الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعـة الدكتور يحي فارس بالمديـة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

العنوان:

مقومات الجذب السياحي ودورها في التنمية الاقتصادية في البلدان المغاربية
دراسة مقارنة بين: الجزائر و تونس والمغرب

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص إدارة مالية

إعداد الطالب :
هولي رشيد

تحت إشراف :
أ. د علي حميدوش

لجنة المناقشة

أ.د بوشنافة الصادق	أستاذ التعليم العالي جامعة المدية	رئيسا
أ.د علي حميدوش	أستاذ التعليم العالي جامعة الجزائر 3	مشرفا
أ.د شبوطي حكيم	أستاذ التعليم العالي جامعة المدية	مناقشا
أ.د كواشي خالد	أستاذ التعليم العالي جامعة الجزائر 3	مناقشا
أ.د عوينات عبدج القادر	أستاذ محاضر أ جامعة البويرة	مناقشا
د شرفاوي عائشة	أستاذ محاضر أ جامعة البويرة	مناقشا

السنة الجامعية: 2019/2018

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الدكتور يحي فارس المدية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

العنـــــوان:

مقومات الجذب السياحي ودورها في التنمية الاقتصادية في البلدان المغاربية
الجزائر تونس المغرب
دراسة مقارنة

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص

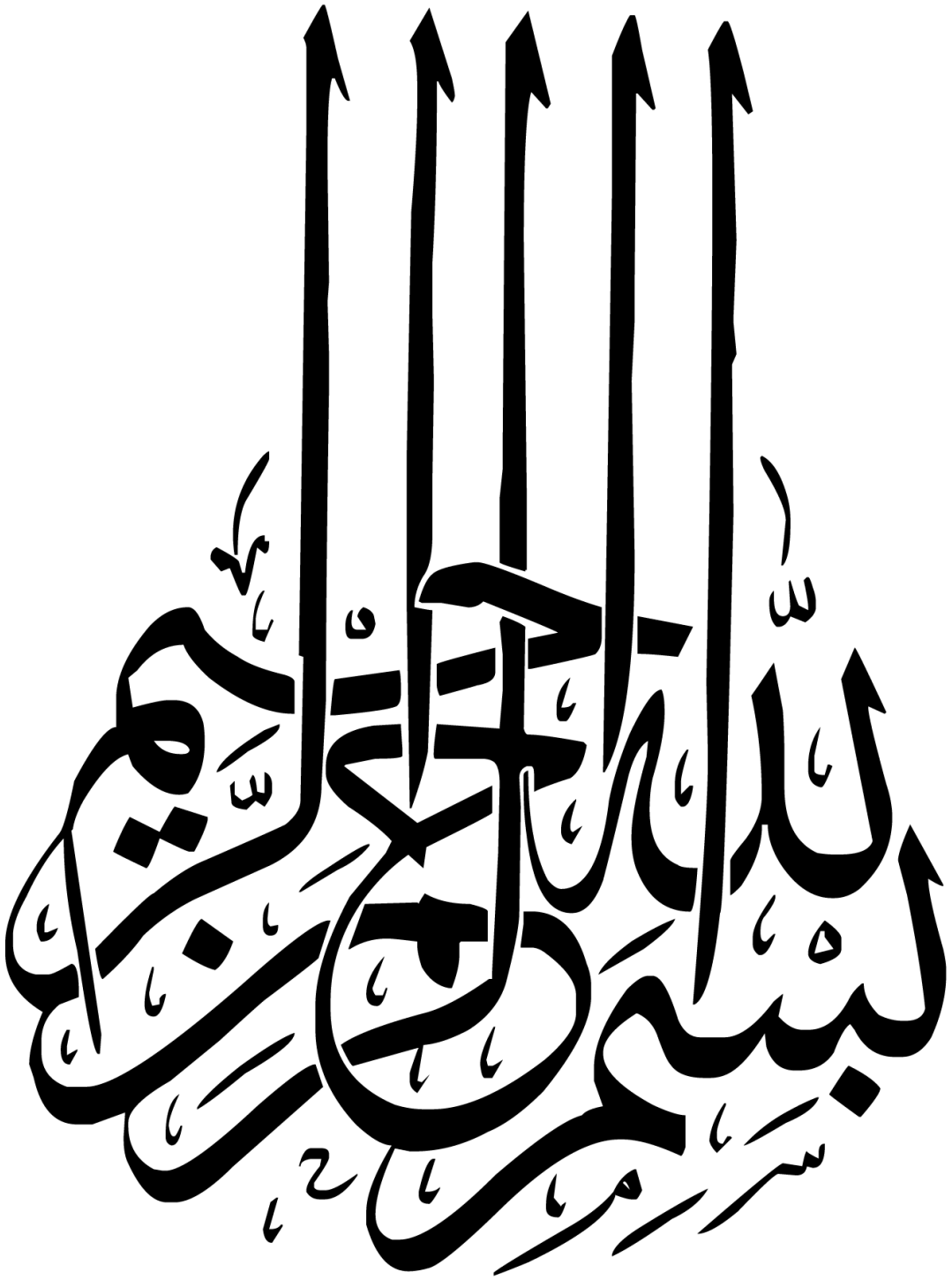
إعداد الطالب:
هولي رشيد

تحت إشراف:
أ. د علي حميدوش

لجنة المناقشة

	أستاذ التعليم العالي جامعة	رئيسا
أ.د علي حميدوش	أستاذ التعليم العالي جامعة	مشرفا
	أستاذ التعليم العالي جامعة	مناقشا
	أستاذ محاضر.أ جامعة	مناقشا
	أستاذ محاضر.أ جامعة	مناقشا
	أستاذ محاضر.أ جامعة	مناقشا

السنة الجامعية: 2018/2017


بسم الله الرحمن الرحيم

تشكر

الحمد لله الذي هدانا وما كنا لنهتدي لولا هدانا الله

الحمد الله الذي هدانا إلى نور العلم ، وميزنا بالعقل الذي يسر طريقنا .

الحمد لله الذي أعطانا من موجودات رحمته، الإرادة و العزيمة على إتمام هذا العمل المتواضع .

نحمدك ربنا حمدا يليق بمقامك و جلال وجهك العظيم ،نتقدم بجزيل الشكر و عظيم الامتنان و أوفر التقدير إلى الأستاذ الدكتور" **علي حميدوش** " على النصائح القيمة، وعلى أخلاقه الرفيعة وعلى تعاملاته اللطيفة والذي لم يبخل علينا بعلمه وتوجيهاته، والشكر موصول إلى اللجنة الموقرة التي قبلت مناقشة هذا العمل المتواضع، وإلى كل من قام بإمدادنا بكلمة طيبة وكل من ساعدونا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا العمل .

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الموضوعات	الصفحة
الشكر	
فهرس المحتويات	V-II
فهرس الأشكال	VII-VI
فهرس الجداول	X-VIII
مقدمة	ب- ط
الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة	41-1
المبحث الأول: ماهية السياحة	3
المطلب الأول: مفهوم السياحة	3
المطلب الثاني: المفهوم الاقتصادي للسياحة	6
المطلب الثالث: التطور التاريخي للسياحة	14
المبحث الثاني: أنواع السياحة وعناصرها	20
المطلب الأول: أنواع السياحة	20
المطلب الثاني:عناصر السياحة	29
المبحث الثالث: خصائص السياحة وأهميتها الاقتصادية	33
المطلب الأول: خصائص السياحة	33
المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية وغير الاقتصادية للسياحة	35
الفصل الثاني: التنمية السياحية ومقومات الجذب السياحي	82-43
المبحث الأول: التنمية الاقتصادية والتنمية السياحية	44
المطلب الأول: التنمية والتنمية الاقتصادية	44
المطلب الثاني: التنمية السياحية	48
المبحث الثاني: التخطيط السياحي	59
المطلب الأول: مفهوم التخطيط السياحي	59
المطلب الثاني: أهمية التخطيط السياحي وأهدافه	62
المبحث الثالث: المقومات السياحية	66
المطلب الأول: العوامل الطبيعية المؤثر في الجذب السياحي	66
المطلب الثاني: العوامل البشرية المؤثر في الجذب السياحي	68
المبحث الرابع : السوق السياحية	71
المطلب الأول: ماهية السوق السياحية	71
المطلب الثاني: العرض والطلب في السوق السياحي	74
الفصل الثالث: واقع السياحة في الجزائر	139-84
المبحث الأول: الإمكانيات السياحية وعناصر الجذب السياحي في الجزائر	85
المطلب الأول: العناصر الطبيعية السياحية في الجزائر	85
المطلب الثاني: الموارد الأثرية التاريخية	91
المبحث الثاني: مراحل تطور السياحة في الجزائر	96
المطلب الأول: تاريخ السياحة في الجزائر	96

المطلب الثاني: السياحة في الجزائر ضمن مخططات التنمية الوطنية	100
المطلب الثالث: النشاط السياحي في ظل الإصلاحات الاقتصادية (1990- 1999)	108
المبحث الثالث: واقع السياحة في الجزائر خلال الفترة (2000- 2015)	113
المطلب الأول: الإطار التشريعي للاستثمارات السياحية	113
المطلب الثاني: وضعية المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر	117
المطلب الثالث: العرض السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000 – 2015	128
الفصل الرابع: الإمكانيات السياحية في تونس والمغرب ومساهمتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية	194-141
المبحث الأول: الإمكانيات السياحية في تونس	142
المطلب الأول: المقومات السياحية الكبي في تونس	142
المطلب الثاني: مراحل السياحة في تونس	145
المطلب الثالث: الاستثمار السياحي التونسي والطاقة الإيوائية	147
المطلب الرابع: الطاقة الاستيعابية للهياكل السياحية في تونس	151
المبحث الثاني: الإمكانيات السياحية في المغرب	155
المطلب الأول: المقومات السياحية في المغرب	155
المطلب الثاني: مراحل تطور السياحة في المغرب	158
المطلب الثالث:الاستثمار السياحي في المغرب	161
المطلب الرابع: الطاقة الإيوائية للهياكل السياحية في المغرب	164
المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في تونس	171
المطلب الأول: التدفقات السياحية البشرية	171
المطلب الثاني: التدفقات السياحية المالية	177
المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاجتماعية والثقافية في تونس	179
المبحث الرابع: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في المغرب	183
المطلب الأول: التدفقات السياحية البشرية	173
المطلب الثاني: التدفقات السياحية المالية في المغرب	190
الفصل الخامس: مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر ومقارنتها بالبلدان المغاربية (تونس، المغرب)	245-194
المبحث الأول: مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر	195
المطلب الأول: التدفقات السياحية البشرية في الجزائر	195
المطلب الثاني: التدفقات السياحية المالية في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)	211
المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في التوظيف في الجزائر	218
المبحث الثاني: مقارنة مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في	223

البلدان المغاربية (الجزائر – تونس - المغرب)	
المطلب الأول: مقارنة مؤشرات العرض في البلدان المغربية	223
المطلب الثاني: مقارنة مؤشرات الطلب السياحي في البلدان المغاربية الثلاث	226
المطلب الثالث: مقارنة مؤشرات التدفقات المالية في البلدان المغاربية	231
المطلب الرابع: مقارنة تنافسية القطاع السياحي في البلدان المغاربية	239
خاتمة	246
قائمة المصادر والمراجع	254

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
1-1	تصنيفات المسافرين الوافدين	13
2-1	أنواع السياحة وفقا لمعيار الهدف أو الباعث على الرحلة	26
1-3	مخصصات القطاعات خلال المخطط 68/67	102
2-3	تطور عدد السياح الوافدين خلال الفترة (1990- 1999)	111
3-3	عدد الفنادق في الجزائر حسب تصنيفها للمرحلة (2000 - 2014).	131
4-3	توزيع الطاقة الإيوائية للفنادق المصنفة وغير المصنفة للفترة (2000 - 2014)	134
5-3	توزيع المؤسسات الفندقية حسب الطابع القانوني خلال الفترة (2000 - 2014)	138
1-4	تطور الاستثمار السياحي في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)	151
2-4	توزيع عدد الفنادق في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)	153
3-4	توزيع الطاقة الإيوائية بمعيار عدد الأسرة خلال الفترة (2000 – 2015)	154
4-4	نصيب القطاع السياحي من الاستثمار الأجنبي في المغرب سنة 2014	163
5-4	تطور الطاقة الإيوائية في الهياكل الفندقية بمعيار عدد الأسرة في المغرب خلال الفترة (2015-2000).	166
6-4	توزيع الطاقة الفندقية المصنفة بمعيار عدد الفنادق في المغرب سنة 2015	168
7-4	توزيع الطاقة الإيوائية على الهياكل الفندقية بحسب الدرجات في المغرب سنة 2015	168
8-4	تطور عدد السياح الوافدين الأجانب والتونسيين غير المقيمين خلال الفترة (2000 - 2015).	173
9-4	يبين تطورات خروج التونسيين إلى السياحة في الخارج.	174
10-4	تطورات الليالي السياحية ومعدل مدة الإقامة للفترة (2000 - 2015).	176
11-4	الإيرادات السياحية في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)	178
12-4	التشغيل في القطاع السياحي في تونس خلال الفترة (2000 - 2015):	182
13-4	تطورات السياحة الوافدة إلى المغرب خلال الفترة (2000 - 2015).	184
14-4	توزيع السياح حسب الجنسية في المغرب سنة 2015.	186
15-4	تطور عدد الليالي السياحية (المبيتات) بمؤسسات الإيواء المصنفة في المغرب خلال الفترة (2000 - 2015).	188
16-4	توزيع السياح على الليالي السياحية حسب الجنسية سنة 2015.	189
17-4	تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة (2000 - 2015).	191
18-4	تطور رصيد الميزان السياحي في المغرب خلال الفترة (2011 - 2014).	192
1-5	تطورات إجمالي السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000- 2014)	199
2-5	توزيع السياح الأجانب والسياح الجزائريين غير المقيمين خلال الفترة (2000- 2014)	199
3-5	توزيع السياح الأجانب بحسب الغرض للفترة (2011- 2015)	204
4-5	تطور السياحة المغادرة من الجزائر خلال الفترة (1999- 2014)	207
5-5	تطور عدد السياح الوافدين والمغادرين الجزائر خلال الفترة (2000-	208

	2014)	
6-5	تطور الليالي السياحية الفندقية في الجزائر خلال الفترة (2000- 2015)	210
7-5	تطور رصيد ميزان السياحي في الجزائر خلال الفترة (2000 - 2015)	214
8-5	مساهمة السياحة في الصادرات الجزائرية	216
9-5	مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام خلال الفترة (2000 - 2014)	218
10-5	تطور التوظيف في القطاع السياحي خلال الفترة (2000 - 2014) في الجزائر	221
11-5	مقارنة مؤشر الطاقة الإيوائية (المستهدف - المحقق) للدول الثلاث.	226
12-5	مقارنة مؤشر نسبة الإنجاز في السياحة الوافدة في البلدان المغاربية 2015.	229
13-5	مقارنة الفروقات مؤشر الليالي السياحية في البلدان المغاربية سنة 2015.	230
14-5	فروقات مؤشر المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي للدول الثلاث.	232
15-5	مقارنة نسب مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي في البلدان المعاربية	233
16-5	الفروقات الموجودة بين مؤشرات المساهمة في الصادرات.	236

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1-1	ساعات العمل في أوروبا خلال الفترة 1948- 2000	19
1-3	النفقات السياحية في الجزائر 1928 – 1929،	98
2-3	توزيع الأسرة بين الأنواع المختلفة للسياحة سنة 1962:	99
3-3	مخصصات القطاعات خلال المخطط 69/67:	101
4-3	مخصصات القطاعات في المخطط الرباعي الثاني:	103
5-3	المجاميع الاستشارية لطاقات الإيواء في المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)	104
6-3	طاقة الإيواء في الجزائر سنة 1979	105
7-3	المشاريع السياحية المبرمجة خلال المخطط الخماسي الأول (1980- 1984)	105
8-3	توزيع طاقة الإيواء حسب القطاعات وحسب النوع سنة 1989	107
9-3	المزايا الجبائية الممنوحة للاستثمارات السياحية	109
10-3	عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1990- 1999)	110
11-3	المشاريع السياحية خلال الفترة (2000- 2004) من إجمالي المشاريع الاستثمارية:	119
12-3	المشاريع السياحية قيد الإنجاز حسب النوع سنة 2007	121
13-3	المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الإنجاز (2008- 2014)	122
14-3	توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة حسب المنتوج السياحي لسنة 2007	123
15-3	توزيع المشاريع السياحية المتوقفة خلال الفترة (2008- 2014)	124
16-3	المشاريع الاستثمارية السياحية غير المنطلقة والمنتهية خلال المرحلة (2008- 2014)	125
17-3	المشاريع الاستثمارية السياحية خلال فترة (2008- 2014)	126
18-3	حصة الاستثمار السياحي من الاستثمار الإجمالي سنة 2010	1027
19-3	توزيع عدد الفنادق حسب تصنيفها 2000 – 2014	130
20-3	توزيع الطاقة الإيوائية للفنادق المصنفة وغير المصنفة في الجزائر خلال الفترة (2000-2014)	132
21-3	توزيع الطاقة الإيوائية حسب نوع المنتوج السياحي خلال الفترة (2000 – 2014)	135
22-3	توزيع طاقة الإيواء السياحي حسب الطابع القانوني خلال الفترة (2000 - 2014)	137
1-4	القطاع السياحي المرحلة (1956 - 1971)	145
2-4	تطور الاستثمار السياحي في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)	149
3-4	توزيع عدد الفنادق في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)	152
4-4	توزيع الطاقة الإيوائية في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)	154
5-4	تطور الطاقة الإيوائية حسب الفئات خلال الفترة (2015-2000)	165
6-4	الطاقة الإيوائية بالمغرب بمعيار عدد الفنادق المصنفة سنة 2015	167
7-4	توزيع عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2000 - 2015).	171
8-4	تطور عدد السياح التونسيين الخارجين خلال الفترة (2000 - 2015).	174
9-4	تطور عدد الليالي السياحية في تونس خلال الفترة 2000 – 2015.	175
10-4	الإيرادات السياحية التونسية خلال الفترة (2000 - 2015).	177
11-4	تطورات رصيد الميزان السياحي في تونس خلال الفترة (2015-2008).	178
12-4	تطور التشغيل والتشغيل في القطاع السياحي في تونس خلال الفترة (2015-2000):	181
13-4	تطورات عدد السياح الوافدين في المغرب خلال الفترة (2000 - 2015).	183
14-4	توزيع السياح الأجانب في المغرب حسب الجنسية خلال الفترة (2010 - 2015).	185
15-4	تطور عدد الليالي السياحية (المبيتات) بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة بالمغرب	187

	خلال الفترة (2000 - 2015).	
16-4	تطورات الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة (2001 - 2015).	190
17-4	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب خلال الفترة (2001 - 2015).	191
1-5	تطورات تدفق السياح إلى الجزائر خلال الفترة (2000- 2014)	196
2-5	توزيع السياح الأجانب لعشر دول الأولى الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000- 2015)	201
3-5	توزيع السياح الأجانب بحسب الغرض من الزيارة خلال الفترة 2011- 2015	203
4-5	عدد السياح المغادرين خلال الفترة (2000- 2014)	206
5-5	تطور الليالي الفندقية في الجزائر خلال الفترة (2000- 2014):	209
6-5	تطورات الإيرادات السياحية "بند أسفار" خلال الفترة (2000 - 2015)	212
7-5	تطورات النفقات السياحية "بند أسفار" خلال الفترة (200 - 2015).	213
8-5	مساهمة القطاع السياحي بشكل ضئيل جدا في الصادرات الجزائرية	216
9-5	مساهمة السياحة في إيرادات الخدمات خلال الفترة (2010 - 2015).	217
10-5	تطور التوظيف في القطاع السياحي خلال الفترة (2000 - 2014)	220
11-5	توزيع اليد العاملة في القطاع السياحي من إجمالي اليد العاملة في الجزائر وفي قطاع الخدمات للفترة (2008 - 2014)	221
12-5	مقارنة الطاقة الإيوائية للبلدان الثلاث خلال الفترة (2000 – 2015).	224
13-5	مؤشر عدد السياح إلى عدد السكان في البلدان المغاربية الثلاث سنة 2015.	227
14-5	مقارنة الأرقام المستهدفة مع الانجازات المحققة في مؤشر عدد السياح في البلدان المغاربية سنة 2015.	228
15-5	مؤشر الليالي السياحية المحققة والمستهدفة في البلدان المغاربية سنة 2015.	229
16-5	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في البلدان المغاربية الثلاث سنة 2015.	231
17-5	رصيد الميزان السياحي في البلدان المغاربية الثلاث.	234
18-5	مؤشر توفير مناصب شغل في البلدان المغاربية 2015.	238
19-5	ترتيب الدول المغاربية الثلاث في المؤشر العام لسنة 2015.	240
20-5	الترتيب في المؤشر الرئيسي الأول البيئة التكميلية لسنة 2015.	240
21-5	ترتيب الدول الثلاث في المؤشر الرئيسي الثاني لسنة 2015	241
22-5	ترتيب الدول المغاربية في المؤشر الرئيسي الثالث سنة 2015.	242
23-5	يوضح المؤشرات الفرعية لهذا المؤشر	243

مقدمة

مقدمة

تعتمد كثيرا من الدول النامية، في تمويل اقتصادياتها، على إيرادات صادراتها من المواد الأولية الاستخراجية أو الزراعية، مما يوقعها في تبعية مطلقة للدول المتقدمة، حيث تستورد السلع الاستهلاكية والاستثمارية بأسعار مرتفعة وتصدر المواد الأولية بأسعار منخفضة، لأن هذه المواد تحدد وفق الطلب الدولي والعرض الدولي، هذه الإيرادات من العملة الأجنبية عرضة لهزات وللأزمات المالية والاقتصادية الدورية، التي تقع فيها معظم اقتصاديات الدول الرأسمالية المتقدمة، مما يجعل الطلب يقل على المواد الأولية، فتنخفض إيرادات الدول النامية، وينعكس هذا سلبا على تنفيذ برامج التنمية الاقتصادية.

تتميز صادرات الدول المتخلفة من المواد الأولية بقلة الإنتاج، وضعف الجودة لعدم امتلاكها للتكنولوجيا الحديثة أو الصناعات كثيفة رأس المال،وعير قادرة على تلبية وتنفيذ الشروط الموضوعة من قبل الدول المتقدمة المسماة معايير الأمن والسلامة، وهذا لحماية منتجاتها الزراعية والصناعية من المنافسة الخارجية.

وأمام هذه الصعوبات والتحديات وظهور مفهوم جديد للتنمية، يأخذ في الحسبان الأبعاد الرئيسية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، بدأ العمل على تحقيق تنمية تؤدي إلى استغلال الطاقات والمواد المتاحة استغلالا أمثل، مع الاعتماد على مواد غير ناضبة أو متجددة، آخذة في الحسبان حقوق الأجيال القادمة من المواد الطبيعية التي يمتلكها كل بلد،ومحافظا على البيئة، مع تحقيق هدف التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم المختلفة، ولعل القطاع السياحي أصبح أحد أبرز القطاعات المساهمة بفعالية في تحقيق أهداف التنمية وفق ضوابط الاستدامة.

ولقد تعاظم دور لسياحة في الاقتصاد العالمي، خاصة في النصف الثاني من القرن العشرين، بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، وتطور وسائل الاتصالات ووسائل النقل، وأصبحت تنافس كبريات الصناعات الدولية من حيث الإيرادات والتشغيل، وتحقيق التوازن بين المناطق، وكذا المساهمة في تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات أو تخفيض العجز فيه وأصبحت نشاطاتها مصدرا هاما لجلب

العملات الأجنبية، وغيرها من المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية ومن المظاهر التنموية، المترتبة على النشاط السياحي، والتي تنعكس بشكل مباشر أو غير مباشر على أفراد المجتمع في البلد المقصد.

والبلدان المغاربية الثلاث (الجزائر، تونس، المغرب) كغيرها من الدول النامية، التي تعرضت للاستعمار الحديث، ارتكزت اقتصاداتها في تمويل برامج التنمية على إيراداتها من صادرات المواد الأولية الاستخراجية أو الزراعية، مما جعل اقتصادياتها رهينة لتغيرات الاقتصاد العالمي، وإن كانت بدرجات متفاوتة بينهم. فالجزائر اعتمدت على مصدر وحيد لجلب العملة الأجنبية المتمثل في تصدير النفط والغاز وأصبحت التنمية رهينة قطاع المحروقات وما يلحقه من أزمات أو دورات اقتصادية ليس له فيها خيار، نتيجة تحديد أسعار البترول في الأسواق الدولية، وتأثره الشديد بالأوضاع السياسية والأمنية والاقتصادية في البلدان المصدرة (العرض) أو المستوردة (الطلب) على حد سواء، مما جعل الإيرادات ترتفع وتنخفض بحسب الحالة السائدة (إيجابا وسلبا) وتنعكس مباشرة على تمويلات التنمية، وتحقيق الأهداف المسطرة في المخططات، ولعل الخطط الاقتصادية التي سطرتها الجزائر منذ الاستقلال لم تعط أهمية لكثير من القطاعات ولاسيما القطاع السياحي الذي ظل رهين سياسات تنموية جل تركيزها على قطاع المحروقات.

أما تونس والمغرب وان اعتمدتا على صادراتهما من المواد الأولية الزراعية والاستخراجية بشكل أقل، إلا أنهما كانتا تسعيان لتنويع مصادر تمويل برامج التنمية الاقتصادية، من خلال إعطاء أهمية أكبر لبقية القطاعات المنتجة للسلع والخدمات منذ الاستقلال، ويتجلى هذا من خلال المساهمة النسبية لمنتجات كثير من القطاعات المصدرة التي تساهم في تحقيق توازن ميزان المدفوعات أو تقليل الفجوة الموجودة بين حجم الصادرات وحجم الواردات.

وأمام التطورات الاقتصادية العالمية الراهنة، وظهور تحديات وصعوبات لم تكن من قبل، كان لزاما على الدول البحث عن مصادر دائمة بديلة للمصادر التقليدية الناضبة وتكون متجددة ومستدامة، لتمويل التنمية الاقتصادية والاجتماعية لا تقل أهمية في جلب العملة الأجنبية عن القطاعات التقليدية.

إشكالية الدراسة:

لا شك أن الأزمات المالية التي تقع فيها الدول المغاربية الثلاث، والتي عادة ما تكون دورية، ناجمة في كثير من الأحيان عن الأزمات المالية والاقتصادية والسياسية، التي تصيب اقتصاديات الدول المتقدمة التي تستورد المواد الأولية من هذه الدول، والتي انعكست سلبا على صادرات الدول المغاربية الثلاث وأصبحت تشكل حرجا وعقبة أمام الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي. ومن جهة أخرى فإن امتلاك هذه الدول لمخزون سياحي متنوع بتنوع الأقاليم والتضاريس والبيئة الطبيعية والتاريخية، وامتلاكها لعناصر سياحية فريدة، يجعل من القطاع السياحي قطاعا أساسيا وركيزة لتحقيق التنمية الشاملة، خاصة أمام عدم الاستقرار الذي يميز كثيرا من الأسواق السياحية التقليدية التي تعرف اضطرابات أمنية وسياسية متكررة.

ومن خلال ما سبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: هل للقطاع السياحي دور فعال في التنمية الاقتصادية في البلدان المغاربية؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- هل القطاع السياحي هو القطاع الرائد في التنمية الاقتصادية؟
- ما هي المقومات السياحية للبلدان المغاربية؟ وهل هناك تشابه في العناصر السياحية؟
- ما هو واقع القطاع السياحي في البلدان المغاربية؟
- ما هي التحديات التي تواجه تطور القطاع السياحي في الجزائر؟
- ما هو ترتيب المؤشرات السياحية المغاربية ضمن التقارير الاقتصادية الدولية؟

فرضيات الدراسة:

للإجابة على التساؤلات الآنفة الذكر تم وضع الفرضيات التالية للاختبار:

1- القطاع السياحي هو القطاع الرائد لقيادة العملية التنموية في الدول النامية.
2- امتلاك مقومات الجذب السياحي كفيل بجعل القطاع السياحي مصدرا لتمويل التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلد المقصد.
3- وجود عناصر سياحية متشابهة في البلدان المغاربية يجعل الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للنشاط السياحي متطابقة.

4- السياحة تساهم بشكل فعال في اقتصاديات الدول المغاربية.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية السياحة كونها أحد أبرز مرتكزات تمويل الاقتصاديات بالعملة الأجنبية سواء في الدول المتقدمة أو الدول النامية، مع وجود اختلاف للدور الاقتصادي للقطاع السياحي لكثير من الدول بالرغم من امتلاكها لمقومات سياحية قادرة على التنافس وخلق طلب أجنبي ومحلي على هذه العناصر التي قلما تجدها في دول أخرى، ومن جهة أخرى تجنب شروط وتحديات التصدير والمنافسة التي تفرض على سلع وخدمات القطاعات الأخرى خاصة المتجهة من الدول المتخلفة إلى الدول المتقدمة بحجة معايير الصحة والسلامة.

إن امتلاك الدول المغاربية الثلاث لموقع سياحي واحد، ومناخ متميز وتضاريس متعددة وتاريخ مشترك ناجم عن مرور حضارات عريقة على المنطقة مخلفة وراءها آثارا تعتبر كنوزا تاريخية مما مكنها من امتلاك منتوج سياحي يلبي جميع أنواع الطلبات المختلفة على منتوجات القطاع السياحي وتحقيق رغبات السياح الوافدين من أقرب وأكبر سوق سياحي مصدر للسياحة.

إن القطاع السياحي الذي يمتلك معروضا متنوعا، قادر على أن يكون قاطرة التنمية لتحقيق الرفاهية ورفع مستوى معيشة السكان من خلال إعطاءه المكانة اللازمة في البرامج والمخططات التنموية وتنفيذ الاستثمارات السياحية المبرمجة والاستفادة من التجارب المتشابهة بين الدول.

أهداف الدراسة:

إن معالجة موضوع السياحة في البلدان المغاربية يكون بغية تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- رفع الوعي الرسمي والشعبي ونشر ثقافة السياحة داخل الهيئات الرسمية ولدى أفراد المجتمع.
- معرفة مكانة السياحة في البرامج التنموية التي طبقتها البلدان الثلاث ومدى مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني.
- محاولة إيجاد بدائل فعالة ودائمة لمصادر تمويل الاقتصاد الجزائري خاصة ناضبة غير متجددة.
- محاولة إيجاد منتوجات قادة على خلق الثروة وصديقة للبيئة وتحافظ على حقوق الأجيال اللاحقة.

- معرفة الآثار الاقتصادية والاجتماعية للقطاع السياحي في البلدان المغاربية.
- تحليل وتشخيص واقع القطاع السياحي المغاربي مع التركيز على القطاع الجزائري وتحديد العرض السياحي والطلب الذي يقابله.
- تهدف الدراسة إلى وضع حلول ومقترحات للنهوض بالقطاع السياحي وجعله يقوم بالدور المنوط به على غرار ما هو موجود في بعض الدول النامية الرائدة في القطاع السياحي.

الأسباب الموضوعية لاختيار الموضوع:

إن هناك عدة أسباب وعوامل تدفع لاختيار هذا الموضوع منها:

- تعاظم الأهمية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى الدولي للقطاع السياحي خاصة لدى الدول المتقدمة، وتصدره للقطاعات الإستراتيجية من حيث جلب العملة الأجنبية وتشغيل اليد العاملة.
- زيادة الحركة السياحية الدولية بشكل كبير جدا مخلفة آثار إيجابية ضخمة على الدول المساهمة والمستوردة للسياحة.
- وجود اختلاف في درجة الاهتمام بالقطاع السياحي في السياسات الاقتصادية بالدول المغاربية رغم تشابه وتطابق المقومات الطبيعية والبشرية والحضارية بين الدول الثلاث.
- الاعتماد المفرط للدول النامية ومنها الدول المغاربية على تصدير المواد الأولية الإستخراجية والزراعية في تمويل الاقتصاد مما جعلها تقع في التبعية المطلقة من حيث استيراد جميع أنواع السلع الاستهلاكية والاستثمارية من جهة، ومن جهة أخرى الوقوع في الأزمات المالية والاقتصادية التي تستورد من الدول المتقدمة.

المنهج المستخدم:

بغرض اختيار الفرضيات المقترحة والإجابة على الإشكالية المطروحة وتحقيق الأهداف المسطرة استخدمت الدراسة أسلوب البحث العلمي ابتداء من المقدمة مرورا بالمحتوى ووصولا إلى الخاتمة التي تحتوي على نتائج وتوصيات، وقد استخدم المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، حيث تم التعرف على الطاهرة محل الدراسة والذي تم على أساسه تحديد مصادر المعلومات التي يستقي منها وتركيب البيانات اللازمة وتحليلها وربط النتائج بالأسباب اعتمادا على المعطيات والبيانات العددية

الرسمية المنشورة في الهيئات المختلفة ذات الصلة بالموضوع، كمنظمة السياحة العالمية ووزارة السياحة والهيئات الإحصائية المتخصصة في كل بلد.

أما من حيث أدوات البحث فقد تم الاعتماد على المراجع العلمية كالكتب والمقالات في المجلات العلمية والمدخلات في المؤتمرات والمواقع الإلكترونية واستعمال أيضا التقارير والإحصائيات والمنشورات والوثائق الصادرة عن الجهات الرسمية.

الدراسات السابقة:

لقد تم الإطلاع على الكثير من الدراسات السابقة والكتب والمجلات والمقالات المنشورة والتي تناولت موضوع النشاط السياحي وكيفية تطوره وتعاظم أهميته. لأن الأبحاث السابقة لأي دراسة علمية تعتبر لبنة أساسية في إطار العرم العلمي والمرجع العلمي الذي يستند إليه أي بحث.

ومن الدراسات الجامعية السابقة التي اطلع عليها:

- "السياحة وأثارها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر" للباحثة مليكة حفيظ شبايكي، مقدمة على مستوى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، سنة 2003، والتي تناولت مفاهيم حول السياحة وتطورها ومكانة النشاط السياحي في الاقتصاد الجزائري، كما عرجت على الآثار السياحية في المجال الاقتصادي والاجتماعي ومستقبل السياحة في الجزائر، وتوصلت الباحثة إلى أن مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني كان بشكل ضئيل وضعيف ولم تكن لها أهمية في السياسات الاقتصادية منذ الاستقلال وذلك لاعتماد الاقتصاد الوطني على أحادية التمويل وهو قطاع الصناعات الاستخراجية أو قطاع المحروقات.
- "أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزئر"، أطروحة دكتوراه للباحث كواش خالد، مقدمة على مستوى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، سنة 2004، وقد عالج الباحث إشكالية تتمحور حول موقع وأهمية وأفاق التنمية السياحية في الجزائر، وتوصل إلى نتائج مفادها أن حجم ما تملكه الجزائر من موارد سياحية لا يعكس النتائج المتحققة على أرض الواقع لعدم إعطاءه أهمية للمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتمركز

طاقات الإيواء السياحي في المدن الكبرى مما يؤدي إلى تمركز النشاط السياحي وعدم القدرة على إزالة الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين المناطق.

- "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر" أطروحة دكتوراه علوم من إعداد الباحث عامر عيساني، مقدمة في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، سنة 2010، ولقد تم التطرق إلى المفاهيم النظرية للسياحة وأثارها الاقتصادية والاجتماعية، ثم عرّج على التنمية السياحية المستدامة ثم واقع وإستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ثم دراسة التنمية السياحية في مصر وتونس وتوصل إلى نتائج أهمها أن الاهتمام بالنشاط السياحي كان في الجزائر متأخرا وغير مضمون بسبب عدم الالتزام بالخطط الموضوعة وكذا عدم تنفيذ وتوزيع الاستثمارات السياحية مما يجعله قطاعا مساهما في التنمية الاقتصادية عكس السياسات السياحية في مصر وتونس التي سعت إلى توفير منتوجات سياحية تنافسية على مستوى أسواقها مع تخلف الجزائر على ذلك، وهو ما يتوضح في ضعف طاقات الإيواء وضعف الاستثمارات السياحية من قبل القطاع الخاص المحلي والأجنبي وضعف القطاعات التي لها صلة مباشرة بالقطاع السياحي مما خلق مساهمة ضئيلة جدا وتحقيق عجز في الميزان السياحي مقارنة بما يحقق في كل من مصر وتونس.
- "الأداء والأثر الاقصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب" أطروحة دكتوراه علوم من إعداد الباحثة صليحة عشي، مقدمة على مستوى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2011، وقد عالجت إشكالية البحث ما هي وضعية أهم المؤشرات السياحية والاجتماعية والتنمية؟

وقد توصلت إلى النتائج أهمها ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني الجزائري بسبب إهماله في مختلف البرامج التنمية الاقتصادية لسيطرة الأيديولوجية الاشتراكية التي سادت البلاد عقدين من الزمن، تلتها الأزمة الأمنية التي عاشتها الجزائر مع غياب سياسة تسويقية للمنتوج السياحي وسيطرة القطاع العام على مفاصل النشاط السياحي مما نتج عنه تسجيل عجز دائم لميزان السياحة والسفر مع ضعف مساهمة القطاع السياحي في حل مشكلة البطالة.

تقسيمات الدراسة:

للإجابة على التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية، وتحقيق الأهداف، واختبار الفرضيات، تم تقسيم الدراسة إلى مقدمة خمسة فصول، الأول جاء بعنوان الإطار النظري للسياحة، حيث قسم بدوره إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول: ماهية السياحة، والثاني: أنواع السياحة وعناصرها، والثالث: خصائص السياحة وأهميتها الاقتصادية.

أما الفصل الثاني فكان بعنوان التنمية السياحية ومقومات الجذب السياحي، وقسم إلى أربع مباحث: الأول بعنوان التنمية الاقتصادية والتنمية السياحية، والثاني: التخطيط السياحي، والثالث: المقومات السياحية والعوامل المؤثرة فيها، أما الرابع فكان تحت عنوان: السوق السياحية.

في حين قسم الفصل الثالث الذي جاء بعنوان واقع السياحة في الجزائر إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول: الإمكانيات السياحية وعناصر الجذب السياحي في الجزائر، الثاني: مراحل تطور القطاع السياحي في الجزائر، أما الثالث والأخير فكان بعنوان: واقع السياحة في الجزائر خلال الفترة (2000- 2015).

أما الفصل الرابع فكان بعنوان: الإمكانيات السياحية في تونس والمغرب ومساهمتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والذي قسم بدوره إلى أربع مباحث: المبحث الأول: الإمكانيات السياحية في تونس، أما المبحث الثاني فجاء بعنوان: الإمكانيات السياحية في المغرب، والمبحث الثالث كان تحت عنوان: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في تونس، أما المبحث الرابع والأخير في هذا الفصل فهو: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في المغرب.

في حين جاء الفصل الخامس والأخير بعنوان: مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر ومقارنتها بالبلدان المغاربية (تونس، المغرب) والذي قسم إلى مبحثين، الأول: المساهمة السياحية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، والمبحث الثاني: مقارنة مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلدان المغاربية (الجزائر – تونس – المغرب).

وانتهت الدراسة بخاتمة متضمنة اختبار الفرضيات ونتائج تتعلق بموضوع الدراسة، وتوصيات قد تكون مناسبة للموضوع.

الفصل الأول
الإطار النظري للسياحة

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة

تمهيد:

ارتبطت السياحة عند ظهورها بالمعنى البسيط، والذي يتعلق بحركة الإنسان من مكان سكناه إلى مكان آخر بغرض التنزه والاستجمام أو لأغراض أخرى. ومع التطور البشري تغير المفهوم وأصبحت السياحة صناعة قائمة بذاتها، متكاملة مع القطاعات الأخرى، وزاد الاهتمام بها، وأصبحت من الصناعات الإستراتيجية، التي لها أسس تقوم عليها، وعناصر يجب توفرها، ولها خصائص تميزها، وظهرت أنواع كثيرة في دول متعددة ، وفقا لمعايير مختلفة، وأصبحت لها أهمية اقتصادية واجتماعية، في كثير من المجالات حتى فاقت الكثير من الصناعات الحديثة، صارت المورد الأول في جلب العملات الأجنبية في كثير من الدول. ولدراسة السياحة من الجانب النظري قسم الفصل إلى ثلاث مباحث:

- **المبحث الأول: ماهية السياحة**
- **المبحث الثاني: أنواع السياحة وعناصرها**
- **المبحث الثالث: خصائص السياحة وأهميتها الاقتصادية**

المبحث الأول: ماهية السياحة

اختلف الباحثون والمختصون في إعطاء تعريف محدد للسياحة، نتيجة اختلاف ميولات وتوجهات وتخصصات كل باحث، وبحسب الزاوية التي ينظر منها للسياحة، فهي ظاهرة اجتماعية عند البعضمنهم، لارتباطها بالعلاقات الاجتماعية بين الأفراد داخل المجتمع الواحد،أو أفراد الشعوب المختلفة، وظاهرة اقتصادية عند آخرين، لما لها من صلة بالحياة الاقتصادية للدول والأنشطة التي تذر على أصحابها دخولا، وتأثيرها المباشر على المؤشرات الاقتصادية، أوهي ظاهرة ثقافية لمساهمتها في العلاقات الإنسانية بين الشعوب، ونقل العادات والتقاليد، داخل البلد الواحد، أو بين البلدان المختلفة.[1]

المطلب الأول: مفهوم السياحة

أولا: المفهوم اللغوي

1-السياحة في اللغة العربية

إن لفظ السياحة له معنى لغويا واحدا فقط، هو الذهاب المطلق في الأرض، أما المعاني الأخرى، فهي اصطلاحية شرعية مقيّدة، وكلها استعارات أشارت إليها النصوص الشرعية.[2]

ففي المعجم الوسيط: ساح الماء ونحوه – سيّحا وسيحانا – سال وجرى، ساح فلان في الأرض سيْحا وسَيَحاناً وسياحةً: ذهب وسار، وذهب فيها للتعبد والترهب، ولزم المسجد وأدام الصيام. وساح الظل: رجع من المغرب إلى المشرق فهو سائح وسيّاح.

السائح: الصائم الملازم للمسجد، والسائح المتنقل في البلاد للتنزه أو الاستطلاع، والبحث والكشف ونحو ذلك، وجمعه سياح.

والسياحة: التنقل من بلد إلى بلد طلبا للتنزه أو الاستطلاع والكشف.[3]

وفي معجم مقاييس اللغة: (سيح) السين والياء والحاء أصل صحيح، يقال ساح في الأرض، قال الله جل ثناؤه: **(فسيحوا في الأرض أربعة أشهر)** والسِّيح: الماء الجاري.[4]

وفي لسان ابن منظور: سيح السَّيْح، الماء الظاهر الجاري على وجه الأرض، وفي التهذيب: وقد ساح إذا جرى على وجه الأرض، وفي حديث الزكاة "ما سُقي بالسيح ففيه العشر" أي الماء الجاري.

---

[1]– ماهر عبد العزيز، صناعة الفندقة، دار زهوان للنشر، الأردن، 2008، ص 22.

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

[3]– مجمع اللغة العربية ،المعجم الوسيط، غير مفهرس، مكتبة الشروق الدولية، ، 2004، ص468.

[4]– أبي الحسن أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، سوريا، 1979، ص 120.

والسياحة: الذهاب في الأرض للعبادة والترهب. وفي الحديث "لا سياحة في الإسلام" أراد به مفارقة الأمصار والذهاب في الأرض. وفي سياحة هذه الأمة الصيام ولزوم المساجد.

وقوله تعالى: **(الحامدون السائحون)**[*] وقوله تعالى: **(سائحات ثيبات وأبكارا)**.[**]

والسائحون والسائحات والصائمون والصائمات، وإنما قيل للصائم سائح، لأن الذي يسيح متعبدا، يسيح ولا زاد معه إنما يطعم إذا وجد الزاد.[1]

وقد جاء في تاج العروس من جواهر القاموس، للسيد محمد مرتضى الحسيني الزبيدي، أن ما ورد في اللسان، من كون السياحة هي الذهاب للعبادة والترهب، أن هذا المعنى اصطلاحي مقيّد، وهو محل تأمل. أما السيوح والسيحان والسيح، فإنه مطلق الذهاب في الأرض، سواء كان للعبادة أو غيرها.[2]

فالسياحة في اللغة لها معنيين، الذهاب في الأرض للتنزه والاستكشاف والاستطلاع، أو لغرض العبادة والرهبنة والجهاد والصيام والحج وطلب العلم والتفكر، هذا المعنى الأخير، يتوافق مع مفهوم السياحة في الشريعة الإسلامية، والتي تتركز على دفع المحظورات على السائحين، وإقران أي نشاط إنساني بالعبادة، بما يتوافق والقوانين الشرعية، المبثوثة في النصوص الشرعية، حتى يكون هناك توازن تام، بين إشباع أكبر قدر ممكن من الحاجات بأقل تكلفة، وأقل ضرر ممكن.[3]

2-السياحة في اللغة الأجنبية:

أما في اللغة الإنجليزية فقد ارتبط مصطلح "Tourist" بالأشخاص الذين يقومون "بالجولة الكبرى" في اليابسة الأوروبية سنة 1811م باتجاه مدن فرنسية وإيطالية. ولفظة السياحة تتضمن ممارسة الرحلة الممتعة.[4]

أما في قاموس أكسفورد، فتعود كلمة "Tourism" إلى أصل "Tour" والتي تعني "رحلة تبدأ من المنزل وتعود إليه" والتي يزار فيها عدة أماكن.[5]

---

[*]- سورة التوبة الآية 112.

[**]-سورة التحريم الآية 05.

[1]- ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني (ت-ح)، دار صادر، بيروت، بدون سنة نشر، ص 492،493.

[2]- هاشم بن محمد حسين ناقور، مرجع سبق ذكره، ص 07

[3]- محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير، المجلد الأول، ط4، دار القرآن الكريم، بيروت، 1981، ص 520.

[4] - François Bédaro, L'agent de voyages a l'ère du commerce électronique, uni profession à réinventer, Presse de l'université Québec, Québec, 2001, P39.

[5] - The Oxford Dictionary of arrant English, Oxford university, Press Aman House, London, 1948, P 915.

فكلمة "Tour" رحلة مع زيارة أماكن مختلفة لأجل التجارة والمتعة والتعليم وكلمة "Tourism"معناها ممارسة السفر لأجل المتعة أو هي صناعة توفير الرحلات والخدمات لأجل السياح، وكلمة "Tourist" الشخص الذي يسافر لأجل المتعة.[1]

وأول ظهور لكلمة "Tourist" في اللغة الإنجليزية، كان سنة 1800، وفي اللغة الفرنسية، كان أول ظهور لها سنة 1816، ومصطلح السياحة عرض لاحقا.[2]

أما وكالات السفر فكان أول ظهور لها سنة 1841 على يد طوماس كوك (Thomas Cook) في إنجلترا.[3]

ثانيا: المفهوم الشرعي للسياحة

إن الإسلام جاء ليغير كثيرا من المفاهيم المشوهة، التي ارتبطت بعقول كثير من الناس، حيث كانت السياحة مرتبطة بتعذيب النفس، وإجبارها على السير في الأرض، وإتعاب البدن، وغيرها من الأمور المنبوذة، عقلا وشرعا. ولما سئل الإمام أحمد على هذا النوع من السياحة أجاب (ما السياحة من الإسلام في شيء)، وقرن مفهومها بالمقاصد العظيمة، والغايات النبيلة ومنها:[4]

1- ربط السياحة بالعبادة، وأوجب السفر "السياحة" لأداء مناسك الحج.

2- اقترنت السياحة في المفهوم الإسلامي، بالعلم والمعرفة، وهو تفسير عكرمة لمصطلح سائحون (طلبة العلم).

3- الاعتبار والتذكر، وقد جاء في القرآن الكريم، الأمر بالسير في الأرض، والضرب فيها، في عدة مواطن **(قل سيروا في الأرض ثم انظروا كيف كان عاقبة المكذبين)** سورة الأنعام / الآية 11، **(قل سيروا في الأرض فانظروا كيف كان عاقبة المجرمين)** سورة النمل / الآية 69.قال الزمخشري: معناه إباحة السير في الأرض للتجارة وغيرها من المنافع، وإيجاب النظر في آثار الهالكين.

4- الدعوة إلى الله تعالى، وهي أعظم مقاصد السياحة في الإسلام، وأشرفها غاية وهدفا.

---

[1] -Anne H.soukhanouve and others, The American heritage dictionary of The English language, Third edition, P7515, 7516.
[2] -MaacLaplante, l'expérience touristique contemporaine fondements sociaux et culturels, Presse de l'université du Québec, Québec, 2003, P10.
[3]- François Bédaro, op cit, P 40.
[4]- محمد صالح المنجد، حقيقة السياحة في الإسلام وأحكامها وأنواعها، سؤال وجواب رقم 87846، سنة 1997 على الموقع: www.islamqa.com/ar/ref/87846

5- السفر للتأمل في بديع خلق الله تعالى، والتمتع بجمال هذا الكون العظيم، لزيادة الإيمان به، وترويح عن النفس، لأخذها على الجد بعد ذلك. قال تعالى: **(قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق ثم الله ينشأ النشأة الآخرة)**.

فالسياحة في المفهوم الإسلامي، تشير إلى معاني اصطلاحية مفيدة، كالصيام والجهاد، والذهاب للعبادة والرهبنة،وطلب العلم والحج والتفكر والتجارة وغيرها، وكلها أمور مرتبطة بالهدف، الذي خلق الإنسان لأجله على وجه الأرض، وكلها تتركز على إتيان المباحات بلا إسراف وترك المحظورات لقوله تعالى: **(قل من حرم زينة الله التي أخرج لعباده من الطيبات من الرزق)** سورة الأعراف/ الآية 32.

المطلب الثاني: المفهوم الاقتصادي للسياحة

أولا: تعريف المنظمات الدولية للسياحة

اهتمت عدة منظمات اقتصادية بإعطاء تعاريف محددة للسياحة، وركزت كل واحدة منها على مجال أو مدخل معين.

ففي سنة 1936، قررت لجنة خبراء الإحصاء لعصبة الأمم بجنيف، في تقرير رفع إلى العصبة، أن السائح هو "الشخص الذي ينزل لمدة 24 ساعة أو أكثر، في غير بلاده".[1]

وأعقبته اللجنة سنة 1937 بتعريف آخر بأن "السائح هو الشخص الذي ينزل ببلد غير بلده، لمدة لا تقل عن 24 ساعة، لأغراض مختلفة كالترويح عن النفس أو لأسباب عائلية أو صحية أو لحضور اجتماعات أو لإدارة أعمالهم".[2]إنهذا التعريف نظرلمفهوم السياحة والسائح من زاوية الهدف والمغزى وحصر المدة في يوم وليلة.

أما المنظمة العالمية للسياحة (WTO)*فقدأعطت تعريفا للسياحة بأنها:"حركة الناس إلى وجهة خارج مكان إقامتهم المعتادة، لمدة قصيرة لا تتجاوز السنة، لغرض المتعة والترفيه، ولا ينطوي على أي نشاط ينجز عنه الحصول على دخل".[3]

هذا التعريف أشار إلى المدة وذكر أقصاها، لكنه لم يحدد أدنى مدة ممكنة، حتى يدخل المسافر ضمن مفهوم السائح.

---

[1]- ماهر عبد العزيز مرجع سبق ذكره، ص 22.

[2]- نفس المرجع السابق، ص 22.

* **WTO**: World Tourism Organization.

[3]- Technical Manaul N01, p08.

أما تعريف الإتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمي "IUOTO"** والذي أصبح فيما بعد "منظمة السياحة والسفر الدولي"، والذي أقرته عليه اللجنة الإحصائية التابعة للأمم المتحدة سنة 1968، فقد اشترط الإقامة لمدة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة، وأقر بأن السائح "هو كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد عن أبع وعشرين ساعة، على ألا تتحول الإقامة إلى إقامة دائمة".[1]

هذا التعريف ميز بين الشخص المسافر كسائح، والشخص المسافر المتحول إلى مقيم، دون تحديد المدة والشروط التي تحول المسافر إلى مقيم.

بينما تعرف "جمعية السياحة البريطانية" السياحة بأنها "حركة قصيرة الأجل، يقوم بها الأفراد إلى أماكن إقامة مؤقتة، خارج الأماكن المعتادة لحياتهم وعملهم وأنشطتهم، مع اشتمالها على جميع الأغراض والزيارات، ليوم واحد على الأقل".[2]

أما"الجمعية الدولية للخبراء العلميين للسياحة"(AIEST) فقد أقرت تعريف ووصف اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة للسياحة سنة 1968.[3]

وقد عرف الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء المصري، السائح بأنه"هو كل أجنبي يفد إلى مصر، ويقضي بها مدة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة، ولا تزيد عن تسعين يوما، لأي غرض من الأغراض فيما عدا الهجرة والاستخدام".[4]

كما عرفها المجلس الأعلى للسياحة بأنها "تشمل جميع الأنشطة الإنتاجية والاستهلاكية، الناتجة عن التنقل خارج مكان الإقامة لليلة واحدة على الأقل، وذلك بغرض الترويج عن النفس بالأعمال والعلاج والمشاركة في أنشطة مهنية ورياضية أو دينية".[5]

أما وزارة السياحة الجزائرية فقد تبنت تعريف المنظمة العالمية للسياحة، إلا أنها أضافت بعض المفاهيم المتعلقة بالسياحة منها:[6]

- **الداخل:** كل مسافر عبر الحدود ودخل التراب الوطني خارج مساحة العبور يعتبر داخلا.

** -**IUOTO** : International Union of Official Travel Organization.

[1]– خالد بن عبد الرحمان آل نعيم، الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، دار أسامة، عمان، 2014، ص14.

[2]– منال شوقي عبد المعطى، مرجع سبق ذكره، ص44.

[3]– Carson L.Jenkins and leonard J. Lickorish, An introduction to tourism, First published, Butter worth, Heinemann, oxford creat Britain, 1997, p23.

[4]– أحمد محروس لخضيري، تحليل السياسات العامة في مصر، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة، 2006، ص49.

[5]– فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص34.

[6]– الديوان الوطني للإحصائيات، المجموعة الإحصائية السنوية ، نشرة 1991، ص264.

- **المسافر:** كل شخص دخل التراب الوطني مهما كانت أسباب هذا الدخول ودوافعه ومدته وجنسيته باستثناء الجوالين في رحلة بحرية.
- **الجوال في رحلة بحرية:** هو كل شخص يقدم في رحلة بحرية، ويدخل الحدود ليغادرها في نفس السفينة، والتي يسكن داخلها طوال مدة إقامته في البلاد.
- **السائح:** كل شخص يزور لفترة معينة لا تقل عن 24 ساعة لدوافع مختلفة منها: المتعة في العطلة، ولأسباب صحية ودراسية، ولدوافع دينية ورياضية، أو الأسباب مثل زيارة الأقارب، والاجتماعات والمهمات.
- **غير المقيمين:** هم السياح الجوالين والمسافرون العابرون للجزائر، باستثناء الجوالين في رحلة بحرية.
- **المقيمون:** هم المسافرون في رحلة بحرية وغير مقيمين.
- **الجوال:** هو كل شخص يزور الجزائر على أن لا تتعدى مدة إقامته 24 ساعة. ويتضمن هذا التعريف كل المسافرين الذين يجبون البحر، ويستثنى منها سكان الحدود مع الجزائر.

ثانيا: تعريف الاقتصاديين للسياحة

إن أول تعريف علمي للسياحة، كان سنة 1905، على يد الألماني "غوييرفرويلر" Freuler Guryer الذي عرف السياحة بأنها "ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، ترتكز على الانتقال من مكان الإقامة، للاستحمام والاستمتاع بجمال الطبيعة، والإحساس بالمتعة في مناطق طبيعية خاصة".[1]

هذا التعريف حصر مفهوم السياحة في الشعور النفسي الذي تتركه على السائحدون التطرق لبقية الآثار الأخرى المختلفة، كما لم يتطرف للمدة الزمنية وهذا لحداثة المفهوم الكتخصص للسياحة أنذاك.

كما عرف العالم النمساوي هيرمان فونشوليرن(Herman Von Sholleron) بأنها "مجموع العمليات ذات الطبيعة الاقتصادية، والمرتبطة أساسا بحركة السياح المؤقتة، وانتشارهم بين المناطق أو المدن أو البلدان".[2]

وعلى عكس التعريف السابق، فإن هذا التعريف حصر السياحة في الحركة التي لها أثارا اقتصادية، مهملا بقية الآثار الأخرى الاجتماعية، الثقافية...إلخ.

[1]-Graham Dann, The sociology of tourism European origin and development, London, Emerld group publishing, 2009, p89.
[2]- Hotel Industry, Tourism, April 2010, See hotelaround world. Blog sport. Com. 9/11/2015.

أما السويسري جلاكسمان(R.Glucksman) فقد عرف السياحة سنة 1935 بأنها "مجموعة من العلاقات المتبادلة، التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان". هذا التعريف ركز في مفهومه على العلاقات التي تنشأ بين السائح المتنقل والمقيمين الأصليين داخل بلدهم.[1]

إن التعريف السابق، يتطابق مع تعريف السويسري هونزكيزWolterHunziker سنة 1959، والذي ينص على أن السياحة هي "مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص خارج مكان إقامته الاعتيادية، طالما أن هذه الإقامة لا تتحول إلى إقامة دائمة ولم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي".[2]

وحسب هذا التعريف فإن الشخص الذي يسافر للعلاج يعتبر سائحا، بينما الشخص الذي يسافر في رحلة تجارية ويقوم بنشاط يدر ربحا، فلا يمكن اعتباره سائحا، كما أنه استبعد السياحة الداخلية، لأنه حصر انتقال الأشخاص إلى أماكن غير تلك التي يقيمون فيها.

أما زيد منير سلمان فقد عرفها بأنها "ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق منه الحاجات المتزايدة، للحصول على الراحة والاستجمام،وتغيير الجو الروتيني، والإحساس بجمال المناظر الطبيعية والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة".[3]

إذن فقد بُذلت الكثير من الجهود، لتحديد وحصر مفهوم السياحة، والوصول إلى تعريف دقيق، يحدد المصطلح، لماله من أهمية في دراسة وتحليل متغيرات ومؤشرات هذا القطاع، لارتباطه بمتغيرات اقتصادية وغير اقتصادية. ولعل تعريف مؤتمر منظمة السياحة العالمية، أكثر دقة وقبولا وشمولا لمصطلح السياحة، والذي انعقد سنة 1991 بمدينة (أوتاوا) بكندا، والذي اعتمد من طرف اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة، عام 1993، والذي نص على "أن السياحة تضم أنشطة الأشخاص المسافرين إلى أماكن خارج بيئتهم المعتادة، والبقاء هناك لمدة لا تزيد عن سنة واحدة، وذلك لغرض المتعة أو للتجارة أو لأي غرض آخر".[4]

---

[1]– ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص23.

[2]–مصطفى يوسف كافي، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص17.

[3]– زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الرايةللنشر والتوزيع ، الأردن، 2008، ص17.

[4]- Lesley Pender and Richard sharpley, The Management of tourism, First published, SAGE Publication, London, 2005, p05.

كما عرفت نفس المنظمة السياحية بأنها "انتقال الأفراد من مكان إلى آخر لأهداف مختلفة ولفترة زمنية تزيد عن أربعة وعشرين ساعة ولا تتجاوز سنة واحدة".[1]

إن هذين التعريفين ارتكزا على عامل الترفيه كأحد الدوافع الأساسية لنشؤ السياحة، ولكنه ليس الوحيد ، بل هناك دوافع أخرى كالدراسة والعبادة (الحج) وطلب العلم والرياضة، كما يشير إلى أن السفرية تكون لمدة قصيرة لا تتجاوز السنة (مؤقتة).

من خلال التعاريف السابقة، يتبين أن السياحة هي حاجة إنسانية، يتم تلبيتها من خلال التنقل من مكان الإقامة المعتادة إلى مكان آخر، على أن لا تقل عن أربعة وعشرينساعة ولا تتعدى المدة الزمنية سنة واحدة،، وأن تمارس جميع الأنشطة المتعلقة بالسفر، غير تلك المتعلقة بالعمل الدائم في البلد المستقبل للسياح، ولهذا فالسياحة ظاهرة اقتصادية اجتماعية وثقافية متداخلة فيما بينها.

ثالثا: تعريف السائح

لقد شكلت كلمة "السائح" مدخلا لتعريف السياحة، من خلال النشطات والعلاقات التي ينسجها من حركته المؤقتة خارج موطنه الأصلي المعتاد عليه، فإن مصطلح السائح يكتسي أهمية كبيرة في تمييز السائح عن غيره من المسافرين عند جمع الإحصاءات والبيانات، ودراسة سلوكياته، ومعرفة حجم الإنفاق والطلب السياحي الذي يجب أن يقابل العرض السياحي، سواء من حيث الأماكن السياحية، أو الخدمات الواجب توفرها لتلبية رغبات السياح.ومن التعارف المذكورة في هذا الشأن نجد:

- تعريف الباحث الإنجليزي "أوجيلف" أن السياح هم "كل الأشخاص الذين يتوفر فيهم شرطان أولهما أن ينتقلوا من موطنهم الأصلي لمدة تقل عن سنة، والثاني أنهم بسبب إقامتهم خارج موطنهم ينفقون في المناطق التي يقيمون فيها إقامة مؤقتة أموالا، لم يكتسبوها في هذه المناطق".[2]
- تعريف لجنة خبراء الإحصائيات لعصبة الأمم، سنة 1937 حيث حددت من هم السائحون على الوجه التالي:

- الأشخاص الذين يسافرون لحضور الاجتماعات الدولية أو لتمثيل بلادهم أيا كان ذلك التمثيل (علميا، إداريا، سياسيا، رياضيا...الخ).

-الأشخاص الذين يسافرون في شؤون عملهم.

[1]–أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية – الأسس والمرتكزات – دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص19.

[2]: عبد العزيز ماهر، مرجع سبق ذكره، ص25.

-الأشخاص الذين يسافرون في رحلات بحرية حتى لو كانت فترة إقامتهم أقل من 24 ساعة.[1]

كما عرفت منظمة التعاون الاقتصادي للتنمية الاقتصادية، السائح بأنه"كل شخص ينتقل لمدة لا تقل عن 24 ساعة، إلى بلد آخر غير البلد التي بها موطنه المعتاد".

- تعريف اللجنة الإحصائية 1968 والتي تم الاتفاق فيها أن مصطلح السائح يصف كل شخص يقوم بزيارة بلد غير بلد إقامته الأصلي، لأي سبب كان ما عدا مزاولة مهنة داخل البلد المضيف، وهو نفس وصف الجمعية الدولية للخبراء العلميين للسياحة.[2]

من خلال التعاريف السابقة يمكن تصنيف السياح إلى فئات كما يلي:

- الأشخاص الذين يقومون برحلة للمتعة أو لأغراض عائلية أو لأسباب صحية.
- الأفراد الذين يسافرون لأغراض وأهداف ومهمات محدد سواء كانت دينية، علمية، إدارية، دبلوماسية ورياضية.
- الأشخاص الذين يسافرون لإنجاز الأعمال.

رابعا: : بعد الإقامة والمبيت في تحديد مفاهيم السياحة والسائح

والمسافر المحلي، أو الوافد أو الخارجي الذي يقوم برحلة سياحية يطلق عليه زائر محلي، أو وافد أو خارجي، على التوالي. ويصنف الزائر(المحلي، أو الوافد، أو الخارجي) بأنه سائح (أو زائر مبيت) إذا كانت رحلته تشمل المبيت، أو بأنه زائر ليوم واحد (أو متنزه) خلافاً لذلك.

إن بلد الإقامة أو محل الإقامة المعتاد هو "المكان الجغرافي الذي يقيم فيه عادة الشخص المعدود"[3]. ورغم أن معظم الأشخاص لن يلقوا أي صعوبة في التصريح بمحل إقامتهم المعتاد، من المؤكد أن ينشأ بعض الالتباس في عدد من الحالات الخاصة التي قد يبدو فيها أن للأشخاص أكثر من محل إقامة معتاد واحد

يسمح مفهوم الإقامة بتصنيف الزوار وفقاً لمكان منشأهم وبوصف وجهتهم، ومن ثم يجعل بالإمكان تمييز الأشكال المختلفة للسياحة.

وبلد إقامة الأسرة المعيشية يتحدد بالضبط بنفس الطريقة الواردة فيميزان المدفوعات وفي نظام الحسابات القومية، وجميع الاستثناءات والحالات الخاصة التي أخذت بعين الاعتبار في هذه الأُطُر

[1]– المرجع السابق، ص26.

[2] CarsanL.jenkiens and Leonard j.lickorish. op. cit, p34.

[3]– الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، التوصيات الدولية المتعلقة باحصاءات السياحة2008، ص11

تنطبق في حالة إحصاءات السياحة . ونتيجة لذلك، من الممكن تقاسم والتوفيق بين البيانات الآتية من هذه المصادر المختلفة والعمل بطريقة منسقة في المواضيع ذات الصلة مثل قياس التدفقات ونفقات المسافرين والزوار الدوليين.

وفي سياق دراسة وقياس السياحة المحلية، فإن تصنيف المقيمين في بلد ما وفقاً لمحل إقامتهم المعتاد، كما هو محدد في مسوح الأسر المعيشية، وتحديد محل الإقامة المعتاد الذي هو المسكن الأساسي للأسرة المعيشية ليسهلاً دائما، إذ أن بعض الأفراد قد يمكثون لفترات طويلة في أكثر من مكان واحد (على سبيل المثال، المتقاعدين) ومن ثم تكون لهم روابط قوية بأكثر من اقتصاد محلي واحد

والغرض من تقديم مفهوم البيئة المعتادة هو أن يُستبعد من الزوار منهم يسافرون ذهاباً وإياباً بانتظام بين محل إقامتهم المعتاد ومكان العمل أو الدراسة، أو يزورون الأماكن مراراً في الروتين الحالي لحياتهم، وعلى سبيل المثال بيوتا لأصدقاء أو الأقارب، أو مراكز التسوق، أو المراكز الدينية، أو مرافق الرعاية الصحية أو أيّ مرافق أخرى قد تكون على مسافة بعيدة أو في منطقة إدارية مختلفة ولكنها تزار بانتظام وبشكل متكرر.

ويوضح الشكل أدناه الفئات المختلفة للزوار والمسافرين الآخرين التي يمكن إيجادها على الحدود الدولية عند الوصول: بعضهم غير مقيم وبعضهم مقيم، مع تمتع الرُحل واللاجئون بوضع خاص ويعالجون بصورة مستقلة.

الشكل رقم(01): تصنيفات المسافرين الوافدين



المصدر: الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، التوصيات الدولية المتعلقة باحصاءات السياحة2008، ص17.

والهدف الرئيسي لإحصاءات السياحة هو تحديد الزوار من المجموعات الفرعية الأخرى للمسافرين .ولهذا الغرض، تتسم بعض فئات المسافرين غير المقيمين بالأهمية بوجه خاص للقائمين بالتجميع ولأغراض التحليل:

- الرعايا المقيمون في الخارج؛
- الركاب العابرون؛
- الأطقم؛
- ركاب السفن السياحية وركاب اليخوت؛
- عابرو الحدود بصورة متكررة؛

- الطلبة؛
- المرضى؛
- الزوار للأعمال التجارية والمهنية.

المطلب الثالث: التطور التاريخي للسياحة

تعد السياحة من الظواهر الإنسانية القديمة، المرتبطة بالوجود الإنساني، وتطور تحركاته، التي تحدث سعيا وراء أسباب الحياة البسيطة، من مأكل وملبس ومأوى، أو لتبادل المعارف والتجارب والخبرات مع تجمعات إنسانية أخرى، أو لإقامة علاقات تجارية وروابط أسرية أو سياسية، لتتحول هذه التحركات في أهدافها من تحقيق الاحتياجات والرغبات، إلى أهداف متعددة، وهو ما أطلق عليه مفهوم السياحة، والذي أصبح له أسس ومبادئ وقواعد ونظريات، لأهميته في الاقتصاديات المعاصرة، التي تجاوزت حتى أكبر الصناعات الكبرى في العالم.فالمراحل التاريخية للسياحة مرتبطة بالتطور البشري في مجال الخدمات وأهمها تطور وسائل النقل، الإيواء والإطعام.ولهذا يمكن تقسيمها إلى:

أولا: مرحلة العصور القديمة

منذ بدأ الإنسان حياته وهو يحاول الارتقاء للأفضل، وينتقل من مكان لآخر لتسيير حياته اليومية، التي تحكمها العوامل والنواميس الطبيعية، دون وجود لأعراف وقوانين وحدود جغرافية في أول الأمر، مع بساطة الأدوات وانعدام للوسائل واضمحلال أهمية الوقت.

فكان سفر الإنسان في هذه المرحلة، بهدف الحصول على الضروريات البيولوجية، والبحث عن الأرضية والمناخ الأفضل لممارسة الحياة اليومية، لتنشأ دوافع جديدة مع نشوء التجمعات الإنسانية، مثل التجارة التي أدت للقيام برحلات بعيدة للحصول على السلع النادرة الوجود.[1]

وقد كان للفينيقيين السبق في الاهتمام بالتجارة والتنقل، واستمرت رحلاتهم، والتي كانت قبل ثلاثة آلاف وثمانمائة سنة قبل الميلاد، عبر البحر الأبيض المتوسط، تاركين آثارا في المدن الساحلية، تدل على علاقاتهم الوثيقة مع مجتمعات تلك المدن.[2]

كما كان للعرب رحلات تجارية عدة أشهرها رحلة الشتاء والصيف، إلى اليمن والشام، كما وصلوا إلى الصين ومصر وإيطاليا، لجلب السلع الثمينة.[3]

---

[1]– مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، كرجع سبق ذكره، 2016، ص26.

[2]–يسرى لعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، 2003، ص14.

[3]– ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص15.

كما قام المصريون القدامى بالعديد من الرحلات البحرية الكشفية اتجاه المناطق الإفريقية، مثل الرحلة التي أرسلتها الملكة "حتشبوت" عام 1480 قبل الميلاد، وقبلها الأسطول البحري الذي أرسله الملك "سنغرو" حوالي القرن 30 قبل الميلاد المكون من أربعين سفينة لجلب الأخشاب لتمويل الصناعة الخشبية، كما تعد الرحلات التي تتم لتقديم القرابين للآلهة، مما اشتهرت به مصر القديمة، أو للعلاج خاصة مع اشتهار وتقدم العلوم الطبية الممزوجة بالسحر في مصر الفراعنة.[1]

وقد أدى حب الاستطلاع إلى ظهور رحلات لمعرفة عادات وتقاليد الناس، ومدنهم وأحوالهم ومعايشهم، وتعتبر روايات السياح الأوائل مثل المؤرخ الإغريقي المعروف (هيرودوت Herodotus) عام 424 قبل الميلاد، الذي قام بأول رحلة شملت آسيا وجزر اليونان، والمشرق الأدنى، وبابل وفلسطين، ومصر وجنوب إيطاليا، وصنف رحلته في كتاب كبير، يعتبر أقدم مصدر للحضارة القديمة، التي بدأت بإنشاء الطرقات والجسور، وعربات السفر للاستطلاع، وجمع الضرائب.[2]

أما الرحلات التي كانت تتم بدافع ديني، فكانت تشمل ربوع المعمورة، فالصينيون أتباع الإله "بوذا". كانوا يقطعون ألاف الكيلومترات، لزيارة المعابد البوذية،كما قام العرب برحلات دينية اتجاه مكة، وكانوا يؤدون هناك مناسك الحج، واشتهرت رحلة المسلمين إلى الحبشة والمدينة، ويذكر القرآن الكريم قصة موسى عليه السلام، وفراره إلى مدين، وخروج بني إسرائيل من مصر إلى فلسطين، هربا من بطش فرعون مصر.

ولكن اليونانيون كانوا أوّل من شيد المدن والجسور، وفتحوا الطرق والمعابر،وبنو المدن، خاصة مع ظهور النقود المعدنية، بدل المقايضة، وانتشار اللغة اليونانية في مدن حوض البحر الأبيض المتوسط، ومنذ ما يزيد عن 2000 سنة (776 ق.م وحتى 393 ميلادية) كان اليونانيون والشعوب الأخرى، التي تخضع للإمبراطورية اليونانية، يرحلون من جميع أنحاء الإمبراطورية، إلى "أولمبياد أثينا" للاشتراك ومشاهدة الألعاب الأولمبية.[3]

كما عرف اليونانيون المزايا العلاجية، لبعض الحمامات والعيون المعدنية والكبريتية، مما يسمح بظهور رحلات سياحية بغرض العلاج والاستشفاء.

[1]– منال شوقي عبد المعطي، مرجع سبق ذكره، ص23.

[2]– مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص28.

[3]– ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص16.

وفي عصر الإمبراطورية الرومانية، انتشرت الطرق الجيدة والمعبدة الآمنة، مع سهولة السفر، فكان الرومان يسافرون لغرض التمتع والنزهة، في الطبيعة والمدن.[1]

ثانيا: مرحلة العصور الوسطى

عُرفت هذه المرحلة الزمنية، التي امتدت من القرن الخامس ميلادي، إلى القرن الرابع عشر، بتحسن واضح في شبكات الطرق والنقل ووسائله وتوفر الأمن.

ولقد اتسمت بتعدد الرحلات الاستكشافية والدينية، ولطلب العلم والدراسة، ولقد كانت الدولة الإسلامية، تشمل على بلدان آسيا وأوروبا، وكانت أكثرها تقدما، مما جعل تجارة العالم تتجه إليها، وتميزت بالصناعات الناجحة، ومركزا إشعاعيا وثقافيا وعلميا وحضاريا، مما جلب إليها العلماء والمثقفين، وانطلق الرحالة العرب يجوبون العالم عبر رحلات، وأشهرها (رحلة ابن بطوطة)، دونها في كتاب اسماه "تحفة الأنظار في غرائب الأمصار وعجاب الأبصار" والتي دونها في كتاب احتوى على رحلته في إفريقيا وآسيا والأندلس.[2]

وفي الجانب الأوروبي، اتجهت السياحة إلى التجارة والحج والتبشير بالدين المسيحي، وانتشرت عبر الطرقات النزل الخيرية، لخدمة كافة طبقات المجتمع. وفي القرن الثالث عشر، اكتشف الإيطالي "ماركو بولو Marko Bolo" (1253م – 1323م) الطرق بين أوروبا وآسيا مرورا بأرمينيا، وكان كتابه مصدرا للمعلومات، عن الحياة في الشرق خلال تلك الفترة.

كما ظهرت مطبوعة رحلات أخرى، على غرار مطبوعة جون مندفيل "John Mandefil" في سنة 1357م.

وفي القرن الخامس عشر، نظمت أول رحلة جماعية، من فينيسيا إلى الأرض المقدسة، شملت النقل والإطعام والمبيت في المطاعم والنزل، والمحلات المنتشرة على جوانب الطرق.[3]

كما تميزت المرحلة بظهور الاستكشافات وأشهرها رحلة "ماجلان" خلال الفترة (1519-1522) والتي اتجهت إلى الشرق الأدنى مرورا بالمحيط الهادي وهي أول رحلة تدور بالأرض.[4]

---

[1]– عبد العزيز ماهر، المرجع السابق، ص 16.

[2]– مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 30.

[3]–المرجع السابق، ص 29.

[4]– ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص18.

ثالثا: مرحلة العصور الحديثة

يمكن تقسيم هذه المرحلة إلى ثلاثة مراحل أساسية تتمثل فيما يلي:

1- مرحلة عصر النهضة:

بعد اكتشاف أمريكا على يد الرحالة الإيطالي المولد، كريستوف كولومبس سنة 1492، (تم اكتشاف جزر الكاريبي سنة 1492 وأمريكا الشمالية 1498)، ظهرت الرغبة في الاكتشاف والمعرفة، وفتحت أبواب الكسب الكثيرة أمام الناس، خاصة في الفترة التي تبدأ من القرن الرابع عشر والسابع عشر.[1]

وفي بريطانيا، أقرت الملكة إليزابيث الأولى، شكل السفر بعربات الخيل للسياسيين وطلاب الجامعات، كما أعطت منح الدراسة، وأصدرت جوازات سفر، وكانت الرحلات تتجه إلى إيطاليا وباريس وفرانكفورت، وأصبحت تعرف بالرحلة الكبرى، وظهرت عند الأرستقراطيين الرحلة الترفيهية والسياحة الثقافية، وسياحة الحمامات والمياه المعدنية والبحرية، والسياحة الجميلة، خاصة في نهاية القرن التاسع عشر.[2]

2- مرحلة الثورة الصناعية:

وتمتد فترتها من (1750-1850) في هذه المرحلة ظهرت طبقة متوسطة، ورحل الناس من الريف إلى المدينة، وازدادت أوقات الفراغ، مما أدى إلى زيادة الطلب السياحي.[3]

كما بدأت في هذه المرحلة، اكتشاف غرائب وعجائب الحضارات السابقة، خاصة اليونانية والرومانية، على غرار اكتشاف المدينة الأثرية بومباي(Pompéi) سنة 1748، وظهرت مدن حديثة آنذاك، لها أهمية اقتصادية وسياحية، مثل باريس* وليون في فرنسا (ظهرت الفنادق والمطاعم لأول مرة في فرنسا في المرحلة بين 1763-1790) وكذلك مدن مثل جنيف ونابولي وروما.[4]

ولقد تم استعمال في القرن الثامن عشر الحمامات المعدنية، من طرف الطبقات الراقية (Privilégiées) الإنجليزية، والتي كانت تستعمل من قبل الرومان.

---

[1]- كريستوف كولومبس، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة بتاريخ 2015/11/23.

[2]-Stéphane lecler, un histoire du tourisme, D'un luxe de riches, a un loisir de masse, alternative économique n271, Paris, j'uillet. 2008, p02.

[3]- مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص31.

*-La cour de Roi de France est alor la plus brillante d'europe

[4]-Stephane le cler, op, cit, p02.

إن تطور السياحة تزامن مع ظهور الثورة الصناعية، وساهم فيه الإنجليز بشكل كبير، لأنهم كانوا المبادرون، وتزامن هذا مع تطور (حساسية) المجتمعات، تحت تأثير روسو والمدرسة الإنجلوسكسونية والرومانسية.

3- المرحلة المعاصرة:

وتبدأ هذه المرحلة من القرن التاسع عشر إلى يومنا هذا، حيث أصبحت السياحة ذات طابع دولي، ومأمون من المخاطر، مما أدى إلى تضاعف عدد السائحين في أنحاء المعمورة، وخاصة مع دخول التكنولوجيا الجديدة، في جميع المجالات، وأبرزها مجال النقل الجوي، والذي تأثر بالحربين العالميتين الأولى والثانية، وتحولت الصناعة الحربية إلى صناعة مدنية (الطائرات، السيارات، القطارات، البواخر) وظهور وسائل النقل، العابرة للقارات (الطائرات والسفن الضخمة)، مما سهل التنقل بين الدول والقارات، وهذا بدوره ساعد على زيادة حركة السياح، والتي رافقها زيادة الطرق وأنواعها، وازدهار المدن بالفنادق والمطاعم الراقية والهياكل السياحية الأخرى، والبنى التحتية.[1]

ومن العوامل الكبرى التي كان لها الأثر البالغ، في تطوير السياحة، هي التشريعات التي أعطت الحق للعامل في الإجازة المدفوعة الأجر، والتي ظهرت بفرنسا سنة 1936، وكانت في أول الأمر أسبوعين (15 يوما)، والتي أعطت دفعا للسياحة الخاصة، مع التذكرة المخصومة والمخفضة للسعر (محفزة)، لتصل هذه الإجازة سنة 1982 إلى خمسة أسابيع (35 يوما)، والتي أضفت الطابع الديمقراطي على السياحة، ومهد الطريق أمام الإقامة القصيرة إلى جانب العطلة المعتادة.[2]

لقد أصبح سكان الدول الغنية أكثر قدرة على التحرك، بفعل قدرتهم على امتلاكهم وسائل النقل المتطورة كالسيارات، التي تضاعف عددها في أوروبا، من 68 مليون سيارة سنة 1970، ليصل إلى 159 مليون سيارة سنة 1987.[3]

كما أن ارتفاع مستويات الأجور لدى هذه الدول، وارتفاع القدرة الشرائية للفرد وللعملة المحلية في الخارج، ساهم في سيطرة هذه الدول على النسبة العظمى، للعرض والطلب السياحي الدولي.

[1]- ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص19.

[2]- Gérard Ruiz, claudewarnet, le poit économique et social du tourisme, conseil national du tourisme,France, 2010, p21.

[3]- carsonL.jenkins and leonard, jlickorish, op, cit. p23.

إن ارتفاع معدلات الأجور، والذي قابله انخفاض في ساعات العمل، حيث وصل معدل ساعات العمل 35 ساعة أسبوعيا، بعدما كان محصورا بين (50–60) ساعة بمعدل انخفاض قدر 45% في الولايات المتحدة الأمريكية، منذ أواخر القرن التاسع عشر (1870) إلى أواخر القرن العشرين.[1]

ويوضح الجدول التالي التناقص الواضح لساعات العمل في أوروبا خلال الفترة 1948– 2000:

جدول رقم(01): ساعات العمل في أوروبا خلال الفترة 1948– 2000

السنة	الوقت الإجمالي لعمل الإنسان طيلة حياته	الأهمية النسبية لوقت العمل إلى إجمالي وقت الحياة
1948	120 ألف ساعة	%20
1988	80 ألف ساعة	%11
2000	63 ــألف ساعة	%10

Source : Français potier, De l'évolution de la mobilité pendulaire a celle des loisirs in la France des temps libre et de vacance, éditions de l'aubi Datar, 2002, p27.

وهكذا تحول الاهتمام بالسياحة، من الطبقة البورجوازية الأرستقراطية، إلى طبقة العمال وأصحاب الدخول المتوسطة والمحدودة، والتي تشكل النسبة العظمى من الطلب السياحي، نتيجة انخفاض تكلفة النقل والإيواء، بما يتوافق ومعدلات الأجور لهذه الطبقة.

وفي هذه المرحلة ظهرت العديد من المنظمات والجمعيات السياحية، التي بذلت مجهوذات كبيرة، لتذليل الصعوبات، وإزالة العوائق والتحديات، أمام التقدم السياحي، وأهمها منظمة السياحة العالمية.

كما ظهرت السياحة الإلكترونية، بفضل التطور الكبير في وسائل الاتصال والتكنولوجيا، وتعتبر إحدى فروع التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، أين يتم عرض المنتوج السلعى والخدمي للسياحية عبر شبكات الإنترنت.

[1]– محمد مصطفى البنا، اقتصاديات السياحة والفندقة، مكتبة زهراء الشرق القاهرة 2004، ص46.

المبحث الثاني: أنواع السياحة وعناصرها

قامت عدة دول سياحية بتصنيف أنواع السياحة المختلفة وفقا لعدد من المعايير، تتناسب مع إمكاناتها السياحية وموقعها الجغرافي و ظروفها، فتعددت أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة المحركة لها، بالإضافة إلى التقدم والتطور العلمي والاستقرار السياسي، وكذلك تطور وتقدم الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وما رافق ذلك من تطلعات ومتطلبات احتياجات ذات صلة بالواقع الجديد، الأمر الذي نتج عنه الحاجة إلى توفير خدمات وتسهيلات وتجهيزات، وعناصر جذب مختلفة في خصائصها ومواصفاتها، كما كانت عليه الأشكال التقليدية الأخرى. ومن بين المعايير المتخذة في ذلك، معيار المنطقة الجغرافية، معيار سمات الحركة السياحية وصلتها بمدة الإقامة في البلد المضيف، معيار طبيعة الموسم السياحي وموقعه من فصول السنة، معيار البواعث والدوافع التي تدفع السائح إلى مغادرة بلده الأصلي، أو طبقا للخصائص الاجتماعية والاقتصادية، التي يتميز بها الطلب السياحي.

وظهرت مدارس تتبنى معايير معينة للتقسيم، كالمدرسة الإسبانية والنمساوية والأمريكية، وقد قام خبراء السياحة في العالم، بتصنيف أنواع السياحة المختلفة وفقا لعدة عوامل منها:[1]

المطلب الأول: أنواع السياحة

تقسم السياحة وفق معايير مختلفة منها ما هو مرتبط بالموقع والمناخ والزمن ومنها ما هو متعلق بالسائح نفسه، من حيث الجنسية والسن، والمستوى التعليمي والثقافي والاجتماعي وغيرها من المعايير.

أولا: وفقا لمعيار الموقع الجغرافي

يعتمد هذا المعيار على عدة عوامل منها عامل حركة السياح، عامل البعد أو القرب عن البلد السياحي، عامل الحدود السياسية للبلد المضيف، وبناء على ذلك تم تقسيم السياحة وفقا لذلك إلى السياحة الإقليمية والسياحة الداخلية، السياحة الدولية.[2]

1- **السياحة الإقليمية:** يقصد بها السفر والتنقل بين دول متجاورة، تشكل منطقة سياحية واحدة، مثل الدول الإفريقية، الدول العربية، دول الإتحاد المغاربي، دول الخليج، دول الإتحاد الأوروبي، وغيرها من التجمعات الإقليمية. ومن أهم خصائصها: قرب المسافة مما يوفر الوقت ويقلل من

[1]- مرزوق عايد القعيد وآخرون، مبادئ السياحة، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 49.

[2]- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، ط1، دار كنوز المعرفة، عمان، 2007، ص 44.

تكلفة السفر، ووجود مواصلات متنوعة (برية، جوية، بحرية)، وأكثر انسجاما من حيث العادات والتقاليد واللغة والدين، والاستقرار السياسي.

2- **السياحة الداخلية:** تنبع أهمية السياحة الداخلية من مساهمتها في حجم الحركة السياحية، والعوائد المختلفة المتحققة منها. فقد أشارت الإحصاءات العالمية إلى حجم السياحة المحلية أو الداخلية يصل إلى ثلاثة أضعاف حجم السياحة الخارجية وأن حجم إنفاق السياحة الداخلية يتراوح ما بين 75% و 80%من إجمالي الإنفاق السياحي العالمي.[1] ومن بين العوامل التي ساهمت في انتعاش السياحة الداخلية:

- زيادة معدلات دخل الأفراد، وتحسن مستواهم المعيشي.
- تشجيع السلطات المحلية للسياحة الداخلية.
- أقل تأثرا بالظروف السياسية والاقتصادية.
- أقل كلفة ومخاطرة من السياحة الخارجية
- أقل تعقيدا في إجراءاتها الإدارية مع توفر الرغبة لمواطني البلد في قضاء أوقات الفراغ والإجازات داخل بلدهم.

ومن فوائد السياحة الداخلية:.[2]

- زيادة الاستثمارات السياحية بأنواعها نتيجة زيادة الطلب على المنتوج السياحي.
- الإنعاش الاقتصادي والاجتماعي والثقافي في مختلف المناطق السياحية خاصة المعزولة وغير المستغلة، وزيادة فرص العمل وما يرتبط بها من مزايا بالنسبة للدولة والأفراد على حد سواء.
- زيادة الاهتمام بالمقومات والعناصر السياحية والحفاظ عليها خاصة الطبيعية منها والأثرية.
- زيادة الوعي والحس السياحي لدى أفراد المجتمع.
- تنشيط القطاعات الأخرى المرتبطة بالسياحة.

3- السياحة الدولية: تتمثل السياحة الدولية أو الخارجية، في الانتقال والإقامة عبر حدود الدول والقارات المختلفة، وهي تخضع للإجراءات الإدارية والعوامل والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة وأهمها:

- نمو الإنفاق السياحي الدولي.

[1]- مرزوق عايد القعيد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 55.

[2]- المرجع نفسه، ص 55.

- اهتمام الدول بالسياحة باعتبارها أحد المرتكزات الأساسية للتقدم والتنمية الاقتصادية.
- ميول الأفراد خاصة لدى الدول الغنية للتجوال لارتفاع متوسط الدخل الفردي.
- تطور أساليب الدعاية والاتصالات والمواصلات.

ومن العوامل السلبية المؤثرة في حجم السياحة الدولية أهمها على الإطلاق:

- انعدام الاستقرار السياسي كالحروب، الانقلابات العسكرية والسياسية، الأزمات السياسية الداخلية.
- ارتفاع أسعار الخدمات السياحية.
- بعد المسافة بين الأسواق السياحية الموفدة للسياح والبلد المضيف.
- اختلاف الظروف البيئية والمناخية والطبيعية والصحية.

ثانيا: وفقا لمعيار الغرض أو الهدف

هو الأكثر استخداما للنشاطات السياحية على العموم، لأن السياحة تتأثر بالهدف أو الباعث على السفر الذي يحمله السائح، والذي يسعى إلى تحقيقه، مما يجعله يبحث عن برنامج سياحي، يتوافق وتحقيق أهدافه. ونجد حسب هذا المعيار التقسيمات التالية:

1- سياحة قضاء الإجازة أو الترفيه: وهو أكثر أنواع السياحة انتشارا في كافة الدول، وله طابع جماهيري ويرتبط بأوقات الإجازات والعطل المدفوعة الأجر والعطل المدرسية.

وتهتم الشركات السياحية بهذا النوع من الرحلات السياحية، وتوفر عروضا طوال السنة، وتكون أسعارها مختلفة، حسب المدة والمكان المقصود، ونوعية الإقامة ووسيلة السفر...الخ.[1] وتشير الإحصاءات العالمية إلى أنه أهم أنماط السياحة إذ تصل إلى نسبة 65% من إجمالي السياحة العالمية.

2- السياحة العلاجية: ويقصد بها التوجه إلى الأماكن السياحية، التي توفر العلاج لبعض الأمراض المتعلقة بصحة الإنسان، وهي من أقدم أنواع السياحة لارتباطها بظهور الحمامات والمياه الكبريتية والرمل والطين وأنواع مختلفة من العيون. وقد أبدع القدامى في هذا النوع خاصة عند الرومان الذين شيدوا الحمامات العلاجية والمباني، وأقاموا تماثيل، وألحقوا بها أماكن للترفيه، وكذلك الأمر عند اليونان والفراعنة.

وفي عصر النهضة في أوروبا أصبحت السياحة إلى المدن العلاجية، نوع من أنواع الترفيه، وشيّدت الفنادق التي كانت حكرا على الأغنياء والطبقة الأرستقراطية.[2]

---

[1]- ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، زهران للنشر، الأردن، 2008، ص54.

[2]- مصطفى يوسف كافي، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 33.

وفي العصر الحديث فقد تم الاهتمام بالسياحة العلاجية بشكل كبير بعد أن تبين قدرة المياه على شفاء الكثير من الأسقام والأمراض الجلدية والصدرية وأمراض العظام والروماتيزم وأمراض العيون والحنجرة وغيرها. وبالرغم أن السياحة العلاجية لا تجذب أكثر من 10% من السياحة الدولية، إلا أن الاهتمام بها في تزايد مستمر، نظرا لما يميزها من طول الإقامة، وتستمر لمدة تتراوح ما بين أسبوعين إلى أكثر من شهر.[1] وينقسم هذا النوع من السياحة إلى قسمين:

- **سياحة علاجية:** تعتمد على المستشفيات والمراكز الطبية الحديثة، والأجهزة المتطورة، والكوادر والكفاءات الطبية المدربة والمؤهلة.
- **السياحة الاستشفائية:** وترتكز على عناصر طبيعية، وخصائصها الاستشفائية في علاج المرضى وشفائهم، وتعتمد على طرق تقليدية تم تحديثها علميا وبالتجربة، وهي منتشرة في ربوع العالم.

كما تتميز أيضا السياحة العلاجية الاستشفائية بارتفاع التكاليف، لأن المدة تكون طويلة وتحتاج إلى متخصصين ومترجمين وسائل علاج معينة لتلبية الطلب السياحي النوعي عليها.

3- **السياحة الدينية:** وهي من أهم أنواع السياحة، وهي انتقال السياح من مكان إقامتهم إلى مناطق أخرى، بهدف القيام بزيارات ورحلات دينية داخل وخارج الوطن لفترة من الوقت، وذلك بوازع العاطفة والعقيدة والتكليف الديني لارتباطها بالتعاليم الدينية، ومن أهم المواقع الدينية في العالم:

- **المعالم الدينية الإسلامية:** وأهم هذه المراكز مكة المكرمة والمدينة المنورة والقدس الشريف، حيث يحج من المسلمين إلى مكة والمدينة أكثر من ثلاثة ملايين حاج كل سنة، لأداء مناسك الحج بالإضافة إلى الزيارات السنوية لأداء مناسك العمرة. وهناك أماكن أخرى مقدسة لدى طوائف من المسلمين كمراقد الأئمة في النجف وكربلاء وسامراء بالعراق، وبعض أضرحة الأنبياء والصحابة عليهم السلام في الأردن ومصر وسوريا وفلسطين.
- **المعالم الدينية المسيحية:** من أهم المعالم الدينية المسيحية كنيسة المهد في بيت لحم والقدس بفلسطين، وكذلك المغطس في الأردن ومكان تعميد المسيح عليه السلام، وكذا الفاتيكان بإيطاليا.
- **المعالم الدينية عند اليهود:** تتركز كلها في مدينة القدس مع وجود بعض المعابد خارج فلسطين لها قدسية أقل لدى بعض الطوائف اليهودية.
- **المعالم الدينية الأخرى:** هناك معالم دينية مقدسة منتشرة في أنحاء العالم مثل المعابد البوذية والهندوسية والأنهار المقدسة في الهند.

[1]- عدلي أنيس سليمان، السياحة العلاجية في مصر والعالم، دراسة جغرافية،الأنجلو مصرية، القاهرة، 2009، ص 11.

4- **السياحة الرياضية:** وهي انتقال الأشخاص لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية أو الاستمتاع بمشاهدتها، مثل دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم الرياضية. ويعد هذا النوع من أهم أنواع السياحة في تنشيط وتفعيل السياحة الداخلية والخارجية، عن طريق إقامة البطولات والأنشطة الرياضية، لجذب أعداد كبيرة من السياح ولفترة محددة، وتنتشر هذه السياحة في الدول المتقدمة لامتلاكها المقومات اللازمة لها كالهياكل الرياضية والملاعب والنوادي والبنى التحتية لممارسة الأنشطة الرياضية.[1]

5- **سياحة الآثار والأماكن التاريخية:** هي السياحة المرتبطة بزيارة الأماكن القديمة والمتاحف، والتعرف على آثار الشعوب وحضاراتها، وتجلب السياح من داخل وخارج الوطن، وتعتبر الكاتدرائية الكاثوليكية نوتردام دي باريس (1345م) بباريس الأولى عالميا في سياحة الأماكن الأثرية، إذ يصل عدد زوارها 12 مليون سائحا سنويا، يليها سور الصين العظيم 9 مليون سائحا سنويا، مبنى الكولوسيوم بروما 5.11 مليون سائحا، قصر الحمراء بغرناطة أكثر من 3 مليون سائحا، وأهرامات الجيزة بمصر (2570 ق م) بعدد 3 مليون سائحا سنويا.

ويستقطب هذا النوع من السياحة، كبار السن والمثقفين والعلماء، وهؤلاء يكون مستواهم المادي مرتفع، ويفضلون الإقامة في فنادق فخمة، والحصول على أعلى مستوى من الخدمات، وتتراوح فترة الإقامة من يومين إلى أسبوع، ويستوجب هذا النوع من السياحة تدخل الدولة للحفاظ على الآثار التاريخية من الاندثار والتلف والسرقة، وتكوين إطارات متخصصة في ترميم هذه الأماكن والحفاظ عليها أطول مدة ممكنة.[2]

6- **السياحة الثقافية:** يعتمد هذا النوع على إقامة المعارض الثقافية والندوات والمسابقات بأنواعها، والمهرجانات المتنوعة الشعرية، الأدبية، السينمائية وغيرها، والهدف منه التعرف على ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب، ولغاتها ومعابدها ومسارحها وقلاعها وقصورها، إلى جانب المشاركة في الندوات الثقافية ومشاهدة الفنون المختلفة التقليدية والحديثة، وهذا النوع متجدد ودائم باستثناء زيارة الأماكن التاريخية والمواقع الأثرية والتي عادة ما تكون مرة واحدة فقط.[3]

---

[1]- منال شوقي عبد المعطي، مرجع سبق ذكره، ص67.

[2]- ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 60.

[3]- منال شوقي عبد المعطي، مرجع سبق ذكره، ص 63.

وهذا النمط من السياحة، موجهة للتعرف على ثقافة مجتمعات أخرى وأسلوب حياة الناس وتاريخ هذه الشعوب، والتعرف على مجالات الفن وهندسة العمارة، ومجموع العوامل التي ساعدت على تشكيل طريقة حياتهم وتشمل زيارة المتاحف والمكتبات وإقامة المهرجانات والطقوس الخاصة بهم.[1]

7- **سياحة المؤتمرات والاجتماعات:** ازدهر هذا النوع من السياحة بعد الحرب العالمية الثانية، واستقرار الأمن وانتشار السلام، وكثرة الاجتماعات للحفاظ على الامن والسلام الدولي، وحدوث طفرة اقتصادية نتج عنها فائض في الإنتاج، مما أدى إلى انتشار ظاهرة عقد المؤتمرات والندوات والاجتماعات، السياسية والثقافية، ولقاءات رجال الأعمال وغيرهم.

إن سياحة المؤتمرات والاجتماعات يتطلب إقامة بنى تحتية وفوقية، من فنادق وخدمات راقية جدا ومطارات واتصالات متقدمة، لأن أغلب الاجتماعات تعقد في أغنى الدول وأرقاها للفنادق والقاعات، والمجهزة بالمعدات المتطورة والتي توفر جميع سبل الراحة والخدمات السياحية المساعدة. وأشهر الدول بهذا النوع من السياحة سويسرا (جنيف)، إسبانيا، أمريكا، ومن الدول العربية أشهرها مصر.[2]

فسياحة المؤتمرات مرتبطة بالنمو الحضاري وما يتبع ذلك من العلاقات الدولية الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين مختلف الدول.

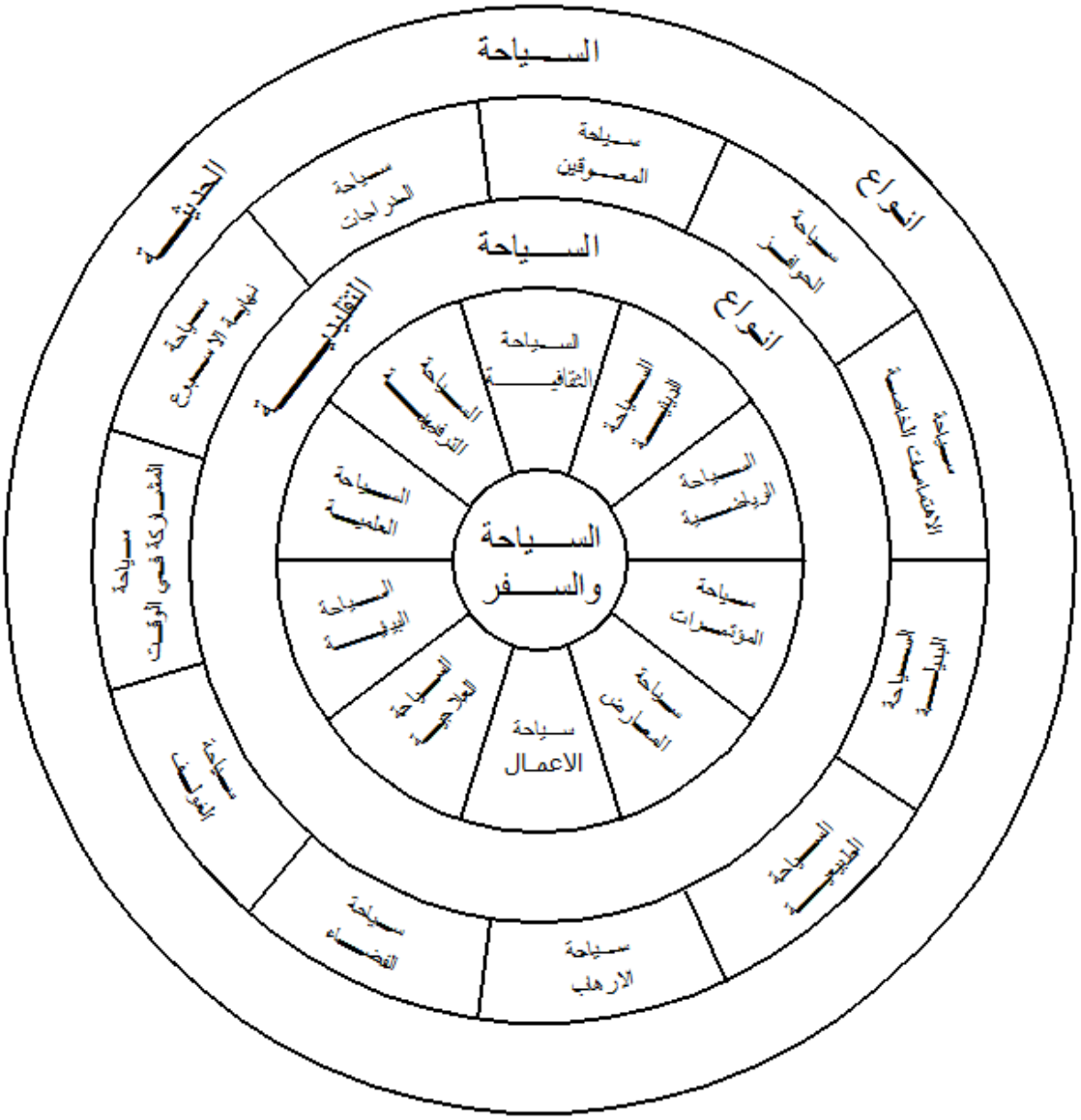
ومن أشهر أنواع هذا النوع، سياحة رجال الأعمال، حيث يمثل حوالي 20% من الحركة السياحية الدولية، وما يرتبط بالأنشطة المختلفة لرجال الأعمال وسفرهم للمشاركة في المعارض الدولية التجارية والصناعية.

وهناك أنواع أخرى من السياحة وفقا لمعيار الغرض أو الهدف مثل: السياحة الاجتماعية، سياحة المشتريات، سياحة الكرنفالات، الأعياد القومية، الحفلات...الخ. والشكل التالي يلخص أنواع السياحة وفقا لمعيار الهدف أو الباعث على الرحلة:

[1]- زياد سليمان العبيسات، السياحة والمعالم الدينية في الأردن، ط1، المكتبة الوطنية، الأردن، 2010، ص 24.

[2]: ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 62.

الشكل رقم (02): أنواع السياحة وفقا لمعيار الهدف أوالباعث على الرحلة



المصدر: مرزوق عايد القعيد، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص59.

ثالثا: وفقا لمعيار العدد

ويسمى هذا المعيار بالمعيار الاجتماعي وتنقسم السياحة بموجبه إلى سياحة فردية، وسياحة جماعية (منظمة).

1- **السياحة الفردية:** ويميز هذا النوع بالتكلفة العالية، والاتصال بالمنشآت السياحية للحصول على الخدمات، والحاجة إلى معرفة اللغات العالمية، وتصريف العملات، والحصول على تذاكر السفر ومعرفة عادات وتقاليد الناس، وهي لا تعتمد على برنامج محدد أو منظم، وهي شاملة وترتبط مدة الإقامة حسب أوقات الفراغ لدى الأفراد.

2- **السياحة الجماعية (المنظمة):** وهي السياحة التي تقوم فيها الشركات السياحية، بتنظيم وترتيب الرحلات على شكل مجموعات أو أفواج، شاملة لكل عناصر الرحلة، من طعام وشراب ونقل وإيواء،وزيارة المواقع السياحية الطبيعية والأثرية وهي أوفر للتكاليف مقارنة مع السياحة الفردية، ولا تستدعي خبرة وهي مؤمنة، وتتكفل الشركات والوكالات السياحية، تنفيذ برنامج الرحلة.[1]

رابعا: وفقا لمعيار العمر

ويقصد بها تقسيم السائحين إلى مجموعات حسب الفئات العمرية (الطلائع، الشباب، الناضجين، كبار السن أو المتقاعدين).

وتعود أهمية هذا التصنيف إلى تحديد طبيعة الخدمات المقدمة التي تحتاجها كل فئة من حيث التكلفة، وطول مدة الإقامة، والأنشطة والفعاليات ونجد فيها:

1- **سياحة الطلائع:** يتعلق هذا الأمر بالرحلات المنظمة للأطفال (7-14) سنة وتنشط أكثر في العطل المدرسية، والرحلات الكشفية، أو تعليم السباحة أو ممارسة أنشطة رياضية، ومدرسية وغيرها.[2]

2- **سياحة الشباب:** ويرتبط هذا التقسيم من (15 – 29) سنة، ويتميز بالأنشطة المتعددة والاعتماد على النفس، وتنظيم من طرف الفعاليات والمؤسسات الشبابية.

3- **سياحة الناضجين:** وتضم الفئات من (30 – 60) سنة، ويتميز بالاهتمام بسياحة الاسترخاء والهروب من أجواء العمل الروتيني، ويتطلب خدمات تتوافق والحالة الاجتماعية (متوسطة، عالية).

4- **سياحة كبار السن أو المتقاعدين:** وينضوي هذا النوع على الفئات الأكثر من 60 سنة، ويعتبر من السياحة التقليدية في الدول الغربية، ويرتبط بالسياحة العلاجية والاستشفائية، وتكون مرتفعة

[1]- مرزوق عايد القعيد، مرجع سبق ذكره، ص 52.

[2]- زياد سليمان العبيسات، مرجع سبق ذكره، ص 29.

الثمن، ولمدة طويلة، تتراوح من أسبوعين إلى شهرين، وتحتاج إلى برامج تعتمد الهدوء والراحة، وإعطاء فترات أطول للتأمل في مناطق شبه معزولة، أو مغلقة ويخضع السائح للعلاج البديل، والعلاج الطبيعي والرياضة البدنية لتقوية الجسد.[1]

خامسا: وفقا لمعيار مدة الإقامة

تقسم السياحة حسب هذا المعيار إلى: سياحة الأيام، سياحة موسمية، سياحة عابرة.

1- **سياحة الأيام:** وتكون ضمن برنامج منظم من الشركات السياحية، وتكون من يوم إلى أسبوع، وهي متنوعة وخدماتها مختلفة، وغالبا ما تكون في نهاية الأسبوع، أو الأعياد الوطنية، وتتكرر سنويا.[2]

2- **سياحة موسمية:** سمي هذا النمط موسمي، لأن العرض والطلب السياحي يكون في موسم محدود، وله غالبا ثلاثة أوقات:

- **الصيف:** وتكون غالبا على شواطئ البحار والمحيطات، أو في المناطق المرتفعة، حيث تكون درجة الحرارة منخفضة.
- **الشتاء:** ويكون التوجه السياحي إلى المناطق الدافئة أو الحارة (الصحراء) أو باردة (المرتفعات التي تكسوها الثلوج) للتزحلق وممارسة أنشطة ومسابقات تعتمد على الثلوج.
- **المناسبات:** وهي التي لها طابع ديني أو وطني أو اجتماعي أو ثقافي، كالأعياد الدينية أو المهرجانات الثقافية والأنشطة الرياضية الموسمية.[3]

3- **سياحة عابرة:** هي عبارة عن رحلات سياحية، تنظمها الشركات السياحية، للسائحين الذين يسلكون طرق برية أثناء توجههم إلى البلد المقصد، ويمرون ببلد معين، فيقومون بزيارة أماكن معينة، أو التي تقدم للسائحين الذين يتخذون المطارات كمراكز عبور "Transit".[4]

---

[1]- مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 77.

[2]- ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 68.

[3]- زياد سليمان العبيسات، مرجع سبق ذكره، ص 29.

[4]- ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 69.

سادسا: وفقا لمعيار الجنسية

يختلف البرنامج المقدم للسياح حسب سلوك ورغبات ومعتقدات السياح، والتي تختلف باختلاف جنسياتهم.

1- **سياحة الأجانب (الدولية):** حيث تنظم الشركات السياحية برامج خاصة لجذب السياح الأجانب بما يتلاءم مع أذواقهم ورغباتهم وغالبا ما تتركز في المناطق التاريخية والصحراوية والشواطئ.

2- **سياحة غير المقيمين (المغتربين خارج البلد):** وهي تتشابه كثيرا مع السياحة الاجتماعية، (غالبا ما يصل السائح إلى بلده الأصلي مع عائلته)، وظهرت نتيجة هجرة العمال من العالم الثالث إلى الدول الأكثر تقدما، مما يستوجب تنظيم رحلات لزيارة بلدهم، بدافع العلاقات الاجتماعية.

3- **السياحة الداخلية (سياحة مواطني الدولة):** وهي التي تنظم لصالح المواطنين المقيمين داخل الوطن، لزيارة الأماكن التاريخية والطبيعية وغيرها.

ويمكن إجمال الأنواع السابقة من السياحة في ثلاثة أشكال أساسية للسياحة بالنسبة لأي اقتصاد أو منطقة وهي:[1]

- **السياحة المحلية:** وتشمل نشاط الأشخاص المقيمين في منطقة معينة ويسافرون إلى منطقة خارج بيئتهم المعتادة دون الخروج من بلدهم.
- **السياحة الوافدة:** وتشمل نشاط الأشخاص غير المقيمين يسافرون إلى منطقة خارج بيئتهم المعتادة.
- **السياحة المغادرة:** وتشمل نشاط الأشخاص المقيمين في منطقة معينة يسافرون ويقيمون في أماكن خارج تلك المنطقة.

وهناك تتقاطع بين التقسيم السابق، وتقسم السياحة إلى داخلية ووطنية ودولية، حيث تشمل السياحة الداخلية السياحة المحلية والسياحة الوافدة، والسياحة الوطنية تتألف من السياحة المحلية والسياحة المغادرة والسياحة الدولية تتألف من السياحة الوافدة والسياحة المغادرة.

المطلب الثاني:عناصر السياحة

تمتاز صناعة السياحية بقدرتها الفائقة والخاصة على بعث سلسلة من العمليات والنشاطات الإنتاجية والاستثمارية في الاقتصاد، بسبب امتداد آثار الطلب السياحي إلى العديد من السلع المنظورة وغير المنظورة من كافة القطاعات الاقتصادية، التي تساهم بطريقة مباشرة وغير مباشرة، في توفير

[1]- تقرير الأمم المتحدة، التوصيات الدولية بإحصاءات السياحة 2008، نيويورك 2011، ص15.

المنتوج السياحي لتلبية الرغبات المختلفة للسياح، من طرف مختلف القطاعات والتي تزيد في بعض الأحيان عن 140 قطاعا وصناعة فرعية، بما يؤهلها أن تكون المحرك الديناميكي، لكثير من اقتصاديات الدول والباعث للنشاط الاقتصادي، وتعمل على تحقيق التنمية.[1]

إن صناعة السياحة هي التنظيمات العامة والخاصة، التي تشترك في تطوير إنتاج وتسويق البضائع والخدمات، لتلبية احتياجات ورغبات السياح، ولذلك اعتبرت صناعة متكاملة وصناعة مركبة، تدخل فيها عدة نشاطات وفعاليات، وتتألف من العناصر التالية والتي يجب توفيرها لقيامها: المادة الأولية، العمل، رأس المال، التنظيم، النقل، الدعاية والإعلان الترويجي والبنية التحتية.[2]

أولا: المادة الأولية

تبقى الأماكن السياحية الأثرية الحضارية والدينية والثقافية والطبيعية، هي المادة الأساسية، وهي المدخل الرئيسي لهذه الصناعة، والتي تتميز بها منطقة عن أخرى، وتمثل القيمة الأصلية للمنتوج السياحي وتنقسم إلى:

- **الجانب الطبيعي:** وتشمل العناصر البيئية الطبيعية الموجودة في المنطقة المزارة، وتكون المنافسة فيها غير تامة.
- **الجانب الحضاري:** ويقصد بها الآثار القديمة للحضارات السائدة، كالقلاع، المساجد، الكنائس والقصور، البنايات والمدن وغيرها.
- **الجانب الإنساني:** ويشمل جميع الخدمات الأساسية والمساندة، التي يقدمها الأفراد لخدمة الموقع المقصد والمنظمة وخدمة السياح.

ثانيا: العمل

هو العنصر الفاعل في صناعة السياحة، والملزم بحيازة مستوى عال من التدريب والتأهيل والخبرة، ومهما تطورت المعدات والآلات التقنية التي تدخل في عالم السياحة، إلا أنه لا يمكن الاستغناء عن اليد العاملة التي تعتبر المحور الرئيسي في النشاط السياحي.

[1]– مصطفى يوسف كافى، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص44.

[2]– مصطفى يوسف كافى، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره ، ص 45.

إن السياحة صناعة تختلف عن أي صناعة أخرى، لكونها لا تقيد عددا محددا من العاملين بها، بل أبعد هدفا وأوسع فائدة لأكبر عدد من الأفراد، نتيجة تعدد مجالاتها وخدماتها، مما يجعل نتائجها تؤثر على الاقتصاد ككل.

ثالثا: رأس المال

إن أي مشروع يحتاج إلى رأسمال معين لإتمامه، وجعله منافسا لغيره، وهذا ينطبق على المشاريع السياحية، التي تنفق عليها أموالا، لتستكمل شكلها وخدماتها، كالإنفاق على إنشاء الفنادق والمطاعم والمنتجعات والمصحات، أو التي تساهم في إنشاء الطرق والمطارات والبنية التحتية بصفة عامة. فاستثمار رأس المال يجعل عوامل الجذب الطبيعية ذات فعالية وأكثر جاذبية.[1]

رابعا: النقل

إن لقطاع النقل بالغ الأهمية، ويؤثر على جميع القطاعات إيجابا وسلبا، بحسب الوضعية التي يكون عليها، فكل القطاعات لها حساسية من قطاع النقل، لأن تطويره له أثر مباشر إيجابي على قطاع السياحة وغيره، مما يستلزم توفير وسائل النقل المتطورة والمتنوعة والمريحة، الجوية والبرية والبحرية، وتوفير البنية التحتية لها من موانئ ومطارات وسكك حديدية، وطرق برية محلية ودولية. فلقطاع النقل أهمية بالغة في التنمية بشكل عام.[2]

خامسا: الإعلان والترويج السياحي

إن للإعلام دورا فعالا في تنمية النشاطات السياحية، وفي توجيه السياح إلى مناطق معينة، مع توفر الأمن والاستقرار السياسي بالدرجة الأولى، وكانت الأسعار في متناول دخول السائحين.

إن وصول اسم المنطقة السياحية وما تحتويه من منتجات سياحية لأكبر عدد ممكن من الأفراد داخل البلد وخارجه، يكون مؤشرا على نمو السياحة في هذه المنطقة. إن القيام بحملة إعلامية لمنطقة للترويج لمنتوج سياحي معين، يستوجب توفير رأس المال لإنفاقه على التسويق السياحي، حيث يلاحظ أن الدول الأكثر استقبالا للسياح، هي الدول الأكثر إنفاقا على الإعلان السياحي.

[1]– ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 78.

[2]– زياد سليمان العبيسات، مرجع سبق ذكره، ص 33.

سادسا: البنية التحتية

إن توفر بنية تحتية من كهرباء وماء وطرق وصرف صحي، وإنترنيت وسائر خدمات الاتصالات بشكل تكاملي، ينعكس مباشرة على المشروع السياحي، ويقوي من جاذبيته وتنافسيته، مما ينعكس إيجابا ويساهم في نجاحه.

إن عناصر السياحة إذا عولجت بالشكل الصحيح من شأنها أن تكون قادرة على خلق وتقديم منتج سياحي قادر على المنافسة في الأسواق العالمية وجذب أكبر عدد ممكن من السياح .

ولكي تكون صناعة السياحة فاعلة وقادرة على التنافس، يجب توفر مجموعة من الشروط الأساسية التالية:[1]

1- يجب أن تحظى السياحة بالاهتمام اللازم، وإعطاءها المراتب الأولى في الأولوية، ضمن التنمية الاقتصادية والخطط والبرامج الاقتصادية، ضمن التنمية الاقتصادية.

2- يجب أن تكون السياحة ضمن البرامج المنظمة والمنضبطة، وتكون بعيدة عن العشوائية.

3- أن تساهم السياحة في الحفاظ على البيئة والمناخ.

4- إعداد البرامج التكوينية والتدريبية لليد العاملة في القطاع السياحي بجميع أصنافها، من يد عاملة بسيطة إلى الكوادر والإطارات.

5- أن تكون مبنية على أسس علمية وتكنولوجيا حديثة.

6- أن تكون قادرة على التكيف، مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وأن تكون أقل مرونة واستجابة لهم.

7- أن يكون تطويرها بشكل دوري ومنظم، من خلال عمليات التجديد والتقييم .

8- أن يمهد لها بإنشاء علاقات اقتصادية وثقافية وسياسية، تساعد في توجيه الحركة السياحية.

إن السياحة مبنية على أساس تقديم الخدمات المنظمة والمدروسة، وعلى أساس الاستثمار الأفضل للموارد المادية والبشرية والطبيعية.

إن التطورات الكبيرة التي حدثت في الاقتصاد العالمي، كانت لصالح السياحة، لأنها من بين ثلاث صناعات حديثة تقود الاقتصاد العالمي، إلى جانب قطاع الاتصالات وصناعة تكنولوجيا المعلومات.[2]

---

[1]- حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للخدمات الحديثة، عمان، 2006، ص 36.

[2]- محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، 2007، ص 35.

المبحث الثالث: خصائص السياحة وأهميتها الاقتصادية

إن السياحة سلعة غير ملموسة وغير قابلة للتصدير أو النقل إلى مكان تقدم فيه للمستهلك، بل المستهلك ينتقل إلى موقع المنتوج للحصول على مراده وتلبية حاجياته من السلع السياحية المعروضة، مما يستوجب خلق مناخ يساعد على عرض المنتوج وبيئة مناسبة تلبية الطلب، كتوفير الأمن، والخدمات المرافقة، والتنافس على الأسعار بعد التنافس على نوعية المنتوج وجودة الخدمات. فالسياحة صناعة مركبة تستوجب تداخل عناصر متعددة من قطاعات مختلفة،تكون منتجاتها مدخلات للقطاع السياحي، وفق استراتجيات شاملة توضع في الأجل القصير و تنفذ في الأجل الطويل. إن صناعة السياحة تتميز بالاستدامة لأن التنمية المستدامة التي هي جزء منها تحتاج إلى دمج الاقتصاد والاعتبارات البيئية، ومع ذلك لا يزال مفهوم السياحة المستدامة في مراحله الأولى.[1]

المطلب الأول: خصائص السياحة

إن زيادة الطلب السياحي على المنتج السياحي، جعل السياحة تحتل المراتب الأولى من بين جميع القطاعات الأخرى، وتأثيرها على جميع المتغيرات الاقتصادية في أي دولة، سواء كانت متقدمة أو نامية ويعود ذلك إلى مميزات السياحة وخصائصها، والتي يمكن إجمالها فيما يلي:[2]

أولا: السياحة صادرات غير منظورة

تعتبر السياحة من الصناعات التي ينتقل المستهلك إلى البلد المنتج للحصول على المنتوج السياحي، وإشباع حاجاته ورغباته، على خلاف معظم سلع الصناعات الأخرى، مما يجنب البلد المستقبل تكاليف نقل السلعة إلى بلد السائح، والحفاظ على العملة الأجنبية، التي كانت ستنفق على نقل السلع إلى البلدان الأخرى، بالإضافة إلى تجنب تسديد الرسوم الجمركية، بأنواعها لتصديرها. فالسائح يتحمل تكلفة النقل والرسوم الجمركية على تنقل الأشخاص إن وجدت، في سبيل إشباع رغباته والحصول على المنافع الروحية والنفسية والجسدية والعقلية التي يرغب فيها.المنتج السياحي متنوع ومعقد وغالبا ما يتم بناؤه بالتعاون مع عدد من القطاعات والمنظمات،وحزمة الخدمات القابلة للتسويق

[1]– Tejvirsingh, critical debates in tourism, channel view publication, Canada, 2012, p9

[2]– مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص 69.

فقط هي التي تُفهم على أنها المنتج السياحي الفعلي لأن أجزاء الخدمة في الغالب غير مادية وهذا يجعل من الخدمة صعبةالتقييم[1].

بالمقابل، فإن السائح أثناء إقامته، فإنه يسدد مصاريف إقامته في الفنادق ومصاريف سلع استخداماته (الأكل، الشرب، الملبس، الهدايا...الخ)، وفي حالة عدم استيراد هذه السلع من دول أجنبية، فإن قيمة المصاريف تصب كلها في الدخل القومي، وتكون إيرادات صافية للبلد المضيف.

ثانيا: السياحة منتج تصديري

للسياحة مرونة وحساسية لكل المتغيرات والأحداث الاقتصادية والسياسية الداخلية والخارجية، كما لها أيضا مرونة لكل من الدخل والسعر وعنصر الموسمية أو الوقت.

1- **أثر العوامل الخارجية على الطلب السياحي:** للمؤثرات الخارجية تأثير مباشر على المؤشرات السياحية، وذلك من خلال تأثير العلاقات السياسية والأحداث الاقتصادية والأزمات المالية والاضطرابات الاجتماعية، وتغيرات أسعار الصرف والعملات الأجنبية، وخاصة عملات الأسواق الكبرى المصدرة للسياحة (اليورو والدولار).

2- **مرونة السياحة بالنسبة للسعر والدخل:** إن أسعار السلع والخدمات السياحية، تنعكس مباشرة على الطلب السياحي، فكلما كانت أسعار السلع والخدمات السياحية منخفضة، كلما كان الطلب السياحي على المواقع السياحية كبيرا، وكلما كانت الأسعار مرتفعة كان الطلب على العرض السياحي بالنسبة للبلد المقصد منخفضا. فتأثير الأسعار على السياحة يكون تأثيرا مباشرا وبسرعة، أما تأثيرات دخول السياح على السياحة فيكون بطيئا (تتجاوز السنة)، وإن كانت مرتبطة أيضا بأسعار صرف عملات السياح، فإذا انخفضت دخول السياح وارتفعت أسعار عمولاتهم ،كان التأثير ضئيلا وبطيئا.

3- **التأثيرات الموسمية على النشاط السياحي:** إن من أبرز صفات وخصائص المنتج السياحي، أنه موسمي (مرتبط بالفصول الطبيعية) والعوامل المناخية الجغرافية في كل من الدول المصدرة للسياحة والمستوردة لها، وكذا ارتباطه بالعطل الدراسية وعطل العمل المدفوعة الأجر، وكذا إجازات المنشآت السياحية في موسم معين. إن اتصاف النشاط السياحي بالموسمية ينتج عنها:

[1]- Dirk Gleasser, Crisis manegement in the tourism industry, butter worth Heinemann, Burlington, 2003, p16.

- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر، ويستدعي تحقيق أرباح في الموسم الذي يزيد فيه الطلب لتغطي تكاليف الموسم، الذي يقل فيه الطلب (تغطية تكاليف بقية السنة).
- ظهور البطالة الموسمية خلال المواسم التي يقل فيها الطلب وينكمش، لأن المنشآت السياحية تقوم بتسريح العمال في المواسم غير السياحية دون دفع أجور أو مستحقات، لتقوم بتوظيفهم من جديد في الموسم الذي يزيد فيه الطلب على المنتجات السياحية.
- إن زيادة التركيز الموسمي يؤدي إلى زيادة الدخل في الموسم الذي يكثر فيه الطلب وتقل في الموسم الذي يقل فيه الطلب (زيادة الإيرادات السياحية في أوقات الذروة).

ثالثا: السياحة منتج مركب

هي عبارة عن نتاج تركيب عناصر قطاعات متنوعة ومتكاملة مع بعضها البعض، مما يستلزم التنسيق وتنمية القطاعات المنتجة لها، لأن السلع والخدمات المستهلكة من طرف السائح، تكون من إنتاج قطاعات أخرى غير القطاع السياحي.[1]

المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية وغير الاقتصادية للسياحة

إن للسياحة آثارا متعددة على جميع المجلات والأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، من خلال دعمهاللنمو الاقتصادي، وتوفير مناصب الشغل، والحفاظ على الموروث الثقافي والحضاري للشعوب، وخلق ودعم العلاقات السياسية والاقتصادية بين الدول المختلفة.

أولا: الآثار الاقتصادية للسياحة

تزايدت الأهمية الاقتصادية للسياحة، سواء في الدول النامية أو الدول المتقدمة، حتى صارت تحتل المراتب الأولى عالميا، من حيث توفير العملات الأجنبية، وجذب رؤوس الأموال الأجنبية، وتأثيرها على توازن ميزان المدفوعات. ويمكن تلخيص الآثار الاقتصادية للسياحة من خلال ما يلي:

1- توفير العملات الأجنبية:

تعتبر السياحة مصدرا هاما للعملة الأجنبية، خاصة إذا شيدت المرافق السياحية، وأسندت ملكيتها للبلد نفسه أو للوكلاء المحليين، وتكون السلع والخدمات السياحية المقدمة منتجة داخل البلد،فتبقى جميع الأموال المنفقة من طرف السياح داخل البلد المضيف، ولا يتم تسريبها إلى الخارج عن طريق استيراد المنتجات السياحية.

[1]- مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص 70

كما أن السياحة تعمل على خلق إيرادات جديدة (دخولا) في قطاعات أخرى، وليس في قطاع السياحة وحدها فقط، خاصة إذا كان هناك توسع واستثمار جديد، يتم تنفيذه عن طريق جلب رؤوس أموال أجنبية أو عن طريق شراكة أجنبية.[1] يتم توفير العملات الأجنبية من خلال الأنشطة السياحية بعدة طرق وأساليب، يمكن إيجازها فيما يلي:

- الاستثمارات الأجنبية في القطاع السياحي.
- تصريف العملات الأجنبية بالعملة الوطنية وما ينتج عنها من فروقات في التحويل (سعر الشراء يختلف عن سعر البيع).
- الإنفاق اليومي للسياح على:

- تذكرة السفر ووسائل النقل الأخرى.
- مصاريف الإيواء والإطعام.
- ضرائب الدخول، الإقامة والمغادرة.
- مصاريف وإتاوة الدخول إلى المواقع السياحية وخاصة الأثرية منها.
- مصاريف الترفيه والاستجمام.
- مصاريف الاتصالات والمشتريات والهدايا وباقي المصاريف الأخرى المتعددة والمتنوعة وغير منتهية.

هذه العملات قد تدفع مباشرة من السائح إلى مستحقيها أو بشكل غير مباشر عن طريق الوكالات السياحية.

إن ناتج النشاط السياحي، هو قيمة بيع المنتج السياحي للسائحين القادمين والمنتمين عادة إلى دول أخرى، أو مغتربين خارج البلد الأصلي، والذين يدفعون عادة بالعملة الأجنبية بعد تصريفها إلى العملة الوطنية، نظير إشباعهم لرغباتهم السياحية، بمنتجات وخدمات، بما يجعل السائح مصدرا من مصادر الحصول على العملة الأجنبية.[2]

إلا أن الإشكال الذي تقع فيه الدول النامية، أن كثيرا من المنشئات السياحية والفنادق، تكون ملكا للأجانب، مما ينتج عنه تحويل جزء كبير من الأرباح المحققة للخارج في شكل تحويلات، ومن جانب

[1] -Albaro Matias et autres, Advances in tourismEconomics New developments, Physica-verlag, London, 2009, P2 .

[2]– زيد منير سلمان، السياحة في الوطن العربي، دار الراية، الأردن، 2008، ص44.

آخر يتم استيراد السلع السياحية من خارج البلد، مما يؤدي إلى تحويل جزء كبير من الإيرادات السياحية وتصديرها إلى الخارج، وهذا ما يعرف بالتسرب السياحي.[1]

2- أثر السياحة على ميزان المدفوعات:

إن الأهمية الاقتصادية للسياحة تقاس بدرجة تأثيرها على ميزان المدفوعات، والذي يعتبر قيدا مزدوجا لكافة معاملات الدولة مع العالم الخارجي (صادرات، وإيرادات) وهي تعتبر من الخدمات المصدرة أو صادرات غير منظورة.

وينقسم الطلب السياحي إلى قسمين: طلب داخلي محلي، يمثله إنفاق المقيمين وطلب خارجي يمثله ويجسده إنفاق غير المقيمين، وهذه الحالة هي التي تعرف بصادرات السياحة والتي تسجل في ميزان المدفوعات باعتبارها متحصلات.[2]

وفيما يخص الإيرادات والنفقات المتعلقة بالسياحة، تدمج في ميزان المدفوعات كعنصر من عناصره، تحت بند "السياحة" أو "السفر" في المجموع الجزئي لميزان السلع والخدمات (الميزان الجاري) ضمن بنود التجارة غير المنظورة أي تجارة الخدمات المختلفة كالنقل، التأمين، الخدمات المصرفية...إلخ.

ويتحدد هذا التأثير بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري، سواء كانت سلبية أو إيجابية، فإذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري سلبية وكان التأثير الصافي للميزان السياحي إيجابيا فإنه قد يغير العجز في الميزان التجاري ويحوله إلى فائض أو يخفف من العجز (يقلل من قيمة عجز الميزان التجاري). أما إذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري إيجابية وكان التأثير للميزان السياحي إيجابيا فإن الرصيد يزيد من فائض الميزان التجاري، بما يساعد في التأثير إيجابا على ميزان المدفوعات.

أما إذا كان الميزان الصافي للميزان السياحي سالبا فإنه يقلص من الفائض في الحساب الجاري أو يوسع من عجزه.

ويقصد بالقيمة الصافية للميزان السياحي صافي العملية الحسابية للمصروفات السياحية بما فيها الإنفاق على السياحة الخارجية، وما تحقق من إيرادات سياحية، بما فيها عائدات السياحة الوافدة إلى دولة.[1]

---

[1]- مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص74.

[2]- محمد مصطفى النبا، مرجع سبق ذكره، ص260.

3- أثر السياحة على الإنفاق:

الإنفاق السياحي هو الإنفاق الصادر من السياح على السلع والخدمات السياحية وغير السياحية خلال إقامتهم في البلد المقصد السياحي.[2]

ويشمل الإنفاق السياحي جميع مصروفات السائح من النقل والإيواء والإطعام والهدايا وغيرها، حيث يرتبط بجنسية السائح، وعاداته وسلوكه الإنفاقي، وكذا بنوع السياحة ودوافعها، ووجود مغريات تجعل السائح يدفع أكثر كمراكز التسلية، التي تعتبر من أكبر أسباب الإنفاق. وتستحوذ نفقات الإيواء والإطعام على نسبة 50% إلى 60 % من إجمالي الإنفاق السياحي.[3]

4- تحقيق التكامل بين القطاعات الاقتصادية:

إن صناعة السياحة وما تملكه من تشابكات خلفية، واستهلاكها لمنتجات قطاعات أخرى، تجعل من الضروري على القطاعات الأخرى القيام بعمليات التنسيق والتكامل لتوفير منتجات السلع والخدمات الضرورية للنشاط السياحي، وهذا يتطلب تخطيط مسبق ضمن التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تطبقها الدول.

ثانيا: الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة

1- أثر السياحة في خلق فرص العمل:

إن السياحة صناعة كثيفة الأيدي العاملة، وعالية التوجه نحو العمالة، فهي ترفع معدلات التشغيل من خلال خلق مناصب شغل جديدة مباشرة داخل القطاع، وتدفع إلى خلق مناصب شغل خارج القطاع السياحي، نتيجة امتلاكها لعلاقات خلفية وأمامية مع بقية القطاعات، حتى توفر لها طلباتها في الفنادق والوكلات السياحية والبنوك والمطارات والخطوط الجوية والبحرية والبرية وشركات الأطعمة وغيرها، من القطاعات التي لها علاقة مباشرة مع النشاط السياحي.

وتشير الإحصائيات العالمية أن التوظيف في القطاع السياحي، ينمو بما يقارب الضعف مقارنة بباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى حيث يصل التوظيف إلى نسبة 8 – 10 % من مجموع العمالة

[1]– زيد منير سليمان، السياحة فيفي الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 45.

[2]–نبيل روبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص 63.

[3]– خربوطلي صلاح الدين، الاقتصاد السياحي، معهد متوسط فندقي، دمشق، 2000، ص 63.

الكلية، وتوظف السياحة الأيدي العاملة البسيطة غير المتخصصة والأيدي المتخصصة، وتوفر كل غرفة فندقية 2,75 منصب شغل مباشرة وغير مباشرة.[1]

إن قدرا كبيرا من العمال في القطاع السياحي يكون موسميا ويعرض لتقلبات متنوعة في كثير من الأحيان تشغيل عمالة إضافية لمواجهة الزيادة في الطلب خلال فترات الذروة.

2- أثر السياحة على الوضعية الثقافية:

إن للسياحة آثارا اجتماعية وثقافية إيجابية وسلمية، حيث ينتج من انتقال السياح ذوي العادات والتقاليد المختلفة من بلدانهم الأصلية إلى البلد المقصد، من ظهور بعض الطبقات الاجتماعية التي يزيد دخلهم، نتيجة الإنفاق السياحي، والاستفادة من الأنشطة السياحية والاستثمارات السياحية، مما يؤدي إلى رفع مستوى معيشتهم الاقتصادية والاجتماعية، وينقلهم إلى مستوى طبقي أعلى من المستوى السابق.

كما أن السياحة تؤدي إلى الاهتمام بالمعالم الأثرية والتراث والعادات والتقاليد الشعبية، وتحفظها من الاندثار، ويضيف إليها أفكارا جديدة وثقافات أجنبية، تؤدي إلى تغير النمط المعيشي للسكان، وانفتاحهم على العالم الخارجي، ويؤدي بدوره إلى التبادل الثقافي بين مختلف الشعوب، مع الاحتراز من تسرب العادات والتقاليد الأجنبية التي لا تتوافق مع أخلاق المجتمع.

ثالثا: أثر السياحة على التوازن الإقليمي والعلاقات الدولية

1- أثر السياحة في التوازن الإقليمي:

إن المناطق التي تمتاز بجمال الطبيعة تجذب السياح مما يعطي لهذه المناطق أهمية اقتصادية واجتماعية وثقافية وغالبا ما تقع هذه المناطق خارج التجمعات السكانية بمحاذاة الجبال والوديان أو شواطئ البحار أو البحيرات، ويعيش أهلها في ظل نظام اقتصادي تقليدي يستعمل فيع أدوات الإنتاج التقليدية سواء في القطاع الفلاحي أو الصناعي التقليدي أو المهن اليدوية بما ينعكس سلبا على المستوى المعيشي للسكان وظهور الطبقات الاجتماعية الفقيرة. إن امتلاك هذه المناطق لمقومات سياحية غالبا ما تكون طبيعية أو تاريخية تحول نشاط السكان من الطابع الفلاحي أو الصناعي التقليدي إلى النشاط السياحي بما ينعكس إيجابا على البنية التحتية وظهور المراكز السياحية والهياكل الفندقية بما يؤدي إلى انتقال المال من المدن والتجمعات السكانية الكبرى إلى هذه المناطق في شكل انفاق سياحي سواء من حيث دفع مقابل الخدمات المتحصل عليها أو من حيث المشتريات والهدايا (إعادة توزيع الدخل). مما

[1]- خالد كواش وآخرون، الدور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للسياحة، حالة الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحية رهان التنمية المستدامة 25/24 أفريل 2012، البليدة، ص6.

يجعل المنطقة تستفيد من مشاريع تنموية كفتح وتعبيد الطرق ومشاريع دعم وتوصيل الكهرباء والخدمات الصحية والإدارية والمواصلات والأسواق ...الخ. وهكذا تعمل السياحة على جلب المشاريع التنموية إلى الأقاليم الريفية والنائية.1ومن الآثار الإيجابية للتنمية في المناطق الريفية:[2]

- أنها تحد من الهجرة من الريف إلى المدينة (النزوح الريفي).
- توزيع الثروة الوطنية توزيعا عادلا بين المناطق والأقاليم.
- ظهور مهن وخدمات وأعمال جديدة لم تكن في تلك المناطق.
- خلق بدائل سياحية جديدة أو زيادة العرض السياحي الوطني.
- طبيعة التشابك القطاعي الكثيف للنشاط السياحي سوف يعمل على خلق عدد من الصناعات والخدمات التكميلية في هذه المناطق لتلبية الطلب السياحي.
- زيادة التوظيف المباشر وغير المباشر في تلك المناطق وغيرها من المناطق المجاورة وزيادة المستوى التعليمي والثقافي والصحي ...الخ.
- المساهمة في زيادة الدخل الوطني وإيجاد مصادر تمويل جديدة للخزينة العمومية.

2- أثر السياحة في العلاقات الدولية:

إن انتقال أعداد هائلة من السياح من السياح بين دول العالم يؤدي إلى نسج علاقات غير رسمية بين الشعوب مما يحتم على الدول تنظيم علاقات رسمية سياحية وسياسية واقتصادية سواء بشكل ثنائي أو ضمن التكتلات الاقتصادية والانضمام إلى السوق السياحي الدولي وإبرام الاتفاقات السياحية بمراعاة المنظمات الدولية.

كما تؤدي السياحة غلى تبني المعاهدات والمواثيق الدولية حول مختلف الشؤون التي تنظم السفر والسياحة كاتفاقيات الطيران والملاحة الجوية وإجراءات السفر والجمارك.[3]

[1] إسماعيل محمد الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 162.

[2] خربوطلي صلاح الدين، مرجع سبق ذكره، ص 74.

[3] -مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص130

خلاصة الفصل:

إن السياحة ظاهرة اقتصادية واجتماعية لم تعد مرتبطة بتنقل أشخاص من مكان إلى آخر، بل أصبحت صناعة قائمة بذاتها، تهتم بها الدول المتقدمة أكثر من الدول النامية، بدليل اتجاه حركة السياحة الدولية نحو الدول المتطورة. وأمام التخلف الاقتصادي التي بقيت تعاني منه الدول النامية، اتجهت الكثير منها في إطار إعداد البرامج التنموية إلى زيادة الاهتمام بالسياحة الداخلية والخارجية، باعتبارها موردا هاما لجلب العملة الأجنبية، وتوظيف اليد العاملة، باعتبارها صناعة كثيفة العمل، ولا يمكن الاستغناء عن العنصر البشري مهما كان التطور التكنولوجي.

إن السياحة أدت إلى المساهمة في خلق اقتصاد يعتمد على المنتوج الخدمي أكثر من المنتوج السلعي، حيث يلعب التسويق والترويج الدور الأساسي في ذلك.

وأما عن أنواع السياحة السائدة في البلد المضيف فهي مرتبطة بما يملكه البلد من مؤهلات بشرية ومادية ومقومات سياحية يمزج بينها للحصول على صناعة السياحة. فامتلاك مقومات طبيعية وحضارية ليس بالضرورة أن للبلد سياحة يعتمد عليها.

ولقد تزايدت الأهمية الاقتصادية للسياحة في العقود الأخيرة، لتأثيرها المباشر على الدخول وتوفير العملة الأجنبية، والمساهمة في تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات وغيرها من المؤشرات الاقتصادية.

وفيما يخص الأثار غير الاقتصادية، فإن السياحة تساهم في الرفع من مستوى معيشة الأفراد، وتحقيق التوازن الاقليمي داخل البلد، وتساهم في الحفاظ على الموروث الثقافي للبلد وللموقع المقصد، واقامة العلاقات الدولية.

الفصل الثاني
التنمية السياحية ومقومات الجذب السياحي

الفصل الثاني: التنمية السياحية ومقومات الجذب السياحي

تمهيد:

إن التنمية السياحية ترتبط ارتباطا وثيقا بالتنمية الاقتصادية، والتي هي جزء من التنمية الشاملة، التي تسعى إلى الانتقال من مستوى المعيشة الأقل في جميع شؤون الحياة إلى المستوى الأعلى، من خلال تحسين مستوى الدخول الحقيقة للأفراد، نتيجة خلق دخول جديدة وتقديم خدمات عامة.

إن التنمية الاقتصادية هي الركيزة الأساسية للتنمية الشاملة، لأنها تهدف إلى تغيير الهيكل الاقتصادي، والخروج من حالة التخلف في جميع القطاعات، وتحقيق التوازن الإقليمي بين المناطق من جهة، وبين الريف والمدينة من جهة ثانية، وهذا التوازن أحد أهم دوافع التنمية السياحية، التي تهدف إلى استغلال المواراد السياحية المتاحة الاستغلال الأمثل، وتوسيع الاستثمارات، ورفع كفاءة الاقتصاد ككل، والارتقاء بمستوى معيشة الأفراد، وذلك خلال فترة زمنية معينة ومحددة. وفي هذا الفصل سيتم التطرق إلى أربع مباحث للتعرف على التنمية السياحية ومتطلباتها وهذا من خلال:

- **المبحث الأول: التنمية الاقتصادية والتنمية السياحية**
- **المبحث الثاني: التخطيط السياحي**
- **المبحث الثالث: المقومات السياحية والعوامل المؤثرة فيها**
- **المبحث الرابع: السوق السياحية**

المبحث الأول: التنمية الاقتصادية والتنمية السياحية

إن الدور المتزايد للسياحية في اقتصاديات الدول،جعل منها إحدى المحركات الأساسية في العملية التنموية الشاملة، إضافة إلى تأثيرها المباشر وغير المباشر والمتبادل مع بقية المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فهي تساهم بشكل مباشر وفعال في التنمية الاقتصادية وبشكل غير مباشر في التنمية الاجتماعية والثقافية.

المطلب الأول: التنمية والتنمية الاقتصادية

إن مفهوم التنمية أوسع من أن يحصر في جانب واحد من مجالات الحياة المختلفة، فهو ينضوي على التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وغيرها.

أولا: مفهوم التنمية

إن التنمية لا تشتمل على جانب واحد معين فقط، بل تشتمل على جميع مجالات شؤون الحياة، سواء تعلق الأمر بالجوانب الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية، وإن كان الجانب الاقتصادي هو الوسيلة التي تعتمد عليه التنمية لتحقيق بقية الجوانب، لانعكاسه مباشرة على الرخاء الاجتماعي والثقافي، وتلبية الحاجات المستمرة والمتزايدة للأفراد والمجتمع.

إن مصطلح التنمية يعد من أحدث وأبرز المصطلحات، وظهر إلى الوجود وبشكل واضح في ستينيات القرن الماضين بعد استقلال معظم الدول من الاستعمار، لاحتوائه على معاني ودلالات تنطبق على الحالة الاجتماعية والاقتصادية لهذه الدول.

فالتنمية "عملية شاملة تتناول جوانب الحياة الاجتماعية المتعددة معتمدة على تخطيط شامل للجوانب الاقتصادية والاجتماعية لتحقيق أهداف واضحة المعالم والذي يتطلب مشاركة واعية من جميع أفراد المجتمع لتحقيق الرخاء الاجتماعي وإشباع الحاجات الخاصة والعامة".[1]

فالتنمية لا يقصد بها الخطط والبرامج أو المشروعات للنهوض بحياة الشعوب سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية، وإنما يقصد بها كل عمل إنساني يدخل في بناء جميع القطاعات ومختلف المجالات وعلى جميع الأصعدة والمستويات.

[1]– سعد إبراهيم حمد، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى، أطروحة دكتوراه، جامعة سانت كلمنتس العالمية، 2008، ص ج ج.

كما عرفت أيضا بأنها "مجموعة المحاولات التي تهدف إلى تغيير الهيكل الاقتصادي للمجتمع بما يترتب عليه تحسين الوضع النسبي لرأس المال وفي الوقت نفسه استخدامه بأقصى درجات الكفاية".[1]

فالتنمية عملية اجتماعية في المقام الأول، لأنه لا يمكن الفصل بين البعد الاقتصادي والاجتماعي باعتبارهما وجهان لعملة واحدة لأنهما يكملان بعضهما البعض.[2]

كما عرفها الاقتصادي النمساوي جوزاف شومبتر Joseph Alois Shumpeter بأنها "الانتقال إلى مستوى آخر أعلى بكثير من المستويات السائدة، تكون في صورة تدفقات وفقرات غير منتظمة ومفاجئة، تهدف بالأساس إلى تحسين مستوى معيشة الأفراد".[3]

ثانيا: تعريف التنمية الاقتصادية

هناك عدة تعاريف للتنمية الاقتصادية، لكنها كلها تتفق على أنها زيادة دخول الأفراد وتغيير هيكل الاقتصاد للوصول إلى تحسين مستوى معيشة الأفراد، الذي هو الهدف الأسمى الذي تسعى إلى تحقيقه.

وهي تختلف عن النمو الاقتصادي لأن هذا الأخير يعني "الزيادة المتواصلة في الدخل الحقيقي للفرد الواحد، عن طريق التحسين المتواصل في وسائل الإنتاج في كافة أنحاء القطر"، أما التنمية الاقتصادية فتشمل التغيرات الاقتصادية العديدة الأخرى التي ترافق النمو الاقتصادي.[4] ومن بين تعاريف التنمية الاقتصادية أيضا نذكر ما يلي:

هي "عملية مجتمعية واعية موجهة نحو إيجاد تحولات في البناء الاقتصادي الاجتماعي، تكون قادرة على تنمية طاقات إنتاجية مدعمة ذاتيا تؤدي إلى تحقيق زيادة منتظمة في متوسط الدخل الحقيقي للفرد على المدى المنظور وفي الوقت نفسه، تكون موجهة نحو تنمية علاقات اجتماعية، سياسية تكفل زيادة الارتباط بين المكافآت وبين كل من الجهد والإنتاجية، كما تستهدف توفير الحاجيات الأساسية للفرد وضمان حقه في المشاركة وتعميق متطلباته واستقراره في المدى الطويل".[5]

---

[1]– أحمد محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، وزارة الإعلام، بغداد، 1984، ص 125.

[2]– حميد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي مدخل إستراتيجي، الوراق للطباعة والنشر، عمان، 2004، ص 18.

[3]– محمد عبد العزيز عجمية وآخرون، التنمية الاقتصادية، دار الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2001، ص 91.

[4]– أفريت هاجن، اقتصاديات التنمية، ترجمة جورج خوري، مركز الكتب الأردني، الأردن، 1988، ص24.

[5]– نبيلة فالي، التنمية من النمو إلى الاستدامة، المؤتمر العلمي الدولي: التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، جامعة عباس فرحات، سطيف، 2008، ص 6.

كما عرفت أيضا بأنها التي يحدث من خلالها تغيير شامل ومستمر ينتج عنه زيادة في متوسط دخول الأفراد دون استناد ورفع مستوى المعيشة (نوعية الحياة) وتغيير هيكل الإنتاج.[1]

التنمية الاقتصادية يجب أن تمتد في الفترة الطويلة وليس القصيرة فالتغيرات التي تحدث في الأجل القصير أو الدورات الاقتصادية لا يعتد بها بل يجب أن يستمر الارتفاع أكثر من دورة اقتصادية بحيث يكون متوسط الارتفاع والانخفاض في دورة اقتصادية أكبر من متوسط الارتفاع والانخفاض في الدورة التي سبقتها.[2]

فالتنمية هي عملية تهدف إلى تحقيق زيادة في معدل الدخل الحقيقي للفرد من خلال زيادة الإنتاج، وتغيير الهيكل الاقتصادي للبلد، وهذا في الأجل الطويل، فهي تنطوي على العناصر التالية:

- زيادة متوسط الدخل الحقيقي للفرد أي متوسط مجموع السلع والخدمات المتحصل عليها مقابل الدخل النقدي.
- أن تكون هذه الزيادة في الأجل الطويل الذي يتعدى أكثر من دورة اقتصادية، مع العلم أن الدورة الاقتصادية تتراوح ما بين 3 إلى 5 سنوات.

أما النمو الاقتصادي فيجب أن يرتبط بالنمو السكاني لأن النمو الاقتصادي هو "حدوث زيادة في إجمالي الناتج المحلي الإجمالي أو الدخل الوطني، بما يحقق زيادة في متوسط نصيب الفرد الواحد من الدخل الحقيقي".[3]

بمعناه "النمو الاقتصادي لا يعني فقط حدوث زيادة في إجمالي الناتج المحلي، بل لابد أن يترتب عليه زيادة في دخل الفرد الحقيقي، بمعنى أن معدل النمو لابد أن يفوق معدل نمو السكان".[4]

ثالثا: أهداف التنمية الاقتصادية

إن الهدف الرئيسي للتنمية هو تحقيق الرخاء الاقتصادي والاجتماعي، ولكن أولويات التنمية تختلف من بلد إلى آخر، حسب الحالة الاجتماعية والاقتصادية، وإن كانت هناك أهداف تسعى إلى تحقيقها كل الدول من خلال البرامج الاقتصادية والتي تنحصر فيما يلي:

- زيادة الدخول الحقيقية للأفراد، والمتمثلة في مجموع السلع والخدمات المتأتية من الزيادة في الناتج المحلي الإجمالي أو الناتج الوطني.

[1]– عبد القادر محمد عبد القادر عطية، اتجاهات حديثة في التنمية، الدار الجامعية ، الإسكندرية، 2003، ص 17.

[2]– محمد قيلي، السودان سلسلة غذاء العالم، دار العلوم للنشر، دمشق، 2006، ص 05.

[3]– إبراهيم العيسوي، التنمية في عالم متغير، دار الشروق، القاهرة، 2000، ص 18.

[4]– محمد عبد العزيز عجمية وآخرون، التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 51.

- تلبية الحاجات الضرورية الأساسية والكمالية لرفع مستوى معيشة الأفراد، من خلال خلق دخول الأفراد وتقديم خدمات عامة.
- زيادة معدلات النمو الاقتصادي أكبر من معدلات النمو السكاني، تجنبا لأزمات الانفجار السكاني.
- إعادة تنويع الهيكل الاقتصادي للدولة، وذلك من خلال تنويع الصادرات وإحلال المنتجات الوطنية محل الواردات، وعدم التركيز على تصدير المواد الأولية واستيراد السلع الاستهلاكية، وذلك بخلق قاعدة إنتاجية ناجمة من التكامل الاقتصادي بين القطاعات الاقتصادية والاجتماعية (التشابكات الأمامية والخلفية).
- تحقيق تنمية شاملة مستدامة، تأخذ عند إعدادها وتنفيذها وتنفيذ المشاريع الاستثمارية واستغلال الموارد المتاحة، حقوق الأجيال القادمة من جهة، والبعد البيئي من جهة أخرى للحفاظ على البيئة.
- إعادة توزيع الدخول وتقليل الفوارق الموجودة بين الفئات الاجتماعية من خلال فرض ضرائب على أصحاب الدخول المرتفعة وإعادة تدويرها كإعانات لأصحاب الدخول المنخفضة، وكذا فرض ضرائب على السلع الكمالية، والضارة بالبيئة، وتقديمهاكإعانات مباشرة وغير مباشرة للطبقات الدنيا من أفراد المجتمع.

رابعا: معوقات التنمية الاقتصادية

هناك عدة معوقات لنجاح التنمية الاقتصادية في الدول النامية، وتحقيق الأهداف المراد تحقيقها، وتنفيذ البرامج المسطرة أهمها:[1]

- قلة الموارد المالية التمويلية المتاحة، لاعتمادها على الجباية المتأتية من تصدير المواد الأولية، هذه الأخيرة غالبا ما تحدد أسعارها في الأسواق المالية الدولية، مما يجعلها تابع لوضعية اقتصاديات الدول المتقدمة، ومعرضة بانتظام للأزمات المالية الدورية التي تصيب اقتصاديات هذه الدول.
- ضعف بنية الهيكل الإنتاجي الاقتصادي، وعدم القدرة على الخروج من الحلقة المفرغة في كثير من الدول (قلة المدخرات تؤدي إلى قلة الاستثمارات وينتج عنها ضعف الدخول).
- ضعف التكنولوجيا المستعملة في إنتاج السلع والخدمات، والاعتماد على الطرق التقليدية في جميع القطاعات في البلدان النامية، مما يفقدها القدرة على المنافسة والصمود أمام السلع والخدمات

[1]– مدحت القريشي، التنمية الاقتصادية، دار وائل للنشر، عمان، 2007، ص 153.

المستوردة من الدول المتقدمة، والتي تعتمد على أحدث التكنولوجيا وتتصف بالجودة العالية وبالتكلفة الأقل (إنتاج الوفرة).

- ضعف الإطارات والكوادر لقلة الإمكانات، وضعف مستوى التكوين والتعليم والتدريب مقارنة بالمستوى الرفيع للتكوين والتعليم المتقدم في الدول المتطورة.
- ارتفاع معدلات الفقر والتفاوت الطبقي بين أفراد المجتمع من جهة، وبين المناطق والأقاليم من جهة أخرى، وبين الريف والمدينة من جهة ثالثة (بين المدن نفسها).
- انتشار الظواهر الاجتماعية المثبطة التي تؤثر سلبا على التنمية الاقتصادية (الرشوة، المحسوبية، السرقة، نهب المال العام وإهداره ، عقلية البايليك، التهريب، الاتكالية ... إلخ).
- عدم وجود استقرار سياسي في كثير من الدول النامية، نتيجة تعاقب الحكومات والأزمات السياسية والحروب الداخلية والإقليمية.
- سيطرة الشركات الأجنبية والمتعددة الجنسيات، على مفاصل الاقتصاد في كثير من الدول النامية، وانتهاج سياسة الاحتكار في السياسة الاقتصادية.

المطلب الثاني: التنمية السياحية

ترتبط التنمية السياحية بالتنمية الاقتصادية ارتباطا وثيقا، نظرا لدورها البارز والمتزايد في المساهمة في نمو اقتصاديات كثير من دول العالم، ولتأمينها لموارد مالية إضافية للأفراد والحكومات، وتوفير مناصب شغل جديدة تحد بها من أزمة البطالة ، وتساهم في تطوير المناطق والأقاليم السياحية المعزولة وتوفير البنية التحتية بما يعود إيجابا اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا على البلدان المستقبلة للسياحة.

أولا: مفهوم التنمية السياحية

فكلما زاد تدفق حجم حركة السياحة، زاد الإنفاق على السلع الاستهلاكية، بما يؤدي إلى زيادة الدخول وحجم الادخار وتنشيط الصناعات والخدمات المرتبطة بالسياحة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة، الأمر الذي يتولد عنه اتساع نطاق العمل في قطاعات هذه الصناعات والخدمات المرتبطة بها.

ومن المعروف أن كل استثمار جديد يولد عنه إنفاق جديد، سواء كان هذا الإنفاق من قبل الأفراد أو الدولة التي تقوم بإنشاء المشاريع السياحية، وإقامة البنى التحتية، ومرافق الخدمات العامة بما يؤدي إلى توليد دخول جديدة تنعكس إيجابا على الأفراد والمنطقة على حد سواء.

إن التنمية السياحية هي تنمية تشمل العرض السياحي والطلب السياحي على حد سواء، لإشباع رغبات السائحين وتحقيق الأهداف المسطرة على مستوى القطاعات أو مستوى الأقاليم السياحية.

ولقد وجدت عدة تعاريف للتنمية السياحية من بينها: "اتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين".[1]

وقد عرج هذا التعريف إلى المقومات المكملة لمقومات الجذب السياحي، كما عرفت بأنها "تغيير وتحول حقيقي مدروس ينتقل بموقع الجذب السياحي من وضع إلى وضع آخر بصورة واعية ومنظمة على أن يراعي هوية الموقع".[2]

وقد ركز هذا التعريف على الانتقال بالموقع من وضعية إلى وضعية أعلى بطريقة واعية دون التأثير على قوة الجذب للموقع.

وعرفت أيضا على بأنها "تأخذ طابع التصنيع المتكامل والذي يعني إقامة وتشييد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج إليها السائح أثناء إقامته بها بالشكل الذي يتلاءم مع القدرات المالية للفئات المختلفة من السائحين".[3]

هذا التعريف يشير إلى العلاقات التشابكية للتنمية السياحية مع مراعاة الأصناف المختلفة للسياح من الجانب المادي عند تشييد المراكز السياحية.

كما أن هناك تعريف على أساس أن التنمية مجموعة من البرامج التي تهتم بالموارد السياحية "هي مختلف البرامج التي تسعى إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد إنتاجية القطاع السياحي".[4]

فالتنمية السياحية لها علاقة وطيدة بالتخطيط بل هو جزء منها يهدف إلى الارتقاء بالموارد السياحية لتقديم أفضل الخدمات وتلبية حاجيات السياح وفق خطط مدروسة لتحقيق أكبر عائد.

وتعرف التنمية بأنها "برامج تهدف إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحية الأولية الطبيعية والحضارية والمرافق الأساسية السياحية وربطها بعناصر البيئية واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية".[5]

---

[1] - Douglas Pearce, tourist developement , 2nd, Newyourk, Longma, 1989, P 10.

[2]– خليل إبراهيم المشهداني، التخطيط السياحي، مطابع التعليم العالي، جامعة المسنصرية، العراق، 1989، ص 22.

[3]– عبد الرحمن سليم، مجلة البحوث السياحية، العدد 7، القاهرة، ص 150.

[4]– أحمد الجلاد، السياحة المتواصلة البيئية، عالم الكتاب، ط1، مصر، 2002، ص 43.

[5]– أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2007، ص 44.

وهناك تعريف آخر ركز على العرض والطلب السياحي في تعريف التنمية السياحية والتي هي "تنمية العرض والطلب السياحي لتحقيق التلاقي بينهم لإشباع رغبات السائحين والوصول إلى أهداف محددة قومية وقطاعية وإقليمية موضوعة سلفا لتكون معيارا لقياس درجات التنمية المطلوبة".[1]

فهذا التعريف يركز على نقطة التوازن بين عرض المنتوج السياحي وطلب السياح لتلبية الرغبات وتحقيق الأهداف التي تعتبر مقياسا لنجاح التنمية السياحية.

وعرفت أيضا بأنه "النشاطات والفعاليات التي ترمي إلى إشباع الحاجات البشرية بشكل مباشر وغير مباشر عن طريق استثمار المصادر السياحية المتاحة بما يؤمن الحصول على وتائر متصاعدة في النمو".[2]

ركز هذا التعريف على النشاطات والفعاليات المختلفة بالقطاع السياحي التي تعطي قيمة مضافة، تساهم في النمو الاقتصادي.

كما عرفت بأنها "كل الإجراءات المقصودة والمخططة، التي تهدف إلى تحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي، والتي تقوم بإحداث تغييرات في هيكل الاقتصاد القومي، القصد منها تحقيق زيادة سريعة ودائمة في متوسط دخل الفرد الحقيقي، يستفاد منها غالبية أفراد المجتمع".[3]

كما تعرف بأنها " كافة العمليات الاستثمارية التي تبذل، لتطوير الخدمات والفعاليات ذات الهوية السياحية، لرفع كفاءة المكان السياحي والعاملين فيه واستثمارها استثمارا أمثل، لتحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية والترويجية للفرد والمجتمع".[4]

فالتنمية السياحية هي مجموعة من البرامج الموضوعة سلفا عند وضع الخطط التنموية، تسعى إلى الانتقال بالمواقع السياحية والمنتوج السياحي من وضعية إلى وضعية أعلى، يحقق من خلالها رضا السياح وتلبية حاجياتهم ورغباتهم، للوصول إلى أهداف تنعكس إيجابا على القطاع السياحي بالدرجة الأولى، وعلى بقية القطاعات الأخرى، ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بالقطاع السياحي، من خلال تدوير الإيرادات المالية بين المشاريع والأفراد وفئات المجتمع ككل.

---

[1]– مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص 334.

[2]– سعد إبراهيم حمد، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى، أطروحة دكتوراه، سانت كلمنتس، 2008، ص ج ج.

[3]– نوفل محمد نبيل، التعليم والتنمية الاقتصادية، المكتبة الأنجلو أمريكية، القاهرة، 1979، ص 55.

[4]– سعد إبراهيم حمد، مرجع سبق ذكره، ص خ خ.

ثانيا: عناصر التنمية السياحية

تتكون التنمية السياحية من عناصر تدخل في تكوين القطاع السياحي وعناصر أخرى ضرورية لكنها تنتمي إلى قطاعات أخرى منها:[1]

- **مقومات الجذب السياحي**: وهي أهم عنصر ترتكز عليه التنمية السياحية، لأنه بدون مقومات بغض النظر عن أنواعها، لن يكون هناك نشاط سياحي، ولن تكون هناك تنمية سياحية سواء تعلق الأمر بالمقومات الطبيعية المناخية أو المقومات الحضارية الأثرية والحديثة.
- **وجود أيدي عاملة ماهرة:** تحتاج صناعة السياحة والفنادق أيدي عاملة مدربة ومتخصصة في النشاط السياحي، نظرا للتعامل مع مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية والأجناس المتعددة مما يستوجب القيام بدورات تكوينية عالية المستوى للعاملين في القطاع.
- **البنية التحتية:** والتي تعتبر ضرورية لجميع القطاعات، ويتأكد نوعها في النشاط السياحي، لأنه يقوم على السفر والانتقال واستعمال الطرق البرية والمطارات والموانئ والسكك الحديدية ذات مقاييس محددة.
- **التسهيلات الممنوحة:** والتي تساعد على رفع القدرة التنافسية للقطاع وتعتبر كتحفيزات مقدمة للسياح وتشتمل على الإعفاءات الضريبية والتسهيلات الجمركية، الإعلان التسويقي السياحي، الخدمات المالية والتسهيلات البنكية ...إلخ، كما تشمل أيضا التسهيلات الممنوحة للقطاع الخاص لإنشاء المستلزمات والهياكل السياحية والمواقع السياحية في المناطق التي لها مقومات وعناصر سياحية.
- **وسائل النقل:** إن تطور وسائل النقل خاصة المرتبطة بالقطاع السياحي يساعد بشكل كبير على تحقيق أهداف التنمية السياحية وسواء كان وسائل النقل البري أو البحري أو الجوي.
- **الهياكل السياحية:** والتي تشتمل على الفنادق ذات الخدمات الراقية والمتوسطة والتي تكن في متناول الإمكانيات المادية والمالية للسياح بمختلف طبقاتهم الاجتماعية وسواء كانوا أجانب أو محليين، وتشتمل أيضا القرى السياحية وشقق الإيجار، أو دور الضيافة.

[1]– نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 3، سوريا، 2006، ص19.

ثالثا: أسباب التنمية السياحية

إن معظم الدول النامية تواجه نفس المشكلة الاقتصادية، والمتمثلة في الاعتماد التام على مصادر الموارد الأولية لتمويل الاقتصاد والموازنة العامة، مع العلم أن معظم المواد الأولية (البترول، الغاز، المواد الزراعية، المعادن ...الخ) سلع عالمية تتحدد أسعارها وفق العرض والطلب العالميين، وفي أسواق دولية خارج الدول المنتجة مما يخلق تبعية مطلقة للاقتصاد الوطني للخارج، سواء في الجانب الاقتصادي أو ما يرتبط به من الجوانب الأخرى، الاجتماعية، والسياسية والثقافية.

هذه النتيجة تؤدي إلى نقل أزمات الدول المتقدمة إلى الدول النامية، وينتج عنها انخفاض في الواردات والمدخرات، وبالتالي نقص الاستثمارات وعدم توفير فرص عمل لليد المحلية الراغبة في العمل، وما ينجر عنها من آفات اجتماعية تثقل كاهل الدولة في معالجتها والحد من آثارها السلبية.

لقد اتبعت الدول النامية سياسات اقتصادية، ووضعت برامج وخطط في إطار ما يعرف بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية في جميع القطاعات لتوفير الدخول وتوفير فوائض مالية لتمويل الاستثمارات والدخول في شراكات أجنبية للحصول على وسائل الإنتاج الحديثة وتطوير المنتوج المحلي، والولوج إلى الأسواق العالمية.

ولتوفير مدخرات بالعملة الأجنبية وتمويل الاستثمارات اتجهت كثير من الدول في إطار سياستها الاقتصادية إلى تنمية القطاع السياحي وهذا راجع إلى عدة أسباب منها:[1]

- وجود اختلالات وفجوة وحلقة مفرغة بين مجموع المدخرات المتوفرة واللازمة لتمويل المشاريع التنموية.
- العجز الدائم في ميزان المدفوعات، لقلة وضعف الصادرات وانخفاض أسعارها (المواد الأولية)، وكثرة الصادرات من السلع الاستهلاكية والسلع الإنتاجية المتطورة كثيفة رأس المال وغير المتطورة، خاصة مع ارتفاع أسعارها .

[1]– الروبي نبيل، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص 16.

- تركز الهيكل الإنتاجي والاقتصادي للدول النامية، على إنتاج المواد الأولية، التي تستخرج من باطن الأرض أو المنتجات الزراعية التي تعتمد على التكنولوجيا الضعيفة أو غير المتقدمة، وتصديرها في شكل خامات بأسعار جد منخفضة والتي تتحدد في أسواق الدول المتقدمة، واستيراد جميع أنواع السلع الاستهلاكية والإنتاجية والخدمات المتطورة والتي تعتمد غالبيتها على التكنولوجيا الحديثة ورأس المال الكثيف.
- حالة التقلبات التي تصيب حصيلة الصادرات، نتيجة ارتباطها باقتصاديات الدول المتقدمة، والتي غالبا ما تعرف أزمات اقتصادية ومالية منتظمة (مرة إلى مرتين كل عشر سنوات)، مما يعيق تنفيذ الخطط والإستراتيجيات الاقتصادية والاجتماعية وعلاج الاختلالات الداخلية والخارجية، لأن مصادر تمويلها مصدرها مباشرة عائدات الصادرات.
- تميز القطاع السياحي بالاستثمارات الأقل تكلفة، مقارنة بالقطاعات الإنتاجية الأخرى.
- عدم تكافؤ معدل التبادل الدولي، بين الدول المصدرة للمواد الأولية، والدول المصدرة للسلع الصناعية، لأن أسعار المواد الأولية إن لم تتناقص فهي في تزايد بمعدل أقل من تزايد أسعار السلع الصناعية.
- التنمية السياحية ترتكز على صناعة السياحة، وهذه الأخيرة صناعة مركبة من مجموعة من القطاعات الإنتاجية السلعية والخدمية ترتبط مباشرة وغير مباشرة بالنشاط السياحي، مع العلم أن مؤشر التشابكات الخلفية للقطاع أكبر من الواحد الصحيح، بسبب الارتباطات الواسعة للقطاع في حين مؤشر التشابكات الأمامية يعد من أدنى المؤشرات لارتباطه الضعيف وعدم قدرته إخراج منتجات تكون مدخلات ومستلزمات القطاعات الأخرى، فهو مولد للدخول بالدرجة الأولى، وبالتالي فإن قطاع السياحة محركا لعملية التنمية، لكنه لا يمكن له أن يكون القطاع الرائد بهذا الوصف، ولا يمكن أن يقود التنمية الاقتصادية لفقدانه قوة الدفع الأمامية، لكنه يعطي قوة دفع كبيرة من القطاعات الأخرى، لاستهلاكه منتجات تلك القطاعات (قطاع النقل، المنتجات الغذائية، قطاع الصناعات التقليدية والحرف اليدوية وغيرها) ويساهم في زيادة الطلب بحجم كبير وبشكل مباشر.[1]
- إن المنتوج السياحي يستهلك في مكانه ويستقبل مستهلكيه، ولا يصدر إلى الخارج، وبالتالي يتجنب أعباء التصدير من نقل وتأمين وتعبئة وتغليف وضرائب جمركية.

[1] – محيا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر المدن، دار الشروق، القاهرة، 2002، ص 220.

- انعدام كل العوائق الجمركية وغير الجمركية المتمثلة في شروط الصحة والسلامة، الموضوعية من طرف الدول المتقدمة أمام تصدير المنتجات الصناعية والزراعية للدول النامية.[1]

رابعا: أهداف التنمية السياحية

للتنمية السياحية أهداف اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية، تختلف من دولة إلى أخرى بحسب الأولوية المتبعة لكن يمكن إجمالها فيما يلي:

- تحقيق معدلات متزايدة ودائمة للموارد المالية، المتأتية من القطاع السياحي، وذلك من خلال استغلال مكونات القطاع ومقوماته، وزيادة القدرة التنافسية له، ورفع معدلات الإنتاج للموارد المادية والبشرية داخل القطاع السياحي وخارجه.
- زيادة الارتباطات والتشابكات الخلفية والأمامية مع بقية القطاعات لإعطاء قوة دفع وتحريك لتلك القطاعات المتداخلة مع بعضها البعض، والمساهمة في التنمية المحلية.
- المحافظة على المقومات الحضارية والأثرية التاريخية، من خلال إقامة البنى التحتية لها.
- المحافظة على البيئة، لأن للسياحة بعدا بيئيا، من خلال الحفاظ على المقومات الطبيعية وتحقيق تنمية مستدامة، من خلال تقديم منتجات صديقة للبيئة.
- الوصول إلى أكبر معدلات التشغيل الممكنة، واستغلال الموارد المتاحة، مع الحفاظ على حقوق الأجيال المقبلة.
- دعم القدرة التنافسية للمنتجات السياحية السلعية والخدمية من خلال الابتكار والتكوين.

خامسا: آثار التنمية السياحية

إن للتنمية السياحية آثارا متعددة الجوانب، لأنها تمس جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية و البيئية، والتي يمكن حصرها فيما يلي:

- حدوث انعاش اقتصادي للبلد المقصد، من خلال استثمار العملات الأجنبية المتحصل عليها، مع زيادة الطلب على السلع المنظورة وغير المنظورة.
- تخفيض معدلات البطالة، وحصرها في الحدود الدنيا، خاصة إذا علمنا أن معدل توظيف القطاع السياحي يصل 10% من اليد العاملة على المستوى العالمي، لأن زيادة الحركة السياحية يؤدي مباشرة إلى زيادة الحركة الفندقية وغيرها، بما يؤدي إلى زيادة العمالة المباشرة داخل القطاع وغير المباشرة خارجه.

[1]- خلوط عواطف، السياحة والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، مجلة رؤى الاقتصادية، العدد 03، الوادي، 2012، ص 256.

- تأثيره المباشر على الميزان التجاري لميزان المدفوعات، لأن التأثير الصافي للميزان السياحي الإيجابي يغير العجز في الميزان التجاري وبحوله إلى فائض أو يخفف منه على الأقل، أما إذا حقق الميزان التجاري فائضا وكان صافي الميزان السياحي موجبا، فإنه يدعم هذا الفائض ويؤثر مباشرة إيجابا على ميزان المدفوعات.

ويقصد بصافي الميزان السياحي صافي العملية الحسابية بين إنفاق السياحة الوافدة وإنفاق السياحة المغادرة.[1]

ومعلوم أن النفقات والإيرادات السياحية تدمج ضمن بنود التجارة غير المنظورة (كالنقل، التأمينات، وغيرها من الخدمات غير المنظورة) في الميزان التجاري (ميزان السلع والخدمات) وبالضبط ضمن بند "السياحة" أو "السفر".

- زيادة موارد مالية جديدة للخزينة العمومية من خلال توفير ضرائب ورسوم جديدة، مرتبطة بالتنمية السياحية (العرض والطلب السياحي).
- رفع مستوى معيشة الأفراد، من خلال زيادة دخولهم، وزيادة أرباح المؤسسات، وزيادة إيرادات الدولة مما يخلق نمط جديد من الخدمات والسلع المتحصل عليها.
- نماء الوعي الاقتصادي للأفراد وزيادة الشعور بالانتماء إلى الوطن والافتخار به وتقبل الثقافات الأخرى الأجنبية دون التخلي عن العادات والثقافات المحلية أو الذوبان فيها.
- زيادة قيمة التراث الموروث والآثار التاريخية والمواقع الأثرية واعتبارها كنزا لا يقيم بثمن والحفاظ عليها للأجيال القادمة.
- ظهور المحميات الطبيعية، للحفاظ على النباتات والحيوانات البرية والمائية من الانقراض، ومن التلوث، وباقي الآفات، التي يؤدي إلى إتلافها كالحرائق وإقامة المدن العشوائية وغيرها.
- إعادة توزيع الدخل بين المناطق الحضرية ومناطق المقومات السياحية، التي عادة ما تكون في مناطق معزولة خاصة تلك التي تملك عناصر طبيعية (الغابات، الوديان، الكهوف، الثلوج، الشواطئ، وغيرها)، والتي كثيرا ما تحرم من الاستثمارات الاقتصادية التنموية. هذه العناصر السياحية التي تمتلكها تكون سببا للاهتمام بالموقع نتيجة الميزة التنافسية لهذه المناطق ويخلق دخولا لأفراد المنطقة، من خلال إقامة مشاريع سياحية جديدة، في المناطق البعيدة عن التجمعات

[1] زيد منير سليمان، السياحة في الوطن العربي، الراية، الأردن، 2008، ص 45.

الصناعية، مما يؤدي إلى ظهور مؤسسات الخدمات العامة، وفتح الطرقات وإقامة البنية التحتية، يخلق توازن بين المناطق وإحداث تنمية متوازنة بين الأقاليم.[1]

- إعادة البناء الاقتصادي، حيث تؤدي التنمية السياحية إلى توجيه السكان إلى الأنشطة الأكثر ربحا والأسرع وقتا، وترك الأنشطة المعتادة (الزراعة، الفلاحة، تربية المواشي، الصيد ...) مما يؤدي إلى تغيير في أنماط استغلال المقومات الطبيعية (الأرض) وظهور مراكز ومنشآت سياحية، وتطوير البنية التحتية، مما ينعكس على زيادة الطلب على المنتجات المحلية، خاصة الغذائية منها لتلبية الحاجيات الجديدة.[2]
- التنمية السياحية تؤدي إلى إحداث تنمية اجتماعية وثقافية، لأنها تنعكس على الجوانب الجغرافية والملامح الاجتماعية الخاصة بسلوكياتهم وعلاقتهم، والخصائص الثقافية المتعلقة بالأنشطة والعادات والتقاليد والفنون والآداب واللغات والأديان.[3]

سادسا: محددات التنمية السياحية

توجد الكثير من المحددات الأساسية للنمو السياحي والتي تتمثل فيما يلي:[4]

1- **وجود التسهيلات السياحية بأسعار تنافسية:** بالإضافة إلى مشاريع البنية التحتية بأنواعها المختلفة، يجب توفير التسهيلات المتعلقة بالإقامة والخدمات الأخرى المرتبطة بالسياحية (الطعام، خدمات النقل السياحي، محلات بيع الهدايا التذكارات وغيرها) دون الإخلال بنوعية السلع والخدمات أو السعر، للحفاظ على القدرة التنافسية، لأن الخدمات السياحية شديدة الحساسية (مرنة) والقطاع سريع الاستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية.[5]

2- **الموقع الجغرافي:** إن نفقة النقل إلى البلد المقصد تعتبر من أهم محددات الوجهة السياحية لأنها تمثل نسبة عالية من التكلفة الإجمالية للرحلة السياحية. فقرب البلد السياحي من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياحة يعتبر أحد أهم ركائز نجاح صناعة السياحية، فهو المحدد لوجهة السياح لارتباطه بعامل الوقت والتكلفة، وعامل أساسي في توفير الاطمئنان النفسي للبلد المجاور بالإضافة إلى وجود عوامل أخرى مساعدة كاللغة والدين والعادات والتقاليد ... الخ. وفي حالة ما

---

[1]- مليكة حفيظ شبايكي، السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية، حالة الجزائر، رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة، 2004، ص 153.

[2]- أمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، دار أسامة للنشر، عمان، 2011، ص 249.

[3]- أمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 223.

[4]- مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحية والسفر، مرجع سبق ذكره، ص 349.

[5] – Jean Pierre et d'autres, management du tourisme, 2ème édition, Pearson éducation, France, P 71.

يكون البلد المضيف بعيدا أو يتميز موقعه بالعزلة والتطرف المكاني، فعلى الدولة أن تتدخل وتقوم بدعم النقل بأنواعه أو تقديم مزايا وتحفيزات لشركات النقل أو الوكالات السياحية لأجل فتح الخطوط وتقليص التكلفة.

3- **وجود أماكن أثرية وتاريخية:** وجود أماكن أثرية وتاريخية يترك تأثيرا مباشرة في نفسية الزائر لعدم وجود تشابه لها في أماكن أخرى، وانعدام المنافسة الخارجية لها، والعجز على المحاكاة الكاملة لها، مثل أهرامات الجيزة بالقاهرة، وسور الصين العظيم، والبتراء بالأردن وغيرها من المعالم الأثرية المنتشرة على المعمورة.

4- **طبيعة المناخ:** يحدد المناخ بشكل واضح، أنواع السياحية التي يجب التركيز عليها، والوقت المناسب لذلك، والمكان الذي يجب أن تقدم فيه، فهو يؤثر على حركة السياح ووجهتهم، وأذواقهم سواء من الناحية الكمية أو النوعية أو انتظامها الزمني.[1]

5- **طبيعة الاستثمارات في القطاع:** إن القطاع السياحي يتطلب موارد مالية هامة لإنشاء المراكز والتجمعات السياحية، مما يتوجب على الدولة اللجوء إلى القروض الطويلة الأجل (أو القطاع الخاص) أو الدخول في شراكة مع المؤسسات الفندقية العالمية التي تمتلك خبرة وتقنيات متطورة في إنشاء وتسيير المنشآت السياحية والفندقية، وبالتالي تخلق سوقا سياحيا من خلال توفير عروض سياحية معينة، وبأنماط محددة تجلب إليها الحركة السياحية المحلية والأجنبية.

ومن جهة أخرى يجب أن يكون هناك تكامل بين الاستثمار العام الذي تقوم به الدولة وهيئاتها والاستثمار الخاص المحلي والأجنبي، وتقليص العوائق أمامه، ومنحه تحفيزات وتسهيلات مع عدم منح تسهيلات مطلقة للاستثمارات الأجنبية على حساب الاستثمارات السياحية المحلية، التي عادة ما تكون ضعيفة الموارد والتكنولوجيا مقارنة مع الاستثمارات السياحية الأجنبية، التي تتميز برؤوس الأموال الضخمة والتكنولوجيا العالية جدا، والخدمات الرفيعة المستوى، في مقابل عدم منح حماية مطلقة أيضا للقطاع المحلي، الذي يخلق عادة نوعا من الاحتكار وعدم التقدم والتطوير.

6- **الإعانات والحوافز المقدمة للنشاط السياحي:** إن الدولة النامية تمتلك قطاعا خاصا يفتقر إلى رؤوس الأموال الضخمة والتكنولوجيا الحديثة، مما يستوجب تقديم إعانات وتحفيزات لمواجهة

[1]- أحمد المولودي، مجلة دفاتر جغرافية، العدد 02، المغرب، 2005، ص 19.

المنافسة الخارجية، وتطوير القطاع، والنهوض به دون الوصول إلى درجة الاحتكار. ومن بين الإعانات المقدمة للقطاع السياحي:[1]

أ- **الإعانات المالية:** وتتمثل في مجموع الإعانات النقدية والمادية الممنوحة للمشاريع السياحية، وتنقسم إلى:

- **إعانات نقدية:** وهي عبارة عن مساهمة الدولة على شكل مبالغ نقدية تقدمها لهم، دون التزام المشاريع بردها.
- **إعانات مادية:** وهي عبارة عن امتيازات تمنح للمشاريع، أو تنازل عن أملاك الدولة (عقارات، أراضي) بشكل نهائي أو مؤقت، بأسعار جد منخفضة (ثمن رمزي).

ب-**القروض طويلة الأجل:** وهي عبارة عن قروض موجهة للقطاع السياحي، تكون في الأجل الطويل وبأسعار فائدة جد منخفضة.

ت-**الإعفاءات الضريبية:** وهي عدم فرض الضرائب على السلع المستوردة الموجهة للاستخدام السياحي، أو المنتجات الموجهة للنشاط السياحي، حيث تحصل على إعفاءات ضريبية وجمركية لمدة محددة غالبا ما تكون 5 سنوات.

ث-**المساعدات التقنية والفنية:** وهي عبارة عن دراسات فنية قاعدية لإقامة المشاريع السياحية أو دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع تقوم بها الدولة وتقدمها مجانا للمشاريع السياحية.

ج-**تقديم مزايا استثمارية:** من خلال منح تحفيزات لجذب رؤوس الأموال، وتشجيع المستثمرين الأجانب، للاستثمار في القطاع السياحي.

[1]- مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص350

المبحث الثاني: التخطيط السياحي

يعتبر التخطيط من أدوات التنمية، والتي تحصر مختلف الموارد المتاحة المادية والبشرية، واستثمارها بشكل منظم وفعال، لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية بشكر متوازن بين القطاعات والأقاليم المختلفة، والشرائح الاجتماعية وهو أحد مكونات السياسة التنموية الشاملة.

المطلب الأول: مفهوم التخطيط السياحي

قد ظهر التخطيط السياحي الذي هو رديف التنمية الاقتصادية بعد الحرب العالمية الثانية مع تطور وسائل النقل المختلفة، وزيادة الحركة السياحية بأنواعها المختلفة والأنشطة السياحية المتعددة، مما أدى إلى ضرورة إدارة هذه النشاطات لتعظيم منافعها وتقليل مخاطرها، خاصة بعد ارتباطها الوثيق ببقية القطاعات وأصبحت صناعة قائمة بذاتها تذر أرباحا طائلة ودخولا كبيرة، في كثير من الدول وتتداخل فيها عدة عوامل (الموقع، المناخ، السكان، الموارد السياحية ...الخ).[1]

أولا: مفهوم التخطيط

إن التخطيط هو عبارة عن عملية تتضمن اتخاذ القرارات الاقتصادية الإجمالية، المتعلقة بماذا وكيف، ومتى، سيتم الإنتاج ولمن سيوزع، استنادا إلى مسح اقتصادي شامل، وهو ليس هدفا في حد ذاته إنما هو أداة لتوجيه التغيير المنشود.[2]

وقد عرفه ميردال Myridl بأنه "البرنامج المنظم الذي تتبناه الدولة، كنظام للتدخل في الشؤون الاقتصادية، وذلك عن طريق التأثير على قوى السوق، وتوجيه ذلك نحو العمليات الاجتماعية".[3]

فالتخطيط عبارة عم مشاريع مسطرة من طرف الدولة في المجال الاقتصادي، بهدف التأثير في قوى العرض والطلب، لصالح الفئات الاجتماعية.

وعرفه فريدمان Fried Man "بأنه الطريق في التفكير بحل المشاكل والمعضلات الاقتصادية والاجتماعية، ويكون موجها للمستقبل، ولابد من وجود ترابط بين الأهداف والقرارات، أي الغاية والوسيلة، وهما برنامجان شاملان، وبالتالي فإن إصدار القرارات يكون شاملا ومتكاملا".[4] مما يجعل التخطيط شاملا للجوانب الاقتصادية والاجتماعية.

---

[1]– محمود كامل، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، مطبعة الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975، ص102.

[2]– حميد عبد النبي الطائي وآخرون، التخطيط السياحي، الوراق للطباعة والنشر، عمان، 2004، ص20.

[3]- Myridl. G. Economic theoqy and under developed, Kegions, London longman, 1958, P 91.

[4]- Fried an, Fegional development and planning, 1964, P 9.

وعرفه إيفرت هيكن Evert Hagen "قيام الدولة بتنظيم عملية لاتخاذ القرارات، بحيث يمكنها أن تأخذ في الحسبان الآثار الاقتصادية المترتبة على اتخاذ كل القرارات، والإطار الإجمالي لهذه القرارات والإجراءات، وهذا هو البرنامج التكامل الذي يستهدف تحقيق الإنماء الاقتصادي بأسرع ما يمكن بحيث يكون منسجما مع الأهداف العامة".[1]

كما عرفه دروكر Druker بأنه "نشاط يهدف إلى تحقيق أهداف معينة في المستقبل، من خلال تقييم البدائل المقدمة، وتحديد الطرق التي يمكن من خلالها إنجاز وتحقيق تلك الأهداف، فهو عملية شاملة للاستثمار وتنمية الموارد الطبيعية وغير الطبيعية، وتسخيرها نحو سياسة اقتصادية أو اجتماعية خلال فترة زمنية محددة".[2]

كما عرف بأنه "الجهد الموجه والمقصود والمنظم لتحقيق هدف أو أهداف معينة في فترة زمنية محددة وبجهد محدد".[3] فالتخطيط له مدة زمنية معينة لتحقيق الأهداف المسطرة والمرسومة سلفا.

وعرف أيضا "الأسلوب العلمي والعملي، في حصر الموارد المادية والبشرية والمالية لاستخدامها بكفاءة من أجل تنظيم عملية التنمية الاقتصادية، لغرض رفع المستوى المعيشي وسد حاجات المجتمع المتنامية".[4]

فالتخطيط يعتمد على أساليب عملية عند وضع البرامج، وأساليب علمية أيضا عند تنفيذها، من خلال حصر الموارد المتاحة، بطرق علمية والاستخدام الكفؤ لها لتحقيق التنمية الاقتصادية.

وعرف أيضا بأنه: "ذلك الجهد الموجه للتنبؤ بكيفية استثمار الموارد المادية والبشرية والمالية بكفاءة عالية، لتحقيق الأهداف الموضوعة في فترة زمنية محددة وبجهد محدد".[5]

فالتخطيط إذن عبارة عن برامج متكاملة توضح في فترة زمنية معينة مسبقا وفق أساليب علمية لتحقيق أهداف محددة بالاعتماد على الموارد المتاحة المادية والبشرية، واستخدامها بطرق علمية تحقيق الكفاءة اللازمة،، والوصول إلى الأهداف المسطرة في الفترة المعينة من خلال عملية التنبؤ والتقييم.

---

[1]- Evert Hagen, planing Economic développement , Newyork, 1963, P 1.

[2]- Herbet Simon, Donald and vietar Thomson, Public administration, Newyork , 1973, P 7.

[3]– محمد غنيم عثمان، التخطيط أسس ومبادئ عامة، دار صفاء للنشر، عمان، 2001، ص 37.

[4]– سعد إبراهيم حمد، مرجع سبق ذكره، ص ي.

[5]– سعد إبراهيم حمد، المرجع السابق، ص أأ.

ثانيا: التخطيط السياحي

إن التخطيط السياحي مفهوم عام وشامل لارتباطه بقطاعات أخرى فهو جزء من التخطيط العام للتنمية القومية.[1]

فالتخطيط السياحي جزء من التخطيط العام لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهو أحد وسائله الفرعية.

كما عرف أيضا بأنه "تحديد الأعمال والأنشطة، وتقدير الموارد واختيار السبل الأفضل، لاستخدامها لتحقيق أهداف معينة، وهو عملية مستمرة ومستقبلية في طبيعتها، وتتجه إلى الإعداد المتكامل للوصول إلى نتائج وإنجازات مستهدفة".[2]

فالتخطيط السياحي، عبارة عن تقديرات وتنبؤات مستقبلية للنشاط السياحي، خلال فترة زمنية معينة ولمنطقة محددة، تحصر من خلالها العناصر والمقومات السياحية المتاحة، وتحدد الأهداف وفق خطة متناسقة لتحقيق التنمية السياحية.

كما عرف أيضا بأنه "دراسة كافة الإمكانيات القائمة فعلا أو المحتمل قيامها للمنطقة، واحتياجات وإمكانيات المناطق المجاورة لها للأغراض السياحية".[3]

وعرفه فريد لاوسن و بوفي Fred Lawson and Bovy "استغلال كامل للموارد الطبيعية والبشرية والمالية المتعلقة بالسياسة إلى أقصى درجات المنفعة القومية".[4]

وعرفه غنيم بأنه "مجموعة الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة، والتي تهدف إلى تحقيق استغلال أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن لأقصى درجات المنفعة، وإبقاءه ضمن دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج ضارة أو سلبية لتحقيق التوازن بين العرض والطلب السياحي".[5]

فالتخطيط السياحي موجه لقوى السوق السياحي، ويرتكز على الاستغلال الأمثل للموارد السياحية، من خلال تنظيم الآثار الإيجابية وتقليل الآثار السلبية الناتجة من ممارسة الأنشطة السياحية.

---

[1]– خلال إبراهيم المشهداني، التخطيط السياحي، مطابع التعليم العالي، جامعة المستنصرية، العراق، 199، ص9.

[2]– مصطفى يوسف كامل، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص 268.

[3]– محمود كامل، مرجع سبق ذكره، ص 94.

[4]– خليل إبراهيم المشهداني، مرجع سبق ذكره، ص 22.

[5]– محمد غنيم عثمان، مرجع سبق ذكره، ص 37.

كما عرفه مسعود مصطفى الكناني "الاستعمال الأمثل للموارد السياحية المتمثلة في استثمار أو إيجاد مرافق ترويجية وسياحية مقنعة وتهيئة مناطق تستجيب لمتطلبات السكان في الحاضر والمستقبل".[1]

فالتخطيط السياحي يقوم بحصر الموارد السياحية بشكل دقيق ومفصل وبإحصائيات وبيانات علمية وتقديمها لاتخاذ القرارات وبناء الإستراتيجيات اللازمة للحفاظ عليها واستغلالها بطرق مثلى أو تحقيق تنمية سياحية فعالة ومنتظمة وتنفيذ برامج متناسقة من خلال الأنشطة السياحية الفرعية على مستوى مناطق الدولة.[2]

وعرف أيضا بأنه "ذلك الجهد الفكري والمادي الموجه والمنتظم الذي يختص في دراسة الإمكانات والموارد السياحية الظاهرة أو الكامنة لتوظيفها تحقيقا لهدف أو أهداف خلال فترة زمنية محددة".[3]

كل التعاريف السابقة تركز في إعطاءها مفهوم التخطيط السياحي على النشاط السياحي والاستغلال الأمثل والمنظم والتنبؤ وتقييم نتائج المستقبل، من خلال دراسات علمية للواقع والإمكانيات المادية والبشرية للموارد والمقومات السياحية.

المطلب الثاني: أهمية التخطيط السياحي وأهدافه

أولا: أهمية التخطيط السياحي

للتخطيط دور بارز في الحفاظ على التراث السياحي من الاندثار وصيانة المعالم الأثرية التاريخية، وتطوير النشاط السياحي بصفة دائمة ويسهل استغلال الطبيعية والحضارية، وفق الأبعاد البيئية، ويساعد التخطيط على:[4]

1- صياغة الموارد السياحية والاهتمام بها، وتحديد موقعها، وأهميتها وأشكالها، وأحجامها، وأنواعها، واستغلالها بأمثل الطرق وبأقل تكلفة في الوقت الحاضر في والمستقبل (تنمية مستدامة)، خاصة الموارد الأثرية الموروثة عن الحضارات القديمة والتي غالبا ما تعرضت للدمار نفعل الطبيعة والحوادث البشرية.

---

[1] سعد إبراهيم حمد، مرجع سبق ذكره، ص ب ب.

[2] حميد عبد النبي الطائي وآخرون، مرجع سبق كره، ص 31.

[3] سعد إبراهيم حمد، مرجع سبق ذكره، ص ت ت.

[4] شمسين نديم، مبادئ في السياحة، الجمعية الجغرافية السورية، دمشق، 2001، ص 82.

2- تحقيق الأهداف والتنمية من خلال تحديد العلاقة بين القطاعات ودور كل واحد منها بما يتناسب وإمكانيات كل قطاع، وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية...الخ.

3- توطيد العلاقة التكاملية بين القطاع العام، والقطاع الخاص المحلي والأجنبي بما يخدم النشاط السياحي يحقق المصلحة العامة والمصلحة الخاصة، في إطار الاستفادة من الموارد المتاحة بالشكل الأنسب، دون احتكار أو استغلال غير عقلاني.

4- توفير البيانات والمعطيات السياحية، ومساعدة المستثمرين والدولة في اتخاذ القرارات المناسبة.

5- اكتشاف موارد ومقومات سياحية جديدة لم تكن معروفة أو لم تستغل في إطار برامج توسيع المناطق السياحية وتلبية الطلب السياحي المتزايد.

6- الحد دون ظهور أي مشكلة اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو سياسية أو بيئية ناجمة عن ممارسة النشاط السياحي بأنواعه وبفئاته المختلفة.

7- القيام بعمليات التكامل بين القطاعات وتوفير الحاجات اللازمة لكل قطاع وتنميتها بشكل يخدم كل قطاع دون التأثير السلبي على بقية القطاعات الأخرى

8- التخطيط ضروري لتحديد عدد الكوادر المعنيين والكفاءات والأيدي العاملة، ونوعية التكوين والتأطير لكل فئة الخاصة بالقطاع السياحي (النوع والكم).

9- يساعد على مراقبة التنمية السياحية في ضوء التنمية الاقتصادية وتقديم أداء القطاع السياحي ومحاولة تقليص التقلبات التي تحدث للقطاع السياحي بسبب شدة مرونته وحساسيته للأحداث والأزمات الاقتصادية والسياسية الداخلية والأجنبية.

10- التخطيط يساعد على زيادة إيرادات الدولة من الضرائب والرسوم المفروضة على السياح والخدمات والسلع السياحية والمشاريع الاستثمارية السياحة وإعادة وتدويرها بما يخدم سكان المواقع السياحية وتقديم خدمات عامة مجانية.

ثانيا: أهداف التخطيط السياحي

إن الهدف الأساسي للتخطيط السياحي هو تحقيق تنمية شاملة مستدامة من خلال تلبية رغبات السياح (الكلب السياحي) وتوفير أكبر قدر ممكن من الخدمات السياحية والمنتوج السياحي (العرض السياحي) والوصول إلى درجة رضا السياح واستغلال أمثل للموارد السياحية، أي تحقيق الأهداف

المبرمجة وفق الإمكانيات والقدرات الحقيقية المتاحة، ويمكن حصر أهداف التخطيط السياحي فيما يلي:[1]

1- زيادة مساهمة القطاع السياحي في الإيرادات المالية، وأن يكون قطاعا رائد وكحركا في التنمية السياحية، من خلال زيادة ايرادات العملة الأجنبية المتحصل عليها، ودعم ميزان المدفوعات وزيادة الضرائب والرسوم والجباية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
2- توفير أكبر قدر ممكن من توظيف اليد العاملة، وامتصاص البطالة خاصة بعد أن أصبحت من أكبر الصناعات في العالم من حيث التوظف ويزيد معدل التوظيف فيها نسبة 10% سنويا.
3- استقطاب وجلب رؤوس الأموال الأجنبية، من خلال منح تحفيزات وتشجيع الشراكة والاستثمار المباشر وغير مباشر في القطاع السياحي.
4- رفع الوعي السياحي الرسمي والشعبي لدى أفراد المجتمع وغرس فكرة تقبل الآخرين دون الاندماج أو اختلاط التقاليد والعادات وإيجاد نوع من التجانس والتوافق بين العادات والتقاليد المحلية والمنظومة الاجتماعية المصاحبة للدخول السياح واختلاطهم بسكان البلد المقصد، ومحاولة إبراز الجوانب الإيجابية للسياحة وتقزيم الآثار السلبية لها.
5- دمج سكان مناطق المقومات السياحية في عملية التنمية السياحية من خلال إشراكهم وإتاحة الفرصة أمامهم في الاستثمارات المبرمجة، والاستفادة من الخدمات المقدمة والممولة من الضرائب والرسوم السياحية.
6- المحافظة على النسيج والبنيان الاجتماعي.
7- تقليل استيراد السلع السياحية سواء الاستهلاكية أو الاستثمارية، وتوفير كل مستلزمات السياح محليا وإحلالها محل الواردات.
8- تقليل ارتفاعات الأسعار (التضخم) نتيجة ارتفاع المستوى المعيشي للسكان وزيادة دخول الأفراد، وزيادة الطلب على السلع والخدمات المحلية من طرف السياح خاصة مع وجود قطاع إنتاجي غير مرن يستجيب لزيادة الطلب (يعمل على توازن العرض والطلب في الحاضر والمستقبل، من خلال التنبؤ والتقييم الحقيقي).

[1] حميد عبد النبي الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 279.

9- الوصول إلى الاستقرار السكاني وتقليل النزوح نحو المناطق الحضرية، لأن زيادة الحركة السياحية يؤدي إلى ظهور مدن جديدة بمرافقها العامة، وتوفير الأمن والاستقرار خاصة في المناطق البعيدة والمعزولة.

10- المحافظة على البيئة وتقديم منتوج صديق للبيئة، وحماية المعروض الطبيعي (المقومات الطبيعية) الذي يتسم بالحساسية المفرطة من الحركة السياحية، والتي يصاحبها غالبا تلويث المياه والحرائق وتغيير إيكولوجيا المكان نتيجة الرمي العشوائي للنفايات، واستعمال السلع والأدوات والوسائل الكيمائية المؤثرة على الطبيعة.

11- الوصول إلى تطبيق المعايير الدولية، عند إنشاء المراكز والمنشآت السياحية وعند تقديم الخدمات (الفنادق والمطاعم ومراكز التسلية)، هذا من خلال إصدار القوانين والمراسيم اللازمة لذلك.

ثالثا: مستويات التخطيط

إن تحقيق هذه الأهداف يتطلب تنسيق تام بين واضعي التخطيط والمنفذون له، وفق المستويات والتقسيمات المختلفة والمتمثلة فيما يلي:[1]

- **مستويات التخطيط الوطني:**

ويتميز هذا التخطيط بالمركزية العالية (التخطيط المركزي) من خلال إعداد ووضع خطط شاملة للأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وتحديد الأهداف المجملة والتفصيلية والتنسيق بين القطاعات المختلفة ووضع مقاييس وطنية تتطابق بدرجة كبيرة مع المعايير الدولية.

- **التخطيط الإقليمي:** وهذا من خلال تحقيق أهداف التنمية الشاملة في إقليم محدود الموارد والمكان، بحيث لا تتعارض هذه الخطة مع الخطط الوطنية، وإنما تتناسق وتتكامل معها، مع مراعاة المحدودية المكانية من حيث الموقع السياحي، أنواع السياحة، البنية التحتية الموجودة واللازمة، وتزداد أهمية التخطيط الإقليمي في الدول التي تملك مساحات شاسعة وكثافة سكانية عالية.
- **التخطيط المحلي:** ويهتم بوضع الخطط وتنفيذها محليا، وفق ما هو متاح من موارد سياحية، أو المحتمل قيامها ضمن الإطار المكاني المحلي للموقع السياحي وإمكانات المناطق المجاورة له.
- **تخطيط المكان أو الموقع:** وهنا يتم وضع خطة على المستوى الجزئي (الموقع السياحي بالضبط) بحسب المقومات الطبيعية والبشرية المتاحة مع مراعاة الطاقة الاستيعابية للموقع.

[1] مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص 270

- **تخطيط سياحي دولي:** وهذا من خلال التعاون والتشاور الذي يتم بين الدول في إطار زيادة التعاون السياحي والعلاقات الاقتصادية والسياسية ونجده غالبا في الدول التي تقوم بإنشاء التكتلات (الإتحاد الأوروبي، الدول العربية، بلدان المغرب العربي ... الخ).

هذه الخطط الموضوع باختلاف المستويات قد تكون خططا طويلة الأجل (10 – 20) سنة من حيث التنفيذ والتقييم، أو في الأجل المتوسط (5 – 10) سنوات، والتي تمتاز بالخطط المفصلة أكثر من الأولى، أو خططا قصيرة الأجل (1– 3) سنوات والتي يتم فيها تنفيذ برامج الخطط الطويلة والمتوسطة الأجل، هذه الخطط تتطلب مراحل عند إعدادها وتنفيذها.[1]

إن المرحلة الأولى والمتمثلة في الإعداد والدراسات الأولية، من خلال تحديد الموارد السياحية من قبل الخبراء، ثم تحديد الأهداف وفق الأولويات مع تحديد معدل النمو المناسب، ثم جمع البيانات وتحليلها ووضع الخطة وصياغتها ثم التوصيات اللازمة لتنفيذها، والخيارات المتاحة عند التنفيذ والمتابعة ثم التقييم لتعديل الخطة إن لزم الأمر ذلك.

المبحث الثالث: المقومات السياحية

إن من أهم العوامل التي ساهمت في نشأة السياحة وتطورها، والتي بانعدامها لن يكون هناك منتج سياحي له جاذبية، تجعل منه مقصدا سياحيا، هي عوامل الجذب السياحي، والتي تعتبر من المقومات الأساسية لصناعة السياحة أو المادة الخام لها، وهي تعتبر منتجا غير قابل للتصدير، ويعتمد عليها البلد المضيف في خلق نوع من السياحة المناسب له، وتنقسم هذه المقومات إلى مواد طبيعية وأخرى حضارية بشرية.

المطلب الأول: العوامل الطبيعية المؤثر في الجذب السياحي

إن العوامل الطبيعية تعتبر المادة الخام الأولى لقيام صناعة السياحة والمتمثلة في الموارد الطبيعية الموجودة في الطبيعة ولم يتدخل الإنسان في إيجادها وتكوينها، وهي متنوعة وقلما تجدها مجتمعة في منطقة واحدة، أو موقع سياحي واحد، لأنها مرتبطة بالتنوع الطبيعي والمناخي والفلكي، فهي تتعدد ما بين المواقع والعناصر الطبيعية التي تجذب السياح إلى موقع يختلف عن غيره،

وأهم المقومات الطبيعية التي تجذب السياح نجد:

[1] صلاح الدين عبد الوهاب، تخطيط الموارد السياحية، مطابع دار الشعب، القاهرة، 1988، ص 88.

أولا: الموقع الجغرافي

يعتبر الموقع الجغرافي أهم محددات التدفق السياحي ووجهته، لتحديده خصائص عناصر الجذب السياحي للبيئة الحية وغير الحية الموجودة في المحيط المائي وغير المائي (البري)، فهو يحدد المناخ وبالتالي أنواع النباتات والحيوانات والتضاريس وغيرها.

فالموقع الجغرافي البعيد عن العزلة والقريب من السوق السياحي المصدر للسياح، يلعب دورا كبيرا في حركة السياح نظرا لقرب المسافة وقلة التكلفة وسهولة الاتصال، كما أن العامل النفسي المنتج للاطمئنان عند التوجه للدول المجاورة يكون دافعا قويا في توجيه الحركة السياحية، خاصة بين الدول المجاورة التي غالبا ما تكون مشتركة في اللغة والعادات والتقاليد والديانات، ووجود العلاقات الاقتصادية والسياسية القوية، خاصة بين الشعوب.

أما الدول ذات المواقع السياحية البعيدة والمتطرفة جغرافيا، فإنها تعاني من ارتفاع تكلفة النقل وطول الوقت للوصول إليها.[1]

كما أن الموقع يحدد أيضا مدة الإقامة وجنسية السياح، والطبقة الاجتماعية لهم، لأن الموقع القريب غالبا ما تكون الإقامة قصيرة والتكلفة منخفضة وأغلب السياح من أصحاب الدخول المتوسطة ومن الدول المجاورة حتى وإن كان هناك فاصل مائي (البحر) لسهولة الانتقال.

أما الموقع البعيد فإن السياح يكونوا من أصحاب الدخول المرتفعة (الطبقات الاجتماعية الراقية) ومن جنسيات متعددة ومدة الإقامة تكون طويلة.[2]

ثانيا: المسطحات المائية والمياه الجوفية

إن تباين المناطق المائية من حيث الموقع يؤثر على الخصائص الطبيعية للمياه من حيث درجة الحرارة ووجود التيارات المائية العالية ونقاء المياه وأنواع الأسماك وأحجامها ووجود الشعب المرجانية والأرخبيلات يشجع على ظهور الرياضات المائية وأنواع المسابقات الأخرى والمرتبطة بطول السواحل البحرية وطبيعتها.

كما إن وجود المياه الجوفية الساخنة يؤدي إلى ظهور الحمامات التي تقدم خدمات صحية علاجية بالطرق التقليدية والطرق الحديثة والتي تعتبر من أهم جواذب السياح إلى المواقع التي توجد فيها، خاصة مع ظهور المراكز العلاجية بالمياه الساخنة.

---

[1] نبيل زعل الحوامدة، الجغرافيا السياحية في القرن الواحد والعشرين، دار الحامد، ط1، الأردن، 2006، ص 99.

[2] مصطفى يوسف كافي وآخرون، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 113.

ثالثا: التركيب الجيولوجي

يتمثل هذا العامل في مجموعة من التشكيلات الصخرية والكلسية والجليدية التي ترسم أشكالا متميزة تبقى لسنوات (تصل إلى قرون) مثل الكهوف والمغارات والغابات الصخرية، والصواعد والنوازل الكلسية داخل الكهوف والشلالات والمساقط المائية.[1]

وغالبا ما تتعرض هذه المقومات للتلف بفعل عوامل طبيعية (التعرية) والتغيرات المناخية (تغير درجات الحرارة) أو بسبب عوامل بشرية كالحرائق وظهور المدن والحفريات والنفايات الصناعية ...الخ.

رابعا: المناخ

يعد المناخ من المقومات الطبيعية التي تحدد الحركة السياحية والتي تتجه إلى المناطق التي تمتلك مناخا معتدلا البعيد عن التطرف المناخي سواء في ارتفاع أو انخفاض درجات الحرارة، الرطوبة، والذي يلبي حاجات ورغبات السياح، وبالتالي يحدد موطن الهياكل السياحية والمنتجعات والفصول والأوقات الزمنية، التي يزيد فيها الطلب السياحي ويستقر لمدة معينة، وأنواع السياحة التي يجب أن تقدم والخدمات المرتبطة بها، والتغيرات التي تطرأ عليها، فتنتشر السياحة الشاطئية صيفا وشتاءا في حين تزداد سياحة التزحلق وصعود الجبال شتاءا، وتكتر السياحة الصحراوية شتاءا لاعتدال المناخ وتقل صيفا بسبب ارتفاع درجات الحرارة.[2]

المطلب الثاني: العوامل البشرية المؤثر في الجذب السياحي

تنعكس عناصر البيئة المختلفة على عادات الناس وتقاليدهم وثقافاتهم، وتشكيلاتهم الاجتماعية والعقائد الدينية، هذه الأخيرة لها الأثر المباشر على العمارة والبنيان وأماكن العبادة والأماكن المقدسة، فهي خاضعة لصنع الإنسان واختياراته.

إن عوامل الجذب البشرية التي هي من صنع الإنسان يمكن تقسيمها إلى ثلاثة عناصر رئيسية تبعا للخصائص المميزة لها، والدوافع والحاجات التي ينشدها هذا العنصر، وتصنف إلى:

[1] زياد سليمان العبيسات، السياحة والمعالم الدينية في الأردن، ط1، المكتبة الوطنية، عمان، 2010، ص 40.

[2] مرزوق عايد القعيد وآخرون، مبادئ السياحة، إثراء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص 17.

أولا: المقومات الحضارية التاريخية أو الأثرية

إن العمق التاريخي لأي بلد يعتبر عامل جذب لعدد كبير من السياح في العالم، وخاصة الدول التي توالت عليها حضارات متعددة، وتركت آثارا مازالت بارزة رغم عوامل التعرية التي مرت بها، ورغم الحوادث والحروب التي مرت بها، إن هذه الآثار قد تكون لها قدسية دينية أو فيها عظمة الإنجاز من حيث الحجم أو التقنية المنجزة بها ويمكن تقسيم المقومات التاريخية إلى:[1]

1- **الأماكن التاريخية والأثرية:** وتحتوي على مجموعة من البناءات والآثار تدل على الحضارات التي مرت بالمنطقة وتتصف بالندرة والعجائب وطريقة بنائها ووجود أسرار يتم البحث عنها مثل أهرامات الجيزة بالقاهرة، وسور الصين العظيم والبتراء بالأردن ... الخ.

2- **المواقع الدينية:** وهي من أكثر الأماكن زيارة في العالم لأجل أداء مناسك الحج والعمرة والتبرك وإتمام الشعائر الدينية في مختلف الديانات في أنحاء العالم وتتمثل في المساجد والكنائس والدور (جمع دير) والزوايا وقبور الأولياء، ...الخ.

ثانيا: المقومات الحضارية الحديثة

وهي عبارة عن عناصر سياحية ظهرت حديثا كالمدن السياحية التي تتميز بالبنايات المترفعة (ناطحات السحاب) أو بها مدن تحتوي على خدمات متنوعة وراقية جدا (مسارح، متنزهات، منتجعات، ملاعب رياضية، مطاعم، فنادق، ...الخ) أو مدن بها صناعات يدوية ذات طابع تقليدي.

ثالثا: المقومات التكميلية

تتمثل في مجموعة من الشروط والخدمات التي يجب توفيرها لقيام صناعة سياحية تضاف إلى المقومات الطبيعية والحضارية الموجودة وبانعدامها يصعب قيام نشاط سياحي بأي منطقة منها:[2]

1- **عوامل الأمن والاستقرار:** إن عامل الأمن هو الرقم الأول في الشروط الواجب توفيرها لخلق صناعة السياحة ولدى السائح حتى يقرر الوجهة التي يسلكها من بين البدائل المتاحة، لأن حياة الفرد أهم من المتعة المتحصل عليها بدليل أن الدول التي عرفت عدم استقرار سياسي أو مرت بأزمات داخلية حادة فقدت الكثير من الزبائن وانخفضت المؤشرات السياحية فيها إلى مراتب دنيا.

2- **التسهيلات السياحية الممنوحة للسياح:** أصبحت هذه التسهيلات اليوم إحدى العوامل المتحكمة في توجيه حركة السياح وأبرزها تسهيلات النقل والخدمات المقدمة.

---

[1]-زياد سليمان العبيسات، مرجع سبق ذكره، ص 41.

[2] - مرجع نفسه ، ص42.

3- **البنية التحتية:** إن تطور خدمات النقل السياحي إلى البلد المقصد أو الموقع السياحي مهم جدا لتسهيل انتقالاتهم خاصة إذا كانت هناك تسهيلات وتنوع في وسائل النقل والتي بدورها تخلق مواطن ومواقع سياحية جديدة.

4- **وسائل الاتصالات الحديثة:** إن حداثة وسائل الاتصالات وسرعة تدفق المعلومات تعد من المؤشرات التي يحكم بها على تقدم الدولة أو تخلفها، خاصة مع ظهور السياحة الإلكترونية التي تعتمد على الانترنيت في عرض المنتوج السياحي وإجراء عمليات الحجز وبيع التذاكر.

5- **تطور الجهاز المصرفي:** إن للجهاز المصرفي دور بارز في خلق تنافسية المناطق السياحية وتوجيه حركة السياح لأن السائح يرغب في الحصول على خدمات مصرفية عالية ومتطورة تتماشى مع استعمال البطاقات الائتمانية، ووسائل الدفع الأخرى وما تقدمه من مزايا مالية للسائح.

رابعا: عوامل مساندة أخرى

إن توفر المواقع السياحية مع الجو المريح والمناظر الخلابة المحيطة به، كالشواطئ المجاورة للغابات والجبال أو المواقع الأثرية المحاذية للحدائق والمتنزهات وأماكن الخدمات الصحية والمطاعم، ووجود مطويات بلغات مختلفة تشرح تاريخ المنطقة وتفسيرات حول الموقع التاريخي ووجود مرشد سياحي أو وجود حافلات سياحية تابعة للمؤسسات السياحية والوكالات والتي تتلاءم مع الموقع المقصد، وكذا مراعاة نمط البنيان المجاور للمواقع السياحية من العوامل المساعدة والتي تضفي على المنطقة نوع التناسق وتزيد من جاذبية المكان وخلق المتعة التامة.[1]

إن وجود مقومات سياحية طبيعية وحضارية وتاريخية لا يعني إطلاقا وجود عرض سياحي، إذا لم يتم المزج بين المقومات السياحية الطبيعية والحضارية والمكملة والمساعدة، كلها عوامل تدخل في خلق صناعة السياحة التي تتميز بقدرة تنافسية عالية، تستطيع جلب أكبر عدد ممكن من السياح، والمبيت أطول مدة ممكنة، لجلب الإيرادات من العملة الأجنبية المتأتية من إنفاق السياح، وإشراك السكان المحليين في التنمية السياحية دون المساس بتقاليد وعادات الموقع المقصد.

[1] زياد سليمان العبيسات، مرجع سبق ذكره، ص 43.

المبحث الرابع : السوق السياحية

إن النشاط السياحي يتميز عن غيره بخلق سوق تتكون من منتجات تمثل العرض السياحي أو المقومات السياحية، يقابله طلب على خدمات هذه المنتجات، سواء كانت داخل البلد فتكون سوق سياحية داخلية أو خارج البلد فتكون سوق سياحية دولية أو خارجية.

المطلب الأول: ماهية السوق السياحية

هناك عدة مفاهيم للسوق تدور حول المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لتلبية رغبة المشتري من خلال بيع خدمة أو سلعة مقابل ثمن معين. فالسوق "الجهاز الذي يجمع الموارد الهامة في المجتمع ثم يوزعها بين الاستخدامات المختلفة، والتي تتنافس للحصول عليه".[1]

وقد أدى التطور التكنولوجي إلى اختفاء المكان الحقيقي والجغرافي إلى ظهور السوق الافتراضي أو الإلكتروني والذي ألغى الحدود الزمانية الانترنيت، ونظرا لخصوصية المنتج السياحي فإن مفهوم السوق يختلف نوعا ما عن المفهوم التقليدي من حيث خصائص العرض السياحي.

أولا: مفهوم السوق السياحي:

هو المكان الذي يتم فيه عملية الشراء والبيع للمنتج السياحي (الرحلات، الخدمات السياحية، السلع السياحية).[2]

كما عرف بأنه "مجال تسويق المنتج السياحي والعلاقات الاقتصادية الناشئة بين مشتري وبائع المنتج السياحي".[3]

والسياحة هي عبارة عن مزيج من المنتوج السلعي والخدماتي بما يجعل الطلب على هذه السلع والخدمات هو الطلب على السياحة. فالسوق السياحي إذن هو "المكان الذي يلقى فيه الطلب السياحي من السائحين بالعرض السياحي، الذي تقدمه المؤسسات والشركات العاملة في مجال الخدمات السياحية".[4]

ويتميز السوق بوجود الشخصيات المعنوية والاعتبارية الذين يعتبرون منتجين ومستهلكين للسلعة السياحية، ولها سعة تعبر عن قدرتها على امتصاص أو استيعاب الكمية من المنتج السياحي المكون من

---

[1] علي فلاح الزغبي، التسويق السياحي والفندقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص 158.

[2] مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد الساحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص 169.

[3] نفس المرجع السابق، ص 170.

[4] محسن أحمد الخضيري، السوق السياحي مدخل اقتصادي متكامل، مكتبة مديولي، القاهرة، 1989، ص 48.

الخدمات السياحية والترويج السياحي، وسلع الاستعمال السياحي، حيث يلتقي في هذا السوق الطلب على السلعة السياحية الذي يتقدم به السائح وعرض السلعة السياحية الذي تقدمه المؤسسات السياحية.

ثانيا: أنواع السوق السياحي وأسس تقسيمها

1- أنواع السوق السياحي:

يمكن تقسيم السوق السياحي إلى عدة أنواع منها:[1]

أ- **الأسواق الرئيسية:** وهي الأسواق التي يخرج منها السياح أو المصدر الرئيسي للطلب السياحي وتحظى باهتمام رجال التسويق السياحي لزيادة التدفق.

ب-**الأسواق الثانوية:** هي الأسواق التي تأتي في المرتبة الثانية بعد الأسواق الرئيسية في تصدير السياح إلى البلد المستقبل وتنخفض أهميتها مقارنة مع الأولى.

ت-**الأسواق النشطة:** تتميز بمساهمتها الكبيرة في الحركة السياحية، وتتجلى من خلال التعاقدات التي تتم لبيع منتوجها، وبرامجها السياحية للوكالات أو السائحين، وتقاس بحجم التعاقدات، درجة استجابة الطلب السياحي، عدد الشركات والوكالات السياحية الموجودة فيها.

ث-**الأسواق الكامنة:** هي الأسواق التي تمر بظروف اقتصادية واجتماعية وسياسية حالية وطارئة، تمنعها أن تكون أسواقا رئيسية في تصدير الطلب السياحي، ولكنها تتحول إلى أسواق فعالة في حالة زوال تلك الأسباب والظروف.

ج-**الأسواق المحتملة:** هي الأسواق التي تمر بظروف اقتصادية يجعل منها مستقبلا سوقا مصدرة للسياح، ويمكن أن يصل الطلب السياحي فيها إلى أعلى مستوى ممكن، نتيجة الجهود التسويقية المبذولة.

2- أسس تقسيم السوق السياحية:

إن السوق السياحي تعبير تبلور في الطلب السياحي، ويستخدم لتحديد فئة معينة من السياح، بحيث يمكن تصنيف الطلب السياحي إلى أسواق بحسب الصفة الغالبة في كل سوق كما يلي:[2]

- **حسب الجنسية:** ويصنف السوق حسب الجنسية التي ينتمي إليها الطلب مثل: سوق الطلب الأوروبي أو العربي أو الأمريكي ...الخ.
- **حسب العمر:** ويصنف حسب السن الغالب على السياح فنجد سوق الشباب، سوق المسنين.

[1] صبري عبد السميع، أصول التسويق السياحي ، مطبوعات كلية السياحة، حلوان القاهرة، 1992، ص 62.

[2] مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص 170.

- **حسب المهنة:** ويصنف حسب المهنة الغالبة لدى فئات السياح مثل: سوق رجال الأعمال.
- **حسب أنماط السياحة:** ويقسم هناك السوق حسب غرض السياح مثل: سوق السياحة الثقافية، سوق السياحة الرياضية ...الخ.

ويلاحظ أن التجانس الغالب بين عموم السياح (وصف السائح) هو الذي يحدد تسمية السوق.

كما يمكن تقسيم السوق السياحي بحسب الإجراءات المتبعة والتي تقسم السوق الكلي إلى أسواق فرعية أو جزئية ذات خصائص ديموغرافية ونفسية وغيرها، واختيار ذلك العدد من الأسواق السياحية الفرعية التي يمكن استهدافها من خلال مزيج تسويقي سياحي، يناسب الأذواق والقدراة الشرائية أو الرغبات والدوافع الموجودة لدى الأفراد والمؤسسات ذات الصلة.[1]

ثالثا: وظائف السوق السياحية والعوامل المؤثرة فيها

1- وظائف السوق السياحي:

يقوم السوق بوظائف متعددة وكثيرة: معلوماتية، تسويقية، الوساطة، التنظيم، تحديد الأسعار، ...الخ، والتي يمكن إبرازها فيما يلي:[2]

- الترويج للسلع السياحية من حيث الأسعار والقيمة الاستهلاكية.
- تسهيل توصيل السائح إلى السلع المرغوب فيها بأقل تكلفة وأقرب وقت.
- الحفاظ على الموروث السياحي من خلال إعطاءه القيمة الاقتصادية الحقيقية.
- تثمين المقومات الطبيعية وإعطاء التأمين الاقتصادي للحوافز المادية.
- زيادة نصيب البلد المضيف من الحركة السياحية الدولية، من خلال إثارة الطلب السياحي الخارجي باستعمال المنتج السياحي، الذي يتكون من عناصر الجذب السياحي.

2- العوامل المؤثرة في السوق السياحي:

هناك عدة عوامل في السوق السياحي تؤثر عليها كبقية الأسواق الأخرى مع مراعاة الخصوصية التي تميز القطاع السياحي عن غيره، والتي يمكن إيجازها فيما يلي:[3]

[1] محمد عبيدات، التسويق السياحي، مدخل سلوكي، دار وائل للنشر، عمان 2000، ص18.

[2] مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، مرجع سبق ذكره، ص 173.

[3] علي محمد دياب وآخرون، جغرافية السياحة والخدمات، منشورات جامعة تشرين، سوريا، 2005، ص 240.

أ- **العوامل الطبيعية:** ويرتبط هذه العوامل بالجانب الطبيعي والمناخي والبيئي التي يجب أن تتوفر حتى تكون مساعدة على تطوير العرض السياحي مثل المناخ الملائم، امتلاك مقومات طبيعية وفق معايير بيئية محددة.

ب- **العوامل الاجتماعية والاقتصادية:** وهي المقومات المادية الواجب توفرها بين أفراد المجتمع، والتي تؤدي إلى تطوير السياحة مثل:

- ارتفاع المستوى المعيشي للسكان (النسبة الكبرى منهم).
- حرية تنقل الأفراد والأموال داخل وخارج حدود الدولة.
- وجود علاقات اقتصادية مع بقية الدول.
- توسيع التجارة الدولية وتثمين حرية انتقال الأفراد والبضائع بين الدول.

ت- **العوامل السياسية:**وهي من أهم العوامل المشكلة للسوق السياحي، والتي تؤثر فيه سلبا وإيجابا، بحسب المؤثرات السياسية المسيطرة على الدولة منها:

- الاستقرار السياسي الداخلي (الأمن، التبادل على الحكم، ثبات الحكومات ...).
- العلاقات السياسية مع دول الجوار والدول الأخرى.
- وجود استقرار في متوسط عمر الحكومات والهيئات الحكومية الأخرى.
- الانضمام للاتفاقيات الدولية.
- الاستقرار التشريعي ودور القضاء في الخصومات التي تقع.

ث- **العوامل الديموغرافية:** هذه العوامل مرتبطة بسكان البلد من حيث الحجم والغزارة والتوزيع:

- زيادة عدد السكان يضاعف من مقدرة البلد السياحية.
- متوسط الأعمار.
- الانتماءات الدينية والإثنية للسكان تؤد إلى زيادة السياحة (سياحة غير المقيمين).

المطلب الثاني: العرض والطلب في السوق السياحي

إن السوق السياحي هو المجال الذي يلتقي فيه الطلب السياحي بالعرض السياحي، حيث يمثل الطلب السياحي بمجموع الوافدين أو الزائرين شريطة الانتقال إلى مكان غير معتاد عليه لمدة هزيد عن يوم وليلة.

أولا: العرض السياحي:

1- مفهوم العرض السياحي:

يعرف العرض السياحي بأنه "ما تقدمه المنطقة السياحية من مقومات سياحية سواء كانت طبيعية أو تاريخية أو صناعية، إضافة إلى الخدمات والسلع، التي تؤثر على الأفراد، لزيارة بلد معين وتفضيله عن بلد آخر"[1].

كما يعرف بأنه "مجموع المعالم الطبيعية وعناصر الجذب المختلفة في منطقة معينة، بالإضافة إلى الخدمات والتسهيلات المتنوعة (النقل، إجراءات السفر، ...)، والتي من شأنها أن تخلق رغبة لدى السائحين وإقناعهم بزيارة هذه المنطقة".[2]

فالعرض السياحي يقوم على توافر مجموعة من المقومات المادية طبيعية أو صناعية، يضاف إليها سلسة من الخدمات المتنوعة المرتبطة بتقديم تلك المقومات.

2- مكونات العرض السياحي:

يمكن إيجاز مكونات المنتج السياحي أو السلع والخدمات السياحية في العناصر التالية:[3]

- **الموارد:** تتكون الموارد الطبيعية والبشرية والثقافية، التاريخية والأثرية، التكنولوجية التي تجذب السياح.
- **التجهيزات:** وهي التجهيزات التي يجب توفرها إلى الجانب المقومات السياحية فهي ليست غاية بذاتها وإنما أداة ضرورية لأجل السفر.
- **التسهيلات الممنوحة:** والمتمثلة في الإجراءات الإدارية والجمركية الممنوحة للمسافرين والتي تقدم للسائح الذي يقوم باختيار الأنسب والأفضل.

3- خصائص العرض السياحي:

يتميز العرض السياحي في أي دولة بالخصائص الهمة التي تحدد ملامحه الرئيسية أهمها:

---

[1] سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياجية، دار الميسرة للنشر والتوزيع الأردن، 2002، ص 11.

[2] بلالطة مبارك، كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة فرحات عباس سطيف، 2005، ص 149.

[3] مساري مباركة، الخدمات السياحية والفندقية وتأثيرها على سلوك الستهلك، رسالة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012، ص 148.

- **عدم مرونة العرض:**

ويقصد به عدم قابلية العرض للتغير طبقا لأذواق ورغبات واتجاهات المستهلكين السياحيين، وهذا ينطبق على المقومات الطبيعية والحضارية المقدمة، عكس الخدمات السياحية التي يمكن تعديلها وفقا لرغبات وميولات السياح، وطبقا للعادات والتقاليد السائدة في أي دولة.

- **تنوع وتداخل العناصر المكونة للعرض السياحي:**

ويقصد بها تداخل العناصر المكونة له، حيث تكون المقومات الطبيعية مستقلة عن المقومات الصناعية وعن الخدمات، ولا يوجد اندماج بينهم، ولكن لا يمكن الفصل بينهم ويمكن الجمع بين زيارة المكان مع التبضع.[1]

- **عدم القابلية للنقل:**

إن الاستمتاع بالمنتج السياحي، يحتم على السياح الانتقال إلى أماكن تواجده، واستهلاكه في مكانه الأصلي من خلال المتعة المتحصل عليها والخدمات المقدمة له بأنواعها المختلفة مقابل دفع مبالغ نقدية، وهذا عكس العرض السلعي المادي الذي يقوم بنقل السلعة إلى المستهلك.

- **خضوع العرض السياحي للمنافسة التامة:**

إن توافر المنتج السياحي المعروض في دول كثيرة مع كثرة السائحين على المستوى الدولي، وتجانس العناصر والوحدات المكونة للمنتج السياحي وعدم التأثير المباشر على أسعاره من طرف البائعين أو المشترين السياحيين مع وجود تنافس بين السلعة السياحية والخدمات الأخرى مما يجعله العرض السياحي يخضع للمنافسة الكاملة.

- **العرض السياحي غير قابل للتخزين:**

إن هذه الخاصية يأخذها المنتج السياحي من خاصية الخدمات التي هي غير قابلة للتخزين، وجل المنتج السياحي عبارة عن خدمات تمنح للسائح مما يجعل منه منتجا غير قابل للتخزين شأنه في ذلك شأن الخدمات.

ثانيا: الطلب السياحي:

إن الطلب بمفهومه الاقتصادي يمثل مجموع رغبات الأفراد والمنشآت والحكومات على شراء كميات مختلفة من السلع والخدمات، عند أسعار معينة وفي أوقات محددة.

[1] مثنى طه الحوري وآخرون، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 160.

والسياحة باعتبارها ظاهرة اقتصادية فإنها تخضع لظروف العرض والطلب، مثلها مثل السلع والخدمات الأخرى.

1- مفهوم الطلب السياحي:

"هو العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر لأجل استعمال التسهيلات والخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن مجال إقامتهم وأعمالهم المعتادة"[1].

فالطلب يتكون من مجموع السياح لدى الدول المصدرة للسياح والتي تكون المصدر الرئيسي لهذا الطلب والذي يمثل مجموعة المستهلكين ذات الصفات والخصائص المتجانسة مثل الرغبات الإنسانية والحاجات والميولات التي تتجه إلى الدول المستقبلة للسائحين.

وفي تعريف آخر فإن الطلب السياحي هو: "العدد الإجمالي للزائرين إلى منطقة معينة وفي مدة محددة"[2]

فالطلب السياحي هو الطلب الفعلي الآي أو الطلب المستقبلي الناتج من رغبة المستهلكين في السفر مستقبلا إلى بلد معين يقوم بعرض منتوج سياحي، فالطلب السياحي هو الذي يقصد به السوق السياحي المصدر للسياحة.

2- أنواع الطلب السياحي:

يتكون الطلب السياحي من طلب عام وطلب خاص وآخر مشتق وذلك على النحو التالي:[3]

- **الطلب السياحي العام:** هو الطلب على إجمالي الخدمات السياحية أو المنتوج السياحي بشكل عام بغض النظر عن خصوصية الوقت والنوع ...الخ، فهو مرتبط بالسياحة عموما وليس ببرنامج محدد أو برنامج خاص.
- **الطلب السياحي الخاص:** هو الطلب يرتبط ببرنامج سياحي معين يتم من خلاله إشباع رغبات السائح واحتياجاته.
- **الطلب السياحي المشتق:** ويتكون من الخدمات السياحية المكملة للسلعة السياحية أو المكونة للبرنامج السياحي مثل الطلب على خدمات الفنادق والطيران والنقل ...الخ.

[1] عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، أطروحة دكتوراه جامعة باتنة، 2010، ص 22.

[2] G. Tocquer et autres, marketing du tourisme, 2 édition, Gaetammorin éditeur, France, 1999, P 24.

[3] مساوي مباركة، مرجع سبق ذكره، ص 153.

وتسعى أغلب الدول إلى تحويل الطلب المشتق إلى طلب عام مرورا بالطلب الخاص حتى تجعله مرتبطا بالنشاط السياحي ككل وليس ببرنامج واحد معين فقط.[1]

كما يمكن تمييز نوعين من الطلب السياحي:[2]

- **الطلب السياحي الفعال:** ويقصد به الطلب الحالي، وهو طلب توافرت فيه الرغبة ووقت الفراغ والقدرة المالية، مع تناسب الظروف المحفزة للطلب والدافعة للتعاقد، ويمثل مجموع السياح الوافدين والمستخدمين للقدوم إلى البلد السياحي صاحب العرض أو المنتوج السياحي.
- **الطلب السياحي الكامن:** وهو الطلب الذي لا تلائمه الظروف الحالية ليتجول إلى طلب فعال وعند زوال الأسباب والظروف يتحول آليا إلى طلب فعال لتوافر الرغبة والدافع النفسي.

وتستعمل كثيرا من الدول مجموعة من البرامج والتسهيلات وتكثيف الإعلانات في رسائل الاتصالات للوصول إلى أكبر قدر ممكن من الطلب الكامن.

3- خصائص الطلب السياحي:

يتميز الطلب السياحي بمجموعة من الخصائص تميزه بشكل خاص أهمها:[3]

- **الحساسية:** ويقصد به حساسية واستجابة الطلب السياحي للظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلة للسياحة، فالدول التي تعرف اضطرابات اقتصادية واجتماعية وأمنية يقل الطلب السياحي على منتوجاتها السياحية مهما قدمت من تحفيزات وتسهيلات، لأن عامل الخوف هو الذي يمنع الاستجابة لمثل هذه البرامج.
- **المرونة:** ويقصد بها التغيرات التي تطرأ على الطلب السياحي تبعا للظروف المختلفة السائدة في السوق السياحي الداخلي والخارجي، فالظروف والعوامل الاقتصادية السائدة في الدول والمرتبطة بالأسعار تؤثر مباشرة على الطلب السياحي، فكلما زادت الأسعار قل الطلب والعكس صحيح. ولكن هناك حالات خاصة والمتمثلة في السياحة بغرض التباهي والتفاخر فإن انخفاض الأسعار يؤدي إلى انخفاض طلب الطبقات الراقية على تلك المنتوجات السياحية، لأن من بين أسباب السياحة يوجد عامل الفخر، مما يحتم على الدول المستقبلة معرفة الارتباط القائم بين الأسعار والطلب السياحي.

---

[1] عصام حسن السعدي، الدلالة والإرشاد السياحي، دار الراية، الأردن، 2009، ص 90.

[2] محسن أحمد الخضري، التشويق السياحي، مكتبة مديولي، القاهرة، 1989، ص 52.

[3] عامر عيسى، مرجع سبق ذكره، ص 24.

- **التوسع:** إن ما يميز الطلب السياحي الدولي، هو التوسع والزيادة السنوية في عدد السياح أو التدفق السياحي، وإن كانت بمعدات مختلفة بحسب الظروف السياحية والسياسية والأمنية العالمية.
- **الموسمية:** إن ما يميز الطلب السياحي أيضا هو عامل الموسمية أو ارتباط حركة السياح بفصول معينة، بحيث يزيد الطلب في أوقات معينة تسمى أوقات الذروة ويقل في أوقات محددة من السنة تسمى أوقات بالركود السياحي، وهذا راجع إلى عوامل طبيعية وعوامل تنظيمية مثل الفصول الطبيعية، ارتباط العطل بفترات محددة.
- **عدم التكرار:** إن السائح من النادر أن يزور مكان معين مرتين، وإنما يقوم بزيارة أماكن أخرى لم يزرها من قبل.
- **عدم التجانس:** هو أن الطلب السياحي يخضع لمزيج من الأذواق والرغبات النفسية التي تحدد نوع السياحة المرغوب فيها والبلد المقصد الواجب زيارته لإشباع تلك الأذواق والرغبات.

ثالثا: دواعي السفر في السوق السياحي

تختلف الأسباب التي تدفع الفرد والجماعات إلى القيام برحلة معينة إلى مكان محدد، فقد تتجمع الكثير منها لتدفع الإنسان إلى القيام بذلك، وقد تكون هذه الدوافع نتيجة عوامل نفسية أو اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية، كما ترتبط هذه الدوافع بأماكن محددة أو أزمنة معينة، تجعل الظروف مناسبة للقيام برحلة سياحية. ويقصد بدوافع السفر أو الرحلة السياحية الرغبة التي تدفع الإنسان للقيام بالرحلة السياحية وتفضيله لأماكن معينة دون أخرى.[1]

ومع تطور الحياة وكثرة المتطلبات اليومية، أصبح من الصعوبة السفر إلى مكان دون وجود دافع قوي، يجعل الفرد ينتقل من مكان إلى مكان آخر، قد يكون داخل نفس البلد أو خارجه. ومن بين الأسباب أو الدوافع التي تجعل الإنسان ينتقل ويقوم برحلة سياحية ما يلي:

1- دوافع الراحة أو الترفيه والاستجمام:

يرتبط هذا الدافع بتغيير وتكسير الروتين اليومي والابتعاد عن أماكن العمل والإقامة الدائمة والخروج من المدن وضجيجها والازدحام الموجود فيها، والتخلص من الالتزامات اليومية، والاتجاه إلى الأماكن الهادئة والخالية من الضجيج، مثل الغابات والجبال والصحاري والأنهار والشواطئ،

[1] يسرى دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح، ط1، البيطاش سنتر، الإسكندرية، 2002، ص 15.

للحصول على الراحة النفسية والجسدية والتمتع بالمناظر الطبيعية والمناخ والجو الهادئ، والشمس والهواء النقي والاسترخاء والترفيه خاصة مع توفر الوقت والمال.[1]

2- الدوافع الدينية والعقائدية:

تقليديا وتاريخيا، تم تعريف الحج على أنه رحلة مادية في البحث عن الحقيقة، بحثا عن ما هو مقدس، حيث ينجذب الناس إلى الأماكن المقدسة كنتيجة لمعتقداتهم الدينية، والتي تقود الناس إلى السفر إلى المواقع المقدسة، نما السفر المدفوع دينياً، بما في ذلك الحج، بشكل هائل خلال السنوات الخمسين الماضية، مما أثار دهشة الكثيرين ممن يظنون أن الحج الديني يفقد الأهمية الاجتماعية والمؤسسية.[2]

ويرتبط الدافع هنا بالجانب العقائدي والديني ويكون بدافع الإيمان وتحصيل الثواب، لدى مختلف أتباع الديانات على مستوى الكرة الأرضية، فالمسلمون يزورون مكة والمدينة بنية الحج أو العمرة والقديس والأماكن المعظمة لدى مختلف طوائفهم والنصارى يزورون القدس والفاتيكان واليهود يزورون معابدهم المنتشرة في كثير من الدول، والبوذيون يزورون مناطق ومعابد وأنهار بالهند وغيرهم من الطوائف.

3- الدوافع الثقافية والتاريخية:

وأهم هذه الدوافع هو مشاهدة الأماكن التاريخية والآثار ومعرفة تاريخ الحضارات السابقة، ومعرفة العادات والتقاليد الموجود لدى الشعوب الأخرى، وحضور الملتقيات والتظاهرات والمهرجانات والحفلات والمعارض وأنماط معايشهم وحياتهم ومشاهدة المواقع الحضارية الحديثة وما وصلت إليه البشرية من صناعات وابتكارات مذهلة خلاف المألوف ومعرفة التقدم العلمي خاصة لدى الدول المشهورة بذلك.[3]

4- دوافع عرقية أو اثنية:

ويكون هذا الدافع لزيارة البلد الأم(سياحة غير المقيمين)، وزيارة الأهل والأقرباء، وتقوية الروابط الأسرية وزيارة أماكن الطفولة والأماكن التي سكنها الأهل حتى وإن كانت مهجورة، ويشمل

[1] ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 49.

[2] - Dallen j. timothy and Daniel H. Olsen, tourism, religion and spiritual journeys, Routledge, London, 2oo6, p03

[3] المرجع السابق، ص 48.

أيضا زيارة أماكن التي تتقاسم معهم روابط غير أسرية كالروابط اللغوية، وكثيرا ما توجد هذه الظاهرة عند الأقليات.[1]

5- دوافع صحية:

ويكون هذا الدافع للعلاج في الهياكل الصحية أو الاستشفاء بعيدا عن المناطق الباردة أو الحارة المتطرفة والتوجه إلى المناطق الدافئة أو المعتدلة، كما لغرض النقاهة والاسترخاء بعد المرور بمراحل العلاج الشاقة أو المرور بأزمات نفسية يتطلب الخروج منها التمتع بالمناطق الهادئة والجو الجميل.

6- الدوافع الاقتصادية:

يكون السفر مرتبط بالأسعار السائدة في البلد المضيف، فانخفاضها يؤدي إلى تدفق السياح إلى تلك المناطق، والحصول على السلع المعروضة والخدمات المقدمة، كما يكون هذا الدافع أيضا مرتبط بفارق العملة، فالدول التي تكون قيمة عملتها منخفضة يتدفق إليها السياح وتنشط بها الحركة السياحية، كما أن نشاط قطاع الأعمال والاستثمار في منطقة معينة، يكون دافعا قويا لخلق رحلات خاصة برجال الأعمال، بغرض الاستفادة من الفرص الاستثمارية المتاحة في تلك المناطق.

7- الدوافع الرياضية:

ويكون السفر مرتبط بالمشاركة في الدورات الرياضية أو ممارسة ألعاب معينة أو لمشاهدة وحضور المهرجانات الرياضية والمناسبات الدولي أو الإقليمية أو الوطنية.

8- دوافع أخرى:

وتكون الرحلة لأغراض معينة تختلف من شخص لآخر مثل أن يكون الغرض المخاطرة أو المغامرة، السفر لغرض التفاخر والتباهي، لتحطيم الأرقام القياسية وحب الظهور والتميز أو للاستكشاف ...الخ.[2]

[1] محمد العطا: صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية، مركز الدراسات والبحوث قسم الندوات واللقاءات العلمية، دمشق، 2010، ص 12.

[2] ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 51.

خلاصة الفصل:

عرفت التنمية السياحية التي هي جزء من التنمية الاقتصادية تطورات مهمة، نتيجة نمو التدفقات السياحية، فزاد الاهتمام بالعرض السياحي لتلبية الطلب عليها، ووضعت البرامج والمخططات ومنحت التحفيزات والتسهيلات لإقامة المشاريع الاستثمارية، وتوفير مناصب شغل إضافية وخلق موارد مالية جديدة، تتميز بعدم النضوب والتجديد، شريطة توفير الأمن والاستقرار.

إن وجود مقومات سياحية طبيعية وحضارية يتطلب توفير بنى تحتية وخدمات مساعدة ومكملة ضمن خطط، تساعد على زيادة مساهمة القطاع السياحي في الجانب الاقتصادي والاجتماعي والثقافي، وتحقيق الأهداف التنموية بصفة هامة.

وتعتبر السياحة مزيجا من السلع والخدمات معروضة في سوق يلتقي فيه الطلب الذي تتحكم فيه عوامل البعد والقرب وعوامل اقتصادية، مع العرض الذي تقدمه المؤسسات وفق سعة محددة تعبر عن قدرتها الاستيعابية، والتي تتسم بعدم المرونة في الجانب الطبيعي والحضاري والتاريخي.

الفصل الثالث
واقع السياحة في الجزائر

الفصل الثالث: واقع السياحة في الجزائر

تمهيد:

يتميز كل بلد بعناصر سياحية تميزه وتخلق له ميزة تنافسية سياحيةK وهي كل ما في الطبيعة من عناصر مرتبطة بالموقع والبيئة والمناخ، وكل ما ورثه من عناصر وآثار تاريخية، نتيجة مرور حضارات سابقة، وإن تعرضت أغلب هذه المقومات الأثرية إلى عوامل طبيعية وبشرية أدت إلى اندثارها أو تعريتها بما ينقص من قيمتها بما يستوجب القيام بعمليات الصيانة والحفاظ عليها.

هذه العوامل الطبيعية والحضارية تعتبر المادة الأساسية لقيام قطاع السياحة لأي بلد، بما يستوجب الحفاظ عليها، من خلال خلق وبعث حركة السياحة المحلية والدولية، وما يتطلب ذلك من إنشاء مراكز وتجمعات سياحية، بمميزات كل منطقة وما تملكه من كنوز طبيعية وحضارية.

إن السياحة صناعة متكاملة تتدخل فيها عدة قطاعات وعدة فروع مما يدفع إلى التنسيق بين هذه القطاعات وتوحيد الجهود بدءا من قطاعات البنية التحتية وانتهاء بالقطاعات التي تقدم خدمات مباشرة للقطاع السياحي إضافة إلى السلع والخدمات السياحية نفسها في أطار ما يعرف بالمخططات الاقتصادية والاستراتيجيات السياحية.

والجزائر التي تعتبر أكبر دولة افريقية وعربية، تمتلك مخزونا من المواد الأولية السياحية، منتشرة عبر الوطن، متمثلة في الشواطئ والتضاريس المختلفة والمناخ المتنوع، كما تمتلك أيضا مقومات حضارية.

ولقد مر القطاع السياحي في الجزائر بمراحل مختلفة وأدمج في المخططات الاقتصادية، بقصد رفع مساهمة القطاع في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. ولمعرفة الإمكانيات السياحية والمراحل التي مرت بها القطاع السياحي في الجزائر تم تقسيم هذا الفصل الثلاثة مباحث هي:

المبحث الأول: الإمكانيات السياحية وعناصر الجذب السياحي في الجزائر

المبحث الثاني: مراحل تطور السياحة في الجزائر

المبحث الثالث: واقع السياحة في الجزائر خلال الفترة (2000- 2015)

المبحث الأول: الإمكانيات السياحية وعناصر الجذب السياحي في الجزائر

تتكون الإمكانيات السياحية من العرض الطبيعي، المتمثل في الموقع السياحي وما يميزه عن غيره من المواقع وما به من عوامل طبيعية تساعد على إنشاء قطاع سياحي مثل المناخ والتضاريس والبيئة المائية وما فيها من مكونات طبيعية وحيوانية.

المطلب الأول: العناصر الطبيعية السياحية في الجزائر

أولا: الموقع الجغرافي

تقع الجزائر شمال إفريقيا بين خطي طول 9 غرب غرينتش و12 شرقا، وبين دائرتي عرض 19 و17 شمالا وتمتلك مساحة قدرها 2.381.741 كلم^2، وتعد الأولى في إفريقيا من حيث المساحة، وتحتل وسط دول المغرب العربي وبوابة إفريقيا إلى أوروبا وبوابة أوروبا إلى إفريقيا حيث تبعد المسافة 700 كلم عنها، فهي قريبة من أكبر سوق سياحي مصدرا للسياحة في العالم، يحدها شمالا البحر الأبيض المتوسط وتتوغل جنوبا في إفريقيا بصحرائها الكبرى، ولها حدود طويلة تبلغ مع ليبيا 980 كلم، وتونس 965 كلم، المغرب 1559، الصحراء الغربية 42 كلم موريتانيا 463 كلم، مالي 1376 كلم، النيجر 956 كلم.

وعند تمييز خريطة العالم نجد أن موقع الجزائر مركزي بين أمريكا وآسيا وبين أوروبا وإفريقيا من جهة أخرى، وتبعد من الشمال إلى الجنوب على مسافة 2000 كلم أما من الشرق إلى الغرب 1828 كلم.

ثانيا: التضاريس

إن الجزائر تمتلك موقعا متميزا يحتوي على تضاريس متنوعة يمكن التمييز بينها من خلال الخصائص الجغرافية والمناخية والتركيبة الجيولوجية.[1]

تمتد الجزائر على مساحة قدرها 2.381.741 كلم^2 يمثل القسم الشمالي منها 381000 كلم2 منه 200000 كلم^2 عبارة عن سهول وهضاب والباقي 181000 كلم^2 عبارة عن أراضي جبلية، أما الصحراء والتي تمثل 80% من المساحة الكلية فقد قدرت مساحتها 2 مليون كلم2، وبهذه المساحة الكلية تحتل الجزائر المرتبة الأولى عربيا وإفريقيا من حيث المساحة والتي تقسم إلى:[2]

[1]– محمد الهادي لخروف، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، 2000، ص12.

[2]– محمد الهادي لعروق، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، عين مليلة، 2000، ص12.

1- **القسم الشمالي:** ويتضمن السواحل البحرية التي تتميز بالضيق في كثير من الأماكن بسبب امتداد جبال الأطلس إلى السواحل البحرية فيعطى مناظر سياحية خلابة تمتزج فيها خضرة الغابات والجبال بزرقة وصفاء البحر.[1] وتحتوي على كثير من السهول الساحلية مثل سهول عنابة، بجاية، المتيجة وغيرها.

2- **مرتفعات الأطلس:** وتتكون من مجموعة سلاسل جبلية موازية للبحر الأبيض المتوسط يسمى الأطلس التلي ذات قمم مرتفعة وحادة يتراوح علوها بين 1000م و2000م وتبدأ من جبال تلمسان غربا إلى جبال سوق أهراس شرقا وعبارة عن جدار صد ضد التيارات والتأثيرات البحرية القادمة من البحر الأبيض المتوسط، وأطلس صحراوي قديم يقع جنوب الأطلس التلي، هي عبارة عن سلسلة جبلية ضد التيارات والتأثيرات الصحراوية يحتوي على مرتفعات مثل جبال شيليا التي يبلغ ارتفاعها 2328م وسهول داخلية مثل سهول تلمسان ومعسكر بينهما هضاب عليا شرقية وهضاب غربية.

إن هذه الجبال الأطلسية تحتوي على كثير من الكنوز الطبيعية، من غابات ومياه وينابيع عائلية وحيوانات برية وغيرها من العناصر السياحية الطبيعية، وكثير من الجبال، مثل جبال لالا خديجة، جبال البابور، جبال تلمسان، جبال الونشريس وكلها جبال يفوق علوها 1800م.

3- **الصحراء:** وهي من أكبر صحاري العالم، وتمثل جزء من الصحراء الإفريقية الكبرى وتضم أكبر متحف مفتوح في العالم وفي الهواء الطلق بمنطقة الهقار وما يحتويه من نقوشات صخرية ومناظر قلما تجدها في أي منطقة من العالم، ويمكن تقسيم الصحراء إلى ثلاثة أجزاء رئيسية:

- منخفض شمالي شرقي به شطوط (ملغيغ).
- الصحراء الشمالية الغربية صخرية وبها الحمادات.
- الصحراء الجنوبية: تشمل نطاق المرتفعات (الطاسيلي والهقار) ونطاق السهول (سهل تنزروفت غرب الهقار) وبه العرق(ايقدي الشاش).

وتعتبر صحراء الجزائر من أغنى المواقع السياحية في العالم لما تتميز به من مواقع أثرية وطبيعية وتاريخية، تمتلك مناطقا لأفضل شروق وغروب الشمس في العالم.[2]

[1] – Office National du tourisme. www.ONT.DZ. Le 20/10/2012.

[2] – الديوان الوطني للسياحة، الهقار والطاسيلي عالم من الطمأنينة على الموقع www.ONT.DZ.

وبها أعلى قيمة في الجزائر على علو قدره 2918م وهي قمة "تاهات" في كتلة الأتاكور، كما تحتوي جبالها على بقايا عظام الحيوانات وبقايا النباتات والتي تدل على وجود حياة سابقة في العصور القديمة من خلال رسومات وحيد القرن والزرافات والفيلة وغيرهم.[1]

ثالثا: الشريط الساحلي

تمتلك الجزائر شريطا غنيا بطول أفقي 1200كلم* وباحتساب الإلتواءات والإحتدابات يصل إلى 1622 كلم** حيث يمتد من أقصى ولاية الطارف مع الحدود التونسية شرقا (واد سواني) إلى ولاية تلمسان بواد كنيس مع الحدود المغربية غربا، ويتميز الساحل الجزائري بتنوع شواطئه بين الشواطئ الرملية (تمتلك ولاية جيجل أطول شاطئ رملي طوله 120 كلم بدون انقطاع ويعد من بين أطول شواطئ العالم الرملية)[2]، والشواطئ الصخرية والكثير منها تكسوها النباتات والأشجار والخضرة الدائمة والغابات الرطبة التي تحتوي على أصناف متعددة من الحيوانات البرية.

ونجد في الشواطئ الشرقية منها ثروة الغابات المرجانية وتمتلك مناظر خلابة تجمع بين جمال البحر وزرقته وخضرة الغابات الكثيفة والجبال والشواطئ الصخرية المنحوتة بفعل الأمواج البحرية، والتي يصل علو البعض منها 1000م وأنشئت بالقرب هذه السواحل مدن ساحلية، تحتوي على جزر وإن كانت صغيرة، لكنها تكون ملجأ لكثير من الطيور، كما يحتوي أيضا على معظم المحميات الطبيعية والتي تحتوي على نباتات وحيوانات بحرية وبرية،وتم استغلال 381 شاطئا سنة 2014.

رابعا: المحميات الطبيعية

"المحمية الطبيعية هي مكان على اليابسة أو البحار أو الأنهار يتميز عن غيره من الأماكن في التكوين الطبيعي أو الجيولوجي أو فيما يحتوي هذا المكان من مخلوقات نشأت بشكل طبيعي دون تدخل للإنسان في ذلك". إن التدخل البشري في العناصر المكونة للمحمية الطبيعية من شأنه إفسادها بل وتدميرها ولهذا صنفت القوانين لحماية هذه الأماكن وما تحويه من عناصر طبيعية.

---

[1]– المرجع السابق.

* وزارة السياحة.

** تقرير صادر عن محافظة السواحل الجزائرية.

[2]– ويكيبيديا، الموسوعة الحرة على الموقع https//ar.wikipedia.org.

وبعد الحرب العالمية الثانية وما خلفته من دمار على الإنسان والطبيعة صدر عن هيئة الأمم المتحدة قوانين حماية البيئة منها قانون تخصيص الأماكن الطبيعية النادر كأماكن تخضع للحماية الدولية ولا يجوز تغيير معالمها أو استغلالها وهو ما عرف "بقانون المحميات الطبيعية".[1]

المحميات الطبيعية هي عبارة عن مساحات خصصت لحماية النباتات والحيوانات والتركيبة الجيولوجية. وبدأ حماية الموارد الطبيعية والنظم الإيكولوجية في الجزائر بقرار حكومي رقم 83/459 الصادر بتاريخ 1983/08/23 وذلك بهدف حماية النباتات والحيوانات النادرة والمهددة بالانقراض والتي لا يوجد الكثير منها على المستوى العالمي وسواء كانت على سطح الأرض أو باطنها (مغارات) أو داخل المياه أو خارجها والهدف منها:

- الحفاظ على المياه البيئية (الحيوانات، النباتات) من الانقراض أو الاندثار وكذا المواقع الأثرية وكل ما هو خارج عن المألوف.
- الحفاظ على النظام البيئي الطبيعي من التغير بسبب تدخلات البشر.
- الحفاظ على التوازن البيئي من خلال الحفاظ على المكونات الطبيعية التي موكلة بأداء مهامها الطبيعية وحمايتها من التلوث والتخريب البشري.
- تحقيق أهداف اقتصادية وتربوية وثقافية متنوعة.

إن المحميات الطبيعية تكون مراقبة من طرف اتحاد البيئة العالمي وبرنامج "ماب" أو "الإنسان والمحيط الحيوي" الذي أطلقته منظمة اليونسكو.

وقد خصصت الجزائر لذلك 10 محميات وطنية منذ صدور القرار الحكومي سنة 1983 وبلغت مساحة هذه المحميات أكثر من 58 مليون هكتار (56.565.361 هكتار) والتي تمثل 23.8% وتشرف عليها وزارتي الفلاحة والثقافة والموزعة كما يلي:[2]

1- حظيرة الطاسيلي بولاية إليزي يبلغ مساحتها 45000000 هكتار.

2- حظيرة الهقار بولاية تمنراست تبلغ مساحتها 1140000 هكتار.

3- حظيرة القالة بولاية الطارف تبلغ مساحتها 76438 هكتار.

4- حظيرة الشفة بولايتي البليدة والمدية تبلغ مساحتها 26587 هكتار.

5- حظيرة بلزمة بولاية باتنة تبلغ مساحتها 26587 هكتار.

[1]- محبات الشرابي، أقاليم مصر السياحية دراسة في جغرافيا السياحة- دار الفكر العربي، القاهرة، 1991، ص38.

[2]- www.Algerie - mond.com.

6- حظيرة جرجرة بولايتي تيزي وزو والبويرة تبلغ مساحتها 18550 هكتار.

7- حظيرة تلمسان بولاية تلمسان تبلغ مساحتها 8225 هكتار.

8- حظيرة لثنية الحد بولاية تيسمسيلت تبلغ مساحتها 3424 هكتار.

9- حظيرة قورايا بولاية بجاية تبلغ مساحتها 2080 هكتار.

10- حظيرة تازة بولاية جيجل تبلغ مساحتها 300 هكتار.

خامسا: المياه الجوفية الحموية

تمتلك الجزائر مخزونا هائلا من المياه الجوفية بالصحراء والهضاب وبعض الأودية إلا أن أهم ما يميزها هي المياه المعدنية أو الحمامات المعدنية والمنتشرة عبر كامل التراب الوطني والتي يبلغ عددها 202 حماما رسميا، معترف به للمياه الساخنة على اختلاف درجة حرارتها ومكوناتها الاستثنائية، وتركيبة مياه كل حمام وما تملكه من معادن، يجعلها تتخصص في معالجة أمراض معينة، كالأمراض الجلدية والعظام والمفاصل والسمنة، وبعض الأمراض النفسية والعصبية وغيرها. وتوجد معظم هذه الحمامات في شمال البلاد، وهي موزعة حسب الأهمية الاقتصادية والإستشفائية إلى ثلاثة أصناف:[1]

الصنف الأول: حمامات محلية ويبلغ عددها 136 منبعا مائيا.

الصنف الثاني: حمامات جهوية ويبلغ عددها 55 منبعا مائيا.

الصنف الثالث: حمامات وطنية ويبلغ عددها 11 منبعا مائيا.

وتعتبر المعالجة بالمياه الحموية في الجزائر تقليدا يعود لآلاف السنين إلى عهد الرومان ثم العرب ثم الأتراك ومعظم هذه الثروات الحموية لا تزال على طبيعتها مما يجعل خصائصها العلاجية قاعدة لتطوير السياحة الحموية.

وقد شرعت الفرارة في تهيئة 21 مشروعا تهيئة خاصة بالمناطق الحموية موزعة على 13 ولاية.

إن الحصول على امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية أو مياه البحر يخضع لأحكام المرسوم التنفيذي 69 – 07 المؤرخ في 2007/02/19.

ومنذ 1994 تم منح 42 امتيازا لفائدة المستثمرين الخواص لا نجاز محطات حموية جديدة.

[1]- وزارة السياحة والصناعة التقليدية على الموقع www.mta.gov.dz تاريخ الإطلاع 2016/09/12.

أما المؤسسات الحموية المستغلة بالإضافة إلى مركز المعالجة بمياه البحر سيدي فرج (GESTOUR) يوجد 08 مؤسسات حموية عمومية مسيرة من طرف مؤسسة التسيير السياحي وتم الشروع في عمليات تأهيلها سنة 2014 بمبلغ 12 مليار دينار جزائري.[1]

أما المؤسسات الحموية الخاصة فتوجد 10 مؤسسات موزعة كما يلي:

- 4 محطات ولاية سطيف.
- 1 محطة بويرة.
- 1 محطة بسكرة.
- 1 محطة وهران.

أما المؤسسات الحموية التقليدية فهي موزعة عبر التراب الوطني ويبلغ عددها 40 حماما وهي موجودة على حالتها الطبيعية وبدون بنية تحتية أو هياكل تليق بقيمة المياه المستعملة.

وفي ما يخص المؤسسات التي في طور الإنجاز فتوجد 19 محطة ذات طاقة استيعابية إجمالية 2268 سريرا وبتكلفة خمسة ملايير دينار جزائري.[2]

سادسا: المناخ

يحدد المناخ في جزء كبير منه أشكال السياحة الممكن ممارستها في الزمان والمكان، فهو يؤثر على التيارات السياحية سواء على المستوى الكمي أو على مستوى انتظامها الزمني، إلا أن عناصر المناخ قد تقدم حالات سلبية اتجاه النشاط السياحي في مكان معين، وإن كان لا يمنع من إتاحة فرصا للترفيه.[3]

إن الامتداد الواسع للجزائر على مساحة 19^0 أو على 19 خطا عرض شمال خط الاستواء، جعل منها منطقة رطبة معتدلة في الشمال وجافة مدارية في الجنوب وهذا يعني تعدد المناخات عند الانتقال من الشمال على الجنوب. ويؤثر في المناخ الموقع الجغرافي منطقة الضغط، الموقع الفلكي، هبوب الرياح، امتداد التضاريس.

يسود الجزائر مناخ البحر الأبيض المتوسط في الشمال ويمتد حتى الأطلس الصحراوي يتميز بالاعتدال والرطوبة من شهر أكتوبر على شهر ماي وبالحرارة بقية السنة. أما المناطق الداخلية فتتميز

[1]– المرجع السابق.

[2]– نفس المرجع السابق.

[3]– محمد المولودي، السياحة والتنمية المحلية بزيز الأسفل، مجلة دفاتر جغرافية، العدد الثاني، المغرب، 2005، ص19.

بالبرودة الشديدة وتكون شبه جافة، أما الإقليم الصحراوي فهو حار وجاف ويقل تساقط الأمطار إلى أقل 102 ملم

الغطاء النباتي: بالنسبة للغطاء النباتي فإنه متدرج من الشمال إلى الجنوب وتنقسم الجزائر إلى ثلاثة أقاليم رئيسية:

إقليم البحر الأبيض المتوسط: وتتميز بكثافة النبات، والسلاسل الجبلية الشرقية وتقل بالمرتفعات الداخلية والغربية وأهم الأشجار الصنوبر، الفلين، الأرز، دردار، البلوط والزان...الخ.

إقليم السهوب: انتقالي يقل به النباتات لقلة الأمطار وفقر التربة وتنتشر فيه نبات الحلفاء، الشيح، الدرين.

إقليم الصحراء: جاف نباتاته شوكية سريعة الظهور والاختفاء.

المطلب الثاني: الموارد الأثرية التاريخية

تمتلك الجزائر ثروة من المعالم الأثرية الموروثة من تعاقب مختلف الحضارات الإنسانية التي مرت على الجزائر بدءا من الحضارة الفينيقية والتي تمركزت في المدن الشمالية ثم الحضارة الرومانية التي خلفت معالم تراثية شاهدة عليها ثم الحضارة الإسلامية بدولها المختلفة وحتى الخلافة العثمانية التي تملكت الجزائر وتركت تراثا عالميا يصنف ضمن منظمة اليونسكو.

أولا: المواقع الأثرية

توجد بالجزائر العديد من المواقع الأثرية منها ما هو قائم ومنها ما اندثر، ولم تبقى منه إلا الآثار والبقايا، ومن أهم المواقع المصنفة ضمن التراث الإنساني في منظمة اليونسكو نجد:[1]

- **تيمقاد:** تقع في ولاية باتنة بناها الرومان في سنة 100 ميلادية وتم تصنيفها عام 1982 كواحدة من مدن التراث العالمي وهي المدينة الوحيدة التي بناها الرومان وما تزال محافظة على خصوصية طابعها وتصميمها الأولي.
- **جميلة:** وتعرف بمدينة كويكول وهي مدرج روماني يقع في ولاية سطيف تأسست في أواخر القرن الأول ميلادي يبلغ ارتفاعها 900 متر فوق سطح البحر.
- **تيبازة:** تم تأسيسها من قبل الفينيقيين وأعيد بناءها من قبل الرومان وأطلقوا عليها اسم "تيباسا" واحتلها البيزانطيون عام 534 ميلادية.

أما المدن الأخرى التي تصنف أيضا من قبل المنظمة فنجد:

[1]– الديوان الوطني للسياحة Office National du tourisme. Site algeriene classes.

- **الطاسيلي:** يضم 15000 رسما ونقشا تخص المناخ والحيوانات والحياة البشرية، وهو أهم موقع أثري سياحي إطلاقا ويعتبر كنز، له ميزة تنافسية كبيرة خاصة في فصل الشتاء وحدد تاريخ إنشاءه بحوالي 6000 قبل الميلاد.
- **قلعة بني حماد:** وهي موقع بها أثار رومانية وإسلامية أنشأت عام 1007 تقع على ارتفاع 1000م فوق سطح البحر وتقع شمال شرق ولاية مسيلة وكانت العاصمة الأولى للحماديين قبل بجاية وصنفت من طرف المنظمة سنة 1980.
- **قصر في ميزاب:** والذي بناه الإباضيون في القرن 10 ميلادي، تحيط به خمسة قصور ذات طابع صحراوي مبنية بشكل هندسي متناسق مع البيئة الموجودة فيها.
- **القصبة:** وهي رمز للعمارة العثمانية وتم تشييدها في القرن السادس عشر (16) ميلادي وتطل على الجزيرة التي كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين منذ القرن الرابع قبل الميلاد.
- **الزوايا:** توجد بالجزائر عدة زوايا لها رواد من داخل وخارج الجزائر لها أعيادها الخاصة والتي تستقطب عدد هائل كل سنة وأشهرها الزاوية التيجانية والزاوية العيساوية.

ثانيا: المتاحف:

تضم الجزائر سلسلة من المتاحف تضم كنوزا أثرية متنوعة، ومختلفة العمر والانتساب إلى الحضارات السابقة أشهرها:[1]

- **المتحف الوطني "سيرتا":** وهو من أقدم المتاحف بالجزائر: يضم الأثار التي وجدت بالشرق الجزائري.
- **متحف "باردو" بالعاصمة:** وبه أثار ما قبل التاريخ وأخرى متنوعة المصدر والتاريخ والدلالة.
- **متحف "زبانة" وهران:** وبه أيضا أثارا لما قبل التاريخ.
- **متحف الثورة:** والتي يضم أثار الثورة الجزائر وثوارها وبطولاتهم ضد المستدمر الفرنسي خلال ثورة الجزائر وما قبلها من الثورات الشعبية.
- **متاحف أخرى:** وهي متاحف اقل أهمية من سابقيها وإن كانت بها أثارا لا تقل أهمية على غرار متحف تيمقاد ببانتة، متحف هيبون بعنابة، المتحف الوطني للفنون الشعبية.

[1]– مروان صحراوي، التسويق السياحي – حالة الجزائر – رسالة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012، ص 112.

ثالثا: المقومات الحضارية المادية المساعدة

ويقصد بها كل المقومات والعناصر التي هي من صنع الإنسان وابتكاراته والتي تكون عناصر مساعدة وأساسية لقيام الصناعة السياحية، وتنشيط دورها في الحياة الاقتصادية والاجتماعية وغيرها وأهم هذه العناصر:

1- **البنى التحتية للنقل:** تمتلك الجزائر قاعدة النقل البري والجوي والبحري تساعد على تنشيط القطاع السياحي والمتمثلة فيما يلي:[1]

- **النقل البري:** والمتمثلة في شبكة من الطرف الطويلة والمتنوعة والتي تساعد على قيام نشاط سياحي تجمع بين المدن الجزائرية المنتشرة في ربوع الوطن من الشمال إلى الجنوب إلى المغرب ومن الشرق إلى الغرب والموزعة كما يلي:[2]
  - الطرق الوطنية: 29107 كلم.
  - الطرق الولائية: 23888 كلم.
  - الطرق البلدية: 59044 كلم.
  - الطرق الحضرية: 68000 كلم.

كما أن انجاز طريق السيار "شرق غرب" وطريق الهضاب العليا وطريق شمال جنوب والذي لم تنته الأشغال به قد أعطى دفعا قويا لحركة المرور وتسهيل النقل بأقل تكلفة وفي اقرب وقت.

- **النقل بالسكك الحديدية:** أما فيما يخص النقل بالسكك الحديدية فقد وصلت 4500 كلم ذات اتجاه واحد تمر على 200 محطة لنقل السلع والمسافرين و200 فرع تربط المناطق الصناعية الموانئ وتمثل إجمالا 17% من النقل البري.

وتتكون هذه الشبكة من 1435 كلم طريق عادي 1055 كلم طريق ضيق، 305 طريق مزدوج بالإضافة إلى 299 كلم طريق مكهربة، كما تم فتح مترو الجزائر العاصمة ومشاريع أخرى خاصة به في طور الانجاز في عدة ولايات.[3]

- **النقل الجوي:** وهو النوع الأكثر طلبا من طرف السياح في الجزائر وغيرها فقد تم انجاز 53 مطارا منها 13 مطارا دوليا تطبيق المعايير الأمن والسلامة الدوليين وفقا للمقاييس الدولية، 05

[1]- عميش سميرة، مرجع سبق ذكره، ص154.

[2]- فؤاد عضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص239.

[3]- السياحة في الجزائر على الموقع www.algeria tourism.com تاريخ الإطلاع 2016/04/11.

منها درجة أولى، 19 مطارا للاستعمال الخاص والمحدود، 4 مطارات لقطاع الطاقة، 14 مطارا جهويا في عدة مناطق تنقل سنويا 36 مليون باتجاه أوروبا، من خلال 17 خطا، وتضمن نقل 30 ألف طن من البضائع والسلع المختلفة.

- **النقل البحري:** وتمتلك 13 ميناء يقدم العديد من الخدمات التجارية والصناعية والصيد البحري 09 منها معدة لاستقبال وتنقل الأشخاص والبضائع، مثل ميناء الجزائر الذي يستقبل 30% من واردات الجزائر. إضافة إلى مينائين (02) للمحروقات، وموانئ أخرى أقل حجما ودورا، تستعمل للصيد البحري والترفيه.[1]

2-شبكة الاتصالات:

إن شبكة الجزائر للاتصالات السلكية واللاسلكية موصولة عبر البحر مع إيطاليا وفرنسا، وكذا الجارتين تونس والمغرب مما يجعلها تقدم خدمات الاتصال متقدمة نسبيا داخل الوطن وخارجه وتكاد تكون التغطية كاملة وتقدر بنسبة 96%.[2] وبلغ عدد المشتركين سنة 2011 في الانترنت 1,6 مليون مشترك وفي الهاتف النقال 35 مليون مشترك.

3-**الوكالات السياحية:** بلغ عدد الوكالات السياحية في الجزائر 638 وكالة سياحية سنة 2004 مع تزايد عددهم بمعدل متناقص وتوزيعهم غير منتظم عبر كافة التراب الوطني إذ يوجد منها 543 وكالة في الجزائر العاصمة وحدها.[3]

وفي سنة 2013 بلغ إجمالي الوكالات السياحية والسفر 1063 موزعة بين الصنف "أ" بعدد 388 وكالة والصنف "ب" بعدد قدره 675 وكالة، أما في سنة 2014 فقد زاد عدد الوكالات بنسبة 14.29%عن سنة 2013 ليصل العدد الإجمالي إلى 1215 موزعة 800 وكالة صنف "أ" و415 صنف "ب".[4]

4-التنظيم في القطاع السياحي:

يحتوي التنظيم على قواعد وقوانين ومبادئ قاعدية وقواعد إعلام واتصال تطبق على القطاع وتحدد طبيعة المتعاملين ونمط العمليات ومبادئ العمل.

---

[1]- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، ص44.

[2]- خالد كواش، مرجع سبق ذكره.

[3]- عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري على مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، سطيف 2015، ص156.

[4]- ONS. les statistiques du tourisme fin 2014.

إن القطاع السياحي الجزائري يخضع لوزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، وكذا المراسيم والقوانين المبثوتة في الجريدة الرسمية، ويتكون من دواوين مختلفة ومؤسسات سياحية والوكالات، ويسعى إلى تطوير القطاع السياحي، من خلال استغلال المقومات والحفاظ عليها.

المبحث الثاني: مراحل تطور السياحة في الجزائر

مرت السياحة في الجزائر بعدة مراحل أولها مرحلة ما قبل الاستقلال من المدمر الفرنسي، ثم مرحلة ما بعد الاستقلال لـــتأتي مرحلة المخططات التنموية، ثم مرحلة الاصلاحات.

المطلب الأول: تاريخ السياحة في الجزائر

أولا: المرحلة الاستعمارية

إن أول ملامح السياحة في الجزائر ظهرت مع صدور أول كتيبات الإرشاد السياحي أو الدليل السياحي (guides touristique) في الجزائر والخاصة بالمسافرين، والتي ظهرت خلال المرحلة (1836 – 1868) وأولها صدورا دليل جون (guide Joanne) سنة 1862 بعدما كانت تصدر عبارة عن مقالات سياحية خلال المراحل السابقة، يليه دليل louis piesse والذي طبع سبعة عشر مرة ما بين (1862 – 1916)، ثم جاء الدليل الأزرق guide bleu الذي صدر لأول مرة سنة 1897، هذه المنشورات المتكونة من (150 – 200) صفحة كلها عبارة عن منشورات إشهارية للسياحة في الجزائر مركزة على مدن كبرى كالعاصمة، وهران، تلمسان، قسنطينة وضواحيها. إن أول رحلة رسمية إلى الجزائر كانت سنة 1939 للسيد Duc d'orbéans الابن الأول Louis philippe.

كما أنشأت مدرسة الفنون الجميلة في الجزائر 1881 مع فرعيها في قسنطينة ووهران، وتأسست "جمعية الرسامين الجزائريين الشرقيين" التي كانت تنظم معارض بانتظام (سياحة المعارض) وكذا تأسيس "اللجنة الجزائرية لفصل الشتاء" والتي تعرف (اللجنة الشتوية الجزائرية) سنة 1887 لتنظيم السياحة في فرنسا الجديدة بزعمهم بمساعدة الاتحادات المحلية التي تشكلت في المدن الرئيسية وتم تحويلها إلى اتحاد سنة 1897 والتي كانت تضع الإمكانيات المادية تحت تصرف السياح، والقيام برحلات سياحية إلى مناطق عدة داخل المستعمرة الجزائرية.[1]

وفي المرحلة (1903–1911) اهتم حاكم الجزائر Auguste Jonnart بالقطاع السياحي، وأقيمت في هذه المرحلة البنى التحتية السياحية مثل أكواخ المراحل (الاستراتيجيات)، الفنادق التي وزعت على عدة مناطق التي تحتوي على المقومات السياحية الجذابة كما تم تنشيط سياحة المياه المعدنية بأنواعها وسياحة الصيد.

[1]– Arnaud Berthonnet. Le tourisme en Algérie (de 1880 aux années 1940) une histoire a écrire, revue tourisme Mai 2006. Pour une histoire du tourisme au Meghreb (XIX^{ème} siècles) p5-9.

قبل سنة 1914 أنشئ قسم السياحة في مديرية التجارة وأعطت الحرية للاتحادات النقابية السياحية لإدارة السياحة، وأنشئت رابطات رسمية في كل مدينة، وظهر الاتحاد النقابي السياحي للعاصمة سنة 1897 وفي بجاية 1909 وفي وهران وقسنطينة 1414، ونقابة تلمسان 1919 وتم تأسيس فدرالية النقابات والاتحادات العمالية للسياحة في الجزائر في نفس السنة.

وفي 1920 ظهرت أول قرية سياحية بمدينة تنس وبدأت السياحة في الازدهار خاصة لدى الأسر الأرستقراطية، ولكن مع ظهور الأزمة العالمية 1929 تراجع النشاط السياحي في الجزائر.

وفي 1923 أنشأ السيد G.Gradis المؤسسة العامة للنقل الصحراوي (transsaharienne) والتي نجحت في التعريف بالطرق والمسالك الصحراوية المختلفة معلنا ميلاد السياحة الصحراوية.

كما أن الاهتمام بالعناصر الطبيعية كان واضحا من خلال إنشاء المنتجعات السياحية في كل من قسنطينة وبجاية والمحطات المناخية في العاصمة وبسكرة، المحطات الصيفية ومنتجعات الرياضات الشتوية.

أما المسابقات فقد نظمت سنة 1925 مسابقة بين فناني الجزائر لنشر الملصقات السياحية، والإعلانات التجارية وقد وصلت ذروتها مع أول احتفالية للذكرى المئوية لاحتلال الجزائر (الجزائر فرنسية).

وفي سنة 1931 نظم النادي السياحي الفرنسي رحلة سياحية بين الجزائر العاصمة ومدينة تيمبوكتو في سيارة "رونو" تسعة ركاب.[1]

أما من حيث النفقات ذات الطابع السياحي للاحتفالية المئوية لاحتلال الجزائر، فقد بلغت 999850 فرنك فرنسي سنة 1428 ومبلغ 1674000 فرنك فرنسي سنة 1929 والجدول التالي يفصل أنواع النفقات السياحية:

[1]– Armaud Berthonnet. Op.cit., p11-12.

الجدول رقم(3-1): النفقات السياحية في الجزائر 1928 – 1929، الوحدة: فرنك

النفقات	1928	1929
الزينة والأعمال المتنوعة	-	346000
ترتيبات الدوائر	574	769000
خدمات التصوير الفوتوغرافي	173000	260000
تشجيع النقابات السياحية	151000	135000
تشجيع صناعة الضيافة	101850	164000
المجموع	999850	1674000

Source: Arnaud Berthonnet. Le tourisme en Algérie (de 1880 aux années 1940) une histoire a écrire, revue tourisme Mai 2006. Pour une histoire du tourisme au Meghreb (XIX^{ème} siècles) p13.

وقبل الاحتفالية المئوية فقد تم اتفاق أكثر من 15 مليون فرنك لتطوير النقل والضيافة والصناعات المساعدة وقد زار الجزائر قبل الاحتفالية 45000 سائح سنويا.

كما نشط النادي الرياضي الفرنسي لجبال الألب الرياضات الشتوية على منحدرات الشريعة ثم على جبال جرجرة في منطقة القبائل.

وفي سنة 1931 تم إنشاء المكتب الجزائري للعمل الاقتصادي السياحي Office Algérien d'action Economique et touristique (OFALAC) والذي أرسل في نفس السنة بعثة إلى الولايات المتحدة الأمريكية وبالضبط إلى مقاطعة كاليفورنيا لجلب الأساليب الجديدة للعمل السياحي وتطبيقاتها في الجزائر ولزم سنة 1937 وضع العلامة التجارية الجزائرية على المنتجات الجزائرية وخاصة الفواكه والخضر كوسيلة للتعريف والدعاية الدولية.

أما من حيث النقل الجوي فقد كانت الخطوط الجوية موجودة منذ سنة 1930 وبشكل منتظم بين مطارات العاصمة ووهران والقواعد البحرية للطائرات، وأنشأ اتحاد عام للسياحة في شمال إفريقيا للبلدان الثلاث (تونس، الجزائر، المغرب) والذي اقترح تقديم الدعم لجميع المؤسسات التجارية والزراعية والصناعية والثقافية والسياحية والأعمال من خلال تنسيق قنوات الاتصال وتنسيق النقل وتعزيز الدعاية وهذا لتعزيز التنمية السياحية وبلغ عدد السياح في الجزائر الوافدين من خارجها 100000 سائحا سنويا قبل اندلاع الحرب العالمية الثانية.

وبعد الحرب العالمية الثانية انعقد المؤتمر الدولي الثاني للسياحة الإفريقية في الجزائر العاصمة وتطرق المؤتمر إلى أربع نقاط رئيسية متعلقة بالسياحة في إفريقيا:

- الطرق الرئيسية العابرة لإفريقيا.
- المسائل الحركية ذات الصلة بالسياحة.
- المسائل الفندقية والهياكل السياحية.
- النقل في إفريقيا.

وتم تنظيم رحلة كبيرة بمساعدة الشركة الجوية الفرنسية، دائرة واحة الجزائر، دائرة تونس، دائرة المغرب وتم إحياء النشاط السياحي في الجزائر من جديد من خلال هذا الحدث الهام.[1] وبقى عدد السياح الذين زاروا الجزائر في تزايد مستمر حيث بلغ عددهم 150000 سنة 1950.

وأما خلال الثورة الجزائرية المباركة فقد تقلص عدد السياح الذين زاروا الجزائر، بالرغم من مشروع قسنطينة 1958 والذي تم فيه برمجة إنشاء 18500 غرفة فندقية وفق المعايير الدولية، إلا أن الثورة حالت دون انجاز المشروع وتم الاستقلال سنة 1962.[2]

ثانيا: مرحلة ما بعد الاستقلال

ورثت الجزائر عن المستدمر الفرنسي هياكل سياحية وفنادق متنوعة النشاط ،كانت في خدمة السياح الفرنسيين والأوروبيين، والتي بلغ عدد أسرتها 5922 سريرا موزعا بين الأنواع المختلفة للسياحة التي كانت تمارس خلال المرحلة الاستعمارية، والجدول التالي يوضح عدد الأسرة وتوزيعها في سنة 1962.

الجدول رقم (3-2): توزيع الأسرة بين الأنواع المختلفة للسياحة سنة 1962:

نوع السياحة	الحضرية	الصحراوية	الشاطئية	المناخية	المجموع
عدد الأسرة	2377	486	2959	90	5922
النسبة المئوية	%40	%8.2	%50	%2	%100

Source: Arnaud Berthonnet. Le tourisme en Algérie (de 1880 aux années 1940) une histoire a écrire, revue tourisme Mai 2006. Pour une histoire du tourisme au Meghreb (XIX^{ème} siècles) p48.

[1]– Arnaud Berthonnent. opcit. p16.

[2]– Belgacem Héder. Le Rôle Socio Economique du tourisme cas de langeriez. Opu. Alger 1988. P48.

هذا التوزيع للفنادق المعروفة يدل على تركيز النشاط السياحي في المدن الساحلية التي تمتلك الشواطئ البحرية.

وقد أسندت مهمة تسيير هذه الفنادق والهياكل السياحية سنة 1966 للديوان الوطني للسياحة (ONAT) الذي تم إنشاءه سنة 1962 بعدما كانت تسير من طرف لجنة تسيير الفنادق والمطاعم (OGEHORE) والتي تأسست سنة 1965.[1]

أما السياحة الجزائرية قبل المخططات [1962 – 1965] لم تعط أهمية للقطاع السياحي، ولم يستفد من أي دعم أو استثمارات، نتيجة المرحلة الصعبة التي تبعت استقلال الوطن، ونتيجة ضعف الهياكل الموروثة التي تعرضت إلى التخريب، وكذا نقص للموارد البشرية والإطارات المتخصصة في القطاع السياحي، بالإضافة إلى الإشكال الحقيقي المتمثل في الحالة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية السائدة بعد الاستقلال مباشرة، والتي لم تكن تهدف إلا لتحسين الوضعية الاجتماعية والقضاء على الفقر والجهل السائد آنذاك. [2]

وفي سنة 1966 تم صدور الميثاق السياحي الذي يحدد طرق بناء القطاع السياحي والبنى التحتية المتعلق بالقطاع وإنشاء المناطق السياحية وطرق إنشاء صناعة فندقية بجميع مراحلها.[3]

المطلب الثاني: السياحة في الجزائر ضمن مخططات التنمية الوطنية

اعتمدت الجزائر في التنمية الوطنية على تحديد برامجها وتنفيذها ضمن مخططات متعددة كان للقطاع السياحي أحد القطاعات الذي تم دراسة وضعيته ووضعت برامج لتفعيل نشاطه ضمن التنمية الاقتصادية.

أولا: السياحة ضمن المخطط الثلاثي 1967 – 1969

تقرر خلال سنوات هذا المخطط انجاز 13081 سريرا ولم ينجز منها سوى 2946 تمثل نسبة 28,5% وهذا راجع إلى ضعف الاهتمام بالقطاع السياحي وعدم إعطاءه المكانة اللازمة في التنمية الاقتصادية إذا لم يخصص سوى 2,54% من إجمالي المبالغ المخصصة للقطاعات الأخرى والبالغة 11087 مليون دينار والجدول التالي يبين توزيع مخصصات كل قطاع خلال المخطط الثلاثي 69/67.

[1]– خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، السداسي الثاني 2004، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص225.

[2]– Ahmed Houari. La politique touristique et les investissement eu Algérie de puis 1965. D.E.S.I.S.E. 1974.p05.

[3]– الميثاق السياحي لسنة 1966.

الجدول رقم (3-3): مخصصات القطاعات خلال المخطط 69/67:

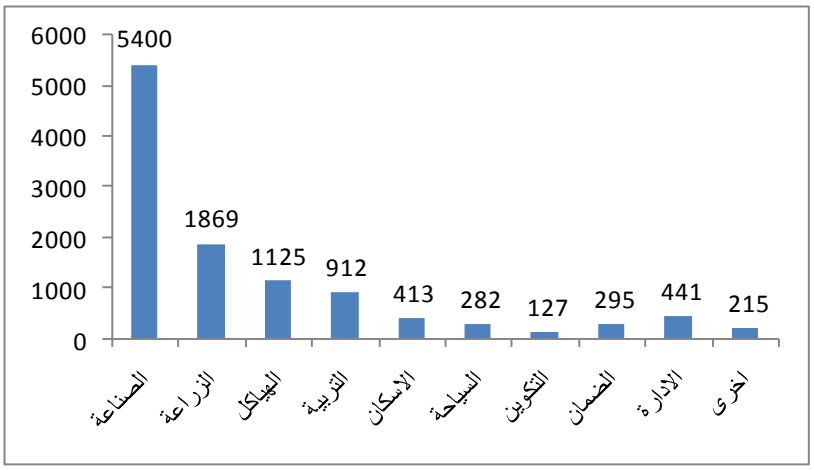
الوحدة: مليون دج

القطاعات	المخصصات	النسبة المئوية %
قطاع الصناعة	5400	48,74
قطاع الزراعة	1869	16,87
قطاع الهياكل الأساسية	1125	10,14
قطاع التربية والتعليم	912	8,23
قطاع الإسكان	413	3,72
قطاع السياحة	282	2,54
قطاع التكوين المهني	127	1,14
قطاع الضمان الاجتماعي	295	2,66
قطاع الإدارة	441	3,68
قطاعات أخرى	215	1,94
المجموع	11087	100

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، المخطط الثلاثي 69/67.

يلاحظ من خلال الجدول أن القطاع السياحي خصص له 282 مليون دينار جزائري فقط، مما يدل على عدم إعطاءه الأهمية المناسبة عكس القطاع الصناعي والزراعي اللذين استحوذا على 48,74%، 16,87% على التوالي من إجمالي المخصصات وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (3-1): مخصصات القطاعات خلال المخطط 68/67



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

إن إعطاء الأولوية للقطاع الصناعي والزراعي الموضحة من خلال الشكل يرجع إلى ضعف الجهاز الإنتاجي الجزائري وقلة الإيرادات وإعطاء الأولوية لحل المشاكل الاجتماعية التي كانت يعاني منها المجتمع الجزائري آنذاك.[1] وتم إنشاء الوكالة السياحية الجزائرية (ATA) سنة 1968.[2]

ثانيا: السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول (1970-1973)

كان يهدف هذا المخطط إلى تحقيق طاقة إيواء تقدر 90000 سريرا في نهاية عقد السبعينات وهذا من خلال برمجة إنشاء 35000 سريرا في هذا المخطط إضافة إلى تنفيذ ما تبقى من المخطط الثاني السابق، ولكن في نهاية 1973 لم يتم إنشاء سوى 9000 سريرا، وتم إنشاء عدة هيئات سياحية منها:[3]

- الشركة الوطنية للسياحة الفندقة (SONATOUR) سنة 1970.
- الشركة الجزائرية للحمامات المعدنية (SONATHERM) سنة 1970.
- مؤسسة الأشغال السياحية (ETT) سنة 1971.

[1]- المجلس الاقتصادي والاجتماعي، لجنة أفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16، نوفمبر 2000، ص28.

[2]- الجريدة الرسمية 1968.

[3]- Belkacem Haddar. Op.cit. p58.

ثالثا: السياحة ضمن المخطط الرباعي الثاني 1974-1977

ركزت الدولة في هذا المخطط على تنفيذ برامج المخططات السابقة التي لم يتم انجازها وتحقيق طاقة إيواء 25000 سريرا جديدا والوصول إلى 60000 سريرا مع بداية الثمانينات.

أما الاستثمارات السياحية فكانت ضمن المخطط كما يلي:

الجدول رقم (3-4): مخصصات القطاعات في المخطط الرباعي الثاني:

الوحدة مليون دج

القطاعات	المخصصات	النسبة المئوية
قطاع الصناعة	48000	43,5
قطاع البنية التحتية	15500	14
قطاع الزراعة	12005	10,9
قطاع الشؤون الاجتماعية	14610	13,3
قطاع التربية والتكوين	9947	9
قطاع الري	4600	4,2
قطاع السياحة	1500	1,4
قطاع الإدارة	1399	1,3
قطاع الصيد البحري	155	0,1
قطاعات أخرى	2520	2,3
المجموع	110236	100

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية (1974 - 1977).

وقد تم تحقيق نسبة 41% من الأهداف المسطرة في القطاع السياحي خلال هذا المخطط بالإضافة إلى الوصول إلى نسبة 20% و30% من أهداف المخططين السابقين على الترتيب.[1]

ويلاحظ من الجدول أن قطاع الصناعة أخذ الأهمية القصوى بنسبة 43,5% تليها قطاع البنى التحتية 14% وما زال قطاع السياحة مهمشا، ولم تحط له الأولوية اللازمة والمكانة في العملية

[1]- المجلس الاقتصادي والاجتماعي، لجنة أفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مساهمة من اجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية، مرجع سبق ذكره، ص30.

التنموية حيث لم يخص له سوى 1500 مليون دج بنسبة 1,4% من إجمالي المخصصات التي وصلت 110236م دج. أما فيما يخص طاقات الإيواء فكانت في نهاية المخطط كما يلي:

الجدول رقم (3-5): المجاميع الاستشارية لطاقات الإيواء في المخطط الرباعي الثاني (1974- 1977)

نوع المشروع	المشاريع المبرمجة		المشاريع المنجزة	
	عدد الأسرة	النسبة المئوية%	عدد الأسرة	النسبة المئوية%
ساحلي	23869	46,5	8969	37,57
صحراوي	5299	10,33	1659	31,30
حضري	14262	27,8	2342	16,42
مناخي	3648	7,11	638	17,48
معدني	4228	8,24	2252	53,26
المجموع	51306	100	15860	30,91

Source: Boudjani Malika. Le tourisme eu Algerie. Etat des lieux. Thése doctorah. Universuted d'oran, p269.

يلاحظ من خلال الجدول أن المشاريع المنجزة بلغت 15860 سريرا بنسبة 30% من إجمالي المشاريع المبرمجة كانت مبرمجة في بداية المخطط مع وجود نسبة 17,76% قيد الانجاز ولم ينته العمل بها بتاريخ 1977/12/31.

من خلال النتائج البرامج المخططات السابقة تبين ضعف الهياكل والقواعد السياحية نتيجة ضعف التمويلات والمخصصات الموجهة للقطاع السياحي من جهة وكذا عدم وجود كفاءات تسير القطاع بدليل أن حجم الاستثمارات المخصصة للسياحة لم تتجاوز نسبة 0,9% من إجمالي حجم الاستثمارات وهو ما انعكس في مؤشر المتوسط السنوي لعدد السياح الوافدين الذي لم تتجاوز 214000 سائحا سنويا يمثل الفرنسيون نسبة تتراوح[30 - 45]%.

وخلال هذا المخطط تم إصدار الميثاق السياحي سنة 1976 وإنشاء المركز العالمي للفندقة والسياحة في نفس السنة.

رابعا: السياحة ضمن المخطط الخماسي الأول: (1980-1984)

شهدت هذه المرحلة القيام بالإصلاحات الهيكلية الأولى وكانت في نهاية 1979 تمتلك 17744 سريرا موزعة حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (3-6): طاقة الإيواء في الجزائر سنة 1979

نوع السياحة	عدد الأسرة	النسبة المئوية
ساحلي	9969	56,17
صحراوي	2103	11,85
حضري	2782	15,68
مناخي	638	3,60
معدني	2252	12,69
المجموع	17744	100

Source: Boudjani Malika. Op cit. p70.

يلاحظ أن مجموع الطاقة الإيوائية لم يصل إلى الهدف المصدر سابقا والمقدر 60000 سريرا مع بداية الثمانينيات حيث لم يتم انجاز إلا 17744 سريرا تمثل نسبة 29,57 من الطاقة الإجمالية المبرمجة، أما في المخطط فقد تم برمجة إنشاء طاقة فندقية تصل 50880 سريرا مع بداية 1985 من خلال تنفيذ 89 مشروعا استثماريا في القطاع السياحي. لإنشاء 16550 سريرا خلال هذا المخطط كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-7): المشاريع السياحية المبرمجة خلال المخطط الخماسي الأول (1980- 1984)

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

المصدر: وزارة السياحة 1980.

كما شهدت هذه المرحلة (1980- 1983) القيام بإصلاحات وإعادة الهيكلة وتحديد صلاحيات وزير السياحة والثلاث مديريات التابعة للقطاع:

- المديرية العامة للوصاية والتنظيم والرقابة.
- المديرية العامة للتخطيط والتنمية السياحية.
- المديرية العامة للإدارة والوسائل.

كما وضعت إستراتيجية جديدة لتطوير القطاع السياحي تتمحور حول وضع مخطط التهيئة السياحية وتشجيع السياحة الدولية وتوسيع الفندقة وحصر السياحة وأنواعها وإشراك القطاع الخاص ووضعت إستراتيجية مناطق التوسع السياحي ZET*، وتحديدها على أرض الواقع وحصر البنى التحتية التي تمتلكها والتي يجب تطويرها وقد تم تحديد 174 منطقة توسع اعتمدت 10 منها وتحديد 202 حماما معدني تم اعتماد 08 منها للتطوير.[1]

لقد تميز هذا المخطط بالفشل في إتمام البرامج المسطرة واكتفى بإتمام البرامج السابقة المسطرة في المخططات السابقة وهذا لدخول الجزائر في أزمة مالية مع بداية الثمانينات وعدم قدرة القطاع الخاص على أداء المهام المنوطة به، خاصة بعد تخصيص جزء كبير من القطاع العام لصالح القطاع الخاص.

خامسا: السياحة ضمن المخطط الخماسي الثاني (1985- 1989)

بلغ نصيب القطاع السياحي من الاستثمارات المبرمجة 3500 مليون دج من أصل 550 مليار دج كمخصصات إجمالية لهذا المخطط تمثل نسبة 6.4% من إجمالي الاستثمارات.

وخلال هذه المرحلة وفي إطار التوجهات الجديدة المتمثلة في إشراك القطاع العام والقطاع الخاص، بلغت طاقات الإيواء للهياكل السياحية 48302 سريرا في نهاية سنة 1989 موزعة حسب الجدول التالي:

* ZET Zone d'extension touristique.

[1]- المجلس الاقتصادي والاجتماعي، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياحة الوطنية، مرجع سبق ذكره، ص 41.

الجدول رقم (3-8): توزيع طاقة الإيواء حسب القطاعات وحسب النوع سنة 1989

النوع / القطاع	العام	الخاص	المجموع	النسبة المئوية
الشاطئ	12182	1145	13327	27,60
الصحراوي	3731	2250	6331	13,10
معدني	3588	1528	5116	10,60
إقليمي	954	76	1030	2,13
حضري	5337	17161	22498	46,57
المجموع	25842	22460	48302	100
النسبة المئوية	53,5	46,5	100	/

المصدر: وزارة السياحة 1990.

يلاحظ من خلال الجدول تركز الاستثمارات السياحية العامة في نوع السياحة الشاطئية، من خلال توفير 12182 سريرا في حين وفر القطاع الخاص 1145 سريرا في هذا النوع يمثل 27,60% من إجمالي الأنواع المستثمر فيها.

أما القطاع الخاص فقد ركز على النوع الحضري من خلال توفير 17161 سريرا مقابل 5337 للقطاع العام مما جعل هذا النوع يصل إلى 46,57% من إجمالي طاقة الإيواء لسنة 1989. ويأتي النوع الصحراوي في المرتبة الثالثة من خلال توفير 6331 سريرا مقسمة ما بين القطاع العام والقطاع الخاص (3731) و (2250) على الترتيب، مما يجعله يمثل نسبة 13,10%، في حين كانت نسبة نوع السياحة المعدنية أو الحمامات بنسبة 10,60% من خلال توفير 5116 سريرا والنوع الإقليمي أو المناخي فيمثل 2,13% بعدد 1030 سريرا موزعة 954 سريرا للقطاع العام و 75 سريرا للقطاع الخاص.

ولقد تميزت هذه المرحلة بتنفيذ عمليات الإصلاحات وإعادة هيكلة المؤسسات السياحية وتطبيق اللامركزية في التسيير، وحل الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة وإنشاء عدة مؤسسات سياحية لتسيير القطاع السياحي، نتج عنه عدة مشاكل نتيجة تداخل الصلاحيات وارتفاع تكلفة التسيير وضعف الإطارات.

إن مضاعفة طاقات الإيواء في الجزائر والذي تضاعف 150% بين سنتي 1966 و 1989 بزيادة قدرها 30000 سريرا إلا أنه بقى دون المستوى المخطط له والمرغوب فيه، ويعتبر ضعيفا مقارنة مع الجارة تونس التي وصلت طاقة الإيواء فيها 109000 سريرا لنفس السنة 1989 مما ينعكس سلبا على السياحة الجزائرية وعلى النشاط السياحي، الذي تراوح فيه عدد السياح ما بين 250000 و 400000 سائحا خلال هذه المرحلة (1985- 1989) أي بمعدل 324000 سائحا سنويا.[1]

المطلب الثالث: النشاط السياحي في ظل الإصلاحات الاقتصادية (1990- 1999)

أولا: التحفيزات الجبائية في ظل الإصلاحات الهيكلية

لقد عرفت هذه المرحلة إصلاحات اقتصادية هيكلية أملتها على الجزائر الظروف الاقتصادية الصعبة، وصندوق النقد الدولي، الذي فرض سياسات اقتصادية بغية النهوض بالاقتصاد الوطني الجزائري، والتخفيف من حدة المديونية الخارجية، وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات والميزانية العامة. ولقد تزامن مع هذه الإصلاحات مرور الجزائر بأزمة أمنية حادة أثرت بشكل سلبي ومباشر على جميع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية للبلد، على غرار القطاع السياحي الذي عرف تراجعا واضحا في النشاط والمساهمة في التنمية الاقتصادية وينعكس ذلك من خلال انخفاض توافد السياح الأجانب (الجزائريين المقيمين بالخارج والأجانب) من 1136918 سائحا سنة 1990 إلى 519576 سائحا سنة 1995 بنسبة انخفاض قدرها 45,70%.

ولمواجهة هذا الانخفاض في عدد السياح أو في النشاط السياحي والنهوض بالقطاع من خلال زيادة الاستثمارات السياحية منحت الدولة الجزائرية عدة امتيازات ضمن قانون 1993 لفائدة المستثمرين في القطاع السياحي للخواص المحليين والأجانب والمتمثلة فيما يلي:[2]

- حرية الاستثمار وتحويل الأرباح إلى البلد الأصلي بالنسبة للمستثمر الأجنبي.
- منح مساعدات فنية وتقنية قبل وأثناء عملية الإنجاز.
- منح إعفاءات ضريبة كالإعفاء من حقوق التسجيل، إعفاء الرسم العقاري من سنتين (02) إلى 10 سنوات.

[1]– المجلس الاقتصادي والاجتماعي، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياحة الوطنية.

[2]– Guesmi Ammar et autres ; le cadre juridique des investissement étrangères en Algérie et France ; l'harmattan ; France ;2001 ;p 231.

- تخفيض الرسوم الجمركية إلى 03% بالنسبة للسلع المستوردة الموجهة للاستثمار في القطاع السياحي.
- التنازل عن الأراضي الموجهة للاستثمار السياحي بالدينار الرمزي.
- الاستفادة من قروض بنكية بنسب فوائد معدومة (00%).

وفي إطار الإصلاحات المتواصلة في جميع القطاعات والمتعلقة بخوصصة المؤسسات العمومية صدر الأمر رقم 41 سنة 1998 والمتعلق بخوصصة المؤسسات السياحية وخاصة الفندقية منها، وحددت قائمة المؤسسات المعنية لأجل خوصصتها، أو الدخول في شراكة مع القطاع الخاص المحلي والأجنبي، بهدف تطوير القطاع ككل والقطاع الخاص المحلي، والاستفادة من تجارب المستثمرين السياحيين الأجانب. ويمكن تلخيص المزايا الجبائية الممنوحة للاستثمارات السياحية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (3-9): المزايا الجبائية الممنوحة للاستثمارات السياحية

نظام الامتياز	**عام**	**المناطق الخاصة**	**الطوق الثاني للجنوب**	**الجنوب الكبير**
المساعدات على الإنجاز	3 سنوات	3 سنوات	3 سنوات	3 سنوات
حقوق التحويل	إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء
حقوق التسجيل للعقود ورفع رأس المال	%0.5	%0.5	%0.5	%0.5
الرسم العقاري	إعفاء (2-10سنوات)	إعفاء (5-10 سنوات)	إعفاء 7 سنوات	إعفاء 10 سنوات
الرسم على القيمة المضافة TVA	إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء
الحقوق الجمركية	%3	%3	%3	%3
أشغال المنشآت القاعدية	لا شيء	تحمل كلي أو جزئي	تحمل 50%	تحمل كلي أو جزئي
تنازل عن الأراضي العمومية	إتاوة تأجيرية بقيمة حقيقية	امتيازات قد تصل إلى الدينار الرمزي		

المصدر: خيرية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2006، ص 201.

وقد أدت هذه التحفيزات إلى تطوير حركة الاستثمار السياحي بلغت خلال الفترة (1994-1999) إلى 23054 مشروعا بتكلفة أجمالية 2208 مليار دينار جزائري، سمحت بخلق مناصب شغل بلغت 1084295 منصبا.[1]

ثانيا: أثر الاصلاحات الاقتصادية على النشاط السياحي في الجزائر

ورغم هذه الإصلاحات والاستثمارات إلا أن النشاط السياحي بقي متذبذبا بسبب تزايد الأزمة الأمنية مما انعكس سلبا على الطلب السياحي وتوافد السياح إلى الجزائر خلال هذه الفترة، ولم تعرف التحسن إلا سنة 1999، أين بدأت الأوضاع الأمنية في التحسن نتيجة بداية تطبيق المصالحة الوطنية مما أدى إلى زيادة عدد الوافدين ليصل إلى 755286 سائحا والجدول التالي يوضح تطورات عدد الوافدين:

الجدول رقم (3-10): عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1990- 1999)

السنوات	الجزائريين غير المقيمين	الأجانب	المجموع
1990	451103	685815	1136918
1991	470528	722682	1193210
1992	495452	624096	1119548
1993	555552	571993	1127545
1994	468487	336226	804713
1995	421916	97648	519576
1996	511477	93491	604968
1667	539920	94832	634752
1998	571234	107213	678448
1999	607675	147611	755286

المصدر: من إعداد الطالب بناء على إحصائيات:

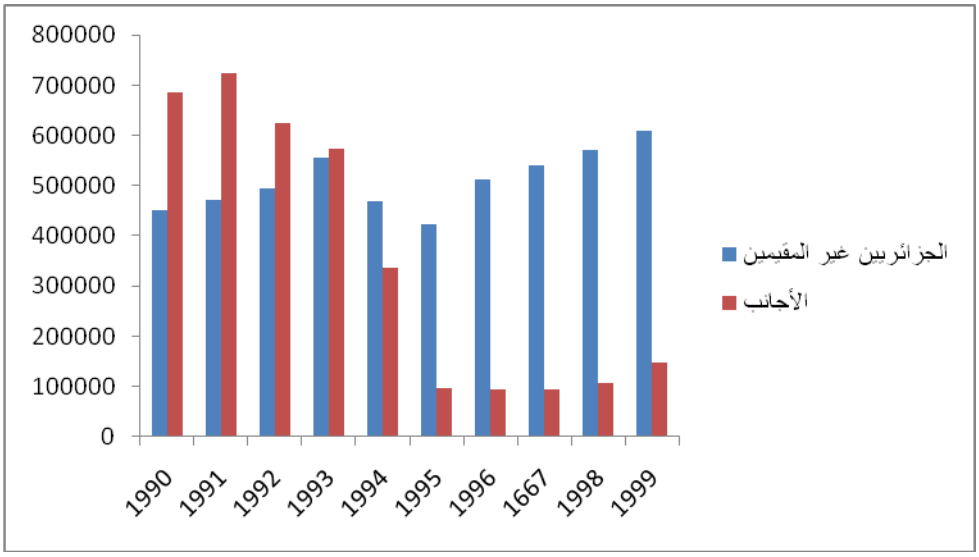
- الديوان الوطني للإحصائيات ONS، أعداد مختلفة.
- وزارة السياحة، مديرية الإحصائيات، أعداد مختلفة.

[1]- خيرية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 202.

يلاحظ من خلال الجدول أن عدد السياح تجاوز عدد 1 مليون سائحا لأول مرة في الجزائر، رغم تأثيرات حرب الخليج الأولى سنة 1991، التي أثرت على السياحة الدولية والعربية إلا أن الجزائر ولبعدها الجغرافي، عرفت زيادة توافد السياح سواء الجزائريين المغتربين أو الأجانب، حيث بلغ عددهم سنة 1991 عدد 470528 سائحا و 722682 سائحا على التوالي بنسبة زيادة عن سنة 1990 قدرها 4.30% و 5.37% على التوالي، وبقي عدد السياح الأجانب أكبر من عدد السياح الجزائريين المغتربين حتى سنة 1993، إلا أن تزايد الأزمة الأمنية في الجزائر ووصولها إلى الذروة سنة 1994 وسنة 1995 انخفض عدد السياح الوافدين إلى 804713 سائحا و 519576 سائحا كأدنى حد لهذا المؤشر،وسواء تعلق الأمر بالجزائريين غير المقيمين أو الأجانب حيث سجل أدنى مؤشر بالنسبة للجزائريين غير المقيمين سنة 1995 بعدد قدره 421916 سائحا ليبدأ في الارتفاع بداية من سنة 1996 ويسجل أعلى قيمة له سنة 1999 بعدد قدره 607675 سائحا.

أما بالنسبة للوافدين الأجانب فقد سجل المؤشر أعلى قيمة له سنة 1991 بعدد 722682 سائحا رغم توافق هذه السنة مع أزمة الخليج الأولى وبدأ هذا العدد في الانخفاض مسجلا أدنى قيمة له سنة 1996 ليصل إلى 93491 سائحا ليبدأ في الارتفاع من جديد ويصل 147611 سائحا سنة 1999 وهذا راجع إلى بداية تحسن صورة الجزائر في الخارج من جهة وبداية الاهتمام بالقطاع السياحي سواء من الجانب القانوني أو الجانب الاقتصادي والشكل التالي يبين تطور عدد الوافدين إلى الجزائر خلال المرحلة (1990- 1999):

الشكل رقم (3-2): تطور عدد السياح الوافدين خلال الفترة (1990- 1999)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

يلاحظ من خلال الشكل أن عدد الوافدين الأجانب ومنذ سنة 1990 إلى غاية 1993 كان أكبر من عدد الوافدين الجزائريين غير المقيمين حيث مثل سنة 1990 نسبة 60,32% و 39,67% على التوالي وفي سنة 1991 وهي السنة التي سجلت أكبر توافد للسياح إلى الجزائر خلال هذه المرحلة أو منذ الاستقلال حيث وصل عددهم 1193210 سائحا مثل الأجانب نسبة 60,56% وهي أكبر نسبة خلال المرحلة المدروسة، ومثل الجزائريون غير المقيمين نسبة 39,44% في هذه السنة.

ومنذ عام 1994 وإلى غاية 1999 كان عدد السياح الوافدين الجزائريين غير المقيمين أكبر من عدد السياح الوافدين الأجانب بل ويشكلون الأغلبية حيث بلغ عددهم 468487 سنة 1994 بنسبة 58,21% والأجانب بلغ عددهم 336226 سائحا بنسبة 41,79%.

وبقي مؤشر عدد السياح الوافدين يسجل

وبقي عدد السياح الوافدين من الجزائريين غير المقيمين في المؤشر أكبر من عدد السياح الوافدين الأجانب حتى سنة 1999 والتي بلغ فيها عدد الجزائريين غير المقيمين نسبة 80,45% والأجانب 19,55% من إجمالي السياح الوافدين، والذي سجل بدوره ارتفاعا بنسبة 26% عن سنة 1998 وازدادت القيمة المضافة للنشاط السياحي بنسبة 31% لنفس السنة.[1]

[1]– المجلس الاقتصادي والاجتماعي، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياحة الوطنية، مرجع سبق ذكره، ص 46.

المبحث الثالث: واقع السياحة في الجزائر خلال الفترة (2000- 2015)

إن وضعية الاستثمارات في الجزائر تعتبر أحد أهم المؤشرات، التي تعكس مدى الاهتمام بالقطاع السياحي وما ينتج عنها من هياكل سياحية، ومراكز إيواء تعرف أهميتها وحجمهما من خلال طاقات الإيواء أو الاستيعاب.

المطلب الأول: الإطار التشريعي للاستثمارات السياحية

عرفت الجزائر بعد الانتقال من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق، صدور عدة قوانين تتكيف مع الواقع الجديد، وتساعد على الانتقال السهل من المرحلة الاشتراكية إلى مرحلة الاقتصاد الحر الذي يعتمد على قانون المعرض والطلب.

أولا: قوانين تطوير الاستثمار

وقد صدر في هذا الشأن عدة قوانين ومراسيم أهمها:

- قانون رقم 90- 10 الصادر في 14/ 04/ 1990 المتعلق بالنقد والقرض.
- قانون الاستثمار الصادر في المرسوم التشريعي رقم 93- 12 المؤرخ في 05/ 10/ 1993 المتعلق بترقية الاستثمارات.
- قانون تطوير الاستثمار: المادة رقم 11 من الأمر 01- 03 الصادر بتاريخ 22/ 08/ 2001 بهدف النهوض بالقطاعات الرئيسية بما فيها القطاع السياحي والذي يمنح مجموعة من الإجراءات التشجيعية والإعفاءات الضريبية والحوافز منها.[1]
- تخفيض الرسوم الجمركية على سلع التجهيز.
- إعفاءات الرسم على القيمة المضافة على السلع والخدمات الخاصة بالاستثمار.
- إعفاء من رسم نقل ملكية العقارات الخاصة بالاستثمارات.
- إضافة إلى مجموعة من الإعفاءات والحقوق الممنوحة.

كما قامت وفي إطار هذا القانون بتبديل الوكالة الوطنية المكلفة بترقية ومتابعة الاستثمار بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار بتاريخ 20/ 08/ 2001 والتي من بين أهم أهدافها:[2]

- تسيير صندوق دعم الاستثمار السياحي.
- المساعدة على تأسيس المؤسسات السياحية.

[1]- المادة رقم 11 الأمر 01-03 الجريدة الرسمية رقم 47، 22/ 08/ 2001.

[2]- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في الجزائر، الاستثمار حر، مشجع ومضمون، إصدارات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، 2004.

- مساعدة المستثمرين ومرافقتهم كل المشاكل والتغلب على التحديات.
- تطوير وتشجيع الاستثمار السياحي.
- مراقبة المستثمرين ومرافقتهم.

ثانيا: قوانين ترقية النشاط السياحي

إن القوانين المتعلقة بترقية النشاط السياحي يمكن إجمالها في القوانين التالية:

1- القانون المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة:

يحدد القانون رقم 03- 01 المؤرخ في 17/ 02/ 2003 شروط التنمية المستدامة للأنشطة السياحية وتدابير تنفيذها والأدوات اللازمة لذلك، وقد وضعت مجموعة من التعاريف المرتبطة بالنشاط السياحي منها:[1]

- **النشاط السياحي:** كل خدمات تسويق، أسفار أو استعمال منشئات سياحية بمقابل سواء شمل ذلك الإيواء أو لم يشمله.
- **التنمية المستدامة:** نمط تنمية تضمن فيه الخيارات وفرص التنمية التي تحافظ على البيئة والموارد الطبيعية والتراث الثقافي للأجيال القادمة.
- **التهيئة السياحية:** مجموعة أشغال، إنجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات سياحية تتجسد في الدراسات التي تحدد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة للمنشئات المراد تحقيقها.

ويهدف قانون رقم 03- 01 في هذا الشأن إلى:

- تطوير الاستثمارات السياحية وفتح المجال للشراكة المحلية والأجنبية.
- تطوير المنشئات الفندقية وزيادة الطاقة الاستيعابية وتطويرها.
- تنويع المنتوج السياحي وخلق أشكال جديدة اعتمادا على المقومات السياحية المتاحة.
- حماية البيئة والمقومات السياحية الطبيعية والأثرية.
- إدماج السوق السياحية الجزائرية ضمن السوق الدولية والانفتاح عليها.
- تحسين وتطوير الخدمات السياحية والوصول إلى مستوى الخدمات الدولية من خلال احترام وتطبيق المعايير الدولية.
- تنويع النشاط السياحي والاستغلال الكلي للمناحات المتنوعة.

[1]- المادة رقم 3، قانون رقم 03- 01، الجريدة الرسمية رقم 11 الصادرة بتاريخ 19/ 02/ 2003.

كما جاء القانون بأبعاد جديدة تتعلق بالنشاط السياحي ككل منها:

- إدراج التنمية السياحية الوطنية ضمن أبعاد إقليمية، جهوية ودولية.
- إشراك جميع المؤسسات والهيئات والمتعاملين المعنيين في تنمية وترقية السياحة والقطاع السياحي.
- إعطاء الدولة صلاحيات وإشراكها في عمليات التمويل والإنجاز الخاص بالدراسات المتعلقة بالتهيئة السياحية أو المنشئات القاعدية وتشجيع الاستثمار الخاص، والدخول في شراكات أجنبية وإحداث التكامل بين القطاع السياحي العام والقطاع السياحي الخاص المحلي الأجنبية.

2- **القانون المتعلق باستعمال واستغلال الشواطئ:**

يحدد القانون رقم 03- 02 الصادر بتاريخ 17/ 02/ 2003 القواعد العامة المتعلقة بالاستعمال والاستغلال السياحي للشواطئ وحدد المفاهيم اللازمة لذلك والمتمثلة فيما يلي:[1]

- **التهيئة الشاطئية:** هي جملة التجهيزات والأشغال المنجزة من أجل السماح بالاستغلال السياحي للشواطئ.
- **الشاطئ:** شريط إقليمي للساحل الطبيعي يضم المنطقة المغطاة بأمواج البحر في أعلى مستواها خلال السنة في الظروف الجوية العارية والملحقات المتاحة لها، والتي تضبط حدودها بحكم موقعها وقابليتها السياحية لاستقبال بعض التهيئات بغرض استغلالها السياحي.
- **موسم الاصطياف:** فترة من السنة تمتد من أول جوان (01/ 06) إلى ثلاثين سبتمبر (09/30) تتخذ خلالها الجهات المعنية كل التدابير والإجراءات اللازمة من أجل استعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية.

ويهدف القانون 03- 02 في هذا الشأن إلى:

- حماية واستغلال الشواطئ مما يعود على المصطافين بالمتعة والراحة.
- توفير شروط تنمية الشواطئ بما يستجيب لتلبية حاجيات المصطافين.
- تحديد الأنشطة السياحية التي تناسب نظام الشواطئ.

كما حدد بمبادئ تنظيم واستغلال الشواطئ وفق ما يلي:

- يخضع استغلال الشواطئ لحق الامتياز حسب دفتر شروط معين.
- الدخول إلى الشواطئ يكون مجانا مع حرية التحرك والانتقال.

[1]- المادة رقم 2، قانون رقم 03- 02، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة بتاريخ 19/ 02/ 2003.

- المنفعة المتحصل عليها والمقدمة من طرف المستغل تكون بمقابل.
- تطبيق قواعد وشروط الصحة والسلامة والحماية على الأنشطة السياحية مع الحفاظ على نظافة البيئة المحيطة.

ثالثا: قوانين مناطق التوسع السياحي

إن القانون المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية : هو القانون رقم 03- 03 الصادر بتاريخ 17/ 02/ 2003 الذي حدد المفاهيم خاصة منطقة التوسع السياحي منها:

- **منطقة التوسع السياحي:** هي عبارة عن إحدى الممتلكات السياحية السرية التي يحميها القانون بأصولها ويقتصر استغلالها على الأنشطة السياحية وحدها وتخضع لخطة تنمية سياحية، تحدد مساحة البناء والتي يحددها برنامج البنية التحتية الذي سوف يتم تنفيذها.

وقد حدد القانون عدد مناطق التوسع السياحي على المستوى الوطني والمقدرة 205 منطقة والمنتشرة على مساحة إجمالية تقدر 5319763 هكتار.

وقد حدد قانون رقم 03 -03 مبادئ وقواعد حماية وتهيئة وترقية وتسيير مناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية ومنع كل استغلال يؤدي إلى تشويه طابعها السياحي وفق ما يلي:[1]

- استغلال وشغل هذه المناطق يكون في ظل احترام قواعد التهيئة والتعمير.
- الحفاظ على مناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية من جميع أشكال التدهور والتلويث مع إشراك المواطن والمجتمع المدني في ذلك.
- منع أي نشاط يتعارض مع النشاط السياحي في تلك المناطق.

كما اهتم بالعقار السياحي الذي يتحدد من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية، ويضم الأراضي التابعة لأملاك الدولة.

- يحق للدولة ممارسة حق الشفعة داخل تلك المناطق وتمارس هذا الحق على كل العقارات والبناءات المنجزة ويتم نقل الملكية إراديا أو يعوض أو بدون عوض.
- يمكن اقتناء العقار السياحي القابل للبناء لدى الخواص طبقا لاتفاق ودي بين الطرفين أو يتم نزع الملكية.
- لا يمكن إعادة بيع أو تأخير الأراضي المكتسبة في إطار هذا القانون قبل انتهاء الأشغال وتهيئتها.

[1]- المادة رقم 10، قانون رقم 03-03، الجريدة الرسمية رقم 01، الصادرة بتاريخ 19/ 02/ 2003.

كما قامت الدولة بمحاربة الاستغلال اللامشروع والبناءات غير القانونية ومن جهة أخرى تحديد إجراءات حمايتها واتخاذ التدابير اللازمة لدعم الاستثمارات السياحية.

رابعا: أسباب تحفيز الاستثمار في المجال السياحي في الجزائر

هناك عدة أسباب للاستثمار في القطاع السياحي يمكن إجمالها فيما يلي:[1]

- امتلاك الجزائر لمقومات سياحية متنوعة وغنية تستغل خلال الفصل المناسب لها أو طوال السنة.
- تنويع المناخ الذي يسود الجزائر وتعدد التضاريس مما يجعل الفرص البديلة متاحة ومربحة.
- وجود أرضية مناسبة لممارسة جميع أنواع السياحة التي تتناسب والمقومات الطبيعية والأثرية التي تمتلكها الجزائر.
- وجود تحفيزات جبائية وضريبية ومساعدات مادية وفنية و تقنية نقدية تقدمها الدولة للمستثمرين في المجال السياحي مع وجود جانب قانوني وتشريعي لحماية المستثمر وممتلكاته.
- وجود سوق محلي وإقليمي (طلب سياحي) أكبر من العرض السياحي المتاح حاليا بالإضافة إلى قربها من أكبر سوق دولي نشط في المجال السياحي (أوروبا).
- غدرية السياحة في الجزائر وعدم اكتشاف وعدم استغلال كل الإمكانات التي تمتلكها الجزائر.

المطلب الثاني: وضعية المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر

يمكن لجميع الأشخاص الطبيعيين والمعنويين المقيمين وغير المقيمين أن يقوموا بالاستثمار السياحي وفق القانون الجزائري رقم 99- 01 الصادر سنة 1999 والذي يحدد القواعد المتعلقة بالفنادق وأعمال تطوير المنشآت الفندقية المتمثلة في الفنادق، الموتيلات، قرى العطلات، الإقامات السياحية، النزل، مراكز المتقاعدين، الشاليهات، المساكن المفروشة، حدائق التخييم وغيرها.

والدولة مستعدة لمرافقة المستثمرين السياحيين قبل وأثناء وبعد القيام بالاستثمار وإنشاء المؤسسات السياحية لأجل حل المشاكل التي تصادفهم ومواجهة التحديات التي قد تقف أمامهم لتحقيق الأهداف المسطرة، وهذا من خلال تشجيع الاستثمار وتوفير البنية التحتية اللازمة لذلك، ومنح تحفيزات ضريبية، وإعفاءات جمركية، ومنح تراخيص والتنازل عن العقارات ولو بالدينار الرمزي مع إمكانية تنفيذ المشاريع السياحية داخل أو خارج مناطق التوسع السياحي.

[1]- خيرية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 208.

أولا: وضعية المشاريع السياحية

إن التحفيزات الممنوحة والمساعدات المقدمة من طرف الدولة أدت إلى حدوث تدفقات استثمارية خاصة مع توافقها مع تحسن الأوضاع الأمنية الناجمة عن الأزمة السياسية التي مرت بها الجزائر في تسعينيات القرن الماضي، في مقابل أيضا زيادة الطلب الداخلي والخارجي على المنتوج السياحي الجزائري تنتج عنه ظهور عجز في تلبية الطلب لضعف الطاقة الاستيعابية للإيواء، هذا العجز يعتبر قوة دفع للمستثمرين وفرص استثمارية.

ولقد بلغ إجمالي المشاريع الاستثمارية 405 مشروعا سنة 2000 تمثل 3% من إجمالي المشاريع الاستثمارية الكلية، بتكلفة قدرها 35263 مليون دج، وخلقت مناصب شغل قدرت 12487 وظيفة، هذا العدد من المشاريع تراجع بنسبة 82,71% سنة 2004 ليصل إلى 70 مشروعا وبكلفة 6687 مليون دج وعدد مناصب شغل 2256 وظيفة، هذا التراجع كان نتيجة عوائق إدارية مختلفة ولضعف الإيرادات السياحية مقارنة مع التكلفة اللازمة لإنجازها، مع عدم وجود بيئة استثمارية حقيقية.

ولقد بلغ إجمالي المشاريع الاستثمارية خلال الأربع سنوات 729 مشروعا (2000- 2004) بمتوسط 2,5% من إجمالي المشاريع الاستثمارية في كل القطاعات، وهي نسبة ضعيفة مقارنة ببقية القطاعات كالقطاع الفلاحي، الذي بلغت فيه إجمالي الاستثمارات 3039 مشروعا، وقطاع البناء 5200 مشروعا.[1]

أما عن مجموع القيمة الإجمالية لتكلفة المشاريع السياحية خلال الأربع سنوات فكانت 73466 مليون دج، وهي تمثل نسبة 3% من إجمالي المشاريع الكلية، نجمت عنها مناصب شغل بلغت 23601 وظيفة وهي قيمة ضعيفة مقارنة بقطاع الصناعة الذي خلق 314806 وظيفة وقطاع البناء 172250 وظيفة لنفس الفترة وهذا انعكاس لقلة المشاريع السياحية رغم كثافة اليد العاملة التي تستعمل في القطاع السياحي.

أما عن التوزيع الجغرافي للمشاريع الاستثمارية السياحية، فقد تركزت في المناطق الساحلية والمناطق الحضرية أو المدن الكبرى والتي تعتبر خارج مناطق التوسع السياحي حيث تركزت سنة

[1]- خيرية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص .329

2003 50% منها بالولايات الساحلية سجلت ولاية وهران لوحدها 41 مشروعا تمثل 15,95% من إجمالي المشاريع المقدرة 257 مشروعا.[1]

وفي سنة 2004 بلغ عدد المشاريع السياحية قيد الإنجاز 288 مشروعا بقيمة إجمالية 43 مليار دج وهي مشاريع متوسطة الحجم فتحت 10000 وظيفة وبطاقة إيواء 27292 سريرا.[2]

والجدول التالي يوضح عدد المشاريع الاستثمارية السياحية والكلفة اللازمة لذلك وعدد مناصب الشغل المفتوحة أو الناتجة عن تلك الاستثمارات.

الجدول رقم (3-11): المشاريع السياحية خلال الفترة (2000- 2004) من إجمالي المشاريع الاستثمارية:

السنوات	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%	2004	%
العدد	405	3	99	2	76	2	79	1	70	2
الكلفة مليون دج	35263	4	7712	3	9124	2	14680	3	6687	2
مناصب العمل	12487	4	3239	3	2625	3	2994	3	2256	3

المصدر: خيرية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 229.

يلاحظ من خلال الجدول أن متوسط عدد الاستثمارات خلال الأربع سنوات بلغ 2,5% من إجمالي الاستثمارات المعلنة في حين بلغت تكلفة الإنجاز أو حجم الأموال المخصصة لها نسبة 3,5% من إجمالي تكلفة المشاريع الاستثمارية لبقية القطاعات، هذه المشاريع نتج عنها وظائف شغل مثلت 4% من إجمالي الوظائف المفتوحة في كل القطاعات.

هذه النسب تعكس استمرارية عدم الاهتمام اللازم بالقطاع السياحي سواء من جانب الدولة أو من جانب المستثمرين الخواص المحليين أو الأجانب.

ثانيا: طلبات الاستثمار

بلغت طلبات الاستثمار في الجزائر إلى غاية 2004 مجموع 731 طلبا استثماريا سياحيا بقيمة 159 مليار دج وهي تمثل تقريبا ثلاث مرات (03) عدد الاستثمارات قيد الإنجاز المسجلة سنة 2003 والتي سينجم عنها طاقة الإيواء 70000سريرا تدعم بها الطاقة الاستيعابية للمراكز السياحية والملاحظ أن طلبات السياحة تتركز على نوع واحد فقط وهي المناطق الساحلية بإجمالي 512 طلبا عليها تتوزع 72% منها داخل مناطق التوسع السياحي بقيمة 150 مليار دج وتحتل 840 هكتار.

[1]- ONT ; 257 projet d'invertissement touristique en cour de realisation ; la gazette de SITEV ; N=2 ; le 18/05/02005.
[2]- ONT ; Op.cit. p 3.

إن الطلب السياحي الاستثماري في مناطق التوسع السياحي قد فاق المساحة المخصصة للبناء فيها داخل بعض الولايات كولاية تيبازة التي حدد الطلب بمساحة 275 هكتار في حين تمتلك هذه الولاية 105 هكتار قابلة للبناء داخل مناطق التوسع السياحي مما دفع السلطات للبحث عن مناطق توسع سياحي جديدة، في حين ولاية وهران سجلت 80% من مناطق التوسع السياحي طلبات للاستثمار.[1]

أما في الجنوب فلم تتعد طلبات الاستثمار السياحي 100 طلبا بتكلفة 3 مليار دج نتج عنها طاقة إيواء 4153 سريرا موزعة على مساحة قدرها 157 هكتارا يوجد 80% منها خارج مناطق التوسع السياحي.

ولقد تركزت طلبات الاستثمار لتلك الفترة (2000- 2004) على مجال الإيواء إذ وصلت إلى 89% من إجمالي الطلبات الاستثمارية تمثل 652 طلبا تتوزع على مساحة قدرها 1034 هكتارا بقيمة 157 مليار دج منها 378 طلبا داخل مناطق التوسع السياحي، وأغلب هذه الطلبات كانت لإقامة فنادق سياحية تقدر 257 فندقا و125 مركبا سياحيا، 25 مطعما كل هذا مركز في خمس ولايات، 13 مشروعا خاصا بالصناعات التقليدية و 12 مشروعا لإنشاء حدائق التسلية.[2]

ثالثا: المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الإنجاز (2008- 2014)

بلغ إجمالي المشاريع قيد الإنجاز سنة 2014 عدد 385 مشروعا بطاقة استيعابية 54884 سريرا وبتوظيف مقدر 25526 وظيفة.

وفي سنة 2007 بلغ إجمالي عدد المشاريع السياحية قيد الإنجاز 329 مشروعا قدرت بكلفة إنجازها 60.46 مليار دج وبلغ نسبة الإنجاز بها 62,10% تسمح بتدعيم الهياكل الفندقية بطاقة استيعابية تقدر 33152 سريرا وبفتح مناصب عمل قدرت 10544 وظيفة مباشرة أي بمتوسط 0,32 منصب شغل لكل واحد (01) سرير وهو متوسط منخفض مقارنة بمتوسط المحقق دوليا والمقدر 0,5 منصب شغل.[3]

هذه المشاريع تنجز على مساحة قدرت 192 هكتارا منها 103,5 هكتارا خارج مناطق التوسع السياحي بعدد 267 مشروعا و 62 مشروعا داخلها والموزعة حسب الجدول التالي:

---

[1]- مديرية التنمية والاستثمار السياحي، طلبات الاستثمار السياحي إلى غاية 2004.

[2]- المرجع السابق.

[3]- الحسين عبد القادر، إستراتيجية، تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2015، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012، ص 172.

الجدول رقم (3-12): المشاريع السياحية قيد الإنجاز حسب النوع سنة 2007

نوع المنتج	عدد المشاريع	عدد الأسرة	مناصب الشغل المقدرة	التكاليف المقدرة مليون دج
شاطئ	75	10416	3508	10926,08
حضري	203	15875	5463	22076,04
مناخي	08	405	173	269,35
معدني	26	3244	1047	1993,59
صحراوي	11	750	231	1091,04
غير محدد	6	2462	122	24099,59
إجمالي	329	33152	10544	60455,69

Source : ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme ; juin 2007.

هذه المشاريع وزعت كما يلي: 70.,61% مشاريع حضرية، 22,8% شاطئية، 7,9% معدنية، 3,34% صحراوية، 2,43% مناخية.

ويلاحظ من هذه النسب أن المشاريع الحضرية والساحلية مازالت تحتل المراتب الأولى وأن التوزيع الجغرافي للمشاريع بلغ نسبة 53,2% بالشريط الساحلي، في حين المشاريع في المناطق الصحراوية مازالت تحتل ذيل الترتيب. والجدول التالي يوضح توزيع المشاريع السياحية قيد الإنجاز للمرحلة(2008- 2014).

الجدول رقم (3-13): المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الإنجاز (2008- 2014)

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
عدد الاستثمارات	299	321	329	344	405	382	385
معدل التغير %	4,18	7,36	2,49	4,56	17,73	-5,68	0,79
عدد الأسرة	28237	34931	35861	38731	49561	54311	54884
معدل التغير %	5,55	23,71	2,66	8,00	27,96	9,58	1,06
عدد مناصب الشغل	10845	13424	12517	16866	23426	23648	25526
معدل التغير %	12,22	23,78	-6,76	34,74	38,89	0,95	7,94

Source : ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

من خلال الجدول يلاحظ أن عدد الاستثمارات قيد الإنجاز سنة 2008 بلغ 299 مشروعا تزيد 28237 سريرا إلى الطاقة الاستيعابية الكلية وتوظف 10845 وظيفة بزيادة قدرها 4,18%، 5,55%، 12,22% على الترتيب من سنة 2007.

أما في 2009 فقد بلغ عدد المشاريع 321 مشروعا موزعة 66 مشروعا ساحلي، 211حضري، 5 مناخية، 11 جهوي، 9 صحراوي، 19 مشروعا لأنواع أخرى.[1]

هذه المشاريع (321) تنفذ على مساحة 17037,2182 هكتار بطاقة استيعابية، 34931 سريرا تضاف إلى الطاقة الاستيعابية الموجودة على أرض الواقع والمقدرة 86383 سريرا، هذه المشاريع قدرت تكلفتها بأكثر 12 مليون دج (12343578 دج) تضم 230 مشروعا جديدا، 24 مشروعا توسعيا و 54 مشروعا خاص بإعادة التهيئة.[2]

ونظرا للتكلفة العالية لإنجاز الفنادق ذات النجوم أربعة وخمسة لذا فإنها لا تمثل سوى 2,49% و5,92% على التوالي في حين الفنادق ذات النجمة الواحدة والنجمتين فكانت حصتها 10,9% و11,84% على الترتيب و 24,9% للفنادق غير المصنفة.[3]

رابعا: المشاريع الاستثمارية المتوقفة

[1]- Ministère de l'aménagement du territoire ; de l'environnement ; sous direction des statistiques état des projets d'investissement touristique afin de 2009 ; p 19.

[2]- عميش سارة، مرجع سبق ذكره، ص 159.

[3]- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

بلغ إجمالي المشاريع المتوقفة276 مشروعا سنة 2007 وبمعدل إنجاز محصور بين 7% و80% أي بمتوسط 36% على مستوى التراب الوطني، هذه المشاريع المتوقفة قدرت تكلفتها الأولية 26 مليار دج كانت ستضيف 24524 سريرا إلى الطاقة الإجمالية الوطنية والمقدرة 85000 سريرا وكانت ستوفر 7498 منصب شغل جديدا مباشرا، وتبني على مساحة 168,6 هكتارا والجدول التالي يبين توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة حسب النوع.

الجدول رقم (3-14): توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة حسب المنتوج السياحي لسنة 2007

نوع المنتوج	عدد المشاريع	عدد الأسرة	مناصب الشغل المقدرة	التكاليف المقدرة مليون دج
حضري	173	13755	4940	15018,16
شاطئ	60	7831	1847	10530,15
جهوي	24	1397	367	401,71
مناخي	8	335	122	75,48
صحراوي	11	1206	222	379,34
إجمالي	276	24524	7498	26404,85

Source : Ministère de l'aménagement de territoire de l'environnement et tourisme ; juin 2007.

أما في سنة 2008 فقد بلغ إجمالي المشاريع السياحية المتوقفة 217 مشروعا بانخفاض قدره 18,11% عن السنة السابقة وبطاقة استيعابية كانت ستضاف تقدر 19231 سريرا، وكانت ستوظف 5529 يد عاملة جديدة.

ولقد بلغ عدد المشاريع المتوقفة 104 مشروعا سنة 2014 بانخفاض قدره 52% عن سنة 2008، هذه المشاريع كانت ستضيف طاقة استيعابية 9123 مشروعا وتفتح 3797 وظيفة مباشرة والجدول التالي يوضح توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية خلال هذه الفترة.

الجدول رقم (3-15): توزيع المشاريع السياحية المتوقفة خلال الفترة (2008- 2014)

المشاريع	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
عدد المشاريع	217	153	121	130	122	102	104
نسبة التغير %	-18,11	-29,49	-20,92	7,44	-6,15	-16,39	1,96
عدد الأسرة	19231	15877	13179	20088	12631	8345	9123
نسبة التغير %	-14,40	-17,44	-16,99	52,2	-37,12	-33,93	9,32
عدد الوظائف المقدرة	5529	5913	5180	5672	5962	3092	3797
نسبة التغير %	-17,60	6,95	12,40	9,0	5,11	48,14	22,80

Source : ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

يلاحظ من خلال الجدول أن المشاريع السياحية المتوقفة في تناقص مستمر نتيجة تحسين بيئة الاستثمار السياحي ووقوف الدولة إلى جانب المستثمرين للتغلب على المشاكل والتحديات التي تواجهها، ومن أسباب توقف المشاريع السياحية فقد وزعت سنة 2007 كما يلي:[1]

- 59% من إجمالي المشاريع أسبابها مالية.
- 24% من إجمالي المشاريع توقفت لعدم تسوية الوضعية الإدارية والحصول على رخصة البناء.
- 13.41% من إجمالي مشاكل داخلية بين الملاك.
- 7.97% من إجمالي المشاريع المتوقفة توقفت لعدم الحصول على عقود الملكية والحصول على قروض بنكية.

أما عن طلبات الاستثمار في هذه المرحلة فقد كانت سنة 2007 عدد 882 طلبا للقيام بمشاريع سياحية بتكلفة 866839.05 مليون دج توفر 80604 منصب شغل وبطاقة استيعاب 239246 سريرا وكانت موزعة 42.74 من إجمالي الطلبات للمنتج الشاطئ 36.84% للمنتوج الحضري 56.60% من حجم طلبات الاستثمار داخل مناطق التوسع السياحي.

[1]- الحسين عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 173.

خامسا: المشاريع السياحية غير المنطلقة والمنتهية

بلغ إجمالي المشاريع غير المعلنة لسنة 2014 عدد 296 مشروعا سياحيا تم الانتهاء من 76 مشروعا لنفس السنة والجدول التالي يبين توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية خلال الفترة (2008-2014).

الجدول رقم (3-16): المشاريع الاستثمارية السياحية غير المنطلقة والمنتهية خلال المرحلة (2008- 2014)

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
			المشاريع غير المنطلقة				
عدد المشاريع		133	124	161	130	89	296
معدل التطور%			-6,77	29,4	-19,25	-31,54	232,58
عدد الأسرة		12419	7766	16516	15456	10047	33860
معدل التطور%			-37,47	112,67	-6,42	-35	237,02
عدد مناصب الشغل المقدرة		5785	3615	7842	6976	4320	13006
معدل التطور%			-37,51	116,93	-11,04	-38,07	201,06
			المشاريع المنتهية				
عدد المشاريع	14	11	23	67	56	38	76
معدل التطور%	250	-21,43	109,09	191,30	-16,42	-32,14	100
عدد الأسرة	729	607	1610	6421	4699	2626	6377
معدل التطور%	232,88	-16,74	165,24	298,82	-26,82	-44,12	142,84
عدد مناصب الشغل المقدرة	228	278	914	2415	2013	988	2971
معدل التطور%	406,67	21,93	228,78	164,22	-16,65	-50,92	200,71

Source : ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

سادسا: الوضعية الإجمالية للمشاريع السياحية خلال المرحلة (2008- 2014)

مبلغ إجمالي المشاريع الاستثمارية السياحية بجميع حالاتها ومراحلها (قيد الإنجاز المتوقفة غير المنطلقة والمنتهية) سنة 2014 عدد 861 مشروعا بعد كان العدد 530 مشروعا سنة 2008 بمعدل زيادة قدرها 62,45% وهو ما يدل على الاهتمام المتزايد بالقطاع السياحي ككل.

الجدول رقم (3-17): المشاريع الاستثمارية السياحية خلال فترة (2008- 2014)

المشاريع	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
عدد المشاريع	530	618	597	702	713	611	861
نسبة التغير %	-4,68	16,60	-3,40	17,59	1,57	-14,31	40,91
عدد الأسرة	48197	63834	58416	81756	82347	75329	104244
نسبة التغير %	-2,51	32,44	-5,49	39,95	0,72	-8,52	38,38
عدد الوظائف	16602	25400	22226	32795	38377	32048	45300
نسبة التغير %	1,11	52,99	-12,50	47,55	17,02	16,49	41,35

Source : ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

يلاحظ من خلال الجدول أن المشاريع السياحية في تزايد مستمر حتى وصلت 861 مشروعا سنة 2014 موزعة كما يلي: 385 مشروعا قيد الإنجاز، 104 مشروعا متوقفا، 296 مشروعا لم تبدأ الأشغال، 76 مشروعا منتهيا.

وبمقارنة الواقع السياحي الاستثماري في الجزائر ببقية العالم، نجد أن نصيب الاستثمار في السياحة والسفر بلغ تقريبا 10% من إجمالي الاستثمارات حيث كان سنة 1990 بمعدل 8,6% وفي سنة 2010 بلغ 9,2% وبلغ 10% سنة 2007.[1]

هذه المشاريع تتوزع على البيئة التحتية والمشاريع المساعدة الخاصة بالقطاع السياحي، كالبنية التحتية الخاصة بالنقل، التجهيزات المنشئات السياحية ووسائل الاتصال.

وبالنسبة للجزائر فإن الاستثمارات المرتبطة بالقطاع السياحي عرفت زيادة بين سنة 2005 و 2010 من خلال الاهتمام بقطاع النقل ومن خلال زيادة الطاقة الإيوائية للهياكل السياحية بالرغم أن 80% منها لا يستجيب للمعايير الدولية.[2]

[1]- lanquar R ; tourisme in the MED 11 countries ; case Network Report n° 98 ; 2013.
[2]- Kouri Djamel, Op.cit. p403.

ومن خلال الجدول التالي الذي يوضح نصيب الاستثمارات السياحية من الاستثمارات الإجمالية لبعض الدول العربية وتركيا.

الجدول رقم (3-18): حصة الاستثمار السياحي من الاستثمار الإجمالي سنة 2010

البلد	الجزائر	مصر	الأردن	لبنان	المغرب	تونس	تركيا
النسبة %	3.6	11.4	12.8	10.5	10.9	13.1	11.6

Source : ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

وبالنظر إلى الوجهة السياحية المفضلة فإن المغرب وبعد سنة 2005 أصبح الوجهة المفضلة للاستثمار الأجنبي المباشر في جميع القطاعات. وفي تركيا فإن الاستثمارات السياحية العامة ما بين 1983 و 1990 بلغت 450 مليون دولار وفي مقابل 1,1 مليار دولار للقطاع الخاص لإنجاز طاقة استيعابية 100000 سريرا موزعة على 1309 منطقة سياحية من خلال تنفيذ 297 مشروعا وتم إلغاء الديون ما بين 1989 و 1994 لإنشاء 75000 سريرا إضافيا. وفي تونس فإن المرحلة 1962 و 1994 تم إنجاز مشاريع بلغت قيمتها 450 مليون دينار تكفلت الدولة بنسبة 35% والقطاع الخاص 55% والمستثمرين الأجانب 10%.[1]

سابعا: أسباب ضعف الاستثمارات السياحية الجزائرية

إن أسباب ضعف الاستثمارات الموجهة للقطاع السياحي يمكن حصرها في النقاط التالية:

- استمرار تسيير مراكز القرار بنفس الأشخاص والإطارات الذين كانوا يسيرون الاقتصاد الموجه والذين تسيطر عليهم الأفكار الاشتراكية ومحاولة تطبيقها في الاقتصاد الحر والنظر بريبة للقطاع الخاص.
- بقاء القطاع السياحي في ذيل ترتيب اهتمامات المخططين والموجهين للسياسة الاقتصادية والاعتماد المطلق على قطاع واحد وهو قطاع المحروقات، وبالتالي توجيه وتركيز الاستثمارات في ذلك القطاع.
- عدم وجود بنية تحتية تتلاءم والمشاريع السياحية المبرمجة.
- صعوبة تمويل المؤسسات من السوق النقدي والمالي.
- ضخامة القطاع غير الرسمي الذي ينشط في قطاع النشاط السياحي.

[1]- Programme des nations unies pour l'environnement ; plan d'action pour la Méditerranée.

- صعوبة نقل الملكية لصالح القطاع السياحي (بين القطاعات).
- وجود صورة غير واضحة لدى رجال الأعمال في الخارج عن واقع الاستثمار والتحفيزات الممنوحة.
- وجود بيروقراطية إدارية وعدم وجود إطارات مؤهلة لتسيير القطاع السياحي والاستثمارات الموجهة إليه بدليل توقف كثير من المشاريع السياحية.
- تداخل مهام المؤسسات العامة المسيرة للاستثمار السياحي.
- وجود منافسة قوية وفعلية في دول الجوار على المشاريع السياحية الأجنبية من خلال توفير المناخ الاستثماري الملائم لها.

المطلب الثالث: العرض السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000 – 2015

إن العرض السياحي يتحدد وفقا للمعايير المستعملة لقياسه، فهو يمثل عدد الفنادق أو الهياكل السياحية الإيوائية والطاقة الاستيعابية للإيواء التي تحتويها هذه المؤسسات والهياكل، كما يمثل أيضا بعدد المؤسسات التي لها علاقة مباشرة بالسياحة كالوكالات السياحية، وغيرها.

أولا: الطاقة الإيوائية بمعيار عدد الفنادق

تعتبر الفنادق أماكن الإيواء والإطعام وتقديم الخدمات السياحية للنزيل[1]، من المعروض التي يزيد عليه الطلب ويقل بحسب العناصر التي تميزها وبحسب الأنشطة الاقتصادية والثقافية والرياضية وغيرها التي تقام داخل البلد المضيف.

فمراكز الإيواء تمثل قدرة البلد على استيعاب السياح المحليين والأجانب وتسمح لهم بالخيار بين المتاحات التي تتماشى والقدرة المالية للسائح.

كما أن تعدد المتاحات من المراكز السياحية يسمح باستهداف الشرائح والطبقات المختلفة من السياح وخاصة الطبقة الواسعة الانتشار وهي الطبقة المتوسطة أو طبقة الأجراء التي تعتبر الشريحة الأوسع والتي يجب التركيز عليها خاصة في المواسم السياحية التي تتوافق مع العطل المدرسية والعطل السنوية للسياح الأجراء.

وللوصول إلى الطبقات المختلفة للسياح يجب الأخذ في الاعتبار الأبعاد الرئيسية الثلاث والمتمثلة في مجموعة العملاء المستهدفين والذين يراد إشباع رغباتهم وتلبية حاجاتهم، التقنيات

[1]– سامي عبد القادر سعيد، الإشراف الداخلي في صناعة الفنادق، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2006، ص 20.

المستخدمة للوصول إليهم وإقناعهم، الوسائل واللوازم والهياكل التي تستخدم لتقديم الخدمات وإشباع حاجاتهم.

ومن بين الوسائل والهياكل الواجب توفيرها هو الفنادق بمختلف تصنيفاتها (من نجمة واحدة إلى خمسة نجوم) أو غير المصنفة أيضا.

إن تزايد انتشار الفنادق في أي بلد مرتبط بالحركة السياحية والتي تتركز عادة في المناطق التي تحتوي على عناصر سياحية طبيعية أو تاريخية أثرية أو عناصر حضارية والتي تصنف وفق معايير قد تكون معايير دولية موحدة أو معايير محلية وهذا مرتبط بجودة الخدمات المقدمة من طرف هذه الفنادق والوسائل المستعملة في ذلك.

وفي الجزائر فإن عدد الفنادق في تزايد مستمر فقد كان عددها 380 فندقا سنة 1990 منها 227 مصنفة تشتمل على 55 فندقا بنجمة واحدة و5 فنادق بخمسة نجوم[1] . ليصل عددها إلى 827 فندقا سنة 2000 بزيادة قدرها 117,63% و1147 فندقا سنة 2008 و 1178 فندقا سنة 2014.

فخلال المرحلة (2000 – 2008) كان معدل نمو عدد الفنادق بمتوسط سنوي 12,6% للفنادق المصنفة و 20,39% بالنسبة للفنادق غير المصنفة.

في سنة 2001 سجل تراجع في عدد الفنادق المصنفة بمعدل (36,56%) عن سنة 2000 حيث انخفض عددها من 320 فندقا إلى 203 فندقا بسبب تخفيض درجات الفنادق التي لم تستطيع الرفع من خدماتها، وهو ما جعل عدد الفنادق غير المصنفة يرتفع سنة 2001 بمعدل 42,8% وارتفع العدد من 507 فندقا إلى 724 فندقا.

وقد كان متوسط نصيب الفنادق خلال 1990 إلى 2008 من صنف 5 نجوم 3,18% و 4 نجوم 10,45% و 3 نجوم بنسبة 32,79% ونجمتين 30,92% ونجمة واحدة 22,62% وهو ما يبين الابتعاد عن الفنادق الفخمة التي تتميز بالتكلفة العالية.[2]

أما في سنة 2013 فإن 90% من الحظيرة الوطنية للفندقة لا تستجيب للمعايير الدولية،[3] وقد بلغ عددها 1176 فندقا منها 78,91% غير مصنفة بعدد قدره 928 فندقا و 21% مصنفة تحتوي على 8 فنادق 5 نجوم تمثل 0,7 من إجمالي عدد الفنادق.والجدول التالي يبين توزيع عدد الفنادق بحسب التصنيف.

[1]– صليحة عشى، مرجع سبق ذكره، ص 105.

[2]– المرجع السابق، ص 105.

[3]– فؤاد غضبان، مرجع سبق ذكره، ص240.

الجدول رقم (3-19): توزيع عدد الفنادق حسب تصنيفها 2000 – 2014 الوحدة: فندقا

السنوات	5 نجوم	4 نجوم	3 نجوم	نجمتان	نجمة واحدة	غير مصنفة	المجموع
2000	11	34	110	93	72	507	827
2005	13	23	76	69	57	867	1105
2009	13	57	152	148	101	680	1151
2012	8	5	38	46	116	942	1155
2013	8	5	38	46	149	928	1174
2014	8	6	39	46	149	928	1176

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء، تقسيم الفنادق والمؤسسات الفندقية على الموقع www.ONS.dz تاريخ الإطلاع 2013/09/20.

يلاحظ من خلال الجدول أن تغيرات عدد الفنادق يمكن تقسيمها إلى مرحلتين: الأولى من سنة 2000 إلى 2009 والثانية من 2012 إلى 2014. ففي سنة 2000 كان عدد الفنادق ذات خمسة نجوم 11 فندقا و34 فندقا للفنادق ذات 4 نجوم و 110 فندقا للصنف 3 نجوم بنسبة 13,3% من عدد الفنادق المصنفة و 93 فندقا للصنف 3 نجوم بنسبة 13,3% من عدد الفنادق المصنفة و93 فندقا للصنف نجمتان و72 فندقا للصنف نجمة واحدة بنسبة 8,7% من مجموع الفنادق المصنفة، أما الفنادق غير المصنفة فقد بلغ عددها 507 فندقا تمثل نسبة 61,3% من إجمالي الطاقة الإيوائية.

لكن في سنة 2005 انخفض عدد الفنادق المصنفة باستثناء الصنف 5 نجوم (بلغ 13 فندقا) وزاد عدد الفنادق غير المصنفة وهذا راجع إلى المعايير الجديدة التي وضعتها وزارة السياحة سنة 2001 والتي لم تستطع معظم الفنادق تطبيقها أو احترامها، مما نتج عنه تخفيض في تصنيفها وانعكس ذلك على عدد الفنادق غير المصنفة التي بلغت نسبة 78,46% من إجمالي عدد الفنادق.

أما في سنة 2009 فقد زاد عدد الفنادق المصنفة، وهذا راجع إلى تكييف الكثير منها، مع المعايير الجديدة الموضوعة والتي استطاعت تطبيقها مما أدى إلى انخفاض عدد الفنادق غير المصنفة من 867 سنة 2005 إلى 680 سنة 2009، كما يرجع أيضا إلى فتح فنادق جديدة.

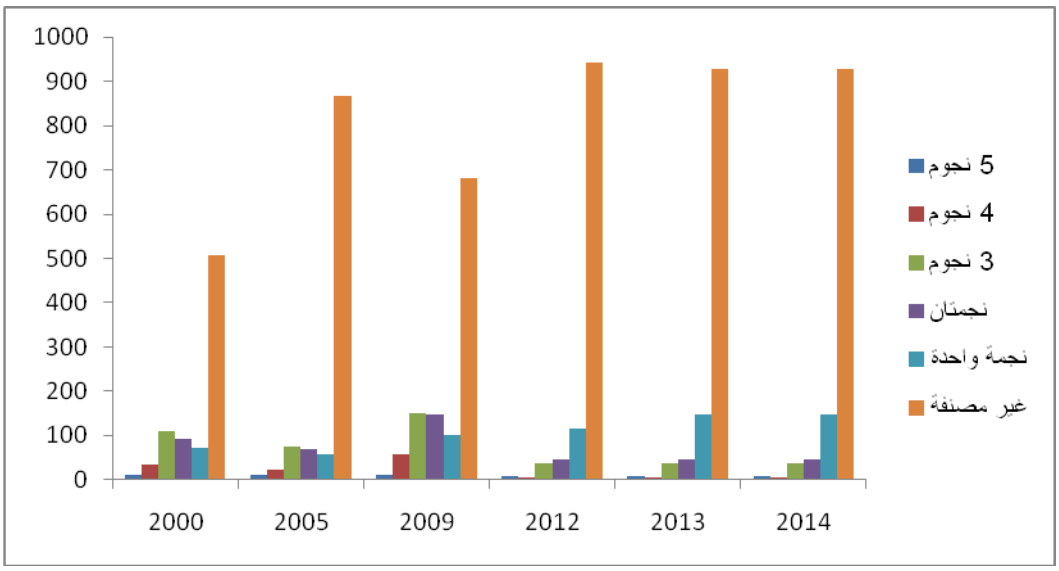
أما في المرحلة 2012 – 2014 فقد انخفض عدد الفنادق المصنفة من جديد، نتيجة عدم قدرة الفنادق الجزائرية على تطبيق المعايير الدولية التي تحاول وزارة السياحة تطبيقها تدريجيا، وهذا من

خلال اصدارها دوريا، بغية الرقي بالفنادق الموجودة إلى مصاف الفنادق الدولية، مما ينعكس سلبا على عدد الفنادق المصنفة والتي يتحتم عليها تقليص التصنيف أو الغلق.

ومن بين الأسباب أيضا التي تؤدي إلى انتشار الفنادق غير المصنفة، والتي تعتبر الأكثر جذبا للسياح، هو التكلفة المنخفضة والمقبولة من طرف السياح، والخدمات المقدمة من جهة، ومن جهة أخرى قدرة المستثمرين على إنشائها، نتيجة تلائم تكلفة الإنجاز مع القدرة المالية لهم ومع المردودية قصيرة الأجل ، التي يتحصلون عليها خلال سنوات فقط عكس الفنادق العالية التصنيف.

إن الفنادق غير المصنفة والتي بلغت نسبة 78,91% تتكون من بقية الهياكل الإيوائية والفنادق السياحية كالشاليهات وبيوت الشباب والموتيلات وغيرها من الهياكل التي يأوي إليها السياح، والشكل التالي يوضح عدد الفنادق بحسب التصنيف.

الشكل رقم (3-3): عدد الفنادق في الجزائر حسب تصنيفها للمرحلة (2000 - 2014).



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على معطيات الجدول السابق.

من خلال الجدول يتبين انخفاض عدد الفنادق المصنفة في الجزائر خاصة 5 نجوم و 4 نجوم مقارنة مع بقية التصنيفات وخاصة ثلاثة نجوم وهذا راجع إلى:

- عدم إقبال الشركات العالمية للاستثمار في الفنادق الفخمة لعدم توفر مناخ الاستثمار السياحي وقلة مردودية هذا النوع من الاستثمار في الجزائر.
- امتناع القطاع العام والخاص المحلي من الاستثمار في هذا النوع.

ثانيا: الطاقة الإيوائية بمعيار الفنادق المصنفة وغير المصنفة

تتوزع الطاقة الإيوائية للحظيرة الفندقية في الجزائر على مجموعة من الفنادق ذات التصنيف المختلف من حيث الدرجة ونوعية الخدمات المقدمة للسياح، فهي تتركز في الفنادق غير المصنفة والهياكل الأخرىن بنسبة 72,81% سنة 2014، في حين مثلث الطاقة الاستيعابية للفنادق المصنفة لنفس السنة نسبة 27,18%، وهذا التوزيع يبين زيادة الطلب على الهياكل السياحية والفندقية التي تقدم خدمات متدنية، مما ينعكس سلبا على تطور القطاع السياحي خاصة أمام الدول المجاورة التي تمتلك نفس المقومات السياحية ونفس الموقع الجغرافي. والجدول التالي يبين توزيع الطاقة الإيوائية على الفنادق السياحية والهياكل الإيوائية الأخرى المصنفة وغير المصنفة.

الجدول رقم (3-20): الطاقة الإيوائية للفنادق المصنفة وغير المصنفة في الجزائر خلال الفترة (2000-2014)

الوحدة: سريرا

السنوات	5 نجوم	4 نجوم	3 نجوم	2 نجمة	1 نجمة	غير مصنفة*	المجموع**
2000	4604	3222	21310	5519	2541	29891	67087
2005	4590	3383	14807	5800	2315	53000	83895
2010	5455	3950	11700	6044	2378	56856	86383
2011	3948	3560	14090	8070	3804	58905	92377
2012	3948	1533	3913	2707	6326	78070	96497
2013	4242	1600	5775	4605	10639	8406	98804
2014	4242	1800	5829	4605	10639	8406	99605

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء، تقسيم الفنادق والمؤسسات الفندقية على الموقع www.ONS.dz تاريخ الإطلاع 2013/09/20.

يلاحظ من الجدول أن مجموع الطاقة الإيوائية للفنادق السياحية في تزايد مستمر وإن كان بمعدلات مختلفة باستثناء سنة 2001 التي عرفت انخفاضا في الطاقة الإيوائية بنسبة 0,84% أي

* أرقام سنتي 2013، 2014 في خانة غير المصنفة تمثل عدد الأسرة في الفنادق غير المصنفة فقط ولا تمثل باقي طاقة هياكل الإيواء الأخرى.

** المجموع المصرح به لا يمثل مجموع الأرقام الموجودة في الجدول وإنما مجموع الطاقة الإيوائية لجميع الهياكل السياحية مثل الإقامات السياحية نجمتين ونجمة واحدة، دار الشباب نجمتين ونجمة واحدة، قيد التصنيف وهياكل أخرى.

بانخفاض قدره 564 سريرا عن سنة 2000 وهذا راجع إلى عدم التزام بعض الفنادق بالمعايير الجديدة المفروضة من طرف وزارة السياحة مما أدى إلى غلقها وإعادة تهيئتها من جديد وفتحها سنة 2002 وهو ما أدى إلى زيادة الطاقة الإيوائية بنسبة 9،08% عن سنة 2001 بالإضافة إلى دخول فنادق جديدة مجال الخدمة.

ومن حيث تطور عدد الأسرة فقد ارتفع سنة 2005 بنسبة 25,05% عن سنة 2000 حيث وصل عددها 83895 سريرا بعدما كان 67087 سريرا سنة 2000 وبقي التطور مستمرا حتى وصل عدد 99605 سريرا سنة 2014 بزيادة قدرت بنسبة 0,81% عن سنة 2013.

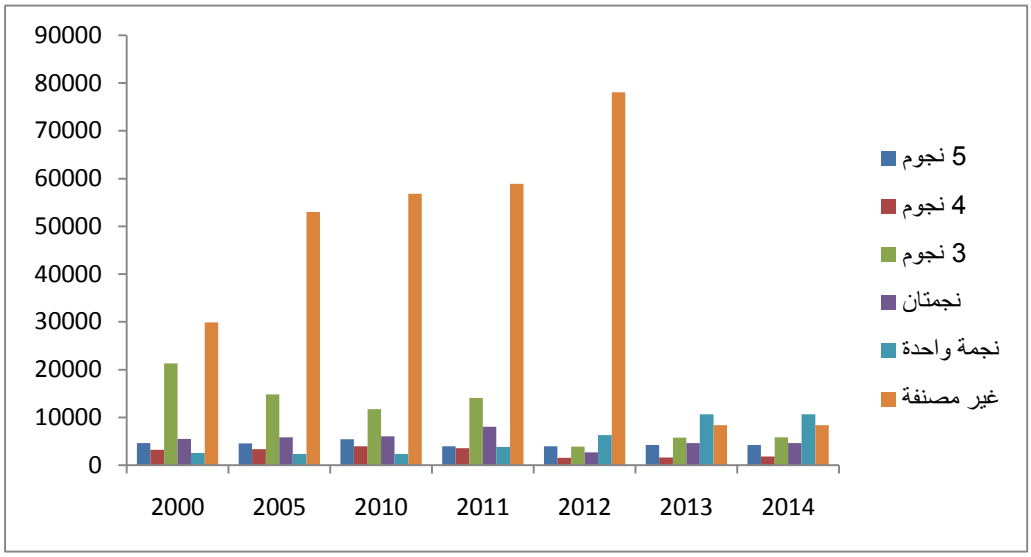
أما من حيث توزيع الطاقة الإيوائية بين الفنادق السياحية المصنفة والفنادق والهياكل الأخرى غير المصنفة فقد تركزت في الهياكل غير المصنفة بنسبة 44,5% سنة 2000 لترتفع هذه النسبة إلى 65,81% بسبب تطبيق المعايير وخروج كثير من الفنادق المصنفة إلى الفنادق غير المصنفة بالإضافة إلى إنشاء هياكل سياحية أخرى غير مصنفة والتي دخلت مجال الخدمة، لتبقى النسبة في ارتفاع سنة 2013، 2014 حيث وصلت نسبة طاقة الإيواء للهياكل غير المصنفة 72,81% والفنادق المصنفة نسبة 27,18% من إجمالي طاقة الإيواء.

ومن حيث توزيع طاقة الإيواء في الفنادق المصنفة فقد تركز من سنة 2000 إلى سنة 2011 في الفنادق ذات ثلاثة (03) نجوم حيث بلغت 21310 سريرا بنسبة 31,76% سنة 2000 موزعة على 110 فندقا، لينخفض عدد الأسرة في هذا الصنف إلى 14090 سريرا سنة 2011 تمثل نسبة 15,25% من إجمالي الطاقة الإيوائية للهياكل السياحية موزعة على 116 فندقا.

ومن سنة 2012 إلى غاية 2014 فقد تركز توزيع طاقة الإيواء في الفنادق ذات الصنف 01 حيث بلغت سنة 2012 نسبة 34,33% من إجمالي عدد الأسرة في الفنادق المصنفة موزعة على 116 فندقا، وبلغت 39,60% و 39,23% سنتي 2013 و 2014 على الترتيب موزعة على 149 فندقا بنفس العدد كلتا السنتين. وهذا التراجع لسنة 2014 عند سنة 2013 راجع إلى زيادة إنشاء فندقين الأول بأربعة نجوم والثاني بثلاثة نجوم مع بقاء عدد فنادق نجمة واحدة 149 فندقا سنة 2014.

الشكل التالي يبين توزيع الطاقة الإيوائية للفنادق المصنفة وغير المصنفة في الجزائر خلال الفترة 2000 و 2014.

الشكل رقم (3-4): توزيع الطاقة الإيوائية للفنادق المصنفة وغير المصنفة للفترة (2000 - 2014)



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على معطيات الجدول السابق.

-أرقام سنتي 2013، 2014 في خانة غير المصنفة تمثل أرقام الطاقة الإيوائية للفنادق غير المصنفة فقط، دون الهياكل الإيوائية الأخرى غير المصنفة.

من خلال الشكل تبين ضعف الخدمات السياحية المقدمة من طرف الهياكل السياحية بدليل هيمنة المعروض السياحي للإيواء غير المصنف على المعروض السياحي للإيواء المصنف. كما يعكس أيضا ضعف الطلب على خدمات الفنادق المصنفة والتي تقدم الخدمات الراقية لأن طبقة السياح المقيمين وغير المقيمين تغلب عليها الطبقة المتوسطة.

ثالثا: توزيع الطاقة الإيوائية حسب نوع المنتوج

إن توزيع الفنادق على الموقع الجغرافي يرجع إلى عدة عوامل منها عامل الطلب على المنتوج السياحي، والذي يحدد بشكل كبير توزيع الهياكل السياحية وتركيزها في منطقة محددة دون سواها، كما أن جاذبية العناصر السياحية لها دور كبير في انتشار الهياكل السياحية على المناطق الجغرافية للبلد، مما يجعلها تتركز أيضا في المناطق التي لها عوامل جذب أقوى من المناطق الأخرى.

وفي الجزائر فإن المنتوج السياحي الحضري يمثل النسبة الأكثر من المنتوج الإجمالي، إذ بلغ نسبة 46,95% سنة 2000 ونسبة 61,25% سنة 2014.

الجدول رقم (3-21): توزيع الطاقة الإيوائية حسب نوع المنتوج السياحي خلال الفترة (2000 – 2014)

الوحدة: سرير

السنوات	الحضري	الساحلي	الصحراوي	الحموي	المناخي	المجموع
2000	31506	19723	7679	6335	1844	67087
2005	50311	22000	4431	5742	1411	83895
2010	52085	31322	3770	4111	1089	86383
2011	52085	31322	3770	4111	1089	92377
2012	47508	31238	11548	5095	1108	96497
2013	55988	29886	6058	5467	1405	98804
2014	61012	27962	4547	4259	1825	99605

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء، على الموقع www.ONS.dz تاريخ الإطلاع 2013/09/20.

ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

يلاحظ من خلال الجدول أن المنتوج السياحي الحضري يمثل النسبة الأكبر في المعروض الإجمالي حيث بلغ نسبة 46,95% سنة 2000 بطاقة ايوائية 31506 سريرا، لتصل إلى 50311 سريرا سنة 2005 وليصل العدد إلى 61012 سريرا سنة 2014 بنسبة 61,25% من إجمالي الطاقة الإيوائية في الجزائر، موزعة على 872 فندقا بمختلف أصنافه، أغلبيتها ملكا للقطاع الخاص. ويرجع سبب هذا التركيز إلى انتشار السياحة الحضرية بأشكالها المختلفة والمتنوعة على مستوى المدن، كسياحة المدن، سياحة الأعمال، سياحة التسلية المنتشرة داخل المدن الجزائرية، وامتلاكها أيضا للهياكل الرياضية الكبرى، ووجود معظم الإدارات والتمثيليات القنصلية والدبلوماسية في المدن الكبرى مثل الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، عنابة، سطيف وهي المدن التي تشهد أكبر حركات تجارية واقتصادية وثقافية ورياضية وسياسية، مقارنة ببقية المدن الجزائرية الأخرى.

أما المنتوج السياحي أو الشاطئي فيأتي في المرتبة الثانية بنسبة 29,39% سنة 2000 بطاقة 19723 سريرا لتصل إلى 22000 سريرا سنة 2005 ليصل إلى 31238 سريرا سنة 2012 بنسبة 32,37% من إجمالي الطاقة الإيوائية، لينخفض حجم الطاقة الإيوائية الساحلية إلى 29886 سريرا سنة 2013 موزعة على 219 فندقا، ليستمر العدد في الانخفاض إلى 27962 سريرا سنة 2014

تمثل نسبة 28,04% موزعة على 209 فندقا ساحليا، هذا التراجع في عدد الأسرة بنسبة 6,44% عن سنة 2013 مرده إلى تراجع عدد الفنادق الساحلية بعشرة فنادق التي تقدم خدمات ساحلية.

إن احتلال المنتوج الساحلي للمرتبة الثانية مره إلى جاذبية المناطق الشاطئية الشمالية خاصة في فصل الصيف، حيث يتوافد فيه السياح المقيمين وغير المقيمين على المناطق الساحلية، والذي يتوافق مع العطل المدرسية والعطل السنوية للأفراد في الجزائر، حيث بلغ عدد زوار الشواطئ الجزائرية المستغلة والنشطة والبالغ عددها 370 شاطئا سنة 2013 أكثر من 76 مليون ومتنزه، وبلغ أكثر من 107 مليون ومتنزه سنة 2014 على الشواطئ التي يبلغ عددها 381 شاطئا وحصلت على إيرادات قدرت بـــــ 87,40 مليون دينار جزائري و 76,56 مليون دينار جزائري لنفس السنتين على التوالي. هذا العدد الهائل من المتنزهين يعتبر محفز قوي لزيادة الفنادق والهياكل السياحية والإيوائية الأخرى، على المناطق الساحلية أو الشاطئية.

في حين شكلت السياحة الصحراوية جزء لا بأس به من الطاقة الإيوائية الإجمالية والتي بلغت نسبة 11,44% سنة 2000 بطاقة قدرها 7679 سريرا لتنخفض إلى 5742 سريرا سنة 2005 ليرتفع من جديد سنة 2013 ليصل إلى 6058 سريرا تمثل نسبة 6,13% من إجمالي الطاقة الإيوائية موزعة على 94 فندقا صحراويا، لتنخفض الطاقة الإيوائية الصحراوية كم جديد إلى 4547 سريرا بنسبة 24,94% عن سنة 2013 وهذا راجع إلى انخفاض عدد الفنادق الصحراوية إلى 60 فندقا وهذا رغم الاهتمام الذي تحظى به السياحة الصحراوية، والذي تراهن عليها الجزائر لبناء وتطوير السياحة، لأن بها مقومات وعناصر سياحية، لا يمكن أن تنافس خارجيا من أي دولة كانت، مثل حظيرة الطاسيلي التي تمتلك رسوما ومناظر لا يوجد لها مثيل على مستوى العالم.

أما السياحة الحموية أو الاستشفائية ورغم امتلاك الجزائر لحمامات معدنية تتميز بعناصر استشفائية إلا أن هذا النوع مازال لم يعط المكانة اللازمة، بدليل أن نسبة الطاقة الإيوائية له لا تمثل سوى 9,44% سنة 2000، لتنخفض إلى نسبة 5,53% سنة 2013 بعدد 5467 سريرا، موزعة على 46 فندقا، لينخفض عدد الفنادق سنة 2014 إلى 26 فندقا بما انعكس على عدد الأسرة التي وصل عددها 4259 سريرا تمثل نسبة 4,2% من إجمالي الطاقة الإيوائية. هذه الأرقام تعكس ضعف الاهتمام بهذا النوع، والذي يعطى له أهمية كبيرة في الدول الأجنبية، وتحتل فرنسا المرتبة الأولى عالميا في السياحة الاستشفائية المعدنية وتونس المرتبة الثانية.

أما السياحة الجبلية أو المناخية فإنها تحتل نسب ضئيلة من المنتوج أو المعروض في الطاقة الإيوائية حيث تشكل 2,74% سنة 2000 من الطاقة الإيوائية الإجمالية ليقل إلى 1,83% سنة 2014 وهذا الضعف في الإيواء للمناطق الجبلية، يرجع إلى النظرة السلبية اتجاه الجبال الجزائرية، كنتيجة للأزمة الأمنية التي مرت بها البلاد والتي لم تتخلص من آثارها نهائيا، رغم تحسن الوضع الأمني والسياسي للبلد.

رابعا: الطاقة الإيوائية حسب الطابع القانوني

تتوزع الطاقة الإيوائية للفنادق على مجموعة من الفنادق ذات الطابع العمومي أو الطابع الخاص أو ذات الطابع المختلط (الشراكة)، حيث يمثل رأسمال القطاع الخاص نسبة 75% سنة 2014، والجدول التالي يبين توزيع طاقة الإيواء السياحي بين القطاع العام والقطاع الخاص والقطاع المختلط.

الجدول رقم (3-22): توزيع طاقة الإيواء السياحي حسب الطابع القانوني خلال الفترة (2000 - 2014)

السنوات	القطاع العام	القطاع الخاص	الجماعات المحلية	المجموع
2000	28589	34761	3737	67087
2005	21453	58622	2733	82808
2010	15597	71184	5596	92377
2011	15597	72420	6004	94021
2012	18613	72407	5878	96898
2013	18613	74313	5878	98804
2014	18613	74744	6248	99605

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء، على الموقع www.ONS.dz تاريخ الإطلاع 2013/09/20.

ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

تخلي القطاع العام عن ممتلكاته السياحية من الهياكل والفنادق لصالح القطاع الخاص، حيث كانت نسبة الطاقة الإيوائية التابعة للقطاع العام 42,61% سنة 2000، في حين كان للقطاع الخاص 51,81% والجماعات المحلية نسبة 5,57% من إجمالي الطاقة الإيوائية المتاحة.

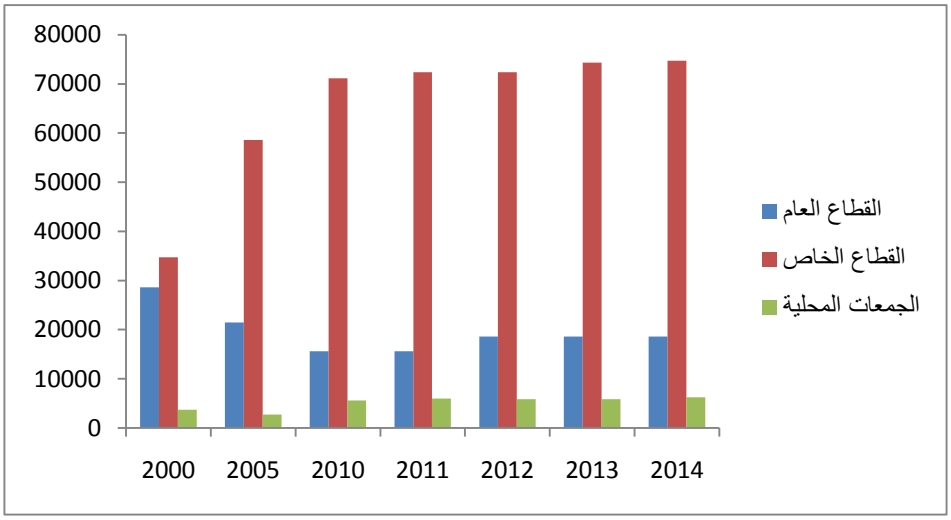
وفي سنة 2010 انخفضت نسبة ملكية القطاع العام من الطاقة الفندقية، إلى 16,88% لصالح القطاع الخاص والجماعات المحلية بما فيها الشراكة بنسبة 77% ونسبة 6% على التوالي.

وفي سنة 2014 انخفضت نسبة القطاع العام من الطاقة الإيوائية الإجمالية إلى 18,68% ونسبة القطاع الخاص إلى 75% والجماعات المحلية 6،27%.

وتتركز ملكية القطاع الخاص في الفنادق غير المصنفة، لأنها لا تحتاج إلى استثمارات ضخمة، ويكون هناك توافق بين العائد والتكلفة، كما أن الخدمات المقدمة فيها تتوافق والمقدرة المالية لمعظم السياح الوافدين المقيمين وغير المقيمين، والذين يتوافدون إلى الجزائر. أما الفنادق التابعة للقطاع العام فهي فنادق ذات الجودة العالية، ويتعلق معظمها بفنادق السلاسل العالمية، مثل الهيلتون والشيراتون التي تحتاج إلى استثمارات ضخمة غير متاحة للخواص، أما الطاقة الإيوائية المختلفة هذا النوع كان قبل سنة 2008 تابع للجماعات المحلية قبل أن تفتح الدولة المجال للخواص للاستثمار في هذه الهياكل وهو ما أثمر على هذه الشراكة.

والشكل التالي يوضح توزيع ملكية رأس مال المؤسسات الفندقية في الجزائر خلال الفترة (2014- 2000)

الشكل رقم (3-5): توزيع المؤسسات الفندقية حسب الطابع القانوني خلال الفترة (2000 - 2014)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

خلاصة الفصل:

لم يحض القطاع السياحي في الجزائر بالأهمية اللازمة منذ الاستقلال، فقد كان نصيب الاستثمارات السياحية ضئيلا مقارنة مع بقية القطاعات، خاصة القطاع الفلاحي والصناعي، وهذا راجع إلى الاهتمام بالوضعية الاجتماعية لأفراد المجتمع غداة الاستقلال.

وتمتلك الجزائر إمكانيات سياحية طبيعية وأثرية ضخمة، نتيجة للموقع الجغرافي المتميز، والمساحة الهائلة بما يجعلها غنية من حيث العناصر السياحية الطبيعية المختلفة (المناخ، السواحل البحرية، الجبال، الغابات، الهضاب، صحراء كبرى،...). أما عن العناصر السياحية الأثرية والتاريخية، فإن تعاقب الحضارات المختلفة كان سببا في وجود الكثير منها والمنتشر عبر كافة ربوع الوطن.

أما عن الهياكل السياحية فقد عرفت تطورا ملحوظا، وإن كانت بوتيرة متدنية، نتيجة قلة الاستثمارات السياحية في القطاع السياحي ككل، وهذا راجع إلى ضعف حصة الاستثمارات السياحية من إجمالي الاستثمارات من جهة، ومن جهة أخرى إلى إحجام القطاع الخاص عن الاستثمار في هذا المجال نتيجة الأزمة الأمنية التي مرت بها الجزائر والتي عرفت عزوف السياح عن الوجهة السياحية الجزائرية حتى من طرف الجوائريين غير المقيمين.

وفيما يخص الحظيرة الوطنية من الهياكل السياحية فإن أغلبها لا يستجيب للمعايير الدولية ويقدم خدمات متدنية بما يتماشى مع الطلب المحلي والأجنبي، وتعود ملكيته إلى القطاع الخاص. أما الهياكل الضخمة والتي تتطلب تكاليف ضخمة فإن ملكيتها تعود للدولة لأن العائد منها مقارنة مع التكلفة يتحقق في الأجل الطويل وهذا لا يتماشى والقدرات المالية للخواص المحليين.

الفصل الرابع
الإمكانيات السياحية في تونس والمغرب ومساهمتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية

الفصل الرابع: الإمكانيات السياحية في تونس والمغرب ومساهمتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية

تمهيد:

تتطابق مقومات الجذب السياحي الطبيعية والأثرية في كل من تونس والمغرب لوجودهما في نفس الموقع الجغرافي ومرور عليهما نفس الحضارات وحتى الاستعمار الحديث. لقد أعطت الدولتان نفس الاهتمام للقطاع السياحي منذ الاستقلال، فساهم بشكل فعال في تحصيل العملة الأجنبية، وتشغيل اليد العاملة وتحقيق رصيدا موجبا في ميزان السياحي. ولقد عرفت المنطقة أحداثا وأزمات أمنية أثرت مباشرة على القطاع السياحي وعلى مساهماته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

قسم هذا الفصل إلى أربعة مباحث:

- **المبحث الأول: الإمكانيات السياحية في تونس**
- **المبحث الثاني: الإمكانيات السياحية في المغرب**
- **المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في**
- **المبحث الرابع: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في المغرب**

المبحث الأول: الإمكانيات السياحية في تونس

تحتل تونس موقعا إستراتيجيا شمال إفريقيا، فهي تاريخيا تشكل جزء من إفريقيا الرومانية أو إفريقيا العربية تحتل مساحة صغيرة 164162 كلم^2، مقارنة بالأقطار المجاورة لها وبالرغم من ذلك فهي جوهرة طبيعية وأثرية ضاربة في التاريخ من خلال الأحداث والوقائع التي حدثت فيها، وهي حاضرة اليوم بقوة في المجال السياحي.

المطلب الأول: المقومات السياحية في تونس

أولا: العناصر الطبيعية

1- الموقع الجغرافي:

تقع تونس في شمال إفريقيا بين خطي العرض 30° و 37° شمالا، وخطي الطول 7° و 11° شرقا يحيط بها البحر الأبيض من جهتين، الجهة الشرقية والجهة الشمالية على مسافة 1300 كلم، تبعد عن جزيرة "صقلية" الإيطالية بنحو 140 كلم وتمتلك شواطئ، ويحدها من الغرب الجزائر (965 كلم) ومن الجنوب الشرقي ليبيا (459 كلم) وتمتلك العديد من الجزر مثل كوريات في المنستير، كركناح في صفاقس ولديها أيضا شواطئ متعددة خاصة على الشمال الشرقي مثل سوسة، بنزرت وطبرقة، فموقع تونس جعلها نقطة عبور واتصال بين أوروبا وإفريقيا، وبين شمال إفريقيا والعالم العربي.

2- التضاريس:

تنتهي في تونس كتل جبال الأطلس مما خلق التنوع في التضاريس بين الجبال والغابات والشواطئ والصحراء، وتوجد أعلى قمة في تونس بجبل الشعانبي بارتفاع قدره 1544 م وتتكون تونس عموما من:

- ساحل شمالي: يتميز بالصخور المرتفعة وسواحل متعرجة بالخلجان الواسعة كخليج تونس ورؤوس كرأس الطيب.
- سهول ساحلية: وهي ضيقة لأنها تنحصر بين الجبال والبحر في حين الساحل الشرقي ذو طبيعة رملية وفيها الخلجان كخليج الحمامات وجزيرتي جربة وقرقنة.
- الجبال: وهي سلسلة واحدة من جبال الاطلس تتجه من الجنوب الغربي إلى الشمال الشرقي، وهي مرتفعة إذ لا تتجاوز معظمها 1000 م.
- الهضاب: وهي امتداد لهضبة الشطوط في الجزائر تنتهي بسهول رملية فيها شط الجريد.

- الصحراء: وتغطي النصف الجنوبي من أراضي تونس بنسبة 22% من مساحة البلاد وتتميز بطبقاتها الرسوبية وبكثرة السهول والهضاب والواحات وشطوط وتتميز بانخفاضات تصل 17م تحت سطح البحر ويمكن تقسيم تونس إلى ثلاث مناطق رئيسية:[1]

- التل: والذي يشمل شمال البلاد ويحده من الجنوب الطرف الشرقي للأطلس الصحراوي الجزائري وتتجه الجبال فيه من الجنوب الغربي إلى الشمال الشرقي تتخللها سهول تتعرض إلى عوامل التعرية.
- الظهرية: وهي الحد الجنوبي للتل وبها جبل الشعانبي بها سلاسل جبلية تتجه من الجنوب الغربي إلى الشمال الشرقي مطلة على السباسب العليا والسفلى بالوسط التونسي (سهول وهضاب تتخللها أودية) وتعد السباسب السفلى امتدادا نحو الشرق للسباسب العليا، أما السهول والتلال فيحدها شرقا شاطئ البحر.
- المنطقة الشبه صحراوية والصحراوية: وتقع جنوب السباسب السفلى وفي جهة الغرب يوجد شط الجريد وشط الفجاج وتحتوي على العرق الشرقي الكبير، وتحتوي في الجنوب على هضبة الظاهر بها جبل مطماطة على سهل الجفارة الشاسع والذي يحده شرقا خليج قابس والذي يطل منه على جزيرة جربة وبه واحات وتتقور الجهة الجنوبية الشرقية في خليج قابس.

3- المياه الجوفية الحموية:

إن ارتفاع الشمال عن الجنوب في تونس جعل الوديان والعيون تسيل من الشمال متجهة إلى الجنوب مما جعل الجنوب يتوفر على حمامات للمياه المعدنية الحارة لها خصائص علاجية لكثير من الأمراض كالتخفيف من الوزن وآلام الظهر وأمراض العين والأنف والحنجرة وغيرها من أقدم العصور إلى اليوم، ونجحت تونس في العلاج بمياه البحر الذي تعتبر حلا مثاليا لكثير من الأمراض حيث تعتبر تونس اليوم الثانية في العالم من حيث عدد ومستوى الخدمات التي تقدمها هذه المحطات العلاجية والسياحية التي ارتفع عددها إلى 20 مركزا، ويوجد "بجربة" 11 منتجعا استشفائيا. وتحولت تونس إلى وجهة مميزة في مجال السياحة الاستشفائية وتستقطب أعدادا كبيرة من دول المنطقة وأوروبا وترسل بريطانيا مثلا 3000 مريضا سنويا لتلقي العلاج.[2]

[1]- الموسوعة التونسية المفتوحة، جغرافية البلاد التونسية على الموقع www.mawsouaa.tn بتاريخ 2017/12/12.

[2]- تونس جمال يستهوي العالم، مجلة إفريقيا قارتنا، يونيو 2013، ص 02.

4- المناخ:

يسود تونس ثلاث أنواع من المناخ:[1]

- مناخ البحر الأبيض المتوسط في الشمال: ويتميز بالتساقط يتجاوز سنويا 400 مم، وينخفض التساقط كلما اتجهنا من الشمال الغربي إلى الجنوب الشرقي وتوجد غابات كثيفة (البلوط والفلين).
- مناخ شبه جاف في الوسط: تتراوح الأمطار فيه ما بين 200 و 400 مم وتنتشر في هذا المجال نباتات الحلفاء والشيح والعرعر وبعض غابات البلوط وصنوبر حلب.
- مناخ جاف بالجنوب: تقل فيه الأمطار عن 200 مم ويتميز بدرجة الحرارة المرتفعة والهواء الجاف وتنعدم به النباتات والأشجار إلا في بعض الواحات المنتشرة التي تسقى بالمياه الجوفية العميقة.

ثانيا: العناصر الأثرية[2]

إن الموقع الإستراتيجي لتونس جعل منها ممرا لكثير من الحضارات التي تركت بصماتها، من خلال الآثار المندثرة والقائمة إلى الوقت الحاضر، مما جعل منها بلدا غنيا بالآثار والتراث الإنساني. ولقد مر بتونس عدة حضارات مثل: القرطاجيين، الرومان، الوندال، البيزنطيون، العرب المسلمين والأتراك العثمانيين، وتعتبر المدينة القديمة لتونس ومدينة قرطاج أهم المدن التاريخية فيها. ومن بين أهم المدن الموجودة بها أيضا:

- العاصمة: وتحتوي على أسواق شعبية قديمة، معالم فينيقية، ومدينة تونس أدرجت في التراث اليونسكو سنة 1979.
- القيروان: وبها جامع القيروان، سور القيروان القديم، مقام أبي زمعة،وصناعة السجاد، وتم إدراجها في التراث الثقافي في اليونسكو سنة 1988.
- بابل الحمامات: وبها متاحف، مناطق أثرية وثقافية.
- سوسة: والتي تتضم بها مهرجانات الجامع الكبير وتم ادراجها سنة 1988.

ومن المواقع المدرجة على قائمة التراث العالمي لليونسكو نجد:

[1]- نفس المرجع السابق.

[2]- بوفليح نبيل وآخرون، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، حالة الجزائر، تونس والمغرب، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر، الواقع والأفاق- يوم 11 – 12 ماي 2010، المركز الجامعي، البويرة، ص 10.

- مدرج الجم (1979)، موقع دوجا وثوجا (1997)، وهناك موقع طبيعي الحديقة الوطنية (1980).

المطلب الثاني: مراحل السياحة في تونس

مررت السياحة في تونس بعدة مراحل أساسية تميزت كل مرحلة بخصائص مختلفة وهي:[1]

أولا: مرحلة التأسيس (1960 – 1970)

امتدت هذه المرحلة ما بين (1960 – 1970) حيث شرع في التخطيط للتنمية السياحية في تونس بعد الاستقلال مباشرة بهدف الوصول إلى تنمية سياحية متوازنة بين الأقاليم المختلفة مع محدودية الإمكانيات والتجهيزات المادية، وتم إنجاز النواة الأولى للسياحة في المناطق السياحية المعروفة (جربة، سوسة، المنستير) وتم تشييد بعض الفنادق داخل البلد.

وفي سنة 1960 استقبلت تونس 0,25% من سياح البحر الأبيض المتوسط، بعد إنشاء أول مؤسسة سياحية سنة 1959، واستطاعت الطاقة الفندقية استيعاب 90% من الطلب السياحي سنة 1960، وكان عدد السياح 52000 سائحا أجنبيا والجدول التالي يبين النشاط السياحي في هذه المرحلة.

الجدول رقم (4-1): القطاع السياحي المرحلة (1956 – 1971)

السنوات	عدد الفنادق	الطاقة الاستيعابية	السياح الوافدين	الليالي السياحية	التوظيف في الفنادق
1956	-----	3500	3600	------	1400
1962	74	4100	53000	395000	1600
1970	212	35300	410000	3819000	14100

Source : ONTT, indicateur sur le tourisme Tunisien.

وقد ساهمت الدولة في تطوير القطاع السياحي من خلال التدابير والإجراءات التشريعية لتشجيع الإنتاج الفندقي والسياحي، ومنحت مساعدات وامتيازات للصناعات التصديرية، مثل السياحة، من خلال المرسوم المؤرخ في 1966/09/02، ومن خلا قانون الاستثمار المؤرخ في 26 جانفي 1969 والقانون المؤرخ في 27 أفريل 1972. كما ساهمت من خلال المساعدة في منح الأراضي (الامتياز)

[1]– جمال جريو، السياحة والعمالة في تونس، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، 2007، ص 15.

ودعم التدريب والتكوين المهني في مجال السياحة، ومن خلال مساهمة البنوك شبه الحكومية في تمويل صناعة الضيافة.

إن هذه المساعدات أعطت ثمارا من خلال زيادة عدد الفنادق من 74 فندقا سنة 1962 إلى 212 فندقا سنة 1970 مما قفز بالطاقة الإيوائية من 4100 سريرا إلى 35300 سريرا وأدت إلى تزايد عدد السياح الوافدين من 53000 إلى 410000 سائحا وهي زيادة تمثل أكثر من 7 أضعاف في ظرف 9 سنوات أو خلال المخطط العشري الأول. هذه النتائج الإيجابية أدت بالدولة إلى المضي قدما في هذا الاتجاه والارتكاز على السياحة في جلب العملة الأجنبية والمساهمة الفعالة في التنمية الاقتصادية، وفي هذه المرحلة تم تأسيس البنك الوطني للتنمية السياحية.

ثانيا: مرحلة تطوير القطاع وتحسين المردودية (1971-1986)

امتدت هذه المرحلة من (1971 - 1986) والتي منحت فيها الامتيازات للرأسمال الأجنبي مثل الرأسمال المحلي، وشجعت الدولة القطاع الخاص بمنحهم إعانات مالية للدراسات الفنية والإعفاءات الجمركية على السلع والتجهيزات السياحية، وتخفيض نسبة الفائدة على البنوك.

كما تأسست "الوكالة العقارية السياحية" في بداية السبعينات والتي كلفت بشراء الأراضي الصالحة للسياحة، كما تم تأسيس المدارس السياحية وتأطير الكوادر وإرسال البعثات إلى الدول الأوروبية للاستفادة من التجارب الرائدة. وفي 1985 باعت الدولة كل الفنادق العامة للقطاع الخاص، وقد بلغ سنة 1980 عدد الفنادق 319 فندقا بطاقة استيعابية 71300 سريرا وتوظف في الفنادق 28600 عاملا وتشغيل 1602000 وإقامة 12097000 ليلة وفي سنة 1982 بلغت الطاقة الإيوائية 80000 سريرا. وكانت الإيرادات السياحية 385 مليون دينار سنة 1986 وأصبحت للسياحة أهمية كبيرة في جلب العملة الأجنبية للخزينة العمومية.

ثالثا: مرحلة دعم الاستثمار وتنويع المنتج (1987-2000)

وامتدت هذه المرحلة من 1987 إلى 200 واتبعت فيها إستراتيجية دعم الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي وتنويع المنتوج السياحي وتطوير وتحديث العرض، وانتشار المؤسسات السياحية في كثير من المناطق مثل الفنادق التي انشأت بالمنطقة السياحية نابل – الحمامات، مجموعة الفنادق التي أقيمت بمنطقة الدخيلة بالمنستير وأخرى في مدينة سوسة.

وفي هذه المرحلة بلغ عدد المؤسسات الفندقية سنة 1990 إلى 508 فندقا بطاقة إيوائية 116500 وبطاقة توظيفية قدرها 46600 وظيفة في المؤسسات والهياكل السياحية المختلفة، واستقبلت 3203800 سائحا وتقديم 18841000 ليلة سياحية.

وفي سنة 1995 بلغ عدد المؤسسات الفندقية 612 فندقا بزيادة قدرها 20,47% عن سنة 1990 وبطاقة استيعابية 161500 سريرا وتوظيف 64600 عاملا وتستقبل 4120000 سائحا بزيادة قدرها 28,6% عن سنة 1990 يقابلها إقامة 23914000 ليلة سياحية.

وفي سنة 2000 وصل عدد المؤسسات الفندقية 736 مؤسسة بزيادة قدرها 124 مؤسسة فندقية (بمتوسط 25 مؤسسة في السنة)، وارتفع عدد السياح إلى 5057500 سائحا[1].

هذا التزايد في المؤشرات السياحية المختلفة، تدل على الأهمية التي يحظى به القطاع السياحي منذ الاستقلال، حيث اعتبر القطاع السياحي المصدر الثاني للدخل من العملات الأجنبية قبل صناعة النفط والزراعة وبعد صناعة المنسوجات.

المطلب الثالث: الاستثمار السياحي التونسي والطاقة الإيوائية

أولا: التحفيزات الممنوحة للاستثمار السياحي

يعود الاهتمام بالسياحة في تونس الحديثة، بعد الاستقلال مباشرة، حيث أعطيت لها الأولوية في برامج التنمية المحلية، فمنذ 1959 تدخلت الدولة مباشرة في القطاع السياحي، بإنشاء "شركة الفنادق السياحية التونسية (S.H.T.T)"، حيث استحوذت على 90% من الطاقة الاستيعابية سنة 1985، إلا أن الدولة بدأت تتراجع، حيث أصبحت المؤسسة العمومية تمتلك 20% فقط سنة 1964، 8% سنة 1972، 4% سنة 1985، بعد قرار الدولة بيع وخوصصة كل الحظيرة السياحية العامة.

كما شجعت الدولة الاستثمار الفندقي والسياحي، من خلال إعطاء امتيازات خاصة، للذين ينشطون في المجالات التصديرية، كالسياحة وهذا ضمن المرسوم المؤرخ في 02 سبتمبر 1966، قانون الاستثمارات الصادر بتاريخ 26 جانفي 1969، وقانون 27 أفريل 1972. كما ضاعفت الدولة التحفيزات غير المباشرة للمتعاملين السياحيين الخواص، من خلال إنشاء الوكالة العقارية السياحية (A.F.T)، والتي تقوم بالإجراءات للحصول على الأراضي، عن طريق التفاوض الودي، أو المصادرة لشرط المنفعة العامة.

[1]– المعهد الوطني للإحصاء – تونس: أعداد مختلفة.

وخلال الفترة 1973 – 1980 قامت هذه الوكالة بإجراء 1500 استحواذ، مقابل 3,5 مليون دينار. كما قامت الدولة بعملية التدريب للعمال والإطارات للقطاع السياحي في أربعة مدارس.

صدر في تونس أحكام مجلة تشجيع الاستثمارات سنة 1993 بمقتضى القانون عدد 120 الذي يحكم الاستثمارات في كل القطاعات والذي حدد المبادئ العامة التي تحكم الاستثمارات المحلية والأجنبية والتي تتضمن في مجملها على حرية الاستثمار والمساهمة المطلقة (100%) في رأس مال المؤسسات السياحية، وحرية تحويل الأرباح وقيمة بيع الأصول، الحماية المطلقة للاستثمارات الأجنبية، عدم التعامل المزدوج بالنسبة للضريبة، والاعتراف بالتحكيم الأجنبي، تغطية المخاطر غير التجارية، مع حرية الاستثمار في جميع الأنشطة السياحية،[1] مع اشتراط موافقة اللجنة العليا للاستثمار في حالة تجاوز هذه المساهمة حدود 50% من رأسمال وكالات الأسفار وأن يتضمن المشروع 30% من رأسمال المؤسسة السياحية من الأموال الذاتية.

ومن بين التحفيزات الممنوحة في هذا القانون:[2]

- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة عند اقتناء التجهيزات المحلية.
- الإعفاء من الضرائب الجمركية والرسم على القيمة المضافة تصل إلى 12% عند اقتناء سلع التجهيز غير الموجود في تونس.
- الإعفاء الضريبي على دخول الأرباح وكل المداخيل المتأتية من الاستثمارات لمدة 10 سنوات و 50% من هذه المداخيل خلال العشر سنوات الموالية.
- تمنح 25% من قيمة المشروع دون اعتبار قيمة الأرض في المشاريع المنجزة في مناطق الحوض المنجمي و 8% في مناطق تشجيع التنموية الجهوية.
- تتكفل الدولة بدفع المساهمات للضمان الاجتماعي لمدة عشر سنوات في المناطق الصحراوية وخمس سنوات في مناطق تشجيع التنمية الجهوية.

وبالنسبة للاستثمار في النقل السياحي فقد خص ببعض الإعفاءات مثل:

[1]– مجلة تشجيع الاستثمارات ، القانون عدد 120 لسنة 1993.

[2]– نفس المرجع السابق.

- الإعفاء من الرسوم الديوانية والأداءات الأثر المماثل والأداء على القيمة المضافة عند اقتناء الحافلات الكبيرة والصغيرة المستوردة من طرف وكالات الأسفار السياحية والنزل التي تحتوي على 200 سريرا على الأقل.
- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة على اقتناء الحافلات الكبيرة والصغيرة المصنوعة محليا المقتناة من طرف وكالات الأسفار والنزل الذي لا يقل عن 200 سريرا.

وبالنسبة للمساكن السياحية فقد منحت لها تحفيزات مثل:[1]

- تعفى من الأداءات المنقولات المعدة لتجهيز المساكن السياحية التي يملكها غير المقيمين.
- تعفى كل عملية اقتناء أو كراء من طرف الأجانب لأراضي كائنة بالمناطق السياحية من الترخيص المسبق قصد إنجاز مشاريع اقتصادية.
- تعفى المشاريع السياحية في المناطق الحدودية من الضريبة على الدخل أو الأرباح لمدة خمس سنوات.
- تساهم الدولة بالبنية الأساسية وتمنح 5% من قيمة الاستثمار وتوقيف الأداءات بالنسبة للتجهيزات اللازمة لإنجاز المشاريع الاستثمارية في المناطق الحدودية.

ثانيا: الاستثمار السياحي في تونس خلال الفترة (2000 – 2015)

عرف الاستثمار التونسي تذبذبا في سنة 2000 كان مبلغ 322,5 مليون دينار تونسي بعدما كان 449,1 مليون سنة 1995 بانخفاض 28,18% والجدول التالي يبين هذا التذبذب في قيمة الاستثمارات السياحية.

الجدول رقم (4-2): تطور الاستثمار السياحي في تونس خلال الفترة (2000 – 2015)

الوحدة: مليون دينار

السنوات	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
قيمة الاستثمار	322,5	246,2	253,6	309,3	376,4	208,2	240,1	250,1	241,9	200,2

المصدر: المعهد الوطني للإحصاء – تونس، 2018.

[1]– القانون عدد 40 لسنة 2005 مؤرخ في 11 ماي 2005.

إن الاستثمار السياحي في تونس عرف تراجعا ملحوظا منذ تسعينيات القرن الماضي فقد سجلت سنة 2000 تراجعا بنسبة 0,67% عن سنة 1999 وسنة 2005 عرفت تراجعا في قيمة الاستثمارات السياحية بنسبة 23,65% وفي سنة 2010 عرفت زيادة فقد بلغت 376,4 مليون دينار وهي أعلى قيمة للاستثمار السياحي منذ 1994 وإلى غاية 2015 ولكن في سنة 2011 انخفض بشكل حاد ووصل إلى 208,2 مليون دينار بانخفاض قدره 44,68% وهي السنة التي ظهرت فيها "ثورة الياسمين" وأدت إلى تراجع الاستثمار السياحي خاصة الأجنبي منها.

إلا أن في سنة 2012 بدأ الاستثمار السياحي في الانتعاش من جديد وزاد بنسبة 15,32% إلى أن هذا الاستثمار عاود للانخفاض سنتي 2014 و 2015 بنسبة 8,19% و 12,81% على التوالي.

إلا أن مساهمة الاستثمار السياحي إلى الاستثمار المحلي الإجمالي في تونس في سنة 2007 كانت في مجموعة الدول التي تحقق الاستثمارات السياحية أعلى من المعدلات الدولية إلا أن نمو الاستثمار السياحي بها جاء دون المحقق عالميا، حيث حققت ما نسبته 16,9% ومعدل النمو العالمي كان 5,1% في حين كان معدل النمو في تونس 1,7%.[1]

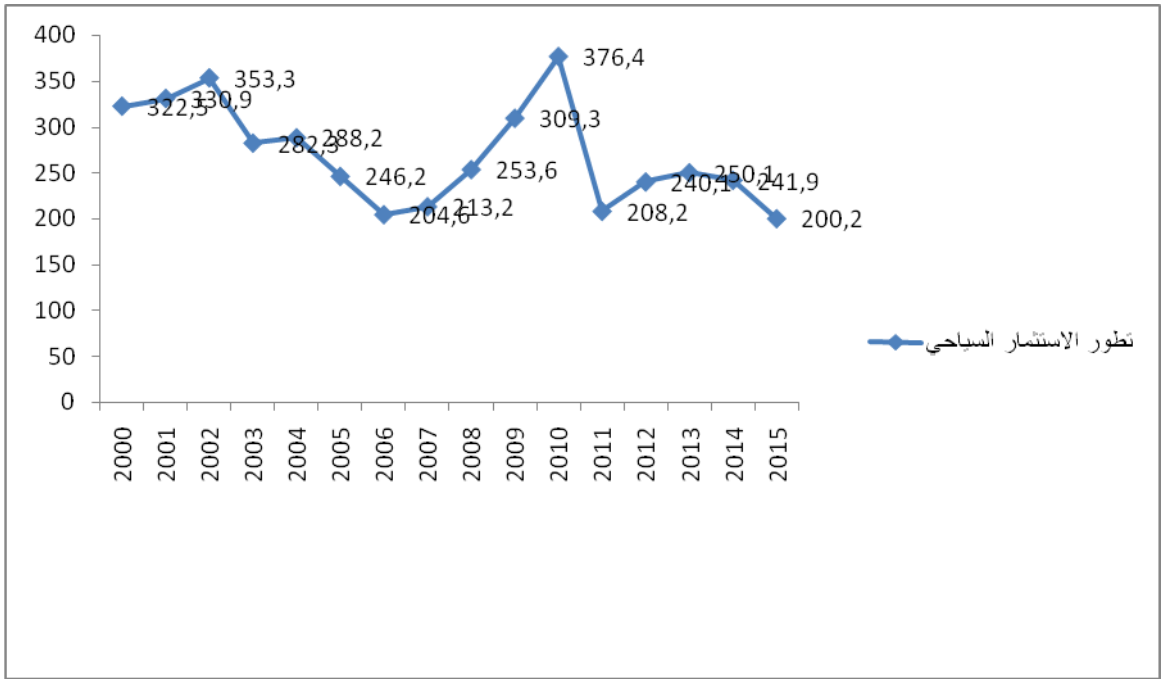
إلا أن نسبة الاستثمار السياحي إلى مجموع الاستثمار الكلي سنة 2014 قد بلغت 8,3%.[2]

إن الانخفاض في الاستثمار السياحي في تونس يعود إلى عدم الاستقرار السياسي والأوضاع الأمنية غير المستقرة بعد "ثورة الياسمين" على غرار هجمات "متحف باردو" يوم 18 مارس 2015 والتي أودت بحياة 21 سائحا وشرطي، وبعد أربعة أشهر (جوان 2015) تم الاعتداء على نزل بمدينة سوسة كل هذا أتى بعد المغادرة الكبيرة للسياح مما نتج عنه عدم استقرار في الاقتصاد التونسي. والشكل التالي يبين تطورات الاستثمار السياحي في تونس.

[1]– صندوق النقد العربي، التعاون العربي في مجال السياحة، التقرير السنوي 2008، ص 221.

[2]– WTTC, travel and tourism economic impact 2015, Tunisia, P04.

الشكل رقم (4-1): تطور الاستثمار السياحي في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على إحصائيات المعهد الوطني للإحصاء، تونس 2018.

من خلال الشكل يتضح أن الاستثمار السياحي في تونس غير مستقر فهو رهين الأوضاع السياسية والاقتصادية التي تمر بها تونس والمنطقة الإقليمية من جهة ورهين الأزمات الاقتصادية الدورية للاقتصاد العالمي.

المطلب الرابع: الطاقة الاستيعابية للهياكل السياحية في تونس

ترتبط الطاقة الاستيعابية للهياكل السياحية المختلفة بالنشاط السياحي والطلب على المنتوج السياحي، حيث تضاعف عدد الفنادق السياحية في تونس 06 مرات ما بين 1962 و 1986 في حين تضاعف عدد الأسرة 24 مرة لنفس الفترة وهذا بعد زيادة عدد السياح من 52000 سنة 1962 إلى 1,5 مليون سائح سنة 1986.[1]

كما ترتبط أيضا الطاقة الإيوائية بالاستثمار السياحي والمناخ السائد والمتعلق بالتحفيزات الممنوحة والضمانات المقدمة للمستثمرين خاصة الأجانب وبالاستقرار الاقتصادي.

[1]- Philippe Kerourou, le tourisme en Tounisie, AIX-en- Prouvence 2015, www.geotourweb.com

أولا: الطاقة الإيوائية بمعيار عدد الفنادق

عرفت المؤسسات الفندقية في تونس تطورا ملحوظا من خلال زيادة عددها، ففي سنة 1995 كان عدد الفنادق 612 فندقا ليصل عددها إلى 736 فندقا سنة 2000 وهذا راجع إلى زيادة الاستثمار السياحي ورواج المنتوج السياحي التونسي في الأسواق العالمية وخاصة الأوروبي منها.

أما في سنة 2005 فقد ارتفع عددها إلى 816 فندقا ذات توزيع مركز في أربعة مناطق سياحية هي: مدينة تونس 116 فندقا، نابل الحمامات 137، سوسة 109، حربة 156 فندقا وهي تمثل نسبة 63,48% من إجمالي الفنادق الموزعة على 15 منطقة سياحية وكلها مناطق سياحية ساحلية شاطئية مما يدل على أن السياحة الرائجة في تونس هي السياحة الشاطئية (الشمس والبحر) والجدول التالي يبين توزيع عدد الفنادق في تونس.

الجدول رقم (4-3): توزيع عدد الفنادق في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)

السنوات	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عدد الفنادق	736	816	836	856	856	861	846	847	848	862

المصدر: المعهد الوطني للإحصاء، تونس 2018.

من خلال الجدول عدد المؤسسات الفندقية ارتفع من سنة 2005 إلى 2015 بعدد 46 فندقا فقط بمتوسط 4,6 فندقا من 2010 إلى 2015 وبعد الأحداث التي عرفتها تونس زاد عدد الفنادق 6 فنادق فقط أي بزيادة فندقا واحدا سنويا، وهذا نتيجة غلق كثير من الفنادق (أغلقت 70 فندقا لتراجع نشاها بعد هجمات باردو ومدينة سوسة).*

ففي سنة 2012 وبعد الثورة مباشرة انخفض عدد الفنادق 15 فندقا عن السنة الماضية حيث وصل 846 فندقا بسبب غلق بعض الفنادق للأزمة المالية التي لحقت بها وعدم القدرة على تسديد الديون حيث بلغ عدد الفنادق المتضررة 89 فندقا.[1]

أما عن التوزيع الجغرافي للفنادق فقد تركزت كلها بالمناطق السياحية الحضرية والشاطئية أو الساحلية بما يعطي صورة عن نوع السياحة في تونس حيث نجد أن 862 فندقا الموجودة سنة 2015 وزعت كما يلي:

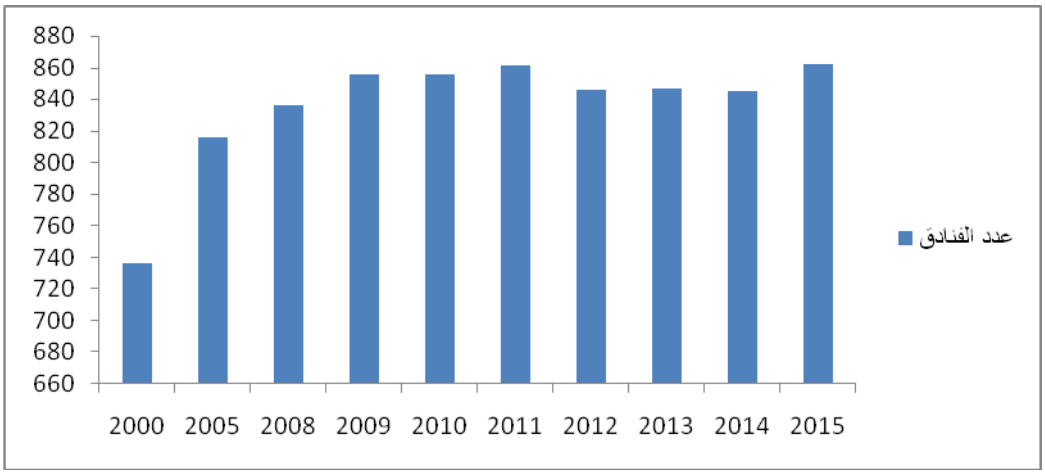
* حسب تصريح لوزارة السياحة في قناة الجزيرة الفضائية.

[1]– Etude stratégique du secteur touristique Tunisien a l'horiso, 2016 16/06/2010, P 18.

- المنطقة السياحية تونس 141
- المنطقة السياحية نابل الحمامات 115
- المنطقة السياحية سوسة 107
- المنطقة السياحية ياسمين 45
- المنطقة السياحية المنستر 47
- المنطقة السياحية المهدية 75
- المنطقة السياحية جربة 167
- المنطقة السياحية قفصة 90
- المنطقة السياحية سبيطلة 13
- المنطقة السياحية نبزرت 25
- المنطقة السياحية طبرقة 37

فيلاحظ أن 4 المناطق الحضرية (تونس، الحمامات، سوسة، جربة) مثلت 61,48% من إجمالي الفنادق،والشكل التالي يبين توزيع عدد الفنادق خلال الفترة المدروسة.

الشكل رقم (4-2): توزيع عدد الفنادق في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

يلاحظ من الشكل أن الفترة (2008 - 2015) عرفت استقرارا في عدد الفنادق في تونس بسبب التخوف السائد من الاستثمار الفندقي الناجم من الأوضاع الأمنية

ثانيا: الطاقة الإيوائية بمعيار عدد الأسرة

عرفت تونس زيادة في عدد الأسرة الفندقية وهذا بسبب تشجيع الدولة للقطاع السياحي فبعدما كان عدد الأسرة 4000 سريرا سنة 1962 ارتفع إلى 80000 سريرا سنة 1982 وقد حققت قفزة نوعية في الكم ونوع الخدمات المقدمة، حيث وصل عددها 214000 سريرا سنة 2002 نصفها موزع على فنادق 4 و 5 نجوم.[1] والجدول التالي يوضح توزيع الطاقة الإيوائية في تونس.

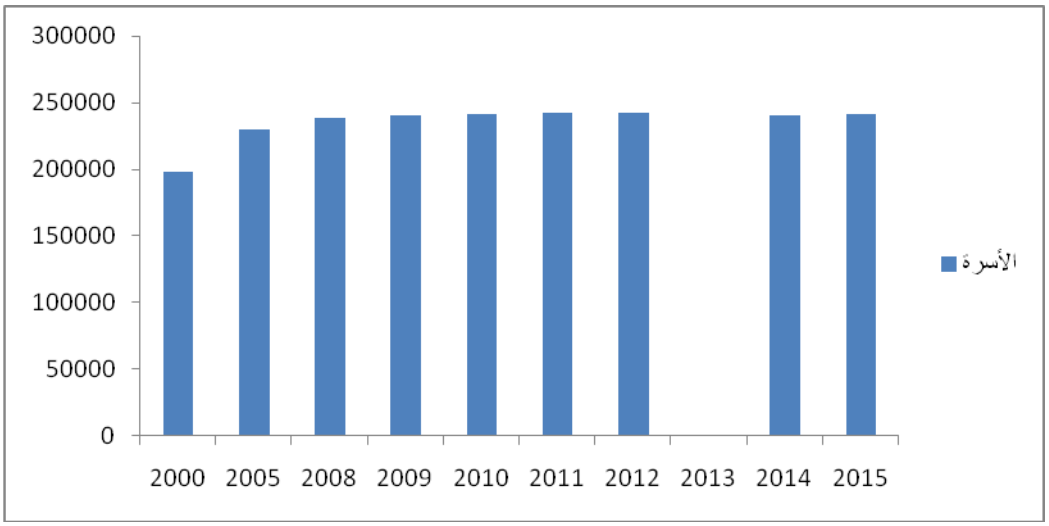
الجدول رقم (4-4): توزيع الطاقة الإيوائية في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)

السنوات	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الأسرة	197500	229800	238500	239900	241500	242100	242000	---	240077	241392

المصدر: المعهد الوطني للإحصاء، تونس 2018.

عرفت عدد الأسرة زيادة معتبرة خلال الفترة 2000 ، 2010 حيث زاد عدد الأسرة من 197500 سريرا سنة 2000 إلى 241500 سريرا سنة 2010بنسبة 28,35% لكن بعد "ثورة الياسمين" سنة 2011 عرفت الطاقة الإيوائية استقرارا تاما خلال الخمس سنوات اللاحقة، إذ سجلت الإحصائيات 242100 سريرا سنة 2011 وانخفض عددها 241392 سريرا سنة 2015 بانخفاض قدره 0,3% كانعكاس للوضعية الأمنية للبلد والتي أدت إلى غلق كثير من الفنادق والشكل التالي يبين هذا التوزيع.

الشكل رقم (4-3): توزيع الطاقة الإيوائية بمعيار عدد الأسرة خلال الفترة (2000 – 2015)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

[1]- Philippe Kerourou, Op.cit P 04.

المبحث الثاني: الإمكانيات السياحية في المغرب

قبل الاستقلال سنة 1956 مرت بالمغرب الأقصى عدة حضارات تركت بصماتها إلى الآن، مما جعل منه بلدا متنوع الحضارات والثقافات، موزعة على كامل التراب الوطن، فصار يمتلك عناصر سياحية طبيعية وأثرية وحضارية على درجة كبيرة من الأهمية، تساعده على تطوير القطاع السياحي وجلب أكبر عدد ممكن من السياح الدوليين، خاصة عندما يوفر لهم خدمات منافسة من حيث الجودة والسعر.

المطلب الأول: المقومات السياحية في المغرب

أولا: العناصر الطبيعية:

يتمتع المغرب بتنوع طبيعي مهم نتيجة الموقع الاستراتيجي والمناخ السائد مما يساعده على تقديم خدمات سياحية متنوعة فهو يقع بين خطي العرض 36° و21° شمالا، أقصى شمال غرب إفريقيا مما يجعله نقطة تقاطع بين القارة الإفريقية والقارة الأوروبية والعالم الغربي ويبعد عن أوروبا 14 كلم التي تعتبر أكبر سوق سياحي، وتبلغ مساحة المغرب 710850 كلم^2 مما يجعله مفتوحا على مسافة 3446 كلم من السواحل على البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي فهو من البلدان الوحيدة التي له شواطئ على البحر الأبيض المتوسط على جانب واحد والمحيط الأطلسي من جهة أخرى.[1]

1- التضاريس:

يتخلل المغرب الأقصى جبال الأطلس الكبير وجبال الأطلس الساحلي (جبال الريف) وتوجد أعلى قمة في الوطن العربي في جبال الأطلس الكبير والمسماة قمة جبل طوبقال 4167م وتحتل الجبال ثلث ($^1/_3$) من مساحة المغرب، كما توجد به عدة بحيرات وشلالات التي تنبع من الجبال التي تعتبر خزانا مهما لها: ويكسو هذه الجبال غابات الصنوبر والبلوط والأرز وتكسوها الثلوج شتاءا.

وتقع بين هذه الجبال سهولا كسهل وادي الذراع، سهل مراكش سهل فاس وغيرها من السهول والتي تحتوي بدورها على بسخات أهمها "سبخة تاه" والتي تنخفض عن سطح البحر 55 مترا.

[1]– Observatoire du tourisme Maroc , ANNVAIRE statistique du tourisme, panorama des performances touristiques au titre de l'année 2015, p17.
Sur cite : www. observatoire du tourisme. M a.

ويعتبر المغرب من أغنى الدول العربية من حيث الروافد المائية التي تنطلق من الجبال نحو المحيط والبحر الأبيض المتوسط وأهمها نهر سو، نهر أم الربيع، نهر ملوية... الخ، وهي أنهار متدفقة الجريان أما سيول الريف فتفيض في الخريف والربيع مع ذوبان الثلوج.[1]

2- الصحراء:

تحتل الصحراء 61,5% من المساحة الإجمالية للبلاد وتتميز بالجفاف والمناخ الحار والرمال والواحات المتناثرة مثل واحات ورزازات والتي تتميز بالواحات المزروعة بالنخيل وكثبان الرمل والوديان الجافة، وأما المزروعات الصحراوية فهي الماء والزعفران والورد البلدي وتوجد الزاوية الناصرية في منطقة "تامكروت" والتي تحتوي على مخططات نادرة.[2]

3- الثروة الحموية:

تمتلك المغرب عدة حمامات تساهم بشكل مباشر في تنمية السياحة الإستشفائية وأشهرها الحمام الموجود بمدينة فاس "حمام مولاي يعقوب" وعدة حمامات تقع ضمن مكان تحيط به سلسلة "جبال الريف" وهي حمامات حديثة بالمغرب والتي تتميز مياهها بخصائص معدنية متميزة دوليا وتتجاوز درجة حرارتها 45 درجة مئوية وتمتلك هذه الحمامات وسائل ومرافق عصرية كالمسابح والمغاطس والرشاشات وقاعات الدلك الطبي والدلك المائي مما يجعلها تساعد في علاج أمراض الأنف والحنجرة وأمراض الجلد والحساسية والروماتيزم وغيرها. [3]

ثانيا: العناصر الأثرية والتاريخية:

إلى جانب المقومات الطبيعية الهائلة يمتلك المغرب تراثا تاريخيا هاما نتيجة الموقع الاستراتيجي الذي عرف مرور عدة حضارات بدأ من ما قبل التاريخ حيث عمر البربر البلاد ثم الفينيقيين، القرطاجيين، الرومان، الوندال، البيزنطيين والعرب المسلمين في سنة 788 ميلادي كما تعرض بعد 1860 للاستعمار الاسباني وفي سنة 1912 للاستعمار الفرنسي، هذه الحضارات المتعاقبة تركت أثارا ومواقع تاريخية شاهدة عليها ولعل أقدم أثر تاريخي هي "مقالع طوما" التي يرجع تاريخها إلى 400 ألف سنة قبل الميلاد.[4]

---

[1]- بطاقة تعريف المغرب "المملكة المغربية" http://manaratalelm,ifrance.com

[2]- صليحة عشي، مرجع سبق ذكره، ص60.

[3]- مرجع نفسه، ص60.

[4]- وزارة الثقافة "مواقع ما قبل التاريخ" على الموقع: www.minculture.jove.ma/arab-prehistorique

كما يمتلك المغرب أيضا عدة مواقع أثرية مثل موقع ثمودة، موقع كوطا، موقع الأتواس الأثرية وكلما مواقع قبل الوجود الإسلامي في المغرب أما المواقع التي تدل على الحضارة الإسلامية فهي لا تعد ولا تحصى مثل"موقع القصر الصغير" وهو تابع للدولة المرينية.

كما توجد أيضا "قصبة المهدي" التي تم بنائها على منحدر صخرى ولا زالت أطلال أسوارها ظاهرة على الساحل الأطلس.

ويزخر المغرب بالمتاحف التي تتنوع بين متاحف إركيلوجية وأخرى تهتم بالفنون المعاصرة ، أما المتحف الأثري بالرباط فيقدم لزائرية تاريخ المغرب لفترات تعود إلى ما قبل التاريخ وحتى الحضارة الإسلامية.

كما يوجد متحف الفنون المعاصرة بطنجة والمتحف الوطن للخزف ومتحف الأسلحة بفاس والذي أسس سنة 1582، أما متحف البطحاء والذي تم بناءه سنة 1908 متحف بالعرائش تم بناءه سنة 1279.

أما المدن فأشهرها مدينة فاس التي اعتبرت من التراث الإنساني والتي اعتمدتها اليونسكو سنة 1981 وبها جامعة القرويين وبنايات ومساجد تاريخية هذه المدينة بنيت في القرن التاسع ميلادي.

أما المواقع والمدن التي أقرتها منظمة اليونسكو في المغرب فنجد: مدينة مراكش (1985)، كسا رايت بنت هادو (1987) مدينة مكناس التاريخية (1996) الموقع الأثري فولوبليس (1997) مدينة تطوان (1997)، مدينة الصويرة، الجدران القديمة من مدينة شيام (1982)، مدينة صنعاء القديمة (1986)، مدينة زبيد التاريخية (1993).

ثالثا: العناصر المادية

مساهمة بقية المتعاملين في القطاع السياحي أمر لا غنى عنه، من حيث التكوين والوكالات السياحية والمرشدين السياحيين فقد شرعت الدولة المغربية والجهات الفاعلة الخاصة في تدريب الموارد البشرية وتكييف التدريب مع احتياجات المهنيين والرفع من جودة الأداء والانسجام مع المعايير الدولية، ففي سنة 2015 سجلت معاهد التكوين السياحي 1945 متربصا بين تقنيين بنسبة 60%، 17% مستوى التأهيل، 15% مستوى عالي، 8% تقني متخصص وقد زاد العدد الإجمالي للمتربصين بنسبة 10% مقارنة مع سنة 2014.

وبالنسبة للوكالات السياحية والتي لها دور وسيط وفعال في تطوير القطاع السياحي وتنشيطه وتسويق المنتجات السياحية، فقد بلغ عددها 1199 وكالة سنة 2015 بزيادة قدرها 7% من السنة السابقة وهي موزعة ومركزة 28% في الدار البيضاء، 20% في مراكش و10% طنجة وضواحيها و11% الرباط والمدن المجاورة.

أما فيما يخص المرشدين السياحيين الذين يقومون بتعزيز قيمة المنتج السياحي فقد بلغ عددهم سنة 2015، 2759 مرشدا موزعين إلى قسمين 78% منهم مرشدين في المدن والرحلات السياحية و22% الباقية مرشدين للفضاءات الطبيعية، وهو موزعين عموما على المدن الثقافية فيصل عددهم 836 مرشدا في مدينة مراكش بنسبة 30% من إجمالي المرشدين متبوعة بمدينة فاس 410 مرشدا تمثل 15% من الإجمالي أما المنطقة الطبيعية "أبلال" فتضم 228 مرشدا.[1]

المطلب الثاني: مراحل تطور السياحة في المغرب

أولا: مرحلة ما قبل الاستقلال

قبل الاستعمار الفرنسي كانت الفنادق في المغرب عبارة عن ديار الضيافة والتي تتناسب مع ثقافة وتقاليد الناس آنذاك ومع دخول الاستعمار الفرنسي جاءت فكرة تطوير القطاع السياحي من طرف الجنرال "Lyautey" لتوفير أماكن الراحة للسياح الفرنسيين وللأثرياء من المسافرين وتوجهت الاستثمارات إلى توفير فنادق فاخرة، وتم تعيين "لجنة مركزية للسياحة" سنة 1918 لبحث إمكانيات السياحة المغربية وكل المسائل المتعلقة بالسياحة سواء داخليا أو خارجيا، وتم إنشاء أول فندق استنادا إلى صناعة الفنادق الفرنسية سنة 1921 ليتبع بسلسلة من الفنادق الفاخرة في المدن الحضرية وأنشأ قصر بمدينة فاس 1929 وفي الثلاثينيات لم يقتصر إنشاء الفنادق على السواحل بل تم إنشاء أخرى في الأطلس الأوسط وبدرجة أقل في جنوب الأطلس الصحراوي.[2]

وفي 1937 تم استبدال اللجنة السابقة بلجنة السياحة La comité chérifien de tourisme والتي اسند إليها مسؤولية خلق وتسيير ومراقبة المنظمات الاستقبال السياحي والحفاظ على الآثار السياحية.

وفي سنة 1949 زار المغرب سنويا 150000 سائحا وبلغ عددهم 253000 سائحا سنة 1953 وقد كان معتمدا على السياحة المتجولة المنظمة من طرف الوكالات أو من طرف الأفراد أنفسهم.

[1]– Observatoire du tourisme Maroc , ANNVAIRE statistique du tourisme, panorama des performances touristiques au titre de l'année 2015, p33.

[2]- Haut commissariat au plan prospective Maroc 2030 tourisme 2003, Quelles ambitions pour le Maroc, p11.

أما عن الطاقة الفندقية فقد كانت سنة 1955 أكثر من 256 فندقا بسعة 7677 غرفة.[1]

ثانيا: مرحلة ما بعد الاستقلال

بعد الاستقلال ورث المغرب أكثر من 200 فندقا بسعة تجاوزت 7500 غرفة وانتظر المغرب حتى سنة 1965 للدخول إلى السوق العالمية للسياحة وهذا من خلال الشروع في وضع وتنفيذ المخططات التنموية وفق الإستراتيجية التالية:

المخطط الثلاثي (1965-1967)

اختار البلد سياسة اقتصادية تتمحور حول ثلاثة محاور ذات أولوية هي: الزراعة، تكوين وتدريب الكفاءات، السياحة وتم إنشاء وزارة السياحة سنة 1965 والتي قامت بتسيير شؤون السياحة وتنظيم المهن السياحية وأصبح للسياحة جانبا رئيسيا في موازنة ميزان المدفوعات، وتم هذا من التنمية السياحية المستمرة للهياكل السياحية ولم تكن تملك سوى وحدة واحدة للتدريب السياحي ليصل عددها إلى 10 مؤسسات للتدريب الفندقي، كما تم العمل على تطوير مناطق التوسع السياحي ذات الأولوية (أغادير، مراكش، الرباط، فاس، مكناس).

وبعد إصدار قانون الاستثمار 1960 زاد عدد الأسرة سنويا 2000 سريرا حيث بلغت الطاقة الاستيعابية، 14708 سريرا في الفنادق المسجلة بعد الزيادة الكبيرة في الطلب الدولي على السياحة المغربية.

أما عن عدد السياح فقد بلغ 370000 سائحا سنة 1964.[2]

المخطط الخماسي (1968-1972):

في هذا المخطط تم الاهتمام بالسياحة الجماهيرية من خلال تطوير مرافق فندقية متوسطة الدرجة، وعرفت زيادة في عدد السياح الأجانب بنسبة 14,2% خلال المرحلة (1964-1973).

دور السياحة في المرحلة (1973-2000):

هذه المرحلة عرفت السياحة في المغرب انتعاشا كبيرا حيث بلغ عدد السياح 1,05 مليون سائح سنة 1974 وبقت الزيادة السنوية ثابتة 2% إلى غاية 1981 أين سجلت بداية الانطلاق والانتعاش من جديد حيث بلغت نسبة الزيادة في التدفق السياحي للأجانب 4% سنويا للفترة 1982 و1986 ليصل إلى أكثر من 24% سنويا بعد سنة 1987 أمام التدفق الهائل للجزائريين من الحدود الشرقية في إطار

[1]– Géotourisme, le site de la Géographie touristique en France et dans le Mond, le tourisme au Maroc, p1.

[2]- Haut commissariat au plan prospective, Maroc 2030, op cit, p12.

تحسن العلاقات السياسية والتجارية حيث بلغ عدد الجزائريين 7000 سائحا سنة 1987 ليصل إلى أكثر من 1,45 مليون سائح سنة 1990 لينخفض العدد إلى 15706 سائحا سنة 1998 بعد غلق الحدود البرية والعمل بنظام التأشيرة.

أما بالنسبة للسياح الأوروبيين والأمريكيين فقد عرف استقرار وتراوح عددهم بين (1,3-1,7) مليون سائحا خلال الفترة 1985 و1998 وبلغ عدد الليالي السياحية المباعة سنة 1985 عدد 8 مليون ليلة ليصل عددها إلى 9,7 مليون ليلة سنة 1998 بمعدل نمو سنوي 1,5% كما عرفت هذه المرحلة أيضا تخفيض الاستثمارات السياحية العامة لصالح القطاع الخاص وتنويع المنتجات السياحية والاهتمام بالأنواع الأخرى من السياحة كسياحة الأسر، سياحة الرياضة الجبلية والشتوية والسياحة الريفية.[1]

وإجمالا وخلال الفترة 1960-1993 وضعت سبع خطط للتنمية السياحية أنمرت من خلال الزيادة السنوية الطاقة الفندقية والتي عرفت تطورا كما يلي:

- زيادة 2500 سريرا سنويا بعد إصدار قانون 1973
- زيادة 4000 سريرا سنويا بعد قانون 1983
- زيادة 2000 سريرا سنويا بعد ميثاق الاستثمار 1993

هذه الزيادات جعلت معدل النمو السنوي لطاقة الإيواء والاستقبال يصل إلى 5,5 خلال الفترة (1965-2000) لتصل السياحة المغربية 0,5% من السياحة الدولية 2000 وتستقبل أكثر من 4,29 مليون سائحا أجنبيا و1,65 مليون سائحا مغربيا وإنجاز 180203 رحلة بحرية.

إن هذه النتائج المتصل إليها في القطاع السياحي المغربي جاءت نتيجة الجهود المبذولة من طرف الدولة حيث تحملت ومنحت إعفاءات ضريبية وتسهيلات ائتمانية تمويلية ومنحت ائتمان عقاري وفندقي والتي تمثل 75% من تكلفة الاستثمارات الموجهة للسياحة.

هذه الإعفاءات والتسهيلات التي منحت للقطاع السياحي جعلته يتغلب على الصعوبات والتحديات التي واجهت القطاع خاصة المديونية المفرطة للمؤسسات الفندقية وركود للطلب السياحي الدولي وقد دعمت هذه التسهيلات بالإجراءات التي اتخذت على مستوى قوانين المالية والتي أدمجت السياحة ضمن المنتوج والخدمات التي يجب تصديرها للخارج.

[1]- Haut commissariat au plan prospective, Maroc 2030, Op.cit, p12.

المطلب الثالث: الاستثمار السياحي في المغرب

يخضع الاستثمار السياحي في المغرب إلى أحكام ميثاق الاستثمار الذي صدر في إطار قانون رقم 95-18 الصادر بتاريخ 1995/11/08 والمثبوث في الجريدة الرسمية الغربية.

أولا: التحفيزات الممنوحة للاستثمار السياحي في المغرب

حدد القانون الغربي مهمة كل المساهمين في النشاط السياحي وأخضع هذه الأطراف إلى قوانين كل حسب تخصصه حيث يحكم المؤسسات الإيوائية قانون رقم 14-80 والذي يحدد أشكال الإيواء وهذا في إطار "رؤية 2020".

أما وكالات الأسفار (السياحية) فإن نشاطها يخضع لقانون رقم (96-31) المتعلق بالنظام الأساسي للوكالات السياحية والتي بلغ عددها 941 وكالة والتي توزع أكثر من 50% في الدار البيضاء ومراكش.

وفيما يخص المرشدين السياحيين والذين يبلغ عددهم 2759 مرشدا معتمدا والمقسمين إلى صنفين[1]:

- المرشدون في المدن
- المرشدون في الطبيعة

هذا القانون يحدد شروط الدخول في مهنة الإرشاد السياحي وجعلها أكثر كفاءة في تقديم الخدمات وفق معايير محددة.

أما عن التحفيزات والتسهيلات الممنوحة للاستثمار في القطاع السياحي وسواء كانت للمستمر الأجنبي المحلي والتي يمكن حصرها في نوعين من التسهيلات: الإعفاءات الضريبية والصناديق التمويلية.

1- الإعفاءات الضريبية:

- **الإعفاءات الضريبية المؤقتة:** وتتمثل في الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة والتي تصل مدتها 36 شهرا من بدء النشاط في حالة اقتناء التجهيزات المستوردة، و24 شهرا في حالة اقتناء التجهيزات المحلية.
- **الإعفاءات الضريبية الكاملة:** وتتمثل هذه الإعفاءات في ثلاثة أنواع هي:

[1]- القانون رقم 05/12 المؤرخ بتاريخ 2012/09/04 والخاص بتنظيم مهنة المرشدين السياحيين في الجريدة الرسمية عدد 6085.

- الإعفاء الكامل من الرسوم الجمركية المطبقة على المقتنيات المستوردة الموجهة للاستغلال السياحي.
- الإعفاء الكامل من ضريبة الشركات لمدة 5 سنوات على رقم الأعمال المحقق بالعملة الأجنبية، وتخفيض هذه الضريبة بنسبة 17,5% بعد انقضاء 5 السنوات الأولى.
- الإعفاء الكامل من ضريبة الدخل لمدة 5 سنوات على رقم الأعمال المحقق بالعملة الأجنبية وتخفيضها 50% بعد انقضاء 5 سنوات الأولى.

2- الصناديق التمويلية:

هي عبارة عن صناديق تقوم بتمويل وتقديم منح للمشاريع الاستثمارية السياحية ويوجد منها ثلاثة صناديق هي:

- **الصندوق المغربي للتنمية السياحية:** ويقوم هذا الصندوق بمنح التمويلات اللازمة للاستمارات السياحية التي تخضع لشروط معينة تحدد مسبقا ويبلغ رأسمال الصندوق 39 مليار درهم، تمول البنوك منه نسبة 61,5% والباقي يجمع خلال عشر سنوات.
- **صندوق الحسن الثاني:** يقدم هذا الصندوق إعانات للحصول على العقار الاستثماري السياحي قد تصل إلى 50% من قيمة العقار المراد الاستثمار فيه على أن لا تتجاوز القيمة 250 درهم للمتر المربع.
- **صندوق رينو فتيل:** وهو عبارة عن برنامج تساهم فيه البنوك لرفع الطاقة الإيوائية للمؤسسات الفندقية والخدمات المقدمة فيها: وخصص له مبلغ 103 مليار درهم لتجديد 16000 سريرا ويستفيد منه الفنادق ذات نجمة والنجمتين وثلاث نجوم والإقامات الفندقية ودور الضيافة وتصل نسبة الاستفادة 10%، أما الفنادق ذات الأربع والخمس نجوم فتصل نسبة الاستفادة 15% على أن لا تتجاوز 250000 درهم لكل غرفة بالنسبة للوحدات الكبرى.

ثانيا: تطور الاستثمار السياحي

عرفت الاستثمارات السياحية في المغرب حركية نوعية ونمو ملحوظا حيث زاد حجم الاستثمارات من 26,9 مليار درهم سنة 2010 إلى 35,3 مليار درهم سنة 2015 أي بمعدل نمو قدره 31,22%.[1]

[1]- مجلس السفر والسياحة العالمي على الموقع: www.wttc.org.Moroco2016.pdf.p5

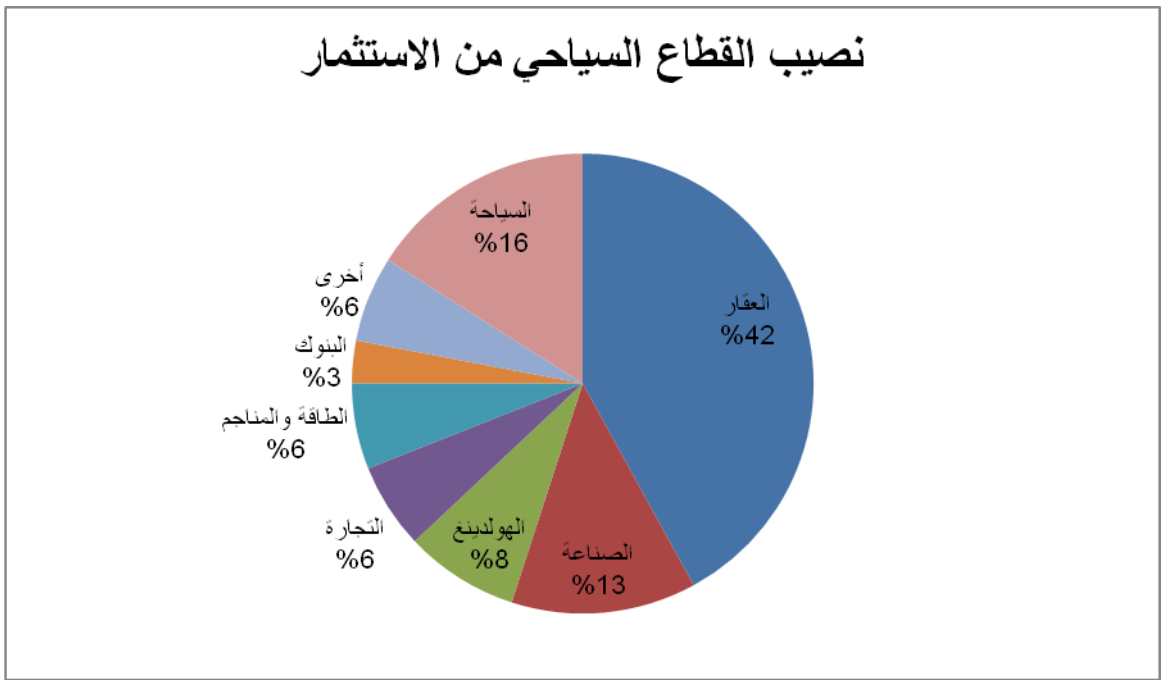
وفي سنة 2014 بلغت الاستثمارات السياحية حسب مجلس السفر والسياحة العالمي، 3,6 مليار دولار سنة 2014 تمثل نسبة 11,7% من إجمالي الاستثمارات في المغرب.

وأما في سنة 2015 فقد احتلت المغرب الرتبة 35 عالميا نظير نسبة الاستثمارات السياحية إلى الاستثمارات الإجمالية والتي وصلت 12,4% نتيجة بلوغ الاستثمارات السياحية قيمة 3,7 مليار دولار.

أما عن الاستثمار الأجنبي في القطاع السياحي فقد بلغت 35 مليار درهم تمثل 16% من إجمالي الاستثمارات الأجنبية في المغرب.[1]

والشكل التالي يبين نصيب الاستثمارات السياحية الأجنبية مقارنة مع ما في القطاعات الأخرى.

الشكل رقم (4-4): نصيب القطاع السياحي من الاستثمار الأجنبي في المغرب سنة 2014



Source : Agence marocaine de développement des investissements, 2014

نلاحظ من خلال الشكل أن نصيب السياحة من الاستثمار الأجنبي المباشر يأتي في المرتبة الثانية 16% بعد الاستثمار في القطاع العقاري الذي استحوذ على نسبة 42%، مما يعني أن القطاع السياحي له أهمية كبرى عن المستمرين الأجانب خاصة المستثمرين الفرنسيين وأن مردوديته مرتفعة مما يعطى له قوة جدب خاصة مع توفير المغرب الشروط الأساسية الكفيلة بتطوير مستلزمات التنمية وانفتاح السوق الداخلي على المنافسة الدولية من خلال وضع استراتيجيات على المدى المتوسط

[1] – المرجع السابق.

والطويل لبعض القطاعات الجوهرية بهدف توضيح الرؤية المستقبلية للمستمرين ومختلف الفاعلين الاجتماعيين والاقتصاديين واتخاذ عدة إجراءات لضمان نجاح هذه الإستراتيجية.

المطلب الرابع: الطاقة الإيوائية للهياكل السياحية في المغرب

أولا: الطاقة الإيوائية بمعيار عدد الأسرة

تعتبر الإقامة السياحية في المغرب العنصر الرئيسي في القيمة السياحية حيث يقدم مجموعة من المؤسسات والهياكل السياحية مصنفة وفقا للمعايير الدولية إذ تصل 3509 مرفقا للإقامة السياحية وينقسم إلى ثلاثة أصناف فنادق من (1* إلى 5*)، الإقامات الفندقية (RH)، وفنادق النوادي (H.C.) والنزل وبيوت الضيافة (MH)، هذا العرض ازداد في العقد الأخيرة.

وشهد تغيرا كبيرا مما يتيح له تقديم خدمات نوعية تستجيب لاحتياجات العملاء وترافق تنمية أماكن المقصد السياحي في المغرب، وهو منظما من الناحية القانونية وأي افتتاح مؤسسة للإيواء يجب أن تحترم عددا من الشروط والإجراءات المنصوص عليها في النظام الأساسي للمؤسسات السياحية (قانون رقم 00-61).

بلغ عدد المؤسسات الفندقية المسجلة 3509 وحدة سنة 2015 مقابل 3198 سنة 2014 بزيادة قدرها 10% حيث تملك هذه الزيادة إلى 231334 سريرا بزيادة 4% عن سنة 2014، وتغرى هذه الزيادة إلى زيادة 12% من بيوت الضيافة حيث تمثل 28% من القدرة الإضافية سنة 2015 تليها فنادق الأندية وفنادق 5* والإقامات الفندقية التي تمثل 9% و5%، 6% على التوالي والتي ساهمت بزيادة سعة الإيواء بنسب 18%، 15%، 13% على التوالي لنفس السنة. والجدول التالي يبين تطور الطاقة الاستيعابية للمرافق الإيوائية بالمغرب.

الجدول رقم (4-5): تطور الطاقة الإيوائية حسب الفئات خلال الفترة (2000-2015)

الفنادق	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1 نجمة	5246	10022	10488	12339	13950	14406	14574
2 نجمة	9768	13885	13685	14328	14960	15246	16092
3 نجوم	17925	24964	25768	27397	27825	29127	30132
4 نجمة	26935	46813	46993	47097	48575	48072	47572
5 نجمة	15006	27525	30187	32231	32320	33643	35217
آخرون*	20300	50810	60753	6699	74344	81117	87747
المجموع	95180	174019	187874	200091	211974	221611	231334

Source : Observatoire du tourisme au Maroc, Op.cit, p33.

نلاحظ من خلال الجدول أن القدرة الإيوائية للمرافق والمؤسسات الإيوائية بين سنتي 2000 و2010 زادت بنسبة 82,83% بزيادة سنوية 8,2% وأن الفنادق 5* زادت بنسبة 83,42% بمعدل نمو سنوية قدره 8,3%.

ومنذ 2010 زادت الطاقة الإيوائية 33% بمعدل نمو سنوي 7%، والفنادق 4* فقدت 6 نقاط من حصتها حيث كانت حصتها 27% في 2010 لتصبح 21% سنة 2015.

وبالرغم من زيادة 1,6% من طاقتها الاستيعابية لنفس الفترة، في حين الطاقة الإيوائية للفنادق 5* زادت بنسبة 28% لنفس الفترة.

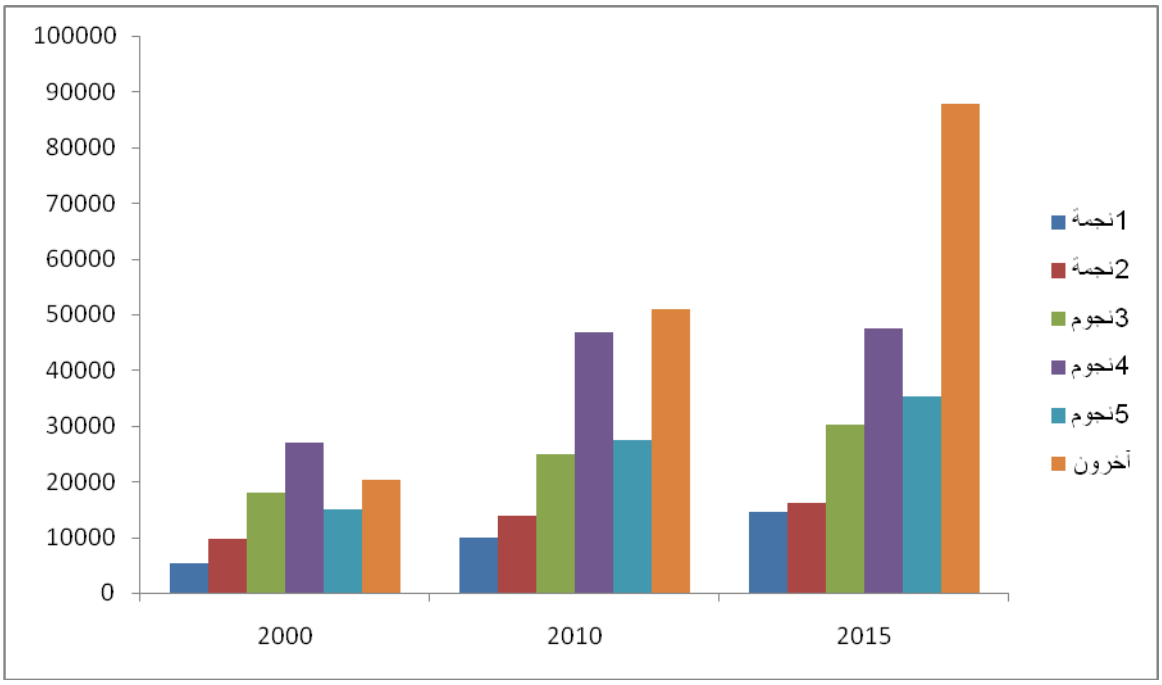
وباستناد فنادق 4* التي سجلت انخفاضا 1% في عدد الغرف وعدد الأسرة بين سنتي 2014 و2015، فإن جميع الأنواع الأخرى من الهياكل السياحية الإيوائية سجلت زيادة، بحيث كان مساكن الفنادق في المرتبة الأولى من حيث الزيادة في عدد الوحدات وعدد الأسرة بنسبة 15% و12% على التوالي، متبوعة في المرتبة الثانية الإقامات الفندقية 8% في عدد الغرف و6% في عدد الأسرة.[1]

والشكل التالي بين تطور الطاقة الاستيعابية في المؤسسات الإيوائية بالمغرب.

* آخرون: الإقامات السياحية، الأندية الفندقية، دور الضيافة، إقامة عقارية، مأوى، فندق عائلي، فندق طرقي (موتيل)، ملجأ ومخيم.

[1]– OBSERVATOIRE du tourisme au Maroc, Op.cit, p27.

الشكل رقم (4-5): تطور الطاقة الإيوائية في الهياكل الفندقية بمعيار عدد الأسرة في المغرب خلال الفترة (2000-2015).



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الجدول السابق.

ثانيا: توزيع الطاقة الإيوائية حسب عدد الفنادق

في سنة 2015 تتوزع الهياكل السياحية في المغرب بين عدة أصناف من المؤسسات الفندقية المصنفة حيث بيوت الضيافة بلغ عددها 1790 تمثل 51% من إجمالي عدد المؤسسات الفندقية والبالغ عددها 3509 مؤسسة فندقية مصنفة إلا أنها لا تمثل سوى 12% من الطاقة الإيوائية وهو ما يعادل 27760 سريرا، وهذا يعود إلى طبيعة هذه البيوت والتي تحتوي في المتوسط 15 سريرا في كل وحدة سكينة، على عكس ما سبق فإن الفنادق 4* لا تمثل سوى 5% من إجمالي عدد المؤسسات الإيوائية (187 فندقا) الموزعة في البلد إلا أنها تحتوي على 20,5% من الطاقة الإيوائية الوطنية بعدد قدره 47572 سريرا، في حين الفنادق ذات 5 نجوم لا تمثل سوى 02% من إجمالي عدد الوحدات والمؤسسات الفندقية المختلفة (7085 فندقا) إلا أنها تمتلك 15% من القدرة الاستيعابية للبيت (35217 سريرا). والجدول التالي يبين توزيع عدد الوحدات الفندقية المصنفة سنة 2015 بالمغرب.

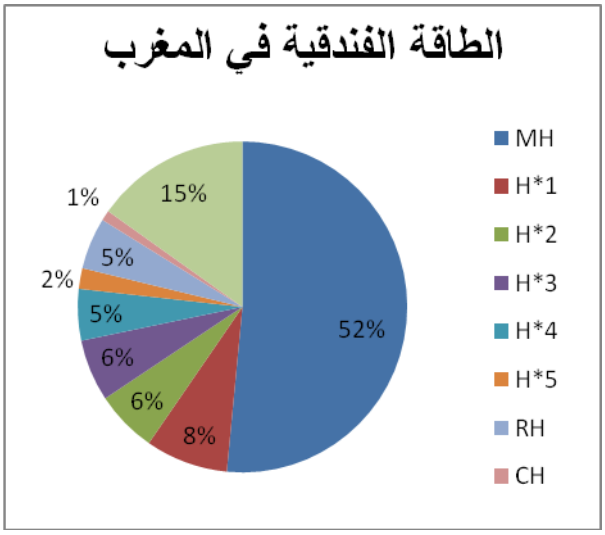
الجدول رقم (4-6): الطاقة الإيوائية بالمغرب بمعيار عدد الفنادق المصنفة سنة 2015

الفنادق	العدد
1 نجمة	274
2 نجمة	228
3 نجمة	223
4 نجمة	187
5 نجمة	85
النادي الفندقي HC	40
المجموع	1037

Source : Observatoire du tourisme au Maroc, Op.cit, p33.

والملاحظ على الفنادق المصنفة من (1-5) نجوم أن عدد الغرف يتزايد بالتوازي مع تزايد تصنيف الفندق، فالفنادق ذات الدرجات العليا أو الراقية تتميز بعدد أكبر من الغرف مقارنة مع باقي الهياكل الإيوائية، ففي سنة 2015 الفنادق ذات النجمة الواحدة والنجمتين (1*، 2*) تحتوي في المتوسط على 26 و35 غرفة على التوالي في كل فندق، هذا المتوسط يرتفع في الفنادق 3* إلى 67 غرفة وإلى 125 غرفة في الفنادق 4* و203 في الفنادق 5*، أما النوادي الفندقية فتسجل متوسط مرتفع 233 غرفة في كل نادي في حين بيوت الضيافة أو المساكن الفندقية فتحتوي في المتوسط على 7 غرف في كل وحدة. والشكل التالي يبين توزيع الطاقة الإيوائية في المغرب بمعيار عدد الوحدات.

الشكل رقم (4-6): توزيع الطاقة الفندقية المصنفة بمعيار عدد الفنادق في المغرب سنة 2015



H: فنادق

RH: إقامات فندقية

CH: نوادي فندقية.

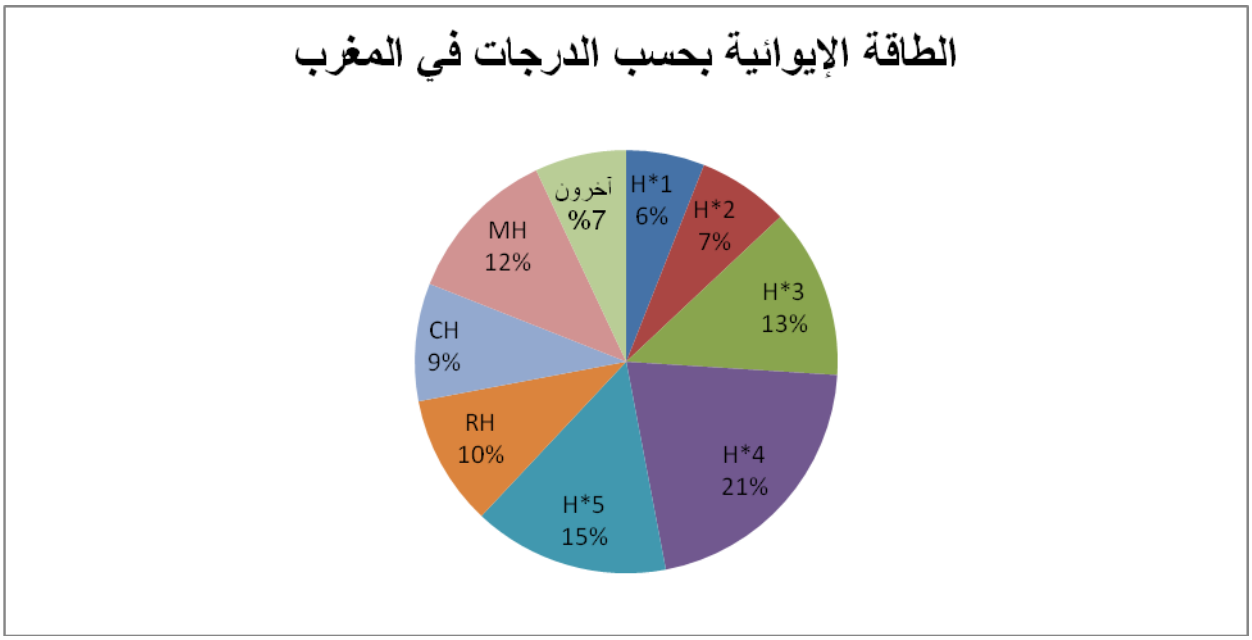
MH: بيوت فندقية.

آخرين: إقامة عقارية، مأوي، موتيل...

Source : observatoire du tourisme a Maroc op.cit, P 29.

أما الشكل التالي فهو يبين توزيع الطاقة الإيوائية بمعيار عدد الأسرة والذي يناسب طرديا مع عدد درجات الفنادق فكلما كان الفندق راقيا كلما كان عدد الأسرة كبير وكلما كان عدد التصنيف ضعيفا كان عدد الأسرة قليل.

الشكل رقم (4-7): توزيع الطاقة الإيوائية على الهياكل الفندقية بحسب الدرجات في المغرب سنة 2015



Source: observatoire du tourisme a Maroc op cit, P 29

ثالثا: الطاقة الإيوائية بمعيار الإقليم أو المدينة

وعلى صعيد توزيع الهياكل الفندقية على الأقاليم أو المدن فإن مدينة "مراكش" تبقى الوجهة السياحية رقم واحد في البلد فهي تحتوي على 33% من الطاقة الإيوائية الوطنية وتقريبا نصف عدد الهياكل الفندقية المصنفة 48% مع أكثر من 78000 سريرا و1715 مؤسسة فندقية بما في ذلك بيوت الضيافة 1340 وحدة.

أما منطقة سوس ماس "بأغادير" فتأتي في المرتبة الثانية بطاقة إيوائية 61640 سريرا وهو ما يمثل 18% من إجمالي الطاقة الإيوائية الوطنية.

أما عن معدل نمو الطاقة الإيوائية بين سنتي 2014 و2015 بمناطق مراكش، طنجا فقد سجلت على التوالي معدل 08% و05% مع تسجيل أفضل أداء.

فمنذ سنة 2010 زادت الطاقة الإيوائية للهياكل الفندقية المصنفة بنسبة 33% وهو ما يعادل 57315 سريرا وبنسبة 76% بمعيار عدد الوحدات الفندقية حيث سجلت المنطقتين السياحيتين (مراكش، أغادير) زيادة تجاوزت نصف الزيادة الوطنية خلال نفس المدة بنسبة 56% من عدد الأسرة المضافة منذ سنة 2010، حيث سجلت منطقة مراكش زيادة قدرها 17324 سريرا ومنطقة سوس ماسا بأغادير 9568 سريرا.

أما المنطقة الشرقية فقد سجلت زيادة في الطاقة الإيوائية بنسبة 58% من طاقتها بين سنتي 2010، 2015 وهو ما يعادل 3958 سريرا مضافا، ومنطقة فاس–مكناس سجلت زيادة في طاقتها الإيوائية بنسبة 56% ومنطقة بني هلال–خنيفرة سجلت زيادة في طاقتها الإيوائية بنسبة 55% نفس الفترة.

والملاحظ على الطاقة الإيوائية في المناطق السياحية هو سيطرة الفنادق المصنفة على الطاقة الإيوائية الوطنية بنسبة 72% و30% من العدد الإجمالي للوحدات الفندقية المختلفة المصنفة ويفسر هذا بارتفاع متوسط في الفندق الواحد والذي سجل 159 سريرا في الفندق الواحد وهذا خاص بالفنادق (1*–5*) في حين بقية الهياكل يتراوح متوسط عدد الأسرة 34 سريرا في الوحدة الواحدة (124 للإقامات الفندقية، 15 في بيوت الضيافة).

أما عن توزيع الفنادق المصنفة على الأقاليم فإن مراكش تستحوذ على 44644 سريرا موزعا بنسبة 31% للفنادق 5 نجوم، 24% على فنادق 4 نجوم، أما منطقة "أغادير" فتستحوذ على 26446

سريرا، 18%للفنادق خمسة نجوم و32% للفنادق أربع نجوم و30% للنوادي الفندقية، أما الدار البيضاء فإنها تمتلك 16309 سريرا من الطاقة الإيوائية موزعة بنسبة 24% على فنادق خمسة نجوم 34% على فنادق 4 نجوم.[1]

وفي الأخير يمكن القول أن هناك تركيز لتوزيع الفنادق على المدن المغرب وهذا راجع إلى الطلب السياحي الكبير على منتوج السياحي لهذه المدن وهي مراكش أغادير والدار البيضاء وطنجة مما يجعل العرض السياحي المغربي غير منوع.

ومن أجل النهوض بسياحته بنى المغرب رؤية سياحية 2010 وهو ما عرف بالمخطط الأزرق والتي عرفت انجازات هامة بالنسبة للطاقة الإيواء حيث كان عدد الأسرة سنة 2001 عدد 97000 سريرا، ليصل عددها سنة 2010 عدد 174000 سريرا محققا 75% مما هو مخطط أو مستهدف (230000 سريرا) أما في رؤية 2020 فإن الأهداف الجزئية المسطرة هو الوصول إلى 256400 سريرا سنة 2015 وتم تحقيق 90% منها حيث بلغ عدد الأسرة 231334 سريرا.

وتتوقع أن تصل إلى 372300 بحول سنة 2020 وهذا من خلال تنويع المنتجات والوجهات المتاحة للسياح، والتي تشجع على تثمين جميع الموارد الطبيعية لبلادنا، مع الحفاظ عليها والحرص على احترام الخصوصية السوسيو ثقافية للمواقع السياحية.

[1]- Observatoire du tourisme au Maroc, op.cit, p31.

المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في تونس

تعتبر تونس من أهم الدول السياحية في جنوب البحر الأبيض المتوسط نظرا للموقع الجغرافي المتميز الذي تحظى به من جهة ونظرا للمكانة التي أعطيت للقطاع السياحي منذ الاستقلال، حيث عملت على توفير المناخ الاستثماري الملائم للقطاع العام والخاص المحلي والأجنبي، وعملت على إنشاء بنية تحتية سواء المرتبطة بالهياكل السياحية أو بتنقل السياح، وهذا ما ساعد تونس في احتلال مراتب لا بأس بها في المؤشرات السياحية الخاصة بحوض البحر الأبيض المتوسط.

المطلب الأول: التدفقات السياحية البشرية

أولا: السياحة الوافدة

عرف توافد السياح على تونس تطورا ملحوظا فقد استقبلت تونس 1,5% من مجموع السياح الوافدين على حوض البحر الأبيض المتوسط سنة 1990 وتجاوز عدد السياح الوافدين 3,2 مليون سائح، ليقفز العدد إلى أكثر من 5 مليون سائحا أجنبيا سنة 2000 ويصل إلى أكثر من 7 مليون سائحا أجنبا سنة 2008 وهو أكبر عدد من السائحين من مختلف الجنسيات حققته تونس منذ الاستقلال في حين تجاوز عدد التونسيين غير المقيمين الوافدين أكثر من 2 مليون والجدول التالي يبين توزيع عدد السياح خلال الفترة المدروسة.

الجدول رقم (4-7): توزيع عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2000 - 2015).

الوحدة: ألف

السياح	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عدد السياح الوافدين	5057,5	6378,4	6903,4	4785,3	5950,4	6268,6	6069,7	4201,8
معدل التغير%	4,67	6,34	0,01	-30,68	24,34	5,35	-3,17 -30,77	

المصدر: المعهد الوطني للإحصاء – تونس – 2018.

في سنة2001 استقبلت تونس أكثر من 5,38 مليون سائحا أجنبيا ليصل عددهم إلى أكثر من 6،54 مليون سائحا أجنبيا بزيادة قدرها 2,7% عن سنة 2006 مما انعكس إيجابا على الإيرادات

السياحية التي عرفت زيادة بنسبة 6% مثل السياح الأوروبيين منهم 3,95 مليون سائحا بنسبة 60,4% والفرنسيون جاؤوا في المرتبة الأولى بعدد 1,25 مليون سائحا تمثل نسبة 19,75% من إجمالي السياح الأجانب أما في سنة 2008 فقد بلغ عدد السياح الأجانب أكثر من 7 مليون سائحا عدد الأوروبيون دائما في المرتبة الأولى بعدد 1,4 مليون سائحا تمثل نسبة 19,78% من إجمالي عدد السياح الأجانب مما يشير إلى درجة تركز السوق السياحي التونسي على السوق الأوروبية وبدرجة أكبر السوق الفرنسية، وهذا راجع إلى قرب المسافة وسهولة التواصل اللغوي (الميراث اللغوي للفرنسية الناجم من الاستعمار الفرنسي لتونس) وانخفاض التكلفة السياحية في تونس.

وفي سنة 2010 وقبل الثورة الشعبية انخفض عدد السياح إلى 6,9 مليون سائحا نتيجة المنافسة الشديدة من الجارة المغرب مثل الأوروبيون نسبة 55,2% بعدد قدره 3,8 مليون سائحا يمثل الفرنسيون نسبة 36,34% من إجمالي السياح الأوروبيين ووصل عدد المغاربة (المغرب العربي) إلى أكثر من 2,9 مليون سائحا (ليبيا 1,8 مليون، الجزائر 1,06 مليون) تمثل نسبة 49,20% من إجمالي الأجانب.

لكن بعد ثورة الياسمين 14 جانفي 2011 انخفض عدد السياح الأجانب سنة 2011 إلى 4,7 مليون سائحا يمثل الأوروبيون منهم نسبة 44,57% والمغاربة 49,8% (ليبيا 1,6 مليون سائحا) حيث انخفض عدد السياح بنسبة 30,6% عن سنة 2010 مما جعل السياحة تعاني خاصة من تحول الثورة الشعبية في ليبيا إلى حرب أهلية حيث انخفض عدد الأوروبيون بنسبة 53% والمغاربة بنسبة 41% والحجوزات لفصل الصيف بنسبة 52% والسياحة الداخلية بنسبة 8%.

ولتدارك الأمر قامت السلطات التونسية بإطلاق شعار "Enfin libre de bronzer" تستهدف عودة السياح الأوروبيين خاصة منهم الفرنسيين.

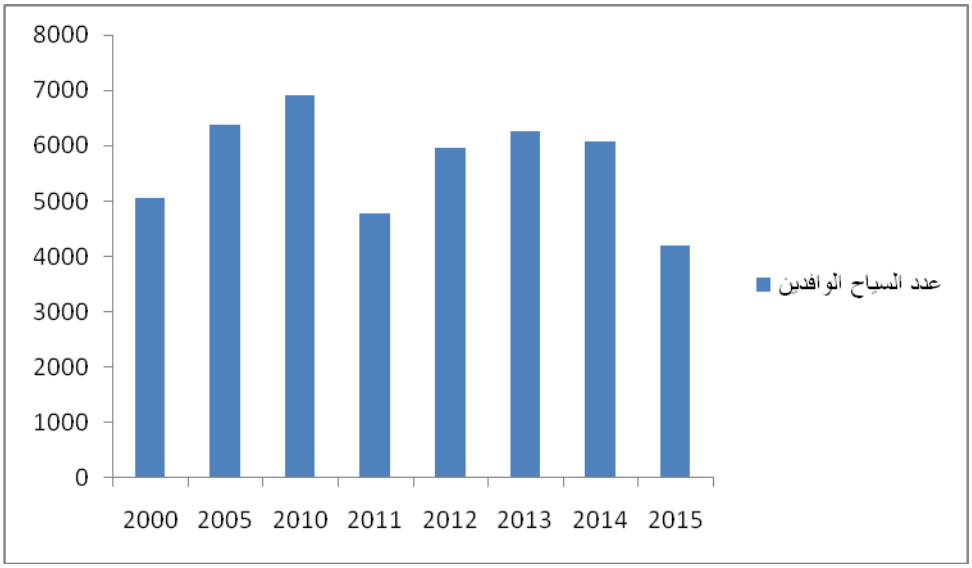
هذا التراجع في عدد السياح أدى إلى تراجع الإيرادات السياحية وفقدان الآلاف من مناصب الشغل وتراجع أنشطة شركة الطيران الوطنية وكل هذا نتيجة حظر التجوال، أعمال الشغب، الهجرة غير القانونية واستمرار عدم الاستقرار السياسي.

لكن مع بداية سنة 2012 (4 أشهر الأولى) ارتفع عدد الوافدين إلى تونس بنسبة 51,8% مقارنة مع انخفاض 41,8% سنة 2011 وارتفعت جميع المؤشرات السياحية الأخرى (الإيرادات السياحية 34,1% ، الحجوزات لفصل الصيف + 35%) وهي تقابل نسب مئوية سالبة لسنة 2011

وارتفع عدد الأوروبيين إلى 2,96 مليون سائحا يمثلون 49,8% من إجمالي الأجانب والمغاربة وصل عددهم إلى 2,84 مليون سائحا يمثلون نسبة 47,8% من إجمالي السياح الأجانب.

وفي سنة 2014، 2015 انخفضت جميع المؤشرات السياحية حيث انخفض عدد السياح الأجانب إلى 6,06 مليون، 4,2 مليون سائحا بانخفاض قدره 12,07%، 39,13% على التوالي مقارنة بنسبة 2010 هذا التراجع كان نتيجة الهجوم المسلح عل "متحف باردو" والذي أدى إلى مقتل 21 سائحا وشرطيا تونسيا في 18 مارس 2015 يليه هجوم مسلح آخر في جوان 2015 على فندق سياحي بمدينة سوسة والذي خلف مقتل 38 سائحا معظمهم بريطانيين وكان قبل بضعة أيام من انطلاق العطلة الصيفية مما أدى إلى اختلال في مؤشرات الاقتصاد التونسي خاصة أن الإيرادات السياحية بلغت 2,8 مليار أورو سنة 2014 تمثل 7,4% من الناتج المحلي الخام (BIP) والشكل التالي يبين تغيرات عدد السياح الأجانب التونسيين غير المقيمين خلال الفترة (2000 – 2015).

الشكل رقم (4-8): تطور عدد السياح الوافدين الأجانب والتونسيين غير المقيمين خلال الفترة (2000 – 2015).



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على أرقام الجدول السابق.

ثانيا: السياحة المغادرة

أما بالنسبة للتونسيين المغادرين تونس إلى خارجها فقد بلغ عددهم سنة 2000 عدد 1,6 مليون ليصل إلى 2,8 مليون سنة 2012، والجدول التالي يوضح تطورات خروج التونسيين إلى وجهات مختلفة من العالم.

الجدول رقم (4-8): تطور عدد السياح التونسيين الخارجين خلال الفترة (2000 - 2015).

الوحدة: ألف

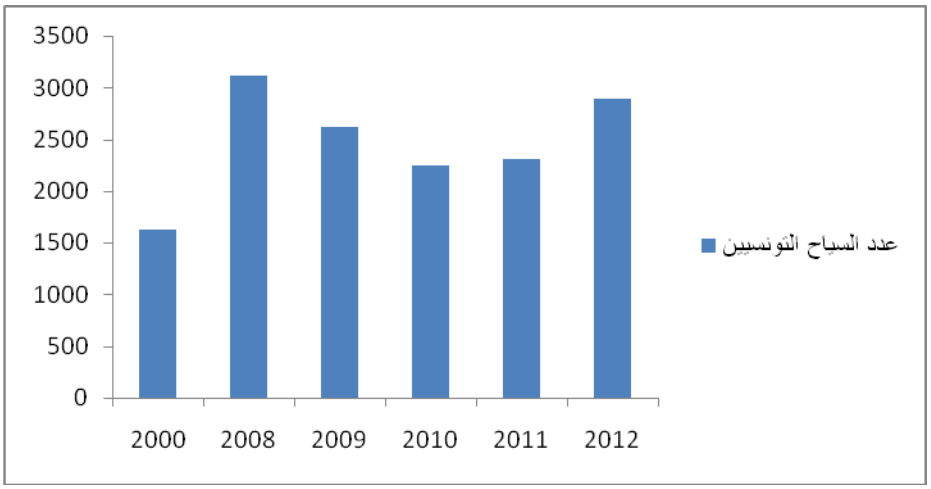
السنوات	2000	2008	2009	2010	2011	2012
	1631,8	3117,5	2623,5	2249,6	2302,9	2897,2

المصدر: المعهد الوطني للإحصاء – تونس– 2018.

من خلال الجدول يلاحظ أن عدد التونسيين المغادرين تونس في تقلب مستمر فقد كان عددهم سنة 2000 أكثر 1,6 مليون سائح حيث كانت ليبيا الوجهة المفضلة لديهم وهذا بحكم أعمال التجارة الموجودة بينهما حيث سجلت نسبة 37,8% ثم تأتي فرنسا في الريبة الثانية كأحسن ثاني وجهة بنسبة 31,6% ثم إيطاليا بنسبة 7,6% أما الجزائر فكانت تمثل نسبة 2,9 % (48200 سائحا) وهي نسبة ضعيفة آنذاك بسبب الوضعية الأمنية التي مرت بها الجزائر بدليل أنه في سنة 1995 سجلت دخول إلى الجزائر 30900 سائح كأضعف عدد دخل إلى الجزائر منذ سنة 1990 إلى غاية 2015.

أما في سنة 2012 فقد غادر تونس 2,89 مليون سائح تونسي من المقيمين وبقيت ليبيا أفضل وجهة بالنسبة للتونسيين حيث سجلت نسبة 29% ثم فرنسا بنسبة 25,3% ثم الجزائر كثالث أفضل وجهة بنسبة 19% بعدد قدر بـــــ 550 ألف سائح. أما سنة 2008 فقد سجلت خروج أكبر عدد من المقيمين التونسيين بعدد تجاوز 3,1 مليون سائحا والشكل التالي يبين تطورات خروج التونسيين إلى السياحة في الخارج.

الشكل رقم (4-9): يبين تطورات خروج التونسيين إلى السياحة في الخارج.



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق.

وبمقارنة عدد السياح والوافدين والمغادرين من المقيمين نجد أن عدد الوافدين يفوق عدد المغادرين من المقيمين مما يؤدي إلى تحقيق الميزان السياحي رصيدا موجبا لصالح تونس.

ثالثا: الليالي السياحية

تعتبر تونس من الدول المنافسة على الطلب السياحي في حوض البحر الأبض المتوسط بدليل التطور الهائل في عدد الليالي السياحية منذ الاستقلال إلى يومنا هذا والذي رافق التطور في عدد الفنادق السياحية ونوعيتها أو درجتها حسب تضاعف عدد الفنادق السياحية ستة (06) مرات ما بين 1962 و 1986 وتضاعف عدد الأسرة 24 مرة لنفس الفترة رافقه تضاعف عدد الليالي السياحية 21 مرة حيث انتقل عددها من 64000 إلى 13 مليون ليلة سياحية لنفس الفترة ليصل إلى 27,28 مليون ليلة سنة 1998 كانعكاس لتطور عدد السياح من 52000 سنة 1962 ليصل إلى 4,8 مليون سائح أجنبي سنة 1998. هذا التطور الهائل في الكمية والنوعية السياحية المقدمة للسياح يجعل تونس من الدول الرائدة في المجال السياحي في المنطقة وتنافس على استقطاب أكبر عدد ممكن من السياح الأجانب. والجدول التالي يبين تطور الليالي السياحية في تونس.

الجدول رقم (4-9): تطور عدد الليالي السياحية في تونس خلال الفترة 2000 – 2015.

الوحدة: ألف

الليالي السياحية	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
غير المقيمين	3316,5	32074.9	17154,8	25821,5	25671,5	24669,3	11034,1
المقيمين	---**	61,4	52,8	98,9	90,1	90,1	90,1

المصدر: المعهد الوطني للإحصاء، تونس 2018.

يلاحظ من خلال الجدول أن عدد الليالي السياحية سجلت تقهقرا واضحا فبعدما كان عددها أكثر من 33،16 مليون ليلة سنة 2000 انخفض إلى 32،07 مليون سنة 2010 بانخفاض قدره 3,3% بعدما سجلت 2008 كأعلى قيمة على الإطلاق منذ الاستقلال بعدد قدره 34,97 مليون ليلة سياحية.

باستثناء سنة 2012 التي سجلت معدل نمو إيجابي مقارنة مع سنة 2011 والذي بلغ معدل 50,52% الناتج عن زيادة عدد السياح والذي قارب 6 مليون سائح وكذلك ارتفاع معدل مدة الإقامة إلى 4,4 يوم وهي السنة التي جاءت بعد الثورة الشعبية سنة 2011.

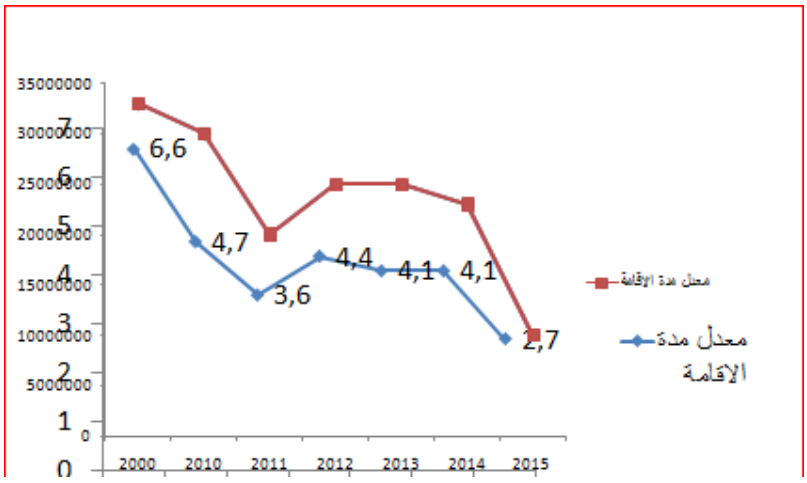
** بلغ مجموع الليالي السياحية للمقيمين سنة 2001 عدد 14500 ليلة.

لكن سنة 2015 سجلت أدنى معدل مدة الإقامة 7'2 يوم منذ سنة 1994 وانخفاض عدد السياح الوافدين إلى 4,2 مليون سائح أجنبي مما أدى إلى انخفاض الليالي السياحية إلى 11,03 ليلة مسجلة بذلك أدنى مستوى لها منذ سنة 1990 وبانخفاض قدره 65,6% مقارنة مع سنة 2010 وهذا كانعكاس سلبي لما عرفته تونس من اللاستقرار السياسي والأمني بعد سنة 2010 وخاصة سنة 2015 أي ن قتل 59 سائحا أجنبيا و12 عنصرا من الأمن الرئاسي في 24 / 11/ 2015.

أما عن متوسط معدل الإقامة فقد سجل للفترة (1994 – 2000) معدل 6,3 يوم أما الفترة (2001 – 2010) فقد كان متوسط معدل الإقامة للسياح الأجانب 5,1 يوم أما مرحلة مما بعد الثورة (2011 – 2015) فقد انخفض المعدل إلى 3,7 يوم نتيجة الخوف الذي يلازم السائح من التقلبات الأمنية والسياسية التي تعرفها تونس خلال هذه الفترة.[1]

أما عن الليالي السياحية للمقيمين فقد عرفت استقرار تطورا ملحوظا فبعد تسجيلها 61400 ليلة سنة 2010 انخفضت إلى 52800 ليلة سنة 2011 لترتفع كأعلى قيمة لهها سنة 2012 يعدد 98100 ليلة وتستقر في 90100 منذ سنة 2013 إلى غاية 2015.والشكل التالي يوضح تغيرات الليالي السياحية ومعدل مدة الإقامة في تونس للفترة (2000 – 2015).

الشكل رقم (4-10): تطورات الليالي السياحية ومعدل مدة الإقامة للفترة (2000 – 2015).



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على بيانات المعهد الوطني للإحصاء، 2018

[1]– المعهد الوطني للإحصاء – تونس، 2018.

المطلب الثاني: التدفقات السياحية المالية

أولا: الإيرادات السياحية

إن التطور الكبير الذي عرفته السياحة التونسية منذ الاستقلال في عدد السياح رافقه تطور نوعي في قيمة الإيرادات من العملة الأجنبية حيث بلغت 385 مليون سنة 1986 لتصل إلى أكثر من 2,2 مليار دينار سنة 2002 تمثل نسبة 14% من إجمالي صادرات البلاد من السلع والخدمات مما أتاح للسياحة أن تكون المصدر الثاني من العملة الأجنبية لاقتصاد التونسي بعد صناعة النسيج والجدول التالي يبين توزيع الإيرادات التونسية من السياحة:

الجدول رقم (4-10): الإيرادات السياحية التونسية خلال الفترة (2000 - 2015).

الوحدة: مليون دينار

السنوات	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الإيرادات من العملة الأجنبية	2095,1	3522,5	2432,6	3175,3	3221,4	3625,6	2414,7

المصدر: المعهد الوطني للإحصاء تونس، 2018.

عرفت الإيرادات السياحية التونسية من العملة الصعبة تطورات وتقلبات ناجمة من التغيرات السياسية التي عرفتها تونس والمنطقة العربية ككل ففي سنة 2000 بلغت الإيرادات السياحية 2 مليار دينار لتصل إلى أكثر من 3,5 مليار دينار سنة 2010 بزيادة قدرها 70,6% أي بزيادة 10% سنويا وهي زيادة تفوق المعدل السنوي الإجمالي.

أما في سنة 2011 فقد عرفت الإيرادات انخفاضا بنسبة 31% كآثار سلبية لثورة الياسمين واغتنام الفرصة من طرف المغرب وإسبانيا وتركيا واليونان لتعويض السوق التونسي والقيام بحملة دعائية ضخمة.

إن أحادث 2011 بينت حساسية القطاع السياحي التونسي حيث فقد السياحة 51% من الإيرادات السياحية بتاريخ 10 / 06 / 2011 مقارنة مع نفس الفترة لسنة 2010.

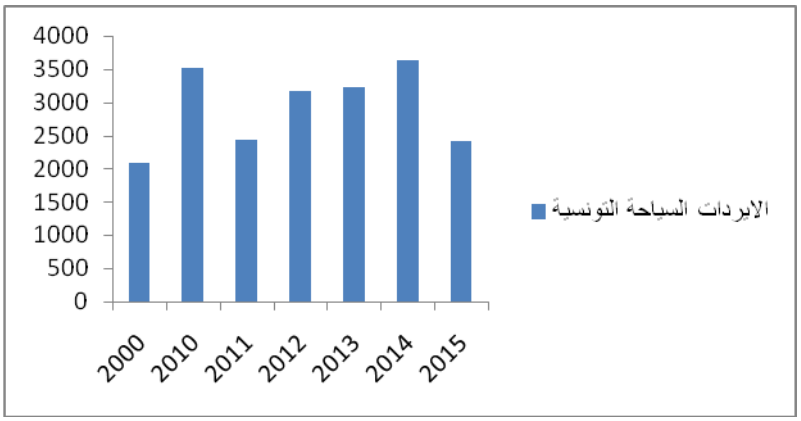
وفي سنة 2012 بدأت السياحة التونسية تستعيد عافيتها وبلغت الإيرادات السياحية 2,4 مليار دينار بزيادة قدرها 30,5% لكن بعد أحداث باردو والفندق بمدينة سوسة التي وقعت سنة 2015 والتي

أدت إلى انخفاض عدد السياح فقد انخفضت الإيرادات السياحية بنسبة 33,4% عن سنة 2014 كانعكاس سلبي لتلك الهجومات وحققت سنة 2015 أسوأ التدفقات النقدية منذ سنة 2004.

والشكل التالي يبين تطورات الإيرادات السياحية خلال الفترة المدروسة:

الشكل رقم (4-11): الإيرادات السياحية في تونس خلال الفترة (2000 - 2015)

الوحدة: الألف.



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الجدول السابق.

ثانيا: الميزان السياحي التونسي

حقق الميزان السياحي التونسي رصيدا إيجابيا طوال المدة المدروسة وحقق فائضا بسبب قلة المدفوعات الناجمة عن إنفاق السياح التونسيين المقيمين خارج بلدهم وكثرة المتحصلات الناجمة عن إنفاق السياح الوافدين إلى تونس من الأجانب والتونسيين غير المقيمين، والجدول التالي يبين تطور الميزان السياحي من سنة 2008 - 2015.

جدول رقم (4-11): تطورات رصيد الميزان السياحي في تونس خلال الفترة (2008-2015).

الوحدة: مليار دولار.

التدفقات السياحية	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الإيرادات	3,477	2,529	9,931	2,863	3,042	1,354
النفقات	0,611	0,678	0,673	0,768	0,770	0,769
الرصيد	2,866	1,851	2,258	2,095	2,272	0,585

المصدر: بنك تونس – أعداد مختلفة

من خلال الجدول يتبين أن الرصيد السياحي التونسي حقق فائضا في الميزان السياحي 2,8 مليار دولار سنة 2010 محققا أكبر رصيد خلال الفترة المذكورة لينخفض الرصيد إلى 1،85 مليار دولار سنة 2011 ناجم من زيادة النفقات السياحية (المدفوعات) بنسبة 11% وانخفاض الإيرادات السياحية (المتحصلات) 27,26% بعد اندلاع الثورة الشعبية لكن أقل رصيد في الميزان السياحي تحقيق سنة 2015 برصيد قدره 0,585 مليار دولار بانخفاض بنسبة 74,25% عن سنة 2014 هذا الانخفاض ناجم من انخفاض الإيرادات بنسبة 55,48% انخفاض النفقات بنسبة تكون معدومة 0,12% وكل هذا الانخفاض بسبب الأعمال المسلحة الإرهابية ضد السياح الغربيين في سنة 2015.

ورغم التقلبات الأمنية والسياسية والاقتصادية التي عرفتها تونس خلال السنوات الأخيرة يبقى القطاع السياحي يساهم بشكل إيجابي في التقليل من عجز الميزان التجاري وتبلغ الإيرادات السياحية أكثر من 6/1 من المبلغ الإجمالي لصادرات السلع والخدمات أي بنسبة أكثر من 18% وتعطي الإيرادات السياحية ما يقرب من نصف عجز الميزان التجاري.[1]

المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاجتماعية والثقافية في تونس

أولا: مساهمة القطاع السياحي في التوظيف في تونس

نعتبر السياحة قطاعا شاملا يحوي مجموعة من الأعمال الخدمية والتجارية المرتبطة مباشرة بالقطاع السياحي أو بطرق غير مباشرة حيث تساهم السياحة في زيادة التوظيف غي المباشر لارتباطها استهلاكها منتوجات هذه القطاعات سواء كانت سلعا أو خدمات ويزداد التوظيف المحلي كلما استهلكت السياحة المنتجات المحلية وقلصت من استخدام السلع والخدمات المستوردة حيث أن العمالة المتولدة عن إنفاق وحدة واحدة في القطاع السياحي نمثل ضعف العمالة المتولدة من إنفاق وحدة واحدة في بقية القطاعات وأن الاستثمار في قطاع الفنادق مثلا يؤدي إلى توفير فرص عمل بمعدل أكبر من الاستثمار في أي قطاع آخر.[2]

إن هذا التوظيف يرجع أساسا كون السياحة صناعة كثيفة العمل من جهة ومن جهة أخرى لوجود علاقة تكامل وترابط أمامي وخلفي مع القطاعات الأخرى خاصة الصناعات الصغيرة والمتوسطة (الصناعات الغذائية، الصناعات اليدوية، والصرفية والتذكارية...) كثيفة العمل، وتعد

[1] – Philippe Kerourio, op cit, P 18.

[2] – سهير محمد السيد حسن، الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية لصناعة السياحة في الدول النامية وبصفة خاصة مصر، رسالة دكتورة، جامعة المنوفية، بدون سنة نشر، ص40.

السياحة من أكبر القطاعات توليدا للوظائف في مجالات عديدة ومتنوعة وأن معدل خلق الوظائف في قطاع السياحة يعد أكثر سرعة من المعدلات السائدة في القطاعات الأخرى بنحو 1,5 مرة.[1]

وطبقا لدراسات مكتب العمل الدولي، فإن معدل خلق وظائف مباشرة في قطاع الفنادق فقط يتراوح بين 0,5 إلى فرصة عمل واحدة لكل غرفة جديدة في فندق ويرتفع هذا المعدل في الدول ذات الرواتب المنخفضة نسبيا ليصل إلى 1,5 أو أكثر.[2]

ومن ثم فقد اتجهت جهود قطاع السياحة في تونس إلى تطوير وتنمية المناطق السياحية وجعلها مناطق جذب للعمالة بعدما كانت مناطق طرد للعمالة نحو المدن، كمن خلال استمرار التوسع في النشاط السياحي وتطويره إضافة طاقات فندقية جديدة حتى وصل إضافة سرير جديد في فندق بتونس إلى توظيف سنوي لنحو 2,7 شخص في قطاع البناء والتجهيزات الأساسية بالإضافة إلى خلق مزيد من فرص التوظيف من خلال مضاعف التشغيل.[3] والجدول التالي يبين تطور التشغيل والتشغيل في القطاع السياحي في تونس.

[1]– وفاء عبد الباسط، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية والتحديات العالمية المعاصرة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص.

[2]– صندوق النقد العربي، التقرير السنوي، 2006، ص219.

[3]– صندوق النقد العربي، التقرير السنوي، 2006، ص219.

الجدول رقم(4-12): تطور التشغيل والتشغيل في القطاع السياحي في تونس خلال الفترة (2000-2015):

الوحدة: ألف

	2000	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015
التوظيف السياحي المباشر	79	95,4	96,6	96,9	96,8	96,1	96,0	96,5
الفنادق والمطاعم	_	125,2	125	114,6	108,4	121,9	128,2	106,7
إيجار المشتغلين في القطاعات		3155,4	3277,4	3170,7	3255,8	3368,7	3413,7	3402,0

المصدر: – المعهد الوطني للإحصاء – تونس – 2018.

– إحصاءات الفنادق والمطاعم والمشتغلين لسنة 2008، 2010، إحصاءات سنوية والباقي للثلاثي الرابع:

نلاحظ من خلال الجدول أن التوظيف المباشر في القطاع السياحي عرف استقرارا نسبيا فقد سجل سنة 2000 توظيفا مباشرا قدر 79000 وظيفة ليصل إلى 96600 سنة 2010 بزيادة 22,27% أي بزيادة متوسطة سنوي 2% أما المرحلة التي اعقبت الثورة فقد عرفت انخفاضا من 96900 وظيفة سنة 2011 إلى 96500 وظيفة سنة 2015 أي بانخفاض قدره 0,4% وقد سجلت سنة 2014 أدنى توظيف مباشر منذ سنة 2010 حيث بلغت 96000 وظيفة أما فيما يخص التوظيف في شعبة الفنادق والمطاعم فقد عرف انخفاضا من 125200 وظيفة سنة 2008 إلى 106700 وظيفة سنة 2015 بانخفاض قدره 14,77% هذا الانخفاض مرره إلى الأحداث السياسية والأمنية التي شهدتها تونس خلال هذه المرحلة.

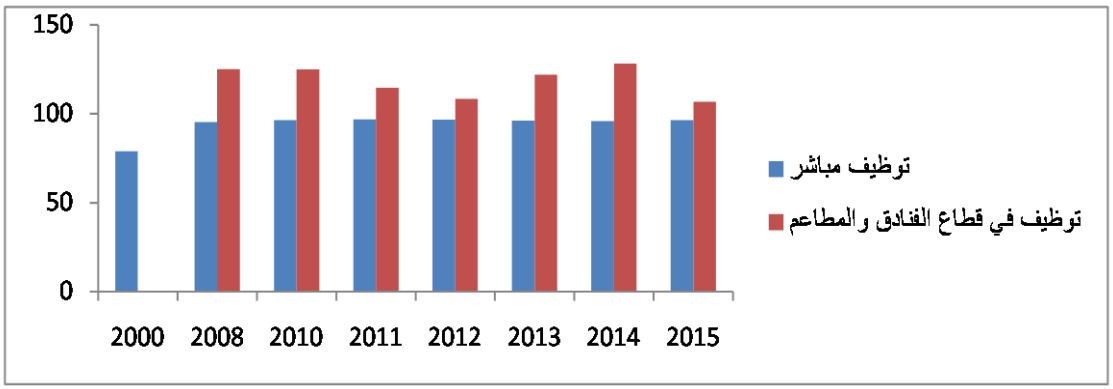
وأما عند نسبة التوظيف في القطاع السياحي من إجمالي التوظيف في جميع القطاعات فقد ساهم القطاع بنسبة 3% كتوظيف مباشر و4% من التوظيف في المطاعم والفنادق سنة 2008 من إجمالي 3,15 مليون وظيفة.

أما في سنة 2015 فقد ارتفع التوظيف الإجمالي إلى 3,4 مليون وظيفة بزيادة 3,8% من سنة 2010 لكن التوظيف في القطاع السياحي انخفض مقارنة مع سنة 2010 وانخفضت مساهمته من

إجمالي الوظائف المتاحة في تونس إلى 2,8% كتوظيف مباشر و3,13% كتوظيف في المطاعم والفنادق بعد ساهم سنة 2010 بنسبة 2,9% و3,18% على التوالي.

هذه النسب تعتبر بعيدة عن المعدل العالمي الذي تقره منظمة الدولية للسياحة والذي حدد 8% – 10% إجمالي الأبدي العاملة، والشكل الموالي يبين تطور التشغيل في القطاع السياحي في تونس.

الشكل رقم (4–12): التشغيل في القطاع السياحي في تونس خلال الفترة (2000 – 2015):



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على معطيات الجدول السابق.

المبحث الرابع: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في المغرب

المطلب الأول: التدفقات السياحية البشرية

أولا: السياحة الوافدة

سجل المغرب نتائج إيجابية في مؤشر التدفقات السياحية الوافدة حيث كان عدد الوافدين 4,27 مليون سائح سنة 2000 ليصل عددهم إلى 9,28 مليون سنة 2010 بزيادة قدرها 11,7% بزيادة معدل سنوي 11,7% إلا أن الأحداث التي عرفتها المنطقة أدت إلى انخفاض المعدل السنوي ليستقر عددهم 10,17 مليون سائح سنة 2015 بزيادة قدرها 9,5% عن سنة 2010 والجدول التالي يبين تطورات السياحة الوافدة إلى المغرب.

الجدول رقم (4-13): تطورات عدد السياح الوافدين في المغرب خلال الفترة (2000 - 2015).

السياح	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الأجانب	2325505	4910435	4933883	2011729	5323333	5437453	5151704
غير المقيمين	1952615	4377903	4408250	4363427	4722931	4845491	5025058
المجموع	4278120	9288338	9342133	9375156	10046264	1028944	10176762

Source : Observatoire du tourisme ou Maroc

يتشكل هيكل السياحة الوافدة في المغرب من السياح الأجانب (TES)* والمغاربة المقيمين بالخارج (MRE)**

يلاحظ من الجدول أن تطورات احصائيات السياحة الوافدة يمكن تقسيمها إلى مرحلتين:

المرحلة الأولى (2000 - 2010): هذه المرحلة عرفت تطورا كبيرا تجاوز المعدل السنوي الدولي حيث زاد عدد السياح الأجانب من 2,3 مليون سائح إلى 4,9 مليون سائح بزيادة قدرها 111% أي بمعدل 11%.

كما يعود هذا التطور الهائل إلى بداية تطبيق الاتفاق المبرم بين المغرب والدول الأوروبية حيث بدأ التطبيق الفعلي له في 12 ديسمبر 2006 إذ كان المتوسط السنوي لمعدل النمو في عدد الوافدين خلال الفترة (2001 - 2005) هو 6% أما بعد التطبيق فإن متوسط المعدل السنوي لزيادة عدد السياح الوافدين وصل إلى 12% خلال الفترة 2006 – 2011.

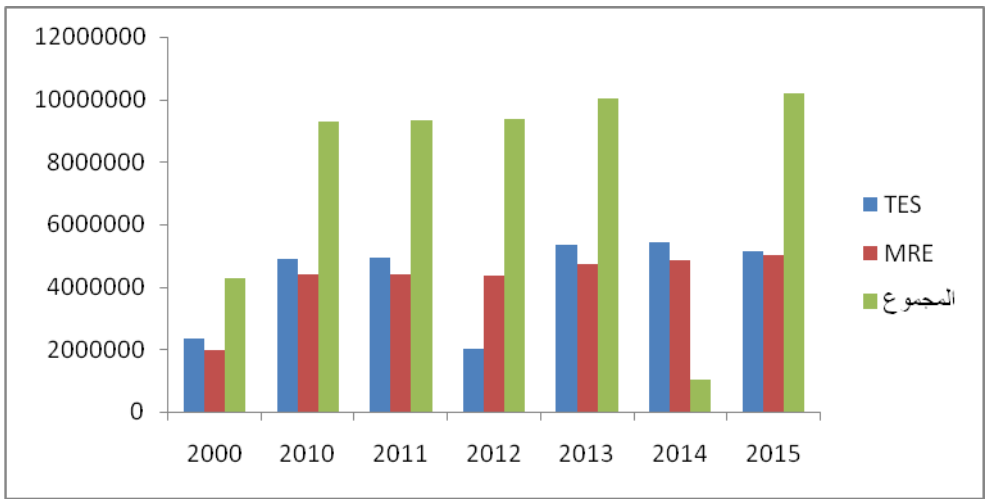
* TES : Touriste Etrangers de Séjour.
** MRE : Marocains Résident à l'Etrangers

كما يرجع هذا أيضا إلى إستراتيجية التسويق الإلكتروني المعتمدة من طرف ONMT والتي خصص لها ميزانية 500 مليون درهم سنة 2010 مقارنة مع سنة 2000 التي كانت مخصص له 170 مليون درهم لاستهداف سوق أوروبا الشرقية وروسيا.[1]

أما تطور السياحة الوافدة بالنسبة للمغاربة المغتربين أو المقيمين بالخارج، فقد كان عددهم 1,9 مليون سائح سنة 2000 لينتقل إلى 4,3 مليون سائح سنة 2010 بزيادة 124% بمعدل نمو سنوي 14,4% وهو ما يؤكد نجاح إستراتيجية المخطط الأزرق أو "رؤية 2010" في تحقيق أهدافها بخصوص هذا المؤشر.

المرحلة الثانية (2010 – 2015): إن الظروف الأمنية وعدم الاستقرار السياسي للمنطقة أدى إلى تباطؤ معدل النمو حيث بلغ عدد السياح الأجانب 5,15 مليون سائح سنة 2015 بزيادة نسبة 5% أي زيادة بمعدل سنوي 1%، أما المغاربة غير المقيمين فقد بلغ عددهم 5 مليون سائح سنة 2015 بمعدل 14,7% منذ سنة 2010 أي بمعدل نمو سنوي 3%، والشكل التالي يبين تطورات السياحة في المغرب.

الشكل رقم (4-13): تطورات السياحة الوافدة إلى المغرب خلال الفترة (2000 – 2015).



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الجدول السابق.

يلاحظ من الشكل أن عدد الأجانب كان دائما أكبر من عدد المغاربة غير المقيمين حيث كان توزيعهم 50,6 للأجانب و 49,3 للمغاربة غير المقيمين سنة 2015. ويبقى الغرض من السياحة بالنسبة للمغاربة هو زيارة الأهل والأصدقاء مع الاستجمام.

[1]– MAXIME WEIGERT, le role des firmes touristiques dans le développement du tourisme au Maroc ; IPEMED, décembre 2010, P 12.

والملاحظ على الإحصائيات السابقة أن العدد الإجمالي للسياح تراجع سنة 2015 مقارنة مع سنة 2014 سواء من جانب السياح الأجانب أو السياح المغاربة غير المقيمين بنسبة إجمالية 1%.

نتيجة تراجع مؤشر السياح الأجانب بنسبة (5,3% -) وزيادة المغاربة غير المقيمين بنسبة 3,7%. هذا الانخفاض في السياح الأجانب نتيجة انخفاض عدد السياح الفرنسيين 5% والبلجيكيين 2% بالرغم من زيادة السياح الألمان والبريطانيين بنسبة 8% و 5% على التوالي.

ثانيا: توزيع السياحة الوافدة حسب جنسية السياح

كبقية الدول المغاربية الأخرى تتركز السياحة الوافدة إلى المغرب في السياح الفرنسيين حيث يشكلون نسبة 33% من إجمالي السياح الأجانب تأتي في المرتبة الثانية السياح من الجنسية الإسبانية والجدول التالي يوضح توزيع السياح الأجانب حسب الجنسية في المغرب.

الجدول رقم (4-14): توزيع السياح الأجانب في المغرب حسب الجنسية خلال الفترة (2010 - 2015).

البلد	2010	2014	2015	النسبة 2010 %	النسبة 2014 %	النسبة 2015 %
فرنسا	3374155	3494112	3322338	36	34	33
إسبانيا	2036887	2134061	2130842	22	21	21
ألمانيا	481791	572604	615573	5	6	6
بريطانيا	458027	625852	659310	5	6	6
إيطاليا	380966	417599	397406	4	4	4
بلجيكا	514959	592193	580740	6	6	6
هولندا	482898	543586	548838	5	5	5
الو.م.أ	191334	228616	245091	2	2	2
دول أخرى	1367321	1674320	1676523	15	16	16
المجموع	4910435	5437453	5151704	100	100	100

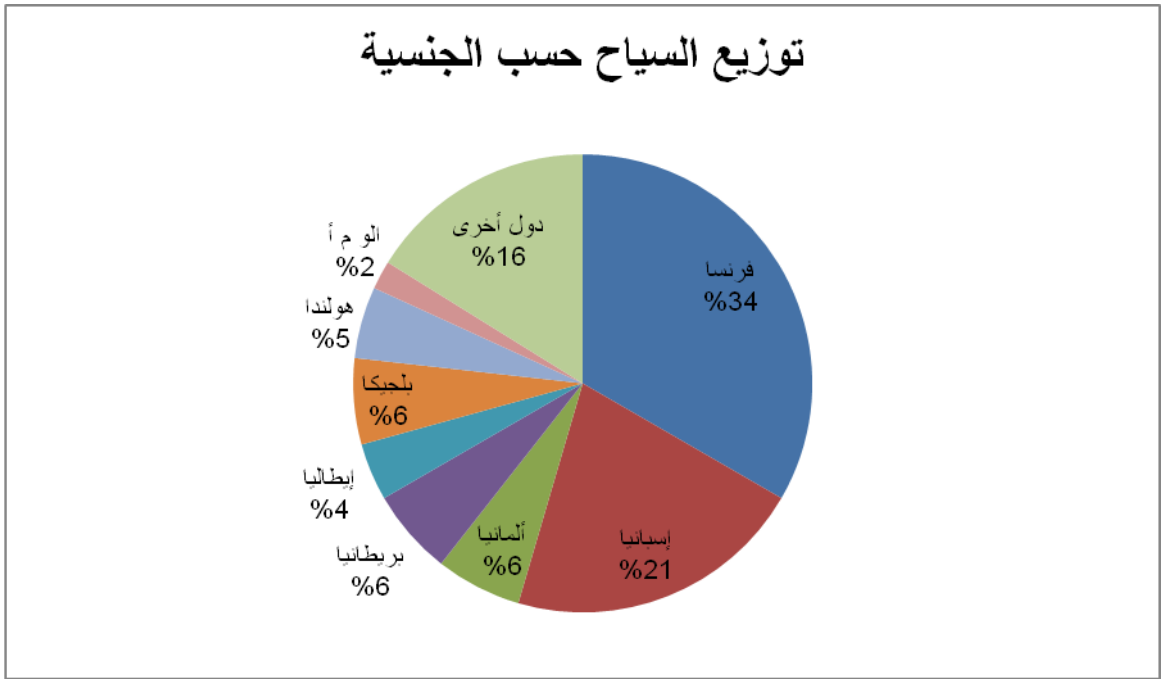
Source : Observatoire du tourisme ou Maroc, Stastique sur le tourisme au Maroc, Décembre 2015, P 3

يلاحظ من الجدول أن توزيع السياح في المغرب بقى تقريبا ثابتا منذ سنة 2001 وأن فرنسا وإسبانيا تستحوذ على 56% من الطلب السياحي سنة 2015 وهذا ما جعل السياحة في المغرب رهينة العلاقات السياسية مع هذين البلدين وكذلك وهينة الوضعية الاقتصادية للدول الأوروبية، ومن أسباب هذا التوافد وجود روابط تاريخية وثقافية القرب الجغرافي وتحرير النقل الجوي وأن 59% من

الفرنسيين زاروا المغرب أكثر من مرة وتصل هذه النسبة إلى 66% عن الإسبان ووصل رضا الزبون الأوروبي عن الخدمات السياحية التي يتلقاها في المغرب بنسبة عالية تصل إلى 75%.[1]

أما بالنسبة للسياح من منطقة المغرب العربي فتشكل نسبة 2,17% والسياح من الشرق الأوسط تمثل نسبة 3% من إجمالي السياح سنة 2014. والشكل التالي يبين توزيع السياح حسب الجنسية.

الشكل رقم (4-14): توزيع السياح حسب الجنسية في المغرب سنة 2015.



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الجدول السابق.

ثالثا: تطور الليالي السياحية في الفنادق المصنفة في المغرب:

عرف مؤشر الليالي السياحية تطورات هائلة في المغرب خلال الفترة 2000 – 2015، فقد كان مجموع الليالي السياحية سنة 2000 عدد 13,5 مليون ليلة ليصل إلى 18,3 مليون لسلة سياحية سنة 2015 بزيادة قدرها 35,87%، هذه الزيادة كانت نتيجة الجهود المبذولة من طرف القائمين على السياحة وقد ظهرت نتائجها أكثر وضوحا في إستراتيجية "رؤية 2010" خلال الفترة (2001 – 2010) والجدول التالي يوضح تطورات الليالي السياحية في المغرب.

[1]- Observatoire du tourisme ou Maroc, Op.cit, P 10.

الجدول رقم (4-15): تطور عدد الليالي السياحية (المبيتات) بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة بالمغرب خلال الفترة (2000 - 2015).

الأسواق	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
غير المقيمين	11267753	1395247	12418682	12547875	13931125	14326312	12504104
المقيمون	2271814	4065732	4448540	4936255	5183004	5307163	5892414
المجموع	13539567	18021979	16867222	17484130	19114129	19633475	18396518

المصدر: - المرصد السياحي المغربي، أعداد مختلفة.

- وزارة السياحة.

يلاحظ من خلال الجدول أن التطور الكبير في مؤشر الليالي السياحية كان خلال المرحلة الأولى أو في المخطط الأزرق "رؤية 2010" والتي ظهرت معدلات نمو كبيرة.

فبالنسبة لمبيتات الأجانب أو الأجانب والمغاربة غير المقيمين فقد كان عددهم 11,26 ليلة سنة 2000 ليصل إلى 13,95 مليون ليلة سنة 2010 وبزيادة 23,86% في حين كانت نسبة التغير سالبة سنة 2010 و 2015 نتيجة تراجع عدد الأجانب والمغاربة غير المقيمين وصل عددهم 12,5 مليون أي بانخفاض 10,4% عن سنة 2010 هذا الانخفاض مرده إلى التفجيرات التي عرفها المغرب سنة 2015 وإلى الأحداث في المنطقة ككل، في حين كان عدد الليالي السياحية المقضاة سنة 2000 من طرف المقيمين 2,27 مليون ليلة لتصل إلى 4,06 مليون ليلة سنة 2010 بزيادة 78,96% وفي سنة 2015 كان عدد الليالي السياحية للمقيمين 5,8 مليون ليلة بزيادة قدرها 44,9% وهذا يعني عدد تأثير السياح المقيمين بالأحداث والتحفيزات التي عرفتها بعض المدن المغربية كالهجوم الذي وقع بتاريخ 2011/04/28 بالمدينة السياحية الأولى "مراكش" والذي اسفر عن قتل 16 شخص منهم 08 سياح فرنسيين والأحداث في كل من مالي وتونس ومصر وفرنسا (هجوم على جلة شارلي إيبدو) أثر بشكل سلبي ومباشر على السياحة المغربية.

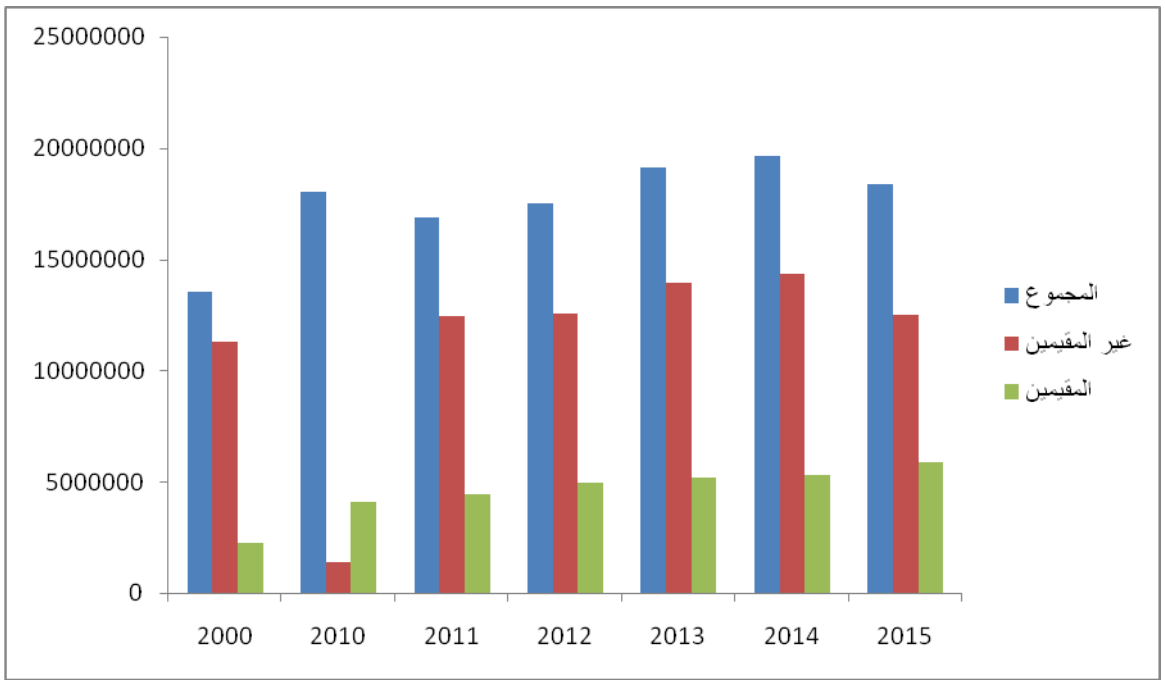
وبمقارنة سنة 2015 بسنة 2014 انخفض العدد الإجمالي للمبيتات المسجلة بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة بنسبة 6,3% مقارنة مع سنة 2014 حيث كان الانخفاض بالنسبة للأجانب 12,6% مع تسجيل زيادة في عدد الليالي السياحية المقضاة من طرف المقيمين بنسبة 11% وأشهر المدن التي سجلت أداء سلبيا في هذا المؤشر نجد مراكش واغدير 7%- لكل منهما وتعادل هذه النسبة 67% من

المبيتات على المستوى الوطني، وسجلت فاس أداء سلبيا بنسبة -12% والدار البيضاء -4% والرباط -4%.

كما انخفضت نسبة ملء الغرف نهاية 2015 بأربع نقاط مقارنة مع سنة 2014 حيث سجلت 40% وجاءت الفنادق 4* في المرتبة 44% ، 5* 51%.

أما عن معدل مدة الإقامة فقد سجلت 3 أيام في كل من سنة 2010 – 2014 و2,9 يوم بالنسبة لكل سائح سنة 2015 والشكل التالي يوضح تطور الليالي السياحية في المغرب.

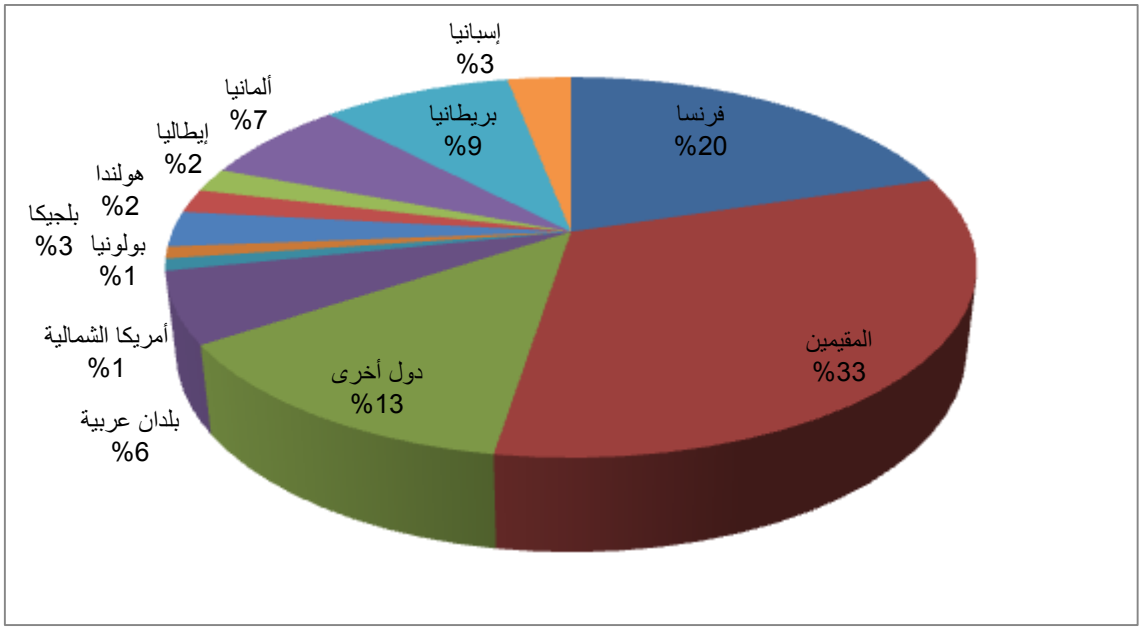
الشكل رقم (4-15): تطور عدد الليالي السياحية (المبيتات) بمؤسسات الإيواء المصنفة في المغرب خلال الفترة (2000 - 2015).



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الجدول السابق.

وأما عن جنسية السياح الذين يقضون الليالي السياحي في المغرب سنة 2015 فقد استحوذ الأوروبيون على نسبة 74% من إجمالي الليالي السياحية لغير المقيمين يستهلك الفرنسيون 20% من إجمالي الأجانب. والشكل التالي يوضح توزيع الليالي السياحية المقامة داخل الهياكل الفندقية المصنفة على السياح حسب الجنسية.

الشكل رقم (4-16): توزيع السياح على الليالي السياحية حسب الجنسية سنة 2015.



Source : observatoire du tourisme Maroc, 2015 , P 27.

وأما عن تنشيط الليالي السياحية المقامة فقد جاءت الفنادق 4* في المرتبة الأولى بمجموع 5,4 مليون ليلة سياحية يمثل نسبة 29% من إجمالي اليالي السياحية المقامة في المغرب موزعة بين 4,.. مليون ليلة لغير المقيمين، و1,4 مليون ليلة للمقيمين، وتأتي الفنادق 5* في المرتبة الثانية بنسبة 23% موزعة 3,1 مليون ليلة لغير المقيمين و1,2 مليون ليلة للمقيمين، ويقام أكبر عد من الليالي في شهر أوت 2,4 مليون ليلة.

رابعا: السياحة المغادرة (المعاكسة):

تعتبر السياحة المغادرة عبارة عن تسريبات للعملة الأجنبية إلى الخارج ويحرمون القطاع السياحي الوطني من إيرادات محتملة كان يمكن تشغيلها في الداخل، حيث يعتبرون حصصا سوقية يجب للفاعلين في القطاع السياحي استردادها عن طريق توفير منتجات سياحية تتناسب مع خصائصهم وميولاتهم، ولقد تجاوز عدد المغاربة المغادرين التراب المغربي 2,3 مليون سائحا سنة 2012 (27,4% باتجاه فرنسا) في مقابل كان عددهم 1,3 سائحا سنة 2000، بما يقابل زيادة بمعدل سنوي 3,6%، بما يجعلها في المرتبة بعد إسبانيا في معدل الزيادة السنوية في عدد المغادرين حيث سجلت نسبة 9,5% خلال الفترة (2000 - 2012) في حين سجلت تونس، مصر، فرنسا، تركيا، وهي دول منافسة خروج 2,3 مليون سائح، 4,1 مليون سائح، 25,4 مليون، 5,8 مليون سائح على التوالي.

وبحساب رصيد الحركة السياحية فإن السياح المغادرة تمثل 20% من السياحة الوافدة بما يجعل المغرب في المرتبة الرابعة بعد فرنسا (23,5%) ومصر (27%)، وتونس(28.5%) [1] .

المطلب الثاني: التدفقات السياحية المالية في المغرب

أولا: تطورات الإيرادات السياحية في المغرب

شهدت الإيرادات السياحية في المغرب والتي تمثل نفقات السياح الأجانب في المغرب تحسنا ملحوظا وبزيادة مماثلة لسنة 2014 والجدول التالي يوضح تطورات الإيرادات السياحية في المغرب.

الجدول رقم (4-16): تطورات الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة (2001 - 2015).

	2001	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الإيرادات السياحية مليون درهم	29200	40967	56422	58904	57835	57579	59317	61150
معدل التغيير %	---	---	---	4,39	- 1,8	- 0,44	3	3

Source : observatoire du tourisme Maroc.

نلاحظ من خلال الجدول أن مرحلة المخطط الأزرق أو "رؤية 2010" كانت ناجحة في تحقيق جزء كبير من الأهداف بنسبة 82% من أهداف الإيرادات المخطط له حتى تجاوزت الإيرادات السياحية إيرادات الفوسفات تحويلات المغاربة في الخارج.

فمن سنة 2001 إل 2010 زادت الإيرادات السياحية بنسبة 93% وهي تقريبا ضعف ما حقق سنة 2001 بمعدل سنوي تقريبا 9%.

أما من سنة 2011 إلى 2015 وهي مرحلة "رؤية 2010" فقد زادت الإيرادات السياحية بنسبة 3,9% فقط.

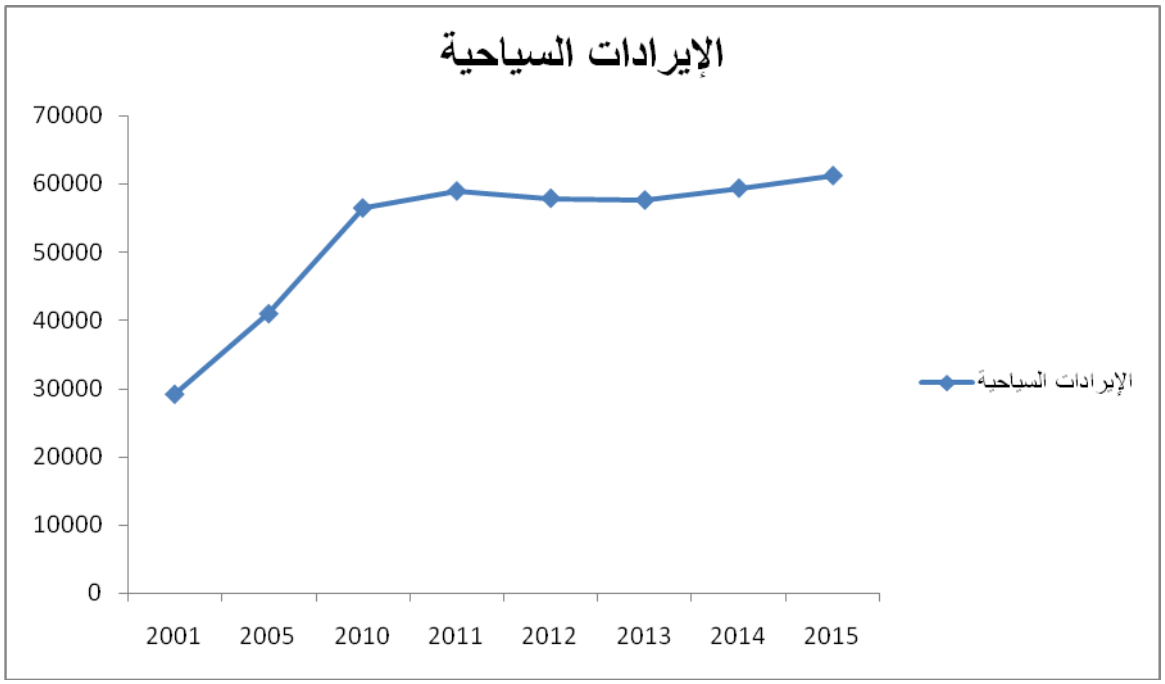
وبالرغم من انخفاض المجموع الإجمالي لعدد السياح بين سنتي 2014، 2015 بنسبة 1% إلا أن الإيرادات السياحية زادت بنسبة 3% وهذا راجع إلى زيادة عدد السياح المغاربة غير المقيمين بنسبة 3,7% مما يبين الدور الكبير لغير المقيمين في المساهمة في تنشيط القطاع السياحي.

أما عن متوسط المعدل السنوي للمرحلة 2010 – 2015 فقد كان 1,63% سنويا هذا التراجع في متوسط المعدل السنوي مقارنة مع المرحلة الأولى راجع الأساس إلى الأحداث التي عرفتها المنطقة

[1] MINISTERE de l'économie et des finances, le tourisme interne en tout que levier de croissance pour le secteur, Juillet 2014, P 14.

والمغرب خصوصا (التفجيرات)، دول الجوار (تونس، ليبيا، مالي) وكذا الدول المصدرة للسياح (فرنسا). والشكل التالي يبين تطور الإيرادات السياحية في المغرب.

الشكل رقم (4-17): تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة (2000 - 2015).



المصدر: من اعداد الطالب بناء على الجدول السابق

ثانيا: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب

إن التطور الكبير الذي عرفه توافد السياح على المغرب بعد سنة 2001 تحقيق عائدات سياحية وتزايد معدل نمو السياحة أكبر من تزايد معدل النمو الناتج المحلي الإجمالي وأصبحت السياحة المساهم الأول في الناتج المحلي الإجمالي وكان متوسط هذه المساهمة 8,3% منذ سنة 2004.*

والجدول التالي يبين تطورات مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي BIP.

الجدول رقم (4-17): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب خلال الفترة (2001 - 2015).

السنوات	2001	2005	2009	2010	2012	2014	2015
المساهمة%	3,6	8,1	6,5	6,8	7,8	8,3	8,1

المصدر: - وزارة السياحة في المغرب.

- الرصيد السياحي في المغرب أعداد مختلفة.

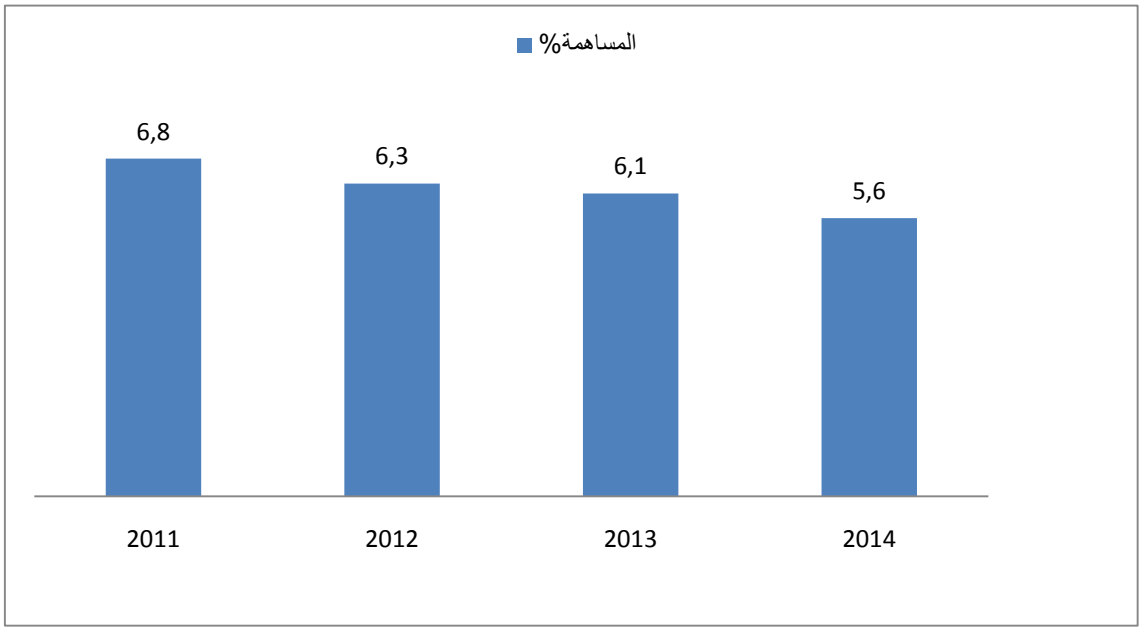
* نسبة مساهمة السياحة = مجموع الإيرادات السياحية / مجموع الناتج المحلي الإجمالي.

نلاحظ من الجدول أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بلغت 8,3% سنة 2014 كأقصى معدل منذ سنة 2001 لينخفض في 2015 إلى 8,1% وهو ما يساوي المعدل العالمي هذه المساهمة كانت نتيجة نجاح خطة "رؤية 2010" في تحقيق أهدافها.

ثالثا: تطور رصيد الميزان السياحي المغربي

إن تدفق السياح إلى البلد المقصد ينتج عنه متحصلات أو إيرادات سياحية يقابله خروج المقيمين لقضاء عطلهم في الخارج أو لأغراض أخرى غير العمل ينتج عنه أيضا مدفوعات أو نفقات سياحية نتيجة تحويل العملة الأجنبية إلى الخارج وينتج عن الفرق بين الإيرادات والنفقات ما يعرف بالرصيد السياحي الذي يعتبر جزء من الحساب الجاري في ميزان المدفوعات، ولقد تطورت الإيرادات السياحية في المغرب أكبر من تطور النفقات السياحية من حيث الكمية مما نتج عن رصيد موجب والشكل التالي يوضح رصيد الميزان السياحي المغربي.

الشكل رقم (4-18): تطور رصيد الميزان السياحي في المغرب خلال الفترة (2011 - 2014).



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات:

- البنك الدولي.
- صندوق النقد العربي التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2015، ص 491.

*أرقام 2014 لا تتضمن بند النقل الدولي.

يلاحظ من خلال الدول أن الميزان السياحي كان يحقق فائضا مزمنا نتيجة زيادة الإيرادات السياحية على المدفوعات السياحية العكسية إذ تمثل السياحة الوافدة 4 أضعاف السياحة المغادرة.

كما يعود أيضا هذا الفائض إلى تباين مستوى الإنفاق بين السياح الوافدين والمغاربة المغادرين، نتيجة الدخول المرتفعة لدى الأجانب مقارنة بالمغاربة من جهة وكذا ارتفاع قيمة العملات الأجنبية مقارنة مع الدرهم المغربي.

وتبقى السياحة مصدرا هاما لجلب العملة الأجنبية إلى جانب تحويلات المغاربة المقيمين في الخارج وتمثل العائدات بالعملة الأجنبية ما يقرب من 29% من صادرات السلع والخدمات، كما أن رصيد ميزان الرحلات قد غطى 24% من العجز في الميزان التجاري سنة 2014.[1]

[1] المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، إحالة رقم 2015/16، المغرب، 2015، ص 15.

خلاصة الفصل الرابع:

تتمتع كل من تونس والمغرب بمقومات طبيعية وحضارية ساهمت في تنشيط الحركة السياحية وأن تكون له حصة معتبرة من سياحة البحر الأبيض المتوسط.

ولقد تعرضت منطقة شمال إفريقيا إلى هزات أمنية في إطار ما يعرق بالربيع العربي أثرت بشكل مباشر اتجاه حركة السياحة، إن كان المغرب استطاع بفضل الإستراتيجية السياحية الموضوعة تجنب الآثار السلبية والاستفادة من الوضع العام للمنطقة وأن يكون بديلا عن تلك الدول المتضررة بشكل خاص تونس ومصر.

ولقد ساهمت السياحة ومنذ الاستقلال في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولتين بسبب إعطاءها أهمية خاصة وجعلها قطاعا استراتيجيا بعد والقطاع الفلاحي.

ففي تونس كانت المؤشرات السياحية للعرض أو الطلب السياحي ايجابية وتحقق المعدلات الدولية بشكل كبير جدا وحقق القطاع السياحي وخسائر مما أدى إلى غلق الكثير من المؤسسات الفندقية.

أما المغرب وإن تعرض إلى بعض الهجومات الإرهابية المتقطعة، إلا أنه ستطاع الاستفادة من الوضع في تونس، وحققت المؤشرات نتائج ايجابية لكن التأثير السلبي كان نتيجة تعرض الدول الأوروبية المصدرة للسياح إلى الأزمات المالية أو الأمنية.

الفصل الخامس

مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر ومقارنتها بالبلدان المغاربية [تونس، المغرب]

الفصل الخامس: مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر ومقارنتها بالبلدان المغاربية (تونس، المغرب)

تمهيد:

تعتبر الدول المغاربية (الجزائر، تونس، المغرب) من الدول التي تزخر بالمؤهلات الطبيعية والمقومات السياحية الأثرية والإمكانيات المادية والبشريةK التي تمكنها من تطوير نشاطها السياحي، واللحاق بركب الدول التي يساهم القطاع السياحي بشكل كبير في الناتج المحلي الإجمالي، وتطوير القدرات الاقتصادية والاجتماعية لها.

إلا أن هذه الدول مرت بظروف سياسية وأمنية أثرت بشكل سلبي على تنفيذ المخططات، أو عجلت بوضع مخططات استثنائية لتدارك الوضع السائد في جميع القطاعات، بما فيها القطاع السياحي، وجعله يتماشى مع البرامج المخططة مسبقا.

ومن خلال هذا الفصل سيتم دراسة الآثار الاقتصادية والاجتماعية للأسواق السياحية الثلاث ، ومعرفة مكانة القطاع السياحي على المستوى المحلي والعالمي من خلال مقارنة المؤشرات السياحية الداخلية من جهة، ومقارنتها بالمؤشرات التي تضعها الهيئات الدولية المختصة في المجال السياحي.

وعليه تم تقسيم الفصل إلى مبحثين:

- **المبحث الأول: مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر**
- **المبحث الثاني: مقارنة مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلدان المغاربية (الجزائر – تونس – المغرب)**

المبحث الأول: مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر

إن التدفقات السياحية التي تتم بين الدول (الوافدة، المغادرة)، ينتج عنها تدفقات مالية تساهم بشكل فعال في تحقيق توازن ميزان المدفوعات، وتساهم أيضا في خلق مناصب شغل دائمة ومؤقتة تزداد نسبتها في أوقات الذروة أو في فصول معينة من السنة، نتيجة زيادة الاستثمارات السياحية من جهة ومن جهة أخرى نتيجة النشاط السياحي الممارس في مناطق معينة، هذا الأخير يؤدي بدوره إلى تطوير مناطق الجذب السياحي وخروجها من العزلة.

المطلب الأول: التدفقات السياحية البشرية في الجزائر

أولا: التدفقات السياحية الوافدة

إن التدفقات السياحية من الخارج إلى البلد المضيف تعتمد في جاذبيتها على كثير من العوامل، تتعلق في كثير منها على نوعية الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات السياحية التي تنشط داخل القطاع السياحي، فوجود عناصر سياحية طبيعية أو أثرية تاريخية لا يعني إطلاقا عدد هائل من السياح أو طلب مرتفع على المنتوج السياحي المعروض ما لم يقابله جودة الخدمات السياحية التي تلبي رغبات وحاجيات السياح، والتي يمكن توفيرها إذا ترسخت الثقافة السياحية لدى المسؤولين على القطاع ولدى فئات المجتمع المختلفة، وعملوا على إيجاد سبل فعالة تمكن من زيادة الطلب على المنتوج السياحي وفق استراتيجيات قصيرة ومتوسط وطويل الأجل. والملاحظ على الطلب السياحي الجزائري أنه مازال ضعيفا رغم أنه في تطور مستمر، وهذا نتيجة أسباب ترتبط بمراحل مختلفة مرت بها الجزائر.

ففي عهد الإستدمار الفرنسي كان عدد السياح الوافدين إلى الجزائر 150 ألف سائح سنة 1950، ليتقلص عدد السياح بعد ذلك رغم مشروع قسنطينة سنة 1958 بسبب اندلاع ثورة التحرير المباركة سنة 1954.

وبعد الاستقلال واتباع البلد للمنهج الاشتراكي في شقه الاقتصادي، لم تعط أهمية للقطاع السياحي وهمش في برامج المخططات المختلفة نتيجة الايديولوجية الاشتراكية السائدة أنداك ولثلاثة عقود متتالية، حيث لم يتجاوز مؤشر المتوسط السنوي لعدد السياح الوافدين 214000 سائحا خلال المخطط الرباعي الثاني، أما في التسعينات ورغم الإصلاحات المعتمدة إلا انها توافقت مع تردي الأوضاع الأمنية وانعكست سلبا على التوافد إلى الجزائر، فبعدما بلغ 1136918 سائحا سنة 1990 انخفض إلى 519576 سائحا سنة، 1995 ليرتفع عدد السياح الوافدين سنة 1999 إلى 755286

سائحا سنة 1999، هذا التوافد مشكل من السياح الجزائريين غير المقيمين أو المقيمون بالخارج والسياح الأجانب من دول مختلفة، والذين يدخلون الى الجزائر عبر الحدود المختلفة البرية والبحرية والجوية وبوسائل مختلفة، والجدول التالي يوضح تطورات عدد السياح الوافدين على الجزائر.

الجدول رقم (5-1): تطورات تدفق السياح إلى الجزائر خلال الفترة (2000- 2014)

السنوات	الأجانب		الجزائريين غير المقيمين		إجمالي السياح	
	العدد	معدل النمو%	العدد	معدل النمو %	العدد	معدل النمو %
2000	175538	24.62	690446	13.62	865984	15.69
2005	441206	19.71	1001884	15.80	1443090	19.97
2010	654987	-0.12	1415509	12.72	2070496	8.31
2011	901642	37.66	1493245	5.49	2394887	15.66
2012	981955	8.91	1652101	10.64	2634056	9.98
2013	964153	-1.81	1768578	7.05	2732731	3.75
2014	940125	-2.49	1361248	-23.03	2301373	-15.78
2015	1088121	15.21	626873	-53.95	1709944	-25.70

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على:

- Ministère du tourisme et de l'artisan et les entrées des touristes et les sorties des nationaux aux frontières algérienne année 2010.édition 2011.
- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014.
- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat. Production des statistique du tourisme en Algérie. Février 2017.p 06.

- إحصائيات دخول السياح وحركة المواطنين عبر الحدود الجزائرية لسنة 2010 وزارة السياحة ، الموقع الإلكتروني www.mta.dz تاريخ الإطلاع، 17/ 09/ 2013 بتوقيت 10:00 صباحا.

-

إن خروج الجزائر من الأزمة الأمنية و شهودها نوع من الاستقرار السياسي بعد سنة 2000، أدى الى تطور الحركة السياحية فيها ولو باحتشام، وارتفاع عدد السياح الوافدين إليها سواء كانوا أجانب أو جزائريين مقيمين بالخارج، حيث سجل مؤشر متوسط نسبة النمو السنوي 8.3% لإجمالي

عدد السياح خلال خمسة عشر سنة، ففي سنة 2000 كان العدد الإجمالي للسياح الوافدين 865984 سائحا يمثل الجزائريون المقيمون بالخارج نسبة 79.72% بعدد قدره 690446 سائحا، ويمثل الأجانب نسبة 20.28% بعدد قدره 175538 سائحا منهم 98563 سائحا أوروبيا، منهم 64839 فرنسيا و 53659 سائحا عربيا يتقدمهم التونسيون بعدد 32481 سائحا.

أما في سنة 2005 فقد بلغ إجمالي السياح الوافدين 1443090 سائحا بزيادة قدرها 19.97% عن سنة 2004، يمثل الجزائريون المقيمون بالخارج نسبة 69.42% بعدد قدره 1001884 سائحا والأجانب بلغ عددهم 441206 سائحا بنسبة 30.57% من إجمالي عدد السياح، منهم 227618 سائحا أوروبيا يمثل الفرنسيون النسبة الأكبر 67.39% بعدد قدره 153398 سائحا في حين بلغ عدد العرب الوافدين إلى الجزائر لنفس السنة عدد 170909 سائحا، يمثلون نسبة 17% من إجمالي الأجانب.

وفي سنة 2010 ولأول مرة في تاريخ السياحة في الجزائر يتخطى عدد السياح 2 مليون سائح (2070496سائحا)، رغم تراجع المعدل السنوي لعدد السياح الأجانب نسبة 0.12% إلا أن معدل النمو بلغ 8.31% عن سنة 2009، هذه السنة الأخيرة حققت نمو بمعدل 7.89% عكس توجهات السياحة الدولية التي عرفت انخفاضا في الحركة السياحية، نتيجة الأزمة المالية الدولية 2008 والتي مست الدول الأوروبية وغيرها، وكان لها الأثر السلبي الواضح على السياحة الدولية، ولقد زاد فيها عدد السياح الأجانب الذين زاروا الجزائر بنسبة 17.8% والجزائريين غير المقيمين بزيادة بنسبة 3.35% عن سنة 2008، وبلغ متوسط نسبة النمو السنوي لعشر سنوات 15.29% بالنسبة للأجانب و 8.46% بالنسبة للجزائريين المقيمين بالخارج و 10.07% لإجمالي السياح، وبقي عدد الوافدين إلى الجزائر من السياح في تزايد مستمر وعرفنا سنة 2013 زيادة في معدل النمو السنوي بنسبة 3.75% عن سنة 2012 حيث بلغ إجمالي عدد السياح 2732731 سائحا، منهم 64.71% جزائريين مقيمين بالخارج و 35.28% أجانب بعدد قدره 964153 سائحا، منهم 244737 سائحا أوروبيا يمثل الفرنسيون منهم المرتبة الأولى بنسبة 48.51%.

أما في سنة 2014 فقد تحقق انخفاض بمعدل قدره (15.78-)% عن سنة 2013، وهو أكبر انخفاض خلال خمسة عشر سنة حيث انخفض عدد السياح الوافدين إلى 2301373 سائحا، نتيجة انخفاض عدد الأجانب بنسبة 2.49% والجزائريين غير المقيمين بنسبة 23.03% عن سنة 2013.

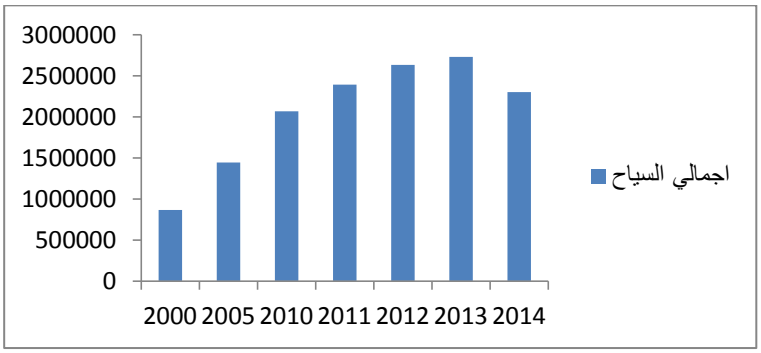
أما في نهاية 2015 فقد انخفض عدد السياح الوافدين إلى الجزائر بمعدل 25.70%، وينخفض العدد الإجمالي من جديد عن عدد 2 مليون، وتسجل الإحصائيات المقدمة من طرف وزارة السياحة عدد 1709994 سائحا، ولأول مرة أيضا مند سنة 1994 يتجاوز عدد السياح الأجانب الوافدين عدد السياح الجزائريين المغتربين أو المقيمين في الخارج، حيث بلغ عدد الأجانب الوافدين 1088121 مسجلا، ولأول مرة أيضا هذا العدد بنسبة زيادة قدرها 15.21% عن سنة 2014، في حين انخفض عدد الجزائريين المقيمين في الخارج إلى 626873، بنسبة انخفاض 53.95% عن سنة 2014 ونسبة 64.55% عن سنة 2013.

هذا الانخفاض في توافد السياح إلى الوجهة الجزائرية حتى من الجزائريين غير المقيمين، مرده إلى المنافسة الخارجية والتخفيضات التي عرفتها أسعار المنتجات السياحية المختلفة الدولية في أعقاب الأزمة الاقتصادية الدولية، إلا أن النصف الثاني من سنة 2014 شهد استئناف الاتجاه التصاعدي لعدد السياح الأجانب.[1]

إن التزايد المستر في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر والذي بلغ متوسط معدل النمو السنوي للفترة (2000- 2014) نسبة 10.02% دون احتساب معدل نمو سنة 2014 و 2015، يعكس الاهتمام المتزايد بالقطاع السياحي وبالمنتوج السياحي الذي تمتلكه الجزائر وخاصة بأسباب جذب الأجانب، حيث بلغ متوسط معدل النمو السنوي للفترة (2000- 2014) نسبة 14.03% الخاصة بعدد السياح الأجانب، أما متوسط معدل النمو السنوي للجزائريين غير المقيمين، فقد بلغ 6.21% لنفس الفترة وبدون احتساب سنة 2014 و 2015 يصل هذا المعدل 8.30%، ورغم هذا التطور إلا أن مؤشر عدد السياح الوافدين إلى الجزائر يدل على أنها تحتل ذيل الترتيب مقارنة مع المغرب وتونس. والشكل التالي يوضح تطورات الوافدين من السياح إلى الجزائر خلال الفترة (2000- 2014):

[1]- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; Production des stastique du tourisme en Algérie février 2017.

الشكل رقم (5-1): تطورات إجمالي السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000- 2014)

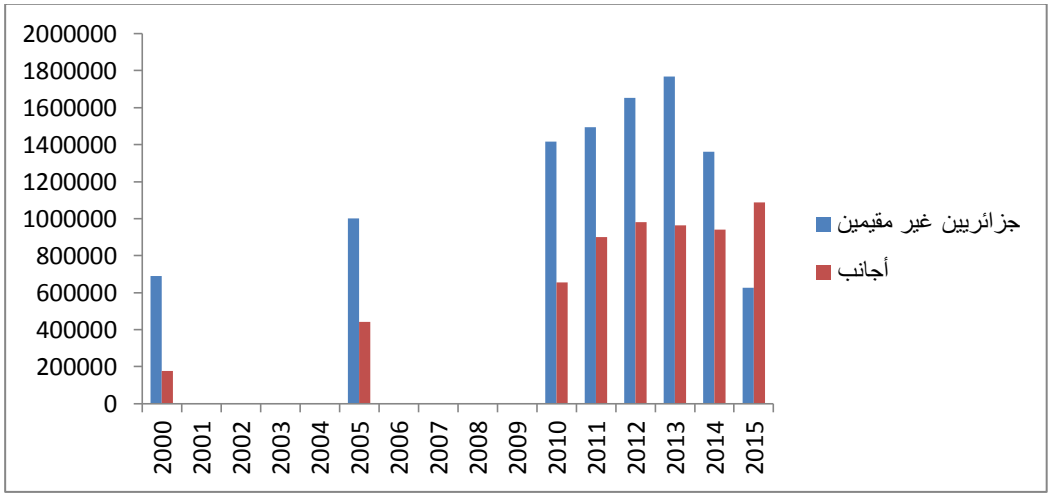


المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

لكن الملاحظ على الوافدين من السياح خلال الفترة (2000- 2014) وحتى 1994 أن عدد الجزائريين المقيمين بالخارج كان أكبر دائما من عدد الأجانب، عكس بعض دول الجوار كالمغرب التي كان عدد الأجانب أكبر من عدد المغاربة المقيمين في الخارج، وهذا ما ينبغي أن تصل إليه السياحة في الجزائر.

ففي سنة 2000 كان عدد الأجانب يمثل نسبة 20.28% والجزائريين غير المقيمين 79.72%، لتصل النسبة سنة 2013 إلى 35.28% و 64.71% على الترتيب، أما في سنة 2014 فقد انخفض عدد الأجانب إلى 940125 سائحا، يمثلون نسبة 40.85% والجزائريين غير المقيمين انخفض عددهم إلى 1361248 سائحا يمثلون نسبة 59.14%، إلا أن سنة 2015 سجلت عكس المرحلة السابقة، حيث تجاوز عدد الأجانب عدد الجزائريين غير المقيمين، والسبب تراجع الجزائريين والشكل التالي يبين التفاوت الموجود بين عدد الأجانب والجزائريين غير المقيمين خلال الفترة (2000- 2014).

الشكل رقم(5-2): توزيع السياح الأجانب والسياح الجزائريين غير المقيمين خلال الفترة (2000- 2014)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

أما عن توزيع فصول دخول السياح إلى الجزائر فإن الثلاثي الثالث من السنة، والذي يتوافق مع فصل الصيف فإنه يمثل ذروة الطلب على السياحة الجزائرية.

ففي سنة 2000 كان عدد الوافدين إلى الجزائر 865984 سائحا، دخل منهم في الثلاثي الثالث 414684 سائحا نسبة 47.88% من إجمالي الوافدين لنفس السنة، في حين كانت نسب الثلاثي الأول والثاني والرابع هي 17.16%، 19.31%، 15.62% على الترتيب.

ويبقى هذا التوزيع على شاكلته خلال السنوات اللاحقة حيث بلغ سنة 2010 عدد السياح الوافدين في الثلاثي الثالث 740829 سائحا تمثل 35.78%، في حين كانت نسب الثلاثي الأول والثاني والرابع هي 20.65%، 22.87%، 20.68% على الترتيب.

والسبب في تزايد التوافد في الثلاثي الثالث أنه يتوافق مع العطل السنوية للعمال والأجانب، ومن جهة أخرى يتوافق مع العطل المدرسية لكثير من الدول، وهو أيضا موسم الاصطياف في الجزائر، ولهذا السبب تمثل السياحة الترفيهية أو بغرض النزهة أو الشاطئية النسبة الأكبر، إذ تمثل نسبة 65.05% سنة 2014.

وفي سنة 2011 بلغ عدد السياح في حوض البحر الأبيض المتوسط 300 مليون سائح، تمثل 30% من الحركة السياحية الدولية والبالغ عددهم 982.2 مليون سائح، وكان نصيب الجزائر غير مذكور إطلاقا لصغر حجم التوافد السياحي على الجزائر، حيث احتلت المرتبة 147 من أصل 174 دولة حسب الشبكة الأورومتوسطية المتخصصة في صناعة السياحة.[1]

ثانيا: توزيع السياح الأجانب المتوافدين إلى الجزائر حسب الدول المصدرة لهم

يتوافد على الجزائر سياح من مختلف دول العالم لأغراض مختلفة، لكن يتركز الطلب السياحي في الجزائر على دولتين رئيسيتين هي تونس في المرتبة الأولى وفرنسا في المرتبة الثانية، ويمثل سياح العشر دول الآتية نسبة 79% و 86.5% من إجمالي السياح الأجانب لسنتي 2011 و 2015 على الترتيب، والجدول التالي يبين توزيع السياح الأجانب حسب جنسياتهم للمرحلة (2000- 2015):

[1]- Kouri Djamel ; le tourisme et le développement économique en Algérie ; université Blida.

الجدول رقم (5-2): توزيع السياح الأجانب لعشر دول الأولى الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2015)

البلدان	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
تونس	32481	245222	485033	531596	533222	473956	575300
فرنسا	64839	140129	112241	119518	118726	121272	149669
المغرب	3805	17115	17218	21125	26760	37961	53437
الصين	-	17529	20153	25383	24444	27620	48056
اسبانيا	7048	25633	28051	33049	34455	37314	32381
تركيا	2081	9783	9653	10369	14549	21307	31533
ايطاليا	7158	16886	19127	23070	22460	20251	20695
ألمانيا	4784	9244	9492	9937	10188	11192	9562
برتغال	427	6139	5584	7257	8413	8252	8872
بريطانيا	-	-	7992	7412	7183	7757	7686
دول أخرى	*52915	**167307	187098	193239	163753	173243	150930
المجموع	175538	654987	901642	981955	964153	940125	1088121

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على:

- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; Production des stastique du tourisme en Algérie février 2017.
- Ministère du tourisme et de l'artisan et les entrées des touristes et les sorties des nationaux aux frontières algériennes année 2010.édition 2011.
- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.
- الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام
- * بما فيها بريطانيا والصين.
- ** بما فيها بريطانيا.

إن الدول العشر الأساسية تمثل أكثر من 79% و 86.5% من إجمالي السياح الأجانب لسنتي 2011 و 2015 على الترتيب.

احتلت تونس المرتبة الأولى لأكثر من 15 سنة من حيث عدد الوافدين إلى الجزائر، إذ كان عددهم 32481 سائحا سنة 2000 تمثل 18.50% من إجمالي الأجانب، ليرتفع العدد إلى 485033 سائحا سنة 2011 منهم 474618 سائحا وتمثل نسبة 53.80% من إجمالي الأجانب، كان الغرض من الزيارة النزهة والاستجمام تمثل نسبة 97.85% من إجمالي التونسيين الوافدين إلى الجزائر، و 2.10% لغرض الأعمال و 0.26% لغرض المهمات.

أما في سنة 2015 فقد بلغ عدد السياح التونسيين القادمين إلى الجزائر 575300، بنسبة قدرها 21.38% عن سنة 2014 منهم 96.88% بغرض قضاء أوقات الفراغ والنزهة، ونسبة 3.10% لغرض الأعمال و 0.01% بغرض المهمات، وقد مثل التونسيون الوافدون إلى الجزائر نسبة 52.87% من إجمالي الأجانب لنفس السنة.

أما السياح الفرنسيين الذين زاروا الجزائر سنة 2000 فقد بلغ عددهم 64839 سائحا، يمثلون نسبة 43.32% من إجمالي السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر.

أما في سنة 2011 فقد بلغ عددهم 112241 سائحا، منهم 45.44% الغرض من الزيارة النزهة والاسترخاء و 53.39% بغرض الأعمال و 1.16% للمهمات.

أما في سنة 2015 فقد بلغ عدد السياح الفرنسيين 149669 سائحا، بزيادة قدرها 23.41% عن سنة 2014 موزعين لغرض الزيارة كما يلي: 53.14% بغرض الترفيه والاستجمام، 46.73% للأعمال، 0.11% للمهمات المختلفة.[1]

ويشكل السياح الأجانب من تونس وفرنسا نسبة 66.62% لسنة 2015، وهو ما يعكس درجة التركيز الكبير للسوق السياحية الجزائرية، ويدل أيضا على أن المنتوج السياحي الجزائري غير معروف دوليا ويقل عليها الطلب السياحي الدولي، رغم ما تزخر به البلاد من مقومات سياحية قلما تجدها في دولة أخرى، كما أن الموقع الجغرافي المشترك للجزائر وتونس ووجود علاقات تاريخية ودينية ولغوية، جعل تونس هي المصدر الأول للسياحة إلى الجزائر، أما فرنسا فبحكم العلاقة الاستعمارية التاريخية الموجودة بينهما وبقاء اللغة الفرنسية في الجزائر، مما يسهل التواصل وسيطرة

[1]- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; Production des stastiques du tourisme en Algérie février 2017; p 09.

العلاقات الاقتصادية (53.39%، 46.73)% بغرض الأعمال لسنتي 2011 و 2015 على التوالي، كل هذا يجعل من فرنسا البلد رقم 2 المصدر للسياحة إلى الجزائر.

أما عن السياح من الدول الأخرى، فقد سجلت كل الدول زيادة مستمرة في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة 2000- 2015 بنسب مختلفة.

أما عن توزيع السياح الأجانب حسب القارات، فقد سجلت سنة 2000 دخول 98563 سائحا من قارة أوروبا و 60359 سائحا إفريقيا بما فيها سياح المغرب العربي و 8598 سائحا من قارة أمريكا.

أما في سنة 2015 فقد دخل إلى الجزائر من الاتحاد الأوروبي (15 دولة) 240622 سائحا، بنسبة زيادة قدرها 9.67% عن سنة 2014 ويمثل عددهم نسبة 22.11% من إجمالي الأجانب.

أما من آسيا فقد سجلت الإحصائيات دخول 105310 سائحا وإفريقيا 678710 سائحا.

ثالثا: توزيع السياح الأجانب حسب الغرض

يختلف غرض السياح الذين يدخلون الجزائر إلا أن دوافعهم تجعلهم يصنفون ضمن السياح لأغراض رئيسية ثلاث: الترفيه والاستجمام، الأعمال، المهمات.

بلغ إجمالي السياح بغرض الترفيه 723098 سائحا سنة 2015، وبغرض الأعمال 358785 سائحا، وبغرض المهمات 1238 سائحا، والجدول التالي يبين توزيع السياح الأجانب بحسب الغرض من الزيارة.

الجدول رقم (5-3): توزيع السياح الأجانب بحسب الغرض من الزيارة خلال الفترة 2011- 2015

الغرض	2011	2012	2013	2014	2015
النزهة والاستجمام	629912	702226	672353	611568	723098
الأعمال	267789	276404	288756	327218	358785
المهمات	3941	3325	3044	1339	1238

Source : Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; Production des stastique du tourisme en Algérie février 2017; p08.

إن توافد السياح الأجانب إلى الجزائر كان موزعا بحسب الغرض كما يلي:

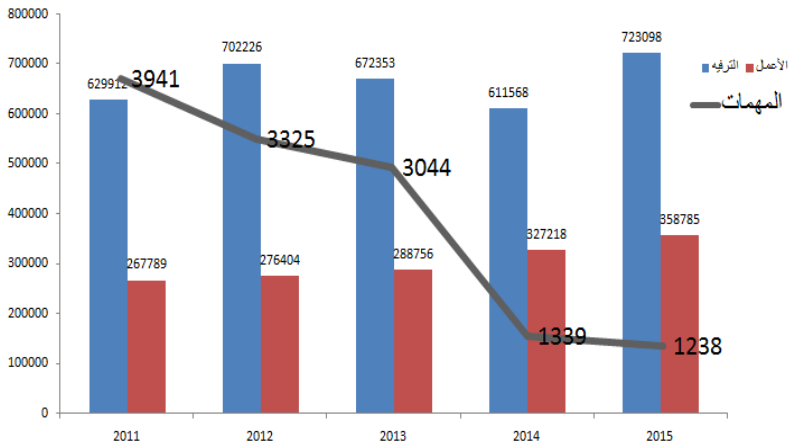
- **الترفيه والاستجمام:** إن دخول السياح الأجانب بغرض الترفيه وقضاء أوقات الفراغ أو العطل، تمثل النسبة الأكبر من إجمالي عدد السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر، حيث مثلت سنة

2011 نسبة 69.86% بعدد قدره 629912 سائحا وفي سنة 2015 بلغت نسبة 66.45% بعدد قدره 723098 سائحا، مسجلة معدل نمو قدره 18.23% عن سنة 2014.

- **الأعمال:** عرف عدد السياح الوافدين إلى الجزائر من الأجانب بغرض الأعمال تطورا مستمرا، فقد كان عددهم سنة 2011 عدد 267789 سائحا يمثلون نسبة 29.70% من إجمالي عدد السياح الأجانب، ليصل عددهم 358785 سائحا سنة 2015 بنسبة زيادة قدرها 17.90% عن سنة 2014 وهي تمثل نسبة 32.97% عن إجمالي الأجانب، وهو ما يدل على التطور المستمر لهذا النوع من السياحة.
- **المهمات:** كان عدد السياح الأجانب الذين زاروا الجزائر سنة 2011 لغرض المهمات 3941 سائحا، يمثلون نسبة 0.43% ليصل عددهم إلى 1238 سائحا سنة 2015 بانخفاض قدره 7.5% عن سنة 2014 ويمثلون نسبة 0.11% من إجمالي عدد السياح الأجانب، وهي نسبة ضعيفة جدا ما يدل على ضعف هذا النوع من السياحة.

والشكل التالي يبين توزيع عدد السياح الأجانب بحسب الغرض.

الشكل رقم (5-3): توزيع السياح الأجانب بحسب الغرض للفترة (2011- 2015)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

إن فرنسا وتركيا تمثلان النسبة الأكبر من إجمالي السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر بغرض المهمات، حيث مثلا على الترتيب نسب 14.14% و 13.33% سنة 2015 بعدما كان 33.11% و 4.90% على الترتيب سنة 2011.

أما عن السفر بغرض الترفيه، فإن 77% من الأجانب كانوا من التونسيين سنة 2015 وكان السياح الفرنسيين يمثلون سنة 2011 نسبة 8% ، وزادت النسبة سنة 2015 إلى 11%، أما تركيا فإن عددهم في تزايد مستمر لهذا السبب، فقد كان عددهم 670 سائحا سنة 2011 ليصل العدد إلى 6535 سائحا سنة 2015 لنفس السبب.

أما عن السفر لغرض الأعمال، فإن الفرنسيين يمثلون النسبة الأكبر 19.5% من إجمالي الأجانب الذين زاروا الجزائر لهذا الغرض سنة 2015 بعدما كان هذا المعدل 22.38% سنة 2011.[1]

من خلال تتبع بيانات الدول المصدرة للسياحة إلى الجزائر، نبين استقرار هذه الأسواق على مدى السنوات الخمس السابقة مع ظهور الأسواق التجارية الجديدة مثل الصين وتركيا.

رابعا: السياحة المغادرة أو العكسية

عرفت السياحة المستوردة أو المغادرة عدة تطورات، فهي تمثل انتقال الأفراد من محل إقامتهم إلى خارج الوطن أو خروج المقيمين إلى خارج البلد، ففي الجزائر وبالتحديد سنة 2000 كان عدد الجزائريين الذين خرجوا من الحدود الجزائرية المختلفة 1006382 سائحا لأغراض مختلفة (الترفيه، الأعمال، المهمات)، بمعدل نمو قدره 11.41% عن سنة 1999 ليبلغ عدد 2839104 سائحا سنة 2014 بمعدل زيادة قدره 32.94% عن سنة 2013.

أما عن الوجهات المفضلة للجزائريين، ولاعتبارات عدة تأتي تونس في المرتبة الأولى تليها فرنسا ثم السعودية، والجدول التالي يبين تطور عدد السائحين المغادرين التراب الوطني خلال الفترة (2000- 2014):

[1]- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015; p 11.

الجدول رقم (5-4): عدد السياح المغادرين خلال الفترة (2000- 2014)

السنوات	2000	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
عدد المقيمين المغادرين	1006382	1539000	1677000	1757471	1714654	1910558	2135523	2839104
معدل التطور %	11.41	2.71	9	4.79	-2.43	11.42	11.77	32.95

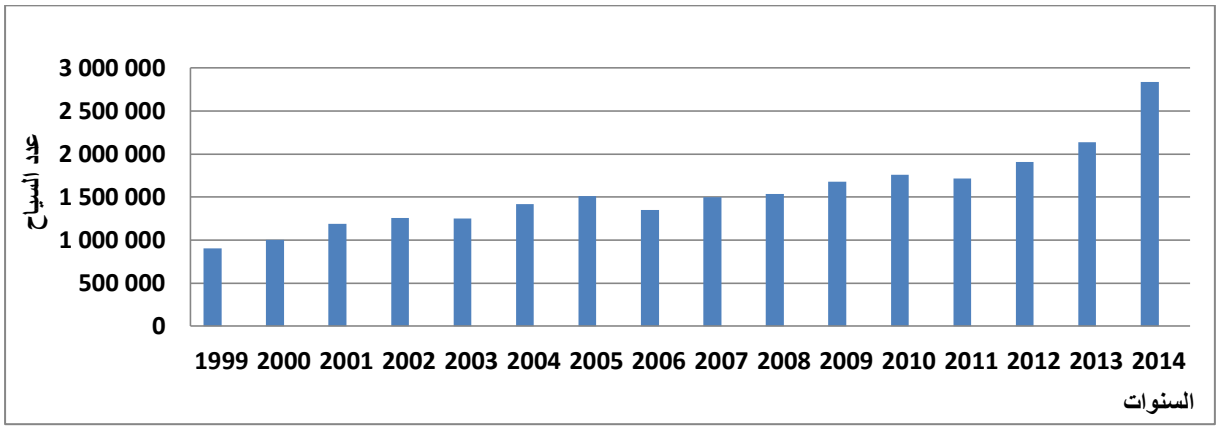
- **Source :** Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

يلاحظ من خلال الجدول أن عدد الجزائريين المغادرين أو السياح المقيمين العابرين للحدود الوطنية في تطور مستمر، فبعدما كان العدد أقل من 1 مليون سائح قبل سنة 2000 تضاعف العدد أكثر من مرتين، وكانت تونس البلد الأول في استقبال السياحة الجزائرية العكسية (المغادرة)، حيث دخل تونس سنة 2014 عدد 1235449 سائحا يمثل 43.51% من إجمالي السياح المغادرين، وهذا يعود إلى عدة أسباب، الموقع الجغرافي القريب والمجاور للجزائر، عدم وجود تأشيرة مفروضة بين الطرفين، انخفاض تكلفة النقل وباقي المصاريف الأخرى كالإيواء، والهدايا والضروريات الأخرى مقارنة مع أسعار السياحة الداخلية في الجزائر.

أما فرنسا فقد استقبلت 723992 سائحا جزائريا يمثلون 25.50% من إجمالي السياحة المغادرة لأسباب مختلفة، وتأتي فرنسا في المرتبة الثانية لوجود علاقات تاريخية بين البلدين خاصة في المجال الاقتصادي.

أما العربية السعودية فقد بلغ عدد السياح الجزائريين الذين دخلوا التراب السعودي 212394 سائحا يمثلون نسبة 7.48% من إجمالي السياحة العكسية، وهذه السياحة مرتبطة في الغالب بالسياحة الدينية أو التعبدية لأجل زيارة بيت الله الحرام بمكة والمسجد النبوي في المدينة المنورة (حج، عمرة)، والشكل التالي يوضح تطورات السياحة العكسية في الجزائر خلال هذه الفترة.

الشكل رقم (5-4): تطور السياحة المغادرة من الجزائر خلال الفترة (1999- 2014)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

وعن تقاطع السياحة الوافدة مع السياحة المغادرة أو العكسية فإنه يمكن تقسيم المرحلة (2000-2014) إلى ثلاث مراحل:

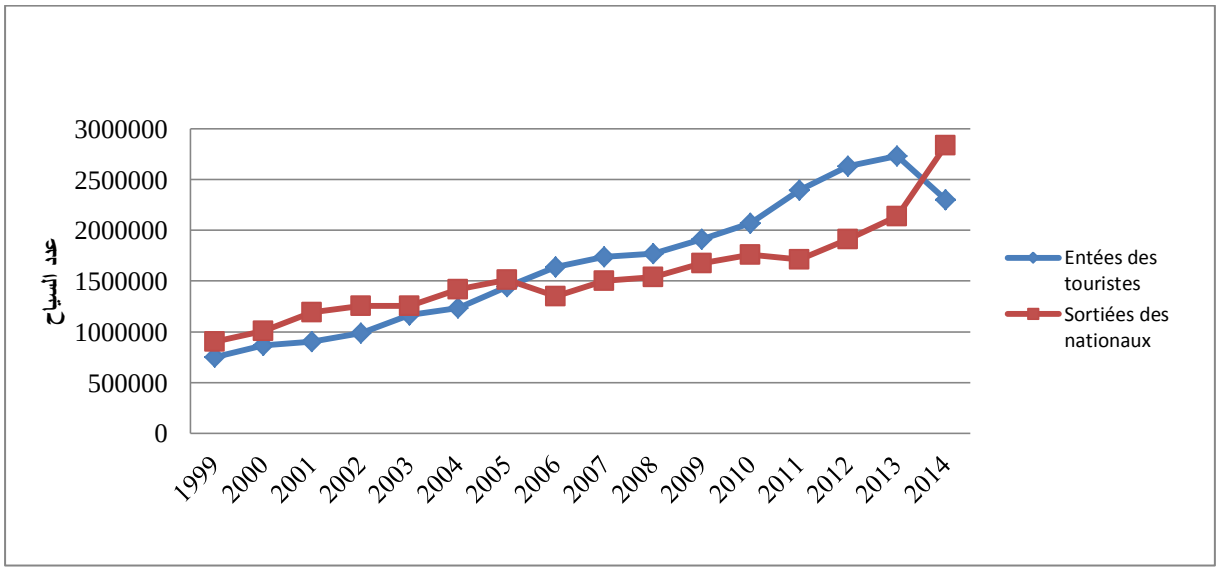
المرحلة الأولى (2000- 2005): هذه المرحلة تميزت بأن عدد السياح المقيمين الخارجين من الجزائر أكبر من عدد السياح الوافدين (الأجانب، الجزائريين غير المقيمين)، فقد كان عدد السياح الخارجين سنة 2000 عدد 1006382 سائحا، وفي سنة 2005 بلغ 1513491 سائحا بمعدل نمو قدره 50.38% ، في حين كان عدد السياح الوافدين 865984 سائحا و 1443090 سائحا سنتي 2000 و 2005 بمعدل نمو قدره 66.64% على التوالي، مما يعني أن السياحة المستوردة أكبر من السياحة المصدرة من حيث عدد السياح.

المرحلة الثانية (2006- 2013): وهي المرحلة التي كان فيها عدد السياح الوافدين إلى الجزائر أكبر من عدد المقيمين الذين غادروا الجزائر، حيث كان عدد الخارجين سنة 2006 عدد 1349113 سائحا، وفي سنة 2013 نجد 2135523 سائحا، بمعدل نمو قدره 58.29% في حين كان عدد السياح الوافدين 1637582 سائحا، و 2732731 سائحا لسنتي 2006 و 2013 على التوالي بمعدل 66.87%. هذه المرحلة تميزت بأن السياحة المصدرة أكبر من السياحة المستوردة.

المرحلة الثالثة (2014- 2015): وهي المرحلة التي أصبحت فيها السياحة المستوردة أكبر من السياحة المصدرة، لأن عدد السياح الجزائريين المقيمين الذين غادروا الحدود الجزائرية كان أكبر من عدد الأجانب والجزائريين غير المقيمين الذين دخلوا الحدود الجزائرية، حيث عدد السياح المغادرين سنة 2014 هو 2839104 سائحا، في حين سنة 2014 كان عدد الوافدين 2301373 سائحا،

لينخفض العدد إلى 1709994 سائحا سنة 2015 بسبب انخفاض عدد الجزائريين غير المقيمين رغم زيادة عدد الأجانب المتوافدين على الجزائر، إن الانخفاض في عدد السياح الوافدين سنة 2014 بمعدل سالب قدره 15.78% عن سنة 2013 يقابله زيادة في معدل نمو عدد السياح المغادرين الجزائر بقيمة 32.94% لنفس السنة، بسبب المنافسة القوية في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات السياحية في الدول المجاورة للجزائر(تونس بالدرجة الأولى) سواء من حيث الجودة والسعر، وهو ما أكدته إحصائيات سنة 2015 التي انخفض فيها عدد السياح الجزائريين غير المقيمين وتحويل وجهتهم إلى بلدان أخرى غير بلدهم الأصلي لقضاء العطل الصيفية، والشكل التالي يبين تقاطع المراحل السابقة.

الشكل رقم (5-5): تطور عدد السياح الوافدين والمغادرين الجزائر خلال الفترة (2000- 2014)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

خامسا: الليالي السياحية

تمثل الليالي السياحية مدة الإقامة التي يقضيها السائح المحلي والأجنبي داخل المؤسسات الفندقية في البلد المستقبل للسياح طوال مدة رحلتهم السياحية، وتوجد عدة عوامل تؤثر على تحديد مدة إقامة السياح، والتي تؤثر سلبا على تزايد عدد الليالي السياحية رغم وجود العلاقة الطردية بين تزايد عدد السياح وتزايد الليالي السياحية، ويسمح هذا المؤشر بمعرفة متوسط مدة الإقامة في الفنادق والذي يشير ضمنيا إلى مدة بقاء السياح داخل بلد معين.

وتعد الليالي السياحية محدودة في الجزائر نظرا لضعف الطلب السياحي على المنتوج السياحي الجزائري، الذي يتميز بالندرة (قلما تجده في دولة أخرى) أحيانا والتنوع طوال السنة نظرا لضعف الخدمات والهياكل السياحية والإيوائية التي تؤطر النشاط السياحي، مما أثر سلبا على متوسط إنفاق السائح في الليلة السياحية الواحدة، والجدول التالي يبين تطور عدد الليالي السياحية للمقيمين وغير المقيمين:

الجدول رقم (5-5): تطور الليالي الفندقية في الجزائر خلال الفترة (2000- 2014):

السنوات	2000	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
المقيمين	171908	4750796	4971372	5185231	5484105	5703550	5926968	6215932	6307411
غير المقيمين	202905	595747	674456	754103	845367	936631	994266	837812	839161
المجموع	374813	5346543	5645828	5939334	6329472	6640181	6921234	7053744	7146572

Source :- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

- Ministère du tourisme et de l'artisanat ; tourisme :Répartition des nuitées hôtelières par nationalités et par catégorie pour les années 1990- 2008.
- الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام نتائج 2013- 2015، نشرة 2016، ص 55.

يشير الجدول أن إجمالي عدد الليالي السياحية في تزايد مستمر، فبعدما كان في سنة 2000 عددها 374813 ليلة ارتفع العدد إلى5185231 ليلة سنة 2010 بمعدل نمو قدره 4.30% عن سنة 2009، ليصل عددها إلى 6215932 ليلة سياحية سنة 2014 بمعدل نمو قدره 4.87% عن سنة 2013، وفي 2015 كان إجمالي الليالي السياحية 7146572 ليلة بمعدل نمو قدره 1.31% عن سنة 2014، وهذه المعدلات تدل على التطور البطيء لإجمالي السياح المقيمين وغير المقيمين.

وبالنسبة لليالي السياحية للمقيمين فقد زاد عددها بمعدل ضعيف منذ سنة 2000 حيث سجلت 171908 ليلة سياحية، وفي سنة 2010 سجلت 5185231 ليلة، بمعدل نمو قدره 4.30% عن سنة 2009، أما في 2014 فقد زاد معدل النمو 4.8% عن سنة 2013 حيث بلغ عددها 6215932 ليلة ليرتفع إلى 6307411 ليلة سنة 2015.

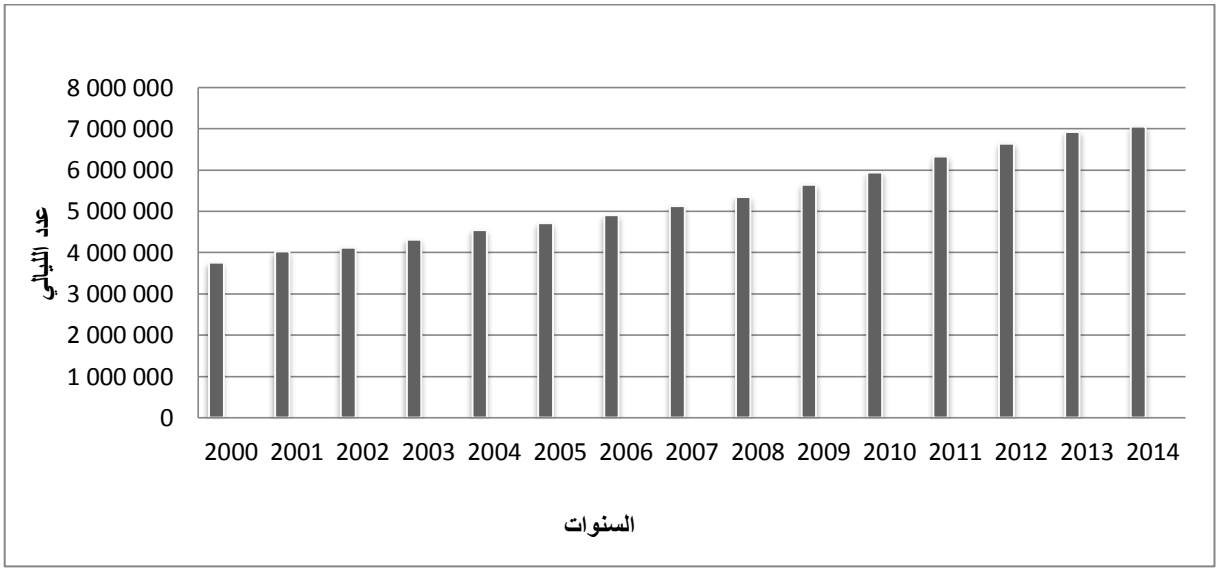
وبالنسبة لليالي السياحية لغير المقيمين من الجزائريين والأجانب، فقد كان عددها 202905 ليلة سنة 2000 ليصل عددها 754103 ليلة، بمعدل نمو قدره 11.80% عن سنة 2009 في حين كان عددها 837812 ليلة سنة 2014 بمعدل نمو بمستوى سالب 15.73% ، وسببه هو انخفاض إجمالي

السياح الأجانب وغير المقيمين بنسبة 15.78% لنفس السنة، في حين كان معدل النمو إيجابي لسنة 2015 بمعدل 0.16% بالنسبة لسنة 2014 وسببه زيادة معدل نمو توافد الأجانب بنسبة 15.21% عن سنة 2014.

أما عن توزيع عدد الليالي السياحية بين المقيمين وغير المقيمين، فقد استأثر المقيمون بالنسبة الأكثر طوال المدة (2000- 2014) باستثناء سنة 2000، حيث كان توزيعهم سنة 2000 بنسبة 45.86% للمقيمين و 54.14% لغير المقيمين.

أما في سنة 2010 و 2014 فقد كانت نسبة الليالي السياحية للمقيمين 87.30% و 88.12% على التوالي، وهو ما يفسر بأن السياحة الداخلية أكبر من السياحة الخارجية بقدر كبير، حيث كان عدد السياح غير المقيمين والمقيمين المسجلين على مستوى الفنادق في نهاية 2014 على المستوى الوطني 4173548 والليالي السياحية الإجمالية 7053744 ليلة، بمعدل نمو سنوي 1.32% للقادمين من السياح و 1.91% لليالي السياحية بالنسبة لسنة 2009.[1] والشكل التالي يبين تطور الليالي السياحية في الجزائر:

الشكل رقم (5-6): تطور الليالي السياحية الفندقية في الجزائر خلال الفترة (2000- 2015)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

[1]- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.

المطلب الثاني: التدفقات السياحية المالية في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)

تساهم السياحة بشكل مباشر في ميزان المدفوعات، من خلال تصدير السياحة إلى الخارج ضمن بند السياحة أو السفر في المجموع الجزئي لميزان السلع والخدمات (الميزان الجاري) ضمن التجارة غير المنظورة، ويتحدد هذا التأثير بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية أو إيجابية.

كما تساهم السياحة أيضا في الناتج الداخلي الخام من خلال مجموع السلع والخدمات السياحية، حيث تشير إحصائيات منظمة السياحة العالمية أو متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10%.

أولا: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات

ترتبط الإيرادات السياحية بالنفقات المختلفة للسياح على السلع والخدمات، ولها علاقة طردية مع تزايد عدد السياح وكذا المستوى المادي والطبقي لهم، حيث تعتبر الهدف الأساسي من النشاط السياحي بدءا من الاستثمارات السياحية وصولا إلى السلع والخدمات المقدمة لهؤلاء السياح، إذ كلما زادت السلع والخدمات المقدمة لهم لتلبية حاجياتهم ورغباتهم المختلفة كلما زادت الإيرادات المحصلة، فالإيرادات السياحية هي مجموع ما ينفقه السياح داخل البلد المضيف طيلة فترة إقامتهم.

فهي تعتبر متحصلات عكس النفقات التي تعتبر مدفوعات، وهي المبالغ المدفوعة من طرف المقيمين في بلد خارج البلد الأم مقابل الحصول على سلع وخدمات استهلاكية أثناء الرحلة السياحية.[1]

1- الإيرادات السياحية في الجزائر

عرف إجمالي الإيرادات السياحية في الجزائر تطورا ملحوظا خلال الفترة [2000 - 2015]، وإن كان متذبذبا بين الزيادة والنقصان من سنة إلى أخرى مما نتج عنه معدلات نمو سنوية، والجدول التالي يبين تطورات الإيرادات السياحية:

[1]- منظمة الأمم المتحدة، الحساب الفرعي للسياحة، الإطار المنهجي الموصى به 2008، السلسلة واو، العدد 80، نيويورك 2011.

الجدول رقم (5-6): تطورات الإيرادات السياحية "بند أسفار" خلال الفترة (2000 – 2015)

الوحدة: مليون دولار

السنوات	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الإيرادات السياحية	102	184,3	325	266	219,1	208,3	196,4	230,3	258,3	303,7
معدل النمو %	209,09	80,69	48,40	−18,15	−17,63	−4,92	−5,71	17,26	12,15	17,57

Source : ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015

- Organisation mondial du tourisme, tendances des marchés touristique édition 2005-Afrique, Madrid, OMT, 2005, P 54.

يشير الجدول أعلاه أن الإيرادات السياحية من "بند أسفار" في ميزان المدفوعات الجزائري عرفت معدلات نمو سنوية سالبة وموجبة، ففي سنة 2000 بلغت الإيرادات السياحية 102 مليون دولار بزيادة قدرها 209,09% عن سنة 2009 لأن سنة 2000 هي السنة التي بدأت الجزائر في تحقيق الاستقرار الأمني والسياسي.

لتصل الإيرادات سنة 2008 إلى 325 مليون دولار، وهي أكبر قيمة حققها القطاع السياحي على الإطلاق بمعدل زيادة قدرها 48,40% عن السنة السابقة، وهي السنة التي استقبلت فيها الجزائر أكثر من 1,7 مليون سائح.

أما في السنوات الأربع اللاحقة (2009، 2010، 2011، 2012) فقد عرفت الإيرادات معدلات نمو سالبة 18,15% ، 17,63% ، 4,92% ، 5,71% على الترتيب رغم أن عدد السياح الوافدين في الجزائر في تزايد مستمر، مما يفسر أن الإيرادات السياحية لا ترتبط فقط بالعدد الإجمالي للسياح الوافدين وإنما ترتبط بدرجة إنفاقهم على مجموع السلع والخدمات التي يجب أن تقدم لهم من جهة، ومن جهة أخرى ترتبط أيضا بجودة السلع والخدمات أيضا.

أما من سنة 2013 إلى 2015 فقد عرفت الإيرادات معدلات نمو إيجابية، نتج عنه متوسط معدل نمو سنوي لثماني سنوات أخرى 12،51% عن سنة 2014 مع العلم أن نسبة الإيرادات السياحية كانت تمثل 6% من إجمالي إيرادات الخدمات المصدرة للخارج سنة 2010، ومثلت نسبة 8,78% لسنة 2015، هذه النسب تدل على زيادة قيمة السياحة في النشاط الاقتصادي ككل، لكن الملاحظ أن إيرادات السياحة في الجزائر لا يمكن حصرها في "بند أسفار" في ميزان المدفوعات لأن

كثير من العملات الأجنبية للسياح الوافدين يتم تصريفها في السوق الموازي غير الرسمي خارج الأطر الرسمية وخاصة لدى السياح الجزائريين غير المقيمين، وبالتالي هناك مبالغ جد هامة من العملة الأجنبية لم يتم احتسابها كإيرادات سياحية.

رغم انخفاض عدد السياح الأجانب الوافدين بما فيهم الجزائريين غير المقيمين سنة 2014 ووصلت الإيرادات 303,7% مليون دولار سنة 2015 بمعدل نمو 17,57% إلا أن هذه الإيرادات تعتبر ضعيفة إذا ما قورنت بالإيرادات السياحية لكثير من الدول بما فيها الدول المجاورة.

2- النفقات السياحية

تمثل النفقات السياحية مجموع المدفوعات من طرف المقيمين للحصول على السلع والخدمات السياحية في بلد غير البلد الأم، وفي حالة الجزائر فقد عرفت النفقات السياحية المسجلة في "بند أسفار" في ميزان المدفوعات تذبذبا ملحوظا بين الزيادة والنقصان وهو ما يوضح الجدول التالي:

الجدول رقم (5-7): تطورات النفقات السياحية "بند أسفار" خلال الفترة (200 - 2015).

السنوات	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
النفقات السياحية	193	370	469	457	574,3	501,7	427,8	410,2	612,1	676,7
معدل النمو %	-----	8,53	26,75	-2,55	25,66	-12,64	-14,72	-6,21	49,21	10,55

Source : ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015

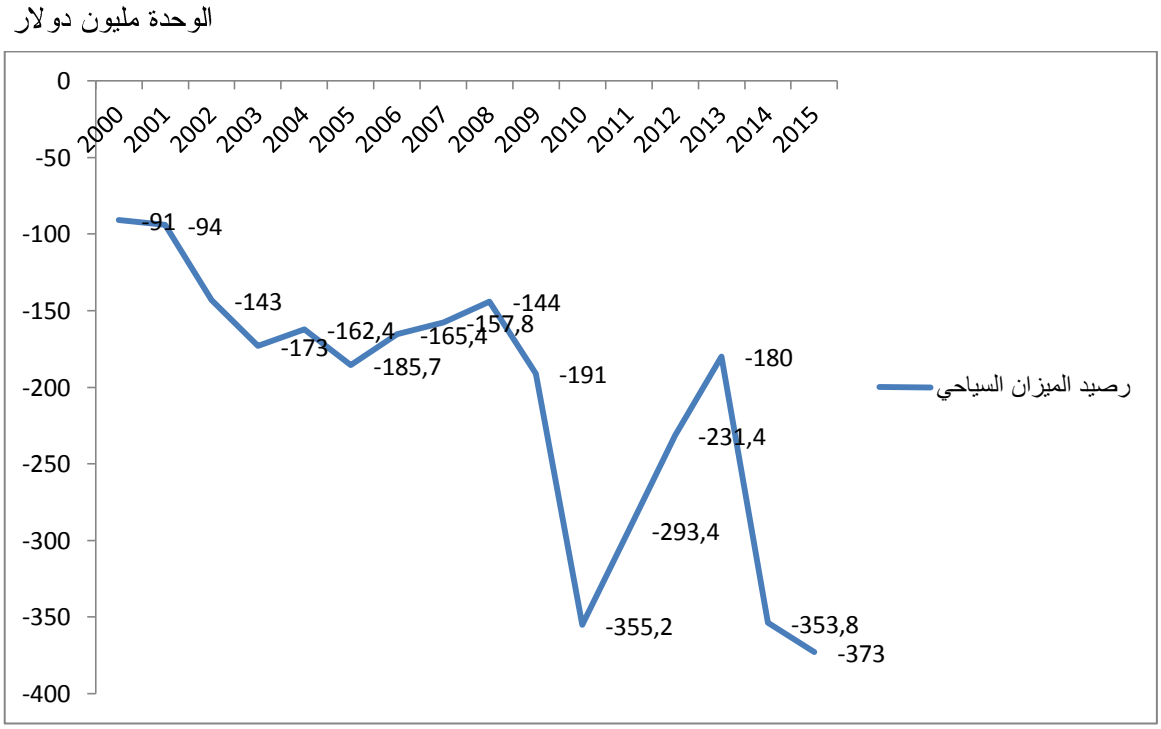
- Ministère du tourisme et de l'artisanat, statistique national Balance http://www.mta.gov.dz /site web/fichien/stat/balance.pdf

عرفت النفقات السياحية أو المدفوعات السياحية إلى الخارج تذبذبا بين الارتفاع والانخفاض، وهذا راجع لعدة عوامل أهمها الأحداث التي عرفتها أول سوق يصدر السياح إلى الجزائر (يستقبل السياح الجزائريين) وهي الجارة تونس، فقد كانت النفقات السياحية 193 مليون دولار سنة 2000 لترتفع إلى 370 مليون دولار سنة 2005 بمعدل زيادة قدره 8,53% عن سنة 2014. وفي سنة 2010 ارتفعت نسبة النفقات إلى 574,3 مليون دولار بزيادة قدرها 25,66%. أما في السنوات الثلاث اللاحقة (2011، 2012، 2013) فقد عرفت انخفاض بمعدل 12,64%، 14,72%، 6,61%

، لتنخفض الإيرادات وتصل 410,2 مليون دولار سنة 2013، وهذا نتيجة الأحداث التي مست تونس سنة 2011 (ثورة الياسمين) وكذلك الأحداث التي مست ليبيا أيضا والشرق الأوسط عموما.

قد بلغ متوسط معدل النمو السنوي للنفقات خلال الثماني سنوات الأخيرة نسبة 9,5% وهو أقل من متوسط النمو السنوي للإيرادات السياحية خلال نفس الفترة، إلا أن الميزان السياحي يعرف عجزا مستمرا، وهذا راجع إلى ارتفاع قيمة النفقات السياحية عن الإيرادات السياحية والشكل التالي يبين الرصيد في الميزان السياحي:

الشكل رقم (5-7): تطور رصيد ميزان السياحي في الجزائر خلال الفترة (2000 - 2015)



المصدر: من إعداد الطالب بناء على إحصائيات وزارة السياحة والديوان الوطني للإحصائيات.

نلاحظ من خلال الشكل أن رصيد الميزان السياحي يعرف عجزا مزمنا (2000 - 2015) وحتى سنة 1990 إلى سنة 2000 طغى عجزا مستمرا.[1] مع اختلاف درجة العجز فقد سجل سنة 2000 عجز بقيمة 91 مليون دولار ليرتفع إلى 185,7 مليون دولار سنة 2005، وخلال هذه المدة كان عدد السياح المغادرين أكبر من عدد السياح الوافدين.

لكن خلال الفترة (2006 - 2013) كان عدد السياح الوافدين أكبر من عدد السياح المغادرين، وبالرغم من ذلك فإن الميزان السياحي الجزائري عرف عجزا طوال هذه الفترة وبلغت حدته 355,2

[1]- صليحة عيسى، مرجع سبق ذكره، ص 147.

مليون دولار سنة 2010 وهي السنة التي تجاوز عدد السياح الوافدين إلى الجزائر عتبة 2 مليون سائح، في حين كان عدد السياح المغادرين 1,7 مليون سائح إلا أن ذلك لم يغير من حالة العجز.

أما في سنتي 2014، 2015 فقد زادت حدة العجز وبلغت 353,8 مليون دولار و 373 مليون دولار على التوالي، وفي هاتين السنتين كان عدد السياح المغادرين أكبر من عدد السياح الوافدين بسبب تناقص عدد الوافدين من الجزائريين.

كما يفسر العجز أيضا أن معظم السياح الوافدين وخاصة من الجزائريين غير المقيمين يقومون ببيع العملة الأجنبية في السوق الموازية غير الرسمية، مما يحول ذلك من زيادة الإيرادات السياحية.

وهذا العجز في الميزان السياحي يؤثر سلبا على الميزان التجاري، وبالتالي يؤثر سلبا على ميزان المدفوعات.

وأما عن أسباب هذا العجز المزمن من سنة 1990 -2015 فهي:

- ضعف الإيرادات السياحية (المتحصلات) أما النفقات السياحية (المدفوعات).
- زيادة القيمة المالية للسياحة العكسية من حيث ضخامة المبالغ المنفقة بدليل أن في المرحلة (2006 - 2013) كان عدد السياح الوافدين أكبر من عدد السياح المغادرين.
- خروج مبالغ كبيرة بالعملة الأجنبية عن الإطار المالي الرسمي واتجاهها إلى الإطار غير الرسمي (السوق الموازي).
- عدم جودة الخدمات المقدمة وبالتالي انخفاض قيمتها مقارنة بالخدمات العالية المقدمة في الخارج مما يؤدي إلى ارتفاع قيمة النفقات السياحية.
- زيادة عدد الجزائريين المقيمين وغير المقيمين المتجهين إلى وجهات سياحية خارج الجزائر وخاصة في الدول المجاورة المنافسة لها.
- ضعف الإستراتيجية التسويقية للمنتوج السياحي الجزائري الذي يتميز بالتنوع (الطبيعي، الأثري).

وهناك أسباب أخرى تتعلق بمكانة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية ككل، أدت إلى تعميق الفارق لغير صالح ميزان المدفوعات في بنده "السياحة والسفر"، مما يؤثر بالسلب على ميزان المدفوعات وتوازنه.

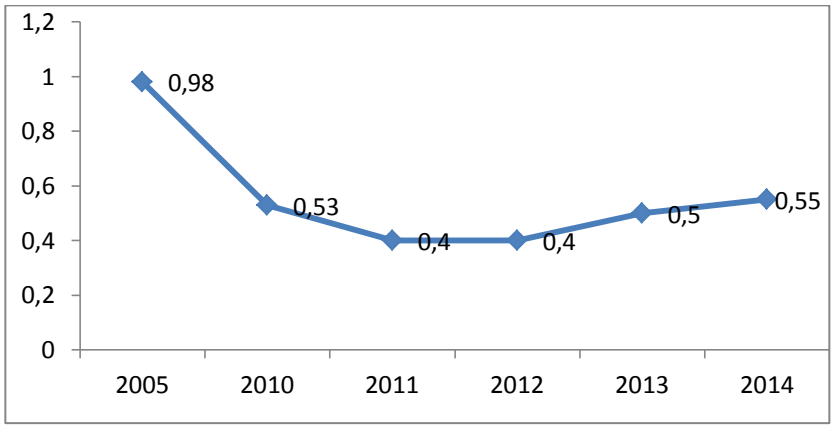
ثانيا: مساهمة السياحة في الصادرات الجزائرية

يعتبر مؤشر مساهمة السياحة في الصادرات من أهم المؤشرات التي يقاس بها دور السياحة في الاقتصاد الوطني، وبالتالي المساهمة في التنمية الاقتصادية لأنه يعكس دور القطاع السياحي في طلب العملات الأجنبية ومكانة القطاع في هيكل الصادرات باعتبار السياحة صادرات غير منظورة، فكلما ارتفعت قيمة هذا المؤشر كلما دل ذلك على الدور الفعال الذي يلعبه النشاط السياحي ككل في العملية التنموية، وفي الجزائر فإن القطاع السياحي يساهم بشكل ضئيل جدا في الصادرات الجزائرية والشكل الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم(5-8): مساهمة القطاع السياحي بشكل ضئيل جدا في الصادرات الجزائرية

السنوات	2005	2010	2011	2012	2013	2014
نسبة الإيرادات السياحية إلى الصادرات %	0.98	0.53	0.40	0.40	0.50	0.55

الشكل رقم(5-8): مساهمة السياحة في الصادرات الجزائرية



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

من خلال الجدول يتضح أن نسبة مساهمة السياحة في الصادرات الجزائرية (قيمة الإيرادات / قيمة الصادرات) هي نسبة ضئيلة جدا، مما يعني عدم استغلال المقومات السياحية التي تمتلكها الجزائر، وقد سجلت أدنى مساهمة للقطاع سنة 2007 بنسبة 0,52% من إجمالي الصادرات والسبب في ذلك أيضا هو الاعتماد المطلق للصادرات الجزائرية على منتجات قطاع المحروقات، أما عن مساهمة السياحة في إجمالي الإيرادات من الخدمات فقد كانت كالتالي:

الجدول رقم (5-9): مساهمة السياحة في إيرادات الخدمات خلال الفترة (2010 - 2015).

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
نسبة إيرادات السياحة إلى إيرادات الخدمات %	%6	5,32	5,21	5,77	7,31	8,78

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نشرة 2016، للديوان الوطني لإحصائيات الجزائر بالأرقام.

كما يوضح هذا الجدول أيضا ضعف مساهمة القطاع السياحي في إيرادات الخدمات وإن كانت في تزايد مستمر، وهذه النسب تدل أيضا على ضعف مساهمة القطاع السياحي في الميزان الجاري، وبالتالي ضعفه في المساهمة في الصادرات وخاصة إذا ما قورنت بتونس والمغرب، والتي كانت نسبة مساهمة القطاع السياحي في الصادرات نسبة 17,7% و 30,25% على التوالي سنة 2009.[1]

ثالثا: مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام

الناتج الداخلي الخام هو قيمة السلع والخدمات المسجلة داخل إقليم معين خلال فترة زمنية معينة مع استبعاد الخدمات المقدمة من قبل الإدارات العمومية والهيئات المالية.[2]

ويقاس دور أي قطاع بنسبة مساهمة هذا القطاع في الناتج الداخلي الخام، حيث تساهم السياحة الدولية بنسبة 12% في الناتج الداخلي الخام، بما يجعلها في المراتب الأولى بين القطاعات المختلفة.[3]

وهذه النسبة تجعلها تحتل المرتبة الأولى أكثر من صناعة السيارات والصناعة البترولية والصناعة الزراعية الغذائية.[4] وفي الجزائر فإن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام خارج المحروقات ضعيفة جدا، تتراوح في المتوسط نسبة 1,48% خلال السبع السنوات الأخيرة، والشكل التالي يوضح نسبة مساهمة القطاع السياحي في BIP:

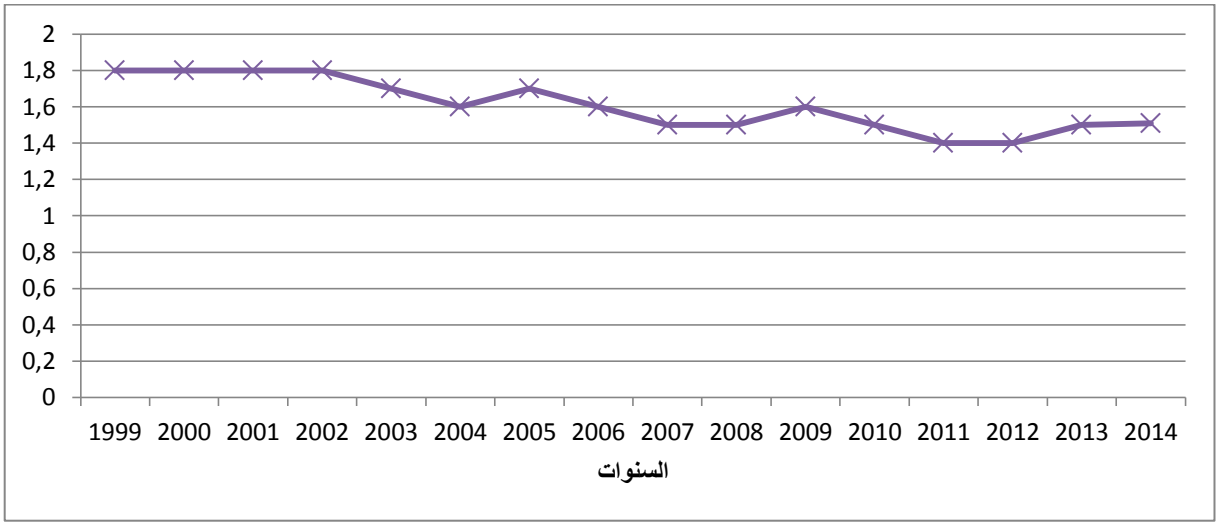
[1]- سمير سالمي، إستراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012، ص 128.

[2]- MOKHTAR LAKHEL, dictionnaire d'économie contemporaine vuibert édition, Paris, 2001, P560.

[3]- Organisation internationale du tourisme, Baromètre OMT du tourisme mondial, vol 8, n°2, juin 2010.

[4]- Jérémy Boer, le tourisme Un Moteur de l'économie mondiale, cahies Français N°393 P 08, http//www.acting-for-life.com/fr

الشكل رقم (5-9): مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام خلال الفترة (2000 - 2014)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الجدول السابق

نلاحظ من الشكل أن نسبة مساهمة القطاع السياحي كانت سنة 2000 تمثل نسبة 1,4% ، وسجلت أعلى قيمة لها سنة 2006 بنسبة 1,8% وأدنى قيمة بنسبة 1,02% سنة 2006 وتتراوح بين نسبة 1,4% و 1,6% للسنوات اللاحقة حتى سنة 2014.

هذه النسب تدل على ضعف مكانة القطاع السياحي في البرامج الاقتصادية التي عرفتها الجزائر منذ الاستقلال إلى يومنا هذا.

المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في التوظيف في الجزائر

في مقابل الآثار الاقتصادية الناجمة عن الأنشطة السياحية بجميع أنواعها، توجد هناك آثار اجتماعية وثقافية مباشرة وغير مباشرة مرتبطة أساسا بممارسة الأنواع المختلفة للسياحة.

أولا: السياحة والتشغيل

تعتبر صناعة السياحة من أكبر المجالات خلقا للوظائف ومناصب الشغل الدائمة والمؤقتة المباشرة وغير المباشرة، كما يعد معدل خلق الوظائف في قطاع السياحة أكثر بسرعة من المعدلات السائدة في القطاعات الأخرى بنحو 1,5 مرة، وأن كل غرفة في فندق تخلق ما بين 0,5 إلى 1 فرصة عمل جديدة ويرتفع هذا المعدل في الدول ذات الرواتب المنخفضة إلى أكثر من 1,5 فرصة.[1]

[1]- صليحة عشي، مرجع سبق ذكره، ص 157.

إن تفعيل الأنشطة السياحية يؤدي إلى خلق وظائف جديدة داخل القطاع السياحي، سواء داخل الفنادق والهياكل الإيوائية الأخرى أو ما يرتبط بها من وكالات سياحية أو ما يتعلق بالمنتوج السياحي الطبيعي والتاريخي وغيره (الإرشاد السياحي، الدليل السياحي وكل ما يرتبط بالحماية والصيانة والأبحاث المتعلقة بالمقصد السياحي)، كل هذا وغيره يؤدي إلى خلق مناصب شغل مباشرة تزيد في أوقات الذروة وتقل في الفصول الأخرى.

لكن هناك مناصب شغل غير مباشرة مرتبطة بالنشاط السياحي تكون داخل القطاعات الأخرى التي لها صلة مباشرة مع القطاع السياحي، والتي تزيد عن 185 فرعا كلها تزيد في فرص العمل إذا تم تفعيل الأنشطة السياحية، بحيث تكون هذه القطاعات كقوة دفع خلفية حيث تعتبر منتجاتها كمواد أو خدمات مستهلكة من القطاع السياحي كقطاع البنية التحتية، قطاع النقل، القطاع المالي، القطاع الفلاحي والغذائي وغيرها.

وتساهم السياحة 9% في التوظيف عالميا وهو ما يمثل 274 مليون وظيفة،[1] بعدما كانت سنة 2000 تمثل نسبة 7,5% من إجمالي العمالة وهو ما يمثل 163 مليون وظيفة، ليرتفع العدد إلى 241 مليون وظيفة سنة 2008 وهو ما يمثل 8,4% من إجمالي العمالة في الاقتصاد العالمي وتشكل 1 إلى 12 من كل فرصة عمل عالمية.[2]

ثانيا: التوظيف في القطاع السياحي في الجزائر

تعتبر السياحة من الصناعات كثيفة العمل أو التي تعتمد على العامل البشري بشكل كبير لتقديم المنتوجات والخدمات السياحية، عكس كثير من الصناعات الأخرى التي تكون كثيفة رأس المال، مما يجعل القطاع السياحي أحد المحركات الرئيسية للحد من البطالة، خاصة في الدول النامية والتي عادة ما تكون أجور المستخدمين منخفضة مقارنة بما يقدم لهم في الدول المتقدمة.

وفي الجزائر بلغ إجمالي القوة العاملة في سبتمبر 2016 عدد 12,117 مليون شخص قادر على العمل يشتغل منهم 10,845 مليون عامل، وهو ما نتج عنه معدل بطالة 10,5% من إجمالي عدد السكان القادرين على العمل وينحصر سنهم بين (16 – 59) سنة، وأن قطاع الخدمات بمفهومه الواسع يوظف 61% من إجمالي اليد العاملة يليه قطاع البناء 17,5% وقطاع الصناعة 13,5%

[1]-Jérémy Boer, opcit, P08.
[2] -World Travel & tourism counal, économic Data search Tool travel & tourism Ecomomy Emploment, travel & tourism direvt Industry, 1990 – 2020. www.wttc.org

وأخيرا قطاع الفلاحة 8%، حيث يوظف القطاع الخاص 59,8% من إجمالي اليد العاملة وهو ما يمثل 6,490 مليون عامل.[1]

وبلغ التوظيف في القطاع السياحي 63000 وظيفة مباشرة سنة 1990 و 209000 وظيفة غير مباشرة، ليصل العدد إلى 82000 وظيفة سنة 2000 والجدول التالي يبين تطور عدد المشتغلين في القطاع السياحي في الجزائر.

الجدول رقم (5-10): تطور التوظيف في القطاع السياحي خلال الفترة (2000 - 2014)

السنوات	2000	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
عدد المناصب	82000	182000	198000	213000	220000	224028	256775	261289
معدل النمو %	----	-1,62	8,79	7,58	3,28	1,83	14,62	1,76

Source : ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015

إن التوظيف في القطاع السياحي في تزايد مستمر ويسير في اتجاه تصاعدي، حيث ساهمت بنسبة 2% من إجمالي اليد العاملة النشطة في الجزائر سنة 2008 ونسبة 3,51% من إجمالي اليد العاملة الموظفة في قطاع الخدمات بمفهومه الواسع (بما فيه موظفو الإدارة العمومية).

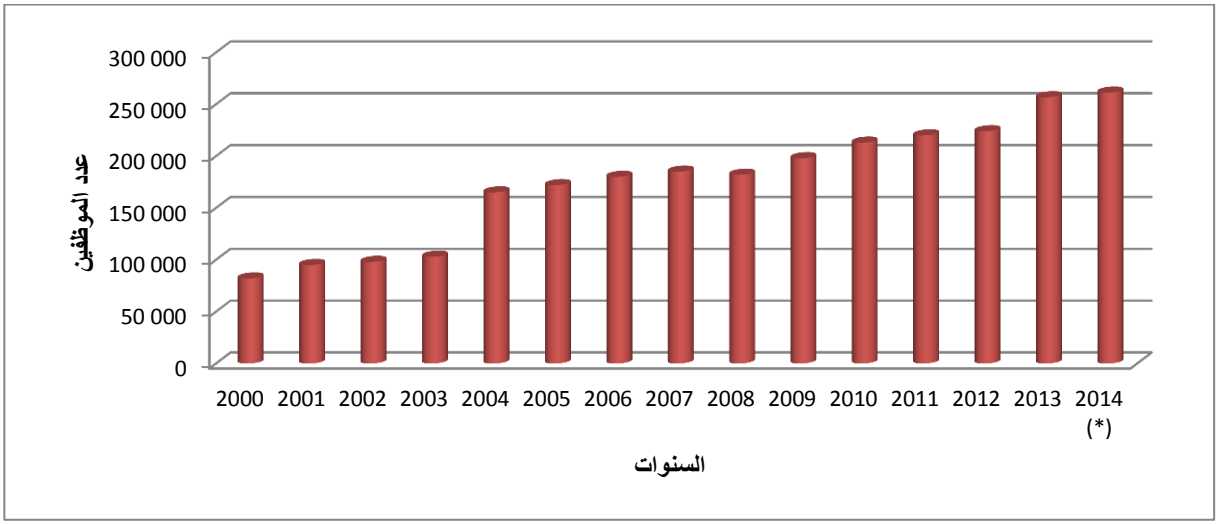
وفي سنة 2014 زاد عدد الموظفين في القطاع السياحي إلى 261289 عامل، بزيادة قدرها 1,76% عن سنة 2013 تمثل نسبة 2,47% من إجمالي اليد العاملة ونسبة 4,2% من إجمالي اليد العاملة في قطاع الخدمات بالمفهوم الواسع.

بالرغم من التطور الملحوظ في نسبة التوظيف في القطاع السياحي إلا أنها مازالت بعيدة عن المعدلات العالمية و التي بلغت 8,4% سنة 2008. والشكل التالي يوضح تطور التوظيف في القطاع السياحي في الجزائر.

[1]- الديوان الوطني للإحصائيات والنشاط الاقتصادي والتشغيل والبطالة خلال سبتمبر 2016.

*ONS, Activite, Emploi & chômage En Septembre, 2016, N°763, décembre 2016, P18.
Sit web http//www.ons.dz

الشكل رقم (5-10): تطور التوظيف في القطاع السياحي خلال الفترة (2000 - 2014) في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الجدول السابق.

وأما عن نسبة توزيع اليد العاملة في القطاع السياحي من إجمالي اليد العاملة في جميع القطاعات الأخرى وفي قطاع الخدمات فقد سجلت أعلى نسبة سنة 2014.

والجدول التالي يوضح هذا التوزيع:

الجدول رقم (5-11): توزيع اليد العاملة في القطاع السياحي من إجمالي اليد العاملة في الجزائر وفي قطاع الخدمات للفترة (2008 - 2014)

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
من إجمالي اليد العاملة %	2	2,09	2,18	2,3	2,2	2,38	2,47
من إجمالي اليد العاملة في قطاع الخدمات %	3,51	3,72	3,96	3,92	3,57	3,98	4,02

المصدر: من إعداد الطالب إسنادا على بيانات الصادرة في:

- ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015
- ONS, Activité, Emploi & chômage en Septembre 2016, N°763 décembre 2016, PP 12, 13.

حيث يلاحظ أن متوسط مساهمة القطاع السياحي في إجمالي اليد العاملة في الجزائر خلال الفترة (2008 - 2014) بلغت معدل 2,23%، وبلغت متوسط مساهمته في التشغيل في قطاع الخدمات نسبة 3,33% خلال نفس الفترة، وهي معدلات بعيدة عن المعدلات الدولية إضافة إلى ارتفاع عدد العاملين على مستوى الإدارات، في حين أن المعايير الدولية تشير إلى عدم تجاوز هذه النسبة 7% في

المجال الإداري من مجموع المشتغلين به،[1] وكذا وجود نسبة 66% من مجموع المشتغلين في هذا القطاع غير مؤهلين في الجزائر، وأن المقاييس الدولية تسمح بما نسبته 20% لهذا الصنف من الحالة،[2] و هذا راجع إلى ضعف هيئات التأطير لهذا القطاع.

ثالثا: الأهمية الثقافية للسياحة في الجزائر

إن من بين الآثار الإيجابية للسياحة على المجتمعات هي انتقال الثقافة والعادات بين الأفراد، من خلال التدفقات السياحية والاحتكاك بالسياح الوافدين مع سكان البلد المقصد، مما ينتج عنه معرفة تقاليد واحترام القيم ووجود قبول للآخرين وتصحيح الصورة الخاطئة عن الأجانب، وتصحيح أيضا بعض الموروثات التاريخية المأخوذة من مصادر غير موثوقة.

أما من جهة المقاصد والمواقع الأثرية والتاريخية فإن السياحة تحافظ عليها، من خلال زيادة الاهتمام بها باعتبارها موردا للعملة الأجنبية من جهة، وباعتبارها تراثا إنسانيا تطالب المنظمات الدولية بالحفاظ عليه، ومن جهة ثانية تكون مصادر تمويلية للصيانة والاكتشاف لهذه المواقع ويتم هذا من خلال:

- تنظيم المهرجانات السنوية في بعض المناطق الأثرية (تمقاد، جميلة) باعتبارها عنصرا جذابا للسياح المحليين والأجانب.
- زيارة المتاحف والمرافق الثقافية المختلفة.

[1]– صليحة عشي، مرجع سبق ذكره، ص 160.

[2]– حفيظ شبايكي، مرجع سبق ذكره، ص 119.

المبحث الثاني: مقارنة مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلدان المغاربية (الجزائر – تونس – المغرب)

يمكن تقييم النشاط السياحي في بلدان المغرب العربي من خلال مقارنة مؤشرات العرض السياحي، مؤشرات الطلب السياحي ، والآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في هذه البلدان ومن خلال مؤشر تنافسية السفر والسياحة .

المطلب الأول: مقارنة مؤشرات العرض في البلدان المغربية

أولا: المقومات الطبيعية والحضارية

تكاد تتطابق بلدان المغرب العربي الثلاث، من حيث المقومات الطبيعية والحضارية، فهي لها نفس الموقع "شمال إفريقيا" وتبعد بنفس المسافة عن أكبر سوق مصدر للسياح، ولها نفس التضاريس، من الجبال والهضاب والصحراء والمناخ والنبات ولها شريطا ساحليا مطلا على البحر الأبيض المتوسط ولها محميات طبيعية ومياه جوفية حارة لمعالجة الأمراض المختلفة.

أما المقومات الأثرية والتاريخية فإن المنطقة مرت بها نفس الحضارات ونفس الاستعمار الحديث وتركت آثارا مهمة في كل دولة ولها متاحف أثرية تزخر بآثار الحضارات السابقة، ولها نفس النمط المعماري الحضاري الإسلامي.

ثانيا: مؤشر الطاقة الإيوائية في البلدان الثلاث

تعتبر الطاقة الإيوائية من أهم المؤشرات التي تقاس بها الطاقة الاستيعابية للهياكل السياحية على اختلاف أحجامها وتصنيفاتها، والجدول التالي يبين الطاقة الفندقية في البلدان المغاربية بمعيار عدد الأسرة.

الجدول رقم (5-12): مقارنة الطاقة الإيوائية للبلدان الثلاث خلال الفترة (2000 – 2015).

الدولة	2000	2010	معدل النمو 2010-2000	2015	معدل النمو 2015-2010	المستهدف 2015	نسبة الإنجاز%
الجزائر	67087	86383	28,76	102244	18,36	159869	63,59
تونس	197500	241500	22,27	241392	- 0,04	268700	89,83
المغرب	95180	174019	82,83	231334	32,93	256400	90,22

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الجداول السابقة.

- **المستهدف** من الاستراتيجيات السياحية للبلدان الثلاث.

يلاحظ من خلال الجدول أن معدلات نمو الطاقة الإيوائية تختلف من بلد إلى آخر حسب ما يلي:

المرحلة (2000 – 2010): حققت المغرب المرتبة الأولى بمعدل نمو 82,83% وبمتوسط معدل نمو سنوي قدره 8,2%. وجاءت الجزائر في المرتبة الثانية من حيث معدل نمو الطاقة الإيوائية 28,76 وبمعدل نمو سنوي قدره 2,8%. أما تونس فقد جاءت في المرتبة الثانية بمعدل نمو 22,27% وبمتوسط معجل نمو سنوي 2,2%. أما من حيث القيمة المطلقة لعدد الأسرة فإن تونس في المرتبة الأولى 241500 سريرا ثم المغرب 174019 سريرا ثم الجزائر 86383 سريرا بما فيها 29891 سريرا غير مصنفة.

المرحلة (2010 – 2015): خلال هذه المرحلة وفق هذا المؤشر تبقى المغرب في المرتبة الأولى بمعدل نمو 32,93% وبمتوسط معدل نمو سنوي 6,5% تم الجزائر 18,36% وبمتوسط معدل نمو سنوي 3,6% أما تونس فقد حققت معدل نمو سالب -0,04% وهذا راجع إلى تأثير الأحداث التي عرفتها تونس خلال هذه المرحلة.

أما حيث القيمة المطلقة لعدد الأسرة سنة 2015 تبقى تونس في المركز الأول 241392 سريرا ثم المغرب 231334 ثم الجزائر 102244 سريرا منها 8406 سريرا غير مصنفة سنة 2014.

أما عن الأهداف المراد تحقيقها من خلال هذا المؤشر فقد حققت المغرب 90,22% من الهدف المسطر 256400 سريرا، في حين كانت تونس في المركز الثاني بنسبة إنجاز 89,83% من

268700 سريرا، وجاءت الجزائر في المركز الثالث بنسبة إنجاز 63,59% من أصل 159869 سريرا مستهدفا.

وعن أسباب عدم تحقيق الأهداف المسطرة كاملة فإنها ترجع حسب كل دولة إلى ما يلي:

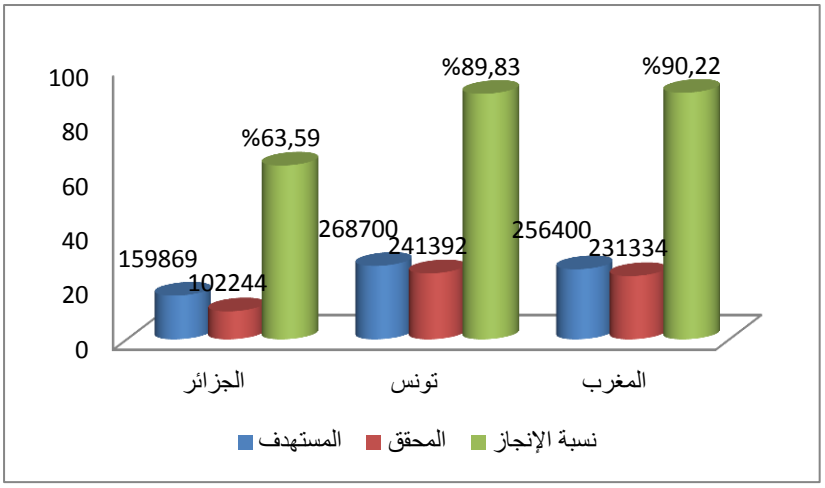
- بالنسبة للجزائر: تعد أسباب عدم تحقيق الأهداف المسطرة في هذا المؤشر إلى ما يلي:[1]
  - عدم انطلاق 607 مشروعا بطاقة إجمالية 78813 سريرا.
  - توقف 101 مشروعا بطاقة إجمالية 8591 سريرا.

وهذا راجع إلى الأسباب التقليدية التي تعرفها الجزائر منذ تسعينيات القرن الماضي، مثل نقص التمويل من طرف البنوك، وعدم القدرة على جذب الرأسمال المحلي والأجنبي إلى القطاع السياحي، نتيجة المشاكل الإدارية التي يعرفها القطاع خاصة ما تعلق بعقود الملكية.

- وفي تونس فإن الأحداث التي عرفتها بعد ثورة الياسمين سنة 2011، أدت إلى تدهور القطاع وغلق أكثر من 70 فندقا بعد هجمات باردو وسوسة سنة 2015.
- وفي المغرب فقد تحققت نسبة مقبولة وهذا راجع إلى نجاح الإستراتيجية السياحية رؤية 2010 ورؤية 2020 في تحقيق الأهداف المعلنة مسبقا. والشكل التالي يبين بوضوح أداء الدول المغاربة في هذا المؤشر.

[1] وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية، حصيلة المشاريع الاستثمارية 2015.

الشكل رقم(5-11): مقارنة مؤشر الطاقة الإيوائية (المستهدف - المحقق) للدول الثلاث.



المصدر: من إعداد الطالب بناء على بيانات الجدول السابق.

فمن خلال الشكل فإن مؤشر إنجاز طاقات الإيواء وتحقيق أهداف الاستراتيجيات يجعل المغرب في المرتبة الأولى 90,22% بفارق طفيف عن تونس 89,83% ثم الجزائر في المرتبة الأخيرة 63,59%.

المطلب الثاني: مقارنة مؤشرات الطلب السياحي في البلدان المغاربية الثلاث

أولا: مؤشر التدفقات السياحية الوافدة:

غالبا ما يشار إلى القدرة الاستيعابية في المجال السياحي بمؤشر نسبة عدد السياح إلى العدد الإجمالي للسكان، ففي فرنسا يفوق هذا المؤشر نسبة 126% وإسبانيا 129% أي أن عدد السياح يتجاوز عدد السكان دون التأثير عل الحياة العادية للسكان المحليين .

وبالنسبة للدول العربية فإن دول الخليج تأتي في المرتبة الأولى بالنسبة لهذا المؤشر فنجد البحرين وقطر والإمارات تحقق نسبة 539,4% و 143% و 114,7 على التوالي[1].

ويعود سبب هذا الارتفاع إلى قلة عدد السكان مقارنة ببقية الدول العربية وإلى وجود عدد هائل من السياح نتيجة وجود منتجع سياحي متنوع.

[1] صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2008، أبو ظبي، سبتمبر 2008، ص 214.

الجدول رقم (5-13): مؤشر عدد السياح إلى عدد السكان في البلدان المغاربية الثلاث سنة 2015.

الدولة	عدد السياح	عدد السكان (مليون)	النسبة%
الجزائر	1709944	39,963	4,27
تونس	4201800	10,996	38,21
المغرب	10176762	*33,848	30,06

المصدر: من إعداد الطالب بناء على البيانات في الجداول السابقة وتقارير

- المغرب في أرقام 2016.
- جامعة الدول العربية أرقام ومؤشرات، العدد الخامس 2015.

يتضح من خلال الجدول أن المرتبة الأولى تعود إلى تونس بنسبة 38,21% والمرتبة الثانية للمغرب 30,06% والجزائر بنسبة ضعيفة 4,27% ويعود هذا الترتيب إلى عدى أسباب أهمها:

- قلة عدد سكان تونس مقارنة مع الجزائر والمغرب مما يؤدي إلى ارتفاع النسبة خاصة مع ارتفاع عدد السياح إلى أكثر من 4 مليون مع ملاحظة أن تونس لا تعد السياح غير المقيمين من السياحة الوافدة.
- أما المغرب ورغم تجاوز عدد السياح 10 مليون إلى أن عدد السكان تجاوز 33 مليون مما يخفض النسبة إلى 30% .
- والجزائر فإن سبب حصول معدل متدني يعود إلى بلوغ عدد السكان 40 مليون في حين يقل عدد السياح ولم يتجاوز 2 مليون سائح.

أما بالنسبة إلى الإنجازات المحققة مقارنة بالمستهدفة في مؤشر عدد السياح في البلدان المغاربية الثلاث فإنها تتوضح في الجدول التالي:

* 2014.

الجدول رقم (5-14): مقارنة الأرقام المستهدفة مع الانجازات المحققة في مؤشر عدد السياح في البلدان المغاربية سنة 2015.

الدولة	المستهدف (المليون)	المحقق (مليون)	نسبة الإنجاز %
الجزائر	2,500	1,709944	68,36
تونس	8,942	4,201800	46,98
المغرب	13,711	10,176762	74,22

المصدر: من إعداد الطالب بناء على:

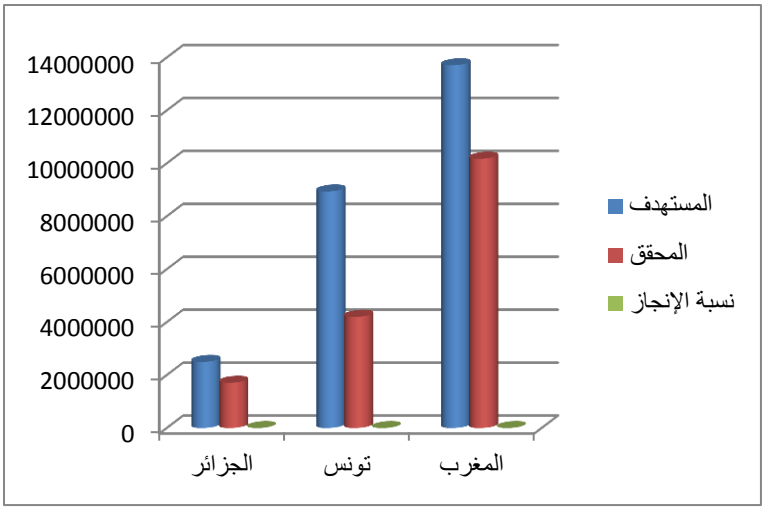
- البيانات السابقة
- استراتيجيات البلدان الثلاث.

يلاحظ من خلال الجدول أن المغرب يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 74,22% في هذا المؤشر وهذا دليل آخر على نجاح الاستراتيجية المغربية في تحقيق الأهداف المسطرة مسبقا وقد حقق هذا المؤشر 92% في رؤية 2010[1].

أما الجزائر فتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 68,39% وتونس بنسبة 46,98% وقد حقق هذا المؤشر في تونس نسبة 104% سنة 2010 لكن نظرا للأحداث التي عرفتها جعلته ينخفض إلى هذا الحد. والشكل التالي يوضح الفروقات الموجودة بين الدول الثلاث في هذا المؤشر.

[1] UNTWO, Tourisme highlights 2016 édition, P 15.

الشكل رقم (5-12): مقارنة مؤشر نسبة الإنجاز في السياحة الوافدة في البلدان المغاربية 2015.



المصدر: من إعداد الطالب بناء على بيانات الجدول السابق.

ثانيا: مؤشر الليالي السياحية ومدة الإقامة

يدل مؤشر الليالي السياحية في بلد ما عن عدد الليالي التي يقضيها السياح الأجانب وغير المقيمين والمقيمون في هياكل الإيواء المصنفة، مما جعل هذا المؤشر يرتفع وينخفض بحسب عدد السياح لأن عدد الهياكل عموما يتغير بمعدل بطيء والجدول التالي يبين الفروقات الموجودة بين الدول الثلاث في هذا المؤشر.

الجدول رقم (5-15): مؤشر الليالي السياحية المحققة والمستهدفة في البلدان المغاربية سنة 2015.

الدولة	المحققة (مليون)	المستهدفة (مليون)	نسبة الإنجاز %
الجزائر	7,14	9,21	77,5
تونس	35,5	59,8	59,36
المغرب	18,3	27,7	66,42

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات الجدول السابقة.

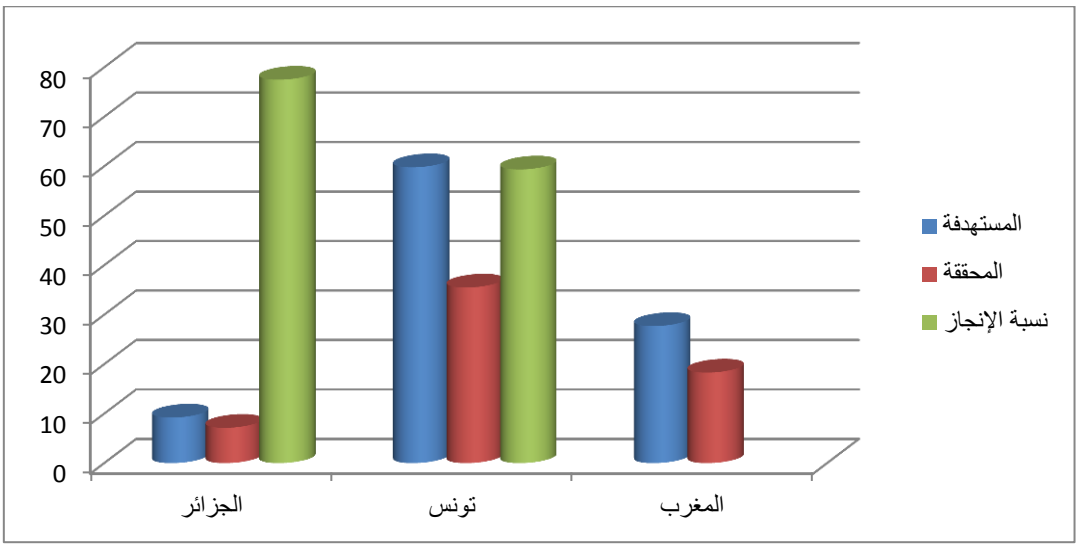
يلاحظ من الجدول أن نسبة إنجاز الليالي السياحية في الجزائر وصلت 77,5% مع بقاء 2 مليون كفارق لكن مع مقارنتها مع متوسط الإقامة للسياح والذي وصل 1,7 يوم يدل على عدم قدرة المعروض السياحي الجزائري من تقديم خدمات تنافسية تزيد من معدل الإقامة.

أما المغرب والذي حقق 66,42% من نسبة الإنجاز أو من الليالي السياحية المستهدفة مع بلوغ متوسط الإقامة 2,9 يوم وبقاء 9,4 مليون ليلة كفارق بين المحقق والمستهدف وهو رقم كبير نسبيا نتيجة تراجع معدلات نمو توافد السياح بعد سنة 2010 مقارنة بالسنوات التي قبلها، وكنتيجة لطموح المغرب من خلال رؤية 2020.

أما تونس والتي لم تحقق سوى 59,36% من الليالي السياحية المستهدفة سنة 2015 وهذا نتيجة تراجع أعداد السائحين بنسبة 39% عن سنة 2010 قبل الثورة.

والشكل التالي يوضح فروقات الليالي السياحية في البلدان المغاربية.

الشكل رقم (5-13): مقارنة الفروقات مؤشر الليالي السياحية في البلدان المغاربية سنة 2015.



المصدر: من إعداد الطالب بناء على بيانات الجدول السابق.

المطلب الثالث: مقارنة مؤشرات التدفقات المالية في البلدان المغاربية

أولا: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

تختلف الدول المغاربية في مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، وهذا راجع إلى الهيكل الاقتصادي للدولة ومدى وجود تنوع في صادرات السلع والخدمات الموجهة للخارج أو الاستهلاك الداخلي.

ويعود هذا الاختلاف إلى طبيعة تمويل الاقتصاد الوطني إذ يتركز بشكل كبير على الجباية البترولية في الجزائر ويتنوع نسبيا في تونس والمغرب، والجدول التالي يوضح مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الدول المغاربية.

الجدول رقم (5-16): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في البلدان المغاربية الثلاث سنة 2015.

البلد	2010	2015
الجزائر	1,4	1,5*
تونس	---	5,8
المغرب	6,8	8,1

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على بيانات سابقة.

ويلاحظ من خلال الجدول أن المغرب دائما في المرتبة الأولى بمساهمة نسبية مباشرة 8,1% وبنسبة غير مباشرة 9,8% ليصل الإجمالي إلى 17,5% وهي نسبة جعلت المغرب في المرتبة 42 دوليا في هذا المؤشر وأكبر من المعدل الدولي.

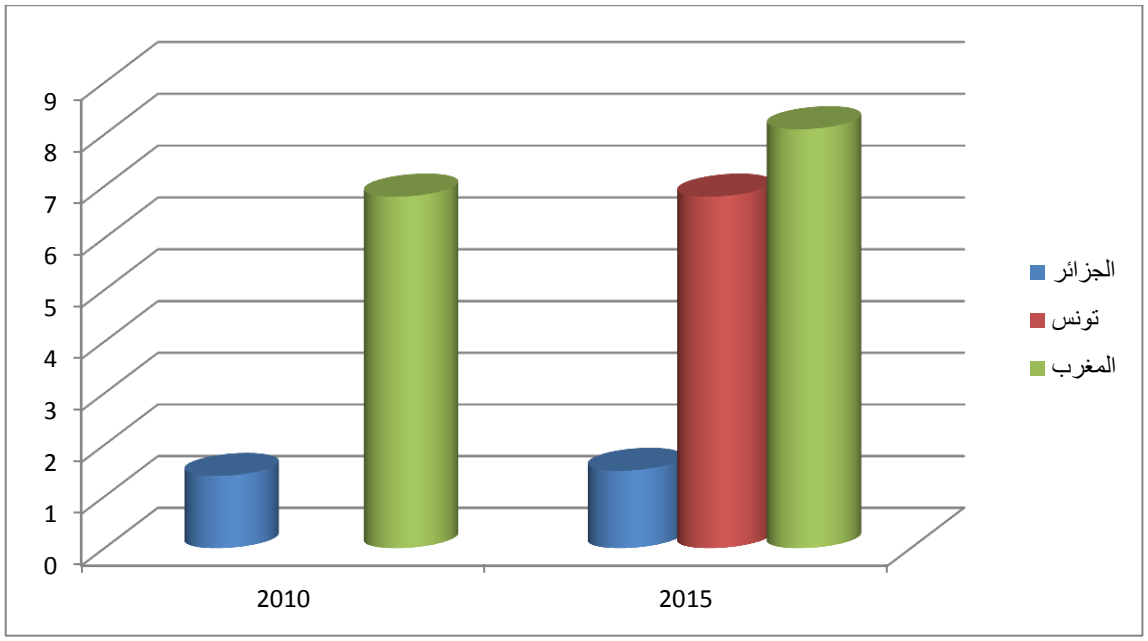
أما تونس فقد كانت المساهمة المباشرة 5,8% والمساهمة غير المباشرة 6,8% ليصل الإجمالي 12,6% وتأتي في المرتبة 62 دوليا.

وفي الجزائر فقد كانت نسبة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بطريقة مباشرة بنسبة 1,5% سنة 2014 وبطريقة غير مباشرة 3,1% بينما الإجمالي 4,6% لتحتل الرتبة 137 من أصل 184

* سنة 2014

دولة علما أن متوسط مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الدولي 9,8% مما يجعله من أكبر المساهمين في الناتج المحلي الإجمالي الدولي.[1] والشكل التالي يبين الفروقات الموجودة في الدول الثلاث في ذلك.

الشكل رقم (5-14): فروقات مؤشر المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي للدول الثلاث.



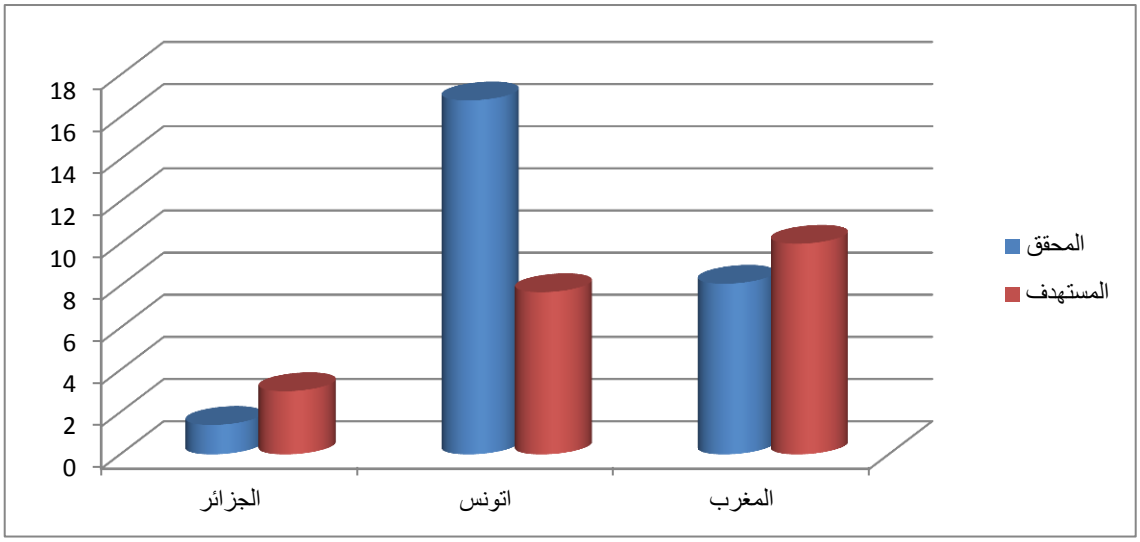
المصدر: من إعداد الطالب بناء على المعطيات السابقة.

فمن خلال الشكل يتضح أن السياحة في المغرب تساهم بشكل كبير في الناتج المحلي الإجمالي، وكذلك تونس، وهذا راجع إلى الأهمية التي أدلتها الدولتان لجعل القطاع السياحي من القطاعات الرائدة والنشطة في تكوين الهيكل الاقتصادي وتنويع الصادرات، وقد سعت تونس إلى الوصول بمساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى 7,7% بفارق 0,9 نقطة عن المخطط له. أما المغرب فقد سعت إلى تحقيق 10% كمساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي بفارق 1,9 نقطة عما هو محقق سنة 2015.

أما الجزائر فقد حققت النسبة 1,4% من لأصل 3% مستهدفة وهي نسبة ضئيلة غير طموحة مقارنة بالجارتين تونس والمغرب والشكل التالي يوضح ذلك.

[1] World Travel & tourisme, 2016 pdf.

الشكل رقم(5-15): مقارنة نسب مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي في البلدان المغاربية



المصدر: من إعداد الطالب بنا على البيانات السابقة.

وعن ضعف المساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج الإجمالي المحلي سببه عدم القدرة على تنويع الصادرات خارج المحروقات بما فيها المنتجات السياحية، ووجود التبعية المطلقة لاقتصاد الجزائر للمحروقات في تمويل التنمية الاقتصادية، ولم تتمكن من الوصول إلى نسبة 3% التي تعتبر نسبة ضعيفة وبعيدة عن المعدل الدولي.[1]

أما المغرب ورغم تحقيقه نسبة مرضية إلا أن تحقيق 40% من استثمارات المخطط الأزرق حال دون الوصول إلى الهدف المنشود في هذا المؤشر.

وفي تونس فإن السياحة والاستثمارات المتعلقة بها، قد تأثرت بشكل كبير بعد ثورة الياسمين وخاصة بعد الهجمات التي نفذت على السياح الأجانب.

[1] وزارة السياحة، والتهيئة العمرانية والصناعات التقليدية الجزائرية، المخطط التوجيهي للتنمية السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية ص 18.

ثانيا: مساهمة رصيد الميزان السياحي في توازن ميزان المدفوعات

هناك تباين واضح لمساهمة القطاع السياحي في توازن ميزان المدفوعات في البلدان المغاربية وهذا نتيجة اختلاف حجم السياحة الوافدة وحجم السياحة المغادرة (الخارجة) من دولة إلى أخرى. ففي المغرب تمثل السياحة المغادرة 20% من السياحة الوافدة مما يجعل الميزان السياحي موجبا، ومن جهة أخرى ارتفاع دخول السياح الوافدين مقارنة بما هو ممنوح في المغرب من دخول، ومن جهة ثالثة انخفاض قيمة الدرهم مقارنة بعملات السياح الوافدين، الذين تتميز عملتهم بالارتفاع مقارنة مع الدهم المغربي.

وفي تونس فقد كانت نسبة السياح المغادة تمثل 48,68% من السياحة الوافدة سنة 2012، مما يجعل الميزان السياحي يتميز برصيد موجب طوال المدة 2010، 2015 للأسباب المذكورة في حالة المغرب.

وبخلاف المغرب وتونس، فإن الجزائر دائما تحقق رصيدا سياحيا سالبا نتيجة زيادة السياحة المغادرة عن السياحة الوافدة (2,8 ، 1,7) مليون سائحا على التوالي،أي أن السياحة الوافدة تمثل 60 % من السياحة المغادرة، مما ينتج عنه رصيدا سياحيا سالبا، ولو لا العوامل الأخرى كإنفاق السائح الأجنبي، وقدرته المالية المرتفعة إضافة إلى الفروقات الموجودة بين قيمة الدينار وقيمة العملات الأجنبية الأخرى، لكان العجز أكبر. والجدول التالي يبين الفروقات الموجودة بين الدول الثلاث فيما يخص رصيد الميزان السياحي.

الجدول رقم (5-17): رصيد الميزان السياحي في البلدان المغاربية الثلاث.

الوحدة: مليار دولار

الدول	2010	2015	معدلات التغير %
الجزائر	- 0,355	- 0,373	- %5
تونس	6,8	0,58	- %91
المغرب	6,2	5,6	- %9,6

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات جداول سابقة.

بمقارنة مساهمة الميزان السياحي في ميزان مدفوعات الدول المغاربية الثلاث، يتضح أن الميزان السياحي يحقق عجزا مزمنا وهيكليا، لأن عدد الأجانب الذين توافدوا على الجزائر سنة 2015 هو 1 مليون سائح بالإضافة إلى 0,62 مليون جزائري غير مقيم زار الجزائر لنفس السنة، وهذا عدد ضئيل مقارنة بالتوافد على تونس والمغرب، كما أن سياحة المهمات الأعمال في تزايد مستمر وأن السياح الذين زاروا الجزائر بغرض الاستجمام بلغ نسبة 66,45% يمثل التونسيون 77% منهم وهم من السياح ذوي الإنفاق الضعيف، مقارنة مع إنفاق السياح الأوروبيين، كما أن مدة الإقامة عادة ما تكون قصيرة وهذا هو حال السياحة الإقليمية.

أما تونس فإن الانخفاض في الرصيد السياحي واضح، وهذا من خلال تحقيق 6,8 مليار دولار سنة 2010 قبل الثورة وتحقيق 0,58 مليار دولار بعد الثورة والهجمات الإرهابية على الفنادق السياحية مسجلا انخفاضا قدره 91,7% من مساهمته في الميزان المدفوعات التونسي.

أما المغرب فإن رصيد ميزانه السياحي يحقق فائضا مزمنا، نتيجة الاهتمام بالقطاع السياحي من حيث نوعية الخدمات المقدمة، والمنتجات السياحية المعروضة ومن حيث التكامل الموجود مع القطاعات الأخرى، مما جعل الرصيد يصل إلى 6,2 مليار دولار سنة 2010 و 5,6 مليار دولار سنة 2015، مما جعله يحتل المرتبة الرابعة إفريقيا، مستفيدا من الأحداث التي عرفتها الجارة تونس ويكون بديلا سياحيا خاصة للسياح الأوروبيين.

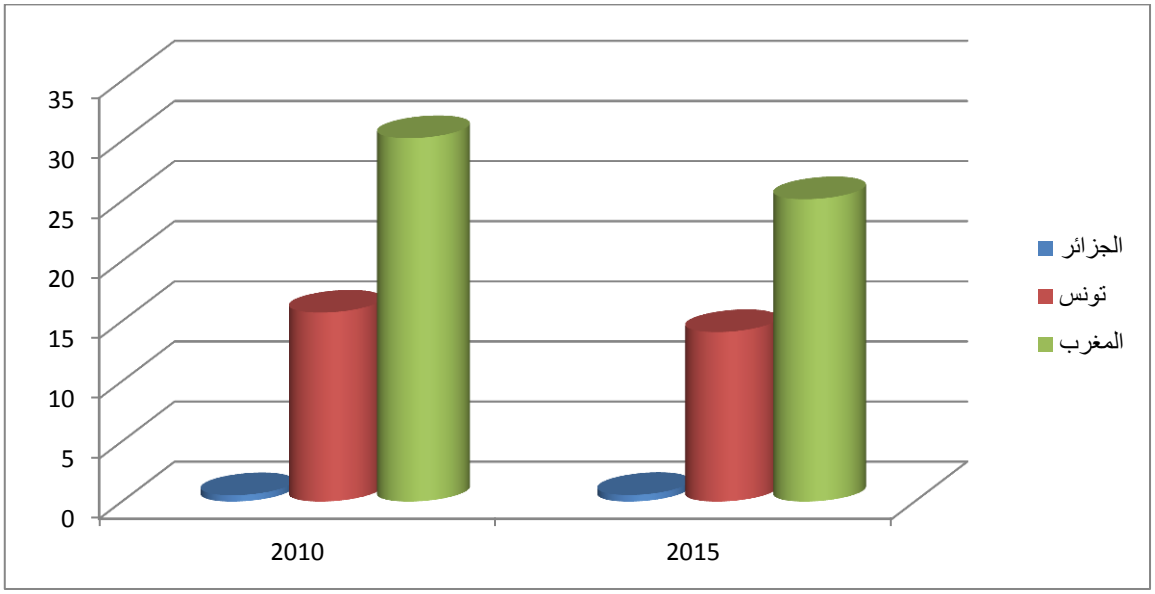
ثالثا: مساهمة الإيرادات السياحية في صادرات البلدان المغاربية:

يحتل المغرب المرتبة الأولى في هذا المؤشر مقارنة مع الجزائر وتونس إذ بلغت نسبة مساهمة العائدات السياحية 30,23% من إجمالي الصادرات سنة 2010 ونسبة 25,15% سنة 2013. مما يجعل القطاع السياحي قطاعا رائدا ومحركا في تحصيل العملة الأجنبية.

أما الإيرادات السياحية في تونس فقط حققت نسبة 15,72% من إجمالي الصادرات سنة 2010 ونسبة 14,10% سنة 2015 وهي نسب معقولة مما يجعل السياحة موردا هاما للعملة الأجنبية في تونس.

أما الجزائر فإن السياحة تبقى موردا للعملة الأجنبية مستبعدا من الحسابات الوطنية لأن نسبة مساهمتها تكاد تكون معدومة إذ شكلت نسبة 0,53% سنة 2010 و 0,55% سنة 2014 وهي تساهم في خروج العملة الأجنبية نتيجة تزايد السياحة المغادرة نحو الخارج.[1] والشكل التالي يبين الفروقات الموجودة بين مؤشرات المساهمة في الصادرات.

الشكل رقم (5-16):الفروقات الموجودة بين مؤشرات المساهمة في الصادرات.



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على المعلومات السابقة.

رابعا: التدفقات المالية للاستثمار الأجنبي في القطاع السياحي

تختلف حصة الاستثمارات السياحية من إجمالي الاستثمار داخل الدول المغاربية إذ يمثل نسبة ضعيفة في الجزائر 2,8% من إجمالي الاستثمارات ونسبة 8,4% في تونس، ونسبة 12,4% في المغرب في سنة 2015 في حين كان المعدل الدولي 4,3%. [2]

وتشير هذه الأرقام إلى الأهمية التي توليها الدول الثلاث للقطاع السياحي في إطار تنفيذ وتخطيط التنمية الاقتصادية.

[1] البنك الدولي، مؤشرات التنمية العالمية على الموقع، http://databank.albankadawli.org ..

[2] WTTC, travel and tourism impact 2016.

أما عن حصة القطاع السياحي من الاستثمارات الأجنبية لسنة 2015 فقد كانت في الجزائر تمثل نسبة 4% وتونس 6% والمغرب 15% وهو ما يعكس قوة جذب التي يتمتع بها المغرب للاستثمارات الأجنبية حث بلغ عدد الشركات الأجنبية السياحية 39 شركة لتنفيذ 59 مشروعا سياحيا سنة 2015 بتكلفة 8,2 مليار دولار[1]. في حين كان عدد الشركات الأجنبية في تونس 17 مؤسسة لتنفيذ 25 مشروعا بتكلفة 2,3 مليار دولار.

أما الاستثمار الأجنبي في القطاع السياحي في الجزائر، فقد بلغ عدد المؤسسات الأجنبية 8 شركات لتنفيذ 12 مشروعا استثماريا سياحيا، بتكلفة 2,6 مليار دولار، تمثل نسبة 3,8% من إجمالي الاستثمارات الأجنبية والتي يتركز غالبيتها في قطاع المحروقات.[2]

خامسا: مساهمة القطاع السياحي في التوظيف في البلدان المغاربية:

إن القطاع السياحي من القطاعات الكثيفة العمل، فمهما كان هناك تطور تكنولوجي فلا يمكن الاستغناء عن اليد العاملة المؤهلة في تنشيط القطاع حيث تشير الإحصاءات الدولية إلى أن نسبة اليد العاملة في القطاع السياحي تمثل 10% من إجمالي اليد العاملة في باقي القطاعات الأخرى. حيث يؤدي إنجاز سريرين إلى خلق منصب شغل مباشر وثلاث مناصب غير مباشرة، والجدول التالي يوضح عدد المناصب التي يراد خلقها في البلدان المغاربية الثلاث والمحققة فعلا.

[1] المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، العدد 33، 2016.

[2] المرجع السابق.

الجدول رقم (5-18): مؤشر توفير مناصب شغل في البلدان المغاربية 2015. الوحدة: ألف

البلد	المحققة		المستهدفة		نسبة الإنجاز %	
	مباشرة	غير مباشرة	مباشرة	غير مباشرة	مباشرة	غير مباشرة
الجزائر	327,5	301,00	300	500	109	60,2
تونس	185	215	166,5	407,3	111	53
المغرب	731,5	956	645,1	1200	113	79

المصدر: -SAD 2030, livre 2 plan stratégique 2008, P 18

- الديوان الوطني التونسي للإحصاء.
- السياحة المغربية رؤية 2020.
- المجلس العالمي للسفر والسياحة.

يلاحظ من الجدول أن الاستراتيجية الجزائرية تستهدف خلق 800 ألف منصب شغل مباشر وغير مباشر حيث تم تحقيق 109% من مناصب الشغل المباشرة المستهدفة (30 ألف) وتحقيق 60,2 % من المناصب غير المباشرة المستهدفة.

ويعود سبب تحقيق الهدف في المناصب المباشرة وعدم تحقيقه في خلق المناصب الشغل غير المباشرة إلى ضعف العلاقات التشابكية وقوة الدفع الخلفية والأمامية التي يتميز بها القطاع السياحي في الجزائر.

وفي تونس فقد استهدف القطاع 400 ألف منصب شغل 185 ألف منها مباشر و 215 ألف غير مباشر وهو ما مثل 111% من الأهداف المحققة في خلق المناصب المباشرة ونسبة 53% من المناصب غير المباشرة.

أما المغرب فإن "رؤية 2020" تسعى على خلق 465,1 ألف وظيفة مباشرة سنة 2015 و 1200 ألف منصب غير مباشرة، وقد حقق القطاع 113% من الحالة الأولى و 79% من أهداف الحالة الثانية، مما يجعله ثاني قطاع بعد الفلاحة في خلق مناصب الشغل.

المطلب الرابع: مقارنة تنافسية القطاع السياحي في البلدان المغاربية

إن معرفة فعالية القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية يتحدد من خلال معرفة الدور الذي يلعبه من حيث جلب العملة الأجنبية والتوظيف والاستثمارات. أما على المستوى الدولي فإنه من خلال مجموعة من المؤشرات التي تحدد مدى تقدم وتأخر القطاع.

أولا: مفهوم تنافسية القطاع السياحي

تعرف تنافسية القطاع السياحي بأنها "قدرة المؤسسات السياحية في دولة مما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، مما يؤدي إلى تميز تلك الدول في هذا القطاع وتكون مؤسساته قادرة على المنافسة الخارجية والحفاظ على الحصة السوقية وتنميتها باستمرار"[1].

وقد أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي World Economic Forum في مارس 2007 تقريره الأول ن تنافسية السياحة والسفر في العالم وتبرز أهمة التقرير في كونه يصنف الدول في مؤشر يعبر عن مدى توافر البيئة الداعمة للسياحة من حيث النظم والإجراءات والبنية التحتية والموارد الطبيعية والبشرية ... الخ.

ويتكون المؤشر الكلي لتنافسية السياحة والسفر من ثلاث مؤشرات فرعية: الإطار التنظيمي، بيئة الأعمال والبنية الأساسية، الموارد البشرية والثقافية والطبيعية، وتحتوي هذه المؤشرات الفرعية على 13 عنصر تمثل محاور لتقديم السياحة في دول العالم.

وقد تم حساب المؤشر باستخدام بيانات إحصائية تم تجميعها من مصادر دولية ووطنية بالإضافة إلى بيانات نسحية تغطي 124 دولة على مستوى العالم.[2]

وفي تقرير سنة 2015 أصبح عدد المؤشرات الرئيسية أربعة بدلا من ثلاث مؤشرات وبقيت المؤشرات الفرعية 14 مؤشرا وأصبح عدد المتغيرات الإجمالية 90 متغيرا بعد أن كانت 79 متغيرا فقط.

[1] طارق نوير، دور الحكومة الداعم للتنافسية – حالة مصر – المعهد العربي للتخطيط، الكويت 2002، ص 4.
[2] تقرير صندوق النقد العربي، أبو ظبي 2008، ص 227.

ثانيا: ترتيب الدول المغاربية الثلاث في مؤشر تنافسية السفر والسياحة:

- **المقارنة في المؤشر العام:**

تعتبر الجزائر وتونس والمغرب و 11 دولة عربية أخرى منضوية في تقرير تنافسية السفر والسياحة العالمي لسنة 2015 من بين 141 دولة وقد جاء ترتيب الدول الثلاث في المؤشر العام لتنافسية السفر والسياحة كما يلي:

الجدول رقم (5-19): ترتيب الدول المغاربية الثلاث في المؤشر العام لسنة 2015.

البلد	الجزائر	تونس	المغرب
الترتيب	123	71	62

المصدر: من تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي 2015.

من خلال الجدول يتضح أن المغرب جاء في المرتبة 62 دوليا وتونس في المرتبة 71 دوليا والجزائر في المرتبة 123 دوليا من أصل 141.

- **المقارنة بالمؤشر الأول البيئة التكميلية:**

يتكون المؤشر الرئيسي البيئة التكميلية من مؤشرات فرعية وكلها من صنع الإنسان كمؤشر الأمن والسلامة، والصحة والنظافة، واستعمال تكنولوجيا المعلومات وما يوفره البلد من هذه الخدمات.

الجدول رقم (5-20): الترتيب في المؤشر الرئيسي الأول البيئة التكميلية لسنة 2015.

البلد	المؤشر	بيئة العمل	الأمن والسلامة	الصحة والنظافة	الموارد البشرية وسوق العمل	تكنولوجيا المعلومات
الجزائر	99	121	95	84	109	105
المغرب	71	42	37	98	107	75
تونس	75	71	98	76	87	76

المصدر: تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي 2015.

من خلال الجدول يتضح أن ترتيب الجزائر جاء 99، أما تونس والمغرب فقد حصلتا على الرتبة 71 و 75 على الترتيب، أما من حيث المؤشرات الفرعية فقد تفوقت الجزائر على تونس في مؤشر الأمن والسلامة 95 ، 98 على الترتيب، أما المغرب فقد جاءت في الرتبة 37 دوليا مما يدل على توفر الأمن في المغرب الذي يعتبر أحد المقومات التكميلية الرئيسية للقطاع السياحي وهو ما أثر سلبا على القطاع في تونس بعد انفلات الأوضاع الأمنية.

أما في مؤشر الصحة والنظافة فقد تفوقت الجزائر على المغرب 8 ، 98 على التوالي، بعد كل من تونس التي جاءت في المرتبة 76 دوليا، وجاءت في المرتبة 109 ، 105 في كل من المؤشر الفرعي الموارد البشرية وسوق العمل، وتكنولوجيا المعلومات.

وأما ما يخص المتغيرات فقد جاءت الجزائر في متغير (مدى انتشار فيروس الإيدز) في المرتبة الأولى عالميا، والمرتبة التاسعة في متغير (مدى انتشار جرائم القتل).

- **المقارنة بالمؤشر الثاني السياسات والظروف الملائمة لقطاع السفر والسياحة:**

ويقيس هذا المؤشر مكانة السياحة وأولوياتها في الاقتصاد ومدى الانفتاح على الخارج وقياس السعار التنافسية.

الجدول رقم (5-21): ترتيب الدول الثلاث في المؤشر الرئيسي الثاني لسنة 2015

الدولة	المؤشر	أولوية السياحة والسفر	الانفتاح الدولي	تنافسية الأسعار	الاستدامة البيئية
الجزائر	135	139	137	10	113
المغرب	62	26	94	47	70
تونس	50	44	103	7	59

المصدر: من تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي 2015.

من الجدول يتضح أن ترتيب الجزائر جاء في ذيل الترتيب باحتلالها الرتبة 135 من أصل 141 دولة وهو ترتيب جد متأخر في حين كانت المغرب 62 وتونس في الرتبة 50.

وهذا الترتيب جاء نتيجة الترتيب في مكونات المؤشر أو المؤشرات الفرعية حيث جاءت الجزائر في المرتبة 139 في المؤشر الفرعي أولوية السفر والسياحة، نتيجة ضعف مكانة القطاع

السياحي في الاقتصاد الوطني وكانت في المرتبة 137 في الانفتاح الدولي، في حين كانت في المرتبة 10 في تنافسية الأسعار لانخفاض مستوى الدخول والمعيشة لدى أفراد المجتمع، في حين كانت المرتبة 113 في المؤشر الفرعي الاستدامة البيئية لعدم احترامها للمعايير الدولية البيئية، وقد أدى المؤشر تنافسية الأسعار إلى تخفيض المؤشر إلى الرتبة 135.

أما المغرب فقد كان في المؤشر الثاني 62 نتيجة حصوله على المرتبة 26 في أولوية السياحة والسفر، نظرا لمكانة القطاع السياحي في الاقتصاد المغربي والمرتبة 47 في مؤشر تنافسية الأسعار والمرتبة 70 في الاستدامة البيئية والأخذ بالبعد البيئي. أما مؤشر الانفتاح الدولي فقد جاءت في المرتبة 94 وهو الذي أدى إلى رفع المؤشر الرئيسي الثاني للرتبة 62.

وقد جاءت تونس في الرتبة 50 نتيجة تحقيقها للرتبة 7 في المؤشر الفرعي تنافسية الأسعار والرتبة 44 في أولوية السياحة والسفر أما مؤشر الانفتاح الدولي ومؤشر الاستدامة البيئية فقد جاءت في الرتبة 103، 59 على الترتيب.

- **المقارنة بالمؤشر الرئيسي الثالث البنية التحتية:**

حققت المغرب المرتبة الأولى مغاربيا في هذا مؤشر البنية التحتية ومدى توفرها متبوعا بتونس ثم الجزائر في المرتبة الثالثة، حيث جاء ترتيبهم 68، 76، 133 على التوالي وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (5-22): ترتيب الدول المغاربية في المؤشر الرئيسي الثالث سنة 2015.

البلد	المؤشر	البنية التحتية للنقل الجوي	البنية التحتية للنقل البري البحري	البنية التحتية للخدمات السياحية
الجزائر	133	113	121	138
المغرب	68	64	69	65
تونس	76	77	94	61

المصدر: من تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي 2015.

احتلت الجزائر الرتبة 133 من أصل 141 دولة وهذا نتيجة ضعف البنية التحتية بصفة عامة والبنية التحتية للخدمات السياحية، حيث احتلت الرتبة 138 أما البنية التحتية للنقل الجوي فقد جاءت في الرتبة 113 والبنية للنقل البري والبحري في الرتبة 121.

أما تونس فقد جاءت في الرتبة 68 في هذا المؤشر نتيجة حصولها على الرتبة 64 في البنية التحتية للنقل الجوي والرتبة 65 للبنية التحتية للخدمات السياحية والرتبة 69 للبنية التحتية للنقل البري والبحري.

أما المغرب فقد جاء في الرتبة 76 لحصولها على الرتبة 61 في مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية والرتبة 77 في البنية التحتية للنقل الجوي والرتبة 94 في المؤشر الفرعي البنية التحتية للنقل البري والبحري.

- **المقارنة بالمؤشر الرئيسي الرابع الموارد الطبيعية والثقافية:**

جاء المغرب في المرتبة الأولى مغاربيا و 45 دوليا ثم الجزائر في الرتبة 90 وتونس 99 والجدول التالي يوضح المؤشرات الفرعية لهذا المؤشر.

الجدول رقم (5-23): يوضح المؤشرات الفرعية لهذا المؤشر

البلد	المؤشر	الموارد الطبيعية	الموارد الثقافية
الجزائر	90	127	50
تونس	99	105	70
المغرب	45	59	30

المصدر: من تقرير المنتدى الاقتصادي الدولي 2015.

حصلت المغرب على الرتبة 45 نتيجة المؤشر الفرعي الموارد الثقافية الرتبة 30 حيث تزخر المغرب بالمواقع الأثرية والأنشطة الثقافية أما مؤشر الموارد الطبيعية فقد جاء في الرتبة 59.

أما تونس التي جاءت في الرتبة 99 يرجع إلى حصولها على الرتبة 70 في الموارد الثقافية الناجمة من المواقع الأثرية والأنشطة الثقافية التي تقام طوال السنة.

أما الجزائر ورغم حصولها على الرتبة 50 في الموارد الثقافية لوجود عدة مواقع أثرية معترف بها من طرف اليونسكو إلا أنها جاءت في الرتبة 90 نتيجة حصولها على الرتبة 127 في الموارد الطبيعية.

خلاصة الفصل:

لم تستطع الجزائر مكتوبة نتيجة توقف الكثير من المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي مما حرم القطاع من إيرادات وفرص التشغيل والرفع من كل المؤشرات السياحية، ويعود سبب هذا التوقف أو عدم الانطلاق إلى نفس المشاكل والعرائق التي تكرر لأكثر من عقدين من الزمن والمتمثلة في منح عقود الملكية وعدم وجود مصادر تمويل ومشاكل إدارية.

إن عدم الاهتمام بالقطاع السياحي جعل من مؤشراته بعيدة كل البعد عن المؤشرات العالمية سواء مؤشرات العرض أو الطلب واحتلت الجزائر المراتب الأخيرة.

(أكثر من 130 من أصل 141 دولة) في مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في حين كان ترتيب تونس والمغرب معقولا نوعا ما مقارنة مع الإمكانيات المادية (التمويلية) التي يمتلكونها.

إن هذا التخلف للقطاع السياحي شأنه شأن بقية القطاعات مردة الاعتماد المطلق على قطاع المحروقات في تمويل التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر.

خاتمة

خاتمة

يعتبر التوسع الكبير والمستدام لصناعة السياحة الدولية، أحد أهم الظواهر الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، التي يتميز بها هذا القرن، حيث أضحت من أكبر الصناعات في العالم، من حيث معدلات النمو والإيرادات والمتحصلات، ومساهماتها في توازن ميزان المدفوعات، وتجاوزت أضخم الصناعات، كصناعة السيارات والإلكترونيات، وساهمت في تعزيز النشاطات الاقتصادية والاجتماعية، لكثير من القطاعات المنتجة للسلع والخدمات، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وخاصة التي تساهم مخرجاتها في تقديم الخدمات السياحية. ولقد تجاوزت نسبة النمو في العوائد السياحية 10% خلال العقود الأخيرة، مما يجعل منها إحدى القطاعات الرائدة في التنمية الاقتصادية، وفي التجارة الدولية.

وعلى الرغم من أن المؤشرات السياحية الدولية، تحصر اتجاهات السياح إلى السوق الأوروبية والأمريكيتين، إلا أن أسواق البلدان النامية عرفت أيضا مساهمات ونموا وانتعاشا مستمرا، وأصبحت السياحة فيها مصدرا هاما للعملة الأجنبية، وتشغيل اليد العاملة، مما أكسبها أهمية خاصة عند وضع إستراتيجيات التنمية الوطنية، والتنمية المستدامة، خاصة أمام تقلص الموارد الطبيعية الخامة وانحصارها بفعل الاستغلال العشوائي والتلوث البيئي.

وبالنظر لما تتمتع به الدول المغاربية الثلاث من تنوع طبيعي وتاريخي وثقافي مشترك وموحد مما يجعلها تمتلك كمقومات وإمكانيات سياحية كبيرة يجعل منها دولا مساهمة في السياحة الدولية، إلا أن عدم الاستغلال الأمثل لتلك الموارد يجعل مساهماتها متواضعة وإذ كانت بدرجات متفاوتة، ويظل أدنى بكثير من المستوى المرغوب فيه، مما يجعل امتلاك الموارد الطبيعية التاريخية عاملا غير كاف وإذ كان مهما لقيام صناعة السياحة بدليل امتلاك كثير من الدول لها إلا أن السياحة تعد قطاعا مختلفا في حين تفتقر بعض الدول لموارد الطبيعية الجذابة إلا أن السياحة تساهم بشكل كبير في الناتج المحلي الإجمالي وخير دليل على ذلك دول الخليج العربي ذات المناخ القاسي.

ولعل اختلاف الدول المغاربية في إعطاء نفس القدر والأهمية لقطاع السياحة يعود بالدرجة الأولى لامتلاك الجزائر للموارد الطبيعية الباطنية (مصادر الطاقة) وجعل إيرادات قطاع الطاقة والمحروقات هو المصدر الرئيسي لتمويل برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهو ما انعكس سلبا على تنمية بقية القطاعات الأخرى بما فيها القطاع السياحي، وفي مقابل افتقار تونس والمغرب للموارد الباطنية وإن وجدت فبنسب ضعيفة لا تكفي إيراداتها لتغطية تكاليف برامج التنمية المحلية، كما توجد

بها أيضا موارد زراعية أولية تتحدد أسعارها ف الأسواق الدولية مما جعل هاتين الدولتين تستعينان بالقطاع السياحي باعتبار موارده غير ناضبة، ويساعد على تنمية القطاعات الأخرى لوجود علاقة التشابك الأمامي والخلفي.

ولقد مرت الدول المغاربية الثلاث بمراحل زمنية عرفت أحداث وهزات داخلية (أزمات سياسية، هجومات إرهابية، انقلابات عسكرية، ...) أثرت مباشرة على القطاع السياحي الذي يعتبر قطاعا حساسا بالدرجة الأولى للحالة الأمنية مما انعكس سلبا على المؤشرات السياحية وأدى إلى انخفاض الطلب السياحي على منتجات هذه الدول.

ولقد عرفت الجزائر الأزمة الأمنية في تسعينيات القرن الماضي أين تراجعت كل المؤشرات الاقتصادية والسياحية على حد سواء. ورغم تحسن الوضع الأمني للبلد إلا أن المؤشرات السياحية الجزائرية بقيت منخفضة واحتلت الجزائر المراتب الأخيرة في إحصائيات التقارير الاقتصادية العالمية على غرار المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة. ويرجع هذا التأخر والتخلف إلى الاعتماد المطلق للسلطات الجزائرية على الإيرادات المتأتية من الجباية البترولية وعدم إعطاء مكانة للقطاع السياحي منذ الاستقلال وإلى يومنا هذا واحتلاله المراتب الأخيرة في برامج التنمية الاقتصادية.

أما تونس فقد كان القطاع السياحي موردا هاما للعملة الأجنبية وكانت تحقق نتائج إيجابية على مستوى المؤشرات السياحية، ولكن بعد حدوث الربيع العربي أو ثورة الياسمين كما تسمى، وتردت الوضعية الأمنية وعمت الفوضى أرجاء البلاد وتعرضت المقومات السياحية إلى هجومات إرهابية خلفت مقتل الكثير من السياح من جنسيات مختلفة أثرت سلبا على القطاع السياحي وانخفضت كل المؤشرات السياحية وتعرض القطاع إلى أزمة مالية خانقة خاصة بعد انخفاض عدد السياح القادمين إليها من أوروبا وخصوصا فرنسا. مما جعل تونس تتراجع في ترتيب التقارير الدولية والمنظمات السياحية وخاصة بعد سنة 2011 وحتى سنة 2015.

أما المغرب وإن تعرض إلى هزات أمنية نتيجة بعض الهجمات الإرهابية المعزولة التي تعرضت له بعض الأماكن السياحية وإن كانت بدرجات أقل بكثير مقارنة مع الجزائر وتونس ورغم تراجع بعض المؤشرات السياحية إلا أنه استطاع الاستفادة من الوضع العام إلي ساد الدول المنافسة كمصر، تونس، الجزائر، تركيا، وإن تأثر هو أيضا من الوضع الأمني السيئ للمنطقة إلا أن

الإستراتيجية التي اتبعتها استطاع تحقيق نتائج إيجابية والحفاظ عليها رغم الأزمات الأمنية والاقتصادية التي تسود السوق السياحي.

كما أن المنطقة تأثرت بشكل مباشر من النتائج السلبية للأزمات المالية والاقتصادية (2008 – 2012) التي تعرضت لها الدول المتقدمة نتيجة التركيز المطلق للسياحة الوافدة من هذه الدول وخاصة الدول الأوروبية إلا أنها استطاعت الخروج من تبعات تلك الأزمات خاصة أمام تعافي اقتصاديات تلك الدول.

اختبار الفرضيات: من خلال الدراسة تبين أن:

الفرضية الأولى: افترضت الدراسة "أن القطاع السياحي هو القطاع الرائد لقيادة التنمية المحلية" وقد تأكد عدم صحة الفرضية نظرا لضعف التشابكات الأمامية للقطاع في مقابل قوة الدفع الخلفية، لأن مؤشر التشابكات الخلفية للقطاع أكبر من الواحد الصحيح، بسبب الارتباطات الواسعة للقطاع في حين مؤشر التشابكات الأمامية يعد من أدنى المؤشرات لارتباطه الضعيف وعدم قدرته إخراج منتجات تكون مدخلات ومستلزمات القطاعات الأخرى، فهو قطاع محركا لعملية التنمية، مولدا للدخول بالدرجة الأولى، فلا يمكن له أن يكون القطاع الرائد بهذا الوصف، ولا يمكن أن يقود التنمية الاقتصادية لفقدانه قوة الدفع الأمامية، لكنه يعطي قوة دفع كبيرة للقطاعات الأخرى، لاستهلاكه منتجات تلك القطاعات وارتباطه 185 قطاعا وفرعا.

الفرضية الثانية: والتي تنص على أن "امتلاك مقومات الجذب السياحي كفيل بجعل القطاع السياحي مصدرا لتمويل التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلد المقصد"، كما تأكد من عدم صحة هذه الفرضية بدليل أن الجزائر أكبر بلد في شمال إفريقيا له من المقومات الطبيعية المتنوعة وغير المحدودة وله مقومات أثرية إلا أن القطاع السياحي يحقق نتائج ضئيلة وتكاد تكون معدومة في المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية في حين تونس أصغر بلد له مقومات محدودة إلا أن القطاع السياحي يحتل المرتبة الثانية من حيت المساهمة في التشغيل وتحصيل العملة الأجنبية.

ونفس الشيء مع المغرب الذي يمتلك مقومات سياحية طبيعية وأثرية هائلة ويساهم القطاع السياحي بشكل فعال في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وبالتالي فإن امتلاك المقومات السياحية جب أن يضاف إليه الخطط السياحية والإستراتجيات الناجحة وهذا من خلال الدراسات الجادة والاستفادة من تجارب الدول السياحية المجاورة.

الفرضية الثالثة: وهي "وجود عناصر سياحية متشابهة في البلدان المغاربية يجعل الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للنشاط السياحي متطابقة" وقد تبين أيضا عدم صحة هذه الفرضية لأن البلدان المغاربية الثلاث لها نفس العناصر السياحية الطبيعية والحضارية والبشرية إلا أن وجود موارد مالية للجزائر متأتية من قطاع المحروقات وانعدامها في تونس والمغرب جعل الأهمية الاقتصادية تختلف بينهم حيث يعتبر القطاع السياحي من القطاعات الإستراتيجية في تونس والمغرب ويعتبر قطاعا هامشيا ثانويا في الجزائر ولم يعتمد عليه منذ الاستقلال إلى يومنا هذا في تحقيق الرفاهية الاقتصادية وتحسين مستوى معيشة السكان والمناطق المعزولة.

الفرضية الرابعة: والتي تنص على أن "السياحة تساهم بشكل فعال في اقتصاديات الدول المغاربية" وقد تبين صحة الفرضية في حالة تونس والمغرب وعدم صحتها في حالة الجزائر لأن القطاع السياحي تونس والمغرب يساهم بشكل فعال وبدرجة أكبر في الحالة المغربية التي تحقق وتتجاوز المؤشرات الاقتصادية السياحية الدولية مثل المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير مناصب الشغل وتحقيق التوازن في ميزان المدفوعات والمساهمة في رفع قيمة الصادرات وجلب العملة الأجنبية.

وقد جاء القطاع السياحي في المغرب في المرتبة الأولى في جل المؤشرات المدروسة في حين كان القطاع السياحي التونسي في المرتبة الثانية نتيجة التأثير السلبي للأزمة السياسية والأمنية التي عرفتها تونس بعد سنة 2011 مما أدى إلى تراجع المؤشرات السياحية (العرض والطلب).

أما القطاع السياحي الجزائري ورغم الإمكانيات الطبيعية والحضارية إلا أنه يحقق نتائج لا تكاد تذكر وهو بعيد عن المؤشرات السياحية الدولية وساء من جهة العرض أو الطلب.

النتائج:

من خلال الدراسة السابقة يمكن الوصول إلى النتائج التالية:

1- ضعف التسويق السياحي الجزائري بسبب قلة الوكالات السياحية وضعف إمكانياتها وقلة الخبرة في كثير منها انعكس سلبا على الترويج للمنتوج السياحي الجزائر وعدم إعطائها الصورة الحقيقية (الأمنية والسياحية) اللازمة لتنشيط السوق السياحي سواء من جهة الطلب أو العرض.

2- ضعف الطاقة الاستيعابية للهياكل الفندقية وغير الفندقية (الهياكل السياحية الأخرى) من حيث الكم ونوع الخدمات المقدمة مما يضعف القدرة التنافسية لها أمام المنافسة الأجنبية وخاصة أمام دول الجوار تونس والمغرب.

3- ترتكز الخدمات السياحية والهياكل الخاصة بها الولايات الكبرى والواقعة شمال البلاد كالفنادق والوكالات السياحية والهياكل الأخرى، مما يضيع الفرصة على بقية المناطق الأخرى ويؤدي إلى تركز التنمية السياحية في تلك الولايات دون غيرها.

4- وجود تحفيزات جبائيه وضريبية ومساعدا فنية وتقنية للاستثمار في المجال السياحي إلا أن ذلك لم يجد نفعا بتسبب عدم توفر المناخ الاستثماري المناسب.

5- وجود طلب سياحي أكبر من العرض السياحي وضعف هياكل الإيواء لاستيعاب الطلب خاصة في فترات الذروة.

6- ضعف نصيب النسبة المئوية للمشاريع الاستثمارية السياحية مقارنة ببقية القطاعات (الجزائر).

7- قلة وضعف الهياكل الفندقية وعدم احترامها للمعايير الدولية ولا تمثل الفنادق 5 نجوم سوى 0,7% من الطاقة الفندقية الجزائرية.

8- شدة تركز السوق السياحية المصدرة للسياح في الجزائر (تونس وفرنسا) حوالي 60% مما يعنى عدم التنوع في الدول الموفدة للسياح الأجانب مما يجعل الطلب السياحي معرض للتقلبات المفاجئة العلاقات السياسية والأمنية.

9- سجل الميزان السياحي عجزا مزمنا وبالتالي التأثير السلبي على ميزان المدفوعات في الجزائر.

10- ضعف التشغيل في القطاع السياحي في الجزائر.

- لم تتأثر السياحة المغربية كثيرا مقارنة بما هو في الجزائر وتونس من الأحداث الأمنية والهجمات التي أدت إلى نقتل سياح بدليل أن مؤشرات الطلب السياحي لم تتأثر سنة 2015 مقارنة بالتأثير السلبي في كل من الجزائر وتونس بعد الأحداث.

11- يساهم القطاع السياحي الجزائري بشكل ضعيف وبنسب ضئيلة في الاقتصاد الوطني وهذا ما تشير إليه المؤشرات السياحية رغم تحسنها الطفيف ولا ترقى إلى مستوى الإمكانيات المادية والطبيعية والبشرية.

12- زيادة بعض المؤشرات السياحية (الإيرادات، التشغيل) لا يعكس تحسن القطاع السياحي الجزائري لأنها زيادة في القيمة المطلقة فقد لأن هذه الزيادة يرافقها دائما عجزا في ميزان المدفوعات الجزائري.

13- عجز الإستراتيجيات السياحية الجزائرية المطروحة لتحسين أداء القطاع السياحي بدليل استبدال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030.

14- وجود تشابه كبير بين البلدان المغاربية الثلاث من حيث الموقع الجغرافي وقربها ممن أكبر سوق سياحية في العالم مصدرة للسياح (الدول الأوروبية).

15- امتلاك الدول الثلاث للمقومات السياحية الطبيعية من حيث المناخ والنباتات والشريط السياحي وامتلاكها للجبال والسهول والهضاب وامتلاكها لمساحات شاسعة من الصحراء كما يسودها مناخ تتسم بأربعة فصول.

16- مرت على الدول المغاربية الثلاث نفس الحضارات ونفس الدول المستعمرة وتركوا آثارا ومواقع أثرية تعتبر الآن إحدى المقومات السياحية المنافسة والجذابة للسياح مما يكسبها تراث ثقافي وتاريخي غني ومتنوع.

17- اختلاف اهتمام الدول بالسياحة في المخططات الإنمائية منذ الاستقلال حيث أعطيت لها أهمية واعتبرت من القطاعات الرائدة في التنمية الاقتصادية في كل من تونس والمغرب وهمشت في الجزائر مما كان لها الأثر المناسب بحسب الأهمية التي أعطيت لها.

18- تركيز العرض السياحي في الدول المغاربية على السياحة الساحلية أو الشاطئية مما يجعل الطلب السياحي يتركز في فصل الصيف.

19- عدم إعطاء السياحة الصحراوية أهمية كبرى في الدول الثلاث بالرغم من الميزة التنافسية للسياحة الصحراوية. عدم تأثر السياحة الداخلية بالأحداث الداخلية والخارجية وبالأزمات المالية (وإن تأثرت فبمعدل ضئيل) داخل بلدان المغرب العربي وخاصة الغرب وهذا ما تشير إليه المؤشرات السياحية.

20- رفع الوعي السياحي الرسمي والشعبي لدى أفراد المجتمع وغرس فكرة تقبل الآخرين دون الاندماج أو اختلاط التقاليد والعادات وإيجاد نوع من التجانس والتوافق بين العادات والتقاليد المحلية والمنظومة الاجتماعية المصاحبة للدخول السياح واختلاطهم بسكان البلد المقصد، ومحاولة إبراز الجوانب الإيجابية للسياحة وتقزيم الآثار السلبية لها.

التوصيات:

بعد النتائج السابقة أعدت الدراسة التوصيات التالية:

1- إعطاء أهمية كبرى للقطاع السياحي في السياسات الاقتصادية حتى يتسنى له المساهمة في التنمية تحقيق مؤشرات مقاربة للمؤشرات الدولية.

2- توجيه الجهود وتركيزها نحو تشجيع السياحة الداخلية وسياحة الجزائريين غير المقيمين من خلال الاهتمام بالمقومات السياحية الطبيعية والأثرية وتوفير الخدمات اللازمة.

3- تشجيع الاستثمار السياحي من خلال توفير البيئة اللازمة وحل المشاكل والعوائق التي تحد من تنفيذ المشاريع المتوقفة.

4- العمل على نشر الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري ولدى المسؤولين.

5- تطبيق المعايير الدولية عند إنشاء الهياكل السياحية وتقديم الخدمات بما يتوافق مع العادات والتقاليد الجزائري.

6- الاهتمام بالتسويق السياحي واستعمال تكنولوجيا الاتصال في الترويج للمنتوج السياحي الجزائري.

7- الاهتمام بالسياحة الصحراوية لوجود الميزة التنافسية وخلق النشاطات الثقافية الصحراوية السنوية.

8- إدخال التكوين والتأهيل السياحي على مستوى الجامعات والمعاهد السياحية.

9- مساعدة الأفراد على خلق وكالات سياحية ومرشدين سياحيين من أجل الترويج للمنتوج السياحي الجزائري وتوزيعها على كافة ربوع الوطن.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

- أولا: المصادر و المعاجم

- القرآن الكريم
- أبي الحسن أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، سوريا، 1979.
- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، غير مفهرس، مكتبة الشروق الدولية، 2004.
- ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني (ت–ح)، دار صادر، بيروت، بدون سنة نشر.

ثانيا المراجع

I. باللغة العربية

1. الكتب

1- إبراهيم العيسوي، التنمية في عالم متغير، دار الشروق، القاهرة، 2000.
2- أحمد الجلاد، السياحة المتواصلة البيئية، عالم الكتاب، ط1، مصر، 2002.
3- أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2007.
4- أحمد محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، وزارة الإعلام، بغداد، 1984.
5- أحمد محمود ، مقابلة صناعة السياحة، ط1، دار كنوز المعرفة، عمان، 2007.
6- إسماعيل محمد الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
7- إبراهيم العيسوي، التنمية في عالم متغير، دار الشروق، القاهرة، 2000.
8- أفريت هاجن، اقتصاديات التنمية، ترجمة جورج خوري، مركز الكتب الأردني، الأردن، 1988.
9- أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية – الأسس والمرتكزات – دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
10- أمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، دار أسامة للنشر، عمان، 2011.
11- حميد عبد النبي الطائي وآخرون، التخطيط السياحي، الوراق للطباعة والنشر، عمان، 2004.
12- حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للخدمات الحديثة، عمان، 2006.
13- حميد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي مدخل إستراتيجي، الوراق للطباعة والنشر، عمان، 2004.
14- خالد بن عبد الرحمان، آل نعيم، الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، دار أسامة، عمان، 2014.
15- خربوطلي صلاح الدين، الاقتصاد السياحي، معهد متوسط فندقي، دمشق، 2000.
16- خليل إبراهيم المشهداني التخطيط السياحي، مطابع التعليم العالي، جامعة المستنصرية، العراق، 1989.
17- الروبي نبيل، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987.
18- زياد سليمان العبيسات، السياحة والمعالم الدينية في الأردن، ط1، المكتبة الوطنية، الأردن، 2010.
19- زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية، الأردن، 2008.
20- زيد منير سلمان، السياحة في الوطن العربي، دار الراية، الأردن، 2008.
21- سامي عبد القادر سعيد، الإشراف الداخلي في صناعة الفنادق، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2006.
22- سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار الميسرة للنشر والتوزيع الأردن، 2002.

23- شمسين نديم، مبادئ في السياحة، الجمعية الجغرافية السورية، دمشق، 2001.
24- صبري عبد السميع، أصول التسويق السياحي ، مطبوعات كلية السياحة، حلوان القاهرة، 1992.
25- صلاح الدين عبد الوهاب، تخطيط الموارد السياحية، مطابع دار الشعب، القاهرة، 1988.
26- طارق نوير، دور الحكومة الداعم للتنافسية – حالة مصر – المعهد العربي للتخطيط، الكويت 2002.
27- عبد القادر محمد عبد القادر عطية، اتجاهات حديثة في التنمية، الدار الجامعية ، الإسكندرية، 2003.
28- عدلي أنيس سليمان، السياحة العلاجية في مصر والعالم، دراسة جغرافية لأنجلو مصرية، القاهرة، 2009.
29- عصام حسن السعدي، الدلالة والإرشاد السياحي، دار الراية، الأردن، 2009.
30- علي فلاح الزغبي، التسويق السياحي والفندقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، دن
31- علي محمد دياب وآخرون، جغرافية السياحة والخدمات، منشورات جامعة تشرين، سوريا، 2005.
32- فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
33- ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، زهران للنشر الأردن، 2008.
34- مثنى طه الحوري وآخرون، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
35- محبات الشرابي، أقاليم مصر السياحية دراسة في جغرافيا السياحة– دار الفكر العربي، القاهرة، 1991.
36- محسن أحمد الخضيري، السوق السياحي مدخل اقتصادي متكامل، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1989.
37- محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، ط1، دار الفكر الجامعي، 2007.
38- محمد العطا، صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية، مركز الدراسات والبحوث قسم الندوات العلمية، دمشق، 2010.
39- محمد الهادي لعروق، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، عين مليلة، 2000.
40- محمد عبد العزيز عجمية وآخرون، التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000.
41- محمد عبد العزيز عجمية وآخرون، التنمية الاقتصادية، دار الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2001.
42- محمد عبيدات، التسويق السياحي، مدخل سلوكي، دار وائل للنشر، عمان 2000.
43- محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير، المجلد الأول، ط4، دار القرآن الكريم، بيروت، 1981.
44- محمد غنيم عثمان، التخطيط أسس ومبادئ عامة، دار صفاء للنشر، عمان، 2001.
45- محمد قيلي، السودان سلسلة غذاء العالم، دار العلوم للنشر، دمشق، 2006.
46- محمد مصطفى المنا، اقتصاديات السياحة الفندقة، مكتبة زهراء الشرق، 2004.
47- محمود كامل، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، مطبعة الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975.
48- محيا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر المدن، دار الشروق، القاهرة، 2002.
49- مدحت القريشي، التنمية الاقتصادية، دار وائل للنشر، عمان، 2007.
50- مرزوق عايد القعيد وآخرون، مبادئ السياحة، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
51- مصطفى يوسف كافي وآخرون، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 2016.
52- مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
53- منال شوقي عبد المعطى، دراسة في مدخل علم السياحة، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الأردن، 2014.
54- منال شوقي عبد المعطي، دراسة في مدخل على السياحة، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية، 2014.
55- نبيل روبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987.
56- نبيل زعل الحوامدة، الجغرافيا السياحية في القرن الواحد والعشرين، دار الحامد، ط1، الأردن، 2006.
57- نبيلة فالي، التنمية من النمو إلى الاستدامة، المؤتمر العلمي الدولي: التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، جامعة عباس فرحات، سطيف، 2008.

58- نوفل محمد نبيل، التعليم التنمية الاقتصادية، المكتب الأنجلو أمريكية، القاهرة، 1979.
59- هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة وآثارها –دراسة شرعية مقارنة –، دار الجوزي للنشر والتوزيع، د س، ط1، 1424هـ.
60- وفاء عبد الباسط، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية والتحديات العالمية المعاصرة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.
61- يسرى دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح، ط1، البيطار سنتر، الإسكندرية، 2002.
62- يسرى لعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، 2003.

2. المذكرات

1- أحمد محروس لخضيري، تحليل السياسات العامة في مصر، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة، 2006.
2- سعد إبراهيم حمد، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى، أطروحة دكتوراه، سانت كلمنتس، 2008.
3- جمال جريو، السياحة والعمالة في تونس، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، 2007.
4- سمير سالمي، إستراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012.
5- سهير محمد السيد حسن، الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية لصناعة السياحة في الدول النامية وبصفة خاصة مصر، رسالة دكتورة، جامعة المنوفية، بدون سنة نشر.
6- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، أطروحة دكتوراه جامعة باتنة، 2010.
7- عميش سميرة، دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري على مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، سطيف 2015.
8- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، أطروحة دكتوراه جامعة باتنة، 2010
9- مروان صحراوي، التسويق السياحي – حالة الجزائر – رسالة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012.
10- مساري مباركة، الخدمات السياحية والفندقية وتأثيرها على سلوك الستهلك، رسالة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012.
11- مليكة حفيظ شبايكي، السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية، حالة الجزائر، رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة، 2004.

3. المجلات والمقالات

1- أحمد المولودي، مجلة دفاتر جغرافية، العدد 02، المغرب، 2005.
2- بلالطة مبارك، كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة فرحات عباس سطيف، 2005.
3- تونس جمال يستهوي العالم، مجلة إفريقيا قارتنا، العدد112، يونيو 2013.
4- الحسين عبد القادر، إستراتيجية، تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2015، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012.

5- خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، السداسي الثاني 2004، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.
6- خلوط عواطف، السياحة والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، مجلة رؤى الاقتصادية، العدد 03، الوادي، 2012.
7- عبد الرحمن سليم، مجلة البحوث السياحية، العدد 7، القاهرة.
8- مجلة تشجيع الاستثمارات، القانون عدد 120 لسنة 1993.
9- محمد المولودي، السياحة والتنمية المحلية بزيز الأسفل، مجلة دفاتر جغرافية، العدد الثاني، المغرب، 2005.
10- نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 3، سوريا، 2006.

4.الملتقيات والمؤتمرات

1- بوفليح نبيل وآخرون، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، حالة الجزائر، تونس والمغرب، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر، الواقع والأفاق- يوم 11 – 12 ماي 2010، المركز الجامعي، البويرة.
2- خالد كواش وآخرون، الدور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للسياحة، حالة الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحية رهان التنمية المستدامة 25/24 أفريل 2012، البليدة.

5.التقارير والقوانين الرسمية

1- الديوان الوطني للإحصائيات والنشاط الاقتصادي والتشغيل والبطالة خلال سبتمبر 2016.
2- الديوان الوطني للإحصائيات، المجموعة الإحصائية السنوية ، نشرة 1991.
3- الديوان الوطني للسياحة، الهقار والطاسيلي عالم من الطمأنينة على الموقع www.ONT.DZ.
4- السياحة في الجزائر على الموقع www.algeria tourism.com تاريخ الإطلاع 2016/04/11.
5- القانون عدد 40 لسنة 2005 مؤرخ في 11 ماي 2005.
6- المادة رقم 10، قانون رقم 03-03، الجريدة الرسمية رقم 01، الصادرة بتاريخ 19/ 02/ 2003.
7- المادة رقم 11 الأمر 01-03 الجريدة الرسمية رقم 47، 22/ 08/ 2001.
8- المادة رقم 2، قانون رقم 03- 02، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة بتاريخ 19/ 02/ 2003.
9- المادة رقم 3، قانون رقم 03- 01، الجريدة الرسمية رقم 11 الصادرة بتاريخ 19/ 02/ 2003.
10- المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، إحالة رقم 2015/16، المغرب، 2015.
11- المجلس الاقتصادي والاجتماعي، لجنة أفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16، نوفمبر 2000.
12- المعهد الوطني للإحصاء – تونس: أعداد مختلفة.
13- المعهد الوطني للإحصاء – تونس، 2018.
14- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، العدد 33، 2016.
15- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في الجزائر، الاستثمار حر، مشجع ومضمون، إصدارات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، 2004.
16- تقرير الأمم المتحدة، التوصيات الدولية بإحصاءات السياحة 2008، نيويورك 2011،

17-صندوق النقد العربي، التعاون العربي في مجال السياحة، التقرير السنوي 2008

18-صندوق النقد العربي، التقرير السنوي، 2006

19-مديرية التنمية والاستثمار السياحي، طلبات الاستثمار السياحي إلى غاية 2004.

20- منظمة الأمم المتحدة، الحساب الفرعي للسياحة، الإطار المنهجي الموصى به 2008، السلسلة واو، العدد 80، نيويورك 2011.

21-وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية، حصيلة المشاريع الاستثمارية 2015.

22-وزارة السياحة، والتهيئة العمرانية والصناعات التقليدية الجزائرية، المخطط التوجيهي للتنمية السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية

23-وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية.

24- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2008، أبو ظبي، سبتمبر 2008

25-المجلس الاقتصادي والاجتماعي، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياحة الوطنية.

26-الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة2008

27- القانون رقم 05/12 المؤرخ بتاريخ 2012/09/04 والخاص بتنظيم مهنة المرشدين السياحيين في الجريدة الرسمية عدد 6085.

II. المراجع باللغة الأجنبية

1. Tejvirsingh, critical debates in tourism, channel view publication, Canada, 2012.
2. World Travel & tourisme, 2016 pdf.
3. WTTC, travel and tourism impact 2016
4. Dallen j. timothy and Daniel H. Olsen, tourism, religion and spiritual journeys, Routledge, London, 2oo6.
5. Etude stratégique du secteur touristique Tunisien a l'horiso, 2016 16/06/2010.
6. G. Tocquer et autres, marketing du tourisme, 2 édition, Gaetammorin éditeur, France, 1999.
7. MINISTERE de l'économie et des finances, le tourisme interne en tout que levier de croissance pour le secteur, Juillet 2014.
8. Ahmed Houari. La politique touristique et les investissement eu Algérie de puis 1965. D.E.S.I.S.E. 1974.
9. Arnaud Berthonnet. Le tourisme en Algérie (de 1880 aux années 1940) une histoire a écrire, revue tourisme Mai 2006. Pour une histoire du tourisme au Meghreb (XIX^{ème} siècles) .
10. Belgacem Héder. Le Rôle Socio Economique du tourisme cas de langeriez. Opu. Alger 1988.
11. Carson L.Jenkins and leonard J. Lickorish, An introduction to tourism, First published, Butter worth, Heinemann, oxford creat Britain, 1997.
12. Dirk Gleasser, Crisis manegement in the tourism industry, butter worth Heinemann, Burlington, 2003.
13. Fried an, Fegional development and planning, 1964.
14. Géotourisme, le site de la Géographie touristique en France et dans le Mond, le tourisme au Maroc.
15. Gérard Ruiz, claudewarnet, le poit économique et social du tourisme, conseil national du tourisme,France, 2010.
16. -Guesmi Ammar et autres ; le cadre juridique des investissement étrangères en Algérie et France ; l'harmattan ; France ;2001 .
17. Haut commissariat au plan prospective Maroc 2030 tourisme 2003, Quelles ambitions pour le Maroc.
18. Hotel Industry, Tourism, April 2010, See hotelaround world. Blog sport. Com. 9/11/2015.

lanquar R ; tourisme in the MED 11 countries ; case Network Report n° 98 ; 2013. .19

20. Lesley Pender and Richard sharpley, The Management of tourism, First published, SAGE Publication, London, 2005.
21. MAXIME WEIGERT, le role des firmes touristiques dans le développement du tourisme au Maroc ; IPEMED, décembre 2010.
22. Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; Production des stastiques du tourisme en Algérie février 2017.
23. Myridl. G. Economic theoqy and under developed, Kegions, London longman, 1958.
24. Observatoire du tourisme Maroc , ANNVAIRE statistique du tourisme, panorama des performances touristiques au titre de l'année 2015.
25. Observatoire du tourisme Maroc , ANNVAIRE statistique du tourisme, panorama des performances touristiques au titre de l'année 2015.
26. ONS. les statistiques du tourisme fin 2014.
27. UNTWO, Tourisme highlights 2016 édition.
28. François Bédaro, L'agent de voyages a l'ère du commerce électronique, uni profession à réinventer, Presse de l'université Québec, Québec, 2001.
29. Douglas Pearce, tourist developement , 2nd, Newyourk, Longma, 1989
30. Evert Hagen, planing Economic développement , Newyork, 1963.
31. Herbet Simon, Donald and vietar Thomson, Public administration, Newyork , 1973.
32. Jean Pierre et d'autres, management du tourisme, 2ème édition, Pearson éducation, France.
33. Kouri Djamel ; le tourisme et le développement économique en Algérie ; université Blida.
34. The Oxford Dictionary of arrant English, Oxford university, Press Aman House, London, 1948.
35. -Albaro Matias et autres, Advances in tourismEconomics New developments, Physica-verlag, London, 2009.
36. -Anne H.soukhanouve and others, The American heritage dictionary of The English language, Third edition, P7515, 7516.
37. Jérémy Boer, le tourisme Un Moteur de l'économie mondiale, cahies Français N°393.
38. -MaacLaplante, l'expérience touristique contemporaine fondements sociaux et culturels, Presse de l'université du Québec, Québec, 2003.
39. Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.
40. Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; Production des stastique du tourisme en Algérie février 2017.
41. Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.
42. Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat ; quelque indicateur du tourisme ; Algérien ; période 2008- 2014 ; octobre 2015.
43. MOKHTAR LAKHEL, dictionnaire d'économie contemporaine vuibert édition, Paris, 2001.
44. Organisation internationale du tourisme, Baromètre OMT du tourisme mondial, vol 8, n°2, juin 2010.

III. المراجع الالكترونية

1. بطاقة تعريف المغرب "المملكة المغربية" http://manaratalelm,ifrance.com.
2. السياحة في الجزائر على الموقع www.algeria tourism.com تاريخ الإطلاع 2016/04/11.
3. مجلس السفر والسياحة العالمي على الموقع: www.wttc.org.Moroco2016.pdf.p5.
4. محمد صالح المنجد، حقيقة السياحة في الإسلام وأحكامها وأنواعها، سؤال وجواب رقم 87846 سنة 1997. www.islaqa.com/ar/ref/
5. الموسوعة التونسية المفتوحة، جغرافية البلاد التونسية على الموقع WWW.MAWSOUAA.TN بتاريخ 2017/12/12.
6. وزارة الثقافة "مواقع ما قبل التاريخ" على الموقع: www.minculture.jove.ma/arab–prehistorique.
7. وزارة السياحة والصناعة التقليدية على الموقع www.mta.gov.dz تاريخ الإطلاع 2016/09/12.
8. ويكيبيديا، الموسوعة الحرة على الموقع https//ar.wikipedia.org.
9. Office National du tourisme. www.ONT.DZ. Le 20/10/2012.

10. Jérémy Boer, le tourisme Un Moteur de l'économie mondiale, cahies Français N°393 . http//www.acting-for-life.com/fr
11. Observatoire du tourisme Maroc , ANNVAIRE statistique du tourisme, panorama des performances touristiques au titre de l'année 2015.Sur cite : www. observatoire du tourisme. M a.
12. Philippe Kerourou, le tourisme en Tounisie, AIX-en- Prouvence 2015, www.geotourweb.com World Travel & tourism counal, économic Data search Tool travel & tourism Ecomomy Emploment, travel & tourism direvt Industry, 1990 – 2020 www.wttc.org
13. www.Algerie - mond.com.
14. Sur cite : www. observatoire du tourisme. M a.
15. World Travel & tourism counal, économic Data search Tool travel & tourism Ecomomy Emploment, travel & tourism direvt Industry, 1990 – 2020. www.wttc.org