

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة فرحات عباس سطيف
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

مدرسة الدكتوراه: إدارة الأعمال والتنمية المستدامة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير

تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة

تحت عنوان:

استراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية

المستدامة

دراسة المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لولاية جيجل

إشراف
د. سعيد شوقي شكور

إعداد الطالب
سمير سامي

لجنة المناقشة

- أ.د. عمار عماري أستاذ التعليم العالي جامعة سطيف رئيسا
- د. سعيد شوقي شكور أستاذ محاضر جامعة جيجل مشرفا ومقررا
- د. محمد البشير مببروك أستاذ محاضر جامعة جيجل مناقشا
- د. محمد الصغير جيطلي أستاذ محاضر جامعة سطيف مناقشا

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى

الوالدين الكريمين

والى

كل أفراد العائلة كل باسمه

كلمة شكر

الحمد لله الذي بفضله تتم الصالحات، الحمد لله الذي يرفع الذين أوتوا العلم درجات،
أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم معي من قريب أو بعيد في انجاز هذا البحث
وأخص بالذكر:

الأستاذ المشرف "شكور سعيد شوقي" على حرصه الشديد من أجل تقديم عمل متميز
يحمل قيمة علمية مضافة، أقول له شكرا على صبرك الجميل وعلى أسلوبك في التوجيه
والمعاملة.

كما أتقدم بجزيل الشكر والامتنان لأعضاء لجنة المناقشة الذين شرفوني بقبول مناقشة
هذا البحث، وكل الأساتذة الذين تعاقبوا على تدريسنا بالجامعة أقول لهم شكرا على
تزويدنا بكل هذه المعارف التي أوصلتنا إلى النجاح،

كما أشكر كل الزملاء الذين قدموا لي يد العون المادي والمعنوي،

لكل هؤلاء:

شكرا جزيلًا.

الطالب: سامي سمير

الملخص:

تُعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم بالنظر إلى الإحصائيات التي تشير بوضوح إلى نسب النمو العالية التي يحققها هذا النشاط، والتي تفوق بكثير نسب النمو المحققة في باقي القطاعات، بل وتفوق معدل نمو الاقتصاد العالمي ككل، حتى أصبح هذا النمو الكبير الخاصية المميزة لهذا النشاط، ولعل تنوع وتعدد المجالات التي تشملها الأنشطة السياحية هو الذي جعلها تنفرد بهذه الميزة، وجعل من القطاع السياحي أحد أكثر الصناعات تأثيراً على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وهو ما يؤهله للعب دور مهم في تحقيق التنمية المستدامة على المستويات القطرية والمحلية، إلا أن القطاع السياحي الجزائري لا يزال بعيداً عن لعب دور مهم في الاقتصاد الوطني ومسايرة التطور الحاصل على هذه الصناعة.

ومحاولة من الجزائر تدارك هذه الوضعية بادرت إلى وضع استراتيجية وطنية تمتد لآفاق سنة 2025، أما على المستوى المحلي وقصد إعطاء دور تنموي أكبر للقطاع السياحي فقد اعتمدت على التخطيط الإقليمي من خلال المخططات التوجيهية للتهيئة السياحية الخاصة بكل ولاية، وباعتبار الطابع السياحي المميز لولاية جيجل فإنه من المهم جدا الاعتماد على مثل هذه المخططات من أجل ترقية القطاع السياحي المحلي بشكل يساهم في تحقيق التنمية المحلية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية ترقية القطاع السياحي ، التنمية السياحية المستدامة، التنمية المحلية المستدامة،

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى
III	الاهداء
IV	كلمة شكر
V	الملخص
VI	قائمة المحتويات
IX	قائمة الأشكال
XI	قائمة الجداول
XIII	قائمة الملاحق
XIV	قائمة المختصرات
أ-ز	المقدمة
01	الفصل الأول: أساسيات حول السياحة وواقعها
02	تمهيد
03	المبحث الأول: ماهية السياحة
03	المطلب الأول: نشأة السياحة وتطورها
06	المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح
11	المطلب الثالث: أنواع السياحة وخصائصها
15	المبحث الثاني: الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسياحة
16	المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة
20	المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة
22	المطلب الثالث: الآثار البيئية للسياحة
25	المبحث الثالث: هيكل السوق السياحي وواقع السياحة الدولية
25	المطلب الأول: جانب العرض السياحي
30	المطلب الثاني: جانب الطلب السياحي
34	المطلب الثالث: الحركة السياحية الدولية
43	خلاصة الفصل

44	الفصل الثاني: السياحة ورهان التنمية المحلية المستدامة
45	تمهيد
46	المبحث الأول: ماهية التنمية المستدامة
46	المطلب الأول: التطور التاريخي لمفهوم التنمية المستدامة
51	المطلب الثاني: أبعاد ومبادئ التنمية المستدامة
54	المطلب الثالث: مؤشرات التنمية المستدامة
58	المبحث الثاني: ماهية التنمية المحلية المستدامة
58	المطلب الأول: الاطار النظري لمفهوم التنمية المحلية في الاقتصاد الاقليمي
64	المطلب الثاني: التنمية المحلية بين قوى الدفع الداخلي والخارجي
67	المطلب الثالث: الأجندة المحلية للقرن الحادي والعشرين كإطار مرجعي للتنمية المحلية المستدامة
70	المبحث الثالث: إدماج مبادئ التنمية المستدامة في القطاع السياحي
71	المطلب الأول: مفهوم ومبادئ التنمية السياحية المستدامة
77	المطلب الثاني: مؤشرات السياحة المستدامة
81	المطلب الثالث: التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية المستدامة
87	خلاصة الفصل
88	الفصل الثالث: واقع القطاع السياحي الجزائري واستراتيجية ترقيته
89	تمهيد
90	المبحث الأول: تحليل واقع القطاع السياحي الجزائري
90	المطلب الأول: العرض السياحي الوطني
98	المطلب الثاني: الطلب السياحي الوطني
103	المطلب الثالث: الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي في الجزائر
108	المبحث الثاني: واقع تنافسية القطاع السياحي الجزائري
108	المطلب الأول: مفهوم ومؤشرات التنافسية في القطاع السياحي
111	المطلب الثاني: مؤشرات التنافسية للقطاع السياحي الجزائري

117	المبحث الثالث: استراتيجية ترقية القطاع السياحي من خلال المخطط التوجيهي
117	المطلب الاول: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
124	المطلب الثاني: تشخيص السياحة الجزائرية بحسب المخطط التوجيهي والمشاريع ذات الأولوية
129	المطلب الثالث: الحركات الخمسة لترقية السياحة الجزائرية
136	المطلب الرابع: أجندة تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025
142	خلاصة الفصل
143	الفصل الرابع: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل ودوره في تحقيق التنمية المحلية المستدامة
144	تمهيد
145	المبحث الأول: تقديم عام لولاية جيجل
146	المطلب الأول: التعريف بالولاية ومقومات البنية التحتية
151	المطلب الثاني: المؤهلات البشرية لولاية جيجل
153	المطلب الثالث: المؤهلات السياحية الطبيعية
155	المبحث الثاني: تحليل السوق السياحي لولاية جيجل
155	المطلب الأول: تحليل العرض السياحي لولاية جيجل
160	المطلب الثاني: تحليل الطلب السياحي لولاية جيجل
166	المطلب الثالث: تقييم آثار القطاع السياحي على التنمية المحلية
171	المبحث الثالث: دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل
172	المطلب الاول: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل
177	المطلب الثاني: برامج التنمية والاستثمار السياحي ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
182	المطلب الثالث: نموذج مشروع ضمن المخطط التوجيهي ودوره في التنمية المحلية
186	خلاصة الفصل
187	الخاتمة
196	قائمة المراجع
208	الملاحق

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
01	تطور مؤشر عدد السياح على المستوى الدولي بين سنوات 1990 و 2011.	34
02	تطور مؤشر توافد السياح الأجانب على الولايات المتحدة الأمريكية بين سنوات 2000 و 2004.	36
03	تطور مؤشر الإيرادات السياحية على المستوى الدولي بين سنوات 1990 و 2010.	37
04	توزيع السياح عبر مختلف الأقاليم لسنة 2010 .	38
05	ترتيب أول عشر وجهات سياحية في العالم من حيث توافد السياح لسنتي 2000 و 2010.	39
06	ترتيب أول عشر دول في العالم من حيث الإيرادات السياحية لسنة 2010.	40
07	توزيع العوائد السياحية الفردية عبر الأقاليم لسنة 2009 (الوحدة: دولار).	42
08	ترابط أبعاد التنمية المستدامة (مثلث التنمية المستدامة).	51
09	تداخل أبعاد التنمية المستدامة.	53
10	تطور الطاقة الايوائية للحظيرة الفندقية الجزائرية بين سنوات 1999 و 2009.	94
11	توزيع الطاقة الايوائية حسب درجة التصنيف.	95
12	توزيع توافد السياح الجزائريين والأجانب سنة 2010.	100
13	توزيع السياح الأجانب حسب الغرض من الزيارة لسنة 2010.	101
14	تطور عدد الليالي السياحية بين سنوات 2005 و 2009.	102
15	تطور الإيرادات والنفقات السياحية الجزائرية بين سنوات 1999 و 2009.	104
16	تطور رصيد الميزان السياحي الجزائري بين سنوات 1999 و 2009.	105
17	مساهمة السياحة الجزائرية في الصادرات.	105
18	تطور نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام بين سنوات 1999 و 2009.	106
19	تطور مؤشر مساهمة القطاع السياحي في التشغيل بين سنوات 2000 و 2008.	107
20	مكونات مؤشرات المجاميع الثلاثة لتنافسية قطاع السفر والسياحة.	110
21	الموقع الاستراتيجي لولاية جيجل على الضفة الجنوبية للمتوسط.	145

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
151	الموقع الاستراتيجي لمدينة بلارة.	22
151	تطور عدد سكان ولاية جيجل بين سنوات 2000 و 2010.	23
152	توزيع المشتغلين بولاية جيجل حسب القطاع المشغل لهم لسنة 2009.	24
158	توزيع هياكل الايواء حسب توفيرها للطاقة الايوائية لسنة 2011.	25
164	مقارنة بين نسبة الليالي المقضاة في مختلف هياكل الايواء على المستويين الوطني والولائي.	26
165	عدد المتوافدين على الشواطئ المحروسة بين سنوات 2008 و 2010.	27
166	مقارنة بين عدد المتوافدين على الشواطئ والمواقع السياحية بين سنتي 2008 و 2009.	28
167	تطور رقم أعمال الهياكل الفندقية بولاية جيجل بين سنوات 2008 و 2010	29
168	تطور عدد مناصب الشغل التي توفرها الهياكل السياحية بين سنوات 2007.	30

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
79	مؤشرات الاستدامة الاقتصادية للسياحة	01
80	مؤشرات الاستدامة الاجتماعية والثقافية للسياحة	02
81	مؤشرات الاستدامة البيئية للسياحة	03
84	تنوع جوانب التخطيط السياحي	04
96	توزيع الطاقة الايوائية الوطنية بحسب نوع الفنادق (سنة 2009)	05
97	توزيع الطاقة الايوائية الوطنية بحسب الشكل القانوني سنة 2008	06
98	تطور تدفق عدد السياح لسنة 2010	07
100	توزيع السياح الأجانب المتوافدين على الجزائر حسب بلد اقامتهم لسنة 2010	08
111	مؤشرات تنافسية القطاع السياحي الجزائري من سنة 2007 الى سنة 2011	09
112	مؤشرات الاطار التنظيمي والقانوني لقطاع السياحة والسفر الجزائري	10
114	مؤشرات بيئة النشاط والبنية التحتية لقطاع السياحة والسفر الجزائري	11
116	مؤشر الموارد البشرية والطبيعية والثقافية لقطاع السفر	12
122	خطة أعمال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على المدى المتوسط 2015	13
128	توزيع المشاريع المبرجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على مختلف الأقطاب السياحية	14
141	الجدول الزمني لتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025	15
156	توزيع هياكل الاستقبال المتوفرة على مستوى ولاية جيجل بين سنوات 2008 و 2011	16
157	مقارنة بين الطاقة الايوائية بولاية جيجل والطاقة الايوائية الوطنية لسنة 2009	17
159	أنشطة وكالات السياحة والسفر خلال سنة 2010	18
160	توزيع الدواوين المحلية للسياحة سنة 2010	19

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
161	تطور عدد السياح المتوافدين على فنادق الولاية والليالي المقضاة بين سنوات 2008 و 2011.	20
162	تطور عدد السياح المتوافدين على المخيمات العائلية والليالي المقضاة بين سنوات 2008 و 2011.	21
163	تطور عدد السياح المتوافدين على الشقق المؤجرة والليالي المقضاة بين سنوات 2007 و 2010.	22
165	عدد المتوافدين على المواقع السياحية بين سنتي 2008 و 2009.	23
169	توزيع مناصب الشغل على الأنشطة السياحية المستقطبة لليد العاملة لسنتي 2008 و 2009.	24
170	الهياكل السياحية قيد الإنجاز بولاية جيجل.	25
170	المشاريع السياحية المتوقفة.	26
178	الدراسات المدرجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل لسنتي 2010 و 2011.	27
179	توزيع مناطق التوسع السياحي بولاية جيجل.	28
184	البطاقة التقنية لمشروع القرية السياحية بتاسوست.	29
184	حجم الطاقة الايوائية التي يوفرها مشروع القرية السياحية.	30

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	رقم الصفحة
01	تطور عدد السياح والايادات السياحية العالمية من سنة 1990 الى سنة 2010	209
02	تطور عدد السياح الأجانب المتوافدين على الولايات المتحدة الأمريكية بين سنوات 2000 و 2004.	210
03	ترتيب أول عشر دول من حيث توافد السياح اليها لسنتي 2000 و 2010	211
04	ترتيب أول عشر دول حسب الايرادات السياحية المحققة سنة 2010	212
05	تطور عدد المشتغلين في القطاع السياحي الجزائري بين سنوات 2000 و 2008	213
06	جدول تقييم للتنمية المستدامة -البعد البيئي-	214
07	جدول تقييم للتنمية المستدامة -البعد الاجتماعي-	215
08	جدول تقييم للتنمية المستدامة -البعد الاقتصادي-	216
09	صورة عبر الأقمار الصناعية لمنطقة التوسع السياحي تاسوست، ولاية جيجل	217
10	صورة تخطيطية لمشروع القرية السياحية تاسوست، ولاية جيجل.	218
11	صورة لأحد الفنادق المبرمجة ضمن مشروع القرية السياحية تاسوست، ولاية جيجل	219

قائمة المختصرات

AIEST : Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme.

ANAT : Agence Nationale Algérienne du Tourisme.

DPAT : Direction de Planification et l'Aménagement du Territoire.

FAO : Food and Agriculture Organization.

ICLEI : International Council for Local Environment Initiatives.

ONT : Office National du Tourisme.

POT : Pôle Ordinaire Touristique.

SDAT 2025 : Le Schéma Directeur d'Aménagement touristique Horizon 2025.

SDATW : Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique de Willaya.

SNAT2025 : Le Schéma National d'Aménagement du Territoire Horizon 2025.

SRAT : Le Schéma Régional d'Aménagement Territoriale.

UICN : Union Internationale pour la Conservation de la Nature.

UNEP : United Nations Environment Programme.

UNWTO : United Nations World Tourism Organization.

ZET : Zone d'Expansion Touristique.

ZEST : Zone d'Expansion et Sites Touristiques.

المقدمة

يحتل موضوع التنمية المحلية مركزاً مهماً بين مواضيع التنمية في الفكر الاقتصادي والدراسات الاجتماعية والسياسية وبرامج المنظمات الدولية والإقليمية باعتبارها مدخلاً يؤدي إلى تحقيق التوازن بين الأقاليم المختلفة بشكل يسمح بخلق المناخ والأرضية الملائمة للتنمية القومية الشاملة على مستوى القطر، فالتطورات التي عرفها مفهوم التنمية بشكل عام والتي تمخض عنها ظهور مفهوم التنمية المستدامة بأبعاده الرئيسية الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، جعل من العمل على تحقيق تنمية محلية تُراعي بدورها مبادئ الاستدامة تحدياً كبيراً لا يتأتى إلا من خلال توظيف الطاقات المحلية في مختلف القطاعات توظيفاً أمثلاً ومستداماً، ولعل القطاع السياحي يُعد أبرز القطاعات المعنية بتحقيق برامج التنمية المحلية وفق ضوابط الاستدامة لما له من علاقة مباشرة بالبيئة ولآثاره التنموية على المستويين الوطني والمحلي.

فعلى المستوى الدولي فإن الإحصائيات تؤكد أن القطاع السياحي ظل على مدار العقود الستة الماضية يسجل معدلات نمو عالية ومستمرة، فقد تضاعف أعداد السياح بين سنوات 1950 و 2008 بأكثر من 36 مرة منتقلة من 25.3 مليون سائح إلى 919 مليون سائح، بمعدل نمو سنوي يقدر بـ 6.4 بالمائة، بينما تضاعفت العوائد التي حققها القطاع في الفترة نفسها بـ 448 مرة منتقلة من 2.1 بليون دولار إلى 942 بليون دولار بمعدل نمو سنوي يقدر بـ 11 بالمائة وهي نسبة تفوق بكثير معدل نمو الاقتصاد العالمي ككل، وقد صاحب هذه الحركية التي شهدها القطاع ظهور وجهات استقطاب سياحية جديدة، وهو ما دفع بدول أخرى إلى الاهتمام أكثر بهذا القطاع الذي أضحت نشاطاته مصدراً مهماً لجلب العملات الأجنبية واستحداث مناصب الشغل وغيرها من المظاهر التنموية المصاحبة والتي تمس بشكل مباشر المجتمعات المضيفة للسياح.

الجزائر من جهتها، وبموقعها الاستراتيجي ومساحتها الشاسعة التي أكسبتها تنوعاً جغرافياً ومناخياً وبيولوجياً جعلها تملك من المواصفات ما يؤهلها لأن تكون من الدول الرائدة إقليمياً في المجال السياحي، إلا أن الواقع يشير إلى عكس ذلك، فالقطاع السياحي في الجزائر ظل ولسنوات عديدة مضت رهينة لسياسات التنمية الوطنية التي وجدت في قطاع الحروقات خياراً شبه وحيد في جلب العملة الصعبة وتدعيم الخزينة وممولا رئيسياً لعملية التنمية التي -ورغم الإنجازات المحققة- ظلت تراوح مكانها بسبب اقتصر سبل تحقيقها على قطاع الحروقات وإهمال باقي القطاعات لاسيما القطاع السياحي.

لكن، ومع تزايد التحديات الراهنة التي من أبرزها خطر نزوب الثروة البترولية، كان لزاما البحث عن مصادر بديلة ودائمة لتمويل حركية التنمية على المستوى الوطني والمحلي، والبحث عن البديل المناسب الذي من شأنه أن يوفر موارد لا تقل أهمية عن موارد قطاع المحروقات، ومن هنا جاء اهتمام الدولة بترقية القطاع السياحي كمصدر لهذه الموارد، فبدأت بوضع الاستراتيجيات الوطنية والمخططات المحلية وسن القوانين من أجل استغلال إمكانيات القطاع وفق معايير الاستدامة وبما يضمن تحقيق تنمية محلية مُستدامة، ومن بين هذه المخططات نجد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الخاص بكل ولاية والمستمد من المخطط التوجيهي الوطني للتهيئة السياحية، والذي من أولوياته دعم الاستثمار في القطاع السياحي بشكل يعمل على تحقيق التنمية المحلية من خلال خلق الثروة وإيجاد مناصب عمل وغيرها من المظاهر المُصاحبة.

1- إشكالية البحث:

إن تزايد الوعي بمفهوم التنمية المستدامة من جهة، والحركية التي يشهدها القطاع السياحي بفعل تزايد الاهتمام بالمخزون السياحي المحلي من جهة أخرى، من شأنه أن يشكل عاملا رئيسيا في تحقيق التنمية المحلية خاصة في ظل الظروف الراهنة (حالة عدم الاستقرار السياسي التي شهدتها بعض البلدان السياحية في المنطقة)، والتي يمكن أن تجعل من الجزائر قبلة سياحية كبديل في المنطقة، فإننا نطرح التساؤل التالي:

➤ كيف تُساهم استراتيجية ترقية القطاع السياحي من خلال مخططات التهيئة السياحية في تحقيق

التنمية المحلية المستدامة؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نطرح التساؤلات التالية:

(1) فيما تكمن أهمية القطاع السياحي؟ وما هي آثاره التنموية على المستويين الوطني والمحلي؟

(2) كيف يمكن إدماج مبادئ التنمية المستدامة في القطاع السياحي بشكل يضمن تحقيق تنمية محلية؟

(3) هل يلعب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل دوره في تنشيط القطاع السياحي وتحريك

عجلة التنمية المحلية ؟

2- فرضيات البحث:

محاولة منا الإجابة على الاشكالية المطروحة فقد انطلقنا من الفرضيات التالية:

- **الفرضية الأولى:** السياحة كصناعة عالمية تشهد نموا مستمرا وهو ما يؤهلها للعب دور كبير في تحقيق التنمية المستدامة؛

- **الفرضية الثانية:** مؤشرات أداء القطاع السياحي الجزائري تعرف تحسنا كبيرا بفضل استراتيجية الترقية السياحية التي تراعي متطلبات التنمية المستدامة؛

- **الفرضية الثالثة:** يساهم المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لولاية جيجل في ترقية القطاع السياحي مما يعمل على تحقيق التنمية المحلية المستدامة.

3- أسباب اختيار الموضوع:

من أهم الأسباب التي دفعت بنا إلى اختيار هذا الموضوع ما يلي:

- الأهمية البالغة للقطاع السياحي والتطور والنمو السريع الذي يعرفه على المستوى الإقليمي والدولي وآثاره التنموية؛

- قلة البحوث والدراسات الأكاديمية التي تناولت إدخال مبدأ الاستدامة على القطاع السياحي ودوره في تحقيق التنمية المحلية، وهو ما يجعل من الموضوع مجالا خصبا للدراسة وإنتاج المعرفة؛

- قابلية الموضوع للبحث والدراسة والتطوير مستقبلا كونه يتصف بالتغير المستمر وبالتالي إمكانية تناول الموضوع من زاوية أخرى ضمن أطروحة دكتوراه مستقبلا.

4- أهداف البحث:

نهدف من خلال تقديمنا لهذا البحث إلى ما يلي:

- تقديم دراسة حول القطاع السياحي على المستوى الوطني والمحلي بما يتماشى مع متطلبات التنمية المستدامة، وهو ما من شأنه أن يرصد النقائص المسجلة ومحاولة استدراكها مستقبلا؛

- إثراء المعرفة المتعلقة بالجوانب السياحية وتوضيح الرؤية حول العديد من الجوانب المميزة لولاية جيجل وكشف مخزونها السياحي الذي من شأنه أن يُحدث قفزة نوعية على صعيد التنمية المحلية في حالة استغلاله بشكل مُستدام؛

- استعراض الجهود المبذولة من أجل قطاع سياحي مستدام من خلال مخطط التهيئة السياحية ودوره في تنمية القطاع السياحي المحلي وآثاره التنموية محليا.

5- أهمية موضوع البحث:

تنبع أهمية موضوع البحث في الدور المهم والأساسي الذي يلعبه القطاع السياحي في تحقيق برامج التنمية على المستويات الوطنية والمحلية، والتي جعلت منه أحد أهم القطاعات المكونة للاقتصاد العالمي، بدليل النمو الكبير الذي يشهده النشاط السياحي الدولي والذي يشكل أحد أبرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية الجديدة بالاهتمام والدراسة، فبداية من النصف الثاني للقرن الماضي شهد عدد السياح ارتفاعا كبيرا، ومعه ارتفع معدل نمو العائدات السياحية حتى فاق معدل النمو في باقي القطاعات المشكلة للاقتصاد العالمي، وهو الأمر الذي جعل من السياحة أحد أكبر المجالات التجارية على المستوى الدولي، ومع هذه الحركية التي شهدتها القطاع السياحي زاد اهتمام الدول في سعيها نحو تحقيق التقدم والرفاهية لشعوبها في جعل هذا القطاع قاطرة التنمية من خلال زيادة الاستثمارات السياحية والاستفادة من الآثار الايجابية للقطاع على الناتج الإجمالي وميزان المدفوعات، وما يُشغله من يد عاملة، إضافة إلى الاستثمارات الهائلة في البنية التحتية وغيرها من العوامل التي تؤدي في مجملها إلى تحقيق نهضة تنموية حقيقية.

6- الدراسات السابقة:

إن موضوع السياحة بوجه عام يتميز بدراسات وبحوث سابقة عديدة، إلا أن الدراسات التي تناولت الموضوع من خلال ربطه بالتنمية المحلية المستدامة لا تتوفر بذلك القدر، وفيما يلي بعض الدراسات التي مست موضوع السياحة عموما:

- عيساني عامر، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة (حالة الجزائر)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، شعبة تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010.

من أهم ما توصل إليه الباحث هو الاهتمام المتأخر بقطاع السياحة في الجزائر الأمر الذي جعله يسجل مؤشرات جد ضعيفة مقارنة بمصر وتونس، إضافة إلى عدم مساهمته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية على عكس ما هو مُسجل في كل من مصر وتونس اللتين كانتا محل المقارنة.

- بزة صالح، تنمية السوق السياحية بالجزائر -دراسة حالة ولاية المسيلة- ، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006.

توصل الباحث إلى أن الجزائر ورغم ما تتوفر عليه من إمكانيات ومقومات سياحية فريدة ومتميزة إلا أنها لم ترق إلى المستوى المطلوب ولم تستطع احتلال مكانة مرموقة ضمن السوق السياحية على المستويين الإقليمي والعالمي، وبناء عليه اقترح الباحث جملة من التوصيات على المستوى الوطني والمحلي جاء على رأسها ضرورة تشجيع الاستثمارات السياحية.

- هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2006.

تطرقت الباحثة إلى مختلف المقومات السياحية بالجزائر، وحصرت مختلف الصعوبات والمعوقات التي تحول دون تحقيق التنمية السياحية، كما قدمت بناء عليها بعض الاقتراحات قصد النهوض بالقطاع السياحي.

- عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة، دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس والمغرب، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2005.

تناولت هذه الدراسة مختلف الجوانب السياحية للجزائر وتونس والمغرب وألقت الضوء على أهم التطورات التي طرأت على القطاع السياحي في تلك الدول خلال الفترة التي شملتها الدراسة والتي امتدت لسنوات (1990-2002)، وخُصّصت الباحثة في النهاية إلى أن للسياحة علاقة وطيدة بالتنمية في أي مُجتمع كان متقدما أو نام.

7- منهج البحث:

سوف يتم الاعتماد في معالجتنا لهذا الموضوع على المنهجين الوصفي والتحليلي، حيث نوظف المنهج الوصفي من خلال تقديمنا لمختلف المفاهيم والتعاريف التي تمس الموضوع، ويتم توظيف المنهج التحليلي في

التعليق والتعقيب على ما تم وصفه في كل مرة، بالإضافة إلى تحليل الأرقام والمؤشرات التي سوف يتضمنها البحث، كما يتم توظيف منهج دراسة الحالة في محاولة تتبع الدور المنوط للقطاع السياحي في ولاية جيجل وآثاره التنموية محليا، إضافة إلى آفاق برامج الترقية السياحية من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل.

8- تقسيم البحث:

محاولة منا الامام بكل جوانب الموضوع فقد قسمنا بحثنا هذا إلى أربعة فصول كما يلي:

تناولنا **الفصل الأول** في ثلاث مباحث، حيث حاولنا في المبحث الأول توضيح ماهية السياحة من خلال استعراض تاريخ تطورها وحصر أهم التعاريف التي تطرقت إلى هذا المفهوم بالتركيز على التعريف التي وضعته المنظمة العالمية للسياحة والذي بدوره حدد مفهوم السائح، إضافة إلى حصر الأنواع المختلفة للسياحة والخصائص المميزة لها، كما استعرضنا خلال هذا الفصل الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الناتجة عن النشاط السياحي، وختاماً لهذا الفصل تناولنا بالدراسة السوق السياحي من خلال التطرق بالتفصيل إلى دراسة كل من العرض السياحي والطلب السياحي مع ذكر الخصائص المحددة لهما ومميزات كل منهما، إضافة إلى استعراض واقع الحركة السياحية على المستوى الدولي.

واستعرضنا في **الفصل الثاني** مفهوم التنمية المستدامة ومراحل تطوره، كما تطرقنا إلى الأبعاد التي تتركز عليها التنمية المستدامة والمبادئ التي تقوم عليها، و مؤشرات قياسها، كما حاولنا الامام بمفهوم التنمية المحلية المستدامة من خلال استعراض الإطار النظري لمفهوم التنمية المحلية ومراحل تطور هذا المفهوم في الاقتصاد الإقليمي، كما تطرقنا خلال هذا الفصل إلى الإضافة التي جاء بها مفهوم التنمية المستدامة في سبيل تحقيق التنمية المحلية المستدامة ويتعلق الأمر بالأجندة المحلية للقرن الحادي والعشرين كإطار مرجعي للتنمية المحلية المستدامة، إضافة إلى مسألة إدماج مبادئ التنمية المستدامة في القطاع السياحي، بدءاً باستعراض مفهوم ومبادئ التنمية السياحية المستدامة، مروراً بسبل تحقيق الاستدامة في القطاع السياحي من خلال عملية التخطيط الاستراتيجي على كافة المستويات الدولية والوطنية والمحلية، وختاماً لهذا الفصل أوردنا جملة من المؤشرات التي تسمح بقياس استدامة القطاع السياحي.

وقد تناولنا في **الفصل الثالث** من هذا البحث واقع القطاع السياحي الجزائري، حيث تناولنا جانب العرض السياحي من خلال المؤهلات الطبيعية السياحية للجزائر كما تناولنا في جانب العرض الهياكل السياحية بمختلف أنواعها، أما جانب الطلب السياحي فقد أوردنا فيه كل المؤشرات التي تعبر عن الحركة السياحية من وإلى الجزائر وما يرافقها من آثار على الاقتصاد الوطني، إضافة إلى استعراض حالة القطاع السياحي الجزائري من حيث تنافسيته على المستوى الدولي، وهذا بالاعتماد على تقارير التنافسية السياحية التي يُصدرها سنويا المنتدى الاقتصادي العالمي، وختاما لهذا الفصل تناولنا بالدراسة استراتيجية ترقية القطاع السياحي الجزائري من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025، والذي يُعتبر بمثابة الخريطة التي توضح الاجراءات والتدابير التي يتم اعتمادها من أجل النهوض بالقطاع السياحي وفق الأهداف المسطرة على المديين المتوسط والطويل.

أما **الفصل الرابع** من هذا البحث فقد استعرضنا خلاله المقومات الطبيعية والسياحية التي تتمتع بها ولاية جيجل والتي جعلت منها منطقة سياحية، كما استعرضنا أهم مكونات البنية التحتية التي تتوفر عليها الولاية نظرا لارتباط تطور هذه البنية بتطور النشاط السياحي، كما تطرقنا لدراسة السوق السياحي المحلي، حيث تناولنا جانب العرض السياحي بولاية جيجل ومختلف الهياكل السياحية المشتغلة بالقطاع السياحي، إضافة إلى تحليل جانب الطلب السياحي، كما حصرنا جملة من الآثار التي يخلقها القطاع السياحي على مستوى ولاية جيجل، وفي ختام هذا الفصل تطرقنا لبرامج ترقية القطاع السياحي في ولاية جيجل ودورها في تحقيق التنمية المحلية، وهذا من خلال استعراض درجة التقدم في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، واستعراض مختلف مناطق التوسع السياحي المدرجة ضمنه، ودرجة تقدم أشغال التهيئة بها، ثم استعراض مشروع نموذجي ضمن إحدى مناطق التوسع السياحي بالولاية والآثار المترتبة عنه على المستوى المحلي.

الفصل الأول

أساسيات حول السياحة وواقعها

تمهيد:

لا شك اليوم أن السياحة تُعد أكبر صناعة في العالم، بالنظر إلى المؤشرات التي تشير بوضوح إلى نسب النمو العالية التي يحققها هذا النشاط، والتي تفوق بكثير نسب النمو المحققة في باقي القطاعات، بل وتفوق معدل نمو الاقتصاد العالمي ككل، حتى أصبح هذا النمو الكبير الخاصية المميزة لهذا النشاط، ولعل تنوع وتعدد المجالات التي تشملها الأنشطة السياحية هو الذي جعلها تنفرد بهذه الميزة، كما أن هذا التنوع والتعدد جعل من النشاط السياحي أحد أكثر الصناعات تأثيراً على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمجتمعات المحلية. وسنحاول من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على مفهوم هذا النشاط وتطوره عبر الزمن وعرض أشكاله المختلفة، كما نبرز مختلف الآثار الناجمة عنه، وختاماً نتطرق إلى مكونات السوق السياحية ومختلف محدداتها، مع إبراز واقع القطاع السياحي في العالم، وذلك من خلال:

المبحث الأول: ماهية السياحة

المبحث الثاني: الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسياحة

المبحث الثالث: هيكل السوق السياحي وواقع السياحة الدولية

المبحث الأول: ماهية السياحة

إن دراسة أي صناعة أو ظاهرة يدعوا في البداية إلى إلقاء الضوء حول تاريخها والمفاهيم المرتبطة بها من أجل فهم أعمق لها، فقد تطورت السياحة كظاهرة و كصناعة وتغيرت في مضمونها تزامنا مع التطورات التي حصلت في المجتمعات، ومع هذا التطور ظهرت بأنواع مختلفة وشملت تأثيراتها عدة مجالات، كما زاد وزنها وتأثيرها في الاقتصاد سواء على المستوى الدولي أو الوطني، حتى صارت أكثر الصناعات رواجاً في العالم.

المطلب الأول: نشأة السياحة وتطورها

لم تظهر السياحة في الماضي بالشكل التي هي عليه الآن، بل مر تطورها عبر مجموعة من المراحل شكلت في مجملها تاريخ نشأة هذه الظاهرة، وفيما يلي نستعرض هذا التطور الذي يشير إليه أغلب الباحثين في ثلاث مراحل كما يلي:

1- مرحلة العصور القديمة:

تشير الكتب والروايات القديمة إلى عدة أسفار ورحلات قام بها الإنسان خلال هذه الفترة إذ يمكن اعتبارها كأولى أشكال السياحة لكنها ليست السياحة بالمعنى الذي نعرفها به اليوم، لأن مصطلح السياحة لم يُعرف أو يُستعمل إلا حديثاً، فقد أنشأ اليونانيون في العصور القديمة موانئهم على شواطئ البحر المتوسط حيث كانوا يتعاملون في التجارة مع شعوب أخرى، وعُرف الفينيقيون أيضاً برحلاتهم المختلفة، وقبل الإسلام كان لأهل قریش نصيبهم من الترحال بين بلدهم وبلاد الشام واليمن كما جاء في القرآن الكريم، ويشير القرآن الكريم إلى رحلات أخرى منها رحلة سيدنا موسى وخروجه من مصر بعد اضطهاد فرعون.¹

وقد تمثلت الدوافع وراء تنقل الإنسان آنذاك في نوعين²:

- السفر من أجل التجارة والأعمال المتعلقة بشؤون الدولة؛
- السفر المرتبط بأداء طقوس دينية، إذ كان الهدف من العطلات هو الهدف الديني، فكلمة Holidays الإنجليزية مشتقة من Holy Days التي تعني الأيام المقدسة، حيث كانت الرحلات لأغراض دينية ظاهرة من ظواهر تلك الحقبة.

فمنذ عام 776 ق.م كان اليونانيون ينتقلون من جميع أنحاء البلاد إلى "أولمبيا" للاشتراك في الألعاب الأولمبية القديمة أو لمشاهدتها، وجذبت هذه الألعاب العديد من الشعوب التي كانت خاضعة للإمبراطورية

¹ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 14-15.

² محمد صبحي عبد الحكيم وحدي أحمد الديب، جغرافية السياحة، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 2001، ص 25.

اليونانية، وكان هذا شكلا لما نسميه اليوم بالسياحة الرياضية، أما العرب في العصر الجاهلي فقد كانوا يزورون مكة لغرض العبادة والتجارة، وكان الرومانيون أول من مارس السفر لغرض التمتع.¹

2- مرحلة العصور الوسطى:

كان اتجاه السياحة في تلك العصور يتمحور حول التجارة والحج وطلب العلم، وقد كان للمسلمين في الفترة بين القرن الثامن والقرن الرابع عشر دورا كبيرا في تطوير حركة الأسفار، إذ كانت البلاد الإسلامية آنذاك أكثر البلدان تقدما، وكانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراء، لذلك فإن تجارة العالم كانت تجري إليها وهو ما جعلها مركزا للحياة الثقافية والحضارية بشكل ساهم في استقطاب العلماء والمثقفين من كل أنحاء العالم، وهو ما دفع بالرحالة العرب إلى القيام برحلات لاستكشاف الحضارات الأخرى، حيث كان من أبرزهم ابن بطوطة الذي وضع كتابا أسماه " تحفة الأنظار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار " وضمّنه رحلاته إلى آسيا وإفريقيا، كما نجد أيضا الرحالة أبو عبيدة البطري الذي وضع كتابا عن غرب إفريقيا عنونه باسم " المسالك والممالك " ².

أما على صعيد الرحلات الأوروبية في تلك الفترة فقد قام الإمبراطور الفرنسي "شارلمان" برحلة إلى بغداد في عصر الخليفة هارون الرشيد عام 797هـ، بعدها قام الإيطالي 'ماركوبولو' برحلة إلى الصين انطلاقا من فلسطين ثم أرمينيا وصولا إلى بكين.

3- مرحلة العصر الحديث:

شكّل عصر النهضة بداية للعصر الحديث حيث تم تسجيل عدة تغيرات في المجال العلمي والاستكشافات الجغرافية، مثل اكتشاف "كولمبوس" لأمريكا عام 1492م، ثم رحلة الملاح البرتغالي "فاسكودياما" إلى الهند الذي اكتشف خلالها رأس الرجاء الصالح عام 1489م، ثم تلتها رحلات البرتغالي "ماجلان" خلال القرن السادس عشر.

في أواخر القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر ظهر السفر عبر القارات من خلال عبور البحار والمحيطات، ومما زاد من سهولة هذا الأمر التغيرات التي أحدثتها الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر التي انعكست إيجابيا على وسائل النقل حيث أصبحت أسرع وأكثر سعة للأشخاص الراغبين في السفر.

¹ ماهر عبد العزيز، مرجع سابق، ص 16.

² المرجع السابق، ص 17.

مع نهاية القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين تنبّه رجال الاقتصاد والصناعة إلى أهمية الرحلات والسفر على المستوى الدولي وإلى أثر هذه الأسفار على اقتصاديات الدول، فعملت بعض الدول على جذب هؤلاء السياح إلا أنّها واجهت مصاعب عديدة نظراً للأزمة الاقتصادية ثم الحرب العالمية الثانية.

وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية تحول قسم كبير من الصناعة العسكرية إلى الصناعة المدنية فحصل تطور كبير في طائرات تنقل الركاب والسيارات والقاطرات، وظهرت الطائرات المدنية العابرة للقارات، وهو ما ساعد على تطور وازدياد حركة السياحة التي رافقها تطور كبير في طرق المواصلات والبنية التحتية والفوقية. كما شهدت الفترة الممتدة من انتهاء الحرب العالمية إلى الوقت الحالي على حصول الثورة التكنولوجية، التي كانت في الواقع عبارة عن ثورة صناعية ثانية، وكان من نتائجها التراكم الكبير للثروة وزيادة الدخل بالنسبة للأفراد في أغلب الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية، وهو ما أدى فيما بعد إلى تغير في أسلوب الحياة وسلوكيات أفراد هذه المجتمعات بطريقة سريعة، وبناء على ذلك شهدت هذه الفترة نمواً سريعاً في حركة السفر بالنسبة للدول المصنعة، حيث ساهمت المواصلات والأشكال الأخرى للاتصالات لاسيما التلفزيون في توسيع حركة السياحة، كما أصبح سكان الدول الغنية أكثر قدرة على التحرك بفعل قدرتهم على امتلاك السيارات التي تضاعف عددها في أوروبا من 68 مليون سيارة إلى 159 مليون سيارة وهذا في الفترة الممتدة بين 1970 و1987.¹

وقد عرف النصف الثاني للقرن العشرين ازدهار السياحة في الدول المتقدمة بشكل أدى إلى زيادة الطلب على السفر الفردي والجماعي على المستوى العالمي، وأدى ذلك إلى ظهور أنماط جديدة للسياحة خلال السبعينات وما بعدها، كما ظهر الاهتمام الكبير لبعض الدول بالسياحة مثل بعض الدول العربية، لاسيما أنّها تمثل أحد العناصر الهامة في ميزان المدفوعات، حتى صارت معظم الدول اليوم تشكل مصدراً لتدفق السياح ومستقبله لهم في نفس الوقت، وهو ما أدى إلى انتشار واسع لمكاتب السياحة والسفر حتى أصبحت السياحة صناعة جذابة تُدرّ أرباحاً كبيرة للدول وللمستثمرين في هذا المجال.²

¹ Carson L. Jenkins and Leonard J. Lickorish, **An Introduction to tourism**, First published, Butterworth-Heinemann, Oxford, Great Britain 1997, p 23.

² محمد صبحي عبد الحكيم وحدي أحمد الديب، مرجع سابق، ص 34.

المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح

إن توضيح المفاهيم المتعلقة بالسياحة والسائح لطالما شكلت صعوبة بالنسبة لمختلف الباحثين والمنظمات الناشطة في القطاع السياحي، لذلك فهناك العديد من التعاريف التي تناولت مصطلح السياحة والسائح لأن التحديد الدقيق للمصطلحات يساعد على دراسة القطاع السياحي بشكل أدق، وسنورد فيما يلي أهم التعاريف التي تناولت هذين المصطلحين.

أولاً- مفهوم السياحة:

يُشار عموماً بلفظ السياحة إلى الأنشطة المتعلقة بالذهاب بعيداً في عطلة، وهو ما يُعتبر أحد السمات المميزة للحياة المعاصرة، فكلمة سياحة باللغة الانجليزية "Tourist" سجلت ظهورها الأول في أوائل القرن التاسع عشر.¹

1- تعريف السياحة حسب هيرمان فون شوليرون Herman Von Sholleron:

عرف العالم النمساوي هيرمان فون شوليرون سنة 1910 السياحة على أنها: " الاصطلاح الذي يُطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصاً العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة"². وما يميز هذا التعريف أنه ركز على الجانب الاقتصادي للسياحة وأهمل الجوانب السلوكية والثقافية المرافقة لها.

2- تعريف Hunziker و Krapf:

ويعتبران اثنين من رواد الباحثين في السياحة حيث قدما تعريفا لها عام 1942 وذلك كما يلي: "السياحة هي مجموعة العلاقات والظواهر الناتجة عن سفر الأشخاص غير المقيمين إلى أماكن معينة والبقاء فيها فترة معينة وليس بشكل دائم، حيث لا يجب أن يرتبط سفرهم بأي نشاط من أجل الكسب سواء بشكل دائم أو مؤقت"³.

¹ Anderw Holden, **Environment and Tourism**, second edition, Routledge, Taylor & Francis Group, London, 2008.p2.

² زيد منير عبوي، فن ادارة الفنادق والنشاط السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، عمان، 2007، ص 169.

³ Norbert Vanhove, **The economics of tourism destinations**, first published, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 2005, p2.

وقد ظل هذا التعريف مقبولا لفترة معتبرة من طرف الجمعية الدولية للخبراء العلميين للسياحة* (AIEST) وهذا على الرغم من احتوائه على بعض العيوب، فحسب هذا التعريف يمكن اعتبار سفر شخص معين وبقائه في المستشفى لأجل العلاج سياحة، بينما لا يمكن اعتبار رحلة تجارية لشخص آخر ضمن السياحة لأن تنقله هذا يدخل ضمن نشاط الكسب، زيادة على ذلك فإن هذا التعريف استبعد حركة السياحة الداخلية كونه ربط انتقال الأشخاص إلى أماكن غير تلك التي يقيمون فيها.

3- تعريف مؤسسة السياحة البريطانية:

عام 1979 قدمت مؤسسة السياحة البريطانية تعريفا أكثر وضوحا وذلك استنادا إلى عمل كل من Burkart و Medlik لعام 1974:

"السياحة تشمل أي نشاط يتعلق بالحركة المؤقتة للأشخاص ولفترة قصيرة إلى أماكن خارج أماكن عيشهم الطبيعي، كما تشمل كل الأنشطة التي يمارسونها أثناء إقامتهم بتلك الوجهة"¹.

من خلال هذا التعريف نلاحظ أنه قد تم إدماج مختلف الأنشطة التي يمكن أن يقوم بها الأشخاص أثناء فترة إقامتهم في الوجهة المقصودة تحت مفهوم السياحة، فمثلا الشخص الذي يسافر لأغراض تجارية تتعلق بالكسب قد يتسنى له الوقت للقيام بجولات وأنشطة سياحية داخل الوجهة المقصودة وبالتالي ينطبق عليه وصف السائح.

4- تعريف الجمعية الدولية لخبراء السياحة:

ناقشت الجمعية الدولية لخبراء السياحة التعريف السابق الذي وضعه كل من Krapf و Hunziker عام 1942 وذلك بمناسبة مؤتمرها السنوي بكارديف عام 1981 حيث تم خلال هذا المؤتمر وضع التعريف التالي:

"السياحة عبارة عن مجمل العلاقات المتبادلة والظواهر التي تنشأ عن سفر الأشخاص إلى أماكن معينة وبقائهم فيها لكن ليس بشكل دائم وهذا من أجل قضاء وقت فراغهم، أو في سياق نشاطهم التجاري أو من أجل الدراسة"².

وهذا التعريف يتوافق إلى حد بعيد مع التعريف الذي قدمته مؤسسة السياحة البريطانية حيث يؤكد على أن وصف السياحة يمتد لينطبق على الأنشطة التجارية أو الدراسية التي يقوم بها الأشخاص المتنقلون بشكل مؤقت لمختلف الوجهات.

* AIEST (Association Internationale des Experts Scientifiques du Tourism) تحولت هذه المنظمة عام 1975 لتعرف باسم المنظمة

العالمية للسياحة ومقرها مدريد، وهي الآن إحدى المنظمات التابعة لهيئة الأمم المتحدة.

¹ Idem.

² Ibid.p2.

5- تعريف جيلبرت:

أحد التعاريف الهادفة إلى محاولة الفهم الاجتماعي للسياحة هو ذلك التعريف المقدم من طرف Gilbert عام 1990 حيث عرفها:

"السياحة هي جزء من الترفيه الذي ينطوي على السفر إلى وجهات أو مجتمعات أخرى لفترة قصيرة من أجل تلبية حاجات داخلية من خلال نشاط ما أو مجموعة معينة من الأنشطة"¹.

من مزايا هذا التعريف أنه يضع السياحة في السياق العام من الترفيه ويركز على أسباب السفر كنتيجة لحاجة تنشأ لدى الأشخاص فيعملون على تلبيتها.

6- تعريف منظمة السياحة العالمية:

عام 1991 وبمناسبة المؤتمر الدولي لإحصائيات السياحة والسفر المنعقد بأوتاوا (كندا) قدمت منظمة السياحة العالمية تعريفا للسياحة تم اعتماده فيما بعد من طرف اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة عام 1993 وينص التعريف:

"تضم السياحة 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"².

كما تُعرّف نفس المنظمة السياحة بأنها: "انتقال الأفراد من مكان إلى آخر لأهداف مختلفة، ولفترة زمنية تزيد عن أربعة وعشرين ساعة ولا تتجاوز سنة واحدة"³.

إن هذين التعريفين يُبينان أن الترفيه ليس هو الغرض الوحيد من السياحة وإن كان يشكل أكبر عامل مُنشئ لها، إلا أن هناك دوافع أخرى قد تكون من أجل الدراسة أو العمل أو العلاج أو للحج أو حتى الرياضة، كما يؤكد على عنصر التنقل (الحركة) إلى وجهات معينة حيث يكون هذا التنقل بصفة مؤقتة ولفترة قصيرة.

من خلال التعاريف السابقة نلمس مختلف الجهود والأراء في محاولة الوصول إلى تعريف دقيق لمصطلح السياحة لما له من أهمية في دراسة وتحليل هذا القطاع، لهذا يُعتبر التعريف التي وضعته منظمة السياحة العالمية الأكثر قبولا وتداولاً لأنه في النهاية يسمح بتحديد وتعريف المتغيرات التي تكون النشاط السياحي والمتمثلة فيما يلي:

¹ Ibid. p3

² Lesley Pender and Richard Sharpley, **The Management of Tourism**, First published, SAGE Publications, London, 2005, p05.

³ أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية (الأسس والمركبات)، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009، ص 19.

- التنقل خارج بيئة الإقامة المعتادة يعني أن هناك حركة أو نزوح؛
- تحديد الغرض من التنقل؛
- تحديد مدة الإقامة.

من خلال ما تم تناوله من تعاريف نستنتج أن السياحة هي حاجة إنسانية تظهر في شكل تصرف يُؤدي بالشخص للتنقل إلى مكان آخر غير مكان إقامته الطبيعي وذلك بصفة مؤقتة لا تزيد عن سنة واحدة، من أجل ممارسة الأنشطة التي سافر من أجلها من غير تلك المتعلقة بالعمل الدائم داخل البلد المضيف، لذلك يمكن القول أنها ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية في نفس الوقت.

ثانياً- تعريف السائح:

كثيراً ما ارتبط تعريف السياحة بتعريف السائح حيث شكّل هذا الأخير مدخلاً لتعريف السياحة من خلال تحديد الأنشطة التي يقوم بها والعلاقات التي تنشأ انطلاقاً من حركته المؤقتة خارج مكان إقامته المعتادة. وعليه فإن التحديد الدقيق لمصطلح السائح يكتسي أهميته فيما يلي¹:

1- لا يمكن جمع الإحصائيات والبيانات عن أعداد السائحين وأصنافهم وسلوكهم وفترة بقائهم إلا بعد أن يتوفر للإحصائي خلفية كاملة عن مفهوم السائح ليميزه عن بقية الفئات المتنقلة من أجل التوصل إلى أرقام دقيقة في هذا المجال.

2- يُعد كل إنفاق من قبل السائحين داخل البلد أو المنطقة السياحية المضيضة إنفاقاً سياحياً، وعلى هذا الأساس لا يمكن الوصول إلى حجم الإنفاق السياحي إلا بعد أن يكون الاقتصادي على إدراك كامل لمفهوم السائح.

3- لا بد من تحديد فئة السائحين ومعرفة الأماكن والمنشآت التي تستقطبهم لأن هذه المنشآت تشكل في مجموعها القطاع السياحي.

ومن شأن التعريف الدقيق لهذه العناصر أن يُساعد على دراسة مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية التي تُرافق النشاط السياحي داخل أي وجهة سياحية، لاسيما في توفير قاعدة معطيات واقعية حول الآثار الاقتصادية للسياحة وحجم مساهمتها في التنمية.

¹ مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 55.

في سنة 1968 عقدت اللجنة الإحصائية التابعة للأمم المتحدة أول مؤتمر دولي حول السياحة بالعاصمة الإيطالية روما، ومن أجل أهداف إحصائية، تم الاتفاق على أن مصطلح السائح يصف كل شخص يقوم بزيارة بلد غير بلد إقامته الأصلي لأي سبب كان ماعدا مزاوله مهنة داخل البلد المضيف، وقد اتفقت الجمعية الدولية للخبراء العلميين للسياحة (AIEST) مع هذا الوصف¹.

ومن أجل تسهيل دراسة القطاع السياحي ومختلف الآثار الناجمة عن نشاطاته فإن التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة والصادرة سنة 2008 ركزت على الأنشطة التي يقوم بها الزوار وقياسها من خلال مؤشرات نقدية وغير نقدية بغرض توفير اطار مرجعي مشترك تستخدمه كل الدول في تجميع احصاءات السياحة، وهذا لا يتأتى إلا من خلال تعريف موحد لمصطلح السائح².

وعليه فقد توالى الاجتهادات من أجل وضع تعريف دقيق وموحد لمصطلح السائح، وكانت عصبة الأمم سنة 1937 أول منظمة عالمية تُعرف السائح على أنه: "أي شخص يُسافر لمدة أربعة وعشرين ساعة أو أكثر إلى بلد آخر غير الذي يُقيم فيه"³.

وهكذا فان مُصطلح السائح يمكن أن يشير إلى⁴:

- الزائر الدولي: أيّ شخص يُسافر إلى بلد غير بلد إقامته المعتادة لمدة لا تزيد عن اثنا عشرة شهرا لأهداف لا ترتبط بالعمل أو الكسب؛
 - الزائر المحلي: أيّ مقيم يُسافر داخل البلد وخارج مكان إقامته المعتادة لغرض هدف العمل أو الكسب؛
 - زائر المبيت: أيّ شخص يقضي ليلة أو أكثر في هياكل المبيت الجماعية أو الخاصة في المكان المُزار.
- وعليه يمكن القول أن السائح هو كل شخص يُسافر ويُقيم في بلد غير بلد إقامته لمدة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة ولا تتعدى سنة واحدة لأي غرض لا يرتبط بالعمل أو الكسب الدائم.

¹ Carson L. Jenkins and Leonard J. Lickorish, Op.Cit, p 34.

² منظمة الأمم المتحدة، التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة 2008، السلسلة ميم، العدد 83، نيويورك 2011، ص12.

³ جلييلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الاسكندرية، 2003، ص08.

⁴ صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة دليل الأجهزة المحلية، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، دمشق، سوريا، 2004، ص 20.

المطلب الثالث: أنواع السياحة وخصائصها

أولاً- أنواع السياحة

لقد تنوعت تقسيمات الباحثين في محاولاتهم لتصنيف الأشكال التي تأخذها السياحة والتي يمكن حصرها حسب عدد من المعايير كما يلي:

1- تقسيم السياحة وفقاً للنطاق الجغرافي: وتنقسم ما بين سياحة داخلية وسياحة خارجية¹:

- سياحة داخلية: تتمثل في انتقال الأفراد داخل حدود نفس البلد وتتعلق بالمقيمين؛
- سياحة خارجية: تتمثل في انتقال الأفراد من دولة معينة إلى داخل حدود دولة أخرى.

2- تقسيم السياحة وفقاً للعدد: وتنقسم إلى²:

- سياحة فردية؛
- سياحة جماعية.

3- تقسيم السياحة وفقاً للجنسية: وتنقسم إلى³:

- سياحة الأجانب (السياحة الدولية)؛
- سياحة المواطنين المقيمين بالخارج؛
- سياحة مواطني الدولة.

4- تقسيم السياحة وفقاً للسن: يمكن تقسيمها إلى⁴:

- سياحة الطلائع: وتتعلق بالمراحل العمرية من 7 سنوات إلى 14 سنة؛
- سياحة الشباب؛
- سياحة الناجحين: وتتضمن المرحلة العمرية من 35 سنة إلى 55 سنة، وهي سياحة للاسترخاء والمتعة والهروب من جو العمل الروتيني؛
- سياحة المتقاعدين وكبار السن.

¹ أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، عمان، 2007، ص 44.

² ماهر عبد العزيز، مرجع سابق، ص 52.

³ المرجع السابق، ص 53.

⁴ أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 42.

5- **سياحة الخوافز:** وتُعتبر إحدى أنواع السياحة التي برزت في السنوات الأخيرة قصد تشجيع العاملين وتحفيزهم على زيادة إنتاجيتهم، لذلك تقوم بعض الشركات بتقديم رحلات سياحية تشمل أسرهم أيضاً¹.

6- **تقسيم السياحة وفقاً للغرض منها:** ويعتبر هذا المعيار الأكثر استعمالاً في تصنيف الأنواع التي تأخذها السياحة والتي يمكن إجمال أهمها (حسب هذا المعيار) فيما يلي²:

- **سياحة الاستجمام والترفيه؛**
- **السياحة الدينية وغرضها التعبد وتلبية الاحتياجات الروحانية؛**
- **سياحة رجال الأعمال وهي نوع جديد من السياحة برز في القرن العشرين، وتكون لغرض عقد المؤتمرات أو زيارة الأسواق والمعارض؛**
- **السياحة العلاجية؛**
- **السياحة الرياضية؛**
- **السياحة الثقافية.**

ثانياً- خصائص السياحة

يتميز النشاط السياحي بجملة من الخصائص التي تجعل من هذا القطاع صناعة تختلف عن باقي القطاعات الأخرى، ويمكن حصر أهم الخصائص المميزة للقطاع السياحي فيما يلي:

1- **السياحة هي نشاط خدمي:** يتصف النشاط السياحي بكل مواصفات الخدمات التي تختلف عن مواصفات السلع المادية الناتجة عن القطاعات الأخرى كالقطاع الزراعي أو الصناعي، وعلى العموم فهناك مجموعة من الخصائص التي تميز السلع عن الخدمات، ويمكن التركيز على ثلاث خصائص رئيسية تميز مخرجات النشاط السياحي والمتمثلة في³:

- **تتميز المنتجات المقدمة للسياح بطابع خدمي وبالتالي فهي غير ملموسة؛**
- **المنتج السياحي يُقدّم ويُستهلك في نفس الوقت ونفس المكان، بمعنى أن السائح لا يمكنه أن يستهلك المنتج السياحي لدى عودته إلى دياره؛**

¹ وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية (دراسة تقييمية للقرى الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص 159.

² أحمد عبد السميع غلام، علم الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2008، ص 27.

³ Norbert Vanhove, Op.Cit, p12.

• المنتج السياحي قابل للفناء ولا يمكن تخزينه، فمثلا لو أخذنا فندقا به 100 غرفة فإن طاقته أو سعته الإنتاجية هي 100 غرفة قابلة للإيجار يوميا، فسوف يحاول مالك الفندق أن يؤجر كل هذه الغرف يوميا، لكنه لا ينجح في ذلك أغلب أيام السنة، وفي هذه الحالة فإن المالك لا يستطيع أن يُخزّن طاقة الغرف غير المؤجرة إلى يوم أو أسبوع آخر، كما لا يمكنه تخفيض سعة فندقه تماشيا مع الطلب لأن العرض السياحي غير مرّن نسبيا، والغرف التي لم يتم تأجيرها سيكون أداؤها خاسر أو عرضة للتلف.

2- التكاليف العالية بالنسبة للعملاء: تتميز المنتجات السياحية عادة بتكاليف عالية نسبيا بالنسبة للمستهلكين، فالذهاب في عطلة والحصول على تذكرة الطائرة أو الإقامة في فندق تُعتبر أنشطة مُكلفة، لذلك غالبا ما يأخذ الإنفاق السياحي الحصة الأكبر من إنفاق السياح خلال السنة، وعليه فإن اتخاذ القرار الشرائي حول منتج معين لا يتم إلا بعد تفكير عميق ومُقارنة العروض البديلة¹.

3- المنتج السياحي عبارة عن مزيج مركب: يمكن أن يأخذ المنتج السياحي عدة معاني ويعتمد ذلك على من يُقدمه أو المستفيدين منه (السياح)، فبالنسبة لمالك الفندق فإن الغرفة هي المُنتج المُقدّم، وبالنسبة للمطاعم فإن منتجاتها تتمثل في الوجبات المقدمة، وهذه على سبيل المثال بعض المنتجات التي تُقدم للسياح، وبالمعنى الضيق فإن المنتج السياحي يشتمل على ما يشتريه السائح.

لكن الواقع يشير إلى أن السائح يشتري الكثير أثناء رحلته السياحية، فهو يشتري كل شيء يحتاجه منذ لحظة مغادرته مكان إقامته إلى غاية العودة إليه، وهذا هو جوهر المنتج السياحي بالمعنى الواسع، فهو يشمل مواقع الجذب السياحية، وسائل الراحة داخل هذه الأماكن (الإيواء، الإطعام، الترفيه، وسائل النقل، وسائل الاتصال)، إضافة إلى العديد من العناصر غير الملموسة مثل الجو السائد والبيئة المحيطة ودرجة ضيافة المجتمع المضيف، وهي في مجملها تُكوّن مزيج المنتج السياحي حيث تُكمل بعضها بعضا، وبناء على هذا المزيج فقد عرف جيلبرت (Gilbert) المنتج السياحي على أنه "مزيج من مختلف السلع والخدمات المعروضة لتجربتها من طرف السائح"².

4- السياحة تمثل صادرات غير منظورة: السياحة تمثل بصفة أساسية عرضا للخدمات وليس عرضا للمنتجات المادية، وبالتالي فإن إمكانية نقل هذه الخدمات من مكان إلى آخر غير متاح كما هو الحال بالنسبة

¹ Nigel Evans, David Campbell and George Stonehouse, **Strategic Management for Travel and Tourism**, Butterworth-Heinemann, First published, Great Britain, 2003, p33.

² Idem.

للمنتجات المادية، وعليه فإن المستهلك (السائح) هو من يتنقل إلى مكان المنتج السياحي للاستفادة منه، وفي هذه الحالة فإن الدولة المُصدِّرة للمنتج السياحي (الدولة المضيفة) لا تتحمل نفقات النقل كما هو الحال عليه في المنتجات الأخرى¹.

5- السياحة نشاط يتميز بالموسمية: إن الطلب على المنتجات السياحية يتميز بتوزيع مؤقت وغير متكافئ، فخلال السنة قد تُسجل ارتفاعا كبيرا في الطلب على هذه المنتجات يستمر لأسابيع أو أشهر، بينما نسجل في باقي الأشهر طلبا منخفضا، ويسمى الارتفاع المسجل في أوقات معينة من السنة الذروة المؤقتة لأن الطلب السياحي يصل لأعلى مستوياته خلال السنة وهو ما يجعل النشاط السياحي يتصف بخاصية الموسمية، وهذا التوزيع المتقلب يختلف من دولة مُستقبلة إلى أخرى، ومن وجهة سياحية إلى أخرى، فبعض المناطق تدوم ذروة الطلب السياحي لأسابيع بينما في أماكن أخرى تدوم الذروة أشهرا عديدة².

ومن العوامل المُسببة لخاصية الموسمية تركيز العطل المدرسية والعطل في المؤسسات الاقتصادية في موسم واحد، إضافة إلى أن العوامل المناخية والجغرافية في كل من الدول المُصدِّرة والمُستقبلة للسياح تساهم في ظاهرة الموسمية، ومن الواضح أن سياحة العطل التي تمثل جانبا كبيرا من النشاط السياحي هي التي تُدعِّم إلى حد بعيد هذه الظاهرة³.

6- المنتجات السياحية تخدم بعضها بعضا: أغلب السياح عند دفعهم لتكلفة رحلتهم السياحية فإنهم يتوقعون الحصول على مجموعة من المنتجات وليس على مُنتج واحد فقط، فالسائح يُختار أماكن الجذب في الوجهات السياحية وما يتصل بها من منتجات تتعلق بالإيواء والإطعام وباقي الخدمات المرافقة لها، لأن طلبه لا يتحدد بأحدها فقط وإنما بأغلبها مجتمعة معا، فكلما كانت تشكيلة المنتجات السياحية المعروضة متناسقة مع بعضها فإن ذلك يؤدي بالسياح إلى تعزيز صورة الوجهة السياحية المقصودة⁴.

¹ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2010، ص19.

² Norbert Vanhove Op.Cit, p13.

³ عامر عيساني، مرجع سابق، ص 20.

⁴ Victor T. C. Middleton and Jackie Clarke, **Marketing in Travel and Tourism**, Third edition, Butterworth-Heinemann, London, 2001, p 47.

وعليه فإن المنتجات التي تشملها الأنشطة السياحية متعددة وتتداخل مع عدة قطاعات أخرى لتشكل مع بعضها ما يُسمى بقطاع صناعة السياحة "Tourism Industry"، وتشمل القطاعات المكونة لصناعة الصناعة على¹:

- قطاع الترفيه ويتضمن أماكن الجذب الطبيعية، الحدائق، المتاحف، المواقع الأثرية، الموروث الثقافي والتراثي؛
- قطاع الإيواء ويتضمن الفنادق، الموتيلات، الإطعام، دور الضيافة، الشقق المخصصة للإيجار، المخيمات؛
- قطاع النقل ويتضمن وسائل النقل بمختلف أنواعها والمتمثلة في النقل الجوي والبحري والبري؛
- قطاع منظمي الرحلات والممثل في وكالات السفر والمتعاملين السياحيين؛
- القطاع المنظم للوجهات السياحية: ويتمثل في الدواوين الوطنية للسياحة، الدواوين الجهوية للسياحة، مكاتب السياحة المحلية، الجمعيات السياحية.

7- سهولة الدخول والخروج من الصناعة: تمتاز الأنشطة السياحية في أغلب مجالاتها (السفر، الإيواء، الإطعام، الترفيه...) بتكاليف منخفضة نسبياً مقارنة مع بعض الصناعات التي تتطلب رأس مال كبير وتكاليف عالية، إذ تتعلق التكاليف الأولية في هذه الصناعة بالجانب التسويقي والدعائي، فوكالات السفر مثلاً لا تشتري المنتجات التي يقدمها المتعاملون السياحيون (Tour Operators) مثل الحجز في الفنادق أو تذاكر الرحلات إلا بعد أن يدفع العميل ثمنها وهي بهذا لا تتحمل نفقات المخزونات الفائضة كما هو الحال في الصناعات الأخرى، وهو ما يشكل سهولة نسبياً لمن يريد الاستثمار في القطاع السياحي، أو لمن يريد الانسحاب من هذه الصناعة لأنه لا يتحمل التكاليف العالية المرتبطة بالخروج من السوق مثل ما هو الحال عليه في بعض الصناعات².

المبحث الثاني: الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسياحة

تساهم السياحة بشكل كبير في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، إذ يُفترض وعلى نطاق واسع بأن السياحة تساعد على تقليص الفجوة الاقتصادية المتسعة بين الدول المتقدمة والدول النامية وحتى تحقيق التوازن الجهوي داخل الدولة الواحدة، وضمان استمرارية وتسريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية خاصة في الدول النامية، وما هو أكيد ان الإمكانات والمؤهلات التي يتمتع بها القطاع السياحي في منطقة ما هي التي تسمح بأداء هذا الدور، ونستعرض من خلال هذا المبحث مختلف الآثار التي يمكن أن تنشأ عن الأنشطة السياحية.

¹ Norbert Vanhove, Op.cit. , p10.

² Nigel Evans et al, Op.Cit, p34.

المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة

قام العديد من الباحثين بدراسة الآثار الاقتصادية للسياحة حيث وجدوا بأن أثر المضاعف هو الأكثر انتشارا على نحو واسع، بينما تظهر الآثار الأخرى بأهمية أقل أو أكبر بحسب خصوصيات كل منطقة أو دولة، فبالنسبة للدول النامية مثلا تظهر أهمية السياحة بالنسبة لها باعتبارها مصدرا للعملة الصعبة، بينما في أوروبا فإن أهميتها تظهر بشكل أكبر كمصدر لتوفير الوظائف والتشغيل¹.

وعموما يمكن حصر الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي فيما يلي:

1- أثر السياحة على ميزان المدفوعات: يعني ميزان المدفوعات في أي دولة عملية التبادل الاقتصادي بين هذه الدولة وباقي دول العالم خلال فترة زمنية معينة (سنة واحدة)، وبالتالي فهو عبارة عن بيان للتدفقات المالية الداخلة والخارجة على مستوى الدولة، وتمثل السياحة أحد مصادر العملة الصعبة في ميزان المدفوعات باعتبارها أحد أشكال هذه التدفقات².

وتؤثر الحركة السياحية على ميزان المدفوعات من خلال الإيرادات التي تحصل عليها الدولة المضيفة، كما يظهر التأثير على ميزان المدفوعات من خلال تحويلات المواطنين المقيمين إلى الخارج بغرض السياحة، إضافة إلى ما يستورده قطاع السياحة من الخارج من سلع في أشكالها المختلفة مثل السلع الصناعية التي تدخل في صناعة المنتجات السياحية كالأثاث والمفروشات، وتسمى عملية نقل الأموال بواسطة السياح من بلد إلى آخر بالصادرات غير المنظورة، إذ كلما زادت موارد الدولة من النشاط السياحي زادت قدرتها في التعاقد مع الخارج وساهمت في سداد ديونها، لذلك تسعى الدول إلى الحصول على نصيب أكبر من الطلب السياحي العالمي بغرض تحقيق فائض من العملات الأجنبية التي تستخدمها في تمويل احتياجاتها من النقد الأجنبي اللازم لتسديد مدفوعاتها الخارجية (ديون، واردات)³.

2- أثر السياحة على إجمالي الناتج القومي: يمكن تقدير أثر السياحة على الاقتصاد من خلال علاقتها بإجمالي الناتج القومي الذي يُعتبر أحد المقاييس الهامة في دراسة الآثار الاقتصادية للسياحة، ويتم التوصل إلى ذلك من

¹ Richard Sharpley and David J. Telfer, **Tourism and Development concepts and issues**, channel view publications, Cambrian Printers Ltd, Great Britain, 2002, p89.

² محمد صبحي عبد الحكيم وحدي أحمد الديب، مرجع سابق، ص 137.

³ أحمد عبد السمیع علام، مرجع سابق، ص ص 348، 349.

خلال تقدير إنفاق الزائرين على السياحة الداخلية والخارجية ثم يُخصم منه تكاليف شراء السلع والخدمات في قطاع السياحة، كما يمكن حساب ذلك بالنسبة للسياحة الخارجية فقط حيث يتم اعتبار المدفوعات التي تتم داخل إقليم معين من طرف السياح الأجانب على أنها عائدات خارجية من السياحة، وبالتالي يكون حجم الناتج القومي هو عبارة عن مجموع هذه المدفوعات مطروحا منها تكاليف خدمة هؤلاء السياح، وحساب هذا الجانب له أهميته الكبيرة بالنسبة للدول التي لا تمثل السياحة الداخلية بها نسبة كبيرة من عائداتها كالدول النامية، وخلاصة القول أنه إذا لم تكن السياحة مصدرا رئيسيا للعمالات الأجنبية فإن مخرجات قطاع السياحة تشكل نسبة قليلة من إجمالي الناتج القومي.¹

3- أثر السياحة على العمالة: يُعتبر النشاط السياحي مصدرا مهما للتشغيل خاصة في الدول المتقدمة، ويشمل ذلك العمالة ذات المهارات العالية أو الأقل مهارة، ويعود هذا التنوع لتعدد القطاعات ذات العلاقة بصناعة السياحة، حيث تتمثل فرص العمل في قطاع السياحة في الفنادق والنقل والمطاعم ومحلات بيع التحف والوكالات السياحية وتسهيلات الترفيه، فبناء الفنادق ومد شبكات الطرق والإمداد بالمياه وخدمات النقل هي مشاريع تُقدم فرص عمل في هذه الجوانب، وعليه يمكن تقسيم العمالة في مجال السياحة إلى ثلاثة أقسام:²

- العمالة المباشرة وهي الناتجة عن الإنفاق السياحي المباشر في المنشآت السياحية مثل الفنادق؛
- العمالة غير المباشرة وهي الناتجة عن الإنفاق غير المباشر للسائح مثل قطاع الإمداد (الأكل)؛
- العمالة الفرعية: وهي العمالة المضافة التي تنتج عن إنفاق السكان المحليين لما اكتسبوه من دخل في مجال السياحة.

وتؤكد بعض الدراسات أن الاستثمار في الفنادق يؤدي إلى توفير عمالة بمعدل أكبر من الاستثمار في أي قطاع آخر في الاقتصاد، حيث أن بناء غرفة فندقية جديدة يولد ثلاثة فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، لذلك فإن الاستثمار في المناطق السياحية سوف يُضاعف من فرص العمالة المباشرة وغير المباشرة من خلال ترابطها الأمامي والخلفي وتكاملها مع القطاعات الأخرى مثل الصناعات الغذائية.³

¹ محمد صبحي عبد الحكيم وحدي أحمد الديب، مرجع سابق، ص 147.

² المرجع السابق، ص 153.

³ أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 72.

4- أثر مضاعف الإنفاق السياحي: مضاعف الإنفاق السياحي هو معامل يُعبر عن مقدار التغير الحاصل في الدخل نتيجة التغير الذي حصل في الإنفاق السياحي. بمقدار وحدة واحدة، فالتغير في الإنفاق السياحي من طرف السياح الأجانب خلال فترة معينة يُعتبر إضافة جديدة للدخل القومي، بمعنى أنه قد حدثت تدفقات جديدة من العملات الأجنبية نحو الداخل، فتزيد بذلك دخول الشركات السياحية وجميع القطاعات العاملة في صناعة السياحة من سلع وخدمات، وهو ما يؤدي بدوره إلى زيادة في إيرادات الدولة كنتيجة للضرائب التي تفرضها على تلك الأنشطة، وتحدث هذه الدورة بشكل متكرر¹.

والفكرة الأساسية للأثر المضاعف للسياحة هي أن المبلغ الذي يدخل القطاع السياحي يدور في حركة الاقتصاد الوطني عدة دورات يكون أثرها أكبر من قيمة الإنفاق الأصلي، فالمبلغ الذي ينفقه السائح يمثل دخلاً بالنسبة للمستفيدين منه ويُقسّم إلى شريحتين؛ الأولى تخرج مؤقتاً أو نهائياً من صورة التداول في الاقتصاد حيث تُحتجز للادخار أو لمواجهة بعض المدفوعات في شكل استيراد السلع أو التجهيزات اللازمة للتشغيل، أو تحويل أرباح إلى الخارج ويُطلق عليها اسم التسربات، أما الشريحة الثانية من الدخل فتُستخدم في التداول حيث تتعرض لنفس التقسيم بصفة مستمرة ويتكرر معها الإنفاق السياحي، لذلك يُسمى مضاعف الإنفاق السياحي، وتُشير بعض الدراسات إلى ارتفاع قيمة المضاعف السياحي في الدول المتقدمة بما يعادل 5 مرات في السنة، بينما ينخفض في الدول النامية إلى مرتين في السنة، ويعود ذلك إلى درجة اعتماد الاقتصاد الوطني على ذاته، فكلما زاد التكامل بين مختلف القطاعات داخل المنطقة السياحية قل التسرب وأدى ذلك إلى ارتفاع المضاعف².

5- أثر السياحة على المستوى العام للأسعار: إن أسلوب الشراء لدى السياح في مناطق الاستقبال وزيادة الطلب على أنواع جديدة من السلع والخدمات يؤدي إلى ارتفاع الأسعار في تلك المناطق، وهذا ما يخلق نوعاً من التضخم، حيث أن تجار التجزئة يرفعون من أسعار منتجاتهم نتيجة ارتفاع القدرة الشرائية للسياح ما يؤدي في النهاية إلى ارتفاع أسعار السلع والخدمات³.

¹ أحمد عبد السميع علام، مرجع سابق، ص 231، 232.

² عامر عيساني، مرجع سابق، ص 36، 37.

³ محمد صبحي عبد الحكيم وحدي أحمد الديب، مرجع سابق، ص 157.

ويشمل الارتفاع في الأسعار عدة جوانب منها العقارات والأراضي، إذ كلما زاد الطلب السياحي عليها أدى ذلك إلى ارتفاع أسعارها خصوصاً إذا تدخل عنصر المضاربة، من جانب آخر فإن خاصية الموسمية التي يتميز بها النشاط السياحي تُدعم ارتفاع الأسعار في المناطق التي يزيد عليها الطلب السياحي لتمرکزها في منطقة جغرافية معينة تتمتع بمواصفات غير موجودة في غيرها من المناطق، ويتعدى هذا الارتفاع في الأسعار ليشمل السلع التموينية وبعض الخدمات الأخرى التي يُقبل عليها السياح بشكل كبير ما يؤدي أحياناً إلى نُدرتها وصعوبة الحصول عليها¹.

6- أثر السياحة على الأنشطة الاقتصادية الأخرى: إن الإنفاق السياحي على صناعة السياحة لا يؤثر بطريقة مباشرة فقط، بل يمتد للعديد من الأنشطة الأخرى التي تزود صناعة السياحة بالسلع والخدمات، فالمال الذي يُنفقه السائح يُستخدم عدة مرات ويمتد إلى مختلف القطاعات الاقتصادية، وكل مرة ينتقل فيها فهو يمثل دخلاً جديداً للمستفيد منه، حيث يزيد الأثر على الأنشطة الأخرى بزيادة دورانه، وتشير بعض الدراسات إلى أن السياح يحتفظون بجزء كبير من ميزانيتهم (الثالث) لإنفاقها في الدول التي يزورونها، ويعتبر هذا الإنفاق أحد أشكال التصدير للمنتجات الوطنية، كما أن ميل هؤلاء السياح إلى شراء سلع معينة دون غيرها من شأنه أن يدفع إلى تطوير بعض الصناعات.²

7- أثر السياحة على إعادة التوازن الجهوي وتنمية البنية التحتية: تؤدي الأنشطة السياحية إلى تطوير وتنمية المناطق الهامشية المعزولة، فامتدادها إلى هذه المناطق يساهم في إعادة التوازن إليها نتيجة للاستثمارات في المشاريع السياحية، وهذا ما يترتب عليه إعادة توزيع الدخل ليشمل تلك المناطق، كما يظهر بوضوح تأثير التنمية السياحية على مقومات البنية التحتية خاصة في الدول النامية أين لم ترتق هذه المقومات إلى المستوى المناسب بسبب انخفاض مستوى المعيشة، إضافة إلى رؤوس الأموال الضخمة التي تتطلبها تنمية هذه المرافق، لذلك فإن الحركة السياحية وما يترتب عليها من دخل سريع بالعملة الأجنبية يساهم في زيادة قدرة الدولة على تنمية مرافقها الأساسية، كما أن هذه المرافق سوف تخدم القطاعات الأخرى في الاقتصاد نظراً للترابط الكبير بين الأنشطة السياحية وتلك القطاعات.³

¹ أحمد عبد السميع علام، مرجع سابق، ص 354.

² محمد صبحي عبد الحكيم وحدي أحمد الديب، مرجع سابق، ص 159.

³ المرجع السابق، ص 162.

8- أثر السياحة على تنشيط الاستثمارات الأجنبية والوطنية: تعتبر المشاريع السياحية من أكثر المشاريع جذبا لرؤوس الأموال بالنسبة للمستثمرين الأجانب والوطنيين خاصة في الدول التي يزيد فيها الطلب السياحي، ويرجع هذا إلى كون السياحة صناعة مركبة تشمل عدة مجالات من الاستثمارات، إضافة إلى أن المستثمرين يفضلون استثمار أموالهم في مشاريع مضمونة وسريعة العوائد، إلا أن الاستثمارات الأجنبية الكثيفة في مجال السياحة من شأنها أن تُضعف ميزان المدفوعات في حالة التسرب العالي للأموال نحو الخارج، لذلك تلجأ بعض الدول إلى وضع سياسات حمائية وقوانين تُنظّم الاستثمارات في هذا المجال.

المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة

يؤدي التطور الاقتصادي والتقدم التكنولوجي واحتكاك سكان المجتمعات المضييفة مع مجموعات السياح ذوي اللغات والثقافات والعادات والديانات المختلفة إلى تغير في سلوكيات السكان المحليين وأذواقهم، وهو ما يُترجم في شكل مظاهر اجتماعية وثقافية تتنوع ما بين الإيجابية والسلبية، وفيما يلي نورد بعض الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة.

1- أثر السياحة على التبادل الثقافي: يُشكل التبادل الثقافي بين المجتمعات المضييفة ومجموعات السياح الوافدة إليها أحد المؤثرات الإيجابية على المجتمعات المحلية، فالتفاعل مع السياح يعمل على تعزيز التفاهم بين الشعوب، خاصة في ظل التطور الحاصل على مستوى المجتمعات لا سيما التطور التكنولوجي الذي سهل بشكل لافت من عملية التواصل الاجتماعي والثقافي بين الشعوب وهو ما زاد من فرص تبادل المعرفة والأفكار والعادات، حيث لم تصبح السياحة مجرد إشباع للفضول فحسب، بل تعمل على اكتساب الاحترام والتعاون المشترك وتبادل المعارف والقيم الثقافية بين السياح والمجتمعات المحلية، وهو ما يؤدي إلى اكتساب العديد من الخبرات والمهارات التي يتم تكييفها مع القيم والعادات المحلية بشكل يُساعد على الانفتاح على المجتمعات الأخرى.¹

2- أثر السياحة على الهيكل الطبقي: إن تطور السياحة ناتج بدرجة كبيرة عن الاستثمارات الضخمة التي يتطلبها القطاع السياحي، وهذه المشاريع تتطلب عددا كبيرا من العمال الذين يتم جلبهم في حالات كثيرة من القطاعات الأخرى كالزراعة والصناعة، وتحوّل عدد كبير من الأفراد إلى ممارسة أنشطة سياحية يُعزّز من الفائدة الاقتصادية للسياحة ويزيد من دخل العاملين بالقطاع السياحي بشكل يرفع من المستوى المعيشي

¹ وفاء زكي ابراهيم، مرجع سابق، ص ص 182، 184.

لديهم، فينتقلون من شريحة اجتماعية معينة إلى شريحة أعلى، وهذا الانتقال يُصاحبه تغير في سلوكهم الاستهلاكي من مأكّل وملبس، كما يؤثر ذلك على أسلوب تفكيرهم واتجاهاتهم التعليمية والصحية.¹

3- أثر السياحة على القيم الاجتماعية والأخلاقية: يُشكّل السلوك الذي يُظهره السياح في كثير من الحالات نمطا مختلفا أو مُناقضا أحيانا لقواعد السلوك المحلي في المجتمعات المضيفة، وهو ما قد يتسبب في صدامات اجتماعية أو حضارية، فقد بين هالواي Holloway أن تنقل السياح الأثرياء إلى مختلف الأقاليم السياحية له تأثير معتبر على ارتفاع معدل الجريمة، وهي مشكلة أصبحت تعاني منها بعض الدول السياحية في البحر المتوسط وأمريكا اللاتينية، كما أوضح كل من لين ولوب Lin و Lob أن العلاقة بين السياحة والجريمة تعود بشكل أساسي إلى ارتفاع كثافة السكان داخل الأقاليم خلال الموسم السياحي وتفاوت الدخل بين السكان المحليين والسياح.²

ويأخذ الجانب الأخلاقي بُعدا مهما من حيث تأثيره بالحركة السياحية لا سيّما في الدول الإسلامية، فقدوم السياح من بلدان ذات ثقافات وقيم اجتماعية قد تكون مختلفة تماما عن ثقافة وقيم المجتمعات المضيفة يجعل الاختلافات تتجاوز تلك المتعلقة بالسلوك والقيم لتشمل أموراً تفصيلية كالملبس والمأكّل، وأحد أكثر الاعتبارات الأخلاقية شيوعاً وإثارة للاستياء هي تلك التي تربط السياحة بالدعارة، وهذا ناتج بشكل كبير إلى الارتباط الواضح بين السفر والحرية الجنسية، كما يُفسّر ذلك في الدول النامية باقتران رغبة السائح في المتعة بالقدرة الشرائية العالية والتي يقابلها انتشار الفقر في المجتمعات المضيفة خاصة بين أوساط النساء، وقد أكّدت بعض الدراسات العلاقة بين السياحة والدعارة، إلى درجة نشوء شكل جديد من أشكال السياحة يسمى السياحة الجنسية، وهو أحد أنواع قضاء الإجازات والعطل والذي يرتبط بشكل كبير ببعض دول جنوب شرق آسيا.³

4- أثر السياحة على الموارد المحلية وغط توزيع المنافع: تشير فكرة المبادلة الاجتماعية إلى أهمية تبادل المنافع الاجتماعية والاقتصادية بين الفئات الاجتماعية المختلفة، فنظرة المجتمع المحلي تكون إيجابية نحو السياحة كلما كانت المنافع الناتجة عنها كافية ومتوازنة بالنسبة إليه، وبالعكس فإن السكان المحليين قد يُصابون بخيبة أمل نتيجة التوزيع غير العادل لهذه المنافع التي يكون الربح الأكبر منها في كثير من الأحيان هم المستثمرين من

¹ المرجع السابق، ص 182.

² محمد صبحي عبد الحكيم ومحمدي أحمد الديب، مرجع سابق، ص 180.

³ محيا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين إمكانات التنمية ومخاطر الهدر، الطبعة الأولى، دار الشروق، القاهرة، 2002، ص 300.

خارج المنطقة المضيفة¹، وهذا التوزيع غير العادل للمنافع قد يخلق شعورا لدى المجتمع المحلي بأن الخدمات السياحية والتحسينات التي تخضع لها خلال الموسم السياحي هي خدمات موجهة بشكل خاص للسياح أو الأجانب، فينشأ لديهم إحساس بالضيق والاستياء نتيجة مشاركتهم في مواردهم المحلية من جهة، وبعض الممارسات الدخيلة على المجتمع المحلي من جهة أخرى، وهو ما يُترجم في شكل عدواني أو معاملة جافة تجاه السياح وهذا بدوره يؤثر على السياحة في المدى البعيد².

من ناحية أخرى ينبغي عدم تجاهل أثر السياحة في توزيع الثروة على المدى البعيد، وهو ما يدعو إلى استغلال إمكانيات وموارد المجتمع المحلي في حدود هذا القيد، فالتطوير السياحي غير المراعي للأبعاد البيئية يؤدي إلى تدهور قاعدة الموارد الطبيعية والتراثية في المناطق المضيفة، وهذا يعني أن استهلاك هذه الموارد يتم على حساب قدرة المجتمع المحلي من الاستفادة المستقبلية منها، خاصة وأن صيانة الموارد التي تعرضت للإستنزاف يتطلب تكاليف باهضة يتحمل المجتمع المحلي جزءا منها في شكل ضرائب ورسوم أو إعادة توزيع الإنفاق العام لصالح الصيانة على حساب جوانب الإنفاق الأخرى³.

المطلب الثالث: الآثار البيئية للسياحة

إن العلاقة بين السياحة والبيئة علاقة وثيقة ومتداخلة، فهناك علاقة تبادلية بين مختلف الأنشطة السياحية والبيئية، إذ أن السياحة وازدهارها كان نتيجة لتفاعلها المستمر مع البيئة بكل مكوناتها، وعلى الرغم من هذه العلاقة فإن دراسة الأثر المتبادل بين السياحة والبيئة لم يأخذ نصيبه من الاهتمام إلا منذ سنوات قليلة فقط، فالبيئة بكل مكوناتها تعتبر من أهم الموارد التي تساعد على تطور السياحة، وفي ذات الوقت فإن قيام السياحة على الإستخدام المستمر لعناصر البيئة ينتج عنه استنزاف لها وتدهور في قيمتها، وهو ما يتسبب في تدمير أحد أهم العناصر التي تقوم عليها السياحة، ليدو الأمر وكأن السياحة تهدم نفسها بنفسها⁴، لذلك فالأضرار البيئية تُعتبر أحد أشكال التكاليف البالغة الأهمية التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند التخطيط للسياحة أو عند دراسة عوائدها.

ويمكن الإشارة إلى عدد من مجالات التأثير المهمة للسياحة على البيئة والتي تتنوع ما بين التأثيرات الإيجابية والسلبية:

¹ المرجع السابق، ص 311.

² وفاء زكي ابراهيم، مرجع سابق، ص 202.

³ محيا زيتون، مرجع سابق، ص 318.

⁴ وفاء زكي ابراهيم، مرجع سابق ص 185.

أولاً- الآثار السلبية: يمكن أن تشمل الآثار السلبية للسياحة على البيئة فيما يلي¹:

1- انبعاث غازات الدفيئة والملوثات الأخرى بشكل يسهم في زيادة الضرر العالمي للبيئة وتغير المناخ والإضرار بنوعية الهواء على مستوى الوجهات السياحية، وينتج ذلك بشكل رئيسي عن استخدام النقل الجوي والبري في تنقل السياح، وفي هذا الصدد تُشير دراسة صادرة عن الاتحاد الأوروبي سنة 2004 إلى أن السياحة تساهم بنسبة تصل إلى 9% من انبعاث غازات الدفيئة والمسببة لظاهرة الاحتباس الحراري على المستوى العالمي².

2- كثيراً ما يؤدي إقامة المرافق السياحية في البيئات الحساسة إلى التدهور المادي للأراضي، وفقدان التنوع البيولوجي وتدمير المناطق الطبيعية، ويعود ذلك إلى افتقاد الرؤية الواضحة وعدم تضمين البعد البيئي عند القيام بالتهيئة السياحية وتشديد المرافق السياحية.

3- يؤدي التشغيل المكثف للمرافق السياحية إلى استخدام كثيف للموارد غير المتجددة، كما يؤدي إلى توليد الملوثات والنفايات التي تُصرف عشوائياً بشكل يُضرّ بالبيئة المحيطة بهذه المرافق.

ثانياً- الآثار الإيجابية: تنشأ الآثار الإيجابية للأنشطة السياحية من خلال مجموعة من الجهود والإجراءات التي ترافق عملية التخطيط السياحي، وتتمثل هذه التأثيرات الإيجابية فيما يلي:

1- توجيه جانب من الإيرادات الناجمة عن الأنشطة السياحية إلى حماية البيئة والحفاظ على مُمكّراتها المختلفة لأنها تشكل مصدر ثروة لأي مجتمع قائم على السياحة، وعليه فإن الاهتمام بحماية البيئة أصبح من ضمن الإنشغالات الرئيسية للدول السياحية³.

2- التدهور الحاصل في بعض الوجهات السياحية أدى إلى زيادة الوعي البيئي فيما يتعلق بالأنشطة السياحية، وتطوير أنماط مختلفة من هذه الأنشطة والتي تراعي مختلف مكونات البيئة وهشاشتها ودرجة التنوع فيها، فظهرت أنماط من الأنشطة السياحية منها السياحة القليلة العدد، والسياحة الخضراء، كما ظهرت أدوات ومفاهيم مختلفة يتم استعمالها بغرض تقليل الآثار السلبية للأنشطة السياحية.

¹ ماهر عبد العزيز، مرجع سابق، ص 118.

² J. Christopher Holloway and others, **The Business of Tourism**, Eighth edition, prentice hall, Pearson education, Rotolito Lombarda, Italy, 2009, p138.

³ عامر عيساني، مرجع سابق، ص 41.

ومن بين الأدوات التي تحاول الربط بين النشاط السياحي والأثر البيئي الناتج عنه نجد مفهوم الطاقة الاستيعابية، والذي يعني وجود مستوى معين من النشاط السياحي يؤدي تحاوزه إلى آثار بيئية سلبية، ويمكن التمييز بين أشكال مختلفة للطاقة الاستيعابية البيئية¹:

(1) الطاقة الاستيعابية المادية: وتمثل الحدود أو المستويات التي تبدأ الموارد الطبيعية أو المباني أو الآثار التاريخية أو المواقع السياحية في التعرض للإهتلاك بسبب الاستعمال المفرط، وعند هذه المستويات تبدأ المشاكل البيئية بالظهور.

(2) الطاقة الاستيعابية الاجتماعية: من وجهة نظر المجتمع المحلي (المضيف) فهي عبارة عن مستوى تحمل هذا المجتمع لأعداد السياح وسلوكياتهم المتنوعة.

(3) الطاقة الاستيعابية الاقتصادية: وهي القدرة على استيعاب النشاط السياحي دون أن يتم ذلك على حساب أنشطة اقتصادية أخرى مرغوب فيها داخل منطقة سياحية مثل الزراعة أو الصيد.

وعلى الرغم من الانتقادات الموجهة لهذا المفهوم والمتعلقة أساساً بتفاوت الطاقة الاستيعابية من منطقة لأخرى، واختلافها في ظروف معينة عن ظروف أخرى وهو ما يطرح صعوبة في قياسها، إلا أن له مزاياه التي أدت إلى استخدامه خاصة مع تنامي الاهتمام بالقضايا البيئية، كما أن له أهميته في نطاق التخطيط للأنشطة السياحية، حيث يُوجّه نظر المخططين والمسؤولين عن السياحة لأهمية البعد البيئي، وقد استخدم هذا المفهوم منذ زمن في الولايات المتحدة الأمريكية، كما أن هناك دولاً استحدثت مؤشرات مختلفة للقياس منها عدد السياح لكل ألف من السكان المحليين.

وما يمكن قوله حول العلاقة بين السياحة والبيئة أن الأولى تقوم على إبراز المعالم الجمالية لأي بيئة في العالم، فكلما كانت هذه البيئة نظيفة وصحية كلما ازدهرت السياحة وانتعشت حركيتها، وعلى الرغم من أن السياحة قد تبدو كأحد مداخل المحافظة على البيئة من خلال حماية وتثمين مواردها، إلا أن الأمر لا يسير بهذا الشكل في أغلب الأحيان، إذ كثيراً ما شكلت السياحة مصدراً إضافياً لمصادر التلوث من خلال تنوع وتعدد أنشطتها التي هي من صنع الإنسان، لذلك وجب العمل على تحقيق التوازن بين السياحة والبيئة من جهة، وبين السياحة والمنافع الاقتصادية والاجتماعية التي تؤديها من جهة أخرى².

¹ محيا زيتون، مرجع سابق، ص 363.

² الطيب داودي ودلال بن طي، السياحة البيئية كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة، المنتدى الدولي: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة (قرص مدمج)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 10/09 مارس 2010.

ومن أجل تشجيع الاهتمام بالبيئة من طرف المتعاملين في المجال السياحي هناك اتجاهات حديثة باتت تمنح عدة شهادات لتلك الأنشطة المتوافقة مع البيئة، حيث تُساهم هذه الشهادات في زيادة سمعة وقيمة هذه المؤسسات، ومن بين الشهادات الدولية في هذا المجال نجد¹:

- شهادة السياحة الخضراء؛
- شواطئ الراية الزرقاء؛
- الفنادق الخضراء؛
- فكرة الفندق البيئي؛
- شهادة الايزو (14000 لضمان الجودة البيئية).

المبحث الثالث: هيكل السوق السياحي

إن قياس النشاط السياحي يشكل أهمية كبيرة بالنسبة للقطاعين العام والخاص، فبدون بيانات يمكن الاعتماد عليها في تحليل السوق السياحي، فإنه من المستحيل توضيح أهمية القطاع السياحي خاصة في الجوانب المتعلقة بالقيمة المضافة والتشغيل ودرجة المساهمة في الصادرات والواردات، وفي العديد من الدول (الجزائر مثلا) فإن حجم النشاط السياحي لا يزال غير واضح بسبب غياب معلومات إحصائية دقيقة، فالخصائص التي تميز القطاع السياحي تجعل من الصعب قياس الأنشطة السياحية بدولة أو منطقة ما، لذلك سنحاول فيما يلي إبراز مختلف المكونات التي يتشكل منها القطاع السياحي في جانبي العرض والطلب، كما نستعرض بالأرقام واقع التفاعل بين قوى العرض والطلب السياحي في العالم.

المطلب الأول: جانب العرض السياحي

يتعلق العرض السياحي بكل ما تعرضه المنظمات السياحية من منتجات لفائدة السياح الفعليين أو المتوقعين، وهو يتضمن عدة عناصر منها عناصر الجذب الطبيعية والصناعية والتاريخية، والتي تكون إما من صنع الطبيعة أو الإنسان، إضافة إلى مختلف الخدمات والسلع التي قد تساهم في دفع الأفراد إلى زيارة منطقة معينة وتفضيلها عن منطقة أخرى².

¹ صالح بزة وأحمد بن قطاف، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر (دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر)، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول: أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة (قرص مدمج)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 11/11/2009.

² أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 56.

وبشكل عام فإن العرض السياحي يُمثل "كل ما تملكه وتعرضه الدولة من مغريات ووسائل جذب ومرافق وخدمات سياحية بهدف تنمية الحركة السياحية الوافدة إليها من مختلف دول العالم"¹، ونستعرض فيما يلي مكونات هذا العرض.

أولاً- مكونات العرض السياحي

باعتبار أن السياحة تتكون من عدة أنشطة وخدمات ومقومات جذب تُساهم في مجملها بدفع الأفراد إلى خوض تجربة السفر، فإنه من المهم تحديد وتصنيف مكونات العرض السياحي لأن نوعية وعدد الأنشطة الداخلة في تكوين جانب العرض السياحي تساهم بشكل كبير في نجاح أو فشل صناعة السياحة داخل منطقة معينة، وقد صنف Ritchie و Goeldner مكونات العرض السياحي ضمن أربعة مستويات وذلك كما يلي:

1- موارد البيئة الطبيعية: حيث تُشكل الموارد الطبيعية التي تتوفر عليها الوجهات السياحية مُحدداً أساسياً للطلب السياحي، إذ تتنوع العناصر المكونة لهذا المستوى بين المناخ و تضاريس الوجهات المقصودة ودرجة التنوع النباتي والحيواني والمسطحات المائية وجمال الطبيعة².

وتلعب المقومات الطبيعية المميزة للوجهات السياحية دوراً كبيراً في توجيه سلوك السائح نحو وجهة معينة دون غيرها، فقد بينت دراسة صادرة عن المنظمة العالمية للسياحة (UNWTO) سنة 2000 أن نسبة كبيرة من السياح بلغت 35% ينتقلون من بلد إلى آخر بغرض زيارة الأماكن والمعالم السياحية والتراثية والتاريخية³.

2- البيئة الاصطناعية: وتتمثل في العناصر المكونة للبنية التحتية والبنية الفوقية حيث تُشيد العناصر المكونة لها فوق البيئة الطبيعية، إذ تشمل مكونات البنية التحتية لمنطقة معينة على أنظمة توزيع المياه الصالحة للشرب، أنظمة التزويد بالكهرباء والغاز ودرجة التغطية المتوفرة، قنوات الصرف الصحي، محطات معالجة النفايات، شبكة الطرقات، أنظمة الاتصالات وغيرها من العناصر الضرورية لتكوين أرضية تساهم في تحسين أسلوب الحياة، أما العناصر المكونة للبنية الفوقية فتشمل أساساً الهياكل والمنشآت التي يتم تشييدها لتسهيل واستيعاب السياح ومختلف الأنشطة التي يمارسونها أثناء زيارتهم كالمطارات وخطوط السكك الحديدية ومواقف السيارات، الحدائق، التسهيلات المقدمة في محطات القطارات والحافلات، الفنادق، المطاعم، مراكز التسوق،

¹ صبري عبد السمیع، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، 2006، ص124.

² Charles R. Goeldner and J. R. Brent Ritchie, **TOURISM : Principles, Practices, Philosophies**, Eleventh Edition, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, United States of America, 2009, p 335.

³ حمید عبد النبی الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص93.

المتاحف وغيرها من الهياكل المشابهة، ونلاحظ أن العديد من القطاعات المتعاملة في صناعة السياحة هي التي توفر أغلب العناصر المكونة للبنية الفوقية¹.

3- المشغلون للقطاعات ذات العلاقة بصناعة السياحة: يمثل هؤلاء المشغلون المعنى الذي يدركه الجمهور العريض حول السياحة لأن كافة أنشطتهم السياحية مرتبطة بأغلب هذه القطاعات، وفي مقدمتها قطاع النقل بمختلف أشكاله (البري، البحري، الجوي، النقل بالسكك الحديدية)، لأن السائح لا يمكنه أن يمارس أي نشاط إلا بعد مغادرته مكان إقامته الطبيعي لذلك يلعب قطاع النقل مكونا رئيسيا في العرض السياحي، فبدون نقل لا يمكن للسائح الاستمتاع بالبيئة الطبيعية أو الوصول إلى أماكن معينة والاستفادة مما توفره البيئة الاصطناعية من خدمات، من جهة أخرى فإن السياح يحتاجون أثناء فترة سفرهم إلى أماكن للراحة والاسترخاء، لذلك فإن قطاع الفنادق وقطاع المطاعم يكونان أيضا جانبا مهما للعرض السياحي، قطاع التسلية له أهميته كذلك في العناصر المكونة للعرض السياحي لأن الهدف الرئيسي لسفر السياح هو حصولهم على المتعة والتسلية لذلك فإنه من الضروري توفير مرافق التسلية داخل الوجهات السياحية وبشكل يسع الجميع².

4- روح الضيافة والموارد الثقافية لدى المجتمعات المضييفة: تشمل الموارد الثقافية اللغة والديانة والأعراف والتقاليد السائدة داخل المجتمعات المضييفة، وكلما اختلفت هذه العناصر عن المقومات الثقافية للسائح كلما شكّل ذلك دافعا مهما وراء اختياره لوجهة سياحية معينة، لأن السائح يرغب في التعرف على ثقافات أخرى غير مشابهة للثقافة السائدة داخل مجتمعه، كما تلعب درجة تقبل المجتمعات المضييفة للسياح الأجانب عنصرا مهما في جانب العرض السياحي، لأن روح الضيافة لدى السكان المحليين والثروة الثقافية في منطقة ما هي التي تُسهّل استضافة السياح والتعامل معهم³.

أما بالنسبة للمنظمة العالمية للسياحة (UNWTO) فقد صنفت مكونات العرض السياحي ضمن سبعة فئات:⁴

أ- التراث الطبيعي ويضم مختلف التضاريس الطبيعية للمنطقة السياحية مثل الأنهار، الجبال، الصحاري وغيرها؛

ب- التراث الطاقوي؛

¹ Charles R. Goeldner and J. R. Brent Ritchie, Op.Cit, p 335.

² Idem.

³ Ibid, p386.

⁴ عامر عيساني، مرجع سابق، ص 27.

ج- التراث البشري ويضم المعطيات الديموغرافية والعادات والتقاليد والتراث الثقافي السائد في منطقة ما؛

د- الجوانب التنظيمية والإدارية والسياسية؛

هـ- الجوانب الاجتماعية مثل التركيبات والبنى الاجتماعية والوعي السائد؛

و- التسهيلات الخدمية كالنقل والإيواء والإطعام؛

ز- الأنشطة الاقتصادية والمالية.

من خلال المكونات التي يتشكل منها العرض السياحي حسب التصنيفين السابقين نلاحظ أن هذا الأخير يتكون من عناصر متنوعة ومتعددة إلا أنها تتكامل فيما بينها لتشكل مُنتجا سياحيا يلي حاجات السياح ويُشبع رغبتهم.

ثانيا- خصائص العرض السياحي

تتشكل الأنشطة السياحية أساسا من مزيج كبير من الأنشطة الخدمية وهو ما يجعلها تتميز بنفس خصائص الخدمات مثل عدم القابلية للتخزين واللاملموسية وغيرها من الخصائص المميزة للخدمات بشكل عام، وفيما يلي بعض الخصائص المميزة للعرض السياحي:

1- العرض السياحي يعتمد بشكل كبير على العنصر البشري: بما أن النشاط السياحي هو نشاط خدمي فإنه من الصعوبة إحلال الآلة محل العنصر البشري، فالعرض السياحي عرض يرتبط بشكل كبير بعنصر العمل البشري وتنميته تتطلب زيادة استخدام القوى العاملة¹.

2- العرض السياحي هو عرض للخدمات: عادة ما يشتري السائح مجموعة خدمات تُشكل المُنتج السياحي متمثلة في: خدمات النقل، خدمات الإيواء، خدمات الإطعام، خدمات التسلية والترفيه وغيرها من الخدمات الأخرى.²

3- تعدد المنتجين الذين يُشاركون في القطاع السياحي: وهذه الخاصية نشأت نظرا للطبيعة المركبة للعرض السياحي، إذ يُساهم في تقديم المنتجات السياحية عدد كبير من المُعاملين سواء من داخل القطاع السياحي نفسه كأصحاب الفنادق والمطاعم، أو خارج القطاع مثل محطات التزود بالكهرباء والغاز والمياه حيث تعمل هذه الخدمات على تدعيم القطاع السياحي³.

¹ حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البلدة، 2006، ص 91.

² المرجع السابق، نفس الصفحة.

³ عامر عيساني، مرجع سابق، ص 30.

4- العرض السياحي غير قابل للنقل: الأمر الشائع بالنسبة للسلع المادية أنَّ المستهلك ثابت والسلع تتحرك عبر مختلف قنوات التوزيع لتصل إلى الأسواق القريبة من إقامة المستهلكين، إلا أن الحال يختلف تماماً في العرض السياحي الذي يتميز بالثبات في حين أن المستهلك (العميل) هو الذي ينتقل للحصول على المنتجات السياحية.¹

5- العرض السياحي هو خدمات آنية مباشرة وغير قابلة للتخزين: حيث يكون تقديم الخدمات على مدار اليوم أو الساعة وغالباً ما تُقدم على مرأى السياح، وبالتالي فإن إمكانية حجب المنتجات الرديئة عن المستهلك غير متاحة مثلما هو الحال عليه بالنسبة للسلع المادية، وأي خطأ يقع فيه مُقدِّم الخدمة سيكون واضحاً بالنسبة للعميل (السائح) ومن الصعب تلافيه، لأن الإنتاج والاستهلاك يتمان في مكان ووقت واحد ولا يمكن تخزينه أو استهلاكه في وقت لاحق.²

6- العرض السياحي عرض غير مرن في الأجل القصير: تعني مرونة العرض السياحي مدى استجابة الكمية المعروضة من المنتجات السياحية للتغيرات التي تطرأ على أسعار هذه المنتجات، ويمتاز العرض السياحي في الظروف العادية بعدم المرونة في الأجل القصير، بمعنى أن التغير النسبي في الكمية المعروضة يكون أقل من التغير النسبي في أسعار المنتجات المعروضة، أي أن درجة استجابة المنتج السياحي للتغيرات في أثمان الخدمات السياحية تكون مُنخفضة خاصة في الأجل القصير، ويرجع هذا بصفة أساسية إلى عامل الوقت حيث يحتاج المنتج السياحي إلى فترة طويلة من الزمن من أجل زيادة حجمه في السوق استجابة للزيادة في السعر بسبب طبيعته (مزيج واسع من السلع والخدمات)، فزيادة طاقة أي نشاط سياحي يتطلب الوقت³، ضف إلى هذا عدم رغبة الكثير من المتعاملين السياحيين زيادة هذه الطاقة بسبب ظاهرة الموسمية التي تميز العرض السياحي، ففي موسم الذروة يعجز العرض عن استيعاب الطلب بسبب الارتفاع الكبير في الطلب السياحي، أما في موسم الكساد فالطلب يكون أقل من العرض وهو ما يؤدي إلى طاقة استيعابية عاطلة عن العمل.⁴

¹ حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص91.

² المرجع السابق، نفس الصفحة.

³ عامر عيسائي، مرجع سابق، ص30.

⁴ حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص92.

المطلب الثاني: جانب الطلب السياحي

إن جانب الطلب السياحي يشكل جانبا مهما وواسعا في دراسة وتحليل السوق السياحي لأن الأمر يتعلق بشكل كبير بدراسة السائح في حد ذاته، وهذا الأمر يرتبط بالعديد من العلوم الاجتماعية كعلم الاجتماع وعلم النفس وعلم الأنثروبولوجيا.

أولا- تعريف الطلب السياحي

يُعرّف الطلب بصفة عامة على أنه "كمية السلع والخدمات التي يقدر ويرغب الأفراد في شرائها عند مستويات معينة من الأسعار، وفي فترات زمنية معينة".¹

وعليه فإن الطلب يحدث عند اقتران رغبة الأفراد في الحصول على سلعة أو خدمة بقدرتهم على دفع ثمن تلك السلعة وذلك خلال مرحلة زمنية معينة.

أما الطلب السياحي فيُعرّف على أنه "العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر، لأجل استخدام التسهيلات والخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن أماكن إقامتهم العادية".²

كما عرّفه كوبر بأنه "كمية المنتجات السياحية التي يقدر ويرغب المستهلكون في شرائها عند وقت معين وتحت ظروف معينة".³

من خلال هذه التعاريف نلاحظ أن الطلب السياحي يتحدد بفعل مجموعة من العوامل أو المؤثرات، وعليه فهو يمثل دالة لمجموعة من المتغيرات مثل دخل المستهلكين (السياح)، أسعار المنتجات السياحية وغيرها من المحددات التي سوف يتم التطرق إليها في العنصر الموالي.

وبهذا فإن الطلب السياحي يمكن أن يأخذ أحد الأشكال التالية⁴:

¹ Charles R. Goeldner and J. R. Brent, Op.Cit, p363.

² Stephen J. Page, **Tourism Management (Managing for change)**, Elsevier, Second edition, Italy, 2007. p67.

³ Álvaro Matias, Manuela Sarmiento and Peter Nijkamp, **Advances in Tourism Economics (New Developments)**, Physica-Verlag Heidelberg, 2009, P72.

⁴ أحمد عبد السميع، مرجع سابق، ص 167.

1- **الطلب السياحي الفعال:** ويجمع هذا النوع من الطلب بين عنصر الرغبة في السفر إلى المناطق السياحية المحددة وعنصر القدرة على استخدام خدماتها وتسهيلاتها، ويُعتبر هذين العنصرين من المحددات الأساسية للطلب السياحي.

2- **الطلب السياحي الكامن:** هذا النوع من الطلب لم يتحوّل بعد إلى طلب فعال بسبب وجود عوامل مالية تحول دون ذلك، أي أن عنصر الرغبة قد يكون متوفراً لكن لا تتوفر القدرة على تحويل تلك الرغبة إلى تصرف فعلي.

3- **الطلب السياحي المؤجل:** في هذا النوع من الطلب فإن الفرد يتوفر على عنصر القدرة (مصاريف السفر) إلا أنه لا يقوم بالسلوك السياحي بسبب الافتقار إلى الرغبة أو الحافز أو نظراً لعدم توفر معلومات كافية، وبمجرد توفر هذه العناصر فإن هذا النوع من الطلب يتحول إلى الطلب الفعال.

ثانياً- محددات الطلب السياحي

تتمثل محددات الطلب السياحي في تلك العوامل التي توجه وتحدد طلب الأفراد على السفر والسياحة داخل أي مجتمع، وتفسر هذه المحددات لماذا يُظهر أفراد بعض الدول قابلية أكبر على المشاركة في الأنشطة السياحية بينما يُظهر أفراد دول أخرى قابلية أقل¹.

وقد أظهرت الدراسات الاقتصادية المتعلقة بالطلب السياحي مجموعة من المحددات التي تؤثر على الطلب السياحي، ويمكن حصر هذه المحددات فيما يلي²:

1- **الدخل:** ويُعتبر أحد أهم المحددات التي تدفع بالسائح إلى السفر، ويُقصد به هنا الدخل المتاح (القابل للتصرف فيه) أي الدخل المتبقي بعد الإنفاق على الضروريات في البلد الأم، وقد بينت الدراسات أن مرونة الطلب الناجمة عن التغير في الدخل (مرونة الطلب الدخلية) تكون عالية وهو ما يعني أن السياحة ترتبط كثيراً بالرفاهية.

2- **أسعار المنتجات السياحية والأسعار البديلة لها:** كل زائر مُحتمل لبلد معين لديه بديل لقضاء عطلته في بلده الأم أو في أي وجهة دولية أخرى (بلد آخر)، وعليه فإن أسعار المنتجات السياحية المحلية والدولية لها تأثير

¹ Norbert Vanhove, Op.Cit, p50.

² Álvaro Matias, Manuela Sarmento and Peter Nijkamp, Op.Cit, pp 72-73.

كبير على الطلب السياحي، ففي السنوات الأخيرة وبسبب المنافسة الشديدة لتحسين الخدمات السياحية وتطوير أنظمة النقل والاتصالات، أصبح لدى المستهلكين (السياح) خيارات أكبر من الوجهات والمنتجات السياحية، وبالتالي إمكانية مقارنة الأسعار بين مجموعة من الوجهات السياحية بدلا من الاهتمام بوجهة سياحية واحدة، وقد بينت دراسات الطلب السياحي أهمية إدخال أثر أسعار الوجهات السياحية البديلة في نماذج الطلب السياحي.

3- العوامل النوعية: هناك عدد كبير من العوامل غير الاقتصادية التي تؤثر على الطلب السياحي بحيث يستحيل قياسها، مثل الأحداث والمناسبات الخاصة، الإرهاب، عدم الاستقرار السياسي، وبسبب هذه العوامل غير القابلة للقياس فإن الغالبية من نماذج الطلب السياحي تضم متغيرات مجهولة (غير معلومة) بغرض رصد تأثيرات العوامل النوعية التي تؤثر على الطلب السياحي.

ثالثا- خصائص الطلب السياحي

يتميز الطلب السياحي بمجموعة من الخصائص نورد أهمها فيما يلي:

1- خاصية الحساسية: وتعني هذه الخاصية أن الطلب السياحي شديد الحساسية نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة، فالسائح يبحث دائما عن المتعة والترفيه والهدوء، فمثلا الدول التي تحدث ثورات سياسية أو ظواهر اجتماعية أو مشكلات اقتصادية خطيرة يُصبح مناخها السياحي غير ملائم للحركة السياحية ويقل الطلب السياحي عليها مهما كانت تتمتع بمقومات سياحية عديدة، وبذلك يتضح مدى الارتباط القوي بين أمن واستقرار المنطقة المستقبلية للسياحة وزيادة حجم الطلب السياحي عليها¹، وخير دليل على ذلك ما شهدته بعد الدول العربية مثل تونس ومصر حيث تراجع الطلب السياحي بفعل الأوضاع السياسية التي شهدتها في النصف الأول من سنة 2011.

2- خاصية المرونة: يقصد بالمرونة قابلية الطلب السياحي للتغير وفقا للظروف والمؤثرات المختلفة (الاجتماعية والاقتصادية والسياسية) السائدة في السوق السياحي الداخلي أو الخارجي، فالظروف الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلية للسياح والتي ترتبط بأسعار الخدمات السياحية تؤثر في مرونة الطلب السياحي، حيث كلما

¹ صبري عبد السميع، مرجع سابق، ص 103.

اتجهت هذه الأسعار نحو الإنخفاض يرتفع الطلب السياحي والعكس صحيح¹، ويُقاس معامل المرونة بنسبة التغير في الطلب إلى نسبة التغير في العامل المحدد (عموما السعر أو الدخل).

3- خاصية التوسع: في أغلب الحالات يتعرض الطلب على السلع المادية المباعة في الأسواق إلى الانكماش، بسبب ظهور سلع جديدة أو بسبب التغيرات في الأذواق، لكن ما يُميّز الطلب على المنتج السياحي أنه مستمر في النمو عبر الزمن (وإن كان متفاوتا من سنة إلى أخرى) وهذا ما يسمى بخاصية التوسع، ومن العوامل التي ساهمت في تعزيز هذه الخاصية التقدم التقني في وسائل المواصلات والاتصالات بشكل أدى إلى زيادة كفاءة الخدمات السياحية وتنوعها إضافة إلى النمو المستمر لمتوسط الدخل المتاح بالنسبة للأفراد، كما تلعب التطورات الاجتماعية مثل الإحالة على التقاعد في سن مبكر وانخفاض ساعات العمل الأسبوعي والحصول على العطل لمدة أطول دورها في زيادة الطلب السياحي وتوسعه².

4- خاصية الموسمية: يُقصد بموسمية الطلب السياحي اتجاه هذا الطلب إلى الارتفاع في أوقات خاصة مرتبطة بأعياد أو مواسم معينة حيث يصل في هذه الفترات إلى أعلى مستوياته خلال السنة، وترتبط هذه الخاصية بالمواسم الموجودة بالدول المصدرة للسياح والدول المستقبلة لهم وذلك حسب كل منطقة من مناطق السوق السياحي والخصائص المميزة لها، وتُعتبر هذه الخاصية من أهم الأسباب المؤدية إلى ارتفاع أسعار المنتجات والخدمات السياحية أثناء موسم الذروة.

5- خاصية عدم التكرار: لا يتصف الطلب السياحي عادة بصفة التكرار، إذ أن تحقيق درجة عالية من الإشباع والرضا لدى السياح من خلال استهلاكهم لمنتجات معينة (رحلة لمنطقة معينة) لا يعني إقبالهم بالضرورة على نفس المنتجات مستقبلا (تكرار نفس الرحلة)، حيث أنه في مرحلة قادمة قد يتم زيارة مواقع ومناطق أخرى حسب درجة الإشباع التي يحصل عليها السياح، كون السياح عادة ما يرغبون باكتشاف تجارب جديدة³.

¹ المرجع السابق، ص 104.

² عامر عيساني، مرجع سابق، ص 26.

³ عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة باتنة، 2011، ص 33.

المطلب الثالث: الحركة السياحية الدولية

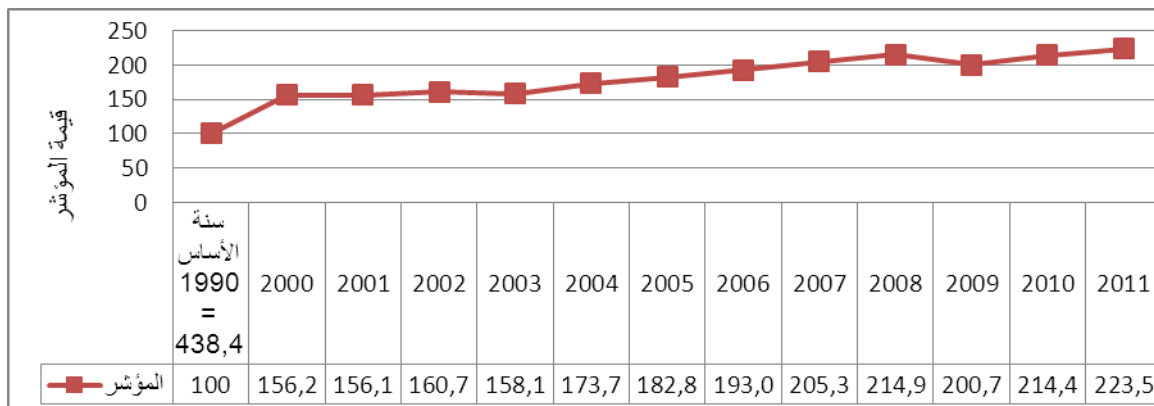
تُشير الأرقام الحديثة للسياحة العالمية إلى النمو المتواصل الذي يسجله القطاع على مدى العقود الماضية، وهو ما جعل من السياحة أحد أكبر الصناعات العالمية نظرا لارتباطها بأكثر من 185 فرعا من الأنشطة الاقتصادية التي تندرج ضمن التصنيف الموحد للنشاطات السياحية للمنظمة العالمية للسياحة، ومن بينها: النقل، الفنادق ودور الإيواء، مؤسسات تقديم الأطعمة والمشروبات، المؤسسات الثقافية والترفيهية، المصارف والمؤسسات المالية، مؤسسات الدعاية والترويج.

أما على صعيد التوزيع الجغرافي للحركة السياحية العالمية فإن الاتجاهات تشير بوضوح إلى تركزها في البلدان الصناعية بمنطقتي أوروبا والأمريكيتين، إلا أن المناطق النامية في شرق آسيا وجنوبها والباسيفيك والشرق الأوسط وإفريقيا عرفت انتعاشا سواء على مستوى السياح المُرسَلين أو المُستقبَلين بظهور وجهات سياحية جديدة.

أولاً- عدد السياح على المستوى الدولي

عرف عدد السياح الدوليين خلال العقدين الماضيين ارتفاعا ملحوظا، حيث بلغ عددهم 684.7 مليون سائح عام 2000 مقابل 438.4 مليون سائح عام 1990 أي بما يُعادل متوسط نمو سنوي قدره 4.6%، واستمر هذا العدد بالارتفاع خلال السنوات اللاحقة إلى أن بلغ 940 مليون سنة 2010، والشكل التالي يوضح تطور مؤشر عدد السياح على المستوى الدولي:

الشكل رقم (01): تطور مؤشر عدد السياح على المستوى الدولي بين سنوات 1990 و2011.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الملحق رقم (01)

من خلال الشكل نلاحظ الاتجاه العام الذي يسجله مؤشر تطور عدد السياح العالميين والذي يميل بشكل واضح نحو الارتفاع المستمر وهذا في ظل الظروف العادية، بينما نسجل انخفاضا في قيمة هذا المؤشر تحت تأثير بعض الظروف المفاجئة التي تمس قطاع السياحة، ففي سنة 2001 تم تسجيل انخفاضا طفيفا قدره 0.1 نقطة مقارنة بقيمة المؤشر سنة 2000 وهذا نتيجة التراجع في عدد السياح الدوليين الوافدين بسبب بطء الأداء الاقتصادي العالمي خصوصا في أمريكا الشمالية وأوروبا، إضافة إلى أحداث الحادي عشر من سبتمبر، أما الانخفاض المسجل عام 2003 فكان نتيجة لعاملين رئيسيين هما الحرب على العراق وانتشار فيروس الإلتهاب التنفسي الحاد (سارس) في آسيا، وهو ما أدى إلى تراجع في قيمة المؤشر بـ 2.69 نقطة مقارنة بسنة 2002. ومنذ سنة 2004 عرفت قيمة المؤشر ارتفاعا مستمرا وذلك إلى غاية سنة 2008 حيث بلغ أعلى قيمة له عند نقطة 214.87 ليُسجل رقما قياسيا في عدد السياح المتوافدين بـ 919 مليون سائح، أي بزيادة قدرها 114.87% مقارنة بسنة 1990.

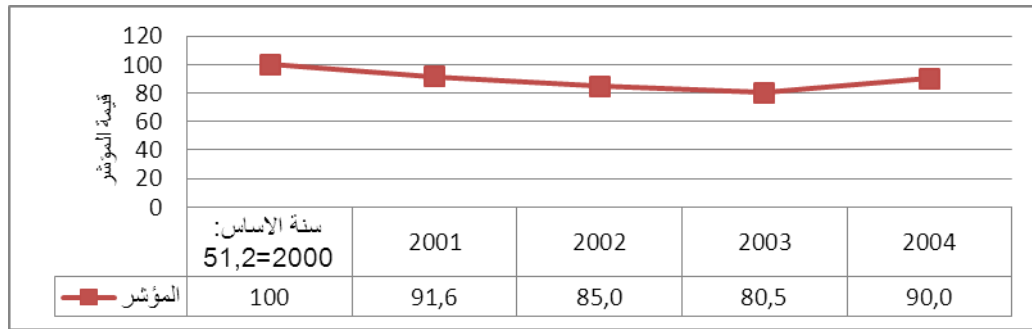
وشهدت سنة 2009 أسوأ تراجع للقطاع السياحي العالمي خلال العقود الخمسة الماضية حيث سجل مؤشر عدد السياح الدوليين قيمة 200.7 أي زيادة بنسبة 100.7% مقارنة بسنة 1990، وانخفاضا قدره 14.1 نقطة مقارنة بقيمة المؤشر سنة 2008، وهذا جرّاء الأزمة المالية العالمية التي ضربت الولايات المتحدة الأمريكية وتوسعت تأثيراتها السلبية إلى عدد كبير من الأنشطة المالية والاقتصادية على المستوى العالمي، والتي صاحبها ارتفاع حاد في أسعار النفط إضافة إلى تزامنها مع تهديد كبير لانتشار فيروس انفلونزا الخنازير. واستعاد القطاع السياحي عافيته بدءا من سنة 2010 التي عرفت عودة النمو من جديد حيث بلغ عدد السياح الدوليين 940 مليون أي بزيادة قدرها 13.7 نقطة في قيمة المؤشر مقارنة بسنة 2009، واستمرت الزيادة في سنة 2011 لتبلغ ارتفاعا بـ 9.1 نقطة مقارنة بسنة 2010، وهذا يعني أن عدد السياح الدوليين قد ارتفع سنة 2011 بنسبة 123.5% مقارنة بسنة 1990.

إن تطور عدد السياح في العالم يوضح أن السياحة هي صناعة شديدة الحساسية تجاه مجموعة الظروف المحيطة بها، فعلى الرغم من الدور الذي تلعبه الجوانب المادية في جانب العرض السياحي (البنية التحتية، هياكل الاستقبال، فضاءات الترفيه...) في استقطاب السياح إلا أن هناك جوانب أخرى مهمة جدا في تحفيز الطلب السياحي، إذ بينت هجمات الحادي عشر من سبتمبر أن عامل الأمن هو عامل مُحدّد في إثارة هذا الطلب، فرغم الانخفاض الطفيف في عدد السياح على المستوى الدولي سنة 2001 ثم العودة إلى زيادة عدد السياح سنويا بداية من سنة 2002، إلا أنه على مستوى الولايات المتحدة فإن عدد السياح الدوليين المتوافدين إليها

عرف تناقصا بداية من سنة 2001 بسبب هذه الهجمات التي خلفت آثارا كبيرة على قطاع السياحة والسفر الأمريكي نتيجة المخاوف من استعمال النقل الجوي، وإثارة مخاوف أمنية بشكل دفع بالسلطات الأمريكية إلى تشديد إجراءات منح التأشيرة وهذه العوامل ساهمت في انخفاض عدد السياح المتوافدين على الولايات المتحدة الأمريكية.¹

ويوضح الشكل التالي تطور مؤشر توافد السياح الأجانب على الولايات المتحدة الأمريكية بين سنوات 2000 و2004:

الشكل رقم (02): تطور مؤشر توافد السياح الأجانب على الولايات المتحدة الأمريكية بين سنوات 2000 و2004



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الملحق رقم (02).

يوضح الشكل أن مؤشر توافد السياح الأجانب على الولايات المتحدة عرف انخفاضا في قيمته بشكل سريع بعد الحادث الأمني الكبير الذي شهدته الولايات المتحدة الأمريكية متمثلا في هجمات الحادي عشر من سبتمبر، حيث سجل المؤشر قيمة 91.6 نقطة سنة 2001 أي بانخفاض قدره 8.4% مقارنة بعدد السياح الأجانب سنة 2000، وواصل هذا المؤشر انخفاضه إلى أن سجل قيمة 80.5 نقطة سنة 2003 أي بتراجع قدره 19.5% مقارنة بسنة 2000، هذا يعني أن تأثير هذه الهجمات استمر للسنوات اللاحقة، وعرفت سنة 2004 تسجيل قيمة 90 نقطة أي بتحسن قدره 9.5 نقطة مقارنة بسنة 2003، إلا أن عدد السياح الأجانب ظل مُنخفضا بنسبة 10% مقارنة بسنة 2000.

وهذا يعني أن عامل توفر الأمن هو عامل مُحدّد في إثارة الطلب السياحي، كما أن تأثيرات عدم توفير الأمن داخل الوجهات السياحية يمتد لسنوات طويلة بسبب الصورة الذهنية السيئة التي تتشكل لدى السياح والتي تربط تلك الوجهات بغياب الأمن، وبالتالي تدفعهم إلى البحث عن وجهات سياحية جديدة.

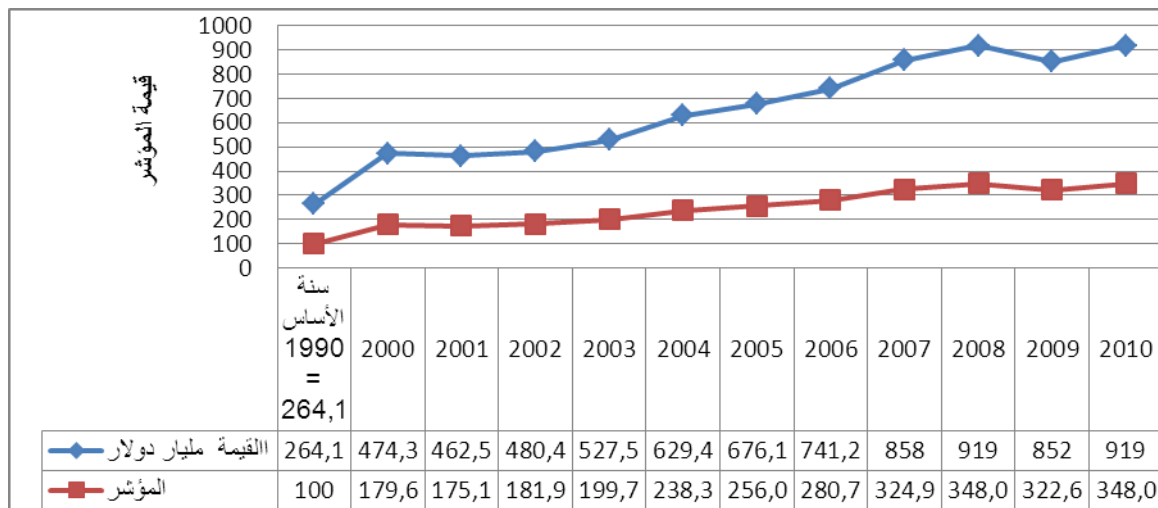
¹ Derekh Cornwell et Bryan Roberts, **The 9/11 Terrorist Attack and Overseas Travel to the United States: Initial Impacts and Longer-Run Recovery**, Office of Immigration Statistics, Department of Homeland Security, United States of America, March 210, p04.

ثانياً- الإيرادات السياحية الدولية

كنتيجة للنمو الذي عرفه القطاع السياحي العالمي على مستوى عدد السياح فإن إيرادات هذا القطاع تميزت أيضاً بالنمو وبشكل كبير، وهو ما جعل القطاع السياحي أحد أكبر القطاعات نمواً على مستوى الاقتصاد ككل، وتُعرّف الإيرادات السياحية على أنها "كل إيراد تحصل عليه الدولة من السياح ومن ما تُحققه السياحة كنشاط اقتصادي إضافة إلى ما يُحققه الأفراد والشركات الوطنية والمؤسسات العمومية والخاصة العاملة في مجال السياحة والفنادق والطيران نظير ما يُقدمونه من خدمات سياحية مختلفة"¹.

وعليه تتمثل إيرادات السياحة الدولية في مجموع الإيرادات المتحققة داخل كل دولة، والشكل التالي يوضح التطور الحاصل على إيرادات السياحة الدولية:

الشكل رقم (03): تطور مؤشر الإيرادات السياحية على المستوى الدولي بين سنوات 1990 و 2010



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الملحق رقم (01)

يوضح الشكل أن إيرادات السياحة العالمية بين سنوات 1990 و 2010 تسلك نفس سلوك تطور مؤشر عدد السياح العالميين لنفس الفترة، إذ بلغت قيمة مؤشر الإيرادات السياحية العالمية 179.6 نقطة سنة 2000 أي بزيادة قدرها 79.6% مقارنة بسنة الأساس 1990، وانخفضت قيمة هذه الإيرادات كنتيجة لانخفاض عدد السياح سنة 2001 بسبب العوامل المذكورة سابقا حيث سجلت انخفاضا قدره 4.5 نقطة مقارنة بسنة 2000، وعلى الرغم من الانخفاض في عدد السياح سنة 2003 إلا أن إيرادات السياحة الدولية استمرت

¹ عشي صليحة، مرجع سابق، ص 59.

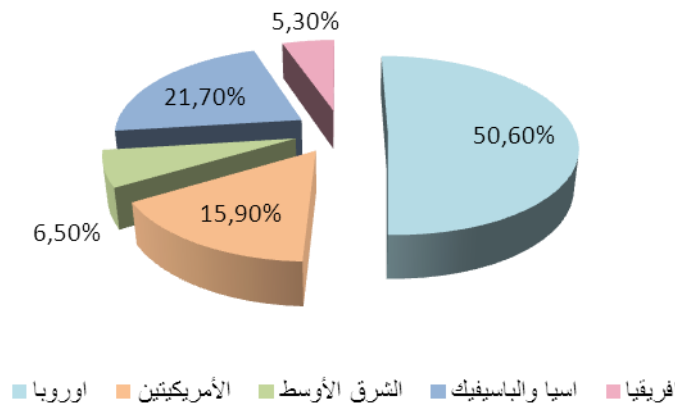
بالارتفاع خلال نفس السنة بـ 14.8 نقطة مقارنة بسنة 2002، وتفسير ذلك هو انخفاض قيمة الدولار مقابل العملات الأخرى خاصة اليورو، ففي حالة حساب الإيرادات المحصل عليها لسنتي 2002 و 2003 باليورو سُجل أن هذه العوائد انخفضت بحوالي 46 مليون أورو مقارنة بسنة 2002، حيث انخفضت من 559 مليار أورو عام 2002 إلى 463 مليار أورو عام 2003¹.

وواصلت الإيرادات السياحية ارتفاعها إلى غاية سنة 2009 أين تراجعت بـ 25.4 نقطة مقارنة بسنة 2008 وهذا راجع إلى تأثيرات الأزمة المالية العالمية، وسجلت سنة 2010 عودة الارتفاع على مستوى الإيرادات بتسجيل 919 مليار دولار، وهو ما يمثل زيادة بنسبة 248% مقارنة بسنة 1990، وهذه النسبة تُعبر عن التطور والنمو الكبير الذي تشهده الإيرادات السياحية العالمية.

ثالثاً- عدد السياح حسب الأقاليم

فيما يخص الأقاليم والوجهات السياحية الأكثر إقبالا في العالم لسنة 2010 فهي تتوزع كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (04): توزيع السياح عبر مختلف الأقاليم لسنة 2010 (كنسبة مئوية من الإجمالي العالمي)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

World Tourism Organization, World Tourism Barometer, committed to tourism, Travel and Millennium Development Goals, volume9, Interim Update, August 2011, p3.

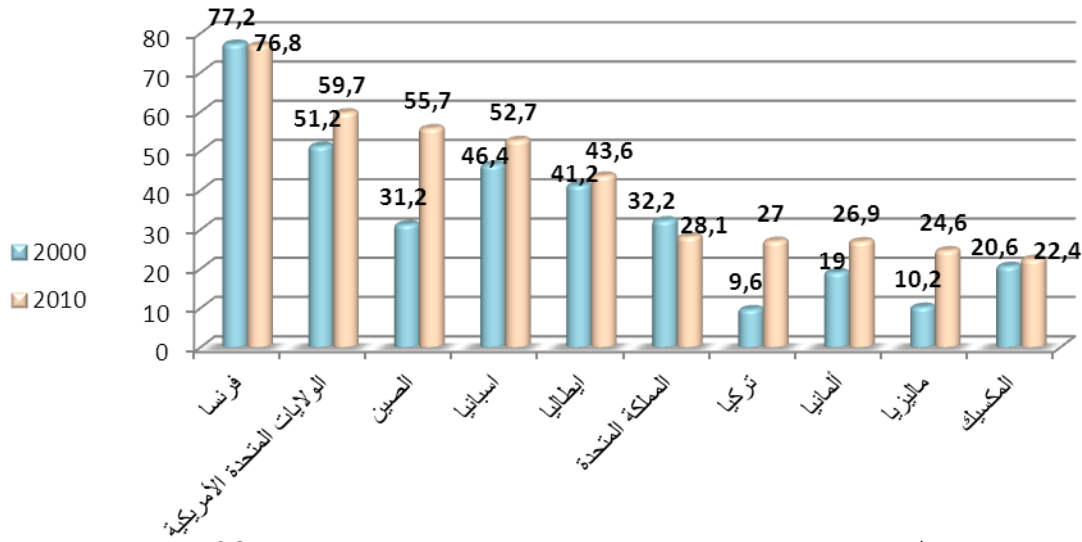
¹ منظمة المؤتمر الإسلامي، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي (الآفاق والتحديات)، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، أنقرة، تركيا، 2010، ص 04.

وعليه نلاحظ أن أوروبا كإقليم هي الأكثر جذبا للسياح بنسبة 50.6% وهو ما يعادل 475.8 مليون سائح، أي أنها تستقطب أكثر من نصف عدد السياح العالميين، بينما يأتي إقليم آسيا والباسفيك في المرتبة الثانية بعدما كان في سنة 2009 في المرتبة الثالثة، ويأتي هذا التقدم على حساب إقليم الأمريكيتين الذي تراجع بفعل الصعوبات الاقتصادية وتأثيرات الأزمة المالية العالمية، كما احتفظ إقليم افريقيا بالترتيب الأخير بنسبة 5.3% من إجمالي السياح العالميين.

رابعا- توزيع عدد السياح على الوجهات السياحية الأولى عالميا

على مستوى الدول جاء ترتيب أكثر الوجهات السياحية في العالم الصادر عن المنظمة العالمية للسياحة كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (05): ترتيب أول عشر وجهات سياحية في العالم لسنتي 2000 و 2010 (مليون سائح)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الملحق رقم (03)

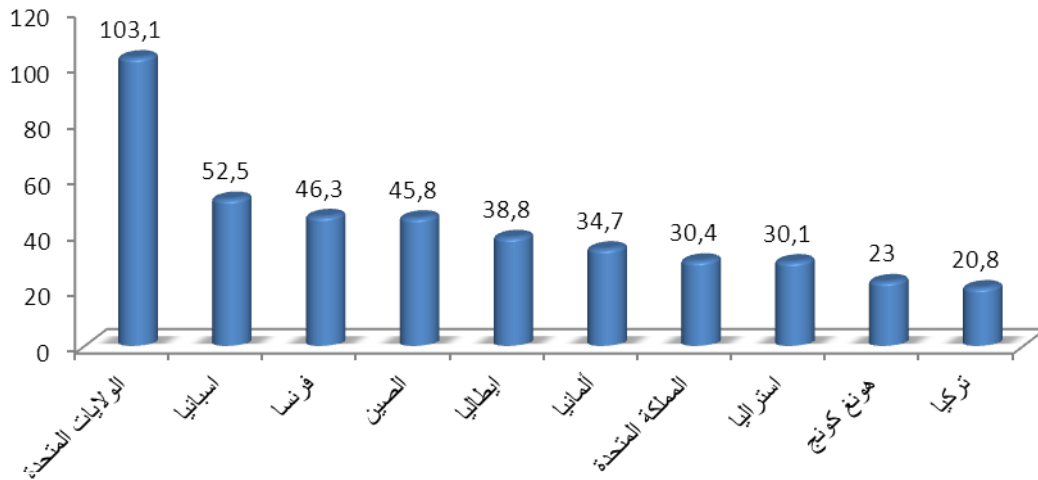
من خلال الشكل السابق نلاحظ أن فرنسا تحتل الصدارة من حيث عدد السياح الوافدين إليها حيث بلغ عددهم 77.2 مليون سائح عام 2000 بنسبة قدرها 11.3% من إجمالي السياح في العالم لتشكل بذلك أول وجهة سياحية، ورغم التراجع الطفيف المسجل سنة 2010 فقد احتفظت فرنسا بتصنيفها أولا حيث بلغ عدد السياح 76.8 مليون سائحا وهو ما يُعادل 8.2% من إجمالي عدد السياح في العالم لنفس السنة، كما حافظت الولايات المتحدة على المرتبة الثانية رغم الزيادة في عدد السياح المتوافدين إليها بـ 8.5 مليون سائح مقارنة بسنة 2000 حيث استقطبت ما نسبته 6.4% من إجمالي السياح في العالم لسنة 2010، وحقت الصين تقدما كبيرا بانتقالها من المرتبة السادسة سنة 2000 إلى المرتبة الثالثة سنة 2010 بعدد سياح وافدين يقدر بـ 55.7

مليون سائح (5.9%)، وحدث هذا التقدم على حساب كل من إسبانيا وإيطاليا والمملكة المتحدة الذين تراجعوا بمرتبة واحدة، كما عرفت تركيا خلال العقد الأخير تطورا كبيرا في عدد السياح الوافدين، إذ تمكنت من دخول قائمة أول عشر وجهات سياحية في العالم، واستمر هذا التطور ليلعب عدد السياح الوافدين إليها 27 مليون سائح عام 2010، ونفس الأمر بالنسبة لماليزيا التي احتلت المرتبة التاسعة بـ 24.6 مليون سائح بعدما كان عدد السياح الوافدين إليها سنة 2000 لا يتعدى 10.2 مليون سائح.

خامسا- توزيع الإيرادات السياحية على الوجهات السياحية الأولى عالميا

إن استعراض الوجهات السياحية الأولى في العالم اعتمادا على عدد السياح المتوافدين إليها لا يعني بالضرورة أن هذه الوجهات تحتفظ بنفس الترتيب فيما يتعلق بالإيرادات السياحية الناتجة عن توافد السياح، فقد كان ترتيب أول عشر دول في العالم من حيث الإيرادات السياحية التي حققتها سنة 2010 كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (06): ترتيب أول عشر دول في العالم من حيث الإيرادات السياحية لسنة 2010 (الوحدة: مليار دولار)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الملحق رقم (04)

فعلى الرغم من احتلال فرنسا للترتبة الأولى عالميا من حيث عدد السياح المتوافدين إليها إلا أن الولايات المتحدة هي الأولى عالميا من حيث الإيرادات السياحية بقيمة 103.1 مليار دولار أمريكي وهو ما يُشكل نسبة 11.22% من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية، وهذا الرقم يفوق ضعف الإيرادات التي حققتها فرنسا خلال نفس السنة (5.04% من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية)، ثم تأتي إسبانيا في المرتبة الثانية بـ 52.5 مليار دولار (6.4% من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية)، هذا يعني أن نسبة 6.4% من السياح الذين

تستقطبهم الولايات المتحدة الأمريكية يُساهمون بـ 11.22% من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية، بينما 8.2% من السياح الذين تستقطبهم فرنسا يُساهمون بـ 5.04% من الإيرادات السياحية العالمية، وهذا معناه أن العوائد الناتجة عن السائح الواحد في كل من الولايات المتحدة وإسبانيا هي أكبر مما هو عليه الأمر في فرنسا أول وجهة سياحية عالمية.

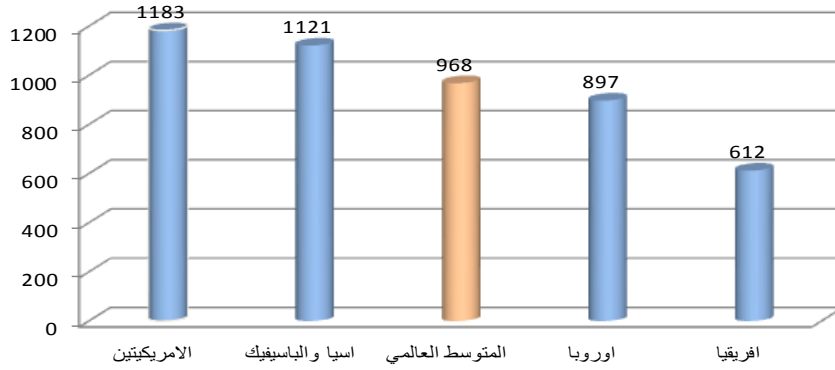
هذا الواقع يؤكد أن أي استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي لأي دولة لا ينبغي أن تقوم على تعظيم عدد السياح المتوافدين بل ينبغي أن تقوم على تعظيم الأرباح والعوائد الناجمة عن تدفق السياح إليها، بل أن التوافد الكبير للسياح على بعض الوجهات السياحية تُرافقه تكاليف كبيرة تحد من قيمة العوائد، وهو ما يدعو إلى تحديد الطاقة الاستيعابية للوجهات السياحية وعدم تجاوزها لأن ذلك يُرافقه تكاليف بيئية واقتصادية واجتماعية، كما أن التدفق الكبير للسياح من شأنه أن يُشكل عامل تزعزع للأمن داخل الوجهات السياحية حيث يجب على كل دولة توفير الأمن والحماية لكل هؤلاء السياح من جهة، وضمان أن لا يكون هؤلاء السياح مصدرا لزعزعة الأمن الداخلي من جهة أخرى، وهذه العوامل كلها تُسبب تكاليف إضافية.

ويبين الشكل السابق أيضا أن كلا من استراليا وهونغ كونغ تحتلان على الترتيب الصف الثامن والتاسع عالميا من حيث العوائد السياحية بنسبة 2.5% و 2.26% على الترتيب رغم أنهما لا يدخلان ضمن تصنيف أفضل عشر وجهات عالمية، حيث تحتل هونغ كونغ الصف الثالث عشر بينما لا تدخل استراليا حتى ضمن العشرين الأوائل في العالم، وهو ما يؤكد أن الاهتمام بتعظيم العوائد السياحية هي الاستراتيجية التي يجب انتهاجها من أجل مُساهمة أكبر للقطاع السياحي في عملية التنمية و ضمان الحفاظ على استدامة الوجهات السياحية في نفس الوقت.

سادسا- الإنفاق السياحي الفردي والعمالة في القطاع السياحي

فيما يتعلق بالإنفاق السياحي الفردي فإن عوائد السياحة الدولية الناتجة عن هذا الإنفاق تختلف باختلاف الأقاليم السياحية وما تتوفر عليه من مقومات وخصائص وميزات سياحية، إضافة إلى طول أو قصر فترة الإقامة التي يقضيها السائح داخل الوجهة السياحية، وقد توزعت العوائد السياحية للسائح الواحد لسنة 2009 عبر مختلف الأقاليم كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (07): توزيع العوائد السياحية الفردية عبر الأقاليم لسنة 2009 (الوحدة: دولار)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

تقرير منظمة التعاون الإسلامي، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بالمؤتمر الإسلامي (الآفاق والتحديات)، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، أنقرة، تركيا، 2010، ص 07.

ويوضح الشكل أن المتوسط العالمي للعوائد السياحية مقابل السائح الواحد يُقدر بـ 968 دولار أمريكي عام 2009، حيث سجل إقليم الأمريكتين أعلى عائد بـ 1183 دولار بينما سجل إقليم إفريقيا أدنى عائد فردي بـ 612 دولار، هذا يعني أن قيمة حاصل قسمة الإيرادات السياحية للأمريكتين على عدد السياح هو أكبر من باقي الأقاليم الأخرى ويفوق المتوسط العالمي، ما يعني أن أداء القطاع السياحي للأمريكتين هو أكثر فعالية من باقي الأقاليم العالمية.

ويرجع هذا التفاوت بين الأقاليم والدول إلى اختلاف قدرتها على ربط القطاع السياحي بعدد من الأنشطة الاقتصادية ذات العلاقة بالقطاع السياحي، فكلما زاد ارتباط هذه الأنشطة بالقطاع السياحي أدى ذلك بالسياح إلى زيادة إنفاقهم على هذه الأنشطة مثل خدمات النقل، والإطعام، والمصارف، وهذا يدعو إلى خلق مزيج من المنتجات تؤدي في النهاية إلى تعظيم العوائد الناتجة عن تنقل السياح إلى وجهة سياحية معينة.

وفيما يخص العمالة في القطاع السياحي فإن الأرقام الصادرة عن مجلس السياحة والسفر العالمي تشير إلى أنه هناك فرصة عمل واحدة في قطاع السياحة ضمن كل 12.2 فرصة عمل على المستوى العالمي في كل القطاعات لسنة 2010، أي أن القطاع السياحي يستقطب ما نسبته 8.2% من العمالة العالمية، ومن المرجح أن ترتفع هذه النسبة بحلول عام 2020 إلى 10.2% من العمالة العالمية¹، أي أنه سوف يوفر فرصة عمل واحدة ضمن كل 9.8 فرصة عمل في مختلف القطاعات على المستوى العالمي.

¹ World Travel and Tourism Council, **Travel and Tourism Economic Impact**, Asia Pacific economic cooperation, Oxford Economics, London, 2010. P03.

خلاصة الفصل الأول:

رافق النشاط السياحي المجتمعات الإنسانية منذ القدم، حيث كانت السياحة في أبسط أشكالها، ومع التطور الحاصل في المجتمعات أصبح مفهوم السياحة أكثر تعقيدا، وأصبح النشاط السياحي ظاهرة اقتصادية واجتماعية، وتوسعت مجالاته بشكل كبير ليتداخل مع أنشطة أخرى.

إن تعدد وتداخل المجالات التي تشملها الأنشطة السياحية، وكذا تنوعها، جعل من السياحة أحد أكثر الصناعات تأثيرا في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمجتمعات المحلية، وقد تنوعت هذه التأثيرات ما بين إيجابية وسلبية، إلا أن التأثيرات الاقتصادية كانت الأكثر وضوحا كونها يمكن أن تظهر على المدى القصير، بينما تتطلب الآثار الاجتماعية والبيئية وقتا أطول لتبدأ بالظهور.

وقد شهدت السوق السياحية في العالم تطورا كبيرا خلال العقود الأخيرة، حققت من خلاله السياحة كنشاط اقتصادي عالمي مؤشرات غير مسبقة سواء من حيث عدد السياح أو من حيث العوائد الناتجة عن هذا النشاط، وقد حققت السياحة كصناعة أعلى مستويات النمو في العالم، واللافت للانتباه أن هذا النشاط شمل مختلف الأقاليم العالمية لكن مؤشرات كانت متفاوتة من إقليم إلى آخر، أما على مستوى الدول فقد شكل عدد محدود منها الوجهات الأكثر قصدا من طرف السياح.

هناك مجموعة من العوامل والظروف التي تؤثر على سير الحركة السياحية وبرز وجهات سياحية على حساب وجهات أخرى، ومن بين هذه العوامل نجد القدرة على توفير خدمات ومنتجات سياحية تضمن تجربة فريدة من نوعها بالنسبة للسياح، إلا أن العامل الأمني وتوفر الاستقرار داخل هذه الوجهات يبقى العامل المحدد لبروزها، فالنشاط السياحي شديد الحساسية والتأثر بالظروف والحوادث الأمنية حيث تدوم تأثيرات هذه الحوادث لسنوات عديدة بأذهان السياح وهو ما يُكوّن لديهم صورة ذهنية سيئة تربط تلك الوجهات دوماً بمثل هذه الحوادث.

الفصل الثاني

السياحة ورهان التنمية المحلية

المستدامة

تمهيد:

مع تطور مفهوم التنمية المستدامة اتسعت دائرة تطبيق وتعميم مبادئ الاستدامة على مختلف القطاعات والأنشطة الاقتصادية، حتى باتت قضية التنمية المستدامة مسؤولية كل الفاعلين في المجتمع بدءاً من الدولة ومختلف هيئاتها والقطاع الخاص إضافة إلى المجتمعات المحلية التي هي في الواقع جوهر هذه العملية. وسنستعرض من خلال هذا الفصل المسيرة التي مر بها مفهوم التنمية المستدامة والركائز التي يقوم عليها، ثم نلقي الضوء على مسألة التنمية المحلية المستدامة التي تُعتبر المدخل لتحقيق التنمية المستدامة على المستوى القطري، ونتطرق بعدها إلى دور وأهمية القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية المستدامة عبر تبني وتطبيق مبادئ التنمية المستدامة في القطاع السياحي، وعليه تتمثل محاور هذا الفصل فيما يلي:

المبحث الأول: ماهية التنمية المستدامة

المبحث الثاني: ماهية التنمية المحلية المستدامة

المبحث الثالث: إدماج مبادئ التنمية المستدامة في القطاع السياحي

المبحث الأول: ماهية التنمية المستدامة

يُعتبر مفهوم التنمية المستدامة مفهوما حديثا نسبيا ويمثل آخر تطور وصل إليه الفكر التنموي في مسيرة تحقيق تنمية شاملة وعادلة تُراعى فيها المساواة في التنمية بين الأجيال الحالية، وتضمن العدالة للأجيال القادمة وأحقيتها في الموارد الحالية.

المطلب الأول: التطور التاريخي لمفهوم التنمية المستدامة

سجل التوجه الحقيقي نحو التنمية المستدامة بدايته الأولى خلال النصف الثاني للقرن العشرين، حيث بدأت بعض الأفكار بالتبلور وإن كانت في شكل بسيط من خلال الإهتمام بقضايا البيئة، ثم أخذت تتطور بمرور الزمن، ويمكن سرد أهم المحطات التاريخية التي مهدت لظهور ثم استعمال مصطلح التنمية المستدامة فيما يلي:

- في عام 1951 نشر الاتحاد الدولي لصون الطبيعة* (UICN) أول تقرير عن حالة البيئة في العالم، ليكون بذلك أول تقرير يشير للعلاقة بين البيئة والاقتصاد، ومع نهاية سنوات الستينات (العقد الأخير للثلاثين المجيدة)** بدأت الآثار الناتجة عن الأنشطة الاقتصادية الحديثة تبدو بشكل أكثر وضوحا، وفي هذا الصدد تم إنشاء نادي روما سنة 1968، و الذي ضم مجموعة من العلماء والاقتصاديين ورجال الأعمال بغرض إجراء أبحاث تخص مجالات التطور العلمي لتحديد حدود النمو في الدول المتقدمة؛¹

- سنة 1972 نادي روما ينشر تقريرا مفصلا حول التطور الحاصل في المجتمع البشري وعلاقته باستغلال الموارد الاقتصادية، مُشيراً إلى حدوث مشاكل خلال القرن الحادي والعشرين بسبب التلوث والاستغلال المفرط للموارد؛²

* Union Internationale pour la Conservation de la Nature.

** دامت من 1945 الى 1973 ، وهي تعبير للاقتصادي الفرنسي Jean Fourastié للإشارة الى الثلاثين سنة من التوسع الاقتصادي الباهر الذي شهدته بعض الدول ومنها فرنسا، وهذا التعبير استُمد من الثلاثة المجيدة "Les trois glorieuses" وهي الأيام الثورية 27 و28 و29 جويلية 1830 التي شهدت سقوط شارل السادس وتنصيب لويس فيليب الأول ملكا لفرنسا.

¹ Mathieu Baudin, **Le développement durable : Nouvelle idéologie du 21^{em} siècle**, L'harmattan, Paris, 2009, p21.

² عمار عماري، اشكالية التنمية المستدامة وأبعادها، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 08/07 أفريل 2008، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورو مغاربي، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، 2008، ص36.

- في نفس السنة وبتاريخ 5 جوان 1972 ينعقد مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية الاقتصادية وحماية البيئة تحت شعار "أرض واحدة" كأول مؤتمر دولي يتناول موضوع البيئة، حضره ممثلون عن 113 دولة، ورئيسا وزراء كل من النرويج والهند، وخرج المؤتمر بإعلان ستوكهولم الذي اعتُبر بمثابة شهادة ميلاد لتصور التنمية المستدامة، على الرغم من أنه لم يستعمل المصطلح، وتمت الإشارة فقط الى مصطلح "éco-développement"¹

- عام 1980 صدور أول وثيقة من طرف منظمة غير حكومية تُدعى World Wildlife Fund حيث أشارت حرفيا لمصطلح التنمية المستدامة دون أن توضحه، وكانت عبارة عن تقرير بعنوان "استراتيجية الحماية العالمية" (World Conservation Strategy) وقد تبنّت مبادئ ستوكهولم، وتم نشرها لاحقا من طرف منظمة الأمم المتحدة ومنظمات أخرى²؛

- عام 1982 منظمة الأمم المتحدة تعقد مؤتمرا بـ "نيروبي"^{*} عاصمة كينيا لمتابعة ما تم تحقيقه بعد مؤتمر ستوكهولم، وشهد المؤتمر خلافات خاصة مع الولايات المتحدة حول دعم المساعدات لتحقيق التنمية في هذه الدول أو توجيهها لأجل حماية البيئة، وللخروج من هذه الورطة أنشأت منظمة الأمم المتحدة سنة 1983 مجموعة عمل باسم "اللجنة العالمية للبيئة والتنمية" برئاسة "برونتلاند" رئيسة الوزراء السابقة للنرويج، وتمثلت مهمة هذه اللجنة في بحث واقتراح استراتيجيات على المدى الطويل فيما يتعلق بالبيئة من أجل ضمان تنمية مستدامة بحلول سنة 2000 وما بعدها³؛

- في عام 1987 صدر تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية بعنوان "مستقبلنا المشترك"، حيث عرف التنمية المستدامة على أنها: "التنمية التي تلبي احتياجات الأجيال الحالية دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة في تلبية حاجياتهم"⁴، ليُصبح هذا التعريف هو حجر الأساس الذي يوضح مفهوم التنمية المستدامة والذي تبعته مجموعة من التعاريف التي أصدرتها مختلف المنظمات الدولية؛

¹ Jean-Claude Van Duysen et Stephan Jumel, **Le développement durable**, L'harmattan, paris, 2008, p95.

² Ibid, p102.

^{*} سُمي هذا المؤتمر أيضا باسم مؤتمر "ستوكهولم+10" في إشارة الى مرور 10 سنوات على انعقاد مؤتمر ستوكهولم.

³ Ibid, p103.

⁴ Luis Guay, **Les enjeux et les défis du développement durable: connaître, décider, agir**, Les presses de l'université Laval, Saint-Nicolas, Québec, Canada, 2004, p05

- عام 1989 أصدرت المنظمة العالمية للتغذية والزراعة (FAO) التعريف التالي للتنمية المستدامة: "التنمية المستدامة هي إدارة وحماية قاعدة الموارد الطبيعية وتوجيه التغير التقني والمؤسسي بطريقة تضمن تحقيق واستمرار إرضاء الحاجات البشرية للأجيال الحالية والمستقبلية".¹

- عام 1991 نشر برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP) تقريراً بعنوان "اهتمام بالأرض: استراتيجية لسُبل عيش مُستدام"، وعرف التنمية المستدامة بأنها: "تحسين نوعية حياة البشر ضمن قدرة الأنظمة البيئية على الاستيعاب والتحمل".²

- عام 1992 يشهد إضافة البعد الاقتصادي والاجتماعي لمفهوم الاستدامة من خلال قمة الأرض، بمدينة "ريو دي جانيرو" بالبرازيل حيث انعقد مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية الذي حضره أكثر من 120 رئيس دولة، وكان هدف المؤتمر هو توضيح استراتيجيات ومقاييس لكبح استنزاف الموارد البيئية على المستوى الوطني والدولي، وخرج المؤتمر بمجموعة من المبادئ (27 مبدأ) التي تدعم التوجه نحو التنمية المستدامة (سُميت أيضاً "دستور الأرض")، إضافة إلى وضع مخطط أعمال خاص بالقرن الحادي والعشرين أو ما يُعرف بـ "الأجندة 21" (Agenda 21).³

- في شهر سبتمبر من سنة 2000 وقعت 147 دولة على إعلان الألفية، وأجمعت هذه الدول على دعمهم لمبادئ التنمية المستدامة المنبثقة عن مؤتمر "ريو دي جانيرو" ومن بينها الهدف المتعلق بالاستدامة البيئية والذي ينص على "دمج مبادئ التنمية المستدامة في السياسات والبرامج القطرية وتلافي الخسارة في الموارد البيئية".⁴

- عام 2002 انعقدت قمة الأرض الثانية بـ "جوهانسبورغ" حيث أضافت لمفهوم التنمية المستدامة فكرة العدالة الاجتماعية ومُحاربة الفقر، واقترحت القمة على الجمعية العامة للأمم المتحدة جعل الفترة من 2005 إلى 2014 لتكون "عقد التعليم من أجل التنمية المستدامة".⁵

¹ علي بوعبد الله ووسيلة السبي، اشكالية التنمية الاقتصادية المستدامة، الملتقى الدولي حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة (قرص مدمج)، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2009.

² Philip Solan et al, **Sustainability in the Hospitality Industry (Principles of Sustainable Operations)**, First edition, Butterworth-Heinemann, Elsevier, Oxford, United Kingdom, 2009, p03.

³ Martin Mowforth and Ian Munt, **Tourism and Sustainability (New tourism in the Third World)**, First published, Routledge, London, 2003. P23.

⁴ عبد الله خبابة، التنمية الشاملة المستدامة (المبادئ والتنفيذ من مؤتمر ريو دي جانيرو 1992 الى مؤتمر بالي 2007)، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، مرجع سابق، ص74.

⁵ Philip Solan et al, Op.Cit, p03.

- يوم 16 جانفي 2005 شهد كتابة صفحة مهمة في تاريخ التنمية المستدامة، فبعد الكثير من التجاذبات وقعت روسيا على بروتوكول كيوتو للحد من انبعاث الغازات، وهي التي كانت تتسبب في 17% من تلك الانبعاثات في الغلاف الجوي، ليدخل بذلك هذا البروتوكول حيز التطبيق على نطاق أوسع.¹

- سنة 2007 قمة "ريو+15" المنعقدة بجاكرتا تطرح تحدي التنمية الشاملة المستدامة للثلاثين سنة المقبلة، وتقتراح تدعيم الظروف البيئية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية على المستوى العالمي في ظل احترام التنوع الثقافي، كما دعت للعمل بنظام جديد للحكومة العالمية مكلف بتسيير الموارد الطبيعية والمكتسبات العالمية مثل السلام والثقافة.²

ثانيا- مفهوم التنمية المستدامة

من خلال المحطات التاريخية التي مر بها مفهوم الاستدامة يمكن اعتبار تاريخ صدور تقرير "برونتلاند" كمحطة مهمة ورئيسية، فبعد هذا التقرير أخذ مصطلح التنمية المستدامة في الانتشار على نطاق واسع من خلال المؤتمرات المنعقدة تباعا، والتي حاولت إخراج التنمية المستدامة من مجرد مفهوم غير واضح، بسبب التداخل بين الجوانب الاقتصادية والبيئية والاجتماعية وصعوبة التوفيق بينها، إلى ممارسات فعلية من خلال أدوات تحددها الحكومات والمنظمات الدولية.

وعلى الرغم من الاستخدام الواسع لمصطلح التنمية المستدامة إلا أنه لا يوجد تعريف علمي دقيق له، إذ هناك العديد من التعاريف التي تطرقت للمفهوم وكل منها ركز على نقطة معينة، فالتعريف الذي جاء في تقرير "برونتلاند" وضح الخطوط العريضة للتنمية المستدامة من خلال الإشارة إلى مفهومين، مفهوم الحاجات وبالأخص الحاجات الأساسية والتي يجب أن تحظى بأولوية اشباعها، إضافة إلى فكرة المحدودية، فدرجة تحقيق هذه الحاجات خاضعة لقدرة البيئة المحيطة بنا على استيعابها في الوقت الحالي ومستقبلا.

أما التعريف الصادر عن برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP) فوضح فكرة أن الانسان هو هدف هذه التنمية المنشودة وهذا الهدف يجب العمل عليه وفق ضوابط بيئية سليمة.

¹ Mathieu Baudin, Op.Cit, p33.

² Yvette Lazzeri, **Le développement durable ; Du concept à la mesure** , L'harmattan, Paris,2008 , pp 19-20.

وهناك من عرف التنمية المستدامة على أنها: "عملية تحسين خيارات الأفراد بشكل يُمكنهم من تحقيق تطلعاتهم خلال فترات زمنية مستمرة، مع الحفاظ على مرونة الأنظمة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية"¹.

ويُشير هذا التعريف إلى أن التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية تعتمد في توسعها على مجموعة الفرص المتاحة أمام الناس لتحسينها، وفي نفس الوقت فالاستدامة تتحقق من خلال تحسين مرونة هذه المجالات الثلاثة ومدى قدرتها على التكيف.

كما عُرفت التنمية المستدامة أيضا على أنها: "تلك العملية التي تستخدم الموارد الطبيعية دون أن تسمح باستنزافها أو تدميرها كلياً أو جزئياً"².

وعُرفت التنمية المستدامة أيضا بأنها: "التنمية التي تعمل على الحد من التعارض الذي يؤدي إلى تدهور البيئة عن طريق إيجاد وسيلة لإحداث تكامل بين البيئة والاقتصاد"³.

وهذين التعريفين يُركزان بشكل واضح على ضرورة الاهتمام بالبيئة والحفاظ على ما تتضمنه من موارد، لأن هذه الموارد هي محرك عملية التنمية.

وعُرفت التنمية المستدامة أيضا بأنها: " العملية التي تُوفق بين التنمية البيئية والاقتصادية والاجتماعية بشكل يربط بين هذه الأقطاب الثلاثة فيجعل منها فعالة من الناحية الاقتصادية، عادلة من الناحية الاجتماعية، وممكنة من الناحية البيئية"⁴.

إن ما يمكن الخروج به من التعاريف المتعددة التي حاولت توضيح مفهوم التنمية المُستدامة هو إشارتها إلى أنها عملية تتطلب تحليلاً متوازناً ومُتكاملاً لثلاث جوانب رئيسية (اقتصادية، بيئية، اجتماعية)، حيث أن كل جانب من هذه الجوانب له اهتماماته التي يُركز عليها في هذه العملية، فالجانب الاقتصادي مُسخر لتحقيق رفاهية الانسان وبشكل أساسي من خلال زيادة قدرته على استهلاك السلع والخدمات، والجانب البيئي يُركز على ضمان مرونة وحماية الأنظمة البيئية وقدرتها على الاستيعاب، والجانب الاجتماعي يُشير إلى إغناء العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والمجموعات والمؤسسات وتحقيق تطلعاتهم، والتفاعل بين كل هذه الجوانب بشكل سليم يُحدد لنا الإطار العام للاستدامة.

¹ Mohan Munasinghe, **Sustainable development in practice (Sustainomics Methodology and Applications)**, First published, Cambridge University Press, 2009. P32.

² عثمان محمد غنيم وماجدة أحمد أبو زنط، التنمية المستدامة (فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها)، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر، 2007، ص25.

³ محمد عبد الكريم على عبد ربه ومحمد عزت محمد إبراهيم غزلان، اقتصاديات الموارد والبيئة، دار المعرفة الجامعية، إسكندرية، 2000، ص 290.

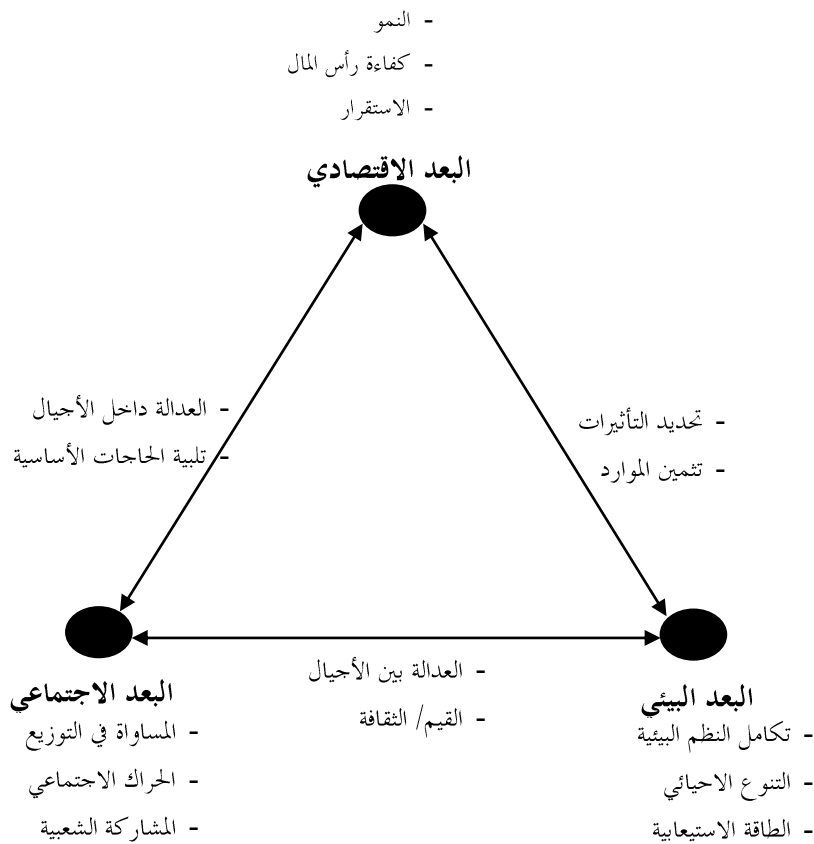
⁴ ريدة ديب وسليمان مهنا، التخطيط من أجل التنمية المستدامة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية، المجلد الخامس والعشرون، العدد الأول، 2009، ص03.

المطلب الثاني: أبعاد ومبادئ التنمية المستدامة

أولاً- أبعاد التنمية المستدامة

لا تُركز التنمية المستدامة على الجانب البيئي فقط كما يعتقد الكثيرون، بل تشمل الجوانب الاقتصادية والاجتماعية أيضاً، وبهذا الشكل فإن التنمية المستدامة تقوم على ثلاثة أبعاد مترابطة ومتداخلة فيما بينها تشكل في مجملها الأبعاد الرئيسية التي تقوم عليها هذه التنمية، وذلك كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (08): ترابط أبعاد التنمية المستدامة (مثلث التنمية المستدامة)



Source: Our own translation based on:

Mohan Munasinghe, **Sustainable Development in Practice, Sustainomics Methodology and Applications**, First published, Cambridge University Press, New York, 2009, p34.

من خلال الشكل نلاحظ أنه هناك ثلاثة أبعاد رئيسية يقوم عليها مفهوم التنمية المستدامة، وأن هذه الأبعاد ليست مستقلة عن بعضها بل هي في حالة ترابط حيث لكل بُعد أهدافه التي تؤثر على الأبعاد الأخرى، وتمثل هذه الأبعاد الرئيسية فيما يلي¹:

1- البعد الاقتصادي: يكون النظام الاقتصادي مستداماً في حالة ما إذا كان بإمكانه إنتاج سلع وخدمات تساهم في تحقيق رفاهية الإنسان بشكل مستمر ودون أن يؤدي ذلك إلى إلحاق الضرر بالبيئة، وهذا يدعو إلى اعتماد أنماط جديدة من الإنتاج والاستهلاك بحيث تحافظ على الموارد الطبيعية وتقليل الأضرار التي يمكن أن تنتج عن الأنشطة الاقتصادية مثل التلوث بمختلف أنواعه.

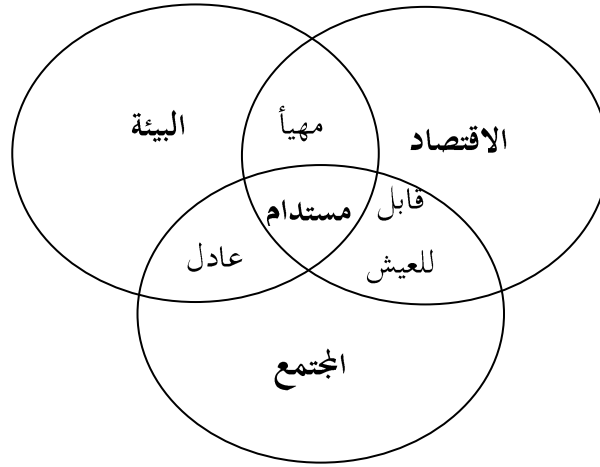
2- البعد الاجتماعي: تعني الاستدامة الاجتماعية تحقيق العدالة في توزيع الثروة بين أفراد المجتمع وضمان الخدمات الأساسية كالصحة والتعليم والسكن لكل فئات المجتمع بما فيها الفئات الفقيرة، كما تتضمن القضاء على كل أشكال الفوارق التي يمكن أن تنشأ في المجتمع كالتمييز بين سكان المدن والأرياف أو التمييز الجنسي والعرقي، وتضمن الاستدامة الاجتماعية مبدأ المشاركة الاجتماعية والسياسية لمختلف الأطراف المكونة للمجتمع.

3- البعد البيئي: حظي هذا البعد باهتمام كبير ضمن مفهوم التنمية المستدامة إلى درجة أن الكثيرين يربطون التنمية المستدامة بالاستدامة البيئية، وتعني هذه الأخيرة ضرورة المحافظة على قاعدة الموارد الطبيعية المتاحة من خلال اعتماد أنماط إنتاج واستغلال عقلائي لهذه الموارد والحفاظ على التنوع البيولوجي، وفي هذا الصدد فإن المختصين في مجال البيئة يشيرون في مقاربتهم للتنمية المستدامة إلى مفهوم "الحدود البيئية"، والذي يعني أن لكل نظام طبيعي حدوداً معينة لا يجب تجاوزها، وفي حالة تخطي تلك الحدود فإن هذه الموارد تصبح عرضة للاستنزاف المفرط وبالتالي يتدهور النظام البيئي، لذلك فالبعد البيئي للتنمية المستدامة يهدف إلى وضع ضوابط لاستغلال قاعدة الموارد الطبيعية المتاحة.

ولا يكفي أن تكون هذه الأبعاد مترابطة مع بعضها من أجل تجسيد مفهوم التنمية المستدامة، بل تحتاج إلى التكامل والتداخل فيما بينها ليتجسد في مركزها مفهوم التنمية المستدامة كما هو موضح في الشكل التالي:

¹ محمد علي باتر، العالم ليس للبيع: مخاطر العولمة على التنمية المستدامة، الطبعة الأولى، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 189.

الشكل رقم (09): تداخل أبعاد التنمية المستدامة



Source : Mathieu Baudin, **Le développement durable : nouvelle idéologie du 21^{em} siècle**, L'harmattan, Paris, 2009. p16.

يوضح الشكل أن أبعاد التنمية المستدامة تكون في حالة تداخل، حيث أن التداخل بين البعد الاجتماعي والبعد الاقتصادي يولد فكرة قابلية العيش، فالنشاط الاقتصادي لا بد أن يوفر درجة من الرفاهية داخل المجتمع بشكل يجعله قابلاً للاستمرار، والتداخل بين البعد الاجتماعي والبيئي يولد فكرة العدالة، إذ أن الثروات المختلفة التي تحتويها بيئة الإنسان لا بد أن توزع بشكل عادل داخل المجتمع مع ضمان مبدأ العدالة للأجيال القادمة، كما أن التداخل بين البعد البيئي والاقتصادي ينتج عنه ضرورة تهيئة الأنشطة الاقتصادية لتتوافق مع الاستغلال العقلاني للموارد المتاحة في البيئة والحفاظ عليها، أما التداخل بين الأبعاد الثلاثة فيشكل مفهوم الاستدامة.

ثانياً- مبادئ التنمية المستدامة

يجب أن تنظر برامج التنمية المستدامة في الأبعاد المكونة للاستدامة، البيئة والمجتمع والاقتصاد، وبالنظر إلى أن السياق المحلي يؤثر تأثيراً كبيراً على هذه الأبعاد، تتخذ التنمية المستدامة أشكالاً عديدة عبر العالم، وتتضمن المثل العليا والمبادئ الكامنة وراء الاستدامة مفاهيم واسعة مثل الإنصاف بين الأجيال، والمساواة بين الجنسين، والتسامح الاجتماعي، وتخفيف وطأة الفقر، والحفاظ على البيئة وإصلاحها، وصون الموارد الطبيعية، وإقامة مجتمعات عادلة ومسالمة.

و قد تضمن إعلان ريو دي جانيرو سبعة وعشرين مبدأً للاستدامة منها¹:

- من حق البشر أن يحيا حياة صحية منتجة وفي وئام مع الطبيعة؛
 - يجب إعمال الحق في التنمية على نحو يكفل الوفاء بشكل منصف بالاحتياجات الإنمائية والبيئية للأجيال الحالية والمقبلة؛
 - استتصال آفة الفقر والحد من أوجه التفاوت في مستويات المعيشة في العالم شرط لا غنى عنه لتحقيق التنمية المستدامة؛
 - حماية البيئة جزء لا يتجزأ من عملية التنمية، ولا يمكن النظر في قضية التنمية بمعزل عن البيئة؛
 - ينبغي أن تأخذ الإجراءات الدولية المتخذة في ميدان البيئة والتنمية أيضاً مصالح واحتياجات جميع البلدان؛
 - ينبغي، من أجل تحقيق التنمية المستدامة والارتقاء بنوعية الحياة لجميع الشعوب، أن تعمل الدول على الحد من أنماط الإنتاج والاستهلاك غير المستدامة وإزالتها وتشجيع السياسات الديمغرافية الملائمة؛
 - للمرأة دور حيوي في إدارة وتنمية البيئة، ولذلك فإن مشاركتها الكاملة أمر أساسي لتحقيق التنمية المستدامة؛
 - الحرب بحكم طبيعتها تدمر التنمية المستدامة، والسلم والتنمية وحماية البيئة أمور مترابطة لا تتجزأ.
- ويمكن أن توجه هذه المبادئ جهود الحكومات والمجتمعات المحلية والمنظمات لتحديد أهداف الاستدامة ووضع برامج للمساعدة على تحقيق تلك الأهداف.

المطلب الثالث: مؤشرات قياس التنمية المستدامة

تتحدد جوانب وأبعاد التنمية المستدامة في ثلاثة أبعاد رئيسة وهي الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والتي تستدعي التركيز عليها جميعا وبنفس الأهمية من أجل تجسيد مفهوم التنمية المستدامة، فعلى الرغم من الانتشار الواسع لهذا المفهوم إلا أن التحدي لا يزال مطروحا في تطوير مؤشرات للقياس.

¹ United Nations for Education, Science and Culture Organization, sustainable-development principles: <http://www.unesco.org/new/ar/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/principles/>, consulté le : 25/10/2011.

إن مؤشرات قياس التنمية المستدامة تختلف عن مؤشرات التنمية التقليدية، فهذه الأخير تهتم بقياس التغير الذي يطرأ على جانب معين من جوانب عملية التنمية باعتبارها جوانب مستقلة وليس لها علاقة بالجوانب الأخرى، أما مؤشرات قياس التنمية المستدامة فإنها تأخذ بعين الاعتبار الترابط والتكامل بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وأن أي تغير يطرأ على أحد هذه الجوانب من شأنه أن ينعكس على الجوانب الأخرى.¹

ومن أجل الوصول إلى صياغة مؤشرات تقيس بكفاءة التنمية المستدامة، فإن عملية إعداد هذه المؤشرات تمر بالمراحل التالية:²

المرحلة الأولى: تتضمن هذه المرحلة الخطوات التالية:

- تحديد الجهات ذات الصلة بتحقيق التنمية المستدامة بجانبها الحكومي والقطاع الخاص؛
- تحديد الدور المفترض من كل جهة في عملية التنمية وتوضيح الأهداف التي تسعى إليها؛
- وضع آلية بمقتضاها يتم التنسيق والتكامل بين مختلف الأدوار التي تؤديها هذه الجهات.

المرحلة الثانية: يتم خلال هذه المرحلة:

- حصر المؤشرات الحالية المستخدمة في عملية التقييم وتوضيح الوضع الحالي بحسب هذه المؤشرات؛
- مقارنة مدى انسجام هذه المؤشرات مع قائمة المؤشرات التي تُعدها المنظمات الدولية مثل منظمة الأمم المتحدة؛

- تحديد الجهات التي سوف تستخدم هذه المؤشرات؛
- تحديد الأهداف من وراء استخدام هذه المؤشرات.

المرحلة الثالثة: تنطوي هذه المرحلة على اختبار المؤشرات التي تعكس الأولويات الوطنية واستراتيجية التنمية المستدامة من خلال قائمة المؤشرات المستخدمة، وخلال هذه المرحلة يتم التأكد من:

- مدى توفر البيانات حول هذه المؤشرات؛

¹ عثمان محمد غنيم وماجة أحمد أبو زنت، مرجع سابق، 2007، ص 254.

² المرجع السابق، ص 255.

- إمكانية جمع البيانات غير المتاحة؛

- استمرارية توفر البيانات؛

- مدى واقعية هذه البيانات.

وخلال أشغال مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة والتنمية الذي عُقد في ريو دي جانيرو سنة 1992 تم التأكيد على ضرورة وضع مؤشرات للتنمية المستدامة وذلك بهدف توفير مجموعة من المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية المنسجمة الكفيلة بإنجاح الجهود الرامية إلى تحقيق الاستدامة، حيث يمكن تطبيق هذه المؤشرات على المستويات الدولية والوطنية والمحلية، وفي هذا الاطار تدعو الأجنحة 21 العالمية في فصلها الأربعين إلى إعداد مؤشرات التنمية المستدامة على مختلف المستويات الوطنية والدولية، فخلال الاجتماع الثالث للجنة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة المنعقد خلال أفريل 1995، تم إقرار برنامج عمل حول مؤشرات التنمية المستدامة، وكان الهدف من انعقاد هذه اللجنة هو توفير قائمة من المؤشرات لقياس التنمية المستدامة.¹

وخلال سنة 2000 أصدرت لجنة الأمم المتحدة للتنمية مجموعة من المؤشرات لقياس التنمية المستدامة في أبعادها الثلاثة، وفيما يلي نوضح بعض هذه المؤشرات:²

1- المؤشرات الاقتصادية: من ضمن المؤشرات الاقتصادية يمكن ذكر:

- مؤشر البنية الاقتصادية: ويتكون من مجموعة من المؤشرات الفرعية متمثلة في مؤشر الأداء الاقتصادي ومؤشر التجارة ومؤشر الحالة المالية، وتقاس هذه المؤشرات الفرعية بحساب معدل الدخل القومي للفرد، والميزان التجاري، وقيمة الدين مقابل الناتج القومي الاجمالي.

- مؤشر أنماط الانتاج والاستهلاك: ويتكون من مؤشرات فرعية كما يلي:

• مؤشر استهلاك المادة الذي يُقاس بمدى كثافة استخدام المواد الخام في الانتاج؛

¹ عمر شريف، استخدام الطاقات المتجددة ودورها في التنمية المحلية المستدامة، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، 2007، ص163.

² محمد الناصر مشري، دور المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة (دراسة الاستراتيجية الوطنية لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة ولاية تبسة)، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2011، صص72-73.

- مؤشر استخدام الطاقة ويُقاس بالاستهلاك السنوي الفردي للطاقة؛
- مؤشر انتاج وإدارة النفايات ويُقاس بإنتاج النفايات المشعة.

2- المؤشرات الاجتماعية: وتتمثل أهمها في:

- مؤشر الفقر ويُعبّر عنه بنسبة السكان الذين يعيشون تحت خط الفقر؛
- مؤشر البطالة ويُقاس بنسبة السكان القادرين والعاطلين عن العمل؛
- مؤشر المساواة في النوع الاجتماعي ويمكن قياسه بمقارنة معدل أجر المرأة مع معدل أجر الرجل؛
- مؤشر الوفاة بحساب معدل وفيات الأطفال دون الخمس سنوات؛
- مؤشر الرعاية الصحية يُقاس بنسبة السكان التي تغطيهم المرافق الصحية؛
- مؤشر مستوى التعليم يُحسب من خلال نسبة الأطفال الذين يصلون للصف الخامس ابتدائي؛
- مؤشر السكن يُقاس بنصيب الفرد من مساحة البيت محسوبة بـ م² لكل فرد؛
- مؤشر الأمن الاجتماعي يُقاس بعدد الجرائم المرتكبة لكل 1000 نسمة؛
- مؤشر النمو السكاني يُحسب من خلال معدل النمو السكاني السنوي.

3- المؤشرات البيئية: تتمثل أهم المؤشرات البيئية فيما يلي:

- مؤشر التغير المناخي يُحسب بتحديد نسب انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون؛
- مؤشر نوعية الهواء يقيس تركيز الملوثات في الهواء؛
- مؤشر التصحر يقيس نسبة الأراضي المتأثرة بالتصحر مقارنة بالمساحة الكلية؛
- مؤشر المناطق الساحلية يقيس نسبة تركيز السكان بالمناطق الساحلية؛
- مؤشر الأنظمة البيئية يقيس نسبة مساحة المناطق المحمية مقارنة بالمساحة الكلية.

وهناك مجموعة من الأساليب الأخرى في الجانب البيئي تتضمن مجموعة من المؤشرات التي تقيس حالة البيئة على المستوى الكلي، من بينها أسلوب البصمة الايكولوجية الذي يقيس الضغط الذي يُمارس على الطبيعة، حيث يقوم على حساب المساحة المنتجة الضرورية (بالمهكتار) لتلبية متطلبات مُجتمع ما، أما الأسلوب الآخر المُمكن اعتماده أيضا هو أسلوب المحاسبة البيئية (المحاسبة الخضراء) الذي جاء كنتيجة لبروز مفهوم التنمية المستدامة وهو ما دفع بالحكومات إلى إدماج البعد الاقتصادي الكلي وعلاقاته بالبيئة في حقل القرار السياسي من خلال مُحاسبة بيئية خاصة تُسمى المُحاسبة الخضراء كإطار مُحاسبي للعلاقات المتبادلة بين الاقتصاد والبيئة¹.

إن هذه المؤشرات تعتبر عينة بسيطة من مجموعة كبيرة من المؤشرات الموزعة على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والتي تسمح بقياس التنمية المستدامة على المستوى الدولي والوطني والمحلي.

المبحث الثاني: ماهية التنمية المحلية المستدامة

عمل الفكر التنموي في العقود الأخيرة على التركيز على التنمية المحلية وأهميتها، ونجاعة النتائج التي يمكن أن تتحقق عبرها من خلال اعتمادها كأسلوب في التخطيط لمعالجة المشاكل الاجتماعية والاقتصادية المحلية، وذلك بالتشاور مع المعنيين بها وإشراكهم في التأسيس والتخطيط والتنفيذ وتقييم نتائجها، وقد باتت التنمية المحلية تشكل ركيزة أساسية من ركائز التنمية، بحكم أنها تهدف إلى تحقيق التوازن التنموي بين مختلف المناطق، إضافة إلى دورها المهم في تفعيل الاستثمارات المحلية وخلق فرص العمل داخل المجتمع المحلي.

المطلب الاول: الإطار النظري لمفهوم التنمية المحلية في الاقتصاد الإقليمي

أخذ المكان أو المجال موقعا مهما في العلوم المعاصرة وإن بدرجات متفاوتة، ففي سياق علم الاقتصاد ظهر الاهتمام بالمكان من خلال مفاهيم التخصيص والتنويع، وزادت حدة هذا الاهتمام مع ظهور نظرية التوطن التي بحثت في اختيار المنشآت والتجمعات لموطن النشاط، وبعدها ظهر فرع الاقتصاد الإقليمي الذي اختص في دراسة النمو والتنمية على مستوى الإقليم، أما في علم الاجتماع فإن أهمية المكان برزت من خلال دراسة سوسيولوجيا المجتمعات الأولية والجماعات ذات الانتماءات الفرعية بصورها المتعددة عبر دراسة التجمعات

¹ الطاهر خامرة، المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة (حالة سوناطراك)، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007، ص39.

السكانية العرقية والقبلية والدينية والجهوية، ومن جهته اهتم علم السياسة خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية بهيكل السلطة على المستوى المحلي ودراسة العلاقة بين أصحاب المصالح وقوى الضغط المحلي، بينما تبوأ المكان في علم الادارة أهميته من خلال توزيع السلطة بين المستويات المركزية واللامركزية.¹

أولاً- تطور مفهوم المكان في الاقتصاد الإقليمي

كان المفهوم التقليدي للمكان كما عبرت عنه نظرية التوطن عبارة عن المجال الطبيعي الجغرافي الذي يمكن له أن يحتوي الأنشطة الاقتصادية، وعليه فهو يمثل مجرد فاصل طبيعي (فيزيقي)، وبحسب "بيرو" فإن المكان هنا هو مساحة ممتدة قابلة للانقسام بطبيعة الأمر وقابلة للتقسيم أيضا بإرادة صانع القرار السياسي والاداري، وقد انتشر هذا المفهوم لنظرية التوطن في أوائل القرن العشرين كنتيجة لتطور الفكر الاقتصادي نحو شمول التوزيع الجغرافي للأنشطة الاقتصادية تبعا لخاصية الندرة والمنفعة.²

ومع ظهور فرع الاقتصاد الإقليمي في منتصف القرن الماضي بدأ النظر إلى المكان كمجال متجانس وقابل للتقطع في نفس الوقت، حيث نظر هذا المفهوم بشكل ايجابي مع المجال الجغرافي مقارنة بالمفهوم القديم الذي يلعب دور المتلقي لقرارات المنشآت والسلطة العامة، وهو بذلك الشكل يكون فقط محلا للأنشطة المخصصة عليه من أجل غرض واحد هو تحقيق الأغراض العامة للدولة.

في الستينيات أخذ يُنظر إلى المكان باعتباره وحدة متميزة، حيث أن لكل مجال جغرافي ملامحه الخاصة وهو بهذا الشكل ليس مجالا فارغا وإنما مجال مليء بالخواص الذاتية التي تميزه عن غيره، مما يؤهله لأن يكون محورا للسياسة العامة وسياسة التنمية بالذات، وهكذا ظهر مفهوم التنمية الإقليمية.

وأضافت فكرة الإقليم بُعدا ديناميكيا للمكان، فالإقليم هنا ليس فقط فضاء ماديا محددا ولكنه بناء اجتماعي تتشكل بين الأطراف الفاعلة فيه فكرة الهوية، كما أنه يُبنى بموارده، وبعبارة أخرى حتى يُصبح فضاء ما أو منطقة محددة "إقليميا" من الضروري أن تتجمع الأطراف الفاعلة حول هدف مشترك وإيجاد طرق

¹ محمد عبد الشفيق عيسى، مفهوم ومضمون التنمية المحلية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، العددان 43 و44، القاهرة، 2008، ص160.

² المرجع السابق، ص161.

للتنسيق فيما بينها، وهكذا يُصبح مفهوم الإقليم يتجاوز الفكرة المجردة للفضاء المكاني لينظر إلى المكان على أنه فضاء طبيعي واقتصادي واجتماعي له تاريخه ومشروعه المستقبلي.¹

وتواصل تطور مفهوم المكان إلى أن تبلور المفهوم الجديد للتنمية داخل المكان "الإقليم، المنطقة المحلية" في الثمانينات، والذي من أهم ملامحه:²

- التنمية هي عملية تفاعلية مليئة بالحركات التي تتم من أسفل إلى أعلى، أي أن التنمية تتم في وسط معين هو الوسط المحلي بالذات، ومع تطور المفهوم الجديد للمكان جاءت نظرية أقطاب النمو لفرانسوا بيرو لتبين أن التنمية لا تظهر في جميع الأماكن بل إنما عملية انتقائية وتراكمية، فهي تستمر بمجرد ظهورها وتغذي نفسها ذاتيا مع الدور الذي تلعبه السياسة العامة لتجعلها قوة جاذبة لغيرها كقاطرة أو كقطب للنمو؛

- المنطقة المحلية لها بعدان؛ البعد الأول اقتصادي باعتبارها منظومة تتيح الاستفادة من الوفرات الخارجية واقتصاديات الحجم، وتحقق العوائد المتزايدة وخاصة من الناحية التكنولوجية التي تهدف إلى تطوير القدرة الابتكارية وتحسين مستويات الانتاجية لمجموع المنشآت المنخرطة في هذه المنظومة، أما البعد الثاني فهو مؤسسي وتنظيمي، حيث تنمو المنطقة من خلال تغذية الروابط المغروسة في داخلها بين مختلف الفاعلين الاجتماعيين (القطاع الخاص، المجتمع المدني، الحكومة، الكيان العلمي والتكنولوجي، الهيئات الممثلة للمجتمع المحلي)، ومن خلال هذا البعد المؤسسي يتكون ما يسمى برأس المال العلاقي (رأس المال الاجتماعي).

ثانيا- مفهوم التنمية المحلية

ظلت مسألة التنمية خصوصا في الفترة التي تلت الحرب العالمية الثانية إلى غاية عقد السبعينيات تُطرح أساسا على المستوى القطري أو الكلي مع اعتمادها على مقارنة اقتصادية ضيقة متمثلة في تحقيق مكاسب سريعة في شكل رفع معدلات النمو الاقتصادي (الناتج القومي الإجمالي) مع توفير الظروف المواتية لإعادة توزيع الدخل المحقق من العملية التنموية بأعلى كفاءة وعدالة ممكنة، لكن تنامي الوعي بدرجة التفاوت الإقليمي في مستويات التنمية المسجلة جعل من المسألة الإقليمية محورا للتركيز والاهتمام .

¹ Le soutien Financier de la Communauté Européenne, Economie **du développement rural**, document préparé dans le cadre du projet **FORMder** (Formation Multipole et Pluridisciplinaire En Développement Rural), programme Tempus, p60, sur le site : http://formder.iamm.fr/ressources/cours/economie_dvpmtrural.pdf, consulté le : 25/12/2011.

² محمد عبد الشفييع عيسى، مرجع سابق، ص 161.

وقد أثار مفهوم المحلية العديد من المناقشات حول تحديد المستوى الذي يكون عليه ما هو محلي، فهل ينبغي أن يكون مرتبطا بالمستوى الإداري؟ وإن كان كذلك فأى مستوى نقصد؟ وما هو الواقع المكاني أو الاجتماعي الذي يشغله؟ وفي خضم هذه المناقشات رأى البعض أن المحلي عبارة عن حيز بالغ الصغر والضيق¹.

وفي هذا الصدد فقد تعددت تعريفات التنمية المحلية وذلك وفق مقاربات متنوعة وزاوية معالجتها سواء اقتصاديا أو اجتماعيا أو حضاريا، ونورد فيما يلي بعض هذه التعاريف:

- تعرف التنمية المحلية على أنها: " عملية يقوم خلالها الشركاء من القطاع الحكومي والقطاع غير الحكومي بالعمل بشكل جماعي من أجل توفير ظروف أفضل لتحقيق النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل"².

من خلال هذا التعريف تم التركيز على الجانب الاقتصادي للتنمية المحلية حيث أن هدف التنمية من هذه الزاوية يتمثل في تعزيز القدرات الاقتصادية لمنطقة محلية من أجل تحسين مستقبلها الاقتصادي ومستوى المعيشة ككل في هذه المنطقة.

- وتعرف التنمية المحلية أيضا على أنها: "حركة تهدف إلى تحسين الأحوال المعيشية للمجتمع في مجمله على أساس المشاركة الإيجابية له وبناء على المبادرة الذاتية منه، وإذا لم تظهر المبادرة تلقائيا تتم الاستعانة بالوسائل المنهجية لبعثها واستشارتها بطريقة تضمن استجابة فعالة لهذه الحركة"³.

- كما تُعرف أيضا على أنها: "العملية التي بواسطتها يمكن تحقيق التعاون الفعال بين جهود المواطنين وجهود السلطات العمومية للارتفاع بمستويات التجمعات المحلية والوحدات المحلية اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا من منظور تحسين نوعية الحياة في منظومة شاملة ومتكاملة"⁴.

- يعرف كسابيير غريف التنمية المحلية كما يلي: " التنمية المحلية هي عملية تنويع الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية وإغنائها داخل أي إقليم انطلاقا من تعبئة وتنسيق موارده وطاقاته"⁵.

¹ Le Soutien Financier de la Communauté Européenne , Op.Cit, p65.

² بيتر كليزمان ستيفتاج ، التنمية المحلية الاقتصادية (دليل وضع وتنفيذ استراتيجيات تنمية الاقتصاد المحلي وخطط العمل بها)، البنك الدولي، 2004، ص9.

³ رشيد أحمد عبد اللطيف، أساليب التخطيط للتنمية، المكتبة الجامعية، مصر، 2002، ص 19.

⁴ عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2001، ص 13.

⁵ Anonyme, **Regardes sur le développement local** , sur le site : www.tanmia.ma/article.php, consulté le 08/07/2011.

فمنطلق التنمية المحلية إذن هو تبني مبدأ البناء من أسفل، بأن نجعل من تنمية الجماعات المحلية نقطة الانطلاق الأساسية لتنمية المجتمع ككل.

- كما عُرفت التنمية المحلية أيضا بأنها: "عملية تتم بشكل قاعدي من الأسفل وتعطي الأسبقية لحاجات المجتمع المحلي، وتتأسس على المشاركة الفاعلة لمختلف الموارد المحلية وكل ذلك في سبيل الوصول إلى رفع مستويات المعيشة والاندماج والشراكة والحركية، وتعتمد على تفصيل كل موارد مجتمع محلي ما باعتبار هذه الموارد والمؤهلات المحلية فاعلا مهما في صناعة التغيير وضمان استمراريته مع الانسان المحلي.¹

من خلال هذه التعاريف يتضح بأن التنمية المحلية تنطوي على إحداث تغيير في البنية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع المحلي، حيث تكون للأجهزة المركزية دورا فيها من خلال السياسات والبرامج الحكومية بإشراك الأجهزة المحلية والفاعلين المحليين، وبالتالي فان فلسفة التنمية المحلية تقوم على مجموعة من المبادئ:

- التنمية المحلية هي عملية مستمرة؛

- تتطلب التنمية المحلية حشد جهود الأطراف المحلية ويركز البعض هنا على مفهوم التنمية بالمشاركة بإشراك كل الأطراف في جميع عملية التنمية، من خلال حشد واستغلال الموارد المحلية؛

- تتطلب عملية التنمية المحلية إدارة محلية أي اقتساما للسلطة واطارا تشريعيا خاصا.

وبإدخال مفهوم الاستدامة على التنمية المحلية فان التنمية المحلية المستدامة تشير إلى تلك العملية التي يشترك فيها كل الناس على المستوى المحلي والذين يأتون من كل القطاعات ويعملون سويا لتحفيز النشاط الاقتصادي المحلي والذي ينتج عنه اقتصاد يتسم بالمرونة والاستدامة، وهي عملية تهدف إلى تكوين الوظائف الجديدة وتحسين نوعية الحياة للفرد و المجتمع، بما فيها الفقراء والمهمشين مع المحافظة على البيئة.²

¹ الأمين عوض الحاج أحمد وآخرون، الأطر المؤسسية للمجتمع المحلي والشراكة في تحقيق التنمية، أوراق عمل ورشة التنمية المحلية ودورها في التنمية المحلية، الخرطوم 2007، على الموقع:

www.welfare.gov.sd/workshop/tanmia/2.pdf, (25/12/2011).

² أمينة عثمان وزوليخة الفرطاس، الحكم الراشد والتنمية المحلية المستدامة، على الموقع: <http://chaib.olympic-network.com/news.php>, (28/08/2011).

ثالثاً- أهداف التنمية المحلية

من أجل أن تكون التنمية المحلية ناجحة يجب أن تُبنى برامجها على أساس التخطيط العلمي بُغية إشباع الاحتياجات الأساسية للسكان المحليين وتحسين ظروفهم وإطار معيشتهم بشكل دائم ومستمر، وبالتالي يجب على هذه التنمية أن توجه لتحقيق مجموعة من الأهداف من بينها:¹

- حشد وتأمين الموارد البشرية والطبيعية والثروات المحلية وترشيد استعمالها؛
- التخفيف في التفاوت التنموي بين الأقاليم والمناطق المختلفة داخل الإقليم الواحد؛
- ترقية الأنشطة الاقتصادية الملائمة لكل إقليم من خلال مراعاة الخصوصية التي تميز كل إقليم؛
- وضع سياسة اقتصادية حوارية وتفعيلها بحيث تتوافق معها مختلف الأنشطة القطاعية الاقتصادية والاجتماعية؛
- إشراك المواطنين في تحديد الاحتياجات وفي الأعمال المُراد القيام بها؛
- تحسين ظروف وإطار حياة السكان على المستوى المحلي من خلال ترقية نوعية الخدمات الجوارية وتحسين فاعلية البرامج الاجتماعية والاقتصادية لضمان الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي وتثبيت السكان خاصة في المناطق ذات الطبيعة الريفية؛
- ضمان العدالة في الاستفادة من المرافق والخدمات الأساسية والتحلي بالشفافية في أسلوب توزيع الثروة على المستوى المحلي.

¹ أحمد شريفي، تجربة التنمية المحلية في الجزائر، مجلة علوم انسانية، العدد 40، 2009، على الموقع:

<http://www.ulum.nl/d175.html>, (28/08/2011).

المطلب الثاني: التنمية المحلية بين قوى الدفع الداخلي والخارجي

انقسمت مقاربات تفسير التنمية المحلية (التنمية داخل الاقليم) بين مقاربتين رئيسيتين، حيث ترى المقاربة الأولى أن التنمية تتحقق بناء على عوامل خارجية (Le développement exogène)، بينما يرى أصحاب المقاربة الثانية أن التنمية المحلية تنشأ وتتطور داخل منطقة معينة أو إقليم معين بناء على عوامل داخلية مميزة لتلك المنطقة أو الإقليم (Le développement endogène).

أولاً- التنمية المحلية وقوى الدفع الخارجي

من بين النظريات التي تبنت هذه المقاربة ما يلي:

1- نظرية أقطاب النمو: وضع فرانسوا بيرو عام 1956 هذه النظرية في صورتها الأولى، متجاوزا الافتراضات التقليدية المتعلقة بالمكان (المكان المتمثل والمتجانس والمسطح) إلى الافتراضات التي تشير إلى أن المكان متنوع وتفاعلي وغير متجانس، واعتمد بيرو في تحليله على المنشأة الكبيرة كمحفز للنمو على مستوى المنطقة أو القطب، ولم يبرز بشكل كافٍ دور الموقع المحلي من خلال علاقة القرب الجغرافي والاقتصادي في العملية التفاعلية والتراكمية لتكوين قطب النمو.¹

وبحسب Philippe Aidalot فإن نظرية أقطاب النمو هي نظرية للتنمية الاقتصادية وأيضا نظرية للتقسيم الجالي (المكاني) للتنمية، إذ تحاول إبراز أن النمو يتركز داخل الفضاء المحلي وأن هذا القطب هو الآلية المحفزة على التنمية لمناطق أخرى، فالتنمية هنا لا تظهر بانتظام أو على نمط واحد داخل الفضاء، بل أنها تتركز أولا بقطب أو منطقة ثم تنتقل آثارها إلى أقطاب أخرى.²

2- نظرية الانتشار الجغرافي (أو الحيزي) للابتكار: وضع الاقتصادي السويدي هاغرشتند (Hagerstand) نموذجا يشير إلى أن الابتكارات تتدفق من خارج المناطق المحلية لتصب في داخلها من خلال قنوات للانتقال والانتشار بين المناطق، وهذا مرده التفاوت بين الأقاليم والمناطق من حيث القدرة على النمو، والتباين بينها في مستوى الابتكار.

¹ محمد عبد الشفيق، مرجع سابق، ص165.

² Suzanne Tremblay, **Du concept de développement au concept de l'après-développement (Trajectoire et repères théoriques)**, Edition Université du Québec, 1999, p22.

3- نظرية دورة حياة المنتج ودورة حياة الأقاليم: أشارت النظرية السابقة إلى أن الانتشار الحيزي للابتكار هو عملية مستمرة في المكان، وعليه فإن نظرية دورة حياة الإقليم لـ "نورتن وريس" أضافت الاستمرارية في الزمان (استُمدت هذه النظرية من نظرية دورة حياة المنتج لـ "ريموند فيرنون")، وبحسب هذه النظرية فإن التباين بين الأقاليم والمناطق ناتج عن اختلاف المرحلة التي يمر بها كل إقليم على نفس مسار التطور التكنولوجي للمنتجات، الذي يتكون من ثلاث مراحل: منتج جديد، ونضوج المنتج، ثم الانتقال أخيراً إلى مرحلة الانتاج النمطي، وعلى نفس الشاكلة ينتقل الابتكار من المناطق القوية إلى المناطق الضعيفة.¹

ثانياً- التنمية المحلية وقوى الدفع الداخلي

خلال السبعينيات من القرن الماضي ظهرت مجموعة من الاتجاهات النظرية التي اعتمدت المفهوم الجديد للمكان في تفسير التنمية المحلية، حيث يعتبر هذا المفهوم أن المكان هو عامل أو مورد انتاجي مستقل، كما أن توزيع الأنشطة داخله لا يتم بالتساوي وإنما بشكل متباين من منطقة إلى أخرى، وأن كل منطقة تتراكم داخلها عوامل القوة والضعف التي هي بالأساس عوامل غير ملموسة مثل المعرفة والتعلم وخبرة العمل الجماعي والقدرات التنظيمية والمؤسسية.

ويُرجع الباحث الايطالي "روبرت كابلو" بروز هذه الاتجاهات الجديدة إلى الواقع الذي شهدته إيطاليا في أوائل السبعينيات من حيث النمو المحلي السريع والفجائي الذي عرفته بعض أقاليم إيطاليا، خاصة في شمالها الشرقي، إذ كان من الصعب تفسير هذا النمو المحلي بالطريقة النيوكلاسيكية القائمة على حرية الحركة لعنصر رأس المال بين الأقاليم، كون هذا المعدل تناقص في تلك الفترة ولم يرتفع، كما كان صعباً تفسيره بمنظور فرانسوا بيرو حول أثر المنشأة الكبيرة، وفي سياق محاولة تفسير هذا الواقع ظهر اتجاهان رئيسيان:

– الاتجاه الأول مستمد من ألفرد مارشال وسمي الاتجاه المارشالي الجديد الذي يُفسر نمو المنطقة المحلية من خلال تحولها إلى منطقة صناعية؛

– الاتجاه الثاني مستمد من شومبيتر وسمي اتجاه "الشومبيترين الجدد" الذي يُفسر النمو المحلي بقوة الابتكار.

¹ محمد عبد الشفيق، مرجع سابق، ص166.

وقد تفرعت عن هذين الاتجاهين التفسيرات التالية¹:

1- الكفاءة السكنوية للمكان (المنطقة الصناعية من وجهة نظر المارشالية الجديدة)

إن المنطقة الصناعية داخل إقليم معين بإمكانها توليد وفورات خارجية محلية تعمل على زيادة الإيرادات وتخفيض النفقات، وهو ما يجعل هذه المنطقة تتميز بكفاءة استاتيكية (سكونية)، ومصدر هذه الوفورات يرجع إلى تجمع الأنشطة الصناعية ذات الطابع العنقودي، ومن بين الشروط التي تجعل من منطقة جغرافية معينة منطقة صناعية:

- التقارب الجغرافي بين المنشآت في المنطقة المحلية؛
- التقارب الاجتماعي؛
- تركيز المنشآت الصغيرة؛
- التخصص في المراحل المختلفة للسلسلة الصناعية من التصميم إلى التسويق.

2- نظرية الكفاءة الديناميكية (الحركية)

المقصود بالكفاءة الديناميكية هو الأثر الذي يولده المكان من خلال تنامي القدرة الابتكارية والابداعية للمنشآت عبر الزمن، ومن بين الشروط التي تجعل من منطقة محلية منطقة ذات كفاءة ديناميكية ما يلي:

- أنشطة البحث والتطوير؛
 - توفر الخدمات المتقدمة؛
 - قوة العمل الماهرة؛
 - رأس المال الاجتماعي المتمثل في القدرة على العمل المشترك بروح التعاون وتبادل المعارف والخبرات.
- فمن خلال هذان التوجهان اللذان يدوران حول قوى الدفع الداخلي والخارجي للتنمية المحلية، يمكن القول أن هذه التنمية تُبنى في المقام الأول على القدرات الداخلية لإقليم ما، وهذا لا يعني انغلاقاً على الذات بل

¹ المرجع السابق، ص 167.

لا بد من الانفتاح الذي يسمح بالقيام بتبادلات متعددة، وهو موقف وضحه الاقتصادي "بيرنارد بيكير" عندما قال « في الواقع ليست التنمية المحلية "محلية" ¹، ومن الضروري أن تسري المعلومات داخل الإقليم الذي هو بصدد التنمية حتى تتعزز مبادرات مختلف الفاعلين في التنمية عن طريق الاحتكاك ببعضها البعض، كما يجب على السلطات العمومية المحلية المشاركة في مشروع التنمية المحلية من خلال ضمان حركة سوسيو اقتصادية داخل الإقليم.

المطلب الثالث: الأجندة المحلية للقرن الحادي والعشرين كإطار مرجعي للتنمية المحلية المستدامة

إنّ عملية التنمية المستدامة على مستوى أي إقليم هي عملية شاملة تهم مصلحة المجتمع بأكمله و هذا يعني أنّ جميع الأطراف عليها المشاركة في تلك العملية من أجل جعلها أكثر تنظيماً وأوسع تفاعلاً، وهذا يعتمد على وضع أولويات لكل منطقة بحيث تكون هذه المجتمعات المحلية قادرة على التكيف مع البيئة المتغيرة وتعديل الأولويات بحسب ظروف كل منطقة، فعندما تأخذ كل منطقة استراتيجيتها وأولويات تنميتها المحلية بما يتناسب مع ظروفها بحيث تكمل بعضها البعض نصل في النهاية إلى تنمية شاملة على مستوى الدولة.

أولاً- تعريف الأجندة المحلية للقرن الحادي والعشرين

تمخضت أجندة العمل للقرن الحادي والعشرين (الأجندة المحلية 21) عن مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة والتنمية "قمة الأرض" المنعقدة سنة 1992 بريتو دي جانيرو بالبرازيل، وهي برنامج عمل يرمي إلى مواجهة المعوقات البيئية والتنموية للقرن الحادي والعشرين، كما تشكل خطة عمل عالمية يفترض بها تطبيق مبادئ التنمية المستدامة (المشاركة، الملوث الدافع،..) في مختلف الأنشطة الممارسة، وقد تناولت عدة أبحاث ومصادر بعض التعاريف حول الأجندة المحلية للقرن الحادي والعشرين، نورد بعضها فيما يلي:

– الأجندة المحلية 21 هي "برنامج عمل يحدد أهداف ووسائل تحقيق التنمية المستدامة على المستوى المحلي، والتي يدعمها تكاثف الجهود الجماعية والتشاور مع مجموع النشاط الاقتصادي والاجتماعيين" ².

¹ Anonyme, **Regardes sur le développement local**, www.tanmia.ma/article.php, consulté le 08/07/2011.

² Redjal Omar, **Vers un développement urbain durable (phénomène de prolifération des déchets urbains et stratégie de préservation de l'écosystème exemple de Constantine)**, mémoire de magister, Faculté de science de la terre, de géographie et de l'aménagement de territoire, Université Mentouri, Constantine, 2005, P32.

- الأجندة المحلية 21 هي "مقاربة من خلالها يتم إشراك المجتمعات المحلية في صياغة استراتيجية التنمية المستدامة وبرنامج العمل الذي سوف يُعتمد، وتركز هذه المقاربة على مبادرة السلطات المحلية، إذ يتوقف نجاحها على التعاون الوثيق بين السكان والمنظمات الحكومية وغير الحكومية وباقي أصحاب المصالح على المستوى المحلي"¹.

- "الأجندة المحلية 21 أو أجندة القرن الحادي والعشرين، تتضمن ما يجب القيام به خلال القرن الحادي والعشرين وهذا بمشاركة كل الفاعلين الاقتصاديين والاجتماعيين والسكان، وهي وثيقة تتلاقى عندها سياسات التنمية الاقتصادية المحلية والتنمية الاجتماعية ومحاربة اللامساواة وحماية البيئة والتسيير الكفء للموارد"².

وعليه فإن جوهر عمل الأجندة المحلية 21 هو تطبيق اللامركزية بحيث يكون كل إقليم قادر على تنظيم نفسه وإعداد الخطط اللازمة لتلبية احتياجاته، على أساس المشاركة الاجتماعية للمواطنين والسلطات المحلية على حد سواء، وهذا لا يعني أن يتم العمل بمعزل عن السلطات العليا فهذه الأخيرة هي التي توفر قنوات الاتصال بين الشركاء بشكل يجمع بين السياسات الحكومية مع إجراءات محددة من قبل المجتمع المحلي.

وقد جاء الفصل الثامن والعشرين، ضمن تقرير الأمم المتحدة الصادر عن قمة الأرض 1992، بعنوان "مبادرات السلطات المحلية في مجال دعم جدول أعمال القرن الحادي والعشرين"³، حيث أشار بوضوح إلى ضرورة مشاركة وتعاون السلطات المحلية في دعم جهود تحقيق التنمية المستدامة باعتبار أن الكثير من المشاكل التي يعالجها جدول أعمال القرن الحادي والعشرين هي مشاكل متجذرة في الأنشطة المحلية، وبالتالي ينبغي لهذه السلطات أن تُشرك مواطنيها والمنظمات المحلية في الحوار من أجل اعتماد جدول أعمال محلي للقرن الحادي والعشرين من خلال التشاور وبناء توافق في الآراء، حيث تسمح هذه العملية بزيادة الوعي المحلي بقضايا التنمية المستدامة وهو ما من شأنه أن يساهم في تعديل البرامج والسياسات والقوانين لتحقيق أهداف القرن الحادي والعشرين بناء على البرامج المحلية المعتمدة.

¹ International Council for Local Environmental Initiatives, **Tourism and Local Agenda 21 (The role of local authorities in sustainable tourism)**, United Nations Environment Programme (UNEP), United Nation Publication, 2003, p8, sur le site: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/3207-TourismAgenda.pdf>, consulté le: 08/07/2011.

² Laurent Comélieu et al, **Repères pour l'agenda 21 local**, dossiers et débats pour le développement durable, p46, sur le site : http://www.association4d.org/IMG/pdf/agenda_21_local.pdf, consulté le 08/07/2011.

³ منظمة الأمم المتحدة، تقرير مؤتمر القمة العالمي حول البيئة والتنمية، نيويورك، 1993، ص 418، على الموقع: <http://www.un.org/ar/events/motherearthday/pdf/JohannesburgPlan.pdf>, (08/07/2011).

وبهذا الشكل فإن الأجندة المحلية للقرن الحادي والعشرين هي مخطط عمل يهدف لتجسيد أفضل للتنمية المستدامة على المستوى المحلي، حيث يتضمن في نفس الوقت على برنامج وآلية تنفيذ تجعله أداة جيدة لتحقيق التنمية المستدامة محليا، ويتميز هذا المخطط بكونه¹:

- مصمم بناء على الخصائص والحقائق المميزة لكل إقليم ومجتمع محلي من أجل الاستجابة القصوى لحاجاته وتحقيق أهدافه؛
- يتجاوز العلاقات البسيطة داخل المجتمع المحلي بحيث يسمح للسلطات المحلية بإدارة شبكة النشاط والفاعلين والخبراء والمعارف المتنوعة السائدة داخل الإقليم؛
- يساعد على نشر ثقافة التنمية المستدامة بين المسؤولين والمواطنين على حد سواء، كما يخلق الشروط المثلى للحوار بين أصحاب القرار والسكان المحليين.

ثانيا- تصميم أجندة محلية

إن أحد أهم أهداف قمة ريو دي جانيرو كان العمل من أجل الانتقال من مجرد الأفكار إلى سياسات تحقيق التنمية المستدامة من خلال الدمج بين قضايا البيئة والتنمية وجعلها مترابطة ببعضها، حيث لوحظ أن بعض الصعوبات والحلول المرتبطة بها أيضا كانت على المستوى المحلي، لذلك كان لدور السلطات المحلية والفاعلين المحليين الدور المحوري في تطبيق رؤية وسياسة متكاملة بخصوص القضايا المحلية البيئية والاجتماعية والتنمية بتبني خطط عمل محلية.

ويتضمن بناء أجندة على المستوى المحلي اتباع بعض الخطوات التي من شأنها أن تسهل من الوصول إلى صياغة برنامج عمل، وعادة ما تتضمن هذه الخطوات ما يلي²:

- 1- عقد منتديات أو مجموعات عمل حول الأجندة المحلية²¹؛
- 2- مناقشة وتحليل القضايا المحلية الرئيسية؛
- 3- تحديد الأهداف والأفكار التي يجب العمل من أجلها لتحقيق التنمية المستدامة على المستوى المحلي؛

¹ Redjal Omar, Op.Cit, p 34.

² International Council for Local Environmental Initiatives. Op.cit, p09.

4- دمج هذه الأهداف والأفكار في إطار خطة عمل مصممة من طرف السلطات المحلية بمشاركة باقي الفاعلين المحليين؛

5- تطبيق خطة العمل بتدخل كل الأطراف ذات العلاقة على المستوى المحلي.

وعلى الرغم من الاهتمام الذي شهدته موضوع التنمية المستدامة على المستويات المحلية خاصة بعد قمة ريو دي جانيرو سنة 1992 إلا أن الأهداف المسطرة من طرف هذه القمة لاتزال بعيدة عن التحقيق على المستوى الدولي، باستثناء قارة أوروبا التي عرفت تقدما كبيرا في خطط التنمية المستدامة على المستوى المحلي، حيث استحوذت سنة 2002 على حصة 90% من مجموع الأجندات المحلية العالمية¹.

أما بالنسبة للسياحة فإن الأجندة المحلية 21 معنية أيضا بتطبيق مبادئ التنمية المستدامة في القطاع السياحي على الرغم من أنها لم تفصل فيها كثيرا، إلا أن مفهوم التنمية المستدامة أصبح واضحا جدا في السياسات والأنشطة السياحية على المستويات الوطنية والمحلية، فعلى سبيل المثال فإن المفوضية الأوروبية ومن خلال الورقة الخضراء في السياحة ترى أنه من الضروري لمستقبل صناعة السياحة الأوروبية أن تعمل وفقا لمبادئ التنمية المستدامة، وضمان أن لا تتسبب الأنشطة السياحية في تهديد الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة سواء في الوقت الحالي أو مستقبلا.

وهكذا ومن خلال المفهوم الشامل للتنمية المستدامة ظهر مفهوم السياحة المستدامة، الذي يعمل على إدارة الأنشطة السياحية بشكل مستدام وأن لا يُسمح بإتلاف الموارد بمختلف أنواعها من خلال هذه الأنشطة.

المبحث الثالث: إدماج مبادئ التنمية المستدامة في القطاع السياحي

خلال قمة ريو لم تدخل السياحة ضمن اهتمامات جدول أعمال القرن الحادي والعشرين، إلا أن برنامج تنفيذ هذا الجدول المعتمد سنة 1997 من طرف الجمعية العامة للأمم المتحدة في دورتها الاستثنائية تضمن موضوع السياحة كأحد مواضيعه القطاعية، وأقر بأن السياحة تُشكل أحد أكبر الصناعات في العالم وأحد أسرع القطاعات الاقتصادية نموا.

¹ Centre Ressources Prospectives du Grand Lyon, Les Agendas 21 Locaux (bilan et perspectives en Europe et en France, 2009, p14, sur le site : www.millenaire3.com/uploads/tx_ressm3/Agenda21.pdf, consulté le : 15/07/2011.

هذا التوسع السريع الذي عرفه القطاع السياحي شكل ضغطا كبيرا على الجهات السياحية فيما يتعلق بالجوانب البيئية والثقافية والاجتماعية، نتيجة للإفراط في استهلاك الموارد والتلوث والنفايات الناجمة عن تطوير البنية التحتية والمرافق السياحية، ومع تزايد هذا الوعي تم الإقرار بأن السياحة لها من المؤهلات ما يمكنها من تحقيق فوائد اقتصادية على المجتمعات المحلية (المضيفة) وكوسيلة من وسائل تخفيف الفقر والحفاظ على الثروات الطبيعية والثقافية، بشرط وضع الخطط المناسبة وإدارة القطاع السياحي وفق رؤية طويلة الأمد تراعي مبادئ الاستدامة، وهو الأمر الذي يتطلب ضرورة العمل على تنمية القطاع من خلال التخطيط الاستراتيجي على كافة المستويات الدولية والوطنية والإقليمية والمحلية، وسنحاول في هذا المبحث التطرق إلى هذه الجوانب.

المطلب الأول: مفهوم ومبادئ التنمية السياحية المستدامة

لم تشكل السياحة أحد الاهتمامات الكبرى لقمة ريو دي جانيرو حول التنمية المستدامة عام 1992، فالتوجهات حول مفهوم السياحة المستدامة انطلقت من طرف المؤسسات الدولية مع نهاية التسعينات، وأخذت هذه الاهتمامات الطابع الرسمي مع مطلع الألفية الجديدة.

أولاً- مفهوم التنمية السياحية المستدامة

تُعرف التنمية السياحية بشكل عام على أنها: " عملية متعددة الأبعاد فهي ليست ظاهرة اقتصادية كما يعتقد البعض، بل إنها تهدف إلى إحداث تغييرات جذرية في البنى الاجتماعية والمؤسسية وتعمل على توسيع النمو الاقتصادي والتخفيف من حدة الفوارق الإقليمية ومكافحة الفقر"¹.

كما تُعرف أيضا على أنها: " مجموعة العمليات التي يتم إحداثها في القطاع السياحي بمختلف مجالاته وأنواعه، للمساهمة في تطوير الخدمات والفعاليات السياحية بهدف إيصال السائح إلى أقصى حالات الرضا والقناعة، وفي النهاية الإسهام في تدعيم الاقتصاد القومي"².

¹ عثمان محمود غنيم، مقدمة في التخطيط التنموي والإقليمي، الطبعة الثالثة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 03.

² سعد إبراهيم حمد، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة سانت كليمنتس العالمية، بغداد، 2008، ص 35.

كما تم تعريف التنمية السياحية على أنها: "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الانتاجية في القطاع السياحي".¹

وتتطرق هذه التعاريف بشكل عام إلى عملية التنمية السياحية التي يجب أن تتم من خلال التخطيط للأنشطة المتعلقة بتطوير القطاع السياحي، دون التطرق لإدخال مبدأ الاستدامة على هذا القطاع، حيث كان الاهتمام بتنمية القطاع السياحي في شكله التقليدي، ومن النماذج المُفسرة للتنمية السياحية نموذج دورة حياة المنتج الذي يُشير إلى مجموعة من المراحل التي تمر بها هذه التنمية داخل الوجهة السياحية، وتمثل هذه المراحل في:²

- مرحلة الاكتشاف: أين يتم اكتشاف القدرات والمؤهلات التي تتوفر عليها الوجهة السياحية؛
 - مرحلة النمو: خلال هذه المرحلة يتم تطوير الموارد السياحية للوجهة بشكل تدريجي من خلال التوسع في استغلال مؤهلاتها السياحية؛
 - مرحلة الانطلاق: وهنا يتم العمل بالتخطيط من أجل التوسع في المناطق السياحية وزيادة جاذبيتها؛
 - مرحلة النضج: خلال هذه المرحلة يتكامل النشاط السياحي داخل الوجهة السياحية كنتيجة لتوافر وتطوير عناصر الجذب السياحي وهو ما يؤدي إلى زيادة وتيرة الأنشطة السياحية.
- وُشير إلى أن أهداف التنمية السياحية تختلف من دولة لأخرى ومن فترة إلى أخرى حتى داخل نفس الدولة، وهذا راجع إلى بعض العوامل منها درجة اختلاف الدول أو الوجهات في مكونات عرضها السياحي وإمكانياتها التنموية، إضافة إلى ظروفها الداخلية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، فمثلا قد تضع بعد الدول كهدف أولي لها جلب أكبر عدد ممكن من السياح بين تهم دول أخرى بجذب عدد محدود من السياح ذوي الدخول المرتفعة، أو زيادة مدة إقامة السياح أو زيادة متوسط الانفاق الفردي للسائح.³

¹ أحمد الجلال، السياحة المتواصلة البيئية، الطبعة الأولى، عام الكتاب، مصر، 2002، ص 43.

² جلييلة حسن حسنين، التنمية السياحية، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص 09.

³ علي رحال وعامر عيساني، استراتيجية التنمية السياحية دراسة مقارنة (الجزائر، مصر، تونس)، مداخلة ضمن المنتدى الدولي: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة (قرص مدمج)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 10/09 أفريل 2010.

إن تزايد الوعي بالقضايا البيئية والتنمية وفق متطلبات التنمية المستدامة كنتيجة لإدراك العلاقة الوطيدة بين البيئة بكل مكوناتها والأنشطة السياحية، لتتجه عندها أولى المحاولات لتفعيل مبادئ التنمية المستدامة في تنمية القطاع السياحي.

وكان مبدأ السياحة المستدامة قد اقترح من طرف المنظمة العالمية للسياحة سنة 1988 حيث كان مُفترضاً من هذه السياحة أن تؤدي إلى إدارة جميع الموارد بطريقة تتيح تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الحفاظ في الوقت نفسه على سلامة الثقافة والتنوع البيولوجي¹.

الخطوة الأولى باتجاه وضع مفهوم حول السياحة المستدامة تمت من طرف كل من المنظمة العالمية للسياحة وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة ومنظمة اليونسكو، حيث انبثق عن اجتماعهم سنة 1995 بـ Lazarote بالكناري ما سمي بـ "خارطة السياحة المستدامة" والتي تضمنت نداء للسلطات العمومية والفاعلين في قطاع السياحة والسياح عبر العالم، ونادت بتطبيق الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة في القطاع السياحي وفق المفهوم التالي:

" التنمية السياحية يجب أن تركز على مبادئ الاستدامة، بحيث تتصف بالقدرة على التحمل على المدى البعيد في الجانب البيئي، وقابلة للاستمرار اقتصادياً، وعادلة على المستوى الاجتماعي والأخلاقي بالنسبة للمجتمعات المحلية"².

وقد أشارت هذه الوثيقة أيضاً إلى أن السياحة تشكل أداة فعالة للتنمية بمقدورها، وعليها، أن تلعب دوراً نشيطاً في استراتيجية التنمية المستدامة، غير أن المبادئ الواردة فيها لم تُفصل في الآلية التي بموجبها يمكن تحقيق تنمية سياحية مستدامة داخل إقليم معين، وهكذا فإن السياحة المستدامة كمفهوم لم يظهر بشكل فعلي إلا مع بداية سنة 2000.

¹ المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة، تنمية السياحة المستدامة، تقرير المنظمة العالمية للسياحة بوصفها مديراً للمهام في مجال تنمية السياحة المستدامة، الدورة التنظيمية 2001، ص 03، على الموقع:

http://www.un.org/arabic/conferences/wssd/docs/first/E_CN17_2001_PC_21.pdf, (15/07/2011).

² Sarah Lejeune, **L'intégration des principes de développement durable dans le tourisme (Approche systémique et territoriale des logiques d'action françaises)**, Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme master professionnel, Institut de Recherche et d'Etudes Supérieures du Tourisme, Université de Paris1, Panthéon Sorbonne, 2010, p13.

في سنة 2002 وفي ملف تحضيري للقمة العالمية للتنمية المستدامة المنعقدة في جوهانسبورغ، أعادت المنظمة العالمية للسياحة التذكير بأن السياحة هي الصناعة الأهم عالميا وأن السياح يختارون وجهاتهم بناء على خبراتهم السياحية ومراعاة لنوعية البيئة والثقافة والتقاليد والسكان المحليين، وهو ما جعل السياحة تحظى بمزيد من الاهتمام على المستوى الدولي¹.

وفي سنة 2006 قدمت اللجنة الفرنسية للسياحة تعريفا للتنمية السياحية المستدامة جاء فيه:

" يُقصد بتنمية السياحة المستدامة كل الأنشطة المتعلقة بتنمية هذا القطاع مع ضمان احترام الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية لإقليم معين وتنميتها، ويجب أن تعمل التنمية السياحية المستدامة على توجيه أنماط الانتاج والاستهلاك بشكل مسؤول وتوفير مناصب العمل للسكان المحليين"².

ويشير هذا التعريف إلى أن التنمية السياحية يجب أن تندمج مع الاقتصاد المحلي على المدى البعيد، كما يؤكد على الأثر الذي تحمله السياحة المستدامة إلى السكان المحليين.

إن الرهانات المتعددة التي ترافق صناعة السياحة أدت إلى ولادة مفهوم السياحة المستدامة والذي يتضمن مسيرة جديدة للتنمية، وهو ما جعل المؤسسات الدولية تنظر إلى السياحة بصفاتها موجهة للتنمية الاقتصادية والعملية الاجتماعية وحماية التراث الثقافي والبيئي، وهو مفهوم قابل للتطبيق على كل الأشكال والأنشطة السياحية، ومن خلال هذا التفكير يمكن أن تتحقق الاستدامة على مستوى الجهات السياحية.

ثانيا- مفهوم السياحة المستدامة

شهدت سنة 2004 ظهور تعريف رسمي للسياحة المستدامة من طرف المنظمة العالمية للسياحة ونص هذا التعريف على أن:

" المبادئ التوجيهية للتنمية المستدامة وممارسات التسيير المستدام للسياحة قابلة للتطبيق على كل أشكال السياحة وعلى كل الجهات السياحية، ومبادئ الاستدامة تتعلق بالأبعاد البيئية والاقتصادية والاجتماعية

¹ Ibid, p14.

² http://www.veilleinfotourisme.fr/86167005/0/fiche___pagelibre/&RH=1223377672109, consulté le : 03/08/2011.

والثقافية، من أجل تنمية سياحية مستدامة ومن أجل ضمان الاستدامة على المدى البعيد يجب الحفاظ على التوازن بين هذه الأبعاد الثلاثة"¹.

وحسب هذا التعريف فإن السياحة المستدامة يجب أن:

- تستغل الموارد البيئية بشكل عقلاني؛
 - تحترم الخصوصية الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المضيئة؛
 - تضمن نشاط اقتصادي متواصل على المدى البعيد بحيث يمنح لكل أصحاب المصلحة مزايا اجتماعية واقتصادية.
- ويوضح التعريف السابق أن السياحة المستدامة ليست شكلا خاصا من أشكال السياحة كما أنها ليست فرعاً جديداً لهذه الصناعة، لأن مبادئ الاستدامة يمكن تطبيقها على كل أشكال السياحة، وأن تنمية السياحة المستدامة هي مسؤولية كل الفاعلين في القطاع السياحي.

وأعادت منظمة السياحة العالمية تعريف السياحة المستدامة كما يلي:

"ثلي السياحة المستدامة احتياجات السائحين الحاليين والأقاليم المستضيفة لهم مع حماية الفرص المتاحة في المستقبل وتعزيزها، وتعمل على إدارة كافة الموارد بطريقة تسمح بتحقيق الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الحفاظ على التكامل الثقافي والعمليات الإيكولوجية الهامة والتنوع الحيوي ونظم دعم الحياة، وضمان التناغم مع البيئة المحلية والمجتمع المحلي والثقافات بحيث تصبح كل هذه العناصر من بين المستفيدين لا من بين ضحايا التنمية السياحية."²

¹ David L. Edgell et al, **Tourism Policy and Planning Yesterday, Today and Tomorrow**, First edition, Butterworth-Heinemann, Elsevier, Great Britain, 2008, p 127.

² Europe Union Coastal Council (EUCC), Modules de formation à distance sur la gestion intégrée des zones cotières (GIZC) : <http://www.coastlearn.org/eg/index.htm>, consulté le : 03/08/2011.

ثالثاً- مبادئ التنمية السياحية المستدامة

تتوجها للأعمال المقدمة من طرف المجلس الدولي للمبادرات البيئية المحلية (ICLEI) وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP) سنة 2007، فإن النظرة للسياحة المستدامة يجب أن تتم انطلاقاً من اثنا عشرة مبدأً تشمل الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية، وتتمثل هذه المبادئ فيما يلي¹:

1- ضمان الاستمرارية والتنافسية الاقتصادية للوجهات السياحية وللمنظمات السياحية العاملة بها؛

2- ضمان الازدهار الاقتصادي على المستوى المحلي؛

3- تحسين نوعية العمل السياحي؛

4- العدالة الاجتماعية والاقتصادية على المستوى المحلي؛

5- إرضاء السياح (الزوار)؛

6- المراقبة المحلية للسياحة؛

7- الرفاهية وجودة الحياة للمجتمعات المحلية؛

8- تعزيز الغنى والتنوع الثقافي؛

9- سلامة الوجهات السياحية؛

10- الحفاظ على التنوع البيولوجي؛

11- الاستخدام العقلاني للموارد؛

12- نقاء وصفاء البيئة.

ويُعتبر مبدأ الحفاظ على التنوع البيولوجي أحد أهم المبادئ التي تُنادي بها منظمة الأمم المتحدة التي تُخصص سنوياً يوماً عالمياً للاحتفال بالسياحة يُصادف السابع والعشرين سبتمبر من كل سنة وهذا إقراراً منها بمساهمة هذا القطاع في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية على المستوى العالمي، وكان الشعار الذي

¹ David L. Edgell et al ,Op.Cit, p128.

رفعته هذه المنظمة سنة 2010 هو "السياحة والتنوع البيولوجي"¹، وهذا في إشارة واضحة إلى الارتباط الكبير للسياحة بالبيئة.

المطلب الثاني: مؤشرات السياحة المستدامة

تُغطي السياحة المستدامة الجوانب المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والالتزام القوي بالطبيعة مع دمج السكان المحليين في أية عملية سياحية أو تنمية سياحية يتم إجراؤها، وهي جوانب تشمل الأبعاد الرئيسة الثلاثة التي يركز عليها مفهوم التنمية المستدامة.

أولاً- اختيار مؤشرات قياس الاستدامة السياحية

تُسهل المؤشرات من مهمة القياس الكمي للاستدامة السياحية حيث توضح هذه المؤشرات الأداء الحقيقي للسياحة داخل الوجهات السياحية، وهي من هذا المنطلق يُفترض بها أن تساعد في تقييم استدامة القطاع السياحي والأنشطة المرتبطة به، وينبغي أن تسمح باستنتاج قيم نستطيع مقارنتها بوجهات أخرى، فعلى سبيل المثال تحتاج الأماكن الباردة والجبلية إلى المزيد من الطاقة وذلك لتشغيل أنظمة التدفئة للسكن والمرافق الأخرى وذلك بخلاف الأماكن المشمسة أو الشاطئية، وبهذا الشكل فإنه من غير المنطقي في مثل هذه الحالة قياس كميات الطاقة المستخدمة فحسب حيث أن القيمة هنا تعتمد على ظروف المكان، ولكن إذا أخذنا بعين الاعتبار إجمالي الطاقة المستخدمة والتي تتولد من المصادر المتجددة يتوافر لدينا في هذه الحالة مؤشر سليم بالنسبة لكل الأماكن².

ثانياً- منهجية وضع المؤشرات

إن عملية وضع وتطوير مؤشرات لقياس السياحة المستدامة بالوجهات السياحية تنطوي على أهمية كبيرة، إذ يتوقف عليها نجاح هذه المؤشرات في التعبير وقياس الظاهرة المدروسة، وفي هذا الصدد فإن عملية إعداد وتطوير مؤشرات لقياس السياحة المستدامة تسعى لأجل توفير مؤشرات تُطبق على المستويات الإقليمية والوطنية

¹ Magazine of the World Tourism Organization, **Tourism and Biodiversity (World Tourism Day 2010)**, p04, sure le site: www.unwto.org/worldtourismday/, consulté le : 25/10/2011.

² Idem.

والحلية وعلى مستوى المنظمات أو الفاعلين السياحيين، وكلما كانت هذه المؤشرات دقيقة كلما عكست الوضعية والحالة الحقيقية للقطاع السياحي المدروس.

وتتم عملية إعداد مؤشرات سليمة لقياس السياحة المستدامة بالمراحل التالية¹:

المرحلة الأولى: التحليل الشامل للمؤشرات السياحية ذات العلاقة بالتنمية المستدامة

تعني هذه المرحلة القيام بتعريف وتحديد شامل لمختلف المؤشرات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية والثقافية المناسبة لكل منطقة أو وجهة أو منظمة سياحية، وينبغي أن يتم هذا التحديد انطلاقاً من دراسة ميدانية تشمل هذه المواقع والمنظمات وممثلي القطاع السياحي إضافة إلى المنظمات السياحية المحلية.

المرحلة الثانية: اختيار مؤشرات السياحة المستدامة الأكثر قدرة على القياس

تقضي هذه المرحلة بتحديد المؤشرات الأكثر قابلية للتطبيق، حيث يُفترض أن تسمح الدراسة الميدانية بتحديد واختيار عدد محدود من المؤشرات الأكثر تمثيلاً للسياحة المستدامة، كما تقضي بإعطاء قيم مرجعية خاصة بكل مؤشر لغرض المقارنة مع القيم المُقاسة، وتشمل هذه القيم المرجعية كل منطقة أو وجهة أو منظمة سياحية بحسب إمكانياتها وأهدافها الرامية إلى جعل القطاع يتصف بالاستدامة.

المرحلة الثالثة: اجراء التقييم ووضع لوحة لقراءة السياحة المستدامة

إن المؤشرات التي تم اختيارها سابقاً سوف يتم استعمالها في عملية التقييم ومقارنة نتائجها مع القيم المرجعية التي تم وضعها لمختلف المناطق الجغرافية والوجهات السياحية ومختلف المنظمات السياحية، وهذا التقييم يتم وضعه بناء على المعلومات التي يوفرها الشركاء العموميين والخواص، وبناء على أهداف السياسة الوطنية أو المحلية حول القضايا المتعلقة بالجوانب الاقتصادية، المالية، التجارية، التكوين، البيئية، الثقافية، السياحية.

¹ François VELLAS, Comment peut-on professionnaliser, innover et industrialiser les entreprises et les organisations touristiques des stations traditionnelles pour rendre la croissance plus durable ?, sur le site : <http://www.sommets-tourisme.org/f/sommetsG/deuxieme-sommet/actes/vellas.htm>, consulté le : 03/08/2011.

ثالثاً- مؤشرات السياحة المستدامة

اقترحت بعض الدول والمنظمات الدولية مجموعة من المؤشرات تشمل الجوانب ذات العلاقة بالسياحة المستدامة والمتمثلة في الجوانب البيئية والاقتصادية والاجتماعية، حيث يتم اختيار المؤشرات المناسبة للقياس على أساس عملي بشكل يفيد المديرين والإداريين العاملين في قطاع السياحة، وفيما يلي نستعرض هذه المؤشرات.

1- مؤشرات الاستدامة الاقتصادية للسياحة

تتناول هذه المؤشرات قياس وتقييم الاستدامة الاقتصادية التي تنتج عن مختلف أنشطة القطاع السياحي وهي مؤشرات كمية تفيد في تحديد الوضعية الحالية ومقارنتها مع الأداء المرغوب فيه بناء على قيم مرجعية:

الجدول رقم (01): مؤشرات الاستدامة الاقتصادية للسياحة

المؤشر	القيمة المرجعية	التقييم	الهدف
حصة القيمة المضافة للقطاع السياحي من اجمالي الناتج الداخلي الخام			المساهمة بشكل مستدام في الاقتصاد الوطني
تطور نسبة النمو السنوي للقيمة المضافة للقطاع السياحي			
تطور معدلات الاستثمار السنوية في القطاع السياحي			
حصة الايرادات السياحية من صادرات السلع والخدمات			ضمان مورد مهم للعملة الصعبة
تطور نمو العائدات السياحية			
الايرادات السياحية لكل ليلة			
الايرادات السياحية لكل سائح			جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة
حصة الاستثمارات الأجنبية المباشرة في القطاع السياحي من اجمالي الاستثمارات الأجنبية المباشرة			
التطور السنوي لنمو الاستثمارات الأجنبية المباشرة في القطاع السياحي			
حجم الطاقة الفندقية حسب تصنيفها			تقديم منتجات سياحية متنوعة
هيكل توزيع الليالي السياحية للسياح بحسب جنسيتهم			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- Ministère de l'Environnement et du Développement Durable, Tunisie, **Guide pour un tourisme durable**, Le Tourisme Durable en Tunisie, Édition 2010.p 13, sur le site : www.environnement.gov.tn/.../rapport_tourisme-durable_fr.pdf, consulté le : 10/10/2011.

- François Vellas , **Comment peut-on professionnaliser, innover et industrialiser les entreprises et les organisations touristiques des stations traditionnelles pour rendre la croissance plus durable ?**, sur le site : <http://www.sommets-tourisme.org/f/sommetsG/deuxieme-sommet/actes/vellas.htm>, consulté le :03/08/2011.

2- مؤشرات الاستدامة الاجتماعية والثقافية للسياحة

تُركز المؤشرات الاجتماعية للاستدامة السياحية على حجم الأثر المتزايد للأنشطة السياحية على الوسط الاجتماعي، ومن بين المؤشرات الأكثر استعمالاً بهذا الصدد نجد مؤشر رضا السكان المحليين، مؤشر الأمن، ومؤشر الصحة العامة¹.

ويتناول هذا النوع من المؤشرات قياس الاستدامة السياحية في جانبها الاجتماعي والثقافي، والجدول الموالي يوضح أهم مؤشرات القياس المستخدمة في هذا الجانب بناء على الأهداف المسطرة:

الجدول رقم (02): مؤشرات الاستدامة الاجتماعية والثقافية للسياحة

الهدف	المؤشر	القيمة المرجعية	التقييم
خلق مناصب شغل مستدامة	حصة التشغيل في القطاع السياحي من اجمالي المشتغلين في الاقتصاد		
	موسمية مناصب الشغل		
تقليل الضغط على السكان المحليين	عدد السياح المتوافدين على الموقع السياحي (اليوم، الموسم السياحي، السنة) مقارنة بعدد السكان المحليين		
	كثافة استخدام المواقع السياحية		
توفير فرص الترفيه للسكان المحليين	نسبة استغلال الهياكل الفندقية من طرف السكان المحليين		
	نسبة استغلال هياكل الإطعام من طرف السكان المحليين		
	نسبة استغلال الهياكل الرياضية والثقافية ذات العلاقة بالسياحة من طرف السكان المحليين		
المساهمة في ترقية الثقافة اخلية	عدد المتوافدين على المواقع الثقافية		
	الحصة من الاستثمارات الموجهة لثمين المواقع الثقافية		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- Ministère de l'Environnement et du Développement Durable ,Tunisie, **Guide pour un tourisme durable**, Le Tourisme Durable en Tunisie, édition 2010.p 14, sur le site : www.environnement.gov.tn/.../rapport_tourisme-durable_fr.pdf, consulté le : 10/10/2011.

- François Vellas , **Comment peut-on professionnaliser, innover et industrialiser les entreprises et les organisations touristiques des stations traditionnelles pour rendre la croissance plus durable ?**, sur le site : <http://www.sommets-tourisme.org/f/sommetsG/deuxieme-sommet/actes/vellas.htm>, consulté le :03/08/2011

¹ عامر عيساني وجمال جعيل، التنمية السياحية المستدامة واقع وآفاق، مُدخلة ضمن الملتقى الوطني حول: اقتصاد البيئة والتنمية المستدامة (قرص مدمج)، معهد علوم التسيير، المركز الجامعي بالمدينة، يومي 07 و08 جوان 2008.

3- مؤشرات الاستدامة البيئية للسياحة

نظرا للارتباط الكبير للأنشطة السياحية بالبيئة ومواردها فإن التأثيرات التي تخلفها هذه الأنشطة متعددة، ولقياس هذه التأثيرات صُممت مجموعة كبيرة ومتنوعة من المؤشرات نورد أهمها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (03): مؤشرات الاستدامة البيئية للسياحة

الهدف	المؤشر	القيمة المرجعية	التقييم
استخدام الموارد بكفاءة	حجم استهلاك المياه لكل سائح في الليلة الواحدة		
	معدل استخدام الطاقة المتجددة في الأنشطة السياحية		
	حجم استهلاك الطاقة لكل سائح في الليلة الواحدة		
	معدل استهلاك المياه لكل سائح مقارنة بمعدل الاستهلاك الفردي للسكان المحليين		
الحفاظ على الساحل	معدل تدهور الساحل		
	معدل تصليح الساحل		
	تكلفة تصليح الساحل		
تثمين الموارد ومكافحة التلوث	عدد المتوافدين على المحميات الوطنية		
	حصة الاستثمارات لتثمين المواقع الطبيعية		
	نسبة التلوث الناتجة عن الأنشطة السياحية		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- Ministère de l'Environnement et du Développement Durable, Tunisie, **Guide pour un tourisme durable**, Le Tourisme Durable en Tunisie, édition 2010.p 15, sur le site : www.environnement.gov.tn/.../rapport_tourisme-durable_fr.pdf, consulté le : 10/10/2011.

- François Vellas , **Comment peut-on professionnaliser, innover et industrialiser les entreprises et les organisations touristiques des stations traditionnelles pour rendre la croissance plus durable ?**, sur le site : <http://www.sommets-tourisme.org/f/sommetsG/deuxieme-sommet/actes/vellas.htm>, consulté le : 03/08/2011.

المطلب الثالث: التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية المستدامة

تتطلب التنمية السياحية المستدامة قاعدة صحيحة تقوم عليها مختلف البرامج والأنشطة ذات الصلة بالقطاع السياحي إذ أن هذه التنمية المنشودة لا تحدث بشكل عرضي بل تتطلب أدوات مدروسة لتحقيقها، لذلك فإن التخطيط السياحي يمكن أن يلعب هذا الدور باعتباره أداة مهمة من

أدوات التنمية السياحية، فالتخطيط للقطاع السياحي يدخل كمكون في خطة التنمية الشاملة داخل أي دولة ولا يمكن الاستغناء عن هذه الأداة في سبيل تحقيق التنمية الشاملة.

أولاً- مفهوم التخطيط الاستراتيجي السياحي

يُعرف التخطيط بشكل عام على أنه " أحد وظائف الإدارة الرئيسية الأربعة وأنه عملية تحديد أهداف المنظمة ورسم الاستراتيجيات والطرق والعمليات لإنجازها"¹.

كما يُعرف J.Meane التخطيط بأنه " العملية التي تقوم الدولة بمقتضاها بوضع قطاعات الاقتصاد في صورة متكاملة لفترة قادمة وذلك بغض النظر عما إذا قامت بتنفيذها بذاتها أو إيكالها إلى القطاع الخاص"².

أما الاستراتيجية فتُعرف بأنها: " مجموعة الخيارات الطويلة الأجل التي يضعها المديرون في شكل برامج وخطط للعمل"³.

وعليه يمكن تعريف التخطيط الاستراتيجي السياحي بأنه: " رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة على المدى البعيد، ويقتضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية"⁴.

وهذا يعني أن التخطيط الاستراتيجي السياحي هو عملية رسم للأنشطة المستقبلية بالاعتماد على أهداف واضحة وجدول زمني لتحقيق هذه الأهداف.

ومن هذا المنطلق فإن التخطيط الاستراتيجي السياحي لا يقتصر على الجهات الرسمية من خلال مؤسساتها فقط، بل لابد أن يمثل برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية ومقدمي الخدمات السياحية وأفراد المجتمع المحلي من خلال المشاركة بدءاً بصياغة الأهداف المسطرة وانتهاء بمرحلة تطبيق وتنفيذ الخطة السياحية.

وغالباً ما تتضمن عملية التخطيط الاستراتيجي للسياحة المراحل التالية⁵:

- تكوين السياسة من خلال اختيار السياحة كمساهم في التنمية الشاملة؛
- تحديد الأهداف التي تعكس وتعبر عن السياسة العامة؛

¹ محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص 89.

² المرجع السابق، ص 157.

³ فؤاد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية، عالم الكتاب، الطبعة الأولى، 2004، ص 91.

⁴ نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (28)

العدد (3)، سوريا، 2006، ص 14.

⁵ Richard Sharpley, **Travel and Tourism**, SAGE Publication, London, 2006, p 114.

- جمع البيانات المتعلقة بالتنمية السياحية سواء كانت بيانات أولية أو ثانوية؛
- تحليل البيانات في جوانبها المختلفة سواء المتعلقة بالموارد والحاجة إلى استثمارات جديدة، بحوث التسويق، التمويل، التشغيل، التدريب؛
- صياغة خطة العمل؛
- تنفيذ الخطة؛
- مراقبة وتقييم المخرجات ومراجعة العملية التخطيطية بشكل يضمن تحقيق الأهداف الأصلية.

ثانيا- أهمية التخطيط الاستراتيجي للسياحة

للتخطيط الاستراتيجي السياحي أهمية كبيرة لمجموعة من الاعتبارات نورد أهمها فيما يلي¹:

- 1- يسمح التخطيط السياحي على المدى البعيد بربط الهياكل القاعدية عبر الفضاءات الجغرافية الواسعة، وقد أصبح لهذا البعد الجغرافي في التخطيط السياحي أهمية كبيرة مع تطور السياحة وانتشارها على فضاءات مكانية أوسع، ولم يعد التخطيط في المجال السياحي يقتصر على المستوى الوطني فقط بل أصبحت أغلب أشكال التخطيط تقوم من منطلقات جهوية ومحلية.
- 2- التخطيط يمكن أن يكون آلية لتوزيع وإعادة توزيع الاستثمارات السياحية والفوائد الاقتصادية الناجمة عنها، وهذا بالخصوص أهم دور يمكن أن يلعبه التخطيط للقطاع السياحي، حيث يساعد على تطوير وجهات سياحية جديدة وتهيئة المرافق الضرورية بها من أجل تنظيم توزيع النشاط السياحي جغرافيا بشكل سليم.
- 3- يعمل التخطيط الاستراتيجي للسياحة على استشراف أنماط الطلب المتوقعة على السياحة ومحاولة تلبيتها، علاوة على ذلك يعمل التخطيط السياحي على زيادة وتعظيم رضا السياح من خلال أنشطة التطوير المادي والخدمات المرافقة لها داخل الوجهات السياحية، وتؤكد بعض الدراسات أن أكثر الآثار السلبية للسياحة ترتبط بالوجهات السياحية غير المخطط لها، كما تسود داخل هذا النوع من الوجهات مستويات أقل من رضا السياح.

ثالثا- جوانب التخطيط الاستراتيجي للسياحة

يُمكن للتخطيط السياحي أن يُمارس من طرف القطاعين العام والخاص، كما يُمارس أيضا على المستويات المحلية والجهوية والوطنية والدولية أيضا، وله جوانب متعددة نوضحها في الجدول التالي:

¹ Stephen Williams, **Tourism Geography**, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, 2003, pp131-132.

الجدول رقم (04): تنوع جوانب التخطيط السياحي

القطاع المخطط	الجوانب التي يركز عليها التخطيط السياحي
الجانب المادي (الأرض)	رقابة شكل التنمية المكانية تصميم المواقع والتسهيلات السياحية تقسيم استعمالات الأراضي تطوير أنظمة النقل السياحي تطوير المرافق العامة
الجانب الاقتصادي	التوزيع المكاني والقطاعي لأنماط الاستثمارات السياحية خلق مناصب العمل تدريب العمال إعادة توزيع الثروة توزيع الاعانات المالية والحوافز لدعم الأنشطة السياحية
الجانب الاجتماعي والثقافي	تعزيز ثقافة الضيافة والاستقبال الحفاظ على الموروث الثقافي التوعية حول بعض العادات والممارسات المحلية
الجانب البيئي	تحديد المناطق المحمية حماية التنوع النباتي والحيواني حماية الاماكن والمباني التاريخية مراقبة درجة التلوث
الجانب التسويقي	إعداد الخطط التجارية والمنتجات السياحية المرتبطة بها إعداد استراتيجية الترويج السياحي البحث عن الممولين للأنشطة السياحية توفير المعلومات (الاعلام) حول المنتجات السياحية المعروضة

Source: Stephen Williams, **Tourism Geography**, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, 2003, p132.

هذا التنوع في الوظائف والأدوار يؤدي إلى صعوبة توضيح الأبعاد الرئيسية للتخطيط السياحي، وفي الواقع فإن التخطيط السياحي يتميز بمجموعة من المعاني والتطبيقات والاستعمالات، كما يحيط بمجموعة من الأنشطة تتعلق بجوانب التهيئة والجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ويهتم بإشراك مختلف المجموعات والمؤسسات مع إبراز وجهات نظرهم ايضا.

ثالثا- استراتيجيات تخطيط المواقع السياحية

تهدف عملية التخطيط الاستراتيجي للسياحة إلى تحقيق الأهداف الطويلة الأجل التي تم تسطيرها، وتصب هذه الأهداف في خانة تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية مع مراعاة الجوانب البيئية، وهذا ما يدعوا في جانب كبير من جوانب التخطيط الاستراتيجي للسياحة إلى الاهتمام بالتخطيط المادي للمواقع السياحية، وقد عرف هذا الأخير تطورا في أساليبه رافق التطور والاهتمام المتزايد بالمواقع السياحية وما تقدمه من عرض سياحي.

وهناك بعض النظريات التي تناولت تخطيط المواقع السياحية نتناولها فيما يلي¹:

1- نظرية التخطيط الموقعي

أخذت المحاولات الأولى لتخطيط المواقع السياحية شكلا بسيطا، حيث كانت تُركز على تخطيط موقع واحد أو مجموعة محدودة من المواقع السياحية، لذلك أُطلق على هذا التخطيط اسم التخطيط الموقعي، وقد أظهر مجموعة من العيوب إذ كان يهتم بالموقع كفضاء مُستقل ومُعزل عن ما يُحيط به، وهو بذلك يتزع عن الموقع السياحي بُعد الشمولي الواسع بعلاقاته وارتباطاته بالمواقع الأخرى. هذا النقص المُسجل في هذه النظرية أدى إلى ظهور نظريات أو مقاربات أخرى أكثر تطورا لتفسير عملية التخطيط داخل المواقع السياحية.

2- نظرية النمو الإقليمي

جاءت هذه النظرية كتطور لنظرية التخطيط الموقعي، حيث حاولت معالجة أوجه النقص التي تضمنتها هذه الأخيرة، وأعطت نظرية النمو الإقليمي بُعدا أوسع في عملية التخطيط والتركيز على ديناميكية المكان أو الموقع السياحي، بمعنى أنها تأخذ بعين الاعتبار مظاهر التغير الدائم في الأنشطة السياحية داخل الموقع السياحي، وعلاقة هذا الموقع بالمواقع المجاورة له.

¹ ابراهيم خليل ابراهيم بظاظو، تخطيط وتطوير المواقع السياحية في الأردن وتسويقها باستخدام نظام المعلومات الجغرافي، أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2006، ص112.

هذا النوع من التخطيط أدى إلى حدوث فجوات في درجة التنمية بين المواقع السياحية، بحيث ظهرت مواقع سياحي أكثر نمواً واستفادة من عمليات التخطيط الاستراتيجي، في حين بقيت مواقع أخرى أقل نمواً وتطوراً، وهو ما أدى إلى اختلال التوازن بين المواقع السياحية وظهرت العديد من المواقع السياحية الهامشية.

3- نظرية التنظيم المكاني

ظهرت نظرية التنظيم المكاني كمحاولة لتوزيع متوازن للتنمية داخل المواقع السياحية، حيث ركزت على الخصائص الهيكلية والبنوية لنظام كامل من المواقع السياحية المتصلة مع بعضها البعض، وعلى ضوء هذه النظرية فإن أساليب التخطيط تعتمد على التوزيع المكاني للأنشطة السياحية في إطار شمولي بحيث تكون مُكملة لبعضها البعض، وتتفاعل مع بعضها البعض وفق علاقة مُتبادلة.

خلاصة الفصل:

يُعتبر مفهوم التنمية المستدامة أحدث تطور عرفه الفكر التنموي وهو مفهوم حديث نسبياً يدعو إلى إحداث التوازن بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وفق جملة من الأسس والمبادئ، التي تراعي مصالح الأجيال الحالية والمستقبلية، والأخذ بمفهوم التنمية المستدامة على مستوى المجتمعات المحلية يُعتبر أحد مداخل تحقيق التنمية الشاملة، فالتردد في تطبيق مبادئ التنمية المستدامة من المحلي إلى الوطني سوف يُعطي المجتمعات المحلية دوراً فاعلاً في تحقيق التنمية المحلية، لكن هذه العملية يجب أن تُبنى وفق تخطيط مُسبق يأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات المحلية ويُراعي في نفس الوقت مبادئ الاستدامة بكل جوانبها.

يُمكن تعميم مبادئ الاستدامة لتشمل القطاع السياحي، فقد أصدرت العديد من الهيئات والمنظمات الدولية مجموعة من المبادئ التي ينبغي العمل بها من أجل تحقيق الاستدامة في القطاع السياحي، حتى أصبحت السياحة المستدامة هي الشكل المطلوب والمرغوب تطويره نظراً للعوائد التي تحققها على المدى البعيد.

إن تطبيق مبادئ التنمية المستدامة في القطاع السياحي سوف يؤدي إلى تحقيق التنمية المحلية المستدامة بالنسبة للجهات السياحية لأنه يضمن استفادة السكان المحليين من مختلف الآثار الإيجابية للسياحة ويعمل على التقليل قدر الإمكان من الآثار السلبية، كما يضمن في الوقت نفسه تجربة سياحية فريدة من نوعها بالنسبة للسياح.

وتتطلب التنمية السياحية المستدامة الاهتمام بالتخطيط الاستراتيجي لأنه أسلوب يضمن توضيح الأهداف البعيدة المدى المُسترة للقطاع السياحي، كما يسمح بتحديد مهام وأدوار كل الأطراف ذات المصلحة بالقطاع السياحي بشكل يُسهل من دمج هذه المهام لتحقيق الأهداف المشتركة بين مختلف هؤلاء الأطراف.

الفصل الثالث

واقع القطاع السياحي الجزائري

واستراتيجية ترقيته

تمهيد

لم يعد خفيا اليوم مدى التطور والنمو التي شهدته صناعة السياحة على المستويين الإقليمي والدولي، وقد صاحب هذا التطور الذي عرفه القطاع مجموعة من الآثار على مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وهو ما دفع بمختلف الدول المؤهلة للتحويل إلى وجهات سياحية إلى مضاعفة جهودها وصياغة استراتيجيات تسمح لها بالتحويل إلى وضع أفضل.

وتُعتبر الجزائر من بين الدول التي تتوفر على المؤهلات الطبيعية والمقومات البشرية والإمكانيات المالية التي تُمكنها من تحقيق قفزة نوعية نحو بعث القطاع السياحي، إلا أن سنوات الإهمال التي عرفها هذا القطاع عقدت من وضعيته وجعلت من الجزائر في أدنى سلم الترتيب السياحي العالمي، وسنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على واقع السوق السياحي في الجزائر ومكانته على المستوى الدولي، ثم نستعرض الاستراتيجية التي اعتمدها الجزائر من أجل ترقية القطاع السياحي وذلك عبر العناصر التالية:

المبحث الأول: تحليل واقع القطاع السياحي الجزائري

المبحث الثاني: تنافسية القطاع السياحي الجزائري

المبحث الثالث: استراتيجية ترقية القطاع السياحي من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

المبحث الأول: تحليل واقع القطاع السياحي الجزائري

يعتمد نجاح القطاع السياحي في لعب دور تنموي داخل أي اقتصاد على مدى الإمكانيات التي يتمتع بها هذا القطاع، وبالتالي مدى قدرته على تحويل منطقة معينة إلى وجهة سياحية، وتتحدد هذه القدرة من خلال قدرة العرض السياحي على جذب واستقطاب السياح ومدى استجابته لحجم وخصائص هؤلاء السياح، وعليه فإن دراسة العرض والطلب السياحي من شأنه أن يوفر نظرة شاملة حول أداء القطاع السياحي والاتجاهات المستقبلية له، وهذا بدوره يُمكن من تحديد الدور التنموي المناط بهذا القطاع.

ومن أجل دراسة السوق السياحية بجانبها العرض والطلب، فإنه من الضروري أن تتوفر قاعدة بيانات شاملة وحديثة ينبغي أن يوفرها الجهاز الإحصائي المكلف بذلك، لأن غياب معطيات حديثة حول أداء القطاع السياحي والإكتفاء بدراسة السلوك الماضي للقطاع من خلال بيانات قديمة سوف لن يُمكن من معرفة الاتجاهات المستقبلية له، خاصة مع الحركة الكبيرة التي يشهدها هذا القطاع، وبالنسبة للجزائر لا يزال توفر مثل هذه المعطيات غير مُتاحاً بسبب ضعف الجهاز الإحصائي في مختلف القطاعات على المستوى الوطني.

المطلب الأول: تحليل العرض السياحي الوطني

يتكون العرض السياحي من جانبين أساسيين يتمثلان في:

- العرض السياحي الطبيعي الذي يشمل مختلف المؤهلات والمقومات الطبيعية التي يُتيحها الموقع السياحي لمختلف السياح والتي تُشكّل عنصر جذب رئيسي للوجهة السياحية؛
 - الهياكل السياحية وتشمل مختلف المنشآت المُقدّمة للخدمات والتسهيلات السياحية والتي تزيد من متعة التجربة السياحية، ويتعلق الأمر بشكل أساسي بالفنادق والمطاعم السياحية وأماكن التسلية والترفيه.
- وسنركز في تحليلنا للعرض السياحي الوطني على هياكل الإيواء (الفنادق) نظراً لأهمية معيار الطاقة الإيوائية كمؤشر لدراسة السوق السياحية.

أولا- العرض السياحي الطبيعي

إن الموقع الجغرافي الاستراتيجي للجزائر ومساحتها البالغة 2381740 كلم² مكنتها من احتواء تنوع و ثراء كبير في مؤهلاتها الطبيعية، حيث يتوزع هذا التنوع كما يلي¹:

- القسم الشمالي ويتضمن السواحل الشمالية التي تُطل على البحر الأبيض المتوسط وهي ضيقة في بعض الأماكن بسبب امتداد جبال الأطلس على الساحل الجزائري لتمرز زُرقة البحر بِحُضرة الجبال في أغلب السواحل الجزائرية؛

- مرتفعات الأطلس والتي تتكون من سلسلة جبال مُوازية للسواحل الجزائرية بقمم تتميز بالحدة تتراوح بين 1000م و2000م أعلاها قمة "لالا خديجة" بجبال جرجرة، تمتد هذه السلسلة من جبال سوق أهراس شرقا إلى جبال تلمسان غربا، كما تُشكل حاجزا طبيعيا لتأثيرات البحر الأبيض المتوسط على باقي البلاد؛
- الهضاب الداخلية وهي مناطق مرتفعة أهمها مرتفعات تبسة والحضنة وسطيف وتتوفر هذه المناطق على إمكانيات زراعية كبيرة؛

- الصحراء وهي من أكبر صحاري العالم وتُمثل جزءا كبيرا من الصحراء الإفريقية الكبرى، وتضم أكبر متحف مفتوح على الهواء الطلق في العالم ويتعلق الأمر بمنطقة الهقار وما تتضمنه من مناظر فريدة من نوعها، كما تضم سلسلة الأطلس الصحراوي التي تمتد من جبال النمامشة وتبسة شرقا إلى جبال القصور في الجنوب الغربي للبلاد، ويتراوح ارتفاع قممها ما بين 1200م و 2000م وتعتبر قمة "شيليا" بجبال الأوراس أعلاها بارتفاع 2328م، وتشكل هذه السلسلة الجبلية حاجزا مضاعفا لإيقاف تأثيرات الصحراء جنوبا والتأثيرات المتوسطية شمالا.

¹ Office National du Tourisme, http://www.ont-dz.org/site%20-%20arabe/Algerie_destination.html, consulté le : 20/01/2012.

وتتضمن هذه المناطق الأربعة العديد من المواقع السياحية التاريخية والتراثية والمصنفة من طرف منظمة اليونسكو، ومن أبرز هذه المواقع ما يلي¹:

- **تيمقاد** : وهي مستعمرة عسكرية أنشأها الإمبراطور "تراجان" على السفح الشمالي للأوراس (ولاية باتنة)؛
 - **تيبازة** : كانت مركزا تجاريا قرطاجيا و قاعدة استراتيجية للإجتياح الروماني للممالك الموريطانية، و قد تم تصنيفها ضمن 33 ملكا من أملاك التراث العالمي المهددة و هذا خلال الدورة السادسة و العشرين للجنة التراث العالمي المنعقدة ببودابست في 26 جوان 2002 ؛
 - **طاسيلي ناجر (ولاية ورقلة و تمنراست)**: يُعتبر أكبر متحف في العالم لفن النحت على الصخور لفترة ما قبل التاريخ، ويضم أزيد من 15000 رسما و نقشا تروي المناخ، و الثروة الحيوانية و الحياة البشرية للصحراء منذ 6000 سنة ق.م. إلى القرون الأولى من زمننا؛
 - **قلعة بني حماد** في بشارة (ولاية المسيلة): وهي مدينة إسلامية محصنة، تم تأسيسها سنة 1007م و كانت العاصمة الأولى للأمراء الحماديين؛
 - **وادي ميزاب (ولاية الأغواط)**: ويتضمن القصور (القرى المحصنة) التي حافظت على نمط السكن الذي أنشأه الإباضيون في القرن الخامس؛
 - **جميلة** : هي "سيركول" القديمة، و تقع على بعد 30 كم من سطيف، حيث أسسها الإمبراطور "نيرفا" شمال-شرق سطيف على حافة الجبال، وفي منتصف منحدر طفيف نحو ملتقى واديين هما قرقور و بطان، حيث تتخذ الوديان ملامح مجارٍ سيالة، تُعتبر هذه المدينة بمعايها و مباني البازيليك الواقعة على ارتفاع 900 متر، مثالا حيا عن تكيف مخططات العمران الروماني مع البيئة.
- أما فيما يتعلق بالمتاحات البيئية الطبيعية فإن الجزائر تتوفر على مجموعة من الحظائر الوطنية تتمثل أهمها فيما يلي²:

¹ Office National du Tourisme http://www.ont-dz.org/site%20-%20arabe/Cites_antiques.html, consulté le : 20/01/2012.

² شكيب أنوار شريف وآخرون، التنمية المستدامة للقطاع السياحي ما بين التطوير والاستزاف، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول: اقتصاد البيئة والتنمية المستدامة (قرص مدمج)، معهد علوم التسيير، المركز الجامعي بالمدينة، 06/07 جوان 2008.

- الحظيرة الوطنية للقالا والتي تُطل على البحر الأبيض المتوسط وتضم ثلاث محميات طبيعية تحتوي على أكثر من خمسين نوعا من الطيور؛
- حظيرة جرجرة التي تتربع على مساحة 500 هكتار وتقع في قلب الأطلس التلي، وتبعد بـ10 كلم عن العاصمة وتستقر فيها الثلوج لمدة ثلاث أشهر في السنة (ديسمبر، جانفي، فيفري)؛
- حظيرة غابات الأرز "ثنية الحد" والمتربة على مساحة 616.3 هكتار وتقع في قلب جبال الونشريس؛
- حظيرة الطاسيلي التي تفوق مساحتها 10000 هكتار وتتميز بطابعها الأثري ورسوماتها الصخرية، وهي مُصنفة ضمن التراث العالمي.

وفي بلد بحجم قارة تتنوع فيه المؤهلات السياحية الطبيعة وتعدد فيه الثقافات فإنه لا يمكن استعراض كل هذه المؤهلات الطبيعية والثقافية من خلال هذه الدراسة، والتي تُركز في دراسة العرض السياحي على المنشآت السياحية ومدى توفرها وقدرتها على تلبية تطلعات السياح المتوافدين كماً ونوعاً.

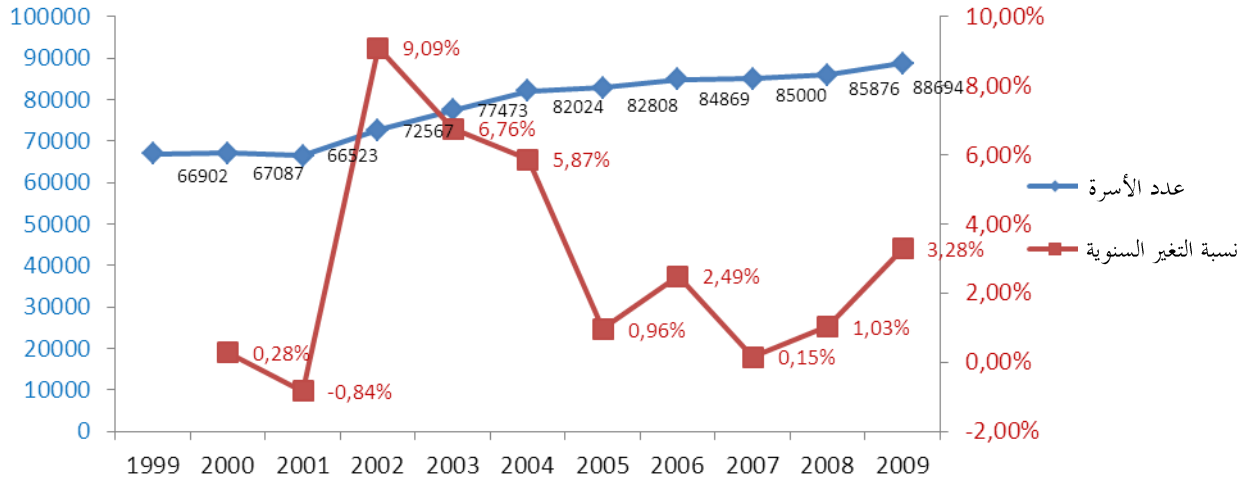
ثانيا- العرض السياحي الفندقي (الطاقة الايوائية)

تُعتبر الطاقة الاستيعابية للهياكل الفندقية المعدة لاستقبال وايواء السياح أحد المؤشرات المعبرة عن درجة تقدم القطاع السياحي داخل كل دولة، وتقاس هذه الطاقة الاستيعابية بحجم وعدد الفنادق المعدة للإيواء وعدد الأسرة التي توفرها هذه الفنادق.

1- الطاقة الإيوائية للهياكل الفندقية

تُعتبر الطاقة الإيوائية التي توفرها الحظيرة الفندقية داخل أي وجهة سياحية معيارا أساسيا لقياس وتقييم جانب العرض السياحي سواء من حيث حجمه أو نوعيته، وبالتالي مدى إغرائه وجلبه للسياح بناء على ما يُقدمه في هذا الجانب، وبالنسبة للجزائر فإن الحظيرة الفندقية تتميز بضعف طاقتها الإيوائية كما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (10): تطور الطاقة الإيوائية للحظيرة الفندقية الجزائرية بين سنوات 1999 و2009.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, statistiques nationales, Capacité d'accueil,
<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/capacite.pdf>, p01, (10/11/2011).

نلاحظ من خلال الشكل البياني أن عدد الأسرة التي توفرها الهياكل الفندقية في تزايد مستمر وإن كان بنسب نمو متباينة، ففي سنة 1999 كان عدد الأسرة التي توفرها الحظيرة الفندقية في الجزائر 66902 سريرا واستمر هذا العدد بالارتفاع ماعدا سنة 2001 أين سُجِّل انخفاض في هذه الطاقة الإيوائية بنسبة 0.84% مقارنة بسنة 2000، وهذا راجع إلى اغلاق بعض الفنادق التي لم تلتزم بالمعايير المحددة من طرف وزارة السياحة حيث شُرع في إعادة تهيئتها من جديد، وهو ما يُفسر أيضا نسبة الزيادة السنوية التي سجلتها سنة 2002 والتي بلغت 9.09% بفضل إعادة فتح تلك الفنادق إضافة إلى فنادق جديدة زادت من الطاقة الإيوائية.

وتشير آخر الأرقام الصادرة عن وزارة السياحة أن الطاقة الإيوائية للهياكل الفندقية بلغت سنة 2009 عدد 88694 سريرا بمعدل نمو سنوي قُدِّر بـ 3.28% مقارنة بسنة 2008، وبهذا فإن متوسط نسبة النمو في عدد الأسرة بين سنوات 2000 و 2009 بلغ 2.97%، وبمقارنة بسيطة مع دول المنطقة، نجد في تونس مثلا أن الطاقة الإيوائية للهياكل الفندقية بلغت 239000 سريرا سنة 2008¹، وبمعدل نمو سنوي قدره 12.68% بين سنوات 2000 و 2008، أي أن الطاقة الإيوائية بتونس تُشكل أكثر من ضعفين ونصف (2.7 مرة) نظيرتها بالجزائر سنة 2009، أما في المغرب فإن الطاقة الاستيعابية للفنادق سنة 2008 بلغت 152936 سريرا

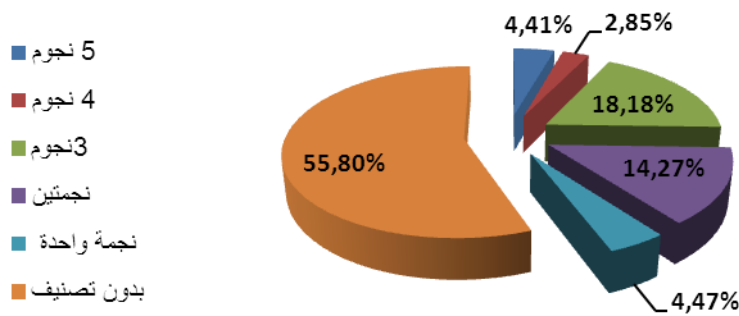
¹ L'office National du Tourisme Tunisien ; **Le tourisme tunisien en chiffres 2010** , sur le site : <http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/Statistiques/TTenChiffres2010%20.pdf>, consulté le : 10/11/2011.

بمتوسط نمو سنوي قدره 9.53%¹ وهذه الأرقام تُشير بوضوح إلى ضعف كبير للطاقة الإيوائية بالفنادق الجزائرية، كما تؤكد عدم قدرة هذه الهياكل على تغطية الطلب في حال ارتفاعه بشكل سريع نتيجة لبعض العوامل منها حالة عدم الاستقرار السياسي التي تعرفها بعض الدول العربية والتي من المؤكد أن نصيبها من السياح سوف يُحول إلى دول أخرى.

2- توزيع الطاقة الإيوائية حسب درجة التصنيف

تتوزع الطاقة الإيوائية للحظيرة الفندقية بالجزائر على مجموعة من الفنادق المتباينة في درجة ونوعية الخدمات المقدمة للسائح، وعلى هذا الأساس فهي تتوزع كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (11): توزيع الطاقة الإيوائية حسب درجة التصنيف



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, statistiques nationales, Capacité d'accueil,
<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/capacite.pdf>, p01, (10/11/2011).

يتضح من خلال الشكل السابق أن الفنادق غير المُصنَّفة هي التي توفر أكبر قدر من الطاقة الإيوائية لسنة 2009 حيث بلغت نسبة هذا النوع من الأسرّة 55.08%، فيما بلغ نصيب الفنادق المُصنَّفة من حيث توفيرها للطاقة الإيوائية نسبة 44.2%، وحسب الفنادق المُصنَّفة تُوفر الفنادق ذات الثلاث نجوم ما نسبته 18.18% من حجم الطاقة الإيوائية الإجمالية، بعدها تأتي كل من الفنادق ذات النجمتين وذات النجمة الواحدة بنسبة 14.27% و 4.47% على التوالي، ثم فنادق الخمسة نجوم التي توفر 4.41% من الطاقة الإيوائية الإجمالية.

¹ Ministère du tourisme Marocain, <http://www.tourisme.gov.ma/francais/5-Tourisme-chiffres/ChiffresCles.htm>, consulté le : 10/11/2011.

ومقارنة مع تونس فإن حجم الطاقة الإيوائية التي توفرها الفنادق المصنفة بلغ نسبة 85.1% سنة 2008¹ وكانت هذه النسبة في المغرب 72.17% خلال نفس السنة²، وعليه تُوضح هذه الأرقام نوعية المنتج السياحي والخدمات التي توفرها الهياكل الفندقية في الجزائر والتي لا ترقى إلى مستوى المنافسة الأجنبية، وهو ما يُحتمل العمل على إعادة تهيئة الحظيرة الفندقية بما يتماشى مع المقاييس الدولية كأحد مفاتيح النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، وهو ما يتطلب بعث وترقية الاستثمارات السياحية.

وحسب نوعية المنتجات السياحية المقدمة فإن الطاقة الإيوائية تتوزع كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (05): توزيع الطاقة الإيوائية الوطنية بحسب نوع الفنادق (سنة 2009)

نوع المنتج	عدد الأسرة	النسبة المئوية
حضري	57419	64,74%
ساحلي	16551	18,66%
صحراوي	10635	11,99%
حموي	3757	4,24%
جبلي	332	0,37%
المجموع	88694	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, statistiques nationales, Capacité d'accueil,
http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/capacite.pdf, p02, (10/11/2011)

يوضح الجدول أن ما نسبته 64.74% من الطاقة الإيوائية الإجمالية للهياكل الفندقية تأخذ الطابع الحضري، ويعود ذلك لتركّز عدد كبير من هذه الهياكل داخل المدن ذات التجمعات السكانية الكبرى كالجزائر العاصمة، وهران، عنابة، سطيف، قسنطينة والتي تشهد حركية اقتصادية معتبرة مقارنة بمدن أخرى، وتوفر الهياكل الفندقية ذات الطابع الساحلي نسبة 18.66% من الطاقة الإيوائية الإجمالية وهذا راجع لانتشار عدد من هذه الفنادق على المدن الساحلية الجزائرية وهو ما يُفسر أيضا الشكل الرائج للسياحة في الجزائر وهي السياحة الساحلية، كما نلاحظ أن الطاقة الإيوائية ذات الطابع الصحراوي تشكل حوالي 12% من حجم الطاقة الإيوائية الإجمالية وهذا يعكس مدى الاهتمام المتزايد بالسياحة الصحراوية التي أضحت تحظى باهتمام

¹ L'office National du Tourisme Tunisien, **Le tourisme tunisien en chiffres 2010**, Op.cit.

² Ministère du tourisme Marocain, <http://www.tourisme.gov.ma/francais/5-Tourisme-chiffres/ChiffresCles.htm>, consulté le : 10/11/2011.

كبير من طرف الدولة خاصة مع تحسن الظروف الأمنية، على العكس من نظيرتها الجبلية التي لازالت تعاني تبعات الأزمة الأمنية في الجزائر وهو ما يعكس الحجم الضئيل للطاقة الإيوائية ذات الطابع الجبلي والتي تشكل 0.37% من إجمالي الطاقة الإيوائية.

3- توزيع الطاقة الإيوائية حسب الشكل القانوني

تتوزع الطاقة الإيوائية للفنادق الجزائرية على مجموعة من الفنادق ذات الطابع العمومي أو الخاص أو ذات الطابع المختلط كم هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (06): توزيع الطاقة الإيوائية الوطنية بحسب الشكل القانوني سنة 2008.

النسبة المئوية	الطاقة الإيوائية	
20,24%	17955	عمومي
76,18%	67563	خاص
3,58%	3176	مختلط
100%	88694	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, statistiques nationales, Capacité d'accueil,
[http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/capacite.pdf,p03,\(10/11/2011\).](http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/capacite.pdf,p03,(10/11/2011).)

ويوضح الجدول أن 76.18% من الطاقة الإيوائية يوفرها القطاع الفندقي الخاص، علما أن معظم الفنادق التي يملكها الخواص هي فنادق غير مُصنَّفة لذلك فهي لا تحتاج إلى استثمارات كبيرة من أجل انشائها وهو ما يفسر هذه النسبة المرتفعة، أما الفنادق التابعة للقطاع العمومي فتوفر ما نسبته 20.24% من الطاقة الإيوائية الإجمالية وتتعلق معظمها بفنادق السلاسل العالمية مثل الهيلتون والشيراتون التي تحتاج إلى استثمارات ضخمة غير مُتاحة أمام الخواص، فيما توفر المشاريع المُختلطة (الشراكة بين القطاع العام والخاص) نسبة 3.58% من الطاقة الإيوائية، هذا النوع كان قبل سنة 2008 تابع للجماعات المحلية قبل أن تفتح الدول المجال للخواص للاستثمار في هذه الهياكل وهو ما أثمر على هذه الشراكة.

المطلب الثاني: تحليل الطلب السياحي الوطني

أولاً- تطور تدفق عدد السياح إلى الجزائر

ينقسم تدفق السياح نحو الجزائر إلى صنفين هم السياح الجزائريون المقيمون بالخارج والسياح الأجانب، ويختلف العدد الإجمالي للسياح المتدفقين عبر الحدود الجزائرية المختلفة من سنة إلى أخرى، والجدول التالي يوضح تطور تدفق السياح إلى الجزائر من سنة 2000 إلى سنة 2010:

الجدول رقم (07): تطور تدفق عدد السياح لسنة 2010.

السياح الأجانب		السياح الجزائريون المقيمون في الخارج		إجمالي السياح		السنوات
العدد	نسبة النمو السنوي	العدد	نسبة النمو السنوي	العدد	نسبة النمو السنوي	
175538	24,62%	690446	13,62%	865984	15,69%	2000
196229	11,79%	705187	2,13%	901416	4,09%	2001
251145	27,99%	736915	4,50%	988060	9,61%	2002
304914	21,41%	861373	19,89%	1166287	18,04%	2003
368562	20,87%	865157	0,44%	1233719	5,78%	2004
441206	19,71%	1001884	15,80%	1443090	19,97%	2005
478358	8,42%	1159224	15,70%	1637582	13,48%	2006
511188	6,86%	1231896	6,27%	1743084	6,44%	2007
556697	8,90%	1215052	-1,37%	1771749	1,46%	2008
655810	17,80%	1255696	3,35%	1911506	7,89%	2009
654987	-0,13%	1415509	12,73%	2070496	8,32%	2010
--	15,29%	--	8,46%	--	10,07%	متوسط نسبة النمو السنوي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- عامر عيساني، مرجع سابق، ص 103.

- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Synthèse des flux touristiques en Algérie, Année 2010**, p01, sur le site : <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/Les%20flux%20touristiques%202010.pdf>, (10/11/2011).

يوضح الجدول أن العدد الإجمالي للسياح المتوافدين على الجزائر في ارتفاع مستمر لكن بنسب نمو سنوية مختلفة حيث سجلت سنة 2008 أدنى نسبة نمو بـ 1.46% وهي السنة التي شهدت تراجعاً في نسبة توافد السياح الجزائريين المقيمين بالخارج وهذا بنسبة 1.37%، وتزامن هذا التراجع مع بداية الأزمة المالية العالمية التي كان لها التأثير الواضح على المستوى العالمي في عدد السياح سنة 2009، حيث تراجع عدد السياح العالميين مقارنة بسنة 2008، إلا أن الجزائر عرفت سنة 2009 نمواً بـ 7.89% في عدد السياح المتوافدين إليها حيث شهدت هذه السنة ارتفاعاً بنسبة 17.8% في عدد الأجانب المتوافدين، كما تمكنت الجزائر سنة 2010 من تخطي عتبة المليونين سائح لأول مرة على الرغم من التراجع في نسبة النمو السنوي للسياح الأجانب بنسبة 0.13% والتي قابلها نمو سنوي قدره 8.32% فيما يخص توافد السياح الجزائريين المقيمين بالخارج.

وعلى الرغم من الارتفاع في عدد السياح المتوافدين والذي بلغ سنة 2010 رقم 2070496 سائح، إلا أنه لازال رقماً متواضعاً جداً مقارنة بما تستقبله كل من تونس والمغرب سنوياً، ففي تونس مثلاً بلغ توافد السياح الأجانب (دون احتساب توافد التونسيين المقيمين بالخارج) سنة 2010 عدد 6902794 سائح أجنبي (منهم 1060043 سائح جزائري)¹، فيما بلغ عدد السياح المتوافدين على المغرب سنة 2009 عدد 8341237 سائح² وهذا يعني أن عدد السياح المتوافدين على المغرب يفوق العدد المتوافد على الجزائر بأربعة أضعاف.

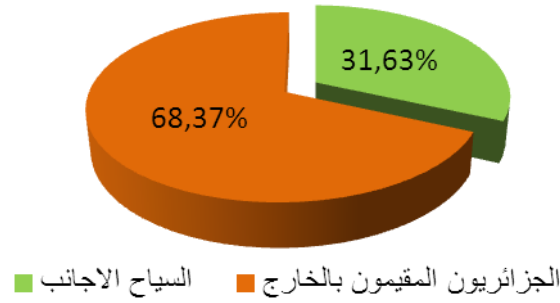
ثانياً- توزيع عدد السياح حسب الدول الموفدة لهم

يُلاحظ من الجدول السابق أن النسبة الكبيرة من السياح المتوافدين على الجزائر مصدرها الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج، ففي سنة 2010 بلغ توافد الجزائريين المقيمين بالخارج نسبة 68.37% من إجمالي عدد السياح المتوافدين كما يوضحه الشكل التالي:

¹ L'Office National du Tourisme Tunisien, **Le tourisme tunisien en chiffres 2010**, Op.Cit.

² Ministère du tourisme Marocain, <http://www.tourisme.gov.ma/francais/5-Tourisme-chiffres/ChiffresCles.htm>, consulté le : 10/11/2011.

الشكل رقم (12): توزيع توافد السياح الجزائريين والأجانب سنة 2010.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Synthèse des flux touristiques en Algérie, Année 2010**, p02, sur le site :

<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/Les%20flux%20touristiques%202010.pdf>, (10/11/2011).

أما فيما يخص توزيع السياح الأجانب لسنة 2010 حسب الدول الموفدة لهم فهو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (08): توزيع السياح الأجانب المتوافدين على الجزائر حسب بلد إقامتهم لسنة 2010.

الدولة	عدد السياح	النسبة المئوية	نسبة النمو مقارنة بسنة 2009
تونس	245222	37,44%	23,91%
فرنسا	140129	21,39%	-18,20%
اسبانيا	25633	3,91%	7,95%
ليبيا	19313	2,95%	18,06%
الصين	17529	2,68%	-17,23%
المغرب	17115	2,61%	-1,07%
ايطاليا	16886	2,58%	-10,30%
سوريا	10357	1,58%	8,14%
ألمانيا	9244	1,41%	-23,91%
تركيا	9783	1,49%	-19,42%
بريطانيا	8024	1,23%	-14,41%
الدول الاخرى	135752	20,73%	--
المجموع	654987	100%	-0,30%

Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Synthèse des flux touristiques en Algérie, Année 2010**, p05, sur le site :

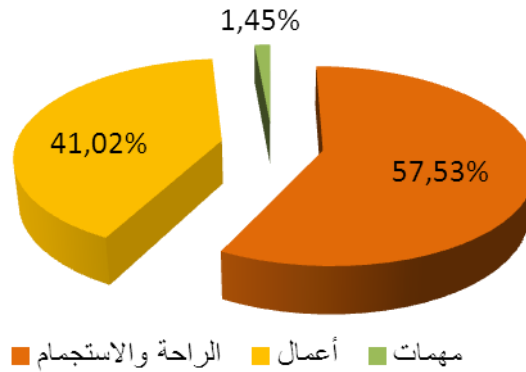
<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/Les%20flux%20touristiques%202010.pdf>, (10/11/2011).

يبين الجدول أن تونس هي أول بلد موفد للسياح الأجانب بنسبة 37.44% من إجمالي عدد السياح الأجانب وهذا راجع أساسا إلى عدم فرض تأشيرة الدخول بين البلدين المتجاورين، ثم فرنسا بنسبة 21.39% وهما بذلك يستحوذان على ما نسبته 58.83% من إجمالي السياح الأجانب المتوافدين إلى الجزائر، مما يعني عدم التنوع من حيث الدول الموفدة للسياح الأجانب، كما يُلاحظ أن الدول التي عرفت زيادة في نسبة السياح الوافدين منها هي دول عربية (تونس، ليبيا، سوريا) إضافة إلى إسبانيا التي تحتل المرتبة الثالثة من حيث عدد السياح المتوافدين منها، أما الدول الأجنبية الأخرى فقد عرفت تراجعاً في عدد السياح المتوافدين منها، ومقارنة بسنة 2009 فإن عدد السياح الأجانب قد عرف تراجعاً بنسبة 0.3%.

ثالثاً- توزيع عدد السياح الأجانب حسب الغرض من الزيارة

يدخل إلى الجزائر سنوياً أعداد مختلفة من السياح الأجانب والتي عادة ما يختلف الغرض من زيارتهم، إلا أنه ورغم الاختلاف في الغرض من الزيارة فإن دوافع دخولهم إلى الجزائر تجعلهم يُصنفون ضمن السياح، وقد توزع هؤلاء السياح حسب الغرض من زيارتهم للجزائر سنة 2010 كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (13): توزيع السياح الأجانب حسب الغرض من الزيارة لسنة 2010.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

Ministère du tourisme et de l'artisanat, **Synthèse des flux touristiques en Algérie, Année 2010**, p04, sur le site : <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/Les%20flux%20touristiques%202010.pdf>, (10/11/2011).

من الشكل البياني نلاحظ أن 57.53% من السياح الأجانب المتوافدين على الجزائر سنة 2010 كان الغرض من زيارتهم هو قضاء أوقات للراحة والاستجمام بانخفاض قدره 12.14% مقارنة مع سنة 2009، في

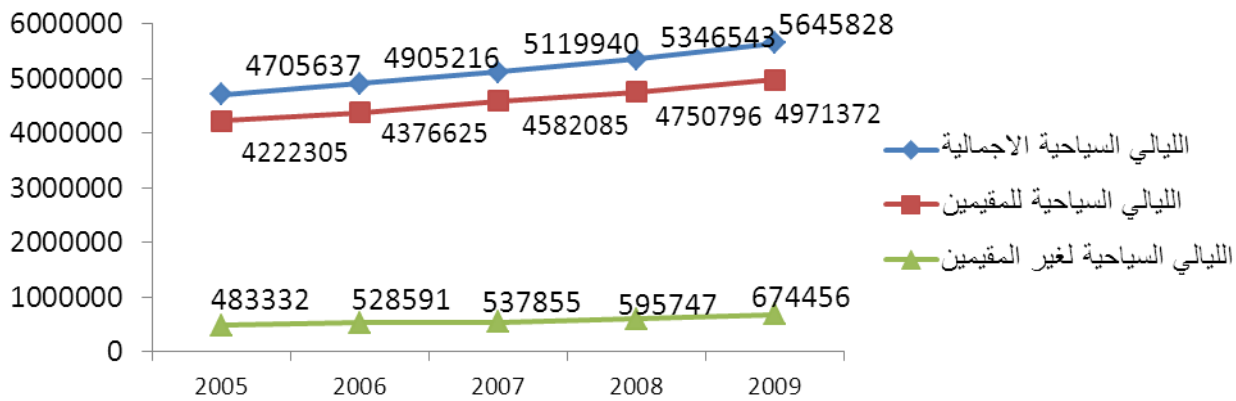
حين بلغت نسبة السياح المتوافدين بغرض القيام بأعمال (سياحة الأعمال) 41.02% أي بنسبة زيادة بلغت 29.12% مقارنة بسنة 2009، ويُفسر هذا بزيادة إقبال المستثمرين الأجانب على السوق الجزائرية، في حين بلغت نسبة السياح الأجانب الذين توافدوا على الجزائر لغرض مهمات مختلفة 1.45% بنسبة تراجع كبيرة قدرها 49.59% مقارنة بسنة 2009، ويُمكن تفسير هذا التراجع بالانخفاض في العدد الإجمالي للسياح الأجانب الذين توافدوا على الجزائر سنة 2010 مقارنة بسنة 2009، حيث عرف عددهم تراجعا بنسبة 0.3%.

رابعاً- عدد الليالي السياحية

يُعبّر مؤشر الليالي السياحية التي يقضيها السياح عن مدة إقامتهم داخل البلد، ويرتفع هذا المؤشر متأثراً بارتفاع عدد السياح الوافدين إلى بلد معين أو بطول إقامة هؤلاء السياح داخل هذا البلد، كما يسمح معرفة عدد الليالي المقضاة بالهياكل الفندقية بمعرفة متوسط مدة الإقامة في الفنادق والذي يُشير ضمناً إلى متوسط مدة بقاء السياح داخل بلد معين.

وقد تطور عدد الليالي المقضاة بالهياكل الفندقية في الجزائر كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (14): تطور عدد الليالي السياحية بين سنوات 2005 و 2009.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, statistiques nationales, Nuitées

<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/nuitées.pdf>

ويوضح الشكل الارتفاع السنوي المتواصل في عدد الليالي السياحية التي يقضيها كل من المقيمين وغير المقيمين وهو ما يُفسر الارتفاع السنوي لليالي السياحية الإجمالية، ويُشكل المقيمين النسبة الأكبر في عدد الليالي

المقضاة إذ تتراوح نسبة الليالي التي يقضيها هؤلاء المقيمين ما بين 88% و 90%، هذا يعني أن السياحة الداخلية هي التي تستأثر بأكبر قدر من الحركة السياحية.

المطلب الثالث: الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي في الجزائر

نظرا لتنوع وتعدد أنشطة وفروع القطاع السياحي فإن الآثار الاقتصادية لهذا القطاع تشمل مجموعة من الجوانب نورد أهمها فيما يلي:

أولا- الميزان السياحي

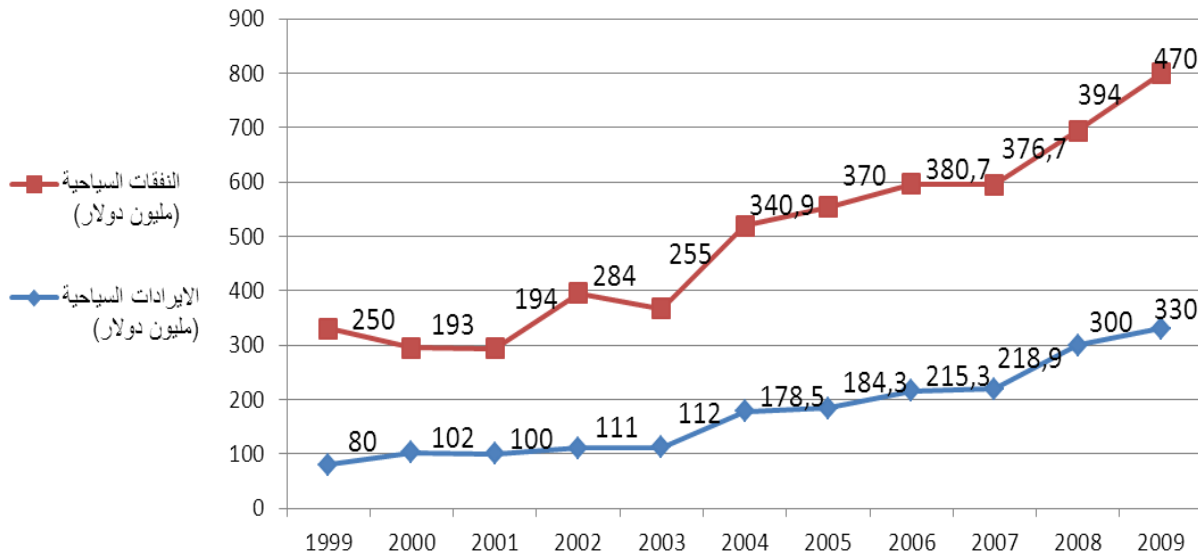
يُقدم مؤشر الميزان السياحي لأي دولة صورة عن مدى تقدم صناعة السياحة ورواج أسواقها السياحية، وبالتالي درجة مساهمتها في عملية التنمية، حيث تلعب الإيرادات السياحية دورا مهما في تنمية القطاع السياحي بشكل خاص والتنمية الاقتصادية الوطنية بشكل عام، كون أن الفوائض المالية التي قد يحققها الميزان السياحي يُمكن أن توجه لدعم وتمويل برامج التنمية الوطنية.

في الجزائر وبالنظر لمجموعة من الأسباب أبرزها إهمال القطاع السياحي في برامج التنمية والاعتماد على الإيرادات الناشئة عن المحروقات، إضافة إلى الظروف الأمنية التي مرت بها البلاد قبل عقدين من الزمن جعلت من أداء القطاع السياحي أداء ضعيفا خاصة على مستوى الإيرادات السياحية الناتجة عنه.

والمقصود بالإيرادات السياحية هو مجموع ما يُنفقه السياح داخل الوجهة السياحية (البلد المضيف) على مختلف السلع والخدمات طيلة فترة إقامتهم داخل هذه الوجهة، أما النفقات السياحية فيُقصد بها المبالغ المدفوعة مقابل حيازة سلع وخدمات استهلاكية وكذلك أشياء ثمينة للاستعمال الشخصي أو للإهداء، لأغراض الرحلة السياحية أو أثناءها¹، ويوضح الشكل التالي تطور الإيرادات والنفقات السياحية بالسوق السياحي الجزائري:

¹ منظمة الأمم المتحدة، الحساب الفرعي للسياحة: الإطار المنهجي الموصى به 2008، السلسلة واو، العدد 80، نيويورك 2011.

الشكل رقم (15): تطور الإيرادات والنفقات السياحية الجزائرية بين سنوات 1999 و 2009.



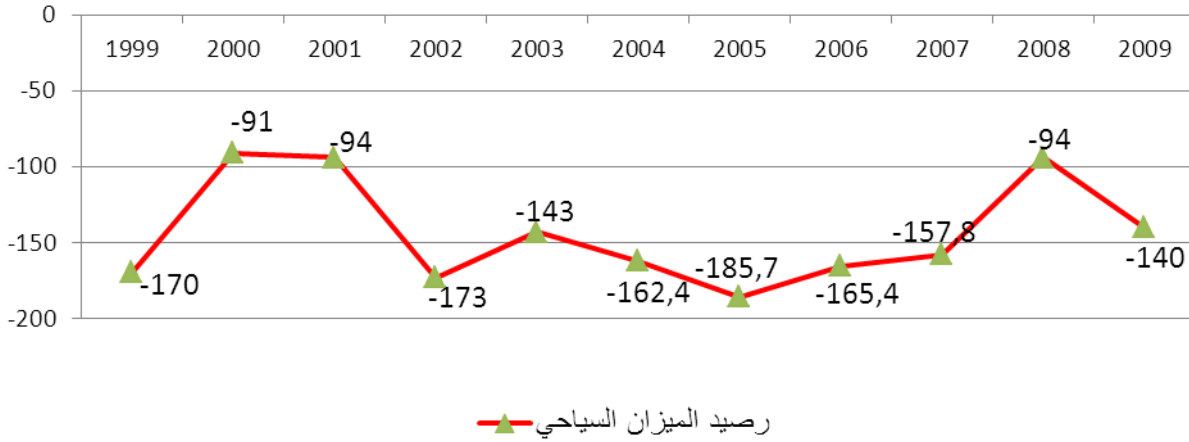
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, statistiques nationales, Balance,
<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/balance.pdf>

ويوضح الشكل السابق أن الإيرادات السياحية في ارتفاع مستمر حيث بلغ متوسط نموها السنوي ما بين سنوات 1999 و 2009 نسبة 15.03% وهذا راجع إلى تحسن في الظروف المذكورة سابقا والتي أدت بدورها إلى الزيادة في عدد السياح المتوافدين إلى الجزائر الأمر الذي زاد من إيرادات القطاع السياحي، إلا أن هذه الإيرادات تُعتبر ضعيفة خاصة إذا ما قارناها بالإيرادات السياحية لكل من تونس والمغرب.

أما فيما يخص النفقات السياحية فعرفت تدبدا في قيمها السنوية ما بين ارتفاع وانخفاض وقد بلغ معدل نموها السنوي نسبة 7.35%، وعلى الرغم من أن هذا المعدل يمثل تقريبا نصف المعدل السنوي للإيرادات السياحية إلا أن الميزان السياحي يُسجل عجزا سنويا مستمرا، وهذا راجع لارتفاع النفقات السياحية من حيث قيمتها، لذلك فالتغير السنوي في هذه القيمة نحو الزيادة يُشكل عبئا على الميزان السياحي وهو ما يعكس العجز السنوي لهذا الميزان والموضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (16): تطور رصيد الميزان السياحي الجزائري بين سنوات 1999 و 2009 (الوحدة: مليون دولار).

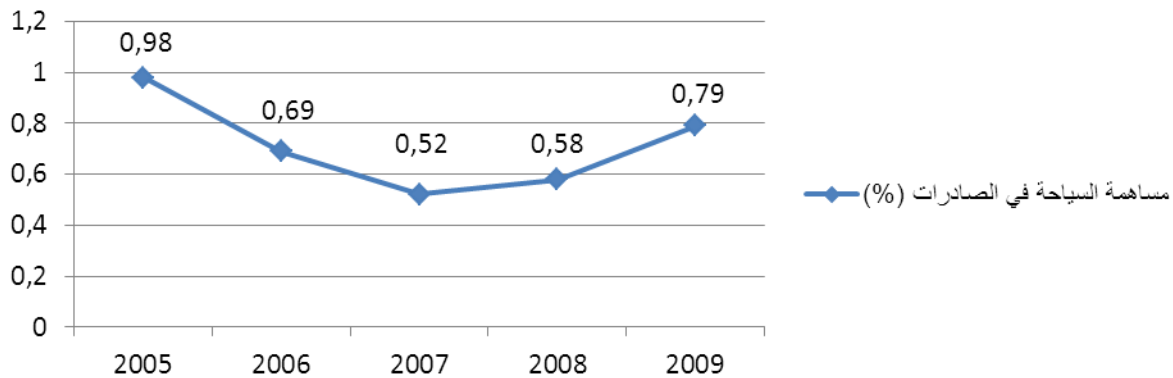


Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, statistiques nationales, Balance Touristique, <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/balance.pdf>

ثانيا- مساهمة السياحة في الصادرات

يُعتبر مؤشر مساهمة السياحة في الصادرات مؤشرا مهما في دراسة دور السياحة في أي اقتصاد، وهو يُعبر عن الدور الذي يلعبه القطاع السياحي في جلب العملة الصعبة كما يُعبر عن مكانة هذا القطاع في هيكل الصادرات، حيث كلما ارتفعت نسبة هذا المؤشر دلّ ذلك على مساهمة كبيرة للقطاع السياحي في الصادرات، وبالنسبة للجزائر فإن النسب السنوية لمساهمة السياحة في الصادرات موضحة في الشكل التالي:

الشكل رقم (17): مساهمة السياحة الجزائرية في الصادرات



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الموقع:

The home of the Internet's most complete country
<http://www.indexmundi.com/facts/algeria/international-tourism>

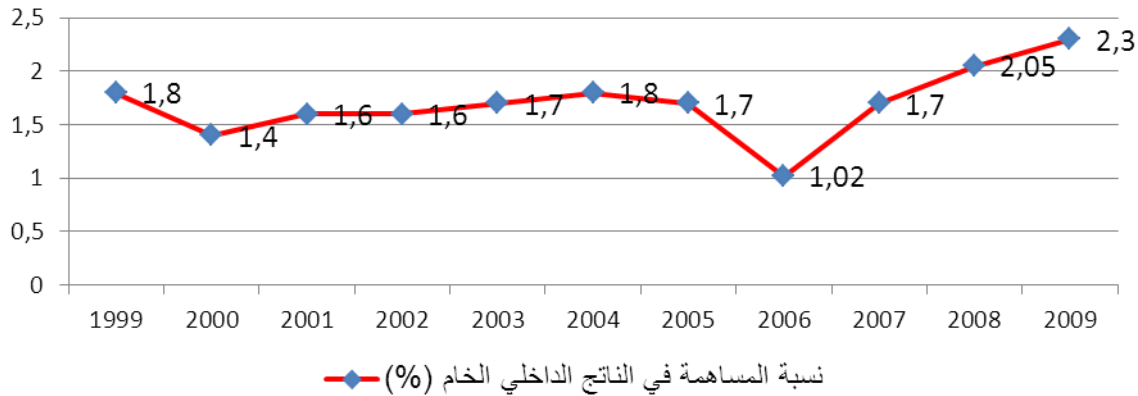
يبين الشكل السابق أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الصادرات الجزائرية (قيمة الإيرادات السياحية/قيمة الصادرات الوطنية) هي نسبة ضعيفة جدا ولا ترقى إلى الإمكانيات المادية والبشرية والطبيعية التي تتوفر عليها للنهوض بالقطاع السياحي، وبلغت هذه النسبة أدنى مستوى لها سنة 2007 عند قيمة 0.52%¹ وعلى الرغم من الارتفاع الطفيف سنة 2009 اذ بلغت 0.79% إلا أنها تبقى نسبة ضعيفة جدا خاصة إذا ما قورنت بنظيراتها في تونس والمغرب والتي بلغت نسبة 17.7% و 30.25% على التوالي سنة 2009.

ثالثا- مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام

يُقاس دور القطاع السياحي في خلق الثروة داخل اقتصاد معين بنسبة مساهمة هذا القطاع في الناتج الداخلي الخام، ويوضح الشكل الموالي تطور نسبة مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج الداخلي الخام خارج قطاع المحروقات:

الشكل رقم (18): تطور نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام خارج قطاع المحروقات بين سنوات

1999 و 2009.



Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, statistiques nationales, Produit Intérieur Brut, <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/pib.pdf>

ويبين الشكل أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام خارج قطاع المحروقات ظلت تراوح مكانها طيلة سنوات 1999 إلى سنة 2007 حيث لم تتجاوز حاجز 1.8%، وانخفضت إلى 1.02%

¹ The home of the Internet's most complete country, <http://www.indexmundi.com/facts/algeria/international-tourism>, consulté le: 20/01/2012.

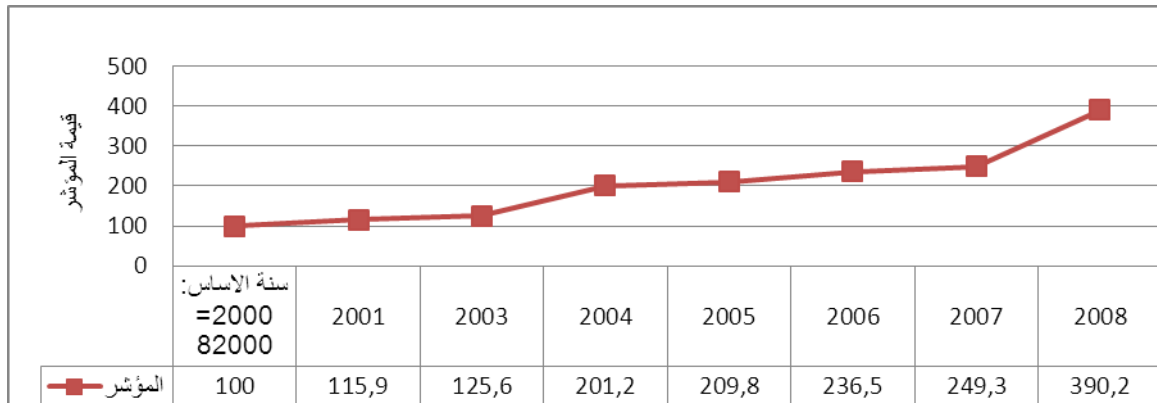
سنة 2006، لكن سنة 2008 عرفت تسجيل نموا أكبر مقارنة مع السنوات السابقة حيث بلغت نسبة المساهمة في الناتج الداخلي الخام 2.05% لأول مرة، واستمر هذا النمو ليلبلغ نسبة 2.3% سنة 2009.

وعلى الرغم من الارتفاع المسجل سنتي 2008 و2009 في نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام إلا أن هذه النسبة تبقى ضعيفة جدا بالنظر إلى المقومات التي تتمتع بها الجزائر في المجال السياحي، وإذا ما قارنا هذه النسب بالدول المجاورة.

رابعا- مساهمة القطاع السياحي في التشغيل

تُشير الإحصائيات العالمية إلى أن القطاع السياحي يُساهم بشكل كبير في توفير مناصب الشغل، إلا أنه وعلى المستوى الوطني فإن حجم التوظيف في القطاع السياحي لا يزال ضعيفا وهذا راجع لضعف أداء هذا القطاع، والشكل التالي يوضح تطور مساهمة القطاع السياحي في توفير مناصب الشغل في الجزائر:

الشكل رقم (19): تطور مؤشر مساهمة القطاع السياحي في التشغيل بين سنوات 2000 و2008.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الملحق رقم (04).

يبين الشكل أن مؤشر مساهمة القطاع السياحي في التشغيل يسير سنويا في اتجاه تصاعدي، حيث ارتفعت نسبة المشتغلين في القطاع السياحي سنة 2008 بـ 290.24% مقارنة بسنة 2000، وهذا يعني أن عدد المشتغلين في القطاع السياحي في ازدياد سنوي مستمر، يرجع ذلك إلى الاستثمارات السنوية في هذا القطاع والتي تستقطب يد عاملة جديدة، إضافة إلى الانتعاش الذي تعرفه بعض الأنشطة ذات العلاقة الوطيدة بالسياحة (مثل النقل) والتي بدورها توفر مناصب شغل إضافية، لكن الحكم على مدى مساهمة القطاع السياحي في خلق مناصب الشغل لا يتأتى إلا من خلال مقارنة المناصب التي يوفرها القطاع السياحي مع إجمالي المناصب المتوفرة

في الاقتصاد أو بعبارة أخرى من خلال حساب نسبة المشتغلين في القطاع السياحي إلى اجمالي المشتغلين في مختلف القطاعات، وقد بلغت هذه القيمة نسبة 1.8% سنة 2008، وهي نسبة متواضعة وبعيدة عن النسبة العالمية المقدرة بـ 8.2%.

وُشير إلى أن المناصب التي تتضمنها هذه النسبة تشمل مجالات الفنادق والمطاعم ولا تتضمن بعض الأنشطة التي قد تخلق مناصب شغل إضافية مثل قطاع النقل، كما لا تتضمن أيضا قطاع الصناعات التقليدية الذي يستقطب حجما كبيرا من العمالة وتعمل منتجاته على تدعيم القطاع السياحي نفسه.

المبحث الثاني: واقع تنافسية القطاع السياحي في الجزائر

إن الحكم على مدى قوة وأداء القطاع السياحي يتحدد من خلال قياس ومعرفة الدور الذي يلعبه هذا القطاع في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما يتم هذا الحكم من خلال تحديد مكانة القطاع السياحي على المستوى العالمي والإقليمي من خلال إجراء مقارنات تُبنى على مجموعة من المؤشرات، وبناء على هذه المقارنات يتم تحديد مكانة وتنافسية القطاع السياحي، ويسمح التحديد السنوي لتنافسية القطاع السياحي بمعرفة مدى التقدم أو التأخر الذي يُسجله القطاع كما يسمح بحصر جوانب الضعف التي يجب تقويتها، وجوانب القوة التي يجب تعزيزها.

المطلب الأول: مفهوم تنافسية القطاع السياحي ومؤشرات قياسها

أولا-تنافسية القطاع السياحي

تُعرّف تنافسية القطاع السياحي على أنها "قدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، وهو ما سوف يؤدي إلى تمييز تلك الدول في هذا القطاع، وبالتالي فإن القطاع التنافسي هو القطاع الذي تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة والمحافظة على الحصة السوقية وتنميتها باستمرار"¹.

¹ طارق نوير، دور الحكومة الداعم للتنافسية: حالة مصر، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2002، ص4.

و يتم قياس التنافسية بشكل عام من خلال مجموعة من المؤشرات توضح حالة اقتصاد معين أو قطاع معين من هذا الاقتصاد أو مؤسسة معينة، وبالنسبة للقطاع السياحي هناك مجموعة من المؤشرات يمكن اعتمادها لقياس تنافسية هذا القطاع داخل كل اقتصاد، وتأخذ معظم هذه المؤشرات الشكل الكمي.

وحسب منظمة السياحة العالمية (UNWTO) فإن هذه المؤشرات تسمح بتوفير البيانات والمعلومات حول النشاط السياحي، وتعمل على زيادة المعرفة بالنسبة لمتخذي القرارات السياحية لتلافي اتخاذ القرارات الخاطئة، كما تلعب هذه المؤشرات دورا مهما في توضيح وفهم الروابط القائمة بين النشاط السياحي وبعض الأنشطة المتداخلة معه، فعلى مستوى دول الاتحاد الأوروبي تم اقتراح 35 مؤشرا أطلق عليها اسم "هيكل المؤشر" حيث تتكون من مؤشرات تربط القطاع السياحي بالعمالة والإبتكار والإصلاح الاقتصادي والجانب الاجتماعي¹.

ونظرا لغياب قاعدة معطيات حكومية واضحة حول القطاع السياحي في الجزائر فإننا سنعتمد في تقييم تنافسية القطاع السياحي الجزائري على التقارير السنوية التي تصدر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، إذ يُصدر هذا المنتدى تقاريره السنوية (بداية من سنة 2007) بعنوان "تقرير التنافسية السياحية والسفر"، وتهدف هذه التقارير السنوية إلى توفير أداة واضحة لتشخيص وضعية القطاع السياحي في أغلب دول العالم ومن ثم العمل على إدخال التحسينات اللازمة أو تعزيز نقاط القوة، ويعتمد التقرير على مجموعة من المؤشرات الكمية.

ثانيا- مؤشرات تنافسية القطاع السياحي حسب المنتدى الاقتصادي العالمي

يرتكز تقرير التنافسية السياحية والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي على ثلاثة مجاميع رئيسية من المتغيرات (المؤشرات) التي تحدد تنافسية قطاع السياحة والسفر، وتتوزع هذه المجاميع كما يلي²:

- دليل الاطار التنظيمي والقانوني لقطاع السياحة والسفر؛
- دليل بيئة النشاط والبنية التحتية لقطاع السياحة والسفر؛
- دليل الموارد البشرية والطبيعية والثقافية لقطاع السياحة والسفر.

¹ رياض بن جليلي وآخرون، تنافسية السياحة في الوطن العربي، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد العاشر، العدد الأول، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2008، ص 28.

² Jennifer Blanke, Thea Chiesa, **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011(Beyond the Downturn)**, World Economic Forum, Geneva, Switzerland 2011, p04.

ويتكون كل دليل من مجموعة من المؤشرات الثانوية لقياس تنافسية قطاع السياحة والسفر، ليبلغ بذلك مجموع المؤشرات الثانوية أربعة عشر (14) مؤشرا كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (20): مكونات مؤشرات الجاميع الثلاثة لتنافسية قطاع السفر والسياحة



Source : Our own translation based on:

Jennifer Blanke, Thea Chiesa, **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011(Beyond the Downturn)**, World Economic Forum, Geneva, Switzerland 2011, p20.

ونلاحظ من الشكل وجود المؤشر رقم 15 وهو المتعلق بالتغيرات المناخية وهو مؤشر جديد ورد ذكره في تقرير سنة 2011 لكن لم تصدر بشأنه أي بيانات لعدم توفرها بعد، إلا أنها سوف تُضمَّن في التقارير اللاحقة الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي.

وتتكون كل هذه المؤشرات الأربعة عشر بدورها من مجموعة أخرى من المؤشرات الفرعية التي تقيس وتُقيّم كل مؤشر على سلم تنقيط من واحد إلى سبعة، حيث كلما اقتربت النقطة من سبعة دلّ المؤشر على حالة جيدة، و يحدد متوسط النقاط التي تحصل عليها هذه المؤشرات الفرعية درجة التصنيف الذي يحصل عليها كل مؤشر من المؤشرات الأربعة عشر (على سلم تنقيط من واحد الى سبعة أيضا)، كما يقابل كل نقطة يحصل عليها أي مؤشر الرتبة العالمية الذي تحصل عليها من مجموع الدول التي يشملها التقرير.

إن استخدام المؤشرات لقياس تنافسية القطاع السياحي يسمح بإمكانية اجراء المقارنة على المستوى الدولي، ومن ثم معرفة جوانب التحسن الذي سجلها القطاع، كما تشكل هذه المؤشرات حافزا يُشجع الحكومات على انتهاج سياسات إصلاحية في هذا المجال، باعتبارها أدوات رئيسية لمتابعة ومقارنة التطورات الحاصلة مع الأهداف المسطرة.

المطلب الثاني: مؤشرات التنافسية للقطاع السياحي الجزائري

نحاول فيما يلي إبراز تنافسية القطاع السياحي الجزائري من خلال المؤشرات التي اعتمدها تقارير التنافسية الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي، وهي التقارير التي شرع في إصدارها منذ سنة 2007 حيث صدر آخر تقرير سنة 2011، مع ذكر أن المنتدى الاقتصادي العالمي لم يُصدر تقريره المتعلق بتنافسية قطاع السفر والسياحة لسنة 2010، والجدول التالي يوضح الوضعية العامة لتنافسية القطاع السياحي الجزائري:

الجدول رقم (09): مؤشرات تنافسية القطاع السياحي من سنة 2007 الى سنة 2011.

الموارد البشرية والثقافية والطبيعية	بيئة النشاط والبنية التحتية		الاطار التنظيمي والقانوني		المؤشرات العامة		السنوات
النقطة	الرتبة	النقطة	الرتبة	النقطة	الرتبة العالمية	النقطة	
4.37	97	2.82	93	3.81	89	3.67	2007 (من 124 دولة)
3.52	98 ↓	2.97	93	4.01	99 ↓	3.50	2008 (من 130 دولة)
3.22	127 ↓	2.84	98 ↓	3.88	108 ↓	3.31	2009 (من 133 دولة)
3.35	116 ↑	2.89	110 ↓	3.87	112 ↓	3.37	2011 (من 139 دولة)

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة بين سنوات 2007

و2011.

يوضح الجدول وضعية تنافسية القطاع السياحي الجزائري، فبعد ما احتل القطاع الرتبة 93 عالميا من حيث تنافسيته ظل يُشكل تراجعاً سنة بعد سنة، حيث تراجع سنة 2008 بـ 9 مراتب ليحتل الرتبة 102 عالميا، ثم إلى الرتبة 115 عالميا سنة 2009، أي أنه تراجع بـ 22 مرتبة في ظرف سنتين، وشهدت سنة 2011 تقدماً في التصنيف إلى الرتبة 113 عالميا من أصل 139 دولة شملها التصنيف، وهي رتبة متأخرة جداً وتعكس وضعية القطاع السياحي في الجزائر والذي لم يحظ بالاهتمام الكافي، ونشير إلى أن تونس والمغرب احتلتا الرتبة 47 و 78 على التوالي سنة 2011.

وفيما يلي نستعرض بالتفصيل وضعية مؤشرات تنافسية القطاع السياحي الجزائري:

أولاً- الدليل الرئيسي الأول: الإطار التنظيمي والقانوني لقطاع السياحة والسفر

احتلت الجزائر الرتبة 112 عالميا فيما يخص هذا المؤشر وحصلت على تنقيط 3.9 من 7، ويتكون هذا الدليل من خمسة مجاميع جاءت مؤشرات كما يلي:

الجدول رقم(10): مؤشرات الإطار التنظيمي والقانوني لقطاع السياحة والسفر الجزائري

2011		2009		الإطار التنظيمي والقانوني لقطاع السياحة والسفر
النقطة	الرتبة	النقطة	الرتبة	
3.9	112 ↓	3.9	108	
3.7	118 ↓	3.7	111	القواعد والتعليمات السياسية
4.0	120 ↓	3.9	116	الاستدامة البيئية
4.4	95 ↑	4.6	97	الأمن والسلامة
4.2	84 ↓	4.2	81	الصحة والنظافة
3.1	130 ↓	3.0	124	أولوية قطاع السفر والسياحة

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة لسنتي 2009 و2011.

يتكون الدليل الأول المتمثل في الإطار التنظيمي والقانوني لقطاع السياحة والسفر من مجموعة من المؤشرات تقيس في مجملها تنافسية القطاع السياحي في هذا المجال، وقد تراجعت الجزائر من الرتبة 108 إلى الرتبة 112 على المستوى العالمي، وجاءت المؤشرات الخاصة بالقطاع السياحي الجزائري كما يلي:

1- مؤشر القواعد والتعليمات السياسية (يتكون من 9 مؤشرات فرعية): جاءت الجزائر في الرتبة 118 عالميا متراجعة بـ 7 مراتب مقارنة بسنة 2008، وفيما يخص المؤشرات الفرعية المعبرة عن هذا المؤشر لوحظ

أن مؤشر تكلفة بداية نشاط سياحي وضع الجزائر في الرتبة 74 عالميا (الرتبة 66 سنة 2009)، بينما أسوأ ترتيب في مؤشرات الفرعية أشار إليه مؤشر متطلبات التأشيرة (Visa requirements) حيث جاءت الجزائر في الرتبة 125 عالميا من أصل 139 دولة، وهو ما يعكس تخلف الجهاز الإداري الجزائري وتعقيداته البيروقراطية.

2- مؤشر الاستدامة البيئية (يتكون من 7 مؤشرات فرعية): احتلت الجزائر حسب هذا المؤشر الرتبة 120 عالميا مُراجعة بـ 4 مراتب مقارنة بسنة 2009 على الرغم من التحسن في سلم التنقيط من 3.9 إلى 4.0 إلا أن تحسن دول أخرى بشكل أكبر فيما يخص هذا المؤشر جعل الجزائر تتراجع في الترتيب، وفيما يخص المؤشرات الفرعية المعبرة عن مؤشر الاستدامة البيئية فإن أفضلها كان هو مؤشر انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون الذي وضع الجزائر في الرتبة 71 عالميا، فيما كان أسوأها هو مؤشر الاستدامة في تنمية صناعة السياحة الذي أشار إلى الرتبة 114 عالميا (متأخرا بـ 14 رتبة مقارنة بسنة 2009) مما يعني أن القطاع السياحي الجزائري لا يزال بعيدا عن تطبيق مبادئ الاستدامة.

3- مؤشر الأمن والسلامة (يتكون من 4 مؤشرات فرعية): جاءت الجزائر حسب هذا المؤشر في الرتبة 95 عالميا بتنقيط قدره 4.4 من 7، وقد تحسنت الجزائر برتبتين من حيث التصنيف مقارنة بسنة 2009، أما فيما يخص أفضل المؤشرات الفرعية المعبرة عن هذا المؤشر جاء مؤشر تكلفة النشاط الناتجة عن العنف والجرائم الذي أشار إلى الرتبة 74 عالميا بتحسّن قدر 11 رتبة مقارنة بسنة 2009، فيما كان أسوأ مؤشر هو مؤشر تكاليف النشاط الناتجة عن الإرهاب والذي وضع الجزائر في الرتبة 128 عالميا وهو ما يعني أن القطاع السياحي قطاع حساس جدا بالأحداث التي تمس بالأمن والنظام العام، وأن السياحة في الجزائر لازلت تعاني من الظروف الأمنية التي مرت بها البلاد سنوات الأزمة.

4- مؤشر الصحة والنظافة (يتكون من 4 مؤشرات فرعية): احتلت الجزائر بحسب هذا المؤشر الرتبة 84 عالميا بتنقيط قدره 4.2، مُتأخرة بثلاث مراتب مقارنة بسنة 2009، وكان أفضل المؤشرات الفرعية المعبرة عن الصحة والنظافة هو مؤشر التحسينات في قنوات الصرف الصحي الذي وضع الجزائر في الرتبة 50 عالميا وهي رتبة جيدة على الرغم من أنها كانت في الرتبة 48 سنة 2009.

5- مؤشر أولوية قطاع السفر والسياحة (يتكون من 5 مؤشرات فرعية): جاءت الجزائر بحسب هذا المؤشر في الرتبة 130 عالميا وهي رتبة متأخرة جدا، وتعكس هذه الرتبة مدى ضعف الاهتمام بالقطاع السياحي

والذي انعكس في ضَعْف مثل هذه المؤشرات، وكان أفضل مؤشر فرعي في هذا المجال هو مؤشر أولوية القطاع السياحي بالنسبة للحكومة والذي وضع الجزائر في الرتبة 109 عالميا، بينما أسوأها كان من نصيب مؤشر الأداء التسويقي الذي صنف الجزائر في الرتبة 127 عالميا.

ثانيا- الدليل الرئيسي الثاني: بيئة النشاط والبنية التحتية لقطاع السياحة والسفر

احتلت الجزائر حسب هذا الدليل الرتبة 110 عالميا بتنقيط قدره 2.9 من 7، وقد تراجت الجزائر في الترتيب بـ 12 رتبة مقارنة بسنة 2009، وفيما يخص المجاميع المكونة لهذا الدليل فقد جاءت نتائجها كما هو موضح في الجدول:

الجدول رقم (11): مؤشرات بيئة النشاط والبنية التحتية لقطاع السياحة والسفر الجزائري

2011		2009		بيئة النشاط والبنية التحتية لقطاع السياحة والسفر
النقطة	الرتبة	النقطة	الرتبة	
2.9	↓ 110	2.8	98	
2.4	↑ 103	2.3	110	البنية التحتية للنقل الجوي
3.0	↓ 105	2.7	101	البنية التحتية للنقل البري
1.7	↓ 122	1.9	95	البنية التحتية للهياكل السياحية
2.3	↓ 107	2.1	97	البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات
5.0	↓ 35	5.1	32	تنافسية الأسعار في صناعة السياحة

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة لسنتي 2009 و2011.

أما فيما يخص بالمؤشرات التي يتكون منها هذا الدليل فجاءت بالشكل التالي:

1- مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي (يتكون من 7 مؤشرات فرعية): بحسب هذا المؤشر احتلت الجزائر الرتبة 103 عالميا سنة 2011 بتحسّن قدره 7 رتب مقارنة بسنة 2009، وهذا نتيجة للاستثمارات التي وجهتها الدولة لمثل هذه المرافق، وكان أفضل المؤشرات الفرعية المعبرة عن مؤشر البنية التحتية للقطاع السياحي هو مؤشر عدد المقاعد المتوفرة داخليا (عدد مقاعد السفر في الكيلومتر الواحد) إذ صنف الجزائر في الرتبة 42 عالميا وهي رتبة متقدمة، بينما كان أسوأ المؤشرات الفرعية هو مؤشر شبكة النقل الجوي الدولية والذي وضع الجزائر في الرتبة 113 عالميا.

2- مؤشر البنية التحتية للنقل البري (يتكون من 5 مؤشرات فرعية): جاءت الجزائر في الرتبة 105 متأخرة بـ 4 مراتب مقارنة بسنة 2011، حيث كان مؤشر نوعية البنية التحتية للسكك الحديدية هو أفضل

المؤشرات الفرعية والذي وضع الجزائر في الرتبة 65 عالميا، فيما أسوأ المؤشرات كان من نصيب مؤشر كثافة الطرق الذي صنف الجزائر في الرتبة 125.

3- مؤشر البنية التحتية للهياكل السياحية (يتكون من 3 مؤشرات فرعية): أشار هذا المؤشر إلى تراجع كبير للجزائر في التصنيف العالمي من الرتبة 95 سنة 2009 إلى الرتبة 125 سنة 2011 وهذا ما يعكس فعلا حالة السياحة في الجزائر، وسجلت مؤشراته الفرعية نتائج متواضعة جدا حيث كان أفضلها مؤشر غرف الفنادق الذي وضع الجزائر في الرتبة 104 عالميا سنة 2011 بعد أن كانت في الرتبة 94 سنة 2009، بينما سجل مؤشر توفر ماكينات سحب النقود التي تتعامل ببطاقات الدفع الالكتروني أسوأ رتبة حيث صنف الجزائر في الرتبة 135 عالميا وهي رتبة جد متأخرة تعكس تخلف الجهاز المصرفي الجزائري في الاعتماد على وسائل الدفع الحديثة واستغلال التطورات التكنولوجية في هذا المجال.

4- مؤشر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات (يتكون من 5 مؤشرات فرعية): تأخرت الجزائر بحسب هذا المؤشر بـ 10 مراتب مقارنة بسنة 2009 لتحل الرتبة 107 عالميا وبتنقيط قدره 2.3 من 7، وبالرغم من التحسن في التنقيط إلا أن توظيف تكنولوجيا المعلومات في القطاع السياحي يسير بشكل بطيء جدا مقارنة بدول أخرى، وكان أفضل المؤشرات الفرعية أداء في هذا المجال هو مؤشر المشتركين في شبكة الهاتف النقال والذي وضع الجزائر في الرتبة 72 عالميا، بينما احتلت الجزائر الرتبة ما قبل الأخيرة (138) عالميا بحسب مؤشر كثافة استعمال الأنترنت في أداء الأعمال.

5- مؤشر تنافسية الأسعار في قطاع السياحة (يتكون من 5 مؤشرات فرعية): احتلت الجزائر مرتبة متقدمة بحسب هذا المؤشر على الرغم من تراجعها من الرتبة 32 سنة 2009 إلى الرتبة 35 سنة 2011، وسجلت مؤشراته الفرعية مراتب جيدة أيضا كان أفضلها مؤشر مستويات أسعار الوقود الذي صنف الجزائر في الرتبة الثامنة عالميا، بينما أسوأ مؤشر فرعي تمثل في مؤشر أسعار الفنادق الذي صنف الجزائر في الرتبة 98 عالميا.

الدليل الرئيسي الثالث: الموارد البشرية والطبيعية والثقافية لقطاع السفر

احتلت الجزائر بحسب هذا الدليل الرتبة 116 عالميا ورغم تقدمها بـ 11 رتبة في التصنيف العالمي إلا أنه لا يزال مركزا متأخرا، ويتكون هذا الدليل من أربعة مجاميع من المؤشرات جاءت نتائجها كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (12): مؤشر الموارد البشرية والطبيعية والثقافية لقطاع السفر

2011		2009		البيئة النشاط والبنية التحتية لقطاع السياحة والسفر
النقطة	الرتبة	النقطة	الرتبة	
3.4	116 ↑	3.2	127	
4.6	91 ↑	4.5	101	الموارد البشرية
4.0	129 ↑	3.6	132	الصلة بقطاع السفر والسياحة
2.6	99 ↑	2.5	105	الموارد الطبيعية
2.2	72 ↓	2.2	69	الموارد الثقافية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة لسنتي 2009 و2011.

وجاءت المؤشرات المكوّنة لهذا الدليل كما يلي:

1- مؤشر الموارد البشرية (يتكون من 10 مؤشرات فرعية): سجلت الجزائر تحسنا بـ 10 مراتب مقارنة بسنة 2009 لتحل الرتبة 91 عالميا، وكان أفضل المؤشرات الفرعية نتيجةً تحت هذا البند هو مؤشر انتشار فيروس نقص المناعة الذي صنف الجزائر في الرتبة العشرين عالميا، بينما أسوأ المؤشرات الفرعية كان من نصيب مؤشر نوعية النظام التعليمي الذي صنف الجزائر في الرتبة 117 عالميا.

2- مؤشر الصلة بقطاع السفر والسياحة (يتكون من 3 مؤشرات فرعية): جاءت الجزائر حسب هذا المؤشر في الرتبة 129 عالميا سنة 2011، ورغم التحسن بثلاث مراتب مقارنة بسنة 2009 إلا أنها لاتزال تعتبر رتبة متأخرة، وكان أفضل المؤشرات الفرعية أداءً هو مؤشر موقف السكان اتجاه الزوار الأجانب الذي صنف الجزائر في الرتبة 110 عالميا سنة 2011 بعد أن كانت في الرتبة 128 سنة 2009، بينما صنف مؤشر الانفتاح السياحي الجزائر في الرتبة 137 عالميا بتراجع قدره 6 مراتب مقارنة بسنة 2009.

3- مؤشر الموارد الطبيعية (يتكون من 4 مؤشرات فرعية): تحسنت الجزائر بحسب هذا المؤشر لتحل الرتبة 99 عالميا سنة 2011 مقابل الرتبة 105 سنة 2009، وتبقى هذه الرتبة متأخرة جدا مقارنة بالمساحة الشاسعة للجزائر وما تملكه من مؤهلات طبيعية غير مُثَمَّنة من طرف الدولة، وتمثل أفضل المؤشرات الفرعية أداءً تحت هذا البند في عدد المواقع الطبيعية المصنفة ضمن التراث العالمي حيث جاءت الجزائر في الرتبة 43، بينما أقل المؤشرات الفرعية أداءً تمثل في مؤشر نوعية المحيط الطبيعي الذي صنف الجزائر في الرتبة 107 عالميا بتحسّن قدره 4 مراتب مقارنة بسنة 2009.

4- مؤشر البيئة الثقافية (يتكون من 4 مؤشرات فرعية): تراجعت الجزائر سنة 2011 إلى الرتبة 72 عالميا مقارنة بالرتبة 69 سنة 2009، أما على صعيد المؤشرات الفرعية تحت هذا البند فقد كان أفضلها أداءً هو مؤشر عدد المواقع الثقافية المصنفة ضمن التراث العالمي والذي صنف الجزائر في مرتبة متقدمة هي المرتبة 29 عالميا بعد أن كانت في المرتبة 22 عالميا سنة 2009.

المبحث الثالث: استراتيجية ترقية القطاع السياحي من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

إن النهوض بالقطاع السياحي يتطلب رؤية استراتيجية واضحة يتم من خلالها توضيح الأهداف المرجوة من تطوير هذا القطاع، ولا يمكن الوصول إلى وضع رؤية استراتيجية إلا من خلال عملية التخطيط الاستراتيجي التي سوف تسمح بصياغة خطة استراتيجية يتم تنفيذها ومتابعتها وتعديلها كلما دعت الضرورة إلى ذلك وتماشيا مع الأهداف المسطرة.

ونظرا لتزايد الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي ودوره التنموي من جهة، والضعف المسجل على القطاع السياحي الجزائري من جهة أخرى، فإن الجزائر ومحاولة منها للنهوض بهذا القطاع عمدت إلى صياغة استراتيجية سياحية بدءاً من سنة 2008 أطلقت عليها اسم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، وهذا تطبيقاً للقانون 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001.

المطلب الأول: تقديم المخطط الوطني للتهيئة السياحية

تُعرّف التهيئة السياحية حسب القانون 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة على أنها: "مجموعة أشغال إنجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات سياحية، تتجسد في الدراسات التي تُحدّد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة للمنشآت المراد تحقيقها"¹.

ويُعتبر المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2025* (SDAT2025) الإطار الاستراتيجي للسياحة في الجزائر، إذ يوضح هذا المخطط النظرة الوطنية للتنمية السياحية على المديين المتوسط والطويل في إطار التنمية المستدامة.²

¹ القانون 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 11، الصادرة بتاريخ 19 فيفري 2003، ص 05.

* Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique Horizon 2025.

² وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008 ص 04.

ويعتبر هذا المخطط أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد قصد الارتقاء بالسياحة في الجزائر، وقد تمخض هذا المخطط عن الأبحاث والدراسات والتشاور مع الفاعلين الوطنيين والمحليين العموميين والخواص عبر مجموعة من الندوات الجهوية، إذ كان محورا لنقاشٍ واسعٍ على المستويات الوطنية والجهوية والمحلية جمع مختلف الفاعلين في القطاع السياحي.

ونشير إلى أن المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2025 هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية آفاق 2025* (SNAT2025)، الذي يُجسّد مسؤولية الدولة في تحديد مبادئ وأسس السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة مثلما حددها القانون رقم 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة الذي اعتبر المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية أهم أداة لتهيئة الإقليم¹، وعليه باشرت الجزائر في إعداد سياستها للتهيئة الإقليمية والتي توجت بالقانون رقم 10-02 المؤرخ في 29 جوان 2010 والذي تضمن المصادقة على المخطط التوجيهي للتهيئة الإقليمية، حيث تلتزم كل القطاعات والجماعات الإقليمية، والمؤسسات الوطنية والمحلية باحترام ضوابط وقواعد هذا المخطط، والعمل بها في إعداد مشاريعها ومخططاتها².

ويُوضح هذا الأخير المشروع الإقليمي للدولة ضمن متطلبات التنمية المستدامة من خلال العمل على ضمان التوازن الثلاثي؛ العدالة الاجتماعية والفعالية الاقتصادية والدعم الإيكولوجي على المستوى الوطني للسنوات القادمة، ويتشكل هذا المخطط من 19 مخططا توجيهيا قطاعيا (يُعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أحد هذه المخططات)، كما يتضمن المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية خمسة محاور رئيسية:³

- ضمان إقليم مُستدام؛
- إعادة التوازن الإقليمي؛
- ضمان جاذبية وتنافسية الإقليم؛
- تحقيق العدالة الإقليمية؛

* Le Schéma National d'Aménagement du Territoire Horizon 2025.

¹ القانون 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 77، الصادرة بتاريخ 15 ديسمبر 2001، ص19.

² القانون رقم 10-02 المؤرخ في 29 جوان 2010 المتضمن المصادقة على المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 61، الصادرة بتاريخ 31 أكتوبر 2010، ص04.

³ وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، مرجع سابق، ص 10.

- ضمان حكم إقليمي راشد.

وقد صدر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في شكل خمسة كتب شكلت الركائز التي يقوم عليها هذا المخطط، وتتمثل فيما يلي:

1- تشخيص السياحة الجزائرية؛

2- الحركات الخمس وبرامج العمل ذات الأولوية؛

3- أقطاب الامتياز السياحية وقرى الامتياز السياحية؛

4- إنجاز المخطط الوطني للتهيئة السياحية (المخطط العملي)؛

5- المشاريع السياحية ذات الأولوية.

ثانيا- أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يهدف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 لتحقيق مجموعة من الأهداف نوردتها فيما يلي:¹

1- جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي؛

ويتحقق ذلك من خلال:

- العمل على ترقية اقتصاد بديل للمحروقات؛

- تنظيم أكبر للعرض السياحي الوطني؛

- العمل على جعل الجزائر وجهة سياحية على المستوى الإقليمي والدولي.

2- الاستفادة من الآثار على القطاعات الأخرى (البناء والأشغال العمومية، الصناعة، الصناعات التقليدية، الخدمات)؛

ويتم ذلك من خلال:

- النظر للسياحة في إطار مقارنة شاملة لكل القطاعات (النقل، التعمير، البيئة، التكوين وغيرها)؛

¹ المرجع السابق، ص 22.

- الانسجام والتوافق مع استراتيجيات القطاعات الأخرى وإحداث حركية شاملة على مستوى كافة الأقاليم في إطار المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية.
 - 3- التوفيق بين التنمية السياحية والبيئة من خلال إدماج مبادئ الاستدامة في القطاع السياحي؛
 - 4- تهمين التراث التاريخي والثقافي، حيث أن تنمية القطاع السياحي على علاقة وطيدة بالإقليم، فالمكان يُعبّر عن التاريخ وهو المكوّن لعناصر التراث الإقليمي بأبعاده المختلفة (البعد الإنساني والطبيعي والمناخي والتاريخي)، وهذه الأبعاد هي المحدّدة لجاذبية الإقليم؛
 - 5- التحسين الدائم لصورة الجزائر وهذا من خلال إحداث تغييرات في التصور المُتشكل لدى مختلف المتعاملين الدوليين في السوق الجزائرية بشكل يجعل من هذه السوق تستجيب للطلب السياحي الدولي.
- إضافة إلى هذه الأهداف العامة فإن مخطط الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في مرحلته الأولى (2008-2015) يسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف المادية والنقدية كما يلي:

1- الأهداف المادية:

تهدف الجزائر إلى استقبال 2.5 مليون سائح بحلول عام 2015 ولهذا الغرض فعلى الهياكل السياحية أن توفر 75000 سريرا من النوعية العالية، ومن المفترض أن تُوفر الأقطاب ذات الأولوية ضمن هذا المخطط أكثر من نصف هذا العدد أي ما يوازي 40000 سريرا تتماشى مع المعايير الدولية،¹ حيث كان مُفترضاً أن يتم توفير 75% منها في المدى القصير جدا، بينما 25% المتبقية كانت مخططة على المدى المتوسط.

وفي هذا الصدد يُعاب على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تركيزه على زيادة عدد السياح قبل اهتمامه بتحسين نوعية وجودة الخدمات السياحية، لأن زيادة عدد السياح لا يعني بالضرورة ارتفاع الإيرادات السياحية (مثلا رأينا في الفصل الأول أن فرنسا هي الوجهة الأولى عالميا من حيث عدد السياح بينما تحتل الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى من حيث الإيرادات السياحية)، وبالتالي فإن أي استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي عليها أن تأخذ بعين الاعتبار تعظيم الإيرادات الناتجة عن السائح الواحد، ولا يُمكن دفع السياح إلى زيادة انفاقهم السياحي إلا اذا توفرت منتجات سياحية فريدة وذات جودة تضمن لهم تجربة سياحية

¹ وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص17.

جديدة، بل إن التركيز على زيادة عدد السياح قد يكون له آثاره السلبية وتنتج عنه تكاليف إضافية، ففي حالة عدم التمكن من تلبية حاجات السياح من حيث الكم والنوع فإن هذا الأمر يرسم صورة ذهنية سلبية عن الوجهة السياحية بشكل يجعل هؤلاء السياح يعزفون عن تكرار الزيارة مرة أخرى .

من جهة أخرى فإن التوجهات الحديثة للتخطيط السياحي على مستوى الدول أصبحت تأخذ بعين الاعتبار مبادئ التنمية المستدامة، وبالتالي التوجه إلى أشكال جديدة من السياحة التي لا تقوم على كثافة العدد بقدر ما تهتم بتعظيم العوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، فعلى الصعيد الاجتماعي يُمكن أن تُشكل التدفقات الكبيرة لأعداد السياح بعض المشاكل المتعلقة بالأمن، حيث يجب على الدولة المستقبلية أن توفر الأمن إلى كل هؤلاء السياح المتوافدين، وفي الوقت نفسه عليها التأكد أن هؤلاء السياح لا يُشكلون خطرا على أمنها الداخلي بأي شكل من الأشكال، أما على الصعيد البيئي فإن السياحة القائمة على كثافة العدد تُشكل تهديدا على مستوى المواقع السياحية وما تتضمنه من أوساط طبيعية، وهو ما يُشكل خطرا كبيرا على استدامة هذه المواقع.

2- الأهداف النقدية:

من أجل وضع الجزائر على الطريق الصحيح للسياحة فقد قدر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية حجم الاستثمار العمومي والخاص الضروري لهذا الغرض بين سنوات 2008 و 2015 بـ 2.5 مليار دولار، إذ أن إنجاز سرير واحد وفق المقاييس الدولية وبكل الترتيبات المتعلقة به يتطلب استثمار 60000 دولار، منها 55000 دولار تتعلق بالاستثمارات المادية و 5000 دولار تتعلق بالاستثمارات غير المادية.¹

ويمكن توضيح هذه الأهداف في الجدول التالي:

¹ المرجع السابق، نفس الصفحة.

الجدول رقم (13): خطة أعمال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على المدى المتوسط 2015

السنة	مؤشرات القطاع السياحي سنة 2007	الأهداف المسطرة لسنة 2015
عدد السياح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84869 يُعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7%	3%
الايادات (مليون دولار)	2.5	1500 إلى 2000
مناصب الشغل	200000	400000 (مباشر وغير مباشر)
التكوين: مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي: الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية،

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص18.

يوضح الجدول أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يهدف إلى زيادة عدد السياح المتوافدين إلى الجزائر بحلول سنة 2015 ليلعب العدد 2.5 مليون سائح، أي مضاعفة العدد بحوالي مرة ونصف (1.47) مقارنة بسنة 2007، وبلوغ هذا الهدف ممكن جدا خاصة إذا علمنا أن عدد السياح المتوافدين على الجزائر سنة 2010 قد بلغ 2070496 سائح، أي أنه تضاعف بـ 1.21 مرة مقارنة بسنة 2007، وفي حالة الاستمرار بنفس معدل الزيادة فإن عدد السياح سنة 2015 قد يفوق الهدف المُسطّر.

إن التركيز على زيادة عدد السياح قد لا يكون الاستراتيجي الأنسب لدفع القطاع السياحي نحو الأمام، فالتركيز على زيادة عدد السياح المتوافدين إلى الجزائر في ظل المعطيات الحالية التي يشهدها القطاع من نقص كبير في جودة ونوعية المياكل السياحية وضعف التكوين في المجال السياحي، إضافة إلى غياب ثقافة سياحية بين أوساط المجتمعات المحلية كلها عوامل من شأنها أن تتسبب في الدعاية السلبية في حالة عدم القدرة على الاستجابة لهذه الزيادة من حيث حجم ونوعية الخدمات المقدمة، بل أن هذه الزيادة في أعداد السياح قد تؤدي إلى ظهور تكاليف إضافية مثل تكلفة التدهور البيئي وتكلفة الأمن، لذلك فمن الأفضل التركيز على تعظيم المنافع الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الناتجة عن العدد الحالي للسياح من خلال التركيز على زيادة المردودية ودفع السياح إلى زيادة متوسط انفاقهم من خلال التنوع في المنتجات السياحية المقدمة وتحسين نوعيتها، إضافة إلى إغرائهم بتمديد فترة رحلتهم السياحية.

أما بالنسبة لعدد الأسرّة فإن المخطط يهدف إلى إعادة تأهيل الطاقة الإيوائية المتاحة لسنة 2007 مع توفير 75000 سريرًا جديدًا وفق المقاييس الدولية ليصل حجم الطاقة الإيوائية إلى 159869 سريرًا بحلول سنة 2015.

ومن بين الأهداف التي سطرها أيضا المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هي زيادة الإيرادات السياحية من 2.5 مليون دولار سنة 2007 إلى قيمة ما بين مليار ونصف مليار دولار إلى مليارين دولار أي مضاعفة الإيرادات السياحية من سبعة إلى ثمانية أضعاف إيرادات سنة 2007، وهو رقم مُبالغ فيه وصعب التحقيق بالنظر إلى مستوى التقدم في تنفيذ ما جاء في هذا المخطط، كما أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لم يفصل في مصادر هذه الإيرادات السياحية ولم يُحدد متوسط الإيرادات الفردية عن كل سائح يزور الجزائر، ويتطلب تحقيق هذا الرقم من الإيرادات توفير منتجات سياحية ذات جودة مثلما أشرنا إليه سابقا.

كما يهدف المخطط التوجيهي إلى رفع نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام من 1.7% سنة 2007 إلى 3% بحلول سنة 2015، وهو هدف ممكن الوصول إليه خاصة إذا علمنا أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام لسنة 2009 قد بلغت 2.3%، على الرغم من أن النسبة المُستهدفة أعلى هذا من جهة، بإمكانيات ومؤشرات القطاع السياحي الجزائري بل كان من الأفضل وضع نسبة مُستهدفة أعلى هذا من جهة، أما من جهة أخرى فإن الأرقام المُعلنة من طرف وزارة السياحة حول المساهمة الحالية للقطاع السياحي الجزائري في الناتج الخام لا تبدو دقيقة جدا بسبب ضعف الجهاز الإحصائي الوطني، فكل المؤشرات التي استعرضناها سابقا حول القطاع السياحي في الجزائر توحى بأن نسبة المساهمة في الناتج الداخلي هي نسبة أقل.

أما فيما يخص مناصب الشغل فالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يهدف إلى مضاعفة عدد الموظفين في القطاع السياحي من 200000 إلى 400000 بحلول سنة 2015، وهو هدف ممكن التحقق في حالة الاهتمام بترقية الاستثمارات السياحية والالتزام بمواعيدها، إذ يُمكن للاهتمام بالتكوين والتدريب في مختلف الأنشطة السياحية أن يُساهم بدرجة كبيرة في تحسين جودة ونوعية المنتجات السياحية بشكل يُحفز السياح على زيادة إنفاقهم السياحي.

المطلب الثاني: تشخيص السياحة الجزائرية بحسب المخطط التوجيهي والمشاريع ذات الأولوية

إن تحقيق الأهداف التي تضمنها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يتطلب الإحاطة بكل جوانب القطاع السياحي الجزائري وتشخيص واقعه، لذلك وكمحلة أولى من هذا المخطط تمت عملية التشخيص في عدة مجالات وذلك من خلال مجموعة من الزيارات الميدانية والجلسات الوطنية التي شملت مجموعة من المناطق من بينها: الجزائر العاصمة، بجاية، جيجل، مستغانم، باتنة، غرداية، جانت، اليزي¹. وقد اعتمدت منهجية التشخيص على إجراء دراسات خبرة للمواقع ومقابلات مع المسؤولين عن الهيئات الرسمية إضافة إلى فحص نوعية مؤسسات الإيواء.

أولاً- تشخيص واقع السوق السياحي الجزائري

من خلال عملية التشخيص التي تم إنجازها أورد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مجموعة من النقائص التي سجلها على مستوى السوق السياحي الجزائري حيث أطلق عليها "النقائص الإحدى عشرة للسياحة الجزائرية"، وتتمثل في النقاط التالية:²

- 1- غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية: أغلب المواقع السياحية الجزائرية غير خاضعة للصيانة وغير مُثَمَّنة بشكل كافٍ، كما سُجِّل غياب منتجات سياحية متميزة وقادرة على جذب السياح.
- 2- طاقات غير كافية وذات نوعية سيئة بالنسبة لهياكل الإيواء: ما يُميز السوق السياحي الجزائري هو العجز الواضح في الطاقة الاستيعابية لهياكل الإيواء، إضافة إلى ضعف في نوعية خدماتها، إذ تم تسجيل نسبة 10% فقط من الفنادق التي تستجيب للمعايير الدولية.
- 3- غياب التحكم في التقنيات السياحية بالنسبة للوكالات السياحية: ما يُميز مختلف الوكالات السياحية الجزائرية هو عدم معرفتها بالتقنيات السياحية المعمول بها على المستوى العالمي، وهو ما أدى بهذه الوكالات إلى عدم التكيف مع الطرق الحديثة للتسيير الإلكتروني للخدمات السياحية، إضافة إلى عدم وجود تنظيم لهذه الوكالات وميثاق يحكم هذه المهنة.

¹ Les Assises Nationales et Internationales du tourisme :

<http://www.algeriantourism.com/v4/accueil/documentations/1172-les-assises-nationales-et-internationales-du-tourisme-2008.html>, consulté le: 12/01/2012.

² وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008 ص53.

4- ضعف نوعية المنتجات والخدمات السياحية الجزائرية: تتميز الفضاءات العمومية والخاصة بنقص للنظافة وغياب الصيانة، كما أنها ذات نوعية أقل مقارنة بما يوفره المنافسون (تونس والمغرب)، ويقابل ذلك ارتفاعا في أسعارها خاصة بالنسبة للسكان المحليين.

5- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين: من أهم أسباب ضعف الخدمات السياحية المقدمة هو النقص المسجل على مستوى تأهيل وتكوين المستخدمين في المؤسسات والهيكل السياحية.

6- ضعف الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المجال السياحي: تم تسجيل ضعف كبير من طرف الجهات الرسمية فيما يخص استعمال مواقع الانترنت من أجل إبراز المنتجات السياحية التي تتمتع بها الجزائر، إضافة إلى صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لاستعمال الوسائط الإعلامية في المجال السياحي.

7- ضعف نوعية النقل والمواصلات: ما يُميز خدمات النقل هو عدم قدرتها على مواكبة الطلب كماً ونوعاً (غياب لشبكات النقل تحت الأرضي)، فزيادة الطلب السياحي يجب أن تُقابلها القدرة على إشباع هذا الطلب، ويُعتبر النقل أحد أجزاء هذا الطلب لذلك لابد من توفيره وبكل أشكاله.

8- بنوك وخدمات مالية تقليدية: تتميز السوق الجزائرية بعدم مُلاءمة وضعف في وسائل الدفع الحديثة على مستوى البنوك والمؤسسات المُستقبل للسياح، وهو ما يؤثر على حجم التوافد السياحي على الجزائر نظرا لغياب مثل هذه الخدمات.

9- مسألة الأمن: يُعتبر الاستقرار وتوفير الأمن من أكثر العوامل المُساهمة في جذب السياح، ففي الجزائر تم تسجيل حوادث مُتكررة تتعلق أحيانا بغياب الأمن الصحي والغذائي، وأحيانا أخرى تتعلق بوقوع اضطرابات ذات خلفية سياسية، ونُشير إلى أن صورة الجزائر كوجهة سياحية لازالت مُتراجعة بسبب الظروف الأمنية التي سادت البلاد بين سنوات 1990 و2000، وهو ما يؤكد تقرير تنافسية السفر والسياحة العالمي الذي تم التطرق إليه سابقا، حيث صُنفت الجزائر في التقرير الصادر سنة 2011 حسب مؤشر توفر الأمن في الرتبة 95 عالميا من أصل 139 دولة شملها التصنيف.

10- تسيير وتنظيم غير مُتكيف مع السياحة العصرية: إن طريقة التنظيم المعمول بها والإجراءات الإدارية التي تتطلبها تُشكل عائقا أمام تطور السياحة الجزائرية، فالمعروف على الإدارة الجزائرية مُبالغتها في إجراءات

استخراج تأشيرات الدخول إلى الجزائر، ومن جانب آخر فإن غياب أدوات لتقييم ومتابعة تطور السياحة على المستوى الوطني يُعيق جهود النهوض بالقطاع السياحي.

11- ضعف تسويق الوجهة السياحية داخليا وخارجيا: وهذا العجز سببه ضعف الاتصال الداخلي والخارجي وضعف في التعاون بين مختلف القطاعات والشركاء في القطاع السياحي، إضافة إلى العجز في الإعلام والاتصال الإيجابي وهو ما نتج عنه مُشكل حقيقي خاص بترويج الصورة السياحية للجزائر، وعلى الصعيد الداخلي تم تسجيل غياب أنشطة التسويق الجوّاري.

فعلى الصعيد المحلي أظهرت شبكة الدواوين السياحية محدوديتها وعدم قدرتها على التكفل التام بمهام الإعلام والترقية السياحية محليا، وعلى الصعيد الوطني لم يتمكن الديوان الوطني للسياحة كهيئة رسمية لترقية وجهة الجزائر من الارتقاء إلى مستوى الرهانات الحقيقية لأنشطة الترقية والاتصال، أما على الصعيد الدولي فغياب ممثليات للسياحة الجزائرية على مستوى أهم الأسواق المُوفدة للسياح أعاق بشكل كبير تسويق وجهة الجزائر على مستوى التنافسية والجاذبية.¹

إن ما يُلاحظ على عملية التشخيص التي جاءت في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أنها تمت على مستويات عُليا، حيث أن الجلسات المُشار إليها سابقا أقصت المُعاملين السياحيين والاختصاصيين من الأكاديميين والدواوين السياحية المحلية ومنظمات المجتمع المدني، وهذه الأطراف كلها تجمعها مصلحة بالقطاع السياحي حيث كان من الضروري أن يُسمح لها بتوضيح رؤيتها ونظرتها للقطاع السياحي لأنها تُشكل قاعدة القطاع السياحي لأي مجتمع محلي، أما فيما يخص نتائج التشخيص التي أسفرت على النقائص المذكورة سابقا فهي بالفعل تُشير إلى أوجه القصور التي يُعاني منها القطاع السياحي الجزائري، إلا أن وتيرة التحرك لاستدراك هذه النقائص هي وتيرة بطيئة جدا، فمثلا تتمين المواقع السياحية هو مسؤولية الدولة لأنها تملك الإمكانيات لإعادة تهيئة وتتمين هذ المواقع إلا أننا لازلنا نشهد ضعف الدولة في أداء هذا الدور، والضعف الكبير على مستوى نوعية وجودة الخدمات السياحية لا زال مُسجلا حتى الآن (على بُعد ثلاث سنوات من سنة 2015)، وضعف استخدام التقنيات ووسائل الاتصال الحديثة في القطاع السياحي لم تسلم منه حتى الوزارة المعنية، فالموقع الإلكتروني لوزارة السياحة الجزائرية لا يُقدم الكثير عن واقع القطاع السياحي الجزائري.

¹ وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، مرجع سابق، ص 62.

ثانيا- المشاريع ذات الأولوية ضمن المخطط

قبل التطرق إلى عرض المشاريع ذات الأولوية ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية نعرض أولا إطار وفلسفة توزيع وتقسيم هذه المشاريع على المستوى الوطني، حيث تمخض عن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تقسيم الجزائر إلى مجموعة أقطاب سياحية للامتياز* (POT)، وهذا بهدف تسيير أحسن للإقليم الجزائري والمساهمة في تحسين الصورة السياحية للجزائر. والقطب السياحي عبارة عن "توليفة في فضاء جغرافي معين يتضمن تجهيزات سياحية وأماكن إيواء وترفيه، ويتم إنجازه بالتنسيق مع مشروع التنمية الإقليمية، ويشمل الأبعاد الثقافية والاجتماعية والتجارية والإقليمية التي بمقتضاها يتم تحديد ما إذا كان بالإمكان دمج أو عدم دمج عدة مناطق للتوسع السياحي"¹.

وقد خلص المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى تقسيم الجزائر إلى سبعة أقطاب سياحية للامتياز تُغطي التراب الوطني، حيث يتكون كل قطب سياحي من عدة فضاءات جغرافية (ولايات) تم تجميعها وفق الأبعاد المذكورة سابقا، وتتمثل هذه الأقطاب السبعة فيما يلي:

- **القطب السياحي للامتياز شمال-شرق:** يضم ولايات عنابة ، الطارف، سكيكدة، جيجل، سوق أهراس، قلالة ، تبسة؛
- **القطب السياحي للامتياز شمال-وسط:** يضم ولايات الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية؛
- **القطب السياحي للامتياز شمال-غرب:** يضم ولايات مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان؛
- **القطب السياحي للامتياز جنوب-شرق:** يضم منطقة الواحات، غرداية، بسكرة، الواد، المنيعه؛
- **القطب السياحي للامتياز جنوب-غرب:** يضم منطقة توات القارارة، طرق القصور، أدرار، تيميمون، بشار؛
- **القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير (طاسيلي ناچر):** يضم مناطق ايليزي، جانت؛
- **القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير (الهقار):** ويضم تمنراست.

* Pôle Ordinaire Touristique.

¹ وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص 05.

وهكذا فكل مشروع سياحي يتضمنه المخطط التوجيهي للتهيئة السياحي يدخل ضمن أحد هذه الأقطاب السياحية مهما كان مكان تجسيده، وهذا التقسيم من شأنه أن يمنح التوازن في الاستثمارات السياحية بما يُحقق تنمية متوازنة إقليمياً ويضمن أيضاً مراعاة خصوصية كل إقليم وبالتالي الخصائص والمميزات التي يجب أن تتوفر في أي استثمار سياحي والتي عليها مراعاة تلك الخصوصية.

ثالثاً- توزيع المشاريع السياحية ذات الأولوية 2008-2015

تتنوع المشاريع السياحية المُسطرة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بين الفنادق بمختلف أنواعها (فنادق الشبكة، الفنادق الفخمة، الفنادق المعيارية) والقرى السياحية، حيث تتوزع هذه المشاريع على الأقطاب السياحية السبعة للاعتناء من أجل ضمان التنمية السياحية المتوازنة، على الرغم من التباين في حجم الاستثمارات المخصصة لكل قطب سياحي، والجدول التالي يوضح المشاريع المُسترة للفترة 2008-2015:

الجدول رقم (14): توزيع المشاريع المُبرمجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على مختلف الأقطاب السياحية.

الفنادق		القرى السياحية		الأقطاب السياحية
عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد القرى	
86	5965	3	7910	القطب السياحي شمال شرق
49	9295	10	37845	القطب السياحي شمال وسط
85	10146	3	6852	القطب السياحي شمال غرب
26	2092	-	-	القطب السياحي جنوب شرق
23	1513	1	92	القطب السياحي جنوب غرب
1	150	-	-	القطب السياحي الجنوب الكبير طاسيلي
4	225	-	-	القطب السياحي الجنوب الكبير الهقار
274	29386	17	52699	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على:

وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، المشاريع ذات الأولوية السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، من ص 06 إلى ص 14.

وبين الجدول السابق أن هذه الهياكل السياحية تتوزع بين الفنادق والقرى السياحية كما يلي:

1- الفنادق: بلغ عدد الفنادق التي شُرع فيها والتي هي بصدد الانطلاق عدد 274 فندقاً بطاقة استيعابية إجمالية تُقدر بـ 29386 سريراً موزعة على الأقطاب السياحية السبعة، حيث تستأثر الأقطاب السياحية

الشمالية بأكثر من 80% من عدد الفنادق المبرجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مُوفرة طاقة إيوائية تتعدى 86% من الطاقة الإيوائية الإجمالية لهذه المشاريع، وهذا يعني أن المشاريع السياحية لازلت تتركز بالمناطق الشمالية.

2- القرى السياحية: بلغ عدد القرى السياحية المبرجة ضمن المخطط الوطني للتهيئة السياحية 17 مشروعاً موزعة على أربعة أقطاب سياحية، ومن شأن هذه القرى السياحية أن توفر طاقة إيوائية قدرها 52699 سريراً.

المطلب الثالث: الحركات الخمسة لترقية السياحة الجزائرية

تضمّن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مجموعة من برامج العمل ذات الأولوية والتي تُعد بمثابة أسس للاستراتيجية الجديدة للتهيئة السياحية، ومن شأن هذه البرامج ذات الأولوية أن تعمل على تفعيل وجهة الجزائر السياحية على المستوى الإقليمي والدولي، وأُطلق على هذه البرامج اسم الحركات الخمسة لترقية السياحة الجزائرية والمتمثلة فيما يلي:

- الحركة الأولى: مخطط وجهة الجزائر؛
- الحركة الثانية: الأقطاب السياحية للامتياز؛
- الحركة الثالثة: مخطط نوعية السياحة؛
- الحركة الرابعة: الشراكة العمومية والخاصة؛
- الحركة الخامسة: مخطط التمويل.

أولاً- مخطط وجهة الجزائر

ترمي الاستراتيجية السياحية لآفاق 2025 إلى تكوين وجهة سياحية بإمكانها مواجهة المنافسة الدولية وقادرة في نفس الوقت على تلبية الاحتياجات السياحية الوطنية بشكل يُعزّز من السياحة الداخلية، ويجعلها مُنتجة اقتصادياً واجتماعياً، وتحقيق هذه الأغراض يمرّ عبر وضع استراتيجية تسويق واتصال تعمل على إظهار السياحة الجزائرية بوجه جديد.

1- القواعد التي يقوم عليها مخطط وجهة الجزائر: اقترح المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أن يركز المسعى الجديد لمخطط تسويق وجهة الجزائر على مجموعة من القواعد وذلك كما يلي:¹

أ- تعديل الثقافة والذهنية: من خلال انتهاج سياسة هجومية غرضها غزو الأسواق الدولية، حيث تكون هذه السياسة مسبقة بإعداد الصورة المرغوب رسمها عن السوق السياحية الجزائرية؛

ب- الالتزام: وهذا من خلال تنشيط وتنسيق دائم لكل أجزاء مخطط تسويق وجهة الجزائر، وتجنيد مختلف وسائل الاتصال الحديثة وحشد الإمكانيات المالية والبشرية المؤهلة لهذا الغرض؛

ج- تخصيص الأدوات: استخدام التقنيات الحديثة والوسائط الإعلامية المتعددة من شاشات فيديو وأفلام وأقراص وغيرها؛

د- تعزيز فضاءات الاتصال: تبني عملية الرصد والمراقبة على المستوى الوطني، وتخصيص جناح إعلامي بكل قطب سياحي للامتياز يقوم بمهام الاستقبال والإعلام، أما على المستوى الدولي فيتم استحداث "دار الجزائر" كفضاء للعرض؛

ومن شأن إنشاء دار الجزائر أن يساعد على تشجيع السياحة الجزائرية من خلال نشر المعلومات بواسطة الأنترنت إلى الأسواق الرئيسية الموفدة للسياح، وذلك عبر مكاتب التمثيل السياحي المستقلة عن التمثيليات الدبلوماسية، كما تعمل هذه الدار على تنظيم مشاركة المتعاملين السياحيين الجزائريين في الصالونات والتظاهرات السياحية الدولية.²

هـ- المسعى: تسعى استراتيجية تسويق وجهة الجزائر من أجل تجسيد شراكة فعالة على المستوى المحلي والدولي، وهذا يتطلب توحيد الجهود على مستوى كل الهيئات مثل الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة (ANAT)، الديوان الوطني للسياحة (ONT).

2- أهداف مخطط وجهة الجزائر: يهدف مخطط وجهة الجزائر إلى ما يلي:³

¹ وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي: الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 25.

² المرجع السابق، ص 30.

³ المرجع السابق، ص 32.

أ- زيادة مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني من خلال:

- العمل على تحقيق العدالة الاجتماعية عبر مشاريع الاستثمار السياحي؛
 - تمكين الموروث السياحي الجزائري بشكل يسمح له بأداء دور اقتصادي؛
 - تطوير الشراكة الوطنية والدولية بما يراعي مصالح كل الأطراف.
- ب- جعل الجزائر وجهة سياحية في المغرب العربي ومنطقة المتوسط من خلال:

- تشجيع بروز الأقطاب السياحية وتسويقها؛

- تعزيز الصورة الإيجابية والقيمة السياحية للجزائر.

ج- على المستوى الوطني إقامة مركز مزود بوسائل دائمة للمراقبة والرصد السياحي حيث يلعب دور ارشادي للسياسة السياحية من خلال عمليات الرصد والمتابعة والتقييم، ويتضمن هذا المركز:

- بنك معلومات؛
- نظام معلومات جغرافي؛
- ربط الإدارة المركزية والمديريات السياحية والمتعاملين السياحيين بشبكة الأنترنت والأنترانت.

ثانيا- الأقطاب السياحية للامتياز

من الصعب على السياحة الجزائرية أن تتطور بنفس الشكل والوتيرة على المستوى الوطني، بل إن تطورها خاضع لخصوصية وجاذبية كل منطقة، لذلك يأتي تشكيل الأقطاب السياحية كرافعة نحو إحياء تدريجي للسياحة على المستوى الوطني.

وقد تم تحديد عدد الأقطاب السياحية اعتمادا على منهجية ضمت الأبعاد التالية¹:

- بُعد إمكانية التنمية ويتعلق بتوفر الحد الأدنى من البنية التحتية وتوفر الوسائل من أجل تطوير الموقع؛
- البعد العقاري ويعني درجة توفر العقار بما يُتيح إمكانية أكبر لتجهيز وهيئة مناطق التوسع السياحي؛
- البعد الإقليمي ويتعلق بالتوزيع المكاني الذي يضمن توازن الأنشطة السياحية على المستوى الوطني ويُراعي خصوصية كل منطقة.

¹ المرجع السابق، ص 39.

وتتمتع هذه الأقطاب بمجموعة من الخصائص كما يلي¹:

- 1- على كل قطب أن يمنح أولوية التطوير للفروع الواعدة والغالبة: على الرغم من أهمية كل الفروع السياحية إلا أن خصوصية بعض المناطق تجعل الاهتمام بتطوير بعض أشكال السياحة يحظى بأهمية أكبر على حساب بعض الفروع الأخرى، وقد حدد المخطط التوجيهي للهيئة السياحية الفروع التي يجب تطويرها بحلول سنة 2015 والمتمثلة في السياحة الساحلية، السياحة الصحراوية، السياحة الثقافية، السياحة العلاجية.
 - 2- على كل قطب أن يُشجّع المزج: من المفترض لكل قطب الابتعاد عن التركيز على سياحة الرفاهية فقط وهذا من أجل عدم حرمان فئات اجتماعية أخرى من الاستفادة منها، هذا دون التخلي عن استراتيجية الامتياز في المنتج الواحد.
 - 3- لكل قطب سياحي هويته الخاصة: هذه الهوية ناتجة عن مُراعاة البعد الإقليمي في تشكيل هذه الأقطاب، فالتجاور المكاني يصنع الهوية الخاصة بكل قطب وبالتالي تتشكل الصورة السياحية المميزة لكل قطب.
 - 4- القطب السياحي ليس مكانا مُغلّقا: تنظيم التبادلات السياحية بين الأقطاب هو الذي يسمح بتشبيك واستغلال أفضل للموارد ومن ثم الدمج الإقليمي لمجموع الأقطاب.
 - 5- تقوم الأقطاب بدور الروافع للتنمية السياحية على المستوى الوطني: فاختيار هذه الأقطاب والوسائل المركزة داخلها سوف يؤدي في نهاية المطاف إلى النهوض السياحي على مستوى التراب الوطني وتفعيل دورها في الاقتصاد.
- ويمكن القول أن التوجه نحو تنمية القطاع السياحي الجزائري من خلال مفهوم الأقطاب السياحية من شأنه أن يُساهم في النهوض بهذا القطاع تدريجيا في حالة ما اذا تم احترام المشاريع المدرجة ضمن هذه الأقطاب والخصوصية التي يتمتع بها كل قطب، كما يتطلب الأمر العدالة في توزيع المشاريع السياحية بين هذه الأقطاب بل حتى داخل القطب الواحد.

¹ المرجع السابق، ص 40.

ثالثا- مخطط نوعية السياحة

إن التركيز على جودة ونوعية الخدمات السياحية أصبح سمة مميزة للوجهات السياحية المعروفة، لذلك فإن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يهدف إلى تطوير نوعية العرض السياحي من خلال الاهتمام بالتكوين والتعليم المتخصصين، وإدراج تكنولوجيات الإعلام والاتصال لتدعيم مخطط نوعية السياحة.

1- مخطط التكوين: من أجل تحقيق الأهداف المسطرة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية فإنه من الضروري الاهتمام بتكوين الموارد البشرية، وبهذا الصدد فإن مخطط التكوين تضمن ثلاث أهداف استراتيجية لدعم نوعية السياحة الجزائرية¹:

أ- تعزيز القدرات التنظيمية والكفاءات للمؤسسات ذات العلاقة بالقطاع السياحي وتحسين التأطير بمختلف المؤسسات التكوينية والتعليمية؛

ب- ضمان ميزة تنافسية للبرامج البيداغوجية وتأهيل المؤطرين؛

ج- وضع معايير لقياس جودة التربية والتكوين السياحي.

وضمن الجهود الرامية إلى تحسين جودة ونوعية القطاع السياحي الجزائري فقد تضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية استحداث وإعادة تأهيل مجموعة من مؤسسات التكوين، ويتعلق الأمر بـ²:

- إطلاق مدرستين جديدتين (بكل من تيارزة وعين تموشنت)؛

- تحديث المدارس السياحية الثلاثة الموجودة (المدرسة الوطنية العليا للسياحة بالعاصمة، المعهد الوطني

لتقنيات الفنادق والسياحة تيزي وزو، المعهد الوطني للفندقة والسياحة بوسعادة)؛

- تحديث المدارس السبعة التابعة لوزارة التكوين والتعليم المهني.

2- استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدعم مخطط نوعية السياحة: التطور الكبير لتكنولوجيا الإعلام

والإيصال أحدث تطورا في السلوك الاستهلاكي على مستوى مختلف القطاعات الاقتصادية لاسيما القطاع السياحي، فالاستعمال الكثيف للإنترنت يُتيح إمكانية العرض المباشر لمختلف المنتجات السياحية ولأكبر عدد

¹ وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص49.

² المرجع السابق، نفس الصفحة.

يمكن من العملاء، لذلك فالتحكم في مثل هذه التقنيات من شأنه أن يساهم بشكل كبير في تحسين نوعية وجودة القطاع السياحي من خلال عرض المنتجات السياحية بكل تفاصيلها وفي وقتها وبشكل مُعزٍ، إضافة إلى المزايا التي يُتيحها اعتماد نظام للتسيير الإلكتروني على مستوى تسيير الرحلات والحجوزات الفندقية.

ويقوم مخطط النوعية على ثلاث محاور رئيسية تتمثل فيما يلي:¹

المحور الأول هدف المخطط: يهدف مخطط نوعية السياحة الجزائرية إلى:

- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي الجزائري؛
- حث مختلف المتعاملين في السياحة على العمل وفق اجراءات النوعية؛
- نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة ذات نوعية.

المحور الثاني أطراف المخطط: يُحدد مخطط النوعية السياحية أربعة أطراف شريكة في تنفيذه:

- الحصة الكبرى من الهياكل الفندقية المُصنفة أو المُعاد تأهيلها؛
- المطاعم السياحية الفاخرة؛
- وكالات السياحة والسفر؛
- العُرف السياحية المحلية.

المحور الثالث تنفيذ المخطط: تتمثل إجراءات وآليات تنفيذ مخطط النوعية فيما يلي:

- الإعلان عن أهداف مسعى مخطط نوعية السياحة وتحديد التزاماته؛
- تقييم التزامات المتعاملين على مستوى الإعلام والاتصال، الاستقبال، كفاءة المستخدمين، النظافة والصيانة، تامين الموارد المحلية؛
- منح التراخيص للمؤسسات التي تنخرط في مسعى النوعية؛
- تصنيف المتعاملين بإيجاد دُمغة (ختم) عليها علامة النوعية للسياحة الجزائرية توضع على مدخل مؤسساتهم.

¹ المرجع السابق، ص 47، 48.

رابعاً- الشراكة العمومية والخاصة

تلعب الدولة والجماعات المحلية دوراً هاماً في تفعيل القطاع السياحي، خاصة فيما يتعلق بالتهيئة وحماية المواقع السياحية وتوفير البنى التحتية من طرق ومطارات، كما تسهر على حفظ النظام العام والأمن، وكل هذه الأنشطة على صلة مباشرة أو غير مباشرة بالقطاع السياحي.

من جانب آخر فإن القطاع الخاص يضمن الاستثمار والاستغلال السياحي مُستفيداً من الخدمات والتسهيلات التي تضعها الدولة تحت تصرفه، لذلك فإن مخطط الشراكة العمومية والخاصة يتبنى استراتيجية لربط مختلف الشركاء العموميين والخواص في القطاع السياحي من خلال¹:

- العمل على تحسين تنافسية القطاع السياحي ودخول المنافسة بصفوف منظمة؛
- إيجاد شراكة بين مختلف الفاعلين والعاملين في شبكة انتاج وتوزيع المنتج السياحي (أصحاب الفنادق، المطاعم، المرشدين، المنشطين...)
- ربط المُرقيين والمستثمرين بأصحاب الاختصاص في المجال المالي (القطاع البنكي) لضمان إعداد مشاريع مُربحة وقابلة للاستمرار؛
- تشجيع إنشاء مجموعات (تكتلات) المصاح العمومية، الناقلين، أصحاب الفنادق، منظمي الرحلات من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية.

خامساً- مخطط تمويل السياحة

يأتي مخطط دعم تمويل السياحة لدعم ومرافقة المشاريع الاستثمارية السياحية ويهدف إلى²:

- حماية ومرافقة المؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة من خلال تقديم المرافقة المالية والمساعدة في التكوين ودعم النوعية؛
- الحرص على استمرار المشاريع الاستثمارية وعدم تعثرها؛
- جذب وحماية المستثمرين المحليين والأجانب؛
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي من خلال الحوافز الضريبية والمالية؛

¹ المرجع السابق، ص52.

² المرجع السابق، ص57.

- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية من خلال تخفيف إجراءات منح القروض البنكية والتمديد في مدة القروض.
- وبحسب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية فإن مخطط التمويل يسعى إلى استحداث بنك الاستثمار الذي يعمل وفق الإجراءات التالية:

1- إجراءات الدعم: دعم الاستثمار وتنمية الأنشطة السياحية التي سيقوم بها بنك الاستثمار تتخذ شكل:

- التمويل المتكيف مع خصائص الأنشطة السياحية؛
 - التحفيزات النوعية باتجاه الاستثمار السياحي في الهضاب العليا والجنوب.
- #### 2- الإجراءات التحفيزية لبعض الاختصاصات: يتم تشجيع بعض أشكال السياحة مثل السياحة الصحراوية والسياحة العلاجية وهذا عن طريق:

- تكييف شروط القروض الممنوحة في إطار تأهيل المؤسسات الفندقية وإنجاز المشاريع الجديدة بإعطاء الأولوية لهذه الاختصاصات؛
 - تحفيزات ضريبية على النشاطات السياحية العلاجية والحموية بإعفائها من ضريبة القيمة المضافة؛
 - إنشاء صندوق للضمان المالي (الكفالات) يُفرض على وكالات السياحة والسفر.
- #### 3- المساعدة على اتخاذ القرارات وتقييم المخاطر: يقدم بنك الاستثمار الهندسة الأولية لإطلاق المشاريع من خلال:

- التكفل بكل أو جزء من دراسة الخبرة الأولية؛
- التشخيص ودراسة الجدوى؛
- المساعدة على التصميم وتركيب المشاريع.

المطلب الرابع: أجنحة تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025

من أجل السير الجيد للاستراتيجية الوطنية لترقية القطاع السياحي من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية فإنه يتعين وضع تصور أولي حول هذا المخطط، كما يجب إدخال مبادئ التنمية المستدامة على الأنشطة التي يتمحور حولها، وتحديد جدول زمني لسير هذا المخطط وتحديد آليات تجسيده عمليا.

أولاً- الانطلاق في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

إن الشروع في تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يتوقف على مدى القدرة على مواجهة ووضع حلول لثلاث مسائل قد تشكل عائقاً لهذه العملية، وتمثل هذه العوائق فيما يلي¹:

1- تطهير العقار: تُشكل مسألة العقار السياحي إحدى الجوانب المهمة المساعدة على تنفيذ الاستراتيجية السياحية في مرحلتها الأولى، لذلك يقتضي الأمر إيجاد حلول لوضعية هذا العقار والشروع في تهيئته لاحتضان مناطق التوسع السياحي، ومن أجل إزالة هذه العقبة تم اقتراح إقامة مشاور مع كل الجهات الوزارية المعنية من أجل تحديد الطريقة الأنسب لمعالجة مسألة العقار السياحي من خلال إصدار بعض النصوص التنظيمية.

2- إعادة تشكيل المخزون العقاري: من أجل الاستفادة من المخزون العقاري الكامن فإنه يتعين العمل على إعادة تشكيل المخزون العقاري خارج الاستغلال كأرضيات سياحية وهذا من خلال عمليات المسح والتصريح.

3- الربط (المواصلات): ويتم ذلك من خلال تهيئة كل مشروع وإنجاز هياكل تربطه بالمناطق الأخرى وإرفاقها بمخطط للمرور والمواصلات خاص بكل مشروع.

ثانياً- إعداد جدول لتقييم الاستدامة

تتطلب التنمية السياحية تطوير مجموعة من الأنشطة البشرية في مختلف الأقاليم وهذا من شأنه أن يؤدي إلى²:

- زيادة كمية النفايات (نفايات الورشات، نفايات منزلية، نفايات المؤسسات السياحية..)
- زيادة الطلب على استهلاك المياه وزيادة مخلفات المياه المستعملة؛
- اكتظاظ في حركة النقل بسبب الحركة السياحية؛
- زيادة الطلب على موارد الطاقة (الكهرباء، الغاز)؛
- أضرار صوتية (التلوث الصوتي) ناتجة عن بعض الأنشطة (حركة المطارات..).

¹ وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملي)، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص 17.

² المرجع السابق، ص 18.

ومن أجل تفادي التأثيرات السلبية التي قد تنتج عن التنمية السياحية يجب وضع مؤشرات لتقييم حجم هذه الأضرار في جوانبها البيئية والاجتماعية والاقتصادية، وقد اقترح المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مجموعة من المؤشرات لقياس العلاقة بين التنمية السياحة والأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة، وقد أطلق عليها اسم "جدول تقييم التنمية المستدامة" (انظر الملاحق رقم 06 و07 و08).

من خلال جدول تقييم التنمية المستدامة الموضح في الملاحق المشار إليها سابقا يمكن القول أن هذه المؤشرات تغطي الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة والتي يمكن للأنشطة السياحية أن تمس كل جوانبها، كما أن أغلب هذه المؤشرات يمكن قياسها كميا وهو ما يُعطي لعملية القياس بُعدا موضوعيا، وفي مقابل ذلك تُسجل غياب مؤشرات تُشخص الوضعية الحالية وغياب مؤشرات معيارية يتم الحكم على أساسها إضافة إلى غياب الأهداف المسطرة كميا للفترة المستقبلية، وهذا يُصعب بدوره من الحكم على أداء هذه المؤشرات فالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية اهتم بتعريف مؤشرات القياس على حساب استغلال تلك المؤشرات كميا بشكل يُمكنه من إجراء عملية التقييم وتحديد مقدار التحسن أو التأخر.

ونظرا للعلاقة الكبيرة القائمة بين السياحة والبيئة فقد بادرت الجزائر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-115 المؤرخ في 03 أفريل 2002 إلى إنشاء مؤسسة وطنية عمومية تحمل تسمية المرصد الوطني للبيئة والتنمية المستدامة، مهمتها الرصد وقياس التلوث وجمع المعطيات والمعلومات المتصلة بالبيئة والتنمية المستدامة¹، إضافة إلى القيام بالدراسات الرامية إلى تحسين المعرفة البيئية ونشرها، إلا أن المعلومات والمؤشرات التي تقيس وتقيم الاستدامة في القطاع السياحي لا تزال غير متوفرة.

ثالثا- ورقة الطريق لتنفيذ المخطط

تشكل ورقة الطريق المرحلة الأولى لتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، إذ تُحدد هذه الورقة إطار التنفيذ والترتيبات التنظيمية ومختلف الأنشطة الواجب القيام بها إضافة إلى المدة الزمنية، وتتكون عملية التنفيذ من المراحل التالية²:

¹ المرسوم التنفيذي رقم 02-115 المؤرخ في 03 أفريل 2002 والمتعلق بإنشاء المرصد الوطني للبيئة والتنمية المستدامة، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 22، الصادرة بتاريخ 03 أفريل 2002، ص 14.

² وزارة هيئة الإقليم البيئة والسياحة، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملي)، مرجع سابق، ص 32 إلى ص 35.

المرحلة الأولى: وضع هيكل القيادة

تقتضي هذه المرحلة تعيين مدير الهيئة المشرفة على التنفيذ ومختلف رؤساء المهام والمكلفين المحليين حيث يتم:

- تقديم المخطط التوجيهي للهيئة السياحية وشرح أهدافه ومحتواه؛
- تنظيم المستفيدين من المتعاملين في السياحة؛
- تحديد البرنامج التقديري لإنجاز المخطط التوجيهي للهيئة السياحية.

المرحلة الثانية: تنظيم ورشات العمل لكل مشروع

يتمثل الهدف من هذه الورشات في معالجة مختلف العراقيل المتعلقة بالجوانب المالية والمادية (مشكل العقار) للمشاريع ذات الأولوية، كما تتناول الجوانب المختلفة لتطوير أي مشروع سياحي، لتضع في النهاية مخطط عمل لكل مشروع.

المرحلة الثالثة: توضيح الاستراتيجية لكل قطب سياحي

بناء على ما تم تحديده في المرحلة الثانية يقوم كل مكلف بمهمة محلية بتحديد مراحل تنفيذ المخطط التوجيهي للهيئة السياحية على مستوى القطب الذي ينتمي إليه، وبهذا الشكل تتوضح أولويات التدخل كما حددها مختلف الورشات على مستوى كل قطب على حدة، وانطلاقا من هذا يُحدد المكلفون بالمهام مخطط العمل لكل قطب ويُعدّون رزنامة تقديرية تشمل مختلف الدراسات الضرورية لإنجاز القطب (دراسة السوق، التهيئة، قابلية الإنجاز...).

المرحلة الرابعة: انطلاق المرحلة قبل العملية للمخطط

تتضمن هذه المرحلة عقد اجتماعات مع ممثلي مختلف القطاعات الأخرى والفاعلين المحليين المعنيين بكل مشروع وممثلي مختلف الفروع، وبهذا الخصوص فقد تم برمجة جلسات وطنية وجهوية خلال سنتي 2007 و2008 بعنوان "إطلاق المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2025"، والغرض منها هو:

- اختيار مقدمي الخدمات ومتابعة الدراسات؛
- وضع مرصد لمتابعة وتقييم الأقطاب السياحية للامتياز؛

- البحث عن المستثمرين والمُرقّين والمطورين.

المرحلة الخامسة: إطلاق أول الورشات

ويتعلق الأمر هنا بالورشات ذات الأولوية والتي لا تعترضها صعوبات خاصة بالعقار، حيث يتعين على رؤساء المهام بمجرد انطلاق الورشات الأولى الشروع في المفاوضات الضرورية لتنفيذ مشاريع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال إشراك القطاعات الأخرى، اقتناء العقار، البحث عن التمويل، التعرف على الشركاء، مباشرة إجراءات الدعم والمرافقة للمشاريع.

المرحلة السادسة: وضع استراتيجية للترقية والاتصال

كخطوة أولى ضمن هذه المرحلة فإن الجهود الإعلامية تُوجّه نحو المتعاملين السياحيين المحترفين (المشغلون السياحيون، وكالات السفر)، وذلك بغرض استعادة وتجديد صورة الجزائر السياحية، وإعطاء ضمانات بتنمية سياحية ذات نوعية، وهذا يتم عبر استراتيجية توجه نحو الأسواق المستهدفة.

المرحلة السابعة: إطلاق مخطط نوعية السياحة

يتعلق الأمر هنا بتجسيد مخطط نوعية السياحة (تم التطرق إليه سابقا) على أرض الواقع وبإشراك المؤسسات الفندقية، أصحاب المطاعم، الدواوين السياحية المحلية، وكالات السياحة والسفر، الناقلين.

المرحلة الثامنة: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

إن تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لا يتم دفعة واحدة وإنما يتوقف على وتيرة التقدم في المراحل السابقة، ومن أجل السهر على التنفيذ الجيد لهذا المخطط فإنه يتعين عقد اجتماعات دورية كل ستة أشهر للوقوف على درجة تقدم المشاريع وإحصاء الاختلالات ومن ثم إعادة ضبط وتقييم طريقة العمل.

رابعا- مؤشر الجدول الزمني للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يفترض المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية النهوض بالقطاع السياحي الجزائري وتحويل الجزائر إلى بلد سياحي وفق جدول زمني موضح كما يلي:

الجدول رقم (15): الجدول الزمني لتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025.

من سنة 2015 إلى سنة 2025	من سنة 2008 إلى سنة 2015	من سنة 2007 إلى سنة 2008
- تعزيز سياسة التحول السياحي للجزائر وتحسين المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025	- إطلاق المفاوضات والقرى السياحية للامتياز - وضع استراتيجية تسويق لوجهة الجزائر - إطلاق مخطط نوعية السياحة - دعم أعمال تنفيذ مخطط المرافقة المالية	- إطلاق الاستثمار السياحي - الإطلاق المتزامن للحركات الخمس - تعريف وتحديد الأقطاب السياحية للامتياز - تحديد استراتيجية كل قطب وكذا مسعى كل قرية سياحية للامتياز - استقطاب المتعاملين والمرقنين والمستثمرين

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، ، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملي)، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، من ص36 إلى ص39.

لكن ما هو مُلاحظ على سير المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هو عدم وجود آلية يتم بموجبها تقييم التقدم الحاصل على مستوى التنفيذ، وعدم توفر بيانات في هذا الصدد، بل البيانات المتوفرة عبر الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة الجزائرية والصناعات التقليدية تشير إلى أنه تقرر تمديد آجال هذا المخطط إلى سنة 2030، مع عدم الإشارة إلى التعديل في أهدافه أو في أدوات تنفيذه، إذ تم الاحتفاظ بكل ما جاء في المخطط السابق والتغيير الوحيد هو في التاريخ النهائي الذي تم تمديده بخمس سنوات، وعلى هذا الأساس أصبحت الاستراتيجية بمسمى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تضمنه الفصل الثالث فإنه يمكن استخلاص مدى الغنى والتنوع الطبيعي والتراثي التي تزخر به الجزائر، إذ سمحت المساحة التي تتربع عليها الجزائر (أكبر بلد أفريقي) باحتوائها عدة مواقع منها ما هو مُدرج ضمن التراث العالمي، لكن هذا التنوع والثراء الطبيعي والتراثي يُقابله ضعف كبير في الهياكل السياحية الإيوائية كمّا ونوعاً، فالطاقة الإيوائية للفنادق الجزائرية لا تسمح لها باستيعاب أعداد كبيرة من السياح في حالة ارتفاع الطلب السياحي، كما أن الخدمات السياحية ذات نوعية ضعيفة.

هذا الضعف المسجل على مستوى الهياكل السياحية انعكس بشكل واضح على مكانة القطاع السياحي الجزائري ودوره الاقتصادي، فقد أكدت تقارير التنافسية العالمية للقطاع السياحي أن هذا القطاع يشهد تأخراً مقارنة بما يُسجله القطاع على المستويين العالمي والإقليمي، كما أكدت أن الرتبة التي يحتلها القطاع السياحي الجزائري لا ترقى إلى مستوى المؤهلات الطبيعية والقدرات المالية التي تتمتع بها الجزائر.

وقصد تدارك هذه الوضعية فقد عمدت الجزائر إلى صياغة استراتيجية سياحية تحت مُسمى "المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية"، وهي استراتيجية شاملة تناولت بالدراسة تشخيص القطاع السياحي الجزائري، ومواضع النقص والخلل التي يعرفها القطاع، وقد تم صياغة هذه الاستراتيجية في شكل خمسة كتب تناولت بالتفصيل مختلف الجوانب التي من شأنها ترقية القطاع السياحي الجزائري، إلا أن هذا المخطط يعرف بعض الصعوبات والنقائص التي تحول لحد الآن دون التقدم في مسيرة تطوير القطاع السياحي الجزائري، حيث تم التركيز على وصف وتحديد الأهداف دون تقييم مستوى التقدم في درجة التنفيذ.

من جهة أخرى فقد بين المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 قصورا في الاستراتيجية المُتبعة من أجل النهوض بالقطاع السياحي، إذ كان من المفترض أن تقوم هذه الاستراتيجية على تعظيم المنافع الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للقطاع وبأقل التكاليف الممكنة وليس السعي وراء تحقيق أرقام ضخمة بغض النظر عن مردودها في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهو ما أدى في النهاية بأصحاب القرار إلى التمديد في آجال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى سنة 2030.

الفصل الرابع

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
لولاية جيجل ودوره في تحقيق التنمية
المحلية المستدامة

تمهيد

يكتسي القطاع السياحي أهميته من خلال الآثار التي يتركها على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الوجهات السياحية، فكلما تم تعظيم الآثار الايجابية والتقليل من الآثار السلبية في مختلف المجالات أدى ذلك إلى مساهمة كبيرة في دفع عملية التنمية المحلية، بحكم أن الأنشطة السياحية المختلفة وما ينتج عنها من منافع اقتصادية واجتماعية يُفترض أن تتم في محيط محلي يُشارك فيه ويستفيد منه مختلف الأطراف ذوي العلاقة بالقطاع السياحي من متعاملين وسياح وسكان محليين.

وعلى الرغم من الطابع السياحي المميز لولاية جيجل إلا أن القطاع السياحي ليس بنفس السمعة السياحية للولاية، وهو في واقع الأمر يعكس وضعية السياحة في الجزائر بصفة عامة، وقصد النهوض بهذا القطاع وإعطائه دورا تنمويا أكبر على المستوى المحلي اتجه الاهتمام نحو إعداد استراتيجيات للنهوض بهذا القطاع على مستوى كل منطقة محلية من خلال مخططات التهيئة السياحية الخاصة بكل ولاية.

وسوف نتناول في هذا الفصل الإمكانيات السياحية ومختلف المؤهلات التي تتمتع بها ولاية جيجل، ونستعرض واقع القطاع السياحي على مستوى الولاية، ثم نلقي الضوء على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل ودوره في ترقية القطاع السياحي بشكل قد يسمح له مستقبلا بتحريك عجلة التنمية المحلية المستدامة، وذلك من خلال العناصر التالية:

المبحث الأول: تقديم عام لولاية جيجل

المبحث الثاني: تحليل السوق السياحي لولاية جيجل

المبحث الثالث: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل ودوره في تحقيق التنمية المحلية المستدامة

المبحث الأول: تقديم عام للولاية

تُعرف ولاية جيجل بطابعها السياحي وتتنوع على العديد من الإمكانيات والمؤهلات الطبيعية ومقومات البنية التحتية، هذه العوامل جعلت منها منطقة ذائعة الصيت في المجال السياحي على الرغم من أنها لم تأخذ نصيبها اللازم من الاستثمارات السياحية بشكل يُعزز من موقعها السياحي ويجعلها وجهة سياحة على المستوى الإقليمي والمتوسطي، وتتناول فيما يلي عرضا عاما لولاية جيجل من زاوية سياحية حيث سيتم استعراض بطاقة فنية عن ولاية جيجل ومختلف مؤهلاتها السياحية الطبيعية والبشرية.

المطلب الأول: التعريف بالولاية وبنيتها التحتية

تقع ولاية جيجل على الساحل الشمالي الشرقي للجزائر بمساحة إجمالية قدرها 2398.63 كلم²، بواجهة بحرية طولها 120 كلم لتشكل بذلك أطول شريط ساحلي في الجزائر، يحد الولاية من الشمال البحر الأبيض المتوسط، شرقا ولاية سكيكدة، غربا ولاية بجاية وجنوبا يحدها كل من ولايتي ميلة وسطيف، وتبعد بـ 359 كلم عن العاصمة و 96 كلم عن بجاية و 146 كلم عن قسنطينة، وسمح لها هذا الموقع بأن تكون على بُعد 30 دقيقة طيران من العاصمة الجزائر وساعة طيران عن كل من نابولي (جنوب إيطاليا) وبرشلونة ومرسيليا¹.

الشكل رقم (21): الموقع الاستراتيجي لولاية جيجل على الضفة الجنوبية للمتوسط



Source : Présentation géographique de la Wilaya de Jijel,
<http://www.jijeldz.org/jijel/index.php/presentation#geo>, consulté le : 15/01/2012.

¹ Présentation géographique de la Wilaya de Jijel, <http://www.jijeldz.org/jijel/index.php/presentation#geo>, consulté le : 15/01/2012

إن هذا الموقع الاستراتيجي والمميز لولاية جيجل المطل على البحر الأبيض المتوسط والقريب من مدن الساحل الجنوبي لأوروبا التي تُعتبر من أكثر الدول تصديرا للسياح الباحثين عن وجهات سياحية جديدة، يفتح للولاية آفاقا واعدة أمام الحركة السياحية الوافدة من أوروبا وما يُرافق ذلك من آثار إيجابية من شأنها أن تُحرك عجلة التنمية المحلية، خاصة أن إمكانية الربط المباشر بالصفة الجنوبية للمتوسط متوفرة عن طريق المطار أو الموانئ البحرية لاسيما ميناء كُتامة وميناء جن جن التجاري والذي يُمكن أن يُساهم في جلب السياح الأوروبيين في حالة استغلاله لنقل الركاب من أوروبا مباشرة إلى ولاية جيجل.

وقد سمح مخطط التهيئة الإقليمية بتقسيم الولاية كما يلي¹:

- المنطقة الغربية مخصصة بشكل تام للسياحة؛
- المنطقة الوسطى متعددة الأنشطة (الزراعة، الصناعة، التجارة)؛
- المنطقة الشرقية تتنوع بين الصناعة والزراعة والسياحة.

أولا- تاريخ الولاية

كانت ولاية جيجل ملتقى العديد من الحضارات التي تعاقبت عليها، ويرجع اسمها إلى عهد ما قبل الرومان، والتسمية الأولى للولاية أطلقها عليها الفينيقيون "اجيلجيلي" «IGILGILI»، حيث يدل الحرف I لدى الفينيقيين على الساحل التي تتواجد به الجزر، بينما يشير gilgil إلى الصخرة الدائرية، ومع مرور الزمن وتعاقب الحضارات بفعل الاحتلال تغير الاسم إلى Djijeli ثم DJIJEL وصولا إلى JIJEL.²

وقد سجلت بداية القرن 16 تحديدا عام 1514 م وصول الأخوين "بربروس" عروج وخير الدين الذين اتخذوا من الولاية مركزا لدعم عملياتهما البحرية التي شملت الساحل الجزائري.³

بعد سنة 1611م قام الإسبان بالعديد من المحاولات للإستيلاء على الولاية إلا أن محاولاتهم باءت بالفشل، واستمرت محاولات الغزو الخارجي إلى غاية سنة 1839م تاريخ سقوط الولاية بيد الاحتلال الفرنسي، وقد تجلت مقاومة الأهالي لهذه القوات بالهجمات التي نظموها في الفترة ما بين سنوات 1841 - 1845م، وفي سنة 1871م أدى صدور مرسوم "كريميو" الذي مُنحت بموجبه الجنسية لكافة يهود الجزائر إلى انتفاضة شعبية،

¹ Agence Nationale de développement des Investissements (ANDI), Monographie de Jijel, www.andi.dz/fr/PDF/Monographie/Jijel.pdf, consulté le : 15/01/2012.

² Direction du Tourisme et de l'Artisanat de la willaya de Jijel, index touristique : **Jijel où se rencontrent la plénitude de l'âme et la tendresse de la mère nature**, 2011, p03.

³ Direction du Tourisme et de l'Artisanat de la willaya de Jijel, **Jijel pages et voyages : monographie touristique**, édition 2011, p07.

ولقمعها قامت قوات الإحتلال بنفي سكان الدواوير الثائرة كبني فوغال وبني طافر وغيرهما إلى أقصى شرق البلاد¹، وعلى غرار باقي ولايات الوطن فإن ولاية جيجل قد أسهمت برجالها في الحركة الوطنية وحرب التحرير فكانت قلعة منيعة أثناء الثورة، ومن الأبطال الكثرين الذين قدّمتهم جيجل نذكر الرائد رويح حسين والشهيد دخلي مختار، ومحمد الصديق بن يحي إضافة إلى فرحات.

ثانيا- تضاريس الولاية

تتماز ولاية جيجل بطبيعة جبلية وعرة حيث تُشكل الجبال نسبة 82 بالمائة من إجمالي مساحة الولاية، وتصل مرتفعاتها الجبلية حتى 1800م، ويمكن التمييز بين نوعين من المناطق²:

- المناطق السهلية: تقع شمال الولاية وتتميز بقلّة التضاريس منها السهول الصغيرة في مدينة جيجل، سهول العوانة، سهول واد الزهور، بالإضافة إلى بعض الأحواض والمنخفضات مثل حوض جيجل ومنخفضات واد الكبير.

- المناطق الجبلية: وتتكون هذه المناطق من مجموعتين:

- المجموعة الأولى: منطقة الجبال المتوسطة الارتفاع في الجهة الساحلية والمركزية للولاية، تتخللها شبكات معتبرة جدا من المياه وتتماز بغطائها النباتي أيضا؛
- المجموعة الثانية: المنطقة الجبلية الوعرة، وتقع في الجهة الداخلية للولاية وتضم أعلى القمم الجبلية منها جبال بابور وسدات.

ثالثا- المناخ

تُعتبر ولاية جيجل من بين الولايات الأكثر تساقطا في الجزائر، وتتميز بمناخ متوسطي ممطر وبارد شتاء، وساخن ورطب صيفا، حيث تبلغ درجات الحرارة من 20 درجة مئوية إلى 35 درجة مئوية صيفا، ومن 5 درجات مئوية إلى 15 درجة مئوية شتاء، أما موسم التساقط فيدوم 6 أشهر، وهو ما يسمح بتسجيل معدل سنوي للتساقط بين 800 ملم إلى 1200 ملم في السنة ويصل في حالات استثنائية إلى 1800 ملم في السنة³.

رابعا- الشبكة المائية

¹ Direction du Tourisme et de l'Artisanat de la wilaya de Jijel, index touristique ,Op.cit., p03.

² Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire (DPAT), Wilaya de Jijel, **Monographie**, ANEP, Rouïba, Edition 2010, p19.

³ Idem.

تتميز ولاية جيجل بشبكة هامة من المسطحات المائية، إذ تتوفر على عدد كبير من الأودية إلى جانب المياه الجوفية، وتتجه هذه الشبكة من المسطحات المائية من الجنوب الشرقي إلى الشمال الشرقي لتصب مباشرة في البحر، ومن أهم المسطحات المائية ما يلي¹:

- واد الزهور وهو واد ينبع من غرب هضبة القل حيث ترفده عدة أودية صغيرة تمر بسهل واد الزهور ليصب شمال دائرة المليية، وتبلغ مساحة حوضه حوالي 165 كلم²؛
- واد الكبير الذي ينبع من السهول العليا خارج الولاية وهو أكثر أودية الولاية طولاً، حيث يعبر دائرة المليية جنوباً ويتجه إلى الشمال، ويُعتبر فيضانه مهماً ويعمل على زيادة خصوبة الأراضي الفلاحية المجاورة له؛
- واد جن جن الذي يُعتبر من أهم أودية الولاية لوفرة مياهه السطحية والجوفية، وينبع من جبال بabor جنوب بلدية زيامة منصورية ويعبر الولاية ليصب في البحر شمال بلدية الطاهير، وتبلغ مساحة حوضه 53000 هكتار.

خامساً- مقومات البنية التحتية في ولاية جيجل

تتوفر ولاية جيجل على البنية التحتية اللازمة لتفعيل التنمية المحلية ونستعرض فيما يلي أهم مقومات هذه البنية:

1- شبكة الطرقات

تتوفر ولاية جيجل على شبكة معتبرة ومتنوعة من الطرقات حيث تسمح وتُسهل التنقل داخل حدود الولاية إضافة إلى ربطها بالولايات المجاورة لها، ويبلغ طول شبكة الطرقات بالولاية 1796.8 كلم مقسمة كما يلي²:

- الطرق الوطنية رقم: 43 و 27 و 77 بطول 223.8 كلم؛
 - الطرق الولائية بطول 387 كلم؛
 - الطرق البلدية بطول 1186 كلم.
- ويسمح كل من الطريق الوطني رقم 43 ورقم 27 بربط الولاية بكل من ولايتي سكيكدة وقسنطينة، بينما جزء من الطريق الوطني رقم 77 الذي هو قيد الدراسة والإنجاز سوف يربط مباشرة ولاية جيجل بولاية

¹ Ibid., p35.

² Direction du Tourisme et de l'Artisanat de la willaya de Jijel, **Jijel pages et voyages**, Op.cit., p09.

سطيف وهو ما من شأنه أن يلعب دورا مهما في تحريك الاقتصاد داخل الولاية كونه يسمح بالربط المباشر لميناء جن جن نحو الطريق السيار شرق غرب على مستوى ولاية سطيف.

2- شبكة السكك الحديدية

تربط شبكة الطرق الحديدية ولاية جيجل بمحطة رمضان جمال بقسنطينة وذلك على طول 137 كلم، حيث تقع 07 محطات على طول هذا الطريق الذي يسمح بنقل المسافرين عبر خط جيجل-قسنطينة إضافة إلى نقل البضائع عبر خط جيجل-سكيكدة و جيجل- قسنطينة¹.

وما هو جدير بالذكر أن حركة القطارات من وإلى ولاية جيجل تكاد تكون منعدمة، فما عدا كثافة الحركة الرابطة بين ميناء جن جن وكل من سكيكدة وقسنطينة والتي هي أصلا حركة لنقل البضائع، فإن حركة المسافرين عبر خطوط السكك الحديدية هي حركة جد مُنخفضة والسبب الأول وراء ذلك هو ارتفاع أسعار التذاكر التي تزامنت مع تزويد الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية بقطارات الدفع الذاتي، ويمكن أن يتم استغلال هذه القطارات لتحريك القطاع السياحي بولاية جيجل وتخفيض كثافة النقل عبر السيارات والحافلات في نفس الوقت، إذ يُمكن للسياح من الولايات المجاورة التنقل عبر القطارات لقضاء يوم كامل والاستمتاع بما تُوفره الولاية ثم العودة مساء عن طريق القطارات إلى ولاياتهم وهذا من شأنه أن يُخفف الضغط على هياكل الإيواء أثناء موسم الاصطياف ويُساهم في الحد من ارتفاع الأسعار، كما له جوانب بيئية مُهمة إذ أن حركة القطارات لا تُعتبر مُلوثة بنفس القدر مُقارنة بالسيارات أو الحافلات، كما أن الأعداد الكبيرة من السياح التي يُمكن نقلها عبر الرحلة الواحدة يُخفف بدوره من عدد الرحلات مُقارنة بالحافلات أو السيارات وبالتالي يُخفف بشكل كبير من التلوث.

3- الموانئ

تتوفر ولاية جيجل على أربعة موانئ ويُعتبر ميناء جن جن أحد أهم الموانئ حجما والذي كان إلى وقت قريب الأكبر في افريقيا، إلا أنه لم يتم توظيف طاقته الكبيرة بسبب قلة الحركة التجارية على مستواه لكنه يشهد حركة معتبرة بعد توقيع اتفاقية التسيير مع موانئ دبي العالمية، ويبعد هذا الميناء 40 كلم عن منطقة بلارة التي كان مفترضا أن تخصص كمنطقة للتبادل الحر قبل أن يتقرر العمل على تحويلها إلى منطقة صناعية، كما يبعد 10 كلم عن عاصمة الولاية و 2 كلم عن مطار فرحات عباس، وله مدخل مباشر يربطه بالطريق

¹ Idem.

السريع جيجل- قسنطينة، وتبلغ الطاقة الاستيعابية للميناء 4.4 مليون طن ويتربع على مساحة 104 هكتار¹، وهو بهذه الإمكانيات يُعتبر فعلا كمحرك للتنمية المحلية بالولاية في حالة استغلاله كما ينبغي.

إلى جانب ميناء جن جن ذو الطبيعة التجارية، توجد على مستوى الولاية ثلاثة موانئ أخرى بكل من بلديات جيجل (ميناء صيد)، والعوانة (ميناء صيد وترفيه)، وزيامة منصورية (ميناء صيد).

4- المطار الدولي

يبعد بـ 40 كلم عن منطقة بلارة ويضمن ربط الولاية بمختلف المطارات الجزائرية، كم يُسير رحلات دولية تربطه بكل من مرسيليا وباريس، وهو يشهد توسيعا مستمرا من حيث مساحته وطاقة استيعابه².

5- قطاع الطاقة

تعتبر الكهرباء موردا أساسيا لتحريك عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالولاية، وتوفر ولاية جيجل على موارد طاغوية معتبرة وعلى شبكة توزيع ذات كفاءة، ففيما يتعلق بالطاقة الكهربائية فإن طول شبكة التوزيع يبلغ 5082 كلم، منها 221 كلم ذات تيار عالي و 1509 ذات تيار متوسط و 3352 كلم ذات تيار منخفض³، ومصدر هذه الطاقة هو مصنع الطاقة الكهربائية الكائن بأشواط والتي تبلغ طاقة انتاجه 630 ميغاواط، ويشكل هذا المصنع المصدر الرئيسي للتزود بالطاقة الكهربائية على مستوى الولاية، كما تتوفر الولاية على مصنعين آخرين لتوفير الطاقة الكهربائية من خلال السدود وهو ما سمح بتسجيل نسبة تغطية كهربائية عالية جدا تقدر بـ 97 بالمائة.

6- منطقة بلارة

تقع هذه المنطقة ببلدية الملية وترتبع على مساحة 530 هكتار⁴ حيث سمح لها هذا الموقع بتوفر كل مقومات البنية التحتية لمزاولة أي نشاط اقتصادي (شبكة الطرق، خط للسكك الحديدية، المطار، الميناء، القرب من موارد الطاقة والموارد المائية)، وقد كان مقرا لهذه المنطقة أن تحتضن مركبا للحديد قبل أن يتم الاستغناء على المشروع مع بداية التسعينات، بعدها تقرر العمل من أجل تحويلها إلى منطقة للتبادل الحر، ثم لاحقا تقرر العمل من أجل تحويلها إلى منطقة صناعية ولحد الآن لم يتم استغلالها على الرغم من الموقع الاستراتيجي لهذه المنطقة كما هو موضح في الشكل التالي:

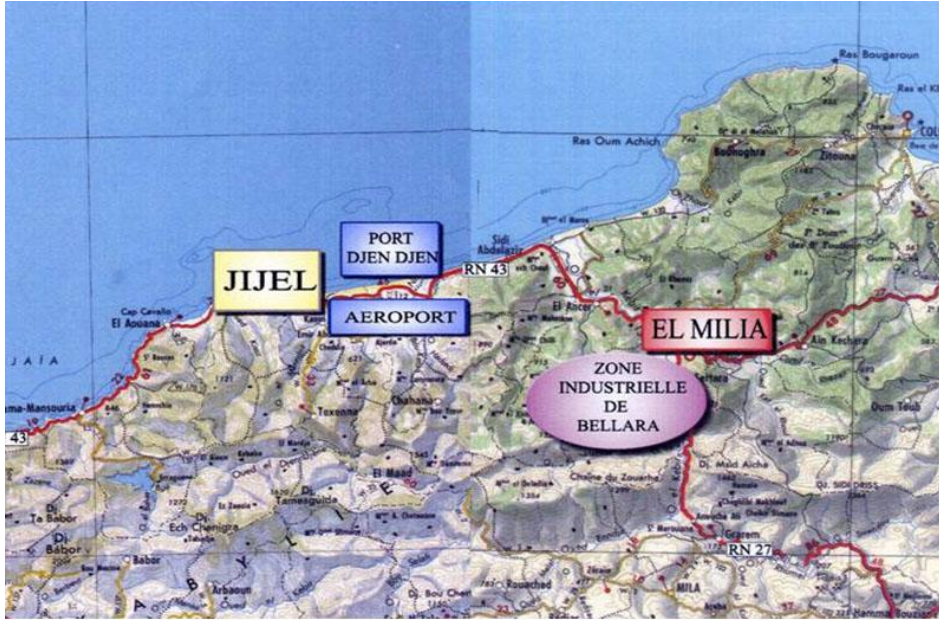
¹ Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire, Wilaya de Jijel, **Monographie**, op.cit, p63.

² Infrastructures de Wilaya de Jijel, <http://www.jijel-dz.org/jijel/index.php/atouts#infrastructures>, consulté le : 15/01/2012.

³ Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire, Wilaya de Jijel, **Monographie**, Op.cit, p122.

⁴ Infrastructures de Wilaya de Jijel, <http://www.jijel-dz.org/jijel/index.php/zi>, consulté le : 15/01/2012.

الشكل رقم (22): الموقع الاستراتيجي لمنطقة بلارة



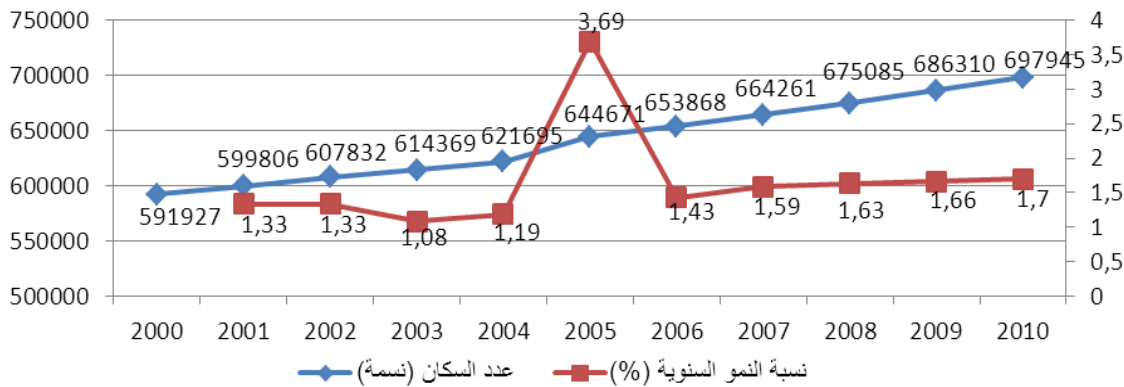
Source : La Zone Industrielle de Bellara, <http://www.jijel-dz.org/jijel/index.php/zi>, consulté le : 15/01/2012.

المطلب الثاني: المؤهلات البشرية لولاية جيجل

أولا- عدد السكان

تعتبر ولاية جيجل من الولايات الجزائرية ذات الكثافة السكانية المتوسطة، وقد بلغ عدد سكانها 697945 نسمة سنة 2010، أي ما يُشكل نسبة 1.97% من العدد الاجمالي لسكان الجزائر خلال نفس السنة، والجدول الموالي يوضح تطور عدد السكان في الولاية:

الشكل رقم (23): تطور عدد سكان ولاية جيجل بين سنوات 2000 و 2010.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الموقع الالكتروني لوزارة الصحة الجزائرية

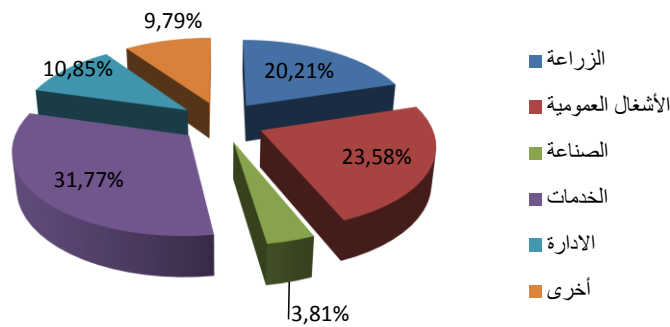
http://www.sante.gov.dz/aff_population.php

ويبين الجدول أن نسبة النمو السكاني بولاية جيجل مستقرة نسبيا إذ يبلغ متوسطها السنوي نسبة 1.51%، ونلاحظ أن سنة 2005 سجلت نسبة نمو قدرها 3.69% وهي نسبة أعلى من المتوسط، كما أن نسبة النمو السنوية لسكان ولاية جيجل أعلى من نسبة النمو على المستوى الوطني والمقدرة بـ 1.37%، أما الكثافة السكانية لسنة 2010 فقد قُدرت بـ 290.98 نسمة/كلم²، ويتركز ما نسبته 45% من السكان في البلديات الشمالية جيجل، الطاهير، المليية، وهو ما أدى إلى ارتفاع الكثافة السكانية بهذه البلديات لتتراوح ما بين 388 نسمة/كلم² إلى 2217 نسمة/كلم²، حيث تستأثر بلدية جيجل التي تبلغ مساحتها نسبة 2.6% من المساحة الإجمالية للولاية بما نسبته 21.16% من إجمالي السكان.

ثانيا- البطالة

بلغت نسبة البطالة في ولاية جيجل 9.96% سنة 2009، وهي نسبة أقل من النسبة الوطنية المسجلة خلال نفس السنة، ويتوزع نسبة المشتغلين حسب القطاعات المشغلة لهم لسنة 2009 كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (24): توزيع المشتغلين بولاية جيجل حسب القطاع المشغل لهم لسنة 2009.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire, , **Monographie**, Wilaya de Jijel, ANEP, Rouiba, Edition 2010, p29.

يوضح التمثيل البياني أن أكبر قطاع مُشغل لليد العاملة هو قطاع الخدمات بما فيها (الخدمات السياحية مثل الإيواء والإطعام) بنسبة 31.77%، بينما يحتل قطاع الأشغال العمومية المرتبة الثانية بنسبة 23.58% وهذا راجع إلى المشاريع التي سجلتها الولاية في مختلف القطاعات، ثم القطاع الزراعي بنسبة تشغيل تقدر بـ

20.21% وهي نسبة مُعتبرة تدل على الإمكانات الزراعية للولاية، كما نستخلص من هذا التوزيع أن القطاع السياحي لا يُساهم بشكل كبير في توفير مناصب الشغل.

المطلب الثالث: المؤهلات السياحية الطبيعية لولاية جيجل

تتوفر ولاية جيجل على العديد من المؤهلات الطبيعية التي جعلت منها ولاية تعتمد في جاذبيتها السياحية على مواردها الطبيعية في ظل النقص الكبير المُسجل على مستوى المنشآت الفندقية وفضاءات الترفيه المُرافقة لها، ونستعرض فيما يلي بعض هذه المؤهلات.

1- الغطاء النباتي

بموقعها جغرافيا جنوب البحر الأبيض المتوسط في منطقة ذات رطوبة عالية فإن ولاية جيجل تتوفر على تنوع كبير في غطاءها النباتي، حيث تُغطي الغابات مساحة قدرها 150000 هكتار، أي ما نسبته 74% من المساحة الإجمالية للولاية، ويلعب هذا الغطاء النباتي الهام دورا كبيرا في الحفاظ على التربة من الانزلاق والانجراف، كما تتكيف هذه النباتات مع الظروف المناخية والجيولوجية للولاية.

2- الحظيرة الوطنية لتازة

أنشئت الحظيرة الوطنية لتازة سنة 1984 بهدف حماية التراث الطبيعي البري والبحري للمنطقة، وتتربع هذه الحظيرة على مساحة 3087 هكتار موزعة بين بلديات العوانة وسلمى وزيامة منصورية، ويُشرف على إدارة هذه الحظيرة مديرية يقع مقرها بكسیر بلدية العوانة، وتدخل هذه الحظيرة أيضا ضمن شراكة مع الشبكة المتوسطية للمحميات البحرية¹.

3- حظيرة الحيوانات بكسیر

تم إنشاء حظيرة الحيوانات سنة 2006 بكسیر بلدية العوانة، وهي تتربع على مساحة 25 هكتار وتضم أنواعا مختلفة من الحيوانات، وتعرف هذه الحظيرة إقبالا من طرف السياح طيلة أيام السنة لكن أعداد المتوافدين عليها يرتفع بشكل كبير جدا خلال موسم الاصطياف وهو ما يُشكل ضغطا كبيرا عليها بشكل قد يتسبب مُستقبلا بظهور مشاكل بيئية.

¹ Aït-Iftène Naïma, Le tourisme durable cas du Parc national de Taza, Journée d'étude sur : L'aménagement touristique et son rôle dans développement local, 2^{em} partie, Direction du tourisme de la wilaya de Bordj Bou Aridj, 21/12/2009, p03.

4- أطول شريط ساحلي في الجزائر

تمتد شواطئ ولاية جيجل على مسافة 120 كلم لتشكل بذلك أطول شريط ساحلي في الجزائر، وهو ما مكنها من توفير عدد كبير من الشواطئ التي تمتاز بمناظر جميلة، حيث تضم الشواطئ الغربية¹:

- الكورنيش الجيجلي: وهو عبارة عن أجرف صخرية تُلامس البحر وتمتد من زيامة منصورية إلى العوانة، وتتخللها غابات الفلين؛

- الكهوف العجيبة: تقع هذه الكهوف على الساحل بين بلديتي العوانة وزيامة منصورية، وتُعد من عجائب الطبيعة من حيث الشكل والنقوش التي صنعتها الصواعد والنوازل، وهي قبلة للزوار طيلة أيام السنة؛

- غار الباز؛ عبارة عن مغارة واسعة مفتوحة على الطريق بزيامة منصورية ويمتد عمقها بين جبال المنطقة؛

- يضم الساحل الغربي أيضا جزرا صخرية صغيرة منها جزيرة العوانة، وجزيرة برج بليدة (أندرو)، كما يتضمن خلجانا بحرية.

أما الجزء الشرقي للشريط الساحلي فيُميزه امتداد الشاطئ الرملي على مسافة 30 كلم من جيجل إلى سيدي عبد العزيز ويتضمن العديد من الشواطئ غير المهيئة للاستغلال، ومن شأن تهيئة هذه الشواطئ أن يزيد من توافد السياح عليها.

5- مناطق التوسع السياحي

تضم ولاية جيجل 19 منطقة للتوسع السياحي بمساحة إجمالية قدرها 4878 هكتار، حيث تتوزع هذه المناطق على 09 بلديات.

6- المحمية الطبيعية بني بلعيد

تُصنف المحمية الطبيعية لبني بلعيد من المناطق الرطبة المحمية، حيث تضم ما لا يقل عن 23 صنفا من أصناف الطيور إضافة إلى التنوع النباتي، وتغطي هذه المحمية مساحة 120 هكتارا وتحتوي على بحيرة مفتوحة على شاطئ البحر².

¹ <http://www.travelzad.com/vb/t42403.html> , consulté le : 20/01/2012.

² Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire, **Monographie**, Op.cit, p79.

7- منارة رأس العافية

وتُعرف لدى أبناء الولاية باسم المنار الكبير (Le grand phare)، وتُعتبر من أهم المعالم السياحية بجيجل وهي تابعة في التسيير للديوان الوطني للإشارات البحرية، حيث تقضي مهمتها بتوجيه البواخر وإعطاء الإشارات للملاحة البحرية، إلا أن أسطورة هذا المنار حولته إلى مكان للزوار من مختلف الشرائح، إذ يُعتبر من أكبر المنارات الـ 24 الموجودة على الشريط الساحلي الجزائري وأقدمها، وقد تم إنجازها سنة 1865 على قمة "غريفات" على يد النحات الفرنسي "شارل سالفا" الذي كان يعمل آنذاك مقاولا ونحاتا للحجارة، حيث استعان بالحجر الأزرق المتواجد بمنطقة العوانة لبنائه، وشرع العمل به سنة 1907 بالمازوت إلى غاية 1936 حين تحول تشغيله بواسطة الكهرباء ثم آليا سنة 1992،¹ ليبقى المنار الكبير أحد أبرز المعالم السياحية والتاريخية في الولاية.

المبحث الثاني: تحليل السوق السياحي لولاية جيجل

يسمح دراسة السوق السياحي بتشخيص شامل لواقع هذا السوق في جانبي العرض والطلب وهو ما يُمكن من الوقوف عند جوانب اختلال هذا السوق، كما تسمح دراسة السوق السياحي بتحديد الاتجاهات المستقبلية له وهو ما يُساعد بدوره على التنبؤ بحجم ونوع الطلب المستقبلي.

المطلب الأول: تحليل العرض السياحي لولاية جيجل

أولا- هياكل الاستقبال التي تنشط على مستوى ولاية جيجل

يُقدر عدد هياكل الإيواء بالولاية 52 وحدة إيواء بطاقة استيعاب إجمالية 7753 سريرا سنة 2011، وما يميز هذا العرض أنه يتركز في المناطق الحضرية والساحلية، والجدول التالي يوضح طبيعة هياكل الاستقبال المتوفرة على مستوى ولاية جيجل:

¹ Idem.

الجدول رقم (16): توزيع هياكل الاستقبال المتوفرة على مستوى ولاية جيجل بين سنوات 2008 و2011.

2011	2010	2009	2008		
26	25	24	26	عدد الفنادق	الفنادق
862	828	814	872	عدد الغرف	
2124	2050	2018	2084	عدد الأسرة	
21	21	21	21	عدد المخيمات	المخيمات
5109	5109	5109	5109	عدد الأسرة	
05	04	04	03	عدد بيوت الشباب	بيوت الشباب
520	270	270	170	عدد الأسرة	
7753	7429	7397	7363	اجمالي عدد الأسرة	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على التقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن هيكل منشآت الايواء داخل الولاية مكون من ثلاث أصناف هي الفنادق غير المصنفة والمخيمات وبيوت الشباب.

1- الفنادق: الحظيرة الفندقية للولاية متواضعة من حيث عدد الفنادق ومن حيث الطاقة الاستيعابية لها، فبدل العمل على زيادة الطاقة الايوائية نلاحظ انخفاضها سنة 2009 مقارنة بسنة 2008 وهذا راجع إلى عمل اللجنة الولائية لتصنيف المؤسسات الفندقية حيث قامت هذه الأخيرة سنة 2009 بتجديد أنشطة فندقين إلى حين الالتزام بالمعايير المحددة سلفا، بينما يعود سبب ارتفاع الطاقة الايوائية سنة 2011 إلى منح مديرية السياحة الضوء الأخضر لاستغلال فندق "تاغراست" ببلدية جيجل بطاقة استيعاب 74 سريرا.

وما يميز المؤسسات الفندقية في ولاية جيجل أنها مؤسسات غير مصنفة (بدون نجوم) وهذا راجع إلى تطبيق شروط دعم مخطط نوعية السياحة بالتصنيف القانوني و الذي يستدعي عصنة تامة للمؤسسات السياحية وإعداد مخطط تكوين لمستخدميها و كذلك إعادة النظر في النصوص القانونية الخاصة بالتصنيف.

ويوضح الجدول الموالي مقارنة بسيطة بين الطاقة الايوائية على مستوى الولاية بنظيرتها على المستوى

الوطني:

الجدول رقم (17): مقارنة بين الطاقة الايوائية بولاية جيجل والطاقة الايوائية الوطنية لسنة 2009.

الطاقة الايوائية للفنادق غير المصنفة	الطاقة الايوائية لمجموع الفنادق المصنفة وغير المصنفة	
2018	2018	ولاية جيجل
49494	88694	المستوى الوطني
4,08%	2,27%	النسبة المتوية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- التقرير السنوي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لسنة 2009.

- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Capacité d'accueil, <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/capacite.pdf>, p01 (10/11/2011).

نلاحظ أن الطاقة الايوائية التي توفرها الهياكل الفندقية للولاية لا تتعدى نسبة 2.27% من حجم الطاقة الايوائية الوطنية سنة 2009، كما أن نسبة مساهمة هذه الفنادق مقارنة مع ما توفره نظيراتها (الفنادق غير المصنفة) على المستوى الوطني لا تتعدى 4.08% وهي نسب ضعيفة جدا مقارنة مع ما تزخر به الولاية من مقومات سياحية ومقارنة أيضا مع العدد الكبير للسياح الذين يتوافدون سنويا على الولاية.

إن هذا النقص الكبير في مستوى الطاقة الايوائية أدى إلى تنامي ظاهرة كراء السكان المحليين لمنازلهم (الاقامة عند القاطن) أثناء المواسم السياحية والتي توفر طاقة إضافية تمكن من تغطية بعض العجز المسجل على مستوى هياكل الإيواء داخل الولاية، وأصبح كراء المنازل ظاهرة ترافق الموسم السياحي بولاية جيجل، وعلى الرغم من الاستفادة المادية المعتبرة لأصحاب المنازل إلا أن هذا النشاط يتم بصورة غير منظمة ولا تؤطره أي قوانين وهو ما يحرم خزانة الولاية من إيرادات مهمة.

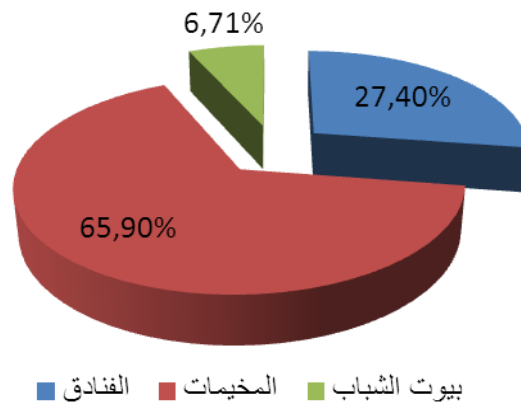
2- المخيمات : تعتبر المخيمات العائلية حاليا أحد أهم هياكل الاستقبال خلال الموسم السياحي نظرا للطلب المتزايد عليها من طرف العائلات ذات الدخل المتوسط، وقد استقر عددها عند 21 مخيما منذ سنة 2008 موفرة طاقة إيوائية قدرها 5109 سريرا تتوزع على أغلب البلديات الساحلية، ويدل هذا التوزيع على شكل السياحة السائد في ولاية جيجل وهي السياحة الساحلية والمرتبطة أساسا بمواسم الاصطياف، على الرغم من أن الولاية تمتلك مؤهلات طبيعية أخرى من شأن الاهتمام بتحسين الخدمات داخلها أن يوفر منتجات سياحية لا

تقل أهمية عن السياحة الساحلية، ومن أمثلتها الاهتمام بالسياحة الجبلية التي ظلت مهمشة لسنوات عديدة، ولعل السبب وراء ذلك هي الظروف الأمنية التي شهدتها الولاية طيلة سنوات الأزمة في الجزائر والتي جعلت من جبال الولاية التي تُشكل 80% من مساحة جيجل خارج نطاق الاهتمامات السياحية.

3- بيوت الشباب: فيما يتعلق ببيوت الشباب فقد بلغ عددها سنة 2011 خمسة بيوت للشباب تتوزع عبر البلديات الكبرى للولاية وهي المليية، جيجل، الطاهير، زيامة منصورية، العوانة وتوفر طاقة ايوائية قدرها 520 سريرا.

وبهذا الشكل فإن هياكل الإيواء تتوزع حسب درجة توفيرها للطاقة الايوائية كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (25): توزيع هياكل الإيواء حسب توفيرها للطاقة الايوائية لسنة 2011.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على التقرير السنوي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

ويوضح الشكل أن الفنادق المنتشرة عبر ولاية جيجل لا توفر سوى 27.4% من الطاقة الإيوائية المتاحة خلال الموسم السياحي، فيما توفر المخيمات الصيفية نسبة 65.9% وترتبط هذه الطاقة الإيوائية أساسا بفصل الصيف فقط، فيما النسبة المتبقية منها والمقدرة بـ 6.71% توفرها بيوت الشباب داخل الولاية.

ونشير إلى أن هناك مجموعة من هياكل الإيواء هي في طور الانحياز منذ سنوات، منها ما هو على وشك التسليم ومنه ما هو معطل لعدة أسباب، ويبلغ عدد هذه الهياكل الإيوائية 22 منشأة تتنوع ما بين فنادق وموتيلات ومركبات سياحية حيث من المفترض أن توفر طاقة إيوائية قدرها 1996 سريرا أي بإضافة قدرها

25.74% من إجمالي الطاقة الايوائية المتاحة سنة 2011، لكن ما يُعاب على هذه المشاريع هو عدم تحديد تواريخ استلامها ومنها ما توقفت به الأشغال لأسباب مختلفة منها التراعات حول الأرضية ومشاكل التمويل.

ثانيا- المؤسسات والجمعيات السياحية

1- وكالات السياحة والأسفار: بلغ عدد وكالات السياحة والأسفار على مستوى ولاية جيجل 03 وكالات سنة 2011 بعد أن كان العدد 05 وكالات سنة 2010، وهذا بعد أن تم سحب رخص استغلال وكالتين سياحيتين نتيجة الإخلال بالقواعد المحددة في دفتر الشروط، وتنحصر نشاطات هذه الوكالات في بيع التذاكر وتنظيم الرحلات والعمرة إضافة إلى استغلال المخيمات العائلية ومراكز العطل، وبلغ إجمالي رقم أعمال هذه الوكالات 106605685.82 دج سنة 2011 بنسبة زيادة قدرها 82.26% مقارنة بسنة 2010.¹

الجدول رقم (18): أنشطة وكالات السياحة والسفر خلال سنة 2011.

اسم الوكالة	عدد السياح المستفيدين	نوع المنتجات المقدمة
وكالة سياحة وأسفار الجزائر	4048	تذاكر السفر، حجز فندق، حج وعمرة، رخص سياحة دولية، رحلات منظمة، نشاطات سياحية
وكالة سياحة وأسفار الكورنيش	1566	تذاكر السفر، تأشيرات، رحلات منظمة، عمرة، مخيمات عائلية
وكالة العربي للسياحة	775	تذاكر للسفر

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل.

2- الدواوين المحلية والجمعيات السياحية: توجد على مستوى ولاية جيجل 08 دواوين سياحية معتمدة، دورها التعريف بالمنتجات السياحية المحلية وترقيتها، إلا أن جزءا كبيرا من هذه الدواوين لا يقوم بدوره كما يوضحه الجدول الموالي:

¹ مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل، تقرير الحصيلة النهائية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2011، ص 16.

الجدول رقم (19): توزيع الدواوين المحلية للسياحة سنة 2010.

الرقم	اسم الديوان	المقر	سنة الاعتماد	ملاحظات
1	الديوان المحلي للسياحة سيدي عبد العزيز	بلدية سيدي عبد العزيز	1998	فعالة وتنشط بالتنسيق مع مديرية السياحة لولاية جيجل
2	الديوان الجيجلي للسياحة	بلدية جيجل	2010	
3	الديوان المحلي للسياحة العوانة	بلدية العوانة	1998	غير فعالة ولا تنشط اطلاقا لترقية وجهة جيجل السياحية
4	الديوان المحلي للسياحة جيجل	بلدية جيجل	1985	
5	الديوان المحلي للسياحة الجيجلي	بلدية جيجل	1998	
6	الديوان المحلي للسياحة القنار	بلدية القنار	2003	
7	الديوان المحلي للسياحة زيامة منصورية	بلدية زيامة منصورية	2002	
8	نادي الرمال الذهبية	بلدية جيجل	2004	

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل.

المطلب الثاني: تحليل الطلب السياحي لولاية جيجل

إن تحليل الطلب السياحي المحلي يتضمن عدة جوانب تتمثل في الطلب (التوافد) على هياكل الإيواء بكل أنواعها إضافة إلى الطلب على المنتجات السياحية المختلفة والمتمثلة أساسا في التوافد على المرافق السياحية من شواطئ والحميات الطبيعية والحدائق والمطاعم السياحية، وفيما يلي نستعرض حجم الطلب السياحي على مختلف هذه الهياكل والمرافق السياحية.

أولا: الطلب على هياكل الإيواء

يتمثل الطلب على هياكل الإيواء في حجم التوافد على هذه الهياكل والليالي المقضاه بها، وهو طلب يتنوع بين الهياكل الفندقية والمخيمات الصيفية والإقامة لدى القاطن (كراء الشقق والفيلا المحلية).

1- التوافد على الفنادق:

تعرف ولاية جيجل توافدا ضعيفا للسياح خلال الفترات العادية للسنة، إلا أنها تُسجل ارتفاعا كبيرا في عدد السياح المتوافدين عليها خلال كل موسم سياحي، والجدول التالي يوضح تطور عدد السياح المتوافدين على ولاية جيجل بين سنوات 2008 و 2011:

الجدول رقم (20): تطور عدد السياح المتوافدين على فنادق الولاية والليالي المقضاة بين سنوات 2008 و 2011.

2011		2010		2009		2008		
الليالي	الوصول	الليالي	الوصول	الليالي	الوصول	الليالي	الوصول	
80743	46500	73249	41961	62036	37294	55883	34664	الجزائريين
4712	1348	3181	1642	5130	1511	2880	1326	الاجانب
85455	47848	76430	43603	67166	38805	58763	35990	المجموع
%11.81	%9.74	%13.8	%12.4	%14.3	%7.8	%15.4-	%2.41-	نسبة التغير السنوية للمجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على تقارير الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل لسنوات

2008 إلى 2011.

نلاحظ من الجدول الارتفاع السنوي في عدد المتوافدين على الفنادق بالرغم من قصر موسم الاصطياف لهذه السنوات والذي يتزامن مع شهر رمضان، كما نسجل الزيادة المتواصلة في عدد الليالي المقضاة خلال نفس السنوات.

ويبين الجدول أن سنة 2008 عرفت تراجعا في عدد المتوافدين على الفنادق، وهذا يُفسر بتفضيل جزء كبير من السياح المتوافدين على الولاية التوجه نحو كراء المنازل بدلا من الإقامة في الفنادق خاصة وأن موسم الاصطياف المتزامن مع هذه السنة تميز بكونه أطول مقارنة بسنوات 2009 و 2010 و 2011 (بسبب شهر رمضان)، وهو ما أعطى فرصة للسياح للحجز وكراء المنازل بشكل أكبر مما كان في السنوات الثلاث الأخيرة التي تميزت بضغط الوقت وهو ما أجبر فئة معينة من السياح بالحجز في الفنادق بسبب صعوبة إيجاد منازل للكراء.

وتشير أرقام مديرية السياحة لولاية جيجل أن السداسي الأول لسنة 2009 عرف زيادة في عدد الليالي المقضاة بفنادق الولاية بنسبة 4.11% مقارنة بنفس الفترة من سنة 2008، وهذا دليل على تطور نوع آخر من أشكال السياحة بالولاية و هي سياحة الأعمال التي نشطت نتيجة الديناميكية التنموية التي تعرفها الولاية من الناحية الاقتصادية والتجارية لاسيما النشاط المتنامي لميناء جن جن إضافة إلى الجولات الاستطلاعية التي يقوم بها مختلف المستثمرين الأجانب بهدف بعث مشاريع اقتصادية مستقبلية بمنطقة بلارة.

كما تُسجل انخفاض عدد الليالي المقضاة في النصف الثاني لسنة 2009 بنسبة 14.92% مقارنة بسنة 2008 وهذا راجع إلى تقلص عدد أيام موسم الاصطياف بسبب حلول شهر رمضان في منتصف شهر أوت.

2- التوافد على المخيمات العائلية:

تشكل المخيمات العائلية أحد المكونات الرئيسية لهياكل الإيواء خلال ذروة الموسم السياحي لتساهم بذلك في توفير جزء كبير من الطاقة الإيوائية كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (21): تطور عدد السياح المتوافدين على المخيمات العائلية والليالي المقضاة بين سنوات 2008 و2011

2011		2010		2009		2008		
الليالي المقضاة	المتوافدين	الليالي المقضاة	المتوافدين	الليالي المقضاة	المتوافدين	الليالي المقضاة	المتوافدين	
141918	23653	118500	19750	120000	14300	140000	20000	العدد
19,76%	19.76%	-1,25%	38,11%	-14.28%	-29.5%	-8,80%	-21,8%	نسبة التغير السنوية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على تقارير الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل لسنوات

2008 إلى 2011.

يبين الجدول أن عدد المتوافدين على المخيمات العائلية في تناقص مستمر من سنوات 2007 إلى 2009، وسجلت سنة 2010 ارتفاعا في عدد المتوافدين بنسبة 38.11% مقارنة مع سنة 2009 إلا أن هذا الرقم المسجل يبقى منخفضا مقارنة بسنة 2007 أين بلغ عدد المتوافدين على المخيمات العائلية 25583 سائحا، كما نسجل أيضا انخفاضا سنويا مستمرا في عدد الليالي المقضاة وهذا بسبب تقلص فترة موسم الاصطياف كنتيجة لحلول شهر رمضان الكريم، والذي يتبعه استعداد العائلات للدخول الاجتماعي الجديد، فيما عرفت

سنة 2011 توافدا كبيرا من طرف العائلات على مختلف مخيمات الولاية بسبب ارتفاع أسعار الإقامة في الفنادق إضافة إلى الظروف التي مرت بها تونس والتي دفعت بشريحة من السياح الجزائريين إلى تغيير وجهتهم السياحية نحو المدن الجزائرية.

3- الإقامة عند القاطن (كراء المنازل):

ترداد ظاهرة الإقامة عند القاطن من سنة إلى أخرى حتى تكاد تصبح عادة محلية أو ثقافة جديدة لدى السكان المحليين، ويعود هذا إلى التوافد الكبير للسياح على ولاية جيجل أثناء فترة الصيف بشكل يُشغل كل الطاقة الإيوائية لمختلف هياكل الإيواء المتاحة، وقد فرضت هذه الظاهرة وجودها وانتشرت كشكل جديد للإيواء، وعلى الرغم من أنها تمتص قدرا كبيرا من العجز الموجود في الإيواء إلا أنها تتم بصورة غير منظمة من شأنها أن تؤدي إلى استغلال السياح وضياع حقوقهم كما تحرم الخزينة الولائية من مداخيل هامة كون أن التدفقات النقدية الناتجة عنها تتم خارج الإطار الرسمي للضريبة، والجدول الموالي يوضح حجم هذا النشاط:

الجدول رقم (22): تطور عدد السياح المتوافدين على الشقق المؤجرة والليالي المقضاة لسنتي 2008 و 2009.

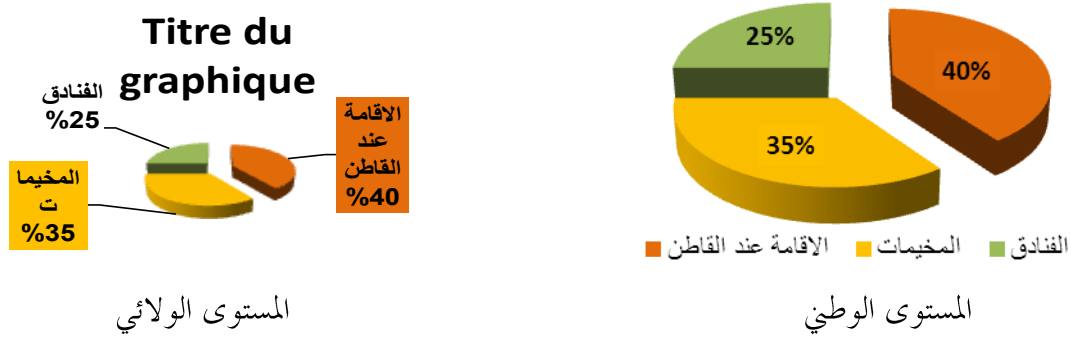
نسبة الزيادة			2009			2008		
الليالي المقضاة	المتوافدين	الشقق المؤجرة	الليالي المقضاة	المتوافدين	الشقق المؤجرة	الليالي المقضاة	المتوافدين	الشقق المؤجرة
13,54%	13,54%	13,64%	562500	56250	2500	495000	49500	2200

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على تقارير الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل لسنتي

2008 و 2009.

من خلال الجدول نجد أن هذه الظاهرة في تزايد مستمر حيث ارتفع عدد الشقق المؤجرة من 2200 شقة سنة 2008 إلى 2500 شقة سنة 2009 وهذا خلال موسم الصيف، كما ارتفع عدد الليالي المقضاة خلال نفس الفترة من 495000 ليلة إلى 562000 ليلة بنسبة زيادة قدرها 13.54%، وعند مقارنة هذه الظاهرة مع إجمالي الليالي المقضاة في الفنادق والمخيمات لسنة 2009 نجدها تغطي نسبة تفوق 75% من مجموع الليالي، وهي نسبة مرتفعة جدا مقارنة بالنسبة الوطنية المقدرة بـ 40% كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (26): مقارنة بين نسبة الليالي المقضاة في مختلف هياكل الايواء على المستويين الوطني والولائي لسنة 2009.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على التقرير السنوي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

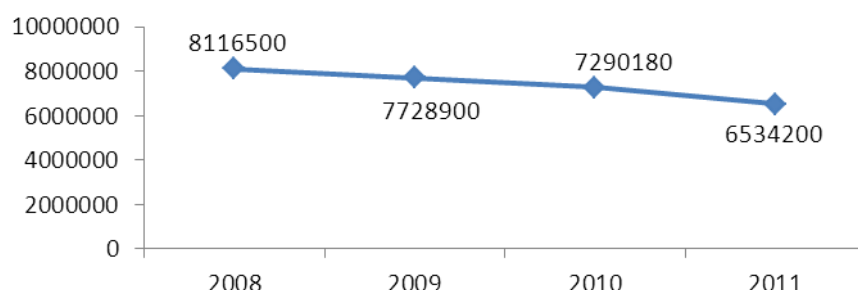
هذه النسب تؤكد طبيعة السياحة في ولاية جيجل التي هي سياحة عائلية بالدرجة الأولى ومرتبطة أساسا بموسم الصيف كما تؤكد ضعف الهياكل الفندقية في توفير الطاقة الإيوائية للمتوافدين، وتؤشر هذه النسبة إلى اختلال في الطلب الرسمي نظرا لما تكبده هذه الظاهرة من خسارة للخزينة مع خلق المنافسة غير الشرعية للهياكل الرسمية وغياب آليات قانونية لضبطها، إلا أنه و بعد صدور القرار الوزاري المحدد لشروط و كفاءات و مقاييس استغلال الهياكل الأخرى المعدة للفندقة، سيتم فرض نوع من التحكم في هذه الظاهرة لأن عددا معتبرا من أصحاب هذه السكنات مهتمين بتسوية وضعيتهم القانونية و أبدوا إرادة حسنة لدى مصالح مديرية السياحة لولاية جيجل من أجل تكوين ملفات و الحصول بالتالي على رخص رسمية وفق ما ينص عليه التنظيم الجديد.

ثانيا- الطلب على المنتجات السياحية

1- التوافد على الشواطئ:

تزخر ولاية جيجل على طول ساحلها الممتد على مسافة 120 كلم بأجمل الشواطئ وهو ما جعلها تحظى باستقبال الآلاف من المصطافين من كل أنحاء الوطن، إذ يبلغ عدد الشواطئ بالولاية 50 شاطئاً منها 23 شاطئاً مسموحاً للسباحة والباقي غير مسموح بسبب عدم تهيئتها، وقد تطور عدد المتوافدين على الشواطئ المحروسة بالولاية كما هو موضح بالشكل الموالي:

الشكل رقم (27): عدد المتوافدين على الشواطئ المحروسة بين سنوات 2008 و 2011.



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل بين سنوات 2008 و 2011.

ويوضح الشكل أن عدد المتوافدين على الشواطئ المحروسة في تناقص مستمر وهذا التناقص راجع إلى قصر موسم الاصطياف سنة بعد سنة ابتداء من سنة 2008 يعني أن هذا التناقص هو ظرفي فقط، وعلى الرغم من ذلك فإن ولاية جيجل تحتل سنويا مرتبة متقدمة وطنيا في عدد المتوافدين على شواطئها.

2- التوافد على المواقع السياحية:

بالإضافة إلى الشواطئ التي تشهد إقبالا كبيرا خلال موسم الاصطياف، فإن الولاية تزخر بالعديد من المواقع السياحية التي تكون قبلة السياح على مدار السنة وتزداد الأعداد كثافة خلال فترة الصيف، والجدول الموالي يوضح الطلب السياحي على هذه المواقع:

الجدول رقم (23): عدد المتوافدين على المواقع السياحية بين سنتي 2008 و 2009.

نسبة الزيادة	2009	2008	
91,66%	479157	250000	حظيرة الحيوانات
79,27%	197195	110000	الكهوف العجيبة
91,54%	172393	90000	غار الباز
88,61%	848745	450000	المجموع

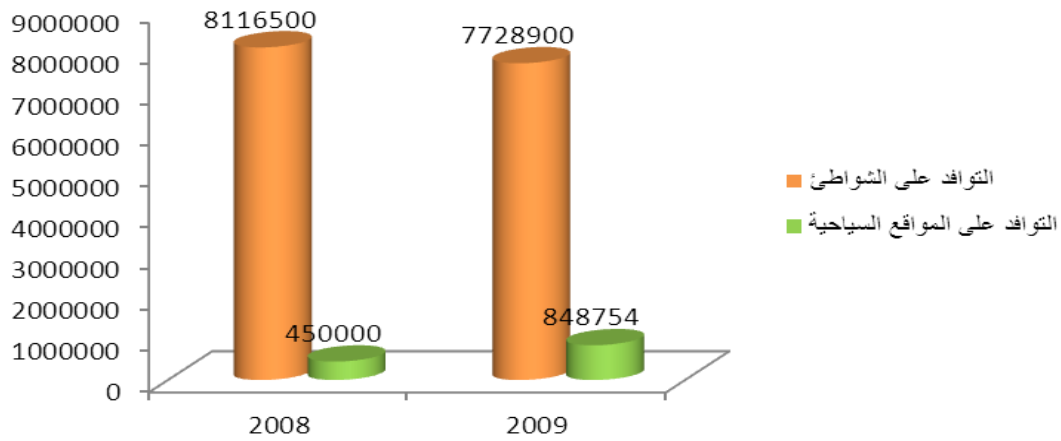
المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على التقرير السنوي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لسنة 2009، ص 30.

من خلال الجدول نلاحظ أن حجم الطلب على مختلف المواقع السياحية في ارتفاع بنسب عالية مقارنة بسنة 2008، إذ نسجل الطلب الكبير جدا والتوافد بأعداد مرتفعة على حظيرة الحيوانات لولاية جيجل بنسبة

زيادة تقدر بـ 91.66% مقارنة بسنة 2008، لكن هذا الطلب المتزايد من شأنه أن يحمل أضرارا كبيرة على هذه المواقع بسبب الاكتظاظ وما يتسبب به العنصر البشري من تدهور لهذه المواقع، لذلك من الأفضل تحديد الطاقة الاستيعابية لمثل هذه المواقع وعدم تجاوز هذه الطاقة مهما ارتفع الطلب عليها.

وبإجراء عملية مقارنة بين التوافد على هذه المواقع والتوافد على الشواطئ نجد أن سنة 2009 عرفت ارتفاعا في الإقبال على المواقع السياحية بنسبة 88.61% وهذا بفضل الجهود المبذولة من أجل تنويع المنتجات السياحية بالولاية والتي توجت بتوسع حظيرة الحيوانات وجلب حيوانات جديدة ما جعل الإقبال عليها يرتفع.

الشكل رقم (28): مقارنة بين عدد المتوافدين على الشواطئ والمواقع السياحية بين سنتي 2008 و2009.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على التقرير السنوي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لسنة 2009، ص 30.

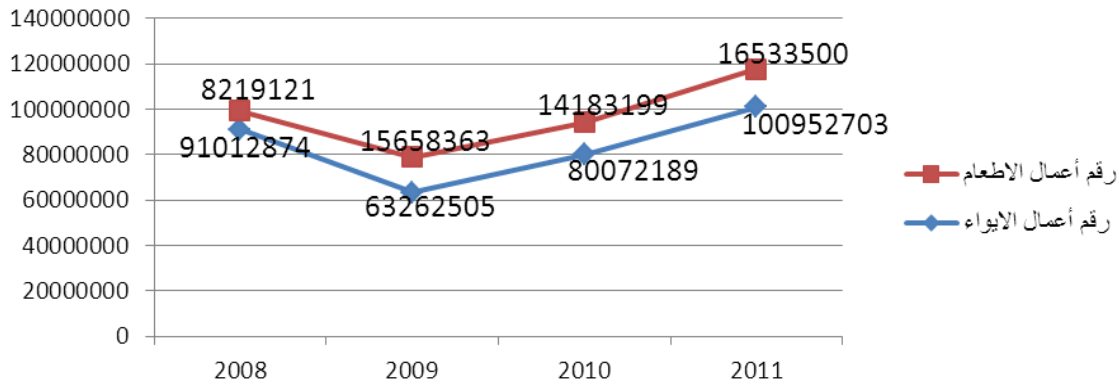
المطلب الثالث: تقييم آثار القطاع السياحي على التنمية المحلية

تشمل الآثار التنموية للقطاع السياحي مجموعة من المجالات تعمل في مجملها على تحريك عجلة التنمية المحلية، ونحاول في ما يلي حصر أهم الآثار الاقتصادية للقطاع السياحي بولاية جيجل.

أولا- رقم أعمال الهياكل الفندقية

يُشكل رقم أعمال الهياكل السياحية أحد المؤشرات الدالة على رواج وحركة القطاع السياحي، كما أن لارتفاع رقم أعمال هذه المؤسسات آثارا إيجابية على الاقتصاد المحلي، ويوضح الشكل الموالي تطور رقم أعمال الهياكل الفندقية في جانبي الإيواء والإطعام:

الشكل رقم (29): تطور رقم أعمال الهياكل الفندقية بولاية جيجل بين سنوات 2008 و 2011.



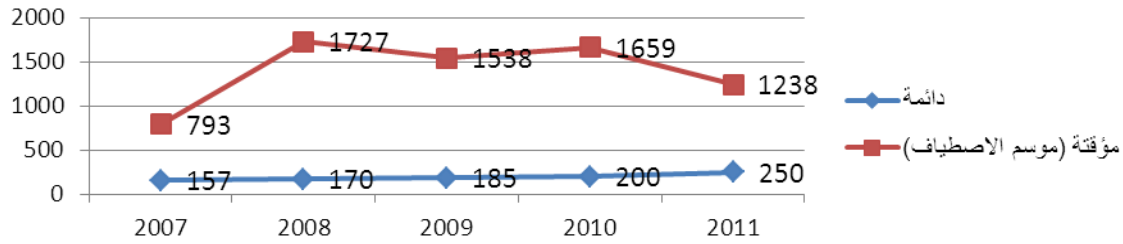
المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل بين سنوات 2008 و 2011.

يبين الشكل أن رقم أعمال الإطعام بين سنوات 2008 و 2011 يفوق رقم أعمال الإيواء لنفس السنوات، كما نلاحظ الانخفاض في رقم الأعمال لكل من الإطعام والإيواء سنة 2009 وهذا بسبب تراجع عدد السياح المتوافدين على الفنادق في نفس السنة، ليعود رقم الأعمال ويسجل ارتفاعا سنويا بداية من سنة 2010، بفعل تزايد عدد المتوافدين على الفنادق وهو ما يزيد من مداخيلها، وفي الوقت نفسه، فإن ارتفاع رقم أعمال هذه الهياكل السياحية يعمل على تنشيط الاقتصاد المحلي وزيادة وتدعيم خزانة الولاية بفعل الضرائب والرسوم المختلفة المفروضة على هذه الأنشطة، إلا أن حجم مساهمة هذه الهياكل في هذا المجال يبقى غير محدد بأرقام أو إحصائيات على مستوى الولاية.

ثانيا- دور القطاع السياحي المحلي في التشغيل

يُعتبر القطاع السياحي من بين القطاعات الاقتصادية التي تساهم في خلق مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة (تتعلق بالقطاعات الداعمة النقل، التمويل..)، إضافة إلى المناصب الموسمية، وهذا ما يخلق الثروة من خلال إتاحة الدخل لأكثر فئة ممكنة داخل الاقتصاد المحلي، لكن وبفعل غياب جهاز إحصائي فعال على المستويين الوطني والمحلي فإن عدد مناصب الشغل التي يوفرها القطاع السياحي تبقى غير محددة بدقة، وعلى مستوى ولاية جيجل فإن مناصب الشغل المباشرة التي توفرها الهياكل السياحية بين سنوات 2007 و 2011 موضحة بالشكل الموالي:

الشكل رقم (30): تطور عدد مناصب الشغل التي توفرها الهياكل السياحية بين سنوات 2007 و 2011.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على التقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل بين سنوات 2007 و 2011.

يبين الشكل أن تقلص مدة الموسم السياحي أثر على تشغيل اليد العاملة في المجال السياحي سواء في المناصب الدائمة أو المؤقتة، ويعود الانخفاض الذي سجلته سنة 2011 في عدد العمالة المؤقتة إلى انتهاء رخص الامتياز لاستغلال الشواطئ في إطار الأنشطة التجارية والتي انتهت صلاحية عقودها بنهاية سنة 2010.

وما يميز هيكل العمالة في القطاع السياحي أن أغلبية هذه المناصب هي مناصب مؤقتة إذ أن زيادة الطلب السياحي خلال موسم الاصطياف يستدعي الحاجة إلى يد عمل إضافية في مختلف الأنشطة ذات العلاقة بالسياحة، وقد بلغت مناصب الشغل المؤقتة التي وفرها القطاع السياحي بولاية جيجل نسبة 12.06% و 20.19% سنتي 2010 و 2011 على التوالي، وهذا نتيجة الاعتماد على شكل واحد من أشكال السياحة وهي السياحة الساحلية والتي تنشط خلال فترة الصيف، على الرغم من توفر إمكانيات تطوير أشكال أخرى مثل السياحة الجبلية والسياحة الترفيهية.

من جهة أخرى فإن عدد المستخدمين المؤهلين ضعيف جدا مقارنة مع المناصب الإجمالية، وفي هذا السياق تم إمضاء اتفاقية بين وزارة السياحة و التكوين المهني تهدف أساسا إلى برمجة دورات تكوينية متخصصة في السياحة و الفنادق، إضافة إلى أنه تم فتح تخصص الماستر في الاقتصاد السياحي على مستوى جامعة جيجل بدءا من سنة 2009، و هذا ما من شأنه أن يُعزز سوق العمل المحلي بالكفاءات ذات التخصص بشكل ينعكس إيجابيا على نوعية الخدمات المقدمة خاصة في مجال التسيير والاستقبال.

أما توزيع مناصب الشغل التي يستحدثها القطاع السياحي فيتمحور أساسا حول هياكل الإيواء والمطاعم السياحية إضافة إلى الأنشطة المتعلقة بتنظيف واستغلال الشواطئ، والجدول التالي يوضح توزيع مناصب الشغل في القطاع السياحي على مختلف الأنشطة:

الجدول رقم (24): توزيع مناصب الشغل على الأنشطة السياحية المستقطبة لليد العاملة لسنتي 2008 و2009.

2009		2008		نوع الأنشطة الموفرة لمناصب الشغل
360	20,90%	328	17,29%	هياكل الايواء
650	37,72%	630	33,21%	المطاعم السياحية
528	30,64%	338	17,82%	تنظيف واستغلال الشواطئ
185	10,74%	601	31,68%	أنشطة أخرى
1723	100%	1897	100%	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على التقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

من خلال الجدول يمكن استخلاص ما يلي:

- انخفاض بـ 9.2% في إجمالي مناصب الشغل التي وفرها القطاع السياحي سنة 2009 مقارنة بسنة 2008، وهذا راجع إلى تقلص موسم الاصطياف وبالتالي عدم كثافة الطلب السياحي مقارنة بسنة 2008 وهذا ما يؤدي بدوره إلى تراجع حجم الأنشطة السياحية؛
- تُوفر المطاعم السياحية النصيب الأكبر من المناصب المستحدثة في القطاع السياحي، ففي سنة 2008 بلغت نسبة توفيرها لمناصب الشغل 33.21% من إجمالي المناصب لنفس السنة، وارتفعت هذه النسبة لتصل إلى 37.72% سنة 2009؛
- تُساهم الحركة السياحية بولاية جيجل على تنمية وخلق مناصب شغل في مجالات أخرى مثل الفضاءات التجارية والترفيهية، حيث سجلت سنة 2008 توظيف ما نسبته 31.68% من مجموع المشتغلين بالقطاع السياحي، وانخفضت هذه النسبة سنة 2009 إلى 10.74%.

ثالثا- تنشيط الاستثمارات السياحية

تشهد الاستثمارات السياحية على مستوى ولاية جيجل عدم استقرار في وتيرة إنجازها، إذ تم تسجيل بعض المشاريع منها ما هو بصدد الإنجاز ومنها ما هو متوقف بسبب جُملة من المشاكل التي تواجهها، وفيما يخص المشاريع قيد الإنجاز يتعلق الأمر بخمسة مشاريع فندقية كما يلي:

الجدول رقم (25): الهياكل السياحية قيد الانجاز بولاية جيجل

المشروع الأول	المشروع الثاني	المشروع الثالث	المشروع الرابع	المشروع الخامس	
فندق	نزل ريفي	نزل ريفي	فندق	مركز تجاري خدماتي حربي	نوعية المشروع
70	90	25	74	--	عدد الأسرة
15	12	15	15	31	مناصب الشغل الدائمة الممكن احداثها
47	12,5	19	73	50	تكلفة المشروع ⁶ 10 دج
1985	2009	1998	1998	1999	تاريخ بداية الأشغال
100%	90%	50%	90%	90%	نسبة تقدم الأشغال
--	2012	--	2012	--	التاريخ المتوقع للتسليم

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على التقرير السنوي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لسنة 2011، ص 29.

يبين الجدول أن قيمة الاستثمارات السياحية في الهياكل الفندقية لسنة 2011 بلغت 151.5 مليون دينار، ومن شأنها أن توفر أربعة مشاريع فندقية تُتيح إضافة 259 سريرا يُدعم الطاقة الإيوائية للحظيرة الفندقية الحالية، كما سوف يسمح استلام هذه المشاريع بتوفير 88 منصب شغل مباشر هذا فضلا عن مناصب الشغل غير المباشرة والمناصب الموسمية، كما يؤدي دخول هذه المشاريع حيز التنفيذ إلى تزويد خزينة الولاية بموارد مالية إضافية ناتجة عن الرسوم والضرائب التي سوف تدفعها هذه المؤسسات الفندقية.

وإلى جانب هذه المشاريع سُجلت مجموعة أخرى من المشاريع التي شُرع فيها إلا أن العمل بها توقف ولم يكتمل نظرا لمواجهتها بعض الصعوبات، والجدول الموالي يوضح هذه المشاريع:

الجدول رقم (26): المشاريع السياحية المتوقفة

عدد المشاريع المتوقفة	عدد الأسرة التي توفرها	مناصب الشغل الممكن استحداثها
14 مشروع	1401 سريرا	336 منصب مباشر

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

وبيّن الجدول السابق أن رفع الصعوبات والعراقيل التي أوقفت هذه المشاريع سوف يؤدي إلى إتاحة 1401 سريرا إضافيا أي ما نسبته 65.96% من طاقة الإيواء لسنة 2011، ومن شأنه أيضا أن يحل مشكل

نقص الفنادق وارتفاع أسعار خدماتها، كما أن إعادة تفعيل هذه المشاريع سوف تخلق 336 منصب شغل مباشر فضلا عن المناصب الأخرى غير المباشرة و المناصب الموسمية.

وفيما يتعلق بالصعوبات التي واجهتها هذه المشاريع وتسببت في تعطيلها فهي تتمثل فيما يلي:

- عدم تحديد رخص البناء؛

- مشاكل في التمويل؛

- نزاعات حول ملكية الأراضي.

إن الآثار الناتجة عن التنمية السياحية لا تقتصر على تلك المرتبطة بالجوانب الاقتصادية، فالأنشطة السياحية ذات تأثير كبير على البيئة وهي أحيانا تعمل على حفظ وحماية المواقع السياحية الحساسة وتثمينها، وأحيانا أخرى قد تتسبب في إتلاف وتلويث هذه المواقع بفعل الإقبال الكثيف للسياح و مختلف الأنشطة الممارسة لتلبية حاجاتهم، فعلى المستوى المحلي سجلنا عدم وجود أي مؤشرات تربط القطاع السياحي لولاية جيجل بالجوانب البيئية لذلك لا بد من تقييم للآثار البيئية التي قد تسبب فيها هذه الأنشطة السياحية من خلال رصد وتطوير مؤشرات لقياس هذا الأثر بحيث تتماشى مع خصوصية كل موقع أو منطقة سياحية.

المبحث الثالث: دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل

يسعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وفق رؤيته الاستراتيجية إلى النهوض بالقطاع السياحي وترقيته من خلال إعداد المخططات التوجيهية السياحية الخاصة بكل ولاية، حيث تقوم هذه المخططات على نفس الحركات التي تم مراعاتها عند إعداد المخطط الوطني، والهدف من إعداد هذه المخططات المحلية هو إشراك القاعدة في عملية التخطيط للقطاع السياحي بما يضمن تحقيق مصالح مختلف الأطراف ذات العلاقة بالقطاع، وبالتالي تحقيق تنمية محلية عبر مختلف الأقاليم انطلاقا من ترقية القطاع السياحي على المستوى المحلي.

وقد شُرع في ولاية جيجل بإعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الخاص بالولاية، والذي يُعتبر أحد أهم الأدوات التي من شأنها ترقية القطاع السياحي المحلي لما يمسّه من جوانب تتعلق بالتهيئة السياحية وتشجيع الاستثمارات ودعم وتسهيل آليات تمويلها، إلا أنه وعلى الرغم من التوجيهات التي تُصدرها وزارة السياحة

والصناعات التقليدية فإن المخطط يشهد تأخرا ملحوظا من شأنه أن يُعرقل مساعي النهوض بالقطاع السياحي في ولاية جيجل.

المطلب الاول: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل

إن السياسة الوطنية للتهيئة الإقليمية توطرها مجموعة من الأدوات التي تُغطي مختلف أقاليم الوطن، من بين هذه الأدوات هناك المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية (SNAT*) وهو مخطط يبين المشاريع الكبرى للدولة من أجل إحداث التنمية الإقليمية، ويوضح هذا المخطط استراتيجية الدولة لآفاق 2030، من خلال توضيح نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات التي يتميز بها كل إقليم، كما يدمج مختلف السياسات الاقتصادية والاجتماعية ضمن الجهود الوطنية للتهيئة الإقليمية.

ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل أحد الأدوات التي تعكس إرادة الدولة في إعادة الاعتبار للقطاع السياحي بدءا بالمستويات المحلية ومُراعاة لخصوصيات كل منطقة، وبالتالي تخصيص برامج للاستثمارات السياحية تتماشى مع هذه الخصوصيات.

وفي هذا الصدد فقد عرف القانون القانون 03-01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، التهيئة السياحية على أنها " مجموعة إنجاز أشغال المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات سياحية، تتجسد في الدراسات التي تُحدد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة المُراد تحقيقها"¹.

أولا- الأهداف العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية (SDATW*)

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل هو مخطط قطاعي إقليمي يهدف إلى خلق الأنشطة السياحية وتطويرها، وهو مُخطط مصمم على المدى البعيد ويتم تحديثه كل خمسة سنوات، وعليه فإن أهداف هذا المخطط تتمحور حول:²

* Le Schéma National d'Aménagement du Territoire.

¹ القانون 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الجريدة الرسمية الجزائرية، مرجع سابق، ص 05.

* Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique de Wilaya.

² Direction du Tourisme et de l'Artisanat de la wilaya de Jijel, Note méthodologique de cadrage de la démarche pour l'élaboration du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique de la Wilaya « Termes de Référence », p.8.

- هدف السياسة العامة: يتعلق بتحديد أي نوع من السياحة ينبغي تطويرها وتوضيح العلاقة التي تربطها بالإقليم.
- هدف الاستدامة: بالنظر إلى الاتجاهات الجديدة التي يعرفها القطاع السياحي فإن كل مخطط سياحي عليه أن يُعزز القيم المشتركة للتنمية المستدامة بشكل يُحقق التنمية الاجتماعية ويضمن ربحية الاستثمارات.
- الهدف العملي: ويتعلق بالعمل على تجسيد وتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية من خلال برامج عمل دقيقة.

ثانيا-الأهداف العملية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل

إن نجاح التنمية السياحية على مستوى ولاية جيجل يتطلب من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أن يعمل على ما يلي:¹

1- ضمان تنمية مستدامة للقطاع السياحي: وذلك بتعزيز أنشطة حماية وتثمين المواقع الطبيعية وحماية الأنظمة البيئية الهشة من خلال تخفيف الضغط على المواقع التي تعرف إقبالا سياحيا كبيرا (العمل بمفهوم الطاقة الاستيعابية)، كما يولي المخطط اهتماما بالغا بالسياسة البيئية وتخفيف استهلاك موارد الطاقة الملوثة واقتراح بدائل من الطاقة المتجددة.²

2- تحسين مردود القطاع السياحي: إن نسق التنمية السياحية البطيء على مستوى ولاية جيجل لا يستجيب لحاجات التنمية الاقتصادية، لذلك فإن هذا المخطط يعمل على توفير مناصب الشغل واستمرارية المؤسسات التي تُنشط القطاع السياحي.

3- تطوير العرض والطلب السياحي المحلي: يُعتبر الطلب السياحي المحلي شرطا أساسيا لضمان تنمية سياحية متوازنة إقليميا، إذ تؤكد مرحلة التشخيص ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط الوطني) أن عرض هياكل الإيواء ضعيف جدا ويتركز في بعض الولايات فقط، كما يأخذ شكل العرض الفندقي أكثر منه عرض من شكل آخر مثل المنتجعات والقرى السياحية التي بالإمكان تطويرها، وعليه فإن المخطط التوجيهي

¹ Ibid, p13.

² Idem.

للهيئة السياحية على مستوى الولاية يجب أن يسمح بتحديد محاور تنمية العرض السياحي بشكل يستجيب لحجم ونوعية الطلب.

4- ترقية السياحة في الأسواق الخارجية: تتطلب هذه العملية التدخل عبر استراتيجيات لتنشيط السياحة الداخلية والخارجية وتحديد الأسواق المستهدفة بشكل دقيق، ووضع مخططات العمل الضرورية والوسائل التي تتطلبها، كما يتطلب الأمر التركيز على العملية التسويقية وترقية الصورة السياحية للجزائر، من خلال التنسيق بين الديوان الوطني للسياحة (ONT) والدواوين المحلية للسياحة والمساهمة في كل الجهود الرامية إلى ترقية الوجهة السياحية للولاية.

ثالثا- الاطار العام لإعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية

ترتكز عملية إعداد وتجسيد المخطط التوجيهي الولائي على أسس المشاركة والتوافق حيث يتم إشراك مختلف الفاعلين ذوي العلاقة بالتنمية السياحية على مستوى الولاية، ويتعلق الأمر بالمجلس الشعبي الولائي والمجالس البلدية، رؤساء الدوائر، المرقين العموميين والخواص وممثلي المجتمع المدني¹.

وتترجم إجراءات إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على مستوى الولاية من خلال:²

1- تنصيب لجنة إعداد ومتابعة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: يترأسها مدير السياحة بالولاية وتتمثل مهامها فيما يلي:

- تحديد الآجال المرجعية لدراسة المخطط التوجيهي الولائي ودفتر الشروط الخاص به بشكل يضمن مراعاة خصائص الولاية وتاريخها وثقافتها؛
- الحرص على صحة العروض المقدمة من طرف مكتب الدراسات (المكلف بإعداد دراسة للمخطط التوجيهي) وفي الآجال المحددة؛
- الحرص على ترابط وانسجام التوجيهات مع تلك التي وضعتها مخططات التهيئة الإقليمية (SNAT, SRAT,SDAT) وتماشيا مع خصائص الولاية؛

¹ Ibid, p10.

² Ibid, p11.

- الأخذ بعين الاعتبار القوانين والتشريعات المنظمة للإقليم والمناطق الخاصة (الساحل، المناطق الحمية).

2- تفعيل وخلق فضاءات للاتصال بين مختلف الأطراف ذوي العلاقة بالتنمية السياحية؛

3- استعراض النتائج المتوقعة من المخطط والتأكيد على مرحلة الدراسة والتجسيد؛

4- تأكيد الاقتراحات والتوجيهات وترجمتها إلى برنامج عمل.

رابعا-الجوانب التي يمسها المخطط

يُراعي المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية تنوع الأنشطة السياحية الناتج عن تعدد المجالات والقطاعات التي يشملها، لذلك فإن هذا المخطط بدوره يشمل الجوانب التالية:

- التهيئة البيئية؛
- الإيواء والاطعام؛
- قطاعات الارتكاز (مخطط النقل، الاتصالات...)؛
- سياسة التعليم والتكوين؛
- استراتيجية التسويق والاتصال؛
- التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية للقطاع السياحي؛
- التحسيس وتدعيم الشراكة الاقليمية؛
- الحوكمة الإقليمية.
- وبصفة عامة فإن (SDATW) عليه أن يندرج ضمن الخطوط التي وضعها المخطط التوجيهي للتهيئة الاقليمية ويُترجم على المستوى المحلي الحركات الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT).

خامسا- مراحل اعداد المخطط

إن دراسة وإعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل تتجسد عبر خمسة مراحل وذلك كما يلي¹:

¹ Ibid, pp 15-16.

المرحلة الأولى: التحضير لإنشاء دراسة وطرح للمخطط

وتُعتبر هذه المرحلة كمرحلة تحضيرية حيث تُقدم التفاصيل حول إعداد الدراسة وكيفية تنظيم المعلومات ذات العلاقة بها والحصول على الاستشارات وتسمح بوضع آجال مرجعية للمخطط أمام لجنة المتابعة، إضافة إلى جدول زمني للقاءات مع مكتب الدراسات المكلف.

المرحلة الثانية: مرحلة التشخيص

تسمح عملية التشخيص بإعطاء صورة شاملة عن:

- تقييم القطاع السياحي وآثاره على الإقليم؛
- تحديد الرهانات المختلفة للقطاع السياحي والمتعلقة بالتهيئة وحماية البيئة، التنمية المحلية، الحوكمة الإقليمية، ترميم التراث المادي وغير المادي وغيرها من الرهانات؛
- مشاكل وصعوبات القطاع السياحي على المستوى الولائي؛
- تنظيم شروط ممارسة الأنشطة السياحية.

المرحلة الثالثة: استراتيجية التهيئة السياحية

انطلاقاً من عملية التشخيص والحقائق المتعلقة بالولاية ومراعاة لمختلف المؤهلات التي تتمتع بها والقيود المفروضة عليها فإن الدراسة يجب أن تُحدد الرهانات المفروضة على القطاع السياحي على المدين المتوسط والبعيد، وتحديد مجموعة من التوجيهات ذات العلاقة بكل من المخطط الجهوي للتهيئة العمرانية والمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والمخططات التوجيهية القطاعية الأخرى، ويتم في هذه المرحلة صياغة استراتيجية التنمية والتهيئة السياحية بالارتكاز على الحركيات الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT).

المرحلة الرابعة: تفعيل الاستراتيجية

خلال هذه المرحلة يتم السعي إلى ترجمة الاستراتيجية السياحية للولاية إلى مخطط عمل، وتوجه مخططات العمل ذات الأولوية للاستجابة للرهانات التي حددها المخطط، ومواجهة الانشغالات الكبرى المتعلقة بتوفير الوسائل لتفعيل هذه الاستراتيجية، لذلك فإن هذه المخططات تُجند الامكانيات التي تتمتع بها الدولة، الجماعات المحلية، المتعاملين العموميين والخواص، المجتمع المدني.

المرحلة الخامسة: برنامج تنفيذ استراتيجية التهيئة السياحية للولاية

المرحلة الأخيرة من إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية تشمل إصدار التقرير الذي سوف لن يكون نهائيا إلا بعد أن تقبله لجنة المتابعة وبعد المصادقة عليه من طرف المجلس الشعبي الولائي، وتنتهي هذه المرحلة بإصدار لوحة القيادة (Tableau de bord) للمتابعة والتقييم والتي تتضمن مؤشرات التقييم، الجدول الزمني للإنجاز، الدراسات التقنية المتعلقة بمختلف المشاريع المدرجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل.

وعلى مستوى تقدم الدراسة بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل فقد بلغت أشغاله المرحلة الثانية، لكن هذا لا يعني عدم مباشرة تنفيذ الاستثمارات السياحية، بل هناك مجموعة من المشاريع السياحية المدرجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل والتي يتم تنفيذها تباعا، بمعنى أنه لا توجد وثيقة في شكل نهائي لهذا المخطط بل يتم تزويد المخطط بكل مشروع سياحي يتم الانتهاء من دراسة مختلف جوانبه، وهذه الوضعية من شأنها أن تعطل من التنمية السياحية بالولاية إضافة إلى عدم صياغة استراتيجية نهائية وواضحة تُسير القطاع السياحي، حيث كان من المفترض أن يتم الانتهاء من هذا المخطط في وقت سابق إلا أنه عرف تأخرا كبيرا على الرغم من التوجيهات المتكررة لوزارة السياحة بأن يتم الانتهاء من إعداد هذه المخططات على مستوى كل الولايات.

المطلب الثاني: برامج التنمية والاستثمار السياحي ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل

أولا- برامج الاستثمارات في القطاع السياحي

تندرج مشاريع الاستثمارات السياحية ضمن المخططات التنموية للبرامج الخماسية، وفي هذا الصدد سجلنا على مستوى ولاية جيجل إنجاز الدراسات المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (27): الدراسات المدرجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل لسنتي 2010 و 2011.

البرنامج السنوي	اسم العملية	مبلغ العملية 10 ³ دج	نسبة تقدم الأشغال	الملاحظات
البرنامج القطاعي لسنة 2010	دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل	15000	35%	الدراسة في مرحلتها الثانية
	دراسة تهيئة خمس مناطق للتوسع السياحي	25000	30%	المرحلة الأولى في طريق المصادقة
	دراسة تهيئة وتحديد حصن دوكان وعزبة أندرو	5000	85%	في انتظار المصادقة
	دراسة تهيئة شاطئين (الكهوف العجبية، المنار الكبير)	40000	65%	انجاز الشطر الاول بنسبة 100% وتم اعلان استشارة لاختيار أحسن مقابلة بالنسبة للشطر الثاني
	دراسة تهيئة وانجاز مركز للإعلام والتوجيه	2000	85%	الدراسة في المرحلة النهائية
البرنامج القطاعي لسنة 2011	دراسة تهيئة ستة شواطئ	4000	--	الاعلان عن الاستشارة الثانية بعد عدم الجدوى لتعيين مكتب الدراسات
	دراسة انجاز دار الصناعة التقليدية بالميلية	3000	--	تم الاعلان عن المناقصة من أجل تعيين مكتب الدراسات

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل، حصيلة القطاع السياحي بولاية جيجل لسنة 2011، ص 19.

يبين الجدول أن مباشرة أي مشروع لتنمية القطاع السياحي يتطلب إعداد دراسة مسبقة وفي هذا الصدد وصلت دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى مرحلتها الثانية بنسبة انجاز تُقدر بـ 35%، ومن شأن انهاء هذه الدراسة أن يُسرّع من وتيرة دفع الاستثمارات السياحية، وفي نفس سياق هذا المخطط فقد تم إضافة دراسة خمس مناطق للتوسع السياحي التي تُهيئ أرضية استقبال المشاريع السياحية، إضافة إلى مجموعة من الدراسات المتعلقة بتهيئة ثمانية شواطئ بين سنتي 2010 و 2011.

ثانيا- العقار السياحي

ينطوي توفر العقار السياحي على أهمية كبيرة في تعزيز وتيرة التنمية السياحية ويُعد مشكل العقار أحد أكبر المشاكل التي تُعرقّل عملية التنمية السياحية، وقد حدد المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 15/11/1988 مجموعة من مناطق التوسع السياحي على المستوى الوطني حيث بلغ عددها 174 منطقة توسع سياحي

(ZET*) حيث قامت بدراساتها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية¹، وحاليا أصبحت هذه المناطق تُسمى باسم مناطق ومواقع التوسع السياحي (ZEST**), وتتوزع هذه المناطق كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (28): توزيع مناطق التوسع السياحي بولاية جيجل

الرقم	اسم المنطقة	الموقع		المساحة الاجمالية (هكتار)
		الدائرة	البلدية	
1	دار الواد	زيامة منصورية	زيامة منصورية	88
2	تازة			62
3	الولجة			141
4	بوبلاطن			67
5	الأفتيس	العوانة	العوانة	67
6	العوانة			167
7	عربيد علي			140
8	برج بليدة			122
9	رأس العافية	جيجل	جيجل	55
10	عدوان علي			116
11	كازينو			73
12	بني قايد			116
13	أولاد بوالنار			26
14	تاسوست	الطاهير	الأمير عبد القادر	391
15	بازول		الطاهير	109
16	واد الزهور	الميلية	الميلية	1327
17	بني بلعيد	العنصر	خيري واد عجول	482
18	سيدي عبد العزيز	الشفقة	سيدي عبد العزيز	203
19	القنار		القنار	480

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل.

* Zone d'Expansion Touristique.

¹ أحسن بن ميسي، التنمية السياحية بولاية جيجل (منطقة التوسع السياحي رأس العافية)، اليوم الدراسي حول: التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية، الجزء الأول، مديرية السياحة لولاية برج بوعرييج، يوم 21 ديسمبر 2009، ص72.

** Zone d'Expansion et Sites Touristiques.

يبين الجدول أن مناطق التوسع السياحي بولاية جيجل تتوزع على 7 دوائر بالولاية أي أنها تمس نسبة 64.64% من مجموع عدد الدوائر بالولاية، كما تمس 9 بلديات للولاية بنسبة 31% من مجموع البلديات، وسبب هذا التوزيع شكل السياحة السائد بالولاية والمتمثل في السياحة الساحلية لذلك فإن كل مواقع التوسع السياحي تتمركز بالبلديات الساحلية، وهذا يؤثر على اختلال في توزيع عوائد التنمية على مستوى أقاليم الولاية، ويُرجع مدير السياحة لولاية جيجل الاهتمام بهذا الشكل من السياحة إلى الطبيعة الجبلية للولاية (تغطي الجبال ما نسبته 82% من مساحة الولاية الإجمالية) والتي لا تسمح بترقية السياحة الجبلية بسبب الظروف الأمنية التي عرفتها ولاية جيجل سنوات الأزمة الأمنية والحوادث المسجلة من وقت لآخر، اذ يقف الهاجس الأمني إمام تطوير هذا الشكل من السياحة بولاية جيجل¹.

وفيما يتعلق بخصائص وجاذبية هذه المناطق السياحية فنلاحظ أن نسبة 42.75% من المساحة الإجمالية لمناطق التوسع السياحي تستحوذ عليها منطقتي "واد الزهور" و "بني بلعيد" الكائنتين بدائرة المليية وبمساحة قدرها 1809 هكتار، وهي منطقة تجمع الساحل بمنطقة طبيعية تضم المنطقة الرطبة التي تتوفر على أنواع مختلفة من الطيور والنباتات ومُصنفة ضمن المناطق المحمية إلا أن أغلب السياح وحتى سكان ولاية جيجل لم يُدركوا بعد الأهمية السياحية لهذه المنطقة وهذا راجع لغياب التهيئة ومختلف المرافق الضرورية التي قد يطلبها السياح.

ثالثاً- مناطق التوسع السياحي قيد الدراسة

في إطار البرنامج الخماسي 2014/2010 تم تسجيل ستة مناطق توسع سياحي خاضعة للدراسة من أصل تسعة عشر منطقة وذلك كما يلي:²

1- منطقة التوسع السياحي العوانة: تبلغ مساحة هذه المنطقة 167 هكتار منها 97 هكتار لازلت قابلة للتهيئة وتتنوع طبيعة أراضيها ما بين ملكية الدولة والملكية الخاصة، أما الجزء المتبقي فهو غير قابل للتهيئة السياحية بسبب:

- وجود منطقة عسكرية داخل منطقة التوسع السياحي؛
- وجود مركز بلدية العوانة واقامة الدائرة؛

¹ مقابلة مع السيد مدير السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل، بتاريخ: 2012/01/16.

² مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل، حصيلة قطاع السياحة والصناعات التقليدية لسنة 2011، ص ص22-23.

- وجود قاعة الرياضات والملعب البلدي؛

- وجود سكنات فردية؛

2- منطقة التوسع السياحي بني بلعيد: تقع هذه المنطقة ببلدية خيرى واد عجول التابعة لدائرة المليية، وتبلغ مساحتها 482 هكتار تتنوع طبيعتها ما بين الملكية العامة والخاصة والطبيعة الغابية، أما المساحة القابلة للتهيئة فتقدر بـ 200 هكتار، والجزء المتبقي غير قابل للتهيئة السياحية بسبب:

- جزء كبير من منطقة التوسع زحفت عليه التجمعات الحضرية، (التجمع الثانوي لبني بلعيد)؛

- 120 هكتار تدخل ضمن المنطقة الرطبة؛

- وجود جزء من الأراضي ذات طبيعة فلاحية.

3- منطقة التوسع السياحي تاسوست: تقع ببلدية الأمير عبد القادر، وتبلغ مساحتها الإجمالية 391 هكتار تتنوع طبيعتها بين الملكية الخاصة والعامة، وقد تقلصت المساحة القابلة للتهيئة بشكل كبير بسبب:

- انشاء جامعة تاسوست؛

- وجود التجمع السكاني الثانوي تاسوست؛

- وجود مصنع الحليب الإيجلي.

4- منطقة التوسع السياحي رأس العافية (المنار الكبير): وهي منطقة ساحلية محضة تتوفر على أحد أجمل شواطئ الولاية (شاطئ المنار الكبير)، تبلغ مساحتها الإجمالية 55 هكتار منها 20 هكتار قابلة للتهيئة وتنوع ملكية أراضيها ما بين الملكية العامة والخاصة، وقد تقرر تخصيص هذه المنطقة للسياحة الراقية.

5- منطقة التوسع السياحي برج بليدة: تبلغ المساحة الإجمالية لهذه المنطقة 122 هكتار تتنوع طبيعتها ما بين أملاك خاصة وأراضي فلاحية، تتوفر المنطقة على شاطئين هما شاطئ برج بليدة وشاطئ الصخر الأسود، وقد تراجعت المساحة القابلة للتهيئة إلى 70 هكتار بسبب:

- وجود بناءات غرب مناطق التوسع السياحي؛

- وجود مركز عسكري تابع للناحية العسكرية الخامسة؛

- انشاء محطة معالجة المياه لسد كسير؛

وقد تقرر تخصيص هذه المنطقة من أجل السياحة الترفيهية وتحويلها الى قطب ترفيهي، حيث تم ارساء أسس هذا القطب بافتتاح حديقة الحيوانات القريبة من الشاطئ سنة 2006، ومن المقرر انشاء حديقة للألعاب والتسلية.

6- منطقة التوسع السياحي دار الواد: تقع هذه المنطقة ببلدية زيامة منصورية وتبلغ مساحتها 88 هكتار وتتضمن حظيرة تازة، أما طبيعة أراضيها فهي طبيعة غابية، ومن المقرر تخصيصها للسياحة البيئية.

المطلب الثالث: نموذج لمشروع ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل

إن المقومات السياحية الطبيعية التي تتمتع بها ولاية جيجل وتوفر البنية التحتية الضرورية تؤهلها بامتياز إلى احتضان مجموعة من المشاريع السياحية والتحول إلى وجهة سياحية، وعلى الرغم من أن ذلك لم يتحقق بعد إلا أن المخطط التوجيهي يتضمن بعض المشاريع السياحية والتي في حال تجسيدها يُمكن تحقيق هذا الهدف، ونستعرض فيما يلي أحد المشاريع المدرجة ضمن مناطق التوسع السياحي، ويتعلق الأمر بمشروع القرية السياحية بمنطقة التوسع السياحي تاسوست.

أولا-تقديم مشروع القرية السياحية ضمن منطقة التوسع السياحي تاسوست

يُعرف القانون القانون 03-01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة منطقة التوسع السياحي على أنها "كل منطقة أو امتداد من الإقليم يتميز بصفات أو خصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياح، ومؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية ويُمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر من أنماط السياحة ذات المردودية"¹.

يتمثل المشروع في إقامة مجموعة من الهياكل السياحية في إطار منطقة التوسع السياحي تاسوست والتي تندرج ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بولاية جيجل، وفي حال تجسيده على أرض الواقع قد يُعطي دفعة استثنائية للسياحة بولاية جيجل، وقد تم إعداد الدراسة التقنية والاقتصادية للمشروع منذ سنتين إلا أنه لم يتم الشروع فيه بعد لأسباب تتعلق بالعقار وتهيئة الأرضية المستقبلية له.

¹ القانون 03-01 للورخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الجريدة الرسمية الجزائرية، مرجع سابق، ص 06.

إن بناء هذه القرية السياحية على الساحل الجيجلي يستدعي إقامة هياكل فندقية وإطعام وفضاءات للتسلية والترفيه وفق المعايير العالمية، وفي هذا الإطار فإنه من المقرر انشاء الهياكل التالية¹:

- ثلاثة فنادق من صنف أربعة نجوم بطاقة ايواء إجمالية تُقدر بـ 490 سريرا؛
- مجموعة بيوت ذات الطابق الواحد (bungalows) بطاقة ايواء 428 سريرا؛
- مجموعة مطاعم متخصصة وفضاءات لبيع المشروبات والأكل السريع؛
- قاعة محاضرات تتسع لـ 500 شخص ومجهزة بمختلف الوسائل لتناسب مع التظاهرات والاجتماعات؛
- فضاءات للتسلية والترفيه تضم: أرضيات للعب، حوض سباحة، مساحات خضراء؛
- المنشآت الضرورية للسياح مثل فضاءات التسوق؛
- مجموعة هياكل داعمة مثل مواقف السيارات.

ثانيا- مزايا المشروع

إن تجسيد هذا المشروع من شأنه أن يعود بالعديد من المنافع أهمها²:

- ارتفاع عوائد الجباية المحلية على الأنشطة السياحية على المدى المتوسط والبعيد؛
- تحسين المستوى المعيشي للسكان من خلال توفير مناصب الشغل وتوفير الدخل للعديد من الفئات؛
- تنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى من خلال زيادة الطلب على منتجات هذه القطاعات والموجهة لتلبية الحاجات الناتجة عن هذا المشروع (الطلب على النقل، الاتصالات، التموين..)؛
- المساهمة في الرفع من المستوى المهني وإحداث حركية اجتماعية وثقافية على المستوى المحلي بفعل المعرفة والثقافات الجديدة المتدفقة.

ثالثا- البطاقة التقنية للمشروع

يتكون مشروع القرية السياحية من ثلاثة أجزاء (ثلاثة مشاريع جزئية) يُشرف على كل جزء منها مُرقي (مُطور) خاص، وفيما يلي نستعرض البطاقة التقنية لهذه المشاريع:

¹ Direction du Tourisme et de l'Artisanat de la wilaya de Jijel, Fiche technique récapitulative des trois projets villages touristique.

² Direction du tourisme et de l'Artisanat de la wilaya de Jijel, **Projet : village de vacances ; sise au lieu dit « Tassoust » commune de l'Emir Abdelkader, wilaya de Jijel- , Etude Technico-économique et étude d'impacts**, 2008, p03.

الجدول رقم (29): البطاقة التقنية لمشروع القرية السياحية بتاسوست

المُرقي الأول	المُرقي الثاني	المُرقي الثالث	المجموع
وصف المشروع	انجاز قرية سياحية ساحلية بطاقة ايواء 392 سرير	انجاز قرية سياحية ساحلية بطاقة ايواء 256 سرير	انجاز قرية سياحية ساحلية بطاقة ايواء 270 سرير
المساحة	54301,86 متر مربع	31374,79م ²	124432,86م ²
قيمة الاستثمار	591272860 دج	548435390 دج	1789349821 دج
مدة الانجاز	24 شهرا	24 شهرا	24 شهرا

المصدر: من إعداد الطالب على وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

من خلال الجدول نلاحظ أن تجسيد هذا المشروع من شأنه أن يرفع من وتيرة الاستثمارات السياحية حيث تبلغ قيمة الاستثمارات في هذا المشروع مبلغ 1789349821 دينار وهو مبلغ مُعتبر، كما أن التنمية السياحية التي سوف تنتج هذا المشروع تتعدى آثارها إلى القطاعات الاقتصادية الأخرى مما يُساهم في تفعيل التنمية المحلية.

أما فيما يخص الطاقة الإيوائية فإن المشروع يُفترض أن يوفر 918 سريرا وفق المعايير الدولية وهو ما تفتقد إليه الولاية حاليا حيث أن كل هياكل الإيواء غير مصنفة، وحسب مشروع القرية السياحية فإن هذه الطاقة الإيوائية تتوزع ما بين الفنادق والمنازل السياحية الصغيرة (bungalows) كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (30): حجم الطاقة الايوائية التي يوفرها مشروع القرية السياحية

نوع المنشأة	عدد المنشآت	الطاقة الايوائية
الفنادق	03	490
المنازل السياحية (bungalows)	153	428
منشآت العلاج بالحمامات البحرية	03	--

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على البطاقة التقنية للمشروع.

إن تجسيد هذه المشاريع أيضا من شأنه أن يوفر 466 منصب شُغل مباشر عند انطلاقتها، كما سيوفر رقم أكبر من مناصب الشغل غير المباشرة في مختلف المجالات.

في ختام استعراضنا لمشروع القرية السياحية بتاسوست يتضح بأن تجسيد هذا المشروع على أرض الواقع سوف يغير من واقع السياحة في ولاية جيجل، إلا أنه وعلى الرغم من صدور الدراسة التقنية والاقتصادية الخاصة به أواخر سنة 2008 والتي اعتبرت هذا المشروع كمشروع نموذجي على المستوى الوطني إلا أن التأخر في إعداد وثيقة الأرضية الخاصة به إضافة إلى التعقيدات الإدارية وأسباب أخرى جعلت منه حبيس الأدراج، وهذه الوضعية من شأنها أن تعيق مساعي التنمية السياحية التي جاء بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وبالتالي إعاقه مسار التنمية المحلية بالولاية بشكل عام.

خلاصة الفصل:

تتمتع ولاية جيجل بمؤهلات سياحية متنوعة بين المؤهلات الطبيعية والامكانيات البشرية ومقومات البنية التحتية الأساسية، وهي عوامل كان من المفترض أن تجعلها في مصاف الوجهات السياحية على المستوى الإقليمي، إلا أننا سجلنا أن عوامل الجذب السياحي بالولاية تقتصر على تلك المرتبطة بالجوانب الطبيعية.

فعلى الرغم من اشتهار ولاية جيجل بطابعها السياحي إلا أن هذا النشاط لا يساهم بشكل كبير في تحريك عجلة التنمية المحلية، وهذا راجع إلى نقص الهياكل السياحية من فنادق ومطاعم سياحية وفضاءات للتسلية والترفيه، إضافة إلى ضعف في نوعية الخدمات المقدمة وارتفاع أسعارها، وهذه الوضعية هي نتيجة لإهمال الميزة التي تتمتع بها هذه الولاية، حيث حرّمها هذا الإهمال لسنوات من استثمارات حقيقية من شأنها تطوير مرافقها السياحية مثلما هو الحال بالولايات المجاورة.

ويُعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل بمثابة أداة مُحركة للتنمية السياحية على مستوى الولاية، إذ يتضمن هذا المخطط العديد من المشاريع التي من شأنها ترقية هذا القطاع وبالتالي اعطائه دوراً أهم في تحقيق التنمية المحلية، لكن هذا المخطط لا زال لم يُستكمل بعد في شكله النهائي، وهو ما قد يُعيق تنفيذ المشاريع الواردة ضمنه وبالتالي إعاقه جهود التنمية المحلية.

أما فيما يخص الاهتمام بمبادئ الاستدامة في القطاع السياحي على مستوى الولاية فلمسنا عدم توفر مؤشرات لقياس هذا الجانب، ويدل ذلك على عدم تطبيق مبادئ التنمية المستدامة على مستوى القطاع السياحي المحلي رغم الإشارة إليها في المخططات الوطنية والمحلية، وهو ما من شأنه أن يُهدد استدامة وسلامة المواقع السياحية خاصة وأن السمة المميزة لولاية جيجل هي السياحة القائمة على المؤهلات والمقومات الطبيعية، ومن هذا المنطلق فالقطاع السياحي على مستوى ولاية جيجل عبارة عن صورة مُصغرة لحالة القطاع على المستوى الوطني، إذ يُشير إلى نفس المفارقة، إمكانيات ومقومات هائلة يُقابلها ضعف في الأداء على مختلف المستويات، وبهذا الشكل لا يُمكن الحديث عن مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية المُستدامة إلا عبر الإسراع في استغلال هذه المؤهلات وفق متطلبات التنمية المستدامة.

الخاتمة

إن تطور القطاع السياحي وارتباط العديد من الأنشطة بهذا القطاع جعله يكتسي أهمية كبرى على المستويات الدولية والوطنية والمحلية، هذا التطور زاد من حجم التحديات التي تواجه هذا القطاع لا سيما مع تنامي وتعميم مفهوم التنمية المستدامة على مختلف المستويات، وهو ما يُحتم تطوير القطاع السياحي وفق المبادئ التي جاء بها هذا المفهوم من أجل ضمان تنمية محلية مستدامة.

ومن خلال دراستنا لمختلف جوانب هذا الموضوع يمكن استخلاص مجموعة من النتائج التي تشمل كلا من الدراسة النظرية والدراسة التطبيقية.

أولاً- نتائج الدراسة النظرية

سمحت لنا الدراسة النظرية باستخلاص مجموعة من النتائج مكنتنا من الإجابة على الفرضية الأولى والمتعلقة بهذا الجانب، وفيما يلي نستعرض هذه الفرضية وجملة النتائج التي تثبت صحتها من عدمها:

❖ **الفرضية الأولى:** السياحة كصناعة عالمية تشهد نموا مستمرا وهو ما يؤهلها للعب دور كبير في تحقيق التنمية المستدامة.

من خلال دراستنا لهذا الجانب استخلصنا النتائج التالية:

- النشاط السياحي هو نشاط رافق المجتمعات الإنسانية منذ القدم، حيث اتخذ في بداياته الأولى شكلا بسيطا، ومع التطور الحاصل في المجتمعات أصبح مفهوم السياحة أكثر تعقيدا، وأصبح النشاط السياحي ظاهرة اقتصادية واجتماعية، وتوسعت مجالاته بشكل كبير ليتداخل مع أنشطة أخرى؛

- يعتبر القطاع السياحي أحد أكبر الصناعات العالمية التي تشهد نموا مُطّردا، ويعود ذلك إلى تنوع وتعدد الأنشطة والمجالات التي يشملها هذا القطاع، وهو ما جعل تأثيراته تتعدد بين المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمجتمعات المحلية، كما تتنوع أيضا ما بين إيجابية وسلبية، إلا أن التأثيرات الاقتصادية تبدو الأكثر وضوحا كونها يمكن أن تظهر على المدى القصير، بينما تتطلب الآثار الاجتماعية والبيئية وقتا أطول لتبدأ بالظهور؛

- أظهرت الحركة السياحية التي تعرفها الأسواق العالمية خلال العقود الأخيرة، أن السياحة كنشاط اقتصادي عالمي قد حقق مؤشرات غير مسبوقة سواء من حيث عدد السياح أو من حيث العوائد الناتجة عن

هذا النشاط، وقد حققت السياحة كصناعة أعلى مستويات النمو في العالم، واللافت للانتباه أن هذا النشاط شمل مختلف الأقاليم العالمية لكن مؤشرات كانت متفاوتة من إقليم لآخر، أما على مستوى الدول فقد شكل عدد محدود منها الوجهات الأكثر قصداً من طرف السياح، وتشير التقديرات التي تصدرها مختلف المنظمات والمؤسسات الدولية أن مستقبل القطاع السياحي العالمي لا يزال واعداً؛

- لا يمكن الحكم على أداء القطاع السياحي من خلال الاعتماد فقط على عدد السياح المتوافدين إلى دولة أو وجهة سياحية معينة، فقد بينت الدراسة في فصلها الأول أن التوافد الكبير للسياح على وجهة سياحية لا يعني بالضرورة أن تلك الوجهة تُحقق أعلى الإيرادات السياحية، بل يُمكن للوجهات السياحية التي تعرف إقبالاً أقل أن تُحقق أعلى الإيرادات السياحية، ويرجع ذلك إلى الاهتمام بمردودية وتعظيم العوائد السياحية في جوانبها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية؛

- أحدث مفهوم التنمية المستدامة تطوراً نوعياً في الفكر التنموي شملت أرهاقاته كل الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، كما شمل كل القطاعات الاقتصادية وعلى رأسها القطاع السياحي، ومع انتشار العمل بمفهوم ومبادئ الاستدامة أصبحت السياحة المستدامة مطلباً عالمياً لما يحمله هذا المفهوم من فوائد على المدى البعيد؛

- الأخذ بمفهوم التنمية المستدامة على مستوى المجتمعات المحلية يُعتبر أحد مداخل تحقيق التنمية الشاملة، فالترجى في تطبيق مبادئ التنمية المستدامة من المحلي إلى الوطني سوف يُعطي المجتمعات المحلية دوراً فاعلاً في تحقيق التنمية المحلية، لكن هذه العملية يجب أن تُبنى وفق تخطيط مُسبق يأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات المحلية ويُراعي في نفس الوقت مبادئ الاستدامة بكل جوانبها؛

- بات الاهتمام بتنمية القطاع السياحي يأخذ بعداً دولياً حيث أصدرت العديد من الهيئات والمنظمات الدولية مجموعة من المبادئ التي ينبغي العمل بها من أجل تحقيق الاستدامة في القطاع السياحي، حتى أصبحت السياحة المستدامة هي الشكل المطلوب والمرغوب تطويره نظراً للعوائد التي تحققها على المدى البعيد؛

- تطبيق مبادئ التنمية المستدامة في القطاع السياحي من شأنه أن يؤدي إلى تحقيق التنمية المحلية المستدامة بالنسبة للوجهات السياحية لأنه يضمن استفادة السكان المحليين من مختلف الآثار الإيجابية للسياحة ويعمل على التقليل قدر الإمكان من الآثار السلبية، كما يضمن في الوقت نفسه تجربة سياحية فريدة من نوعها بالنسبة

للسياح، لذلك تسعى مختلف الهيئات والمنظمات الدولية وعلى رأسها المنظمة العالمية للسياحة أن تجعل من الأنشطة المتعلقة بالسياحة المستدامة إحدى الأدوات للتقليل من الفقر في العالم.

وبناء على هذه المجموعة من النتائج نقبل الفرضية الأولى حيث أن صناعة السياحة لها دور كبير في تحقيق التنمية المستدامة بفضل آثارها التي تشمل الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

ثانيا- نتائج الدراسة التطبيقية

سمحت لنا الدراسة التطبيقية باستخلاص مجموعة من النتائج تم على إثرها اختبار مدى صحة الفرضيتين الثانية والثالثة التي قامت عليها الدراسة في جانبها التطبيقي، ونستعرض فيما يلي هاتين الفرضيتين والنتائج التي تؤكد صحتها من عدمها:

❖ **الفرضية الثانية:** مؤشرات أداء القطاع السياحي الجزائري تعرف تحسنا كبيرا بفضل استراتيجية الترقية السياحية التي تراعي متطلبات التنمية المستدامة؛

من خلال دراستنا هذه في الجزء المتعلق بواقع وآفاق القطاع السياحي الجزائري وقفنا عند جملة من النتائج:

- تؤكد المؤشرات التي تناولتها دراستنا أن مساهمة القطاع السياحي الجزائري بمختلف مؤشراتته في الاقتصاد الوطني هي مساهمة ضعيفة جدا ولا ترقى إلى مستوى الإمكانيات المادية والطبيعية والبشرية التي تزخر بها الجزائر؛
- هناك زيادة في عدد السياح المتوافدين إلى الجزائر سنويا إلا أنه ورغم هذه الزيادة فعدد السياح يبقى ضعيفا، كما أنه هناك خلل في توزيع هؤلاء السياح إذ أن أكثر من ثلثي السياح المتوافدين هم جزائريون مقيمون في الخارج، وهذا يعني أن قدرة السوق السياحية الجزائرية على جلب السياح الأجانب لازلت ضعيفة؛
- حوالي 60% من السياح الأجانب مصدرهما دولتين فقط مما يعني عدم التنوع من حيث الدول الموفدة للسياح الأجانب وهو ما قد يُعرض الطلب السياحي إلى تقلبات كبيرة ومفاجئة؛

- الزيادة في الطاقة الإيوائية للهياكل الفندقية الجزائرية لا يعني بالضرورة تحسنا، فعلى الرغم من الارتفاع السنوي في حجم الطاقة الإيوائية إلا أن أكثر من 50% منها غير مُصنفة مما يعني ضعف كبير في جودة ونوعية الخدمات التي توفرها هذه الهياكل والتي تحتاج إلى إعادة تأهيل؛
 - التحسن الذي عرفته بعض المؤشرات كالإيرادات السياحية وعدد المشتغلين في القطاع السياحي هو تحسن بالقيمة المطلقة ولا يعني سير القطاع السياحي الجزائري في الاتجاه الصحيح، بدليل أن الميزان السياحي الجزائري يُشكل عجزا سنويا مستمرا؛
 - من أجل ترقية القطاع السياحي بادرت الجزائر إلى طرح استراتيجية وطنية أطلقت عليها اسم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، وهي استراتيجية تهتم بإعطاء القطاع السياحي دورا اقتصاديا أكبر انطلاقا من إعادة تنظيم هذا القطاع، إلا أن هذا المخطط عرف بعض النقائص كما أنه شهد تأخرا ملحوظا في وتيرة تقدمه، ليتحول اسم الاستراتيجية إلى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030؛
 - سجلنا وجود بعض المراسيم التنفيذية المحددة لعمل القطاع السياحي مع مراعاة مبادئ التنمية المستدامة وبشكل أكبر الحفاظ على البيئة لأنها مصدر الثراء والتنوع السياحي في الجزائر، حيث شددت هذه القوانين والمراسيم على ضرورة تطوير القطاع السياحي بشكل يُراعي متطلبات التنمية المستدامة؛
 - بحسب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) فإن تهمين الموارد السياحية يُعد من بين الأولويات المُسطرة للنهوض بالقطاع السياحي وفق مبادئ الاستدامة، إلا أن المشكل الذي يبقى مطروحا هو مدى الالتزام بالتنفيذ.
- وأخذا بعين الاعتبار للنتائج السابقة نرفض الفرضية الثانية في جزئها الأول المتعلق بالتحسن الكبير على مستوى مؤشرات القطاع السياحي الجزائري، حيث أن القطاع لا يزال يُسجل مؤشرات ضعيفة جدا ولا يزال بعيدا عن لعب دور كبير في التنمية الاقتصادية، بينما يمكن قبول الجزء الثاني من الفرضية الثانية حيث أن استراتيجية ترقية القطاع السياحي في الجزائر (من خلال المخططات والبرامج) تُراعي متطلبات التنمية المستدامة من خلال تشديدها على القوانين والمراسيم المحددة للنشاط في القطاع السياحي، ويقى الخلل الكبير في التطبيق والممارسة العملية.

❖ **الفرضية الثالثة:** يساهم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل في ترقية القطاع السياحي مما يعمل على تحقيق التنمية المحلية المستدامة.

انطلاقا في البحث من هذه الفرضية سجلنا مجموعة من النتائج:

- على الرغم من الإمكانيات والمؤهلات التي تتمتع بها ولاية جيجل والتي تؤهلها لأن تُصبح قطبا سياحيا مهما إلا أننا سجلنا نقصا كبيرا في الهياكل السياحية والاستثمارات السياحية، كما لمسنا تقصيرا وتفریطا من جانب الدولة في الاستثمار بالسياحة داخل هذه الولاية؛
 - يهتم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل بتهيئة مناطق التوسع السياحي البالغ عددها 19 منطقة توسع سياحي، إلا أن التأخر في تقديمه بشكل نهائي يرهن مستقبل هذه المشاريع الاستثمارية، وهو ما يحرم الولاية من الاستفادة من الآثار الايجابية لهذه المشاريع على المستوى الاقتصادي والاجتماعي والبيئي؛
 - عدم توفر مؤشرات لقياس استدامة القطاع السياحي على المستوى المحلي، ويدل ذلك على عدم تطبيق مبادئ التنمية المستدامة على مستوى القطاع السياحي المحلي رغم الإشارة إليها في المخططات الوطنية والمحلية، وهو ما من شأنه أن يُهدد استدامة وسلامة المواقع السياحية خاصة وأن السمة المميزة لولاية جيجل هي السياحة القائمة على المؤهلات والمقومات الطبيعية؛
 - سجلنا مجموعة من المشاريع التي تضمّنّها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية منها مشروع القرية السياحية بمنطقة التوسع السياحي تاسوست والذي بينت دراسته التقنية والاقتصادية مجموعة من الآثار المتوقعة على المستوى المحلي، والتي من شأنها دفع وتيرة التنمية المحلية في الاتجاه الصحيح؛
- وعليه يمكن قبول الفرضية الثانية نظريا، إذ يُمكن للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المساهمة في ترقية القطاع السياحي بشكل يؤدي إلى تحقيق التنمية المحلية المستدامة وهذا في حالة ما إذا تم تنفيذ المشاريع المدرجة ضمنه، وبالتالي يُمكن اعتباره كأداة للمساهمة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة.

ثالثا- التوصيات:

على ضوء النتائج السابقة المُفسرة للفرضيات يمكن تقديم التوصيات التالية:

1- تبني برامج لترويج المنتج السياحي الجزائري في الخارج بشكل يُحفز السياح الأجانب ويمنحهم تجربة

سياحية فريدة من نوعها خاصة وأن الجزائر تتميز بمنتجات سياحية متنوعة، لكن هذا يجب أن يسبقه تحسين في

المياكل السياحية من حيث طاقتها الإيوائية ومن حيث جودة الخدمات المقدمة، لأن أي عجز في تغطية

الطلب (من حيث حجم أو نوعية التغطية) من شأنه أن يسيئ إلى صورة الجزائر كوجهة سياحية؛

2- التركيز خلال الحملات الترويجية على إبراز حقيقة تحسن الوضع الأمني والاستقرار السياسي الذي

تعرفه الجزائر ومحو الصورة السيئة التي تشكلت لدى السياح الأجانب بسبب الأزمة الأمنية التي مرت بها

الجزائر، وفي هذا الصدد نوصي بتنظيم رحلات سياحية إلى الجزائر العميقة لفائدة أعضاء السلك الدبلوماسي

الأجنبي وبعض الأجانب الذين يشتغلون في الجزائر قصد اطلاعهم على التحسن الكبير الذي تعرفه الجزائر على

المستوى الأمني، وهو ما سوف يسمح لهؤلاء المستفيدين من هذه الرحلات بنقل الصورة الحقيقية لدى العودة

إلى بلدانهم؛

3- العمل على إعادة تهيئة الحظيرة الفندقية بما يتماشى مع المقاييس الدولية كأحد مفاتيح النهوض بالقطاع

السياحي في الجزائر، وهو ما يتطلب بحث وترقية الاستثمارات السياحية، كما يتطلب الأمر اهتماما كبيرا

بتكوين وتدريب متخصص للعمال في القطاع السياحي، وبهذا الصدد نوصي بعقد اتفاقيات بين المؤسسات

التعليمية والتكوينية قصد فتح تخصصات تتماشى مع احتياجات القطاع السياحي وهو ما يُمكن هؤلاء

الخريجين مباشرة من دخول عالم الشغل من جهة، ومن التحسين في جودة الخدمات المقدمة من جهة أخرى؛

4- التركيز بشكل أكبر على زيادة مردودية القطاع السياحي وتعظيم المنافع الناتجة عن أنشطته ضمن

استراتيجية التنمية السياحية بدلا من الاهتمام بزيادة عدد السياح، فهذه الدراسة أثبتت أن تعظيم المنافع من

القطاع السياحي غير مرتبط بالزيادة في عدد السياح بقدر ما هو مُرتبط بتعظيم المنفعة من السائح الواحد،

وهذا يدعو إلى توفير منتجات سياحية فريدة من نوعها بشكل يُحفز السياح على زيادة إنفاقهم وتمديد فترات

إقامتهم؛

- 5- القيام بحملات تحسيسية وتوعوية بدور القطاع السياحي وأهميته بالنسبة للسكان المحليين والتنمية المحلية، وتعزيز ثقافة الضيافة والخدمة (خاصة على مستوى ولاية جيجل) لأنها جوهر النشاط السياحي؛
- 6- الاهتمام أكثر بمخططات التهيئة السياحية على المستويين الوطني والمحلي والسهر على تنفيذها في آجالها المحددة، كما نوصي بضرورة إشراك كل الأطراف ذات المصلحة من دواوين سياحية ووكالات وأكاديميين وسكان محليين في التخطيط للقطاع السياحي وتنفيذ تلك المخططات بدءاً من المستوى المحلي؛
- 7- من أجل تحريك عجلة التنمية المحلية المستدامة من خلال القطاع السياحي لا ينبغي إهمال جانب مهم من السوق السياحي ويتعلق الأمر بالسياحة الداخلية والتي تُميز ولاية جيجل، لذلك ومن أجل تعظيم الاستفادة من هذا الجانب وتفادي الاكتظاظ الذي تعرفه فنادق الولاية خلال موسم الذروة بشكل يرفع من أسعار المنتجات السياحية، نقترح تفعيل النقل من خلال شبكة السكك الحديدية التي تربط ولاية جيجل بالولايات المجاورة من خلال تسعيرة خاصة لهؤلاء السياح وهو ما يُمكنهم من قضاء اليوم والاستمتاع بمختلف المتاحات السياحية للولاية والعودة مساءً إلى منازلهم، بهذا الشكل يُمكن التخفيف من اكتظاظ حركة المرور صيفاً والاستفادة من حجم هذه الوسيلة الذي تضمن نقل عدد كبير من السياح خلال الرحلة الواحدة، كما سوف يُساهم ذلك بشكل كبير في الحد من التلوث الناتج عن تنقل السيارات والحافلات بشكل كثيف؛
- 8- العمل على تنمية المنتجات السياحية وفق متطلبات التنمية المستدامة، لأن استدامة هذه المنتجات تضمن تجربة فريدة من نوعها بالنسبة للسياح من جهة، وتضمن عوائد ومنافع أكبر على المستويات المحلية في المدى الطويل، لذلك فإنه من الضروري احترام وتفعيل القوانين والتشريعات التي تصب في هذا المقام، كما نوصي بالعمل على إرساء أسس قوية وسليمة لتفعيل السياحة الجبلية بولاية جيجل وإشراك كل المعنيين بالقطاع السياحي وإعطاء دور أكبر للسكان المحليين لأن هذا النوع من السياحة يقوم بدرجة كبيرة على درجة مشاركة السكان المحليين كموفّرين للمنتجات والخدمات السياحية في مواطنهم الأصلية؛
- 9- ضرورة إزالة العوائق والإجراءات البيروقراطية التي أدت في الكثير من المرات إلى تراجع المستثمرين الأجانب عن مشاريع معلنة مُسبقاً سواء على المستوى الوطني أو المحلي.

رابعاً- آفاق الدراسة

إن دراسة القطاع السياحي وربطها بمفهوم الاستدامة تُعتبر مجالاً حديثاً وخصباً للبحث والدراسة، وتأتي هذه المحاولة لربط القطاع السياحي بالتنمية المحلية المستدامة كدراسة لأحد جوانب هذا التوجه الحديث الذي طغى عليه مفهوم الاستدامة، وهذا يعني أن إمكانية البحث والدراسة في هذا المجال لا تزال مُتاحة بشكل كبير، لذلك نقترح بعض المواضيع التي نراها مُكملة لهذه الدراسة:

- إدماج مبادئ التنمية المستدامة في القطاع السياحي ومؤشرات قياسها؛
- ترقية الاستثمارات السياحية كأداة لتحقيق التنمية المتوازنة؛
- إدماج مبادئ التنمية المستدامة كأداة لزيادة تنافسية القطاع السياحي (دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، المغرب)؛
- إدارة المواقع السياحية في حوض البحر الأبيض المتوسط في ظل متطلبات التنمية المستدامة (دراسة مقارنة بين مجموعة من الدول)؛
- استراتيجية السياحة المستدامة في حوض البحر الأبيض المتوسط بين تجارب الشمال وضعف القطاع في الجنوب (دراسة مقارنة بين دول شمال حوض المتوسط ودول الجنوب).

المراجع

I- باللغة العربية

أولا- الكتب:

- 1- أحمد الجلاّد، السياحة المتواصلة البيئية، الطبعة الأولى، عام الكتاب، مصر، 2002.
- 2- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، عمان، 2007.
- 3- أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2008.
- 4- أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية (الأسس والمرتكزات)، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009.
- 5- باتر محمد علي وردم، العالم ليس للبيع: مخاطر العولمة على التنمية المستدامة، الطبعة الأولى، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- 6- جليلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الاسكندرية، 2003.
- 7- جليلة حسن حسنين، التنمية السياحية، الدار الجامعية، مصر، 2006.
- 8- وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية (دراسة تقييمية للقرى الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006.
- 9- زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، عمان، 2007.
- 10- حميد عبد النبي الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- 11- ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 12- محيا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين امكانيات التنمية ومخاطر الهدر، الطبعة الأولى، دار الشروق، القاهرة، 2002.
- 13- محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب، جغرافية السياحة، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 2001.
- 14- محمد عبد الكريم على عبد ربه ومحمد عزت محمد إبراهيم غزلان، اقتصاديات الموارد والبيئة، دار المعرفة الجامعية، إسكندرية، 2000.
- 15- مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.

- 16- عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2001.
- 17- عثمان محمد غنيم، مقدمة في التخطيط التنموي والإقليمي، الطبعة الثالثة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
- 18- عثمان محمد غنيم وماجدة أحمد أبو زنط، التنمية المستدامة (فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها)، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر، 2007.
- 19- صبري عبد السميع، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006.
- 20- صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة دليل الأجهزة المحلية، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، دمشق، سوريا، 2004.
- 21- فؤاد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية، عالم الكتاب، الطبعة الأولى، 2004.
- 22- رشيد احمد عبد اللطيف، أساليب التخطيط للتنمية، المكتبة الجامعية، مصر، 2002.

ثانيا- الأطروحات والمذكرات الجامعية

- 1- إبراهيم خليل ابراهيم بظاظو، تخطيط وتطوير المواقع السياحية في الأردن وتسويقها باستخدام نظام المعلومات الجغرافي، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2006.
- 2- الطاهر خامرة، المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة (حالة سوناطراك)، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007.
- 3- حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2006.
- 4- مشري محمد الناصر، دور المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة (دراسة الاستراتيجية الوطنية لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة ولاية تبسة)، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2011.
- 5- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة -حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة سطيف، الجزائر، 2011.

- منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2010.
- 6- عمر شريف، استخدام الطاقات المتجددة ودورها في التنمية المحلية المستدامة، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، 2007.
- 7- عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة باتنة، 2011.

ثالثا- الملتقيات والمجلات العلمية

- 1- أحسن بن ميسي، التنمية السياحية بولاية جيجل (منطقة التوسع السياحي رأس العافية)، اليوم الدراسي حول: التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية، الجزء الأول، مديرية السياحة لولاية برج بوعرييج، يوم 21 ديسمبر 2009.
- 2- الطيب داودي ودلال بن طي، السياحة البيئية كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الدولي: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 10/09 مارس 2010.
- 3- بوعبد الله علي والسبتي وسيلة، اشكالية التنمية الاقتصادية المستدامة، الملتقى الدولي حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة (قرص مدمج)، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2009.
- 4- بيتر كليزمان ستيفتاج ، التنمية المحلية الاقتصادية (دليل وضع وتنفيذ استراتيجيات تنمية الاقتصاد المحلي وخطط العمل بها)، البنك الدولي، 2004.
- 5- محمد عبد الشفيق عيسى، مفهوم ومضمون التنمية المحلية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، العددان 43 و44، القاهرة، 2008.
- 6- نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية ، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (28) العدد (3)، سوريا، 2006.

- 7- عامر عيساني وجمال جعيل، التنمية السياحية المستدامة واقع وآفاق، مُداخلة ضمن الملتقى الوطني حول: اقتصاد البيئة والتنمية المستدامة، معهد علوم التسيير، المركز الجامعي بالمدينة، يومي 07 و08 جوان 2008.
- 8- علي رحال وعامر عيساني، استراتيجية التنمية السياحية دراسة مقارنة (الجزائر، مصر، تونس)، مداخلة ضمن الملتقى الدولي: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 10/09 أبريل 2010.
- 9- عمار عماري، إشكالية التنمية المستدامة وأبعادها، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 08/07 أبريل 2008، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورو مغربي، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، 2008.
- 10- صالح بزة وأحمد بن قطاف، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر (دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر)، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول: أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 11/10 نوفمبر 2009.
- 11- رياض بن جليلي وآخرون، تنافسية السياحة في الوطن العربي، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد العاشر، العدد الأول، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2008.
- 12- ريدة ديب وسليمان مهنا، التخطيط من أجل التنمية المستدامة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية، المجلد الخامس والعشرون، العدد الأول، 2009.
- 13- شكيب أنوار شريف وآخرون، التنمية المستدامة للقطاع السياحي ما بين التطوير والاستنزاف، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول: اقتصاد البيئة والتنمية المستدامة، معهد علوم التسيير، المركز الجامعي بالمدينة، 06/07 جوان 2008.

- 14- خبابة عبد الله، التنمية الشاملة المستدامة (المبادئ والتنفيذ من مؤتمر ريو دي جانيرو 1992 إلى مؤتمر بالي 2007)، الملتقى الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، الجزء الأول، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 2008.

رابعاً- التقارير

- 1- منظمة الأمم المتحدة، تقرير مؤتمر القمة العالمي حول البيئة والتنمية، نيويورك، 1993.
- 2- منظمة الأمم المتحدة، الحساب الفرعي للسياحة: الإطار المنهجي الموصى به 2008، السلسلة واو، العدد 80، نيويورك 2011.
- 3- منظمة المؤتمر الاسلامي، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الاسلامي (الآفاق والتحديات)، مركز الأبحاث الاحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الاسلامية، أنقرة، تركيا، 2010.
- 4- مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل، تقرير الحصيلة النهائية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2008.
- 5- مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل، تقرير الحصيلة النهائية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2009.
- 6- مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل، تقرير الحصيلة النهائية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2010.
- 7- مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل، تقرير الحصيلة النهائية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2011.
- 8- وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2008 .

- 9- وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008.
- 10- وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملي)، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2008.
- 11- وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008.
- 12- وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008.

خامسا- القوانين والمراسيم

- 1- القانون رقم 10-02 المؤرخ في 29 جوان 2010 المتضمن المصادقة على المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، الجريدة الرسمية الجزائر، العدد 61، الصادرة بتاريخ 31 أكتوبر 2010.
- 2- القانون رقم 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 11، الصادرة بتاريخ 19 فيفري 2003.
- 3- القانون رقم 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 77، الصادرة بتاريخ 15 ديسمبر 2001.
- 4- المرسوم التنفيذي رقم 02-115 المؤرخ في 03 أفريل 2002 والمتعلق بإنشاء المرصد الوطني للبيئة والتنمية المستدامة، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 22، الصادرة بتاريخ 03 أفريل 2002.

خامسا- مواقع الانترنت

- 1- أحمد شريفي، تجربة التنمية المحلية في الجزائر، مجلة علوم انسانية، العدد 40، 2009، على الموقع:
<http://www.ulum.nl/d175.html> .

- 2- الأمين عوض الحاج أحمد وآخرون، الأطر المؤسسية للمجتمع المحلي والشراكة في تحقيق التنمية، أوراق عمل ورشة التنمية المحلية ودورها في التنمية المحلية، الخرطوم 2007، على الموقع:
www.welfare.gov.sd/workshop/tanmia/2.pdf
- 3- أمينة عثمان و الفرطاس زوليخة، الحكم الراشد والتنمية المحلية المستدامة، على الموقع:
<http://chaib.olymp-network.com/news.php>
- 4- المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة، تنمية السياحة المستدامة، تقرير المنظمة العالمية للسياحة بوصفها مديرا للمهام في مجال تنمية السياحة المستدامة، الدورة التنظيمية 2001، على الموقع:
http://www.un.org/arabic/conferences/wssd/docs/first/E_CN17_2001_PC_21.pdf

II- المراجع باللغة الأجنبية

أولا- الكتب

- 1- Álvaro Matias, Manuela Sarmento and Peter Nijkamp, **Advances in Tourism Economics (New Developments)**, Physica-Verlag Heidelberg, 2009.
- 2- Anderw Holden, **Environment and Tourism**, second edition, Routledge, Taylor & Francis Group, London, 2008.
- 3- Carson L. Jenkins and Leonard J. Lickorish, **An Introduction to tourism**, First published, Butterworth-Heinemann, Oxford, Great Britain 1997.
- 4- Harles R. Goeldner and J. R. Brent Ritchie, **TOURISM: Principles, Practices, Philosophies**, Eleventh Edition, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, United States of America, 2009.
- 5- Christopher Holloway, Claire Humphreys and Rob Davidson , **The Business of Tourism** , Eighth edition, prentice hall, Pearson education, Rotolito Lombarda, Italy, 2009.
- 6- Jean- Claude Van Duysen et Stephan Jumel, **Le développement durable**, L'harmattan, paris, 2008.
- 7- Lesley Pender and Richard Sharpley, **The Management of Tourism**, First published, SAGE Publications, London, 2005.
- 8- Luis Guay, **Les enjeux et les défis du développement durable : connaitre, décider, agir**, Les presses de l'université Laval, Saint-Nicolas, Québec, Canada, 2004.

- 9- Martin Mowforth and Ian Munt, **Tourism and Sustainability (New tourism in the Third World)**, First published, Routledge, London, 2003.
- 10- Mathieu Baudin, **Le développement durable : nouvelle idéologie du 21^{ème} siècle**, L'harmattan, Paris, 2009.
- 11- Mohan Munasinghe, **Sustainable development in practice (Sustainomics Methodology and Applications)**, First published, Cambridge University Press, 2009.
- 12- Nigel Evans, David Campbell and George Stonehouse, **Strategic Management for Travel and Tourism**, Butterworth-Heinemann, First published, Great Britain, 2003.
- 13- Norbert Vanhove , **The economics of tourism destinations**, first published, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 2005.
- 14- Philip Solan, Willy Legrand and Joseph S. Chen, **Sustainability in the Hospitality Industry (Principles of Sustainable Operations)**, First edition, Butterworth –Heinemann, Elsevier, Oxford, United Kingdom, 2009.
- 15- Richard Sharpley and David J. Telfer, **Tourism and Development concepts and issues** , Channel View Publication, Cambrian Printers Ltd, Great Britain, 2002.
- 16- Richard Sharpley, **Travel and Tourism**, SAGE Publication, London, 2006
- 17- Stephen J. Page, **Tourism Management (Managing for change)**, Elsevier, Second edition, Italy.2007.
- 18- Stephen Williams, **Tourism Geography**, Routeldeg, Taylor & Francis Group, London and New York, 2003
- 19- Suzanne Tremblay, **Du concept développement au concept de l'après-développement (Trajectoire et repères théoriques)**, Université du Québec, 1999.
- 20- Victor T. C. Middleton and Jackie Clarke, **Marketing in Travel and Tourism**, Third edition, Butterworth-Heinemann, London, 2001.
- 21- Yvette Lazzeri, **Le développement durable ; Du concept à la mesure**, L'harmattan, Paris, 2008.

ثانياً- الرسائل والمذكرات الجامعية

1. Redjal Omar, **Vers un développement urbain durable (phénomène de prolifération des déchets urbains et stratégie de préservation de l'écosystème exemple de Constantine)**, Mémoire de magister, Faculté de science de la terre, de géographique et de l'aménagement de territoire, Université Mentouri, Constantine, 2005.
2. Sarah Lejeune, **l'intégration des principes de développement durable dans le tourisme (Approche systémique et territoriale des logiques d'action françaises)**,

Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme MASTER PROFESSIONNEL, Institut de Recherche et d'Etudes Supérieures du Tourisme, Université de Paris1, Panthéon Sorbonne, 2010.

ثالثا- التقارير والمكتبات

1. Aït-Iftène Naïma, **Le tourisme durable ; cas du Parc national de Taza**, Journée d'étude sur : L'aménagement touristique et son rôle dans le développement local, 2^{ème} partie, Direction du tourisme de wilaya de Bordj Bou Ariridj, 21/12/2009.
2. Carl Bonham, Christopher Edmonds and James Mak, **The Impact of 9/11 and Other Terrible Global Events on Tourism in the U.S and Hawaii**, Economics series, East-West Center, Working papers, United States, February, 2006.
3. Derekh Cornwell et Bryan Roberts, **The 9/11 Terrorist Attack and Overseas Travel to the United States: Initial Impacts and Longer-Run Recovery**, Office of Immigration Statistics, Department of Homeland Security, United States of America, March 210.
4. Direction du tourisme et de l'Artisanat de la wilaya de Jijel, **Projet : village de vacances sise au lieu dit « Tassoust » commune de L'Emir Abdelkader-wilaya de Jijel-**, Etude Technico-économique et étude d'impacts. 2008.
5. Direction du tourisme et de l'Artisanat de la wilaya de Jijel, **Note méthodologique de cadrage de la démarche pour l'élaboration du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique de la Wilaya «Termes de Référence»** .
6. Direction du tourisme et de l'Artisanat de la willaya de Jijel, **Jijel plages et voyages : monographie touristique**, édition 2011.
7. Direction du tourisme et de l'Artisanat de la willaya de Jijel, index touristique : **Jijel ou se rencontrent la plénitude de l'âme et la tendresse de la mère nature**
8. Direction du tourisme et de l'Artisanat de la wilaya de Jijel, **Fiche technique récapitulative des trois projets villages touristique**.
9. Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire (DPAT), Wilaya de Jijel, **Monographie**, ANEP, Rouïba, Edition 2010
10. Environmental Initiatives, **Tourism and Local Agenda 21 (The role of local authorities in sustainable tourism)**, United Nations Environment Program (UNEP), United Nation Publication, 2003.
11. Jennifer Blanke, Thea Chiesa, **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011(Beyond the Downturn)**, World Economic Forum, Geneva, Switzerland 2011.

12. Jennifer Blanke, Thea Chiesa, **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011(Beyond the Downturn)**, World Economic Forum, Geneva, Switzerland 2009.
13. Jennifer Blanke, Thea Chiesa, **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011(Beyond the Downturn)**, World Economic Forum, Geneva, Switzerland 2008.
14. Jennifer Blanke, Thea Chiesa, **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011(Beyond the Downturn)**, World Economic Forum, Geneva, Switzerland 2007.
15. Centre Ressources Prospectives du Grand Lyon, **Les Agendas 21 Locaux (bilan et perspectives en Europe et en France)**, 2009.
16. World Travel and Tourism Council, **Travel and Tourism Economic Impact**, Asia pacific economic cooperation, Oxford Economics, London, 2010.
17. World Tourism Organization, World Tourism Barometer, committed to tourism, Travel and millennium Development Goals, volume9, Interim Update, August 2011.

رابعاً- مواقع الأنترنت

1. Le site de la Géographie touristique en France et dans le Monde, **Le tourisme dans le monde**, <http://geotourweb.com>, consulté le 02/01/2012.
2. United Nations for Education, Science and culture (UNESCO), **Sustainable development principles**, <http://www.unesco.org/new/ar/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/principles/>, consulté le: 25/10/2011.
3. Le soutien Financier de la Communauté Européenne, Economie **du développement rural**, document préparé dans le cadre du projet **FORMder** (Formation Multipole et Pluridisciplinaire En Développement Rural), programme Tempus, sur le site : http://formder.iamm.fr/ressources/cours/economie_dvpmtrural.pdf, consulté le : 25/12/2011.
4. **Regards sur le développement local**, sur le site : www.tanmia.ma/article.php, consulté le 08/07/2011.
5. Environmental Initiatives, **Tourism and Local Agenda 21 (The role of local authorities in sustainable tourism)**, United Nations Environment Program (UNEP), United Nation Publication, 2003, sur le site: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/3207-TourismAgenda.pdf>, consulté le : 08/07/2011.
6. Laurent Comélieu et al, **Repères pour l'agenda 21 local**, dossiers et débats pour le développement durable, sur le site : http://www.association4d.org/IMG/pdf/agenda_21_local.pdf, consulté le 08/07/2011.

7. Centre Ressources Prospectives du Grand Lyon, **Les Agendas 21 Locaux (bilan et perspectives en Europe et en France**, 2009, sur le site : www.millenaire3.com/uploads/tx_ressm3/Agenda21.pdf, consulté le : 15/07/2011.
8. http://www.veilleinfotourisme.fr/86167005/0/fiche___pagelibre/&RH=1223377672109, consulté le : 03/08/2011.
9. Europe Union Coastal Council (EUCC), Modules de formation à distance sur la gestion intégrée des zones cotières (GIZC) : <http://www.coastlearn.org/eg/index.htm>, consulté le : 03/08/2011..
10. François Vellas, **Comment peut-on professionnaliser, innover et industrialiser les entreprises et les organisations touristiques des stations traditionnelles pour rendre la croissance plus durable ?**, sur le site : <http://www.sommets-tourisme.org/f/sommetsG/deuxieme-sommet/actes/vellas.htm>, consulté le : 03/08/2011.
11. Ministère de l'Environnement et du Développement Durable (Tunisie), **Guide pour un tourisme durable**, Le Tourisme Durable en Tunisie, édition 2010, sur le site : www.environnement.gov.tn/.../rapport_tourisme-durable_fr.pdf, consulté le : 10/10/2011.
12. Magazine of the World Tourism Organization, **Tourism and Biodiversity (World Tourism Day 2010)**, p04, sur le site: www.UNWTO.org/worldtourismday/, consulted le : 25/10/2011.
13. Office national de tourisme, http://www.ont-dz.org/site%20-%20arabe/Algerie_destination.html, consulté le : 20/01/2012.
14. Office national de tourisme http://www.ont-dz.org/site%20-%20arabe/Cites_antiques.html, consulté le : 20/01/2012.
15. L'office national du tourisme, **le tourisme tunisien en chiffres 2010**, sur le site : <http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/Statistiques/TTenChiffres2010%20.pdf>, consulté le : 10/11/2011.
16. Ministère du Tourisme Marocain, <http://www.tourisme.gov.ma/francais/5-Tourisme-chiffres/ChiffresCles.htm>, consulté le : 10/11/2011.
17. Ministère de la Santé Algérienne :
http://www.sante.gov.dz/aff_population.php
18. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Synthèse des flux touristiques en Algérie, Année 2010**, sur le site :
<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/Les%20flux%20touristiques%202010.pdf>, , (10/11/2011).
19. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Statistiques nationales, Produit Intérieur Brut,

- <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/pib.pdf>
20. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Statistiques nationales, emplois, <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/emploi.pdf>
21. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Statistiques nationales, nuitée, <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/nuitee.pdf>, (10/11/2011).
22. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Statistiques nationales, balance touristique, <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/balance.pdf>
23. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Statistiques nationales, capacité, <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/capacite.pdf>, (10/11/2011).
24. The home of the Internet's most complete country, <http://www.indexmundi.com/facts/algeria/international-tourism>, consulté le: 20/01/2012.
25. <http://www.algeriantourism.com/v4/accueil/documentations/1172-les-assises-nationales-et-internationales-du-tourisme-2008.html>, consulté le: 12/01/2012.
26. <http://www.jijel-dz.org/jijel/index.php/presentation#geo>, consulté le : 15/01/2012.
27. <http://www.jijel-dz.org/jijel/index.php/atouts#infrastructures>, consulté le : 15/01/2012.
28. <http://www.jijel-dz.org/jijel/index.php/zi>, consulté le : 15/01/2012.
29. Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), Monographie de Jijel, www.andi.dz/fr/PDF/MONOGRAPHIE/Jijel.pdf, consulté le : 15/01/2012.
30. <http://www.travelzad.com/vb/t42403.html> , consulté le : 20/01/2012.

الملاحق

الملحق رقم (01): تطور عدد السياح والايادات السياحية العالمية من سنة 1990 الى سنة 2010.

السنوات	عدد السياح	العوائد السياحية
1990	438,4	264,1
2000	684,7	474,3
2001	684,4	462,5
2002	704,7	480,4
2003	629,9	572,5
2004	761,4	629,4
2005	801,6	676,1
2006	846	741,2
2007	900	858
2008	942	919
2009	880	852
2010	940	919

Source : United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2011.

الملحق رقم (02): تطور عدد السياح الأجانب المتوافدين على الولايات المتحدة الأمريكية بين سنوات 2000 و 2004.

السنوات	عدد السياح الأجانب (القادمين عبر الدول التي لا تربطها حدود بالولايات المتحدة الأمريكية)
2000	51,2 مليون سائح
2001	46,9 مليون سائح
2002	43,5 مليون سائح
2003	41,2 مليون سائح
2004	46,1 مليون سائح

Source: Carl Bonham, Christopher Edmonds and James mak, **The Impact of 9/11 and Other Terrible Global Events on Tourism in the U.S and Hawaii**, Economics series, East-West Center, Working papers, United States, February, 2006, p19.

الملحق رقم (03): ترتيب أول عشر دول من حيث توافد السياح اليها لسنتي 2000 و 2010

النسبة المئوية من الاجمالي العالمي لعدد السياح	الترتيب سنة 2010		النسبة المئوية من الاجمالي العالمي لعدد السياح	الترتيب سنة 2000	
	عدد السياح سنة 2010 (مليون)	ترتيب الدولة		عدد السياح سنة 2000 (مليون)	ترتيب الدولة
8,2%	76,8	1. فرنسا	11,3%	77,2	1. فرنسا
6,4%	59,7	2. الو.م.أ	7,5%	51,2	2. الو.م.أ
5,9%	55,7	3. الصين	6,8%	46,4	3. اسبانيا
5,6%	52,7	4. اسبانيا	6,0%	41,2	4. ايطاليا
4,6%	43,6	5. ايطاليا	4,7%	32,2	5. المملكة المتحدة
3,0%	28,1	6. المملكة المتحدة	4,6%	31,2	6. الصين
2,9%	27	7. تركيا	3,0%	20,6	7. المكسيك
2,9%	26,9	8. ألمانيا	2,8%	19	8. ألمانيا
2,6%	24,6	9. ماليزيا	1,5	10,2	9. ماليزيا
2,4%	22,4	10. المكسيك	1,4%	9,6	10. تركيا

Source : Le site de la Géographie touristique en France et dans le Monde, Le tourisme dans le monde, <http://geotourweb.com>

الملحق رقم(04): ترتيب أول عشر دول حسب الإيرادات السياحية المحققة سنة 2010.

ترتيب الدولة	الإيرادات السياحية (مليار دولار)	النسبة المئوية من إجمالي الإيرادات السياحية الدولية
1. الو.م. الأمريكية	103,1	11,22%
2. إسبانيا	52,5	5,71%
3. فرنسا	46,3	5,04%
4. الصين	45,8	4,98%
5. إيطاليا	38,8	4,22%
6. ألمانيا	34,7	3,78%
7. المملكة المتحدة	30,4	3,31%
8. أستراليا	30,1	3,28%
9. هونغ كونج	23	2,50%
10. تركيا	20,8	2,26%

Source : Le site de la Géographie touristique en France et dans le Monde, Le tourisme dans le monde, <http://geotourweb.com>

الملحق رقم (05): تطور عدد المشتغلين في القطاع السياحي الجزائري بين سنوات 2000 و2008.

السنوات	المشتغلين في القطاع السياحي
2000	82000
2001	95000
2003	103000
2004	165000
2005	172000
2006	193900
2007	204400
2008	320000

Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat :
<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/emploi.pdf>

الملحق رقم (06): جدول تقييم للتنمية المستدامة -البعد البيئي-

المعايير	المؤشرات الممكنة	عناصر القياس
التجديد: هل تسمح السياحة بتجديد الموارد	سحر المناظر استهلاك المياه الكثافة السياحية	تطوير خصائص المناظر عدد الايام وكمية المياه عدد الزوار في الفضاءات الاكثر ارتيادا
الوقاية: هل يتم التحكم في مخاطر تدهور البيئة؟	الفضاءات الحساسة معالجة المياه ومعالجة النفايات الاحطار الطبيعية	مراقبة التعمير فعالية أنظمة التطهير وجود نفايات
التشغيل: هل تثن السياحة التراث البيئي والثقافي؟	الشهرة المعلومات دعم المشاريع	وجود موثيق النوعية وجود لوحات اشهارية ومطويات تقوم السكن والمنتجات التقليدية
الاطار المعيشي: هل تساهم السياحة في خلق اطار معيشي ملائم؟	الجماليات نوعية حركة سير الطرقات الروائح والضجيج	التوازن بين المناطق الخضراء والمبنية زراعة الورد عدد الايام التي تشهد اكتظاظا

المصدر: وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط

العملي)، ص 22.

الملحق رقم (07): جدول تقييم للتنمية المستدامة -البعد الاجتماعي-

المعايير	المؤشرات الممكنة	عناصر القياس
العرف: هل السكان المحليين مستفيدين من الأنشطة السياحية؟	ظروف المعيشة الانتشار المكاني للتنمية	التعرف على الأنشطة المنتجة توسيع مناصب الشغل والخدمات على مستوى الاقليم
الادماج: هل تُشجع السياحة ادماج كافة المتعاملين؟	التكوين انشاء مؤسسات	توفير التربصات التأهيلية عمليات الدعم للمجموعات والمهنيين
الشراكة: هل المتعاملون السياحيون متضامنون في الاقليم؟	الخدمات المشتركة التنشيط	حضور المنظمات الجماعية من أجل الشراء، التسويق، الترقية، تسير المواقع وجود هيئة اعلام وتنشيط
امكانية الوصول: هل السياحة في متناول الجميع؟	درجة تنوع السياح السياح من أطراف المدينة	الاهمية النسبية للسياح ذوي الدخل الضعيف والمتمدربين توفير تجهيزات الاستقبال

المصدر: وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط

العملي)، ص23.

الملحق رقم (08): جدول تقييم للتنمية المستدامة -البعد الاقتصادي-

المعايير	المؤشرات الممكنة	عناصر القياس
المردودية: ماهي المردودية الاقتصادية للسياحة؟	السكان التشغيل المحلي	تطوير السكان النشيطين، مجموع السكان والسياح تطور التشغيل المحلي مناصب الشغل الدائمة والموسمية
الاندماج الاقليمي: هل السياحة مندمجة في اقتصاد الاقليم؟	الشبكة الاقتصادية تعدد الأنشطة الأثر الاقتصادي	شراء المواد الأولية المحلية النسبة المئوية للسكان المشاركين في الأنشطة السياحية
المرونة: الأنشطة متنوعة؟	عناصر الموسم سقف الزبائن الجاذبية	عدد المواسم وأيام الاكتظاظ التنوع الاجتماعي والجغرافي عدد المواقع والأنشطة التي تصنع شهرة الاقليم
الديمومة: هل السياحة مهدد بالتطور الاقتصادي والاجتماعي؟	مسيرى المؤسسات التنظيم الاعلام	النسبة المئوية للمؤسسات المملوكة والمسيرة من طرف الفاعلين المحليين المراقبة التجارية

المصدر: وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط

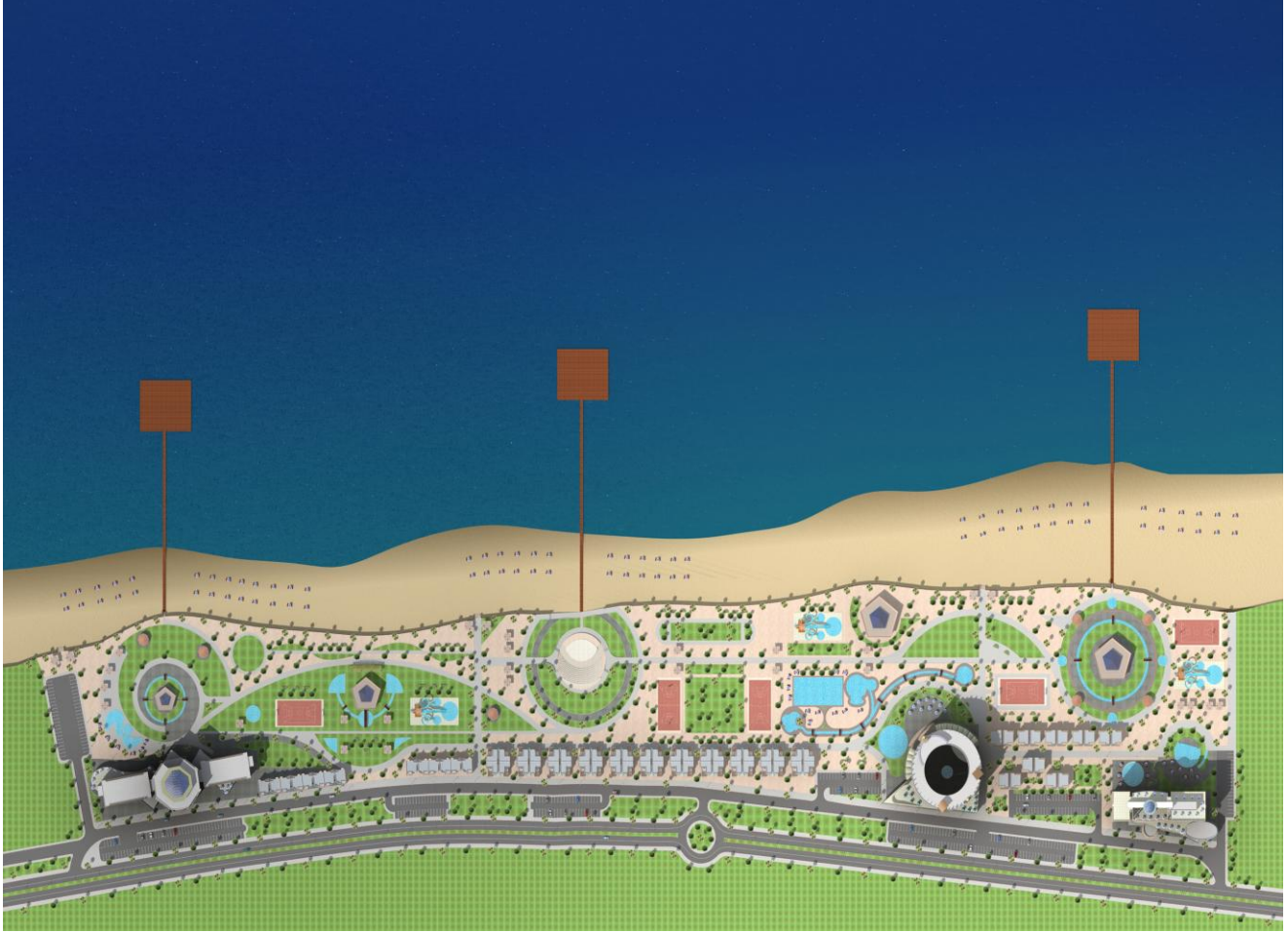
العملي)، ص24.

الملحق رقم (09): صورة عبر الأقمار الصناعية لمنطقة التوسع السياحي تاسوست، ولاية جيجل.



المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

الملحق رقم (10): صورة تخطيطية لمشروع القرية السياحية تاسوست، ولاية جيجل.



المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

الملحق رقم (11): صورة لأحد الفنادق المبرمجة ضمن مشروع القرية السياحية تاسوست، ولاية جيجل.



المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

الملخص

تُعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم بالنظر إلى الاحصائيات التي تشير بوضوح إلى نسب النمو العالية التي يحققها هذا النشاط، والتي تفوق بكثير نسب النمو المحققة في باقي القطاعات، بل وتفوق معدل نمو الاقتصاد العالمي ككل، حتى أصبح هذا النمو الكبير الخاصية المميزة لهذا النشاط، ولعل تنوع وتعدد المجالات التي تشملها الأنشطة السياحية هو الذي جعلها تنفرد بهذه الميزة، وجعل من القطاع السياحي أحد أكثر الصناعات تأثيرا على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وهو ما يؤهله للعب دور مهم في تحقيق التنمية المستدامة على المستويات القطرية والمحلية ، إلا أن القطاع السياحي الجزائري لا يزال بعيدا عن لعب دور مهم في الاقتصاد الوطني ومسايرة التطور الحاصل على هذه الصناعة.

ومحاولة من الجزائر تدارك هذه الوضعية بادرت إلى وضع استراتيجية وطنية تمتد لآفاق سنة 2025، أما على المستوى المحلي وقصد إعطاء دور تنموي أكبر للقطاع السياحي فقد اعتمدت على التخطيط الإقليمي من خلال المخططات التوجيهية للتهيئة السياحية الخاصة بكل ولاية، وباعتبار الطابع السياحي المميز لولاية جيجل فإنه من المهم جدا الاعتماد على مثل هذه المخططات من أجل ترقية القطاع السياحي المحلي بشكل يُساهم في تحقيق التنمية المحلية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية ترقية القطاع السياحي ، التنمية السياحية المستدامة، التنمية المحلية المستدامة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

Abstract:

The tourism industry consider as one of the largest industries in the world, given the statistics that clearly indicate the rates of high growth achieved by this activity, which far outweigh the growth rates achieved in other sectors, and even above the rate of growth of the global economy as a whole, until this growth became characteristic of this activity, Perhaps the diversity and multiplicity of areas covered by the tourism activities is that makes them unique to this feature, so that diversity has made tourism one of the industries most influential on the economic aspects, social and environmental, which is makes it play an important role in achieving sustainable development at national and local levels , However, the Algerian tourism sector is still far from playing an important role in the national economy and and away from keep pace with the evolution of this industry.

In order to remedy this situation Algeria initiated to develop a national strategy extends the prospects for the year 2025, while at the local level in order to give more important for tourism sector has been relied on regional planning through the guidelines schemes for tourism configuration for each wilaya. Based on the characteristics of tourism which distinction the town of Jijel, it's very important to rely on such schemes in order to upgrade the local tourism sector in contributing to the achievement of sustainable local development.

Key words: Strategy to upgrade the tourism sector, Sustainable tourism development, Local sustainable development, The guideline scheme for tourism configuration.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة فرحات عباس سطيف
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

مدرسة الدكتوراه: إدارة الأعمال والتنمية المستدامة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير

تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة

تحت عنوان:

استراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية

المستدامة

دراسة المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لولاية جيجل

إشراف
د. سعيد شوقي شكور

إعداد الطالب
سمير سامي

لجنة المناقشة

- أ.د. عمار عماري أستاذ التعليم العالي جامعة سطيف رئيسا
- د. سعيد شوقي شكور أستاذ محاضر جامعة جيجل مشرفا ومقررا
- د. محمد البشير مببروك أستاذ محاضر جامعة جيجل مناقشا
- د. محمد الصغير جيطلي أستاذ محاضر جامعة سطيف مناقشا