمولية (التضمينية) بمعنى يمس جميع نواحي الحياة.

¹: تيري ايغلتن، الثقافة، ط1، (بغداد، دار المدى، 2018)، 22-31.

²: المرجع نفسه، 32-35.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

الثقافة السياحية شكلا من أشكال الثقافة حتى أن سمات الأخيرة تنطبق على خصائص السياحة. بطريقة أوضح؛ الثقافة السياحية هي تمتع أفراد المجتمع بمؤهلات معرفية وقدرات ذهنية ومهارات سلوكية تمثل في مجملها اتجاها قيميا للتعامل مع السواح¹؛ وهذا يمثل حلقة استراتيجية في إدارة العملية السياحية. فكلما كان مجتمع المقصد السياحي مضيافا، دافئا، لبقا ومتمتعا بقدر من الثقافة السياحية كلما تعلق السواح بذلك المقصد السياحي ويزيد انجذابهم به وبالتالي عودتهم إليه مع ضمان ترويج صورة إيجابية للسياحة في بلد المقصد السياحي.

والثقافة السياحية قد تكون إيجابية تشير الى حمل المجتمع المحلي (مواطنو المقصد السياحي) تصورا إيجابيا عن السياحة باعتبارها أداة تعارف حضاري وثقافي بين الشعوب والأفراد والأهم مدخلا استراتيجيا للتنمية المستدامة وكل ما يحمله مضمون الاستدامة من مكاسب على المستوى الاجتماعي والبيئي الى جانب المستوى الاقتصادي بطبيعة الحال ؛ ومن جهة أخرى قد تكون الثقافة السياحية سلبية بمعنى ينظر المجتمع للسياحة بنظرة توجس وخوف من الذوبان الهوياتي والثقافي نتيجة الاختلاط بالآخر السائح ؛ ناهيك عن غياب الادراك بقيمة السياحة من الناحية التنموية وهذا راجع لسمة الانغلاق حول الذات للمجتمعات التي لا تشجع السياحة (حتى لا نقول ترفض السياحة). والمجتمع الجزائري يتميز بثقافة سياحية ضعيفة وهذا راجع لعدة عوامل منها:

○ **العامل النفسي:** الطبيعة العصبية الانفعالية للفرد الجزائري التي تمنعه من التواصل بسلاسة ومرونة مع الآخر المحلي فمالك مع السائح الأجنبي؛ وهذه صفة مرتبطة بحالة الصدمة النفسية التي عاشها الفرد الجزائري منذ الاستعمار وأصبحت متوارثة جيل بعد جيل (والتي تطلب عمل نفسو-اجتماعي معمق ومتكاثف للتخلص أو حتى التقليل منها من طرف مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالمؤسسات التربوية، الاعلام، الاسرة،...).

○ **العامل اتصالي-اللغوي:** حالة الانغلاق والحصار الدولي التي عاشها المجتمع الجزائري خلال العشرية السوداء، جعلت من الفرد الجزائري ينغلق حول ذاته ويفقد شهية التواصل مع الآخر السائح

¹: أسماء لقيط، " الثقافة السياحية ودوره في ترقية قطاع السياحة بالجزائر"، مجلة التمكين الاجتماعي، 04، ع.04، (2022)، 49.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

ولا يرتاح له أو حتى ينظر إليه بريبة وتوجس. وما زاد مشكل التواصل تعقيدا المتغير اللغوي، باعتبار الجزائري (سواء المواطن المحلي أو الموظف والعامل بقطاع السياحة) مفرنس اللسان واللغة السائدة والرائدة دوليا في عالم السياحة هي اللغة الإنجليزية¹.

○ **عامل ثقافي-اجتماعي:** المجتمع الجزائري مجتمعا مسلما بنسبة تقارب 100%؛ الشيء الذي أدى لغياب أقليات دينية غير مسلمة داخل المجتمع؛ مما أضعف ثقافة التسامح الديني في المجتمع الجزائري ورفض لكل ما هو غير مسلم. متغير الانغلاق الديني أثر على الثقافة السياحية باعتبار السياحة (الوافدة تحديدا) مرتبطة بالآخر غير المسلم. إذن؛ ربط السياحة بعامل الدين ولد ثقافة سياحية سلبية داخل المجتمع الجزائري².

● **هشاشة الوعي السياحي في المجتمع الجزائري:** الوعي السياحي يعني إدراك قيمة السياحة وضرورتها في حياة الأفراد؛ فهي من جهة أداة للتنمية المستدامة ومن جهة ثانية نافذة تعرف واحتكاك بالعالم الخارجي؛ لكن الوعي السياحي مرتبطا ببيئة مشبعة بثقافة سياحية إيجابية؛ وهذا ما ينقص المحيط العام للمجتمع الجزائري.

● **نظرة المجتمع المريبة للسياحة:** نظرة المجتمع للسياحة هي محصلة الثقافة السياحية السائدة ومقدار الوعي والادراك المجتمعي بأهمية السياحة؛ بالتالي، ضعف الثقافة السياحية والوعي السياحي هش كحالة الجزائر يولد نظرة مجتمعية تترتاب وتحتاط من السياحة والسائح خاصة الأجنبي؛ وهذا ما يبرر سلوكيات اجتماعية تقرر السياحة بثقافة العيب³ الباعثة للتغيير الاجتماعي السلبي.

¹: زرقين صورية، "دور الاستثمار الأجنبي المباشر في النهوض بقطاع السياحة في الجزائر"، (أطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018)، ص 272.

²: يوسف القرضاوي، *الثقافة العربية الإسلامية بين الأصالة والمعاصرة*، ط1، (بيروت، مؤسسة الرسالة، 2001)، 45.

³: أسماء لقيط، 'مرجع سابق، 51.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

ولبناء ثقافة سياحية إيجابية ووعي سياحي راقي لتغيير نظرة المجتمع تجاه السياحة يجب استحضار دور ووظيفة مؤسسات التنشئة الاجتماعية وعلى رأسها¹:

○ **وظيفة الأسرة:** الدور الأسري رئيسي وفاصل في تشكيل معالم شخصية الفرد وتحديد ملامح سلوكه وحسه القيمي والأخلاقي؛ ومن هنا تنطلق وظيفة تكوين فردا متسامحا، متقبلا للآخر ومتمتعا بحس حضاري راق يدفعه لإدراك قيمة السياحة كمكسب تنموي مستدام يجب المحافظة عليه والعمل على تطويره.

○ **وظيفة المدرسة:** تعتبر المدرسة أول وأهم جسر معرفي يعمل على إثراء الجانب الثقافي للمتمدرس من خلال تدريس مختلف المواد المتعلقة بالتاريخ والحضارات لمختلف الدول وتحديدًا البلد الأم؛ والعمل بالتوازي على تنمية وترقية التوجه القيمي والحضاري للتلميذ؛ مما يساعده على تنمية ثقافته ومداركه السياحية.

○ **وظيفة المجتمع المدني:** دور جمعيات المجتمع المدني لا تقل أهمية عن دور الأسرة أو المدرسة، فالمجتمع المدني يعتبر بمثابة الأسرة الكبيرة التي تحتضن الفرد وتتحمل جزء كبير من مسؤولية تكوين شخصيته وثقافته المدنية. فحملات التوعية والتحسيس التي يقوم بها المجتمع المدني وكذا التظاهرات ذات البعد الثقافي والاجتماعي كقيلة بتكوين رصيد من الثقافة السياحية لشرائح مختلفة من المجتمع.

○ **وظيفة المؤسسة الإعلامية:** تفقد المؤسسة الإعلامية بكل فروعها (المرئية، المسموعة، المرئية، الالكترونية) دورا طلائعيا في تشكيل رأي عام إيجابي تجاه السياحة والسواح، عن طرائق بث برامج توعوية، وأخرى ثقافية؛ ناهيك عن مباشرة حملات ومبادرات اجتماعية تدخل في إطار التحسيس بأهمية السياحة والنظر اليها كمكسب لا خسارة فيه.

○ **دور الجامعة:** إضافة لتكوين الخبراء في مجال السياحة، تظل الجامعة احدى مؤسسات التنشئة المعول عليها في فك معادلة الصدام الحضاري الناتج عن السياحة، وذلك بتزويد الطلاب بمناهج علمية تركز قيمة السياحة كفرصة تنموية يجب استغلالها مع إمكانية تقبلها اجتماعيا والتعايش معها

¹: تلي سعدية، الثقافة السياحية للمجتمع ودورها في تنمية السياحة الصحراوية، <http://www.Ouargla30/com> تم

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

والنأي بها عن أي صراع أو صدام حضاري؛ بل بالعكس يمكن اعتبارها إضافة حضارية وثرية ثقافي يمكن تقبله دون خوف عن الثقافة والمنظومة القيمية المحلية في ظل وجود بيئة اجتماعية تتمتع بتربية وتنشئة اجتماعية سليمة.

المطلب الرابع: الاشكاليات الإجرائية-الادارية.

• **ضعف ارتباط الادارة الجزائرية بتكنولوجيا الاعلام والاتصال:** المراهنة على نجاح خطة تنمية لقطاع معين يرتبط ارتباطا عضويا بإدارة حديثة، متكيفة مع مستجدات العصر، غير أن الإدارة في الجزائر لا تزال متخلفة مقارنة بالمستجدات والتوجهات العالمية في مجال تطوير وعصرنة الإدارة، بدليل تقييم الجزائر بعلامة ضعيفة (4,2) في تقرير منتدى دافوس الاقتصادي لسنة 2019 في مؤشر الجاهزية لتكنولوجيا الاتصال¹؛ تحديث الإدارة يشمل عدة محاور مثل: رقمنة العملية الإدارية برمتها وربطها بالشبكة العنكبوتية.

- انشاء منصات رقمية لكل القطاعات كالسياحة والحرص على متابعتها والأهم تحيينها.
- زيادة حجم تدفق الانترنت ربحا للجهد والوقت لكل الشركاء (مستثمر، وكالة سياحية، سائح).
- في المجال السياحي، الحرص على انشاء منصات رقمية لمباشرة العمليات السياحية كالحجز في الفنادق، شراء التذاكر والأهم ربط هاته المنصات المحلية بالمنصات العالمية.
- انشاء مواقع الكترونية للسياحة الافتراضية؛ يدخل هذا ضمن استراتيجية الترويج والتسويق للمنتج السياحي.

• **ضعف استراتيجية الترويج والتسويق السياحي:** مهما كانت طبيعة وجودة المنتج السياحي؛ تسويقه وبيعه يتطلب تخطيطا استراتيجيا دقيقا ومحكما؛ يستند لمعايير منهجية علمية أساسها دراسات الجدوى الاقتصادية والسوق السياحية من طلب وعرض وحتى اتجاهات سلوك المستهلك (الزبون السائح) بتوظيف علم النفس السياحي كما تفعل الدول الرائدة سياحيا². في حالة الجزائر؛ استراتيجية التسويق والترويج السياحي المسندة للديوان الوطني للسياحة تتسم بالضعف نتيجة رتابة الاستراتيجية المتبعة وعدم تجديدها؛ بدليل المشاركات الروتينية غير المجدية بالنسبة للسوق السياحية الجزائرية

¹: تقرير منتدى دافوس لسنة 2019.

²: نبيهة صالح السمراني، علم النفس السياحي: مفاهيم وتطبيقات، ط1، (عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، 2013)، 112.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

في معارض سياحية دولية كمصر، تركيا، تونس وغيرها بل يجب التجديد والبحث عن أسواق سياحية تقدم الإضافة للسياحة الجزائرية كالسوق الصينية والسوق الأفريقية، ...

يمكن الاعتماد على أكثر من آلية لبناء استراتيجية ترويجية وتسويقية للمنتج السياحي، من قبيل¹:

○ **الآلية الإعلامية:** يبقى الاعلام سلاحا ذو فعالية رهيبية لو يستخدم بطريقة مسؤولة وحكيمة؛ فتأثيره في صناعة وقيادة وتوجيه الرأي العام لا يختلف عنه أحد؛ فالاعتماد على الوسائل الاعلامية ذات المحتوى المدروس والموزون يساهم بفعالية كبيرة في تسويق وترويج المنتج السياحي؛ مثل صياغة **ملصقات اشهارية سياحية** بمعايير مدروسة (مضمون مفيد وألوان مدروسة تتماشى مع المضمون)، انجاز وبت برامج عبر **مختلف وسائل الاعلام** للترويج للسياحة المحلية والتعريف بكل المقاصد السياحية بمختلف أنواعها (شاطئية، حضرية، ريفية، صحراوية، جبلية، معدنية، حضارية، ثقافية، ...)؛ أيضا، يمكن الاعتماد على فيديوهات المؤثرين السياحيين عبر مختلف قنوات منصات التواصل الاجتماعي (اليوتيوب، انستغرام، تيليجرام،...).

○ **الآلية الثقافية:** ويكون ذلك عبر عدة قنوات مثل المشاركة في التظاهرات الثقافية كالمهرجات (غنائية، سينمائية، مسرحية، ...) داخليا وخارجيا؛ مع مراعاة المصلحة الوطنية، بمعنى دراسة ما قد تجلبه هاته المشاركات من إضافة للسياحة الجزائرية.

○ **الآلية الاقتصادية:** يقصد بها المشاركة في التظاهرات السياحية ذات الطابع الاقتصادي، والموجهة أساسا للمختصين ومحترفي النشاط السياحي، في محاولة للترويج وتسويق المنتج السياحي، عن طريق ابرام صفقات تجارية لاستقبال وفود سياحية أو حتى على مستوى الاستثمار السياحي بتأسيس شركات سياحية مختلطة، عقد صفقات تعاون وشراكة بين وكلاء السياحة، وغيرها من المشاريع ذات الصبغة الاقتصادية.

● **البيروقراطية والفساد الإداري:** رغم وجود منظومة تشريعية تحمي المستثمر (المحلي والاجنبي) إلا أن مظاهر استئثار الفساد الإداري لا يزال موجودا في الإدارة الجزائرية كالرشوة والمحسوبية، إضافة

¹: رفيق بودريالة، مرجع سابق، 201.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

لثقل وبطء العملية الإدارية خاصة فيما يتعلق بالاستثمار السياحي؛ كمثل عن ذلك، ما وقع سنة 2000، عزوف المستثمر السياحي الاماراتي العملاق (القدرة) عن الاستثمار في الجزائر وتفضيله لدولة المغرب بسبب البيروقراطية وثقل الإجراءات الإدارية¹. مشكل البيروقراطية سببه احتكار تسيير ملف استراتيجي كالاستثمار السياحي من طرف بيروقراطيين عوض هيئات مختصة وذات خبرة في المجال، وهذا ما حاولت الجزائر استدراكه بإصدار قانون جديد لتنظيم وتسيير الاستثمار (الفصل الثالث).

- **ضعف تأهيل وتكوين المورد البشري:** السياحة تتطور بشكل رهيب لدرجة تصنيفها كثاني صناعة من ناحية الدخول في العالم بعد صناعة الرقميات؛ فالسياحة في الوقت الراهن أصبحت تخصصا علميا له مدارس الفكرية ومناهجه العلمية وفلسفته الخاصة التي تميزه عن باقي العلوم والتخصصات الأخرى. هذا الإطار حتم على الفاعلين في المجال السياحي الالتزام بالاحترافية والمهنية والانضباط لتعظيم نسبة النجاح في تحقيق أهداف التنمية السياحية المبرمجة؛ وهذا ما ينقص المنتسبين للقطاع السياحي في الجزائر، سواء موظفي وعاملي الإدارة السياحية أو حتى شركاء التنشيط السياحي كوكلاء السياحة والسفر. نقص الاحترافية يبرر بالأسباب التالية:
 - النقص المقاعد البيداغوجية على مستوى المعاهد السياحية أو حتى مراكز التكوين المهني.
 - برامج التكوين السياحي ذات الطبيعة التقليدية وتغيب عنها لمسة التجديد والاحترافية.
 - نقص مستوى التأطير على مستوى مؤسسات التكوين والتأهيل السياحي.
 - عزوف النخبة من الطلبة المتحصلين على البكالوريا عن اختيار السياحة كتخصص أكاديمي لمتابعة مسارهم العلمي، وهذا راجع لتبعات تهميش السياحة في المحيط الاجتماعي وعدم المراهنة عليه كتخصص علمي ضامن للمستقبل.

¹: بن سهلة ثاني توفيق، مرجع سابق، 177.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر

خلاصة واستنتاجات:

هاته عينة من الإشكاليات والمعوقات التي حالت دون نجاح سياسات التنمية السياحية في الجزائر رغم توفر كل مؤهلات ومقومات الجذب السياحي؛ مما جعل أصحاب القرار لمراجعة كل الخطط السياحية السابقة وإيجاد بديلا استراتيجيا لتجاوز كل هاته العقبات ورسم معالم انطلاقة حقيقية للتنمية السياحية في الجزائر؛ في ظل حالة اليقين العالمية المؤكدة لضرورة تنويع الاقتصاديات الوطنية واحداث القطيعة مع الاقتصاديات الريعية الأحادية. ما حتم على الجزائر للتعويل والمراهنة على قطاع اقتصادي كالسياحة رأسماله الرئيسي الطبيعة والارث الحضاري الإنساني؛ مع ضرورة الانفتاح اقتصاديا على العالم الخارجي بتبني سياسة الباب المفتوح والاندماج ضمن دائرة الاقتصاد العالمي المعولم سعيا لجلب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمارات السياحية وتفعيل الشراكات والاتفاقيات الدولية في مجال التنمية السياحية. على ضوء كل هذه الدوافع والمبررات كان ميلاد خطة استراتيجية طموحة للتنمية السياحية المستدامة ممثلة في المخطط التوجيهي للتنمية السياحية لآفاق 2025 وهو محور الفصل الثالث من هذا البحث.

الفصل الثالث:

نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

تقديم الفصل:

مع بؤادر انقضاء فترة العشرية السوداء، ومع مجيء الرئيس عبد العزيز بوتفليقة للحكم سنة 1999 م؛ بدأ أفق جديد يفتح على جميع المستويات، وتحديدًا على المستوى الاقتصادي وتزامن ذلك مع ارتفاع غير مسبوق لمداخل البترول؛ مما ساعد الدولة الجزائرية على بعث عدة برامج تنموية ضخمة لتحديث البنى التحتية وكذا بعث القطاعات الاقتصادية المصنفة في خانة الاستراتيجية كقطاعات الزراعة، الصناعة التحويلية، المياه، السكن، ...؛ سعيًا لتحسين مستوى حياة الساكنة وتوفير إطار معيشة مستدام.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

المبحث الأول: جهود الدولة الجزائرية لبعث التنمية السياحية المستدامة.

من أبرز البرامج التنموية التي تم بعثها برنامج الإنعاش الاقتصادي (2001-2004)¹ والذي رصد له مبلغ 7.2 مليار \$ أي ما يعادل 525 مليار دج. وصف بالبرنامج الناجح لتحقيقه نسبة نمو تقدر بـ 06% متجاوزا نسبة سنة 2000 بالضعف (تم تحقيق نسبة نمو 03%)، لذلك تبعه برنامج تنموي تكميلي هو برنامج دعم النمو الاقتصادي (2005-2009)² بغلاف مالي كبير يقدر بـ 60 مليار \$، مس البرنامج القطاعات الاقتصادية التالية:

- تطوير البنى التحتية بنسبة 40.5% من ميزانية البرنامج.
- تحسين ظروف معيشة الساكنة بنسبة 45.4 من ميزانية البرنامج
- والنسبة المتبقية (14.1%) شملت:
 - تحديث الخدمة العمومية.
 - ترقية تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
 - دعم النمو الاقتصادي لباقي القطاعات.

أعقب برنامج دعم النمو الاقتصادي برنامج خماسي للفترة 2010-2014؛ كان نصيب الاستثمارات العمومية منها بغلاف مالي ضخم يقدر بـ 280 مليار \$. البرنامج ركز على محورين أساسيين هما:

- استكمال انجاز المشاريع الضخمة للبنى التحتية بمبلغ يقدر بـ 130 مليار \$.
- بعث مشاريع تنموية أخرى بمبلغ يقدر بـ 156 مليار \$.

من جهة أخرى؛ سعت الدولة الجزائرية بتبني خيار الاستدامة ضمن خططها التنموية تماشيا مع الرهانات الدولية التي تبنت الفكر الاقتصادي المستدام ابتداء من تاريخ اعلان تقرير لجنة بروتلاند³ سنة 1987م الموسوم بمستقبلنا المشترك.

¹: تقرير برنامج الإنعاش الاقتصادي (2001-2004) التي تمت المصادقة عليه شهر أفريل من سنة 2001.

²: Rapport du Programme de Soutien et Relance Economique (PSRE : 2005-2009).

³: وزيرة خارجية النرويج في تلك الفترة، كانت رئيسة اللجنة التي أنجزت تقرير "مستقبلنا المشترك" والتي حملت اسمها.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

يلمس مجهود الحكومة الجزائرية في مجال ترقية ثقافة الاستدامة من خلال استغلال مداخل الجباية البترولية بتخصيص أغلفة مالية معتبرة لبعث برامج تموية ضخمة؛ انعكست إيجابا على ظروف معيشة المواطن من خلال:

- ✓ توفير مواطن شغل دائمة ومستقرة نظرا لمشاريع البنى التحتية الضخمة؛ مما ساهم في محاربة الفقر وتعزيز العدالة الاجتماعية وتكريس مبدأ تكافؤ الفرص.
- ✓ توفير الأمن الصحي من خلال تكثيف بناء المستشفيات والعيادات الجوية.
- ✓ توفير الأمن الغذائي من خلال إيلاء اهتمام متزايد لقطاع الفلاحة باتباع أساليب مبتكرة في أسلوب السقي وكذا الاهتمام بالزراعة بالجنوب.
- ✓ الاستغلال المستدام للثروة الغابية مع العمل المستمر للمحافظة على الغابات وحمايتها من الحرائق وكل أشكال التخريب؛ والسعي لتجديدها دوما بتشجيع حملات التشجير بالتنسيق مع المجتمعات المحلية (المجتمع المدني).
- ✓ مضاعفة التحسيس والتوعية المجتمعية بكل الوسائل الإعلامية المتاحة لبت ثقافة الاستهلاك الأخضر (أي ترشيد وعقلنة الاستهلاك) لدى المواطن في مجال الطاقة، الكهرباء، المياه،
- ✓ السعي لتكريس ممارسات مستدامة لاستغلال الموارد الطبيعية.
- ✓ السعي المكثف للنهوض بما اصطلح عليه تسمية "مناطق الظل" أي المناطق الريفية المعزولة والمحرومة من التنمية.

وباعتبار قطاع السياحة ينمو بصفة عرضية لتشابهه وتداخله مع باقي القطاعات الاقتصادية؛ فإن تطور الأخيرة يخدم بصورة آلية التنمية السياحية المستدامة. فجهود الجزائر لبعث الأخيرة بدأ سنة 2001م بوضع خطة طموحة للارتقاء بقطاع السياحة وصياغة مفهوم جديد لها أطلق عليها اسم **مخطط الأعمال السياحية**.

المطلب الأول: المفهوم الجديد للسياحة المستدامة في الجزائر (مخطط أعمال التنمية السياحية).

مع بداية الألفية، سعت الجزائر لتكريس مفهوما جديدا للتنمية السياحية يرتكز أساسا على ترقية المنتج السياحي الجزائري والعمل على ادماجه في السوق العالمية للسياحة ضمن إطار التنمية المستدامة. وعليه، بدأ التفكير في وضع إطارا عاما وشاملا للتحرك السياحي يمس كل فروع النشاط السياحي والحرص

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

على تصميم خطة تنمية سياحية متكاملة ومتناسقة تتناغم مع كل هذه الفروع السياحية (الوظائف أو الأنشطة السياحية) ضمن منظور مستدام؛ وعليه فخطة التنمية السياحية المستدامة تتضمن الوظائف السياحية التالية:

- التشريع والتنظيم السياحي.
 - التسويق السياحي.
 - التسهيلات والحوافز السياحية.
 - توفير العقار السياحي وتهيئته.
 - حماية البيئة الطبيعية من التدهور والاستنزاف.
 - المحافظة على أصالة البيئة الحضارية والثقافية وحمايتها من التشويه والتحريف.
 - التكوين والتأهيل والتدريب للمورد البشري في القطاع السياحي.
 - ترقية الوعي السياحي المجتمعي وإشاعة الثقافة السياحية في المجتمع.
- نتيجة لذلك سعت الجزائر ابتداء من سنة 2001م لوضع مخططا عملياتيا يمتد لغاية 2010م؛ تهدف من ورائه تكريس معالم تنمية سياحية مستدامة بالاعتماد على¹:
- ✓ الاستثمار السياحي الخاص برأسمال يقدر بـ 75 مليار \$(دعوة القطاع الخاص لتقمص دور استراتيجي في مجال التنمية السياحية).
 - ✓ التمويل على القطاع العام:

- لخلق مناطق للتوسع السياحي من أجل توفير العقار السياحي ثم العمل على تهيئته.
- وضع الإطار التشريعي للتنمية السياحية المستدامة.
- تحديد نوع المنتجات السياحية حسب طبيعة مناطق التوسع السياحي المعينة قانونا.
- تفعيل سياسة تكوين وتأهيل للمورد البشري المشتغل بقطاع السياحة.

¹: عوينان عبد القادر، "السياحة في الجزائر: الإمكانيات والمعوقات (2000-2025)", (رسالة دكتوراه، جامعة

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

- تكثيف السعي والعمل على تلميع صورة الجزائر كمقصد سياحي إقليمي ودولي من خلال الاعلام بكل أنواعه، المشاركة في التظاهرات السياحية (معارض، مؤتمرات، ملتقيات، أيام دراسية حملات تحسيسية، ...).
- تشجيع ودعم الشراكة بفتح القطاع أمام الخواص والاستثمار الأجنبي.
- تهمين الصناعات الحرفية والتقليدية باعتبارها رافدا هاما من روافد التنمية السياحية المستدامة.

والجدول الموالي يعطي خلاصة استراتيجية التنمية المستدامة للفترة 2001-2010.

الجدول رقم(26): استراتيجية التنمية المستدامة للفترة 2001-2010.

ملاحظات	المجموع	فترة 2: 2006-	فترة 1: 2001-	الهدف
		2010	2005	
4000 سرير في الفترة 1 6000 سرير في الفترة 2	50000 سرير	30000 سرير	20000 سرير	رفع حضيرة الايواء
تكلفة انجاز سرير واحد تقدر بـ 1.5 مليون\$(بدون احتساب كلفة العقار)	75 مليار\$	45 مليار\$	30 مليار\$	الاستثمار الخاص
١	1.2 مليون سائح	١	685000 سائح	عدد السواح الأجانب
١	980000 سائح	١	452000 سائح	عدد السواح الجزائريين غير مقيمين
١	2.18 مليون سائح	١	1.137 مليون سائح	العدد الإجمالي للسياح
١	25 000	15 000	10 000	عدد مواطن الشغل المباشرة

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

عدد مواطن الشغل غير المباشرة	30 000	45 000	75 000	حسب منظمة السياحة العالمية: انجاز سرير واحد يخلق 1 منصب شغل مباشر و 3 مناصب غير مباشرة؟
العدد الإجمالي لمواطن الشغل	40 000	60 000	100 000	١

المصدر: موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية [www.MTA.gov.dz/Plan action horizon 2001-2010](http://www.MTA.gov.dz/Plan%20action%20horizon%202001-2010)

لكن بعد سنتين من بعث مخطط الاعمال السياحية المستدامة في الجزائر لآفاق 2010؛ طرأت عليه تعديلات؛ لمواكبة ومسايرة التطورات الجديدة الحاصلة داخليا وخارجيا في المجال السياحي. وعليه؛ تم وضع خطة جديدة للتنمية السياحية المستدامة لآفاق 2013 أطلق عليه اسم تصور السياحة لآفاق 2013 (كما سنراه لاحقا في المبحث الثاني).

تزامنت التعديلات الحاصلة على مخطط الاعمال السياحية المستدامة صدور قوانين تنظم وتضبط النشاط السياحي وتضعه في إطار أو منظور مستدام. ومن أبرز هاته القوانين نرصد الآتي¹:

- قانون 01/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001 والمتعلق بالتنمية السياحية المستدامة.
- قانون 02/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001 والذي يضبط القواعد العامة للاستغلال السياحي للشواطئ.
- قانون 03/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية.

أبرز القوانين المذكورة أنفا قانون 01/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001 والمتعلق بالتنمية السياحية المستدامة، إذ يعتبر الخط التوجيهي المرجعي للتنمية السياحية المستدامة باعتباره يحدد شروط وتدابير التنمية السياحية المستدامة وكذا أدوات التنفيذ وفق السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم.

ففي مادته (أي قانون 01/03) الأولى يحدد القانون الأهداف النوعية للتنمية السياحية المستدامة

كالآتي¹:

¹: ج ر رقم 11 المؤرخة في 19 فيفري 2003.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

- تطوير آلية الشراكة مع الشريك الأجنبي أو الخاص المحلي لأجل ترقية الاستثمار السياحي.
 - السعي المكثف لإدماج وجهة الجزائر السياحية ضمن مسارات السوق العالمية للسياحة.
 - العمل على حماية البيئة واثمين القدرات الطبيعية والثقافية والحضارية خدمة للتنمية السياحية المستدامة.
 - إعادة تأهيل الحاضرة الفندقية لرفع قدرات الايواء على المستوى الوطني.
 - الرفع من جودة الخدمات السياحية ومحاولة تسعيرها وفق معيار الجودة.
 - العمل باستمرار لتتويج المنتج(العرض) السياحي مع المحاولة الدائمة لتطوير أو بعث أنماط جديدة من السياحة بمشاركة المجتمع المحلي.
- وعلى غرار الهدف الأخير (أي تنويع العرض السياحي)؛ فقد ركز القانون في مادته الثالثة على خمسة أنماط سياحية؛ هي²:

1. السياحة الثقافية.
2. سياحة الأعمال والمؤتمرات.
3. السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر.
4. السياحة الصحراوية.
5. السياحة الاستجمامية والترفيهية.

كما أشار القانون 01/03 في مادته الرابعة على طابع المصلحة العامة لكل الأنشطة السياحية مما يكسب الأخيرة الاستفادة بصفة آلية من دعم الدولة والجماعات المحلية؛ كما أكد في المادة نفسها على منطق الأصالة فيما يخص الموارد الطبيعية والفضاءات الثقافية من باب المحافظة عليها من التخريب وعدم استنزافها ضمانا لديمومة جودتها واستمرارا لتنافسيتها محليا وإقليميا وحتى دوليا³.

¹: قانون 01/03، ج ر رقم 11 المؤرخة في 19 فيفري 2003، المادة 1.

²: قانون 01/03، ج ر رقم 11 المؤرخة في 19 فيفري 2003، المادة 3.

³: قانون 01/03، ج ر رقم 11 المؤرخة في 19 فيفري 2003، المادة 4.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

كما أن قانون 03/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية: الهدف من هذا القانون هو ضبط حافظة العقار السياحي الوطني نظرا لأهميتها القصوى بالنسبة للمستثمرين وإعطاء دفع قوي لعجلة الاستثمار السياحي.

جاء تعريف منطقة التوسع السياحي في المادة الثالثة من ذات القانون أعلاه بأنها: " كل منطقة أو امتداد يتميز بصفات أو خصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية وابداعية مناسبة لسياحة مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية ويمكن استغلالها في تنمية نمط سياحي أو أكثر ذو مردودية"¹ وعليه، الحافظة العقارية السياحية للجزائر مكونة أساسا من²:

○ 249 منطقة توسع سياحي وموقع سياحي (ZEST*)، بمساحة كلية تتأهز 57872,19 هكتار؛ موزعة كالتالي:

- 149 منطقة توسع سياحي وموقع سياحي ساحلي.
- 23 منطقة توسع سياحي وموقع سياحي صحراوي.
- 28 منطقة توسع سياحي وموقع سياحي حراري (حموي).
- 18 منطقة توسع سياحي وموقع سياحي ثقافي وتاريخي.
- 21 منطقة توسع سياحي وموقع سياحي للسياحة المناخية وسياحة الاسترخاء والترفيه (في الغالب مناطق جبلية).

من بين الـ 249 منطقة توسع سياحي وموقع سياحي (ZEST) يوجد:

- 71 منطقة ZEST تحظى بمخططات تهيئة معتمدة نتج عنها خلق 1322 قطعة أرض، 75% مخصصة للمستثمرين الخواص وبإمكانها توفير معدل إيواء بنسبة 150000 سرير.
- 96 منطقة ZEST قيد الدراسة حاليا لإنجاز مخططات التهيئة خاصتها، وباستطاعتها خلق 1800 وعاء عقاري سياحي مهيب وجاهز للاستثمار.

¹: مولود ديدان، مدونة قانون البيئة، ط1، (الجزائر، مطبعة دار السجلات، 2012)، 126.

² : <http://www.MTA.Gouv.Dz> consulté le 05 /03/2024 à 16H00

* : ZEST : Zone d'Expansion Touristiques & Site Touristique.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

بالنسبة للمسالك والمواقع السياحية:

○ المسالك السياحية (Les circuits touristiques)¹:

تعريف المسلك السياحي: يقصد به مساراً يشمل عدة محطات في الغالب متجانسة لإعطاء المسلك طبيعته. من هنا نستنتج أنواع المسارات السياحية: مسارات ثقافية، مسارات تاريخية، مسارات ترفيهية، مسارات رياضية،... إلخ. المسلك السياحي قد يكون:

○ **ولائياً:** أي داخل الولاية مثل المسلك السياحي التاريخي لولاية عنابة الذي يرصد بعض المحطات التاريخية للثورة الجزائرية، فنجده يشمل المحطات التالية: منطقة المعذبون والقلعة الحصية مرورا بالمدينة العتيقة التي كانت ملجأً للمجاهدين (قصة عنابة) وصولاً لمراكز التعذيب بمنطقة واد العنب والعلمة.

○ **جهويا:** يجمع أكثر من ولاية. مثال: المسلك السياحي التاريخي القديس أغسطين، مسار يرصد السيرة الذاتية لهذه الشخصية الرومانية الشهيرة المؤثرة في تاريخ وحضارة بونة. مسار هذا المسلك مشترك بين ولاية سوق أهراس أين ولد القديس أغسطين وتحديدًا بمنطقة مادور (مداوروش حاليا) أين ترعرع وعاش طفولته وصولاً لمدينة عنابة التي استقر بها. ولعل آثار هيبون والكنيسة الشهيرة بمنطقة سيدي إبراهيم (مدخل مدينة عنابة) لخير دليل على إنجازاته.

تحصي وزارة السياحة والصناعات التقليدية لغاية سبتمبر 2022م 377 مسلكاً سياحياً (حسب ما جاء في منصة البوابة الالكترونية للمسارات السياحية والتي تم اطلاقها الوزارة المعنية في مارس 2022م).

¹ <http://www.aps.dz/ar/economie/24-12-2022/>: إطلاق البوابة الالكترونية: "مسارات الجزائر السياحية:

خطوة لتجسيد مخطط عمل الحكومة"، تم التصفح بتاريخ 29 سبتمبر 2022.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

○ المواقع السياحية¹:

تعريف الموقع السياحي: القانون 03-03 في مادته الثانية عرف الموقع السياحي: " كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب مظهره الخلاب، أو بما يحتوي عليه من عجائب أو خصوصيات طبيعية أو بنايات مشيدة عليه، يعترف له بأهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية، والذي يجب تثمين أصالته والمحافظة عليه من التلف أو الاندثار بفعل الطبيعة أو الانسان". لغاية سبتمبر 2022م، تم إحصاء 1123 موقعا سياحيا من طرف وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

أما قانون 02/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001 يتضمن ضبط القواعد العامة للاستغلال السياحي

للشواطئ، نشير ان الوزارة المعنية تحصي:

■ العدد الإجمالي للشواطئ على المستوى الوطني: 609 شاطئ، موزعة كآلاتي:

○ 427 شاطئ مسموح للسباحة.

○ 182 شاطئ ممنوع للسباحة.

نشير أن من بين 426 شاطئ المسموح للسباحة، تمت:

■ المصادقة على مخطط التهيئة الشاطئية(PAP²) لـ 270 شاطئ.

■ 23 مخطط تهيئة شاطئية (PAP) قيد الدراسة.

بمعنى: عدد الشواطئ التي حظيت بالتهيئة = 243 شاطئ مهيب(23-270)، أي بنسبة 57% من العدد الإجمالي للشواطئ؛ وهو بمعدل ضعيف مقارنة بالرهان المسطر مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والذي يعلن صراحة مراهنته على السياحة الشاطئية كنمط سياحي مريح.

¹: المرجع نفسه.

² : PAP: Plan d'Aménagement de Plage.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

المطلب الثاني: التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر آفاق 2025:

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (Le SDAT2025) في الجزائر بمثابة الوثيقة الإطار (Le Document Cadre) والمرجعية الاستراتيجية لسياسة التنمية السياحية في الجزائر؛ والتي من خلالها تعلن الأخيرة لكل الفاعلين والشركاء في مجال النشاط السياحي عن خطتها الاستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة لغاية آفاق 2025؛ وفق تدرج قصير المدى (2009)، متوسط المدى (2015) وطويل المدى (2030).
أبانت الحكومة الجزائرية عبر هذا المخطط عن إرادتها لتثمين مقدرات البلاد الطبيعية والموروث التاريخي والثقافي والحضاري، ووضع حيز الخدمة ضمن المشروع السياحي المستقبلي للبلاد. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025؛ ما هو إلا جزء من مخطط أكبر وأضخم يمس كل القطاعات الاقتصادية ويمثل خطة استراتيجية وطنية تعكس رؤية 2025 للدولة الجزائرية للنهوض تنمويًا بالبلاد وهو المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية آفاق 2025 (SNAT=Schéma National d'Aménagement de Territoires à l'horizon 2025).

المخطط الوطني لتهيئة الإقليم آفاق 2025 (والذي مدد إلى غاية 2030) يعكس إرادة الدولة في تجسيد مشروع نهضة كبير على أرض الواقع وبعث انطلاقة تنموية للبلاد. تمت بلورة المخطط وفق قانون تهيئة الإقليم وتميمته المستدامة رقم 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 وتقنينه عبر القانون 10-02 المؤرخ في 29 جوان 2010.

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 ثمرة عمل مشترك سنة 2007، بين وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة آنذاك ومكتب الخبرة للجنة الفرنسية (ODIT-France) والتي تولت صياغة تقرير الخبرة النهائي ورسم المحاور المرجعية الكبرى للمخطط.
تستند فلسفة المخطط الوطني لتهيئة الإقليم على ثلاثة ركائز محورية تضمن من خلالها الدولة مسعى التوازن الثلاثي في مشروع التنمية الشاملة المنشود وهي:

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

• **الفعالية الاقتصادية:** لأجل تفعيل التنمية وضمان الميزة التنافسية في السوق العالمية، باعتبار الإقليم يتسم بالديناميكية والحركية تجسدها الاستثمارات (المحلية أو الأجنبية المباشرة أو بالشراكة) نظرا لما يكتنزه الإقليم في باطنه من ثروات، وما يضمه من تجمعات ديموغرافية على سطحه.

• **العدالة الاجتماعية:** لضمان الانصاف والمساواة في تقاسم مغانم التنمية وتوخي التوازن في توزيع الثروة عبر كل أقاليم البلاد.

• **الحماية البيئية:** بهدف المحافظة على رأسمال الطبيعي وكذا الموروث الثقافي والحضاري. وهي ركائز، كما تبدو، تمثل جوهر التنمية المستدامة؛ وهي الغاية المتوخاة من رؤية المخطط 2025. المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT) يستلهم فلسفته من البراغماتية الاقتصادية الرأسمالية. في الأصل هو عبارة عن وثيقة ضخمة مشكلة من سبعة عشرة (17) مجلدا، ويظهر من خلاله عشرون (21) مشروعا (برنامجا) تتمويها إقليميا تابعة لمختلف الوزارات تجسدها على أرض الواقع واحد وعشرون (21) مخططا توجيهيا لمختلف القطاعات¹، كما وضعه الجدول أدناه (رقم 25)؛ وقطاع السياحة واحدا منها يجسده المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025.

¹: المخطط الوطني لتهيئة الإقليم: آلية لتحقيق التنمية المتكافئة والمستدامة عبر مناطق الوطن <http://www.Portail>

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

جدول رقم (27): المخططات التوجيهية القطاعية المنبثقة عن مخطط SNAT

مشروع التنمية الشاملة المستقبلي (SNAT) الذي يتضمن واحد وعشرون مخططا توجيهيا			
الرقم	اسم المخطط التوجيهي (م ت)	الرقم	اسم المخطط التوجيهي (م ت)
01	م ت للصحة	11	م ت للفضاءات الطبيعية والمحميات
02	م ت للمياه	12	م ت لتربية المائيات والصيد البحري
03	م ت للتكوين	13	م ت للمنتوجات والخدمات والتجهيزات الثقافية الكبرى
04	م ت للتعليم العالي والبحث العلمي	14	م ت للأقاليم الأثرية والتاريخية
05	م ت للنقل	15	م ت للرياضات والتجهيزات الرياضية الكبرى
06	م ت للموانئ	16	م ت للانتشار المجالي الصناعي
07	م ت للمطارات	17	م ت للطاقة
08	م ت للسكك الحديدية	18	م ت للقواعد اللوجيستية والامدادات
09	م ت للطرق البرية والسيارة	19	م ت لرواق الطريق السيار شرق / غرب
10	م ت للتنمية الفلاحية	20	م ت للخدمات وهياكل الاتصالات السلكية واللاسلكية والمواصلات والاعلام
21	المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية S D A T = Schéma Directeur d'Aménagement Touristique		
المجموع الكلي = واحد وعشرون (21) مخططا توجيهيا قطاعيا			

المصدر: من اعداد الباحث.

كما يرتكز مخطط تهيئة الإقليم على أربعة خطوط توجيهية كبرى تترجمها سياسات عامة قطاعية في صورة برامج تنموية بعدد عشرون (20) برنامجا قطاعيا؛ كما يوضحه الجدول رقم 26 أدناه. علما؛ أن المخطط المعني يتم تقييمه سنويا؛ فيما يتم تحيينه بصورة دورية كل خمس سنوات تماشيا مع أي مستجدات محلية أو دولية¹.

¹ /المخطط الوطني لتهيئة الإقليم: تصحيح مسار التنمية وإعادة الاعتبار للأقاليم /جريدة المساء. http://www.:¹

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

جدول رقم (28): الخطوط التوجيهية الكبرى المكونة لمخطط SNAT

(برنامج تهيئة قطاعي / PAT=Programme d'Aménagement Territorial)

البرنامج القطاعي		الخط التوجيهي	
ضمان ديمومة المورد المائي	PAT1	استراتيجية SNAT لتحقيق إقليم مستدام	01
حماية التربة ومقاومة التصحر	PAT2		
الحفاظ على الأنظمة الايكولوجية	PAT3		
الوقاية من المخاطر الكبرى	PAT4		
حفظ الموروث الثقافي	PAT5		
كبح التسحل (التوسع نحو الساحل) وموازنته	PAT6	استراتيجية SNAT للوصل التوازن التنموي الاقليمي	02
خيار تنمية الهضاب العليا	PAT7		
خيار تنمية الجنوب	PAT8		
إعادة تموقع الأنشطة والتمركز الاداري	PAT9		
ترقية نظام حضري	PAT10		
عصرنة هياكل الطاقة النقل وخدمات الاتصال	PAT11	استراتيجية SNAT لضمان جاذبية الأقاليم وتنافسيتها	03
تهيئة وعصرنة الحواضر الأربعة الكبرى الجزائر، وهران، قسنطينة، عنابة	PAT12		
أقطاب الجاذبية والمناطق الصناعية المنمجة	PAT13		
الفضاءات الجديدة للتنمية	PAT14		
دعم التنمية المحلية	PAT15		
انفتاح الأقاليم على الخارج	PAT16		
الاندماج في الفضاء المغاربي	PAT17		
التجديد الحضري وسياسة المدينة	PAT18		
إعادة تأهيل المناطق الريفية	19PAT	استراتيجية SNAT لتحقيق الانصاف الاجتماعي	04
استدراك وتأهيل المناطق ذات العوائق	0PAT2		

المصدر: وثيقة المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، التشخيص الإقليمي، المجلد 1، ص 8.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

فقط؛ نشير أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 عبارة عن وثيقة بحجم إجمالي من الصفحات يقدر بـ 350 صفحة، موزعة على خمس¹ كتب كمايلي:

- (1) **الكتاب الأول:** يتضمن تشخيص وفحص السياحة الجزائرية.
- (2) **الكتاب الثاني:** يصور على المخطط الاستراتيجي (الديناميكيات الخمس وبرامج الاعمال السياحية ذات الأولوية).

(3) **الكتاب الثالث:** يعطي تفاصيل الأقطاب السياحية(السبعة) للامتياز.

(4) **الكتاب الرابع:** يتضمن المخطط العملي عبر شرح كيفية تنفيذ المخطط التوجيهي.

(5) **الكتاب الخامس:** يعلن عن المشاريع السياحية ذات الأولوية.

تماما مثل المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يتم تقييمه سنويا؛ فيما يتم تحديثه وتعديله بصورة دورية كل خمس سنوات لمعرفة مدى تلائمه مع إمكانيات البلاد السياحية ومدى تكيفه مع السوق السياحية الدولية.

مطلب 3: أهداف ومراحل إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025:

بما أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مشتق من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم؛ فمن المنطق أن جزءا من أهداف الأخير يحققها الأول من خلال تنفيذ استراتيجيات الخطوط التوجيهية الأربعة للتهيئة الإقليمية، سعيا للوصول بالتنمية السياحية الى مستوى متقدم من الاستدامة وفق المعايير الدولية، ومن هنا يمكن استقراء أبعاد الاستدامة السياحية² وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كآلاتي:

➤ اقتصاديا:

السياحة قطاعا اقتصاديا (خدماتيا) معولما، بمعنى مفتحا على الآخر باعتبار الفاعل الرئيسي للفعل السياحي هو السائح الذي قد يكون أجنبيا، من هنا تبرز ضرورة تكيف السياحة وتأقلمها مع كل المستجدات المحلية والرهانات التي تفرزها العولمة. كما أن النشاط السياحي بإمكانه خلق القيمة

¹: بعد تمديد المخطط لآفاق 2030 أضيف كتابا سادسا عبارة عن حوصلة عامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

²: بن مويزة مسعود، "دور السياحة في تعزيز أهداف التنمية المستدامة وفق تقارير منظمة السياحة العالمية: إشارة لتجربة الجزائر"، مجلة الاقتصاد والأعمال، 04، ع.03، (2018)، 389-390.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

المضافة واحداث الفارق في ميزان المدفوعات بتوليد الثروة وزيادة مخزون العملة الصعبة. وهذا ما يؤكد عليه الخطان التوجيهيان الثاني والثالث بالسعي للوصول لتكوين إقليميا أكثر تنافسية وجذبا للاستثمار؛ من خلال تحديث الهياكل الاقتصادية الهامة من ضمنها السياحة عبر خلق أقطابا سياحية ذات ميزة تنافسية وجاذبة للاستثمار بنوعيه (المحلي والاجنبي) بدليل استيعاب النشاط السياحي لفكرة الانفتاح على الفضاء الإقليمي المغاربي والدولي.

➤ بيئيا:

الجزائر بلد مترامي الأطراف، ذو تنوع طبوغرافي كبير؛ من سواحل، سهول، هضاب، جبال وصحاري؛ مما يمنحها بيئة طبيعية شديدة الثراء، العوامل التي تؤهل الجزائر لتكون علامة للسياحة المستدامة، وهذا ما يسعى لتأكيد الخطة التوجيهية الأولى للتهيئة الإقليمية المتضمن استراتيجيات ضمان إقليم مستدام.

➤ ثقافيا:

الجزائر بلد الحضارات والارث التاريخي والثقافي الثري والمتنوع مما يمنحها بيئة ثقافية خصبة صالحة لبعث تنمية سياحية مستدامة ثقافيا وهذا ما يسعى لتكريسه المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية عبر خطة التوجيهية الأولى وتحديد بتنفيذ البرنامج القطاعي رقم 05 أي حفظ التراث الثقافي.

➤ اجتماعيا:

السياحة نشاطا اقتصاديا يتحرك بصورة أفقية متشابكة مع العديد من النشاطات الاقتصادية الأخرى كالنقل، الصحة، الاعلام والاتصال، الطاقة، التموين، الثقافة والترفيه، ... مما يجعلها مصدرا مهما لخلق مواطن الشغل المباشرة والغير مباشرة (فحسب منظمة السياحة العالمية كل سرير منجز يولد منصب شغل مباشر مقابل ثلاثة مناصب شغل غير مباشرة). بهذا المعنى السياحة قد تساعد في خلق العدالة الاجتماعية مما يمنح الفرصة لتحقيق توازن تنموي جهوي؛ وهذا هدف الخطة التوجيهية الرابع للمخطط الوطني للتهيئة الإقليمية.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

في نفس الطرح، أي السعي لتحقيق تنمية سياحية مستدامة لضمان تجسيد المبادئ الثلاثة للمخطط الوطني للتهيئة الإقليمية (الفعالية الاقتصادية + الحماية البيئية + العدالة الاجتماعية) يسعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لتحقيق **الأهداف الكبرى** التالية¹:

- 1) ترقية القطاع السياحي بهدف تنويع الاقتصاد الوطني ومحاولة فك الارتباط مع اقتصاد الربيع. أي، جعل السياحة أحد أهم المحركات لقاطرة التنمية في البلاد نظرا لقدرتها الفائقة في استيعاب الاستثمارات الضخمة (محلية/أجنبية) والتي بدورها تحتاج لعمالة كثيفة.
- 2) جعل الجزائر بلدا سياحيا بامتياز عبر تلميع صورتها دوليا وتثمينها قصد إنعاش الاقتصاد السياحي الوطني وما يتبع ذلك من آثار إيجابية على كل المستويات. تثمين صورة البلد السياحية لن يكون إلا بإيجاد استراتيجية ترويجية ناجعة لتسويق صورة إيجابية عن الجزائر ومحاولة تغيير الذهنيات (محليا أو دوليا) والنظرة الدولية للجزائر كبلد سياحي.
- 3) احداث التوازنات الكبرى من خلال الانعكاسات الإيجابية للتنمية السياحية على القطاعات الأخرى؛ باعتبار السياحة متداخلة مع العديد من المجالات الاقتصادية.
- 4) تكريس الأمن الهوياتي من خلال ضمان الخصوصيات المحلية عبر حفظ التراث التاريخي والثقافي لكل منطقة من تراب البلاد؛ باعتبار التنوع الحضاري يعتبر من أهم مقومات الجذب السياحي (كما رأينا في الفصل الأول).
- 5) السعي دوما لضمان تناغم وتوافق بين التنمية السياحية والحفاظ على البيئة تماشيا مع المواثيق الدولية في مجال السياحة البيئية لاسيما الإعلان المشترك للتوافق بين البيئة والسياحة سنة 1982م، المبرم بين برنامج الأمم المتحدة للبيئة (PNUE) ومنظمة العالمية للسياحة وانبثقت على إثره اللجنة الدولية للسياحة والبيئة والموكل إليها مهمة إشاعة الوعي البيئي السياحي بين المجتمعات؛ كما أن المنظمة العالمية للسياحة تبنت شعار " السياحة قطاعا رائدا في القرن

¹ :MATET 2008, SDAT2025,Livre01 :Le Diagnostic, Audit du tourisme Algérien, Algérie ,2008 ,07.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيـة للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

الواحد والعشرين لخلق مواطن الشغل وحفظ البيئة" في مؤتمرها بمدينة إسطنبول التركية عام 1997م.

مراحل إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025:

إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يركز على رصد بيئة السياحة الوطنية داخليا وخارجيا وتحليل تشخيص دقيق معمق عن الوضع السياحي للبلاد (Diagnostic & Audit)؛ وهذا لن يتحقق إلا عبر مسار طويل من النقاشات في اللقاءات والجلسات الجهوية والوطنية وعليه يمكن تصوير مراحل إعداد المخطط عبر خمسة خطوات هي¹:

الخطوة 1: حوصلة تشخيص البيئة السياحية العالمية (التوجهات-التحديات).

الخطوة 2: تحديد الاتجاه السياحي الاستراتيجي الواجب تنبيهه.

الخطوة 3: رسم المحاور الرئيسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (الديناميكيات الخمسة).

الخطوة 4: تحديد مشاريع العمل ذات الأولوية (انطلاقة المخطط/مرحلة 2008/2015).

الخطوة 5: المخطط العملياتي (استراتيجية التنفيذ والمتابعة والتقييم).

المبحث الثاني: مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

المطلب الأول: مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية²:

يعتبر مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية بمثابة المحطة الثانية (المدى المتوسط) من مشروع التنمية السياحية الذي يحمله المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025. تضمن مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية حزمة من المشاريع السياحية ذات الأولوية، إضافة إلى جملة من الأهداف، نوضحها كالاتي:

¹ : MATET 2008, SDAT2025,Livre01 :Diagnostic & Audit , Algérie ,2008 ,25.

² : SDAT2025 , Le plan stratégique :les cinq dynamiques & les programmes d'action touristiques prioritaires.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

➤ الأهداف المادية للمرحلة 2008-2015: أبانت الجزائر عبر هذا المخطط عن سعيها لتحقيق الأهداف المادية التالية:

- تدفق سياحي بقيمة 2,5 مليون سائح أجنبي بنهاية عام 2015 مع ضرورة توفير 84.615 سرير منها 75.000 على درجة كبيرة من الجودة.
- الأقطاب السياحية (التي حددها المخطط التوجيهي كما سنرى في المطلب الموالي) تتكفل بضمان نصف قدرة الاستيعاب المتوقعة، بـ 40.000 سرير بمعايير دولية منها 30.000 سرير من النوعية الرفيعة على المدى القصير جدا والعدد المتبقي في حدود 10.000 سرير على المدى المتوسط.
- السعي للوصول إلى خلق 400.000 منصب شغل بين مباشر وغير مباشر.
- ضمان 91.600 مقعد بيداغوجي في مجال التكوين السياحي.

➤ الأهداف النقدية للمرحلة 2007-2015: تتطلب الأهداف المادية التي تم رسمها في مخطط الاعمال التوجيهي للتهيئة السياحية حجم الاستثمارات التالية:

- استثمارات عمومية بحجم 2,5 مليار دولار أمريكي. علما، أنه لخلق سرير جديد يستوجب استثمار مختلط (عمومي وخاص) بحجم 60.000 دولار أمريكي، فيها 55.000 دولار استثمارات مادية. وعليه، يستلزم توفير مبلغ الاستثمار بقيمة 2.5 مليار دولار أمريكي لخلق عدد 40.000 سرير لأقطاب الامتياز السياحي (كما جاء في المخطط الكتاب الثاني)؛ بمعدل 350.000 دولار أمريكي سنويا¹.
- على اعتبار أن المعدل الاعتباري لحصة الاستثمار العمومي يقدر بـ 15%، وعليه يتوجب على الحكومة الجزائرية توفير ما قيمته 375 مليون دولار الأمريكي (أي 0.15/2.5) بما يناهز 54 مليون دولار أمريكي سنويا على مدى سبع سنوات.

والجدول التالي رقم (28) يلخص مجموع الأهداف التي يسعى مخطط الأعمال التوجيهي تحقيقها:

¹: على مدى سبع سنوات: من 2009 إلى غاية 2015.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

جدول رقم (29): أهداف مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية.

المرحلة	2007	2015
عدد السياح	1.7 مليون سائح	2.5 مليون سائح
عدد الاسرة	84.869 تستوجب التهيئة	75.000 بجودة عالية
النسبة في الناتج المحلي الخام	%1.7	%3
الايادات	350 مليون \$	1.5 مليار \$ الى 2 مليار \$
مناصب التشغيل	200.000	400.000
التكوين البيداغوجي	51.200	91.600

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية_ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية/ الكتاب الثاني.

✓ المشاريع ذات الأولوية:

على امتداد المرحلة 2006-2015؛ مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية حدد جملة من المشاريع تحت طابع "ذات الأولوية"، تتمثل أساسا فيما أسماه "القرى السياحية ذات الامتياز" (Villages Touristiques d'Excellence=VTE) كما حدد "الأقطاب السبعة للامتياز" (Les Pôles Touristiques d'Excellence=POT)، كما هو موضح فيما يلي:

أ. القرى السياحية ذات الامتياز (Villages Touristiques d'Excellence=VTE):

مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية ببرمجة تشييد ما مقداره ثلاثة وعشرون قرية سياحية على قدر كبير من التفرد والتميز السياحي، ومتضمنة لكل متطلبات وشروط راحة السواح. قائمة القرى السياحية للامتياز موضحة في رقم (29) الموالي:

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

جدول رقم (30): قائمة القرى السياحية ذات الامتياز (VTE).

الإقليم	اسم القرية السياحية للامتياز	ولاية انتماء القرية السياحية
الشرق	مسيدة	الطارف
	لحنايا	الطارف
	سيدي سالم	عنابة
	باعزيون	بجاية
الوسط	البحر الأبيض المتوسط	بودواو البحري-بومرداس
	السغيرات	بومرداس
	قورصو	بومرداس
	سيدي فرج	العاصمة
	الساحل	العاصمة
	موريتي 1	العاصمة
	موريتي 2	العاصمة
	عين شورب-عين طاية	العاصمة
	المرسى	العاصمة
	سيدي فرج	العاصمة
	زرالدة-غرب	تيزازة
	بوهارون	تيزازة
	سرازي-واد بلح	تيزازة
	العقيد عباس	تيزازة
	الغرب	بهليوس-كريستال
مداغ		وهران
مسكاردا 1		تلمسان
مسكاردا 2		تلمسان
الجنوب	قصر ماسين	أدرار
المجموع الكلي للقرى السياحية للامتياز		ثلاثة وعشرون (23) قرية سياحية

المصدر: من إعداد الباحث بناء على معطيات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

من خلال قراءة الجدول رقم 29 يمكن استنتاج الملاحظات التالية:

✓ التركيز على نمط السياحة الشاطئية باعتبار كل القرى السياحية (باستثناء قرية واحدة بأدرار) موجودة بولايات ساحلية وتحديدا بمواقع محاذية تماما للشواطئ.

✓ عدم مراعاة التوازن الجهوي في توزيع القرى السياحي باعتبار كل القرى السياحية مركزة في الشمال بمحاذاة الشريط الساحلي، مع اهمال تام لمنطقة الهضاب العليا رغم توفرها على مؤهلات جذب سياحي متميزة كمنطقة البابور (سطيف وبرج بوعريريج)، كما همش توزيع القرى السياحية الجنوب الكبير بدليل نصيبه كان قرية وحيدة بمنطقة ماسين بأدرار. نذكر بأن الاختلال في توزيع المشاريع يعتبر مخالفا لمبادئ الاستدامة التي قرها المخطط الوطني للإقليم (SNAT2030) والذي يعتبر روح كل المخططات التوجيهية (كما تم شرحه في متن الدراسة).

✓ استحوذ منطقة الوسط (العاصمة، بومرداس وتيبازة) على حصة الأسد من عدد القرى السياحية المبرمجة مع تهميش واضح للمناطق الأخرى من الأخرى على غرار الشرق وما يزخر به من مؤهلات جذب طبيعية مغرية (حتى في نمط السياحة الشاطئية) كشواطئ ولاية سكيكدة أو جيجل، ...

✓ بالتركيز على نمط سياحي واحد (السياحة الشاطئية) يؤدي منطقيا لتهميش أنماط سياحية استراتيجية تميز الجزائر إقليميا ودوليا كنمط السياحة الصحراوية، أو السياحة الجبلية (سياحة المغامرات والتسلق بسلسلة الاطلس التلي).

✓ ما يعاب على مخطط الاعمال السياحية أن العديد من القرى السياحية للامتياز لم تبدأ بها الأشغال للوقت الراهن على غرار قرى إقليم الشرق الجزائري (القرية السياحية لمنطقة سيدي سالم بولاية عنابة وقرتي لمسيدا ولحنايا بمنطقة الطارف).

دائما، ضمن سلسلة المشاريع السياحية ذات الأولوية التي أقرها مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية نجد **الحضائر الوطنية (Les Parcs nationaux)** بعدد خمسة حضائر، لم تر النور لحد الآن ماعدا حضيرة العاصمة. الحضائر هي:

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

- حضيرة دنيا بالعاصمة.
- حضيرة دنيا بقسنطينة.
- حضيرة دنيا بعنابة.
- حضيرة دنيا بوهران.
- حضيرة دنيا بالواحات.

وضمن نفس الإطار، برمج مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية ثلاثة مراكز حموية وهي:

- مركز العلاج بحمام قرقور بولاية سطيف.
- مركز العلاج بحمام ملوان بالبليدة.
- مركز العلاج بمنطقة الشريعة بالبليدة

ب. الأقطاب السبعة للامتياز (Les **P**ôles **T**ouristiques d'Excellence=**POT**):

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 قسم البلاد سياحيا إلى سبعة مناطق (07) أطلق عليها اسم الأقطاب السياحية السبعة للامتياز (كما سنفصل في المطلب الموالي)، حيث تمت برمجة ثمانون (80) مشروعا سياحيا في الفترة الممتدة من 2008 إلى غاية 2015؛ بهدف إنجاز ما يعادل 5986 سريرا وخلق ما يناهز 8000 موطن شغل. توزيع المشاريع مبيّن في الجدول رقم (30):

الجدول رقم (30): توزيع المشاريع على الأقطاب السياحية السبعة

عدد المشاريع السياحية	القطب السياحي للامتياز	
23	الشمال الشرقي	01
32	شمال وسط	02
18	الشمال الغربي	03
04	الجنوب الشرقي (الواحات)	04
02	الجنوب الغربي (توات-أدرار)	05
00	الجنوب الكبير - الطاسيلي (اليزي)	06
01	الجنوب الكبير - الأمقار (تمنراست)	07
ثمانون (80) مشروعا	مجموع المشاريع المبرمجة	

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية_ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية/ الكتاب الخامس.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

من خلال قراءة الجدول رقم 30 يمكن استنتاج الملاحظات التالية:

✓ عدم احترام مبدأ التوازن التنموي، فالشمال بأقطابه الثلاثة (شمال شرق، شمال وسط، شمال غرب) استحوذ على ثلاثة وسبعون (73) مشروعا من أصل ثمانون (80) مما يعتبر تعدي على مبدأ التوازن والفعالية الاقتصادية بهدف خلق أقاليم مستدامة وهو أحد أهم الخطوط التوجيهية التي يقوم عليها المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الذي يعتبر حاضنة كل المخططات التوجيهية ومنها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

✓ تهميش واجفاف في حق الجنوب بتخصيص حصة ضئيلة جدا (سبعة مشاريع مع صفر مشروع لمنطقة الطاسيلي) رغم ما يملكه من جاذبية سياحية على طراز جد عالي.

المطلب الثاني: المحركات الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025:

تعتبر المحركات الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية رهان الجزائر على المدى البعيد للعودة بسياحتها للواجهة الدولية ووضع موطأ قدم في سوق السياحة العالمية، طبعاً بعد السعي لاستعادة مكانة السياحة الداخلية والنجاح في إعادة استقطاب وعاء سياحي يفوق الخمس ملايين من المواطنين الجزائريين الذين يفضلون الوجهات السياحية الإقليمية (تونس، مصر) والدولية (تركيا، فرنسا، اسبانيا). إذن، الحركيات الخمس للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تشكل آليات إنعاش القطاع السياحي الجزائري بحيث سعت الجزائر الى استغلال كل أوراقها السياحية الراححة من مقومات جذب سياحي طبيعية وحضارية مع محاولة تحديث البنى التحتية بالمرهنة على الاستثمارات الخاصة والشراكة الأجنبية مع توفير مناخ استثماري مستقر وأمن بقوة القانون (قانون الاستثمار الجديد 18-22) ومحاولة تجاوز أعتى عقبات الاستثمار وهو مشكلي العقار والتمويل، الأول نظمته الجزائر برسم خارطة لمناطق التوسع السياحي عبر خلق ما يسمى بأقطاب الامتياز السياحي والثاني فقدمت حلا توفيقيا يتمثل في مخطط التمويل السياحي. كل هذا سنتطرق له بالتفصيل ضمن حيثيات هذا المطلب.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

1- حركية تثمان وجهه الجزائر السياحية:

تعتبر حركية (أو مخطط) تثمان وجهه الجزائر السياحية من بين الحركيات الخمس المكونة لاستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والتي ركز عليها أيما تركيز نظرا لأهميتها ونجاحها سيشكل علامة فارقة في نجاح باقي الحركيات. الجزائر عبر مخطط تثمان وجهتها السياحية تحاول تقديم كل طاقاتها ومؤهلاتها السياحية للعالم (وحتى لمواطنيها) من اجل بناء صورة جديدة أكثر اشراقا عن مكانتها المفترضة في المجال السياحي واسترجاع ثقة السياح لاختيارها كوجهة سياحية دولية.

ترتكز حركية تثمان وجهه الجزائر السياحية على ما يسمى "مخطط الترقية والاتصال" بهدف¹:

- خلق هوية سياحية واضحة المعالم لكل الفاعلين في الميدان السياحي (دوليا ومحليا).
- خلق علامة تجارية للسياحة الجزائرية تميزها عالميا (LOGO) وابرزها على مستوى كل المؤسسات السياحية وكذا مختلف وسائل الاعلام والاتصال من أجل تثبيت وترسيخ الهوية السياحية الجزائرية.
- تكثيف حملات التحسيس والتواصل بكل الوسائل المتاحة.
- ضرورة مرافقة تنفيذ استراتيجيات مخطط تثمان وجهه الجزائر.

مخطط تثمان صورة الجزائر السياحية يستند على الآليات التالية:

أولاً: مخطط الوجهة والتسويق: في هذا المخطط ترسم الجزائر خريطة الأسواق السياحية التي تستهدفها وكذا استراتيجية تسويقها لمنتجاتها السياحية، كما ينفصل فيما يلي:

أ. **مخطط الوجهة السياحية:** عبر هذا المخطط تحدد الجزائر خارطة أسواقها السياحية التي تستهدفها

على بالتدرج (على المدى البعيد)، كما يوضحه الجدول رقم 31 الموالي:

¹ : MTA، SDAT2025 ,LIVRE2,SCHEMA OPERATIONNEL :LES CINQ DYNAMIQUES,48-50.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

الجدول رقم (31): الأسواق السياحية المستهدفة

الأهداف التسويقية للمخطط	النمط السياحي المناسب	الأسواق السياحية المستهدفة
<ul style="list-style-type: none"> ضبط التدفقات السياحية مقارنة بدور الجوار. التحفيز على استغلال العطل للسياحة والسفر. التشجيع على السياحة العلاجية. 	<ul style="list-style-type: none"> الشاطئي. التسوق. الصحة. الديني. الرياضي. الترفيهي. 	<p>1- السوق الداخلية:</p> <ul style="list-style-type: none"> الجزائريون بالخارج
<ul style="list-style-type: none"> ضبط التدفقات السياحية بالمرافقة على منتجات سياحية مبتكرة. التحفيز على زياد الانفاق السياحي. استقطاب الجيل الثالث من الجالية الجزائرية بالخارج. 	<p>المنتج السياحي الفرعي:</p> <ul style="list-style-type: none"> الأعمال والمؤتمرات. الثقافي. الصحراوي. الزراعي. الصيد والغوص. الأبيض(الثلجي). 	
<ul style="list-style-type: none"> الحفاظ على الوعاء السياحي المحلي. ترقية السياحة النحلية. مضاعفة الاستهلاك السياحي. 	<ul style="list-style-type: none"> الشاطئي. الترفيهي. العلاجي. الثقافي. 	<ul style="list-style-type: none"> الجزائريون المقيمون بالداخل
<ul style="list-style-type: none"> إعادة بناء صورة الجزائر السياحية لأنها بلد جميل يستحق الزيارة. محاولة استعادة ثقة السائح الأجنبي. استغلال المقومات الثقافية والدينية لمضاعفة التدفقات السياحية. تتمين النمط السياحي الصحراوي. استغلال الأنماط الفرعية كالغوص والقنص لمضاعفة التدفقات السياحية 	<ul style="list-style-type: none"> الصحراوي. الثقافي. العلاجي(الحموي) الاعمال والمؤتمرات. الديني (زيارة الكنائس) المنتجات الخاصة (الغوص، القنص، الاستكشاف، ...) 	<p>2- الأسواق ذات الأولوية:</p> <ul style="list-style-type: none"> فرنسا اسبانيا ألمانيا إيطاليا <p>3- الأسواق الواعدة:</p> <ul style="list-style-type: none"> بريطانيا هولندا الدول الاسكندنافية <p>4- الأسواق البعيدة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ دول الخليج العربي

SOURCE: MTA, SDAT2025, LIVRE2, 49.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

ب. **مخطط تسويق الوجهة السياحية:** يتضمن مخطط تسويق الوجهة السياحية إلى استعراض مختلف الآليات الإعلامية والاتصالية لترويج وتسويق المنتجات السياحية الجزائرية إلى مختلف الأسواق التي حددها مخطط الوجهة السياحية (انظر جدول 31). منها الوسائل الإعلامية الكلاسيكية كالصحافة المكتوبة والمرئية والمقروءة، إضافة إلى التسويق الإلكتروني باستغلال مواقع التواصل الاجتماعي، التطبيقات الإلكترونية السياحية، دون نسيان الدبلوماسية السياحية وما تقوم به السفارات والقنصليات أو حتى الدور الكبير الذي يفترض أن تؤديه الجالية الجزائرية المغتربة والتي تناهز السبعة ملايين جزائري مغترب منهم خمسة ملايين في فرنسا لوحدها لو يتم تأطيرها وتجنيدها¹.

ثانياً: دار الجزائر: بمثابة مركز متقدم لتلميع صورة الجزائر السياحية على المستوى العالمي والإقليمي والمحلي، وهذا بفضل المهام الموكلة لها في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، وتتلخص هاته المهام في²:

✓ على المستوى المحلي:

✓ توفير كل المعلومات السياحية الضرورية واللازمة عبر تقنية التواصل عن بعد (عن طريق الشبكة العنكبوتية) في المواقع الرئيسية للسياحة الموفدة وذلك بفضل المكاتب السياحية وشركات النقل الجوي والبحري.

✓ توطيد العلاقة مع الاعلام المحلي وبناء علاقات عامة قوية مع دول الأسواق المصدرة (الموفدة) للسواح إلى الجزائر عبر تمكين العلاقة والتواصل مع قائمين على اختيار الجزائر كوجهة سياحية.

✓ محاولة ضبط التدفقات السياحية عن طريق مراقبة عمليات العرض والطلب السياحيين على المستوى المحلي.

✓ إعطاء دفع لكل ما من شأنه الترويج للسياحة الجزائرية من أنشطة وتظاهرات المؤطرة من طرف المنظمات السياحية محليا.

✓ مساعدة ومرافقة فواعل السياحة المحلية على المشاركة في التظاهرات والمعارض السياحية الكبرى المقامة بالخارج.

¹: Consulté العطلة الصيفية في الجزائر...توافد أعداد كبيرة من المغتربين الجزائريين / <http://www.skynewsarabia.com> 14/02/24

²: MTA، SDAT2025 ,LIVRE2,IBID,31.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

➤ على المستوى الدولي:

- ✓ تكثيف الجهود والعمل لتلميع وتجديد صورة الجزائر السياحية دوليا.
- ✓ ترشيد العروض السياحية الجزائرية المعروضة بالسوق الدولية اعتمادا على ضبط التدفقات السياحية وتكييف عروض المنتجات السياحية حسب التدفقات المتوقعة.
- ✓ تحديد الأسواق الواعدة والوفية لوجهة الجزائر السياحية.
- ✓ تأطير وتجديد الحالية الجزائرية لتكون سفيرة وجهة الجزائر السياحية.

ثالثا: نظام الرصد السياحي (SPOET¹): عبارة نظام معلوماتي لمراقبة ومتابعة وتقييم تطور الأنشطة السياحية، بمعنى آخر أكثر دقة "سبوت" يمثل منصة متقدمة لليقظة الاقتصادية وآلية مبتكرة لمساعدة صناع القرار السياحي على اتخاذ قرارات رشيدة تخدم السياحة الوطنية. يعتمد "سبوت" في عمله على:

- قاعدة معطيات محيية (Base de Données actualisées) لكل ما له علاقة بالنشاط السياحي، اعتمادا على احصائيات الديوان الوطني للإحصاء وباقي الشركاء السياحيين (ONAT، ANDT، ONT)، الفنادق، المطاعم، الوكالات السياحية، ...
- الاعتماد على تقنية نظام المعلومات الجغرافي في تحديد مميزات بعض المواقع السياحية، الكوارث الطبيعية التي قد تهدد بعض مناطق التوسع السياحي، ...
- ربط كل الفواعل السياحية ضمن شبكة عنكبوتية (الوزارة، المديرية الولائية للسياحة، المؤسسات السياحية المختلفة)

ما يمكن ملاحظته أن نظام سبوت يعتمد اعتمادا مطلقا على تقنية التشبيك الالكتروني (Les réseaux)، وهذا المستوى من الادمج الالكتروني الإداري لم تستطع الجزائر الوصول اليه لليوم مما يقلل من فرص تطور قطاع السياحة الجزائري.

¹ : SPOET=System Permanent d'Observation et d'Évaluation Touristique.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

2- حركية: الأقطاب السياحية للامتياز:

يعتمد تصور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 لبعث النشاط السياحي في الجزائر على التخلي عن فكرة "الكل سياحة = Le tout tourisme" التي عملت بها السياسات السياحية السابقة واستبدالها بفكرة خلق مناطق لها مميزات وسمات معين تمثل موضوع السياحة أطلق عليها اسم "الأقطاب السياحية للامتياز". هذه الأقطاب ستراهن عليها الجزائر لتكون روافد السياحة الجزائرية دوليا وتقدم للسوق السياحية الدولية كنماذج مميزة عن المنتج السياحي الجزائري.

للتذكير، فكرة "القطب" مستوحاة من فلسفة المخطط الوطني لتهيئة الإقليم والذي أقر في أحد خطوطه التوجيهية الرئيسية (الخط التوجيهي الثالث) هدف تحقيق تنمية متوازنة عبر انشاء سبعة أقاليم مستدامة ومتوازنة تنمويا.

فالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية عرف القطب السياحي بأنه توليفة من القرى السياحية للامتياز ضمن حيز جغرافي للامتياز (منطقة توسع سياحي) ويشتمل على أنشطة متناغمة مع مشروع التنمية الوطنية. يتم اختيار القطب السياحي وفق معايير معينة هي¹:

- على أساس احترام مبدأ التوازن الجهوي.
 - على أساسات مقومات الجذب السياحي بكل أنواعها.
 - على أساس توفر العقار السياحي المخصص لمناطق التوسع السياحي.
- وعليه، فالأقطاب السياحية التي حددها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هي:
- 1) القطب السياحي للامتياز شمال شرق (POT.N.E): ويضم ولايات الشمال الشرقي: عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تبسة، ...
 - 2) القطب السياحي للامتياز شمال وسط (POT.N.C): يضم ولايات الوسط: العاصمة، بومرداس، البلدية، تيبازة، تيزي وزو، بجاية، بويرة، مدية، الشلف، عين الدفلى، ...
 - 3) القطب السياحي للامتياز شمال غرب (POT.N.O): يضم ولايات أقصى الغرب الجزائري: الباهية وهران، تلمسان، سيدي بلعباس، معسكر، مستغانم، عين تيموشنت، غليزان، ...

¹ : MTA, SDAT2025, LIVRE3, LES SEPT POLES TOURISTIQUES, 05.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

4) القطب السياحي للامتياز جنوب شرق (POT.S.E): يضم منطقة الواحات: بسكرة، غرداية، الواد، المنيع، ...

5) القطب السياحي للامتياز جنوب غرب (POT.S.O): يضم ولايات أدرار، تيميمون، بشار، بني عباس، تندوف، برج باجي مختار ...

6) القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير (POT.G.S): يضم ولايات إقليم الطاسيلي ناجر: ولاية إليزي، جانت، ...

7) القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير (POT. G.S) : يضم ولايات إقليم الهقار : تمنراست، عين صالح، عين قزام، ...

إذن، آلية القطب السياحي جاءت لتكريس فكرة إمكانية دمج منطقة أو عدة مناطق للتوسع السياحي عكس ما كان سائدا في السياسات السابقة التي تركز فكرة التوسع السياحي فقط. إضافة لكون القطب السياحي يركز على موضوع واحد من أجل تعزيز قوته وفعاليته دوليا مع إمكانية تناوله بشكل تكميلي لمواضيع سياحية أخرى تجنباً لأحادية الوظيفة. عموماً، المواضيع السياحية التي تدور حولها أنشطة الأقطاب السياحية السبعة، هي:

- السياحة الشاطئية.
- سياحة الأعمال.
- السياحة العلاجية الحموية.
- السياحة الصحراوية.
- السياحة الثقافية والدينية.
- أشكال سياحية أخرى (الرياضية، المتخصصة).

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

3- حركية: مخطط الجودة السياحية:

قبل تحديد مفهوم الجودة السياحية يجدر بنا تعريف مفهوم الجودة والذي حدده العالم الاقتصادي الأمريكي إدوارد ديمينغ بأنها تلبية حاجات العميل وتوقعاته في كل الأوقات (حاضرا ومستقبلا)¹.

وللجودة ستة (06) مجالات تحدد خريطة الأخطار التي تهدد جودة منتج ما وهي²:

(1) أخطار إدارة الأعمال: مثل: السمعة السيئة، فشل في خدمة العملاء، فشل في تنسيق الأعمال، فشل الخطط المالية، ...

(2) أخطار إجراءات العمل: من قبيل العجز في مواكبة التكنولوجيا، صعوبة توجيه وتنفيذ القرارات، ...

(3) أخطار صناعة القرار: فشل في اختيار المدراء وصانعي القرارات، اتخاذ قرارات خاطئة، ...

(4) أخطار البنية التحتية: سوء التخطيط، سوء اختيار المجالات المكانية للاستثمار مثل الاختيار الخاطئ لحيز مكاني لمنطقة توسع سياحي، ...

(5) أخطار السلامة المهنية: تهديدات تخص صحة وسلامة العملاء أو حتى الموظفين (هنا تبرز مقاربة المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وعلاقتها بالجودة)، ...

(6) الاخطار البيئية: أساليب تخزين خاطئة، إدارة نفايات مضرّة بالبيئة، ...

تعريف الجودة السياحية: حسب المنظمة العالمية للسياحة: الجودة السياحية إجراء يتضمن تلبية كل متطلبات السائح وطلباته المشروعة من منتجات وخدمات بأسعار تنافسية³.

ولكي يكون مسار عملية الجودة السياحية ناجحا، وضعت معايير يجب احترامها منها⁴:

- الموثوقية: بمعنى السعي دوما لاحترام مواصفات الخدمة التي تعاقدها الزبون (السائح) بهدف كسب ثقته ورضاه وبالتالي ضمان عودته وجعله سفيرا فوق العادة للترويج المنتج السياحي.
- أمن وسلامة وصحة السائح.
- سرعة الاستجابة لطلبات السائح.

¹: محمد بن علي الغامدي، مفاهيم الجودة أساس لتوحيد الجهود، د ط، (عمان، المسيرة، 2018)، 25.

² : [http //www.unescwa.org/quality-risk-areas](http://www.unescwa.org/quality-risk-areas) consulté le 10 /10/2023.

³: عوينان عبد القادر، مرجع سابق، 335.

⁴ : [http //www.unescwa.org/sd-glossery](http://www.unescwa.org/sd-glossery) consulté le 10 /10/2023.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

○ الالتزام بالتوقيت المحدد في توفير الخدمات السياحية مما يعطي الانطباع بالاحترافية والكفاءة. ويعزز فعالية الأداء.

○ إمكانية تعديل الخدمات:

○ سهولة الوصول للخدمة، بمعنى إزالة كل ما يعيق استفادة العميل(السائح) بالخدمات بكل سهولة وأريحية.

استراتيجية مخطط الجودة السياحية في الجزائر حسب ما جاء في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، يقصد بها تحسين نوعية المنتج السياحي الجزائري والعمل على ترقيته وتطويره بالابتكار والتجديد من أجل تلميع صورة الجزائر كوجهة سياحية عالمية وازنة من جهة ومن جهة أخرى محاولة توجيه شركاء القطاع نحو مسار أكثر احترافية وفعالية، والسعي لرفع سقف التحدي بتجاوز فكرة توفير الخدمة إلى ضمان جودتها بنسبة عالية.

انخرط في تنفيذ مخطط الجودة السياحية في البادية على الفنادق المصنفة (200 فندق مصنف)، المطاعم السياحية الفاخرة، الوكالات السياحية والدواوين السياحية المحلية. ومن بين الآليات التي حددها مخطط الجودة السياحية لتنفيذه نجد: وسائل الاعلام والاتصال، مهارة واحترافية عمال القطاع السياحي، النظافة والصيانة، مراقبة المواقع السياحية وأهم وأبرز آلية هي الاستفادة من ختم " السياحة النوعية الجزائرية" والتي توضع اجباريا على مداخل المؤسسات السياحية الملتزمة بمعايير الجودة السياحية¹.

بالنسبة لمخطط الجودة السياحية الجزائري وضع معايير رئيسية والتي تنفرع بدورها إلى معايير فرعية وهذه الأخيرة تترجم إلى حزمة من الالتزامات التي يجب التقيد به من أجل الفور بشهادة وختم مخطط النوعية السياحية الجزائرية، كما يوضحه الجدول رقم 32 الموالي²:

¹: عوينان عبد القادر، مرجع سابق، 336.

²: MTA, PLAN QUALITE TOURISME ALGERIE ,21-31.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

الجدول رقم(32): معايير مخطط جودة السياحة الجزائرية

عدد المعايير الفرعية	عدد المعايير الرئيسية	المؤسسة السياحية	عدد الالتزامات
49	10	الفنادق المصنفة/المطاعم الفاخرة	306
16	05	الوكالات السياحية	98

المصدر: من اعداد الباحث بناء على معطيات مخطط الجودة للسياحة في الجزائر.

للتوضيح أكثر، فيما يخص معايير الجودة حسب ما جاء في مخطط الجودة للسياحة في الجزائر¹:

• المعايير بالنسبة لشعبة الفنادق والاطعام الفاخر:

بالنسبة لهذه الشعبة حدد مخطط الجودة للسياحة في الجزائر عشرة (10) معايير رئيسية (كما هو موضح في الجدول 32) وهي: الإدارة والتسيير، المالية، التسويق، الموارد البشرية، الاستقبال الحسن، الإيواء، الطعام، المحيط والتنمية المستدامة، مدى التقدم في مسار الجودة.

• المعايير بالنسبة لشعبة الوكالات السياحية:

• بالنسبة لهذه الشعبة حدد مخطط الجودة للسياحة في الجزائر خمسة (05) معايير رئيسية (كما هو موضح في الجدول 32) وهي: المبيعات السياحية، الإنتاج السياحي، الاتصال السياحي، العلاقة مع المحيط والمجتمعات المحلية، نسبة التقدم في مسار الجودة.

للاوصول إلى مستوى متقدم في مجال تطبيق مخطط الجودة السياحية يجب المراهنة على آليتين هما:

(1) التكوين والتأهيل والتدريب الموكل للمؤسسات التكوينية السياحي (انظر الفصل الثاني).

(2) تكثيف الابتكار والابداع في مجال النشاط السياحي بالاستناد على تكنولوجيا الاعلام والاتصال

والسعي لرقمنة قطاع السياحة باعتماد أساليب الإدارة الرقمية.

¹:IBID.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

4- حركية: مخطط الشراكة عام /خاص:

تعتمد التنمية السياحية كليا على شعبة الاستثمار السياحي، وهذا الأخير كما هو معلوم استثمار ثقيل يتطلب رؤوس أموال ضخمة مع مسار استرجاع مالي (الفوائد ورأس المال) بطيء قد يصل لأكثر من عشر سنوات في الغالب. لذلك، لجأت الدولة أرادت تقسيم الأدوار لتقاسم الأعباء المالية التي يتطلبها الاستثمار السياحي، بتفعيل آلية الشراكة وفتح باب الاستثمار مع القطاع الخاص. فالدولة تتكفل بإنجاز البنى التحتية (شبكات النقل من مطارات، موانئ، ...) وتوفير مناخ استثمار مستقر وجاذب للمستثمرين بتكريس بيئة تشريعية للاستثمار أكثر أمانا ونجاعة لكسب ثقة المستثمر المحلي قبل الأجنبي، ناهيك عن دعم ومرافقة الشريك الخاص الذي سيتكفل بعملية الاستغلال تفعيل النشاط السياحي. ضمن هذا المسعى، كان ميلاد قانون الاستثمار الجديد 18-22 والمتضمن لحزمة من الضمانات القانونية والمالية والتحفيزات الجبائية لإرساء دعائم بيئة استثمارية ملائمة ومستقرة والأهم مستقطبة للاستثمارات (لأكثر تفصيل انظر مطلب الموالي).

لضمان نجاعة وفعالية آلية الشراكة عام/خاص يجب التركيز على إعطاء دفع لهذه العملية على المستوى المحلي من خلال:

○ تشجيع مسار التنسيق وتكثيف جهود التشاور بين الشركاء السياحيين على المستوى المحلي (المديريات الولائية للسياحة، الفروع الجهوية للوكالة الوطنية للتنمية السياحية، محترفي القطاع من مختلف الشعب السياحية كالفندقة والاطعام، الوكالات السياحية، الجمعيات والدواوين السياحية المحلية).

○ تفعيل دور المجلس الولائي للسياحة الذي يتأسس السادة الولاية بمعية كل مدراء كل القطاعات الاقتصادية المتشابهة مصالحيا مع قطاع السياحة وعلى رأسهم بطبيعة الحال المدير الولائي للسياحة.

○ الأخذ بعين الاعتبار لصوت ورأي المواطن والمجتمع المحلي حفاظا على الخصوصيات المحلية ومراعاة للمصالح المجتمعية.

5- حركية: مخطط التمويل السياحي:

كما جاء في الحركة الرابعة التي جاءت كحتمية لتقاسم الأعباء المالية الضخمة التي يتطلبها الاستثمار السياحي، لذلك سعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لإيجاد حلول فيما يخص تمويل المشاريع الاستثمارية السياحية، فكانت الإجراءات التالية:

- الضمانات المالية والتحفيزات الجبائية التي أقرها قانون الاستثمار 18-22 (انظر المطلب الموالي).
- مرافقة المستثمرين منذ بداية تسجيل المشروع عبر المنصة الالكترونية "مستثمر" كما جاء في القانون 18-22.
- ترسيخ الفكر المقاوطني السياحي وتشجيع انشاء المؤسسات السياحية المصغرة في شعب الاطعام، الترفيه، التنشيط، الاعلام الالكتروني، ...
- إلغاء الضريبة على القيمة المضافة بالنسبة للاستثمارات السياحية.
- توفير العقار السياحي المهياً من طرف الدولة من شأنه إزاحة عبء مالي كبير على المستثمرين.
- استحداث دفتر المستثمر السياحي المتضمن لكافة المعلومات التي يحتاجها المستثمر (القوانين والتشريعات، الموارد السياحية، العقار السياحي ومناطق التوسع السياحي، الأقطاب السياحية، ...).
- والأهم من كل هذا يتمثل في الاتفاقية التي عقدها وزارة السياحة مع مجموعة من البنوك والمؤسسات المالية من أجل تسهيل عملية منح القروض السياحية بفوائد مخففة طبقاً للقانون. المؤسسات المالية تتمثل في¹:

¹ : [http //www.mta.plan- de-finance.dz](http://www.mta.plan-de-finance.dz) consulté le 12/11/2023.

❖ المؤسسات المالية العمومية التالية:

- القرض الشعبي الوطني.
- الصندوق الوطني للتوفير والادخار.
- بنك التنمية المحلية.
- بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

❖ المؤسسات المالية مع الشريك الأجنبي التالية:

- بنك البركة.
- بنك تراست الجزائر.
- سوسيتي جينرال.
- بنك الخليج الجزائري.
- بنك السلام.
- بنك الاستثمار.

المطلب الثالث: قانون الاستثمار 18-22 كحتمية لضمان نجاعة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025: في إطار تشجيع الاستثمار وتعزيزا لخطة الانتقال لاقتصاد السوق، أصدرت الجزائر قانون الاستثمار رقم 18-22 المؤرخ في 24 جويلية 2022 والذي يهدف - حسب ما جاء في مادته الثانية- إلى سبعة أهداف؛ وهي على التوالي¹:

1. تطوير قطاعات النشاطات ذات الأولوية وذات القيمة المضافة (السياحة ضمن هذا الصنف).
2. ضمان تنمية إقليمية مستدامة ومتوازنة (تكريس فلسفة الحوكمة).
3. تثمين الموارد الطبيعية والموارد الأولية المحلية (تكريس مبدأ الاستدامة).
4. إعطاء الأفضلية لاقتصاد المعرفة وتشجيع الابداع والابتكار.
5. تعميم استعمال التكنولوجيا الحديثة بدءا برقمنة الإدارة.

¹ : قانون 18-22 مؤرخ في 24 يوليو 2022 المتعلق بالاستثمار، المادة 2، ج ر، عدد 50.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

6. العمل على خلق مواطن شغل دائمة وتأهيل المورد البشري.

7. دعم الاقتصاد الوطني بالعمل على الرفع من قدرته التنافسية في مجال التصدير.

هذا القانون جاء ليسد فجوة تشريعية كبيرة في مجال فعالية النشاط الاستثماري بعد ما ألغى رئيس الجمهورية سنة 2019 قاعدة الاستثمار 49-51 وأبقى عليها فقط في القطاعات الاستراتيجية والتي لها علاقة بأمن وسيادة الدولة، قطاع السياحة استفاد من هذا الإلغاء وأصبح غير معني بهذه القاعدة الكابحة للاستثمار، مما يزيد من فرص استقطاب المستثمر الأجنبي بكل ما يملك من تكنولوجيا ورأس مال. قانون 18-22 جاء بتعديل مؤسساتي فيما يخص الأجهزة القانونية للاستثمار وما يرافق ذلك من تحديد للمهام ورسم الصلاحيات.

1. الأجهزة القانونية للاستثمار وفق ما جاء في القانون رقم 18-22: حسب مضمون القانون يرتكز

الاستثمار مؤسساتيا على ركيزتين هما:

أ- الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار: تم تغيير اسم الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار

والمنشأة بموجب المادة 6 من الأمر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير

الاستثمار إلى الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار¹.

وحسب مضمون المرسوم التنفيذي رقم 22-298 المؤرخ في 11 صفر 1444هـ الموافق لـ 08

سبتمبر 2022م والمحدد لتنظيم ومهام الوكالة، فهي مؤسسة عمومية ذات طابع اداري، وتتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية، وتوضع تحت وصاية الوزارة الأولى.

المشروع استحدثت الوكالة بموجب القانون وأوكل لها مهمة تأطير الاستثمار والاشراف عليه بالاعتماد

على شبائيك لامركزية محلية (على مستوى الولايات) وكذا شباك وطني وحيد خاص بالاستثمارات الكبرى أو الأجنبية، إضافة الى استغلال منصة رقمية للمستثمر.

تتلخص مهام الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار في²:

¹ : المرجع السابق، المادة 18.

² : المرسوم التنفيذي رقم 22-298 المؤرخ في 08 سبتمبر 2022، المادة 04، ج ر، عدد 60.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

- **في مجال الاعلام:** الوكالة معنية بضمان خدمة استقبال المستثمرين والاستماع لانشغالاتهم مع ضمان تزويدهم بكل المعلومات بكل دقة فيما يخص القوانين والتنظيمات المتعلقة بالاستثمار، بالاستعانة بوضع بنوك معلومات وقواعد معطيات محينة تخص مناخ الاستثمار.
- **في مجال التسهيل:** استغلال منصة رقمية خاصة بالمستثمر، إضافة القيام بمهمة تقييم مناخ الاستثمار والعمل على تحسينه بابتكار تدابير واقتراح بدائل.
- **في مجال ترقية الاستثمار:** لأجل هذا كلفت الوكالة بممارسة الدبلوماسية الاقتصادية بالاتصال بكل الشركاء المحليين عن طريق الولاية والمستثمرين الأجانب أو حتى المستثمرين من أبناء الجالية المقيمة بالخارج عن طريق السفارات والقنصليات.
- **في مجال مرافقة المستثمر:** بمعنى مرافقة المستثمر لدى الإدارات الأخرى المعنية بمشروع الاستثمار سعيا لتذليل كل العقبات البيروقراطية.
- **في مجال تسيير المزايا والامتيازات:** خاصة فيما يخص قابلية استفادة المشاريع من المزايا القانونية والاجرائية والاعفاءات الضريبية.
- **في مجال المتابعة:** الاتصال بمختلف الهيئات والإدارات المعنية بالعملية الاستثمارية لتأكيد احترام التزاماتها وتعهداتها مع المستثمر.

ب- المجلس الوطني للاستثمار: أنشئ المجلس بموجب المادة 18 ضمن الأمر 03-01

المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الاستثمار، وأسندت له مهمة اقتراح استراتيجية الدولة في مجال الاستثمار والسهر على تقييم تنفيذها ومخرجاتها. يعد المجلس الوطني للاستثمار تقريرا تقييما سنويا لرئيس الجمهورية.

2. الضمانات والتحفيزات التي تضمنها القانون 18-22 لتشجيع الاستثمار (السياحي):

1.2- الضمانات: تشجيعا للاستثمار وخاصة الأجنبي ارتأى المشرع الجزائري بموجب قانون

الاستثمار رقم 18-22 طمأنة المستثمر بمنحه حزمة متنوعة من الضمانات:

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

✓ ضمانات قانونية تتمثل في¹:

- **ضمان حق الملكية الفكرية:** المشرع ضمن حق المستثمر في حفظ ملكيته الفكرية لمشروعه الاستثماري طبقا للمادة 09 من قانون الاستثمار 18-22 وهذا تطور كبير في منظومة تشريع وتنظيم الاستثمار باعتبار أول مرة يدرج مثل هذا الضمان.
- **ضمان مبدأ الثبات التشريعي:** كما سبق وذكرنا بأن الاستثمارات الكبيرة والتي تتطلب تمويلات ضخمة كالسياحة تخوف من أثر المخاطرة من تغيير القوانين باعتبارها استثمارات تتم على فترات طويلة، لدى المشرع منح ضمان تجميد وثبات التشريعات المنظمة للاستثمار.

✓ ضمانات مالية تتمثل في²:

- **ضمان التعويض:** المشرع ضمن للمستثمر حقه في التعويض بصفة عادلة ومنصفة في حالة نزع الإدارة لأسباب موضوعية الاستثمار المنجز.
- **ضمان تحويل الأموال:** المشرع بموجب المادة 08 من قانون الاستثمار 18-22 ضمن للمستثمر (الأجنبي) حق تحويل رأسماله الاستثماري وكذا العوائد الاستثمارية؛ والهدف اغراء المستثمر الأجنبي المشبع بالثقافة الاقتصادية الليبرالية.

- ✓ **ضمانات ادارية تتمثل في³:** بهدف تذليل العقبات البيروقراطية وتسهيل الإجراءات الإدارية للمستثمرين، سن المشرع آلية الشباييك لمساعدة الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار في مهامها الإدارية، فنجد:

- الشباك المركزي الوحيد: خاص بالاستثمارات المحلية الضخمة (قيمتها المالية تفوق أو تساوي 02 مليار د ج) أو الاستثمارات الأجنبية.
- الشباييك المحلية اللامركزية: لمعالجة الاستثمارات على المستوى المحلي (الولايات).

¹ : قانون 18-22، مرجع سابق، المواد 13 و 09.

² : قانون 18-22، مرجع سابق، المواد 10 و 08.

³ : المرسوم التنفيذي رقم 22-298، مرجع سابق، المادة 18.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

✓ **ضمانات قضائية¹**: في حالة أي تجاوزات قد تمس المستثمر المشرع ضمن له الحق في:
✓ اللجنة العليا للطعون: الطعن أمام لجنة مختصة مكونة من قضاة وخبراء مختصين في المسائل الاقتصادية والمالية.

○ اللجوء الى التحكيم القضائي: أو اللجوء للتحكيم في حالة وجود اتفاقيات ثنائية أو متعددة الأطراف تربط الدولة الجزائرية لحل كل المنازعات الاستثمارية بطرق ودية ترضي جميع الأطراف طبق للمادة 12 من القانون 18-22.

○ **الأنظمة التحفيزية**: قانون الاستثمار 18-22 قسم التحفيزات الاستثمارية حسب نوعية الاستثمارات والمناطق، فكانت النتيجة ميلاد ثلاثة أنظمة تحفيزية وهي:

1. النظام التحفيزي للقطاعات ذات الأولوية ويدعى في صلب القانون "نظام القطاعات" وهو النظام المتضمن قطاع السياحة.

2. النظام التحفيزي للمناطق التي توليها الدولة أهمية خاصة كالهضاب والجنوب ويدعى "نظام المناطق"

3. النظام التحفيزي للاستثمارات ذات الطابع المهيكلي ويدعى "نظام الاستثمارات المهيكلة".

ما يهمننا هو النظام التحفيزي للقطاعات ذات الأولوية المتضمن المجالات الاقتصادية التالية - حسب تحديد المشرع²:

- المناجم والمحاجر.
- الفلاحة وتربية المائيات والصيد البحري.
- الصناعة والصناعة الغذائية والصناعة الصيدلانية والبتروكيميا.
- **الخدمات والسياحة.**
- الطاقات الجديدة والمتجددة.

حسب ما ورد في المادة 27 من القانون 18-22، تستفيد الاستثمارات المنضوية تحت نظام القطاعات كقطاع السياحة من المزايا التالية:

¹ : قانون 18-22، مرجع سابق، المواد 11 و 12.

² : قانون 18-22، مرجع سابق، المواد 26 و 27.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

في مرحلة الإنجاز:

- ✓ الاعفاء من الرسم على القيمة المضافة (TVA) فيما يخص كل السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا الضرورية للاستثمار (السياحي).
- ✓ الاعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستورة والتي تدخل بصفة مباشرة في إتمام الاستثمار (السياحي).
- ✓ الاعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الأشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية (السياحية مثلا).
- ✓ الاعفاء من حقوق التسجيل فيما يخص العقود التأسيسية للشركات (المعنية بالاستثمار السياحي مثلا).
- ✓ الاعفاء من الرسم العقاري على الأملاك العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار (السياحي) لمدة 10 سنوات ابتداء من تاريخ الاقتناء.

في مرحلة الاستغلال:

- ضمن مدة تتراوح من 3 الى 5 سنوات ابتداء من تاريخ الشروع في الاستغلال:
- ✓ الاعفاء من الضريبة على أرباح الاستثمارات (من بينها السياحية).
- ✓ الاعفاء من الرسم على النشاط المهني (السياحي)

المبحث الثالث: ما بعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

نحاول في هذا المبحث استشراف لواقع السياحة في الجزائر لما بعد المخطط التوجيهي، وذلك من خلال التركيز على الأطر المستقبلية لذلك، لكن قبل ذلك يجدر بنا إجراء تقييم للمخطط قيد الدراسة باعتبار عملية التقييم قد تساعد في استشراف ملامح ما بعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025.

المطلب الأول: تقييم وتحليل مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025:

الدراسة حاولت تقييم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 وفق عدة أوجه كالآتي:

❖ تحفظات عامة حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025: تتمثل في:

○ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 تطغى عليه فكرة مشروع تهيئة سياحية أكثر من مشروع تنمية سياحية بدليل أن المخطط مستوحى من مشروع وطني ضخم للتهيئة الإقليمية يجسده المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية لآفاق 2030، وهذا ما أشار إليه المخطط SDAT في الكتاب الأول المتعلق بتشخيص واقع السياحة الجزائرية. فكرة التهيئة مرتبطة أكثر بالكلمة أي بمباشرة بناء عدد كاف من مشاريع البنى التحتية السياحية كالفنادق والمرافق الأخرى الضرورية؛ أكيد هذا يعطي انطباع مبدئي عن التنمية السياحية لكن على المديين القصير والمتوسط، لكن هذا لا يكفي على المدى البعيد فالأمر يتطلب التوجه للكيف أي للنوعية والجودة وهذا يتطلب سياسات سياحية أكثر نوعية يعكسها مورد بشري على قدر كبير من التكوين والتأطير وبيئة اجتماعية على قدر كبير من الثقافة والوعي السياحيين.

○ عند القيام بتحليل متن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 عبر كامل كتبه الخمسة لمعرفة وزن وموقع مصطلح السياحة المستدامة فيه (أي المتن أو نص المخطط) والذي المفروض يعتبر المتغير الأساسي للمخطط SDAT مقارنة بمصطلحي التنمية المستدامة والسياحة، كانت النتائج كما يوضحه الجدول التالي¹:

¹ :Boudjani Malika, 'Le concept du tourisme durable en Algérie :une étude discursive du SDAT au réalité',(colloque inter sur l'économie du tourisme et le développement durable,univ Biskra,09 ET 10-03-2010).

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

جدول رقم(33): يوضح تعداد مصطلح السياحة المستدامة في SDAT

سياحة	السياحة المستدامة	التنمية المستدامة	محاور الكتب	
228	05	12	التشخيص	الكتاب الأول
221	00	08	الحركات الخمس	الكتاب الثاني
91	00	08	أقطاب الامتياز	الكتاب الثالث
62	01	14	المخطط العملياتي	الكتاب الرابع
08	00	03	المشاريع ذات الأولوية	الكتاب الخامس
17	00	00	الخلاصة	
627	06	45	المجموع العام = 678	

Source : Boudjani Malika, 'Le concept du tourisme durable en Algérie :une étude discursive du SDAT au réalité'',(colloque inter sur l'économie du tourisme et le développement durable,univ Biskra,09 ET 10-03-2010)

من خلال قراءة أولية لمضمون الجدول رقم 33 نستنتج ما يلي:

- المجموع الكلي للمصطلحات الثلاثة المعنية بعملية حساب التكرارات (سياحة، سياحة مستدامة، تنمية مستدامة) كان 678 منها مصطلح سياحة حاف تردد في متن المخطط SDAT 627 مرة أي بنسبة 92.5%، ومصطلح التنمية المستدامة تردد 45 أي بنسبة تقارب 7%، في حين المصطلح المفتاح والذي يمثل المتغير الرئيسي للمخطط SDAT والمتمثل في مصطلح السياحة المستدامة تكرر فقط ستة (06) مرات أي بنسبة تكاد تكون صفرية تقارب 0,9%، مما يؤكد فكرة الأولى المتعلقة بكون المخطط هو مشروع تهيئة سياحية يركز على الكم أكثر منه مشروع تنمية سياحية الذي يعزز الكيف.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

❖ بالنسبة للنتائج (الأهداف) التي حققها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025:

نسبة تحقيق الأهداف المسطرة من طرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كانت باهتة جدا، على سبيل المثال:

○ تم تسطير هدف للوصول لتدفق سياحي أجنبي يناهز 2.5 مليون سائح لأجنبي بنهاية عام 2015 لكن هذا الرقم لم يتحقق (تم تسجيل أقل من 1.7 مليون سائح معظمهم من الجالية الجزائرية المغتربة).

○ دائما، نتحفظ على مقارنة المخطط في تسطير الأهداف بتركيزه على الكم مما يشكل ضغطا على مقومات الجذب السياحي (السياحة الجماهيرية تتعارض مع مبتدئ الاستدامة)، فالمفروض يتم التركيز على سياسات نوعية تدفع بالسياح على قلة عددهم بزيادة انفاقهم السياحي وبالتالي زيادة إيرادات السياحة من العملة الصعبة.

○ أيضا، بالنسبة لفكرة جعل السياحة كأحد البدائل الاستراتيجية بالنسبة لسياسة تنويع الاقتصاد الوطني وفك الارتباط مع اقتصاد الريع البترولي لا تغزو أن تكون مجرد شعار بدليل ميزان المدفوعات السياحي دائما سلبي ومساهمة السياحة في الناتج الإجمالي المحلي لا تكاد تذكر، (انظر الفصل الثاني).

❖ بالنسبة لمشاريع التهيئة السياحية (محليا):

○ ضرورة تكثيف الجهود لإنهاء كل مخططات التهيئة على المستوى المحلي (الولائي)، بهدف إحصاء كل مناطق التوسع السياحي والعمل على اسراع عملية تهيئتها تمهيدا لإدخالها في منظومة الإنتاج السياحي.

○ ضرورة احترام مبدأ التشاركية في اعداد مشاريع التهيئة السياحية على المستوى المحلي تماشيا مع التوجهات العالمية التي تثنى أسلوب التنمية من الأسفل، يكون ذلك بسماع صوت ورأي المواطن والمجتمع المحلي احتراما للخصوصيات المحلية وحفاظا على الهويات المجتمعية. ومراعاة لرغبات ومتطلبات الساكنة يجب إطلاق مشاريع سياحية تناسب كل الطبقات الاجتماعية والفئات العمرية.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

- ضرورة تحلي الجهاز البيروقراطي (المركزي والمحلي) بالانضباط والصرامة مع السعي لإدماج أساليب الإدارة الرقمية والمعتمدة على مناهج التنبؤ والاستشراف.
- ترسيخ مبدأ التشاور والتنسيق مع كل الشركاء السياحيين (وزارة سياحة، مديريات سياحة ولائية، وكالات سياحة، دواوين وجمعيات محلية،...).
- تكثيف الجهود لحماية وحفظ العقار السياحي من التعدي والتخريب سواء على يد الانسان او الكوارث الطبيعية.
- اعتماد آلية اللقاءات الدورية للنقاش وتبادل الآراء بين مسؤولي وخبراء السياحة من أجل تحديث وتعديل المخطط حسب المستجدات الوطنية وحتى الدولية، كمثال السعي لتجديد الحاضرة الفندقية بإدخال مقاربة الفندق الأخضر والفندق المتوافق بيئيا والتي لم يتطرق لها البنة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

❖ بالنسبة لاستراتيجية التسويق السياحي:

- زيادة فعالية ونجاعة الاستراتيجية التسويقية المتبناة من طرف الديوان الوطني للسياحة (ONT) بالمرافقة على أساليب مبتكرة ومتجددة من أجل تحريك التدفقات السياحية نحو الوجهة السياحية الجزائرية، ومحاولة المشاركة في صالونات السياحة التي تستقطب السوق السياحية الجزائرية كألمانيا، للتذكير أغلب مشاركات الديوان الوطني للسياحة في المعارض الدولية للسياحة كانت بدول أوروبا الشرقية (معارض السياحة بالعاصمة المجرية بودابست، واسو-بولونيا، موسكو-روسيا) وهي كلها لا تدخل ضمن مخطط الأسواق السياحية المستهدفة للسوق الجزائرية (انظر الحركية رقم 2).
- ❖ ضرورة تفعيل الدور المحوري للمجلس الوطني للسياحة باعتباره سلطة اقتراح على قدر كبير من النفوذ بحكم تبعيتها المباشرة لمصالح رئاسة الحكومة وكذا الصلاحيات الموكلة للمجلس بقوة القانون. المجلس الوطني للسياحة بإمكانه القيام بمهام جد استراتيجية من شأنها إعطاء دفع قوي لتنافسية القطاع السياحي مثل اجراء بحوث في مسائل تخص الابتكار السياحي، اقتراح تشريعات تزيد من مرونة الأنشطة السياحية وتعزز التنسيق والتعاون بين الشركاء السياحيين.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

المطلب الثاني: استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ما بعد 2025 حسب التوجهات العالمية الراهنة:

أولاً: تفعيل آلية استشراف مستقبل السياحة في الجزائر: مصطلح الاستشراف دخل أدبيات العلوم السياسية حديثاً ومعناه¹:

المفهوم اللغوي: من فعل أشرف أي ارتفع وعلا، وجاء في لسان العرب لابن منظور تشرف الشيء واستشرافه بمعنى وضع يده على حاجبيه تجنباً لأشعة الشمس لأجل التمكن من استبصار أمر ما بعيد.

المفهوم الاصطلاحي: حزمة من القرارات المترابطة والمتسلسلة لأجل الوصول لقرار أمثل، أفضل، أنسب يخص بناء وضعية حاضرة يقينية وصلبة استناداً لقراءة مستقبلية لمختلف الوضعيات المحتملة التي قد تحدث.

يمكن إعطاء **تعريف الاتحاد الأوربي** للاستشراف: عملية منظمة، ممنهجة، تشاركية تقوم على وضع قاعدة معلومات مستقبلية لأجل التمكن من صنع رؤى متوسطة وطويلة المدى مفصلة في صورة قرارات قابلة للتنفيذ في الحاضر².

المفهوم الاجرائي: نعني بالاستشراف الاستعداد لمواجهة مجموعة من الأزمات المحتملة وصياغة توقعات بناء على قراءة مستقبلية لتوقعات مشروطة يتم بعدها وضع بدائل يعتقد انها مناسبة لتلك الأزمات أو على الأقل ضمان وضع اقتصادي واجتماعي أريح للمنظومة.

إذن، ببساطة **الاستشراف في مجال السياحة** هو القدرة على قراءة التغييرات والتوقعات المحتمل حدوثها في المستقبل ضمن إطار البيئة الداخلية والخارجية للمنظومة السياحية مع التمكن من إدراك عمق وأبعاد تلك التغييرات والتوقعات، للعمل على صناعة فرصا وتشكيل نماذج عمل تستجيب لتلك التوقعات المستقبلية سعياً لتشكيل مستقبلاً جديداً للسياحة أكثر ديناميكية وفعالية.

تم التصفح/ "مفهوم وقيمة استشراف لتجسيد المستقبل" /http://www.almanal.magazin/nov 2022/

بتاريخ 29 جانفي 2023.

تم التصفح/ "استشراف المستقبل وسيلة لتحقيق غاية" /http://www.a.e.linkedin.com/juin 2022/

بتاريخ 29 جانفي 2023.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

ولكي نستوعب قيمة الاستشراف في المجال السياحي سنذكر بمقارنة بسيطة بين التخطيط الاستراتيجي والتقليدي ثم نمر للاستشراف (السياحي). من بين أهم سمات التخطيط الاستراتيجي (السياحي):

➤ نسبة إصابة الأهداف المسطرة كبيرة جدا تقارب اليقين (Le taux de réalisation des objectifs).

➤ الالتزام الدقيق بمخطط التوقيت الخاص بالأهداف المبرمجة (Le timing de réalisation des objectifs).

ما يلاحظ؛ أن هذين المؤشرين (السمتين) لم يتم احترامهما على امتداد فترة تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، وعليه سيتم الحكم بالنفي على صفة "استراتيجي"، فالمخطط المعني مجرد تخطيطا تقليديا أقرب منه للسياسة العامة التي ترسم المحاور الكبرى للتنمية وتوازنها بتوجيهات وتعليمات عامة. وعليه، إذا أريد (بضم الألف) النهوض بالسياحة؛ يجب التقيد التام بشروط التخطيط الاستراتيجي (انظر الفصل الأول).

فالدول الرائدة سياحيا تجاوزت مرحلة التخطيط الاستراتيجي إلى مرحلة الاستشراف الاستراتيجي لصناعة مستقبل السياحة واسقاط احتمال فرضه تحت طائلة الظروف والمتغيرات المستقبلية الطارئة. لأنه في الواقع لا يوجد مستقبلا واحدا مرتبطا بتوجهها معين للمنظومة (السياحية مثلا) بل المستقبل مفتوحا على العديد من الاحتمالات؛ لذا مهمة الاستشراف هي الاستعداد الجدي لمواجهتها بناء على تشخيص وقراءة صحيحة لكل ما توفر من معلومات.

فآلية استشراف مستقبل السياحة يكرس مبدأ تحديث الخطط الاستراتيجية المسطرة لأجل تهيئة صناعات القرار السياحي ومساعدتهم على اكتشاف الأزمات والمشاكل المحتملة التي قد تعصف بالقطاع قبل استفحال أمرها والاستعداد الاستباقي لمواجهتها بغرض محاولة التقليل والحد من آثار مخاطرها. بهذا المعنى، تصبح آلية الاستشراف (السياحي) بمثابة الإنذار المبكر (Préalarme) للاستعداد المسبق للطوارئ والتدريب على المواجهة، ولعل أزمة جائحة كوفيد-19 أبرز مثال على ذلك.

فقطاع السياحة تضرر وتأثر فعلا بهذه الأزمة نظرا لضخامتها وعشوائية تسارع انتشارها، لكن الدول المتقدمة استطاعت المحافظة على توازن القطاع السياحي بفضل الخطط البديلة التي وضعتها والمبنية على الاستشراف عكس الدول النامية التي اهتز قطاعها السياحي ووصل لحد الانهيار بإعلان افلاس العديد من المنشآت السياحية كتونس.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

إذن، تقنية الاستشراف السياحي لا تهدف إلى التنبؤ بمستقبل السياحة بقدر ما تهدف إلى وضع الخطط البديلة الممكنة التي تساعد على الاختيار الواعي لمستقبل أفضل للقطاع عبر منهجية علمية ومحاولة تكوين صورة واضحة عما يمكن أن يحدث بالاعتماد على التشخيص البيئي الدقيق والعلمي للبيئتين الداخلية والخارجية (SWOT/المطلب التالي)، مع استغلال نقاط قوة القطاع واقتناص الفرص الممكنة مع محاولة تفادي التهديدات المحتملة والعمل على اصلاح ومعالجة نقاط ضعف القطاع. إذن، الاستشراف يساعد على تفادي متغير المفاجأة نتيجة التخطيط المسبق بالاعتماد على خاصيتي الابتكار (L'Innovation) والابداع (La Créativité) اللتان يتميز بهما عن التخطيط الاستراتيجي في مجال التنمية السياحية (وكل المجالات)؛ والجدول التالي يوضح باقي الفروقات:

جدول رقم (34): يوضح الفرق بين الاستشراف والتخطيط السياحي

مؤشر المقارنة	الاستشراف	التخطيط الاستراتيجي
<u>المدة</u>	طويل المدى يصل لغاية 25 سنة وأكثر	قصير إلى متوسط المدى مقارنة بالاستشراف؛ يصل من 5 إلى 10 سنوات.
<u>النزعة الابتكارية</u>	ضرورة الاعتماد على الابتكار والخيال	ليس شرطاً
<u>الأهداف</u>	مفتوحة على عدة احتمالات مستقبلية مع ترجيح أحد الاحتمالات	محددة مسبقاً
<u>العلاقة بين الآليتين</u>	يوجه التخطيط الاستراتيجي	نتائج الاستشراف قد تشكل مدخلات (Inpust) التخطيط الاستراتيجي

المصدر: من إعداد الباحث بناء على عدة قراءات.

ثانياً: استعراض مصفوفة التحليل الرباعي (SWOT) لاستشراف مستقبل السياحة في الجزائر:

أ. تحديد مفهوم مصفوفة (SWOT)¹: عبارة عن تحليل استراتيجي رباعي تستخدمه المنظمات بكل أنواعها (إدارية، اجتماعية، اقتصادية، سياسية، ...)؛ لتقييم وضعها التنافسي عبر تشخيص أهم مؤشرات وضعها الداخلي (نقاط قوتها وضعفها) وكذا تشخيص تنافسيها مقارنة بمؤشرات بيئتها

¹ : http://www. Marketing and Sales Management, Safa Mikhael, Sout, le 12/02/2024.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

الخارجية؛ أي قنص كل الفرص الممكنة في السوق مع قراءة احتمالية لمختلف التهديدات التي تترصدها. بعبارة أخرى، مصفوفة سوات يعكس نوع من التحليل البيئي المزدوج: بيئة داخلية وبيئة خارجية (للتوسع انظر الفصل الأول).

البيئة الداخلية مركبة من:

○ **نقاط القوة (Strengths):** تشير للعناصر التي تتفوق فيها المنظمة وتمثل بالتالي مؤشرات قوتها مثل: توفر رأسمال كبير، مورد بشري على درجة عالية من التكوين، علامة تجارية ذات سمعة ووزن دولي، ...

○ **نقاط الضعف (Weaknesses):** عكس الأولى، هنا استعراض واستقراء لكل المعوقات الكابحة للوصول بالمنظمة الى أداء أمثل وأفضل، وبالتالي فهي تمثل عناصر وهن ضعف المنظمة والتي قد تؤدي بها الى الفشل في تحقيق المطلوب منها. مثل: تضخم الإجراءات البيروقراطية، الفساد الإداري، نقص كفاءة وفعالية اليد العاملة، شح مصادر التمويل، ضعف الرقمنة، الاعتماد على تكنولوجيا قديمة، ...

البيئة الخارجية مركبة من:

○ **الفرص (Opportunities):** تشير لكل العوامل والمؤشرات الخارجة عن بيئة المنظمة والتي تمكن الأخيرة من خلق فرص استثمارية تقوي وضعها في السوق. مثل: افلاس منظمة منافسة، وضع مالي صعب ومتذبذب لمنظمة منافسة، أزمة سياسية لبلد منظمة منافسة، ...

○ **التهديدات (Threats):** كل المؤشرات والعوامل الخارجية التي قد تكون سببا ومصدرا لخلق مشاكل وصعوبات للمنظمة سواء في الحاضر أو في المستقبل.

مثل: امتلاك المنافسون لتكنولوجيا متطورة، قوة رأسمال المنافسون، تطور النزعة الابتكارية لدى المنافسون، غلاء المواد الأولية في السوق الدولية، شدة المنافس في السوق الدولية، ...

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

ب. مصفوفة سوات (SWOT) لاستشراف مستقبل السياحة في الجزائر:

فيما يخص البيئة الداخلية:

نقاط القوة: تتمثل عناصر قوة السياحة الجزائرية في النقاط التالية:

(1) المكون الجغرافي:

- ✓ القرب من أوروبا (السوق التقليدية للسياحة العالمية).
- ✓ بوابة إفريقيا (السوق الواعدة للسياحة العالمية).
- ✓ طبوغرافيا متنوعة وشديدة الثراء:
 - مساحة شاسعة أكثر من 2,3 كم مربع.
 - شريط ساحلي بطول 1642 كم متنوع بين الطبيعة الصخرية والرمليّة.
 - ثراء تضاريسي بين السهول والهضاب والجبال شمالا والصحراء والواحات جنوبا، ...
 - تنوع مناخي نظرا لشساعة مساحة البلاد: متوسطي معتدل شمالا، قاري بالهضاب وصحراوي جنوبا.

(2) المكون التاريخي والحضاري:

- ✓ للجزائر حضارة ثرية ممتدة عبر تاريخ طويل يصل عمره لأكثر من 2000 سنة، مما منح البلاد تراثا حضاريا وثقافيا شديد التنوع والثراء.
- ✓ الجزائر تملك جالية مغتربة كبيرة وعلى قدر من الثقافة يمكن تجنيدها لتكون سفيرة السياحة الجزائرية وتلعب دورا لا بأس به لتثمين وتسويق صورة البلد السياحية.

(3) المكون الاقتصادي:

- ✓ بنية تحتية على قدر من التطور (مطارات، موانئ، سكك حديدية، طرق سيارة وبرية، شبكات التراموي، مترو العاصمة، ...).
- ✓ تمتع البلاد بنوع من الأرباحية المالية لبعث مختلف أنواع الاستثمارات على غرار الاستثمار السياحي. ففي سنة 2023م صنفت الجزائر كأول قوة افريقية من حيث مخزون احتياطي الذهب بما مقداره

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

- 174 طن ورابع قوة اقتصادية من حيث الناتج الإجمالي الخام بمقدار 224 مليار\$(بعد نيجيريا، جنوب افريقيا ومصر) مع تحقيق معدل نمو يقارب 04,1%¹.
- ✓ مؤخرًا، سجل تطور ملفت لقطاع المهن الحرفية والصناعات التقليدية، باعتبار الأخيرة رافدا مهما من روافد التنمية السياحية المستدامة.
- ✓ وجود منظومة تشريعية محفزة للاستثمار (قانون الاستثمار 22-18).
- ✓ ولعل أقوى نقطة في المكون الاقتصادي: وجود خطة إطار طموحة لتطوير السياحة تتمثل في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT).
- (4) المكون الجيوسياسي:**

- ✓ بيئة سياسية وأمنية مستقرة إلى حد كبير مقارنة بما يدور في محيط البيئة الإقليمية (دول الساحل المجاورة أو المحيط المغاربي).
- نقاط الضعف:** هذا التحليل الرباعي لواقع السياحة الجزائرية قادنا الى لمس مناطق الضعف والهشاشة في النقاط التالية:

اقتصاديًا:

(1) ضبابية النظرة للمنتج السياحي:

- نقص التثمين والصيانة للعديد من المواقع السياحية.
- غياب القدرة على الابتكار والابداع وخلق التميز فيما يخص الإنتاج السياحي.
- محدودية استغلال الإمكانيات الطبيعية والمواقع الثقافية لبعث منتجات سياحية جديدة.
- تدني نجاعة وفعالية جلسات التشاور والتنسيق والشراكة بين الفاعلين السياحيين (محليا).

(2) ضعف جودة الخدمات السياحية:

- قلة فضاءات الاسترخاء والترفيه للمواطن(السائح) المحلي قبل السائح الأجنبي مع تسجيل نقص ملموس في مستويات النظافة والصحة العامة.
- ارتفاع أسعار الخدمات السياحية مع تدني جودتها مقارنة بما تقدمه دول الجوار (تونس، المغرب) من مزايا خدماتية سياحية راقية بأسعار جد تنافسية.
- منتجات سياحية تفتقد صفات التميز والتفرد التي من شأنها اغراء السواح.

¹ : <http://www. Almoustatemer>, مؤشرات الاقتصاد الجزائري، consulté le 23/12/2023.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

3) العجز كميًا ونوعيًا لحظيرة الايواء:

- عجز في قدرة الاستقبال والايواء لاسيما بالنسبة للنمطين السياحيين الحموي والصحراوي.
- عجز في الحظيرة الفندقية (المتوسطة التصنيف) بأغلب القطاعات الحضرية مع قدمها وتآكل معداتها، فهي لا تستجيب لتطلعات السواح.
- أسعار الخدمات السياحية مرتفعة وبعيدة عن مستوى دخل المواطن (السائح) المحلي لغياب التنافسية.

استراتيجيا:

4) تخلف أداء قطاع النقل:

- العرض في مجال خدمات النقل بكل أنواعه لا يلبي الطلب السياحي كميًا ونوعيًا.
- المبالغة في تسعير خدمات النقل مقارنة بدول الجوار (الجوية الجزائرية تصنف من ضمن الاغلى عالميا).
- غياب استراتيجية مدروسة لضمان الربط الجوي باتجاه الجنوب الكبير وتحديد المقاصد السياحية الأكثر جذبًا للسواح الأجانب (الطاسيلي، الأهفار).
- حاجة البنى التحتية للنقل للعصرنة والصيانة باستمرار (مطارات، موانئ ومحطات بحرية، طرق سيارة وبيرية).

5) عجز ملفت في استراتيجية تسويق المشهد السياحي المحلي:

- عدم كفاية وسائل التسويق والترويج والاتصال السياحي داخليا وخارجيا وهي غالبا ما تكون كلاسيكية ولا تتماشى مع التطور التكنولوجي الراهن وعقلية الجيل الحالي (جيل ألفا الرقمي).
- نظرا لاعتماد الاقتصاد الجزائري على مداخل الجباية البترولية، فتمويل المشاريع سيتأثر طردا كلما انخفضت أسعار برميل النفط في السوق العالمية، وهو ما عاشته الجزائر في العقد الأخير وكان قطاعات الثقافة والسياحة أولى ضحايا التمويل مما اضطر بالقائمين على إلغاء بعض التظاهرات والمهرجانات الثقافية والسياحية التي تعد رافدا للتسويق السياحي بالداخل والخارج (مثل مهرجان عنابة للفيلم المتوسطي، مهرجان وهران للفيلم السينمائي، مهرجان جميلة للأغنية

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

العربية، مهرجان أغنية الراي بوهران، مهرجان مسرح الطفل بسيدي بلعباس، ...؛ بالرغم من تسجيل عودة بعض التظاهرات هذه السنة على غرار مهرجاني عنابة ووهران.

- غياب الاعلام السياحي وما يقدمه من أنشطة إعلامية ذات محتوى تحفيزي كالقنوات التلفزيونية المتخصصة في السياحة، كما نسجل عدم انتاج أعمال تلفزيونية مشتركة للترويج لصورة البلد السياحية مع قنوات تلفزيونية عالمية ذات وزن إقليمي (MBC) أو حتى عالمي (ناشيونال جيوغرافيك).

(6) رتابة وروتينية أداء وكالات السياحة والأسفار:

- عدم تحكم أغلب الوكالات السياحية بالتقنيات الحديثة التي تضبط السوق السياحية الدولية.
- عدم تبني نمط التسيير الالكتروني في الحجز وباقي الخدمات السياحية.
- تركيز نشاط الوكالات السياحية بنسبة تناهز 80% لرحلات العمرة أو السياحة الموفدة (ارسال وفود سياحية نحو الخارج)، 10% عبارة عن استقبال وفود سياحية خاصة بوكالات الجنوب الكبير، أما ما تبقى (أي 10%) فمخصص للحجوزات فقط.

(7) حاجة المورد البشري السياحي للتأهيل والتكوين:

- تجاوز المعدل العالمي في عدم تأهيل العمالة بقطاع السياحي البالغ 20% من العمالة الاجمالية حسب معايير المنظمة العالمية للسياحة الى نسبة 60%، مما يعيق نجاعة وفعالية الأداء السياحي¹.
- ضعف مستوى الأجور والتحفيزات المالية والمعنوية لفئة العمالة بالقطاع السياحي.
- إعادة النظر في برامج التكوين بالمؤسسات السياحية خاصة على مستوى مراكز التكوين المهني، ومحاولة تقديم محتوى يتلاءم ويتوافق مع طبيعة العروض السياحية المحتملة.
- تفعيل مخططات التكوين والتدريب والتأهيل المستمر (La formation continue).

¹: المرجع سابق نفسه.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

تكنولوجيا:

(8) ضعف وتيرة مسايرة تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

- قلة المواقع والصفحات الالكترونية الجادة عبر الشبكة العنكبوتية التي تسوق وتروج للسياحة نحو الجزائر.
- صعوبة تكيف الإدارة مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الاعلام والاتصال.
- تدفق شبكي ضعيف يثير ازعاج السائح المحلي قبل بالأجنبي.

(9) تخلف القطاع المصرفي:

- ضعف وسائل الدفع الحديثة على مستوى المصارف والمؤسسات السياحية المستقبلية للسواح.
- غياب المنتجات المالية المشجعة للسياحة كالقروض المخصصة لسياحة الشباب (فرنسا)، سياحة المتقاعدين (روسيا)، ...
- غياب مراكز صرف العملة.
- غياب القروض الطويلة الأمد (25 سنة) بنسبة فائدة ضعيفة تماشيا مع طبيعة الاستثمار السياحي المتطلبة لرؤوس أموال ضخمة مع بطء في عملية الاسترجاع (الأرباح).
- المنحة السياحية في الجزائر من أضعف المنح في العالم (عائق بالنسبة للسياحة الموفدة).

بيروقراطيا:

- المبالغة في إجراءات منح التأشيرات السياحية، لكن نثمن قرار منح التأشيرة السياحية بالمطارات بالنسبة للوفود الأجنبية المتجهة للجنوب ضمن مسعى تشجيع السياحة الصحراوية.
- غياب أدوات التقييم والمتابعة ورصد التطورات السياحية المحلية والدولية والاكتفاء فقط بإنجاز تقارير إحصائية.

اجتماعيا:

10) تدني الوعي سياحي مجتمعي:

■ نظرا لغياب وهشاشة الثقافة السياحية المحلية والنظرة الدونية للسياحة كقطاع اقتصادي مريح بدليل تحفظ المجتمع على بعض المهن الفندقية، نظرا لترسبات الاستعمار الذي أنهك المجتمع الجزائري واستنزفه نفسيا مما جعله ينغلق على نفسه، وما زاد في تغذية هذا السلوك هو وجود الفكر الاشتراكي الذي عزز الاتكالية المجتمعية على الدولة وسلب منه فكرة التعاون والتعايش مع الآخر.

11) تدني مستوى الأمن عموما والسياحي تحديدا: الأمن السياحي من أهم مقومات جذب السواح،

له علاقة بكل الجوانب المعيشية التي تضمن راحة وطمأنينة السائح على امتداد فترة اجازته؛ لكن ما يلاحظ في حالة الجزائر أن وضعية الأمن السياحي يعاني من بعض الخلل في صورة؛ مثلا:

➤ منع استيراد بعض المواد المصنفة في خانة الكماليات أو حتى بعض المواد الغذائية بحجة دعم الإنتاج الوطني، قد يسبب اشكالا وبيعت إشارات سلبية للسائح (الأجنبي خاصة) باعتبار العالم اليوم أصبح مفتوحا ولا يمكن إجبار السائح على استهلاك منتجنا معين كالمحلي مثلا.

➤ كثرة المضاربة في بعض المواد الغذائية قد تحدث معضلة الندرة التي قد تعيق أداء المؤسسات السياحية في توفير خدمات اطعام راقية (الأمن الغذائي السياحي).

➤ المنظومة الصحية تعاني من ضغوط عديدة (تعطل الأجهزة الطبية، قلة الأطباء المتخصصين، قلة الإطار الشبه الطبي، منع استيراد الدواء والاعتماد على الأدوية الهجينة، ...) كل هذا قد يجعل الأمن السياحي الصحي للسائح على المحك.

➤ نقص ملفت للأمن العمومي بالنسبة للمواطن (السائح المحلي) ناهيك عن الأجنبي مما يعيق حرية السواح في التجوال بكل أريحية وطمأنينة مما يجعل فرضية انشاء شرطة أمنية سياحية أكثر من ضرورة.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

فيما يخص البيئة الخارجية:

الفرص المحتملة: الفرص في الغالب تتعلق باستغلال نقاط ضعف المنافس أو حتى استغلال سمات التفرد التي تميزك عن غيرك من المنافسين في نفس المجال، من هنا يمكن استقراء بعض نقاط القوة للوضع السياحي الجزائري كالاتي:

اقتصاديا:

✓ السوق السياحية الجزائرية لاتزال عذراء، في بدايتها مما يشكل فرصة للمستثمرين لبعث أي نوع من السياحة، يعززها وجود منظومة تشريعية محفزة للاستثمار (قانون 22-18).

✓ السوق التجارية الجزائرية تتميز بأسعار جد تنافسية بالنسبة للسائح الأجنبي بسبب فارق العملة.

الجاذبية السياحية:

✓ تملك الجزائر وجهات سياحية متفردة (قل مثلها في العالم) تثير فضول الجميع وخاصة بالجنوب الكبير (حظيرتي الطاسيلي ناجر والهقار).

✓ ثراء الحضاري والثقافي جد متنوع قد يثير فضول كل فئات السواح لو أحسن استغلاله.

دوليا:

✓ الوضع الاقتصادي المتأزم لدول الجوار مقارنة بالوضع في الجزائر.

✓ تقدم وتتطور مستوى الشراكات مع الشريك الأجنبي في مجال التنمية السياحية (مغاريا مع تونس، عربيا مع قطر، دوليا مع إيطاليا، ...) ما يعزز كسب الخبرة والاحترافية

التحديات المحتملة: هي قراءة تحليلية تفسيرية لنقاط قوة المنافس، وعليه يمكن استنباط التهديدات المحتملة

لكبح نمو السياحة في الجزائر:

أمنيا:

✓ الوضع الأمني المتذبذب بمنطقة الساحل الإفريقي المتاخمة للحدود الجنوبية للجزائر (مالي والنيجر)

أو حتى الوضع الأمني المريب لدولة ليبيا الشقيقة (المتاخمة حدوديا لولاية اليزي الجزائرية) قد يشكل

تهديدا حقيقيا للسياحة الصحراوية في تلك المناطق يصل لحد النسف لو يتفاقم الوضع مستقبلا.

✓ حالة اللا استقرار الأمني عموما بمنطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط (MENA).

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

اقتصاديا:

- ✓ المستوى المتطور للسياحة بدول الجوار المغاربي (تونس، المغرب) أو حتى على المستوى الإقليمي العربي (مصر) مما يدفع ببذل المزيد من الجهود لتعزيز التنافسية في السوق.
- ✓ ضعف تدفق الاستثمارات الأجنبية في المجال السياحي.

أزمة الاقتصاد العالمي:

- ✓ الأزمة المالية/الاقتصادية العالمية (منذ أزمة الرهن العقاري بأمريكا سنة 2008م) أدت الى تقليص النشاط السياحي العالمي وانخفاض الانفاق السياحي نظرا للوضع المالي المتأزم وانخفاض قيمة الأجور نظرا لحالة التضخم المالي الذي ولدته الأزمة التي تغذيها الحروب والصراع الجيوسياسي العالمي (الحرب الأوكرانية الروسية وموقف أمريكا والاتحاد الأوروبي منها).

ثالثا: التوجهات الراهنة للسياحة المستدامة في العالم حسب المنظمة العالمية للسياحة: توجه السياحة في

الوقت الراهن (Tendance de 21^{ème} siècle) نحو ثلاثة توجهات وهي:

التوجه الأول: السياحة البديلة (Le Tourisme Alternatif):

السياحة البديلة مصطلح شامل، يغطي حزمة واسعة من أنماط أو أشكال (فرعية) السياحة المستدامة

وتتضمن الحزمة عدة فروع منها¹:

- السياحة التضامنية (Le tourisme Solidaire).
- السياحة المسؤولة (Le tourisme Responsable).
- السياحة الاجتماعية (Le tourisme Social).

¹: بوشويشة رقية، ' الاستثمار في السياحة ودوره في التنمية المستدامة: حالة الجزائر'، (رسالة دكتوراه، جامعة باجي مختار

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

ولعل أبرز فروعها:

• السياحة البيئية (Le tourisme Ecologique) .

إذن، ما يميز السياحة البديلة كنمط سياحي بأنها سياحة غير تقليدية، غالبا ما تقدم كبديل (من هنا جاءت تسمية النمط) للسياحة المفرطة أو الجماهيرية (Le Surtourisme) المضرة بالبيئة (على جميع المستويات)، ما يجعل من هذا النمط كنموذج مثالي لحل جميع مشاكل التنمية السياحية. في هذا المطالب سنتطرق باحتضار لكل شكل (فرع) من أشكال السياحة البديلة مع تسليط الضوء على شكل السياحة البيئية.

• السياحة التضامنية (Le tourisme Solidaire): أحد فروع السياحة البديلة، تقوم على أساس مبدئين:

○ مبدأ المشاركة وتقاسم مهام الفعل السياحي (Action touristique) بين الشريك السياحي الرسمي (مديرية السياحة الولائية، مستثمر سياحي، جماعات محلية، وكالة سياحية، ...) وساكنة المقصد السياحي.

○ مبدأ الاتصال والتواصل والاحتكاك الثقافي والحضاري بين السواح والمجتمع المحلي المضيف بقصد التضامن والتعاون، على اعتبار السائح مستهلك ومجتمع المقصد سياحي وكيل أو متعهد خدمات يقوم بتلبية كل طلبات وحاجات السائح المرغوبة أو التي أراد تجربتها بعد اكتشافها جراء اندماجه واحتكاكه الإنساني مع الآخر المضيف.

• السياحة المسؤولة (Le tourisme Responsable): أحد أشكال السياحة البديلة، يحرص بشدة على الربط بين خطط لتنمية السياحة المسؤولة وبيئة للمقصد السياحي، أي إيلاء أهمية واعتبار لا متناهي للمحافظة على البيئة الطبيعية والهويات المحلية.

• السياحة الاجتماعية (Le tourisme Social): جاء هذا الشكل السياحي البديل ضمن مسعى المنظمة العالمية للسياحة للترجمة الميدانية لما جاء في مبادئ المدونة العالمية لآداب السياحة المعلنة بقرار المنظمة المعنية بتاريخ 21 أكتوبر 2001م، لا سيما المادة السابعة من المدونة والتي

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

تذكر صراحة الحق في السياحة للجميع¹ تكريسا لمبدأ العدالة الاجتماعية ، باعتبار هذا الحق مرادفا للحق في الراحة والاسترخاء والترفيه تماشيا مع المادة 24 من الإعلان العالمي لحقوق الانسان وكذا المادة السابعة من العهد الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. السياحة الاجتماعية موجهة إلى طبقات المجتمع الهشة اقتصاديا كمحدودي الدخل، المتقاعدين وكبار السن، الشباب والطلبة وذوي الاحتياجات الخاصة. فنجد مثلا دولا كفرنسا تخصص قروضا مصغرة لتشجيع سياحة الطلبة والشباب، روسيا بدورها تخصص قروضا لتحفيز سياحة المتقاعدين (أصحاب منحة التقاعد المحدودة)،

نأتي الآن لأبرز شكل من أشكال السياحة البديلة، ألا وهو:

• **السياحة البيئية (Le tourisme Ecologique):** شكل آخر من السياحة البديلة، ولعله أهم وأشهر شكل لها، ويطلق عليها أيضا مصطلح **السياحة الطبيعية** لارتباطها المطلق مع البيئة الطبيعية، كما سنرى فيما يلي:

تعريف السياحة البيئية²: تعني السفر للوجهات السياحية الطبيعية العذراء للاستمتاع أو البحث ضمن بيئة حيوانية ونباتية طبيعية، لم تطلها يد الانسان والتلوث. السياحة البيئية تركز بشدة مقارنة حماية البيئة والعمل على تجنبها لأقصى حد من كل ضرر محتمل نتيجة السياحة الجماهيرية المفرطة والغير منظمة.

كما عرف "الاتحاد العالمي لحفظ الطبيعة " السياحة البيئية بـ: عملية السفر والترحال المسؤول بيئيا، لأجل استكشاف وزيارة مناطق لازالت نسبيا تحتفظ بحالتها الطبيعية بهدف الاسترخاء والتمتع أو الحماية والصيانة ترمينا لقيمتها ودعما للحالة الاقتصادية والاجتماعية للسكان المحلية³.

¹: المدونة العالمية لآداب السياحة، المادة السابعة.

²: وزارة الاقتصاد، دليل مفاهيم السياحة الخضراء، ط1، (الامارات العربية المتحدة، سلسلة نشر الوعي السياحي، 2015)، 23-25.

³: ديباجة ميثاق الاتحاد العالمي لحفظ الطبيعة.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

تاريخيا، جذور الاهتمام بالسياحة البيئية بدأ مع اعلان مانيلا سنة 1980م، والذي أكد في أحد مواده ضرورة ألا تلحق السياحة أي نوع من الأضرار بالمصالح الاقتصادية والاجتماعية أو البيئية لمجتمعات المقاصد السياحية، مشددا على أهمية البيئة الطبيعية باعتبارها ارثا إنسانيا يجب المحافظة عليه. إذن؛ السياحة البيئية تمثل نموذج التنمية السياحية الذي يحقق بامتياز علاقة التزاوج بين الطبيعة(البيئة) والسياحة. قوة العلاقة بين البيئة والسياحة وثقتها منظمة الأمم المتحدة عبر برنامجها للبيئة (PNUE) والمنظمة العالمية للسياحة عبر الإعلان المشترك للتآخي بين السياحة والبيئة عام 1982 وانبثق عن هذا الإعلان لجنة عالمية هي لجنة السياحة والبيئة والمكلفة بنشر الوعي البيئي السياحي وإشاعة السياحة ثقافة البيئية بين الشعوب¹. التوجه السياحي البيئي زاد تأكيدا وأهمية عندما أقرت الجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحة في دورتها العادية بالعاصمة البلغارية صوفيا سنة 1985م ما يسمى بـ " قانون الحقوق السياحية وواجبات السياح" والذي ألحت فيه بضرورة تبني الدول لسياسات سياحية صديقة للبيئة والعمل على تنمية ما أسمته المنظمة بـ الاتجاه الإيجابي لدى المجتمع نحو مكون البيئة الحية وغير الحية. دلالة العلاقة العضوية المتينة بين السياحة والبيئة حسمتها المنظمة العالمية للسياحة في قمتها السنوية يوم 29 أيار/مايو 2002 بمدينة كيبيك الكندية متخذة شعارا وقتئذ عنوانه " السياحة البيئية مفتاح للتنمية المستدامة"². كما يجب الإشارة؛ أن مؤيدي ومريدي هذا النمط السياحي في الغالب من الفئة الاجتماعية المثقفة والمبدعة الواعية بمدى أهمية المعادلة العضوية التي تربط السياحة بالبيئة.

سمات السياحة البيئية: أول من حدد بدقة خصائص(سمات) السياحة البيئية هي الجمعية الأمريكية للسياحة البيئية (Ecotourism Society) بالولاية الأمريكية فيرمونت سنة 1990م، مؤكدة على الارتباط العضوي لهذا الشكل السياحي بكل الجوانب الطبيعية محددة بذلك **سبعة خصائص** تراها الجمعية المتخصصة سياحيا أكثر من ضرورة للتميز بصفة "البيئية" لهذا الشكل السياحي، وهي³:

¹: وزارة الاقتصاد، دليل مفاهيم السياحة الخضراء،16.

²: حنان دريد ومحمد علي دشة، "الفنادق الخضراء تجربة أساسية لسياحة بيئية مستدامة في ظل الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025"، مجلة البديل الاقتصادي 5، ع1، (2019)، 154.

³: محمد عبد القادر الفقي، السياحة البيئية الساحلية، ط1، (الامارات العربية المتحدة، المنظمة الإقليمية لحماية البيئة البحرية،2015)،14.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

1- إشاعة الوعي البيئي وتعزيزه في الوسط السياحي (سواحا ومضيفين) عن طريق الارشاد السياحي المتخصص في السياحة البيئية.

2- ضرورة السفر إلى مقاصد سياحية طبيعية كالحضائر الطبيعية، المحميات، المناطق الخضراء، ...

3- ضرورة استخدام بنية تحتية طبيعية بالاعتماد على منشآت سياحية صديقة للبيئة مع اتخاذ إجراءات أخرى فيما يخص السواح كتحديد عددهم وحسن ارشادهم قصد تنظيم سلوكهم حفاظا على البيئة الطبيعية والثقافية للمقصد المضيف.

4- تخصيص جزء من الفوائد المالية للسياحة البيئية لصالح الساكنة المحلية للمقصد السياحي.

5- تخصيص جزء من العوائد المالية للسياحة البيئية لمجال التعليم والتثقيف والبحث البيئي.

6- احترام الهويات المحلية أكثر من ضروري.

7- السياحة البيئية رافدا لدعم حقوق الانسان وتعزيز المسارات الديمقراطية للشعوب.

نشير أن الانطلاقة الفعلية لتوجه السياحة البيئية جاء بعد قمة الأرض بريودي جانيرو بالبرازيل سنة 1992م، وما صدر عنها من قرارات غاية في الأهمية تتعلق بتكريس نهج التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة في جميع المجالات بما فيها السياحة. هاته القرارات توجت بجملة من الأهداف عرفت بأجندة 21 (جدول أعمال القرن 21). على إثرها قامت عدة منظمات سياحية دولية مثل المنظمة العالمية للسياحة، المجلس العالمي للسياحة والسفر، مجلس الأرض بوضع أجندة خاصة بالسياحة والسفر أطلقت عليه وسم "أجندة لصناعة السفر: من أحل تنمية بيئية مستدامة" توضح فيها الأهداف الكبرى للتنمية السياحية. من أهم مبادئ أجندة السياحة والسفر¹:

1) ضرورة مساهمة التنمية السياحية في حفظ الأنظمة البيئية وإعادة تأهيلها.

2) ضرورة استناد التنمية السياحية على الأنماط الصديقة للبيئة في عمليات الإنتاج والاستهلاك.

3) التنمية السياحية تركز الدعم اللامتناهي لسكان المقاصد السياحية.

4) إشاعة فكرة الترابط العضوي بين السياحة والبيئة.

5) حماية البيئة والمحافظة عليها عملية مكملة للتنمية السياحية.

¹: محمد عبد القادر الفقي، مرجع سابق، 12.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

6) وجوب احترام كافة القوانين والمعاهدات البيئية الدولية في خطط التنمية السياحية.

7) تكريس التعاون الدولي وتبادل المعلومات والخبرات عند حدوث الكوارث البيئية التي من شأنها التأثير على السياح والمقاصد السياحية.

كما حددت أجندة السياحة والسفر أولويات العمل التي تعتمز تنفيذها وهي¹:

أ. **التشريع**: ضرورة تطوير منظومة قانونية مساعدة ومحفزة لتطوير وتحقيق سياحة مستدامة.

ب. **التقييم**: وضع آليات لتقييم ومراقبة مؤشرات الاستدامة السياحية على جميع المستويات.

ج. **التكوين**: تثمين مجال التكوين والتأهيل والمراهنة عليه لتعزيز نشر الوعي البيئي.

د. **التخطيط**: استخدام التخطيط كأداة علمية مدروسة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة من حيث إدارة الموارد الطبيعية كالماء، الطاقة ونوعية وسائل النقل.

هـ. **التعاون**: التأكيد على أهمية التعاون المتبادل بين الدول في مجال نقل الخبرات والمعلومات والمهارات في المجال السياحي.

أنواع السياحة البيئية: صنفت السياحة البيئية من طرف خبراء ومختصي السياحة لأربعة أنواع التالية²:

○ **السياحة الصفراء**: وتعني السفر وزيارة الصحاري والرمال الذهبية الصفراء.

○ **السياحة البيضاء**: أي السفر والترحال نحو المناطق الثلجية للتمتع بالطبيعة الباردة وممارسة بعض الرياضات الشتوية كالترحلق على الجليد.

○ إضافة لـ **السياحة الزرقاء** و**السياحة الخضراء**: الدراسة ركزت على هذين النوعين باعتبار المنظمة العامة للسياحة أعطتهما **معايير المطابقة البيئية**، سنحاول توضيحها فيما يأتي:

¹: مصطفى كافي، السياحة البيئية، ط1، (ألفا دوك، فسنطينة، 2017)، 80.

²: محمد عبد القادر الفقي، مرجع سابق، 05.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

السياحة الزرقاء:

يقصد بها التنقل للشواطئ للتمتع بزرقه وصفاء مياهها (السياحة الشاطئية). تجدر الإشارة أن الشواطئ المجازة معياريا من طرف المنظمة العالمية للتعليم البيئي للمرافئ والشواطئ والموكل إليها مهمة رعاية متطلبات التنمية السياحية المستدامة للشواطئ؛ ذات المنظمة اعتمدت من أجل المطابقة البيئية للشواطئ ما يسمى الراية الزرقاء (Blue Flag) .

المنظمة العالمية للتعليم البيئي للمرافئ أجازت لغاية ديسمبر 2018م 3450 بين شاطئ ومرفاً موزعين على 41 دولة عبر العام (أغلبهم دول الشمال المتقدم تتقدمهم دولة اسبانيا).

ذات المنظمة وضعت اثنين وثلاثون (32) معيارا بيئيا لأجل الحصول على إجازة الراية الزرقاء من بينها¹:

- ضرورة أن يكون الشاطئ طبيعيا (أي محافظا على بيئته الطبيعية الأصلية).
- عدم تدخل يد الانسان لتغيير الهندسة الطبيعية للشاطئ مهما كانت المبررات.
- عدم المساس بالمعالم والآثار الطبيعية للشاطئ.
- عدم قبول وجود الحيوانات الأليفة بالشاطئ.
- عدم استخدام التكنولوجيا المضرة بالبيئة في وسائل الترفيه الشاطئية.
- ضرورة توفير كل خدمات ذوي الاحتياجات الخاصة.
- التقيد الصارم والالتزام الدقيق بتعليمات الشاطئ.

عموما، معيارية المطابقة البيئية الشاطئ الأزرق تتمحور حول أربعة أسس هي:

1. طبيعة الشاطئ وجودة مياهه.
2. الصحة والسلامة وتوفير الخدمات.
3. التعليم والتدريب والثقافة البيئية.
4. أساليب الإدارة البيئية.

¹: وزارة الاقتصاد الإماراتية، دليل مفاهيم السياحة الخضراء، مرجع سابق، 39-40.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

لشهادة الراية الزرقاء عدة مزايا منها:

- تعتبر أهم وأقوى أسلوب لترويج وتسويق الصورة السياحية للشاطئ وبلد الشاطئ.
- المساهمة في التطوير المستدام للشاطئ وإعطاء دفعا قويا للمشاريع الشاطئية الصديقة للبيئة كبناء الواجهات المائية (Les fronts de mer) وحماية البيئة البحرية، كل هذا من شأنه تعزيز التنمية السياحية المستدامة وتتمين نمط السياحة الشاطئية.
- تعتبر من الأساليب الراقية والقوية والمؤثرة لاستقطاب السياح من مختلف الجنسيات ومن كل الطبقات الاجتماعية خاصة الطبقة المثقفة والمبدعة.
- نشير فقط، أنه يتعين على الشاطئ أو المرفأ المجاز بالراية الزرقاء أن يعرض كل المعلومات ذات الصلة بالنظام البيئي كنوعية مياه الشاطئ والثقافة البيئية المحلية الخاصة بمنطقة الشاطئ دون نسيان خارطة الأنشطة الترفيهية الخاصة بذات الشاطئ.
- بالنسبة للجزائر يجب مضاعفة وتكثيف الجهود للوصول لهذا المستوى العالمي العالي في مجال الاستدامة السياحية الساحلية بدليل عدم حصول أي شاطئ من شواطئها على الاجازة الزرقاء للمطابقة البيئية رغم امتلاكها لساحل بطول يناهز 1642 كم بين الصخري والرملي مع توفرها على الإمكانيات اللوجيستية للحصول على الراية الزرقاء لأحد شواطئها¹.

السياحة الخضراء:

نظرا للطفرة الصناعية التي يشهدها العالم منذ مطلع القرن الواحد والعشرين والتي أزاحت جانبا مهما من مصادر الثروة التقليدية كالزراعة والصناعة وعوضتها بالقطاعات الخدماتية كالتيكنولوجيا المالية، البنوك، صناعة الاتصالات والآن برزت السياحة كأحد أهم وأبرز القطاعات الاقتصادية الخدمية متجاوزة فكرة السياحة كمجرد رحلة وسفيرة أيام للتسلية والاسترخاء بل تعدتها لتكون صناعة خدمية ضخمة قائمة بذاتها لها أسسها ومبادئها. حيث تطورت ونمت صناعة السياحة في العقدين الأخيرين بنسبة 500% مقارنة بما

¹: من الدول العربية المتحصلة على الراية الزرقاء نجد: تونس بشاطئ واحد بمنطقة الحمامات، المغرب بشاطئين بمنطقتي طنجة شمالا وأغادير جنوبا، الامارات العربية المتحدة بثلاثة شواطئ، بالنسبة للجزائر مازالت بعيدة للحصول على مثل هذه العلامات.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

سبق من مراحل نموها حسب منظمة السياحة العالمية¹. وكان نتيجة هذا التسارع في نمو صناعة السياحة ظهور عدة أنماط سياحية كنمط السياحة الخضراء كأقوى شكل من أشكال السياحة البديلة أو المتوازنة والتي تعطي أهمية قصوى للتوازن البيئي.

تعريف السياحة الخضراء: نمطا سياحيا يراعي احتياجات البيئة وسبل الحفاظ عليها من التلوث والاستنزاف بفعل يد الانسان نظرا للطفرة الصناعية التي يعيشها العالم اليوم. يكون ذلك عبر تصميم برامج سياحية تتزاح فيها المتعة بالطبيعة الخضراء والحفاظ عليها. بهذا المعنى، تصبح السياحة الخضراء مسؤولة بيئيا ضمن مسعى تجسيد أنظمة بيئية متكاملة ومتناغمة مع قوانين البيئة الطبيعية المحلية من خلال الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية وإدخال التكنولوجيا الخضراء الصديقة للبيئة، وأيضا اعتماد منشآت فندقية تحاكي البيئة الطبيعية المحلية على غرار ما يسمى بالفندق البيئي. وبناء على توسع انتشار الثقافة الخضراء² عالميا تم من طرف المنظمة العالمية للسياحة إطلاق ما يسمى "إعلان غلاسكو" على هامش قمة المناخ في دورتها السادسة والعشرين المنعقدة بغلاسكو عاصمة اسكتلندا في الفترة بين 31 أكتوبر إلى غاية 13 نوفمبر 2021، والذي يعتبر عقد التزام موجه لكل الفواعل (الرسميين وغير الرسميين) بالتقيد بخطط عمل سياحية صديقة للبيئة. بإعلان غلاسكو أباقت منظمة السياحة العالمية³:

- عن إرادة وجدية في تسريع العمل المناخي في مجال السياحة وتأمين التزامات قوية لدعم أهداف قمة المناخ العالمية السابقة (خاصة قمتي باريس للمناخ 20 و21) لخفض انبعاثات الغازات الدفينة (كغازي الميثان وثاني أكسيد الكربون، ...) في النشاط السياحي إلى النصف بحلول عام 2030 والوصول إلى صافي الانبعاثات الصفرية قبيل عام 2050م، كما أفادت منظمة السياحة العالمية بأن الانبعاثات الكربونية (CO2) في المجال السياحي زادت بنسبة 60% على الأقل بين 2005 و2016؛ حيث تسبب غاز ثاني أكسيد الكربون المرتبط بالنقل السياحي بمقدار 05 % من

¹: وزارة الاقتصاد الإماراتية، دليل مفاهيم السياحة الخضراء، مرجع سابق، 14.

²: الثقافة الخضراء: هي ثقافة المحافظة على البيئة ورعايتها.

³: مصطفى عبد العظيم، "بدعم كوب 28...السياحة العالمية إلى صفر انبعاثات"، <http://www.aletihed.ae/news>،

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

الانبعاثات العالمية في عام 2016 وما لم تتخذ إجراءات بيئية خافضة للتلوث الغازي بصفة استعجالية فإن القطاع السياحي سيرفع نسبة الانبعاثات بمقدار 25% مقارنة بعام 2016.

- ضمانا لمواءمة العمل المناخي في جميع قطاعات السياحة، أبانت المنظمة المعنية عن خطط العمل المخصصة للمناخ حول المسارات الخمسة وهي¹:

1. **القياس:** عملية القياس والكشف والابلاغ لكل الانبعاثات الغازية المتعلقة بمجال السياحة

والأسفار توافقا مع المبادئ التوجيهية للاتفاقية الاطارية للأمم المتحدة بشأن التغير المناخي.

2. **إزالة الكربون:** السعي لاعتماد تقنيات صديقة للبيئة لتخفيض الانبعاثات الكربونية في

النشاط السياحي، وهذا يشمل النقل، البنى التحتية، الايواء، الطاقة، الاطعام، المياه، معالجة النفايات.

3. **التجديد:** ضرورة الاعتناء بالأنظمة الايكولوجية والعمل على إنعاشها ضمانا لاستدامة التنوع

البيولوجي.

4. **التمويل:** حث كل أعضاء المنظمة (الدول العضوة) لضمان التمويل الكافي لتحقيق العبور

نحو الأنظمة البيئية والممارسات الخضراء (الصديقة للبيئة).

5. **التعاون:** تجسيدا لفلسفة الحوكمة لضمان العبور البيئي، تلح المنظمة العالمية للسياحة على

مبدأ التعاون البيئي الذي يشمل جميع الأطراف (حكومات، شركات بمختلف التصنيفات، منظمات، مجتمعات محلية، سواح، كل الفئات الاجتماعية حتى الهشة منها).

الحفاظ على البيئة باعتبارها مفتاح التنمية والرفاه أصبح قضية الجميع (حكومات، منظمات، شركات، مجتمعات محلية) وهذا تأكيدا لمقولة يرددتها خبراء البيئة والتنمية المستدامة: "نحن لا نرث هذا العالم من أجدادنا وإنما نستلفه من أولادنا" دلالة عميقة ترمز لحق الأجيال القادمة كاملا ومكلا في نصيبها من بيئة نظيفة وأصيلة.

وتكريسا لمبادئ السياحة الخضراء أقرت المنظمة العالمية للسياحة ما يسمى بـ **شهادة الفنادق الخضراء والفنادق المتوائمة بيئيا**، كما يلي:

¹: منظمة السياحة العالمية، "إعلان غلاسكو"، 13 نوفمبر 2021.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

الفنادق الخضراء: الفندق الأخضر مصطلح يطلق على نوعية خاصة من منشآت الإقامة أو الإيواء السياحية والتي تركز الممارسات الصديقة للبيئة اعتمادا على أساليب استهلاك مبتكرة فيما يخص استخدامات المياه، الطاقة، الموارد الطبيعية، ... تماشيا مع مبادئ التنمية السياحية المستدامة.

نسجل أيضا فكرة ادماج جهود المجتمع المحلي في بلورة مشاريع السياحة البيئية عن طريق التوعية ونشر الثقافة السياحية البيئية. نشير أن الفنادق الخضراء معياريا تتحصل على ما يسمى بشهادة الفنادق الخضراء وتتصدر مداخلها تصدرها علامة موحدة (Eco-label) أي الفنادق التي تتبع القواعد والتوجيهات والممارسات الخاصة بالفنادق الخضراء، وهذا بدعم من المجلس العالمي للسياحة والسفر من خلال برنامجه البيئي " عالم أخضر" وهو برنامج عالمي موجه للمؤسسات السياحية لمرافقتها في العبور نحو أساليب الإدارة الخضراء¹.

الفنادق المتوائمة بيئيا: الفندق البيئي ويطلق عليه أيضا مصطلح **ايكولوج** يقصد به نوع من منشآت الإقامة أو الإيواء التي تستجيب تماما لمتطلبات السياحة البيئية سواء من حيث الممارسات والأنشطة وأساليب التسيير أو من حيث طريقة التصميم والمواد المستخدمة في بنائه. الفنادق البيئية تتطلب تصاميم معمارية تحاكي طبيعة المقصد السياحي ويطلق عليه خبراء السياحة مصطلح **ايكو-ديزاين (Eco-Design)** وهذا لتسهيل عملية اندماجه مع البيئة الطبيعية، وهذا ما يميزه عن الفندق الأخضر (الذي يركز على الممارسات الخضراء دون شرط التصميم المعماري المتوائم مع البيئة)².

باعتبار الجزائر عضوا في المنظمة العالمية للسياحة، فهي حتما معنية بالالتزام بما جاء في اعلان غلاسكو بشأن تكثيف الجهود في المجال البيئي لجعل السياحة أكثر اخضرارا(أكثر قربا للبيئة)، وعليه فقد أبانت عن جهودها ومساعدتها بشأن حماية البيئة والمناخ عبر **المخطط الوطني للمناخ 2020-2023** والذي تمت المصادقة عليه من طرف الحكومة سنة 2020، بحيث تسعى الجزائر الى تحقيق نسبة انخفاض للغازات الدفيئة بمقدار 22% في حال استفادتها من تمويل دولي ومرافقة تكنولوجية من طرف الدول المانحة، ونسبة 07% كالتزام وطني طوعي غير مشروط. المخطط الوطني للمناخ يشتمل على 155 اجراء بهدف التكيف

¹: يوسف كافي، السياحة الخضراء، مرجع سابق، 65.

²: وزارة السياحة الإماراتية، "دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها دوليا"، مرجع سابق، 62.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

مع التغيرات المناخية ومحاولة الحد من تأثيراتها السلبية على البيئة، لاسيما مع التأكيد على إدماج البعد البيئي في معظم السياسات التنموية العمومية. ومن صور العناية بقضايا البيئة والمناخ التي توليها الجزائر أهمية نذكر¹:

○ إعادة احيائها لمشروع السد الأخضر والعمل على توسيع مساحته إلى 4,7 مليون هكتار في السنوات القليلة القادمة.

○ تبني مشروعا وطنيا للتشجير من خلال بعث مبادرة " شجرة لكل مواطن " بهدف الوصول لغرس ما يناهز ثلاثة وأربعون (43) شجرة.

○ كما تحاول الجزائر رفع التحدي عاليا في مجال حماية البيئة والتغير المناخي بتتصيب اللجنة الوطنية للمناخ المشكلة من ثمانية عشرة(18) قطاعا وزاريا مكلفة بمتابعة ظاهرة التغير المناخي وتأثيرها على التنمية.

○ السعي لإرساء دعائم ما يسمى بـ " مخطط بعث الاقتصاد الأخضر " ومن بين أهدافه:

- دعم الصناعات التحويلية بالاعتماد على تقنيات إعادة التدوير والرسكلة.
- تحفيز الاستثمار في مجال معالجة النفايات وفتح المبادرات أمام القطاع الخاص للاستثمار في هذا المجال (مقاولاتية معالجة النفايات).
- بعث برنامج وطني لتحويل حاضرة السيارات الوطنية لغاز البترول المميع.
- استحداث هياكل وطنية لتجسيد مشاريع استراتيجية لإنتاج الطاقة النظيفة كالهيدروجين الأخضر على غرار المحافظة السامية للطاقات المتجددة والنجاعة الطاقوية (على مستوى الوزارة الأولى).
- ضمان اعفاء ضريبي للشركات الصناعية الملتزمة بخفض الانبعاثات الغازية لمضرة بالبيئة والنفايات الالكترونية.

لكن رغم كل هذه الجهود تبقى الجزائر بعيدة الى حد كبير عن المستويات العالمية في مجال الاستدامة السياحية البيئة بدليل عدم تطرق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 (وحتى عند تعديله

¹: "كوب 27: مكافحة التغيرات المناخية في صلب أولويات الجزائر"، <http://www.aps/news>، التصفح 2024/02/15.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

وتمديده لسنة 2030) لفكرة تحديث تحويل حضيرة الايواء الإيواء نحو اللون الأخضر، هذا دون التطرق للسياحة الشاطئية البعيدة جدا عن معايير الشهادة الزرقاء ولعل أبرز مثال عن ذلك افتقار معظم (حتى لا نقل كل) الشواطئ الجزائرية لمتطلبات وشروط استقبال واستجمام ذوي الاحتياجات الخاصة.

اتجاهات ما بعد السياحة البديلة (Les tendances post-alternatives):

هذه الاتجاهات تجاوزت فكرة الاستدامة بمعناها التقليدي الى فكرة التلاحم الفكري والتواصل الحضاري والثقافي مع الآخر بين كل الأطراف السياحية. مما يجعل السياحة قاطرة حضارية حقيقية تنقل البشر إلى تخوم الانثروبولوجيا الإنسانية¹. ويبرز ضمن هذا الإطار توجهين هما:

التوجه الثاني: السياحة المشخصة (Le Tourisme Personnalisé):

يقصد بهذا النمط السياحي تلبية رغبات السائح بالاعتماد على دراسات السوق من طلب وعرض سياحي لكل الشرائح الاجتماعية وتحليل بيانات السلوك الاستهلاكي السياحي بالاعتماد على علم الاقتصاد وحتى علم النفس السياحي كما هو الحال عند الدول الرأسمالية المتقدمة؛ مع الأخذ بعين الاعتبار بعض المؤشرات المهمة في عملية التحليل كالسن، المستوى التعليمي والثقافي، بيئة السائح (وافر من دولة متقدمة/نامية، دولة آسوية/أوروبية/إفريقية..)، الهوية الدينية للسائح(مسلم، مسيحي، هندوسي، بوذي، لا ديني،...)، مؤشر ثروة السائح،... وغيرها من المؤشرات. السائح في الوقت الراهن يرفض سجنه في فنادق اسمنتية حتى الراقية منها (Refus de Bétonnage) ويفضل الاستمتاع بالطبيعة أو الاقامات الأقرب للطبيعة وغير المكتظة مع تلبية طلبات ورغبات شخصية (من هنا جاءت اسم التوجه أي السياحة المشخصة)، وهنا يطرح إشكال مدى جاهزية الدولة المضيفة ماديا وحضاريا لمسايرة هذا التوجه خاصة إذا تعلق الأمر بطبقة الأغنياء من السواح الأوروبيين والأمريكيين (كندا والولايات المتحدة الأمريكية) وحتى اليابانيين والكوريين الجنوبيين الذين يفضلون هذا التوجه وحجم انفاقهم السياحي على هكذا توجه.

أيضا، هناك توجهها سياحيا عالميا لتنميين الطبيعة بكل ما تحمله من تنوع بيولوجي، ارث ثقافي حضاري، أنظمة إيكولوجية،...؛ فالدراسات السياحية مؤخرا تركز كثيرا على البعد الثقافي في السياحة، وهذا

¹: تقرير مؤتمر الشراكة والاستثمار السياحي، تونس، 03 نوفمبر 2022.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

استكمالاً ودعماً لتوجه السياحة المشخصة نظراً لمتطلبات الفكر السياحي المستدام الذي يسعى لتثمين البعد الثقافي والتراثي بشقيه المادي (مواقع أثرية، بنايات تراثية، آثار، أدوات تدبير منزلي، أكالات وأطباق،...) والشق اللامادي (عادات وتقاليد، أعراف، أدب شعبي، أساطير تراثية وحكايات شعبية،...) بمعنى التوجه السياحي العالمي الراهن يدعو لتثمين وتشجيع السياحة الثقافية والارتقاء بها نحو القمة؛ مما يطرح بإلحاح مقارنة البحث عن السائح المثقف (Le touriste intellectuel)؛ باعتبار السياحة تجاوزت فكرة الحاجة (Le besoin) إلى فكرة الرغبة والرفاه (Le Désir & le Confort)؛ يدخل هذا ضمن توجه عالمي يشجع ويكرس صناعة الاقتصاديات الإبداعية والثقافية أو ما يسمى بالاقتصاديات الملونة: البرتقالية والبنفسجية؛ التي تعتمد على الخلق والابداع الفكري (الاقتصاديات البرتقالية) مع إضفاء اللبسة الإنسانية بالمحافظة على الخصوصيات الهوياتية المحلية وتكريس مقارنة التنوع الثقافي ورفض النمطية الحضارية (الاقتصاديات البنفسجية)؛ والسياحة البديلة من هذا المنظور تصنف من قبل الخبراء كرافد من روافد الاقتصاديات الإبداعية، والمخطط التوجيهي للتنمية السياحية أشار إلى تثمين السياحة الثقافية لكن يجب تفعيل آليات تحقيق هذا الهدف ما يجعل البلاد في موقف تحدي حقيقي.

التوجه الثالث: السياحة بعقل مفتوح (Tourism Opens Minds / Le Tourisme de l'Ouverture) (d'esprit)!

مبادرة مبتكرة من طرف المنظمة العالمية للسياحية لبعث وابداع نمط سياحي جديد موسوم بـ "السياحة بعقل مفتوح (Tourism Opens Minds)". كان هذا في مؤتمر اليوم العالمي للسياحة بالعاصمة السعودية الرياض، 27 أكتوبر 2023. الغرض من بعث هذا الاتجاه:

- تحسيس الشعوب، شركاء السياحة، السواح لضرورة إطلاق العنان للخيال والتفكير بعقل مفتوح ومنفتح بحرق كل الحواجز العقلية والمعيقات النفسية عند اختيار الوجهات السياحية، ضمن مسعى تأكيد وزن السياحة الثقيل ودورها المحوري في إرساء ملامح تعايش الحضارات وتقارب الثقافات،

¹ : Tourisme magazine، N°.158,(Nov2023):19-21.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجيات للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

مما يخلق بيئة عالمية مشبعة بالتناغم والتوافق والسلام في عالم متشابك لا يعترف بالجغرافيا وعضها بالمصلحة فقط.

وبالتالي، هذا الاتجاه السياحي؛ يدعو السائح لتوسيع آفاق تفكيره وإطلاق العنان لتصوراته للذهاب بعيدا في اختيار وجهاته السياحية، لاكتشاف مقاصد غير معروفة أو حتى منعزلة عبر كل أرجاء الكوكب؛ لأجل اكتشاف الآخر المجهول والمختلف حضاريا وثقافيا لتباين البيئات الاجتماعية. جاء هذا الاتجاه كأحد الحلول المبتكرة لتعزيز مكانة السياحة العالمية وتحفيزها خاصة بعد الركود والانكماش الرهيب الذي عاشته بعد أزمة جائحة كورونا سنة 2020م، مع توقعات بتعافي القطاع بنسبة تصل الى 95% مع أواخر 2023م.

حسب نتائج دراسة استطلاعية ميدانية قام بها مكتب الدراسات السياحية الأمريكي YouGov شملت عينة مكونة من 1000 شخص (سائح) فإن 66% من السواح يفضلون اختيار الوجهات السياحية المألوفة أو التي اعتادوا زيارتها، في حين عبر 83% من العينة عن إقرارهم واعترافهم بتغيير طريقة تفكيرهم ورؤاهم لقضايا عديدة بعد كل سفيرة، من هنا دعت منظمة السياحة العالمية كل الشركاء (حكومات، منظمات، جمعيات، مستثمرون، سواح) لتشجيع هذا الاتجاه السياحي الجديد، سعيا لمحاولة تغيير ذهنيات البشر لتحقيق التعايش والسلام وتقريب الرؤى لحل كل الأزمات. فالسياحة بهذا المنطق تلعب دور الدبلوماسية السياسية؛ غير أن منظمة السياحة العالمية تحذر من مغبة الوقوع في فخ السياحة الجماهيرية المفرطة (Le Surtourisme)¹ المستنزفة للبيئة.

نشير فقط، أن منظمة السياحة العالمية اتخذت لهذا الاتجاه شعارا (Un Slogan) ذو تصميم فسيفسائي مشكلا من ألوان كل الأعلام الوطنية لكل دول العالم (الأعضاء في المنظمة) دلالة على روح الأخوة والسلام والمحبة بين الشعوب. فالسياحة بهذا المعنى السامي تعد سلاحا ناعما لفض النزاعات وتقارب المجتمعات وتضامنها، تأكيدا لفكرة التأثير الاجتماعي للسياحة على جميع الأطراف تماشيا مع ما جاء في اعلان مانيلا سنة 1980م.

¹ : Tourisme magazine، N°.155,(Août2023):41.

الفصل الثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

• خلاصة واستنتاجات:

تحاول الجزائر ابراز إرادة وجدية سياسية لتطوير اقتصادها وتنويع مصادره؛ بخلق مناخ أعمال جاذب للاستثمار (الأجنبي خاصة)، ضمن بيئة عالمية شديدة التنافسية تتسم باقتصاد معولم لا يعترف الا بالجودة والابتكار، لذلك راهنت على عدة قطاعات اقتصادية من بينها السياحة لما تملكه من مقومات تمنحها أفضلية النجاح فيها، طبعاً في حالة توفر منظومة تشريعية مرنة ومتفتحة على اقتصاديات السوق، فكان ميلاد قانون الاستثمار 22-18، لكن ما يجب التأكيد عليه هو:

- العمل أكثر على ملف ادماج تكنولوجيا الاتصال وزيادة تدفق الشبكة العنكبوتية لتبرير سرعة عمل المنصات الرقمية كمنصة مستثمر أو حتى باقي المنصات (كمنصات الجماعات المحلية...).
- العمل على ربط مختلف الأجهزة القانونية للاستثمار مع بعضها البعض من جهة وباقي المؤسسات الإدارية من جهة أخرى.
- بذل المزيد من الجهد لرقمنة الإدارة والانتقال نحو نموذج الإدارة الالكترونية تماشياً مع معايير العولمة الاقتصادية والمالية.
- الإسراع في عملية اصلاح ورقمنة المنظومة المصرفية لما لها من علاقة وطيدة مع عملية الاستثمار.
- التأكيد على حسن اختيار فريق عمل الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار والمجلس الوطني للاستثمار من الكفاءات الوطنية المؤهلة والمدربة.
- تفعيل الدبلوماسية الاقتصادية بقيادة السفراء والقناصل بالخارج لتسويق رؤية الجزائر اقتصادياً وتلميع صورتها سياحياً لمحاولة جلب الاستثمارات الأجنبية وخاصة في المجال السياحي.

الخاتمة

قطعت الجزائر شوطا للنهوض بالقطاع السياحي وبعث مشروع التنمية السياحية المستدامة بتصميمها للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، وهذا تماشيا مع حزمة القوانين التي تتناغم ضمن نفس المسعى كقوانين:

- 01/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001 والمتعلق بالتنمية السياحية المستدامة.
- 02/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001 والذي يضبط القواعد العامة للاستغلال السياحي للشواطئ.
- 03/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية. مما يؤكد مسعى الدولة الجزائرية لتنويع اقتصادها وإيجاد روافد تنمية داعمة على الأقل لاقتصاد المحروقات كالسياحة، نظرا لما تملكه من مقومات جذب سياحي كثيرة ومتنوعة بين الطبيعي والحضاري.

لكن، رغم الجهود المبذولة من قبل الدولة والتي يترجمها تنفيذ برامج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لازالت التنمية السياحية تراوح مكانها ولم تحقق النتائج المرجوة منها بدءا ببهتان صورة وجهة الجزائر السياحية على المستوى المحلي أو الإقليمي بدليل التدفق السياحي المحتشم على الجزائر كمقصد سياحي رغم تخصيص المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لحركية (الحركية الأولى) مفصلة ومخصصة لثمين وتلميع وجهة الجزائر السياحية؛ ويعود هذا بالدرجة الأولى لتركيز المخطط التوجيهي للسياحة على برامج كمية أكثر من الخطط النوعية التي تتطلب احترافية وخبرة على جميع المستويات بدءا بنوعية وكفاءة المورد البشري العامل بالمجال السياحي وطبيعة مضمون برامج التكوين إلى غاية جدية وإرادة السلطة السياسية لتطوير القطاع والتي نحسبها فائرة بدليل الميزانية الضعيفة دائما المخصصة لوزارة السياحة بين كل القطاعات الأخرى.

وعليه فقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

بالنسبة لفرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** " يرتبط نجاح سياسات التنمية السياحية المستدامة بمدى توفر الدول على الامكانيات والموارد (طبيعية، بشرية، مالية) ": الدراسة فندت صحة هذه الفرضية لأن الإمكانيات لوحدها لا تكفي ما لم تكن مدعومة بتخطيط استراتيجي محكم يستند الى دراسة علمية دقيقة تشخص نقاط قوة وضعف القطاع (دراسة بيئية عميقة ودقيقة تذهب لحد الاستشراف).
- **الفرضية الثانية:** " توجه الدول لاعتماد استراتيجيات تنموية للسياحة المستدامة نظرا آثارها الايجابية على التنمية، على غرار ما قامت به الجزائر ويفترض تجسيده في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 ": الدراسة أثبتت صحة هذه الفرضية ويكفي التذكير بالقاعدة كل سرير منجز يخلق منصب شغل واحد مباشر مقابل ثلاثة مناصب شغل غير مباشرة. إضافة لانعكاسات التنمية السياحية المستدامة على باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى لطبيعة النمو والتوسع الأفقي للسياحة.
- **الفرضية الثالثة:** "تحقيق الدول لتنمية سياحية مستدامة مرتبطا بمدى نجاح تنفيذ الاستراتيجية المعدة لذلك؛ بمعنى تحقيق الجزائر لتنمية سياحية مستدامة مرتبطا بمدى نجاح تنفيذ استراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 ": الدراسة أثبتت صحة هذه الفرضية.

فيما يخص المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الدراسة تقترح:

- حاليا، يجب التركيز على السوق السياحية المحلية بتدعيم وتحفيز السياحة الداخلية بهدف استرجاع وعاء سياحي داخلي ضخم يفضل السياحة الخارجية مما يشكل نزيفا هاما من العملة الصعبة.
- وجوبية والزامية تطبيق مخططات التهيئة السياحية بقوة القانون بتفعيل منظومة العقوبات في حال تسجيل أي تقاعس أو خلل في تنفيذ المخطط.
- تحديد دقيق لصلاحيات المؤسسات المشرفة على عملية التنمية السياحية لتجاوز إشكالية ازدواجية المهام ربعا للوقت والجهد والمال. وهذا يدخل ضمن مسعى عقلنة وحوكمة تسيير

القطاع السياحي، كما يساهم في تسريع نسق وتيرة التنمية السياحية لوضوح الرؤية لكل الفواعل السياحية.

- مقارنة التوقيت (Le Timing) أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جد مهمة على اعتبار إذا تم تجاوز المدة المحددة ولم تتحقق تلك الأهداف؛ ستضطر الدولة لتمديد فترة المخطط مع رصد أغلفة مالية إضافية لتحقيق نفس الأهداف المسطرة، لكن من جهة أخرى الاتجاهات الفكرية العالمية للسياحة في تغير وتطور مستمر، لذلك ما قد تم تسطيره اليوم يصبح غير كاف وغير مجدي لمواكبة المسار التنموي العالمي، من هنا يجب التأكيد على وجوبية وإلزامية تطبيق مخرجات المخطط التوجيهي بقوة القانون.
- يجب التأكيد صراحة على بعد الاستدامة في متن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بتبني فكرة الانتقال من الفكر السياحي الخطي (أخذ _ صنع _ تخلص) إلى الفكر السياحي الدائري (أخذ _ اعادة صنع _ استخدام _ إعادة).

فيما يخص جانب التمويل تقترح الدراسة:

للنهوض بقطاع السياحة يجب العمل سريعا لحل إشكالية التمويل السياحي بخلق بنوك متخصصة في تمويل الاستثمارات والمشاريع السياحية، مع خلق بيئة تشريعية محفزة للاستثمار مبنية على الاستقرار واليقين القانوني. فتمويل المشاريع السياحية دائما ما يتأثر ببورصة أسعار الجباية البترولية في السوق العالمية، وهو ما عاشته الجزائر في العقد الأخير وكانت قطاعات الثقافة والسياحة أولى ضحايا التمويل مما اضطر بالقائمين على إلغاء بعض التظاهرات والمهرجانات الثقافية والسياحية التي تعد رافدا للتسويق السياحي بالداخل والخارج (مثل مهرجاناني السينما لعنابة ووهران، مهرجان جميلة للأغنية العربية، مهرجان أغنية الراي بسيدي بلعباس، ...). بالرغم من تسجيل عودة بعض التظاهرات هذه السنة على غرار مهرجاناني عنابة ووهران.

والعمل على ترقية الفكر الاقتصادي السياحي والتوجه به نحو الفكر الليبيرالي المقاولاتي الريادي ومحاربة الأفكار السامة التي ظاهرها تشجيع التنمية السياحية المستدامة وباطنها عكس ذلك تماما.

مثال: مناقشة مشروع مرسوم تنفيذي يوم 20 سبتمبر 2022م بمجلس الوزراء والمتعلق بتسقيف أسعار حجز الغرف بالفنادق المصنفة؛ مثل هاته القوانين قد تجبر العلامات السياحية العالمية الكبرى والشهيرة (شيررتون، هيلتون، أكرو، ...) للمغادرة والاستثمار في بلدان أخرى ذات اقتصاد حر؛

وقد تكون دولا افريقية (الغابون، كينيا، أوغندا، ...) مما يؤكد فكرة ضرورة نأي الإداري البيروقراطي على سن القوانين والتشريعات تخص القطاعات الاقتصادية وخاصة الدقيقة والحساسة منها كقطاع السياحة.

فيما يخص الاستراتيجية التسويقية لصورة البلد السياحية: يجب إعادة النظر في تصميم سياسات وخطط تسويق المنتج السياحي الجزائري ومعه تلميع صورة البلد السياحية، بسبب:

- عدم كفاية وسائل التسويق والترويج والاتصال السياحي داخليا وخارجيا وهي غالبا ما تكون كلاسيكية ولا تتماشى مع التطور التكنولوجي الراهن وعقلية الجيل الرقمي الحالي (جيل ألفا الرقمي).
- غياب الاعلام السياحي المتخصص على غرار قنوات تلفزيونية متخصصة في السياحة وتسويق صورة البلد كوجهة سياحية متميزة وذلك باستعراض كل مقومات الجذب السياحي.
- ضرورة دعم الشراكة في مجال الاعلام السياحي عبر انتاج أعمال تلفزيونية مشتركة للترويج لصورة البلد السياحية مع قنوات تلفزيونية عالمية ذات وزن إقليمي (MBC) أو حتى عالمي (ناشيونال جيوغرافيك).
- باعتباره الفاعل رقم واحد على تصميم استراتيجية التسويق السياحي، الديوان الوطني للسياحة (ONT) مطالب ببذل المزيد من الجهود وتغيير أساليب العمل التسويقي بالمرآنة على أساليب مبتكرة ومتجددة من أجل تحريك التدفقات السياحية نحو الوجهة السياحية الجزائرية، ومحاولة المشاركة في صالونات السياحة التي تستقطب السوق السياحية الجزائرية كألمانيا، للتذكير أغلب مشاركات الديوان الوطني للسياحة في المعارض الدولية للسياحة كانت بدول أوروبا الشرقية (معارض السياحة بالعاصمة المجرية بودابست، واسو-بولونيا، موسكو-روسيا) وهي كلها لا تدخل ضمن مخطط الأسواق السياحية المستهدفة للسوق الجزائرية (انظر الحركية رقم 2).

كما تقترح الدراسة الآتي:

- تجاوز آلية التخطيط الاستراتيجي السياحي إلى فكرة صناعة مستقبل السياحة (Building Futur's Tourism) بالاعتماد على تقنيات وآليات علم الاستشراف، من باب وضع بدائل محتملة وخطط بديلة في حالة مواجهة أزمات في المستقبل مثل أزمة كوفيد 19 ومدى تأثير قطاع السياحة سلبا جراء تلك الجائحة.
- أيضا، ضرورة ادراج تدريس أدوات الذكاء الصناعي (Intelligence Artificielle=IA) ضمن مقررات المؤسسات السياحية التعليمية لما لها من انعكاس وارتباط جد إيجابي في جانب ابتكار وابداع أفكار جديدة تخص تطوير السياحة خاصة من منظور التسويق والترويج السياحيين، الارشاد السياحي، بالاعتماد على قواعد البيانات لأنظمة الخبرة (Les bases de données des Systèmes Experts)
- التأكيد على تدريس أنظمة المعلومات الجغرافية (SIG) كمقاييس مستقلة قائمة بذاتها وليس مجرد محاضرات ضمن مواد معينة؛ باعتبار أنظمة المعلومات الجغرافية:
 - توفر الجهد والوقت عند استخدامها في عمليات التخطيط السياحي، حيث يساعد في عملية تخزين البيانات والمعلومات وتحليلها بغرض استخدامها في عمليات التخطيط السليم ووضع البدائل لأجل اختيار البديل الأنسب والأفضل منها(OPTIMISATION) لكل مقصد سياحي.
 - بفضل أنظمة المعلومات الجغرافية(SIG) يمكن إجراء مسوحات وجمع البيانات وتفسيرها حول عناصر الجذب السياحي والمرافق والخدمات السياحية ووسائل النقل والبنى التحتية وغيرها؛ مما يشكل المدخلات الأساسية لصناعة الاستراتيجية المناسبة لخطط التنمية السياحية المستدامة.
 - أنظمة المعلومات الجغرافية(SIG) تساهم في عملية تخطيط الأراضي وفق الوظائف المختلفة سواء كانت سياحية، صناعية، زراعية، ... ووضع المبادئ لاستخدامها في عمليات تصميم الاستراتيجيات التخطيطية الناجحة والاستفادة من المزايا التي تتمتع بها بعض الأراضي كالمواقع السياحية وحمايتها من أي تخريب أو استنزاف.

○ باختصار، أنظمة المعلومات الجغرافية (SIG) تمثل إحدى الأدوات التقنية الهامة والضرورية لصناعة القرار السياحي، وتدخل ضمن ما يسمى بـ "الأنظمة التفاعلية المساعدة لاتخاذ القرار = SIAD = Système Interactif Aide à la Décision".

• توجه السياحة في الوقت الراهن (Tendance de 21^{ème} siècle) نحو:

○ **السياحة المشخصة (Le Tourisme Personnalisé)** بمعنى تلبية رغبات السائح بالاعتماد على دراسة وتحليل بيانات سلوكه الاستهلاكي بالارتكاز على علمي الاقتصاد وعلم النفس السياحي. فسائح اليوم الغربي يمقت الاقامات اسمنتية حتى لو كانت فاخرة (**Refus le Bétonnage**) ويفضل الاستمتاع بكل ما هو طبيعي كالإقامات الأقرب للطبيعة وغير المكتظة مع تلبية طلبات ورغبات شخصية. أيضا، هناك توجه سياحي عالميا لنتمين فلسفة السياحة الثقافية؛ فالدراسات السياحية في العقدين الأخيرين تركز كثيرا على البعد الثقافي في السياحة، وهذا استكمالا ودعما لتوجه السياحة المشخصة نظرا لمتطلبات الفكر السياحي المستدام الذي يسعى لنتمين البعد الثقافي والتراثي بشقيه المادي واللامادي. على الجزائر تبني هاته التوجهات العالمية الراهنة؛ وهي قادرة على ذلك لما تملكه من مؤهلات كبيرة (طبيعية ومن صنع الانسان) لكن مع محاولة تجاوز إشكالات:

❖ ضعف البنى التحتية (تحتاج لتحديث وعصرنة).

❖ هشاشة الثقافة السياحية المجتمعية التي تطرح اشكال النظرة الدونية للسياحة من جهة وينعكس سلبا على مهمة الارشاد السياحي من جهة أخرى.

❖ الأمن السياحي أيضا يشكل عقبة يجب العمل على تجاوزها لأنه مرتبطا أشد الارتباط بحرية السائح في التجوال والاستمتاع برحلته.

❖ قلة خبرة واحترافية الوكالات السياحية للتعامل مع الرغبات الشخصية والفردية للسواح تماشيا مع توجه السياحة المشخصة.

لكن؛ من أجل اكتساب الخبرة والاحترافية في مجال الفعل السياحي المستدام (L'Action)
:(touristique durable):

- لا بأس بقبول دور "دولة عبور سياحي" (Etat de transit touristique) باعتبار السائح الأوربي يفضل اكتشاف الطبيعة الافريقية فيضطر للسفر عبر الجزائر كمحطة عبور وهي فرصة لمحاولة كسب هذا السائح في وقت لاحق (بناء على مقدار جودة الخدمات التي تلقاها أثناء فترة عبوره).
- التوجه نحو السوق الافريقية خاصة في مجال الشراكة والاستثمار السياحي (ونقصد توجه القطاع الخاص المحلي للاستثمار في افريقيا)؛ من أجل تنمية الرأسمال واكتساب الخبرة والاحترافية.
- كسر الاحتكار في مجال النقل بكل أنواعه (Démonopoliser le transport) وفتح المجال للخواص من أجل إعطاء القطاع ميزة تنافسية تؤدي حتما لتطوره مما يشكل علامة إيجابية لدفع التنمية السياحية المستدامة.
- العمل على تطوير قطاع الصناعات الحرفية التقليدية والعمل على تسويق للمنتج السياحي التقليدي نحو السوق الافريقية.
- العمل على الارتقاء بالسياحة الخضراء باعتبارها تشكل جوهر وعمق التنمية السياحية المستدامة وذلك بالتركيز على انشاء الفنادق والمنتجعات الخضراء والعمل على ادراجها ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في مرحلة التعديل لأن الأخير لم يتطرق قط لفكرة الفندق الأخضر عند تطرقه لمسألة تطوير ودعم حضيرة الفنادق والإيواء.
- الاحتكاك والتعاون الدولي بتوسيع الشراكات ومحاولة الاستفادة من تجارب بعض الدول الرائدة سياحيا وخاصة في مجال السياحة البديلة كدول جنوب شرق آسيا وتحديدا الدول الصديقة والتي كانت في وقت قريب تصنف مثل الجزائر على جميع المستويات (إندونيسيا، فيتنام، الفيليبين، تايلندا، ...). وكذا بعض الدول الآسيوية المتقدمة كسنغافورة أو كوريا الجنوبية، اليابان، ... ، من أجل كسب الخبرة والمعارف وذلك بعقد اتفاقيات تعاون وتبادل في مجال التكوين والتأهيل، الاستثمار السياحي، تعزيز آلية التوأمة بين بعض المدن الجزائرية ومدن تلك الدول، مما يحفز إمكانية تبادل الزيارات والوفود السياحية، بعث معارض سياحية متبادلة.

- ضرورة تفعيل الدور المحوري للمجلس الوطني للسياحة باعتباره سلطة اقتراح على قدر كبير من النفوذ بحكم تبعيتها المباشرة لمصالح رئاسة الحكومة وكذا الصلاحيات الموكلة للمجلس بقوة القانون. المجلس الوطني للسياحة بإمكانه القيام بمهام جد استراتيجية من شأنها إعطاء دفع قوي للتنافسية القطاع السياحي مثل اجراء بحوث في مسائل تخص الابتكار السياحي، اقتراح تشريعات تزيد من مرونة الأنشطة السياحية وتعزز التنسيق والتعاون بين الشركاء السياحيين.

وختاماً؛ ومن أجل فتح باب البحث في والدراسة في مجال الدراسات السياحية، نقترح مستقبلاً معالجة المواضيع التالية:

- أ. أثر أدوات الذكاء الصناعي على تطوير التنمية السياحية المستدامة.
- ب. دور أنظمة المعلومات الجغرافية في دعم قرارات التنمية السياحية المستدامة.
- ج. التنمية السياحية المستدامة من منظور الجغرافيا السياحية.
- د. الذكاء الصناعي والابتكار السياحي: أي مستقبل للسياحة المستدامة؟

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: المراجع باللغة العربية

القواميس:

- ابن منظور، جمال الدين أبو الفضل، لسان العرب، (بيروت، دار بيروت للطباعة والنشر، 1992).

الكتب:

1. مصطفى كافي، مدخل لعلم السياحة، قسنطينة: دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2017.
2. حمزة دراركة وآخرون، مبادئ السياحة، عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
3. مصطفى يوسف كافي، تاريخ السياحة، ط1، (قسنطينة، دار ألفا للوثائق، 2018).
4. فتحي محمد شرقاوي، مبادئ علم السياحة، (الاسكندرية، مكتبة المعرفة، 2006).
5. عبد إله أبو العباس وآخرون، مدخل الى السياحة في الأردن: النظرية والتطبيق، (عمان، الوراق للنشر والتوزيع، 2007).
6. نعيم الطاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، ط1، (عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع).
7. عبد الله محمد فريد وآخرون، التخطيط والتنمية السياحية، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
8. منى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، ط1 (القاهرة، 2021 مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع).
9. نائل موسى محمود سرحان، مبادئ السياحة، ط1، (عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2011).
10. جليلية حسنين، دراسات في التنمية السياحية، القاهرة، بدون دار نشر، ب ط، 2006.
11. سمر رफी الرحبي، الادارة السياحية الحديثة، ط1، (الاردن، الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2018).
12. محمد خميس، صناعة السياحة في المنظور الجغرافي، ب ط، (دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2015).
13. حمزة دراركة وآخرون، السياحة البيئية، ط1 (عمان، الاردن، مكتبة المجتمع العربي للنشر والاشهار، 2014).

14. المنظمة العربية للتنمية الادارية، الاتجاهات الحديثة في السياحة، القاهرة، بدون طبعة، 2007.
15. رشدي شحاتة أبو زيد، السياحة والارهاب، الاسكندرية: دار الوفاء، ط1، 2014.
16. مصطفى كافي وآخرون، السياحة البيئية، عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
17. الروبي نبيل، نظرية السياحة، ب ط، (الاسكندرية، مؤسسة الثقافة الجامعية، 1990).
18. مصطفى كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، عمان: دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، 2016.
19. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، ب ط، 1996.
20. الزوكة محمد خميس، صناعة السياحة في المنظر الجغرافي، ب ط، (دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية).
21. نسيبة فاطمة الزهراء، استثمار السياحي ودوره في التنمية المستدامة، قسنطينة: دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2019.
22. عبد الوهاب صلاح الدين، فن التخطيط السياحي، دار الشعب، القاهرة، ب ط، ب س ن.
23. جلال خضرة وآخرون، دراسة جدوى المشاريع السياحية، قسنطينة: دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2018.
24. محمد رفعت محمود، التخطيط والتنمية السياحية، (مصر، منشورات جامعة الفيوم، ب ط، 2009).
25. محمد الصيرفي، التخطيط الاستراتيجي، ط1، (الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2007).
26. فضيلة سلمان داود، التخطيط الاستراتيجي: مفاهيم معاصرة ودراسة حالة، (بغداد، دار الكتب والوثائق، 2019).
27. أحمد منال، أسس التخطيط السياحي، (الإسكندرية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2011).
28. مدحت محمد أبو النصر، مقومات التخطيط والتفكير الاستراتيجي المتميز، ط2، (القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015).
29. ناصر دادي عيدوني، الادرة والتخطيط الاستراتيجي، ط3، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017).
30. محمد الطاهر خلف وآخرون، الإدارة والتخطيط الاستراتيجي، ط1، (قسنطينة، ألفا دوك، 2017).

31. محمد مصطفى الفولي، تامر محمد الفولي، التخطيط الاستراتيجي المؤسسي، (مصر، مينا س برنس، 2013).
32. عداد رشيدة، التسويق السياحي: مفاهيم أساسية، (قسنطينة: دار ألفا للوثائق، ط1، 2019).
33. هنادي وآخرون، الاقتصاد السياحي، (قسنطينة: دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2017).
34. مصطفى كافي، التنمية السياحية، (قسنطينة: دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2017).
35. أحمد جلا، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، ط1، (القاهرة عالم الكتاب، 1998).
36. عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، ط1، (عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 1999).
37. بشار يزيد الوليد، مفاهيم معاصرة في التخطيط الاستراتيجي، (عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، 2009).
38. سرمد حمزة الشمري، التخطيط الاستراتيجي والتخطيط التكتيكي، (بغداد، مطبوعات كلية الإدارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية).
39. محمد فريد عبد الله، التخطيط السياحي وآفاق السياحة المستدامة، ط1، (بيروت، دار المواسم، 2006).
40. حيدر ضياء سلمان، التخطيط السياحي والتنمية المتوازنة من منظور سياحي، (القاهرة، المركز العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2020).
41. محمد عبد الغاني حسن هلال، التفكير والتخطيط الاستراتيجي، ط1، (مصر، مركز الأداء والتنمية، 2007).
42. مصطفى كافي، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصالات، قسنطينة: دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2017.
43. هنادي محمد مخلوف، السياحة الريفية، قسنطينة: دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2017.
44. مصطفى كافي، السياحة المستدامة، قسنطينة: دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2017.
45. عبلة عبد الحميد بخاري، اقتصاديات السياحة، د ط (بيروت: لبنان، 2012 مكتبة الدار العربية للكتاب).
46. محمد ابراهيم عراقي، التنمية السياحية المستدامة في مصر، (الاسكندرية، المعهد العالي للسياحة، بدون سنة نشر).

47. مصطفى كافي، ريادة الأعمال في المنشآت السياحي، قسنطينة: دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2017.
48. خربوطي صلاح الدين، الاقتصاد السياحي، ب ط، (دمشق، المعهد الفندقى، 2000).
49. وفاء زكى ابراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعى الحديث، القاهرة، 2006.
50. سلام جعفر عزيز الأسدي وآخرون، البيئة والتنمية السياحية، ط1، (عمان، الأردن، دار الأيام، 2015).
51. إبراهيم خليل بظاظو، السياحة بيئية وأسس استخداماتها، ط1، (عمان، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2010).
52. عينين فضيلة خالدي، الاستثمار السياحي في التشريع الجزائري: مستهلك الخدمة السياحية- الايواء السياحي-الأنشطة السياحية، ط1، (الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2020).
53. رحيم حسين وآخرون، السياحة والتنمية السياحية: مع دراسة خاصة حول مناطق الهضاب العليا بالجزائر، (برج بوعرييج، الجزائر: دار النشر جيطلي، 2014).
54. مصطفى يوسف كافي، السياحة المستدامة: السياحة الخضراء، ط1، (قسنطينة، ألفا للوثائق، ط1، 2017).
55. مثنى فائق مسعودي، ادارة الجودة الشاملة ودورها في تطوير القطاع السياحي، ط1، (الأردن، دار الأيام، 2020).
56. محمد بن علي الغامدي، مفاهيم الجودة أساس لتوحيد الجهود، د ط، (عمان، المسيرة، 2018).
57. محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، ط1، (الأردن، مكتبة المجتمع العربى للنشر والتوزيع، 2014).
58. عماد الصباغ، نظم المعلومات: ماهيتها ومكوناتها، ط1، (عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2000).
59. ضياء الدين أمجد قطيشات، نظام المعلومات الجغرافى GIS، ط1، (عمان، دار الاعصار العلمى للنشر والتوزيع، 2014).
60. مولود ديدان، مدونة قانون البيئة، ط1، (الجزائر، مطبعة دار السجلات، 2012).
61. محمد عبد القادر الفقى، السياحة البيئية الساحلية، ط1، (الامارات العربية المتحدة، المنظمة الإقليمية لحماية البيئة البحرية، 2015).

62. نبيهة صالح السامراني، علم النفس السياحي: مفاهيم وتطبيقات، ط1، (الاردن، دار زهران للنشر والتوزيع، 2013).
63. إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، ط1، (عمان، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2010).
64. محسن عبد الله الراجعي وآخرون، *الميزة التنافسية للنشاط السياحي*، ط1، (الأردن، دار الأيام، 2017).
65. مصطفى يوسف كافي، هبة يوسف كافي، جغرافيا السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، ط1، (عمان، دار حامد للنشر والتوزيع، 2016).
66. صالح ميهوب، الاقتصاد السياحي: مكانته في العالم وفي الجزائر، ط1، (تلمسان، النشر الجامعي الجديد، 2020).
67. عياشي سنوسي وإسماعيل بوقنور، "المقاولاتية السياحية في الجزائر: الفرص والتحديات"، في كتاب جماعي بعنوان *المقاولاتية السياحية في الجزائر: سبيل المؤسسات الناشئة لترقية قطاع السياحة*، عبد الجليل طواهير، ط1، (كلية الاقتصاد، جامعة الواد، 2021).
68. فاكية سقني، التنمية الانسانية المستدامة وحقوق الانسان، ط1، (الاسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، 2018).
69. نبيهة صالح السامراني، علم النفس السياحي: مفاهيم وتطبيقات، ط1، (عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، 2013)، 112.
70. تيري ايغلتن، الثقافة، ط1، (بغداد، دار المدى، 2018).
71. يوسف القرضاوي، *الثقافة العربية الإسلامية بين الأصالة والمعاصرة*، ط1، (بيروت، مؤسسة الرسالة، 2001).

القوانين:

1. الأمر رقم 01/22 المؤرخ في 03 غشت 2022 المتضمن قانون المالية لسنة 2022.
2. قانون رقم 16/21 مؤرخ في 30 ديسمبر 2021 المتضمن قانون المالية لسنة 2021.
3. قانون 01/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001، ج ر رقم 11 المؤرخة في 19 فيفري 2003، والمتعلق بالتنمية السياحية المستدامة.
4. قانون 02/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001، ج ر رقم 11 المؤرخة في 19 فيفري 2003، ج ر رقم 11 المؤرخة في 19 فيفري 2003، والذي يضبط القواعد العامة للاستغلال السياحي للشواطئ.
5. قانون 03/03 المؤرخ في 17 فيفري 2001 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية.
6. قانون 18-22 مؤرخ في 24 يوليو 2022 المتعلق بالاستثمار، ج ر ر 50.
7. المرسوم التنفيذي رقم 22-298 المؤرخ في 08 سبتمبر 2022، ج ر ر 60.

التقارير:

1. منظمة السياحة العالمية، تقرير: 'رسالة من مدريد - علينا أن نستيقظ بسرعة'، 15 أبريل 2020.
2. منظمة السياحة العالمية، تقرير اجتماع اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة، نيويورك، في 22 فيفري 1993.
3. قرار الأمم المتحدة، الصادر عن اجتماع المجلس الاقتصادي، روما، سنة 1963.
4. منتدى دافوس، تقرير تنافسية السياحة والسفر، 2019.
5. جامعة الدول العربية، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي، (2010).
6. وزارة الاقتصاد، الامارات العربية المتحدة، دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها، الإصدار الخامس، 2018.
7. تقرير برنامج الإنعاش الاقتصادي (2001-2004) التي تمت المصادقة عليه شهر أبريل من سنة 2001.
8. Rapport du Programme de Soutien et Relance Economique (PSRE : 2005-2009).
9. المجلس الوطني للثقافة والآداب، تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية: مستقبلنا المشترك، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1989.
10. المجلس الاقتصادي والاجتماعي، تقرير: ملف السياحة، 2001.
11. المدونة العالمية لأداب السياحة، 2020.

12. ديباجة ميثاق الاتحاد العالمي لحفظ الطبيعة، 2019.
13. منظمة السياحة العالمية، "إعلان غلاسكو"، 13 نوفمبر 2021.
14. تقرير مؤتمر الشراكة والاستثمار السياحي، تونس، 03 نوفمبر 2022.

الرسائل والمذكرات:

1. بوشويشة رقية، "الاستثمار السياحي ودوره في التنمية المستدامة"، (رسالة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة عنابة: كلية الاقتصاد والتسيير، 2015).
2. بروجم حنان، "نحو استراتيجية تسويقية أكثر فاعلية لتحسين الخدمات الفندقية"، (رسالة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة عنابة: كلية الاقتصاد والتسيير، 2015).
3. يحياوي هادية، "السياحة والتنمية في دول المغرب العربي"، (أطروحة دكتوراه، جامعة الحاح لخضر باتنة، 2012).
4. عوينان عبد القادر، "السياحة في الجزائر: الإمكانيات والمعوقات (2000-2025)"، (رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2013).
5. بن سهلة ثاني توفيق، "أثر المنظومة البنكية في الجزائر على ترقية الاستثمار في القطاع السياحي"، (أطروحة دكتوراه علوم، كلية الاقتصاد، جامعة تلمسان، 2016).
6. رفيق بودريالة، "دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية: دراسة مقارنة بين الجزائر والأردن"، (أطروحة دكتوراه علوم، كلية الاقتصاد، جامعة أم البواقي، 2017).
7. زرقين صورية، "دور الاستثمار الأجنبي المباشر في النهوض بقطاع السياحة في الجزائر، (أطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018).
8. سماعيني نسبية، "دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر"، (مذكرة ماجستير في علوم الاقتصادية، جامعة وهران: كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، 2013).
9. ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، (رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 1996).
10. مسعودي نعيمة، التنمية المستدامة واستراتيجية تطبيقها في الجزائر، (مذكرة ماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة تيبازة، 2007).
11. ياسين مريخي، "التوازن البيئي والتنمية السياحية المستدامة لولاية عنابة"، (ماجستير، جامعة قسنطينة، 2017).
12. هدار عبد القادر، "واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها"، (رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة الجزائر 3، 2006).

الملتقيات:

1. مجموعة مقالات، الملتقى الدولي حول: التسويق السياحي وتثمين صورة الجزائر، يومي 06-07 نوفمبر 2013، جامعة عنابة: كلية الاقتصاد والتسيير.
2. مجموعة مقالات، الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة المستدامة، يومي 09-10 مارس 2010، جامعة بسكرة: كلية الاقتصاد والتسيير.
3. شريف بوفاس وخديجة منصف، "ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر: الواقع والتحديات"، (الملتقى الوطني حول: المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة عنابة، نوفمبر 2014).
4. بلية لحبيب، تطور السياسة السياحية في الجزائر، (مداخلة مقدمة في اليوم الدراسي الموسوم: السياحة كمورد استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 30 نوفمبر 2016).
5. Boudjani Malika, 'Le concept du tourisme durable en Algérie : une étude discursive du SDAT au réalité'',(colloque inter sur l'économie du tourisme et le développement durable, Université Biskra,09 ET 10-03-2010).

المجلات والجرائد:

1. حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والانسانية، عدد خاص بالسياحة، جامعة قلمة: مديرية النشر، ع 14، (2016).
2. مهدي بن عيسى، الاستثمار اللغوي في المجال السياحي: تجارب عالمية ناجحة، مجلة ألف اللغة الاعلام والمجتمع، مجلد 09، 03، (2022).
3. تاج الدين صحراوي ووسيلة السبتى، "السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول"، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، ع.2، (2017).
4. خنتار نوال وقلش عبد الله، "تقييم أداء قطاع السياحة الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030: مقارنة مع مجموعة من الدول العربية"، مجلة الاقتصاد والمالية، 05، ع.01، (2019).
5. عبد النور جحنين، جريدة الفجر، عدد بتاريخ 17 ماي 2010.
6. مختار عريس وعبد الغني العرابي، " المؤشرات السياحية في دول المينا حسب تقرير التنافسية العالمي 2019، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني 11، ع.02، (2022).

7. خالد كواش، " مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، ع.1، (2004).
8. خليل عبد القادر وشرع يوسف، "مخططات التنمية السياحية وواقع الإنجازات الحقيقية: دراسة تقييمية مع الإشارة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية"، مجلة التنظيم والعمل، 4، ع.7.
9. مهري عبد المالك، "نحو تفعيل المقاولاتية السياحية في الجزائر كأداة لتنمية صناعة السياحة"، مجلة دراسات الاقتصاد وإدارة الأعمال، ع.1، (2018).
10. محمد العطا عمر، الصناعة السياحية والاقتصاد، ندوة علمية حول: الإرهاب والسياحة، مركز الدراسات دمشق، 2010/7/4.
11. بن مويزة مسعود، "دور السياحة في تعزيز أهداف التنمية المستدامة وفق تقارير منظمة السياحة العالمية: إشارة لتجربة الجزائر"، مجلة الاقتصاد والأعمال، 04، ع.03، (2018)
12. أسماء لقيط، " الثقافة السياحية ودوره في ترقية قطاع السياحة بالجزائر"، مجلة التمكين الاجتماعي، 04، ع.04، (2022).
13. وزارة الاقتصاد، دليل مفاهيم السياحة الخضراء، ط1، (الامارات العربية المتحدة، سلسلة نشر الوعي السياحي، 2015).
14. حنان دريد ومحمد علي دشة، "الفنادق الخضراء تجربة أساسية لسياحة بيئية مستدامة في ظل الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025"، مجلة البديل الاقتصادي 5، ع.1، (2019).

المقابلات:

- مقابلة مع مدير السياحة لولاية عنابة(السابق) السيد مقداد ثابت، يوم 22 أكتوبر 2021، بتوقيت 14 سا 00 د.

مواقع إلكترونية رسمية:

1. موقع الديوان الوطني للإحصاء: «www.ONS.DZ»
2. موقع برنامج الأمم المتحدة الانمائي: «www.UNPD.ORG»
3. "أخبار الأمم المتحدة"، News. UN، تصفح يوم 30 جويلية، 2022، أخبار الأمم المتحدة - <http://www.News.UN.org>

4. http://www.Vogue.fr /lifestyle/Les_nouvelles_destinations_de_2019 consulté le 21 octobre 2021.
5. محمد علل، "مشاريع واعدة للاستفادة من ثروة نائمة"، <http://www.Newskysarabia.com> تم تصفح الموقع 2021/10/21.
6. "السياحة في الجزائر"، <http://www.Wikipedia.Org> تصفح يوم 22 أكتوبر 2021.
7. "مناخ الجزائر"، <http://www.Algeria.org> تصفح يوم 22 أكتوبر 2021.
8. جريدة صدى الجزائر الالكترونية 18 - فيفري-2022 هي -الثانية -عالميا <http://www.Sadadz>.
9. http://www.mta.gov.dz/ar/Législation_du_tourisme consulté le 20/08/2021
10. <http://www.Tahwaspresse.dz>، تعزيز مهام المجلس الوطني للسياحة le 20 oct 2021.
11. <http://www.Startimes.com> تعريف النادي السياحي الجزائري le 23 Nov 2021
12. <http://www.mta.gov.dz>
13. فريدة حمودي، "السياحة الجزائرية: آفاق تحديات -دراسة قانونية"، <http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article> consulté le 13octobre 2022 à 15h00
14. نلي سعدية، الثقافة السياحية ودورها في تنمية السياحة الصحراوية، www.Ouargla30.com تم التصفح يوم 22 نوفمبر 2022.
15. [www.MTA.gov.dz/Plan action horizon 2001-2010](http://www.MTA.gov.dz/Plan_action_horizon_2001-2010)
16. <http://www.MTA.Gouv.Dz>
17. <http://www.aps.dz/ar/economie/24-12-2022/> إطلاق البوابة الالكترونية : مسارات الجزائر السياحية : خطوة لتجسيد مخطط عمل الحكومة"، تم التصفح بتاريخ 29 سبتمبر 2022.
18. المخطط الوطني لتهيئة الاقليم: آلية لتحقيق التنمية المتكافئة والمستدامة عبر مناطق الوطن / <http://www.Portail Algerien des énergies renouvelables>
19. www. جريدة المساء /المخطط الوطني لتهيئة الإقليم: تصحيح مسار التنمية وإعادة الاعتبار للأقاليم / عدد 04.04.2011
20. <http://www.skynewsarabia.com/> العطلة الصيفية في الجزائر...توافد أعداد كبيرة من المغتربين الجزائريين 14/02/24 Consulté
21. [http //www.unescwa.org/sd-glossery](http://www.unescwa.org/sd-glossery) consulté le 10 /10/2023.
22. http://www.almanal.magazin/nov_2022/ "مفهوم وقيمة استشراف لتجسيد المستقبل"/ تم التصفح 29 جانفي 2023.
23. http://www.a.e.linkedin.com/juin_2022/ " استشراف المستقبل وسيلة لتحقيق غاية " / تم التصفح بتاريخ 29 جانفي 2023.

24. Safa Mikhael, *Marketing and Sales Management*, http://www. Marketing and Sales Management, Safa Mikhael, 2024. الاستفادة من تحليل سوات. consulté le 12/02/2024. كيف يمكن للشركات
25. Almoustatemer, *http://www. Almoustatemer*, مؤشرات الاقتصاد الجزائري تم التصفح 23 ديسمبر 2023.
26. مصطفى عبد العظيم، "بدعم كوب 28...السياحة العالمية إلى صفر انبعاثات"، *http://www.aletihed.ae/news*، التصفح 2024/02/01.
27. "كوب 27: مكافحة التغيرات المناخية في صلب أولويات الجزائر"، *http://www.aps/news*، التصفح 2024/02/15.

ثالثا: المراجع باللغة الأجنبية:

1. Dictionnaire 'Oxford en Anglais, 1989.
2. Dictionnaire 'Larousse, 1990
3. Dictionaries 'Webster, 1961.
4. Dictionnaire, Americain Heritage Dictionary, 2000.
5. Mouhoub salah, cours : 'les institutions et organismes du tourisme', Ecole nationale superieure du tourisme d'Ager.
6. Hachimi Madouche 'le tourisme en Algérie : jeu et enjeux', (Alger, Edition Houma, 2003).
7. Brice Duthon & Cyrille Mandou , L'innovation dans le tourisme , Edition de Boeck supérieur , liere édition , Louvaine –la- neuve ; France.
8. Jean pierre, Management du tourisme : les acteurs, les produits, les marchés, les stratégies, Edition Pearson, liere édition, France, 2014.
9. Douglas Pearce , Tourist Development,(New York-USA, Longman Edition,Second Edition,1989)
10. Conseil national du tourisme 'le rôle des organisations internationales dans le développement du tourisme mondial', Édition CNT, France, 1996.
11. Marc Boyer ' ' Comment étudier le tourisme''', Revue Ethnologie Française 32, N°.03, (2002).
12. Harolodkezner ' Strategic planning for project management, (Newyork, Catalogin publication data, 2015).
13. Niguel Evans ' Strategic management for travel and tourism', (London, heinemann, 1st Ed, 2003).
14. ONAT, Les organisateurs de tourisme Algérien, (Alger, Edition publication d'information, 1998).
15. Heddar Belkacem ' ' Rôle socio-économique du tourisme : cas d'Algérie''', (Alger, OPU, 1988).
16. MATET 2008, SDAT2025, Livre01 : Le Diagnostic, Audit du tourisme Algérien, Algérie ,2008.
17. SDAT2025, Le plan stratégique : les cinq dynamiques & les programmes d'action touristiques prioritaires, Algérie ,2008.

18. : MTA, SDAT2025 ,LIVRE2,Schéma opérationnel :les cinq dynamiques, Algérie ,2008.
19. MTA, SDAT2025, LIVRE3, LES SEPT POLES TOURISTIQUES, Algérie ,2008.
20. MTA, PLAN QUALITE TOURISME ALGERIE, Algérie ,2008.
21. [http //www.mta.plan- de-finance.dz](http://www.mta.plan-de-finance.dz) consulté le 12/11/2023.
22. Tourisme magazine, N°.158,(Nov2023).
23. Tourisme magazine, N°.155,(Août2023).

الفهرس

الصفحة	الفقرة
13	المقدمة
الفصل الأول	
25	المبحث اول: ماهية السياحة
25	مطلب 1: السياحة: النشأة والتطور
25	تاريخ السياحة
30	التعاريف الأساسية للسياحة
38	خصائص السياحة
39	تصنيفات السياحة
44	الهيئات الدولية للسياحة
50	مطلب 2: مكانة السياحة
50	أهمية السياحة
54	مقومات الجذب السياحي
55	أسس صناعة السياحة
57	مدارس الفكر السياحي
59	مداخل دراسة السياحة
62	المبحث الثاني: التنمية السياحية المستدامة: المفهوم والابعاد
62	مطلب 1: التنمية المستدامة
62	مفهوم التنمية -التنمية المستدامة
64	أبعاد التنمية المستدامة
65	السياحة كحافز للتنمية المستدامة
67	مطلب 2: التنمية السياحية المستدامة
67	التنمية السياحية المستدامة: المفهوم-الخصائص-المؤشرات
77	أهداف التنمية السياحية المستدامة
78	نماذج التنمية السياحية المستدامة

الصفحة	الفقرة
الفصل الأول	
82	المبحث ثالث: التخطيط الاستراتيجي من منظور التنمية السياحية
82	مطلب 1: مفهوم التخطيط الاستراتيجي
96	مطلب 2: علاقة التخطيط الاستراتيجي بالتنمية السياحية المستدامة
102	مطلب 3: أنظمة المعلومات الجغرافية في مجال التخطيط الاستراتيجي السياحي
106	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني	
الصفحة	الفقرة
107	الفصل ثاني: واقع التنمية السياحية في الجزائر
109	المبحث الاول: الامكانيات السياحية للجزائر
109	مطلب 1: المؤهلات السياحية للجزائر
117	مطلب 2: فواعل التنمية السياحية المحلية في الجزائر
130	مطلب 3: قيمة السياحة في اقتصاد الجزائر
138	المبحث الثاني: المسار التنموي للسياحة في الجزائر
139	مطلب 1: مراحل تطور السياسات التنمية السياحية في الجزائر
144	مطلب 2: الاستثمار السياحي في الجزائر بعد المرحلة الانتقالية (تكريس الفكر المقاولاتي السياحي)
148	مطلب 3: خوصصة قطاع السياحة
151	المبحث الثالث: الاشكاليات التي حالت دون تطوير السياحة المستدامة في الجزائر
151	مطلب 1: الاشكاليات السياسية
156	مطلب 2: الاشكاليات الاقتصادية
158	مطلب 3: الاشكاليات القيمية
162	مطلب 4: الاشكاليات الإجرائية-الادارية
165	خلاصة الفصل

الصفحة	الفقرة
الفصل الثالث	
166	الفصل ثالث: نحو بناء استراتيجية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر
168	المبحث الأول: جهود الدولة الجزائرية لبعث التنمية السياحية المستدامة
177	مطلب 2: التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر آفاق 2025
181	مطلب 3: أهداف ومراحل إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025
184	المبحث الثاني: مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025
184	مطلب 1: مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية
190	مطلب 2: الديناميكيات الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025
191	تثمين وجهة الجزائر السياحية
195	الأقطاب السياحية للامتياز
197	مخطط الجودة السياحية
200	مخطط الشراكة عام /خاص
201	مخطط التمويل السياحي
202	مطلب 3: قانون الاستثمار الجديد 18-22 كحتمية لضمان نجاعة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025
208	المبحث الثالث: ما بعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025
208	مطلب 1: تقييم وتحليل مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025
212	مطلب 2: استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ما بعد 2025 حسب التوجهات العالمية الراهنة:
212	أولاً: تفعيل آلية صناعة مستقبل السياحة (الاستشراف الاستراتيجي) في الجزائر
214	ثانياً: استعراض مصفوفة سوات (SWOT) لاستشراف مستقبل السياحة في الجزائر
223	ثالثاً: التوجهات الراهنة للسياحة المستدامة في العالم حسب المنظمة العالمية للسياحة:
238	خلاصة الفصل الثالث

239	الخاتمة
240	قائمة المراجع
262	الفهرس

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
<u>01</u>	مراحل تطور مفهوم التنمية	63
<u>02</u>	الفرق بين التنمية السياحية التقليدية والمستدامة	71
<u>03</u>	مقاربة التنمية السياحية كصناعة	72
<u>04</u>	خلاصة مؤشرات الاستدامة السياحية	77
<u>05</u>	الفرق بين التخطيط الاستراتيجي والتقليدي	88
<u>06</u>	التحليل الرباعي (SWOT)	92
<u>07</u>	العلاقة بين مرحلة صياغة الاستراتيجية والتنفيذ	100
<u>08</u>	حجم المؤهلات السياحية الحموية للجزائر للفترة 2015-2020	112
<u>09</u>	قائمة المركبات المعدنية في الجزائر	113
<u>10</u>	المقاصد السياحية الجزائرية المصنفة من طرف اليونيسكو	114
<u>11</u>	قائمة متاحف الجزائر	114
<u>12</u>	تطور الحاضرة الفندقية على امتداد الفترة 2015-2020	116
<u>13</u>	مؤسسات التكوين السياحي	128
<u>14</u>	حجم العمالة المباشرة عن طريق النشاط السياحي	130
<u>15</u>	حجم العمالة الكلية في النشاط السياحي	130
<u>16</u>	حجم المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي	131
<u>17</u>	حجم المساهمة الكلية في الناتج المحلي الإجمالي	132
<u>18</u>	حجم الاستثمار السياحي	133
<u>19</u>	عدد السياح الوافدين للجزائر	133
<u>20</u>	عدد السياح المغادرون للجزائر	134
<u>21</u>	تطور الميزان التجاري	135
<u>22</u>	المؤشرات الرئيسية التنافسية السياحية	136

137	تنافسية السياحة الجزائرية	<u>23</u>
138	طاقة الايواء غداة الاستقلال	<u>24</u>
141	مخططات التنمية(62-1980)	<u>25</u>
171	استراتيجية التنمية المستدامة للفترة 2001-2010	<u>26</u>
179	المخططات التوجيهية لـ SNAT	<u>27</u>
180	الخطوط التوجيهية الكبرى المكونة لـ SNAT	<u>28</u>
186	أهداف مخطط الأعمال التوجيهي	<u>29</u>
187	قائمة القرى السياحية للامتياز	<u>30</u>
187	توزيع مشاريع الأقطاب السياحية	<u>31</u>
192	الأسواق السياحية المستهدفة	<u>32</u>
199	معايير الجودة السياحية	<u>33</u>
209	تعداد مصطلح السياحة المستدامة في SDAT	<u>34</u>
214	الفرق بين الاستشرف والتخطيط الاستراتيجي	<u>35</u>

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
34	تفسير ظاهرة السياحة	<u>01</u>
37	تعريف متكامل للسائح	<u>02</u>
61	مخطط توضيحي لربط كل المدارس السياحية مع المداخل	<u>03</u>
68	متطلبات السياحة	<u>04</u>
80	نموذج بتلر	<u>05</u>
89	مستويات بيئة التخطيط الاستراتيجي	<u>06</u>
94	عملية بناء مخطط استراتيجي	<u>07</u>
103	مكونات نظام المعلومات الجغرافي	<u>08</u>