

معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير .
تخصص : تسويق الخدمات .

بعنوان:

السياحة المستدامة : واقعها و تحدياتها بالنسبة للجزائر.
«دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة - حمام ربي-»

تحت إشراف الأستاذ :
بن بوزيان محمد

من إعداد الطالب:
وزاني محمد

لجنة المناقشة :

رئيسا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	أ.د بونوة شعيب
مشرفا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	أ.د بن بوزيان محمد
ممتحنا	جامعة تلمسان	أستاذ محاضر	د . بودلال علي
ممتحنا	جامعة تلمسان	أستاذ محاضر	د . شريف نصر الدين

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى :

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَى عَبْدِهِ الْكِتَابَ وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عِوَجًا ۗ قَيِّمًا لِيُنذِرَ بَأْسًا شَدِيدًا مِّنْ لَّدُنْهُ وَيُبَشِّرَ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا حَسَنًا

سورة الكهف 1 - 2 .

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

سورة الروم .

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ

النشور 5 - سورة الملك - الآية 15 .

هُوَ أَنْشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ ثُمَّ تَوْبُوا إِلَيْهِ ۗ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ

مُجِيبٌ

سورة هود .

كلمة شكر

أول شكر لله عز و جل على توفيقه لي لإتمام هذا العمل .
فكما قال عليه الصلاة و السلام " من لم يشكر الناس لم يشكر الله."

فأتقدم بالعرفان و الشكر الجزيل لمن كان له الفضل الكبير في إنجاز هذا العمل
الأستاذ الدكتور " بن بوزيان محمد " الذي كان مشرفا و مؤطرا وفي الوقت نفسه
أستاذا لي في دراستي لما بعد التدرج من خلال نصائحه وملاحظاته القيمة .

كما أوجه الشكر المسبق لأعضاء لجنة المناقشة على سعتهم و صبرهم لقراءة و تقييم
هذا البحث .

كما لا يفوتوني أن أشكر كل أساتذتي الكرام في قسم العلوم الاقتصادية و علوم
التسيير والعلوم التجارية في مقدمتهم أستاذي " ساهل سيدي محمد " .

كما أشكر كل موظفي مديرية السياحة بولاية سعيدة .

كما لا أنسى أن أشكر كل من قدم لنا يد العون و المساعدة داخل و خارج الجامعة
(جامعة تلمسان و بالخصوص موظفي المكتبة و إدارة ما بعد التدرج) سواء
بمعلومة، توجيه، نصيحة و حتى بالدعاء .

إهداء

إلى الوالدين الكريمين " امي و أبي " .

إلى زوجتي المحترمة و أبنائي الأعماء " شيخ عبد النور و عبد نور الدين و عبد
المالك منير " حفظهم الله ورحمهم .

إلى كل الإخوة و الأخوات و كل أفراد عائلتي وإلى روح جدي و جديتي رحمهما الله .
إلى الحاجة نجادي الزهرة .

إلى كل الزملاء في قسم الماجستير تخصص "تسويق الخدمات" .

إلى كل الأصدقاء و كل من يعرفني .

أهدي هذا العمل المتواضع



**الفهرس
قائمة الجداول و الأشكال**

فهرس المحتويات

x - I	الفهرس - قائمة الجداول - قائمة الأشكال
أ- هـ	<u>مدخل عام</u>
	<u>الفصل الأول : "السياحة - أسس و مفاهيم أساسية - "</u>
1	تمهيد :
2	I- ماهية و طبيعة النشاطات السياحية .
2	I-1- السياحة : نشأتها وتطورها التاريخي .
6	I-2- السياحة : مفاهيم أساسية .
15	I-3- مصطلحات سياحية .
16	II - سلوك السائح .
16	II -1- مفهوم سلوك المستهلك .
19	II -2- مراحل قرار شراء السائح لمنتج سياحي .
20	II -3- العوامل المؤثرة على سلوك السائح .
34	III - أنواع السياحة، معايير تصنيفها، و خصائصها .
34	III -1- أنواع السياحة، و معايير تصنيفها .
40	III -2- خصائص السياحة .
43	III -3- أبعاد السياحة حسب المنظمة العالمية للسياحة .
43	III -4- هل السياحة علم؟
45	تفاعل و علاقة السياحة مع محيطها .
44	1 - تفاعل السياحة مع المحيط الاقتصادي .
48	2 - تفاعل السياحة مع المحيط الاجتماعي .
48	3 - تفاعل السياحة مع المحيط السياسي .

48	IV-4 - علاقة السياحة بالتكنولوجيا .
49	IV-5 - علاقة السياحة بالثقافة .
49	IV-6 - السياحة و البيئة الطبيعية .
52	خاتمة الفصل الأول .
	الفصل الثاني "السياحة من منظور التنمية المستدامة"
52	تمهيد :
54	I-1 - التنمية من خلال السياحة وأبعادها .
54	I-1 -1 السياحة و دورها في التنمية .
55	I-1 -2 دور السياحة في التنمية المحلية .
56	I-1 -3 الاستثمار السياحي .
57	I-1 -4 التخطيط السياحي و التنمية السياحية .
72	I-1 -5 السياحة سلاح ذو حدين .
76	I-1 -6 توسع صناعة السياحة و التوجهات الحديثة.
77	II-1 - التنمية المستدامة أبعادها و أهميتها .
77	II-1 -1 مفهوم و تعريف التنمية المستدامة .
80	II-2 - التنمية المستدامة في القمم العالمية.
82	II-3 - أبعاد التنمية المستدامة .
84	II-4 - أهداف التنمية المستدامة .
84	II-5 - مبادئ التنمية المستدامة .
85	II-6 - التنمية المستدامة و الحكم الصالح .
87	II-7 - مؤشرات قياس التنمية المستدامة .
90	II-8 - السياحة عامل في التنمية المستدامة.
91	III-1 - السياحة المستدامة -بين الضرورات و المتطلبات- .
91	III-1 - مفهوم السياحة المستدامة .

94	III -2- بداية الاهتمام بالاستدامة في السياحة .
96	III -3- خصائص السياحة المستدامة .
96	III -4- منافع السياحة المستدامة .
97	III -5- مبادئ السياحة المستدامة .
98	III -6- نطاق السياحة المستدامة .
99	III -7- الجهات المعنية بالسياحة المستدامة .
99	III -8- تخطيط و تنمية السياحة المستدامة .
100	III -9- تحقيق الاستدامة للسياحة .
104	III -10- السياحة المستدامة و الإدارة الوظيفية .
105	III -11- استخدام المؤشرات البيئية في السياحة .
107	III -12- أمثلة عن تجارب في السياحة المستدامة.
114	خاتمة الفصل الثاني .
	الفصل الثالث: "السياحة المستدامة في الجزائر : مدخلات و تحديات".
115	تمهيد :
116	I - الموارد (الإمكانيات) و تنوع السياحة في الجزائر .
116	I -1- الإمكانيات (المؤهلات) السياحية .
133	I -2- السياحة الجزائرية و تنوعها .
140	I -3- هيئات وأهم شركاء القطاع السياحي .
148	II -لمحة عن تعاقب السياسات السياحية في الجزائر .
148	II -1- مرحلة ما قبل الاستقلال و ميراث المحتل الأجنبي .
149	II -2- وضعية السياحة خلال الفترة (1962-1980)
154	II -3- برنامج النشاط السياحي منذ 1980 إلى غاية 1990 .
158	II -4- السياحة خلال فترة الانتقال إلى اقتصاد السوق 1990-2000.
163	III - صناعة السياحة و الإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية المستدامة .
163	III -1- برنامج و آفاق التنمية السياحية بالجزائر .
169	III -2- الإستراتيجية المستقبلية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (S.D.A.T).
177	III -3- المشاريع السياحية: بعض الأمثلة من المخطط التوجيهي الـ SDAT.

180	III - 4 - السياحة المستدامة : تحليل المفهوم ضمن مخطط الـ S.D.A.T.
185	III - 5 - التحديات المستقبلية للرهانات السياحية الجزائرية .
192	خاتمة الفصل الثالث
	الفصل الرابع : " تحليل الوضع السياحي لولاية سعيدة (- حمام ربي -) و تطلعات القطاع بها "
194	I - 1 - وضعية قطاع السياحة بولاية سعيدة .
195	I - 1 - لمحة تعريفية و تاريخية .
197	I - 2 - الموقع والحدود .
198	I - 3 - مناخ الولاية وتضاريسها.
199	I - 4 - تطور السكان وأهم مؤشرات الولاية .
200	I - 5 - الإمكانيات و الموارد السياحية .
211	I - 6 - واقع القطاع من خلال بعض المؤشرات .
214	II - آفاق القطاع السياحي بالولاية و آليات تطويره .
214	II - 1 - مواقع التوسع السياحي المقترحة .
215	II - 2 - الأهداف المسطرة لتطوير القطاع على مستوى الولاية .
216	II - 3 - وضع آليات لتطوير القطاع .
218	III - الدراسة الميدانية:
218	III - 1 - نبذة عن المؤسسة الحموية لحمام ربي (سعيدة) .
221	III - 2 - دراسة الاستبيان و تحليل النتائج .
248	III - 3 - استخلاص و استنتاجات .
250	خاتمة الفصل الرابع
	<u>الخاتمة العامة</u>
	- الملحقات . - قائمة المراجع .

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1.	الطبقات الاجتماعية و خصائصها ،اهتماماتها و أنماط سلوكها الشرائي .	27-26
2.	ارتباط السياحة بالقطاعات الاقتصادية .	47
3.	أمثلة عن التأثيرات السلبية للسياحة على البيئة الطبيعية و الإجراء .	51
4.	مقارنة بين التنمية السياحية التقليدية و التنمية السياحية المستدامة.	65
5.	حجج مؤيدي و معارضي السياحة .	75
6.	مراحل تطور مفهوم التنمية منذ نهاية الحرب العالمية الثانية .	78
7.	مؤشرات التنمية المستدامة للأمم المتحدة .	89-88
8.	المؤشرات الأساسية للسياحة المستدامة .	106
9.	النقل الجوي للسلع و الأشخاص.	124
10.	تعداد المنخرطين مع Sonelgaz	127
11.	قائمة مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتعلقة بمجتمع المعلومات	-128 130-129
12.	تطور الطاقة الفندقية للجزائر من 1985 إلى 2004 .	132
13.	مؤسسات التكوين السياحي	143
14.	توزيع الاستثمارات على القطاعات خلال المخطط الثلاثي 69-67	150
15.	حصيلة برنامج الاستثمارات خلال المخطط.69-67.	151
16.	عدد الأسرة المنجزة خلال الرباعي الأول حسب نوع المنتج السياحي.	151
17.	توزيع الاستثمارات على القطاعات خلال المخطط الرباعي الأول 73-70	152
18.	توزيع الاستثمارات على القطاعات خلال المخطط الرباعي الثاني 77-74	153
19.	عدد الأسرة المنجزة خلال الفترة 78-74 حسب نوع المنتج السياحي.	153
20.	توزيع المشاريع السياحية المخطط الخماسي الأول حسب نوع المنتج .	155

158	تطور الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة في الجزائر خلال الفترة 85-89.	21.
160	عدد السياح خلال التسعينات.	22.
161	تطور طاقة الإيواء من 1991 إلى 2000 .	23.
164	مخطط النشاط لوزارة السياحة للفترة 2001-2010	24.
175-174	إمكانيات و تقسيم الأقطاب السياحية حسب الـ SDAT .	25.
181	تعداد المفهوم (السياحة المستدامة) في الـ SDAT.	26.
183-182	قائمة تقييم من أجل سياحة مستدامة .	27.
184	تفاعل السياحة مع القطاعات الأخرى .	28.
188	تطور عدد السكان في المناطق الحضرية و الريفية من 1966 إلى 1998 .	29.
197	دوائر و بلديات ولاية سعيدة .	30.
199	تطور أهم مؤشرات ولاية سعيدة ما بين 1998 و 2008 مقارنة بالنسبة للمستوى الوطني .	31.
202	أهم الحيوانات .	32.
202	أهم النباتات .	33.
206	الفنادق قيد الاستغلال عبر تراب الولاية	34.
207	عدد الوافدين الإجمالي لولاية سعيدة خلال سنة 2009	35.
209	بعض المعطيات حول النشاط الحموي في ولاية سعيدة .	36.
209	وكالت السياحة و الأسفار لولاية سعيدة .	37.
211	الجمعيات الناشطة في السياحة بسعيدة.	38.
211	المؤسسات الفندقية في طور الإنجاز .	39.
212	عدد مناصب الشغل التي يوفرها القطاع السياحي.	40.
212	المواقع السياحية المصنفة .	41.
213	خصائص وفرص الاستثمار في بعض المواقع من تراب الولاية .	42.
214	أهم مناطق التوسع السياحي.	43.

214	مناطق التوسع المقترحة .	44
219	عدد الوافدين إلى حمام ربي خلال الثلاثي الأول من سنة 2010 .	45
219	رقم الأعمال الخاص بكل نشاط .	46
223	الفئات العمرية للسياح.	47
224	الحالة الاجتماعية .	48
226	الفقرات المستخدمة في قياس محاور الدراسة في الجزء الأول .	49
227	التوزيع التكراري و الوسط الحسابي، و الانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة حول اتجاهاتهم نحو فقرات المحور الأول .	50
229	التوزيع التكراري و الوسط الحسابي، و الانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة حول اتجاهاتهم نحو فقرات المحور الثاني .	51
230	زيارة حمام ربي سابقا.	52
231	أسباب اختيار حمام ربي	53
232	السفر من أجل السياحة.	54
232	الفصول المفضلة للسياحة.	55
233	حجم الهياكل الفندقية و كفايتها	56
234	أسعار المبيت .	57
234	أسعار الأطعمة المقدمة	58
235	تقييم الخدمات المقدمة على مستوى هياكل الإطعام والإيواء	59
236	الرغبة و تفضيل تناول الأكلات التقليدية المحلية.	60
237	المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي.	61
238	الاستقبال والضيافة من طرف السكان المحليين.	62
239	أماكن الاستقبال لتزويد السياح بالمعلومات بحمام ربي.	63
240	تزويد السياح بمنشورات عن المعالم السياحية المحلية والأنشطة والمناسبات.	64
240	تشجيع التفاعل بين السياح والسكان المحليين.	65

241	.66	الأنماط السياحية المفضلة من قبل السياح المشاركين في الاستبيان .
242	.67	الإعجاب بالمنطقة المزاراة .
243	.68	تصميم المشاريع السياحية من حيث الجذب السياحي وعلاقته بخصائص حمام ربي.
243	.69	تصميم المنشآت السياحية واستغلالها من حيث استهلاك الطاقة و الماء .
244	.70	الرغبة في وجود وتطوير سياحة زراعية.
245	.71	مصدر الفواكه والخضروات المستعملة في تحضير الوجبات المقدمة في المطاعم
246	.72	اهتمامات السائح و اقتراحاته
247	.73	الرغبة في العودة مرة أخرى

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
15	تصنيف المسافرين	1.
19	سلوك المستهلك كنظام	2.
71	المكونات الرئيسية لمحتوى خطة التنمية السياحية .	3.
83	النطاقات الثلاث للتنمية المستدامة .	4.
93	المحاور الاستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة.	5.
98	نطاق السياحة المستدامة	6.
99	الجهات المعنية بالسياحة المستدامة .	7.
104	الهيكل التنظيمي للبرنامج الاجتماعي / الثقافي .	8.
105	السياحة المستدامة و الإدارة الوظيفية .	9.
123	الطريق السيار شرق غرب .	10.
125	نمط وسيلة النقل المستعمل عند الوصول إلى الحدود الجزائرية	11.
126	شبكة النقل في الجزائر .	12.
140	المرافق و النشاطات السياحية	13.
160	تطور عدد السواح القادمين إلى كل من تونس و الجزائر خلال الفترة 90-02	14.
170 171	أ . هندسة المخطط الوطني لتهيئة الإقليم SNAT ب . تموقع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في خريطة و بنية المخطط الوطني لتهيئة الإقليم 2025.	15.
171	مراحل إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT.	16.
173	تقسيم الأقطاب السياحية حسب الـ S.D.A.T	17.
176	التوزيع المجالي لـ 22 منطقة توسع سياعي (ZET)	18.
223	نسب الفئات العمرية	19.

224	نسبة المشاركين السياح حسب النوع	20.
225	المستوى التعليمي للسياح	21.
230	زيارة حمام ربي من قبل	22.
231	أسباب اختيار حمام ربي	23.
232	السفر من أجل السياحة	24.
232	الفصول المفضلة للسياحة	25.
233	يبين آراء السياح حول حجم الفنادق إذا كان كافي أو غير كافي	26.
234	أسعار المبيت في الفنادق و البنغلوهاات	27.
234	أسعار الأطعمة المقدمة	28.
235	تقييم الخدمات المقدمة على مستوى هياكل الإطعام والإيواء	29.
236	الرغبة و تفضيل تناول الأكلات التقليدية المحلية	30.
237	المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي	31.
238	الاستقبال والضيافة من طرف السكان المحليين	32.
239	أماكن الاستقبال لتزويد السياح بالمعلومات بحمام ربي.	33.
240	تزويد السياح بمنشورات عن المعالم السياحية المحلية والأنشطة والمناسبات	34.
240	تشجيع التفاعل بين السياح والسكان المحليين.	35.
241	الأنماط السياحية المفضلة من قبل السياح المشاركين في الاستبيان .	36.
242	الإعجاب بالمنطقة المزاراة .	37.
243	تصميم المشاريع السياحية من حيث الجذب السياحي وعلاقته بخصائص حمام ربي.	38.
243	تصميم المنشآت السياحية واستغلالها من حيث استهلاك الطاقة و الماء .	39.
244	الرغبة في وجود وتطوير سياحة زراعية.	40.
245	مصدر الفواكه والخضروات المستعملة في تحضير الوجبات المقدمة في المطاعم	41.
247	الرغبة في العودة مرة أخرى	42.

قائمة المختصرات

- ANDRT** : Agence Nationale pour la Défense et la Revendication du Tourisme.
- ANDT** : Agence Nationale du développement touristique.
- ANPT** : Association Nationale pour la Promotion du Tourisme.
- **ATA** : Agence touristique Algérienne.
- CNES** : Conseil National Economique et Social.
- COGEHORE** : Commission de Gestion des Hôtels et Restaurants.
- COT** : Confédération des Operateurs du Tourisme.
- EGTT** : Entreprise de Gestion Touristique de Tlemcen.
- ENET** : Entreprise Nationale des études touristiques.
- ETT** : Entreprise des Travaux Touristiques.
- FNOT** : Fédération Nationale des Offices du Tourisme.
- FNAT** : Fédération Nationale des Associations du Tourisme.
- MATET** : Ministère de l'aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme.
- OMT** : Organisation Mondiale du Tourisme.
- ONAT** : Office National Algérien du Tourisme.
- ONG** : Organisation Non Gouvernementale.
- ONS** : Office National des Statistiques.
- ONT** : Office National du Tourisme.
- OP.CIT** : Ouvrage Précédemment Cité.
- PFT** : Plan Finance Tourisme.
- PQT** : Plan Qualité Tourisme.
- PIB** : Produit Intérieur Brut.
- PNUD** : Programme des Nations Unies pour le Développement.
- PNUE/PAM** : Programme des Nations Unies pour l'environnement/ Plan d'action pour la Méditerranée.
- RAMSAR** : ville iranienne de Ramsar. Convention sur les zones humides d'importance internationale, appelée Convention de Ramsar, adopté en 1971 , et est entré en vigueur en 1975.

- SDAT** : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.
- SNAT** :Schéma National d'aménagement du Territoire.
- SONATHERM** :Société Nationale des Thermes .
- SONATOUR** : Société Nationale du tourisme et hôtellerie.
- SWOT** : *S-trengths* (forces), *W-eaknesses* (faiblesses), *O-pportunities* (opportunités), *T-hreats* (menaces).
- TCA** :Touring Club d'Algérie.
- **UNESCO** : Organisation des Nations-Unies pour l'éducation, la science et la Culture.
- WTO** :World Tourism Organisation (OMT).
- ZET** :Zone d' Expansion Touristique.

مدخل عام

ذكر الإمام المزملي : كاتب الإمام الشافعي رحمهما الله تعالى إذ قال :

قرأت كتاب الرسالة على الإمام الشافعي ثمانين مرة فما من مرة إلا و كان يقف على خطأ ، فقال الشافعي : « هيه أبى الله أن يكون كتاب صحيح غير كتابه» .

Comment l'indomptable recherche scientifique va-t-elle rester au service du mieux être physique et moral de tous ? Deux maitres mots : Education et éthique qu'il faut traduire en pratique .

Etienne –Emilebeaulieu , directeur à l'INSERM , membre de l'académie des sciences.

La science restera toujours la satisfaction du plus haut désir de notre nature, la curiosité ; elle fournira à l'homme le seul moyen qu'il ait pour améliorer son sort »

Ernest Renan

I- مقدمة عامة :

تقوم اقتصاديات كثير من الدول في عالم اليوم على السياحة باعتبارها أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية بالغة ، كونها مصدرا رئيسيا للدخل في عدد كبير من دول العالم، كما يتميز المردود المادي لصناعة السياحة عن غيره ، وتستفيد منه مختلف النشاطات سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية أو الفنية أو غيرها من النشاطات الإنسانية .

ونجد أن الإحصائيات تؤكد أن عدد السياح على مستوى العالم بلغ عام 2009 نحو 880 مليون سائح بالرغم من تراجعته بنسبة 4 %¹ ، مع تحقيق إيرادات تصدير قدرت حسب نفس المصدر بـ: 852 مليون دولار ، في حين تتوقع المنظمة العالمية للسياحة (OMT) بأن يصل عدد السياح خلال عام 2010 إلى حوالي 920 مليون سائح ، وتتوقع الدراسات أيضا أن يبلغ عدد السياح في العالم نحو 1.6 مليار سائح بحلول عام 2020 ويتوقع أن ينفقوا أكثر من 2000 مليار دولار .

لقد جاء أثناء الندوة العالمية للسياحة التي انعقدت في أكتوبر عام 1982 بحضور 107 دولة أين تم التوقيع عن الإعلان أو التصريح التالي :

"الطلب السياحي لا يمكن أن يكون كافيا إلا إذا كان لا يحمل معه ضررا للمصالح الاقتصادية و الاجتماعية للسكان المحليين ، لا على البيئة و بالخص على الموارد الطبيعية التي تعتبر الدعامة الأساسية للسياحة ، الحماية ، الاستصلاح ، إن تحسين مختلف العناصر المكونة للبيئة الإنسانية تعد من بين المعايير الأساسية للتنمية السياحية المتوازنة"² .

إن التقدم التكنولوجي و العلمي على مستوى جميع الميادين الذي يشهده عصرنا (عصر العولمة) أفرز مزيدا من الطلب على الاستهلاك السياحي و تنوع المقاصد السياحية و خاصة من طرف سكان الدول المتقدمة وما يحمل معه (هذا النشاط السياحي) من تدمير للبيئة و مسح لبعض العادات و الثقافات ، وفي هذا المعنى يقول ³ Hong (مشار إليه في مؤلف فالين سميث و إدينجتون 1992-البدائل السياحية) .

" بعدما دمروا بيئتهم و بعد استنفاد و تدمير كل ما كان طبيعيا يضطر مواطنو و ساكنو الدول الاستهلاكية المتقدمة إلى البحث عن حياة برية طبيعية ، وهواء نقي، ومناطق خضراء شاسعة، وشواطئ رملية ذهبية في الدول الأخرى ،وبمعنى آخر فإنهم ينظرون إلى بيئات أخرى لاستهلاكها فينتقلون إلى دول العالم الثالث لكي يستهلكوا بيئاتهم الطبيعية التي ما زالت غير مستهلكة "

¹ -http://www.unwto.org/index_f.php (juin2010).

² - أحمد ملحة : *الرهانات البيئية في الجزائر* ، مطبعة النجاح ، الجزائر ، 2000، ص 75.

³ - أحمد فوزي ملوخية : *التنمية السياحية* ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2007 ، ص 130.

ومع التطور المتسارع الذي عرفته صناعة السياحة¹، نتج عنه عدة ظواهر سلبية على البيئة، والثقافة المحلية، فعلى سبيل المثال نذكر أنه :

- في الأردن يستهلك فندقاً كبيراً من الماء بمقدار ما يستهلكه نحو 300 أسرة .
- في النيبال يستهلك السائح نحو 6 كلغ من الحطب يوميا من أجل التدفئة، في بلد يفتقر إلى مصادر الطاقة .
- في جزر الكاريبي تقوم السفن السياحية بإلقاء نحو 70000 طن من المخلفات سنويا في البحر .

وعلى أساس ما سبق ذكره ، ظهر مفهوم الاستدامة في القطاع السياحي الذي يدعو إلى مراعاة والمساهمة في المحافظة على البيئة وخاصة في المناطق الحساسة سياحياً مع مراعاة الثقافة المحلية والمحافظة على مكوناتها وخصائصها، وبترشيد استخدام الموارد السياحية وصيانتها لتبقى صالحة للأجيال القادمة باعتبارها إرث مشترك فيه (وكما يقول أحد الأمثال المعروفة " الأرض التي نملكها الآن هي سلفه الأجيال القادمة ")

والجزائر وعلى الرغم من التحسن الملاحظ إلا أنها لا تزال تصنف ضمن الدول الأقل جذباً للسياح الأجانب ولا تمثل سوى 1.1% من نسبة السوق في إفريقيا مقابل 20.8% لجنوب إفريقيا و 19% لتونس و 14.9% للمغرب، لذا أولت الجزائر اهتماماً كبيراً في السنوات الأخيرة للسياحة، وذلك بتبني إستراتيجية للتنمية وتطوير السياحة خلال السنوات المقبلة تهدف إلى تطوير مقصد سياحي جديد وبديل و منافس على مستوى البحر الأبيض المتوسط ، وأدرجت الجزائر مسار التنمية السياحية ضمن شروط الاستدامة من خلال تشجيع منتج سياحي ذا نوعية قادرة على تلبية الطلب الداخلي والخارجي وقابلة للإسهام في الحفاظ على التوازنات البيئية كما يهدف إليه المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية .

-II- الإشكالية :

تعتبر السياحة المستدامة فلسفة جديدة وبديل يهدف إلى الاستغلال الأمثل للمواقع السياحية من حيث دخول السياح بأعداد متوازنة للمواقع السياحية على أن يكونوا على علم مسبق ومعرفة بأهمية المناطق السياحية والتعامل معها بشكل مسؤول و صديق للبيئة ، وذلك للحيلولة دون وقوع الأضرار على الطرفين، وبذلك تصبح السياحة المستدامة نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، مما يؤدي إلى إدارة المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية، وفي الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي وجميع مستلزمات الحياة.

¹ - عبد الباسط وفا: التنمية السياحية المستدامة - بين الإستراتيجية و التحديات العالمية المعاصرة - دار النهضة العربية، 2005، ص 4 .

بناء على ما تم ذكره و انطلاقا من الأهمية التي يشكلها سلوك السياح في المناطق المزارة من طرفهم جماعات أو فرادى ، يتمحور إشكال بحثنا الذي سوف يعالج حول التساؤل الجوهري الآتي :

ما مدى إمكانية تحقيق السياحة المستدامة في الجزائر ، و ما هي توجهات و مساهمة السياح في تجسيد السياحة المستدامة على أرض الواقع ؟

هذه الإشكالية تستدعي منا طرح التساؤلات الموالية :

- ما هو مفهوم السياحة و أبعادها الاقتصادية و الاجتماعية الخ ؟
- ما هي العوامل المؤثرة على سلوك السائح ؟
- ما المقصود بالسياحة المستدامة ؟
- ما هي المراحل التي مرت بها السياسات السياحية المختلفة التي تبنتها الجزائر ؟
- هل الظروف البيئية الحالية تساعد على وجود سياحة مستدامة في الجزائر ؟
- فيما تتمثل الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية و ما هي معوقاتنا ؟
- ما هي درجة وعي السياح و ثقافة الاستهلاك لديهم من أجل تحقيق متطلبات التنمية المستدامة في النشاط السياحي ؟

و سنحاول الإجابة على الإشكالية المصاغة ، و من خلال الأسئلة الفرعية المطروحة ، في بحثنا .

-III- أهمية و أسباب اختيار البحث :

إن السياحة تعد في مقدمة المشروعات الخدماتية التي ستتأثر بتحرير تجارة الخدمات عالميا ، لأن معظم الدول السياحية الموقعة على اتفاقيات منظمة التجارة العالمية تصبح أسواقها مفتوحة لممارسة النشاط السياحي و لتوافد عدد كبير من السياح الأجانب الذين يحثون عن الراحة و الاستكشاف و التمتع بالموارد الطبيعية (مع خطر تدهورها تدريجيا) ، و في ظل هذا السوق المفتوح سيكون البقاء للأجود أي المؤسسة السياحية و العنصر البشري و الخدمة السياحية و البيئة النظيفة و الوسائل التسويقية المتطورة .

و عليه أصبحت السياحة المستدامة الحل الأمثل للسياحة التقليدية في كثير من دول العالم لما لها من إيجابيات على المستوى البيئي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي للمجتمعات المحلية، ونظرا للأهمية البالغة لهذا الموضوع ارتأينا البحث فيه، وتعود أسباب اختيارنا للموضوع :

السياحة المستدامة : واقعها و تحدياتها بالنسبة للجزائر، دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة - حمام ربي - إلى الأسباب التالية :

- ❖ لأنه موضوع جديد على المستوى العالمي، ولم يتم تناوله بشكل كبير في الجزائر.
- ❖ قلة البحوث والدراسات في مجال السياحة المستدامة (خاصة الماجستير و الدكتوراه).
- ❖ للأهمية البيئية، الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية للسياحة المستدامة .
- ❖ لأن السياحة المستدامة أصبحت حتمية في كثير من الدول الغربية والعربية على حد سواء.
- ❖ لأن له علاقة بالتخصص (تسويق الخدمات) .
- ❖ محاولة وضع تصور للتنمية السياحية المستدامة في منطقة حمام ربي .
- ❖ الرغبة الشخصية في دراسة السياحة .

-IV- حدود البحث :

- ◆ تبقى هذه الدراسة مفتوحة لتتناول سلوك السياح و النشاط السياحي على مدار السنة كاملة و بالتالي اعتبار عينة مناسبة لهذه المدة حتى يتسنى لنا تعميم نتائجها .
- ◆ لم تتناول الدراسة الفاعلين الآخرين في السياحة مثل : الجمعيات ، وكالات السفر و السياحة ، المنتخبون المحليون ، مديرية السياحة ، المجتمع المحلي ،..... الخ
- ◆ اقتصرت الدراسة على التطبيق في مؤسسة حموية واحدة و هذا نظرا لتفرعات الموضوع الكثيرة و قلة الفضاء الزمني أيضا.
- ◆ لم تشمل الدراسة أو البحث العلاقة الإرتباطية بين متغيرات معينة من جوانب سلوك السائح و مدى تأثيرها على تجسيد و تطبيق متطلبات السياحة المستدامة .

-V- منهجية البحث :

- أما النهج العلمي المتبع في دراسة هذا الموضوع ، فهو منهج تحليل المضمون ، الذي يستهدف الوصف الدقيق و الموضوعي لما قيل عن الموضوع قيد الدراسة ، إضافة إلى أدوات المنهج الوصفي باعتباره طريقة مناسبة للحصول على معلومات واستعمال البيانات الميدانية و الإحصائيات التي تم جمعها ، ولو بصورة نسبية مع الاستعانة بأدوات جمع البيانات التالية :
- الاستمارة : و يتم توزيعها على مجموعة من السياح بمنطقة الدراسة .
 - المقابلة مع مسؤولي الجهات القائمة على السياحة و بعض الفاعلين الآخرين .
 - الوثائق و التقارير الرسمية و الإحصاءات .

VI- أقسام الدراسة :

تنقسم الدراسة إلى أربع فصول رئيسية و تم تقسيم الفصل الأول إلى أربعة عناصر (مباحث) والفصل الثاني و الثالث و الرابع إلى ثلاثة مباحث ، ففي الفصل الأول تناولنا وبصفة عامة السياحة و مفاهيمها الأساسية فتطرقنا في المبحث الأول إلى ماهية وطبيعة النشاطات السياحية، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه سلوك السائح و المبحث الثالث تطرقنا فيه إلى أنواع السياحة، معايير تصنيفها ، و خصائصها ، أما المبحث الرابع فخصصناه لتفاعل السياحة مع محيطها (الاقتصادي ، و الاجتماعي ،.....الخ).

أما الفصل الثاني فتناولنا فيه السياحة من منظور التنمية المستدامة ، فتطرقنا في المبحث الأول إلى التنمية من خلال السياحة و أبعادها ، و التنمية المستدامة في المبحث الثاني ، أما المبحث الثالث فخصصناه لضرورات و متطلبات السياحة المستدامة .

و الفصل الثالث تناولنا فيه السياحة المستدامة في الجزائر ، فتطرقنا إلى التعريف بالموارد و تنوع السياحة في الجزائر في المبحث الأول ، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه لمحة عن تعاقب السياسات السياحية في الجزائر و الإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية المستدامة في المبحث الثالث .

و في الفصل الرابع و الأخير تعرضنا إلى تحليل الوضع السياحي لولاية سعيدة مع التركيز على النشاط السياحي بحمام ربي أين قمنا بتوزيع استمارة استبيان على عينة من السياح الوافدين إلى المنطقة ، و تناولنا في المبحث الأول وضعية قطاع السياحة بولاية سعيدة ثم في المبحث الثاني أفاق القطاع السياحي و آليات تطويره و الدراسة الميدانية في المبحث الثالث .

الفصل الأول

السياحة

- أسس و مفاهيم أساسية -

﴿ يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر و أنثى و جعلناكم شعوبا و قبائل لتعارفوا
إن أكرمكم عند الله أتقاكم إن الله عليم خبير ﴾ - سورة الحجرات - الآية رقم 13.

صناعة السياحة صناعة بلا مداخل .

السياحة : - الذهب الأزرق - عملاق القرن الـ21 -

قال لامرتين " :لا يوجد إنسان كامل، إلا ذلك الذي سافر كثيرا، و غير نمط حياته
وفكره عشرين مرة." "

محتويات الفصل الأول

السياحة - أسس و مفاهيم أساسية -

تمهيد .

I - ماهية و طبيعة النشاطات السياحية .

I-1 - السياحة : نشأتها وتطورها التاريخي .

I-1-1 - نشأة السياحة وتجدرها .

I-1-2 - تطور السياحة عبر العصور .

I-2 - السياحة : مفاهيم أساسية

I-2-1 - مفهوم السياحة

I-2-2 - تعريف السياحة

I-2-3 - مفهوم السائح .

I-3 - مصطلحات سياحية .

II - سلوك السائح .

II-1 - مفهوم سلوك المستهلك .

II-2 - مراحل قرار شراء السائح لمنتج سياحي .

II-3 - العوامل المؤثرة على سلوك السائح .

III - أنواع السياحة، معايير تصنيفها، و خصائصها .

III-1 - أنواع السياحة ، و معايير تصنيفها .

III-2 - خصائص السياحة .

III-3 - أبعاد السياحة حسب المنظمة العالمية للسياحة .

III-4 - هل السياحة علم ؟

تفاعل وعلاقة السياحة مع محيطها.

1 - تفاعل السياحة مع المحيط الاقتصادي .

2 - تفاعل السياحة مع المحيط الاجتماعي .

3 - تفاعل السياحة مع المحيط السياسي .

4 - علاقة السياحة بالتكنولوجيا .

5 - علاقة السياحة بالثقافة .

6 - السياحة و البيئة الطبيعية .

خاتمة الفصل.

تمهيد:

شكلت السياحة لدى معظم شعوب العالم ومنذ العصور القديمة أهمية خاصة ، ولكن تضاعفت أهميتها مع تزايد دورها الاقتصادي والاجتماعي والبيئي والتكنولوجي ، و لقد برزت السياحة كأسرع القطاعات نموا في الاقتصاد العالمي ، وأصبحت صناعة السياحة تمثل موقعا متميزا في اقتصاديات الشعوب لتصبح أهم صناعة عالمية .

وتعتبر السياحة نشاطا ضروريا لحياة الناس تمتد أثارها المباشرة و غير المباشرة إلى الميادين الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية فضلا عن العلاقات الدولية، و يوضح ذلك الأهمية المتزايدة للأنشطة السياحية بالنسبة لحركة التجارة الدولية، إلا أن العائد الاقتصادي ، رغم أهميته لا يمكنه أن يكون هو المعيار الوحيد لقرارات الدولة لتشجيع و دعم صناعة السياحة، فقد أصبحت هناك اعتبارات عديدة وراء السياسات الحكومية في تنمية السياحة و تشجيع نشاطاتها .

ومن خلال هذا الفصل والذي يتكون من أربع أجزاء، نتعرض أولا إلى : مفهوم السياحة و طبيعة النشاطات السياحية ، نشأتها، تطورها،بالإضافة إلى بعض المصطلحات السياحية ، ثم نتناول في الجزء الثاني من هذا الفصل عنصر مهم وهو سلوك السائح ، المفهوم ، مراحل قرار الشراء لمنتج سياحي، والعوامل المؤثرة على سلوك السائح ، ثم في الجزء الثالث نتعرض لـ: أنواع السياحة، معايير تصنيفها، و خصائصها ، وهل تعتبر السياحة علم، و في الجزء الأخير نتناول قضية تفاعل و علاقة السياحة مع محيطها (الاقتصادي ، البيئيالخ) .

I- ماهية و طبيعة النشاطات السياحية .

I-I- السياحة : نشأتها وتطورها التاريخي .

I-I-1- نشأة السياحة وتجدرها.

تعود نشأة الحركة السياحية إلى بداية الحياة الإنسانية على الكرة الأرضية، حيث يرجع الخبير السياحي الأستاذ "شمولر جوستاف" أن منشأ السياحة يعود إلى نشأة الإنسان نفسه¹ ، لقد كان البشر بحاجة إلى الترحال لأغراض عديدة، سواء أكانت لتأمين الطعام أم أماكن للسكن، أم بحثا عن أناس للقاء معهم تحقيقا لغرض اجتماعي.

وقد بدأ الإنسان الأول حياته الأولى، وهو يسعى وراء الاستقرار على الأرض، مما أدى به للتنقل سائحا في أرجاء الكرة الأرضية، ولكن استمر حتى بعد استقراره، منتقلا سائحا يسعى وراء مزيد من المتعة والراحة، والترويح والترفيه، وتمثل ذلك في مشاهدة مناطق لها جمالها الطبيعي، والاحتكاك بغيره من سكان العالم للتعرف على ما أنجزوه وما هم به قائلون² .

بالرجوع إلى نظرية "ماسلو" للدوافع الإنسانية، نجد أن هناك عدة احتياجات إنسانية تعتبر محددة للسلوك الإنساني. و هذه الاحتياجات تكون مرتبة بشكل هرمي و تتدرج الاحتياجات من حيث أهميتها في الإشباع من القاعدة صعودا إلى القمة، حيث توجد في قاعدة الهرم الحاجة إلى الطعام و الشراب ثم الحاجة إلى الأمان و الضمان (كالمنزل و الوظيفة) ثم تأتي الحاجة إلى أن يصبح الشخص مقبولا من قبل مجموعة اجتماعية معينة إلى أن نصل إلى قرب القمة و هي الحاجة إلى تحقيق الذات أو بناء الشخصية. و يدخل ضمن المجموعة الأخيرة الحاجة إلى تجربة جديدة أو الحاجة إلى التغيير بهدف التخلص من الروتين أو القيود أو ضغوط الحياة اليومية³.

يشير الباحثون إلى تواجد أشكال عديدة للسياحة منذ العصور القديمة⁴ ويتجلى ذلك ، على سبيل المثال ، من خلال الأسفار الكثيرة التي كان يقوم بها الرومان إلى اليونان من أجل الدراسة والبحث وإلى بلاد مصر من أجل المتعة والترفيه ومن خلال ترددهم كذلك على المنابع الحموية بهدف المرح والاستحمام والراحة .

وعليه يمكن القول أن غريزة التنقل و الترحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته الأولى سعيا إلى تلبية المتطلبات المعيشية و من اجل حياة أفضل و لم تكن هناك جهات رسمية توفر للإنسان احتياجاته الضرورية فكان عليه أن يسعى إلى توفيرها بنفسه و لم تكن هناك قوانين و أعراف تحد أو تحكم تصرفاته و التزاماته سوى قوانين الطبيعة نفسها.

1 - موسى سعداوي : أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة، ملتقى علمي دولي تحت عنوان "اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة" بجامعة محمد خيضر ببسكرة (الجزائر) ، 10/09/2010 .

2 - مصطفى عبد القادر: دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2003 ، ص38 .

3- مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ- مبادئ السفر و السياحة - الأردن - 2001 - ص 82.

4- Pierre PY, *Le tourisme : un phénomène économique*. Ed Les Etudes de la Documentation Française .1996, page 5.

I-1-2 - تطور السياحة عبر العصور .

يمكن حصر التطور الزمني للسياحة في عدد من المراحل كالتالي :

مرحلة العصور القديمة :

تشمل هذه المرحلة حركة السكان وسفرهم منذ أقدم العصور وبدايات عصر النهضة في القارة الأوروبية، فحركة الجيوش والغزاة كانت لغايات عسكرية وسياسية واقتصادية، والسفر للأماكن المقدسة كان لأسباب دينية، أما الرحالة والمكتشفون فكانت أسفارهم لأهداف علمية واقتصادية، ولعل من أبسط أشكال السفر تنقلات البدو بحثاً عن الكلاً والماء، وكذلك الحال بالنسبة للحرفيين وأصحاب المهن والتجار الذين سعوا من خلال أسفارهم إلى تحقيق مكاسب اقتصادية.

وعموما لم تكن السياحة وحركة السفر في هذه المرحلة قد تبلورت كنشاط ومفهوم واضح محدد الأبعاد، ولكنها لم تقتصر على السفر من أجل التجارة أو الأغراض العسكرية فقط، فقد كان اليونانيون ومنذ ما يزيد عن 2000 سنة، يرحلون في جميع أنحاء البلاد إلى " أولمبيا " للاشتراك في الألعاب الأولمبية الخ وهذا ما نطلق عليه اليوم السياحة الرياضية، وكذلك سفر الرومان لزيارة الأهرامات.

كما أن الكتب تتحدث عن الكثير من الأسفار والرحلات الكثيرة والتي يمكن اعتبارها أوليات في السياحة، فهي من غير شك ليست السياحة بالمعنى المعروف حالياً، لأن لفظ السياحة لم يعرف إلا في القواميس والمعاجم الحديثة، أما أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت تركز على ما يلي ¹:

أ-تحقيق الفائدة:

وهي عبارة عن خلق علاقات متبادلة بين القبائل والدويلات المختلفة، وهذا التفاعل كان له تأثير عميق في مصير الأقاليم المتجاورة من حيث التجارة والحرب، بالإضافة إلى حافز الكسب الكبير للتجار إلى القيام برحلات بعيدة بحثاً عن السلع النادرة.

وقد أنشأ اليونانيون في العصور القديمة مستعمرات على شواطئ البحر الأبيض المتوسط وتعرف اليوم باسم " مرسلينا " ، حيث كانت تجارتهم بالتعامل مع الشعوب المتجاورة عكس الفينيقيين الذين يرحلون في كل الاتجاهات.

وثمة رحلات كانت تقوم بها قريش قبل الإسلام بقصد التجارة بين بلدهم وبلاد الشام كما ورد ذكرها في القرآن الكريم في سورة قريش ،والكتب الدينية غنية بمثل هذه الرحلات مثل رحلة سيدنا موسى وقصة خروجه من مصر بعد اضطهاد فرعون له .

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق : صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص 15.

ب- حب الاستطلاع :

إن هذا الدافع يحث الأفراد إلى القيام برحلات طويلة بغرض التعرف على عادات وتقاليد الشعوب الأخرى، وتعتبر روايات السياح الأوائل مثل: المؤرخ الإغريقي " هيرودوت " مثالا على ذلك، والتي تمثل أحيانا البرهان الوحيد المتوفر على قيام دويلات ومدن عظيمة، لأن طبيعة الإنسان هي حب المعرفة والفضول إلى معرفة عادات وتقاليد الشعوب الأخرى.

ج- الدافع الديني :

دفع هذا الشعور الناس إلى القيام برحلات بعيدة بغرض زيارة الأماكن المقدسة، حيث أن الصينيين من أتباع " بوذا " كانوا يقطعون آلاف الكيلومترات عبر المناطق الصحراوية لزيارة الآلهة، وبانتشار المسيحية في أرجاء الإمبراطورية الرومانية ظهرت حركة السفر الدينية إلى القدس وبيت لحم في فلسطين، وكذلك الحال عند ظهور الدين الإسلامي حيث أصبحت رحلات الحج لزيارة الديار المقدسة في مكة المكرمة والمدينة المنورة والقدس الشريف من أهم حركات السفر لأسباب دينية ولا يزال الأمر مستمرا إلى يوم الناس هذا.

كما عرف الرومانيون المزايا العلاجية لبعض عيون المياه المعدنية والكبريتية التي كانوا يقصدونها لأغراض العلاج، حيث كانوا يقومون برحلات من أجل الصحة وهو ما يعرف الآن بالسياحة العلاجية أو السياحة الصحية.

مرحلة العصور الوسطى :

كان اتجاه السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الحج، الرحلات، الدراسة...، ولقد انفرد العرب من الفترة ما بين القرن الثامن والقرن الرابع عشر في تطوير مبادئ السياحة، حيث وضعوا الأسس الأولى لمعظم فروع السياحة، وضمن الوقائع الثابتة أن معظم البلاد الإسلامية كانت أكثر بلدان آسيا وأوروبا تقدما، حيث كانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراء، فكانت التجارة فيها نشيطة والصناعات ناجحة، وكانت مركز حياة ثقافية وحضارية، حيث جذبت إليها العلماء والمتقنين من كل أنحاء العالم وبدأت حركة ازدهار في العلوم والفنون والآثار، وقد انطلق العرب في فلك تلك الحضارة تاركين ورائق سياحية فذة.

ومن أهم الرحالة العرب آنذاك، نجد " ابن بطوطة " وكتابه " تحفة الأنظار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار " ، الذي ضمنه رحلاته إلى آسيا وإفريقيا، وكذلك " أبو عبيدة البكري " وكتابه " المسالك والممالك " ، الذي وضع عن غرب إفريقيا، بالإضافة إلى " ابن جبير " الذي قام برحلة من بلاد الأندلس إلى المشرق العربي، وكذلك الروايات التي كتبت مثل: السند باد وألف ليلة وليلة، حيث لا تزال معظم هذه الكتب تصلح للاسترشاد السياحي في تلك المناطق.

أما بالنسبة للأوروبيين، فيمكن ذكر رحلة الإمبراطور الفرنسي " شارلمان " إلى بغداد في عصر الخليفة " هارون الرشيد " عام 797 هجرية، بعد ذلك قام الإيطالي " ماركو بولو " برحلة إلى الصين مروراً بالخليج العربي.

كما نشير إلى أن السياحة الدينية أخذت أبعاداً جديدة في العصور الوسطى، فكان عدد كبير من الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون بالرحلات الدينية إلى الأماكن المقدسة التي غالباً ما تبعد عن أوطانهم مسافات طويلة، والكثير منهم كتبوا أوصافاً لرحلاتهم الغنية بالمعلومات والبيانات القيمة في كتب الإرشاد السياحي.

وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي العلم، الذين كانوا يقومون برحلات لغرض العلم والدراسة والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى، وكانت تلك الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت مقتصرة على الطبقة الأرستقراطية لأن السفر يتطلب وقتاً وتفرغاً و أموال فائضة عن الحاجة¹.

مرحلة العصور الحديثة:

بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة، التي حدثت فيها تفرعات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار، ومن أهم هذه الاستكشافات نجد اكتشاف " كولومبس " لأمريكا في عام 1492، ثم رحلة البرتغالي " فاسكو دي كاما " الشهيرة إلى الهند، والذي اكتشف فيها رأس الرجاء الصالح في عام 1498، ثم تلتها رحلات " مجلان " البرتغالي في القرن السادس عشر حول العالم. حيث لم تعد السياحة في هذه المرحلة مجرد حركة تنقل وسفر بل أصبحت ظاهرة لها أبعادها الاقتصادية التي جعلت منها ظاهرة تستحق الاهتمام، خاصة أن التحولات الزراعية والحضارية والصناعية والثقافية التي شهدتها هذه المرحلة قد ساهمت بشكل رئيسي في بروز السياحة كمنشأ إنساني وقطاع اقتصادي له دوره الذي لا يقل أهمية عن بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى، ففي هذه المرحلة ظهرت أنواع متعددة ومختلفة من النشاطات السياحية التي ارتبط كل منها بأهداف معينة².

أما في نهاية القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، فقد عرف رجال الاقتصاد قيمة الرحلات والسفرات على المستوى الدولي وأثر هذه الرحلات على اقتصاديات الدول، وفي تلك الفترة قامت دول عديدة بجذب السياح إليها، إلا أنه يمكن أن نعتبر أن الحربين العالميتين الأولى والثانية كان لهما أثر كبير في تطور وتقدم السياحة، لأنه بعد الحرب العالمية الثانية بدأ تطوير الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية وكذلك وسائل النقل البحري والبري، لأن الاهتمام قبل ذلك كان منصبا على استعمالها في المجال الحربي فقط، حيث أصبح التنقل بين الدول والقارات أكثر سهولة، مما أدى إلى ازدياد وتطور حركة السياحة ورافقها في ذلك تطور الفنادق والبنية التحتية وإحلال السلام بين العالم وتبادل الخبرات والثقافات والتطور الاجتماعي، والاقتصادي، والثقافي والسياسي.

وقد برز الأثر الكبير على تطور وازدياد حركة السياحة العالمية كنتيجة لتطور الفكر الإنساني من حيث مستوى معيشة الفرد، وزيادة فترة الإجازات المدفوعة الأجر، وزيادة أوقات الفراغ، نتيجة التقدم الصناعي، وتوفير الوسائل المريحة، فقد ظهرت السياحة الجماهيرية.

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق: مرجع سابق، ص 16.

² - د. خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب: صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، ط 1، الأردن، 2000، ص 39.

ويلاحظ من خلال المراحل السابق ذكرها، أن التطور التاريخي للسياحة كظاهرة وكنشاًط، قد ارتبط بعدد من العوامل التي عاشتها أوروبا في بداية عصر النهضة، وكانت هذه العوامل بمثابة منعطفات أو نقاط تحول في مفهوم الظاهرة ومسارها.

فالثورات الزراعية والصناعية وما تبعها من تطورات وتحولات تكنولوجية، واقتصادية واجتماعية، ساهمت بشكل مباشر وغير مباشر في سرعة تطور وانتشار السياحة وحركة السفر، وذلك من خلال عوامل عديدة، أهمها¹:

- ✓ تزايد معدلات النمو السكاني وتحسن وارتفاع مستويات التعليم وتنامي الرغبة في الإطلاع والتعلم نتيجة لزيادة الوعي عند السكان بمختلف طبقاتهم وشرائحهم.
- ✓ تحسن مستويات المعيشة ونوعية الحياة في معظم دول العالم نتيجة لزيادة ارتفاع معدلات مداخيل الأفراد ونصيبهم من الناتج الوطني الإجمالي والتنمية الاقتصادية السريعة والكثيفة أدت إلى زيادة كبيرة في معدلات السفر لأغراض التجارة والأعمال.
- ✓ التحولات الاقتصادية والتقنية المتسارعة خاصة في مجال وسائل المواصلات والاتصالات بأنواعها المختلفة، وما ينجم عنها من تسارع في حركة التجارة والسفر على حد سواء.
- ✓ التقدم السريع والهائل في تنظيم وتسهيل إجراءات السفر والجمارك على الحدود بين الدول.

وجميع هذه العوامل عملت مجتمعة على تكثيف نشاطات السفر والسياحة بشكل أدى إلى بلورة مفاهيمها وأبعادها وزيادة الاهتمام بها.

2-I - السياحة: مفاهيم أساسية

2-I -1 - مفهوم السياحة :

السياحة مفهوم حديث، لم يتبلور بشكل واضح و محدد إلا في العصر الحديث، و بعد أن أصبحت حركة السفر إحدى ظواهر العصر الاقتصادية والاجتماعية.

أ- لفظ سياحة باللغات الأجنبية²:

لقد تزايد عدد الزوار الأجانب الوافدين لفرنسا في القرن السابع عشر و من مختلف الجنسيات و استدعى الأمر ضرورة تقديم كافة التسهيلات منها إصدار دليل في عام 1672 من قبل (سان موريس) بعنوان (الدليل الأمين للأجانب في الرحلة بفرنسا). و قد تضمن الدليل وصفا للطرق التي توصل إلى باريس و المدن الواقعة على هذا الطريق و كذلك وصفا لمدينة باريس و أماكن المتعة فيها، و أخيراً تحدث الدليل عن ما سماه بالرحلة القصيرة (petit tour) و الرحلة الطويلة (grand tour).

¹ - عثمان محمود غنيم ، م. بنيتا نبيل سع د : **التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل**، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط2 ، عمان،، الأردن، 2003، ص 36-37 .

² - مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ -مرجع سابق- ص 44.

فالرحلة الصغيرة كانت تشمل الجزء الجنوبي الغربي من فرنسا أما الرحلة الطويلة فتشمل بالإضافة إلى الجنوب الغربي الجنوب الشرقي و منطقة بوردون.

و في القرن الثامن عشر تطور استخدام مصطلح الرحلة الكبيرة (Grand tour) إلى (Faire le grand tour). ثم انتقل المصطلح إلى إنجلترا حيث استخدم للتعبير عن الرحلة التي كان يجب أن يقوم بها كل شاب انجليزي مهذب في أوربا لمواصلة تعليمه. ثم تطور المصطلح بتسمية الشباب الانجليز الذين كانوا يقومون بهذه الرحلة بالسياح touristes، ثم استخدم المصطلح نفسه في فرنسا للتعبير عن كل شخص كان يقوم برحلة ما لتحقيق متعة شخصية.

و استعارت لغات عديدة أخرى بدورها مصطلحي السائح touriste و السياحة tourisme من اللغة الفرنسية بمعناها الضيق المقصر على رحلة مجردة من أهداف مادية أي فقط بقصد المتعة، الراحة و الاستجمام... الخ.

ب- لفظ السياحة باللغة العربية:

في المفهوم اللغوي لفظ السياحة نجد أنه يعني التجوال، و عبارة "ساح في الأرض" تعني ذهب و سار على وجه الأرض. و جاء في موضع آخر أن لفظ السياحة في اللغة العربية يعني الضرب في الأرض و منها يسبح الماء، و سيحان الماء يعني جريانه. و قد ورد في القرآن الكريم ذكر لفظ ساح و بعض مشتقاتها في أكثر من موضع، ففي صورة التوبة ورد قوله تعالى: "براءة من الله و رسوله إلى الذين عاهدتم من المشركين، فسيحوا في الأرض أربعة أشهر و اعلموا أنكم غير معجزى الله و أن الله مخزي الكافرين". و كلمة فسيحوا معناها سيروا في الأرض أيها المشركون سير السائحين آمنين مدة أربعة أشهر لا يتعرض لكم خلالها أحد.

و في نفس السورة ورد "التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الأمرون بالمعروف و الناهون عن المنكر و الحافظون لحدود الله...". و السائحون تعني الصائمون استنادا لقول رسول الله "صلى الله عليه وسلم": "سياحة أمتي الصوم"، و يقول المفسرون هم المسافرون للجهاد أو لطلب العلم.

و في سورة التحريم ورد قوله تعالى: " عسى ربه إن طلقكن أن يبدله أزواجا خيرا منكن مسلمات مؤمنات قانتات تائبات عابدات سائحات...". و السائحات تعني الصائمات، و سمي الصائم سائحا لأنه يسبح في النهار بلا زاد، و قال بعض المفسرين أن معناها المهاجرات يضاف إلى ذلك أن من فرائض الإسلام حج البيت لمن استطاع إليه سبيلا، و هذا ما يدخل اليوم في باب السياحة الدينية.¹

و هكذا نرى أن اللفظات القريبة من لفظة السياحة عند العرب لم يكن يقصد بها السفر بهدف المتعة و الترويح عن النفس. و من ذلك نستنتج أن لفظة السياحة بمعناها الحالي دخلت إلى اللغة العربية مؤخرا مقتبسة من اللغات الأخرى.

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق - صناعة السياحة - مرجع سابق - ص 21 .

I-2-2 - تعريف السياحة :

عرف عدد كبير من الخبراء و الباحثين المهتمين بالسياحة هذا المصطلح كل بحسب الزاوية التي ينظر منها. فالبعض يتأثر بالسياحة كظاهرة اجتماعية و آخرون كظاهرة اقتصادية، و منهم من يركز على دورها في تنمية العلاقات الدولية أو كعامل من عوامل العلاقات الإنسانية أو الثقافية... الخ.

▪ يقول "جيرارد جيبيلاطو" Gérard Guibilato الخبير والكاتب المتخصص في السياحة "إن أول صعوبة لمن يربد دراسة السياحة هو تعريفها"¹

فالسياحة هي كلمة ذات مفهوم واسع جدا وترتبط بعدد كبير من الأنشطة كالسفر والإيواء والإطعام والترفيه والتنشيط وحب الاطلاع والانتفاع من العوامل الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للأماكن أو البلدان التي يزورها السائح .

إن تعدد مجالات السياحة وتنوع الأهداف المراد تحقيقها من خلال ممارستها أو تنظيمها يشكلان صعوبة في تحديد مفهوم دقيق وموحد للسياحة . وعليه سننتقل إلى تعريف مختلفة للسياحة وسنحاول في الأخير استنتاج النقاط المشتركة بينها والتي يمكن من خلالها إعطاء مفهوم شامل لهذه الظاهرة .

▪ تعريف معجم بيار لاروس " P . LAROUSSE " "السياحة هي عبارة عن عملية السفر من أجل الترفيه"² . يفهم من هذا التعريف أن السياحة تتمثل في كل الإجراءات المتعلقة بتنظيم وتنفيذ عملية السفر التي تكون غايته الترفيه عن النفس .

في الواقع ، يعتبر هذا التعريف كلاسيكيا وعاما جدا لأنه لا يأخذ بالمفاهيم الحديثة للسياحة حيث لم يصبح هدفها يتمثل في الترفيه فقط كما سنرى ذلك لاحقا .

▪ تعريف الأستاذين السويسريين هونزيكير و كرافت (Hunziker et Kraft) يعرف هذان الخبيران السياحة على أنها "مجموع العلاقات والطواهر الناجمة عن سفر وإقامة الأفراد بحيث لا يشكل مكان مكوثهم إقامة رئيسية و دائمة أو مقرا اعتياديا للعمل"³

من خلال هذا التعريف ، نستنتج أن مفهوم السياحة يركز على ثلاثة معايير، يتمثل المعيار الأول في التنقل من مكان الإقامة المعهود ، أي القيام بسفر إلى مكان أو مقصد جديد. أما المعيار الثاني فيتعلق بمكان المكوث أو الإقامة إذ لا يجب أن يشكل أو يتحول إلى إقامة رئيسية أو دائمة . بينما نجد المعيار الثالث يتمثل في الدافع أو الغاية من السفر أو التنقل الذي يجب أن لا يتم من أجل ممارسة عمل بمقابل .

¹ Gérard Guibilato .*Economie Touristique* , Ed . Delta et Spes,1983,page10.

² P . LAROUSSE . *Le Petit Larousse* , Ed .Librairie Larousse ,1980.

³ - Ahmed Tessa . *Economie Touristique et Aménagement du territoire* , Ed, OPU ,1993 ,page 21.

■ تعريف حسين كفاي :

تعرف السياحة من طرف هذا الأستاذ والباحث في الاقتصاد السياحي على أنها " حركة يؤديها الفرد أو مجموعة من الأفراد بغرض الانتقال من مكان إلى آخر، لأسباب اجتماعية أو للترفيه أو لقضاء الإجازات ، أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات ، أو للعلاج والاستشفاء، وليس بغرض العمل والإقامة الدائمة ولا تدخل في السياحة الهجرة من بلد لآخر أو حتى للعمل المؤقت ، وكذا أعضاء السلك الدبلوماسي " ¹

■ تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة :

تعتبر الأكاديمية الدولية للسياحة أن « السياحة هي تعبير يطلق على رحلات الترفيه ، أو هي مجموع الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات ، وهي صناعة تتعاون على سد حاجيات السائح » ²

نلاحظ من خلال هذا التعريف أن الأكاديمية الدولية للسياحة ولو أنها ربطت السياحة بالرحلات والترفيه إلا أنها أعطت لها بعدا اقتصاديا واضحا إذ تعتبرها كصناعة تهدف إلى سد حاجات السائح .

■ تعريف المنظمة العالمية للسياحة OMT.

تعني السياحة بالنسبة للمنظمة العالمية للسياحة الأنشطة التي يقوم بها الأفراد خلال أسفارهم وإقامتهم في أماكن موجودة خارج محيطهم الاعتيادي لمدة متتالية لا تتعدى سنة بغرض الترفيه أو الأعمال أو لأي سبب آخر ³ .

ينطبق هذا التعريف الشامل سواء على السياحة الداخلية (المحلية) أم الخارجية (الدولية) ، وقد تم اعتماده من طرف هذه المنظمة كمفهوم عام للسياحة تستخدمه في منشوراتها وفي معاملاتها الرسمية مع كل بلدان العالم .

بعد انعقاد مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة والتنمية المعروف « بقمة الأرض » في ريو دي جانيرو (البرازيل) ، سنة 1992 ، الذي سمح بتبلور مفهوم التنمية المستدامة التي يقصد بها تلك السياسة الهادفة إلى تلبية الاحتياجات الحالية للأفراد دون رهن مستقبل الأجيال القادمة ، طورت المنظمة العالمية للسياحة مفهومها للسياحة قصد التكفل بالشروط والقواعد التي تملئها السياسة الجيدة للتنمية المستدامة والتي تبنتها الكثير من الدول وأصبحت تشكل إحدى مرجعياتها الأساسية في رسم خططها التنموية الوطنية .

2- حسين كفاي ، رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1991 ، ص 12 .

² - سهيل الحمدان ، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية و الفندقية ، دار الرضا للنشر ، سوريا ، 2001 ، ص 57 .

³ - Pierre PY, *Le tourisme : un phénomène économique* . Op cite .page 14.

انطلاقاً من هذا التوجه ، أعدت هذه الهيئة الدولية تعريفاً للسياحة المستدامة يتضمن ما يلي «التنمية المستدامة للسياحة هي التي تلبي احتياجات السياح والمواقع المضييفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل ، إنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسا نل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة »¹.

■ يعرفها كل من صبحي عبد الحكيم و حمدي الديب في كتابهما جغرافية السياحة 1995: أنها خليط من الظواهر و العلاقات التي تتبع من حركة الأفراد و إقامتهم في أماكن مختلفة و من ثم يتمثل فيها عنصر الحركة -الرحلة- و الثبات -الإقامة- ، و أن ذلك يتم في منطقة للجذب ينتج عنها أنشطة تختلف عن تلك التي تمارس في مناطق الإرسال خاصة و أن الحركة المؤقتة إلى مناطق لا ترتبط بعمل مدفوع الأجر.²

■ و يعرفها الأستاذ هشام البيض من المغرب على أنها مجموعة خدمات مترابطة في إطار تقسيم العمل مشكلة ما يعرف ب " package " و المتمثل بالاستهلاك السياحي (الإقامة، النقل، الإطعام، نشاطات الدليل السياحي،.. الخ)، أين يمكن أن نضيف النشاطات الحرفية.

من خلال كل هذه التعاريف يمكن تحديد السمات الأساسية التي يجب أن تتوفر في الظاهرة السياحية في النقاط التالية :

- تتمثل ظاهرة السياحة في هجرة الأفراد سواء على المستوى الوطني أو على المستوى الدولي لدوافع (خارجة عن البحث عن العمل أو البحث عن سكن للإقامة).
- السياحة كنشاط هي عبارة عن مزيج مركب و معقد يتكون من العديد من الظواهر و العلاقات الاقتصادية منها و الاجتماعية و الثقافية و الحضارية و الإعلامية... الخ.
- هي نشاط يتولد من حركة الأفراد إلى مناطق غير موطن إقامتهم الدائمة، و هي بذلك تحتوي على عنصر حركي أو ديناميكي هو الرحلة و آخر ثابت و هو الإقامة المؤقتة.
- الأنشطة التي يمارسها السائح في أماكن القصد السياحية تختلف عن الأنشطة التي يمارسها في موطن إقامته الأصلية.
- الإقامة وقتية و الحد الأدنى لها أربع و عشرون ساعة و الحد الأعلى سنة. أما الأنشطة التي تترتب عن إقامة الأفراد لفترة تقل عن أربع و عشرين ساعة لا يعد نشاطاً سياحياً.
- السياحة كنشاط مرتبط بعنصر مهم هو عنصر وقت الفراغ و الإجازات و في حالة عدم توفر هذا العنصر لا تتحقق الرحلة السياحية.
- السياحة تعني استغلال أوقات الفراغ و الإجازات بأنشطة و فعاليات تبعث البهجة و المتعة و السرور في نفسية الإنسان.

¹ -صلاح الدين خربوطلي ، السياحة المستدامة ، دليل الأجهزة المحلية ، الطبعة الأولى ، دار الرضا للنشر ، دمشق ، 2004 ، ص 23 .

² - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة - مصر - 2002 - ص 22.

- لا يكون القصد من السفر أو الانتقال المؤقت هو الحصول على العمل.
- يجب أن تكون عملية انتقال السياح بطريق مشروع و يستثنى من كان بخلاف ذلك.

و أخيراً، يجب أن تكون أماكن القصد السياحية ليست موطن إقامة السائح نفسه، بغض النظر عن كونها بعيدة أو قريبة، داخل الحدود الإقليمية أو خارجها و بناء على ذلك فإن حركة السياح داخل حدود القطر تعتبر سياحة داخلية أو محلية، و خارج حدود القطر تعتبر سياحة خارجية¹. علماً أن أغلبية السياح في العالم ينتقلون داخل الإقليم الوطني و عددهم يفوق عدد السياح العابرين للحدود.

و نجد في التعاريف الرسمية (أي التعاريف الخاصة بالمؤسسات و المنظمات العالمية) للسياحة تحت اسم "السائح" عدة أشخاص لهم دوافع للتنقل خاصة بهم غير تلك الخاصة بالسائح كسياحة المؤتمرات و زيارة الأماكن المقدسة،... الخ، رغم أن هذا النوع من السياحة لا يقوم على عناصر السياحة الأولية كالمتعة و الاستجمام .

I-2-3 - مفهوم السائح .

بما أنه لا يوجد سياحة من دون سياح و لا أماكن سياحية من دون عدد منطقي من السياح فلا بد من معرفة خصائص و ميزات السائح.

إن حركات التنقل لا تقتصر على فئة معينة، بل إن غالبية البشر يمارسون التنقل سواء داخل القطر أو خارجه، فمنهم من ينتقل في سبيل الحصول على عمل، و منهم من يهاجر و آخرون هدفهم التمتع بمشاهدة مباريات رياضية أو لزيارة الأقارب و الأصدقاء أو للترويج عن النفس، أو لأغراض سياسية أو دبلوماسية، و منهم من يكونون ضمن تحركات القطاعات العسكرية... وهكذا تتعدد الفئات البشرية التي تنتقل من مكان لآخر، و لكن ما هي صفات السائح التي تجعله يتميز عن المسافرين و المنتقلين الآخرين؟

أ- أهمية تعريف السائح:

إن لتعريف السائح و تحديد معالمه أهمية كبيرة تتجسد بالنقاط التالية:

- من الناحية الإحصائية، لا يمكن عمل إحصائيات و جمع بيانات عن أعداد السياح و أصنافهم و قابلتهم على الصرف و فترة بقائهم، إلا بعد أن يكون للإحصائي خلفية كاملة عن مفهوم السائح و شروطه لكي يميزه عن بقية الفئات المنتقلة الأخرى. و بالتالي التوصل إلى أرقام دقيقة في هذا المجال.

- من الناحية الاقتصادية، فإن كل إنفاق داخل البلد أو المنطقة السياحية المضيفة من قبل السياح يعتبر إنفاقاً سياحياً، مهما كانت صورته سواء أكان إنفاقاً على الإقامة، أم على الطعام، أم على وسائل الانتقال، أم على المشتريات... الخ. و على هذا الأساس لا يمكن الوصول إلى حجم الإنفاق السياحي إلا بعد أن يكون للاقتصادي إدراك كامل لمفهوم السائح.

¹ - محمد منير حجاب-- الإعلام السياحي- مرجع سابق - صفحة 49.

- من الناحية الإدارية و التنظيمية لابد من تحديد فئة السياح و معرفة الأماكن و المنشآت التي تستضيفهم و تقدم الخدمات لهم لكي تشكل هذه المنشآت بمجموعها الحكومية منها و الخاصة، القطاع السياحي.

إن السائح يمثل النواة الأساسية للنشاط السياحي، كما انه الركيزة الأساسية لأية استراتيجية تسويقية في الميدان السياحي.

و قد عرف أوجيلفي *OGILVIE (1938)* السائح على انه الشخص الذي يفى بالشروط التالية: ¹

1. أن يكون مكوث الشخص أو إقامته بموطنه غير الأصلي لفترة مؤقتة.
 2. أن يكون مصدر المال المصروف في المنطقة أو البلد المزار هو البلد الأصلي أو المنطقة الأصلية للشخص و ليس المنطقة أو البلد المستهدف من طرف السائح.
- و سعياً لتوحيد و توافق الإحصائيات العالمية للسياح فقد عرفه الإتحاد الدولي لمنظمات السفر على انه الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته لمدة 24 ساعة أو تزيد .
- و يستثني هذا التعريف :

- ✓ الأشخاص المسافرين من اجل الإقامة.
- ✓ الأشخاص القاطنين بالمناطق الحدودية و الأشخاص المقيمين ببلد مجاور يشتغلون به.
- ✓ الطلبة و التلاميذ المقيمين من اجل الدراسة.
- ✓ الأشخاص العابرين لبلد من غير التوقف فيه.
- ✓ أعضاء الهيئات الدبلوماسية.
- ✓ أفراد القوات المسلحة الأجنبية.
- ✓ الخبراء أو الموظفين العاملين في بلد غير بلدهم الأصلي و المرتبطين بعقود عمل مؤقتة.
- ✓ طالبي اللجوء السياسي و الراغبين في الحصول على إقامة دائمة.

¹ - بودي عبد القادر : أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر" السياحة بالجنوب الغربي"، أطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر ، 2006 ، ص 46-47 .

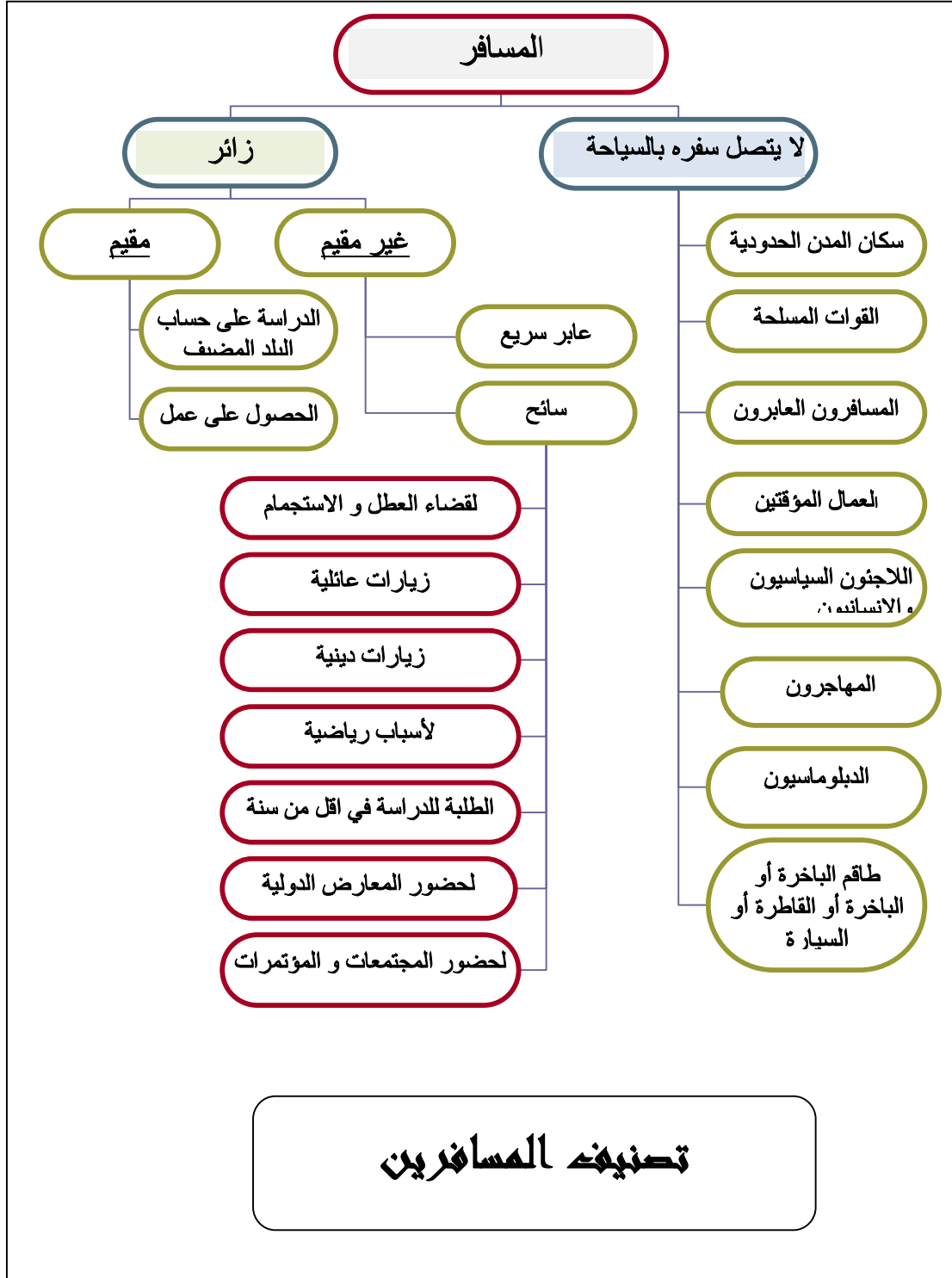
قامت هيئة الأمم المتحدة بمناقشة تعريف السائح في المؤتمر السياحي الدولي المنعقد في روما للفترة من 19 أوت إلى 9 سبتمبر 1963، و انتهى الأمر إلى أن السياح هم زوار مؤقتون يمكنهم أن يبقوا أربعين ساعة على الأقل بغرض قضاء وقت الفراغ في الترويح عن النفس أو زيارة الأسرة أو المهام و المقابلات.

أما السائح الداخلي فهو أي شخص يقيم في دولة ما أيا كانت جنسيته يغادر محل إقامته المعتاد لمدة لا تقل عن 24 ساعة أو ليلة و لا تزيد عن 364 يوما و بحيث يقطع مسافة لا تقل عن 52 ميلا و تصل إلى مائة ميل و على ألا يكون انتقاله لممارسة نشاط يؤجر عليه بل لقضاء وقت الفراغ في ترفيهه، أو علاج، أو دراسة، أو دوافع دينية، أو ثقافية، أو رياضية، أو مؤتمرات أو أسباب عائلية¹.

حسب المنظمة العالمية للسياحة، السائح هو كل شخص ينتقل من مكان إقامته إلى مكان آخر و يمضي على الأقل ليلة واحدة لنشاط خارج العمل في البلد المزار. و يختلف نوع الزائر حسب دوافع الرحلة :

المتعة ، أو زيارة الأهل و الأصدقاء، أو السفر للأعمال، أو التبرعات و المؤتمرات ، أو زيارة الأماكن المقدسة، أو العلاج، أو التظاهرات الثقافية و الرياضية و المعارض.

¹ - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 23.



المصدر: مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ- مبادئ السفر و السياحة - الأردن - 2001 - صفحة 58.

الشكل رقم : 01 تصنيف المسافرين.

I -3- مصطلحات سياحية :

إذا كان المختصون قد اتفقوا على مفهوم السياحة أو تقاربوا في معانيها، فإنهم قد اختلفوا حول المفاهيم و المصطلحات ذات الصلة بهذا النشاط :

* التنمية السياحية:

تتمثل في توفير التسهيلات و الخدمات لإشباع حاجات و رغبات السياح، و تشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل إيجاد فرص عمل جديدة و مداخل جديدة.¹

* الجذب السياحي:

و يشمل جميع المقومات و المعطيات الطبيعية و الحضارية و التاريخية و الثقافية و الفنية لبلد الزيارة السياحية، و كذلك خدمات البنية التحتية و هياكلها ، و خدمات البنية السياحية الأساسية في ذلك البلد. و عناصر الجذب السياحي ككل تشكل العرض السياحي.

* الانطباع السياحي:

و هو الانطباع الذهني الحاصل بفعل تأثير السائح بالموقع السياحي و مظهره و عناصره المختلفة من معلومات و تخيلات ذهنية و مؤثرات فكرية و نفسية و جدانية و غيرها، و التي ينظر من خلالها الزائر للموقع و تقييمه له، مما يستدعي أن تكون هذه الصورة أصلية و صادقة و واقعية لتحوز الرضى و القبول لدى السائح و هو غاية ما يطمح إليه القائمون على التنظيم السياحي...

* المنتج السياحي:

و يقصد به المعطيات الطبيعية من تربة و مناخ و غطاء نباتي و ثروة حيوانية... و تشكيلات جيولوجية و خصائص الموقع الجغرافي، و مناخ و طقس و موارد مائية في أشكالها المتعددة... الخ، و كذلك العوامل الحضارية و الثقافية من لغة، عقلية، ذهنية، ضيافة، ثقافة، عادات و تقاليد، و غيرها. و كل ذلك مرتبط بالبنية التحتية و الخدمات السياحية الأساسية كالفنادق.

و تشمل البنية التحتية جميع الاحتياجات و المطالب الضرورية العادية و الكمالية التي يحتاجها السائح كشبكة المواصلات و وسائل الاتصال و الطرق و المياه و الكهرباء و الفنادق و أماكن الإيواء و التأهيل و الاستراحات و المرافق الفنية من مسارح و دور العرض و ما إلى ذلك.²

* وقت الفراغ .

يعرف على أنه الوقت المتبقي بعد تأدية العمل و النوم، و بمعنى أدق هو كل ما يتبقى للفرد من وقت بعد وقت العمل و النوم و قضاء الحاجات الأساسية الأخرى.³

¹ - عثمان محمد غنيم و بنيتا نبيل سعد - التخطيط السياحي - مرجع سابق - ص 53.

² - فريدة بلفراق - الإجراءات القانونية لحماية الآثار في الجزائر - مجلة علمية نصف سنوية - دراسات في العلوم الإنسانية و الاجتماعية - العدد 5 بعنوان " دور الآثار في ترقية السياحة الثقافية " - جامعة الجزائر - منشورات كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية - سنة 2003-2004.

³ - عثمان محمد غنيم و بنيتا نبيل سعد - التخطيط السياحي - مرجع سابق - ص 24.

* الاستجمام .

يشمل جميع النشاطات التي يمارسها الشخص أثناء وقت الفراغ باستثناء العمل الإضافي¹.

* الزائر .

تعرفه منظمة السياحة العالمية على أنه الشخص الذي يزور دولة غير التي يقيم فيها بشكل دائم لأي سبب من الأسباب غير الحصول على وظيفة أو عمل بأجر في الدولة التي يزورها.

* المتنزه .

هو زائر مؤقت يمكث أقل من 24 ساعة في البلد المضيف و لا يدخل في هذا التعريف المسافر أو العابر².

II - سلوك السائح .

تبتدئ المنظمات بالمستهلك و تنتهي إليه ، فهي دائما تسعى لدراسة سلوكه و فهم تصرفاته محاولة بذلك إشباع حاجياته و تلبية رغباته و تحقيق مبرر وجودها .

II - 1 - مفهوم سلوك المستهلك .

قبل التطرق إلى مفهوم سلوك المستهلك لا بد من الإشارة إلى مفهوم كل من السلوك و المستهلك .

السلوك هو " جميع الأفعال و التصرفات المباشرة و غير المباشرة التي يأتيها و يقوم بها الأفراد من أجل التكيف مع متطلبات البيئة و الحياة المحيطة بهم " ³.

فالسلوك حسب هذا التعريف هو محصلة تفاعل مجموعة عوامل بيئية و شخصية خارجية وداخلية تؤثر في الفرد و تتأثر به خلال فترة زمنية معينة .

و المستهلك هو " الهدف الذي يسعى إليه منتج السلعة أو مقدم الخدمة و الذي تستقر عنده السلعة أو يتلقى الخدمة ، أي هو محط أنظار من يعمل في مجال التسويق " ⁴.

فقد يكون المستهلك شخصا طبيعيا أو معنويا يقوم بشراء المنتجات إما لاستهلاكه الشخصي أو لاستعمال أفراد أسرته (المستهلك الأخير)، و إما لإنتاج سلعا و خدمات أخرى ، أو الاستعانة بها في أداء عمله (المستعمل الصناعي، المشتري الصناعي).

¹ - عثمان محمد غنيم و بنيتا نبيل سعد - التخطيط السياحي - مرجع سابق - ص24.

² - عثمان محمد غنيم و بنيتا نبيل سعد - التخطيط السياحي - مرجع سابق - ص26.

³ - محمد صالح المؤذن : *سلوك المستهلك* ، دار الثقافة ل ن و ت ، الأردن ، 1997 ، ص 24.

⁴ - أيمن علي عمر : *قراءة في سلوك المستهلك* ، الدار الجامعية ، مصر ، 2006 ، ص 15.

أما سلوك المستهلك* فهو جانب من جوانب السلوك الإنساني، فهو عبارة عن "مجموعة من التصرفات التي تتضمن الشراء و استخدام السلع و الخدمات بما في ذلك عملية اتخاذ القرارات التي تسبق و تحدد هذه التصرفات".¹

كما يعرف على أنه " ذلك السلوك الذي ينتج عن المستهلك نتيجة تعرضه إلى منبه داخلي أو خارجي في البحث و الشراء و استخدام المنتجات التي يتوقع أنها ستشبع حاجاته و تلبى رغباته حسب الإمكانيات الشرائية المتاحة"²

من خلال التعريفين السابقين ، نجد أن سلوك المستهلك يرتبط بالتصرفات التي يقوم بها الفرد من قرارات شرائية و استهلاكية و توزيع أو إنفاق موارده المتاحة (الوقت، الجهد، المال) للحصول على منتج معين يشبع حاجاته و رغباته، إلا أنهما لا يبينان صراحة ما إذا كان سلوك المستهلك يشمل و يمتد لمعرفة شعور المستهلك إلى ما بعد الشراء أو الاستهلاك .

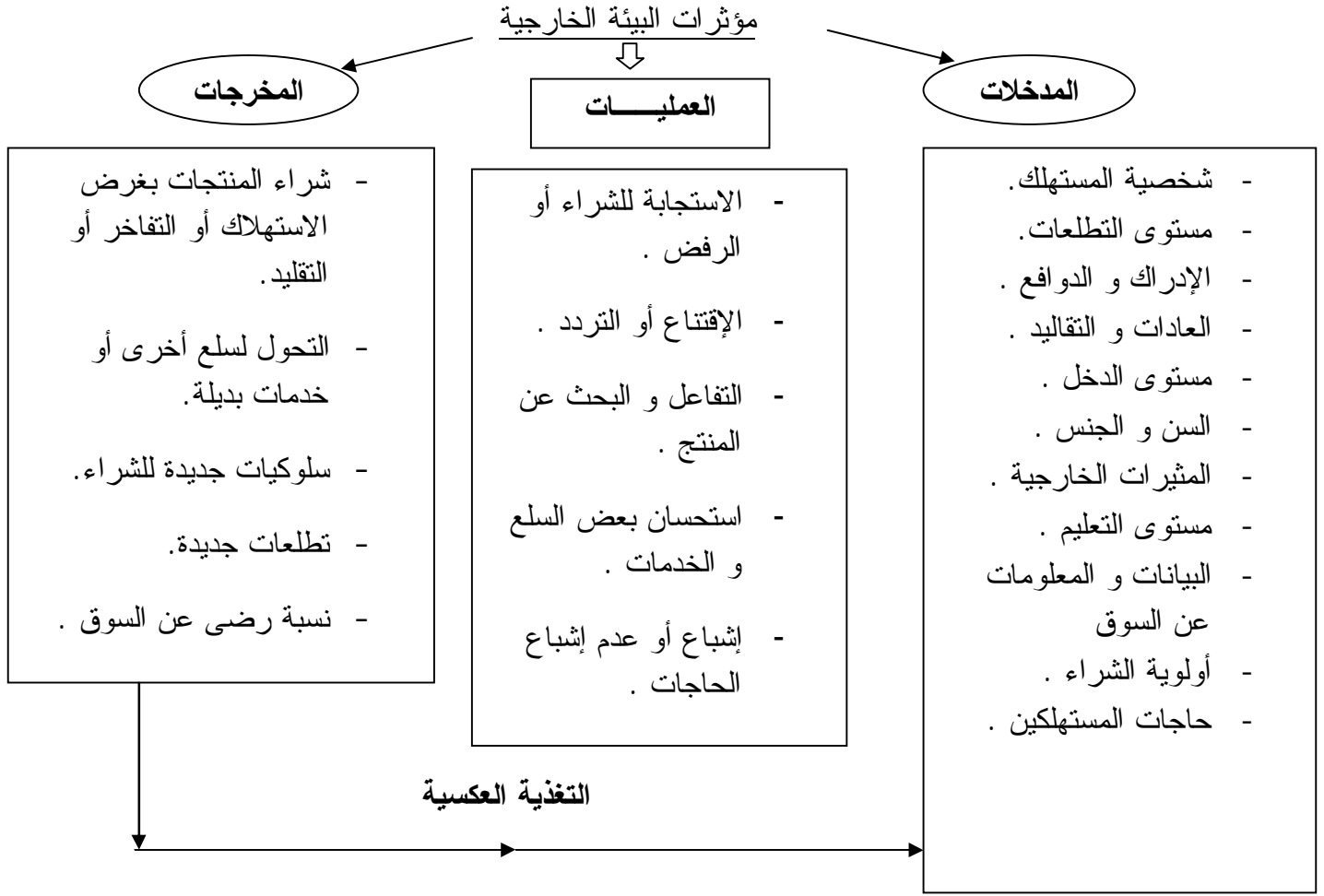
و التعريف الذي يعتبر "سلوك المستهلك كنظام تتفاعل فيه مجموعة من العوامل و الأنظمة الفرعية إضافة إلى تفاعلها مع البيئة المحيطة بالشكل الذي يؤدي إلى إصدار سلوك معين و من ثم رد الفعل ما بعد السلوك"³ هو الأكثر وضوحا و شمولاً مقارنة بالتعاريف السابقة حسب ما نرى ، و الشكل التالي يوضح سلوك المستهلك كنظام :

¹ - عبد الحميد طلعت أحمد: **التسويق الفعال (كيف تواجه تحديات القرن 21)**، مكتبات مؤسسة الأهرام ، مصر ، 2002، ص 95.

² - محمد إبراهيم عبيدات : **سلوك المستهلك** ، دار المستقبل ل ن و ت ، الأردن ، 1995، ص 04.

³ - محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف : **سلوك المستهلك** ، دار المناهج ل ن و ت ، الأردن ، 2001 ، ص 127 .

(*) لفظ المستهلك المستخدم في هذا الفصل نعني به المستهلك الأخير فقط .



المصدر : أيمن علي عمر: *قراءة في سلوك المستهلك* ، ص15.

الشكل رقم : 02 سلوك المستهلك كنظام .

و عليه قد يختلف سلوك السائح باختلاف خصائصه و أنواعه . كما يلي ¹:

من حيث التعامل : ينظر إلى سلوك السائح من حيث التعامل من زاويتين هما:
 - سائح يتعامل فعلا مع الخدمات السياحية يجب المحافظة عليه و زيادة ولائه للمنظمة السياحية
 - سائح متردد محتمل التعامل مستقبلا ، و هو الذي يجب اكتشاف رغباته السياحية الحقيقية ودوافعه مراعين في ذلك القدرات المالية المتاحة لديه ، لكسب ولائه .

¹ - تريتات محمد: تسويق الخدمات السياحية و أثرها على التنمية المحلية في ظل الإصلاحات الاقتصادية ، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006، ص ، 46-47 .

من حيث الحياة الاجتماعية : تختلف و تتنوع تصرفات و أفعال الفرد السياحية حسب تنوع واختلاف الحالة الاجتماعية التي يعيشها، إذ يمكن ملاحظة أن السلوك السياحي للعرب يختلف تماما عن السلوك السياحي للغرب .

من حيث التعلم : يلعب المستوى التعليمي دورا مهما في توجيه سلوك السائح من حيث الاستعداد والمكانة الاجتماعية ، فانطباعات الأفراد ذوي المستوى المحدود ليست هي انطباعات ذوي المستوى العالي ، لذا يجب معرفة التأثيرات الضرورية لكل حسب مستواه من أجل إقناعه بأهمية التعامل مع البرامج السياحية المقدمة .

من حيث الجنس : إن المتغيرات العالمية المفروضة اليوم ألغت تدريجيا إن لم نقل كليا الفروقات في تصرفات الذكور و الإناث إذ أصبح نوع الجنس لا يعول عليه كثيرا في تسويق البرامج السياحية وخاصة بعد دخول المرأة عالم الشغل و الأعمال .

من حيث محور الاهتمام : يختلف سلوك السائح في الرغبات و مجالات الاهتمام لذا يجب على المنظمة الخدماتية السياحية إعداد برامج تغطي الاهتمامات الرئيسية للسياح مثل :
- التسعير (التكلفة) الذي يؤثر على إمكانيات السائح المادية و اختياراته .

- الترويج عن طريق مخاطبة المستهلكين الحاليين و المحتملين لجذبهم و كسب ولائهم .
من حيث المرحلة العمرية : تختلف اهتمامات و تطلعات السائح من عمر لآخر ، فاهتمام الشباب (التنقل ، اللهو و الترفيه ، أماكن مكتظة) . ليس هو اهتمام الكهول و الشيوخ (الترفيه ، النظافة و العلاج ، العزلة و الهدوء.....الخ .

من حيث الدخل : يتعامل السائح مع المنظمات السياحية بناء على ما يمتلكه من دخل إذ في أغلب الأحيان يعزف السائح عن التعامل مع هذه المنظمات ، و هذا مرده إلى غلاء أسعار الخدمات السياحية ، فعملية تنويع السعر (سعر منخفض لذوي الدخل المحدودة ، سعر مرتفع لذوي الدخل المرتفعة) تعد جد مهمة للمنظمة (جلب مختلف فئات المجتمع) و للسائح على حد سواء.

II-2 - مراحل قرار شراء السائح لمنتج سياحي.

يمر السائح عند اتخاذ قرار التعامل مع منتجات سياحية بعدة مراحل أساسية ، يجب أن يكون رجل التسويق على معرفة كاملة بها و هذه المراحل هي كالآتي:

التوازن : يمكن التعبير عن هذه الحالة بالمعادلة الآتية :

الكم من المنافع التي سيحصل عليها السائح \leq الكم من التكاليف و الجهد و الوقت الذي سيتحمله هذا السائح .

كما يمكن لسلوك السائح أن يتغير بتغير أحد أطراف المعادلة السابقة الذكر، و هذا نتيجة الحملات الإشهارية و الدعاية و كذا الترويج ، أي نتيجة تعرضه لعناصر الجذب السياحي.

حالة التوتر أو عدم التوازن : و ينتج عدم التوازن من خلال إدخال مؤثر جديد كالإعلان ، إذ تعبر هذه الحالة عن فعالية هذا الأخير من خلال تنبيه حواس السائح لأهمية القيام بالعملية السياحية بشكل عام ، حيث لن يهدأ هذا التوتر إلا من خلال قيامه بالرحلة المروج لها.

حالة الإدراك : عملية الإدراك هي موقف داخلي ، متصل بالبنفس البشرية و هي في الوقت ذاته مرحلة توجيه العقل نحو التعاقد مع البرنامج السياحي ، كما تعبر عن المرحلة التي يتم فيها إدراك السائح لأهمية القيام بالتعامل مع مزيج الخدمات السياحية الذي يشبع رغباته و احتياجاته و يزيل لديه حالة التوتر و القلق .

البحث عن المعلومات : و يتم الحصول عليها عادة من المعارف ، كالأصدقاء الذين سبق لهم أن تعاملوا مع هذه البرامج السياحية المعروضة ، و تتمثل في الانطباعات حول الخدمات السياحية المقدمة حتى يتمكن السائح من التعرف على مزاياها و تكاليفها لتقييم البرنامج السياحي المعروض عليه .

المعرفة : هي المرحلة التي تكتمل فيها لدى السائح كل المعلومات و البيانات و الانطباعات التي يرغب في الحصول عليها حول البرنامج السياحي. أي الدراية التامة حول كل ما يتعلق بجوانب هذا البرنامج السياحي.

التقييم : بعد جمع المعلومات و التعرف و الإلمام بكل جوانب البرنامج السياحي يقوم السائح بعملية التقييم و التي تتم عن طريق تقييم المنافع التي سيحصل عليها من خلال استفادته من الخدمات السياحية و مقارنتها مع التكاليف و الجهد و الوقت الذي سيتحمله .

التفضيل : و هي المرحلة الحاسمة لدى السائح أين يقوم بالمفاضلة بين البرامج السياحية المعروضة عليه و اختيار البرنامج السياحي الذي يحقق له أكبر المنافع بأقل التكاليف و الجهود و الوقت و ذلك وفقا سلم الأولويات .

القرار : و هي المرحلة التي يتخذ فيها السائح قراره النهائي حول برنامج سياحي معين و يكون ذلك إما بالرضا و التواصل أو عدم الرضا و الانقطاع .

التوازن وخلق رغبة جديدة : بإمكان السياحة أن تخلق رغبة جديدة لدى السائح عند بلوغه مرحلة التوازن ، لكون الإنسان متعدد و متجدد الرغبات و يسعى دائما لاكتساب و تجريب الجديد.

و على هذا الأساس يمكن القول أن العملية السياحية متواصلة و متلاحقة ، و ذات طبيعة متجددة ، و كذلك عملية اتخاذ القرار لدى السائح هي عبارة عن حلقة لها طابع التجديد و التجدد.

II - 3 - العوامل المؤثرة على سلوك السائح .

باعتبار أن الفرد اجتماعي بطبعه فهو يؤثر و يتأثر بالمجتمع الذي يعيش فيه ، و لذا يمكن القول أن هناك العديد من العوامل المؤثرة على سلوك السائح بصورة مباشرة أو غير مباشرة و بالتالي التأثير على قراراته الشرائية ، و على هذا الأساس سنحاول التركيز على ثلاثة جوانب محددة لقراراته الشرائية و هي: الجانب النفسي، الجانب البيئي ، و الجانب التسويقي .

أ : تأثير الجانب النفسي (الشخصي) على سلوك السائح :
يختلف الجانب النفسي أو الشخصي من شخص لآخر، فهو عبارة عن عناصر تتعلق بالفرد ذاته، و تتمثل هذه العناصر في :

الدوافع : يمكن تعريف الدوافع بأنها " القوة المحركة الداخلية أو الطاقة الكامنة في الأفراد و التي تدفعهم للسلوك باتجاه معين من أجل تحقيق هدف معين " ¹.

من التعريف السابق يمكن القول أن الدوافع ليست منشأة للسلوك و لكنها توجهه و تحدد قوته . كما أن الدوافع لا يمكن ملاحظتها مباشرة ، و إنما يمكن الاستدلال على وجودها بملاحظة السلوك الظاهر للفرد .

و هنا تجدر بنا الإشارة أو التفرقة بين الدافع ، الدافعية و الحاجة كما يلي: ²

- * الدافع : يشير إلى محتوى و نوع مكونات الحالة الدافعية للفرد .
- * الدافعية : و هي درجة الحماس لدى الفرد و التي توجه سلوكه في اتجاه معين و غالبا ما يكون حافزا معين يحصل عليه . لكي يشبع حاجة لديه .
- * الحاجة: و هي عبارة عن شعور بالنقص و العوز بالنسبة لشيء معين و هو يؤدي إلى توتر و عدم توازن داخلي حتى يتم إشباع هذه الحاجة .

و تنقسم الدوافع إلى أنواع نذكر أهمها: ³

- دوافع أولية : هي القوى التي تحرك الفرد باتجاه إشباع الحاجات الفيزيولوجية (الأساسية) .
- دوافع ثانوية : هي القوى التي تحرك الفرد باتجاه إشباع حاجات تحقيق الأمان ، الحاجات الاجتماعية ، الحاجة إلى الاحترام و تحقيق الذات .
- دوافع عقلية : و هي قوى مرتبطة بالتدبير و التفكير قبل اتخاذ قرار شرائي .
- دوافع عاطفية : و هي القوى التي تدفع الأفراد إلى شراء المنتجات من أجل التفاخر و التمييز و تحقيق الطموح .
- دوافع رشيدة : هي القوى التي تدفع الفرد إلى شراء المنتجات بشكل عقلاني و مدروس و القيام بالمفاضلة بين البدائل على أساس موضوعي يحقق له الرضا و الإشباع المطلوب .
- دوافع المتعة : هي القوى التي تدفع الفرد إلى الرغبة في التمتع و الاستمتاع بالحياة (السياحة و السفر..... الخ .
- دوافع لتكريس الذات : هي القوى التي تدفع الفرد للرغبة في عمل الخير .
- دوافع للتعبير عن الذات : هي القوى التي تدفع الفرد للرغبة في توضيح الأفكار .

¹ - محمد إبراهيم عبيدات : سلوك المستهلك (مدخل إستراتيجي)، دار المناهج ل ن و ت ، ط 1 ، الأردن، 2006 ، ص 80 .

² - أيمن علي عمر: قراءة في سلوك المستهلك ، الدار الجامعية ، مصر، 2006، ص 178 .

³ - عنابي بن عيسى: سلوك المستهلك (عوامل التأثير النفسية) ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2003. ص ص، 34 ، 35 .

فعللاقة الدافعية بالسلوك الإنساني مؤداها أن الدافعية تؤدي إما :
إلى إثارة و تحريك السلوك أو تنظيم و توجيه السلوك ، أو إلى تثبيت أو تطوير السلوك ،
أي من الضروري أن نقول أن السلوك أو الأداء محصلة لكل من الدافعية و القدرة و الظروف
المحيطة بالعمل .

الإدراك :

هناك من الباحثين من يعتبرون أن الإدراك هو العامل الأساسي في تكوين سلوك الأفراد حيث
أن الإدراك هو: " الكيفية التي نرى بها العالم من حولنا، أو بأنه كافة المراحل التي بواسطتها
يقوم الفرد بعملية الاختيار، و تنظيم و تفسير منبه ما (المعلومات التي يتعرض لها) و وضعه
في صورة واضحة و ذات معنى له و للعالم الخارجي المحيط به " ¹ .

بمعنى آخر عندما يتعرض فرد لمنبه أو موقف معين فإن فهمه و رؤيته و تفسيره للمدلول و
بالتالي استيعابه يختلف من فرد لآخر. كما أن إدراك الفرد لمنبه أو موقف واحد يختلف بسبب :

- أن الفرد يتعرض لمنبهات عديدة و كثيرة يوميا و لكنه يميل إلى الاهتمام بالمنبهات ذات
العلاقة بحاجاته و توقعاته .
- أن الأفراد يميلون إلى تفسير المعلومات بطريقتهم الخاصة .
- أن الأفراد يميلون إلى الاحتفاظ بالمعلومات التي تحكم اتجاهاتهم و معتقداتهم .
- أن الأفراد يختلفون من حيث القدرات، الخبرات، الذاكرة، الفكر، المعرفة و الشخصية .

التعلم :

تعتبر نظرية التعلم ذات أهمية كبيرة في دراسة و تفسير سلوك المستهلكين . إذ يلزم لإيضاح
أسرار سلوك المستهلكين التعرف على الدوافع الكامنة وراء هذا السلوك . فالتعلم يمكن تعريفه
بأنه " تراكم المعرفة عن طريق الخبرات المكتسبة بتكرار التجربة و غير ذلك بما يؤثر على
السلوك باتجاه التغيير " ² . من هذا التعريف يمكن القول أن التعلم يتم من خلال مراحل
أو عمليات و أنه ينصف بالاستمرار و التغيير، و أنه قد يكون مقصودا أو عرضيا و أنه يمكن
أن يحدث من خلا التفكير والملاحظة و الخبرة العملية .

وانطلاقا من نظرية التعلم التي تعتمد على المؤثر أصبح بالإمكان تقديم مفاهيم ذات علاقة
وثيقة في تفسير سلوك الفرد من بينها: ³

- إذا كان هناك تكرار الإعلان فإن ذلك يضمن حفظ المعلومات .
- وهناك حاجات تتطلب الإشباع ، و أن المؤثر يتعلق بالحاجة فإن كانت هناك حاجة فإن
المؤثر يدفع بالمستهلك للشراء .

¹ - محمد إبراهيم عبيدات : سلوك المستهلك (مدخل إستراتيجي)، مرجع سبق ذكره ، ص 136 .

² - عنابي بن عيسى: سلوك المستهلك (عوامل التأثير النفسية)، مرجع سبق ذكره ، ص 119 .

³ - عبد العزيز مصطفى أبو نبعة : *التسويق المعاصر (المبادئ النظرية و التطبيق)*، دار المناهج ل ن و ت
الأردن ، 2006، ص 98 .

- عند تكرار المؤثر و تقويته يحدث تقوية في الاستجابة و هكذا يعيد المستهلك الشراء .
- يحتفظ المستهلك بالمعلومات المفيدة مدة أطول .

الاتجاهات (المواقف):

عندما يطلب منك الإدلاء برأيك حول فندق أو منتج أو موضوع معين ، معنى ذلك أنه يطلب منك أن تعبر عن اتجاهاتك ، و قد يختلف المستهلكون في اتجاهاتهم نحو المنتجات بل نحو تفسير المنتج .

يمكن تعريف الاتجاهات على أنها " تلك الميول الناتجة عن التعلم أو الخبرات السابقة التي تجعل الفرد المستهلك يتصرف بطريقة إيجابية أو سلبية ثابتة نسبيا نحو هذا الشيء أو ذاك" ¹

كما تعرف أيضا على أنها: " تنظيم من المعتقدات (نسق مستديم من المعتقدات) عن شيء أو موقف يكون متعلما و ثابتا نسبيا و يميل بالشخص نحو اختيار استجابة معينة يفضلها على سائر الاستجابات " ²

من خلال التعريفين السابقين نخلص إلى أن للاتجاهات مجموعة من الخصائص من بينها:

- الاتجاهات مكتسبة و متعلمة من البيئة أو المحيط الخارجي و أنها ليست وراثية .
- الاتجاهات لها مسار (التأييد أو المعارضة حيال موضوع معين) و كذلك لها قوة (حب الشخص لشيء ، و قد يحبه بشدة و قد يكرهه بشدة) .
- الاتجاهات هي ميول ناتجة عن التعلم و تتصف بالثبات (لا تتغير بسهولة) و التعميم .
- ترتبط الاتجاهات بمثيرات و مواقف معينة ، كما تركز على المعتقدات .

و لأن الاتجاهات ناتجة من عملية نفسية بحتة فإنه من الصعب ملاحظتها بصورة مباشرة و لكنها يمكن أن تستنبط من أقوال و سلوكيات ملحوظة للمستهلك عندما يواجه موقفا أو منتجات الخ .

و لما كانت المواقف هي " المعتقدات ، الشعور، و المعلومات و الآراء فهي تتفاوت في درجة سهولة تغييرها ، إلا أنه من الصعب تغيير الآراء و التي هي عبارة عن التعبير الشفوي للمواقف التي يتخذها العملاء. و الأكثر صعوبة هو تغيير المواقف التي تستند على المعتقدات لأنها في صميم العقل والتفكير " ³ .

الشخصية :

يعتبر موضوع الشخصية من أكبر موضوعات علم النفس التي اهتم بها الباحثون في مجال التسويق لما لها من علاقة وطيدة بينها (الشخصية) و بين السلوك الشرائي للفرد .

¹ - محمد إبراهيم عبيدات . سلوك المستهلك (مدخل إستراتيجي)، مرجع سبق ذكره ، ص 216.

² - نفس المرجع السابق ، ص 217 .

³ - عبد العزيز مصطفى أبو نبعة : التسويق المعاصر (المبادئ النظرية و التطبيق)، مرجع سبق ذكره ، ص

و تعتبر الشخصية عاملا أساسيا و متغيرا مهما و نافعا لفهم و تحليل بعض الأبعاد المرتبطة بالسلوك الشرائي و الاستهلاكي للأفراد . و يقصد بالشخصية : " تلك الصفات و الخصائص النفسية الداخلية التي تحدد و تعكس كيفية تصرف الفرد و سلوكه نحو كافة المنبهات الداخلية أو الخارجية البيئية التي يتعرض لها بشكل دوري أو منتظم"¹.

أو هي عبارة عن " مجموعة من الخصائص السيكولوجية المميزة (المعطيات البيولوجية الفطرية و الأهواء و الدوافع و الرغبات و الغرائز و الاتجاهات المكتسبة لفرد ما) التي تؤدي إلى نمط من الاستجابات المتسقة و الثابتة نسبيا للمحيط "².

يتبين لنا من التعريفين السابقين أن الشخصية أكثر اتساعا من مفهوم النهج الحياتي ، كما أن خصائص الشخصية تمتاز بالثبات النسبي مثل (الثقة بالنفس ، الكبرياء، التواضع ، الخضوع أو السيطرة الطموح و المبادرة ، أو السلبية و العدوانية و المرح و هكذا) . و هذه الصفات تكشف عن سلوك الفرد في الحياة ، فالشخصية تشمل مجموعة من الصفات الجسمية و العقلية و الوجدانية ، و الاجتماعية و السيكولوجية التي تميز الفرد و التي تنظم سلوكه الاجتماعي ، و تتأثر الشخصية بالمحددات التالية :³

▪ المحددات البيولوجية و تشمل الوراثة ، و المخ ، و الخصائص الطبيعية ، الطبع و معدل النضج .

▪ المحددات الثقافية و الحضارية و العائلية و البيئية .

و هناك عوامل فردية (شخصية) أخرى تؤثر على استعداد المستهلك السائح لقبول المنتجات السياحية كالعوامل الديموغرافية مثل العمر، و الدخل ، و الجنس ، و العمل ، و التعليم ، و الحالة الاجتماعية .

و عموما يمكن القول أن السلوك الشرائي أو الاستهلاكي للسائح يختلف من فرد لآخر و ذلك راجع نتيجة تأثره بعوامل ديمغرافية ، و مجموعة أخرى أقل وضوحا و أكثر صعوبة في القياس و التحديد و معظمها غير ملموسة في طبيعتها (العوامل النفسية) كالمواقف الفردية و الدوافع والاتجاهات و الشخصية و التعلم ، و كلها مجتمعة تشكل مصدرا خصبا لفهم عملية اتخاذ السياح لقرار الشراء.

¹ - محمد إبراهيم عبيدات : سلوك المستهلك (مدخل إستراتيجي)، مرجع سبق ذكره ، ص 196.

² - عنابي بن عيسى. سلوك المستهلك (عوامل التأثير النفسية)، مرجع سبق ذكره ، ص 169 .

³ - أيمن علي عمر: قراءات في سلوك المستهلك ، مرجع سبق ذكره ، ص 31 .

ب . تأثير الجانب البيئي على سلوك السائح :

طالما أن الفرد اجتماعي بطبعه فإنه يعيش و يعمل وفق قواعد و سلوك تحددها له البيئة التي يعيش فيها .

بداية يجب التفرقة بين 03 أبعاد رئيسية للبيئة : المحيط الاجتماعي ، المحيط الطبيعي ، المحيط أو القوى التي هي من صنع البشر .

1- المحيط الاجتماعي: يتكون المحيط الاجتماعي المؤثر في سلوك السائح من :

أ - الجماعات المرجعية :

المجموعة المرجعية هي التي يحاول الفرد الانتماء إليها في سلوكه و تصرفاته . بحيث تصبح هذه المجموعة معيارا لتصرفاته و مرجعا له في سلوكه ، لذا نجد أن تصرفات الفرد في الكثير من نواحي حياته بما فيها قرارات الاستهلاك ، تتوقف إلى حد كبير على نمط السلوك الذي تشترك فيه المجموعة التي ينتمي إليها ، و هذا ما يفسر سبب استخدام الرياضيين و الفنانين و الممثلين و النجوم في الإعلانات عن السلع و الخدمات رغم أن المستهلكين ليس لديهم مهارات رياضية أو فنية أو تمثيلية ... ويمكن تقسيم الجماعات المرجعية إلى ما يلي:¹

الجماعة المباشرة (الأولية) تتكون من عدد قليل من الأفراد و تسمح بقيام العلاقات الشخصية بين أعضائها و أن يكون التفاعل بينهم مباشرا و قويا كالعائلة و الأصدقاء و الجيران . و يجدر بالذكر أن الآراء و النصيحة التي يسدي بها الأعضاء لبعضهم البعض في جماعات اللقاء المباشر هي ذات تأثير عظيم تفوق التأثيرات التي يحققها الإعلان أو أي وسيلة ترويجية أخرى .

الجماعة غير المباشرة (الثانوية): تتكون من عدد كثير من الأفراد مما يجعل العلاقات غير شخصية بين أعضائها و يكون التفاعل فيما بينهم قليل و غير مباشر، و بالتالي ضعف تأثير هذه الجماعات على سلوكيات و تصرفات أعضائهم الشرائية مقارنة بتأثير الجماعات الأولية كالأحزاب و النقابات ، والاتحادات ، و الأندية إلخ .

جماعة خاصة : يكون الارتباط قويا و متبادلا بين جميع أعضاء الجماعة المرجعية مثل العائلة و زملاء العمل و الأصدقاء المقربين ...

جماعة عامة : هي المجموعات ذات التأثير العام التي لا ينتمي الفرد إليها و لكنه يطمح لذلك مثل نجوم المجتمع في المجالات المختلفة .

جماعات اختيارية : تكون للفرد حرية الانتماء إليها من خلال الاختيار .

جماعات إجبارية : يكون الفرد مجبرا للانتماء إليها كالعائلة التي ينتمي إليها .

جماعات تلقائية : تتشكل أما لعامل العمر أو الجنس أو الجغرافيا أو الثقافة .

جماعات سلبية : الجماعة التي لا يرغب الفرد بالانتماء إليها .

¹ - محمود صالح المؤذن : مبادئ التسويق ، مرجع سبق نكره ، ص ص ، 260 ، 262 .

ب - الطبقات الاجتماعية :

تشير الطبقة الاجتماعية إلى مكانة الفرد من خلال سلم اجتماعي مبني على مفاهيم و قيم عامة للمجتمع .

تمثل الطبقات الاجتماعية إلى حد كبير مجموعات عريضة من الناس المتشابهين نسبيا في عوامل معينة كالدخل ، نوع الوظيفة ، المستوى التعليمي ، منطقة السكن ، و نوعه ، تاريخ الأسرة ، الثروة والسلطة..... الخ بالإضافة إلى قيم و أنماط سلوكية و استهلاكية تميز كل مجموعة من الأفراد عن الأخرى.

بالرجوع و الاعتماد على مجموعة العوامل السابقة الذكر يمكن تصنيف المجتمع إلى ثلاث مجموعات (طبقات) رئيسية ، وقد تم إجراء تحليل لكل طبقة من حيث أنماط الشراء و عادات التسوق و غيرها ، كما يوضحه الجدول أسفله :

الجدول رقم : 01 الطبقات الاجتماعية و خصائصها ،اهتماماتها و أنماط سلوكها الشرائي .

أنواع الطبقات الاجتماعية	الطبقة العليا	الطبقة الوسطى	الطبقة الدنيا
الخصائص	- أقل من 20 % من حجم السكان . - الطبقة الصفوة من المجتمع . - أصحاب المهن .	- 20 %-40 % من حجم السكان . - أصحاب المهن و الأعمال المتواضعة .	- أكثر من 40 % من حجم السكان . - أعمال غير مهرة .
الاهتمامات الرئيسية	- الانتساب لعضوية الأندية الاجتماعية . - مشاهدة مباريات التنس و سباق الخيول . - الاهتمام بالرعاية الصحية . - الرغبة في السفر و السياحة و ركوب الخيل و السيارات الفاخرة . - شراء الكماليات .	- مشاهدة الأفلام . - مشاهدة مباريات كرة القدم . - الاهتمام بالقصص الدرامية و الاجتماعية . - الشراء لغاية التفاخر .	- الاهتمام لإشباع الحاجات الرئيسية . - الاهتمام بالإشاعات و الأخبار و القصص العامة . - مشاهدة المسلسلات .

¹ - محمد إبراهيم عبيدات : سلوك المستهلك (مدخل استراتيجي) ، مرجع سبق ذكره ، ص 344 .

<ul style="list-style-type: none"> - الاعتماد على كلام الآخرين و الإشاعات. - الإنفاق على شراء الحاجات الأساسية . - الاعتماد على الخدمات العامة التي تقدم مجاناً من قبل الحكومة و الجمعيات الخيرية. - شراء في أوقات الازدحام و التصفية النهائية على المنتجات. - شراء على الحساب و من المحلات الشعبية. 	<ul style="list-style-type: none"> - الاعتماد على الإعلانات التجارية . - الاعتماد على السعر كمؤشر للجودة . - التركيز على النواحي المظهرية الشكلية عند الشراء. - استخدام الصحف اليومية كمصدر للمعلومات. - الاستثمار في المنتجات الأقل مخاطرة نثب العقارات و السندات . - الشراء من المحلات الكبيرة و المتوسطة الحجم . 	<ul style="list-style-type: none"> - التركيز على الأداء في الشراء. - الشراء في أوقات محددة . - الاعتماد على الخبرات السابقة و المعلومات . - قراءة المجالات المتخصصة و البريد الإلكتروني كمصدر للمعلومات. - الاستثمار في المنتجات الأكثر مخاطرة ك شراء الأسهم مثلاً. - الشراء من المحلات التجارية المتخصصة و كبيرة الحجم . 	<p>أنماط السلوك الشرائي</p>
---	---	---	------------------------------------

المصدر : هاني حامد الضمور : تسويق الخدمات ، دار وائل للنشر و التوزيع ، ط3 الأردن ، 2005 ، ص 136 .

إن الطبقة الاجتماعية هي مصدر تأثير قوي على سلوك المشتري ، فهي تؤثر على اهتماماته و دوافعه ، و الجدول السابق يشير إلى أن المشتريين من الطبقات الاجتماعية الدنيا يركزون أكثر و يفضلون امتلاك الأشياء المادية على الخدمات غير الملموسة ، و هم ينفقون دخلهم .

بينما الطبقة الاجتماعية العليا فيقضون أوقاتهم بطريقة مختلفة ، فقد يمارسون لعبة التنس أو القولف أو التزلج أو مشاهدتها ، كما يستثمرون أموالهم مع المخاطرة و في الاستثمارات ذات الأرباح العالية ، و يستخدمون البطاقات الائتمانية كوسيلة ميسرة ، و ليس كمصدر للتمويل .

ج - الآراء القيادية :

كل مجموعة يكون بها بعض الأعضاء الذين تكون لآرائهم القدوة لباقي الأعضاء و بالتالي فهم الذين يحددون اتجاه التصرف و السلوك لباقي أعضاء المجموعة و هؤلاء هم الذين يشترون المنتجات الجديدة أولاً و يمكنهم أن يكونوا مصدراً للمعلومات لباقي أعضاء المجموعة و آرائهم محترمة و معمول بها بين المجموعة ، كما يلجأ لهم باقي أعضاء المجموعة للنصح و الاستشارة و الإرشاد، و نظراً لأهمية هذه الفئة فإن بعض المنظمات تعتمد عليهم في نشر المعلومات الجديدة .¹

¹ - أيمن علي عمر. قراءات في سلوك المستهلك ، مرجع سبق ذكره ، ص 31 .

د - الأسرة :

تعتبر الأسرة أحد المجموعات الهامة المؤثرة على سلوك أفرادها من الناحيتين الشرائية والاستهلاكية ذلك أن الأسرة تعلم أفرادها ما يجب استهلاكه أو استخدامه من سلع و خدمات . كما تقدم لهم و خاصة في المراحل الأولى العديد من القيم ذات الطابع الاجتماعي و الاقتصادي و غيرها. مما يشكل بالنتيجة بناءاتهم القيمية ، و ذلك من خلال منظورات نفسية - و بأبعاد قيمية اجتماعية و اقتصادية و سياسية... إلخ - تحدد فيما بعد مواقفهم نحو كل ما يهمهم من أمور، و سلع ، و خدمات ، و قضايا في المحيط الذي يعيشون به .

يضاف على ذلك أن الأسرة تقدم لأفرادها أيضا العديد من الإرشادات أو النصائح بالنسبة للقرارات المرتبطة بالمفاهيم ، و السلع و الخدمات المطروحة للتداول .

و تعرف العائلة بأنها " وحدة اجتماعية تتكون من شخصين أو أكثر يكون بين أفرادها علاقة شرعية كالزواج أو صلة قرابة " .¹ و لكون العائلة تشكل وحدة استهلاكية فلقد كان لها تأثير كبير على تصميم المنتجات و تطويرها و تخطيط برامج تسويقها.

يضاف إلى ذلك أن الأسرة أحيانا يشار إليها على أنها " كل الأفراد الذين يسكنون في بيت معروف و محدد و يتفاعلون مع بعضهم البعض لإشباع حاجاتهم المشتركة و الشخصية"².

أما بالنسبة لأنواع الأسر فيمكن إيرادها على النحو التالي :³

- الأسرة الممتدة : و تتكون من الزوج و الزوجة و الأبناء مع أحد الأجداد.
- الأسرة النووية: و تتكون من زوج و زوجة مع إمكانية وجود أكثر من طفل (الشكل الشائع) .
- الأسرة السائبة : تتكون من زوج و زوجته فقط لعدم إنجاب أي أطفال لأسباب اختيارية أو إجبارية .

و للأسرة بشكل عام أربعة (04) وظائف أساسية :⁴

- الدعم الاقتصادي لأفرادها (طعام ، شراب ، لباس ، رعاية صحية ، تعليم ، مسكن...).
- الدعم العاطفي (مساعدة أفرادها دون ارتباكات ، المشاركة و الحوار أو إزالة آثار أي مشكلة).
- توفير النهج الحياتي للأسرة (مجموعة أنشطة ، اهتمامات ، هوايات تتفق مع القدرات المالية)
- التطبيع الاجتماعي لأفراد الأسرة (إكساب الفرد القيم و العادات الاجتماعية المرتبطة بمعتقدات المجتمع الدينية و الحضارية ، الأنماط السلوكية الشرائية و الاستهلاكية ، القدوة في كل أنماط السلوك المرتبطة بالثقافة الحضارية التي تنتمي إليها الأسرة...).

¹ - عبد العزيز مصطفى أبو نبعة :التسويق المعاصر (المبادئ النظرية و التطبيق)، مرجع سبق ذكره ، ص 102 .

² - محمد إبراهيم عبيدات : سلوك المستهلك (مدخل إستراتيجي)، مرجع سبق ذكره ، ص 294 .

³ - نفس المرجع السابق ، ص ص ، 294 ، 295 .

⁴ - نفس المرجع السابق ، ص ص ، 295 ، 297 .

هـ - العوامل الثقافية و الحضارية :

و من العوامل الأساسية و الرئيسية التي تؤثر على سلوك المستهلك ، الثقافة التي ينتمي إليها، وتعرف الثقافة على أنها " ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة ، و المعتقدات ، و القيم و الأفكار والاتجاهات و الأخلاقيات و التشريع و العادات و التقاليد التي اكتسبناها كأعضاء في المجتمع . فالثقافة مكتسبة ، نشترك فيها مع الآخرين ، و تؤثر ليس فقط على تصرفاتنا و لكن على توقعاتنا في الكيفية التي يجب أن يتصرف بها الآخرون" ¹.

و من بين كل العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلك و استعداداته نجد أن الثقافة أقلها قابلية للتغير و أكثر صعوبة في التأثير عليها.

فمعرفة ثقافة المستهلك أو الثقافة الاستهلاكية السائدة في البيئة المحيطة بالمستهلك تفيدنا في تقدير وفهم تصرفاته .

2 - المحيط الطبيعي:

تؤثر خصائص المحيط الطبيعي (المناخ ، الجغرافيا، الظروف البيئية ...) على سلوك المستهلك ويمكن توضيح ذلك باختصار من خلال بعض الأمثلة كالاتي :

- إذا كان الفرد يعيش في مناخ حار فإنه يصبح في حاجة إلى تسهيلات تخزينية مبردة .
- إذا كان الفرد يعيش في بلد استوائي و يخطط للقيام برحلة إلى جبال الألب فإنه يحتاج لتدبير ملابس صوفية ثقيلة لتحميه من شدة البرودة .
- المناخ السيئ كثيرا ما يضطر بعض الأفراد إلى تأجيل مشترياتهم أو تأجير شخص آخر لشرائها.

3- القوى التي هي من صنع البشر:

و تشير إلى القوى البيئية و التي هي من صنع البشر، و التي تؤثر على أدوار العملاء مثل : (الاقتصاد، سياسة الحكومة و التكنولوجيا ...)
أ- القوى الاقتصادية :

تؤثر العوامل الاقتصادية على سلوك المستهلك من خلال ثلاث ميكانيزمات أساسية و هي:

- أن زيادة أو نقص الموارد المالية للأسرة يترتب عليه إما زيادة المشتريات من السلع أو الخدمات أو انخفاض كمية المشتريات على المستوى العائلي.
- ارتفاع درجة تافؤل أو تشاؤم المستهلك عن المستقبل يؤدي إلى قيامه بزيادة أو تخفيض مشترياته وإنفاقه على السلع و الخدمات .
- حالات الكساد و الرواج و الانتعاش أو ما يعرف باسم دورة الأعمال ، فعندما يمر الاقتصاد القومي بمرحلة الرخاء نجد أن نسبة البطالة تتخفض و يزداد حجم الإنتاج ، و يتوافر لدى المستهلك موارد مالية للإنفاق .

¹ - عبد العزيز مصطفى أبو نبعة : التسويق المعاصر (المبادئ النظرية و التطبيق)، مرجع سبق ذكره ، ص102.

ب- السياسات الحكومية :

و تشمل السياسات النقدية و المالية و السياسات العامة التي ترتبط و تنعكس على عدة جوانب منها: تقييد الاختيارات أمام المستهلكين أو المشترين ، و حظر استخدام بعض السلع و الخدمات، و حماية المستهلك .

- السياسات المالية و النقدية : فالحكومة تستطيع أن تؤثر على سلوك المستهلك بل و السوق ككل من خلال الضرائب أو رفع أسعار الفائدة على القروض ، أو الدعم الحكومي للأسعار و مدى تدخل الدولة في دعم بعض طبقات المستهلكين .

- تقييد الاختيار و ذلك من خلال فرض تكاليف إضافية عالية أو غرامات مالية على المستهلك إما بهدف حماية هذا المستهلك أو ترشيد سلوكه .

- قيام الحكومة بوضع قيود المشتريات أو طرق الدفع أو استخدام بعض السلع و كذلك النفايات

- قيام الحكومة بمنع و حظر الإعلانات الخادعة أو المظلمة .

- تستطيع الحكومة أيضا التأثير على سلوك المستهلك من خلال قيامها بتوفير خدمات البنية الأساسية التي تسهل عليه القيام بالشراء و مدى توافر كل السلع و الخدمات التي يحتاجها أو يتطلع إليها المستهلك و بشكل فوري دون الاعتماد على استيرادها من أماكن أخرى.

ج - التكنولوجيا:

تعتبر التكنولوجيا البعد الثالث من القوى البيئية (القوى التي هي من صنع البشر) و التي تعكس التطبيقات العلمية الجديدة في مجال تطوير السلع و التوزيع و الاستهلاك للسلع و الخدمات التي يتم إنتاجها كما أنها تساعد في تحسين جودة الحياة لجميع المستهلكين ، و يمكن توضيح أثر التقدم التكنولوجي على سلوك المستهلك من خلال عدة أوجه مختلفة منها على سبيل المثال :

- * تغير أساليب تدفق المعلومات عن السوق و البدائل المختلفة المتاحة عنه .
- * توفير السلع و الخدمات الجديدة و المتطورة .
- * توفير الأساليب الآلية و الذاتية الاستخدام و جعل الشراء أكثر مرونة .
- * جعل السلع النمطية أكثر ربحية .

ج - تأثير الجانب التسويقي على سلوك السائح :

توجد العديد من العوامل التسويقية التي تؤثر على سلوك المستهلك و على الصورة المكونة عن منظمة الخدمة ، فجميع عناصر المزيج التسويقي ستساهم في تكوين الانطباعات لدى العملاء ، و الزبائن .

1- موقع (مكان) المنظمة و مقدم الخدمة :

إن أدبيات إدارة المنظمات تعطي أهمية بالغة لتطوير و اختيار موقع المنظمة كاختيار مكان لوكالة سفر أو فندق أو بنك أو غيرها.

فالفنادق مثلا لابد أن تأخذ مواقع إستراتيجية سهلة البلوغ من ناحية الجهد و التكلفة فضلا عن الجو و المناخ الذي يتناسب و يتماشى مع نوع السياحة السائد و المنتشر، و لضمان التأثير على سلوك العملاء لابد من التطرق إلى ثلاث قضايا تخص الحيز المكاني الذي تقدم فيه الخدمة .¹

- تحليل المناطق: يتعلق بتحديد أسواق المناطق، والمدن ، والضواحي ،والقرى،و البلديات التي يمكن من خلالها تحديد المكان الجيد لمنظمة الخدمة .
- تقييم الموقع : يركز على تحليل خصائص المكان الذي يجب أن تقع فيه المنظمة الجديدة .
- التحليل السياحي : يركز على تحليل المنطقة ذات العلاقة المباشرة بالأماكن المحتملة و تحليل خصائص العملاء المستهدفين .

إن مواصفات كل موقع يجب تحليلها بالتفصيل فيما يتعلق بتدفق حركة المرور و سهولة الوصول و درجة الأشغال، و مؤشرات القوة الشرائية و درجة التشبع و المنافسةالخ.

2- المنتج :

يعتبر المنتج قلب العملية التسويقية ، فهو يؤثر على سلوك المستهلك عن طريق المنافع المحتواة فيه سواء كانت مادية ملموسة أو معنوية محسوسة ، إضافة إلى الخدمات الإضافية التي تزيد من قيمة المنتج بالنسبة للمستهلك .

إن نجاح المنتج في السوق يتمثل في قبوله من قبل المستهلك نظرا لما يتميز به من :²

- التوافق أي درجة تناسب المنتج مع حاجات المستهلك و مع المحددات الاقتصادية و الاجتماعية ، والنفسية التي تجعله يقبل على شراء و تجربة المنتج .
- القابلية للتجزئة : المنتج الذي يسمح بتجزئته أو الشراء بكمية محددة يكون له احتمال أكبر للتأثير على المستهلك من خلال تخفيض المخاطر المدركة أثناء عملية الشراء.
- إمكانية الملاحظة : إن المنتجات التي يلاحظها المستهلكون تساعد على سرعة قبولها.
- السرعة : إن مدى سرعة إدراك المستهلك لمنافع المنتج و الإشباع الفوري لحاجاته يحفز على تجربته .
- البساطة : المنتج البسيط في تركيبته و السهل في تجربته يساعد المستهلك أكثر على تنبيهه .
- الميزة النسبية : كخدمات قبل و بعد البيع ، الضمان، فهي لا تحت المستهلك فقط على الشراء ولكن للاستمرار في الشراء و بناء الولاء للمنظمة الخدمية .

¹ - هاني حامد الضمور: تسويق الخدمات ، مرجع سبق ذكره ، ص 322.

² - عائشة مصطفى المنياوى: سلوك المستهلك (المفاهيم و الاستراتيجيات)، مكتبة عين شمس، ط 2 ، مصر، 1998، ص ، 151 .

3- التسعير:

التسعير كبقية العناصر الأخرى للمزيج التسويقي يجب أن يتناسب مع أهداف و سياسات و برامج التسويق في المنظمات الخدمية ،لذا يجب على المنظمات الخدمية أن تتخذ الأهداف و السياسات السعرية المناسبة و جودة الخدمات المقدمة و المرتبطة بحاجات و توقعات الفرد، فالعملاء يستخدمون طرق و معايير مختلفة للحكم على جودة الخدمة . لهذا يعتمد في تحديد و قياس جودة الخدمة على حكم المستهلك لتحقيق أعلى مستويات الرضا.

فلو قام أحد السياح بزيارة منطقة سياحية معينة ووجد أن أسعار خدمات الإقامة في الفنادق و تناول الوجبات في المطاعم و أجور المواصلات و الاتصالات مناسبة . في حين أن أسعار الخدمات الترفيهية و التسلية غير معقولة (أسعار غير متناسقة) يمكن أن يكون لديه صورة غير مرغوبة عن المنطقة كمركز سياحي مما يعرقل تشجيعها و دعمها مستقبلا .

و قد يحدث أحيانا أن يتردد السياح في السفر إلى مناطق تعرض أسعارا أقل مما تعرضه نظيراتها في أماكن أخرى فقد يتساءلون هل العيب في خدمات تلك المنطقة السياحية و يفترضون أن المنطقة السياحية الأعلى سعرا هي الأفضل ، فالمستفيدون يستخدمون سعر الخدمة كمؤشر على نوعيتها، وعندما يكون اختلاف الأسعار بين المنتجات السياحية مختلف قليلا فلن يستخدم السياح السعر كأساس للحصول على أي منها، فالسياح يميلون في معظم الأحيان إلى الاعتماد على السعر عند اتخاذ قرار مهم خاصة إذا لم تكن لديهم ثقة كافية بالنفس.

4- الترويج :

يمثل الترويج ركنا أساسيا و حيويا من أنشطة المنظمات السياحية ، فهو مرآة عاكسة للنشاط نفسه و مدى التقارب بين المنظمات و احتياجات المستهلكين من خلال ما يعرض من منتجات .

و قد يؤثر الترويج على قرار شراء الفرد و سلوكه من خلال صور الاتصال الإقناعي بغرض الاهتمام بالمنتج و الترغيب فيه أو التعريف أو التذكير بوجوده كما يعمل على نشر الوعي و الثقافة بين المستفيدين و توجيه انتباههم و اهتماماتهم .

و تتجسد الاستجابة من قبل المستهلك في عملية الشراء و التي تتم في شكل من الأشكال التالية :¹

- الولاء للمنظمة أو الاسم أو العلامة التجارية أو مقدم الخدمة .
- الاستجابة من خلال تغيير المنظمة الخدمية أو العلامة التجارية .
- الاستجابة من خلال رفع أو زيادة تجزئة المنتج (رفع الكميات المشتراة).

¹ - Pierre Desmet : *Promotion des ventes* , édition Dunod , Paris , 2002, P 183 .

و قد تختلف استجابة المستهلكين للترويج ، فمنهم غير المتأثرين ، و المتأثرون لحد الولاء، والمتأثرون دون الولاء، و المتأثرون حصريا بالترويج ، و يرجع الاختلاف فيما يخص الاستجابة للأنشطة الترويجية إلى التداخل بين المؤثرات الاقتصادية ، الاجتماعية و النفسية على سلوك المستهلك .

5- التوزيع :

يتميز التوزيع بمكانة خاصة داخل المزيج التسويقي . فما الفائدة من وجود منتج متميز بسر مناسب ، و معلن عنه بشكل جذاب ، إلا أنه ليس متاح للمستهلك في الزمان و المكان المناسبين، فخاصية الوفرة و سهولة الاقتناء قد تحول بين اتخاذ قرار الشراء من عدمه .

و إذا حاولنا حصر الأثر المباشر للتوزيع على سلوك المستهلك فإنه يمكن تناول المحاور التالية :

- اختبار المنافذ التوزيعية المباشرة و غير المباشرة المناسبة لضمان الأثر المرغوب عند المستهلك .
- اختبار: تموقع المنظمة و نقاط بيعها و التشكيلة التي تعرضها (ومدى توافر المواصلات).
- مدى توافر الوسطاء المرغوب فيهم ، و مدى قبولهم لسياسات المنظمة .
- اختبار مواصفات العاملين و مقدمي الخدمات في نقاط البيع (قوة الشخصية و الثقة بالنفس ، المظهر الحسن ، الدبلوماسية التفاوضية و الإقناع بالشراء ، المعرفة الجيدة بالمنتج و توجيه قرارات الشراء...) لما له من أثر مباشر على سلوك المستهلك .

6- البيئة المادية (الدليل المادي):

يعتمد على عنصر المحيط المادي الذي يقدم فيه المنتج للعملاء في تقييم نوعية هذا المنتج ومدى الاستفادة من العمل في بيئة صحية مريحة.

و قد تؤثر البيئة المادية بصورة إيجابية أو سلبية على رد فعل الزبائن و مقدمي الخدمات (أكثر مشاركة و ولاء) لهذا سميت نماذج التفاعل المكاني بنماذج الجاذبية (دخول العميل لهذه المنظمة أو تلك) .

إن المدخل المادي الخارجي لمنظمة الخدمة يمكن أن يؤثر على الصورة الذهنية المدركة ، فتركيبية البناء المادي التي تتضمن الحجم ، و الشكل و التصميم و المواد المستعملة في البناء و الموقع و عناصر الجاذبية مقارنة بالبيئات المجاورة لها، تمثل عوامل قد تساهم في تكوين الصورة و الانطباع لدى العملاء ، بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل سهولة التوقف و وجود المواقف للسيارات ، الإضاءة الخارجية و الإشارات... الخ.

إن التصميم الداخلي للمنظمة الخدمية و ترتيب المعدات و المقاعد و المكاتب و الإضاءة ، و الألوان و الستائر و الأثاث و أنظمة التكييف و التدفئة و جودة الدلائل المرئية (كالصور، الرسوم ، التماثيل) . و الدلائل السمعية و الصوتية (الصوت العذب و الموسيقى الهادئة) ، و الدلائل التذوقية و اللمسية (الشعور و التذوق بالمواد المستعملة مثل الشعور بنوع و فخامة القماش و السجاد ، و تلمس ورق الجدران ...) و شم الروائح و العطور الفياحة . جميع تلك العوامل تشترك في خلق الانطباع و الصورة الذهنية .

7- عملية تقديم الخدمة :

يعد سلوك الموظفين و القائمين على تقديم الخدمة في المنظمات الخدمية ، عاملاً مهماً في خلق الانطباع و الصورة الذهنية لدى المستهلك ، و كذلك العمليات في كيفية تقديم و توصيل الخدمة . فالمظهر الحسن و قوة الشخصية و الثقة بالنفس و الدبلوماسية و الإقناع و الترحيب و الاستقبال الحسن و الابتسامة في وجه الضيف و اهتمام الموظفين ، قد يساعد على التغلب على مشكل الانتظار للحصول على الخدمة . و في تنظيم التفاعل الوظيفي و المكاني .

III - أنواع السياحة، معايير تصنيفها، و خصائصها .

III - 1 - أنواع السياحة، و معايير تصنيفها .

تتباين أنواع¹ السياحة تبعاً للدوافع و الرغبات المختلفة التي تكمن خلفها و تحركها و الاحتياجات التي تشبعها، فتتعدد معها البرامج السياحية و كذا البرامج التثقيفية و الترويحية بالاعتماد على عدة وسائل و أساليب إعلامية .

طبقاً لعدد الأشخاص المسافرين¹ :

- سياحة فردية: و هي التي تتضمن سفر شخص واحد أو اثنين أو عائلة.

- سياحة جماعية: تتمثل في سفر مجموعة أشخاص عادة تربطهم علاقات معينة، و تسمى أيضاً السياحة الشاملة، و تعني مشاركة عدد كبير من الأفراد ، و هي سمة تميز حركة السياحة الدولية في الدول المتقدمة في الوقت الراهن، و تتضمن الشمول في بعض الخدمات كالنقل، و جميعها يقدم في نظام خاص و بسعر الجملة، كأحد أشكالها الرحلات البحرية و قد صممت له في السنوات الأخيرة سفن صغيرة الحجم .

¹ تفضل المدرسة الإسبانية التقسيم الذي وضعه السياحي الإسباني "ليبيرال" أما المدرسة النمساوية التي يمثلها الأستاذ "بيرنيكير" فتذهب إلى التفرقة بين أنماط السياحة و أشكالها، و ترى أن أنماط السياحة هي نتيجة الأغراض التي يقصدها السائح من وراء رحلته و تمثل هذه الأغراض العامل المعنوي كسياحة الاستجمام و السياحة الثقافية و الرياضية و السياحة الاقتصادية و السياسية و غيرها .

أما أشكال السياحة فتكون تبعاً لأسبابها و آثارها الخارجية كالسياحة طبقاً لوسائل النقل و طبقاً للآثار على ميزان المدفوعات. (مأخوذة من كتاب مثى طه الحوري- مرجع سابق- ص 72).

¹ - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي- مرجع سابق - صفحة 47.

طبقا لوسائل المواصلات¹ :

- سياحة بحرية أو نهريّة
- سياحة جوية (الطائرات)
- سياحة برية (السيارات الخاصة، السكك الحديدية، ...)

وفقا للسن² :

- سياحة الطلائع، تتعلق هذه السياحة و ترتبط بالأطفال من عمر 7 إلى 14 سنة، و هي مرحلة تعليمية يتم خلالها إكساب الطفل مجموعة من المعارف و المهارات والسلوكيات، كبرامج السياحة التي تأخذ شكل مخيمات صيفية تعليمية، تثقيفية و لاستكشاف الطبيعة.
- سياحة الشباب: تكون المرحلة العمرية بين 15-21 سنة، و تنتم بالبحث عن الإثارة و الحياة الاجتماعية وتكوين المعارف و الصداقات و خلق الروابط الاجتماعية.
- سياحة الناضجين: و تكون في المرحلة 35-55 سنة، و هي سياحة للاسترخاء من عناء العمل و إرهاقه خلال العام، و لذلك فالبرنامج السياحي هنا يرتبط بسياحة الشواطئ و الصحراء و الجبال و الريف و غير ذلك من مناطق الاستجمام و الراحة و الاسترخاء.
- سياحة كبار السن أو المتقاعدين أو الشيوخ: و هي أكثر أنواع السياحة التقليدية انتعاشا، و تنتشر بكثرة في الدول الغربية. و تقوم شركات سياحية بتنظيم رحلات خصيصا لهؤلاء و تمتاز بارتفاع أسعارها و تقديم أفضل الخدمات.

وفقا لجنسية السائحين³ :

و يسمى عثمان غنيم هذا المعيار بمعيار البعد المكاني، و حسبته تنقسم السياحة إلى :

- السياحة الدولية (الخارجية): و تتمثل في السائح الوافد من الدول العربية أو من بقية دول العالم، ولكل غرضه من الرحلة السياحية التي يقوم بها و تركز رحلته على عوامل علاجية، دينية أو ترفيهية، و تحتل السياحة الدولية نسبة 75% من إجمالي الأنشطة السياحية داخل الدول المتقدمة و تصرف خلالها عملات صعبة بالدرجة الأولى.

¹ - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 48.

² - ماهر عبد العزيز توفيق - صناعة السياحة - مرجع سابق - صفحة 67.

³ - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 49.

- السياحة الداخلية: أصبحت السياحة الداخلية في عصرنا الحاضر ضرورة أساسية لا نستطيع أن تستغني عنها و تشير الإحصائيات إلى أن السياحة الداخلية في معظم دول العالم تمثل نسبة متقدمة بحوالي 55% من مجموع النشاط السياحي بها، و وجد أن السياحة المحلية تعادل حوالي عشرة أضعاف السياحة الدولية من حيث عدد السياح، و قد شهدت هذه السياحة حركة تطور و نمو سريعة في معظم أنحاء العالم في العقود الأخيرة و خاصة في الدول النامية¹.

- سياحة المواطنين غير المقيمين و الذين يعملون بالخارج: تمثل الهجرة المؤقتة للعمل بالخارج ظاهرة هامة في كثير من دول العالم التي لا تستطيع تحقيق التوظيف الشامل و الكامل و المنتج و المربح لجميع مواطنيها، و أمام الظروف السيئة التي يعيشها المواطنين في الداخل و رغبة في تحسين مستوى معيشتهم يسعى كل منهم إلى الحصول على فرصة عمل مجزية بالخارج، و عندما يقضي فترة من الزمن تتكون لديه مدخرات مناسبة، و في نفس الوقت يتولد لديه الحنين لزيارة الأهل و الوطن، و من هنا تقوم شركات السياحة الناجحة بتصميم مجموعة مناسبة من البرامج السياحية لإشباع رغبات هؤلاء السياح و في الوقت نفسه تتيح لهم زيارة الأهل و الالتقاء بالأصحاب و المعارف مع الاستمتاع بالمعالم السياحية المختلفة التي يشتهر بها الوطن.

وفقا لمدة البرنامج السياحي² :

- السياحة لمدة أيام: و هذا النوع من السياحة عادة ما يستغرق أيام محددة يقضيها السائح في إطار برنامج معين موضوع، و لا يرتبط التعاقد عليه بموسم معين أو بمناسبة معينة، و إنما هو عملية مستمرة و دورية و متاحة من جانب شركة السياحة طوال العام.

- السياحة الموسمية: و هذا النوع من السياحة يرتبط بموسم سياحي معين لا يتم في غيره و إن كان يحمل صفة التكرار كل سنة مثل برامج التزلج على الجليد شتاء أو برنامج الاصطياف صيفا. كما تنضم إلى هذا النوع السياحة الخاصة بالمناسبات التاريخية التي لا تأتي إلا مرة واحدة كل عام .

- السياحة العابرة: و هذا النوع من السياحة يقوم به السائح فجأة و دون تخطيط مسبق و بشكل عابر، مثل قيام المسافرين برحلة سياحية أثناء عبورهم لمنطقة أو دولة ما أو انتظارهم للحصول على إذن الدخول إلى مكان آخر أو وصول وسيلة المواصلات التي سوف تنقلهم إلى المكان الذي ينشدونه .

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق - صناعة السياحة - مرجع سابق - صفحة 32.

² - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 51.

- السياحة شبه المقيمة: يعتمد هذا النوع على الأجانب المقيمين بالبلاد، فعادة ما يكون هناك جاليات أجنبية في كل دولة، و تكون الإقامة شبه دائمة لغرض من الأغراض مثل التعليم، التدريب، و ممارسة العمل، المعارض التجارية، إلى غير ذلك. و هذا التواجد شبه الدائم يشكل عامل جذب للشركات السياحية التي تقوم بأعداد برامج سياحية متنوعة لهم تعتمد على زيارة معالم الدولة التي يقيمون بها و التنقل خلالها و التكيف مع شعبها.

وفقا لدوافع السفر:

و يعد تصنيف الأنواع المختلفة للسياحة وفقا للهدف من الرحلة هو الأكثر شيوعا و استخداما بالنسبة للنشاط السياحي بوجه عام، و تنقسم وفقا لهذا التصنيف إلى الأنواع التالية :

- السياحة الترفيهية: و تعني تغيير مكان الإقامة لفترة ما لغرض الاستمتاع و الترفيه عن النفس و ليس لغرض آخر، و قد يتخللها الاستمتاع بممارسة الهوايات المختلفة كصيد السمك و الغوص و الانزلاق، و زيارة المناطق الجبلية و الصحراوية، و يعد هذا النوع من السياحة القديمة و الأكثر انتشارا إذ تجذب أكثر من 75% من السياح.¹

- السياحة الثقافية: و هي التي تهدف إلى إشباع رغبة المعرفة و توسيع دائرة المعلومات الحضارية و التاريخية لدى السائح و هي أساسا ذات طبيعة ذهنية و لكن التركيز على هذا النوع من السياحة وحده لا يمثل سوى 10% من النشاط السياحي العالمي فضلا عن أن السياحة الثقافية المرتبطة بالمعالم الأثرية و الحضارية و تاريخ الشعوب لا يقبل السياح عليها إلا مرة واحدة فقط في الغالب، حيث لا بد من الأخذ في الحسبان كافة هذه الأمور عند رسم أي إستراتيجية سياحية.² و من أشهر المواقع السياحية التاريخية في العالم منطقة الشرق الأوسط بوصفها منطقة الحضارات القديمة و مهد الأديان السماوية جميعا. في مقدمتها مصر (الحضارة الفرعونية) و العراق (حضارة الرافدين).³

- السياحة العلاجية : و هي التي يكون الغرض منها العلاج من أمراض معينة أو تهدئة الأعصاب و الاسترخاء.

وقد عرف "الاتحاد العالمي للسياحة" **السياحة العلاجية** بأنها (تقديم التسهيلات الصحية باستخدام المصادر الطبيعية للبلد، وبشكل خاص المياه المعدنية و المناخ ⁴).

أما "كلاوس كولينات" فعرّفها في كتابه " جغرافية السياحة ووقت الفراغ " بأن الأماكن العلاجية أماكن سياحية معترف بها، تشمل الوقاية و العلاج و التأهيل من الأمراض الصحية ¹ .

¹ - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 53.

² - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 53.

³ - مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ - مبادئ السفر و السياحة - مرجع سابق - صفحة 83.

⁴ - أنظر ريان درويش، **الاستثمارات السياحية في الأردن الحاصلة و الأفاق المستقبلية**، رسالة ماجستير في التخطيط، جامعة الجزائر، 1997، ص 54 .

وتعود ظاهرة السياحة العلاجية إلى الماضي البعيد حسب ما أثبتته الدراسات الطبيعية . وباستعراض تاريخ العلاج بالمياه المعدنية يلاحظ أن ارتباط الإنسان بالمياه كان بهدف ديني وصحي في آن واحد، إذ كان الناس يعتقدون بأن منابع المياه المعدنية هي أماكن مقدسة، وكانوا يظنون أن الأثر العلاجي بهذه المياه يأتي من قوى ربانية خارقة للطبيعة . وهكذا كانت المياه قديما تعد بمثابة الإله الذي يحقق الشفاء للمرضى، ولذلك عبد الناس الأنهار، مثل ما كان الأمر في الأزمنة الغابرة بنهر النيل².

وتختلف مناطق السياحة العلاجية باختلاف مقوماتها العلاجية وباختلاف طرق استغلالها في هذا المجال.

وتقسم هذه المناطق من حيث العلاج الذي تستغل فيه إلى³ :

- مناطق بها مياه معدنية، تستعمل للشرب أو للاستحمام.
- مناطق تتوفر على المياه المعدنية، إضافة إلى جوها العلاجي، الذي يستغل للاستشفاء.
- مناطق تستغل مياه البحر للعلاج.
- مناطق تتوفر على وسائل طبيعية أخرى تستغل في العلاج، كالطمي والدفن في الرمال، ووجود كهوف تتبعث منها غازات بخارية تستعمل في علاج بعض الأمراض .

- السياحة الدينية: هي التي يقصد بها زيارة الأماكن المقدسة و الدينية لأداء بعض الواجبات الدينية أو للتبرك بالتواجد في تلك الأماكن، و تعتبر زيارة مكة المكرمة و المدينة المنورة عند المسلمين خير دليل على هذا النوع من السياحة.⁴

- سياحة المؤتمرات: هذا النمط من السياحة يستقطب حركة ضخمة من السائحين المهتمين بحضور المؤتمرات و الندوات و الاجتماعات العلمية أو المهنية أو السياسية و بعض المجالات الأخرى المماثلة .

¹ - كلاوس كولينات، *جغرافية السياحة ووقت الفراغ*، ترجمة نسيم برهم، منشورات الجامعة الأردنية ، عمان 1991، ص66.

² - عادل طاهر، *السياحة العلاجية*، منشورات الاتحاد العربي للسياحة ، القاهرة ، 1973، ص 12 .

³ - عبد الرحمن أبو رياح، " *السياحة العربية* "، أبعاد ومرتكزات، القاهرة: منشورات الاتحاد العربي للسياحة، 1975، ص 267 .

⁴ - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 54.

و يتطلب هذا النوع من السياحة زيادة الاهتمام بإقامة قاعات المؤتمرات و تقديم كل التسهيلات و الخدمات التي تلزم المؤتمرات الحديثة و التي يحضرها العديد من الأطباء و الاقتصاديين و رجال الأعمال و يجب الاهتمام بهذا النمط من السياحة و محاولة توفير عناصر الجذب السياحية الأخرى حتى تكون الاستفادة مضاعفة¹.

- السياحة الرياضية: هذا النمط يحاول إشباع رغبات السائحين في ممارسة رياضتهم المفضلة المختلفة مثل الغطس تحت الماء، الصيد، التجديف، التزلج على الجليد، تسلق الجبال، ركوب السيارات و الدراجات و الاشتراك في المنافسات الرياضية المختلفة.² و يعتبر هذا النوع من السياحة من أفضل وسائل الدعاية للدول المضيفة (فمدينة Montréal لم تكن معروفة دولياً و لا تتمتع بخدمات عالية و لكن عند إقامة دورة الألعاب الأولمبية فيها عام 1976 اشتهرت هذه المدينة و أصبحت مركز استقطاب سياحي عالمي.

- السياحة الاقتصادية (تعرف بـسياحة الأعمال): و هي التي تمثل نشاط رجال الأعمال لإتمام بعض الصفقات التجارية و الاشتراك في المعارض التجارية، غير أن هذا النوع من السياحة زادت أهميته في السنوات الأخيرة و أصبح يمثل 20% من حجم حركة السياحة الدولية.³

- السياحة السياسية: كالاشتراك في المناسبات أو الأحداث السياسية التي غالباً ما يصاحبها من تسهيلات السفر و مهرجانات و احتفالات (مثل تنويع ملكة بريطانيا الذي اجتذب الألوف من الزائرين الأجانب إلى لندن).⁴

- سياحة بغرض التعليم و التدريب: و هو أحد أكثر أنواع السياحة نشاطاً في الوقت الحالي، حيث تقوم به كثير من دول العالم لتنشيط عمليات السياحة لديها، حيث يعد توفر الجامعات و الكليات و المعاهد العلمية و مراكز التدريب المختلفة مصدر جذب لعدد من السياح بغرض التعليم و التدريب.

- سياحة المشتريات: و هي أحد أهم أنواع البرامج السياحية الشديدة النشاط، حيث تعمل كثير من دول العالم على أن تصبح سوقاً رائجة و رخيصة تعرض فيها جميع المنتجات بأسعار منخفضة بهدف جذب العديد من السياح الذين يهتمون بشراء السلع المختلفة و الأجهزة منها.⁵

¹ - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 54.

² - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 55.

³ - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 55.

⁴ - مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ - مبادئ السفر و السياحة - مرجع سابق - صفحة 72.

⁵ - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 56.

- السياحة الاجتماعية: وهي السياحة القائمة على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد خاصة في مواسم العطل و الأعياد و الاحتفالات.

- السياحة البيئية: تعرف بالسياحة العلمية أو البحثية، و يمكن القول أنها أهم الأنواع و تشمل دراسات البيئة النباتية و الحيوانية و كذا دراسة حركة الطيور و هجرتها.¹ و هي تعمل على تقليل الأثار على البيئة و الثقافة المحلية و تمارس المحافظة على النظم البيئية المحلية.² و هناك اصطلاح آخر هو "السياحة الايكولوجية" Ecotourisme. و قد قامت بشرحها كاترين فولر³ كما يلي :

السياحة الإيكولوجية هي اصطلاح جديد يجمع بين اكتشاف و فهم الإطار النباتي و الحيواني في مناطق التنمية السياحية مع اتخاذ ما يلزم لحمايتها. و لذلك يتعين تنشيط السياحة الإيكولوجية مع عدم تدمير الموارد الطبيعية التي تعتمد عليها.

و هناك معايير أخرى لتصنيف السياحة لا يسعنا ذكرها كلها و لكن الملاحظ أن جل التصنيفات متقاربة، فعلى سبيل المثال هناك من يصنف سياحة زيارة المواقع الأثرية و التاريخية كنوع قائم بذاته و يدرجها آخر ضمن السياحة الثقافية نظرا لإقبال طبقة المتقنين و المفكرين عليها. و سياحة السفاري و المغامرات (تلك التي تتم عبر الصحاري و تتنوع، فبعضها يتجه إلى السلاسل الجبلية و مغامرة تسلقها و البعض الآخر يتجه إلى الوديان و المنابع و أخرى من أجل الصيد) و التي يمكن أدرجها ضمن السياحة الرياضية. تضيف منظمة السياحة العالمية تصنيفات أخرى مثل تصنيف السياحة وفقا لمستوى التنظيم، الجهة المنظمة، إلى غير ذلك.

III - 2 - خصائص السياحة :

يصنف القطاع السياحي ضمن قطاع الخدمات، لكنه يختلف عن بقية الأنشطة الخدمية الأخرى، كون النشاط السياحي منتج مركب، يتشكل من سلع مادية و من سلع غير مادية، لذلك تم تصنيفه ضمن الخدمات المختلفة .

¹ - الأنماط السياحية في العالم : [http://www.Peedo.net/Lifestyle/Travel Trips : Relaxation/Tourismalloverwrld.htm](http://www.Peedo.net/Lifestyle/Travel%20Trips%20Relaxation/Tourismalloverwrld.htm)

² - عثمان محمد غنيم و بنيتا نبيل سعد - التخطيط السياحي - مرجع سابق - ص 159.
³ - رئيسة صندوق دعم الحياة البرية بواشنطن.

³ - صلاح الدين عبد الوهاب - *الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق* - منشأة المعارف بالإسكندرية - 1998 - ص 68.

توجد صناعة السياحة و الفنادق ضمن المصروفات المظهرية أي ضمن الاستهلاك الملفت طبقا للتعبير الانجليزي و بذلك يمكن إدراجها - كما يرى الاقتصادي الكبير " كولن كلاك " في القطاع الثالث من قطاعات الإنتاج باعتبار أنّ القطاع الأول قد وصف بأنه الذي يضمّ النشاط الزراعي، القطاع الثاني هو قطاع النشاط الصناعي، أمّا القطاع الثالث فهو قطاع الخدمات البشرية ، ونظرا لمحدودية الاستعانة بالآلات في القطاع الثالث فإنّ القوّة الإنتاجية في عمل الإنسان ضمن هذا القطاع لا يمكن أن تزيد إلا في حدود ضيقة، و خاصة في السياحة التي لا يزال العمل البشري فيها هو الأساس ، فصناعة الفنادق لا يمكن أداء معظم خدماتها بواسطة الآلات ، و خير دليل على ذلك ما تعاني منه دول كثيرة من نقص في الأيدي العاملة في المهن الفندقية و السياحية و هذا ما يدعم حجة وجوب الاهتمام بالسياحة في الدول النامية .

ويرى " فور استيه " في كتابه " الأمل الكبير للقرن العشرين " أنّ ظاهرة اكتفاء المستهلكين تبدو أوّلا بالنسبة للحاجات الضرورية ثمّ بالنسبة للحاجات الثانوية هو على العكس ، لمّا كان إنتاج القطاع الثالث مجردا من التقدم الفني أو (التكنولوجي) ، فقد ظلّ دائما يعاني ضعفا ولم يلحظ أي ظاهرة من ظواهر اكتفاء المستهلكين بإنتاجه ، وهذا ما يجعل الطلب على خدمات هذا القطاع في تزايد مستمر وخاصة خدمات السياحة و الفنادق التي تظلّ مغرية لجماعات تتضاعف باستمرار من جراء الطلب الكبير عليها ونقص العاملين فيها ¹ .

يشارك القطاع السياحي في بعض خصائصه مع الخصائص العامة للخدمات بالإضافة إلى وجود خصائص أخرى تميزه عن باقي الخدمات .

أ - خصائص الخدمات :

تتميز الخدمات بمجموعة من الخصائص نوجزها في الآتي ²:

✓ المعنوية (غير ملموسة) : أي أن الخدمات غير ملموسة وغير مادية يكون من المستحيل تذوقها أو تحسسها أو رؤيتها قبل شرائها وهذه الخاصية تضع بعض القيود أمام عملية التسويق.

✓ التلازم (عدم إمكانية الفصل) : أي لا يمكن فصل الخدمات عن بائعها لأنه يكون هناك ارتباط وثيق بين مقدم الخدمة والخدمة بحيث يؤدي ماليا إلى نتائج سلبية أو إيجابية من خلال عملية تقديم الخدمة .

¹ - د. بودلال علي : أهمية الاستثمار في رأس المال البشري كأحد شروط ترقية القطاع السياحي بالجزائر، ملتقى علمي دولي تحت عنوان "اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة" بجامعة محمد خيضر ببسكرة (الجزائر) ، 10/09/مارس 2010 .

² - سراب إلياس وآخرون : تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1 ، الأردن، 2002، ص 27.

✓ (التغاير) عدم التشابه : أي يكون من المستحيل وضع نمط معين للخدمات بحيث لا يمكن تقديم الخدمة نفسها كل مرة ، فشركة النقل الجوي لا تقدم نوعية الخدمة نفسها في كل رحلة وبالتالي لا يمكن الحكم على الخدمة قبل شرائها، وبذلك يصعب الحكم على الخدمة من التجربة أو الاستخدام الأول، وأيضا بطبيعة الأشخاص المقدمين لتلك الخدمات لأنها تتكامل بالأساس مع العناصر البشرية التي تختلف خدماتها من وقت لآخر وأيضا حسب النفسية والمزاج عكس المنتجات المادية التي يمكن فحصها ورؤيتها قبل شرائها.

✓ قابلية الفناء والطلب المتذبذب : أي أن الخدمات لا يمكن تخزينها مثل المنتجات المادية الأخرى وعلى سبيل المثال لا يمكن تخزين المقاعد الفارغة في رحلة جوية بحيث تعتبر هذه المقاعد الفارغة طاقة مهدورة، وفرص استثمار ضائعة لأنه لا يمكن إلغاء رحلة ما بسبب عدم اكتمال المقاعد كما أن الطلب على الخدمات السياحية يكون متذبذبا ومتقلبا حسب الموسم.

ب - خصائص الخدمات السياحية :

تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص منها ما هو مشترك مع الخصائص العامة للخدمات ، (المعنوية، عدم التشابه، قابلية الفناء) ومنها ما تميز المنتج السياحي لوحده أهمها¹ :

- 1 - استحالة نقل أو تخزين المنتج السياحي.
- 2- الخدمات السياحية مشروطة بحضور الزبون.
- 3 - الإنتاج والاستهلاك يحدثان في نفس الوقت والمكان.
- 4 - إمكانية الإحلال : كاستبدال بعض المنتجات السياحية بأخرى، استبدال وسيلة نقل بأخرى (الطائرة بالباخرة) باعتبار النقل جزء من المنتج السياحي.
- 5- عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير : صعوبة تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر، أي لا يمكن تحويل فندق إلى مطار في وقت قصير .
- 6-تأثر السوق السياحية بالموسمية.
- 7 - تعدد جهات الإنتاج :كون السياحة صناعة متداخلة ومركبة وتحتوي على العديد من الخدمات والتي يعتبر بعضها صناعة كبيرة ومستقلة بحد ذاتها مثل الفنادق والنقل.
- 8 - تباين قطاعات المنتج السياحي : تختلف دوافع ورغبات السياح وتوقعاتهم بدرجة كبيرة وكذلك تباين مستويات الدخل بالنسبة للسياح، وهذا يؤدي إلى صعوبة التأثير فيهم وإقناعهم بشكل جماعي من جهة، ومن جهة أخرى صعوبة توفير الخدمات التي يرغبها السائح كل على حدة فيما يتعلق بالمنتج المطلوب من قبل كل مجموعة ومستويات الخدمات والأسعار المطبقة.

¹ - بلاطة مبارك، طواش خالد : سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04 ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2005، ص 154-155 .

III - 3 - أبعاد السياحة حسب المنظمة العالمية للسياحة¹:

لم تغفل المنظمة العالمية للسياحة البعد الاقتصادي، البشري، الاجتماعي والثقافي للسياحة، عند إعداد القانون العالمي لأخلاقيات السياحة في شهر أكتوبر 1999 بسنتياغو (الشيلي)، والذي نص على المبادئ العشر التالية :

- مساهمة السياحة في التفاهم بين الإنسان والمجتمع والاحترام المتبادل بينهما.
- السياحة عامل ازدهار شخصي وجماعي.
- السياحة عامل تنمية مستدامة.
- السياحة تشغل التراث الثقافي والبشري وتساهم في إثرائه.
- السياحة نشاط ذو منفعة للبلد المستقبل.
- التزامات الفاعلين في مجال التنمية السياحية.
- (الحق في السياحة) السياحة للجميع.
- حقوق العاملين والمستثمرين في الصناعة السياحية.
- تطبيق مبادئ القانون العالمي لأخلاقيات السياحة.

III - 4 - هل السياحة علم ؟

في عام 1962 في المؤتمر الثالث عشر للجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين الذي عقد في يوغسلافيا، قدم فريق من الخبراء السياحيين الفرنسيين بحثاً عن "إمكانيات و حدود التخطيط السياحي" و كان التأكيد على أن السياحة فن و ليست علم كونها تعتمد على الإحصاء السياحي و الذي لم يكتمل بعد .

و بعد عام 1962 شهد الإحصاء السياحي تطوراً كبيراً أين أصبحت القواعد الخاصة بالإحصاء السياحي قواعد دولية مستقرة تكاد تتلافى معدلات الأخطاء في نتائجها و هكذا أصبح الإحصاء السياحي الأساس العلمي المعتمد في تفسير العلاقات بين مختلف المتغيرات المتفاعلة ضمن حدود الظاهرة السياحية. و أصبحت أجهزة الإحصاء السياحي لا غنى عنها في كل الوزارات و المؤسسات و الإدارات التي تتولى الشؤون السياحية في جميع البلدان.

و في عام 1972 في مؤتمر الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين قدم "دوفير"¹ بحثاً سياحياً بعنوان "إرساء قواعد علم الأنماط المتكامل للمصادر و الأنشطة السياحية"².

¹ - مشروع التقرير حول مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية - المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي - الدورة السادسة عشر، نوفمبر 2000، ص 14 .

² - كان من معارضي فكرة أن "السياحة علم" في المؤتمر السابق (1962).

² - متنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ- مبادئ السفر و السياحة- مرجع سابق- ص99.

إن السياحة كظاهرة لها علاقة مع الظواهر الأخرى، و أصبح بالإمكان ملاحظة هذه العلاقات و تقديم التفسير العلمي الكمي لها و التوصل إلى نظريات علمية نسبية و ليست مطلقة (مثل نظرية الطلب السياحي). و بناء على ذلك فإن السياحة أضحت علما ينتمي إلى مجموعة العلوم الإنسانية و الاجتماعية.

تدرس السياحة اليوم كعلم مستقل له قواعده و أسسه و نظرياته و له علاقة مباشرة و غير مباشرة بالكثير من العلوم مثل الاقتصاد و علم الاجتماع و علم النفس و علم البيئة و غيرها.¹

و يضم علم السياحة كبقية العلوم الأخرى فروعاً متعددة كالاقتصاد السياحي، التخطيط السياحي، التسويق السياحي، الجغرافية السياحية و الإرشاد السياحي، الخ. و هو علم قائم بذاته و يمتلك جميع المقومات لذلك. و أصبح هذا العلم يدرس في الكثير من الجامعات الأمريكية و الأوروبية و العربية، و وصلت إلى أعلى المستويات على صعيد الماجستير و الدكتوراه. و مما زاد في تطور علم السياحة هو استخدام أجهزة الحاسوب الذي سهل مهمات الإحصاء السياحي.²

و لكي يمكن بناء نظرية للسياحة على أساس علمي يجب القيام بتشريح الظاهرة السياحية لإبراز عناصرها الأولية و الأساسية التي لا تقوم بدونها³، و يقسم الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب⁴ في كتابه السياحة الدولية، العناصر الأساسية لظاهرة السياحة على النحو التالي :

- عنصر حركي: و هو فعل الانتقال من مكان إلى آخر.
- عنصر ثابت: و هو الإقامة في الدولة أو المنطقة المسافر إليها.
- الإنسان: و هو فاعل العنصرين السابقين.
- مجموعة العناصر الظرفية: و تتكون من عناصر طبيعية، جغرافية، بشرية، تاريخية، حضارية، عناصر التسهيلات و الخدمات السياحية اللازمة لاستقبال السائحين، عناصر تنظيمية و إدارية، عناصر النقل السياحي و وسائله.

أما الدكتور "كليرجن" فيميل إلى تقسيم السياحة إلى نظام مركب يتألف من خمس عناصر أساسية و هي :

- السائح .
- اتجاه المعلومات .
- النقل .
- عناصر الجذب السياحي .
- التسهيلات و الخدمات..... الخ.

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق - صناعة السياحة - دار زهران - 1997 - صفحة 8.

² - مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ - مبادئ السفر و السياحة - مرجع سابق - صفحة 100.

³ - محمد منير حجاب - الإعلام السياحي - مرجع سابق - صفحة 31.. نقلا عن الدكتورة هالة نوفل في دراستها بعنوان: البرامج السياحية في الإذاعة المسموعة.

⁴ - رئيس الجمعية المصرية لخبراء السياحة العلميين و عضو الأكاديمية الدولية للدراسات السياحية .

و قال أن هذه العناصر الخمس تتفاعل مع بعضها بحيث يؤثر كل منهما في الآخر تأثيرا متبادلا، و أضاف أن هذه العناصر هي الأساس في كل تخطيط للتنمية السياحية لفهم كافة القوانين و الاتجاهات التي تحكم ظاهرة السياحة في العالم.

و فيما يخص علاقة السياحة بالعلوم و الظواهر الأخرى فإنه و في أغلب الأحيان تكون هذه العلاقة متبادلة و قائمة على اتجاهين .

تفاعل و علاقة السياحة مع محيطها .

إن النشاط السياحي متنوع ومرتبط بعدة قطاعات اقتصادية واجتماعية أخرى ولا يمكن أن ينمو بمفرده ، وأكثر من ذلك فإن جودة الخدمات السياحية المقدمة مرهونة إلى حد كبير بالسلع والخدمات المنتجة في تلك القطاعات وبالنوعية التي تمتاز بها .

من الواضح أن نوعية الخدمات السياحية تتحدد بصفة عامة على أساس نوعية وسائل النقل، نوعية الاستقبال على مستوى المطارات والموانئ ونقاط العبور، نوعية المواد اللازمة لتحضير الوجبات الغذائية ، نوعية التنشيط الترفيهي، نوعية الصناعات التقليدية ، نوعية العلاقات الاجتماعية التي تربط السكان المحليين بالسياح ، نوعية المحيط الطبيعي... الخ ومن ثم ، يمكن التأكيد أن النوعية في قطاع السياحة متوقفة بالدرجة الأولى على مستوى تطور النوعية في القطاعات الأخرى وأن أي خل يحدث في هذه السلسلة الطويلة المكونة للمنتجات السياحية سينعكس لا محالة بطريقة سلبية عليها .

1 - تفاعل السياحة مع المحيط الاقتصادي.

يوجد ارتباط عضوي ما بين النشاط السياحي والمحيط الاقتصادي. فبالنسبة للاقتصادي ، تعتبر السياحة مجالا اقتصاديا هاما ويتجلى ذلك من خلال العناصر التالية :

- إنتاج السلع والخدمات ذات الطابع السياحي المستعملة من قبل هذا القطاع مثل الأدوات الرياضية تجهيزات الترفيه والتسليّة ، المباني السياحية بشتى أنواعها، معدات النقل السياحي، وسائل التخيم ، الأثاث الموجه لتجهيز الفنادق والمركبات والقرى السياحية الخ أما الخدمات فتشمل توفير وتنظيم النقل ، الإطعام ، التنشيط ، التسليّة ، الجولات السياحية... الخ
- السياحة تحفز على إنتاج سلع غير سياحية إلا أنها مستعملة أو مستهلكة من طرف السياح مثل إنجاز الهياكل القاعدية ، بناء المرافق العامة ، تطوير الصناعات التقليدية ، إنتاج المواد الغذائية ومختلف المنتجات الصناعية المستعملة من طرف القطاع السياحي.
- بروز وتطور بعض المهن المرتبطة بالسياحة مثل وكلاء السياحة والأسفار ، المرشدين السياحيين ، الفرق الفولكلورية ، الحرفيين ، المنشطين... الخ.
- تأثير السياحة على ميزان المدفوعات من حيث التدفقات المالية المتعلقة بالإيرادات النفقات .

- مساهمة السياحة كظاهرة اقتصادية و اجتماعية دولية في تنمية الكثير من الدول و المناطق الجهوية وفي إعادة توزيع الدخل .
- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية : و يمكن تلخيص بعض أنواع التدفقات في الآتي¹ :
- 1- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في بناء الفنادق ، القرى السياحية...ألخ *
- 2- المدفوعات السيادية للدولة مقابل منح تأشيرات الدخول .
- 3- فروق تحويل العملة .
- 4- الإنفاق اليومي للسائحين بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على سلع وخدمات القطاعات الأخرى.
- 5- الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين .

و بقدر ما تنعكس الإمكانيات المادية على جانب الطلب السياحي، فهي تؤثر أيضا في جانب العرض السياحي. فتطور العرض السياحي و الاستثمار السياحي يتوقف على حجم الادخار والاقتصاد القوي ترتفع فيه نسبة الادخار بما يمكن أفراد المجتمع من ممارسة الإنفاق على الاستثمار السياحي و الذي يعد أساسا لعملية تطور العرض السياحي. و عموما يمكن القول أن تطور النشاط السياحي يتوقف بشكل مباشر على التطور الاقتصادي².

¹ - أحمد ماهر ،عبد السلام أبو قحف ، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية ، ط2، المكتتب العربي الحديث ، الإسكندرية ، 1999. ص 17 .

* حيث يجب الأخذ في الاعتبار الآثار السلبية الناجمة عن تحويلات الأرباح نحو الخارج و دخول العاملين الأجانب.

² - مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ- مبادئ السفر و السياحة- مرجع سابق- صفحة 101.

جدول يبين ارتباط السياحة بالقطاعات الاقتصادية

القطاع	النشاط القطاعي	احتياجات السياحة من النشاط القطاعي
الزراعة	الإنتاج النباتي . الإنتاج الحيواني . الأراضي .. الغابات و الأحراج .	خضر و فواكه، زهور ، حبوب، مواد أولية ، أعشاب .. لحم ، سمن، زبدة ، حيوانات الزينة ، حليب ، لبن .. حدائق ، مناطق خضراء ، منتزهات ، نباتات الزينة .. أخشاب ، منتزهات طبيعية ، مناطق خلوية ..
الصناعة	صناعة خفيفة . صناعة ثقيلة . صناعة استراتيجيه . صناعة يدوية ومهن .	سلع استهلاكية ، مستلزمات تشغيل ، مواد ومعدات خفيفة .. آلات ، سيارات ، كهربائيات و سائل نقل نفط ، معادن ، مصادر الطاقة منتجات حرفية، أقمشة ، تذكارات ، سلع محلية
البناء و التشييد	الأبنية السكنية . السدود . الجسور و المعابر . المواقع الأثرية .	فنادق ، شاليات ، دور الاصطياف ، مراكز خدمات بحيرات ، تخزين ، طاقة، مناطق سياحية شعبية مواصلات ، تسهيلات نقل ، جمال الطبيعة ترميم ، إعادة الاستثمار ، توظيف سياحي
النقل و المواصلات	الطرق و الخطوط . وسائل المواصلات والاتصالات .	طرق مناسبة ، تنظيم المرور، خدمات الطرق، نظام النقل . نقل جوي و بري و بحري بوسائل مناسبة ، تأجير سيارات نظام الاتصالات : بريد، برق ، هاتف ، فاكس
الخدمات	التعليم العام و السياحي الصحة و البيئة الرعاية الاجتماعية الأنشطة الاجتماعية	مستوى ثقافي و حضاري ، تخصصات مهن ، ع سياحية . خدمات صحية ، تعليمات بيئية ، المظهر العام للبلد .. مكافحة الظواهر السلبية ، حماية السائح و المواطن ... معارض ، مهرجانات ، فولكلور ، رياضة ، حفلات ...
المرافق العامة	الماء . الكهرباء . المرافق الصحية .	الماء الصالح للشرب و للسقاية و الاستعمالات الأخرى .. الطاقة الكهربائية ، الإنارة التزينية .. معالجة المياه المالحة ، الصرف الصحي العام ...
المال و التمويل	النظم النقدية . تشريعات الاستثمار . النظم الجمركية .	تعليمات تداول العملات ، الصرافة الحوافز و التسهيلات و الإجراءات للمستثمرين .
التجارة	التجارة الداخلية . التجارة الخارجية .	توفير المواد ، مراكز البيع إجراءات التصدير ، المناطق الحرة ،

المصدر: صلاح الدين خربوطلي (السياحة صناعة العصر، دار حازم للنشر، ط1، دمشق -
(2002

IV-2 - تفاعل السياحة مع المحيط الاجتماعي .

لا يختلف اثنان على التأثير المتبادل بين السياحة و المجتمع و لكن السؤال المطروح هل تعتبر هذه الانعكاسات ايجابية بحتة على البيئة الاجتماعية؟

تتصل السياحة كنشاط إنساني اجتماعي بعلم الاجتماع كونه يرتبط مباشرة بالإنسان من الناحية الاجتماعية و مهتم بالبيئة المحيطة به لتفسير الظواهر الاجتماعية و التنبؤ بالمستقبل.¹ كما أن الاحتكاك و التفاعل المباشر بين السائح و المستضيف يؤدي إلى تبادل اجتماعي بينهما من حيث التعارف، العادات و التقاليد الاجتماعية، اكتساب المعارف و اللغات الأجنبية و غيرها، فضلا عن توفير مناصب شغل جديدة تقلل من البطالة و ترقية البنية التحتية (خاصة النقل، الصناعة، التجارة، الخ) و استحداث بعض المصالح و المؤسسات التي تخدم الأفراد و تعمل على تحسين المستوى المعيشي. و كلها عوامل مساعدة في تعميق الدراسة السياحية الاجتماعية .

وتبعاً لذلك فهي تستحوذ بصفة خاصة على اهتمام علماء الاجتماع في مواضيع عدة ، نذكر منها على سبيل المثال المجالات التالية :

- التدفقات والهجرة المؤقتة للأفراد والعائلات نتيجة الحركات السياحية التي تحدث بين المناطق و الدول .
- استهلاك الوقت و المكان و سد أوقات الفراغ .
- تبادل القيم و تطوير العلاقات الاجتماعية و احتكاك الثقافات و تعارف الشعوب و تقاربها .
- تطوير ثقافة المحبة و السلم و التسامح و احترام الآخر .
- تجديد قوة العمل عن طريق الاستفادة من الراحة و الترفيه .

IV-3 - تفاعل السياحة مع المحيط السياسي .

إن المحيط السياسي له صلة وثيقة بالسياحة حيث تتدخل الدولة من خلال وضع السياسات السياحية الملائمة التي تهدف إلى تخطيط و توجيه و تأطير السياحة و جعلها تستجيب للأهداف المراد بلوغها قصد تلبية الحاجيات المتنوعة للطلب السياحي الداخلي و الخارجي .

IV-4 - علاقة السياحة بالتكنولوجيا .

ككل القطاعات الاقتصادية الأخرى ، تتأثر السياحة بالمحيط التكنولوجي الذي تنمو فيه خاصة فما يتعلق بمكونات الغرض السياحي كالنقل بشتى أنواعه و أصنافه ، التجهيزات الفندقية ، وسائل الإعلام و الاتصال ، المنشآت القاعدية.. الخ فكلما كانت التكنولوجيا متطورة كلما انعكس هذا إيجابياً على العرض السياحي و على نوعية الخدمات بصفة عامة ، و خلافاً لما يعتقد البعض ، فإن السياحة الدولية مركزة بصفة أساسية في الدول المصنعة .

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق - صناعة السياحة - مرجع سابق - ص 90.

IV-5 - علاقة السياحة بالثقافة:

هناك علاقة طردية بين المستوى الثقافي للفرد و طلبه على السياحة و مساهمته في التنمية، بالرغم من أن هناك من يرى أن التنمية تلتقي مع الثقافة في إطار جد ضيق كونها نشاط غير منتج، فمنذ أكثر من عشرين عاما كانت هذه العلاقة مبهمة و غير مؤكدة.¹ و لكن يجب التأكيد على أن الاطلاع و المعرفة الشخصية المكتسبة من خلال الوسائل التعليمية المختلفة تكون بمثابة عامل محفز للفرد المثقف للقيام بالرحلات السياحية بهدف الاطلاع عن كثب بالواقع الفعلي على المعالم السياحية لمختلف بلدان العالم، كما تدفع الثقافة إلى الانفتاح الاجتماعي و الرغبة في الاحتكاك بالشعوب الأخرى.² كما أن زيارة العلماء من الاختصاصات المتعددة على حساب السياح أو على حساب دولتهم لإجراء البحوث و الدراسات أيضا تعد سياحة ثقافية³ و هكذا فإن الثقافة الشخصية تشكل دافعا للسياحة و تشكل الثقافة الظاهرية⁴ عاملا مستقطبا للسياحة، و كلاهما يساهم في التنمية.

و من ثم تمثل السياحة وسيلة حضارية لنقل و تبادل الثقافات و الحضارات بين شعوب العالم المختلفة فعن طريقها يتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية حيث تنتقل اللغات و المعتقدات الفكرية و الآداب و الفنون و مختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها. وبالتالي يؤثر الاستجمام بطريقة إيجابية على الثقافة و على الشخص و المجتمع، فمقولة "العقل السليم في الجسم السليم" هي ائزان نفسي و جسدي يحافظ عليه بواسطة الاستجمام (شغل وقت الفراغ).⁴

IV-6 - السياحة و البيئة الطبيعية :

لقد ثبت بما لا يقبل الشك أن التطور التكنولوجي يكون على حساب البيئة الطبيعية⁵ و نتيجة لذلك برزت قضية حماية البيئة الطبيعية بشكل مركز و واضح.

و قد دعت الهيئات الدولية المعنية كالأأم المتحدة إلى عقد مؤتمرات من أجل صيانة البيئة و المحافظة على المصادر الطبيعية النباتية منها و الحيوانية. و المعروف أن العرض السياحي يعتمد بشكل كبير جدا على العامل الطبيعي المتمثل بما يلي :

¹ - Guy Hermet- *Culture et Développement*- Presses de la fondation Nationale des sciences politiques- 2000.

² - مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ- مبادئ السفر و السياحة- مرجع سابق- صفحة 109.

³ - لتفصيل أكبر يمكن الرجوع إلى مسعود مصطفى الكتاني - علم السياحة و المنتزهات - صفحة 129

⁴ - تتمثل الثقافة الظاهرية فيما يبتدعه الإنسان و يسفر عنه تطور المجتمعات المتعاقبة، مثل تشييد القصور، القلاع، المساجد، الأبراج و النصب التذكارية، المسارح الضخمة و غيرها.

⁴ - حسن الرفاعي- *مبادئ الاستجمام السياحية* - دار المسيرة للنشر و التوزيع- الأردن- 2002- صفحة 49.

⁵ - تعرف البيئة الطبيعية بأنها "مجموع العناصر الظرفية الطبيعية، الجيولوجية، الحضارية و التاريخية التي تؤثر في الإنسان في تعايشه مع الكائنات الحية الأخرى". مأخوذ من مرجع: صلاح الدين عبد الوهاب- الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق- مرجع سابق-ص60.

- المناخ بمواصفات معينة.
- هيكل الأرض و المناظر الطبيعية الجذابة.
- المياه بمختلف مصادرها و مواقعها.
- الغابات و الأشجار و المساحات الخضراء.
- النباتات و الحيوانات .

وبالتالي فإن الاستغلال الاقتصادي الأمثل للمورد السياحي يتطلب بالضرورة الاهتمام و العناية بالطبيعة و المحافظة عليها. و من المؤكد أن للسياحة تأثيرات بيئية مختلفة¹. حيث تعتبر البيئة الطبيعية الجيدة موردا أساسيا من الموارد التي تعتمد عليها التنمية السياحية كما أن الاستعمال المجحف للبيئة الطبيعية قد يتسبب في تدهور النشاط السياحي.²

¹ - مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ- مبادئ السفر و السياحة- مرجع سابق- صفحة 117.

² - صلاح الدين عبد الوهاب- الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق- مرجع سابق- ص60.

جدول رقم : 03 أمثلة عن بعض الآثار السلبية للسياحة على البيئة الطبيعية .

العامل المسبب	الأثر على البيئة الطبيعية	الإجراء المناسب
الزحام الزائد .	ضغط بيئي . زيادة الطلب للخدمات .	تحديد طاقة الاستيعاب . تنظيم العمل .
التطوير العشوائي .	توسع على حساب المزايا . تعد على الريف ، المضاربات .	تخطيط وتنظيم وظيفي . مراعاة البيئة -مراعاة التوازن .
أنشطة : - زوارق ، محركات . - الصيد الجائر . - رحلات المشي .	إزعاج و خلل الحياة البرية . انقراض نوعي . تعد على الطبيعة .	محركات خاصة . مواقع تنظيم مراقبة . تحديد مسارات و وضع تعليمات سلوكية .
التلوث : - الصوت . - النفايات . - التخريب .	تشويه الأصوات الطبيعية . تشويه و أخطار صحية . إساءة للمكونات و الخدمات .	تعليمات و مراقبة . تعليمات و ترحيل مستمر . وضع نظام و عقوبات .
إطعام الحيوانات البرية .	تغير سلوك الحيوانات و الأذى .	تعليمات و ابتعاد الحيوانات .
الآليات : - السرعة . - سباق خارج الطرق .	حوادث - إزعاج . تخريب التربة و النبات .	تحديد السرعة - ضوابط . تحديد المسارات و الضوابط .
التقاط و جمع أشياء بالمكان .	إفراغ الحصى، صدف ، رمل، نباتات ، تذكارات	منع و مراقبة مستمرة .
إشعال النار بمكان غير مناسب	حرائق و تخريب و خطر	تخصيص أماكن و مراقبة ..
حفريات و عبث .	تشويه البيئة - نظام الري .	منع و ضوابط .
إدخال نباتات و حيوانات غريبة	إزعاج التنوع الحيوي و البيئي	تعليمات و منع صارم .
خطوط الطاقة .	خطر و أثر مادي .	تخطيط المسارات .
تلوث الماء .	خطر صحي - تأثير بيئي .	محص مستمر ومعالجة .
متفرقات .	تغيير المشوقات الطبيعية و الوظائف بشكل غير مناسب .	غياب مزايا و تدن في الخدمات .

المصدر : صلاح الدين خربوطلي : مرجع سابق ، ص 33 .

خاتمة الفصل .

لقد أدركت الكثير من الدول القيمة الحقيقية لقطاع السياحة في دعم الدخل الوطني و ميزان المدفوعات، فلم يعد قطاع ترفيهي فحسب بل أصبح صناعة وطنية مهمة، لذلك وجب تطوير هذا القطاع الاستراتيجي على المستوى الاقتصادي ، الثقافي الاجتماعي و البيئي .

تعتبر السياحة نشاطا مستهلكا للبيئة يمكن أن تتسبب في إحداث ضرر غير مقصود يتعدى إصلاحه بسهولة ، و ذلك بفعل الاستهلاك المجحف للطبيعة حيث يبحث الأجانب عن استغلال الطبيعة الهادئة و النقية في الدول الأخرى .

إن نسبة كبيرة من الانعكاسات السلبية للنشاط السياحي يمكن تفاديها من خلال سياسة تنموية رشيدة و لكن قبلية، أي و كما يقال "الوقاية خير من العلاج". بمعنى، إذا تم تخطيط التنمية السياحية بشكل جيد و تمت مراقبة السياح بطريقة ناجحة (سنتحدث عن التخطيط السياحي و التنمية السياحية لاحقا) فيمكن المحافظة و تطوير الآثار الإيجابية للسياحة .

و ختاماً نقول أن صناعة السياحة سلاح ذو حدين ليس فقط في الأمد القصير لكن في الأجل المتوسط و الطويل ، لذا وجب تبني فلسفة جديدة في الحقل السياحي لكي نضمن زيادة المنافع الاقتصادية و الاجتماعية و عدم القضاء على نظام القيم و التقاليد السائدة في المجتمع حتى لا يفقد المجتمع هويته¹، و يحافظ على إرثه الثقافي الحضاري لضمان الاستدامة السياحية .

¹ - صلاح الدين عبد الوهاب- الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق - مرجع سابق - ص37.

الفصل الثاني

السياحة من منظور التنمية المستدامة

الطلب السياحي لا يمكن أن يكون كافيا إلا إذا كان لا يحمل معه ضررا للمصالح الاجتماعية و الاقتصادية للسكان المحليين ، لا على البيئة و بالأخص على الموارد الطبيعية التي تعتبر الدعامة الأساسية للسياحة ، إن تحسين مختلف العناصر المكونة للبيئة الإنسانية تعد من بين المعايير الأساسية للتنمية السياحية المتواصلة (إعلان الندوة العالمية للسياحة 1982 - أحمد ملحة ، ص 75).

"إننا لا نرث هذا العالم من أسلافنا و إنما نحن نقترضه من أولادنا "
صلاح الدين عبد الوهاب- الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق - ص 62.

Vivre simplement pour que tout le monde puisse simplement vivre ,
GANDHI .

*La traduction des discours en faits :Voilà toute la problématique du
développement durable.*

Mlle. BOUDJANI Malika

محتويات الفصل الثاني

السياحة من منظور التنمية المستدامة

تمهيد .

- I - التنمية من خلال السياحة و أبعادها .
 - I-1 السياحة و دورها في التنمية .
 - I-2 دور السياحة في التنمية المحلية .
 - I-3 الاستثمار السياحي .
 - I-4 التخطيط السياحي و التنمية السياحية .
 - I-5 السياحة سلاح ذو حدين .
 - I-6 توسع صناعة السياحة و التوجهات الحديثة .
- II - التنمية المستدامة أبعادها و أهميتها .
 - II - 1- مفهوم التنمية المستدامة .
 - II - 2- التنمية المستدامة في القمم العالمية .
 - II - 3- أبعاد التنمية المستدامة .
 - II - 4- أهداف التنمية المستدامة .
 - II - 5- مبادئ التنمية المستدامة .
 - II - 6- التنمية المستدامة و الحكم الصالح .
 - II - 7- مؤشرات قياس التنمية المستدامة .
 - II - 8- السياحة عامل في التنمية المستدامة .
- III - السياحة المستدامة -بين الضرورات و المتطلبات- .
 - III - 1- مفهوم السياحة المستدامة .
 - III - 2- بداية الاهتمام بالاستدامة في السياحة .
 - III - 3- خصائص السياحة المستدامة .
 - III - 4- منافع السياحة المستدامة .
 - III - 5- مبادئ السياحة المستدامة .
 - III - 6- نطاق السياحة المستدامة .
 - III - 7- الجهات المعنية بالسياحة المستدامة .
 - III - 8- تخطيط و تنمية السياحة المستدامة .
 - III - 9- تحقيق الاستدامة للسياحة .
 - III - 10- السياحة المستدامة و الإدارة الوظيفية .
 - III - 11- استخدام المؤشرات البيئية في السياحة .
 - III - 12- أمثلة عن تجارب في السياحة المستدامة .

خاتمة الفصل .

تمهيد:

السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية صاحبها أحداث درامية ظهرت بصورة واضحة في النصف الأخير من القرن العشرين، ففي الفيليبين¹، و من أجل الاستجابة لما فرضه صندوق النقد الدولي، أشغال كثيرة تنجز لتهيئة مناطق ريفية سياحيا و التي كانت تتمتع باكتفائها الذاتي، و قد تم هدم العديد من القرى و طرد الفلاحين و الصيادين الشيء الذي أحدث ثورة و أموات، لقد تم القضاء بصفة غير رجعية على نمط حياة عريق و عادات و تقاليد هذه المناطق .

لقد أصبحت السياحة في كثير من دول العالم من أهم القطاعات الاقتصادية، حيث أدت إلى تغيير في أنماط العمل ومستويات المعيشة وتوزيع المداخل، كما أن التوسع في النشاطات السياحية صحبه تغيرات ثقافية واجتماعية وبيئية والتي ارتبطت بتكنولوجيا فترة ما بعد الصناعة وقد توضح أن للبيئة التي تنمو فيها السياحة أهمية كبيرة في تأكيد مستوى جودة و نجاح تجربة السفر الخاصة بالسائح، و سواء كانت بيئة طبيعية مثل الأرض و المياه و النباتات، أو كانت من صنع الإنسان و التي تشمل الآثار و المباني التاريخية و الطرق و غيرها، وفي غياب البيئة النظيفة الجاذبة للسائح فإن السياحة نادراً ما تتجح .

فبالإضافة إلى ضرورة الاهتمام بالسياحة الدولية و زيادة موارد البلاد من النقد الأجنبي فإنه قد أصبح من الضروري تأكيد حق المواطنين في السفر و السياحة و الحرص على تهيئة الظروف لقضاء الإجازات و الاستمتاع بأوقات الفراغ، و بغياب هذا الفهم يتضاءل الوزن الحقيقي لصناعة السياحة كظاهرة اقتصادية واجتماعية كما يخفي و عي الجماهير و نقل عنايتهم بالأنشطة السياحية و المحافظة على البيئة و رعاية السائحين .

و في نطاق الأساليب الاقتصادية المختلفة لاحتواء البيئة في عمليات التخطيط و الإدارة البيئية المختلفة، فإن مفهوم التنمية المستدامة يعتبر الأمثل لمواجهة سلبيات التنمية و السعي لتفاديها في المستقبل، كما أن مفهوم التنمية المستدامة سيظل الفكر الرائد لعمليات التنمية خلال القرن الحادي والعشرين في جميع القطاعات الاقتصادية بما فيها قطاع السياحة (فاروق عبد النبي عطا الله)²:

من خلال هذا الفصل سنحاول الاقتراب أكثر من الأبعاد المختلفة المرتبطة بالتنمية السياحية و التنمية المستدامة و متطلبات و مبادئ و خصائص السياحة المستدامة بالإضافة إلى جوانب أخرى لتعرض في الأخير إلى بعض الأمثلة عن تجارب دولية في مجال السياحة المستدامة .

¹ - Dora Valayer ,*Tourisme éthique et développement* ,sous la direction de P Amalou, l'Harmatan ,Paris, 2009, P 69.

² -http://www.seyouf.org/db_bin/evd_evd_pdf_2.pdf?PHPSESSID=9e2248500adc89c06240e431131a8987

I - التنمية من خلال السياحة و أبعادها .

لقد اكتسحت السياحة حدود الدول و داخل هذه الحدود حيث تجاوزت نقطة اللاعودة و أصبحت وفق الإحصاءات الرسمية الدولية بالنسبة لمختلف دول العالم أكبر صناعة في العالم في العصر الحاضر.¹

I - 1 - السياحة و دورها في التنمية :

إن المنتج للتطور السياحي الدولي يستطيع الجزم بأن السياحة ساهمت ايجابيا في اقتصاديات دول عديدة بشكل أصبحت معه السياحة عاملا من عوامل التنمية الاقتصادية الهامة نتيجة ضخامة عائداتها ، و رغم ظهور كثير من الانتقادات التي وجهت للسياحة كقطاع إنتاجي سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو البيئية فإن الحكم على صحة هذه الانتقادات يتوقف بشكل مؤثر على الإستراتيجية التي اختيرت للتنمية السياحية.²

و قد أكد إعلان مانيلا عن السياحة العالمية 1980 ضرورة وضع صناعة السياحة في مكانها الصحيح باعتبارها ذات دور هام في عالما الديناميكي شديد التغير.. مشيرا إلى مسؤوليات الدول و الحكومة و المؤسسات السياحية للنظر إلى السياحة وفقا لأبعادها الحقيقية التي تتضمن المجالات الاقتصادية و الثقافية و الاجتماعية.

و قد أعلن المجلس العالمي للسفر و السياحة عام 1994 أن السياحة أصبحت أضخم صناعة في العالم متخطية صناعات السيارات و الصلب و الالكترونيات و النشاط الزراعي.

و لأن السياحة ترتبط ارتباطا مباشرا و غير مباشر بقطاعات إنتاجية و خدمية عديدة من قطاعات الاقتصاد القومي كالزراعة و الصناعة و قطاع البناء و البنوك و التأمين و الإعلام و غيرها داخل الدولة فإنها تؤدي إلى زيادة فرص العمالة³ في النشاطات السياحية و النشاطات الأخرى.

و تهدف الدول النامية من خلال السياحة إلى تحقيق فائض أو موازنة في مجال ميزان المدفوعات و تحقيق فائض في مجال العملة الصعبة،⁴ فضلا عن الفوائد الأخرى المذكورة سابقا.

¹ - صلاح الدين عبد الوهاب- الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق - مرجع سابق - ص57.

² - صلاح الدين عبد الوهاب- الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق - مرجع سابق - ص36.

³ - صلاح الدين عبد الوهاب- الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق - مرجع سابق - ص37.

⁴ - ماهر عبد العزيز - صناعة السياحة-مرجع سابق- ص32.

1 - 2 - دور السياحة في التنمية المحلية.¹

مما لا شك فيه أن قطاع السياحة أداة فعالة في التنمية المحلية انطلاقا من ميزاته التي لها علاقة بالاقصاد الجزئي كالربح والسيولة لكن الأكثر من ذلك هو دوره في بعث تحولات اجتماعية واقتصادية تشكل في حد ذاتها قاعدة التنمية على المستوى المحلي.

هذا الدور أخذ عدة أشكال وأنماط تتناسب مع تطور البلد ، فمثلا بالنسبة للدول المتطورة تعرف بعض المناطق منها انخفاض في الحركية الاقتصادية سواء كان ذلك لغلق بعض المصانع أو تقلص النشاط الزراعي مما يولد مظاهر سلبية للاقتصاد أولها على الإطلاق البطالة وخاصة في بعض الدول المتطورة كفرنسا أين تعاني بعض مقاطعاتها ركودا اقتصاديا، خلفه الاتحاد الأوروبي ، وأهم صور ذلك الركود هو النزوح الريفي.

وعند معالجتهم لهاته الوضعية توصل المختصون إلى أنه لا حل لهذا الوضع المتردي للاقتصاد في هذه المناطق سوى إعادة الاعتبار للقطاع السياحي من خلال تثمين المؤهلات الطبيعية لتلك المناطق (حيوانات . نباتات - مواقع تاريخية وأثرية . . . الخ).

أما بالنسبة للدول النامية والتي تختلف طبيعة مشاكلها عن الدول المتطورة ، إذ تعاني مناطقها من العزلة الجغرافية ومركزية القرار، فإن مساهمة قطاع السياحة في تنمية المناطق النائية تبدو ذات اثر واضح و فعال من خلال مثلا عملية فك العزلة عن منطقة ما. إذ عندما يتقرر إقامة مشروع سياحي في مثل هذه المناطق ، لا يتطلب ذلك الكثير من المواد الأولية الخاصة واليد العاملة الجد مؤهلة لاستغلاله لتوفير الشرط الأساسي لجلب السياح ولكن يرجع ذلك إلى الجمال الطبيعي أو غنى التراث الثقافي والتاريخي أو وجود المنابع المعدنية . . الخ .

لدى يجب التركيز على ضرورة استغلال الثروات السياحية من خلال التهيئة العمرانية قصد وضع الأسس لهياكل قاعدية سياحية وذلك عن طريق فتح طرق ومعايير وإيصال الماء وحفر الآبار وإيصال الكهرباء والغاز، هذه العمليات التي لا شك سوف يكون لها الأثر على التنمية المحلية بصفة مباشرة أو غير مباشرة ، كالحد من البطالة باستعمال اليد العاملة المتواجدة محليا سواء قبل أو بعد إقامة المشروع السياحي أو أثناء استغلاله خاصة إذ علمنا أن الخدمة الفندقية أو إنشاء سرير فندي يولد 0.5 منصب عمل بطريقة مباشرة و 0.5 بطريقة غير مباشرة .

¹ - زياني غوثي بومدين : مكانة السياحة في ظل المعطيات الاقتصادية الجديدة - حالة الجزائر - رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر ، 2000 ، ص 61 .

I - 3 - الاستثمار السياحي .

الاستثمار هو المجال الذي يسمح بخلق ثروة جديدة وتجديد الثروات القائمة، وهو أحد المراحل الرئيسية في الدورة الاقتصادية التي تتمثل في الإنتاج، التوزيع، الاستهلاك، الادخار والاستثمار . وتؤكد الدراسات الاقتصادية بأن ارتفاع معدلات الادخار تساعد على ارتفاع معدلات الاستثمار، والذي يؤدي إلى معدل نمو أكبر والعكس بالعكس .¹

وأوضح الاقتصادي " أ. لويس " الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد أن " التحول الحاسم في حياة المجتمعات لا يبدأ مع احترامها للثروة، ولكن عندما تضع هذه المجتمعات في المقام الأول الاستثمار المنتج، ومن ثم ما يترتب على ذلك من ثروة .²

ويعتبر الاستثمار السياحي جزءاً من الاستثمارات الإجمالية للدول، وهو ما يخصص من رؤوس الأموال لتمويل مشاريع القطاع السياحي.

وقد تعددت المفاهيم الواردة في تحديد ماهية الاستثمار تبعا لتعدد أهدافه وأنواعه .ومن هنا يمكن النظر إليه على أنه " إجمالي تكوين رأس المال الثابت والتغير في المخزون.³ ويمثل الاستثمار حسب هذا المفهوم إجمالي ما أنفق في سبيل اقتناء رأس المال الثابت وما ينفق من أموال لتجديد الاستثمارات القائمة، وأيضا التغير في مخزونات المؤسسات المتواجدة بمخازنها من المواد الأولية ومختلف المنتجات في نهاية الدورة المالية .وعرف أيضا بأنه " استعمال لرأس المال سعيا لتحقيق الربح مهما كان شكل الاستعمال، كإنشاء مصنع، مشغل، مزرعة، فندق، ملكية عقارية" .⁴

ومهما تعددت طرق وأساليب الاستثمار فإن الهدف منه يكمن في تحقيق عوائد معتبرة لخزينة الدولة، وزيادة رؤوس الأموال الحقيقية للمجتمعات والدول، ومن ثم المساهمة في تحسين المستوى المعيشي للمواطنين.

ويعد الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة التي تتيح فرصا استثمارية قادرة على المنافسة في سوق السياحة العالمية، ذلك أن رواج صناعة السياحة يؤثر بشكل مباشر على اقتصاديات الدول، ونمو الصناعات والأنشطة المرتبطة بصناعاتها.

¹ - عبد الوهاب رزيق، " منتدى الاستثمار في شمال إفريقيا "، المركز الإنمائي لشمال إفريقيا، نشرة التنمية، العدد 8، طنجة (المغرب) ، ديسمبر 2001 .

² - نفس المرجع .

³ - الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، " التقرير الاقتصادي الموحد "، القاهرة، سبتمبر 1994، ص 186 .

⁴ - مصطفى حمارنة ، الاقتصاد الأردني، المشكلات والأفاق، عمان: مركز الدراسات الإستراتيجية ، الأردن، 1994، ص 409 .

والاستثمارات السياحية شأنها شأن أي نشاط استثماري في قطاعات أخرى تبحث عن ركيزتين أساسيتين لمباشرة نشاطها في أي مكان، وتتمثلان في الضمانات والحوافز، كتوفير الاستقرار السياسي الذي يشكل مناخا ملائما للاستثمار، إلى جانب محفزات عديدة أهمها القوانين والتشريعات المتعلقة بالاستثمار المحلي و/أو الأجنبي، وأيضا توافر بنية تحتية ملائمة، وانتشار وعي سياحي بين مختلف شرائح المجتمع .

وكان لتطور حجم الاستثمارات السياحية تأثيرا واضحا على تطور صناعة السياحة على المستوى العالمي. ويتجلى ذلك في الزيادة الملحوظة في تدفق الاستثمار الأجنبي على المستوى العالمي منذ العقد الأخير من القرن الماضي. وتؤكد البيانات أن حوالي 85 % كانت استثمارات متبادلة بين الدول الرأسمالية الصناعية المتقدمة، كالولايات المتحدة الأمريكية وكندا والاتحاد الأوروبي واليابان. أما الجزء الباقي للدول النامية يتركز على عدد محدود منها لا يزيد إلا قليلا على عدد أصابع اليد الواحدة.¹

ويظل تطور الاستثمارات السياحية متوقفا على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار في القطاع السياحي، وعلى مدى قوة عناصر الجذب السياحي، وعلى الضمانات والحوافز الممنوحة للمستثمرين في هذا المجال.

إن السياحة صناعة قائمة ومتكاملة، تتضمن التخطيط والاستثمار في المرافق التي لها علاقة بالنشاط السياحي والتسويق، وهذا ما أضفى على النشاط السياحي خصوصية من حيث اتساع مفاهيمه وأنشطته التي تميزه عن باقي الأنشطة الاقتصادية.

I - 4 - التخطيط السياحي و التنمية السياحية .

ارتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوره وكذلك أهميته ب بروز السياحة كظاهرة حضارية - سلوكية من ناحية وظاهرة اقتصادية - اجتماعية من ناحية أخرى.

وقد حظيت السياحة المعاصرة كنشاط إنساني بأهمية واعتبار كبيرين لم تحظ بهما في أي عصر من العصور السابقة، لقد نجم عن النشاطات السياحية الكثيفة نتائج وأثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية وعمرانية كان لها أثر عظيم وواضح في حياة المجتمعات والشعوب في عصرنا الحاضر، الأمر الذي استدعى توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقييم هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة وبشكل سريع وناجح.

¹ - عشي صليحة : الأثار التنموية للسياحة - دراسة مقارنة بين الجزائر ، تونس و المغرب - شهادة الماجستير ، جامعة باتنة ، 2005 ، ص 26 .

وقد ترتب على ذلك اعتماد وتبني أسلوب التخطيط السياحي كعلم متخصص يتناول بالدراسة والتحليل والتفسير جميع الأنشطة السياحية ويعمل على تطويرها.

I - 4 - 1 - مفهوم التخطيط السياحي:

لم يتبلور مفهوم التخطيط السياحي بشكل واضح ومحدد إلا بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تطورت حركة السفر الدولية بشكل سريع وكثيف، وتزايدت أعداد السياح إلى جانب تنوع أشكال السياحة والاستجمام، وتعددت المناطق السياحية واختلفت وظائفها وخصائصها، وقد أدى كل هذا إلى زيادة الاهتمام بالسياحة والأنشطة السياحية، وظهرت الحاجة لضبط وتوجيه هذه النشاطات من أجل الحد من أثارها السلبية على المجتمع والبيئة، وتحقيق أقصى درجات النفع الاقتصادي، خصوصاً بعد أن أصبح ينظر إلى السياحة على أنها صناعة ومصدر دخل أساسي في كثير من دول العالم. والتخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاحة والكامن وتحقيق أقصى درجات المنفعة الممكنة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج أو أثار سلبية ناجمة عنه.

I - 4 - 2 - تعريف التخطيط السياحي:

يعرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة. ويقضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية¹.

وينبغي ألا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقصور على الجهات الرسمية، وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأفراد.

لذا يجب أن يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين جميع الجهات المنظمة للقطاع السياحي – بين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الأعمال)، والمستهلكين لهذه الخدمات (السياح)، والمجتمع المضيف للسياحة – بدءاً من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاءً بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرنامج الخطة السياحية.

¹ - الروبي نبيل. *التخطيط السياحي*، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص 65 .

يعتمد نجاح التخطيط السياحي على عدة عوامل¹ تشمل ما يلي:

1. أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
2. وأن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.
3. وأن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية.
4. وعلى أن تكون هذه الصناعة جزءاً من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة.
5. قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي.
6. وعلى أن يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية.
7. التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.

ويرى بعض كتاب التخطيط السياحي² أن من بين عوامل نجاح التخطيط السياحي وجوب توفر أربعة علاقات (E) :

أ- علاقة التخطيط بالنشاط الاقتصادي : " Economics "

فإن نجاح النشاط السياحي في أي منطقة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمستويات الأنشطة التي يمكنها أن تؤدي إلى تحقيق زيادة متواصلة في الدخل وإمكانية الاقتصاد المحلي على امتصاص هذه الدخل واستخدامها.

ب- علاقة التخطيط بالبيئة: " Environment "

نجد أن السياحة والبيئة هي نفس الشيء، على اعتبار أن التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي المتمثلة في المناخ والمناظر البيئية الطبيعية والشواطئ وغيرها، أو في عوامل جذب من صنع الإنسان كالمناطق التاريخية الأثرية والحديثة وغيرها، وهنا تبدو نقطة هامة تتعلق بضرورة المحافظة على الأصول البيئية (Assets Environment).

ج- علاقة التخطيط بالقادمين إلى المنطقة السياحية: " Enrichment "

يكون من الملائم تهيئة المقيمين لتزويد السائحين بالمعلومات التي تتيح لهم المتعة الذهنية، فإن تراوج كل من الإمتاع النفسي والإثراء الذهني، يجعل السائحين أكثر رغبة في زيارة المنطقة مرة أخرى.

د- علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي: " Exchange "

وإذا كان التخطيط يهدف إلى زيادة موارد الدولة من النقد الأجنبي، فإن نجاح التخطيط السياحي يقاس، بالنسبة للدول النامية بصفة خاصة بمدى قدرته على زيادة التدفق من النقد الأجنبي إلى الدولة سواء من خلال عائدات السياحة الدولية أو من خلال انسياب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي.

- محمد الشيراوي، عبد المنعم. واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين، بيروت، دار الكنوز الأدبية، 2002¹.

² - CHARLES, K. Tourism planning & Development CBI, 1978..

I - 4 - 3 - أهمية التخطيط السياحي وأهدافه:

يلعب التخطيط السياحي دوراً بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي، وذلك لكونه منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه، فهو يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها، مما يسهل عملها ويوفر كثيراً من الجهد الضائع.

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

لهذا فإن التخطيط السياحي يتأثر بالتقلبات السياسية والاجتماعية والطبيعية أكثر من تأثره بعوامل الإنتاج والقوى الاقتصادية المختلفة.

ومن أهم المزايا والفوائد¹ التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي على كل المستويات نذكر ما يلي:

1. يساعد التخطيط للتنمية السياحية على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.
2. يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.
3. يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها.
4. يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات، ويضعها تحت يد طالبيها.
5. يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع. كما يقلل من سلبيات السياحة.
6. يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتخلفة سياحياً.
7. يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط.
8. يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط. والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.

¹ - شمسين نديم. مبادئ السياحة، الجمعية الجغرافية السياحية، دمشق، 2001، ص 82.

وقد أثبتت التجارب في العديد من دول العالم أنه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السليم والمناسب، ويمكن لهذه العائدات أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناضج الذي يسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها¹:

1. تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وكذلك رسم السياسات السياحية ووضع إجراءات تنفيذها.
2. ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية.
3. تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية أينما كان ذلك ضرورياً.
4. مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن.
5. الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية وحماية النادر منها.
6. صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية.
7. تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية.
8. المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.
9. توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية.
10. تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.

I - 4 - 4 - خصائص التخطيط السياحي الجيد:

يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي Tourist Product وكذلك على عمليات الترويج والتسويق بأسلوب يحقق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئة ضمن إطار التنمية السياحية الشاملة والمستدامة، والتخطيط السياحي الجيد لا بد أن تتوفر فيه كذلك عدة مواصفات أخرى أهمها:

1. تخطيط مرن Flexible مستمر Continuous وتدرجي Incremental يتقبل إجراء أي تعديل إذا ما تطلب الأمر بناء على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة.
2. تخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية، السكانية، ... الخ.
3. تخطيط تكاملي، تعامل فيه السياحة على أنها نظام متكامل، حيث كل جزء مكمل للأجزاء الأخرى، وكل عنصر يؤثر ويتأثر ببقية العناصر.
4. تخطيط مجتمعي، بمعنى أنه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المختلفة.
5. تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية، ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنة.

¹ - غنيم، محمد عثمان، التخطيط السياحي والتنمية، الأردن، 2004 ص 245-246.

6. تخطيط واقعي وقابل للتنفيذ، أي أن لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية.
7. تخطيط مرحلي منظم، يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات المتتابعة والمتسلسلة.
8. تخطيط يتعامل مع السياحة على أنها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة، ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها.

I - 4 - 5- المستويات المكانية للتخطيط السياحي:

تتعدد المستويات المكانية للتخطيط السياحي ولكن بشكل عام يمكن الحديث عن أربعة مستويات رئيسية هي:

1. التخطيط السياحي على المستوى المحلي Local Level
يكون التخطيط السياحي في هذا المستوى المكاني متخصصاً وتفصيلاً أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى، وعادة يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة منها:

- ❖ التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنشآت النوم .
- ❖ الخدمات والتسهيلات السياحية .
- ❖ مناطق وعناصر الجذب السياحي.
- ❖ شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمتنزهات والمحميات.
- ❖ نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.

تسبق كثير من خطط التنمية في هذا المستوى المكاني دراسات جدوى اقتصادية أولية وكذلك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية، وكذلك تقييم لبرامج التنمية والهياكل الإدارية والمالية المناسبة للتنفيذ، وأيضاً قواعد التنظيم المكاني والتصميم الهندسي، وتشمل مثل هذه الدراسات كذلك على تحليل حركة الزوار وتوصيات متعلقة بذلك.

2. التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي Regional Level :

يركز التخطيط السياحي في مستواه الإقليمي على جوانب عديدة منها على سبيل المثال لا الحصر:

- ❖ بوابات العبور الإقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات إقليمية ودولية بأنواعها.
- ❖ منشآت النوم بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الأخرى.
- ❖ السياسات السياحية والاستثمارية والتشريعية وهياكل التنظيم السياحية الإقليمية.
- ❖ برامج الترويج والتسويق السياحي.
- ❖ برامج التدريب والتعليم، والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، إلى جانب تحليل الآثار والمردودات.
- ❖ مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع.

والتخطيط السياحي في المستوى الإقليمي متخصص وتفصيلي بدرجة أقل من المستوى المحلي وأكبر من المستوى الوطني، علماً أن مستوى التخصيص يعتمد على حجم الدولة وحجم الإقليم، فخطة وطنية في دولة صغيرة المساحة قد تحوي من التفاصيل ما تحويه خطة إقليمية في دولة كبيرة المساحة، وقد لا تحتاج البلاد الصغيرة المساحة إلى تخطيط وطني وآخر إقليمي.

3. التخطيط السياحي على المستوى الوطني National Level :

يغطي التخطيط السياحي في هذا المستوى جميع الجوانب التي يغطيها في المستوى الإقليمي، ولكن بشكل أقل تخصصاً وتفصيلاً وعلى مستوى القطر أو الدولة بجميع أقاليمها ومناطقها.

4. التخطيط السياحي على المستوى الدولي International Level :

تقتصر عمليات التخطيط السياحي في هذا المستوى على خدمات النقل وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول، كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوربي، ويشمل هذا التخطيط كذلك تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافياً في عدة دول متجاورة، كما هو الحال في جبال الألب في القارة الأوروبية. إلى جانب ذلك هناك التخطيط السياحي بين عدة دول في مجالات الترويج والتسويق السياحي. والجدير بالذكر أن المنظمات والهيئات السياحية الدولية مثل: منظمة السياحة العالمية غالباً ما تشارك في مثل هذا النوع من التخطيط وأحياناً تقديم الدعم المادي والمعنوي الكامل في هذا المجال.

I - 4 - 6- التنمية السياحية ومكوناتها:

يرتبط فهم التخطيط السياحي بشكل كبير بمعرفة مفهوم ومكونات التنمية السياحية وطبيعة العلاقات بين هذه المكونات. إن التنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، وهي بدورها متغلغلة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية¹.

لذلك تعتبر قضية التنمية السياحية عند الكثير من دول العالم، من القضايا المعاصرة، كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، وكذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية. ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

1-تعريف التنمية السياحة : تعرف على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ومداخل جديدة.

¹ - كافي ، حسين. رؤية عصرية للتنمية السياحية ، النهضة المصرية ، القاهرة، 1987 ، ص 37.

و التنمية السياحية " هي مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي¹ "

وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.

فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها. وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع².

ومن هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية.

و في الجدول الموالي نوضح مقارنة بين التنمية السياحية التقليدية و التنمية السياحية المستدامة (هذه الأخيرة سنفصل فيها لاحقاً) .

¹ - أحمد الجلاد: *السياحة المتواصلة البيئية*، عالم الكتاب، طبعة 1، مصر، 2002، ص. 43

² - كافي، مصطفى يوسف، *صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية*، دار الفرات - نينار للنشر والتوزيع 2006، ص ص 106-107 .

الجدول رقم : 04 مقارنة بين التنمية السياحية التقليدية و التنمية السياحية المستدامة .

التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية المستدامة
مفاهيم عامة	
تنمية سريعة	تنمية تتم على مراحي
ليس لها حدود	لها حدود وطاقة استيعابية معينة
قصيرة الجل	طويلة الأجل
سياحة الكم	سياحة الكيف
إدارة عمليات التنمية من الخارج	إدارة عمليات التنمية عن طريق السكان المحليين
استراتيجيات التنمية	
التنمية بدون تخطيط	التخطيط أولاً ثم التنمية بعد ذلك
تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط شامل متكامل
تركيز على انشاء وحدات لقضاء الاجازات	مراعاة الشروط البيئية في البناء وتخطيط الرض
مباني حضارية تقليدية	أنماط معمارية محلية
برامج خطط لمشروعات	برامج خطط منبئية على مفهوم الاستدامة
مواصفات السائح	
مجموع و أعداد كثيفة من السياح	حركة افراد ومجموعات صغيرة
فترات الإقامة قصيرة	فترات إقامة طويلة
ضوضاء وأصوات مزعجة	رزانة وهدهوء في الاداء
في الغالب زيارة واحدة للمكان	إحتمال تكرار الزيارة مرة أخرى للمكان
مستويات ثقافية مختلفة	مستوى عالي من الثقافة والعليم

المصدر :

http://www.seyouf.org/db_bin/evd_evd_pdf_2.pdf?PHPSESSID=9e2248500adc89c06240e431131a8987

2-عناصر التنمية السياحية:

و تتكون من عناصر عدة أهمها:

- ◆ عناصر الجذب السياحي Attraction وتشمل العناصر الطبيعية Natural Features مثل : أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان man-made- objects، كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.
- ◆ النقل Transport بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.
- ◆ أماكن النوم Accommodation سواء التجاري منها Commercial كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
- ◆ التسهيلات المساندة Supporting Facilities بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك

♦ خدمات البنية التحتية **Infrastructure** كالمياه والكهرباء والاتصالات
ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

3- أهداف التنمية السياحية:

تهدف تنمية الصناعة السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية، وإن أول محور في عملية التنمية هو الإنسان الذي يعد أدواتها الرئيسية¹. لهذا فإن الدولة مطالبة بالسعي إلى توفير كل ما يحتاج إليه لتبقى القدرات البدنية والعقلية والنفسية لهذا الإنسان على أكمل وجه.

إن عملية تنمية وتطوير السياحة تكون بجدد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علمي بل وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية أو الأماكن المبنية خصوصاً للسياحة. والتقويم هنا ليس مجرد تخمين نظري، وإنما تقويم مقارنة مع المنتجات السياحية للدول المنافسة واعتمادها على اتجاهات وخصائص الطلب السياحي العالمي والذي يعد الأساس في تحديد وإيجاد البنية التحتية والقومية للسياحة عبر تشجيع الاستثمار السياحي وتسهيل عمل شركات الاستثمار من خلال تخفيض الضرائب والإجراءات الجمركية على الأجهزة والمعدات اللازمة لمشاريعهم².

إن تنمية النشاط السياحي بحاجة إلى تعاون كافة العناصر والإمكانات والجهود العاملة في الحقل السياحي، لأن السياحة قطاع اقتصادي يضم مرافق عديدة ونشاطات اقتصادية مختلفة، لذلك فإن أي تخطيط للتنمية السياحية يجب أن يهدف إلى وضع برامج من أجل استخدام الأماكن والمناطق والمواد سياحياً، ثم تطويرها لتكون مراكز سياحية ممتازة تجذب السائحين إليها سواء أكان مباشرة أو عبر الإعلان السياحي أو غيره من مزيج الاتصال التسويقي. إن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لا بد من مراعاتها وهي على النحو التالي:

- ♦ تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب.
- ♦ المحافظة على حقيقة المواقع السياحية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ أو الطبيعية أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.
- ♦ الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.
- ♦ إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة وفيما إذا كان الاستثمار سيديراً أرباحاً أم لا.
- ♦ دعم الدولة للقطاع السياحي، عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية ويكون ذلك عبر خطة إعلانية تسويقية متكاملة.

¹ - مصطفى عبد القادر - دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ط1، بيروت، 2003، ص 197.

² - ماهر عبد العزيز توفيق. صناعة السياحة، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، ص 198.

- ✦ ربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط .
- ✦ تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين .
- ✦ دراسة السوق السياحي المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين وما هي تفضيلاً لهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان .
- ✦ توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات، وخاصة المناسبة منها لذوي الدخل المحددة، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء .
- ✦ رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لأنهما يؤديان دوراً مهماً في تطوير التنمية السياحية، فحين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي، تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد .

مما تقدم نخلص إلى القول أن التنمية السياحية يجب أن تهدف إلى تحقيق زيادة متوازنة ومستمرة في الموارد السياحية ، إضافة إلى ترشيد وتعميق درجة الإنتاجية في قطاع السياحة، وبالتالي فهي تتطلب تنسيق السياسات المختلفة داخل البلد نظراً لارتباط السياحة مع مختلف تلك الأنشطة الأخرى مثل النقل والجمارك والتجارة والخدمات بصفة عامة .

وباختصار تحدد أهداف التنمية السياحية عادة في المراحل الأولى من عملية التخطيط السياحي، في مجموعة من الأهداف كالتالي:

- **على الصعيد الاقتصادي:**
 - تحسين وضع ميزان المدفوعات .
 - تحقيق التنمية الإقليمية خصوصاً إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق الريفية .
 - توفير خدمات البنية التحتية .
 - زيادة مستويات الدخل .
 - زيادة إيرادات الدولة من الضرائب .
 - خلق فرص عمل جديدة .

- **على الصعيد الاجتماعي:**
 - توفير تسهيلات ترفيه واستجمام للسكان المحليين .
 - حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات .

- **على الصعيد البيئي:**
 - المحافظة على البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات حماية مشددة لها .
- **على الصعيد السياسي والثقافي:**
 - نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب .
 - تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية .

4- أشكال التنمية السياحية:

تأخذ التنمية السياحية أشكالاً متعددة منها:

أ- تطوير المنتجعات السياحية:

وهذا النوع من التنمية يركز على سياحة الإجازات والعطل، وتعرف المنتجعات على أنها المواقع التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستراحة والاستجمام.

ب - القرى السياحية:

وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة جداً في أوروبا كما بدأت تنتشر في العديد من دول العالم. الحياة في القرية نموذج يختلف عن الحياة في المدن، وتستهوئ سكان المدن حياً في التغيير والبساطة.

ويعتمد قيام القرى السياحية على وجود عنصر الماء (الشاطئ)، مناطق الموانئ، أنشطة التزلج، الجبال، الحدائق العامة، مواقع طبيعية، مواقع تاريخية أثرية، مواقع علاجية، ملاعب جولف، أنشطة رياضية وترفيهية أخرى.

تختلف مساحات هذا النوع من المواقع وتتعدد فيها أنواع مرافق الإقامة ومنشآت النوم والمرافق التكميلية مثل: الأسواق والمناطق التجارية، خدمات ترفيهية وثقافية، مراكز للمؤثرات ومرافق سكنية خاصة مختلفة الأحجام.

يتم التخطيط لإنشاء القرى السياحية عادة في وقت واحد أي ضمن خطة سياحية واحدة ويأخذ التنفيذ مراحل متعددة وعلى فترات زمنية طويلة تحددها عناصر الطلب السياحي والطاقة الاستيعابية.

ج- منتجعات المدن:

يتطلب هذا النوع من المنتجعات دمج برامج استعمالات الأراضي والتنمية الاجتماعية، مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاريع (فنادق، استراحات،.....الخ) في المنطقة، وتحتاج إقامة هذا النوع من المنتجعات وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في المواقع مثل: التزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشطة سياحية علاجية، مواقع أثرية أو دينية.

د - منتجعات العزلة Retreat Resorts:

أصبح هذا النوع من المنتجعات من المناطق السياحية المفضلة في جميع أنحاء العالم، وتتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها ودقة تخطيطها وشموله. وعادة يتم اختيار مواقعها في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة مثل: الجزر الصغيرة أو الجبال، والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة.

هـ - السياحة الحضرية:

وهي نوع من السياحة الدارجة والمعروفة، وتوجد في الأماكن الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيدة في المنطقة. وتشكل مرافق الإقامة والسياحة جزءاً لا يتجزأ من الإطار الحضري العام للمدينة وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذلك السياح القادمين إليها. وقد أخذت كثير من الحكومات حالياً على عاتقها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن تطويرها مثل: المواقع التاريخية والأثرية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى.

و - سياحة المغامرة:

وهذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له هذه الإقامة بالترفيه والاستجمام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة.

ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة أو استثمارات ضخمة أو خدمات ومرافق عديدة، لكنه يتطلب إدارة جيدة وتوفر عناصر لدلالة سياحية مؤهلة وخبيرة، خدمات نقل، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لاستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة¹.

ز - سياحة الرياضة البحرية:

يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود الماء (البحار أو البحيرات)، تتفاوت المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضات البحرية المختلفة مثل: الغوص، التزلج على الماء، العم، سباق اليخوت أو القوارب.....الخ.

5-مراحل إعداد خطة التنمية السياحية:

تشمل عملية إعداد خطة التنمية السياحية على عدد من الخطوات المتسلسلة والمتراصة كالتالي:

أ - إعداد الدراسات الأولية.

ب- تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار.

ج- جمع المعلومات وإجراء المسوحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية.

د - تحليل البيانات (المسوحات): وتشمل هذه المرحلة على تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من خلال المسوحات وتوليفها والخروج بحقائق وتعميمات تساعد في إعداد الخطة، ورسم خطواتها العامة والتفصيلية.

¹ - صلاح الدين خربوطلي. *السياحة المستدامة*، سلسلة دار الرضا، دمشق، 2004، ص 130.

هـ - إعداد الخطة: وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه السياسات (البداية) لاختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة.

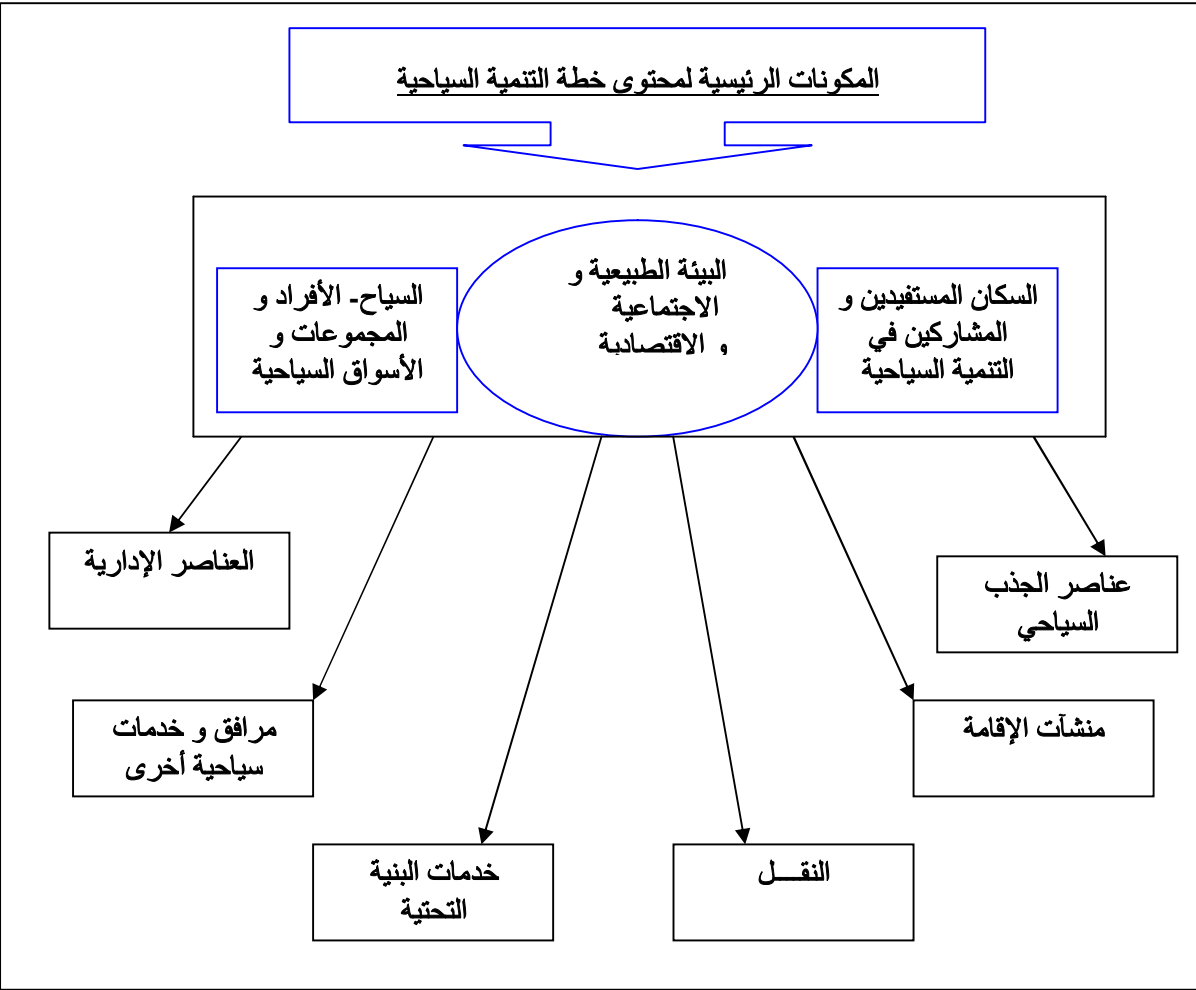
و - تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة.

ز - تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذا تطلب الأمر ذلك.

والجدير بالذكر أن المسوحات وجمع البيانات وتحليلها تشكل المدخلات الأساسية لخطط التنمية السياحية وتحتاج هذه المرحلة إلى دقة وتنظيم كبيرين، وأهم الجوانب التي يمكن جمع معلومات عنها:

- ◆ عناصر الجذب السياحي.
- ◆ المرافق والخدمات.
- ◆ وسائل النقل.
- ◆ خدمات ومرافق البنية التحتية.

وتتطلب هذه المرحلة الأخذ بآراء المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه، وأيضاً ممثلي القطاع الخاص وممثلي المجتمعات المحلية، ومراجعة الدراسات المتوفرة والخرائط والبيانات الجغرافية والخصائص الطبيعية والبيئية ودراسة الأسواق السياحية، وخصائص السياح ومعدلات إنفاقهم وأوجه الإنفاق السياحي وكفاءة السياحة المحلية، وخطوط النقل الجوي... الخ.



المصدر: عثمان محمد غنيم و بتينا نبيل سعد - التخطيط السياحي - مرجع سابق - ص 55

الشكل رقم: 03 المكونات الرئيسية لمحتوى خطة التنمية السياحية .

وتشمل عملية تحليل البيانات ثلاثة محاور رئيسية هي ¹ :

أ- تحليل الأسواق السياحية من حيث :

- التوقعات المستقبلية (الطلب السياحي على مرافق الإقامة) .
- تحديد الحاجات من مرافق الإقامة والخدمات العامة وخدمات البنية التحتية .

¹ - نور الدين هرمز، التخطيط السياحي و التنمية السياحية ، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (28) العدد (3) ، اللاذقية ، سوريا ، 2006 .

ومرحلة تحليل الأسواق تشكل أساس التحليل في المحور الثاني .

ب - التحليل المتكامل:

يمثل هذا التحليل العناصر التالية:

- ✦ خصائص البيئة الطبيعية.
- ✦ العوامل الاجتماعية والاقتصادية.
- ✦ عناصر الجذب السياحي.
- ✦ الأنشطة السياحية.
- ✦ السياسات والخطط المتوفرة.
- ✦ الطاقة الاستيعابية.

يتم في هذه المرحلة من التحليل الوصول إلى الاستنتاجات الخاصة بالفرص المتاحة أو المعطيات والمقومات السياحية المتوفرة وكذلك تحديد العوائق التي يمكن أن تحول دون تحقيق التنمية السياحية. وتشمل العناصر التي ينبغي تحليلها في هذا المحور ما يلي:

- ✦ خصائص البيئة الطبيعية: المناخ، التربة، الحياة البرية
- ✦ خصائص مواقع العناصر السياحية مثل: وجود معادن قابلة للاستغلال، القدرة الزراعية.
- ✦ أنماط استعمالات الأراضي والاستيطان.
- ✦ مرافق الإقامة، والخدمات السياحية.
- ✦ خدمات النقل الحالية والمخططة وأنواع البنية التحتية الأخرى.

ج - تحليل العناصر المؤسسة للقطاع السياحي على الصعيدين العام والخاص ويتضمن آليات التنفيذ والمتابعة والمراقبة والسياسات والاستراتيجيات وتوفر القوانين والأنظمة والقدرة المالية والاستثمار وبرامج التعليم والتدريب السياحي. تشكل هذه المرحلة من التحليل القاعدة الأساسية التي توفر المدخلات الرئيسية اللازمة لوضع الخطة التنموية السياحية.

I - 5 - السياحة سلاح ذو حدين .

I - 5 - 1 - التأثيرات الإيجابية للسياحة :

للسياحة إيجابيات هامة إذا كانت تدار وفق نظام وتخطيط سليمين ، ومن بين الإيجابيات ما يلي :

- ✓ تحديد قيمة وأهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية، فالسياحة يمكن أن تقدم الحوافز والمال اللازم لترميم وتجديد الأبنية التاريخية والمنشآت التقليدية، كما توفر الدعم للحدائق الوطنية والمناطق المحمية وإدارة الحدائق الاصطناعية.

- ✓ الحياة البرية لغير استعمالات الاستهلاك، بل لأغراض السياحة يمكن أن تعدل خواص الحيوانات البرية إلى الاعتدال ومناطقه إلى خطورة أقل، في كندا مثلا: مجموعة برونسويك السياحية تأخذ السياح لرؤية وتصوير حياة عجول البحر في لامبردور مع أنهم كانوا سابقا يذبحونها لأجل جلودها .
- ✓ السياحة يمكن أن تصبح قوة لبناء بنية تحتية أفضل تصبح بدورها عاملا لتحسين البيئة .
- ✓ بناء منشآت ومحطات معالجة المياه المالحة في قبرص حلت مشكلة الضغط السياحي ونتائج، وزادت من عوائد السياحة بانخفاض تلوث المياه وإعادة استخدامها في الزراعة.

I - 2-5 - الآثار السلبية للسياحة :

يمكن القول أن نقاط ضعف السياحة و آثارها السلبية تمس بالدرجة الأولى الجانب البيئي ، و من هذه الآثار نذكر :

- ❖ التلوث: و يتنوع ما بين التلوث الهوائي الذي تسببه عوادم السيارات و استخدام مصادر الطاقة الغازية و الكهربائية و غيرها، و التلوث المائي.
- ❖ الاستغلال المجحف للماء، حيث يشكل الماء المتناقص مشكلا كبيرا نظرا للطلب المتزايد عليه في النشاط الفلاحي و الصناعي و طلب العائلات و لكن و خاصة في الصناعة السياحية التي يتم فيها استهلاك الماء بطريقة مكثفة.¹
- ❖ انكماش الامتداد الطبيعي و غزو المساحات الخضراء بفعل التوسع العمراني السياحي .
- ❖ تدمير الإطار الحيواني و النباتي: يؤدي التوسع السياحي إلى التأثير السلبي على التوازن البيئي للنوعيات المختلفة من الحيوانات و الحشرات و النباتات.
- ❖ تدهور المراكز الحضرية و الأثرية: إن زيادة التدفق السياحي على المراكز الحضرية و الأثرية كالمتاحف و المعابد ... الخ و غيرها يؤدي إلى تدهورها.
- ❖ يؤدي تدني الأنماط الثقافية المستوردة من السواح إلى ضياع الهوية المحلية.
- ❖ الازدحام و التمرکز السياحي: إن تمرکز سائحي الإجازات في المواقع السياحية و كثافة حركة المرور كلها تؤثر مباشرة في مستوى نوعية الحياة بفعل التلوث و الضوضاء.
- ❖ يفقد المجتمع المحلي الفوائد الاقتصادية للسياحة إذا كانت المرافق السياحية مملوكة من قبل أجانب عن المنطقة السياحية أو إذا كان معظم المرافق السياحية مملوكة و مدارا من قبل شرائح سكانية معينة تتمتع بمعظم العوائد الاقتصادية.

¹ - لتفصيل أكبر يمكن الرجوع إلى:

- ❖ إذا كانت ظروف البلد السياحي صعبة و مع عجز الاقتصاد القومي و نظرا للقوة الشرائية للسائح فغالبا ما تنتهي المنافسة لصالحه.
- ❖ غالبا ما تنسم السياحة بظاهرة هامة مرتبطة بنوعية الإمكانيات الإقليمية، و هي ظاهرة " الموسمية ، كالسياحة الشاطئية المرتبطة بموسم الصيف، في المقابل نجد السياحة الثقافية مثلا لا تتأثر كثيرا بالعامل الموسمي.
- ❖ قد تزيد السياحة من عوامل انتشار الفساد الاجتماعي متخذا عدة أشكال كنمو طبقة من الوسطاء يحاولون الكسب بأي طريقة و تزداد حدة الأزمات و الاختناقات بزيادة ثرائهم مثل سماسرة العقارات. كما من الممكن أن تنشط العناصر المشتغلة بتهريب البضائع و تنشيط الرشوة و انتشار الآفات الاجتماعية كالمخدرات..الخ.¹
- ❖ كثرة السياح الوافدين خاصة في موسم الذروة السياحي، و تنشأ المشكلة عن صعوبة استيعاب هذا الكم الهائل من السياح في رقعة جغرافية سياحية صغيرة بحيث صار بعض السكان المحليون في بعض البلدان كجزر هاواي يسمونهم بالنحل و في انجلترا يدعوهم بالسماك.²

¹- مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ- مبادئ السفر و السياحة- مرجع سابق- صفحة 110.

²- مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ- مبادئ السفر و السياحة- مرجع سابق- صفحة 110.

جدول رقم : 05 جدول يبين حجج مؤيدي و معارضي السياحة .

المؤيدون	المعارضون
السياحة مورد دخل جديد يدعم إمكانيات البلد .	تحتاج السياحة لاستثمارات ضخمة تضطر البلد النامي للقروض أو يتم سحبها من أولويات التنمية .
السياحة مدر للنقد الأجنبي اللازم للاستيراد .	السياحة نفسها تحتاج للاستيراد و خاصة بالدول النامية . هذا في حال جاهزية الاقتصاد و إلا اضطر البلد للاستيراد و يحدث التضخم النقدي .
السياحة تخلق فرص عمل فيها و في الأنشطة المكتملة للسياحة .	غالبا ما يتسرب العاملون من قطاعات إنتاجية للسياحة لارتفاع الأجور فيتعطل الإنتاج .
السياحة تساهم في التقدم الاجتماعي و الإنساني .	للسياحة نتائج سلبية هزت استقرار بعض المجتمعات و سبب تفكك العائلة و الرقيق الأبيض و المفاصد الأخرى .
السياحة تحقق السلام بين الشعوب .	السياحة تستخدم أحيانا للضغط على الشعوب و تضطر الدول التي تعتمد على السياحة إلى تعديل مواقفها و إعطاء تنازلات عن بعض حقوقها .
مجال كبير لاستثمار و تشغيل رؤوس الأموال المحلية و الأجنبية .	دخلت ميادين الاستثمار السياحي شركات و خبراء محنكين باصطياد الدول النامية و هذا استثمار اقتصادي عن طريق السياحة .
السياحة تؤدي إلى تحسين و تطوير المواقع السياحية .	و هذا بدوره يؤدي إلى غلاء الأسعار و المضاربات و التضخم إضافة إلى التلوث .
السياحة ترفع المستوى الحضاري للمجتمع و المواطن .	تخلق طبقة خدم دليلة و ينتشر عديمو الحس الوطني و التهريب و المستهترين بالقوانين و القيم
السياحة تملأ البد بالمنشآت الضخمة و الأبنية العصرية .	تلك المنشآت يرتادها الأغنياء و المسؤولون و غالبا ما تكون بملكية رأسمالية كبار أو أجانب .
السياحة تدخل عناصر الجمال و المتعة و التسلية للحياة الاجتماعية و تشيع روح الألفة	تزيد الهوة الاجتماعية بين الطبقات و حتى داخل الطبقة العاملة و يتفاقم البؤس الطبقي .
تدفع الإنسان للترويج عن النفس و تجديد النشاط و العودة إلى الإنتاج بروح جديدة .	مع تطور الأسلوب التجاري و ضخامة منشآت السياحة ، أصبح مستوى أسعارها فوق طاقة المواطن العادي ، فبدأت تنحسر السياحة المحلية و الشعبية

المصدر : صلاح الدين خربوطلي (السياحة صناعة العصر) ، 2002 .

I - 6 - توسع صناعة السياحة و التوجهات الحديثة .

أصبحت السياحة ظاهرة دولية جديدة رغم قدمها نتيجة عدة عوامل مرتبطة بالتغيرات الحديثة التي شهدتها العالم في كل الميادين ، حيث أن هناك خصائص أصبحت تميز السائح العصري و أخرى تميز دولة المقصد السياحي و هذه الخصائص تشكل تحديا حقيقيا لهذه الدول، منها:

- النمو المطرد: تتجه ظاهرة السياحة نحو الشمولية globalisation لتصبح ظاهرة إنسانية متكاملة، و تتزايد الإحصائيات المتعلقة بها ارتفاعا سنة بعد سنة.¹
- التطور في الأنماط و الهياكل: و مفاد ذلك أن السياحة كظاهرة و كصناعة لا يمكن وصفها بالثبات و عدم التغير كونها تمثل حركة الأشخاص، فهي تتأثر بالتغيرات الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية و البيئية و الحضارية و غيرها و تؤثر في هذه الجوانب هي الأخرى. و لا جدال في أن التطور الدائب الذي يطرق على السياحة كظاهرة لا بد أن يؤثر على هياكلها و أنماطها .
- السياحة بدأت ترتبط بالترويج أكثر من ذي قبل حتى أن بعض الخبراء يفضلون تسمية فترة التسعينات و حتى نهاية القرن العشرين ب"عقد السياحة و الترويج". و ذلك نتيجة الوعي الصحي و التقدم الطبي و الوعي البيئي و الايكولوجي .
- التغير الطارئ على أنواق و توقعات و دوافع السائحين.
- اشتداد حدة المنافسة بين المقاصد السياحية.
- الاتجاه نحو حماية البيئة الطبيعية و رفع مستوى جودتها.
- امتداد التواصل السياحي و مساندة السكان المحليين للتنمية السياحية بالإضافة إلى تنفيذ القرارات الإستراتيجية المتعلقة بالأمن و الاستقرار و الأمان و تعظيم المنافع الاقتصادية و الاجتماعية و الحضارية و النفسية من السياحة و حماية المستهلك.
- التنوع الحضاري المتفاعل و تغير الاتجاه نحو العمل و الإنتاج بتزايد الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة، و التمتع بالإجازات المدفوعة الثمن.
- التقدم في إدارة المعلومات و البحث العلمي: إن التقدم التكنولوجي و تطبيقاته في مجال جمع و تصنيف المعلومات و استخدامها يشكل تحديا هاما أمام الإحصاء السياحي.²

و تساهم التكنولوجيا الحديثة في تطوير السياحة و تحريك الفاعلين العموميين و الخواص للاهتمام بهذا المجال في إحداث التنمية المحلية و تساعد الجماعات الإقليمية في تبني سياسات دعم استخدام التكنولوجيا الحديثة في السياحة.³

من جهة أخرى، تكنولوجيا الاتصال و المعلومات هي إحدى الوسائل التي تعمل على التحفيز في ممارسة التجارة الالكترونية لتسهيل و تبسيط الإجراءات السياحية .

¹ - صلاح الدين عبد الوهاب- الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق- مرجع سابق- ص41.

² - صلاح الدين عبد الوهاب- الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق- مرجع سابق- ص43.

³ - Patrick Viceriat et Jean Baptiste Treboul- *Innovation technologique dans les produits et services touristiques*- page3.

و لما كانت السياحة أكبر صناعة في العالم المعاصر ، فإنها لا بد أن تلعب دورا قياديا في تحقيق أهداف الأجندة 21 (من نتائج مؤتمر قمة الأرض في مدينة ريودي جانيرو بالبرازيل بتاريخ 14 يونيو عام 1992 و التي صدرت عن الأمم المتحدة و المتبناة من طرف 182 دولة) ولها أيضا مسؤولية قيادة المسيرة نحو التنمية المتواصلة¹ .

وعلى ضوء ما سبق فإن التخطيط مهم جدا في عملية التنمية حيث أن التخطيط السياحي كجزء من التخطيط التنموي أصبح ضرورة لا غنى عنها من أجل تحقيق حد أدنى من التنسيق بين نشاطات التنمية السياحية المختلفة و تنظيم و ضبط التنافس بينها على الموارد المحدودة ، و كذا لمضاعفة الآثار الإيجابية للسياحة و تقليل الآثار السلبية و هذا من خلال مبادئ و متطلبات التنمية المستدامة .

II - التنمية المستدامة أبعادها وأهميتها .

II - 1 - مفهوم وتعريف التنمية المستدامة :

تشكل التنمية المستدامة أداة مهمة لمواجهة مختلف التحديات المتنامية لأفراد المجتمع ، وتكمن المشكلات الأساسية التي تواجه الدول المتخلفة في الركود المزمن الذي تعيش فيه ، مما يقتضي إيجاد نموذج تنمية قادر على تحطيم هذا الركود.

التنمية المستدامة تعني صيانة الموارد و البعد عن تبديدها إضافة إلى العمل على تنمية هذه الموارد وتطويرها، وإيجاد البدائل السليمة للموارد التي تتعرض لخطر الاضمحلال أو النفاذ على أن يراعى في هذا حقوق الأجيال المقبلة، ولها مفهوم آخر ، فالتنمية المستدامة تتحقق عندما تراث الأجيال المقبلة بيئة ذات مواصفات مشابهة وفي أقل تعديل لما ورثته الأجيال السابقة² .

تعتبر التنمية المستدامة تغييرا اجتماعيا موحها من خلال أيديولوجية معينة ، وهي عبارة عن عملية معقدة وواعية على المدى الطويل ، وشاملة ومتكاملة في أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والبيئية والتكنولوجية ، وفي هذا المجال يجب عدم تجاهل الضوابط البيئية ، وتجنب دمار الموارد الطبيعية وطور الموارد البشرية ، وإحداث تحولات في القاعدة الصناعية السائدة . وهكذا، فإن عملية التنمية هي عملية موجهة باتجاه الأفضل لأفراد المجتمع .

ويجب التمييز بين النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية ، بحيث يشير النمو الاقتصادي إلى مجرد الزيادة الكمية في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي³ .

¹ - محيي محمد مسعد : الاتجاهات الحديثة في السياحة :المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية ، 2008 ، ص128.
² - ناصر مراد : *التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر* : مجلة بحوث اقتصادية عربية ،الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية ، العدد 46 ، القاهرة ،ربيع 2009.
³ - محمد عبد العزيز عجمية وإيمان عطية ناصف ، *التنمية الاقتصادية : دراسات نظرية وتطبيقية* (الإسكندرية : الدار الجامعية ، 2003)، ص 71.

والمفهوم العكسي للنمو الاقتصادي هو الركود الاقتصادي، بينما تعتبر التنمية الاقتصادية ظاهرة مركبة تتضمن النمو الاقتصادي كأحد عناصرها المهمة ، بالإضافة إلى حدوث تغيير في الهياكل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية¹، والمفهوم العكسي للتنمية هو التخلف . ولهذا فإن التنمية أشمل من النمو، إذ إنها تعني النمو، بالإضافة إلى التغيير.

لقد تطور مفهوم التنمية مع تطور البعد البشري في الفكر الاقتصادي السائد، بحيث اهتم خلال الخمسينيات بمسائل الرفاه الاجتماعي ، لينتقل خلال الستينيات إلى الاهتمام بالتعليم والتدريب ، ثم إلى التركيز على تخفيف حدة الفقر وتأمين الحاجات الأساسية للبشر خلال السبعينيات . غير أننا نلاحظ إغفال الجانب البشري خلال الثمانينيات ، حيث تم التركيز على سياسات التكيف الهيكلي لصندوق النقد الدولي.

وعند بداية التسعينيات ، بادر برنامج الأمم المتحدة إلى إعادة التركيز على الجانب البشري في التنمية . في هذا السياق، شهد مفهوم التنمية في التسعينيات عدة تطورات ، فقد ظهر مفهوم التنمية البشرية والتنمية المستدامة.

و يمكن تلخيص مراحل تطور مفهوم التنمية في الجدول التالي :
الجدول رقم : 06 مراحل تطور مفهوم التنمية منذ نهاية الحرب العالمية الثانية .

المراحل	الفترة	مفهوم التنمية
1	نهاية الحرب العالمية الثانية إلى منتصف ستينيات القرن العشرين.	التنمية = النمو الاقتصادي .
2	منتصف الستينيات إلى منتصف سبعينيات القرن العشرين.	التنمية = النمو الاقتصادي + التوزيع العادل.
3	منتصف السبعينيات إلى منتصف ثمانينيات القرن العشرين.	التنمية الشاملة = الاهتمام بجميع الجوانب الاقتصادية والاجتماعية.
4	منذ سنة 1990 وحتى وقتنا الحاضر .	التنمية البشرية = تحقيق مستوى حياة كريمة وصحية للسكان.
5	منذ قمة الأرض سنة 1992.	التنمية المستدامة = النمو الاقتصادي + التوزيع العادل للنمو الاقتصادي + الاهتمام بجميع جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية .

المصدر: عثمان محمد غنيم و ماجدة أبو زنت ، **التنمية المستدامة : فلسفتها و أساليب تخطيطها و أدوات قياسها** (عمان : دار صفاء للنشر و التوزيع ، 2008) ، ص ص 286-287.

¹ - إبراهيم العيسوي، **التنمية في عالم متغير** (القاهرة : دار الشروق ، 2003)، ص ص 17 - 18 .

- التنمية البشرية : أدى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي دورا مهما في تبني هذا المفهوم من خلال تقارير التنمية البشرية التي صدرت منذ سنة 1990¹ . ويشكل الإنسان جوهر التنمية البشرية التي يجب أن تستجيب للمتطلبات الاقتصادية والاجتماعية ، وكذلك السياسية .

إنه لا سبيل إلى التنمية المستدامة أو المتواصلة بدون تنمية بشرية كذلك فإن النمو الاقتصادي شرط ضروري و لكنه ليس كافي لإستراتيجية التنمية البشرية .و لقد ظهر مفهوم التنمية البشرية المستدامة و التي تعرف بأنها توسيع اختيارات الناس و قدراتهم من خلال تكوين رأس مال اجتماعي يمكن من تلبية حاجات الأجيال الحاضرة بأكبر قدر ممكن من العدالة بدون إهدار فرص إشباع حاجات الأجيال القادمة² .

وحسب الأمم المتحدة ، تعرف التنمية البشرية بعملية توسيع الخيارات المتاحة للأفراد لتمكينهم من العيش حياة طويلة وصحية ، وكذلك الحصول على المعارف بالإضافة إلى الحصول على الموارد الضرورية لتوفير مستوى المعيشة المناسب .

- التنمية المستدامة : لقد استخدم الاتحاد الدولي للحفاظ على البيئة عبارة التنمية المستدامة أول مرة سنة 1980 في الإستراتيجية العالمية للبقاء، وتعرف التنمية المستدامة بأنها التنمية التي تجيب عن حاجات الحاضر دون تعريض قدرات الأجيال القادمة للخطر. وفي سنة 1991 تطور مفهوم التنمية المستدامة، الذي عرفه برنامج الأمم المتحدة للبيئة بما يلي :
تحسين شروط وجود المجتمعات البشرية ، مع البقاء في حدود قدرة تحمل أعباء الأنظمة البيئية³ .

وحسب التعريف الذي وضعته اللجنة العالمية للتنمية المستدامة سنة 1987 تعمل على " تلبية احتياجات الحاضر دون أن تؤدي إلى تدمير قدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة " .

¹ - مدحت كاظم القريشي ، التنمية الاقتصادية (عمان : دار وائل للنشر، 2007)، ص 127 .

² - د. بودلال علي : أهمية الاستثمار في رأس المال البشري كأحد شروط ترقية القطاع السياحي بالجزائر، ملتقى علمي دولي تحت عنوان " اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة " بجامعة محمد خيضر ببسكرة (الجزائر) ، 10/09/مارس 2010 .

³ - التنمية المستدامة والإدارة المجتمعية : الأدوار المستقبلية للحكومات المركزية والمحليات والقطاع الخاص والمجتمع المدني: أوراق عمل المؤتمر العربي الرابع للإدارة البيئية ، (تنظيم) المنظمة العربية للتنمية الإدارية، المنامة - البحرين- 20-24 نوفمبر 2005. ص 68.

و تعرف الاستدامة حسب COSTANZA¹ على أنها العلاقة بين الأنظمة الاقتصادية والأنظمة البيئية الحيوية و تكون قابلة للاستمرار، و تركز اهتمامها بالعنصر البشري و محيطه بجميع مكوناته ، و يكون العمل في ظل القيود و الضوابط التي تفرضها ثقافته للحفاظ على الجانب البيئي و الاجتماعي و الاقتصادي و الوصول إلى المنفعة و الرفاهية لأجيال الحاضر و المستقبل من هذا التعريف نجد أن الاستدامة هي مدى استمرارية العلاقة التي يفعلها العنصر البشري بين النظام البيئي و أي نظام اقتصادي في الأجل الطويل .

و يندرج من هذا التعريف مفهوم الاستدامة الاقتصادية على أنها"هي التي تعمل أساسا على تفضيل طرق النمو القادرة على الاستمرار في عملية خلق دخل حقيقي كحل بديل للسياسات الأخرى، بطريقة تكون فيها البيئة الاجتماعية عنصرا فعال في تعظيم الدخل و المحافظة على مخزون المجتمع من رأس المال المادي و المعنوي و البشري.

أما مفهوم التنمية المستدامة من المنظور الإسلامي فهي عبارة عن إستراتيجيات التنمية العمرانية الناجحة التي تستند إلى تأسيس مبدئي المشاركة والمحلية كأبرز مفاهيم التنمية المتواصلة في اتخاذ القرار التنموي باعتبار أن المشاركة تؤسس آليات الشورى وفضائلها في إقرار العدالة والمصلحة العامة وأن المحلية أساسا للمعرفة الدقيقة باحتياجات المجتمع إزاء القرار التنموي من أرض الواقع .

ومن خلال القمة العالمية للتنمية المستدامة التي عقدت في جوهانسبرغ سنة 2002، تم تحديد أولويات التنمية المستدامة التي تتركز في المجالات التالية : المياه ، الطاقة ، الصحة ، الزراعة ، التنوع البيولوجي ، الفقر ، التجارة التمويل ، نقل التكنولوجيا ، الإدارة الرشيدة ، التعليم ، المعلومات و البحوث² .

II - 2 - التنمية المستدامة في القمم العالمية :

ظهر مصطلح التنمية المستدامة لأول مرة عام 1987 في تقرير بورتلاند³ Brundtland* الذي نشرته اللجنة العالمية للبيئة والتنمية. بعد هذا التقرير قررت الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1989 التحضير لمؤتمر ريو الذي كان الهدف الأساسي منه تحديد استراتيجيات و تدابير للحد من آثار تدهور البيئة والقضاء عليها، ودعم التنمية المستدامة والسليمة بيئياً.

¹ - عقبة نصيرة، بوزاهر نسرين : *السياحة المستدامة في المناطق الصحراوية ومسار تدعيم التنمية الوطنية حالة' القصور' في منطقة الزيبان الجزائرية* ، ملنقى علمي دولي تحت عنوان " *اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة* " بجامعة محمد خيضر بيسكرة (الجزائر) ، 10/09/مارس 2010 .

² - نوزاد عبد الرحمن الهيتي ، *التنمية المستدامة في المنطقة العربية : الحالة الراهنة والتحديات المستقبلية* " مجلة العلوم الإنسانية ، السنة 3 ، العدد 25(تشرين الثاني/ نوفمبر 2005)، ص 4.

* - G.H.BRUNDTLAND : Premier Ministre Norvégien, Présidente de la Commission Mondiale sur l'Environnement et le DEVELOPPEMENT DURABLE , DANS LE RAPPORT (*Our Common Future*),1987, sommet de le terre , rio , 1992.

وتم في مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية الذي انعقد في ريو دي جانيرو بالبرازيل، في الفترة 3-14 جوان 1992، الإعلان عن سلسلة من المبادئ بشأن الإدارة القابلة للاستمرار اقتصادياً. ويتعلق أحد هذه المبادئ، بصفة خاصة، بحماية البيئة التي ينبغي أن تشكل جزءاً لا يتجزأ من عملية التنمية وهي مسألة لا يمكن تناولها منفردة إذا أردنا تحقيق التنمية المستدامة.

تم في ذلك المؤتمر اعتماد عدة وثائق منها " إعلان ري " و المعروف باسم " قمة الأرض " وجدول أعمال القرن 21 الذي هو برنامج شمولي يبين الأعمال الواجب القيام بها خلال العقود المقبلة في سبيل تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

هذا البرنامج يعكس إجماعاً عالمياً والتزاماً سياسياً من أعلى المستويات على التعاون في مجال التنمية والبيئة، والذي سيتم ضمن الاحترام الصارم لجميع المبادئ المنصوص عليها في الإعلان، ويقع تنفيذ هذا البرنامج على عاتق الحكومات، والتعاون الدولي مدعو لدعم إكمال الجهود الوطنية، ولأجل القيام بذلك، طلب من الدول و من مؤسسات منظمة الأمم المتحدة، وضع سياسات واستراتيجيات وخطط وبرامج .

تم التأكيد في الدورة الاستثنائية للجمعية العام للأمم المتحدة التي عقدت في عام 1997 لاستعراض جدول أعمال القرن الواحد والعشرين على أن الاستراتيجيات الوطنية للتنمية المستدامة هي آليات مهمة لتعزيز أولويات السياسات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والربط بينها على أن تكتمل بحلول عام 2002 صياغة ووضع استراتيجيات وطنية للتنمية المستدامة تعكس إسهامات ومسؤوليات جميع الأطراف المعنية بجميع البلدان.

فقام رؤساء دول وحكومات 147 دولة وحكومة في سبتمبر 2000 بالتوقيع على إعلان الألفية، وأكدوا مجدداً دعمهم لمبادئ التنمية المستدامة بما في ذلك المبادئ المنصوص عليها في جدول أعمال القرن 21 والمتفق عليها في مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية (قمة الأرض).

ويشمل الأهداف الإنمائية للألفية المرتبطة بهذه المسألة هدفاً يتعلق بالاستدامة البيئية ينص على " دمج مبادئ التنمية المستدامة في السياسات والبرامج القطرية وتفاذي الخسارة في الموارد البيئية."

عقد في غانا خلال الفترة من 7-9 نوفمبر 2001 المحفل الدولي المعني بالاستراتيجيات الوطنية للتنمية المستدامة، وبعد استعراض الخبرات المكتسبة في هذا المجال، تم الخروج بدليل يتضمن إرشادات لإعداد إستراتيجية وطنية للتنمية المستدامة: إدارة التنمية المستدامة في الألفية الجديدة بهدف تعزيز الحوار بشأن استراتيجيات التنمية المستدامة وتجديد الالتزام بصياغتها وتنفيذها.

تم التأكيد في القمة العالمية للتنمية المستدامة التي عقدت في جوهانسبرغ سبتمبر 2002 على ضرورة أن تستكمل كافة الدول وضع إستراتيجية للتنمية المستدامة بحلول عام 2005 وقد أكدت مقررات جوهانسبرغ على أن أولويات التنمية المستدامة تتركز في المسائل الأساسية التالية : المياه ، والطاقة ، والصحة ، والزراعة والتنوع البيولوجي بالإضافة إلى الفقر ، والتجارة ، والتمويل ، ونقل التكنولوجيا ، والإدارة الرشيدة ، والتعليم والمعلومات والبحوث .

II - 3 - أبعاد التنمية المستدامة :

التنمية المستدامة تتضمن أبعادا متعددة تتداخل فيما بينها وهي الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

أ- الأبعاد البيئية :

الاهتمام بإدارة المصادر الطبيعية هو العمود الفقري للتنمية المستدامة وعامل الاستنزاف البيئي هو أحد العوامل التي تتعارض مع التنمية المستدامة لذلك نحن بحاجة إلى معرفة علمية لإدارة المصادر الطبيعية لسنوات قادمة من أجل الحصول على طرق منهجية مترابطة مع إدارة نظام البيئة مثل تحسين الطرق الزراعية وبالتالي الحصول على منتج صحي وغني بالقيم الغذائية ، بالإضافة إلى مراعاة استهلاك مصادر المياه المختلفة حسب فترات زمنية محددة ، الحفاظ على الغابات من الرعي الجائر وقطع الأشجار لما للغابات من تأثير مهم في تطيف الجو وتخفيف الآثار السلبية الناتجة عن غاز أول أكسيد الكربون وثنائي أكسيد الكربون من حيث التلوث وارتفاع درجات الحرارة وتدمير طبقات الأوزون.

كما يجب تبني برامج للاستخدام الأمثل لكمية المياه ، و الطاقة ، و المعادن الطبيعية ، و الفوسفات و البوتاس ، و الطيور و الزواحف النادرة بالإضافة إلى الإنتاج الحيواني والنباتي.

ب- الأبعاد الاجتماعية :

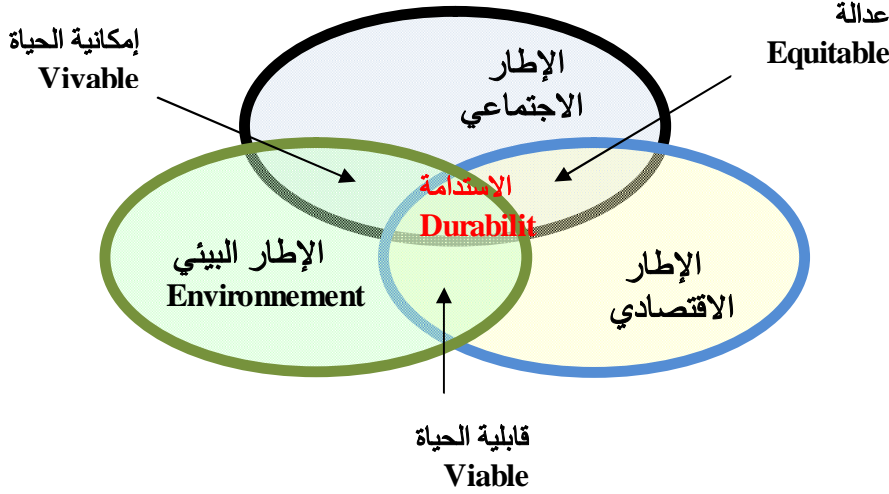
الاهتمام بالمواطنين من حيث التزايد السكاني ، المواليد والوفيات ، إتباع الوسائل الصحية السليمة لبناء مجتمع قوي متين ، دراسة الفقر ، زيادة فرص العمل لأفراد المجتمع ، بالإضافة إلى زيادة الاهتمام بالمرأة والأطفال.

ج- الأبعاد الاقتصادية :

يجب أن يكون موضوع التنمية المستدامة عامل مهم ومشجع لرفع مستوى الإنتاج على جميع الأصعدة وعليه يجب رفع مستوى المهارات المختلفة مع تحديد طبيعة الصناعات التي تتلاءم مع توفير بيئة نظيفة وحياة اجتماعية أفضل.

إذا التنمية المستدامة تعكس نتيجة مهمة وهي التعرف على طبيعة تداخل الاقتصاد ، البيئة والحياة الاجتماعية عن طريق دمج وتوعية المستهلك بطبيعة مكونات السلع من أجل التأكد من الحاجة للمادة المنتجة أو المستوردة وربطها بالعامل البيئي.

و تعرف المجالات الثلاث الاقتصادية، الاجتماعية و البيئية بالنطاقات الثلاث للتنمية المستدامة (Les trois sphères du développement durable) و الشكل التالي يوضح ذلك :



النطاقات الثلاث للتنمية المستدامة

المصدر: <http://www2.brgm.fr/Fichiers/TerreDurable/plaqDDTerrePr%C3%A9s.pdf>

الشكل رقم: 04 النطاقات الثلاث للتنمية المستدامة

وتبرز الجماعات المحلية كأحسن مثال في تطبيق التنمية المستدامة لأن مهمتها العامة تعمل ضمن ثلاث أطر: الاقتصادي، الاجتماعي و البيئي. و تحتاج إلى إحداث شراكة و تعاون مع الإدارات والمنظمات الخاصة في حالة ما إذا كان الأمر لا يتعلق بمسئوليتها مباشرة. و قد ذكر البرنامج الخامس للهيئة الأوروبية (Towards Sustainability 1993) أنه لا يمكن تحقيق أهداف التنمية المستدامة اعتمادا على نشاط الإطار البلدي فقط و إنما بتوزيع المسؤوليات و المهام على كل المستويات.¹

إن للتنمية المستدامة خصائص عدة تتمثل في ما يلي :

- الاستمرارية : بحيث يتطلب توليد دخل مرتفع يمكن من إعادة استثمار جزء منه حتى يسمح بإجراء الإحلال والتجديد والصيانة للموارد.
- تنظيم استخدام الموارد الطبيعية المتجددة ، وكذلك القابلة للنفاذ، بما يضمن مصلحة الأجيال القادمة .
- تحقيق التوازن البيئي : وذلك من خلال المحافظة على البيئة بما يضمن حياة طبيعية سليمة ، وضمان إنتاج الثروات المتجددة ، مع عدم استنزاف الثروات غير المتجددة .

¹ -Ait Ziane .K – gouvernance locale et développement durable – colloque sur le développement local et la bonne gouvernance, Mascara ,2005.

II - 4- أهداف التنمية المستدامة :

- تحسين كفاءة الطاقة .
- التحول إلى أنواع الوقود ذات المحتوى الكربوني المنخفض .
- صيانة المياه بوضع حد للاستخدامات المبددة وتحسين كفاءة شبكات المياه .
- استخدام مصادر الطاقة المتجددة .
- وجود تكنولوجيات متقدمة في مجال الطاقة .
- الحد من انبعاثات غازات الدفيئة .
- الحيلولة دون تدهور طبقة الأوزون : تعتبر الإجراءات التي اتخذت لمعالجة هذه المشكلة سابقة مشجعة، فاتفاقية كيوتو جاءت للمطالبة بالتخلص تدريجيا من المواد الكيماوية المهددة للأوزون.
- حماية الموارد الطبيعية :التنمية المستدامة تحتاج إلى حماية الموارد الطبيعية اللازمة لإنتاج المواد الغذائية والوقود ، ابتداء من حماية التربة إلى حماية الأراضي المخصصة للأشجار وإلى حماية مصايد الأسماك مع التوسع في الإنتاج لتلبية احتياجات السكان الآخذين في التزايد.

II - 5- مبادئ التنمية المستدامة :

1- مبادئ الوقاية والحذر في المنع :

من المبادئ الرئيسية للتقدم والتطور هو بدون شك الحذر والوقاية وفي حالة الخسارة العويصة أو التي لا يمكن تعويضها ، لا يمكن أن غياب اليقين العلمي حجة لها حيث يجب أن غياب اليقين العلمي المطلق حجة له بحيث يجب التنبؤ بتدهور المحيط مسبقا بل هذا المبدأ يعتمد على قرار عمومي يمنع من حدوث هذه الخسارة ومن الجهة الأخرى لهذه السياسة فإن مبدأ التحسين المستمر يعتمد على التدرج المرحلي بمعنى أنه يمكن تصحيح الأخطاء مباشرة بعد وقوعها حتى لا يكون هناك تراكم الخسائر.

2- مبدأ ملوث معاقب :

وهذا يمس مسؤولية الشخص المتسبب في تدهور المحيط فبالتالي يجب عليه أن يصلح الخسائر التي تسبب فيها، والدفع النقدي مقابل ما سببه من عطب أو إضرار.

3- مبدأ المشاركة :

هذا المبدأ لا يعني فقط الاتصال بهيئة خاصة ، بل يجب تنظيم مشاركة حقيقة للمواطنين الذين يأخذون قرارات موحدة في هذا الشأن.

4- مبدأ العقلانية :

الأخذ بعين الاعتبار كل الخصائص الاجتماعية الممكنة لاتخاذ القرارات ولكي نضمن تطورا دائما يجب تحديد الأهداف التي يجب بلوغها.

5- مبدأ الانخراط :

الانخراط اقتصاديا واجتماعيا...الخ في سيرورة حماية المحيط وتطويره.

6- مبدأ التضامن :

المحافظة على المصادر الطبيعية من اجل الأجيال القادمة.

7- مبدأ حرية أجيال المستقبل :

يجب أن يترك هامش للمستقبل ويتضح الآن أنه لا يمكن فصل المشاكل عن بعضها البعض كي نتمكن من حلها بل يكون ذلك بالتحكم في الصعوبات المتعددة ، ولذا فإن التطور الحضري الدائم هو عبارة عن سياق بدلا من أن نقول عنه غاية ، فلهذا إن مبادئ التطور الدائم لا تتمثل في حلول جاهزة للاستعمال بل يتطلب ذلك إطارا مؤهلا للتسيير الحضري.

II - 6 - التنمية المستدامة و الحكم الصالح :

ما يزال الحديث عن التنمية الإنسانية المستدامة والحكم الصالح (الراشد) في مرحلتها الأولى، وبخاصة في عالمنا العربي والإسلامي، فحتى عهد قريب وربما قبيل صدور تقارير الأمم المتحدة الإنمائية، كان المقصود بالتنمية هو النمو الاقتصادي، وأستبدل التركيز من النمو الاقتصادي، إلى التركيز على التنمية البشرية والى التنمية المستدامة فيما بعد، أي الانتقال من الرأسمال البشري إلى الرأسمال الاجتماعي وصولا إلى التنمية الإنسانية ببعدها الشامل، أي الترابط بكل مستويات النشاط السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والبيئي، بالاستناد إلى نهج متكامل يعتمد على مبدأ المشاركة والتخطيط الطويل الأمد في حقول التعليم والتربية والثقافة والإسكان والصحة والبيئة وغيرها، ويتوخى قدراً من العدالة والمساءلة والشرعية والتمثيل.

من هنا نشأت العلاقة بين مفهوم الحكم الصالح (الراشد) والتنمية الإنسانية المستدامة، لأن الحكم الراشد هو الضامن لتحويل النمو الاقتصادي إلى تنمية إنسانية مستدامة. ومع ذلك فقد ظل المفهوم بحاجة إلى تأصيل وتبينه خصوصاً في المنطقة العربية، التي تعاني من ضعف المشاركة ومركزية الدولة الشديدة الصرامة وعدم إعطاء دور كاف لهيئات الحكم المحلي، ناهيك عن إبعاد مؤسسات المجتمع المدني من المساهمة وعدم توفّر بيئة صالحة سياسية وفكرية واقتصادية واجتماعية لذلك، سواء على صعيد التشريعات أو بسبب ضيق مساحة الحريات الخاصة والعامة وبشكل خاص الحريات الأساسية.

إن علاقة التنمية بالحكم الصالح يمكن قراءتها من خلال ثلاثة زوايا هي:

- 1 - وطنية، تشمل الحضر والريف وجميع الطبقات الاجتماعية والفئات بما فيها المرأة والرجل.
- 2 - عالمية، أي التوزيع العادل للثروة بين الدول الغنية والدول الفقيرة وعلاقات دولية تتسم بقدر من الاحترام والمشاركة الإنسانية والقواعد القانونية.
- 3 - زمنية، أي مراعاة مصالح الأجيال الحالية والأجيال اللاحقة .

ووفقاً لهذه الزوايا يمكن قراءة الأبعاد الأساسية للحكم الصالح من خلال :

أ - البعد السياسي، ويعني طبيعة النظام السياسي وشرعية التمثيل والمشاركة والمساءلة والشفافية وحكم القانون.

ب - البعد الاقتصادي والاجتماعي بما له علاقة بالسياسات العامة والتأثير على حياة السكان ونوعية الحياة والوفرة المادية وارتباط ذلك بدور المجتمع المدني واستقلاليتيه.

ج - البعد التقني والإداري، أي كفاءة الجهاز وفاعليته، فلا يمكن تصور إدارة عامة فاعلة من دون الاستقلال عن النفوذ السياسي، ولا يمكن تصور مجتمع مدني دون استقلاليته عن الدولة ولا تستقيم السياسات الاقتصادية والاجتماعية، بغياب المشاركة والمحاسبة والشفافية، هكذا إذا احتاج الأمر إلى درجة من التكامل.

يمكن القول إن مؤشرات التنمية الإنسانية المستدامة تتلخص في توسيع قدرات الناس وخياراتهم والتعاون بتحقيق التنمية وعدالة التوزيع والاستدامة، أي التواصل في العيش الكريم والأمان الشخصي دون خوف أو تهديد، ويذهب تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2000 إلى إضافة ، الحرية والحق في اكتساب المعرفة والشفافية وتمكين المرأة باعتبارها مؤشرات نوعية لا تتحقق إلا بوجود نظام إدارة حاشد يضع السياسات ويسعى لتطبيقها.

وقد كشف تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2004 عن النقص الفادح في الحريات وبخاصة السياسية والمدنية ونقص المعرفة والثقافة والنظرة غير المتوازنة إلى حقوق المرأة ومساواتها مع الرجل ناهيك عن الموقف من حقوق الأقليات.

إن البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة PNUD ركز على تسعة معايير بخصوص الحكم الراشد وهي :

- 1 - المشاركة 2- حكم القانون 3- الشفافية 4- حُسن الاستجابة 5- التوافق 6- المساواة
- 7- الفعالية 8- المحاسبة 9- الرؤيا الإستراتيجية.

ومن مشكلات التنمية والحكم الصالح في مجتمعاتنا العربية أننا نعاني من:

1 -استمرار نمط الدولة الريعية أو شبه الريعية، التي تعتمد على موارد أولية أو مصادر تأتي من الخارج.. مثل النفط، السياحة، تحويلات من الخارج، رسوم الترانزيت والقروض.

2 -استمرار ظاهرة الدولة الأمنية، التي تعتمد على سياسة القمع، واحتواء المجتمع المدني ومصادرة الحريات...

3 -ضعف البنية المؤسسية السياسية والإدارية وغياب المحاسبة والشفافية.

4 - ضعف مفهوم المواطنة وعدم وجود عقد اجتماعي لعلاقة الحكام بالمحكومين من خلال دستور واضح ومحدد وعصري ويستجيب لحاجات التطور، وشحة الحريات وبخاصة حرية التعبير وحق الاعتقاد وحق تأسيس الأحزاب والجمعيات والنقابات وضعف المشاركة السياسية، ونقشي الأمراض الاجتماعية مثل: الطائفية والعشائرية والجهوية وغيرها.

5 - ضعف مشاركة المرأة في الحياة العامة والحياة السياسية بشكل خاص وانعدام الفرص المتساوية والمتكافئة أمام القانون وفي الحياة العملية وفي العمل، واستمرار نقشي الأمية في صفوف النساء على نحو شديد ومضاعف بالنسبة للرجال، وكذلك استمرار الموقف السلبي من قضية الأقليات الدينية والقومية واللغوية وحقوقها ناهيك عن وجود وتفاقم ظاهرة عزل المهمشين وذوي الاحتياجات الخاصة.

6 - النمو الكبير للجهاز البيروقراطي وترهل الإدارة الحكومية وتقدمها وارتفاع المديونية وانخفاض معدل الإنتاجية وازدياد العجز في الميزانية، واعتبر تقرير التنمية الإنسانية العربية أن نقص الحرية مسؤول عن فشل بناء الدولة الحديثة وفشل التنمية الإنسانية في المنطقة العربية.

فالحكم الراشد عنصر أساسي في التنمية المستدامة متمثلاً بمدى فعالية السياسات البيئية، الاجتماعية والاقتصادية المعتمدة ومدى استجابة الإطار المؤسسي الديمقراطي لاحتياجات السكان مع التزام مبدأ العدالة، محاربة الفساد، توفير المناخ الملائم للاستثمار،.... الخ.¹

II - 7 - مؤشرات قياس التنمية المستدامة .

تحدد أبعاد التنمية المستدامة في ثلاثة عناصر رئيسية ، وهي الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ، وترتبط مؤشرات قياس التنمية المستدامة بأهداف عملية التنمية ، لذلك تختلف هذه المؤشرات في عددها ونوعها من فترة زمنية إلى أخرى ومن منطقة إلى أخرى ، نظراً إلى اختلاف أهداف التنمية وتعدد واختلاف الأولويات . كما تختلف مؤشرات قياس التنمية المستدامة عن مؤشرات التنمية التقليدية بحيث أن هذه الأخيرة تقيس التغير الذي طرأ على جانب معين من جوانب عملية التنمية ، على أساس أن هذه التغيرات مستقلة . بينما تركز مؤشرات التنمية المستدامة على تداخل وترابط الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ، وأي تغير يطرأ على جانب منها ينعكس على الجوانب الأخرى .

¹ -Hicham EL BAYED, Maître de conférences, Université Cadi Ayyad - Marrakech :
TERRITORIALE ET DEVELOPPEMENT LOCAL : QUELQUES -DYNAMIQUE
ENSEIGNEMENTS POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME DANS
COLLOQUE : *Marketing et stratégies de développement local, LE HAUT ATLAS MAROCAIN,*
Tanger , Maroc ,Décembre 2005

إن للمؤشر الجيد في قياس التنمية المستدامة خصائص عدة نلخصها في ما يلي¹ :

- أنه وثيق الصلة بالموضوع المراد دراسته .
- حقيقي ويعكس الواقع .
- له القدرة: على قياس مدى التقدم الحاصل في مجال معين .
- قابل للمقارنة ، ومؤسس على بيانات تجمع بشكل منتظم .
- حساس تجاه التغير عبر الزمان والمكان .

وتكتسي مؤشرات قياس التنمية المستدامة أهمية بالغة، حيث تسمح لمتخذي القرارات وواضعي السياسات معرفة ها إذا كانوا على الطريق الصحيح ، كما تساعد على قياس التقدم المحقق نحو التنمية المستدامة .

وقد حدد قسم التنمية المستدامة التابع لدائرة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية للأمم المتحدة مجموعة من المؤشرات المتعلقة بقياس التنمية المستدامة، وهي مصنفة في أربع فئات رئيسية كما يتضح في الجدول الرقم (07) :

الجدول رقم (07) : مؤشرات التنمية المستدامة للأمم المتحدة .

التسلسل	المؤشر	نوع المؤشر
1	نصيب الفرد من الدخل	اقتصادي
2	نسبة الاستثمار من الناتج الإجمالي	اقتصادي
3	الميزان التجاري	اقتصادي
4	نسبة الديون من الناتج الإجمالي	اقتصادي
5	كثافة استخدام المواد والمعادن	اقتصادي
6	نسبة المساعدات الخارجية من الناتج الإجمالي	اقتصادي
7	نسبة معدل استهلاك الطاقة السنوية للفرد	اقتصادي
8	نسبة استهلاك الطاقة من المصادر المتعددة	اقتصادي
9	كثافة استغلال واستهلاك الطاقة	اقتصادي
10	كميات النفايات الصناعية والمنزلية	اقتصادي
11	كميات النفايات الخطرة	اقتصادي
12	إدارة النفايات المشعة	اقتصادي
13	تدوير النفايات	اقتصادي
14	المسافة المقطوعة للفرد بواسطة وسائل النقل	اقتصادي
15	نسبة السكان تحت خط الفقر	اجتماعي
16	معامل جيني لتوزيع الدخل	اجتماعي
17	معدل البطالة	اجتماعي
18	نسبة معدل أجور الإناث إلى أجور الذكور	اجتماعي

¹ - غنيم وأبو زنت ،التنمية المستدامة : فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، ص ص 262 - 267.

اجتماعي	مستوى التغذية للأطفال	19
اجتماعي	معدل الخصوبة	20
اجتماعي	العمر المتوقع عند الميلاد	21
اجتماعي	السكان المخدمون بالصرف الصحي	22
اجتماعي	السكان المخدمون بمياه الشرب	23
اجتماعي	الأطفال المحصنون ضد الأمراض	24
اجتماعي	الأطفال في مرحلة التعليم الأساسي	25
اجتماعي	الشباب في مرحلة التعليم الثانوي	26
اجتماعي	معدل الأمية	27
اجتماعي	مساحة المسكن للفرد	28
اجتماعي	عدد الجرائم لكل 100.000 من السكان	29
اجتماعي	معدل النمو السكاني	30
اجتماعي	سكان الحضر في التجمعات الرسمية وغير الرسمية	31
بيئي	انبعاث غازات البيوت البلاستيكية	32
بيئي	درجة استهلاك طبقة الأوزون	33
بيئي	درجة تركيز الملوثات في المناطق الحضرية	34
بيئي	مساحة الأراضي الزراعية الدائمة	35
بيئي	استعمال المخصبات	36
بيئي	استعمال المبيدات الزراعية	37
بيئي	نسبة مساحة الغابات إلى المساحة الكلية	38
بيئي	كثافة استغلال أخشاب الغابات	39
بيئي	مساحة الأراضي المتصحرة	40
بيئي	نسبة السكان المقيمين في المناطق الساحلية	41
بيئي	معدلات الصيد حسب النوع	42
بيئي	معدلات تراجع مستوى المياه الجوفية	43
بيئي	نسبة مساحة المحميات الطبيعية من المساحة الكلية	44
بيئي	أنوع النباتات والحيوانات المنقرضة	45
مؤسسي	الإستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة	46
مؤسسي	تطبيق المعاهدات الدولية الخاصة بالاستدامة	47
مؤسسي	نسبة عدد المشتركين بشبكة الإنترنت إلى مجموع السكان	48
مؤسسي	عدد خطوط الهاتف لكل 1.000 فرد	49
مؤسسي	نسبة الإنفاق على البحث العلمي	50
مؤسسي	الخسائر البشرية والاقتصادية نتيجة الأخطار الطبيعية	51

المصدر: غنيم وأبو زنت ، التنمية المستدامة : فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها ، ص ص 270-272 .

يتضح من الجدول رقم (07) أن مؤشرات قياس التنمية المستدامة تغطي الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ، وهي نتيجة تراكم الخبرات الدولية منذ نهاية الحرب العالمية الثانية .

II - 8 - السياحة عامل في التنمية المستدامة:

أصبحت الحياة مهددة بمخاطر جديدة لم تكن جلية من قبل بما فيها المستوى البيئي و خاصة تزايد انتشار نوعيات جديدة من الملوثات لتصبح أكثر خطورة على البشرية، و ازدياد معدلات الجريمة و غيرها،¹ و كلها تسير بالاتجاه المعاكس للتنمية المستدامة. و كون السياحة ترتبط ارتباطا مباشرا بالبيئة و المجتمع، فإنها معنية بمواكبة التنمية المستدامة .

و بالنظر إلى خصوصيتها و ديناميكيتها، تعتبر السياحة من القطاعات الأكثر حضورا في مسألة التنمية المستدامة و يبرز مصطلح " الاستدامة" في أدبيات السياحة تحت غطاء آخر و هو مصطلح "الخلق éthique"، " العدالة équitabile"، "التضامن solidaire"، و حتى " الاستشارة consultatif". بالإضافة إلى المقاربة النظامية التي تقوم عليها ظاهرة السياحة (المؤسسات، السواح، الوسطاء،...) هناك عناصر أخرى مهمة كالإطار الاقتصادي لفهم كيف يتم تنظيم النشاط، الاجتماعي لإدراك الواقع الاجتماعي و الجغرافي المتمثل في إدراج دور المجال "espace"² و هي عناصر التنمية المستدامة.

و بعد أن كانت السياحة نشاطا لا تستمتع به إلا قلة قليلة نسبيا من الأثرياء أصبحت ظاهرة جماهيرية. ففي عام 1998، تحققت نسبة 7.9% من قيمة صادرات السلع و الخدمات على الصعيد العالمي من السياحة و هي نسبة تتجاوز صناعات رائدة كمنتجات السيارات و المواد الكيميائية³.

تطورت السياحة في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية و كان الاهتمام منصبا فقط في بادئ الأمر على الأهداف الاقتصادية مع اعتبار محدود للأثار البيئية، و بسبب التأثيرات البيئية السالبة الكثيرة التي ترتبت على النشاطات السياحية خلال عقود الستينات و السبعينات، فقد بدأ الاهتمام يتركز خلال عقد الثمانينات على أساليب و وسائل المحافظة على البيئة و أصبحت التنمية السياحية تسعى لتحقيق ليس فقط الأهداف الاقتصادية و إنما كذلك المحافظة على البيئة بكل جوانبها و أبعادها و ذلك من أجل الاستفادة من الموارد السياحية الطبيعية لأطول فترة زمنية ممكنة، لذا ظهر حديثا مفهوم السياحة البيئية.⁴

¹ - حسين عبد الحميد أحمد رشوان - مشكلات المدينة - مؤسسة شباب الجامعة - الإسكندرية - 2005 - ص 4.

² - Jean Simonneaux- Acteurs, enjeux et régulation dans la dynamique du tourisme en espace rural- thèse de doctorat d'étude rurales- 1999- disponible sur : <http://www.ruralia.revues.org/document125.html>.

³ - هيئة الأمم المتحدة- المجلس الاقتصادي و الاجتماعي- تقرير OMT - لجنة خبراء التنمية المستدامة "تنمية السياحة المستدامة"- ماي 2001- ص 02.

⁴ - عثمان محمد غنيم و بنيتا نبيل سعد - التخطيط السياحي- مرجع سابق- ص 159.

إن علاقة المحيط السياحي بالمحيط البيئي تمارس ضمن معادلة مزدوجة الاتجاه وهي تأثير و تأثير، غير أن الدراسات عادة ما تنصب على تأثير السياحة على البيئة انطلاقاً من الفرضية المتمثلة في اعتبار السياحة تستعمل عادة محيط صحي و متميز. و لا يفوتنا القول أن التنمية تتأثر بكليهما، فالقطاع السياحي قد برهن في العديد من الدول على منافسته لأكبر القطاعات الحساسة في التنمية و فرض وجوده عبر الزمن، كما لا يمكن أن يتخلى الفرد عن السياحة فهي تشكل الغذاء الروحي له ليرفه عن نفسه و يستجد قواه .

III - السياحة المستدامة - بين الضرورات و المتطلبات - :

III - 1 - مفهوم السياحة المستدامة :

تبنّت المنظمة العالمية للسياحة قواعد الاستدامة في السياحة، وبلورت أسس التنمية المستدامة في مجالات التخطيط السياحي ودراسات التنمية، وقد عرفت المنظمة العالمية للسياحة المستدامة كما يلي :

" التنمية المستدامة للسياحة هي التي تلبي احتياجات السياح و المواقع المضييفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل، إنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة" ¹ .

يعرف عبد الوهاب صلاح الدين ²، التنمية السياحية المستدامة والمتوازنة بأنها " تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة ومخططة داخل إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الدولة ككل أو داخل أي إقليم من الدولة تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية أو أيهما. "

و عرف الإتحاد الأوروبي للبيئة والمنتزهات القومية في عام 1993 التنمية السياحية المستدامة على أنها " نشاط يحافظ على البيئة و يحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقى بالبيئة المعمارية" ³ Eman Helmy, 1999, p: 58.

ويوجد تعريف للتنمية السياحية المستدامة على أنها " التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجتمعات المضييفة الحالية وضمان استفادة الأجيال المستقبلية، كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية (WTO, واستمرارية العمليات الإيكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية " ⁴ Sakr M. (2000), p: 8.

¹ - صلاح الدين خربوطلي : مرجع سابق، ص 23 .

² - عبد الوهاب صلاح الدين: " التنمية السياحية" ، الطبعة الأولى، مطبعة زهران، القاهرة، 1991، ص 182 .

و حسب F.VELLAS (2002)¹ فإن السياحة المستدامة تتصرف إلى : التنمية السياحية التي تحث معا فكرة تواصل و خلود الموارد الطبيعية (الماء ، و الهواء ، و التربة ، و التنوع البيولوجي) ، و الهياكل الاجتماعية و البشرية .

والسياحة المستدامة هي نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي، بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية، ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها.²

وفي إطار ذلك التعريف الأساسي يمكن التفصيل في أمور الاستدامة في السياحة من خلال النقاط التالية :

◆ الاستدامة تقتضي المحافظة على الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية والموارد الأخرى المتعلقة بالسياحة بهدف ضمان الاستمرار بصلاحيه استخدامها في المستقبل كما هي تقدم الفوائد للمجتمع حاليا، لأن أهمية الاستدامة في السياحة مرتبطة باعتماد السياحة على تلك الموارد كمشوقات وكسلع تجذب السياح، فمعالم البيئة الطبيعية والمواقع التاريخية والتراثية والأثرية في المكان هي رأس المال الثابت .

فإذا كانت تلك الموارد مشوهة ومهملة فإن السياحة تبقى بعيدة ومتعدرة، ولهذا فإن البداية في تحقيق الاستدامة لتلك المواقع تبدأ من حمايتها وصيانتها بشكل يمهد لتطويرها وتقديمها ضمن العرض السياحي بالشكل المناسب.

◆ تنمية السياحة وفق قواعد الاستدامة تؤمن تخطيطها وإدارتها ويجنبها المشاكل البيئية أو الاجتماعية، وتدفع السلطات لدراسة وتحديد طاقة الاستيعاب وتعليمات الاستخدام لتلك الموارد من قبل السكان والسياح ونظام الإشراف والضوابط المتعلقة بتلك الأمور.

◆ معايير ومستويات الجودة البيئية هي ناحية مهمة في عملية اتخاذ قرار الزيارة من قبل السائح، والسياحة تكون الحافز للسكان والزوار لتحسين شروط البيئة في المقاصد السياحية.

◆ أصبح انطباع السائح عن المكان قبل وأثناء الزيارة عاملا مهما في مدى إقبال السياح والزوار على الزيارة، فالمنتجعات القديمة كمثل، المنشآت السياحية تتطلب دوما تحديثا دوريا لتبقى مستمرة في مواكبة متطلبات السائح وتحقق أهدافها التسويقية.

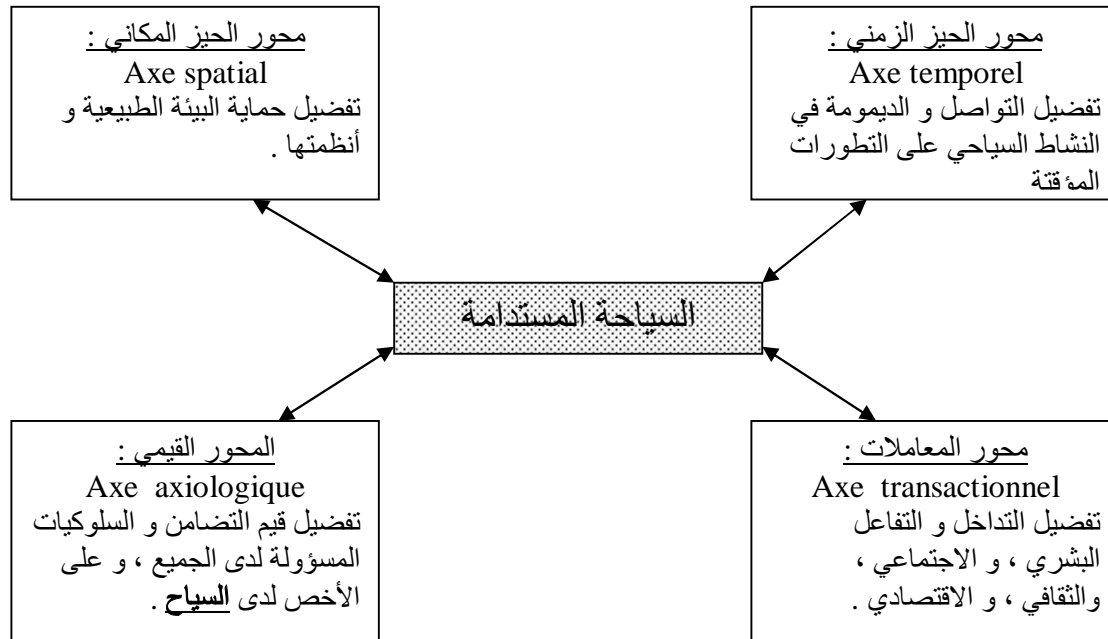
¹ - François Vellas, *Économie et politique du tourisme international*, Economica , Paris , 2002 , P 190.

² - الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي - منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة - مصر ، 2007 .

◆ عوائد السياحة تنعكس على المجتمع المحلي وعلى السلطات المحلية أن تعمل على توزيع معظم تلك العوائد على أوسع شريحة من السكان داعما لتحقيق شروط الاستدامة للسياحة.

◆ والجدير بالذكر أن الإطار السياسي لتنفيذ الاستدامة ضروري وحيوي لما يحويه من توجيهات وضوابط وتعليمات وضوابط تشرف السلطات المحلية على تطبيقها بمراقبة وتتبع مستمر وشامل.

إن فكرة السياحة المستدامة لا تعبر في ذاتها عن محتوى سياحي معين ؛ فهي ليست منتجا سياحيا ، و ليست طريقة جديدة لبيع نشاط أو تحديد كيفية الدفع ، إنما هي نموذج للتنمية يركز على محاور إستراتيجية معينة حصرها C. Pigeassou (2000) ¹ يوضحها الشكل رقم (05) .



المصدر : Line Bergery , Qualité globale et tourisme , P 127. :
الشكل رقم (05) . المحاور الاستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة (Développement durable du tourisme) .

¹ - Line Bergery , *Qualité globale et tourisme* , Economica , Paris , 2002, P 127.

III - 2 - بداية الاهتمام بالاستدامة في السياحة :

هناك عدة عوامل ساهمت في ربط ظاهرة السياحة بمبدأ الاستدامة، جعلت الهيئات الدولية المعنية تؤكد ذلك، بحيث :

- أن نمو السياحة الهادف إلى تحقيق فوائد قصيرة الأمد كثيراً ما يفضي إلى حدوث آثار سلبية تضر بالبيئة و المجتمعات. فالسياحة المستدامة تتطلب الجمع بين حاجات السياحة اليوم وحاجات الغد بشأن الأجيال المستقبلية، و إنها لمهمة صعبة في عالم سياحي ديناميكي¹.

- تم الإقرار بأن السياحة لها من القدرات ما يجعلها تعود بفوائد اقتصادية على المجتمعات المضيفة و تتخذ كوسيلة من وسائل تخفيف حدة الفقر و الحفاظ على الثروات الطبيعية و الثقافية و غيرها من المنافع شريطة أن توضع لها خطط مناسبة و أن تدار شؤونها وفق رؤية طويلة الأمد.²

- أصبح موضوع الاستدامة *durabilité* يتناول على نحو متزايد في السياسات و الاستراتيجيات و الخطط الوطنية و الإقليمية و المحلية في مجال السياحة.

اقترح مبدأ الاستدامة أوائل عام 1988 من طرف المنظمة العالمية للسياحة، حيث من المتوقع من هذه السياحة المستدامة أن تؤدي إلى إدارة جميع الموارد بطريقة تتيح تلبية الاحتياجات الاقتصادية و الاجتماعية و الجمالية مع الحفاظ في الوقت ذاته على الثقافة و العمليات الايكولوجية الأساسية و التنوع البيولوجي و النظم المعيلة للحياة.³ بالرغم من أن السياحة لم تكن مدرجة في جدول أعمال القرن 21، فإن القرار بأهمية مبدأ الاستدامة في السياحة من طرف أصحاب المصلحة الرئيسيين بما في ذلك الحكومات و المنظمات الدولية و المنظمات غير الحكومية و شركات القطاع الخاص المعنية بالسياحة الدولية أفضى إلى صياغة جدول أعمال للقرن 21 خاص بالأسفار و صناعة السياحة في عام 1995.

دعت لجنة التنمية المستدامة خلال دورتها السابعة إلى إنشاء فريق عامل معني بالسياحة لأصحاب المصالح مهمته تعزيز تنمية السياحة المستدامة،⁴ و وضعت المنظمة العالمية للسياحة عام 1999 المدونة العالمية لقواعد آداب السياحة عقب ما يزيد عن سنتين من التشاور مع الأوساط الصناعية.⁵

و قد وضعت مجموعة من مؤشرات الاستدامة الخاصة بالسياحة و اختبرت في عدد من البلدان في إطار مبادرة OMT.⁶

¹ - عمل مشترك بين وزارة الشؤون البيئية السورية و وزارة البيئة اللبنانية (كتيب) - خطة إدارة لتطوير قطاع السياحة - ص 6.

² - تقرير للأمم المتحدة- المجلس الاقتصادي و الاجتماعي- لجنة خبراء التنمية المستدامة "تنمية السياحة المستدامة"- ماي 2001- ص 3.

³ - تقرير للأمم المتحدة- المجلس الاقتصادي و الاجتماعي- لجنة خبراء التنمية المستدامة "تنمية السياحة المستدامة"- ماي 2001- ص 3.

⁴ - تقرير للأمم المتحدة- المجلس الاقتصادي و الاجتماعي- لجنة خبراء التنمية المستدامة "تنمية السياحة المستدامة"- ماي 2001- ص 3.

⁵ - تقرير للأمم المتحدة- المجلس الاقتصادي و الاجتماعي- لجنة خبراء التنمية المستدامة "تنمية السياحة المستدامة"- ماي 2001- ص 4.

⁶ - تقرير للأمم المتحدة- المجلس الاقتصادي و الاجتماعي- لجنة خبراء التنمية المستدامة "تنمية السياحة المستدامة"- ماي 2001- ص 4.

و لكن إلى أي درجة يمكن لهذه المؤشرات أن تعبر عن الاستدامة السياحية، ذلك أنه وبالرغم من انتشار التنمية المستدامة إلا أن المشكلة الرئيسية تتمثل في الحاجة الماسة إلى تحديد مؤشرات يمكن من خلالها قياس مدى التقدم نحو التنمية المستدامة أي مدى تقدم الدول والمؤسسات في مجالات تحقيق التنمية المستدامة بشكل فعلي و هذا ما يترتب عليه اتخاذ العديد من القرارات الوطنية و الدولية حول السياسات الاقتصادية و الاجتماعية.

و في الواقع، فمعظم التقارير التي تم تقديمها لسكرتارية الأمم المتحدة للوصول إلى مؤشرات معتمدة للتنمية المستدامة لم تنتشر على مستوى العالم، كما لم يتم وضع دراسة مقارنة بين الدول في مجال التنمية المستدامة إلا من خلال مؤشرات الاستدامة البيئية لعام 2005 و التي وجدت الكثير من النقد المنهجي .

و كانت الدراسة التي أعدتها جامعة بيل لمصلحة المنتدى الاقتصادي العالمي تمثل أول دراسة مقارنة على مستوى العالم للاستدامة البيئية حيث شملت الدراسة 182 دولة.

و بالرغم من ذلك فقد كانت هناك الكثير من الانتقادات حول هذه المؤشرات و أهمها عدم احتساب كلفة التأثيرات البيئية للدول خارج حدودها ، و هذا ما وضع دولا كثيرة من المعروف أنها ذات تأثيرات ملوثة و ضارة بيئيا على الموارد الطبيعية خارج حدودها مثل كندا و الولايات المتحدة الأمريكية و معظم الدول الغربية في مراكز متقدمة في قائمة الدول ذات الاستدامة العالية.

و يعتمد قياس الاستدامة على 20 مؤشرا رئيسيا تنقسم بدورها إلى 68 مؤشرا فرعيا، و هو يقدم مؤشر دراسة مقارنة للدول في مدى نجاحها في تحقيق التنمية المستدامة وفق أسلوب و منهجية رقمية دقيقة .

و هناك خمس مكونات رئيسية للاستدامة البيئية و هي¹:

- الأنظمة البيئية: تعتبر الدولة ذات استدامة بيئية بالمدى الذي تتمكن فيه من الحفاظ على أنظمتها الطبيعية في مستويات صحية.
- تقليل الضغوطات البيئية: تكون دولة ذات استدامة بيئية بالمدى الذي تكون فيه الضغوطات البشرية على البيئة قليلة إلى درجة عدم وجود تأثيرات بيئية كبيرة على الأنظمة الطبيعية.
- تقليل الهشاشة الإنسانية: تكون الدولة ذات استدامة بيئية بالمدى الذي تكون فيه أنظمتها الاجتماعية و سكانها غير معرضين بشكل مباشر للتدهور البيئي.
- القدرة الاجتماعية و الإنسانية: تعتبر الدولة ذات استدامة بيئية بالمدى الذي تكون فيه قدرة على إنشاء أنظمة مؤسسية و اجتماعية قادرة على الاستجابة للتحديات البيئية .

¹ - محمد علي وردم(باحث في التنمية المستدامة بالأردن)- كيف يمكن قياس التنمية المستدامة؟- نوفمبر 2006. متوفر على الموقع:

<http://www.arabenvironnement.net /arabia/archive/2006/11/116803.html>.

- القيادة الدولية: تكون الدولة ذات استدامة بيئية بالمدى الذي تكون فيه متعاونة دوليا في تحقيق الأهداف المشتركة في حماية البيئة العالمية و تخفيض التأثيرات البيئية العابرة للحدود.

III -3- خصائص السياحة المستدامة¹:

تتمثل أهم هذه الخصائص في :

- ✓ سياحة تهتم بنوعية الخبرات وطرق تقديمها .
- ✓ سياحة فيها عدالة اجتماعية باشتراك الشعب بصنعها ومعرفة حاجات السكان .
- ✓ سياحة تستخدم المحليين في الأعمال والتخطيط وصنع القرار .
- ✓ سياحة تعمل ضمن حدود الموارد : الإقلال من التأثيرات - استخدام الطاقات - معالجة النفايات - إعادة الاستخدام.
- ✓ سياحة تقدم إمكانية الاستجمام وفرص المعرفة والثقافة للأجيال الحالية والقادمة .
- ✓ سياحة تسمح للضيف أن يستمتع ويجد ما ينشده إلى جانب حماية المجتمع المضيف والبيئة .
- ✓ سياحة تتوازن مع الصناعات الأخرى والأنشطة ضمن إطار الاقتصاد الوطني .
- ✓ سياحة تتكامل مع الخطط المحلية والإقليمية والعالمية .

III -4- منافع السياحة المستدامة² :

تتمثل منافع السياحة المستدامة في ما يلي:

- تشجع السياحة المستدامة على فهم أفضل لواقع السياحة على البيئة الطبيعية والثقافية والإنسانية .
- تولد السياحة وظائف محلية بشكل مباشر في قطاع السياحة وبشكل غير مباشر في عدد من القطاعات الداعمة والمعنية بإدارة الموارد، وتضمن توزيع عادل للفوائد والكلف.
- تعزز السياحة قطاعات محلية مربحة مثل الفنادق وغيرها من أماكن الإقامة والمطاعم وغيرها من خدمات الطعام ونظم النقل والأعمال اليدوية وخدمات الدليل السياحي.
- تسعى السياحة المستدامة إلى إشراك كل شرائح المجتمع في اتخاذ القرارات ، كما تدمج بين التخطيط وتقسيم المناطق مما يضمن تنمية سياحية ملائمة لتحمل قدرة النظام البيئي.
- تحفز على تحسين وسائل النقل والتواصل المحلية وغيرها من البنى التحتية الأساسية .
- تنشئ مرافق للاستجمام التي يمكن للجماعات المحلية أن تستعملها إضافة إلى الزائرين . كما أنها تشجع على المحافظة على المواقع الأثرية والمباني والمناطق التاريخية.

¹ - صلاح الدين خربوطلي :مرجع سابق، ص 31 .

² www.smaprms.apat.it/EN/pagine/sma/documents_dwnld/tourism%20manual%20arabic.doc.

- تشجع السياحة الطبيعية على الاستعمال المنتج للأراضي التي تعتبر هامشية بالنسبة للزراعة .
- تعزز السياحة الثقافية التقدير الذاتي للجماعات المحلية وتسمح بفهم أكبر وتواصل أفضل بين شعوب من خلفيات مختلفة.
- تظهر السياحة المستدامة غير المضرة بالبيئة أهمية الموارد الطبيعية والثقافية بالنسبة إلى الرفاه الاقتصادي والاجتماعي للجماعة ويمكن أن تساعد على الحفاظ على هذه الموارد .
- تراقب السياحة المستدامة وقع السياحة وتقييمه وتديره كما أنها تطور أساليب موثوقة وتتصدى لأي أثر سلبي.

III -5- مبادئ السياحة المستدامة : ¹

عند محاولة دمج الرؤى والقضايا سابقة الذكر والتي تتعلق بالسياسات والممارسات المحلية، يجب أن تؤخذ المبادئ التالية بعين الاعتبار:

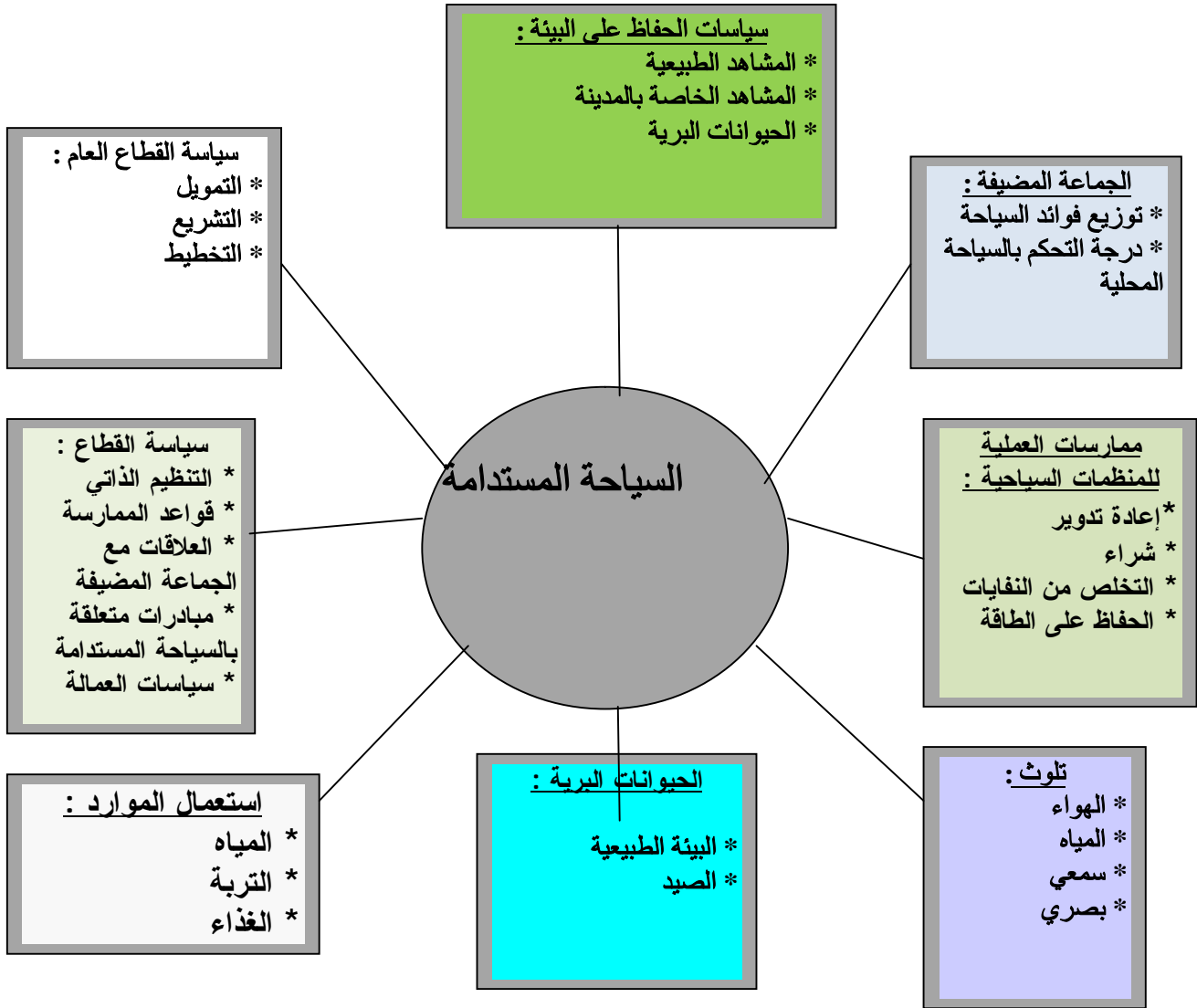
- ❖ يجب أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها جزء من استراتيجيات التنمية المستدامة للدولة . كما يجب أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بشكل متداخل وموحد يتضمن إشراك وكالات حكومية مختلفة، ومؤسسات خاصة، ومواطنين سواء كانوا مجموعات أم أفراد لتوفير أكبر قدر من المنافع.
- ❖ يجب أن تتبع هذه الوكالات، والمؤسسات، والجماعات، والأفراد المبادئ التي تحترم ثقافة وبيئة واقتصاد المنطقة المضيفة، والطريقة التقليدية لحياة المجتمع وسلوكه بما في ذلك الأنماط السياسية.
- ❖ يجب أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بطريقة مستدامة وذلك من أجل الحماية والاستخدامات الاقتصادية المثلى للبيئة الطبيعية والبشرية في المنطقة المضيفة.
- ❖ يجب أن تهتم السياحة بعدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة وأفراد المجتمع المضيف والمنطقة .
- ❖ يجب أن يتم عمل تحليل متداخل للتخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي قبل المباشرة بأي تنمية سياحية أو أي مشاريع أخرى بحيث يتم الأخذ بمتطلبات البيئة والمجتمع .
- ❖ يجب أن يتم تنفيذ برنامجاً للرقابة و التدقيق والتصحيح أثناء جميع مراحل تنمية وإدارة السياحة، بما يسمح للسكان المحليين وغيرهم من الانتفاع من الفرص المتوفرة والتكيف مع التغييرات التي ستطرأ على حياتهم .

¹-www.unep.org.bh/Publications/DTIE%20Final/ArabManua.

III -6- نطاق السياحة المستدامة :

لا شك في أن السياحة المستدامة مجال واسع لم يحدد بشكل جيد وهو يتضمن الكثير من عناصر نظام السياحة.

و يظهر هذا التنوع في الشكل الموالي :



المصدر: [http://www.svrleb.org/LINKS03/TourismManual ar.pdf](http://www.svrleb.org/LINKS03/TourismManual_ar.pdf)

الشكل رقم : 06 نطاق السياحة المستدامة .

III -7- الجهات المعنية بالسياحة المستدامة :

هناك عدة جهات معنية في مجال السياحة المستدامة وتظهر المجالات الأساسية منها في الشكل رقم (07) .

وهي تركز على الأطراف الأساسية المعنية بعملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياحة المستدامة. أما المفتاح لهذه المبادئ فهو أنه يمكن للسياحة المستدامة أن تطل الاهتمام التجاري للشركات وأن مسؤولية السياحة المستدامة تقع على عاتق القطاع الخاص والقطاع العام معاً.



المصدر: http://www.syrleb.org/LINKS03/TourismManual_ar.pdf.

الشكل رقم : 07 الجهات المعنية بالسياحة المستدامة .

III -8- تخطيط و تنمية السياحة المستدامة :

يمكن لتنمية السياحة المستدامة أن تلبي الحاجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية في حين تحافظ على التكامل الثقافي والعمليات البيئية . يمكنها أن تؤمن قوت ضيوف ومضيبي اليوم بينما تحافظ على هذه الفرصة نفسها بالنسبة إلى الأجيال المستقبلية . إلا أن تنمية السياحة المستدامة يتطلب أيضاً خيارات سياسية صعبة تركز على مساومات اجتماعية واقتصادية وبيئية معقدة .

وتتطلب رؤية تشمل سياق زمني ومكاني أوسع من السياق التقليدي المستعمل في التخطيط واتخاذ القرارات . يمكن للمخطط المحلي أن يستعمل المبادئ التالية كإرشادات أساسية عند محاولته إدخال هذه الرؤية الأوسع في الممارسات والسياسات المحلية :

- 1 - تخطيط السياحة وتنميتها على أن تكون جزءاً من استراتيجيات الحفاظ على البيئة أو التنمية المستدامة في المنطقة بحيث تجمع ما بين القطاعات وأن تكون متكاملة مشركة مختلف الوكالات الحكومية والشركات الخاصة ومجموعات المواطنين والأفراد فتؤمن بذلك أكبر كمية ممكنة من الفوائد.
- 2 - التخطيط للسياحة وإدارتها بشكل مستدام مع إيلاء أهمية لحماية البيئة البشرية والطبيعية في المنطقة المضيفة واستعمالهما استعمالاً ملائماً اقتصادياً.
- 3 - القيام بتحليل التخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي المتكامل قبل الشروع بمشاريع أساسية مع النظر عن كثب في الأنواع المختلفة لتنمية السياحة وفي سبل ربطها بالاستعمالات الحالية وطرق العيش والاعتبارات البيئية.
- 4 - تشجيع السكان المحليين على لعب دور القيادة في التخطيط والتنمية بمساعدة المصالح الحكومية والتجارية والمالية ومصالح أخرى ويجب أن يطالبوا بلعب هذا الدور.
- 5 - توفير المعلومات الجيدة والأبحاث والتواصل حول طبيعة السياحة وآثارها على البيئة البشرية والثقافية وذلك قبل التنمية وخلالها لاسيما بالنسبة إلى السكان المحليين كي يتمكنوا من المشاركة والتأثير، إلى أقصى حد، في الاتجاه الذي تتخذه التنمية وآثارها على المصلحة الفردية والعامّة.
- 6 - خلال كل مراحل تنمية السياحة والعمليات السياحية يجب الاعتماد على التقييم المدروس والمراقبة وبرامج التواصل للسماح للسكان المحليين وغيرهم من الاستفادة من الفرص أو التعامل مع التغيرات.

III -9- تحقيق الاستدامة للسياحة :

تحقيق الاستدامة للسياحة يتطلب " إدارة التأثيرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية ويكون ذلك بوضع المؤشرات البيئية الخاصة بالموقع ودعم النوعية والجودة للمنتج السياحي وفق متطلبات الأسواق السياحية، وتضمينها في عملية التخطيط والتنفيذ والإدارة¹ " ، و بهذا يتم الإقلال من التأثيرات السلبية المحتملة للسياحة، على أن تتم المراقبة المستمرة والمعالجة الفورية للمشاكل التي تنشأ والتأكد من المحافظة على مستويات الاستدامة للسياحة .

¹ - صلاح الدين خربوطلي: مرجع سابق، ص 145 .

1 - إدارة التأثيرات البيئية¹

الهدف من دراسة العلاقة بين السياحة والبيئة هو أن تكون السياحة وسيلة للحفاظ على نقاء البيئة وتحسينها، فالموارد السياحية هي مكونات البيئة في المنطقة، ولكن التنمية السياحية التي يتم التخطيط لها قد تشكل أحيانا مجالا لحدوث بعض القضايا البيئية في المنطقة، من خلال الاستخدامات العشوائية للأرض، أو نظم تصريف المخلفات أو تصرفات السياح، وتلك التأثيرات السلبية تشمل السكان المحليين والمستوى السياحي.

فإذا تم التخطيط السليم والجيد للسياحة وطبقت قواعد الاستدامة، فإن النتائج الإيجابية التي يمكن تحقيقها تقضي إلى ما يلي:

- تساعد وتمول الحفاظ على الموارد الطبيعية وعلى البيئة الصالحة للحياة البرية والبحرية باعتبارها مشوقات مطلوبة من السياح.
- تساعد وتمول الحفاظ على المراكز الأثرية والمواقع التاريخية لأنها مقصد لشرائح مهمة من السياح .
- تساعد على تحسين نوعية ومستويات البيئة، لأن نظافة ونقاء البيئة والبنية التحتية الجيدة من أهم شروط البيئة السياحية.
- تنشر الوعي البيئي لدى السكان المحليين عندما يرون حرص السياح على البيئة واهتمامهم بها وتمسكهم بالسلوك الصحيح تجاه التعليمات البيئية.

أما عندما لا يتم تخطيط السياحة أو لا تدار بشكل مناسب في المنطقة أو تترك السياحة للتطور العشوائي، فإن عدة تأثيرات سلبية يمكن أن تحدث وأبرزها : التلوث بكافة أشكاله ، وتشويه المعالم الطبيعية والأثرية.....إلخ.

لذا يجب وجود معايير تساهم في وجود علاقة تكامل بين السياحة والبيئة أهمها:

- يجب أن تكون الاعتبارات البيئية متمثلة في خطط التنمية وخاصة في مجالات تحقيق نقاء الهواء والماء (للشرب والاستعمال) وحماية التربة والموارد الطبيعية والثقافية ونوعية المحيط البيئي والحياتي للإنسان.
- أهداف اجتذاب السياحة للمنطقة يجب أن تستند إلى طاقة الاستيعاب للمواقع لتحقيق الاستدامة للبيئة وتكاملها مع التنمية الإقليمية والثقافة المحلية وما يناسب استخدامات الأرض.

¹ - صلاح الدين خربوطلي: مرجع سابق، ص ص 145-158 .

- القرارات يجب أن تستند إلى معلومات كاملة وواقعية عن أوضاع البيئة والنواحي التي قد تتأثر بها، وأن تشمل تلك القرارات جميع تلك المجالات بعد تقييم دقيق لأية أخطار محتملة مع النمو السياحي المتوقع، والتغيرات المحتملة في تركيب الطلب، كما يمكن أن تتضمن الخطط مواقع بديلة تجهز لتكون وسيلة لاستيعاب الزيادة في طاقة الاستيعاب.
- مقاييس ومعايير بيئية مناسبة لمستويات التخطيط يجب أن تحدد في برامج التنفيذ، وخاصة تلك التي تخص فترة الذروة في الحركة السياحية والأمور التي تتعلق بمعالجة الصرف الصحي وتصريف النفايات والمخلفات ومنع تلوث الصوت وضوابط كثافة المرور.
- يجب وضع وإعلان لائحة تعليمات وضوابط عن حدود التنمية في المناطق الحساسة والهشة، كما يجب وضع تشريعات خاصة لحماية البيئة الحساسة والنادرة، والتي من خصائصها سرعة التأثر بالاستعمال.
- يجب إعلام السياح مسبقاً أو عند وصولهم للمنطقة بالتعليمات والضوابط حول استخدامات المنطقة ومواردها، ولماذا عليهم أن يطبقوها، لأن قناعتهم بما ستجعلهم يساهمون في حراستها ومهمة حمايتها، وأحياناً تستدعي الضرورة وضع حراس محليين لمراقبة وقمع المخالفات في بعض المناطق الخاصة، ولمنظمي الرحلات دور هام في المساهمة بإدارة التأثيرات ودعم الاستدامة للسياحة.

2 - إدارة التأثيرات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية :

التأثيرات السلبية والإيجابية للسياحة في المجالات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية متلازمة مع التأثيرات البيئية للسياحة، ولهذا فإن المحور في أهداف التنمية هو الإقلال من السلبيات وزيادة الإيجابيات، ويكون ذلك المحور حيويًا في المجتمعات التقليدية، ورغم وجود احتمال حدوث بعض السلبيات من السياحة، إلا أن إيجابياتها أوسع.

لهذا من الضروري أن يتم تحليل وتوضيح التأثيرات السلبية والإيجابية المحتملة بالنسبة للمنطقة المستهدفة للتنمية بالنسبة للأسواق السياحية الحالية والمستقبلية المخططة.

يمكن ذكر أهم الإيجابيات التي تعكسها السياحة على المنطقة بما يلي:

- ◆ تطوير البنية التحتية التي تستخدم المجتمع المحلي، وتطوير الاقتصاد .
- ◆ حماية الثقافة والتراث بالمنطقة، من ظواهر فلكلورية، ومهن يدوية وأزياء تقليدية...إلخ.
- ◆ من خلال التبادل الثقافي بين المواطن والسائح يتم لكل منهما الاطلاع والتعرف على ثقافة الآخر، وهذا يساهم في تقارب الشعوب وازدهار العلاقات الإنسانية والحوار بين الثقافات.

ومن بين السلبيات التي يحتمل أن تعكسها السياحة على المنطقة أو المجتمع ما يلي :

- خروج كل أو جزء من العوائد السياحية من المنطقة بسبب وجود استثمارات ومشاريع يملكها ويديرها ويعمل فيها أشخاص من غير أبناء المنطقة، وقد يثير ذلك استياء السكان.

- قد تؤدي السياحة والتنمية السياحية للمنطقة إلى غلاء أسعار الموارد إذا كانت إمكانيات المنطقة محدودة في مجال توفيرها، والمضاربات في أسعار الأراضي وارتفاعها بالنسبة للمواطن.
- قد يكون استخدام العاملين من أبناء المنطقة في السياحة على حساب العمالة في قطاعات وأنشطة المنطقة التي يترك عمالها ومراكزهم بسبب الأجور الأعلى في السياحة.

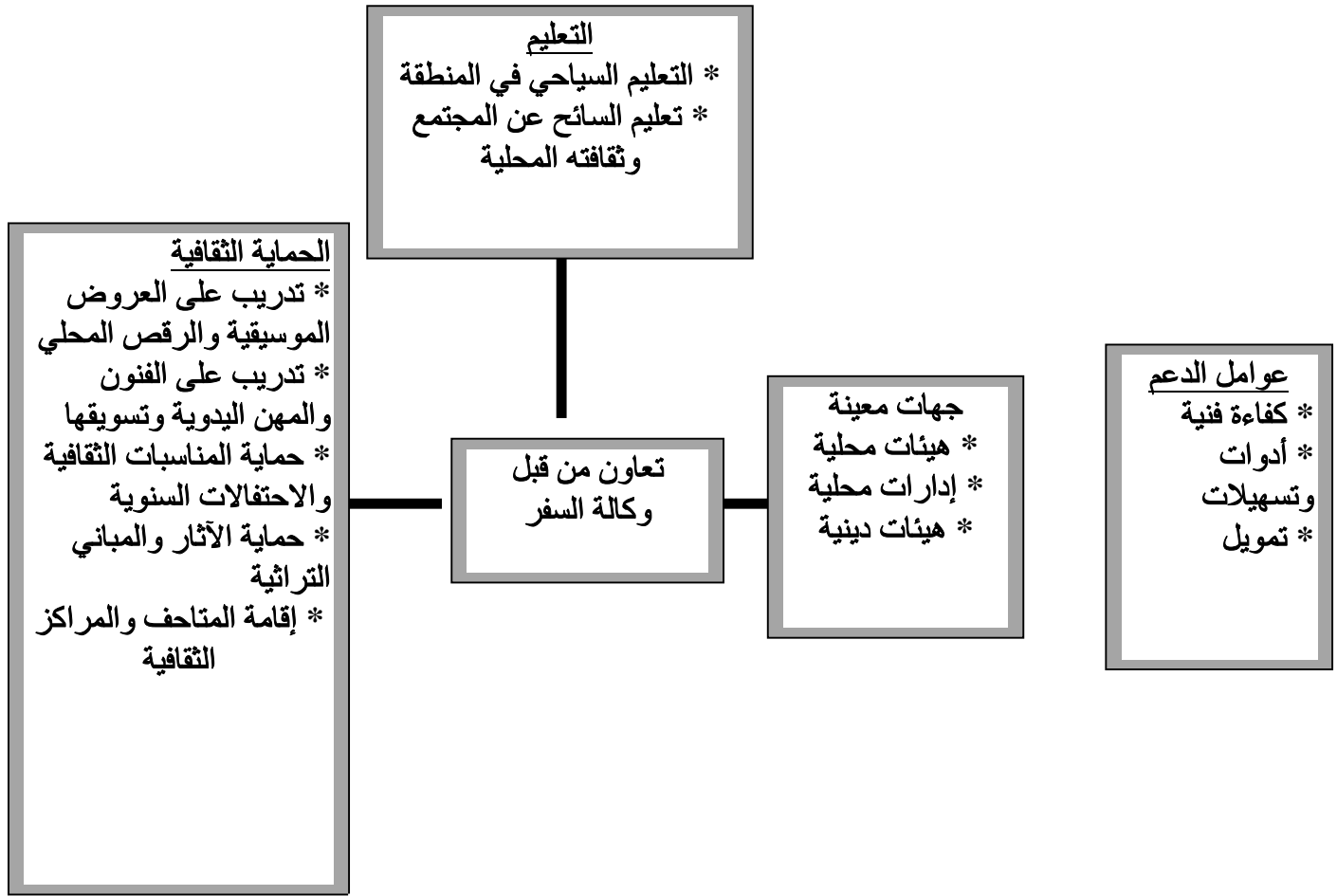
التأثيرات الاجتماعية من السياحة لها أسباب عديدة أهمها :

الزحام الزائد وإفلاق الراحة العامة التي يستاء منها السكان أكثر إذا لم يكونوا مستفيدين من السياحة .

قد يفقد السكان المحليون وخاصة جيل الشباب أزياء ومظاهر أو سلوك بعض فئات السياح، مما يسبب أحيانا بعض الخلل في التوازن الاجتماعي والاستقرار المحلي.

ومن أهم الوسائل والإجراءات لتعزيز التأثيرات الإيجابية والإقلال من التأثيرات السلبية ما يلي:

- ◆ الحفاظ على الأصالة في الظواهر الفلكلورية والمحلية وتطويرها وتدريب الكوادر اللازمة لعرضها وتقديمها في مجال السياحة.
- ◆ تخصيص السكان المحليين بمزايا تشجعهم على استخدام التسهيلات والخدمات السياحية في منطقتهم مثل منحهم أسعار خاصة للخدمات السياحية، ورسوم خاصة لاستخدام الموارد السياحية وغيرها، وخاصة لفئات معينة منهم مثل الطلاب والباحثين والصحفيين والمجموعات السياحية.
- ◆ مراعاة طاقة الاستيعاب لمختلف أقسام المواقع لتجنب الزحام والضرر لتلك المواقع .
- ◆ لكي يتحقق الأمن السياحي والاستقرار في التعامل بين السائح والمواطن، من الضروري نشر وتوضيح "لائحة تعليمات السائح" تتضمن توصيفا بسيطا للعادات والتقاليد والممنوعات والمحرمات، والظواهر الأساسية للفلكلور المحلي، والسلوك الذي يجب عليه التقيد به في مكان معين (الأماكن المقدسة،... إلخ) أو خلال فترة معينة أو مناسبة محلية (الصيام، الاحتفالات الدينية، المناسبات الوطنية... إلخ) هذا من طرف، وفي الطرف الآخر يجب توعية السكان المحليين عن السياحة والسلوك المناسب في تأدية الخدمات السياحية والتعامل مع مختلف فئات السياح، بالشكل الذي يكفل تجنب أية مشاكل أو تناقض بين الطرفين.
- ◆ تصميم المنشآت وأبنية الخدمات بشكل يعكس الطلب المحلي ويتكامل مع النسيج العمراني في المنطقة، إضافة إلى استخدام مواد البناء والتزيينات المحلية ما أمكن، وهذا ما يرغبه السياح أصلا، ويمنح للمنطقة ميزة وهوية خاصة .



المصدر : صلاح الدين خربوطلي : مرجع سابق ص 158

الشكل رقم : 08 الهيكل التنظيمي للبرنامج الاجتماعي / الثقافي .

III -10- السياحة المستدامة و الإدارة الوظيفية .

يلعب كل مجال في الإدارة الوظيفية دورا في البحث عن المزيد من أشكال السياحة المستدامة ، و يظهر الشكل (09) الروابط بين مختلف أنواع الإدارة الوظيفية لاسيما التسويق و الموارد البشرية و التمويل و العمليات ، و بعبارة أخرى ، على السياحة المستدامة أن تكون محط اهتمام كل شخص في المنظمة بغض النظر عن وظيفته أو مركزه .



المصدر: [http:// www. syrleb.org/ LINKS03/ Tourism Manuall_ar.pdf](http://www.syrleb.org/LINKS03/Tourism Manuall_ar.pdf)

الشكل رقم : 09 السياحة المستدامة و الإدارة الوظيفية .

III - 11 - استخدام المؤشرات البيئية في السياحة :

أصدرت المنظمة العالمية للسياحة القائمة الأولى من المؤشرات البيئية، التي تبين المعلومات المعيارية للتأثيرات الناجمة عن السياحة لقياس مدى حدوث السلبيات وتحقق الإيجابيات، ولكن يبقى على كل سلطة محلية أن تضع قائمة تتضمن مؤشرات بيئية خاصة بالمنطقة، ترتبط بخصائصها وتناسب الأهداف المنشودة في خطة التنمية السياحية التي تنفذها.

فإذا كان الهدف الرئيسي المخطط هو حماية مجالات تتعلق بالبيئة الحيوية، فإن المؤشرات البيئية يمكن أن تكون:

- تلك التي تقيس مساحة تلك المنطقة .
- تلك التي تقيس مدى التدهور في التنوع الحيوي (النباتي والحيواني) والخلل في الشروط الطبيعية لها .
- وإذا كان الهدف هو دعم النوعية للمراكز الأثرية والمواقع التاريخية وشعبيتها كمشوقات سياحية فإن المؤشرات البيئية (جدول رقم 04) يمكن أن تكون :
- تلك التي تقيس حماية تلك البيئة وتكاملها مع موارد الموقع .
- تلك التي تقيس مدى رضا وقناعة الزوار وتبين توجهاتهم .

جدول رقم : 08 المؤشرات الأساسية للسياحة المستدامة.

المؤشر	المعايير المحددة
حماية الموقع	توزيع مجالات الحماية وفق تصنيفات الاتحاد الدولي لحماية الطبيعة والموارد الطبيعية .
الضغط	عدد السياح الذين يزرون الموقع (سويا وبفترة الذروة)
الاستخدام الكثيف	الاستعمال الكثيف في فترة الذروة (شخص/هكتار)
التأثيرات الاجتماعية	نسبة السياح إلى المحليين (فترة الذروة والمواسم)
رقابة التطور	إجراءات الرقابة البيئية والإشراف على تنمية المواقع وكثافة الاستخدام
إدارة المخلفات	نسبة المخلفات المعالجة من المواد المستلمة (مؤشرات إضافية تتضمن حدود معينة للتراكيب في البنية التحتية مثل الماء .
عملية التخطيط	وجود خطة اقليمية لمقاصد المنطقة السياسية .
نظم البيئة الحساسة	عدد المساحات الهشة / النادرة
رضا المستهلك	مستويات الرضا لدى الزوار (وفق استقصاء)
القبول المحلي	مستويات الرضا لدى المحليين (وفق استقصاء)
مساهمة السياحة بالاقتصاد المحلي	حصة النشاط الاقتصادي التي تحرصها السياحة فقط
مؤشرات مركبة	
طاقة الاستيعاب	معايير المؤشرات تسمح مبكرا بالتحذير من تجاوز الحدود لمختلف شرائح الزوار المحددة وفق استطاعة المكان
ضغوط على الموقع	المعايير المركبة للتأثيرات على الموقع (طبيعية وثقافية)
تحريض الطلب	مقاييس الجودة في مشوقات الموقع تجعلها جاذبة للسياحة ويمكن تطويرها

المصدر : صلاح الدين خربوطلي : مرجع سابق ، ص 160 .

III -12- أمثلة عن تجارب في السياحة المستدامة :

هذه بعض الأمثلة لبعض الدول فيما يتعلق بتطبيق مفهوم السياحة المستدامة نذكر منها : تجربة محمية ضانا في الأردن، وتجربة واحة سيوة في مصر، وتجربة منتجع كينغ فيشر في استراليا .

1 - ضانا : التجربة الأردنية الأولى في السياحة البيئية :

قبل المباشرة بتنفيذ المشروع، كان لابد من التخطيط الدقيق له، وذلك بتحديد أهداف المشروع الأساسية، والتي تمحورت حول النقاط التالية:

- إدارة الموقع بصورة مستدامة .
- تحديد نوعية الزوار المستهدفة .
- إشراك المجتمع المحلي في المشروع، ومدى تأثيرهم وتأثيرهم به .

وفي النهاية خرجت خطة التطوير السياحي البيئي لمحمية ضانا لتحدد عناصر الإدارة، والتي تم تنفيذها على الشكل التالي:

- ◆ تم تأسيس جمعية لإدارة المشروع .
- ◆ تم دراسة الإمكانية الاقتصادية لنجاح المشروع .
- ◆ تم دراسة الفوائد الاقتصادية التي يمكن أن يوفرها المشروع للموقع ولل سكان المحليين .
- ◆ تم دراسة أساليب وطرق تسويق الموقع سياحياً ، داخلياً وخارجياً .
- ◆ تم تحديد طرق الوصول للمحمية، والتي تهدف لتحديد طريقة السيطرة على تدفق الزوار ودخولهم للموقع وخروجهم .
- ◆ تم تحديد نقاط الدخول للمحمية، وهي ثلاث نقاط أساسية، تضمنت مرافق خاصة لاستقبال الزوار .
- ◆ تم منع دخول أي نوع من وسائل النقل إلى داخل المحمية، وتم بناء مواقف للسيارات والحافلات تتناسب وطبيعة الموقع، وعدد الزوار .
- ◆ تم توفير خدمة نقل للزوار وأمتعتهم، من نقطة الاستقبال إلى داخل المحمية بواسطة حافلة سميت حافلة الطبيعة .
- ◆ تم تحديد ممرات محددة للمشاة، وتحديد بها بعلامات خاصة .
- ◆ تم تحديد أماكن التخيم .
- ◆ تم دراسة وتحديد أنواع النشاطات التي يمكن للزوار القيام بها .
- ◆ تم تحديد طرق البيان التي يجب استخدامها، مثل اللوحات الإرشادية والتوضيحية والتعليمية والمطويات والكتيبات وكذلك توفير قاعة خاصة لعرض الصور والأشكال التوضيحية لطبيعة المشروع .
- ◆ تم تحديد السعة الاحتمالية من أعداد الزوار لكل من المخيمات وممرات المشاة، وبشكل قطعي صارم لا يتم تجاوزه .

- ◆ تم توظيف عدد من السكان المحليين ، وتدريبهم للقيام بتقديم مختلف أنواع الخدمات السياحية مثل الأدلاء، والإداريين ، والاستقبال ، وخدمة الطعام والشراب.
- ◆ تم تحديد خطة مراقبة لتأثير السياحة على طبيعة الموقع .

في محمية ضانا يعمل حالياً ما يقارب 50 موظفًا ، جميعهم من السكان المحليين، و 80 % منهم يعملون في مجال السياحة البيئية في المحمية، كموظفي دلالة وموظفي استقبال وفي خدمة الطعام والشراب . فبالإضافة لما يحققونه كدخل مالي، فإنهم يكتسبون خبرة وثقافة عامة من خلال التدريب المتواصل الذي تقوم به الجمعية لتأهيلهم علمياً وعملياً، ومن خلال اتصالهم بالزوار من مختلف أنحاء العالم، كما أن لهم تأثير إيجابي على مجتمعهم المحلي . وقد استطاعت مشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي قامت بها المحمية من توفير مصادر دخل بديلة لما لا يقل عن 70 عائلة من سكان المنطقة.

2 - واحة سيوة / مصر للتنمية المستدامة :

تقع واحة سيوة في قلب صحراء مصر الغربية ، يقطنها مجموعة من السكان المحليين الذين انقطعوا عن العالم بالرغم من تاريخهم الطويل . وكان الهدف من المشروع هو التعريف بحضارة وطبيعة هذه المنطقة من خلال مشروع اقتصادي كبير يهدف إلى إبراز الجانب الثقافي والتراثي والبيئي للمنطقة . لقد قام القطاع الخاص والمؤسسات الدولية غير الربحية بدعم المشروع من أجل تدريب المهارات والكفاءات المحلية، وتعريف وتنقيف السكان المحليين، للاستفادة من المعطيات المتوفرة، ولكن بشكل لا يؤثر على استدامة الحياة والتراث في المنطقة وبيئتها ، وقد أطلقت المجموعة على نفسها اسم المجموعة النوعية للمحافظة على البيئة.

لقد تم الاستفادة أولاً من الأماكن السكنية التي قام القداماء ببنائها منذ أكثر من 2500 سنة والتي تبنى من الصخور الملحية . لقد خلق المشروع مئات من فرص العمل للسكان المحليين وعمل على تشجيع التجارة الحرفية والتقليدية القديمة ، بالإضافة إلى تعريف العالم بحضارة سيوة التي تعد من أكثر البيئات الحساسة في العالم، كما شجع المشروع الحكومة المصرية ممثلة ببلدية سيوة والعديد من الهيئات الدولية على الانخراط في المشروع.

لقد أثار المشروع اهتمام العديدين لقدرته على خلق فرص العمل وتنمية السكان المحليين والمحافظة على تراثهم وإطلاع العالم على هذه المكونات . كما ساهم المشروع في تطوير مهارات الصناعات التقليدية لدى النساء وخاصة فيما يتعلق بالصناعات الغذائية، وقامت المجموعة النوعية للمحافظة على البيئة بدعم مشروعات التدوير(الرسكلة) والاستفادة من المواد العضوية وتحليلها، وكذلك تنقيف السكان بعدم استعمال الأكياس البلاستيكية والاستعاضة عنها بالأكياس الورقية المدورة والتي لا تؤذي الطبيعة أو الإنسان.

- كيف حقق المشروع عناصر الاستدامة:

يعتبر مشروع سيوة من أفضل المشاريع الاقتصادية المستدامة التي تعود بمنافع اقتصادية ويغطي كامل نفقاته ويحقق أرباحاً مجزية .

لقد استفاد السكان المحليين من فرص العمل المتاحة، كما حافظ المشروع على الإرث الطبيعي والثقافي للمجتمع كما بدأ السكان يعتمدون على أنفسهم في توفير وتصنيع احتياجاتهم بدلا من استيراد الكثير من المواد من خارج المنطقة مثل وادي النيل، كما استقطب المشروع افتتاح أول بنك في الواحة هو بنك القاهرة والذي بدوره قدم خدمات جلية للسكان.

ساهم المشروع أيضا بتطوير الصناعات الحرفية والتقليدية بين السكان المحليين. وقد وجدت بعض الصناعات طريقها إلى الأسواق الأوربية مثل إيطاليا، فرنسا، وبريطانيا. كما ساهم أيضا في تنقية المياه والصرف بطريقة عضوية لا يحتاج فيها إلى أية مواد كيميائية، وذلك من أجل المحافظة على البيئة.

لقد نفذ هذا المشروع بشكل يحافظ على عادات وتقاليد وممارسات السكان المحليين، وبالتالي فإن الأثر السلبي الاجتماعي الذي حققه المشروع كان ضئيلا للغاية، مما شجع الحكومة على تطبيق نموذج سيوة على العديد من المناطق السياحية تحاشيا لأي تأثيرات اجتماعية سلبية.

- النتائج والآثار التي حققها المشروع :

قام المشروع بتوفير أكثر من 200 فرصة عمل دائمة ومباشرة في للسكان المحليين، ونحو 400 فرصة عمل غير مباشرة كالعامل في الصناعات الحرفية والأثاث والنقل، كما ساهم أيضا في إعادة الاهتمام بالتراث المعماري القديم حيث تم إنشاء أكثر من 50 مسكنا قام السكان المحليين ببنائها مستخدمين الأدوات والمواد الأولية المحلية، كما حافظ المشروع على عادات ومعتقدات حضارة أهل سيوة وتعريفها للعالم الخارجي، وقد طلبت محافظة مرسى مطروح من جميع سكان سيوة بإنشاء مبانيهم بطريقة معمارية تقليدية، بل قامت بدعم مشروعات البناء الجديدة وصيانة الأبنية القديمة من خلال قروض ميسرة للسكان، ويشترك السكان المحليين كذلك في إدارة وتنفيذ المشروعات السياحية المحلية.

لقد كان مشروع واحة سيوة السياحي نموذجا هاما للسياحة المستدامة، الذي أخذ على عاتقه تطوير الإمكانيات والمصادر المحلية التي كانت غير مستغلة، ووفر الحياة الكريمة للسكان المحليين بدون أن تتأثر البيئة المحلية أو حتى البيئة الاجتماعية.

3 - منتج ميناء كينغ فيشر - جزر فريزر - استراليا :

ميناء وقرية كينغ فيشر تقع على الساحل الغربي من جزر فريزر المعلنة على قائمة التراث العالمي لليونسكو، 250 كيلومتر شمال برزين . الموقع يتكون من 65 هكتار و 152 غرفة و 75 فيلا و 114 سريرا للاستخدام في نزل، وقاعة للزوار النهاريين وقرية للموظفين و 3 مطاعم وقاعة مؤتمرات تتسع لحوالي 300 شخص.

وبني المنتج وفق إرشادات بيئية صارمة تهدف إلى توفير مكان للزوار يتوافق بشكل سلس مع حساسية النظم البيئية في الجزيرة. وقبل أن يبدأ البناء تم عمل دراسات للأثر البيئي ، بالإضافة لأبحاث أخرى مفصلة عن المنطقة،بالإضافة لدراسة المياه والاستخدامات الطبيعية السابقة للسكان المحليين.

أ-التصميم (مستوى عالي من التداخل البيئي) :

منذ البدء تم بذل كل جهد ممكن لتخفيف الضغط البيئي والوصول إلى مستوى عالي من التداخل البيئي ، بحيث :

- الطرق والمباني تم تخطيطها وتنفيذها حول الأشجار الرئيسية تحاشياً لقطع الأشجار .
- جميع المباني صممت لنتناسق مع بيئة وطبيعة المنطقة ونمطها المعماري ومحيطها النباتي والجغرافي .
- أقيمت المباني بارتفاع طابقين فقط على ألا تعلو عن حدود ارتفاع الأشجار .
- جميع الخشب المستعمل هو من الأنواع المحلية .
- المجمع المركزي للفندق (غرفة المؤتمرات والاستقبال والمطاعم والغرف الإدارية والحمامات) تم تصميمه بدون تكييف . وتم إدخال نظام التهوية الطبيعية من خلال فتحات تهوية متعددة في الطوابق العلوية والسفلية ، وفي الصيف يتم دخول الهواء البارد طوال النهار وخروج الهواء الساخن من الفتحات العلوية ، أما في الشتاء فيتم إقفال جميع الفتحات لحصر الحرارة وتمثيل ظاهرة البيت الزجاجي.
- جميع الغرف والمناطق العامة تم تصميمها بحيث يدخلها أكبر كم من الإضاءة الطبيعية خلال ساعات النهار ، بحيث لا تكون هناك حاجة للإضاءة الصناعية.
- جميع الغرف والمرافق يمنع التدخين فيها ، لكن يمكن توفير غرف للمدخنين عند الطلب .
- عمل ممرات خشبية معلقة أو ممرات أرضية مغطاة بقطع خشبية لتقليل الأثر السلبية على الكثبان الرملية والمستنقعات.
- المنتجع يدير محطة تنقية مياه الصرف بطريقة طبيعية .

إن تصميم المنتجع بهذه الطريقة وفر ما يقارب 500000 كيلو وات من الطاقة سنوياً وهو ما يعادل استهلاك 100 منزل لنفس الفترة.

ب - تخفيف الأثر البيئي

أمراض التربة المستوردة تم تفاديها باستخدام تربة المنطقة أو تربة مصرح بنقلها من الأرض الرئيسية والمواد الطبيعية التي أزيلت من الموقع تم استعمالها في إعطاء الموقع مظهره الطبيعي.

ج -تشكيل التضاريس:

تم استعمال النباتات الطبيعية من المنطقة ذاتها أو المناطق المحيطة كما أزيلت آلاف النباتات من موقع البناء ووضعت في مستنبت خاص بالمنتجع ليتم إعادة زراعتها لاحقاً، و المستنبت يعمل على تزويد المنتجع بالنباتات المحلية لأغراض تشكيل التضاريس.

د-الماء:

يتم معالجة المياه في محطة التنقية الطبيعية الخاصة بالمنتجع، ونظراً لأن مكونات منتجات المحطة لا تتناسب مع طبيعة التربة، فإنه يتم إطلاق المياه مع القناة سريعة الجريان نحو الممر الرملي الكبير.

ه - الطاقة:

يوجد مفتاح على شكل بطاقة يشغل الطاقة في كل غرفة. وهذا يضمن أن تغلق الطاقة بالكامل عندما تكون الغرفة شاغرة، أما وحدات التكييف فيتم التحكم بها يدويًا.

و - المخلفات:

جميع المخلفات المنتجة في الموقع يتم فصلها وضغطها وتخزينها في الموقع وإرسالها للأرض الرئيسية لإعادة تدويرها.

ز - خلق شراكات ومنافع أوسع

قام منتج (كينغ فيشر) بإنشاء لجنة استشارية من المجتمع المحيط وجميع الفئات المستهدفة لكي يضمن علاقات طيبة متواصلة مع جماعات البيئة والسكان الأصليين والمقيمين الذين تم تمثيلهم في هذه اللجنة، وقد شجع المنتج برامج الأبحاث المتعلقة بالبيئة والسياحة البيئية والأنماط البيئية في جزر فريزر. وقد اشتملت خطة المنتج البيئية على إقامة العديد من البرامج والمبادرات الثقافية لزيادة الوعي البيئي.

ل - الموظفون

يتوفر برنامج لتدريب الموظفين على كيفية التعامل مع البيئة وذلك من خلال عرض شرائط الفيديو..... إلخ.

4- تجربة محمية أرز الشوف - لبنان:

تمتد محمية أرز الشوف الطبيعية من ظهر البيدر شمالاً حتى جبل نيجا قرب جزين جنوباً، وتطل المنحدرات الشرقية للمحمية التي تغطيها أشجار السنديان، على مناظر جميلة لسهل البقاع، غير أن أكثر ما يجذب الزوار غابات الأرز الواقعة في أعلى المنحدرات الغربية في سلسلة جبال لبنان. وفوق بلدة الباروك يرى الزائر بوضوح صفوف المصاطب حيث زرعت أشجار الأرز في الستينيات في سياق جهود إعادة التشجير. وبعد منع الرعي الجائر وقيام الإنسان بالحفاظ على الغابات، تعيش غابة الأرز عملية تجدد طبيعية، حيث شكلت أشجار الأرز نحو 5% من مساحة المحمية.

ونتيجة لزيادة درجة الأمان في المحمية، فقد غدت موقعاً ممتازاً للحفاظ على الثدييات الضخمة كالذئاب والضباع والغزلان الجبلية ووعل الجبل. وقد قامت المحمية بإنشاء بحيرة جبلية كي تشرب منها الحيوانات.

وتعد المحمية اليوم موقعاً مهماً للطيور المهاجرة، حيث تقع على المسار القاري، مما يشكل موقعاً رائعاً للذين يحبون مراقبة الطيور، كما تتوفر في المحمية مجموعة وفيرة من الأزهار والنباتات الطبيعية والفطرية، كما تضم بعض المواقع الأثرية مثل حصن نيجا.

وتعتبر المحمية اليوم موقعاً سياحياً مهماً يؤمه العديد من السياح والزوار الذين يتشوقون للاطلاع على معالم المنطقة النادرة، ويوجد في المنطقة مركز استقبال يقوم باستقبال المجموعات السياحية وإرشادها بمصاحبة مرشدين سياحيين بيئيين. كما يوجد مركز للمعلومات السياحية يقع في بلدة الباروك يعطي الزوار المعلومات المتنوعة عن المحمية، ويتوفر في المركز ركن لشراء الأطعمة العضوية، كما يستطيع المركز أن يقدم وجبات غذائية يعدها ويقدمها سكان المنطقة المحليون، مما يعزز درجة التفاعل بين سكان المنطقة والزوار.

كما يوفر المركز معلومات عن الأنشطة التي يمكن القيام بها مثل المشي وركوب الدراجات والتجوال في حافلات صغيرة بإشراف مرشدين متخصصين. وتتوفر على مقربة من غابات الأرز مجموعة كبيرة من المحال التجارية، المتخصصة بالصناعات التقليدية والحرفية خاصة الخشبية منها. ولكن خوفاً من أن تتأثر الغابات بهذه الصناعات، فهناك تعليمات صارمة حياك قطع الأشجار.

إن نموذج محمية أرز الشوف هو مثال طيب للسياحة المستدامة الهادفة التي تحرص على المحافظة على الإرث الطبيعي والتاريخي والحيوي والبيئي، مع إعطاء السكان المحليين فرصة الاستفادة من مآثر السياح الذين يفدون إلى المنطقة، سواء من حيث مرافقة الأفواج السياحية كمرشدين، أو العمل في مركز بيع الأطعمة العضوية المنتجة من المنطقة، أو من خلال تقديم الطعام أو من خلال بيع الصناعات التقليدية للزوار والسياح.

5 - حماية آثار قبيلة المايان في منطقة تكاكس في المكسيك¹

إن اسم تكاكس الواقعة في شبه جزيرة يوكاتان في المكسيك يشير إلى مقاطعة تتألف من 65 قرية صغيرة بها مدينة مركزية بعدد سكان يصل إلى 35 ألف مواطن. وأثناء ما كانت المنطقة تعيد بناء ذاتها بعد أن دمرها الإعصار الذي سمي بإعصار جلبرت عام 1988، تم اكتشاف مدينة قديمة لقبيلة تدعى المايان يزيد عمرها على 2000 عام تقع على امتداد إحدى طرق التجارة بين منطقة جواتيمالا وخليج المكسيك.

وأظهرت استكشافات لاحقة أكثر من مائة كهف، وبينت كيف قام المايان القدماء بصنع أدوات من الرواسب الكلسية وقطع الحجارة لبناء أهراماتهم. والسؤال الذي يمكن طرحه هو: كيف يمكن لاكتشاف مثل هذا أن يحصل على الحماية من الاستغلال غير المناسب، ويقوم بتعزيز مجتمع مسلوب اقتصادياً وثقافياً؟

¹ - الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي - منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة - مصر، 2007.

ويعتقد خافيير كاماراجيا Javier Camara Majia - وهو مهندس تنمية ريفية من مدينة تكاكس - أن خطة تنمية الريف يمكن أن يصممها وينفذها أفراد المجتمع. فنظمت مجموعتان، وهما: الأولى وتدعى (PRODETEK, S.A de C.V.)، أما الثانية فتدعى بـ: (PRODETEK, A.C.). وتعتبر أولى مؤسسة ربحية تضم 18 مستثمرًا - جميعهم أعضاء غرفة التجارة - أما الثانية فهي مؤسسة غير ربحية تمثل عينة مختارة من الأفراد ذوي الفكر المتطور. وقد قامت المجموعتان بتنظيم حملة علمية تقوم بدراسة المغارات والكهوف لتقييم الأهمية التاريخية والطبيعية لها عن طريق المساعدة من المرشدين القوميين والعالميين إضافة إلى حصولهم على الخدمات المساندة من السلطات المحلية وسلطات الولاية والسلطات الاتحادية. ونتيجة ذلك تشكلت مجموعة من المشاريع كجزء من خطة أولية لتنمية الريف، وتتضمن ما يلي :

- تخطيط المناطق الأثرية.
- تثقيفًا بيئيًا للمواطنين المحليين حول أهمية الحماية والحفاظ على منطقة قبيلة المايان التاريخية والموارد الطبيعية.
- مشاريع رئيسة عديدة أخرى تنسقها اللجنة المركزية وتنفذها حملة مواطنين لتفي بحاجات تنمية المجتمع، مثل توفير مصادر مائية محسنة وتحقيق تنوع زراعي .

خاتمة الفصل .

لا شك أن تبني وتطبيق مفهوم السياحة المستدامة أصبح من متطلبات هذا العصر و هذا يعني وجود سياحة نظيفة صديقة للبيئة وتراعي مصلحة المجتمع وذات مردود مالي كبير .

و من ضمن النتائج الجيدة التي يمكن تحقيقها بفضل السياحة المستدامة والتي تحقق رضا جميع الأطراف ، نذكر فيما يلي بعضها :

- ◆ المحافظة على الهوية و الموارد المحلية (الطبيعية ، المادية.....الخ) .
- ◆ إعطاء فرصة للأجيال المتعاقبة في حقهم في العيش في رفاهية و التمتع ببيئة نظيفة .
- ◆ قدرة المؤسسات السياحية على الصمود و البقاء أمام المنافسة الشرسة التي تعرفها صناعة السياحة .
- ◆ تحقيق الرخاء المحلي للمجتمعات المضيفة وهذا من خلال إنفاق السياح على المنتجات المحلية و تشجيعهم الصناعات و الحرف التقليدية و أيضا المنتجات المختلفة الأخرى .
- ◆ تحفيز الوعي البيئي لدى جميع الأطراف المعنية بالسياحة المستدامة (السكان المحليين ، السياح....الخ) على أهمية المحافظة على البيئة والتقليل من الآثار السلبية الناتجة عن سلوكيات السياح و المستثمرين و العمال.....الخ.

إن الجزائر المتميزة باقتصادها الريعي و التي ظلت تعتمد على الموارد الزائلة (البترول و مشتقاته) في مختلف سياساتها التنموية المتعاقبة ، لا يمكن لها تجاهل القدرات الهائلة التي يمكن أن تجنيها من صناعة السياحة حيث أن بلدنا يتمتع بمقومات و إمكانيات سياحية متنوعة و متميزة و نفيسة في نفس الوقت تتطلب التخطيط والاستثمار المادي و غير المادي من أجل نهج و تجسيد التنمية المستدامة في قطاع السياحة .

الفصل الثالث

السياحة المستدامة في الجزائر - محدداتها و تحدياتها -

Le tourisme et le pétrole inépuisable ou du moins son substitut que personne ne peut vous prendre.(message adresse aux Algériens)
Taleb Rifai, SG de l'OMT

Le tourisme durable , instrument d'élimination de la pauvreté .
(<http://www.unwto.org/step/mechanisms/fr/ms.php?op=2>).

محتويات الفصل الثالث

السياحة المستدامة في الجزائر – محدداتها و تحدياتها –

تمهيد .

I - الموارد (الإمكانيات) و تنوع السياحة في الجزائر .

I - 1 الإمكانيات (المؤهلات) السياحية .

I - 2 السياحة الجزائرية و تنوعها .

I - 3 هيئات وأهم شركاء القطاع السياحي .

II - لمحة عن تعاقب السياسات السياحية في الجزائر .

II - 1 مرحلة ما قبل الاستقلال و ميراث المحتل الأجنبي .

II - 2 وضعية السياحة خلال الفترة (1962-1980) .

II - 3 برنامج النشاط السياحي منذ 1980 إلى غاية 1990 .

II - 4 السياحة خلال فترة الانتقال إلى اقتصاد السوق 1990-2000 .

III - صناعة السياحة و الإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية المستدامة .

III - 1 برنامج و آفاق التنمية السياحية بالجزائر .

III - 2 الإستراتيجية المستقبلية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة

السياحية S.D.A.T .

III - 3 المشاريع السياحية : بعض الأمثلة من المخطط التوجيهي

الـ S.D.A.T .

III - 4 السياحة المستدامة : تحليل المفهوم ضمن مخطط الـ

S.D.A.T .

III - 5 التحديات المستقبلية للرهانات السياحية الجزائرية .

خاتمة الفصل

تمهيد:

تمتلك الجزائر ثروة و طاقات سياحية هامة موزعة على التراب الوطني سواء كانت في الساحل أو في الهضاب العليا أو في الجنوب الكبير، تمكنها من أن تصبح قطبا سياحيا هاما على مستوى البحر الأبيض المتوسط (و هذا ما أكده طالب الرفاعي¹ ، الأمين العام للمنظمة العالمية للسياحة (OMT)، حيث قال في رسالة موجهة للجزائريين: "الجزائر بلد واعد ، و بإمكانه أن يصبح وجهة سياحية كبيرة . السياحة هي البترول الحقيقي لجزائر الغد و الذي لا يستنفذ بمقدرته اجتذاب رأس المال الأجنبي وتوظيف رأس المال المحلي، مما يؤدي إلى المساهمة في تخفيف حدة البطالة وتقليل عجز ميزان المدفوعات وتحفيز صناعات أخرى ترتبط بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالقطاع السياحي.

و لكن بدون الاستغلال العقلاني للموارد و التخطيط و الدراسة الموضوعية مع التطبيق الفعلي لمتطلبات السياحة المستدامة تبقى هذه المؤهلات السياحية و الأموال المرصودة في المخططات المتتالية غير مجدية و فعالة تنمويا سواء في الحاضر أو المستقبل ، وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى النقاط التالية :

أولا : مختلف الموارد و المؤهلات السياحية الجزائرية سواء كانت طبيعية، ثقافية ، دينية، مادية..... الخ ، و أنواعها ، بالإضافة إلى المؤسسات و المنظمات الفاعلة و النشطة في هذا الحقل الإستراتيجي بالنسبة للجزائر .

ثانيا : تحليل كل المراحل التي مرت بها السياحة الجزائرية منذ ما قبل الاستقلال إلى أيامنا هذه .

ثالثا : ثم نتعرض في الأخير إلى أهم النقاط المدرجة في الإستراتيجية السياحية التي تبنتها الجزائر للسنوات المقبلة في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية S.D.A.T والتي تهدف إلى تحسين القطاع السياحي كما وكيفا في ظل مبادئ التنمية المستدامة مع تحليل هذا المفهوم الأخير في الحقل السياحي، و نتناول مختلف الأقطاب السياحية في الجزائر و مناطق التوسع السياحي مع إعطاء بعض الأمثلة عن هذه الأخيرة ، كما ندرس في آخر نقطة من هذا البحث التحديات التي ستواجهها الجزائر مستقبلا .

¹ -http://www.elwatan.com/Tourisme-mondiale-La-destination 28/05/2010.

I - الموارد (الإمكانات) و تنوع السياحة في الجزائر .
تتمتع الجزائر بمقومات و إمكانات طبيعية وتاريخية وثقافية هامة¹ و أيضا على مرافق معتبرة إذا استغلت بشكل عقلاني ومدروس من شأنها المساهمة في تحسين وتنمية السياحة في المستقبل و لأن هذه الموارد تشكل أساس النشاط السياحي .

I- 1 - الإمكانات (المؤهلات) السياحية .

أولا : الإمكانات الطبيعية :

تتميز الجزائر بالإمكانات الطبيعية التالية :

1 - الموقع والمناخ :

تقع الجزائر شمال القارة الأفريقية وهي تتوسط بلاد المغرب العربي الكبير يحدها من الشمال البحر المتوسط ومن الشرق تونس وليبيا ومن الغرب المغرب الأقصى وموريتانيا ومن الجنوب النيجر ومالي .

تتربع الجزائر على مساحة تقدر بـ 2 381741 كلم مربع . إن هذه المساحة التي تتراوح في المسافات من الشمال إلى الجنوب، و من الشرق إلى الغرب بين 1500 و 2000 كلم ، تجعل من الجزائر أوسع بلد إفريقي بعد ليبيا و السودان²، ويبلغ عدد سكانها المقيمون داخل الجزائر بـ 34.8 مليون نسمة وهذا حسب ما كشف عنه الديوان الوطني للإحصاء (ONS) تبعا لنتائج الإحصاء العام الخامس في سنة 2008 .

و تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ :

- مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب ودرجة الحرارة متوسطة عموما في هذه المناطق من شهر أكتوبر إلى أبريل وتقارب 18 درجة، أما في شهر جويلية وأوت فتصل إلى أكثر من 30 درجة، ويكون الجو حارا ورطبا.
- مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا يتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي وتصل درجة الحرارة أحيانا إلى 5 درجات أو أقل في بعض المناطق أما باقي أشهر السنة فتتميز بحرارة جافة وتصل إلى أكثر من 30 درجة.
- مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات ويتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى سبتمبر حيث تصل درجة الحرارة أحيانا إلى أكثر من 40 درجة أما باقي أشهر السنة فتتميز بمناخ متوسطي ودافئ، هذا ما يمكن نشاط حركة السياح في فصل الشتاء.

¹-أنظر الملحق رقم 01 .

²- خالد كواش : مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، السنة الأولى - العدد 00 السداسي الثاني، 2004، ص 216 .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - مصادمتا و تحدياتها-

2 - الساحل الجزائري :

يمتد الساحل الجزائري على مسافة 1200 كلم، وهو يتميز بارتفاعه وتكونه الصخري، وتوجد به عدة فضاءات سياحية نادرة، ومن أهم المناطق السياحية الممتدة على هذا الساحل نجد : القالة ، تيفزيرت ، سيدي فرج ، تنس ، بني صاف ،.....الخ¹ .

3 - المناطق الجبلية :

أهم ما يميز المناطق الجبلية في الجزائر وجود سلسلتي الأطلس التلي والأطلس الصحراوي والتي تعطيان فرص الاكتشاف والصيد، وأهم المرتفعات السياحية نجد محطة الشريعة والتي تمارس فيها رياضة التزلج على الثلج ، بالإضافة إلى محطة تيكجدة، وجبال " شيليا " بالأوراس بالشرق (بارتفاع قدره 2328 مترا)، قمة " لالا خديجة " بجبال جرجرة بمنطقة القبائل الكبرى (2308 مترا)² .

إن خبايا المناطق الجبلية لا تقتصر على المرتفعات والمغارات والكهوف فحسب ، وإنما هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة والتي تتميز بالبرودة صيفا والفتورة شتاء وكل هذه تعتبر بمثابة عوامل جذب للسياح عندما تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف مناطق الجزائر.

4 - المناطق الصحراوية :

تبلغ مساحة الصحراء الجزائرية حوالي 2 مليون كلم مربع موزعة على خمسة مناطق كبرى هي : أدرار، إليزي ، وادي ميزاب تمرست وتندوف ، ومن أهم المناطق السياحية فيها نجد : توات ، القورارة ، تيدكلت الخ .

كما نجد الحظائر الوطنية للطاسيلي المصنفة ضمن التراث العالمي من طرف اليونسكو منذ سنة 1982، والتي اعتبرت ابتداء من سنة 1986 من المحميات الطبيعية ، والقصور العتيقة ذات الشكل المعماري المتميز ومنها منطقة ميزاب المصنفة كتراث عالمي.

5 - المحطات المعدنية³ :

الجزائر بلد غني بطبيعته الساحرة وقدراته السياحية والثقافية الهائلة والمتعددة وحتى الطبيعة كان لها الفضل في أن تمنح الجزائر مناظر خلابة ، كما وهبتها العديد من المنابع المعدنية بخصائص علاجية مؤكدة ، تبين حسب الدراسة التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يتركز أغلبها في شمال البلاد ، ومن أهم هذه الحمامات نجد : حمام ريغة بعين الدفلى الممتد عبر السلسلة الجبلية زكار ، حمام بوحنيقية بمعسكر ، حمام قرقر بسطيف ، حمام الصالحين بخنشلة، و حمام ربي بسعيدة .

¹ - office national du tourisme, *Algérie balnéaire* (guide touristique).

² - عشي صليحة : الآثار التنموية للسياحة -دراسة مقارنة بين الجزائر ، تونس والمغرب - مذكرة ماجستير ، جامعة باتنة ، 2005 ، ص 28 .

³ - office national du tourisme. *Algérie sources thermales* . <http://www.ont-dz.org>

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - ممدداتهما و تحدياتهما-

خريطة توضح بعض المحطات المعدنية في الجزائر .



1- Hammam Chellala	3- Hammam Guergour	5- Hammam Salhine (B)	7- Hammam Zelfanna	9- Hammam Righa	11- Hammam Rabbi	13- Hammam Bouhdjar
2- Hammam Salhine (K)	4- Hammam Soukhna	6- Station Thalasso	8- Hammam Melouane	10- Hammam Bouhanifia	12- Hammam Ain Ourka	14- Hammam Boughrara

المصدر : office national du tourisme. *Algérie sources thermales* .

6- الحظائر السياحية الوطنية :

تمتلك الجزائر العديد من الحظائر الوطنية المتواجدة في مختلف أرجاء الوطن وهي كالتالي :

أ- الحظيرة الوطنية للقالبة 78000 هكتار : تقع شمال الجزائر بالمحاذاة مع البحر الأبيض المتوسط وتضم 3 شواطئ، و3 محميات تحتوي على 50 نوعا للطيور وأنواع من الحيوانات الأخرى .

ب- حظيرة جرجرة 500.18 هكتار: وتقع في قلب الأطلس التلي، تبعد 50 كم عن الجزائر العاصمة، تستقر فيها الثلوج لمدة ثلاثة أشهر (ديسمبر، يناير، فبراير).

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

ج -حظيرة غابات الأرز " ثنية الحد 616.3 هكتارا : تبعد 3 كم عن مدينة ثنية الحد، وتقع إلى حافة سلسلة الونشريس في الأطلس التلي .

د - حظيرة الطاسيلي 100 هكتار : وتشمل الطابع الأثري و الأركيولوجي، تتميز بمختلف النقوش والرسومات الصخرية، وهي مصنفة كتراث عالمي منذ 1982.

هـ - الحظيرة الوطنية للهقار التي أنشئت عام 1987 م والمعترف بها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو UNESCO، وهي تضم هضبتي الأتاكور، الحظيرة النباتية والحظيرة الحيوانية بالإضافة إلى المنحوتات الأثرية التي يعود تاريخها إلى 12 000 سنة .

وهناك مجموعة من الحظائر الوطنية مثل بلزمت 600 هكتار، باتته وتازا 300 هكتار جيجل وقورارة 100 هكتار.

- رياض الفتح : وتتكون من مناطق متعددة مثل مقام الشهيد (رمز الشهيد) وغابة الأركاد.

- حديقة التسلية والترفيه بن عكنون 304 هكتار : تشتمل على منطقة نباتية وحيوانية منها الأنواع المحلية والإفريقية.

- حديقة التسلية بينام : تقع شمال غرب الجزائر العاصمة، تحتل مساحة 500 هكتار، فيها نشاطات رياضية متعددة .

ثانيا : الإمكانيات التاريخية الحضارية :

تعتبر الجزائر من الدول التي تملك إرثا تاريخيا وحضاريا، تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مروراً بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد، الذي يتميز بتنوع حضاراته ومواقع الأثرية التي تمثل حضارات مختلفة مرت على الجزائر عبر حقبة زمنية طويلة تركت آثارا ثقافية واجتماعية متنوعة في الوسط الاجتماعي ، من بينها الحضارة الرومانية¹، البربرية ، والعربية الإسلامية، و التي تعكس غنى هذا الإرث الثمين.

و أهم المواقع التاريخية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر " موقع التاسيلي "، الذي يعتبر من أهم وأروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية .ويعود تاريخ هذا الموقع إلى 6000 سنة قبل الميلاد، وتتجلى عظمته من حفرياته التي كشفت عن بقايا الحيوانات والنباتات التي كانت تعيش بهذه المنطقة².

¹ - محمد البشير شنيبي : *التغيرات الاجتماعية في المغرب أثناء الاحتلال الروماني* ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر، 1984 ، ص162 .

² - موقع التاسيلي : يعتبر كنز حضاري وإنساني و جيولوجي، له قيمته التاريخية والأثرية ضمن التراث الوطني والعالمي، حيث تم تسجيله تراثا عالميا من طرف منظمة اليونسكو للتراث العالمي سنة 1982 ، أنظر، نور الدين بازين، " التراث العالمي في منطقة المغرب العربي موروث حضاري غني، على الموقع : www.alarabonline.org/index.asp?fname

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها -

وأيضاً ثمة " حي القصبة" العريق (تم تسجيل هذا الموقع تراثاً عالمياً سنة 1992 أنظر، نفس المرجع السابق) في الجزائر العاصمة والتي شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر، تمثل إحدى وأجمل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطية، وتطل على جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقبطانيين خلال القرن الرابع قبل الميلاد.

وكذلك " وادي ميزاب " بغرداية (تم تسجيله أيضاً كتراث عالمي سنة 1982 أنظر، نفس المرجع) الذي يعود تاريخ بنائه إلى القرن العاشر ميلادي، وما يميز هذا الموقع قيمته الجمالية، إذ يحيط به خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي، وهي عبارة عن قرى محصنة ذات هندسة بسيطة متناسبة مع طبيعة البيئة في هذه المنطقة، إضافة إلى " موقع تيمقاد" ¹، الذي كان يعرف باسم "ثاموقاديو" Thamugadi يوجد هذا الموقع الأثري على بعد 37 كيلومتر من مدينة باتنة على طريق روماني يصل بين مدينتي " لامبار " و " تبسة " .

كما تعتبر قلعة بني حماد من المواقع الأثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر، فهي تتوفر على آثار رومانية كالأسوار والقبور القديمة، وعلى آثار إسلامية، وآثار للدولة الحمادية ودولة الموحدين خلال فترة تواجدهم بهذه المنطقة (يوجد هذا الموقع بمدينة بجاية، وسجل تراثاً عالمياً عام 1980) .

ويوجد بولاية سطيف " موقع جميلة " (يوجد هذا الموقع شمال شرق مدينة سطيف وعلى مقربة من جبال فرجوية، وسجل تراثاً عالمياً عام 1982 م) الذي كان يعرف قديماً باسم "كويكول" Cuicul وهي تسمية ذات أصل نوميدي لمدينة رومانية، ويتشابه تصميم هذه المدينة مع نظيره لمدينة " تيمقاد " الأثرية.

أما الجزائر العاصمة فهي تتوفر على العديد من المعالم التاريخية، التي تشهد عن تاريخ هذه المنطقة، ومن هذه المعالم والمواقع التاريخية " دار عزيزة"، وهي عبارة عن قصر بني في العهد العثماني لاستقبال بعض ضيوف القصر، وثمة "مسجد كتشاوة" * الذي تم بنائه في عهد الباي لارباي التركي بالجزائر العاصمة منذ أكثر من أربعة قرون مضت. وأيضاً " الجامع الكبير " الذي يعتبر أكبر مساجد العاصمة، تم بنائه من طرف المرابطين في نهاية القرن الحادي عشر .

¹ - موقع تيمقاد: يشمل هذا الموقع الأثري الروماني على عدة هياكل تتمثل في مسرح كبير يقام به " مهرجان تيمقاد الدولي " للغناء كل عام، وقوس نصر القائد " تراجان " والسوق والقصر الذي شيده البزنطيون . سجل هذا الموقع تراثاً عالمياً عام 1982 أنظر، عيد الله شريط ومحمد المبلي، تاريخ الجزائر، الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1988، ص 201 . .
* - تم تحويل هذا المسجد إلى " كاتدرائية " من طرف الاحتلال الفرنسي خلال فترة اغتصابهم للجزائر، وكانت تحمل اسم " سانت فيليب"، وبعد الاستقلال أعيد إلى صورته الأولى.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

كما يشمل التراث الحضاري والثقافي للجزائر رصيذا هاما من المتاحف منها، " المتحف الوطني سيرتا" بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر، جاءت فكرة إنشاء هذا المتحف سنة 1852 لجمع الأعداد الكبيرة من الحفريات التي تم اكتشافها بهذه المدينة وعلى مستوى منطقة الشرق الجزائري ككل،¹ إضافة إلى هذا المتحف فإن التراث الحضاري والتاريخي للجزائر يتوفر على كم آخر من المتاحف منها² :

- متحف باردو الوطني: يوجد بالجزائر العاصمة، وتعرض به حفريات عن أصل الشعوب (إثنوغرافيا)، وأخرى تعود لعصور ما قبل التاريخ، إضافة إلى قطع أثرية إفريقية.
- المتحف الوطني زبانة: يوجد بمدينة وهران، يشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ وعن علوم الطبيعة وعن أصل الشعوب.
- المتحف الوطني للجهاد: يوجد بالجزائر العاصمة، تتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية.
- المتحف الوطني للفنون الجميلة: يوجد بالحامة -الجزائر العاصمة، تعرض به ألوانا من الفن العصري، كالرسم، التصوير، النحت والنقش.
- المتحف الوطني للفنون الشعبية: يوجد بالقصبة - الجزائر العاصمة، يضم هذا المتحف معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية.
- متحف تيمقاد: يوجد بمدينة تيمقاد - باتنة، يضم قطعاً من الفسيفساء و آثار قديمة منها: نقود وأسلحة قديمة وتمائيل.
- متحف هيبون: يوجد بمدينة عنابة، يحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميديّة الرومانية.

إلى جانب هذا التراث الحضاري والثقافي الذي تتوفر عليه الجزائر فإنها تملك تراثا ثقافيا شعبيا، يتمثل في إرث من العادات والتقاليد و الأعياد المحلية³، ومنتجات متنوعة للصناعة التقليدية، مثل صناعة الزرابي التي تشتهر بها بعض مناطق البلاد، مثل منطقة غرداية، الجلفة، الأوراس، وصناعة النحاس التي تعرف بها مدينة قسنطينة، وصناعة الفخار المتواجدة في عدد من مناطق البلاد سيما منطقة القبائل.

¹ - المتحف الوطني سيرتا: يعتبر هذا المتحف كنواة تجمع به كل القطع الأثرية التي تم اكتشافها بمنطقة الشرق الجزائري، والتي تعود إلى حضارات تعاقبت على تاريخ هذه المنطقة ، وهي مهياة لتقديمها كعروض للباحثين والطلبة والزوار . أنظر ، المتحف الوطني سيرتا، ص 1 .، على الموقع : www.cirtamuseum.org.dz/introductionny.htm.

² - الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر ، طبعة 1989 ، ص 339 .

³ - انظر الملحق رقم : 02 .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

وعليه فإن الإمكانيات الطبيعية والتاريخية والحضارية للجزائر لا يستهان بها، مما يستوجب المحافظة عليها واستغلالها بعقلانية وتأمينها، للنهوض وتطوير هذا المنتج السياحي النفيس، وجعله قادرا على المنافسة في سوق السياحة العالمية .

ثالثا : الإمكانيات و البنى (الهيكل) القاعدية :

تمتلك الجزائر هياكل قاعدية هامة تتمثل فيما يلي :

1 - النقل :

لقد تم الاهتمام بالنقل وتجسيده في المنجزات الخاصة بشبكات الطرق والمطارات والموانئ، فكثافة شبكات الطرق البحرية، الجوية والبرية المحققة في الجزائر، تشكل عامل هام لتشجيع السياحة في مختلف المناطق، و أهم هذه الشبكات: (أ نظر الشكل رقم 12)

❖ شبكة الطرقات :

يصل طول شبكة الطرقات في الجزائر إلى 109.452 كلم¹ ، تتميز بتركزها في المنطقة الشمالية للبلاد ، حيث يصل طولها في هذه الأخيرة حوالي 96.684 كلم،حسب ما يلي :

- الطرق الوطنية 28.275 كلم .
- الطرق الفرعية الولائية 23.926 كلم .
- الطرق البلدية 57.251 كلم .

و تجدر الإشارة إلى مشروع القرن في الجزائر و الجاري إنجازه و هو الطريق السيار شرق غرب الذي يمتد من شرق البلاد إلى غربها على مسافة 1216 كم ، و هو أكبر طريق سيار في العالم.

¹ -Ministre du tourisme, *schéma directeur d'Aménagement touristique (SDAT)*, 2006, p.43.
(http://www.matet.dz/index.php?option=com_content&task=view&id=38&Itemid=135)

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - ممدداتهما و تحدياتهما-

الصورة رقم : 01 عينة من الطريق السيار شرق غرب .



المصدر : xhunter.yoo7.com/montada-f5/topic-t411.htm



المصدر : <http://travel.maktoob.com/vb/travel263849/>

الشكل رقم : 10 الطريق السيار شرق غرب .

❖ شبكة السكك الحديدية :

- طول السكك الحديدية تقارب 4500 كلم، تعبر حول 200 محطة تغطي على الخصوص شمال البلاد، وتتكون هذه الشبكات:
- 1435 كلم طريق عادي .
 - 1055 كلم طريق ضيق .
 - 305 كلم طريق مزدوج .
 - 299 كلم طريق مكهربة .

وتملك الشركة الوطنية للنقل 200 محطة مفتوحة لنقل السلع والمسافرين و 200 فرع تربط الوحدات والمناطق الصناعية بأهم الموانئ ، وأهم محطات تصدير المحروقات هي : الجزائر، عنابة ، وهران ، أرزيو، سكيكدة و بجاية .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

❖ النقل الجوي: إن الهياكل القاعدية الخاصة بالنقل الجوي في الجزائر قد شهدت تطورا ملحوظا تميز في إنجاز 53 مطارا على مختلف التراب الوطني، كما تجدر الإشارة إلى أن 13 من بين هذه المطارات ترقى للمقاييس الدولية ومنها :

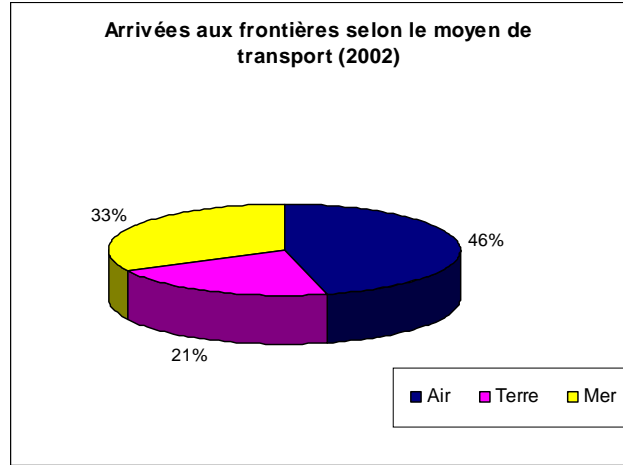
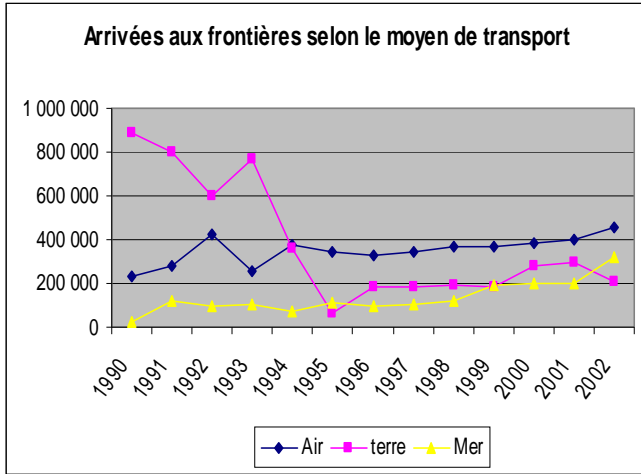
- 05 مطارات دولية من الدرجة الأولى "الجزائر، وهران ، قسنطينة ، عنابة ، غرداية ."
- 07 مطارات دولية من الدرجة الثانية" حاسي مسعود ، عين أمناس ، تلمسان ، تيارت ، أدرار ، تيسة ، تمنراست."
- 08 مطارات وطنية " بشار، بجاية، الوادي، ورقلة ، عين صالح، جانت، بسكرة، إليزي .
- 14 مطار جهوي .
- 19 مطار ذو استعمال محدود منها 04 مطارات مرتبط نشاطها بالبحث و الاستغلال في مجال المحروقات والمناجم .

الجدول رقم : 09 النقل الجوي للسلع و الأشخاص.

	Unité	1997	1998	1999
- Passagers	Milliers	7 131	6 234	5 877
- Fret	Tonnes	26 918	28 089	24 950
Dont Air Algérie :				
Passagers réseau intérieur	Milliers	2 262	1 739	1 341*
Passagers réseau international	Milliers	1 613	1 529	1 586
Fret	Tonnes	22 899	23 079	21 008

المصدر : (03 / 2010) <http://www.ons.dz/Transport-maritime.html>

تغطي شركة الخطوط الجوية الجزائرية " Air Algérie " حوالي 37 رحلة لأوروبا وإفريقيا والدول العربية، كما تغطي مختلف المدن الداخلية بما فيها المناطق السياحية، كما أن هناك 29 مطار من بين هذه المطارات فتحت لشركات النقل الجوي الخاصة والعديد من الشركات للاستثمار ومن أمثلتها Eco-Air ، فالمتتبع لمستوى النقل في الجزائر يلاحظ أنه شهد انخفاضا ملحوظا في السنوات الأخيرة .



Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme(MATET).
Schéma Directeur d'Aménagement Touristique "SDAT 2025".

المصدر :

الشكل رقم : 11 نمط وسيلة النقل المستعمل عند الوصول إلى الحدود الجزائرية .

نلاحظ تضاعف النقل الجوي خلال 12 سنة و النقل البحري يشكل الثلث مع تراجع النقل في هذه الحالة بالنسبة للنقل البري .

❖ النقل البحري :

إن العمل البحري في الجزائر يعتمد على 13 ميناء للعديد من الخدمات كالتجارة والصيد البحري، إضافة إلى مينائين 02 متخصصين في المحروقات بالإضافة إلى العديد من الموانئ الصغيرة التي تستعمل للصيد البحري والترفيه، كما تحتوي على حجرات للإشارات البحرية لأمن الملاحة ومحصات الدفاع الساحلي .

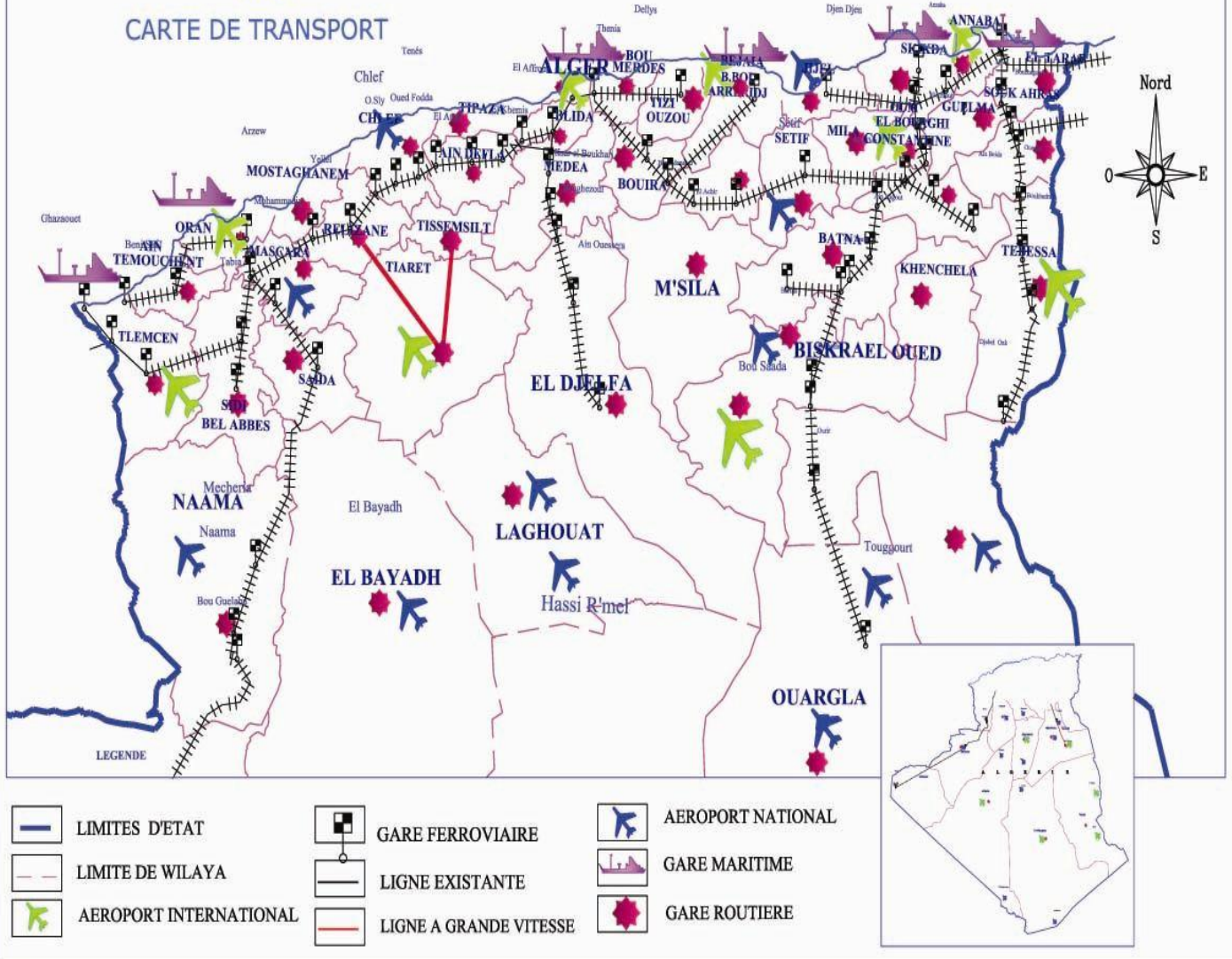
و تميز التبادلات التجارية الدولية في الجزائر على تعاملها بالأساس عن طريق المجال البحري، و تضمن ذلك مؤسسات متخصصة في نقل السلع ومشتقات البترول.

وأهم الموانئ: الجزائر، وهران، عنابة، و جن جن التي تضمن 75 % من نسبة حركة الملاحة.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - ممداداتها و تحدياتها-

Schéma Directeur d'Aménagement Touristique
SDAT 2025

CARTE DE TRANSPORT



المصدر : نفس المصدر السابق
الشكل رقم 12: شبكة النقل في الجزائر .

2 - الطاقة :

تتجاوز تغطية الدولة فيما يخص الطاقة الكهربائية نسبة الـ 97 % بما يعادل أكثر من 160000 كلم خط ، حيث تستفيد من خدمات الشبكة الكهربائية التي تشرف على توزيعها مؤسسة سونلغاز حوالي خمسة (05) ملايين و (300) ألف عائلة .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها -

الجدول رقم 10: تعداد المنخرطين مع Sonelgaz

Abonnés Sonelgaz Unité : Nombre

Année	2001	2002	2003	2004
Abonnés Gaz naturel	1 464 884	1555962	1 683 528	1 835 690
- Haute Pression	184	188	180	183
- Moyenne Pression	2456	2580	2726	2896
- Basse Pression	1 462 244	1553194	1 680 622	1 832 611
Abonnés Electricité	4 707 959	4896620	5 113 971	5 355 794
- Haute Tension	63	64	69	69
- Moyenne Tension	31310	32553	33524	34 834
- Basse Tension	4 676 586	4864003	5 080 378	5 320 891

Source : Sonelgaz

<http://www.ons.dz/Energie,51.html>

3 - وسائل الإعلام والاتصالات :

تتنوع الساحة الإعلامية الجزائرية بشكل معتبر، حيث تزخر بحوالي 30 يومية وأكثر من 150 نشرية أسبوعية و شهرية ، وتحظى الصحافة الخاصة بحصة الأسد ضمن الصحافة المكتوبة ، علما بأن هذا القطاع يسحب يوميا ما مجموعه أكثر من 1.3 مليون نسخة صحفية بالعربية والفرنسية.

ولكن ما يعاب على هذه الساحة هو عدم الانفتاح بالشكل المطلوب و احتكار استيراد الورق و التشديد على حرية التعبير بالإضافة إلى البعض من السلبيات كقلة المحطات التلفزيونية و احتكار القطاع العمومي لها.

أما بخصوص الاشتراك بالنسبة للخط الهاتفي الثابت والهاتف النقال بالإضافة إلى مؤشرات أخرى مرتبطة باستعمال وسائل الإعلام و الاتصال نجدها مبين في الجدول رقم 11.

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

الجدول رقم : 11 قائمة مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتعلقة بمجتمع المعلومات في الجزائر .

الفئة	التعريف بالمؤشر	تعيين	الارقام بالقيمة المطلقة	النسبة	
مؤشرات الهياكل	مؤشر 1: "تجهيزات عمومية لـ 1000 نسمة (مقاهي الإنترنت، الأكوشاك المتعددة الخدمات، مخادع عمومية للهاتف)"	مقاهي الإنترنت	9300	0.164	
		الأكشاك المتعددة الخدمات	51504	2.17	
		مخادع عمومية للهاتف	اتصالات الجزائر	4247	0.874
			حورية	16500	
		المجموع	20747		
	مؤشر 2: "الكثافة الهاتفية بالنسبة لـ 100 نسمة".	الهاتف الثابت:	2990000 697603	13.35	
		-الخطي WLL -			
		المجموع	3687603		
		الهاتف الجوال: -موبيس -جيزي -نجمة	7703689 14108857 5218926	97.90	
	المجموع	27031472			
	مؤشر 3: "تجهيزات الإعلام الآلي و الاتصال"	نسبة العائلات التي لها حاسوب بالنسبة لـ 100 عائلة	710967	12.31	
		نسبة السكان الذين لهم جهاز تلفاز بالنسبة لـ 100 نسمة	31579616	93.1	

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

	مؤشر 4: "تجهيزات الإعلام الآلي لقطاع التربية"	نسبة تجهيزات التربية	الطور الابتدائي	معلومة غير متوفرة
			الطور المتوسط :	0.58 حاسوب/100 تلميذ
			الطور الثانوي :	2.54 حاسوب/100 تلميذ
		نسبة تجهيزات التعليم العالي	45000 حاسوب/952067 طالب	4.72 حاسوب/100 طالب
		نسبة تجهيزات التكوين و التعليم المهنيين	20000 حاسوب/416642 متربص	4.80 حاسوب/100 متربص
مؤشرات النفوذ الى تكنولوجيات الاعلام والاتصال	مؤشر 5: "النفوذ الى الانترنت المشركين المقيمين"	نسبة النفاذ الى الانترنت ذي التدفق العالي بالنسبة لـ 100 نسمة	585455	10.14
		نسبة النفاذ الى الانترنت ذي التدفق المنخفض بالنسبة لـ 100 نسمة	105892	1.83
	مؤشر 6: "النفوذ الى الانترنت المشركين المهنيين (مؤسسات)"	نسبة النفاذ الى الانترنت المشتركين المهنيين (مؤسسات)	16579	13.94

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها -

	مؤشر 7: "أسعار النفاذ إلى الإنترنت"	أسعار النفاذ إلى تجهيزات الإعلام الآلي في السوق المحلية	السعر المتوسط لحاسوب في السوق/الأجر الوطني الأدنى المضمون	1.8% الأجر الوطني الأدنى المضمون
		أسعار النفاذ إلى الإنترنت في السوق المحلية بالعرض المحدود	السعر المتوسط للوصلة في السوق/الأجر الوطني الأدنى المضمون	3.33% الأجر الوطني الأدنى المضمون
		أسعار النفاذ إلى الإنترنت في السوق المحلية بالعرض غير المحدود	السعر المتوسط للوصلة في السوق/الأجر الوطني الأدنى المضمون	4.91% الأجر الوطني الأدنى المضمون
مؤشرات استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال	مؤشر 8: "الاستعمال الشخصي للإنترنت ذي التدفق المنخفض"ترنت"	نسبة استعمال الإنترنت ذي التدفق المنخفض من طرف الأشخاص	192 دقيقة/ شهرين	3.18س/شهرين
		مؤشر 9: "الاستعمال المهني للإنترنت"	نسبة استعمال الإنترنت من طرف المؤسسات	عنوان إلكتروني
	نسبة الدخول إلى الإنترنت من طرف المؤسسات	موقع ويب	29.4%	
		اسم مجال	15.2%	
مؤشر الدخول	41.44%			

المصدر : <http://www.mptic.dz/ar/?->
-D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1

4 - الطاقة الفندقية :

تمثل الطاقة الفندقية القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة السياحية المضيفة، وتعد الطاقة الفندقية أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم هذا القطاع في بلد معين.

وخلال فترة الاحتلال لم تكن السياحة تحظى إلا بقدر ما يخدم المستوطنين الأوروبيين في الجزائر، ولذا لم يتجاوز عدد الأسيرة سنة 1962 ، 5922 سرير موزعين في المدن الكبرى كالجزائر العاصمة ووهران وقسنطينة وعنابة ، حيث تتواجد الجاليات الأوروبية سيما الأقدام السوداء .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

وكانت هذه الأسرة موزعة حسب نوع المنتج السياحي بالنسب التالية % 50 :المنتج الشاطئي، % 40 للمنتج الحضري، والباقي توزع بين المنتجين الصحراوي والمناخي الجبلي (بنسبة % 8 و % 2 على الترتيب¹ .

وبعد استقلالها سنة 1962 اعتمدت الجزائر، في توجيه سياستها الاقتصادية، على المخططات التنموية، ابتداء من المخطط التمهيدي 1969/1967، ومع بداية عقد السبعينيات شرعت الجزائر في تنفيذ المخطط الرباعي الأول 1973/1970 والمخطط الرباعي الثاني 1977 / 1974 مع بقاء الهيمنة للقطاع العام، في حين استبعد القطاع الخاص من المساهمة وذلك لاعتبارات إيدولوجية محضة.

وبعد هذه المرحلة وخلال عقد الثمانينيات عمدت الدولة إلى المخططات الخماسية، حيث عرفت مخططين خماسيين) من 1980 إلى 1989 ، وفي نهاية هذه العشرية وصلت الطاقة الإيوائية للفنادق في الجزائر إلى 48302 سرير منها 25842 سرير للقطاع العمومي. وهنا يبدو وكأن القطاع الخاص بدأ يأخذ نصيبه من الاهتمام خلال هذه الفترة، إذ قدرت مساهمته بـ % 46.50 من إجمالي الطاقة الفندقية مع نهاية هذه العشرية .

ويعتبر عقد التسعينيات مرحلة تحول سياسي واقتصادي شهدته الجزائر شمل كل المجالات، أهمها التخلي عن النهج الاشتراكي ودخول البلاد اقتصاد السوق، وذلك تماشيا مع التحولات السياسية والاقتصادية التي يشهدها العالم. وما يميز هذه الفترة هو تقلص دور القطاع العام في النشاط الاقتصادي، وتخلي الدولة عن احتكار التجارة الخارجية، وفسح المجال للقطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار بشكل واسع في كل القطاعات بما فيها القطاع السياحي.

وفي الفترة الممتدة من سنة 1985 إلى 2004 كان تطور الطاقة الفندقية في الجزائر كما يوضحه الجدول التالي :

¹ - Heddar Belkacem, *Rôle socio-économique du Tourisme – cas de l' Algérie-* (Alger : Edition ENAP/ENAL/OPU, 1988), P.48.

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - ممداداتها و تحدياتها -

الجدول رقم : 12 تطور الطاقة الفندقية للجزائر من 1985 إلى 2004 .

Répartition des hôtels et établissements assimilés par catégorie d'établissement

	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total	270	380	480	493	510	604	653	655	739	781	800	827	927	935	1042	1057
6°catégorie(sans)	110	153	234	237	251	337	370	371	450	477	486	507	724	729	800	851
5°catégorie(*)	36	55	66	68	69	69	70	70	70	70	72	72	43	47	53	42
4°catégorie(**)	48	63	68	72	73	73	83	85	87	87	90	93	62	58	68	62
3°catégorie(***)	59	87	87	89	89	90	91	91	91	104	107	110	67	69	74	67
2°catégorie(****)	12	17	20	22	21	29	31	33	33	34	34	34	20	20	34	22
1°catégorie(*****)	5	5	5	5	7	7	8	9	9	9	11	11	11	12	13	13

Source: Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat

Répartition de la capacité hôtels et établissements assimilés par catégorie d'établissement

Années	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total des somme	32 362	53 812	54 986	55 924	57 290	60 235	62 000	64 695	65 704	70 981	75 705	76 042	72 485	73 548	77 473	82 034
1°catégorie(*****)	2 347	2 758	2 400	2 400	4 566	4 802	4 943	5 158	5 158	5 785	6 000	6 200	4 832	6 000	4 212	4 590
2°catégorie(****)	2 684	3 535	6 844	6 844	4 429	4 656	4 792	5 001	5 047	5 093	5 330	5 100	3 621	2 975	5 424	3 383
3°catégorie(***)	19 715	21 715	23 630	23 908	23 947	25 176	25 914	27 040	27 204	28 968	29 206	30 330	15 808	11 717	14 740	14 857
4°catégorie(**)	5 399	6 151	3 192	3 192	5 620	5 908	6 081	6 345	6 374	7 284	8 250	5 190	5 331	3 338	3 757	5 415
5°catégorie(*)	2 217	2 534	2 534	3 194	2 452	2 581	2 657	2 772	2 827	2 975	2 941	3 322	2 165	2 033	4 959	2 315
6°catégorie(sans)	-	17 119	16 386	16 386	16 276	17 112	17 613	18 379	19 094	20 876	23 778	27 100	40 728	47 485	44 381	51 474

Source: Office nationales des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat.

Répartition de la capacité hôtelière par vocation

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total	54 986	55 924	57 290	60 235	62 000	64 695	65 704	70 981	75 505	77 242	72 485	73 548	77 473	82 034
urbain	26 286	26 928	27 874	29 304	29 689	30 980	30 828	32 777	32 300	33 000	33 495	35 126	35 126	48 680
Balnéaire	18 972	18 972	19 272	20 263	19 410	20 254	20 395	23 000	24 255	25 442	23 485	23 624	26 034	21 710
Saharien	5 026	5 026	5 146	5 415	7 615	7 946	8 663	9 000	9 150	9 000	7 723	7 197	8 105	4 431
Thermal	3 696	3 714	3 714	3 903	3 934	4 105	4 308	4 629	7 500	8 500	6 536	6 504	6 905	5 742
Climatique	1 006	1 284	1 284	1 350	1 352	1 410	1 510	1 575	2 300	1 300	1 246	1 097	1 225	1 411

Nombre d'établissements et de places-lits

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Hôtel et établissements assimilés	653	655	739	781	800	827	927	935	1042	1092
Places - lits	62 000	64 695	65 704	70 981	76 000	77 000	77 000	74 000	77 473	82 034
Taux d'utilisation des places - lits	32,29	33,64	34,02	37	38	40,1	41	42	58,4	67,5

المصدر: http://www.ons.dz/IMG/pdf/file__Tourisme.pdf

ونشير في الأخير وحسب ((04/2010) <http://www.tourismemagazine-dz.com/>) أن الوزارة الوصية على القطاع قامت في جانفي الفارط بالتوقيع على عقود إنجاز 80 فندق موزعة على كامل التراب الوطني للمستثمرين في مبادرة شراكة مع المهنيين و مرقى السياحة في إطار الالتزامات المتقاسمة بين القطاع العام و الخاص .

I - 2 - السياحة الجزائرية و تنوعها .

تتصف الجزائر من جنوبها إلى شمالها و من شرقها إلى غربها بطاقات سياحية كبيرة و متنوعة و متميزة ، و تصنف السياحة الجزائرية إلى عدة أنواع مختلفة من أهمها:

1 - السياحة الساحلية :

يقدر طول الشريط الساحلي الجزائري المطل على البحر المتوسط بـ 1200 كلم، حيث تتوفر الشواطئ الجزائرية على عدة مناطق هامة من الناحية البيئية، كما يحتوي الساحل على مناطق ساحلية بكثبان رملية، و مناطق ساحلية قرب الغابات، تمتد من الشرق إلى الغرب .

و تحتوي الجهة البحرية الشرقية على مرج مائية وشعب المرجان، بالإضافة إلى حظيرة قورايا التي تتوفر على مناظر رائعة، وحظيرة تازا التي تحتوي على مغارات بحرية ذات أشكال نادرة، والحظيرة الوطنية للشناوة، إلى جانب مجموعة أخرى من الجزر كجزر أجليس وجزر رشقون التي تعد مواقع بحرية هامة وقد يستفاد من السياحة الساحلية في السياحة العلاجية بمياه البحر (Thalassothérapie) .

2 - السياحة الصحراوية :

تبلغ مساحة المناطق الصحراوية في الجزائر، إلى حوالي 2 مليون كلم مربع، كما ذكرنا أنفا، موزعة على خمس مناطق كبرى في الجنوب هي: أدرار، إليزي، تمنراست، تندوف، وادي ميزاب، وهذه المناطق تمتلك مواقع ومناظر رائعة للاكتشاف، لذا أصبحت السياحة الصحراوية تكتسي أهمية بالغة، وتميزت هذه السنوات الأخيرة بتزايد السياح المتجهين نحو الجنوب للاستمتاع بالسياحة الصحراوية خاصة في الفترة جانفي-أبريل¹ .

3 - السياحة الحموية :

وهي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند المواطنين، وتمارس من أجل الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع ، و تستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب ، وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الداخلية، حيث تتوفر الجزائر على 202 منبع مائي تم إحصاؤه على مستوى التراب الوطني، وهذه المنابع مختلفة الخصائص الفيزيائية والكيميائية² ، من حيث نسبة المعادن والفوائد العلاجية وصنفت هذه الحمامات كما يلي:

- ▲ 136 منبع طبيعي - معدني ذو بعد محلي .
- ▲ 55 منبع طبيعي - معدني ذو بعد جهوي .
- ▲ 11 منبع طبيعي - معدني ذو بعد وطني .

¹ - www.algeriantourism.com/articles.

² - منى لخساف : دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 2003 ، ص 89 .

4 - السياحة المناخية :

تتمتع الجزائر بتنوع مميزاتها المناخية الأمر الذي يساعدها على تنويع خدماتها السياحية ، حيث أن المناخ السائد في الجزائر يشتمل على ثلاث أنواع :

- ✓ مناخ البحر الأبيض المتوسط شمالا .
- ✓ المناخ شبه الجاف بالنسبة للمرتفعات والهضاب العليا .
- ✓ المناخ الجاف الصحراوي بالنسبة للجنوب .

ويستفاد من السياحة المناخية في بعض الأحيان العلاج عن طريق المناخ ، وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال، والبعض الآخر قرب البحار، ونوع آخر في الصحراء، حيث عادة ما يكون للسياحة الجبلية فصل واحد إلا في بعض الجبال التي تكون لها فصل سيحي شتوي من أجل التزلج على الثلج وفصل صيفي للراحة، وأغراض أخرى ترفيهية ، في حين تتم السياحة المائية بالقرب من الأنهار والبحار والبحيرات السياحية ، إضافة إلى السياحة القروية، حيث يفضل عدد كبير من السياح الإقامة في القرى، لأنها توفر لهم الهدوء و السكنينة والطبيعة الجميلة.

5 - السياحة الثقافية والاجتماعية :

يقوم الأشخاص بزيارة و التعرف على الدول والمناطق خاصة غير المعروفة لديهم ، و المعالم المصنفة كالعصبة وتلمسان (التي تزخر بتراث إسلامي نفيس و هذه المدينة العريقة ستحتضن قريبا تظاهرة كبيرة كبر هذه المدينة حيث ستكون هذه الأخيرة عاصمة للثقافة الإسلامية سنة 2011) والمواقع الأثرية ، والمخطوطات والشعوب وعاداتها وتقاليدها، وكذلك الصناعات التقليدية التي تنتوع من منطقة لأخرى ومن بينها نجد صناعة الفخار ، صناعة الحلبي الفضية والذهبية، صناعة الزرابي ، التطريز على القماش و اللباس التقليدي الخ، والتظاهرات الثقافية المختلفة في الجزائر، تلعب دورا كبيرا في ترقية السياحة ، و جلب السياح ولا ننسى هنا نوع خاص من السياح في الجزائر الذين يأتون فرادى و جماعات ألا و هم الأقدام السود .

6 - السياحة الأثرية :

عرفت الجزائر الحضارة عبر مختلف العصور فقد عثر على بقايا وآثار نشاط إنساني تعود إلى نحو سبعة آلاف عام ق.م واحتكت بعدة حضارات سجلها التاريخ كالحضارة الفينيقية التي تعامل معها الأمازيغيون سكان الجزائر آنذاك وخضعت الجزائر في القرن السابع ق.م لحكم قرطاج ثم احتلها الرومان سنة 42 ق.م وفي عام 682م بدأ عصرها العربي الإسلامي¹ .

تتميز الجزائر بالعديد من المزايا الأثرية بفضل ما تحتويه من مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ، فكما تبينه البقايا المكتشفة في تيغنيف بالغرب الجزائري، يعود تواجد الإنسان بالجزائر إلى حوالي 500 000 سنة ، في حين أرخت الرسوم الصخرية المتواجدة بالطاسيلي إلى 5000 سنة قبل الميلاد وقد أطلقت على السكان الأصليين للجزائر عدة أسماء أشهرها " النوميديون".

¹ -http://www.patdq.com/12_5.html

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

وهذا التاريخ والحضارات المتعاقبة خلفت آثارا مختلفة، فعلى السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي نجد آثار تعود إلى عهد الرومان والعرب والمسلمين، وفي الجنوب نجد منطقة الطاسيلي و الهقار التي تعتبر كتراث ثقافي عالمي و أكبر متحف على الهواء الطلق والذي صنف من منظمة Unesco لما يحتويه من رسومات جدارية ونحوت على الحجر .

و من بين أروع المواقع الأثرية التي تتميز بجمال أطلالها و بقيمتها التاريخية و العلمية، نجد المسارح و المدن القديمة و غيرها مثل "تيمقاد"، "تيازة"، "الجميلة"، "قالمة"، "تلمسان"، " قصور أدرار" الخ، وفي ما يلي بعض الأمثلة الرائعة عن هذا الغنى.



تيمقاد

هذه المدينة التي تم تحريرها منذ 1880 و الواقعة على ارتفاع 100 متر، كانت تضم مسرحا، 14 حماما معدنيا، مقرا للسلطة، مكتبة عمومية مجهزة بقاعة مطالعة نصف-دائرية، "بازيليك مدنية" و هي بمثابة قصر عدالة، مقبرة مسيحية تضم حوالي 10.000 ضريح، أسواق و متاجر و كذا مسرحا يتسع لـ 3.500 متفرج. يعد قوس النصر الذي شيد في القرن الثاني تخليدا لانتصار تراجان على البارثيين، من أجمل الأفراس التي عرفتها الإمبراطورية الرومانية.

و كان بمعبدها المشيد على أرضية يتم يمكن الدخول إليها عن طريق سلم مكون من 38 درجة، جبهية مكونة من ستة أعمدة (تم ترميم اثنين منها). كما نجد أيضا جنوب-غرب المدينة كاتدرائية دوناتية و دير مسيحي كبير، و تكمن أصالة "تيمقاد" في ثروتها الثقافية من القرن الأول إلى القرن الثالث، كان للمدينة خبراءها المعماريين و مصمميها و فسيفسائييها النوميديين. في القرنين الثاني و الثالث، تم إنجاز ثلاث طرق، قليلة الانتظام بسبب التضاريس، و كذا أحياء جديدة و المسرح المتواجد في أسفل الربوة. و يضم متحف تيمقاد إحدى أجمل التشكيلات الفسيفسائية في الجزائر.

و استعادت المدينة مهرجانها للفن الشعبي. "عرس الأوراس" هما أسبوعان من الحفلات و المعارض الثقافية و الحرفية. كما تتمتع حياكة الزرابي في الأوراس ذات الصيت العالمي، كل الشرف الذي تستحق.



تيازة

تيازة، المعروفة بـ "درج الصنوبر"، تتمتع بسحر المدن الواقعة بين البحر و الجبال. هذه المدينة الواقعة في سفح جبل "شئوى" ذي 900 متر، المغطى بالثلوج شتاء و المنصب في شاطئ واسع، تعرضت للاحتلال منذ العصر الحجري المتوسط.

و يعتقد بتواجد سكان بمغارة "راسل" المتواجدة قرب "شئوى" منذ 12.000 سنة قبل الميلاد. و تتابعت عليها حضارات عديدة، و بفضل عمليات التنقيب الحديثة، تم اكتشاف بقايا حصن ذي أسوار و مقبرة مجهزة بمرمدة. وفي أقدم حي بتيازة، توجد "البازيليك القضاية" حيث تم اكتشاف فسيفساء العبيد الرائعة المعروضة في متحف المدينة .



الجميلة

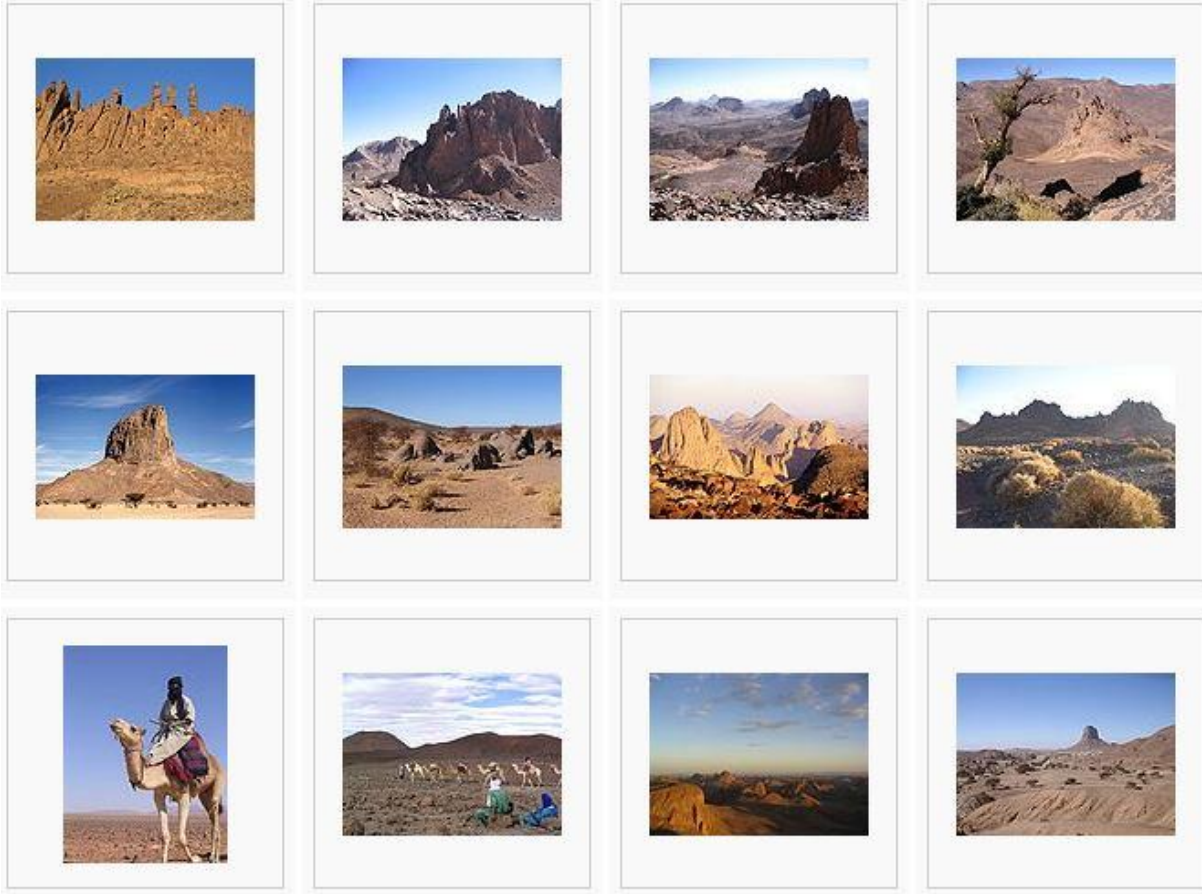
أسس الإمبراطور "نيرفا" مدينة الجميلة في شمال-شرق سطيف، على حافة جبال فرجيوة، في منتصف منحدر طفيف نحو ملتقى واديين، قرقور و بطان، حيث تتخذ الوديان ملامح مجار سيالة. تعتبر هذه المدينة، بمعابدها و مباني البازيليك الواقعة على ارتفاع 900 متر، مثالا حيا آخر عن تكيف مخططات العمران الروماني مع البيئة¹.

الهقار : وهي سلسلة جبلية شهيرة تقع في أقصى الجنوب الشرقي الجزائري (الصحراء) وهي ذات تاريخ عريق ضارب في أعماق الزمن والجداريات الصخرية القديمة تدل على ذلك.وهي منطقة معروفة عالميا بمناظرها الخلابة وسحرها الجذاب بجبال الهوقار إحدى أعلى القمم بالجزائر و هي : قمة طاهاث أتاكور 3013 م .

¹ - http://ibnbattuta-travel.blogspot.com/2009/08/blog-post_28.html

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

و توجد في الطاسلي رسومات منقوشة على جدرانها تعود إلى الإنسان القديم تدل على أنشطته اليومية وتوجد أيضا رسومات تدل على أن الصحراء كانت عبارة عن أنهار وبحار كما وجد علماء الآثار بقايا هياكل عظمية للأسماك وأدوات صيد .
بعض الصور من الصحراء الجزائرية (الطاسيلي)



المصدر :

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D8%A8%D8%A7%D9%84_%D9%87%D9%82%D8%A7%D8%B1

قائمة : تزخر مدينة قالمة بالمسرح الروماني الذي مازال قائما حتى اليوم شاهدا على ماض حافل بالأعمال العظيمة، فهذا المسرح يعد بحق تحفة فنية في الهندسة المعمارية، وتكمن أهميته خاصة في محافظته على كيانه حتى اليوم بالصورة التي كان عليها منذ آلاف السنين رغم أشغال الترميم التي طالته أكثر من مرة .

و يذكر المؤرخون أن هذا المعلم التاريخي الهام بنته ما بين القرن الثاني عشر والثالث عشر راهبة معبد المدينة، وتدعى (أنيا إيليا ريسيتوتوتا) وقد بلغت تكاليف بنائه حوالي ثلاثين ألف قطعة ذهبية، وهو على شكل نصف دائرة، ويحتوي على عدة مقصورات خصصت للأعيان وكبار موظفي الدولة، ومدرجات مخصصة لعامة الشعب، بالإضافة إلى منصة واسعة يعتقد أنها كانت مخصصة للمصارعة مع الحيوانات المفترسة، وخصوصا الأسود التي كانت موجودة بكثرة في المنطقة .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

كما يوجد به متحف يحتوي على تماثيل وفسيفساء ونقود جيء بها من المناطق المجاورة، مثل (خميسة) و(مادور) و (تبييليس التي تحتوي على مدينة أثرية تتسع لـ10هكتارات) بالإضافة إلى بعض المواقع الأثرية بقالمة.

وتمثل التماثيل أبرز محتويات المتحف، وأهمها تمثال (هركول) و (الامبراطورة) و (القاضي) وتمثالين لـ(جوبيتر) ويذكر أن رؤوس هذه التماثيل قد تمت سرقتها في منتصف التسعينيات في ظروف غامضة، ولا يزال التكتّم والغموض حتى اليوم يحيط بهذه السرقة التي طالت أهم النصب التاريخية في الجزائر، مع العلم أن المسروقات المذكورة ذات أهمية تاريخية لا تقدر بثمن، وهي من أهم النصب الأثرية في العالم، خصوصا إذا علمنا أن أحد الرؤوس المسروقة هو تمثال يمثل النسخة الوحيدة المتبقية في العالم.



أدرار (القصور) : (مثل : قصر أولاد عبد الصمد دلدول ، قصر تازولتالخ.)

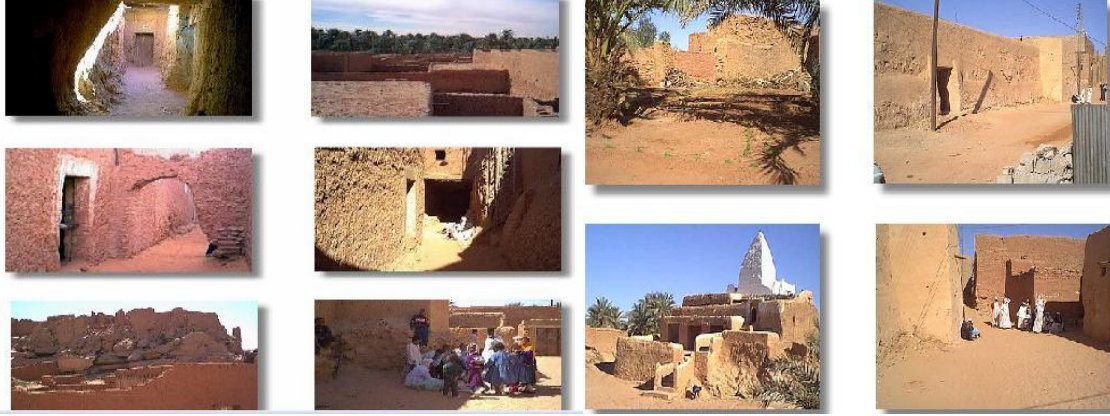
يشكل القصر وحدة معمارية - سكنية و اجتماعية و سياسية، و تتجمع المساكن داخله في شكل تراكمي متماسك فيما يشبه القلعة، تحيط به الأسوار من كل جانب، و يلاحظ أن شكل القصور و شكل بناء المساكن لم يدخل عليه أي تغيير محسوس طوال القرون الماضية، فهو في صورته الحالية امتداد لما كان عليه في الماضي.

المنازل على العموم متشابهة، و كل منزل في الغالب يتكون من طابق أو طابقين إلى ثلاثة، ذات أروقة تحيط بالساحة المكشوفة وسط الدار (الصحن)، مرفوعة على ساريات (أعمدة) من الطابق الأرضي إلى الطابق العلوي، و على جوانب هذه الأروقة الأرضية تصطف مجموعة من الحجرات حسب المساحة التي تشغلها الدار.

و القصر بكل بساطة هو عبارة عن تجمعات لبيوت متناسقة في البناء بلون بني فاتح وهي مبنية بالطين أوراق النخيل.. و يتوسط هذه البنايات سوق و مسجد والسبب في استعمال الطين يعود إلى الطبيعة القاسية .

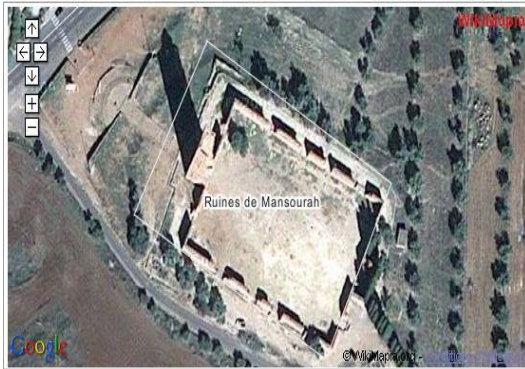
الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - ممدداتهما و تحدياتهما-

كما أنه يمنع دخول الحرارة في الصيف الساخن حيث تتجاوز درجات الحرارة في الصيف الـ 50 درجة بالإضافة إلى الزوابع الرملية ،وللقصر بابان باب أساسي لإدخال الزوار وباب خلفي يقودك إلى ساحة واسعة بها واحات النخيل.



المصدر <http://www.shababdrar.net/vb/showthread.php?s=bb1bda784f7cfcf83d449c809c0983b&t=1310>

تلمسان (المنصورة) : بفضل تاريخها العتيق كونها تزخر برمز منطقة تلمسان وهي صومعة مسجد المنصورة والذي بناه المرينيون أثناء حصار عاصمة الزيانيين تلمسان (1299-1307) وبالطبيعة الجميلة التي تمتاز بها ، وذلك بفضل تربتها الخصبة وهيمنة أشجار الزيتون والكرز على المنطقة .



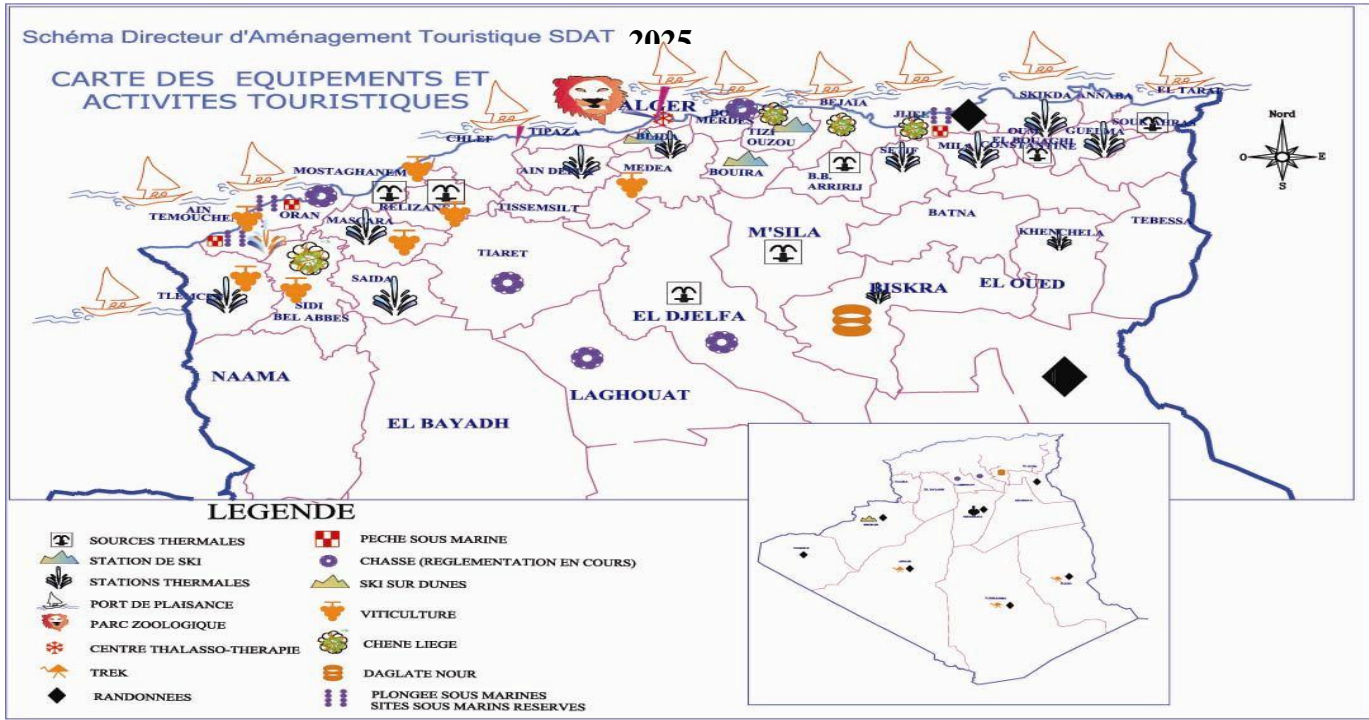
المصدر <http://wikimapia.org/7892909/ar/%D8%A7%D8%AB%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9>

7 - السياحة الدينية :

هناك العديد من المقدسات الدينية التي تزخر بها الجزائر نذكر منها مثلا : الطريق الروماني، القديس أوغستين ، الأب فوكولت التي تجذب السواح و مقابر غير المسلمين.....الخ.

والشكل الموالي يبين خريطة المرافق و النشاطات السياحية الحالية .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - مصادمتا و تحدياتها -



المصدر : وزارة السياحة وتهيئة الإقليم و البيئة و السياحة (M.A.T.E.T) ، المخطط التوجيهي لتهيئة الإقليم (S.D.A.T) .
الشكل رقم : 13 المرافق و النشاطات السياحية .

إذن بفضل امتداد المناطق السياحية من الساحل إلى الصحراء و اختلاف مناخها ، و مواردها الطبيعية، يمكن أن تتوفر للجزائر سياحة على مدار السنة : سياحة في الخريف و الشتاء و الربيع في المناطق الصحراوية و الهضاب العليا، و سياحة في فصل الصيف على الشريط الساحلي .

I - 3 - هيئات و أهم شركاء القطاع السياحي .

يكمّن دور المنظمات و المؤسسات السياحية في تنفيذ السياسة السياحية الموضوعة من طرف السلطات بمساعدة الجمعيات و الوكالات الخ و تختلف هذه المنظمات من بلد إلى آخر حسب درجة التطور به، و هذه المنظمات تعمل كلها من أجل تنشيط و ترقية السياحة، و بالنسبة للجزائر فإننا نجد:

- 1 - وزارة السياحة (MATET) : تأسست وزارة السياحة بموجب مرسوم رقم 1- 474 - 63 المؤرخ في 1963/12/20 و حددت بموجبه المهام الموكلة إليها و المتمثلة في :
 - التعريف بالمنتج السياحي الجزائري و توجيهه و ترفيقته .
 - تجسيد السياسة الحكومية في مجال السياحة .
 - إنجاز المخططات التتموية السياحية .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر- محدثاتها و تحدياتها-

2 - الديوان الوطني للسياحة¹ (ONT):

-تاريخ النشأة : أنشئ الديوان بموجب أحكام المرسوم 88-214 بتاريخ 31 أكتوبر 1988 المعدل بموجب المرسوم 92/402 بتاريخ 31 أكتوبر 1992 .

-الأهداف : ينص القانون رقم 03/01 بتاريخ 17 فيفري 2003 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة على أن الترقية السياحية تعتبر ذات منفعة عامة و تقع على عاتق الدولة، كما ينص في نفس هذه المادة على ما يلي " تنشأ هيئة عمومية تسمى الديوان الوطني تتولى مهمة تأطير الترقية السياحية و تحدد قانونها الأساسي و تنظيمها و مهامها عن طريق التنظيم ."

- التنظيم الإداري :

الديوان مؤسسة عمومية ذات طابع إداري .

تنظيم الديوان : تطبيقا لأحكام المرسوم رقم 92 / 402 بتاريخ 31 أكتوبر 1992 و خاصة المادة 14 منه، فإن الديوان يتشكل من 03 مديريات تحت رئاسة المدير العام تشمل كل من :

- مديرية التسويق و التوثيق.
- مديرية العلاقات العامة و الاتصال .
- مديرية الإدارة و الوسائل .

-التنظيم المالي :

يعتبر الديوان مؤسسة عمومية ذات طابع إداري ، و يتمتع بالاستقلالية المالية و يخضع للمحاسبة العمومية و المراقبة المالية للدولة .

تتشكل ميزانية الديوان من :

- الإيرادات .
- النفقات .

يقدم الديوان الحساب الإداري لكل سنة مالية طبقا للتنظيم .

- المستخدمين :

عدد المناصب المالية لسنة 2006 هو 111 .

¹ - [http://www.ont-dz.org/site%20-%20arabe/presentation.html\(03/2010\)](http://www.ont-dz.org/site%20-%20arabe/presentation.html(03/2010))

3 - الوكالة الوطنية للتنمية السياحية(ANDT):¹

حسب المرسوم رقم 98-70 الصادر 21 فيفري 1998 فهي مكلفة بـ :
-حماية وصيانة مناطق الاستغلال السياحي.
-اقتناء الأراضي الضرورية وتخصيصها للمشاريع السياحية.
-إجراء دراسة التهيئة للأراضي المخصصة للأنشطة السياحية الفندقية والمعدنية .

4 - المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET) :

حسب المرسوم رقم 98-94 الصادر بتاريخ 10 مارس 1998 فهي مكلفة خاصة بـ :
-إنجاز الدراسات لمعرفة الطاقات السياحية و تتميتها.
-القيام بدراسات التهيئة السياحية والمعدنية.
-مراقبة المشاريع التنموية.
-المراقبة ووضع الخبرة للمجمعات السياحية والفندقية والمعدنية.
-تأسيس بنك للمعلومات لأجل التهيئة والتنمية السياحية.

5 - اللجنة الوطنية لتسهيل الأنشطة السياحية:

أنشئت بمرسوم تنفيذي رقم 94-39 الصادر بتاريخ 25 جانفي 1994 وهي مكونة من :
-وزير السياحة أو ممثل عنه، وهو الذي يترأس اللجنة.
-ممثلين عن كل من وزير النقل، الخارجية، التجارة، الداخلية والجماعات المحلية، الصحة، الثقافة،
بالإضافة لمدير الديوان الوطني للسياحة وممثل عن مدير الأمن الوطني ومدير الجمارك.

وهي مكلفة بـ:

-اقتراح القواعد التنظيمية الضرورية لتنمية وترقية السياحة.
-تسهيل التدفقات السياحية الوطنية والدولية.
-تأمين الشروط الموافقة لدخول وإقامة وانتقال السياح.
-تسهيل الصيغ والإجراءات الواقعة بصفة مباشرة أو غير مباشرة على المنظمات السياحية والفندقية.
-تبسيط الإجراءات الإدارية لأجل انتقال السياح.
-تحسين العلاقة بين مختلف الخدمات (النقل، التكوين، الاتصالات، الأمن، ...) والأنشطة السياحية.
-حماية وتقييم الإرث الطبيعي والثقافي ، التقليدي، والتاريخي.

¹ - HACHIMI MADOUICHE: *le tourisme en Algérie -jeu et enjeux-* édition Houma,Alger.2003.P16.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

6 - الدواوين المحلية للسياحة:

الديوان المحلي للسياحة عبارة عن جمعية حسب المرسوم رقم 85-15 الصادر بتاريخ 26 جانفي 1985 ، ويوجد على المستوى الوطني 51 ديوان محلي للسياحة ، فهي مكلفة بـ :

- إعلام السياح وتنظيم الرحلات السياحية.
- عرض خدمات المرشدين المحليين.
- المساهمة في حماية وحفظ المواقع السياحية الطبيعية والتاريخية.
- المشاركة في إحياء الأعياد المحلية.
- التنسيق والتبادل مع الدواوين المحلية الوطنية والأجنبية.

وتوجد الدواوين الولائية للسياحة وتكون كوسيط بين الديوان الوطني والدواوين المحلية مهمتها:

- التنسيق بين السلطات المركزية والسلطات السياحية المحلية.
- التنسيق بين عمل الشركاء الجهويين خاصة مختلف المحطات السياحية.
- تقديم الاستثمارات فيما يخص تهيئة المناطق السياحية.

7 - مؤسسات التكوين : توجد على مستوى الوطن ثلاثة مؤسسات مختصة في التكوين السياحي، هذه المؤسسات نوضحها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم : 13 . مؤسسات التكوين السياحي.

المعهد	الطاقة	المستوى وفروع التكوين
معهد بوسعادة	300 مقعد	والطبخ – الاستقبال تقني سامي في المطاعم
معهد تيزي وزو	300 مقعد	تقني سامي في الاستقبال – المطاعم والطبخ، الحلويات، الإدارة الفندقية والسياحية.
معهد الجزائر	100 مقعد	ليسانس في التسيير الفندقي والسياحي.

أما بخصوص المدرسة العليا للسياحة¹ يفترض أن تكون أول موقع تهتم به الوزارة، فبإمكانها تكوين إطارات تتبنى قضية إنعاش السياحة الوطنية .

¹ - جريدة الخبر بتاريخ 2010-05-08 .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

فالمدرسة تقدم شهادات التخرج تحمل عبارة "مؤقتة"، أصبحت عائقا في وجه المتخرجين، حيث ترجمت ردات فعلهم في إضرابات متكررة آخرها الإضراب الذي دام أكثر من شهرين، خاصة وأن هناك تفكيراً في تحويلها إلى مدرسة دولية، حيث تم اختيار مكان إقامتها المتواجد بمدخل ولاية تيبازة، إلا أن المشروع يبقى مجمداً هو الآخر ويحتاج لإرادة سياسية للانطلاق فيه .

ومع ذلك، يبقى هذا المشروع غير كافٍ رغم تواجد بعض المدارس التكوينية على غرار الموجودة في: بوسعادة، تيزي وزو وتلمسان، وتفتقد هي الأخرى للسعة البيداغوجية، وهنا يطرح مشكل آخر وهو التكوين في القطاع، خاصة بعد إلغاء مديرية التكوين على مستوى الوزارة حسب نفس المصدر دائماً .

9-الجمعيات المهنية:

لها بعد و مجال عمل جهوي أو وطني ومن أهم هذه الجمعيات نذكر :

- (FNOT) الفيدرالية الوطنية لدواوين السياحة.
- (FNAT) الفيدرالية الوطنية لجمعيات وكلاء السياحة والسفر.
- (COT) إتحاده عملاء السياحة.
- (ANPT) الجمعية الوطنية لأجل ترقية السياحة.
- (ANDRT) الجمعية الوطنية للدفاع والتعبير عن السياحة.
- الاتحاد الوطني لوكلاء السياحة.
- جمعية الترقية المعدنية.
- جمعية المناطق المعدنية لولاية سعيدة.
- الفيدرالية الوطنية للفنادق والمطاعم.

* في الملاحق نجد قائمة للجمعيات السياحية الموجودة في الحقل السياحي الجزائري .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها -

10 - المنظمات الفندقية :¹

غداة الاستقلال كانت طاقة القطاع تقدر بـ4500 سرير متركزة بالأساس في المناطق الحضرية الكبرى الجزائر ، وهران ، و قسنطينة و أوكلت مهمة تسيير الإرث السياحي للديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT) بعد فترة وجيزة من التسيير من طرف (COGEHORE) لجنة تسيير الفنادق والمطاعم .

سنة 1968 تم إنشاء الوكالة السياحية الجزائرية (ATA) التي كانت تلعب دور وكالة السفر وتنظيم الرحلات .

وفي سنة 1970 تم إنشاء الشركة الوطنية للسياحة والفندقة تعمل على (SONATOUR) ربط ومراقبة وظائف الوحدات الفندقية والسياحية، وتم إنشاء في نفس السنة الشركة الوطنية للمحطات المعدنية العمومية،(SONATHERM) تعمل على استغلال وحدات المحطات المعدنية .

أما في سنة 1971 فتم إنشاء مؤسسة الأشغال السياحية (ETT)مكلفة بإنجاز المشاريع الاستثمارية، وتلبية احتياجات القطاع للبناء.

أما في سنة 1974 تم إلحاق المصالح التجارية للشركة الوطنية للسياحة والفندقة بالوكالة الجزائرية للسياحة.

وفي سنة 1976 تم إنشاء الشركة الوطنية للسياحة (ALTOUR) وتم إلحاق بها مهام كل من الشركة الوطنية للسياحة والفندقة والوكالة الوطنية للسياحة.

وفي عام 1980 تم إنشاء أربع مؤسسات وهي:

- ◆ الشركة الوطنية للسياحة (ALTOUR) مهمتها تسيير المؤسسات السياحية البحرية والفنادق الصحراوية.
- ◆ المؤسسة الوطنية للفندقة الحضرية (SNHV) لتسيير الفنادق الحضرية.
- ◆ الشركة الوطنية للمحطات المعدنية.
- ◆ الديوان الوطني للمؤتمرات والمحاضرات (ONCC) .
- ◆ المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية.
- ◆ الديوان الوطني الجزائري للسياحة لإنتاج المعدات وترقية السياحة .

¹ - Hachimi Madouche , op-cit , P 23-24.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

و في سنة 1983 تم حل هذه المؤسسات وعادة هيكلتها إلى 18 مؤسسة تسيير فندقي وسياحي (EGT) ou (EGH) .
في قطاع السفر و الرحلات يضم القطاع العمومي كل من :

❖ الديوان الوطني الجزائري للسياحة(ONAT):

أنشئ الديوان الوطني الجزائري للسياحة سنة 1962 ، ويعتبر أول متعامل سياحي جزائري يدخل في عضوية العديد من المنظمات والهيئات السياحية الدولية منها :

المنظمة الدولية لوكالات السفر،(WATA)، الفيدرالية العالمية لجمعيات وكالات السفر (FUVAV) ، المكتب الدولي للسياحة الاجتماعية(BITS) والمنظمة الدولية للنقل الجوي.

ويتكون الديوان من خمسة وحدات جهوية تتمثل في:
الجزائر بالنسبة للوسط، وهران بالنسبة للغرب، عنابة بالنسبة للشرق، وغرداية بالنسبة للجنوب الشرقي وأخيرا تيميمون بالنسبة للجنوب الغربي.

وهي تملك شبكة للتوزيع تتكون من 35 وكالة، وقد كان لهذه المؤسسة دور في عودة التدفق السياحي من خلال المنتجات التي تقدمها2 ، وتتلخص مهام الديوان الوطني الجزائري للسياحة فيما يلي:

- تصميم وترقية وتسويق المنتج السياحي الوطني على المستويين الوطني والدولي.
- استقبال ونشر المعلومات السياحية.
- تنظيم الدورات و الرحلات السياحية.
- توفير عوامل الترقية السياحية (وسائل الإعلام والإشهار والتظاهرات ..)
- وضع برامج للترفيه والتنشيط.
- ضمان الأمن والحماية للسياح أثناء تنقلهم وإقامتهم وتوفير أسباب الراحة والتمتع.

❖ النادي السياحي الجزائري(TCA):

- من مهام النادي السياحي الجزائري الرئيسية ما يلي:
- المساعدة في تنمية السياحة بالجزائر.
- تنظيم الرحلات بهدف التعريف بالبلد.
- بيع وحجز تذاكر السفر.
- تقديم المساعدة للسياح الراغبين في زيارة الجزائر.
- المساهمة في حماية وحفظ المواقع السياحية.
- نشر أو المساهمة في نشر المطبوعات للإعلام السياح .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

و بخصوص الوكالات السياحية الخاصة فهي مؤسسات وظيفتها الأساسية الوساطة بين مقدمي المنتجات السياحية والسياح .

وقد عرف القانون الجزائري هذه الوكالات كما يلي :
"كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا، يتمثل في البيع بصفة مباشرة وغير مباشرة رحلات و إقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها" ... (المادة 03 من القانون 99-06).

وما يميز الوكالات السياحية أنها متعددة الأنشطة، فهي تقوم بما يلي :
-بيع منتجات مقدمي المنتجات السياحية.
-بيع تذاكر النقل البري، البحري، وخاصة الجوي.
-تأجير السيارات للسياح.

ويصل عدد الوكالات السياحية إلى حوالي 30.000 وكالة عبر العالم تتوزع كما يلي:
70% بأوربا، 14 % بأمريكا الشمالية، 8 % بآسيا، 4 % بأمريكا اللاتينية، 4% بإفريقيا والشرق الأوسط ، ويبلغ عددها في الجزائر حوالي 500 وكالة¹.

◆ في آخر هذا العمل تجدون مرفقا في الملاحق قائمة لبعض الوكالات السياحية في عينة من ولايات القطر الوطني .

¹ - بزة صالح : تنمية السوق السياحية بالجزائر دراسة حالة ولاية المسيلة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006

II - لمحة عن تعاقب السياسات السياحية في الجزائر .

نتناول بإيجاز تطور النشاط السياحي في الجزائر عبر مراحل معينة مرت بها ونتطرق بداية بالمرحلة الاستعمارية و ما ورثته الجزائر غداة الاستقلال .

II - 1 - مرحلة ما قبل الاستقلال و ميراث المحنل الأجنبي :

بوادر النشاط السياحي في الجزائر تعود إلى سنة 1897 عندما تكونت اللجنة الشتوية للسياحة، و التي قامت بجلب العديد من السواح الأجانب خاصة الأوربيين وذلك لزيارة الصحراء الجزائرية ثم أنشأت السلطات الاستعمارية هيئات أخرى تسعى من أجل نفس الغرض منها :

- ◆ نقابة سياحية في مدينة وهران سنة 1914 .
- ◆ نقابة سياحية في مدينة قسنطينة سنة 1916 .
- ◆ لجنة سياحية لحل مشاكل السواح وتنسيق الأعمال السياحية .

وفي سنة 1919 تكونت اتحادية النقابات السياحية التي تحتوي على عشرين نقابة سياحية، ثم أنشئت في نفس السنة الاتحادية الفندقية بالجزائر .
ثم في سنة 1928 تم إنشاء القرض الفندقي وهو مختص في منح القروض للمهتمين بالمجال السياحي .

وبعدها تم إنشاء الديوان الجزائري للعمل الاقتصادي والسياحي سنة 1931 ، والذي لم يتوقف عن النشاط السياحي حتى الاستقلال .

وقدر عدد السياح الذي وفد على الجزائر سنة 1950 ب 150 ألف سائح¹ ، ثم سجل انخفاض في هذا العدد في سنوات حرب التحرير، وأمام هذا التدفق الكبير لعدد السياح وإدراك السلطات الاستعمارية لأهمية القدرات السياحية في الجزائر، قامت بوضع برنامج موسع يهدف إلى توسيع قدرات الاستقبال وتجهيزها، ففي مخطط قسنطينة لسنة 1957 سطرت الحكومة الفرنسية بناء 17200 غرفة سياحية 17 % منها موجودة بالجزائر العاصمة و 1130 غرفة في المحطات المعدنية والمناخية والباقي موزع بين مناطق حضرية و صحراوية، لكن هذا البرنامج لم يتم إنجازه كليا بسبب تكثيف العمليات الحربية من قبل جيش التحرير .

بعد الاستقلال تركت السلطات الفرنسية 5622 سرير موزعة كما يلي:

- 50% للسياحة الشاطئية .
 - 40% للسياحة الحضرية .
 - 08% للسياحة الصحراوية .
- وبمغادرة المستعمرين تركت هذه المنشآت في حالة متدهورة .

¹ - Heddar Belkacem, *Rôle socio-économique du Tourisme - cas de l'Algérie-* (Alger : Edition ENAP/ENAL/OPU, 1988).

II - 2- وضعية السياحة خلال الفترة (1962-1980)

عرفت هذه الفترة إعداد برنامج عمل من خلال ميثاق 1966 وثلاثة مخططات للتنمية السياحية هي :

- ❖ المخطط الثلاثي 1967-1969 .
- ❖ المخطط الرباعي الأول 1970-1973 .
- ❖ المخطط الرباعي الثاني 1974-1977 .

أولا : ميثاق السياحة 1966 .

في الفترة 1962-1966 بقيت الدولة مهتمة بتقديم و تقويم الموارد السياحية ، و في سنة 1966 حاولت الجزائر تنظيم قطاع السياحة حيث صدر في هذا الشأن الأمر 62/66 المؤرخ في 1966/03/26 ، وكان يتضمن ذلك الأمر على العموم ما يلي :

- ✓ اهتمام السلطات العمومية بإدراج النشاطات السياحية بشكل منسجم ضمن تهيئة الإقليم .
- ✓ برنامج تثمين وتنمية الموارد السياحية .
- ✓ تنظيم المناطق السياحية و حمايتها .
- ✓ جذب العملة الصعبة.
- ✓ خلق مناصب شغل.
- ✓ التعريف بالجزائر في السوق العالمي للسياحة.
- ✓ ومن أجل بلوغ هذه الأهداف فإن الميثاق حدد الشروط الفورية للتنمية السياحية وهي كما يلي:
- ✓ وجود مواقع طبيعية بشروط مناخية موافقة.
- ✓ تنوع ثقافي، تاريخي، أثار ، تقليدي ، فلكوري وديني.
- ✓ توفر الوسائل الإقامة ووسائل الاتصالات والنقل.
- ✓ ضرورة تكوين الموظفين.
- ✓ سياسة سعرية مناسبة.
- ✓ التسهيلات المختلفة (تسهيلات إدارية ، أسعار صرف موافقة،... الخ).
- ✓ اتفاقيات إشهارية فعالة.
- ✓ استقرار اجتماعي وسياسي يضمن أمن السياح.
- ✓ حسن استقبال السكان المحليين.

و تم تحديد البنى التحتية الواجب استحداثها آنذاك وتمثلت أساسا في اختيار مناطق التوسع السياحي .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

و شملت أولى مناطق التوسع السياحي في تلك الفترة ثلاث مناطق هي :

- منطقة غرب العاصمة : موريتي ، سيدي فرج ، تيارزة .
- منطقة وهران : الأندلسيات .
- المنطقة الشرقية : الحماديت ، سرايدي ، القالة .

بالإضافة إلى إصلاح حوالي 20 حمام معدني .
ولكن و لعدة أسباب، منها نقص التنظيم التشريعي المنظم و المسير للقطاع ،
و كفاءات المشرفة عليه بالإضافة إلى الظروف و التوجهات السياسية آنذاك لم تمكن من
تحقيق البرنامج المسطر بكامله .

ثانيا : المخطط الثلاثي (1967-1969).

هذه المرحلة لم تعرف فيها السياحة اهتماما كبيرا و لم تعطى لها الأولوية في
البرنامج التنموي للبلاد ، و هذا ما يبينه الجدول التالي من خلال قيمة الاستثمارات
المخصصة لكل قطاع .

الجدول رقم : 14 توزيع الاستثمارات على القطاعات خلال المخطط الثلاثي 67-69

القطاعات	المبلغ لكل قطاع "مليون دج"	النسبة المئوية
الصناعة	5400	48.74
الزراعة	1869	16.87
الهياكل الأساسية	1124	10.14
التربية	912	8.23
السكن	413	3.72
السياحة	282	2.54
التكوين	127	1.14
الضمان الاجتماعي	295	2.66
الإدارة	441	3.98
متفرقات	215	1.94
المجموع	11078	100

المصدر : بودي عبد القادر : أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر"
السياحة بالجنوب الغربي"، أطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر ، 2006 ، ص99.

و برمجت الدولة إنجاز 13081 سرير لم يتحقق منها على أرض الواقع سوى 22.5 %
والجدول أدناه يبين لنا هذا البرنامج من أجل تنمية قدرات الاستقبال .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر- ممدداتهما و تحدياتهما-

الجدول رقم : 15 حصيلة برنامج الاستثمارات خلال المخطط.67-69.

الأنواع المقررة	عدد الأسرة المقررة	النسبة المئوية	عدد الأسرة المنجزة	النسبة المئوية	العجز في عدد الأسرة	العجز بالنسبة المئوية
الشاطئ	6766	51.7	2406	35.5	4360	64.5
الحضري	1650	12.6	254	15.4	1396	84.6
الصحراوي	1818	13.9	286	15.7	1532	84.3
المعدني	2847	21.8	0	0	2847	100
المجموع	13081	100	2946	22.5	10135	77.5

المصدر : نفس المصدر السابق.

من خلال الجدول نلاحظ بأن الأولوية في الإنجاز أعطيت للمحطات الشاطئية بنسبة 35.5 % أي 2406 سرير، وفي نهاية البرنامج سجل عجز كبير قدر ب 10135 سرير أي بنسبة 77.5 % .

ثالثا: المخطط الرباعي الأول (70-73).

كان هدف هذا المخطط هو رفع قدرات الإيواء بإنجاز 35000 سرير ، وهذا لتلبية متطلبات السياحة على الصعيد الوطني أو الدولي .
وفي نهاية المخطط تم إنجاز 9000 سرير و قدر العجز ب 26000 سرير بنسبة 74.29 % . (أنظر الجدول الآتي) .

الجدول رقم : 16 عدد الأسرة المنجزة خلال الرباعي الأول حسب نوع المنتج السياحي.

نوع المنتج	الشاطئ	الصحراوي	الحضري	المناخي	المعدني	المجموع
عدد الأسرة	4300	1250	710	300	300	6860
النسبة المئوية	62.68	18.22	10.34	04.37	04.37	100

المصدر : نفس المصدر السابق .

وقد نال هذا القطاع حظه من التهميش دائما ، إذ خصص له ما يعادل 2.5 % من إجمالي الاستثمارات كما نبينه في الجدول التالي :

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر- محدثاتها و تحدياتها-

الجدول رقم : 17 توزيع الاستثمارات على القطاعات خلال المخطط الرباعي الأول 70-73 .

المبلغ لكل قطاع " مليون دج "	القطاعات
12400	الصناعة
4140	الزراعة
2307	الهيكل الأساسية
2718	التربية
1520	السكن
0700	السياحة
0585	التكوين
0934	الضمان الاجتماعي
0870	الإدارة
0800	النقل
0760	متفرقات
27736	المجموع

المصدر : نفس المصدر السابق .

رابعا: المخطط الرباعي الثاني (74-77).

تزامن هذا المخطط مع ارتفاع أسعار البترول في الأسواق العالمية, إلا أن القطاع السياحي بقي مهماشا كما كان عليه في المخطط السابق و انخفضت الاستثمارات المخصصة له من 2.5 % من مجموع الاستثمارات في المخطط الرباعي الأول إلى 1.4 % و كان من بين أهدافه :

- انجاز 25000 سرير.
- تكملة المشاريع المسجلة و في طريق الانجاز و المتبقية من المخططات السابقة.
- توسيع السياحة البحرية و الحموية و الصحراوية.
- توسيع شبكة الفنادق الصحراوية في الواد، بسكرة ، بشار، و تمراست التي استفادت بتسجيل و انجاز فندق الطاهات بطاقة استيعاب 300 سرير.
- تلبية الاحتياجات و الطلبات و تشجيع السياحة الداخلية للطبقات العمالية و المتوسطة ، و هذه الأهمية المعطاة للسياحة الداخلية أو ما يسمى الشعبية منصوص عليها في الميثاق الوطني في سنة 1976.¹
- إيجاد صيغ جديدة للمنشآت السياحية الداخلية كالمخيمات و القرى العائلية و جعل هذه السياحة أداة للتنمية الاقتصادية و الاجتماعية.
- ترقية الحرف التقليدية و الحفاظ عليها من الاندثار.
- تطوير السياحة الخارجية و جعلها أكثر ملائمة مع متطلبات السياح.
- تشجيع المبادرات الخاصة بخصوص الاستثمار في القطاع السياحي من طرف الخواص.

¹ - HACHIMI MADOUCHÉ:op cit,p 61.

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - ممدداتهما و تحدياتهما-

و نوضح في الجدولين التاليين توزيع الاستثمارات و طاقات الإيواء المنجزة في هذا المخطط.

الجدول رقم : 18 توزيع الاستثمارات على القطاعات خلال المخطط الرباعي الثاني 74-77 .

النسبة المئوية	المبلغ لكل قطاع' مليون دج "	القطاعات
43.5	48000	الصناعة
10.9	12005	الزراعة
04.2	4600	المياه - الري
01.4	1500	السياحة
0.1	0155	الصيد
14	15500	البنية الاقتصادية
09	9947	التربية التكوين
13.3	14610	الشؤون الاجتماعية
1.3	1399	الإدارة
2.3	2520	دراسات مختلفة
100	110236	المجموع

الجدول رقم : 19 عدد الأسرة المنجزة خلال الفترة 74-78 حسب نوع المنتج السياحي.

نوع المنتج	الشاطئ	الصحراوي	الحضري	المناخي	المعدني	المجموع
عدد الأسرة	4300	800	2620	300	1700	8820
النسبة المئوية	38.54	09.07	29.70	03.04	19.27	100

المصدر : نفس المصدر السابق.

وخلال سنة 1978 فقد بلغ مقدار الاستثمارات المخصصة لها ب 328.5 مليون دج بحيث تم إنجاز 860 سرير .

لقد شهدت الفترة من 1970 إلى 1978 استقرارا نسبيا في عدد السياح حيث تراوح عددهم ما بين 220 ألف سائح إلى 260 ألف سائح أجنبي أما في تونس فقد بلغ عددهم 1.140 مليون سائح ، ومنه يتضح مدى الاهتمام بالقطاع السياحي بتلك البلدان السياحية المغربية وما توفره من هياكل الاستقبال وخدمات مرافقة والمهنية السياحية وتفعيل عوامل الجذب السياحي لكل بلد.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

II - 3 - برنامج النشاط السياحي منذ 1980 إلى غاية 1990 .
تميزت هذه الفترة ببداية عهد الإصلاحات الاقتصادية و عرفت إعداد وتنفيذ مخططين خماسيين هما:

- المخطط الخماسي الأول 80-84 .
- المخطط الخماسي الثاني 85-89 .

كما عرفت أيضا صدور الميثاق الوطني لسنة 1986 والذي أكد ما جاء به الميثاق الوطني لسنة 1976 ، وبالتالي فإن هذا الميثاق أكد على تنمية السياحة الداخلية الجماعية والتي يرمى فيها تلبية رغبات المواطنين وعائلاتهم و خاصة الشباب مع توسيع مهام السياحة من خلال ترقية الثقافة ، و الصناعة التقليدية المحلية ، و الميراث الوطني بصفة عامة¹.

أولاً : المخطط الخماسي الأول 80-84 .
كانت تدور العمليات الأساسية لهذا المخطط حول:

- ✓ برمجة الفنادق الحضرية .
- ✓ توسيع الفنادق الصحراوية .
- ✓ توسيع المحطات المعدنية .
- ✓ تهيئة مناطق التوسع السياحي والمشاريع المستقبلية واعتمادها من طرف المتعاملين الآخرين (جماعات محلية، قطاع خاص).

أما بخصوص الميزانية المخصصة في هذا المخطط الخماسي فقدرت ب 3400 مليون دينار برمجت من أجل تغطية تكاليف المشاريع السابقة وإنجاز المشاريع الجديدة من أجل بلوغ طاقة إيوائ قدرها 51000 سرير ، منها :

- 25000 سرير قيد الإنجاز .
- 12 000 سرير ما تبقى إنجازهم والتابعة لمخططات التنمية السابقة .
- 14. 000 سرير جديد والمقررة في هذا المخطط .

تتوزع هذه الأسرة حسب نوعية المنتجات كما يبينه الجدول التالي :

¹ - HACHIMI MADOUCHE:op cit,p 63.

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - ممدداتهما و تحدياتهما-

جدول رقم : 20 توزيع المشاريع السياحية المخطط الخماسي الأول حسب نوع المنتج .

نوع المنتج	الشاطئ	الصحراوي	الحضري	المناخي	المعدني	المجموع
عدد المشاريع	02	01	09	05	40	89
النسبة المئوية	3300	2350	1650	1150	1200	16550

و خلال هذا المخطط صدر القانون 11/82 المؤرخ في 20 أوت، و يعتبر الأول من نوعه لينظم تدخل القطاع الخاص على أن يكون مكملا للقطاع العمومي و مصدر لخلق مناصب الشغل و امتصاص البطالة.

و لكن المخطط تزامن مع أزمة انخفاض أسعار البترول التي أثرت بشكل مباشر على موارد الدولة من العملة الصعبة مما كان لها عائقا في تمويل المشاريع المبرمجة وكانت السياحة ضحية الاختيارات الإستراتيجية للدولة، إضافة إلى التغيير الحاصل في الوصاية حيث انتقلت مؤسسة الأشغال السياحية إلى وزارة العمران و البناء و الإسكان في 1 جانفي 1983 و تم إعادة هيكلتها إلى أربع مؤسسات جهوية¹.

ثانيا: المخطط الخماسي الثاني 85-89 .

في هذا المخطط أعطيت الأولوية للسياحة الداخلية، مع الشروع في برامج خاصة لاستقبال السياح الأجانب، وتمحورت أهداف هذا المخطط من أجل² :

- متابعة سياسة التهيئة السياحية .
- تطوير الحمامات المعدنية والمراكز المناخية .
- برمجت إنجاز مشاريع سياحية جديدة خاصة في الولايات المنبثقة عن التقسيم الإداري لسنة 1984 .

وكانت احتمالات الإنجاز لهذه الفترة كما يلي :

♣ سنة 1985 برمجت فيها المشاريع التالية :

إعادة تحريك المشاريع قيد الإنجاز .

توسيع العديد من الفنادق، كفندق بني عباس، تميمون، حمام بوغرارة، بجاية، ومسيلة .

♣ سنة 1986 من المقرر أن يتم فيها:

إنجاز مشروع خاص بالمنتج المناخي محطة تيكجدة 1000 سرير .

إنشاء 600 سرير بوهران (فندق الشاطوناف).

¹ - منى لخساف :دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 2003، ص 54 .

² -Conseil national économique et social(CNES), rapport " contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme, Alger, Novembre 2000, P.35.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

◆ سنة 1987 من المقرر أن يتم فيها:

- إنجاز فندق ب 300 سرير بمدينة جيجل .
- إنجاز فندق ب 300 سرير بمدينة أرزيو 300 .
- برنامج تجديد بعض الوحدات الصحراوية .

◆ سنة 1988 برمج فيها إنجاز 4 مشاريع :

- فندق بمدينة غرداية 600 سرير .
- فندق بمدينة الوادي 300 سرير .
- مركب سياحي في سوق الإثنين 444 سرير .
- توسيع الفنادق السياحية بتيميمون 120 سرير .

لقد كانت هذه المرحلة بداية للإصلاحات وإعادة هيكلة المؤسسات السياحية ولا مركزيتها مما أدى إلى ظهور شركات ودواوين جديدة أهمها :

أ - الشركة الوطنية للتور (S.N. Altour) و مقرها تيبازة و الموكل إليها تسيير المنشآت الشاطئية و الصحراوية.

ب - الشركة الوطنية للفندقة الحضرية (S.N.H.U) و مقرها بالمدينة و تتكفل بالفندقة الحضرية و تطويرها و تسييرها.

ت - الشركة الوطنية للدراسات السياحية (E.N.E.T) .

ث - الديوان الوطني الجزائري للسياحة (O.N.A.T) .

ج - الديوان الوطني للندوات و المؤتمرات (O.N.C.C) .

و قد صدر القانون 25/88 المؤرخ في 12 جويلية 1988 المتعلق بتوجيه الاستثمارات الاقتصادية الوطنية الخاصة ليعطي دفعا جديدا للنشاط السياحي و دخول المتعاملين الخواص الذي يعول عليهم لتخفيف الأعباء على الدولة و خاصة بعد انخفاض أسعار البترول و قلة الموارد المالية و ازدياد أعباء المديونية.

و عرف القطاع الخاص تحقيق طاقة إيواء تقدر ب 22160 سرير من مجموع 48300 سرير أي بنسبة 46 % من طاقة الاستقبال الوطنية و هذا في نهاية 1989 و بلغت طاقة الاستقبال الصحراوية نهاية 1989 حوالي 6331 سرير منها 2250 تابع للقطاع الخاص و شكلت الفندقة الحضرية ما يقارب نصف الطاقة الإجمالية أي 46.87 % .

و يمكن تفصيل طاقة الإيواء هذه حسب نوع المنتج كما يلي :

- منتج حضري 22428 سرير
- منتج شاطئي 13327 سرير
- منتج مناخي 6331 سرير
- حمامات 5116 سرير
- منتج صحراوي 1130 سرير

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

و لكن هذه الانجازات لم تكن كما قرر لها، و بقيت الجزائر تعاني من عجز في طاقة الاستقبال و الإيواء إذا ما قارناها بالتدفقات السياحية المقدره سنويا ما يقارب 300000 سائح و خاصة سنة 1986 التي شهدت أكبر تدفق سياحي قدر ب 1.200000 سائح منهم 653 ألف أجنبي

و رغم ما شهدته الجزائر في هذه المرحلة من تغيرات هيكلية و تنوع للأهداف و إقرار للبرامج بهدف تنشيط القطاع السياحي، إلا أن كل المؤشرات تدل على أن القطاع لم يرقى إلى النتائج المرجوة منه و هذا يظهر من خلال المؤشرات التالية:

- انتقل عدد السياح الأجانب في الجزائر من 260000 سائح سنة 1978 إلى 661000 سائح سنة 1989 بينما انتقل عدد السياح في المغرب لنفس الفترة من 1.477 مليون سائح إلى 3.2 مليون سائح¹.

- بالنسبة للمداخل فقد قدرت المداخل الجزائرية سنة 1976 ب 88 مليون دولار و انتقلت إلى 104 مليون دولار سنة 1986 (أنظر الجدول رقم 21) بينما انتقلت في المغرب و لنفس الفترة من 386 مليون دولار إلى 800 مليون دولار.

- و بخصوص طاقة الإيواء فقد انتقلت من حوالي 6000 سرير بعد الاستقلال إلى ما يقارب 50 ألف سرير 1989 و هذا ما يدل على عدم إنجاز كل المشاريع المقررة في المخططات، و ضعف وتيرة الانجاز حيث آل مخطط يأتي ببرنامج لتكملة سابقه .

- كما أن سياسة تشجيع السياحة الشعبية في فترة الثمانيات أدى إلى استغلال الفنادق من طرف السياح المحليين و العائلات الجزائرية و هذا أدى على غلق الباب أمام السياح الأجانب بسبب ضعف طاقة الإيواء مما تسبب في تغيير وجهة السياح و اغلبهم من فرنسا و اسبانيا و هولندا إلى دول الجوار التي كانت توفر شروط إقامة تليق بهم .

1 - التقرير الإحصائي حول السياحة في الجزائر: وزارة الثقافة و السياحة ، سنة 1987 .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها -

جدول رقم 21 :

تطور الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة في الجزائر خلال الفترة 85-89.

الوحدة: مليون

السنوات	الإيرادات بالدولار الأمريكي	الإيرادات بالدينار الجزائري
1985	91	460
1986	104	489
1987	101	487
1988	85	502
1989	95	720

المصدر: ONS 1992

وفقا للجدول أعلاه نلاحظ بأن الإيرادات السياحية عرفت تراجعا بداية من 1987 في حين الإيرادات بالدينار الجزائري شهدت تزايدا مستمرا ، و يرجع ذلك أساسا إلى تراجع قيمة العملة الوطنية .

وتعود أسباب عدم نجاعة الإجراءات المطبقة و السياسة المنتهجة إلى ما يلي :

- ارتفاع عدد العمال الإداريين حيث مثلوا 24 % بينما المقاييس العالمية لا تسمح إلا بـ 7 %¹ .
- النقص الفادح في توظيف العنصر النسوي و إشراكه في القطاع .
- قلة التكوين .
- ضعف تأهيل العمال وعدم مواكبة و المساهمة في تطوير القطاع و متابعة التطورات التي يعرفها و بالتالي إمكانية التماشي معها .

II - 4 - السياحة خلال فترة الانتقال إلى اقتصاد السوق 1990-2000.

عرفت الجزائر في هذه المرحلة تطورات جذرية في كل القوانين و التنظيمات التي تسيير الاقتصاد الوطني و انتقلت من التسيير المركزي و المخطط المعتمد أساسا على القطاع العام إلى التسيير اللامركزي و فتح المجال أمام القطاع الخاص الوطني و الأجنبي و خصوصية الشركات الوطنية مما استلزم وضع قوانين و ميكانيزمات جديدة تسيير التوجهات الجديدة و منها ما يتعلق بالقطاع السياحي نذكر منها :

1 - بودي عبد القادر : أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر" السياحة بالجنوب الغربي"، أطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر ، 2006 ص 108 .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

❖ قانون النقد و القرض لسنة 1990: كرس هذا القانون مبدأ حرية الاستثمار الأجنبي في جميع النشاطات الاقتصادية عدا تلك المحمية من طرف الدولة و المعتبرة قطاعات إستراتيجية مع مراعاة حاجيات الاقتصاد الوطني من حيث :

- توفير مناصب الشغل .
- التكوين وتحسين كفاءة المستخدمين .
- التقييد بالعلامات التجارية المسجلة و العلامات المحمية في الجزائر للاتفاقيات الدولية .

ويسمح هذا القانون بتحويل رؤوس الأموال و الفوائد المتعلقة بالاستثمارات الأجنبية، وكان هذا أولى بادرة لإنشاء بنوك أجنبية بالجزائر في إطار الشراكة.

❖ قانون ترقية الاستثمار لسنة 1993 :
في ظل تجسيد الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت فيها الجزائر وتكريس قواعد اقتصاد السوق جاء هذا القانون المتعلق بترقية الاستثمار ، وكانت من أبرز مبادئه :

- إلغاء التفرقة بين المستثمر الأجنبي والمحلي.
- حرية الاستثمار .
- ضمان تحويل رؤوس الأموال للمتعاملين الأجانب .
- حماية الملكية الخاصة.
- العمل بإجراءات التحكيم العالمية.
- إنشاء وكالة وطنية لرقابة و حماية الاستثمار APSI المكلفة بكل الشكليات و الهيئات المتعلقة بإنجاز المشاريع وكذا التعريف بالمزايا الجمركية و الضريبية المتعلقة به .

ومن المزايا التي جاء بها القانون ما يلي:

- 1-الإعفاء الكلي من الضريبة من 2 إلى 10 سنوات.
- 2-حرية الاستثمار الفردي والجماعي والشراكة.
- 3-الإعفاء الكلي من الرسم على القيمة المضافة والدفع الجزافي.
- 4- تكفل الدولة بأشغال الهياكل القاعدية اللازمة لانجاز المشاريع في بعض المناطق ومنها الجنوب الكبير.
- 5-تخفيض الرسوم الجمركية إلى 3% على السلع المستوردة التي تدخل في انجاز المشروع.
- 6-إعفاء من الضريبة على أرباح الشركات .

و رغم كل هذه الامتيازات و الإصلاحات و القوانين لكنها لم تجدي نفعا للقطاع السياحي، حيث لم تسجل إلا ستة مشاريع ذات طبيعة سياحية من سنة 1994 إلى 1996 و هذا يعود إلى الظروف التي اجتازتها الجزائر، خاصة الأمنية، و عدم الاستقرار السياسي .

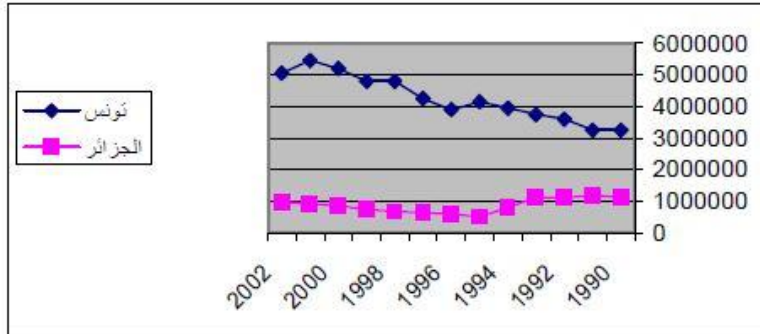
الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - ممدداتهما و تحدياتهما-

و في ظل هذه الوضعية عرف القطاع السياحي تدهورا لم يشهده من قبل حيث انخفض عدد السياح الأجانب من 685800 إلى 93491 سائح سنة 1996 مما لم يشجع المستثمرين على المغامرة بأموالهم و الاستثمار في القطاع نتيجة المستقبل المجهول و تعرض المنشآت السياحية خاصة للتخريب و الحرق.

الجدول رقم : 22 عدد السياح خلال التسعينات.

السنوات	أجانب	جزائريين مقيمين بالخارج	المجموع
1990	685815	511103	1136918
1991	722682	470528	1193210
1992	624096	495452	1119548
1993	571993	555552	1127545
1994	336226	468487	804713
1995	97648	421916	519576
1996	93491	511477	604968
1997	94832	539920	634752
1998	107213	571234	678448
1999	147611	607675	755268

الشكل : تطور عدد السواح القادمين إلى كل من تونس و الجزائر خلال الفترة 1990-2002



المصدر: ساهل سيدي محمد، "السياحة و أهمية التسويق السياحي حالة السياحة في الجزائر" في مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة باتنة. العدد 10، جوان 2004 ، الجزائر، ص 73.

الشكل رقم : 14

و بخصوص طاقة الإيواء، فقد شهدت ارتفاعا محسوسا كان أغلبه نتيجة انتهاء الأشغال لبعض المشاريع التي كانت في طريق الانجاز سواء في القطاع العام أو تلك المشاريع التي دخلت في إطار الخصوصية ، و يوضح الجدول التالي تطور طاقة الإيواء من 1991 إلى 2000 .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

الجدول رقم : 23 تطور طاقة الإيواء من 1991 إلى 2000 .

السنة	1991	1993	1995	1996	1997	1998	1999	2000
عدد الاسرة	54986	57290	62000	64695	65704	70505	76000	77242

المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات – وزارة السياحة .

و تميزت هذه المرحلة بعرض عدة مؤسسات سياحية للخصوصة سواء تلك التي في حيز الاستغلال أو في طريق الانجاز وصل عددها إلى 60 مؤسسة فندقية و 7 محطات معدنية ، إلا أن عملية الخصوصية لم تكن ناجحة للأسباب التالية:

- عدم توفر عقود الملكية للعديد من المؤسسات.
- الأسباب الأمنية كانت عائقا أمام المستثمرين الخواص و الأجانب.
- نقص التشريعات القانونية و كثرة الإجراءات الإدارية.
- مبلغ العرض الضخم بالمقارنة مع مر دودية هذه المؤسسات و وضعيتها المتدهورة.
- كثرة المتدخلين في عملية الخصوصية (الحكومة-مجلس الخصوصية -المجلس الوطني لمساهمات الدولة -الشركات القابضة -الجنة المحلية للخصوصة...) هذه الأطراف كلها عقدت من التسريع في عملية الخصوصية.
- قلة الموارد المالية لتأهيل المؤسسات الفندقية حتى تدخل في عروض للبيع و الخصوصية.

و يمكن أن نرجع أسباب عدم ارتقاء السياحة في الجزائر خلال المراحل الفارطة و عدم إعطائها العناية الكافية إلى ما يلي¹:

- 1 - عدم تحديد المهام التي كان على هذا القطاع تحقيقها بوضوح .
- 2-لم تخصص له الاعتمادات المالية الكافية .
- 3- لم كن هناك سياسة تكوين للإطارات المشرفة على هذا القطاع .
- 4- نقص المدارس والمعاهد ومراكز تكوين إطارات السياحة .
- 5- غياب اليد العاملة المتخصصة و المؤهلة.
- 6- التوتر الذي عرفته البلاد في العشرية الأخيرة.
- 7 - غياب الاستقرار السياسي.
- 8- لم تقم السلطات الجزائرية بإعداد إستراتيجية لتسويق خدماتها السياحية .

¹ - كشكوش بومدين : التسويق السياحي : مقارنة اقتصادية و اجتماعية - حالة الجزائر - مذكرة ماجستير ، جامعة تلمسان ، 2003، ص 163-165 .

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

وما اكتفت بفعله السلطات ولمدة أكثر من ثلاثة عقود ونصف هي الفندقية ، وذلك من خلال بناء هياكل (فنادق) في مختلف مناطق القطر الجزائري، و الصهر على تسييرها من خلال هياكل أثبتت فشل كبير، والدليل على ذلك محاولة تغييرها في كل مرة . هناك خلط في طبيعة المفهومين أي بين الفندقية و السياحة .

9- إن سياسة الترويج و الإعلان أسندت إلى شركة الخطوط الجوية الجزائرية ، من المعلوم أن مهمة الخطوط الجوية الجزائرية هي في الأساس النقل الجوي وليس وكالة إعلان مختصة ، وهذا ما يسمى في التسويق بالقصر في النظر .

إضافة إلى الأسباب المذكورة¹، والتي لم تسمح لقطاع السياحة على أن يرتقي إلى المستوى العالي والذي وصلت إليه الدول في العالم ، وكذلك بعض الدول العربية ، هناك جملة من العراقيل التي تقف حاجزا أمام تطوير هذا القطاع وتجديد آليات تسييره نذكرها في النقاط التالية :

- نقص المرافق الاستيعابية و التجهيزات اللازمة للفنادق بالجزائر بالرغم من قيام بعض المشاريع الفندقية ومنها ما هو تحت الإنجاز إلا أنها لا تغطي نمو حركة السياحة التي يشهدها السوق السياحي في العالم بصفة عامة والجزائر خاصة ، وخاصة في المواقع السياحية الإستراتيجية كالصحراء والسواحل في مختلف المدن .

- إن مناطق التواجد السياحي أو الجذب السياحي تواجه نقصا كبيرا و في بعض الأحيان افتقارا إلى خدمات البنية التحتية ، وهذا ما يتعارض مع إقامة أي مشروع جديد في تلك المناطق .

- تدنى مستوى الخدمة والنقص في الأيدي العاملة المدربة ،سواء في مجال الفنادق ، المطاعم أو في توفير الأدلاء معا .

- غياب الصيانة و الترميمات للمعالم الأثرية في المواقع السياحية .

- تداخل العديد من الصلاحيات.

- عدم التنسيق بين القطاع العام و الخاص .

- محدودية الدراسات والبحوث في هذا الميدان .

¹ - أنظر الملحق رقم 03: يبين تحليل SWOT للسياحة في الجزائر .

III - صناعة السياحة و الإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية المستدامة .

III - 1- برنامج وآفاق التنمية السياحية بالجزائر .

أولاً : السياسة السياحية لآفاق 2010 :

اعتمدت الجزائر (وزارة السياحة) في جانفي 2001 إستراتيجية جديدة للسياحة من أجل التنمية المستدامة لآفاق 2010 ، بحيث يتم إدماج كافة المؤسسات والنشاطات التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة في تحديد وتنمية وترقية النشاطات السياحية لتكوين صناعة حقيقية وهذا وفق البرنامج الحكومي الموافق عليه في سبتمبر 2000 والمعتمد على¹ :

- إنجاز 50000 سرير كطاقة إيواء .
- إسهام القطاع الخاص في الاستثمارات السياحية بغلاف مالي قدره 75 مليار دينار .
- زيادة عدد السياح نحو الجزائر ليصل إلى 2.1 مليون سائح خلال سنة 2010 .
- خلق 25 000 منصب شغل (مباشر).
- إيرادات من العملة الصعبة تفوق 1.6 مليار دولار أمريكي .
- خلق مناطق توسع سياحية جديدة .
- وضع إطار سياسي يهدف على تنمية سياحة مستدامة.
- وضع مخطط يحدد المناطق الواجب استغلالها ونوع المنتج السياحي لكل منطقة.
- سياسة تكوين الموارد البشرية الخاصة بتسيير المصالح السياحية.
- اتخاذ إجراءات واضحة وعقلانية خاصة بالتهيئة العمرانية.
- تحسين صورة الجزائر السياحة واستعادة مكانتها بين الدول السياحية وإبرازها كوجهة سياحة عالمية وهذا من خلال المشاركة في المهرجانات الدولية والمعارض والمؤتمرات بهذا الميدان.
- تفعيل عملية الشراكة والخصوصية وفتح القطاع أمام الاستثمارات الأجنبية.
- إعادة تأهيل وترقية الصناعات الفندقية.
- تأهيل وترقية الصناعات التقليدية التي تعطي الديناميكية للقطاع السياحي.

ويلخص الجدول التالي مخطط النشاط لوزارة السياحة والأهداف المسطرة الفترة 2001 - 2010 .

¹ - ministère du tourisme , éléments de la stratégie de développement durable du tourisme en Algérie horizon 2010 , 2001,p52.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - مبادراتها و تحدياتها -

الجدول رقم (24) : مخطط النشاط لوزارة السياحة للفترة 2001-2010

الملاحظات	الفترة			أهداف المخطط	الرقم
	المجموع	2005 إلى 2010	2001 إلى 2005		
- معدل انجاز 4000 سرير الفترة الأولى. - معدل انجاز 6000 سرير الفترة التالية.	50000 سرير	30000 سرير	20000 سرير	الرفع من قدرات الإيواء	01
تكلفة انجاز سرير واحد تقدر ب 1.5 مليون دينار خارج تكلفة العقار .	75 مليار دينار	45 مليار دينار	30 مليار دينار	زيادة الاستثمارات الخاصة	02
النسبة المرجعية 1990 ونسبة زيادة تقدر ب 10 % تقريبا .	1.200.000 سائح		685000 سائح	زيادة التدفقات السياحية الأجنبية	
النسبة المرجعية 1990 بنسبة زيادة تقارب ب 50 %	980000 سائح		452000 سائح	زيادة التدفقات السياحي جزائريين غير مقيمين	03
نسبة زيادة تقارب ب 10 % سنويا .	2180000 سائح		1.137000 سائح	التدفقات السياحية الإجمالية	
حسب المنظمة العالمية للسياحة كل انجاز سريرين يسمح بخلق منصب شغل مباشر وثلاثة مناصب غير مباشرة	25000 75000	15000 45000	10000 30000	التشغيل : التوظيف المباشر التوظيف الغير المباشر	04
	100000 منصب شغل	60000 منصب شغل	40000 منصب شغل	المجموع	

المصدر : Ministère du tourisme : Plan d'action horizon 2001-2010

في ظل هذه الإستراتيجية حققت الجزائر نتائج معتبرة تبعت على التفاؤل مستقبلا، فمن حيث التدفقات السياحية ارتفع عدد السياح الأجانب من 196200 سنة 2001 إلى 441000 سائح أجنبي سنة 2005 ، ومن حيث الإيرادات بالعملة الصعبة حققت الجزائر مداخيل قدرت ب 200 مليون دولار سنة 2006 بنسبة 20 % من مجموع المداخيل خارج المحروقات ¹ .

¹ - REVUE MENSUEL – Tourisme magazine N° 04 Janv - Fevr 2007.

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها -

إن طاقة الإيواء والمقدرة بحوالي 81000 سرير لا تلبي الطلب السياحي وخاصة أن معظمها لا يستجيب للمقاييس العالمية، فإن تحقيق المشاريع المسجلة والإجراءات الجديدة لتأهيل الفنادق بإمكانها رفع طاقة الإيواء إلى حدود 120000 في سنة 2010 وتحقيق مداخيل تقدر ب 1 مليار دولار واستقبال 2.0 مليون سائح أجنبي، وتركز الجزائر على المقيمين الجزائريين خارج الوطن المتحمسين لقضاء عطلهم داخل الوطن .

لكن بعد حوالي عامين تم وضع إستراتيجية جديدة لآفاق 2013 (خاصة بعد صدور القوانين 01-03 ، 02-03 ، 03-03 المؤرخون في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق لـ 17 فبراير 2003 و المتعلقون على الترتيب بـ : التتمية المستدامة للسياحة ، القواعد العامة للاستعمال و الاستغلال السياحيين للشواطئ ، مناطق التوسع و المواقع السياحية) .

ثانياً : العرض السياحي المبرمج للتطوير لآفاق 2013 .

تعتمد الإستراتيجية المتبناة خلال هذه الفترة على تنويع العرض السياحي ، لهذا تستوجب تطوير المنتجات السياحية التالية :

- السياحة الحموية والعلاجية .
- السياحة الصحراوية .
- السياحة الثقافية .
- السياحة الساحلية .
- سياحة الأعمال والمؤتمرات .
- السياحة الرياضية والترفيهية .

و كذلك التمكن من :

- التعرف بالمؤهلات الطبيعية والثقافية والحضارية، وتحسين نوعية الخدمات .
- تحسين الصورة السياحية للجزائر وإقحام منتجاتها في الأسواق السياحية العالمية .
- تحسين نجاعة وفعالية قطاع السياحة من خلال الشراكة .
- إعادة الاعتبار للمؤسسات السياحية والفندقية .
- المساهمة في التنمية المحلية .
- المحافظة على المحيط والمساحات الهشة بهدف تشجيع انتشار السياحة البيئية .
- تلبية الطلبات الداخلية من أجل الحد من الذهاب إلى الخارج .

1 - الأهداف المسطرة بلغة الأرقام:

إن انتعاش قطاع السياحة وبلوغ الأهداف المسطرة مرهون بمدى إمكانية تنفيذ الاختيارات الأساسية المعتمدة ، و تخص هذه الأهداف على وجه الخصوص كل من :

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

أ - زيادة التدفقات السياحية :

قدر عدد السياح الوافدين للجزائر سنة 2002 بـ 988 000 سائح من بينهم 251 000 سائح أجنبي وهم يمثلون ما نسبته 25 % وبالنسبة لتوقعات زيادة عدد السياح لأفاق 2013 فإنه يتم من خلال مرحلتين¹ :

➤ المرحلة (2004- 2007) : يتم تطبيق في هذه المرحلة نسبة الزيادة المتوسطة في الثلاث سنوات 2000,2001,2002 ، والمقدرة ب 10 % وبذلك يتوقع تسجيل 1591000 سائح في نهاية 2007. ويتوقع أن يبلغ عدد السياح الأجانب 679000 سائح نهاية 2007 وذلك بتطبيق نسبة زيادة قدرها (22 %) والمحقة خلال سنوات بداية العشرية (2000-2002).

➤ المرحلة (2008- 2013) : يتوقع أن يصل عدد السياح في نهاية هذه المرحلة 1507000 سائح وهذا بتطبيق معدل زيادة ثابتة قدرها (10%) مع تطبيق (0.5%) بالنسبة لسنة 2008 أما عدد السياح الأجانب فيتوقع أن يصل عددهم 1200000 سائح أجنبي خلال نهاية المرحلة وهذا من خلال تطبيق نسبة زيادة المقدرة ب(3.5%).

ب - تطوير الاستثمار السياحي : يتم تخصيص الاستثمارات السياحية من خلال مرحلتين ، الأولى من 2004 إلى 2007 والثانية من 2008 إلى 2013 .

➤ المرحلة(2004-2007) : في هذه الفترة فإن طاقات الإيواء المقرر إنجازها تقدر ب 55000 سرير ، وتكون قيمة الاستثمارات المرتقبة خلال هذه الفترة تقدر ب 82.5 مليار دينار.

➤ المرحلة (2008- 2013) : إن طاقات الإيواء المقرر إنجازها خلال هذه المرحلة تقدر ب 60000 سرير و تكون قيمة الاستثمارات المرتقبة خلال هذه الفترة تقدر ب 150 مليار دينار. وبالتالي فإن قيمة الاستثمارات الإجمالية خلال هذه المرحلة من 2004 إلى 2013 تقدر ب 232.5 مليار دينار.

2 - النشاطات المبرمجة .

أولاً : الإجراءات الخاصة بدعم الاستثمار ، و تخص هذه الإجراءات ما يلي :

-إتمام النصوص التطبيقية المتعلقة بقوانين التنمية المستدامة،مناطق التوسع، والمعالم السياحية وأخيرا استعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية خلال سنة 2004.

-إعادة النظر في النصوص التنظيمية المتعلقة بالفندقة ووكالات السياحة والأسفار.

¹ - بزة صالح : تنمية السوق السياحية بالجزائر دراسة حالة ولاية المسيلة،مذكرة لنيل شهادة الماجستير،مرجع سابق ، ص 92 .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر- محدثاتها و تحدياتها-

ثانيا : التهيئة والتحكم في العقار السياحي :
ترتكز العملية أساسا على مواصلة البرامج المنجزة خلال الفترة 2002-2003 والتي تتمثل في:

- 1-إعداد مجموعة من القوانين الخاصة بالتنمية المستدامة، العقار السياحي واستعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية .
- 2-إعادة هيكلة المؤسسات المكلفة بالتنمية والدراسات السياحية.
- 3-الانتهاء من دراسات تخص 19 منطقة توسع سياحي .
- 4-خلق صندوق دعم الاستثمار السياحي.

أما العمليات المتعلقة بالتهيئة والتحكم في العقار السياحي المبرمجة في الفترة من 2004 إلى 2013 فتتخصص ما يلي :

- أ -إنجاز مخطط توجيهي للتهيئة السياحية خلال 2004- 2005.
- ب -إنجاز دراسة للتحديد والإعلان عن مناطق ومواقع التوسع السياحي خلال 2004 .
- ج -مواصلة إنجاز دراسات التهيئة ل 100 منطقة توسع سياحي ومواقع سياحية.
- د -التنازل عن 600 هكتار بالتراضي من الأراضي الموجودة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية من أجل تهيئتها ووضعها تحت تصرف المستثمرين.
- هـ -إنجاز أشغال التهيئة ل 70 منطقة توسع وموقع سياحي.
- و -تعزيز الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT) ،بالوسائل المادية، والبشرية والمالية،من أجل القيام بمهامها.
- ي -تزويد صندوق دعم الاستثمار السياحي بمبلغ 6.4 مليار دينار.
- ن -إنجاز دراسة تتضمن حصيلة عن المواقع الحيوية والمقدرة بحوالي 200 منبع.

ثالثا : تمويل المشاريع السياحية :

يتعلق الأمر أساسا بملائمة نمط التمويل مع خصوصية الاستثمار السياحي من خلال:

- 1-إعداد منتج مالي خاص يتمثل في القرض الفندقي وهذا وفقا للخصوصيات التي تميز الاستثمار السياحي.
- 2-التخفيض من نسب الفائدة لتشجيع الاستثمارات مثل ما هو معمول به في العديد من الدول.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

رابعاً: إجراءات دعم التكوين .
تحتاج عملية دعم و تأطير تطوير النشاطات السياحية على المدى الطويل إلى أخذ الإجراءات التالية:

1-إعادة النظر في البرامج التكوينية خلال سنة2004-2005 بهدف مسايرتها مع متطلبات التقنيات الحديثة من النشاطات والخدمات.

2-إحداث بكالوريا تقنية في السياحة ، وفي هذا المجال فإن الاحتياجات من التكوين تقارب 17000 في سنة2013 .

3 -مواصلة إدماج المهن السياحية على مستوى التكوين المهني.

4 -إنجاز مؤسسات تكوين جديدة من أجل زيادة الطاقات البيداغوجية ويكون التكوين في مجال الصناعات التقليدية، السياحة الإيكولوجية ،السياحة الصحية، والسياحة الثقافية.

5- إنجاز مقر جديد للمدرسة الوطنية العليا للسياحة المتواجدة حاليا بفندق الأوراسي.

6 -تشجيع ظهور مراكز تكوين تابعة للقطاع الخاص.

خامساً: إجراءات دعم النوعية.

ستكون الإجراءات المسطرة موضوع برنامج يتم دراسته من طرف المجلس الوطني للسياحة كونها تخص عدة قطاعات في آن واحد. ومن بين هذه العمليات نخص بالذكر ما يلي:

-مواصلة عملية التقييس ومراقبة النشاطات والمهن السياحية.

-اللجوء إلى منح شهادات النوعية المعتمدة دوليا للمؤسسات السياحية.

-تحسين محيط السياحة (النظافة العمومية، المراقبة الصحية، تسهيلات العبور وحركة السياح).

-تطوير النقل وملائمته مع الطلب السياحي.

-فتح مكاتب للصرف وتعميم وسائل الدفع الحديثة.

-تشجيع شركات النقل لاعتماد أسعار ترقية تشجيعية من أجل دعم القدرات التنافسية للمنتج السياحي.

سادساً: إجراءات دعم الترقية السياحية :

يجب أن تكون هذه الوظيفة الإستراتيجية محل اهتمام دائم وعلى وجه الخصوص عن طريق:

-إعادة تنظيم وتدعيم أداة الترويج السياحي والترقية السياحية(الديوان الوطني للسياحة)، وإنشاء مقر جديد له .

-فتح هيئات جهوية على المستوى الوطني و 11 ممثلية في الخارج تابعة للديوان الوطني لسياحة.

-إعداد برامج واسعة في مجال الاتصال المؤسساتي بهدف تحسين وإعادة الاعتبار للصورة السياحية للجزائر.

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - ممدداتما و تحدياتما-

-إنجاز دراسات حول الأسواق العالمية الموفدة للسياح.

-إشراك الحركة الجمعوية والتنظيمات المهنية في عمليات الترقية السياحية.

-دعم تأطير النشاطات السياحية على المستوى المحلي من خلال إنجاز مقرات للمصالح الخارجية.

-تدعيم سلك المفتشين وخلق سلك الشرطة السياحية بالتنسيق مع وزارة الداخلية.

في سنة 2006 ، تم إنشاء 22 منطقة سياحية جديدة* لتكون قاعدة للاستثمارات في قطاع السياحة ضمن إستراتيجية جديدة من طرف وزارة السياحة لأفاق 2015 حيث تم التوقيع على اتفاقية مع بنك القرض الشعبي الجزائري من أجل تمويل وإعادة انطلاق المشاريع¹.

وتمحورت هذه الإستراتيجية في 4 نقاط رئيسية هي :

- تنمية كل أنواع السياحة في الجزائر .
- تبني الاستدامة .
- جعل قطاع السياحة المنتج الأول للصادرات خارج المحروقات .
- زيادة تدفقات السياح الأجانب .

III -2- الإستراتيجية المستقبلية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (S.D.A.T).

في سنة 2007 تم إعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية (schéma directeur SDAT d'Aménagement touristique (M.A.T.E.T) بمساهمة لجنة فرنسية** من قبل (سنة 2005) التي قامت آنذاك بكتابة تقرير خبرة حول النقاط و المحاور المرجعية لهذا المخطط التوجيهي .

¹ - Terfaya Nassima, *Apport de la culture marketing dans le développement touristique, Etude comparative au sein des pays du Maghreb, Algérie, Maroc, Tunisie*, Editions Houma, Alger, 2008 , p 143.

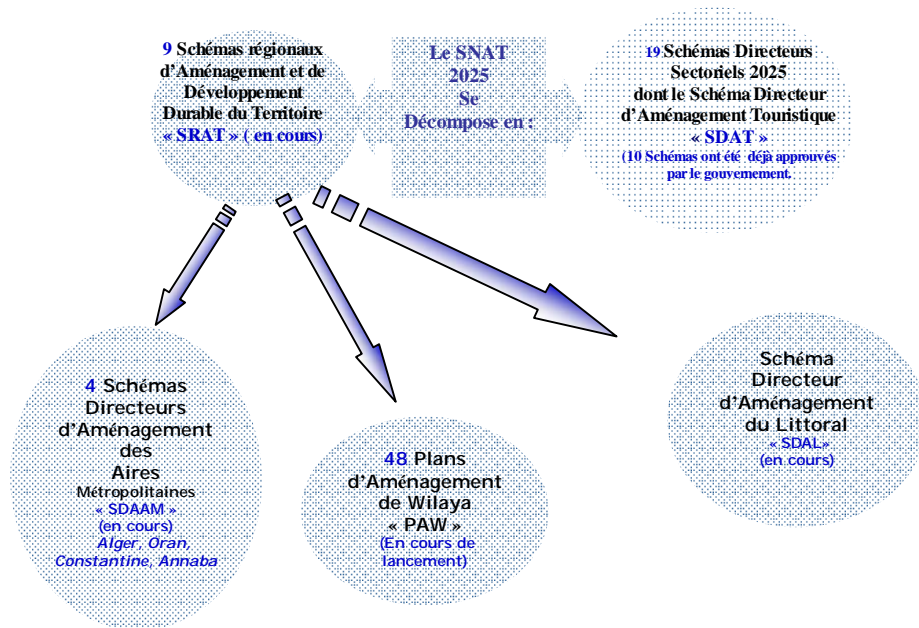
*حسب المرسوم رقم 88-232 من 05 نوفمبر 1988 ، 174 منطقة توسع سياعي محددة و مصنفة ، وبمساحة إجمالية تقدر ب48788 هكتار .

**ODIT-France ,Agence de développement touristique de la France.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - مبادراتها و تحدياتها-

ولقد نظمت جلسات جهوية ثم وطنية لقطاع السياحة بمشاركة الوزارة ، السلطات المحلية ،وكالات السفر السياحية ، مؤسسات السياحية و الفندقية ، المستثمرين ، الحركة الجمعوية ، وكذلك قطاعات أخرى معنية ، وهذا من أجل تجسيد برامج عمل ميدانية بعد تسجيل النقائص التي يعرفها القطاع .

و في إطار المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (S.N..A.T) و الذي يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (S.D.A.T) أحد مركباته الأساسية (أنظر الشكل رقم 15)، قامت الحكومة (وزارة السياحة) بتحديد قاعدة عمل على شكل مخطط توجيهي و هذا لأفاق 2025 مع ضرورة تطوير أقطاب امتياز سياحية .



المصدر :

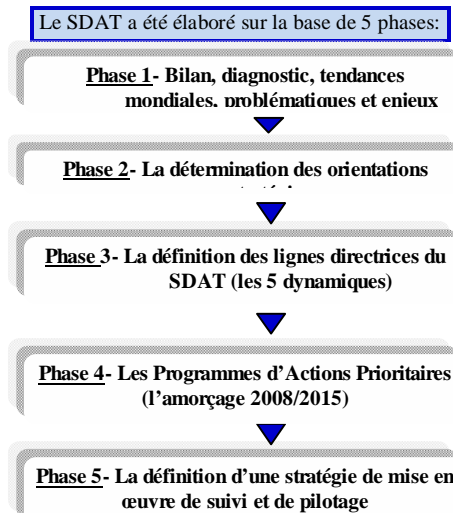
(M.A.T.E.T)Ministère de l' Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, S.D.A.T 2025, livre 1,p12 .

الشكل رقم 15: أ هندسة المخطط الوطني لتهيئة الإقليم SNAT



المصدر : (M.A.T.E.T)Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, **S.D.A.T 2025**, livre 1,p13 .
الشكل رقم 15: ب تموقع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في خريطة و هندسة المخطط الوطني لتهيئة الإقليم 2025.

و لقد تم إعداد هذا المخطط التوجيهي كحصيلة للجلسات السياحية المنظمة من طرف الوزارة الوصية و هذا حسب المراحل الموضحة في الشكل الموالي :



المصدر : (MATET)Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, **25SDAT 2025**, livre 1,p
الشكل رقم 16: مراحل أو أطوار إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية **S.D.A.T**.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

هذه الإستراتيجية المستقبلية التي تم ترجمتها في مخطط سمي " المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية " SDAT تقع ضمن مخطط استراتيجي الذي يعالج الحركات و الخطط التالية :

- الحركية رقم 1: خطة الجزائر كوجهة سياحية .
- الحركية رقم 2: الأقطاب السياحية ذات الامتياز ، و التي تعتبر الواجهة الرمز للجزائر .
- الحركية رقم 3 : خطة جودة السياحة " le PQT "
- الحركية رقم 4 :خطة الشراكة عمومي-خاص .
- الحركية رقم 5 : خطة التمويل " le PFT "

III - 1-2 - الأقطاب السياحية و المشاريع السياحية المبرمجة .

إن مختلف الأنشطة السياحية المختلفة، يمكن أن تمارس طيلة السنة في الأقطاب السياحية المتنوعة و التي تبرز جمال كل منطقة، حيث أن مختلف هذه المناطق تشكل أقطاب سياحية، وهي تتضمن 174 منطقة توسع سياعي مصنفة حسب المرسوم رقم 88 -232، المؤرخ في 05 نوفمبر 1988، على مساحة إجمالية تقدر بـ 48788 هكتار .

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أعطى تعريفا للقرب السياحي ووضح المعايير التي تمت بها عملية اختيار الأقطاب السياحية ، و ما هي الأسس التي اعتمدها في تقسيمه للأقطاب السياحية.

1 - مفهوم القرب السياحي¹.

القرب السياحي هو عبارة عن تركيب و تنظيم على فضاء جغرافي معطى لقرى سياحية ذات الامتياز ، و نشاطات سياحية ، و جولات سياحية تكون على توافق مع مشروع التنمية الإقليمية .

و يجب أن يستجيب لطلب السوق و أن يكون ذو استقلالية كافية حتى يتسنى له الإشعاع على المستوى الوطني و/أو الدولي.

القرب السياحي متعدد الأبعاد و يدمج المقاربات الاجتماعية ، و الثقافية ، و الإقليمية ، و التجارية و يمكن أن يكون متعدد الوظائف .

2 - اختيار الأقطاب السياحية .

المعايير التي تمت بها عملية اختيار الأقطاب السياحية هي:

- على أساس وجود عقارات مخصصة لمناطق التوسع السياحي Z.E.T.
- على أساس جهوي بحيث يكون التقسيم الفضائي متوازن .
- على أساس المقومات و المؤهلات السياحية، و البنى التحتية التي تميز منطقة عن أخرى .

¹ - (M.A.T.E.T)Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, S.D.A.T 2025, livre 3,p05.

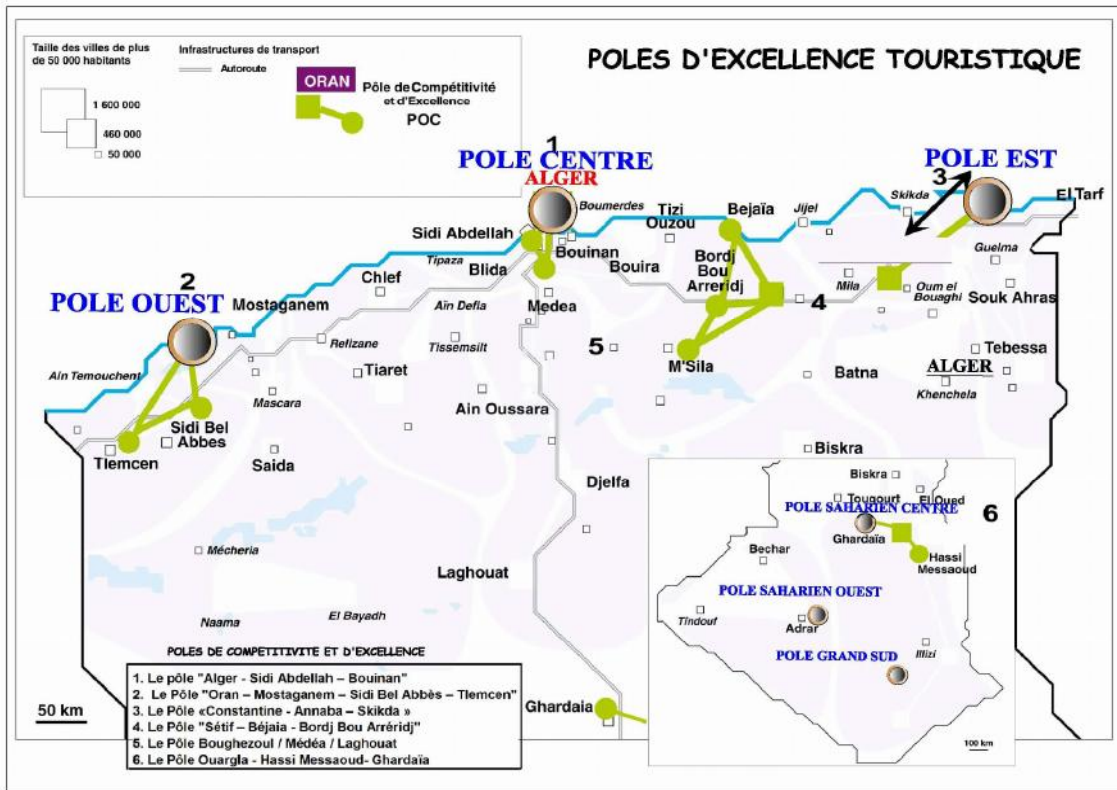
الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - ممدداتهما و تحدياتهما-

3 - تقسيم الأقطاب السياحية .

- تم تقسيم الأقطاب السياحية إلى نوعين متكاملين (أنظر الشكل رقم 17) :
- ▲ أقطاب من الدرجة الأولى Les Pôles d'excellence : التي تمثل الواجهات السياحية في الجزائر ، حيث نجد في الجزائر 7 أقطاب سياحية من الدرجة .
 - ▲ الأقطاب التكميلية Les Pôles complémentaires : من أجل تدعيم الأقطاب السياحية من الدرجة الأولى ، أوجدت 7 أقطاب تكميلية.

وتتمثل هذه الأقطاب السياحية ذات الامتياز في :

- ❖ القطب السياحي ذو الامتياز شمال - شرق: عنابة ، الطارف ، سكيكدة ، قالمة ، سوق أهراس تبسة ،
- ❖ القطب السياحي ذو الامتياز شمال - وسط: الجزائر ، تيبازة ، بومرداس ، البليدة الشلف، عين الدفلى ، المدية، تيزي وزو، بجاية
- ❖ القطب السياحي ذو الامتياز شمال - غرب: مستغانم ، وهران ، عين تموشنت ، تلمسان، معسكر ، سيدي بلعباس ، غليزان
- ❖ القطب السياحي ذو الامتياز جنوب - شرق: غرداية ، بسكرة، الوادي ، المنيعه.....
- ❖ القطب السياحي ذو الامتياز جنوب - غرب: (توات قورارة) طرق القصور : أدرار ، تميمون و بشار .
- ❖ القطب السياحي ذو الامتياز الجنوب الكبير: - تاسيلي ناجار: إليزي ، جانت
- ❖ القطب السياحي ذو الامتياز الجنوب الكبير: - الأهقار : تمراست



المصدر : (M.A.T.E.T) . S.D.A.T 2025

الشكل رقم : (17) تقسيم الأقطاب السياحية حسب الـ S.D.A.T

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

و يخضع كل نوع من الأقطاب السالفة الذكر إلى نوع معين من السياحة، وهذا راجع للإمكانيات، والمؤهلات السياحية التي تختلف من مكان لآخر على المستوى الوطني كما هي موضحة في الجدول التالي :

جدول رقم : (25) إمكانيات و تقسيم الأقطاب السياحية حسب الـ S.D.A.T .

سياحة الأعمال	
قطب من الدرجة الأولى	قطب تكميلي
الجزائر	وهران
تعتبر سياحة الأعمال والمؤتمرات لها مستقبل كبير في الجزائر وهذا بعد الانفتاح الذي شهدته البلاد على اقتصاد السوق وهي مخصصة للسوق الدولية ، لهذا تواجدت على أكبر مدينتين هما " الجزائر العاصمة ، وهران " ، فهما يتوفران على كل الآليات اللازمة والأساسية لتنمية سياحة الأعمال والمؤتمرات .	
السياحة الحموية البحرية	
قطب من الدرجة الأولى	قطب تكميلي
بجاية / جيجل	عين تموشنت / تلمسان
خصصت هاته الأقطاب السياحية بشكل أساسي للمستعملين الجزائريين ، حيث تم اختيار هذين القطبين للإمكانيات والمؤهلات السياحية وكذلك لوجود مناطق التوسع السياحي التي تنتمي إلى 22 منطقة توسع سياحي ذات الأولوية ، وأيضاً لموقعهما الجغرافي قطب في الشرق وآخر في الغرب	
السياحة الثقافية	
قطب من الدرجة الأولى	قطب تكميلي
تيبازة	باتنة
- تعتبر تيبازة قطب ثقافي كبير ووجهة هامة للسياحة في الجزائر - الموقع الهام والمميز لتيمقاد	
السياحة الثقافية	
قطب من الدرجة الأولى	قطب تكميلي
الأغواط	عنابة / الطارف
- تعتبر الأغواط هي عبارة عن قطب رابط كما هو موضح في SNAT لأفاق 2025 - تعتبر عنابة واحدة ومن الأروع المدن الميتروبولية في الجزائر	
سياحة حموية وعلاجية	
قطب من الدرجة الأولى	قطب تكميلي
قالمة	بسكرة
- هذا النوع من السياحة مخصص بصفة أكبر العائلات الجزائرية حيث نجد بسكرة مصنفة من أقطاب الجنوب الجزائري حسب SNAT والمتواجد بها المصادر المائية الحارة - تجد في قالمة " حمام المسخوطين " الذي يحتل المرتبة الثانية من المصادر المائية الحارة (الساخنة)عالميا	
سياحة صحراوية " توات ، قورارة "	
قطب من الدرجة الأولى	قطب تكميلي
غرداية (بوابة الصحراء)	قصور الجنوب الغربي

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

- غرداية قطب سياحي هام وكبير نظرا لوجود القصور ولأنها تعتبر بوابة الصحراء التي لها تأثير على جميع الأقطاب السياحية المتواجدة في الجنوب الجزائري	
- قصور الجنوب الغربي موجودة ضمن المشروع الكبير " طريق القصور "	
سياحة صحراوية " الجنوب الكبير "	
قطب من الدرجة الأولى	قطب تكميلي
جانث	تمنراست
موجه على وجه الخصوص للمستعملين (الزوار) الأجانب وخاصة الأوروبيين وهذا نظرا للشهرة العالمية التي تتمتع بها كل من حظيرة التاسيلي بجانث ، والهقار بتمنراست .	

المصدر: M.A.T.E.T:

III - 2-2 - التهيئة السياحية و مناطق التوسع السياحي (Z.E.T) .

تعد التهيئة السياحية وسيلة لتنمية السياحة في مجال يتوفر على إمكانات طبيعية وبشرية تسمح بتطوير أي نوع من أنواع السياحة، من خلال تدعيمه بالوسائل المادية ومختلف الاستثمارات التي تساهم وتسهل إقامة مختلف المنشآت القاعدية والتجهيزات.

1 - مفهوم التهيئة السياحية :

التهيئة السياحية هي " التقنية التي تسمح بتنظيم المجالات الجاذبة والمستقطبة للسياح، وذلك بفضل مميزاتها الجغرافية والطبيعية والثقافية والتاريخية " ¹.

والجزائر على غرار دول العالم أولت أهمية كبيرة للسياحة وذلك من خلال إصدار نصوص قانونية² أولها الأمر رقم 66-62 المؤرخ 04 ذي الحجة 1385 الموافق ل 26 مارس 1966 ، وقد نص في مادته الأولى على أنه لإنجاز مناطق التهيئة السياحية يجب تحديد المناطق والأماكن ذات الأولوية السياحية، وتخضع لمعايير حماية خاصة أين تتركز الاستثمارات والتجهيزات السياحية، وفي هذا الإطار تم تقسيم المجال السياحي في الجزائر إلى مناطق للتوسع السياحي حيث لكل منطقة مميزات خاصة بها تمكنها من تطوير نوع السياحة الموجودة بها، و قدر عددها في أول مرسوم تنفيذي رقم 66-75 المؤرخ في 4 أبريل 1966 بـ 113 منطقة توسع سياحي ، وفي سنة 1988 جاء المرسوم التنفيذي رقم 88 -232 ليحدد بشكل نهائي عدد ومواقع كل المناطق السياحية في الجزائر، حيث ارتفع عددها إلى 174 منطقة توسع سياحي ، هذا بالإضافة 202 حمام معدني .

¹-Pierre Merlin & Françoise Choays, *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*, (PUF) Edition N°01, France, 1988, p.58.

²-أنظر الملحق رقم 04 :المراجع القانونية في مجال حماية البيئة و النشاط السياحي و التنمية المستدامة .

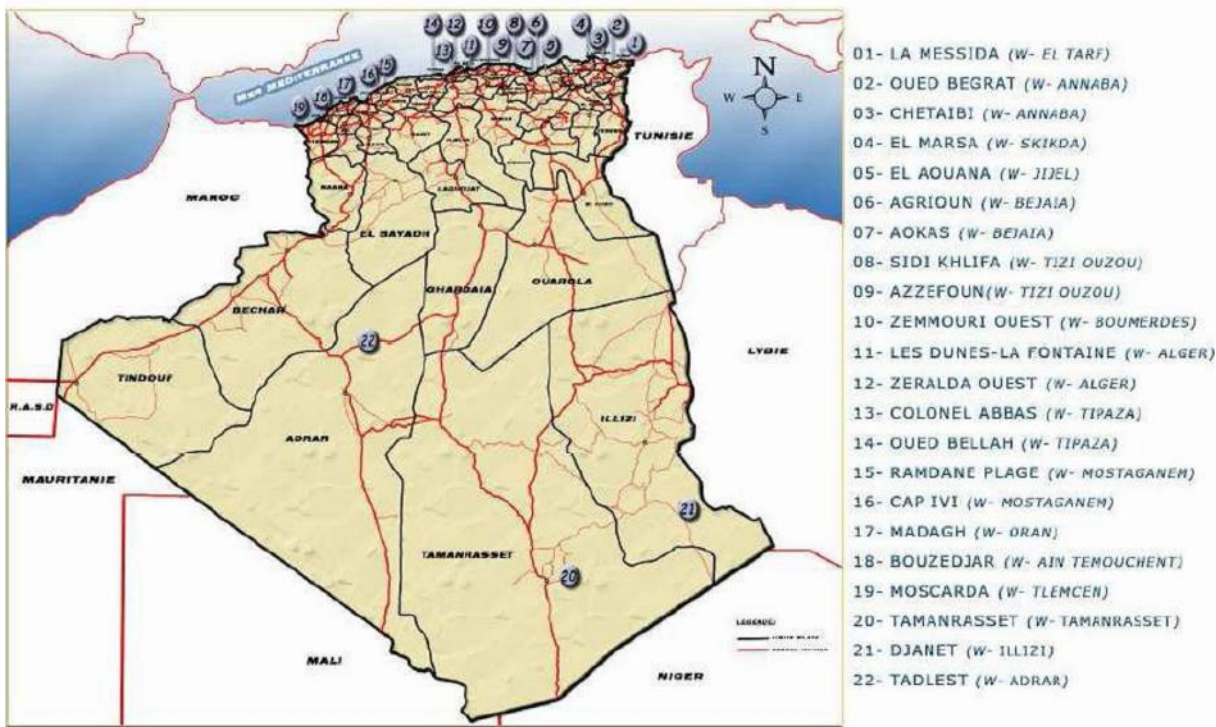
الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدداتها و تحدياتها-

2- تعريف منطقة التوسع السياحي .

" هي كل منطقة أو امتداد من الإقليم يتميز بصفات أو بخصوصيات طبيعية، ثقافية، بشرية وإبداعية مناسبة للسياحة ومؤهلة للإقامة أو تنمية منشآت سياحية ويمكن استغلالها في تنمية نمط واحد أو أكثر من السياحة ذات المردودية"¹.

3- التوزيع المجالي لمنطقة التوسع السياحي.

قسم المجال السياحي الوطني إلى 174 منطقة توسع سياحي تتوزع على مختلف أرجاء الوطن، وهناك 22 منطقة توسع أعدت مخططات تهيئتها، كما هو موضح في الشكل التالي :



المصدر : وزارة السياحة حسب الـ S.D.A.T .

الشكل رقم 18: التوزيع المجالي لـ 22 منطقة توسع سياحي (ZET)

تقوم حاليا الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (A.N.D.T) التي تعتمد عليها السياسة الحكومية المستقبلية، بتسيير مناطق التوسع السياحي التي أعدت مخططات تهيئتها و تتميتها بالتعاون مع خبراء أجانب ، بهدف تطوير سياحة بيئية و ثقافية ، و استكشافية .

¹ - حسب القانون رقم 01-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 للتنمية المستدامة للسياحة.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

إن نسبة 90% من مناطق التوسع مركزة في الواجهة الساحلية للجزائر، لما لديها من إمكانيات يمكن استغلالها في الصيد البحري، الرياضات المائية، كثرة الغابات.....وما تبقى يشمل الهقار، التاسيلي، و قورارة .

4 - أهداف إنشاء مناطق التوسع السياحي :

نظرا للأهمية البالغة لهذه المناطق بالنسبة إلى تحقيق التنمية الشاملة للقطاعات المختلفة على المستويين المحلي والوطني فإن أهداف إنشاء ودراسة مناطق التوسع السياحي تتمثل في :

- ✓ توفير الحماية اللازمة للبيئة من كل أنواع التلوث .
- ✓ المحافظة على التراث الطبيعي، الثقافي، التاريخي، والإنساني وترقيته .
- ✓ اختيار الهياكل والتجهيزات المناسبة لخصائص كل موقع، إلى جانب نوعية النشاط السياحي الممكن ممارسته.
- ✓ تلبية رغبات السياح.
- ✓ ترقية بعض النشاطات الملازمة للنشاط السياحي كالتجارة، الصناعات التقليدية...إلخ .
- ✓ خلق مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة على المستوى المحلي .

III-3- المشاريع السياحية: بعض الأمثلة من المخطط التوجيهي الـ

.SDAT

سنقتص بالتعرض لمثالين فقط هما : القطب الشمالي الغربي و القطب الجنوبي الغربي.

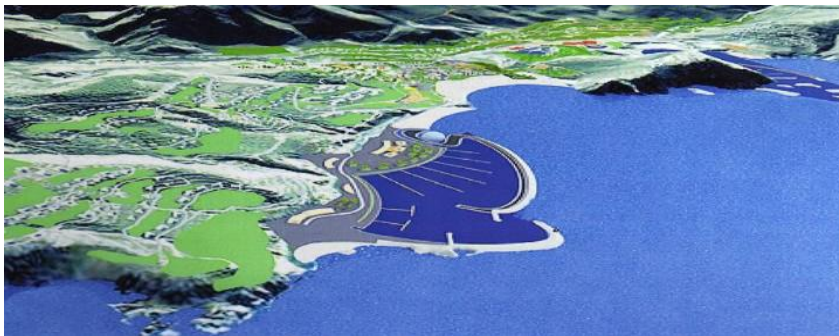
1- القطب الشمالي الغربي .

أ - الفنادق : إجمالي الفنادق المبرمجة و ما انطلق منها تتضمن 10146 سرير منها :

- فندق أكور- مهري بوهران 320 سييري.
- فندق إقامة هيليوس ب 120 سرير .
- 38 فندق (وهران، تلمسان، عين تموشنت، مستغانم) 9706 سرير .

ب - القرى السياحية ذات الامتياز :

- 1- الحلم السياحي ،مداغ بوهران :
- القرية السياحية مداغ بوهران .



المصدر : وزارة السياحة حسب الـ S.D.A.T .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - مبادراتها و تحدياتها-

2- موسكاردة بتلمسان :

Total : 732 lits



المصدر : وزارة السياحة حسب الـS.D.A.T.
ج - منتزه بيئي وسياحي دنيا بوهران .

Groupe Emirates international investment company EIIC



المصدر : نفس المصدر السابق .

**2- القطب الجنوبي الغربي (توات-قورارة) .
أ - الفنادق :**

- فندق رياض ماسين بأدرار 100 سرير .
- فندق قصر ماسين بأدرار 96 سرير .
- 21 فندق خاص (أدرار ، بشار ، البيض ، النعامة) 1317 سرير .

ب - القرى السياحية ذات الامتياز :

- القرية السياحية ، قصر ماسين ، تيميمون ، أدرار . (أنظر الصورة رقم 03).



المصدر : نفس المصدر السابق .

لكن وحتى لا تبقى هذه المشاريع و الصور الرائعة مجرد صور فقط و أحلام أو مجرد نوايا في خطاب المسؤولين و المستثمرين و يجب على السياسة المنتهجة أن تعطي الأهمية و الأولوية لقطاع السياحة الذي يجب أن يعول عليه كصناعة إستراتيجية ينتظر منها الكثير في المسار التنموي للجزائر و أيضا كبديل للبتروال (الثروة الزائلة، لأن الجزائر مرغمة اليوم على تخفيض الكميات التي تنتجها سنويا و البالغة حاليا 90 مليار م3، من أجل ضمان السوق المحلية لأطول فترة ممكنة¹).

¹ - <http://www.echoroukonline.com/ara/economie/61317-2030.html> (15octobre 2010).

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر- محدثاتها و تحدياتها-

إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يحمل معه مقاربة جديدة بحيث يتبنى مفهوم التنمية المستدامة الشيء الذي يعقد من رهانات هذه السياسة السياحية كون هذا المفهوم يجب أن ينظر إليه كمشروع مجتمع لأنها فلسفة وقناعة تحرك كل الأطراف داخل المجتمع (السياح ، المواطنين ، الحكام ، المستثمرونالخ) حتى تنعم الأجيال المتعاقبة بخيرات و ثروات البلاد.

و لنقم في ما يلي بتسليط الضوء وتحليل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2025 بما يحمله كمفهوم للسياحة المستدامة .

III - 4- السياحة المستدامة : تحليل المفهوم ضمن مخطط الـ S.D.A.T.

إن مفهوم السياحة المستدامة الذي شرحه ميثاق السياحة المستدامة (ما تلا في 1995 لقمة ريو دي جانيرو في 1992 للتنمية السياحية) يرمي إلى :

- التأكيد على خاصية هشاشة الثروات الطبيعية .
- الاعتراف بضرورة تطوير سياحة تستجيب لما ينتظر منها اقتصاديا و إلى حماية البيئة.
- احترام البنية الاجتماعية و الخواص الفيزيائية للوجهة السياحية و أيضا السكان المحليين.
- مراعاة أولوية دعم و حماية القيم الإنسانية للسكان المحليين مثل هو الحال بالنسبة للسياح .
- و ضرورة وجود وعي بخلق شراكة و تعاون بين أهم الفاعلين الذين يشاركون في هذا النشاط من أجل بناء و العمل على أمل إيجاد سياحة أكثر مسؤولية فيما يتعلق بإرثنا المشترك .

و عليه ، فإن الأعمدة الثلاث للتنمية المستدامة يجب أن تجد مصدرها من خلال هذا النص لكي نعرف نوع السياحة التي نريدها ، و لكن عند قراءة الخطاب الجزائري في هذا الميدان نجد بعض الغموض و التناقضات التي نحن بصدد تناولها .

III - 4-1 - الترجمات الممكنة للسياحة المستدامة¹.

حسب درجة قناعة و نوايا المسؤولين و الحكام الذين يتبنون إستراتيجية ميدانية لتطبيق هذا المفهوم نجد ما يلي :

أ - السياحة المستدامة يمكن أن تفهم من وجهة نظر قطاعية و في الأجل القصير على أساس ديمومة النشاط أي الاستدامة الاقتصادية للسياحة ، النشاط السياحي يوجد إذن في مركز هذا المفهوم حيث يتم التركيز على التنافسية ، و تنويع ودعم المنتجات .

¹ - PNUE/PAM ، « Dossier sur le tourisme et le développement durable en méditerranée»، Athènes, 2005 .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

ب - ترجمة أخرى تبعتنا مباشرة إلى (التنمية السياحية المستدامة) و الهدف هو ضمان ديمومة النشاط السياحي على المدى الطويل ، حيث يعطى الاعتراف بأهمية و ضرورة حماية بعض أوجه البيئة (جودة البيئة للتنافس).

ج - ترجمة ثالثة تركز على البيئة من منظور سياسي و اجتماعي ، مفادها أن النشاط السياحي يكون مسؤول بيئيا (المحافظة و التكامل).

د - مقارنة رابعة تتضمن التنمية الاقتصادية المستدامة بيئيا و فيها نجد أن : السياحة تعتبر من عناصر إستراتيجية التنمية المستدامة الشاملة .

وعلى أساس ما ذكر أعلاه يمكن اعتبار السياحة المستدامة كنتاج للترجمات الأربعة السابقة و التي لا يجب اعتبارها منفردة .

III - 2-4 - حالة الجزائر من خلال مخطط الـ S.D.A.T.

أولاً : تحليل الخطاب وفق محاور الـ S.D.A.T¹.

قمنا بتحليل المخطط المذكور أعلاه الذي يشرح محاوره لآفاق 2025 الذي يعرف إستراتيجية السياحة أين مفهوم السياحة المستدامة الذي من المفروض أن يوجد فيه و يكون المحور الأساسي لهذه السياسة الجديدة التي يجب إتباعها ، و النتائج مبينة كالتالي :

الجدول رقم : 26 تعداد المفهوم (السياحة المستدامة) في الـ S.D.A.T.

الرقم	المحاور عناوين كتب الـ SDAT .	مصطلح التنمية المستدامة	مصطلح السياحة المستدامة	مصطلح السياحة
01	التشخيص : مراجعة وتدقيق للسياحة الجزائرية.	12	05	228
02	الخطة الإستراتيجية .	08	00	221
03	الأقطاب و القرى السياحية ذات الامتياز	08	00	91
04	الخطة الميدانية	14	01	62
05	المشاريع السياحية ذات الأولوية	03	00	08
06	الخلاصة العامة للمخطط	00	00	17
	المجموع العام : 678 منها	45	06	627

المصدر : استنادا إلى وثيقة الـ (M.A.T.E.T) S.D.A.T 2025

¹ -BOUDJANI Malika : *Le concept du tourisme durable en Algérie - une analyse discursive du SDAT discours au réalité* - , Colloque international sur : L'économie du tourisme et le développement durable , Biskra les, 09 et 10 Mars 2010 .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

و عليه فإن مصطلح التنمية المستدامة ذكر في على الأقل 07% من الحالات بالإضافة إلى 0.9% بالنسبة للسياحة المستدامة .

المنتج السياحي المعلن عنه في المخطط يقع تحت معنى السياحة التي لا تحمل أي مدلول معين ويشغل 92% من الجهاز الإعلامي الملاحظ .

في نفس السياق السابق ، وفي إطار الجلسات الوطنية و الدولية المنعقدة في فيفري 2008 أو التي سبقتها على مستوى وهران، عنابة ، الجزائر ، و بسكرة ، فإن المفهوم (السياحة المستدامة) غائب تماما عن التوجيهات من أجل التنمية السياحية الواجب إعطاءها الأسبقية.

ثانيا: تحليل الخطاب من خلال قائمة تقييم الـ SDAT.

إن قائمة تقييم المحاور من أجل سياحة مستدامة المعدة من طرف الوزارة و التي تعرف أهدافها تتضح كما آتي :

الجدول رقم: 27 قائمة تقييم من أجل سياحة مستدامة .

عناصر القياس	المؤشرات الممكنة	المعايير التي يجب مراعاتها	التقييم ← البعد ↓
-تطور خصائص المناظر الطبيعية . -عدد الأيام و كمية الماء . -عدد الزوار في المواقع الأكثر ترددا	*إغراء و جذب المناظر الطبيعية . *استهلاك الماء . *الكثافة السياحية .	تحديد : هل تسمح السياحة بتجديد الموارد؟	البيئي
-مراقبة التعمير . -فعالية أنظمة التطهير . -تواجد مرافق التخلص من النفايات . -قيود التعمير .	*المساحات الحساسة *معالجة المياه . *معالجة النفايات . *المخاطر الطبيعية .	الوقاية : هل مخاطر تدهور البيئة متحكم فيها ؟	
-القانون 98-04 + الاتفاقيات الدولية . -وجود ميثاق الجودة . -وجود إشارات ، مطويات ... -تثمين المسكن ، المنتجات الحرفية.... -التردد على نقاط بيع المنتجات المحلية .	*الشهرة أو السمعة . *المعلومات . *دعم و مساندة المشاريع . *عملية البيع .	تثمين : هل السياحة تثمن الإرث البيئي و الثقافي ؟	
-التوازن بين المساحات الخضراء و ما تبقى من فضاءات . -عدد أيام الزحام و وجود إجراءات خاصة .	*جمال المناظر المختلفة . *جودة الحركة المرورية . *الروائح و الضوضاء	إطار الحياة : هل تساهم السياحة في تحسين إطار و ظروف الحياة ؟	

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

<p>-تطور السكان الذين يعملون . -تطور العمل في النشاط السياحي و الموسمي .</p>	<p>*المجتمع . *العمل المحلي .</p>	<p>الربحية : ما هي الحيوية الاقتصادية للسياحة؟</p>	
<p>-شراء المواد الأولية المحلية . -% للنشاط في السياحة مع نشاطات أخرى . عدد العمال في البناء ، % للمزارعين الذين لهم دخل من السياحة .</p>	<p>*الدورة الاقتصادية . *تنوع النشاطات . التأثير الاقتصادي .</p>	<p>التكامل الإقليمي : هل السياحة مدمجة أو مكلمة لاقتصاد الإقليم ؟</p>	
<p>-عدد المواسم و أيام الزحام . -التنوع الاجتماعي و الجغرافي ، وأنواع الإيواء . -عدد المواقع و النشاطات التي تشكل سمعة المنطقة .</p>	<p>*عناصر الموسم . *شريحة المشترين . *الجدب .</p>	<p>المرونة : هل النشاطات متنوعة ؟</p>	الاقتصادي
<p>-% المؤسسات ذات ملك و تسيير محليين . -الهيكل الجماعية . -اليقظة ، و تواجد مرصد .</p>	<p>*رؤساء المؤسسات . *التنظيم . *المعلومة .</p>	<p>الاستدامة : هل السياحة مهددة بالتطور الاقتصادي و الاجتماعي ؟</p>	
<p>-عدد السكنات المخصصة للموسميين . -الاعتراف بالنشاط الإنتاجي . -توزيع الوظائف و الخدمات .</p>	<p>*ظروف معيشة الموسمين *إدراك المزارعين ، الحرفيين و الصناعيين . *الانتشار الفضائي للتنمية .</p>	<p>الاعتراف : هل يحظى الفاعلين المحليين بثمنين لنشاطاتهم السياحية؟</p>	
<p>-وجود فترات تدريب مؤهلة . -أعمال دعم الجماعات المحلية و المهنيين .</p>	<p>*التكوين . *تواجد المؤسسات .</p>	<p>الاندماج : هل تشجع السياحة على اندماج و انخراط كل الفاعلين؟</p>	الاجتماعي
<p>-تواجد منظمات جماعية للشراء، النقل ، الترقية..... -تواجد كيان للإعلام ..</p>	<p>*المحددات المشتركة . *التنشيط .</p>	<p>الشراكة : هل الفاعلين في السياحة متضامنون فيما بينهم ؟</p>	
<p>-الأهمية النسبية لذوي الدخل الضعيف ، المتمدسون . -تواجد مرافق استقبال لزيارات اليوم .</p>	<p>*تنوع السياح و المشترين . *السياحة شبه حضرية .</p>	<p>إمكانية الوصول : هل السياحة ممكنة لأكبر عدد ممكن ؟</p>	

بعد قراءة قائمة التقييم من أجل السياحة المستدامة في الجزائر نجد أن السياحة المستدامة تتجه أكثر نحو الترجمتين الأولى و الثانية (كما رأينا سابقا) بحيث :

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر- محدثاتها و تحدياتها-

- يتعلق الأمر أكثر بقبالية الحياة و النمو على المدى البعيد للنشاط السياحي .
- التوجه مرتبط أكثر بالتنمية السياحية المستدامة(أنظر الترجمة المذكورة أنفا).
- معايير و مؤشرات تعريف الأبعاد الثلاث (البيئية ، الاقتصادية ، الاجتماعية) ترتكز أساسا على الاهتمام بالعرض السياحي و ديمومة استقبال السياح.

تتمثل الأهداف المسطرة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 في :

- ترقية و تطوير اقتصاد بديل للمحروقات .
- العمل على التوازنات الكبرى ، و التأثير بفعل جذب و تنشيط القطاعات الأخرى .
- التوفيق بطريقة مستدامة بين ترقية السياحة و البيئة .
- تهمين الإرث الثقافي ، التاريخي ، الطبيعي ، و الديني .
- تهمين صورة الجزائر .

و عليه ، فإن الأمر لا يتعلق كثيرا بالنشاط السياحي الذي يمكن من المحافظة على البيئة .

يجب على العرض السياحي الجزائري أن يأخذ بعين الاعتبار ، التأثيرات الناتجة عن النشاط السياحي كما نبينه فيما يلي :

الجدول رقم: 28 تفاعل السياحة مع القطاعات الأخرى .

التفاعلات مع السياحة	الميادين
التخطيط العقاري في إطار الـPOS*، التحكم في التأثيرات ، تسيير الموارد و التدفقات .	التهيئة و البيئة ، السكن ، التعمير و المالية.
إنشاء معابر الوصول و أنماط التنقل .	الأشغال العمومية و النقل .
استعمال مورد الماء و مختلف أنواع الطاقة .	الماء و الطاقة .
تكوين المستخدمين .	التعليم و التكوين المهني .
تطوير المنتجات ، التكوين المهني ، إنشاء شبكة للبيع .	الصناعات التقليدية .
حفظ ، و استعادة ، و المحافظة ،وتهمين الإرث الثقافي المادي و غير المادي .	الثقافة .
استغلال العادات و التقاليد و الأعياد الدينية .	الداخلية و الجماعات المحلية و الشؤون الدينية
تشكيل عرض مهيكّل و ذو جودة .	التجارة ، الصناعة ، و الفلاحة .

المصدر : S.D.A.T du M.A.T.E.T .

* الـPOS (plan d'occupation du sol) مخطط شغل الأرض .

إذن ، تركيب المنتج السياحي يعتمد على تنمية النشاط الواجب تثبيت مردوده و ربحيته وهذا عن طريق ضمان :

- ✓ الاستفادة من الاستثمارات بأكثر سرعة و في أقل وقت ممكن .
- ✓ البحث على جذب باقي القطاعات .
- ✓ البحث على استبقاء نشاط اقتصادي قوي بقدر الإمكان ¹ .

مما سبق يظهر أن الأبعاد الأساسية (قابلية العيش ، و الحياة ، أخلاقي وعادل) غائبة كليا في الدوائر التخطيطية التي تحتوي الأسس (اجتماعي ، اقتصادي ، بيئي) .

III - 5 - التحديات المستقبلية للرهانات السياحية الجزائرية .

تعرف الساحة الوطنية مجموعة من التناقضات و التوترات الاجتماعية سواء في المدن أو الأرياف بالإضافة إلى ضرورة إيجاد أجوبة مستدامة وعملية عبر الزمن يمكن للثلاثية اقتصاد-مجتمع-بيئة أن تتحملها حتى يتم تجاوز الخطاب المتبنى ضمن الفلسفة السياحية الجديدة.

إن الاستغلال المكثف للموارد و المرافق الذي تعرفه الجزائر في مسار تنميتها إلى يومنا هذا ، وبدون الأخذ بعين الاعتبار للتأثيرات على المدى البعيد جعله تعاني من :

- قلة الموارد المائية .
- هشاشة الأنظمة البيئية ، والتربة بفعل الانجراف .
- التعمير غير المراقب .
- عدم الاهتمام و اللامبالاة بالتراث (المقاربة الفولكلورية) .

و بناء على ما تقدم ذكره يمكننا تحديد مجموعة من القيود والعراقيل التي تمثل تحديا للمقاربة الجديدة للتنمية في الجزائر .

III - 5-1 - استنزاف احتياطي الماء ، التربة و الغطاء النباتي .

توزع السكان ومنذ القدم كان مرتبط بالأساس بمدى توفر الماء والذي يعتبر عنصر استراتيجي و مهم في تهيئة الإقليم و في جميع النشاطات الاقتصادية .ويقع ترتيب الجزائر مع الدول المصنفة تحت عتبة الندرة ، الشيء الذي يبين العجز الكبير في الماء ، بالإضافة إلى هذا نبين فيما يلي الوضعية المعقدة من خلال :

¹ - S.D.A.T.

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها -

- ✦ عدم التكافؤ الجهوي في توزيع الماء .
- ✦ تدني جودة الخدمات .
- ✦ تسيير سيء للمنشآت المائية .
- ✦ زيادة الطلب بعد 2010 .
- ✦ التكلفة الباهظة لتحلية مياه البحر .
- ✦ عدم احترام معايير الجودة في محطات التطهير الحالية لإعادة استعمال المياه المستعملة .

إن العجز المرتقب في الماء يتطلب منذ اليوم وضع سياسة تسيير صارمة للطلب عليه مبنية على أساس إجراءات مالية وقانونية مع نشر معلومات واضحة و دقيقة للحالة المائية للبلاد.

منذ 1960 إلى غاية 2003 تقلصت المساحة الخاصة بالفلاحة من 1 هكتار/للساكن سنة 1960 إلى 0.26 هكتار/للساكن سنة 2003 بحيث التهمت البناءات ما يقارب 250000 هكتار ، ضف إلى هذا تدهور و هشاشة الغطاء النباتي وموارد التربة عموما بسبب طريقة استغلال و استعمال التربة ، التلوث ، وبعض العوامل الطبيعية و البشرية .

وتلعب الغابات دور مهم في حماية التربة من الانجراف ،ولكن الأمر المؤسف هو أن المساحة الغابية فقدت 25% من شساعتها منذ 1955 بسبب الحرائق و الرعي المفرط ، و قطع الأشجار على الرغم من حملات التشجير (والسد أخضر) لكن بدون فعالية نظرا لنقص الاهتمام و المتابعة الجماعية و الأمراض أيضا ، و لهذا يظهر ضروري إعطاء الأولوية في الحفاظ على هذا الرأسمال الغابي في إطار حماية البيئة .

III -2-5- التركيز على الساحل الجزائري (النمو الديمغرافي، النقل ، التعمير الحضري).

أولاً : خيار السياحة الشاطئية :

إن المشاريع السياحية الضخمة المسجلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 على الشريط الساحلي (خاصة المدن الكبرى) يمكن لها أن تزيد من حدة الحالة المقلقة الحالية ، وما علينا إلا أن نأخذ الدروس من جيراننا التونسيون في هذا الميدان وهذا حسب البنك العالمي ،حيث أن المياه تستخرج من المناطق الداخلية لتزويد السياح في الساحل(الفنادق ، ملاعب رياضة القولف ، المسابح...) الأمر الذي أدى إلى جفاف بعض المناطق الداخلية مهددا مصير ومعيشة السكان هناك .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها -

إن السائح المقيم في الفندق يستهلك الماء ثلاث مرات أكثر من ساكن محلي¹، والمساحات الخضراء التي تتراوح بين 50 و 150 هكتار تحتاج إلى استهلاك ما يقارب المليون متر مكعب من الماء سنويا ، أي ما يكافئ استهلاك مدينة يقطن بها 12000 ساكن .

إن المعايير الدولية تنص على حق كل مواطن في (1000m³/habitant/an) من أجل حاجاته اليومية ، وإذا علمنا أن المواطن الجزائري 500 م³ ، وقد لا يتجاوز 430 م³ في عام 2020 ، إن هذه الوضعية الناجمة عن نقص الموارد المائية و المتفاقمة بفعل الجفاف و النمو الديمغرافي، ستؤدي حتما إلى الإثارة بين مختلف المستعملين نزاعات معقدة قد يصعب على السلطات العمومية تسويتها خاصة أن الحاجة إلى مياه الشرب ستتضاعف بنسبة 2.5 على مدى 25 سنة².

و تجدر الإشارة أن الجزائر في حركيتها التنموية لم تول قطاع الري الاهتمام الذي يستحقه، مما أدى إلى تأخر مضر للتنمية الشاملة للبلاد و معكر صفوة الحياة اليومية للمواطن³.

إن إستراتيجية الجزائر تعول على استقلالية المناطق الساحلية بمواردها المائية و هذا من خلال عملية تحلية مياه البحر و تزويد الهضاب العليا بالفائض ، و طبعا هذا يكلف طاقة معتبرة (تتوفر لدى الجزائر ، و لكن إلى متى ؟) مما يؤدي بزيادة تكلفة الماء ، و عملية التحلية هذه ليست دون مخاطر على البيئة (هل فكرنا في زيادة التركيز بمادة الملح Saumure الناتج من عملية التحلية ؟ و يعتبر هذا الملح كباقي النفايات التي يجب معالجتها)⁴.

ثانيا: التخوفات من زيادة حدة التعمير بالمناطق الحضرية .

إن المخطط التوجيهي يتضمن تقادي التعمير الشامل بمحاذات الشواطئ (100 م إلى 300 م) وكذلك بناء طرق موازية لها (800 م إلى 3 كلم)⁵ التي من شأنها التشجيع على هذا النوع من التعمير و تولد تدفقا كبيرا ، الشيء الذي يؤثر سلبا على جودة و قيمة المواقع و المناظر ، و نفس الأمر بالنسبة للقرى السياحية الضخمة التي ذكرناها سابقا .

¹ -Marsaud O , Citant rapport de World Wide for Nature , ONG pour la protection de l'environnement « *Eau et tourisme dans le bassin Méditerranéen* » , 2004. Cette étude réalisé pour le fonds mondiale pour la nature en Espagne , ou le problème du partage de l'eau se pose avec acuité , révèle que la consommation d'eau d'un touriste étranger s'élève à 800l/jour, contre 250l/jour en moyenne pour les Espagnols.

² - كدودة الزبيري : *اقتصاديات الموارد المائية في المغرب العربي واقع و آفاق - حالة الجزائر* - <http://www.ulum.nl/d33.html>

³ - كدودة الزبيري : مرجع سابق .

⁴ - Le Directeur de l'Agence Nationale des Ressources Hydrauliques, Colloque internationale sur l'eau à Alger (le quotidien El Watan).

⁵ -S.D.A.T

الفصل الثالث: السياحة المستخدمة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

يجب معرفة أن 65% من السكان يقطنون في المناطق الشمالية على مساحة تقدر بـ 4% من التراب الوطني مقابل 9% من السكان على مساحة 87% في المناطق الجنوبية ، وعليه يخشى من تزايد هذا الخلل في التوازن الديمغرافي الذي سيولده إنشاء مركبات سياحية شاطئية(ضف إلى هذه الاعتبارات ، مشكلة النزوح الريفي بسبب الظروف الاقتصادية و الأمنية ... إلخ)، بحيث ستكون هذه الأقاليم مصدر توترات إضافية ليس من ناحية تدهور الوسط الطبيعي فقط إنما أيضا بخصوص صعوبة و تعقد عملية التسيير بسبب التشعب و الكثافة المرتفعة (الثقيلة) مما يزيد التكاليف على الجماعات المحلية .

الجدول رقم : 29 تطور عدد السكان في المناطق الحضرية و الريفية من 1966 إلى 1998 .

السنة	السكان الحضرية	سكان المناطق الريفية	العدد الإجمالي للسكان	نسبة سكان المناطق الحضرية
1966	3778482	8243518	12022000	31.40 %
1977	6686785	10262515	16948000	40 %
1987	11444249	11594693	32038942	49.70 %
1998	16966967	12133926	29100863	58.30 %

المصدر : M.A.T.E.T/S.D.A.T

هذا النمو رافقه تدني مستوى معيشة السكان ، و الملاحظ أيضا هو انتشار السكنات القصديرية حتى في بعض أحياء العاصمة ، مما يهيئ الجو لظهور مشاكل مرتبطة بالنقل ، التلوث و القابلية لتفشي الآفات و المخاطر الكبرى .

إن تدفقات السياح الأجانب أو الوطنيين المرتقب من شأنه أن يزيد من شدة النمو الديمغرافي و ما تعرفه بعض التوازنات من خلل ، و بين سياسة توريد القطيعة مع هذه الوضعية ، فإن إعادة التوازن لأهم مركبات الإقليم الجزائري تمثل أهم تحدي لرسم جغرافية جديدة للإقليم .

يمكن كبح هذا التوجه بفضل تنمية الهضاب العليا و الجنوب الجزائري من أجل تثبيت السكان في مناطقهم و لما لا عكس العملية أي جذب سكان التل الجزائري نحو هذه المناطق مع مراعاة المناطق الجبلية التي تقع بين التل و الهضاب العليا و التي تتطلب نوع معين من التنمية الخاصة بها .

إن نجاح تنمية الهضاب العليا مرتبط بقدرة استقبال السكان القادمين نحوها ، و إشباع المطالب الاقتصادية و الاجتماعية لديهم ، وخاصة ما يتعلق بالتشغيل و الماء .

تتطلب المناطق الصحراوية تنمية خاصة نظرا لطبيعة التحديات التي تفرضها ، حيث أنها لم تعرف تنمية اقتصادية و بشرية معتبرة ، بالإضافة إلى طبيعة المناخ القاسي و بعد المسافة من أجل استيعاب وافدين جدد نحو هذه المناطق التي تحتوي على إمكانيات و ثروات هائلة ، علما أنها لم تحظى باهتمام كافي لحد الآن و لا حتى في الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية المعول عليها مستقبلا .

III -5-3- حدة التنافس و الخضوع لقوانين السوق السياحي .

ينتظر الجزائر عمل كبير في مجال عرض منتجات سياحية متنوعة و طاقة استيعاب فندقية التي تستجيب للمقاييس العالمية ، وهذا لضمان مكان لها بين أعضاء نادي و سوق الدول السياحية، لأن 10% فقط من هياكل الاستقبال الحالية لديها تحترم و تعمل بهذه المقاييس¹ .

إن دول البحر الأبيض المتوسط التي تشبه الجزائر ثقافيا ، جغرافيا ، ومناخيا تشكل منافسة مباشرة تقتضي ضرورة تصور وتطوير سياحة عصرية يعتمد على مؤسسات اقتصادية تظهر و تؤكد على أصالة و مصداقية المنتجات المعروضة بحيث لا تترك الأمور للصدفة و بدون تخطيط علمي .

تستقبل فرنسا 50 مليون سائح سنويا ، ويعتبر الألمان و سكان الدول الشمالية من أكثر الشعوب سفرا ، مع العلم أن بلدان البحر الأبيض المتوسط تولد 30% من مداخيلها بفضل السياحة ، و أن 260 مليون سائح عبر العالم تجولوا بحثا عن الراحة و الترفية و اكتشاف الجديد خلال سنة 2006 ، وسيرتفع هذا العدد ليصل إلى 400 مليون سائح سنة 2020 .

كل الدول تستطلع للاستفادة من هذه الثروة المالية التي يحققها قطاع السياحة ، و كل بلد يخطط وفق إستراتيجية معينة لجذب أكبر عدد ممكن من السياح .

حسب تقديرات الباحثين و الجامعين فإن الجزائر في سنة 2011 ستتوفر وفي أحسن الأحوال على طاقة استيعاب فندقية تقدر بـ 167000 سرير ، و 2.5 مليون سائح منتظر قدومهم للتجوال و الإقامة في صحرائنا الكبرى ، و حتى إن وصل العدد السابق إلى 3.1 مليون سائح و طاقة استيعاب تساوي 187000 سرير مع حلول سنة 2013 بحيث يتم تشغيل 400000 شخص، فإن قطاع السياحة في الجزائر لا يمكنه تحمل المقارنة مع مصر (12.5 مليون سائح في سنة 2011 و 22.5 مليون سنة 2017) التي ستتوفر على 600000 غرفة من مختلف الأصناف ، ودورات سياحية معتبرة وقيمة تمكن من تشغيل 1.5 مليون شخص ، وعليه فإن بلد الأهرامات و الفراعنة سيكون أكثر البلدان العربية الإسلامية زيارة .

وحسب إسقاطات الباحثين بالنسبة لتونس سنة 2016 فإنها ستتوفر على 359000 سرير لاستقبال 10 ملايين سائح مع توظيف 594000 عامل في قطاع السياحة مما يجعل هذا البلد الصغير المساحة من بين أكثر دول البحر الأبيض المتوسط استقطابا للسياح ، مع العلم أن عدد الجزائريين الذين سيذهبون إلى تونس مقدر بـ 2 مليون جزائري و جزائرية .

إن مفهوم الاستدامة يبدو أنه يخضع لقواعد السوق السياحية أين التنافس و الجاذبية لا تحمل إجراءات ولا تترك مكان مهما للرأسمال البيئي ، و يمكن القول بأن السياحة الدولية يصعب عليها التأقلم و استيعاب الأمور التالية :

¹ - رحال علي ، عيساني عامر : مداخلة تتضمن مقارنة القطاع السياحي بين الجزائر ، ومصر ، وتونس ، ملتقى دولي تحت عنوان " اقتصاد السياحة و التنمية المستدامة " بجامعة محمد خيضر بيسكرة (الجزائر) ، 10/09/2010 .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر- محدثاتها و تحدياتها-

- استغلال الموارد بطريقة لا تعظم لها الأرباح و المداخل على المدى القصير .
- التركيز الإقليمي في التهيئة السياحة لضمان ربحية أكبر وتغيير الطلب إلى وجهات أخرى أقل إلزامية و عرقلة .
- مراعاة مصلحة السكان المحليين و مستقبل أولادهم مع الاستثمار في تطوير منتجات تنفق مع منهج السياحة المستدامة .
-ألخ

في الأخير يبقى أن تطرح السياحة المستدامة في الجزائر التساؤل حول معرفة إذا كان الاقتصاد المخطط له مسجل ضمن حلم يتغنى به أو في إطار رؤية حقيقية يمكن لها التوفيق بين عناصر الثلاثية : استدامة - توازن - عدالة .

III -4-5- السياحة و حماية البيئة في ظل المخاطر الطبيعية .

تجتمع الظروف الجيولوجية و المناخية الخاصة بالجزائر لتجعل منها أرض مخاطر بدرجة معينة ، بحيث من أصل أربعة عشرة من الأخطار العظمى المسجلة لدى هيئة الأمم المتحدة (ONU)، عشرة منها تخص الجزائر، وهي¹ :

- 1- الزلازل و الأخطار الجيولوجية .
- 2- الفيضانات .
- 3- المخاطر المناخية .
- 4- المخاطر الإشعاعية و النووية .
- 5- حرائق الغابات .
- 6- المخاطر الصناعية و الطاقوية .
- 7- المخاطر المتعلقة بالصحة البشرية .
- 8- المخاطر المتعلقة بالحالة الصحية للحيوانات و النباتات .
- 9- تلوث المناخ ، و المياه ، و المصادر البرية ، و البحرية .
- 10 - الكوارث المرتبطة بالتجمع المبلغ فيه للسكان .

لمواجهة هذه المخاطر ، فإن تثمين و المحافظة على النظام البيئي كإرث مشترك أولا ثم الجانب السياحي تبقى ضرورة و أولوية ملقاة على عاتق المجتمع الجزائري كل حسب موقعه و دوره .

كما ذكرنا فيما سبق ، فإن الجزائر تتميز بتنوع مواردها الطبيعية وتضاريسها ، حيث نجد : الساحل ، و السهول ، و جبال الأطلس التلي ، و المناطق السهبية ، و جبال الأطلس الصحراوي الخ. والتي تمثل بتنوعها و غناها ، ذخيرة مهمة للتنوع البيئي ضف إلى هذا جمال و سحر المنظر الطبيعية الخلابة .

¹ -Prévention des catastrophes en Afrique ,SIPC (Stratégies Internationales pour la Prévention des Catastrophes) information No 02 , avril 2004 .

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

إن الأنظمة البيئية أصبحت مهددة جراء التحولات السريعة للنمو الديمغرافي و اقتصاد البلاد، بحيث تولد عن التعمير غير المتوازن و نمو الأنشطة ضغط كبير يرافقه التخلي عن العادات و السلوكات القديمة و المتوارثة للتعامل مع هذه الفضاءات ، وتمثل تكلفة الأضرار البيئية ما يقارب 7% الناتج الداخلي الخام PIB ، أي ما يعادل 3.5 مليار دولار أمريكي .

إن نقائص تسيير البيئة تبين ضعف الوعي بمشاكل حماية و إعادة الاعتبار للبيئة الجزائرية ، وتعتبر هذه المسألة إشكالية جديدة على مستوى الجزائر و المغرب العربي كذلك، و التي تتطلب تحول و تغير فكري و سياسي للسماح بإبراز الرهانات الخاصة بهذه المناطق .

خاتمة الفصل

بالرغم من امتلاك الجزائر لمؤهلات سياحية هائلة (ثروة طبيعية و مادية متنوعة و تراث حضاري و ثقافي ثمين) إلا أنها لم تحقق الأهداف المرجوة منها في صناعة السياحة، حيث نصيب الجزائر من السياحة العالمية لا يتعدى 1% وتتواجد ضمن الرتب الأخيرة عالميا ضمن أضعف الوجهات السياحية)¹، وهذا راجع لعدة أسباب منها السياسة السياحية التي تبنتها الجزائر منذ الاستقلال إلى يومنا هذا والتي تميزت بما يلي :

♦ تطور ملحوظ من حيث إنجاز طاقات الإيواء ولكنها لم تحقق الأهداف المسطرة، و تبقى غير كافية ، وهذا راجع للصعوبات والمشاكل المرتبطة بالمحيط الاقتصادي و الاجتماعي عموما، والتأخير في إنجاز المشاريع .

♦ خلال فترة التسعينات اعتمدت الجزائر سياسة سياحية جديدة مبنية على تشجيع الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي للقطاع السياحي، لكنه تزامن مع فترة تردي الوضع الأمني في الجزائر .

♦ عرف القطاع السياحي تحسنا ملحوظا بعد سنة 2000 من حيث التدفقات السياحية حيث بلغت في الفترة (2000- 2005) نسبة زيادة قدرت بـ 10% بالنسبة للسياح المحليين و 18 % بالنسبة للسياح الأجانب .

إن الجزائر تتطلع بأن تكون قطبا سياحيا متواجدا في ركب التنافس الإقليمي بمنتجات سياحية عصرية و جذابة ، لذا تبنت إستراتيجية سياحية من خلال المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة أفاق 2025 (SDAT) مع تطبيق قواعد الاستدامة ، و قد تم تحديد مجموعة من البرامج لتهيئة الأقطاب السياحية في الجزائر سواء كانت من الدرجة الأولى أو التكميلية ، و يعتبر المخطط التوجيهي لتهيئة الإقليم (SNAT) الإطار المرجعي لهذا التوجه .

و ينص المخطط الوطني لتهيئة الإقليم حسب ممثل الحكومة شريف رحمانى ، على ضرورة العمل على تحقيق التوازن الإقليمي والتنافسية وتحقيق التوفيق المنسجم بين إقامة توازن مستدام و المكونات الكبرى للإقليم وتكييفها مع متطلبات الاقتصاد المعاصر في إطار الحكم الراشد من خلال ضبط مراحل تنفيذه في إطار إستراتيجية تنفيذية واضحة وهادفة .
<http://www.radioalgerie.dz/?p=45821> (ماي 2010).

¹-أنظر تصريح السيد سعيد بوخليفة ، مستشار وزير السياحة والصناعات التقليدية (El Watan du lundi) (05/07/2010)

الفصل الثالث: السياحة المستدامة في الجزائر - محدثاتها و تحدياتها-

و حسب الدكتور بوكرامي (عضو اللجنة الوطنية للإحصاء الاقتصادي المنصبة خلال شهر جوان 2010) ، فإن الحكم الراشد يعني الشفافية أيضا ، و بالرغم من المرسوم التنفيذي رقم 04-81 المؤرخ في 22 محرم عام 1425 الموافق لـ 14 مارس سنة 2004 و الذي يحدد كفايات وضع بنك معطيات للسياحة وهذا طبعا تجسيدا للشفافية و توفير المعلومات المتمثلة في :

- القدرات السياحية التي تزخر بها البلاد .
- تنظيم السياحة وكذا الإطار القانوني لتشجيع الاستثمار السياحي في الجزائر .
- طاقات الاستقبال وأصناف الإيواء .
- كل معلومة ذات طابع اقتصادي واجتماعي لها صلة بالنشاط السياحي .

والذي يقوم بتزويد بنك المعطيات السياحية هم المديرات الولائية للسياحة ، الديوان الوطني للسياحة ، الوكالة الوطنية للتنمية السياحية ، الجمعيات التي تنشط في المجال السياحي ، وذلك بإرسال المعطيات المجمععة إلى المصالح المختصة بإدارة الوزارة المكلفة بالسياحة، بعدها توضع هذه المعلومات تحت تصرف الجمهور للإطلاع عليها .

إذن على الرغم من كثرة وتنوع النصوص القانونية و وجود الإرادة السياسية و الأموال المرصودة إلا أن الواقع يعكس عدة مشاكل و اختلالات ونقائص (نقص المعلومات و تناقضها أحيانا وهذا طبعا في غياب ما يسمى ببنك المعلومات و المتعلق بالنشاط السياحي و علاقته مع باقي القطاعات) ضف إلى ذلك الرهانات التي تنتظر الجزائر و التي تتمثل أساسا في إشكالية انخفاض معدل الموارد الطبيعية وندرة المياه و هشاشة التربة وأزمة عالم الريف ومشكل النزوح و النمو الديمغرافي.

في الأخير، يجب القول بأن العامل البشري هو أساس العملية التنموية مهما كانت أبعادها و رهاناتها ، و كما قال الأستاذ محمد طيبي من جامعة وهران ، الإدارة لا تصنع تنمية ، وعليه فإن سلوك ووعي السياح بمتطلبات السياحة المستدامة يعتبر بمثابة حجر الزاوية في نجاح مساعي تحقيق التنمية المستدامة للنشاط السياحي وأيضا لكون كل فرد من بني البشر يعتبر سائح نسبي ، سواء محليا أو دوليا .

و لمعرفة مدى مساهمة و درجة ثقافة الاستهلاك الصديقة للبيئة و المراعية لمتطلبات التنمية المستدامة من طرف السياح ، قمنا بدراسة ميدانية على مستوى حمام ربي بولاية سعيدة مع إعداد استبيان مناسب لهذا الغرض كما سنبينه في الفصل الرابع .

الفصل الرابع

تحليل الوضع السياحي لولاية سعيدة (حمام ربي) و تطلعات القطاع بها .

بسم الله الرحمن الرحيم: و جعلنا من الماء كل شيء حي .
'Et nous avons fait de l'eau toute chose vivante ...''

«Saïda royaume des eaux»,

le titre de la brochure présentée par l'association des zones thermales, de l'environnement et du tourisme à l'occasion de la commémoration de la Journée mondiale consacrée au tourisme et décrétée par l'organisation mondiale du tourisme (OMT).

« Si tu veux parler de l'univers apprends d'abord à bien parler de ton village » .

Léon Tolstoï .

محتويات الفصل الرابع

تحليل الوضع السياحي لولاية سعيدة (حممزي) وتطلعات القطاع بها.

تمهيد .

- I - وضعية قطاع السياحة بولاية سعيدة ..
 - I - 1- لمحة تعريفية و تاريخية .
 - I - 2 - الموقع والحدود .
 - I - 3 - مناخ الولاية وتضاريسها .
 - I - 4 - تطور السكان وأهم مؤشرات الولاية .
 - I - 5 - الإمكانيات و الموارد السياحية .
 - I - 6 - واقع القطاع من خلال بعض المؤشرات .
- II - آفاق القطاع السياحي بالولاية و آليات تطويره .
 - II - 1- مواقع التوسع السياحي المقترحة .
 - II - 2- الأهداف المسطرة لتطوير القطاع على مستوى الولاية
 - II - 3- وضع آليات لتطوير القطاع .
- III - الدراسة الميدانية: .
 - III - 1- نبذة عن المؤسسة الحموية لحمام ربي (سعيدة) .
 - III - 2- دراسة الاستبيان وتحليل النتائج.
 - III - 3- استخلاص و استنتاجات.

خاتمة الفصل .

تمهيد:

إن الموقع الجغرافي و الموارد الطبيعية المتنوعة، جعلت من ولاية سعيدة (مدينة المياه) لوحة فنية جد جميلة حيث نجد فيها عدة ينابيع للمياه الساخنة ذات الصفة العلاجية، لتسمح لها بتشكيل قطب سياحي معتبر ومميز .

و لقد تجاوزت سمعة حمام ربي الحدود الولائية نظرا لنوعية مياهها الحموية العالية التي تشتهر باستعمالاتها العلاجية في العديد من الأمراض كما أنها مناسبة للإستجمام والراحة .

و مما لا شك فيه ،أنه ثمة ترابط و علاقة بين تطور النشاط السياحي و بقية النشاطات سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة، و يشكل قطاع السياحة قاطرة دافعة في المسيرة التنموية و يتسبب في إحداث تغييرات سريعة بفعل الجر لباقي القطاعات و النشاطات (un effet d'entraînement) .

من هذا المنطلق، عملت الجهات المسؤولة، و رغبة منها في استغلال هذا المورد، إلى إحداث قفزة نوعية في هذا المجال من خلال فتح المجال للاستثمار في الفنادق و أيضا من خلال تخصيص قاعات و اقتنائها لتجهيزات متطورة مستخدمة في العلاج الطبي إلا أنه يبقى طبعا مسألة جلب أهل الاختصاص وتوفير الشروط الأساسية و الضرورية لأداء مهامهم في أحسن الظروف، فضلا عن تطوير و تحسين نوعية الخدمات المقدمة خاصة بالمؤسسة المعدنية .

و لكن السؤال الذي يبقى مطروحا يقوم على مدى إمكانية إرضاء الوفود المتزايدة من السياح (تقديم خدمات ذات جودة ، و تزويدهم بالمعلومات الضرورية مع إحداث تفاعل مع السكان المحليين و تطوير منتجات سياحية متنوعة مع الحفاظ على البيئة و خصوصيات المنطقة بصفة عامة) من جهة و تلبية حاجات السكان المحليين من جهة أخرى، و هل تتوفر منطقة حمام ربي على التجهيزات الضرورية و الكافية و المؤهلات البشرية التي تسمح لها بكسب ثقة و ولاء السياح على أن لا يكون ذلك على حساب المواطن المحلي، و هذا ما سنتعرف عليه من خلال الدراسة الميدانية المشتملة على توجهات و سلوكيات السائح و انطباعاته من عين المكان .

اشتملت الدراسة الميدانية على جمع معلومات قبلية و إجراء مقابلات مع المسؤولين و المنتخبين على المستوى المحلي و الولائي و مع بعض العمال و المواطنين (السكان المحليين) و السياح ، ثم صياغة مجموعة أسئلة منتقاة من الواقع الذي يعيشه السائح الذي جاء لزيارة المنطقة، إذ و من خلال مشاركته في الاستبيان أتمكن من التقرب أكثر إلى حقيقة السياحة بالمنطقة و مدى فعاليتها و تفهم السياح (يعتبر المستهلك (السائح) أيضا من الفاعلين الأساسيين ، لكنه الآن أكثر بعدا و أقل اعتناء بالسياحة المستدامة ، أساسا بسبب نقص المعلومات المتوفرة لديه وليس لغياب الرغبة¹) و تجاوبهم مع المسائل المرتبطة بالسياحة ، و التنمية المستدامة .

¹ - Jean-P Lamic , *Tourisme durable : utopie ou réalité* , l'Harmattan , Paris , 2008 , P 17.

I- وضعية قطاع السياحة بولاية سعيدة .

I - 1- لمحة تعريفية و تاريخية .

لقد عرفت منطقة سعيدة تواجد الإنسان منذ العصور الحجرية كونها ملتقى ممرات طبيعية تميزها مجاري المياه المتواصلة ومساحات غابية شاسعة و متنوعة ، وتشهد على ذلك العديد من المحطات والمغارات والمخابئ والرسومات الصخرية الكائنة بعين الحجر - عين المانعة - تيفريت - ومضيقات واد سعيدة .

في القرن الثالث ميلادي احتلت من طرف الرومان (آثار ليماس سبتيم سيفر) بدوار بنيان تيفريت (بلدية عين السلطان) وبقايا لوكوا بقرية المعاطا (بلدية يوب) وآثار أخرى بعين بالول (بلدية أولاد إبراهيم) .

و في الفترة ما بين القرنين الرابع و السادس : سجلت مقاومات عنيفة من طرف السكان الأصليين ضد الاحتلال الروماني وتحطيم هذا النظام على يد الغزو الفينيقي .

و خلال عام 533 م وقع هجوم بيزنطي على المنطقة ومقاومات مملكة "الجدار" التي كانت تحكم بفرندة واستطاعتها الاحتفاظ باستقلالها .

لقد دخل الإسلام إلى منطقة سعيدة حوالي سنة 700 ميلادي في فترة حكم الدولة الأموية ، ثم صارت تابعة لحكم الرستميين (بين سنتي 776م - 908 م) ، ثم حكمها المرابطين منذ سنة 1080 ميلادي ، بعد ذلك حكمها الموحدون ومن بعدهم الزيانيون في سنة 1235م وكانت منطقة سعيدة تسمى قديماً بـ "قرسيف" وامتد هذا الاسم منذ ما قبل العهد الإسلامي إلى غاية حكم الفاطميين حينما دخلوها قبائل بني هلال الذين أسسوا بها مذهب اليعقوبية بحيث سميت "العقبان" .

و كانت سعيدة منطقة إسلامية تحت إمامة حكم "تاهرت" القرن الثامن ميلادي (704 - 858م)، و تتالت أسر مالكة عديدة على المنطقة إلى غاية مجيء بنو هلال الذين كونوا مذهب اليعقوبية .

وفي حدود 1150 م كانت منطقة سعيدة تابعة لمملكة "عبد الوحيد" الكائنة بتلمسان التي كانت تميزها شخصية دينية تسمى (ابن تومرت) .

و في منتصف القرن 15 م بدأ التواجد التركي وتحول منطقة سعيدة إلى قوة إغاليكية تحت سيطرة باي معسكر (1701-1791) .

بعد نزول الاحتلال الفرنسي بالجزائر العاصمة سنة 1830 بالمرسى الكبير ووهران في جانفي 1831 ظهرت القوات الكولونiale بمعسكر سنة 1835م مما دفع الأمير عبد القادر إلى الاستقرار بمدينة سعيدة و اتخاذها كقاعدة عسكرية (بالمكان المسمى بسعيدة القديمة) حيث أنشأ بها مصنع للأسلحة في 22 أكتوبر 1841م ووصل الاحتلال الفرنسي إلى سعيدة بعد مقاومة عنيفة من طرف جماعات الأمير عبد القادر بقيادة الأغا مصطفى بن تامي (ملازم أول) . لجأ بعد ذلك الأمير إلى منطقة الحسا سنة حيث واصل المعارك ضد فرق الجنرال (لامور والكولونيل جيرى) .

ومن أهم معارك الأمير عبد القادر :

- * جبة جوان 1843 .
- * عين المانعة : 24 أوت و 12 سبتمبر 1843.
- * تيرسين وسيدي يوسف : 22 سبتمبر 1843
- * جنوب المنطقة : ما بين 1864 و 1882.

و من أهم المعارك الأخرى التي عرفتها المنطقة ، نذكر :

معركة الخلايفية - الجبل الأخضر - ميمونة - أولاد خالد - تامسنة - الحاسي الأبيض - المرجة - جبل بعتروس - اللبة - سيدي دومة - هونت - جبل سيدي البودالي - جبل اللوكد المعابر - أولاد على ، كرسوط ، مرقب السبع - جبل المناورة .

المشاركة في أحداث 8 ماي 1945 .

خلال سنة 1958م تم إنشاء مقاطعة سعيدة وهي تشمل على :

- بلدية سعيدة : 58800 ساكن .
- عين الصفراء : 20265 ساكن .
- البيض : 39263 ساكن .
- المشرية : 29253 ساكن .

و لقد عرفت المنطقة اشتباكات عديدة و مختلفة وتخريب و أعمال فدائية نفذها رجال وأبطال كثيرون أثناء حرب التحرير المجيدة ، و بلغ عدد الشهداء أكثر من 1650 شهيد .

أطلق الأمير عبد القادر اسم "سعيدة" على المنطقة بين سنتي 1837-1839 م نسبة إلى امرأة مرابطة متعبدة اسمها "سعيدة" كانت تعيش قبل الميلاد بالمنطقة .

حسب رواية أولى تعود تسمية سعيدة نسبة إلى سعيدة الأمازيغية زوجة عبد الله بن الربيع خال المهدي العباس في القرن الثالث الهجري والتاسع ميلادي .

سميت أيضا نسبة لحمام سيدي عيس في القرن الرابع الهجري والعاشر ميلادي .

و تعود تسمية سعيدة إلى نهر صغير المسمى بسعيد والذي بنية بجانبه مدينة سعيدة في مراحل بني هلال حسب رواية أخرى .

وقد أثبت العلامة عبد الرحمان بن خلدون قدم هذا الاسم إذ أشار إليه مرة بقلعة سعيدة `` وأخرى بـ ``إمارة سعيدة `` .

I - 2- الموقع والحدود .

تقع ولاية سعيدة في الجهة الغربية من التراب الوطني، وتتربع على مساحة تقدر بـ 6613 كلم، بها ستة دوائر وستة عشر بلدية، و تتموقع ولاية سعيدة في محور مركزي ضمن الكتلة المكونة لولايات ما يعرف بـ الهضاب العليا الغربية (تيسمسيلت - تيارت - سعيدة - النعامة - البيض) .

و الجدول التالي يوضح دوائر و بلديات ولاية سعيدة ، مساحتها و بعدها عن مقر الولاية .

جدول رقم 30: دوائر و بلديات ولاية سعيدة .

الصفة الإدارية	المسافة عن مقر الولاية	المساحة/كلم ²	*الدوائر -البلديات
مقر الولاية مقر دائرة		75.83	*دائرة السعيدة: - بلدية سعيدة
مقر دائرة مقر بلدية مقر بلدية	7 كلم 27 كلم 40 كلم	400.33 425.13 1281.77	*دائرة عين الحجر: -بلدية عين الحجر -بلدية مولاي العربي -بلدية سيدي احمد
مقر دائرة مقر بلدية مقر بلدية مقر بلدية	30 كلم 04 كلم 25 كلم 56 كلم	243.22 204.91 165.04 170.58	*دائرة سيدي بوبكر : -بلدية سيدي بوبكر -بلدية أولاد خالد -بلدية سيدي عمر -بلدية هونت
مقر دائرة مقر بلدية مقر بلدية	18 كلم 45 كلم 90 كلم	576.58 11.86 393.53	*دائرة الحساسنة : -دائرة الحساسنة -بلدية معمورة -بلدية سخونة
مقر دائرة مقر بلدية مقر بلدية	40 كلم 50 كلم 30 كلم	248.00 411.13 258.90	*دائرة ولاد براهيم : -بلدية أولاد براهيم -بلدية تيرسين -بلدية عين سلطان
مقر دائرة مقر بلدية	40 كلم 25 كلم	429.65 216.10	*دائرة يوب : -بلدية يوب -بلدية دوي ثابت

المصدر : مديرية السياحة .

بعدها كانت تضم كل من إقليمي ولايتي البيض والنعامة منذ 1959 أصبحت حدود ولاية سعيدة بعد التقسيم الإداري لسنة 1984 كالتالي :

- من الشمال : ولاية معسكر .
- من الغرب : ولاية سيدي بلعباس .
- من الجنوب : ولايتي النعامة والبيض .
- من الشرق : ولاية تيارت .



I - 3 - مناخ الولاية وتضاريسها.

أ - المناخ :

مناخ ولاية سعيدة شبه جاف وحار صيفا، و قارص شتاء ، و معدل سقوط الأمطار حوالي 348مم / سنة ، ودرجة الحرارة : ما بين (46) شهر جويلية و(-7) شهر ديسمبر.

ب - التضاريس:

تقع ولاية سعيدة ما بين نهاية جبال الضاية في الشمال والهضاب العليا في الجنوب أي في الفج الفاصل بين الكتلة الأولى والثانية من سلسلة الأطلس التلي، و يمر بهذا الفج واد سعيدة ، كما أن لها جغرافية سياحية متميزة تجعلها قبلة للسياح مستقبلا إذا تم استغلالها على أحسن وجه ، ولمنطقة سعيدة مزيج جغرافي حيث تمتزج فيه الجبال الشاهقة والغابات ذات الجمال الأخاذ والشلالات المائية الدافقة والمغارات التي تشهد عن قدم المنطقة .

I - 4- تطور السكان وأهم مؤشرات الولاية .

حسب الإحصاء العام للسكان و السكن الخامس لسنة 2008 ، فقد بلغ تعداد سكان الولاية الإجمالي 330641 نسمة ، و هذا بنسبة نمو تساوي 1.7% مقارنة بسنة 1998 ، و الجدول الموالي يوضح ذلك بالإضافة إلى بعض المؤشرات الأخرى .

جدول رقم 31: تطور أهم مؤشرات ولاية سعيدة ما بين 1998 و 2008 مقارنة بالنسبة للمستوى الوطني .

الترتبة	المستوى الوطني	الولاية		
	2008	2008	1998	
السكان				
				اجمالي سكان الأسر العادية و الجماعية
41	34 074 911	330 641	279526	
20	1,6	1,7		معدل النمو (2008-1998)
23	91,8	91,9	77,7	نسبة التمدرس (6-15 سنة) (%)
18	92,4	92,8	80,5	ذكور
26	91,2	91,0	74,9	إناث
41	22,3	28,5	36,6	نسبة الأمية (10 سنوات فأكثر)*
40	15,6	21,1	27,9	ذكور
40	29	36,1	45,5	إناث
14	43,9	45,5	43,7	نسبة نشاط (15 سنة فأكثر)
6	73,1	75,4	72,4	ذكور
17	14,3	15,2	14,6	إناث
الأسر				
				عدد الأسر
40	5 814 236	56 024	42 152	
23	5,9	5,9	6,6	متوسط حجم الأسرة
المساكن				
				اجمالي حظيرة المساكن
41	6 85 675	63 585	51 594	
	5 303 954	51 496	39 359	حظيرة المساكن المشغولة
25	6,4	6,4	7,1	متوسط عدد الأفراد بالمسكن *
				نسبة الربط بشبكة :
26	94,5	94,76	77,0	الكهرباء
11	45,8	55,6	37,5	الغاز الطبيعي
13	77,5	84,4	76,8	الصرف الصحي
19	80,8	84,2	72,9	مياه الشرب
				مرافق المسكن (%) :
4	88,3	94,3	82,5	مطبخ
40	65,2	52,3	35,6	حمام
20	91,4	91,6	79,5	مرحاض

المصدر : مديرية السياحة

و لكن من خلال قراءة وتحليل نتائج الإحصاء ، و حسب الهيئة المشرفة على ذلك ، فإنه يعبر عن رفاهية السكان وفق امتلاكهم لمرحاض ، حمام ، و مطبخ ، وهذا بعيد عن المعايير المعمول بها عالميا (حيث نجد مؤشرات أكثر دلالة و ترتبط بحقيقة التنمية البشريةالخ).

I - 5- الإمكانيات و الموارد السياحية .

I - 5-1- الموارد الطبيعية :

للولاية العديد من المقومات التي تجعل منها جذابة و قبلة لعدد كبير من السياح الجزائريين أو الأجانب .

ويتميز شمال الولاية بتربة خصبة صالحة للحبوب ذات المردودية العالية إضافة إلى بعض الخضروات ، و جنوبها ذو طابع رعوي ذات الأراضي السهبية التي تغطيها نباتات شوكية وحلفيه .
تقدر ب : 59760 هكتار و من أهم أنواع الأشجار نجد :

1- الصنوبر الحلبي (أغلب مناطق الإقليم) .

2- أدغال البلوط الأخضر (في الجنوب والجنوب الشرقي) .

الجبال : جبال الضاية ، جبال القعدة جبل مزايطة ، جبال تيفريت ، جبل بو عتروس ، جبل اللبة .

الغابات : تمتاز ولاية سعيدة بغابات كثيفة و متنوعة تنتشر عبر كامل اقليمها بمساحة اجمالية قدرها 16.401 هكتار منها غابة سعيدة القديمة ، غابة المرجة ، غابة العش غابة فيض الكلخ ... الخ

الأودية : واد سعيدة الذي يمر عبر منطقة سعيدة القديمة والذي يشتهر بمياهه الصافية .



الشلالات : تعرف ولاية سعيدة بشلال تيفريت المتواجد بمنطقة التوسع السياحي بتفريت والذي يشكل مقصد سياحي ترفيهي مهم في المستقبل نظرا لخصائصه وتميزه .



المنطقة الرطبة:

المناطق الرطبة التابعة لولاية سعيدة معروفة بالشط الشرقي يقع ببلدية عين السخونة التي تبلغ مساحتها 12.000 هكتار .

ويعد الشط الشرقي الذي يأتي مباشرة بعد شط جرد بتونس من أهم المناطق الرطبة بفضل خصائصها المميزة بالقارة الإفريقية أنها غنية من حيث أنواع المياه نجد المالحة، الحلو و الحموية مما يعطي للمنطقة طابع خاص ومتنوع، كما أنها رطبة طيلة السنة مع العلم أنها متواجدة بالمناطق السهبية الجافة أين الأمطار تكون موسمية.

تنوع ثروة المياه بالمنطقة وكثرتها جعلها تتميز بغطاء نباتي جد غني ومتنوع وتعدد الثروة الحيوانية ، كما يحتوي الشط الشرقي على العديد من النباتات والحيوانات المهدد بالانقراض ، كما تستقبل موسميا الطيور المهاجرة (توجد طيور نادرة بعين السخونة و محمية وفق المرسوم 83-509 المؤرخ بتاريخ 1983/08/20 وهناك أيضا طيور المستنقعات المستوطنة ، وفي سنة 2000 تم إحصاء أكثر من 120 نوع من الطيور .

و لكن هذه المنطقة تعاني من تدهور الأوساط الإيكولوجية ومن أجل الحفاظ عليها وحمايتها واستغلالها بصفة عقلانية تم تصنيف الشط الشرقي ضمن قائمة RAMSAR في سنة 2001 .

ولهذا تحتاج المنطقة إلى عناية خاصة كونها محمية طبيعية لما تكتسبه من ثروات نباتية وحيوانية ومائية ، وأهميتها في إنعاش اقتصاد المنطقة وتطوير الإمكانيات السياحية المتواجدة بها على مستوى الولاية .

الفصل الرابع: تحليل الوضع السياحي لولاية سعيدة (- حمام ربي -) و تطلعات القطاع بها .

أهم النباتات والحيوانات : تتواجد على مستوى الولاية عدة أنواع من الحيوانات نذكر البعض منها في الجدول رقم 32 التالي :

العائلة التي ينتمي إليها	اسم الحيوان
Felidae	خنطل
Mustelidae	سرعوب
Canidae	ابن أوى
Viverridae	النمس
Canidae	الثعلب
La poridae	الأرنب
Gazellinae	غزال الأطلس
	الجربوع
	الحجل

كما تكتسي الولاية غطاء نباتي كثيف ومتنوع وهذه قائمة لبعض أنواع النباتات الموجودة في المنطقة، نذكر البعض منها في الجدول رقم 33 الآتي :

Nom commun	Famille
Suaedée	chénopodiacées
Roseaux	Tamaricacées
Alfa	Graminées
Diss	Graminées
Olivier de boheme	Oléacées
Micromérie	labiacées
Casse pierre	Saxifragacées
Heliantheme	Cistacées
Musquée	Graminées

هذا و بالإضافة إلى خصائص و مقومات أخرى معتبرة تزخر بها الولاية ، تتمثل في :

- منابع المياه المعدنية الوفيرة والمشهورة (حمام ربي ، سيدي عيسى ، و عين السخونة) .
- الأماكن الطبيعية والبيئية .
- المحيط السهبي ذو الجمال الأخاذ بتنوع موارده النباتية والحيوانية .
- الأماكن الأثرية التي يعود بعضها إلى ما قبل التاريخ .
- تقاليد وقيم عريقة .

I - 5-2- المواقع و المعالم الأثرية و العادات و التقاليد .

وتتمثل المعالم و المواقع الأثرية المصنفة في :

- آثار الحضارات القديمة " آثار درننين متواجدة بسيدي أمعر منطقة عين الحجر .
 - آثار مقر إقامة الأمير عبد القادر المتواجدة بمنطقة التوسع السياحي سعيدة القديمة .
 - مغارات ما قبل التاريخ بعين المانعة بلدية عين الحجر (تاريخ التصنيف و الرقم الوطني : 1999-12-08 تحت رقم 87) .
 - موقع تيمزيقين ببلدية يوب (تاريخ التصنيف و الرقم الوطني 1999-12-08 تحت رقم 87) .
 - كهوف وادي سعيدة ببلدية سعيدة (تاريخ التصنيف و الرقم الوطني 1999-12-08 تحت رقم 87) .
 - كهوف و مغارات تيفريت بلدية عين السلطان (تاريخ التصنيف و الرقم الوطني 1999-12-08 تحت رقم 87) .
- موقع تيمزقين بدائرة يوب .



تاريخ التأسيس والترميم الوطني
: 1999-12-08
تحت رقم 87



كهوف ومغارات ما قبل التاريخ بعين المانعة .



-المسجد القديم لمدينة سعيدة الذي بني قبل سنة 1885م في حي قديم منذ الاستعمار .

لم يكن فيما سبق للولاية عادة في تسمية احتفالاتها بالعيد، وقد كانت تسمى هذه الاحتفالات بالوعدة .

والوعدة عبارة عن احتفال شعبي ترجع أصوله إلى القرن الخامس عشر وبالتحديد سنة 1442م، حيث يقوم فيها عشيرة أو أهل الوعدة بألعاب الفروسية والبارود، ونظم القصائد الشعرية وإلقاء الحكم والخطب الهزلية، وذكر الروايات والحكايات، والقيام بالرقصات الفلكلورية والأغاني الشعبية وكذا ترويض الحيوانات الخطيرة كالأفاعي .



و من أهم الوعادي نذكر :

- وعدة سيدي الحاج عبد الكريم الذي يوجد ضريحه بالمدينة .
- وعدة سيدي يعقوب .
- وعدة سيدي بلال نسبة إلى الصحابي الجليل سيدنا بلال .
- وعدة مولاي الطيب ، وأول وعدة احتفلت بها الولاية كانت سنة 1907.
- وعدة سيدي خليفة : الذي يوجد ضريحه بالخير ولاية البيض ولكن أحفاده يسكنون هذه المنطقة وخارجها خاصة بولاية سعيدة باعتبارها أقرب ولاية للضريح ، ونظرا للحركة التي تشهدها المنطقتين أثناء الاحتفالات فإن الأمر يكون أشبه بوجود الضريح بولاية سعيدة.
- - وعدة سيدي يوسف، وعدة قرسيف، وعدة سيدي علي .
- الحساسنة، وعدة عين المانعة وغيرها من الاحتفالات الشعبية .
- -العيد المحلي للحلفاء يحتفل به كل سنة .

I- 3-5- المنشآت القاعدية و دعائم قطاع السياحة .

تتوفر ولاية سعيدة على عدة منشآت ومؤسسات سياحية من شأنها المساهمة في استقطاب تدفق السياح الوافدين ، وحسن خدمتهم و تعريفهم بثروات المنطقة التاريخية و الثقافية و الطبيعية، بحيث :

- * تتوفر الولاية على شبكة هامة من الطرقات تتكون من :
- الطرق الوطنية 372 كلم .
- الطرق الولائية 645 كلم .
- الطرق البلدية 433 كلم .

الفصل الرابع: تحليل الوضع السياحي لولاية سعيدة (- حمام ربي -) و تطلعات القطاع بها .

أما فيما يخص الطرق في طور الانجاز هناك عدة مشاريع أهمها ،طريق (سعيدة ، السخونة - البيض) .

هيكل هذه الشبكة يدور حول محوريين رئيسيين ، الأول شمال جنوب (وهران - بشار) ، والثاني شرق غرب (تيارت - سيدي بلعباس) و هذه الشبكة الكثيفة موزعة كما ينبغي على تراب الولاية ، و تلبية بصفة إجمالية احتياجات حركة المرور .

- * تتوفر الولاية على شبكة طرق حديدية يبلغ طولها 133 كلم وهي مرشحة للتطور، وأهم الخطوط :
- ✓ المحمدية _ سعيدة .
 - ✓ سعيدة _ بشار .
 - ✓ سعيدة _ خلف الله (منطقة بوراشد) .
 - ✓ الحسا سنة _ عين الحجر .

و لا ننسى المشروع الذي هو في مرحلة الإنجاز (تبسة - وجدة) ، والمتمثل في ربط ولايات الهضاب العليا حيث يمر الخط الرابط بين ولاية تيارت وجنوب سيدي بلعباس على ولاية سعيدة .

- * و تضم الولاية منطقتين صناعيتين لاستقبال الاستثمارات الاقتصادية :

- الأولى على مستوى بلدية سعيدة بمساحة تقدر بـ 71.2 هكتار .
 - الثانية على مستوى بلدية عين الحجر بمساحة تقدر بـ 82.3 هكتار .
- مع وجود تغطية شبه شاملة بغاز المدينة .

- * استقادت الولاية من مشروع مطار من صنف ج بطول 1300 متر ، ويقع ببلدية أولاد خالد .

- * تتوفر الولاية على حظيرة هامة للنقل البري للبضائع .

- * استفاد سكان الولاية من فتح إذاعة جهوية و التي من المفروض أن يكون لها دور مهم و فعال في التعريف بالولاية و مختلف خصائصها و عاداتها و إيصال المعلومات في شتى المجالات .

- * المؤسسات الفندقية المستغلة : أنظر الجدول الموالي .
جدول رقم 34: الفنادق قيد الاستغلال عبر تراب الولاية .

اسم المؤسسة	التصنيف	عدد الأسرة	العنوان
فندق الفرسان	3 نجوم	144	طريق بشار - سعيدة
فندق المرجان	بدون تصنيف	170	شارع أحمد مدغري ، سعيدة
فندق الواحات	بدون تصنيف	72	نهج الحرية رقم 05 ، سعيدة
فندق الزهور	بدون تصنيف	35	شارع أحمد مدغري ، سعيدة
فندق السعادة	بدون تصنيف	35	مقابل ملعب الإخوة براسي ، سعيدة
مؤسسة حمام ربي	بدون تصنيف	83	حمام ربي ، بلدية أولاد خالد .
فندق الحمامات	بدون تصنيف	142	حمام ربي ، بلدية أولاد خالد .

المصدر : مديرية السياحة .

و في الجدول رقم 35 يعطي لنا فكرة عن عدد الوافدين الإجمالي لولاية سعيدة (سنة 2009).

جدول رقم 35: عدد الوافدين الإجمالي لولاية سعيدة خلال سنة 2009 .

المجموع		غير مصنف		3 نجوم		غير المقيمين
		الوصول	الليالي	الوصول	الليالي	
3730	760	834	354	2896	406	الأجانب
24919	19162	16047	13328	8872	5834	الجزائريين
28649	19922	16881	13682	11758	6240	المجموع

المصدر: مديرية السياحة لولاية سعيدة .

♦ ملاحظة: تجدون مرفقا مع الملاحق (الملحق رقم 05) جدولا آخر أكثر تفصيلا حيث يشمل عدد الزبائن خلال كل ثلاثي بالإضافة إلى عدد الأسرة .

* المؤسسات الحموية : (سعيدة مدينة المياه)

تزرع ولاية سعيدة بمياه معدنية جد معروفة منذ القدم و في كامل التراب الوطني نظرا نوعيتها و أيضا لفوائدها الصحية و العلاجية ، و هي :

- 1- حمام ربي: يقع على بعد 11 كلم شمال ولاية سعيدة بمحاذاة الطريق الوطني رقم 06، يتواجد ببلدية أولاد خالد، دائرة سيدي بوبكر، و يحتوي على 60 غرفة استحمام مقسمة إلى جناحين (02) الرجال والنساء وهايكل استقبال وإيواء متكونة من بن قالوهات للعائلات و استوديوهات ، المحطة مجهزة بمطعم سياحي بسعة 120 مقعد ومقهى سياحي بسعة 25 مقعد ، وكانت بداية استغلاله سنة 1970، يختص بمعالجة الأمراض الجلدية ، الأمراض التنفسية أمراض الروماتيزم، ودرجة حرارته 49⁰ .



- 2- حمام سيدي عيسى: يقع على بعد 13 كلم شمال ولاية سعيدة، يتواجد ببلدية سيدي عمر، دائرة سيدي بوبكر به 26 غرفة استحمام تقليدية، يختص بمعالجة الأمراض الجلدية ، الأمراض التنفسية أمراض الروماتيزم ، ودرجة حرارته 55° .



- 3- حمام عين السخونة: يقع على بعد 90 كلم جنوب ولاية سعيدة، يتواجد ببلدية عين السخونة، دائرة الحساسنة ، على الطريق الوطني رقم 92، طريقة الاستحمام تقليدية، يختص بمعالجة الأمراض الجلدية ، الأمراض التنفسية، أمراض الروماتيزم .



الجدول رقم 36: بعض المعطيات حول النشاط الحموي في ولاية سعيدة .

اسم المؤسسة الحموية	نوعية الهياكل	السعة (غرفة استحمام)	تدفق المياه	نوعية العلاج
حمام ربي	تقليدي	60	03 ل/ثانية 40°م	الأمراض الجلدية الأمراض التنفسية
حمام سيدي عيسى	تقليدي	26	07 ل/ثانية 47°م	"
عين السخونة	تقليدي	14	500 ل/ثانية 50°م	"

المصدر: نفس المصدر السابق .

* وكالات السياحة و الأسفار.

تلعب وكالات السياحة و الأسفار دور قناة توزيع للمنتجات السياحية حيث تتوسط سلسلة النشاط السياحي بين مقدمي الخدمات و المنتجات السياحية و السياح و تلقى على عاتقها مسؤولية كبيرة في عملية الترويج و التعريف بالمنتج السياحي المحلي .

الجدول رقم 37: وكالت السياحة و الأسفار لولاية سعيدة .

اسم الوكالة	العنوان	الهاتف / الفاكس
التوير تور	العقيد لطفي رقم 02 سعيدة	513079 (048)
وكالة مرحبا	06 شارع مرابط أحمد سعيدة	513875
عين المانعة	08 شارع الاستقلال سعيدة	473767
شهرة تور	01 شارع بسيف أحمد سعيدة	472334
الديوان الوطني للسياحة (ONAT)	حي الرياض 1-2 رقم 07 سعيدة	

المصدر: نفس المصدر السابق .

* المطاعم المصنفة .

تقوم هذه المطاعم بتقديم وجبات متنوعة وعصرية ، وتعتبر المطاعم ذات أهمية كبيرة في التعريف بالأكلات المحلية و التقليدية ، نظرا لقيمة هذا العرض السياحي في تكوين ميزة منافسة وجلب السياح مع تحسين تقديم الخدمات .

ومن بين المطاعم نذكر :

- مطعم الفرسان -03 نجوم.
- مطعم حمام ربي -مطعم سياحي غير مصنف.
- مطعم الحمامات المعنية .

تجدر الإشارة هنا إلى ذكر أيضا المطاعم المحلية المتميزة المتواجدة بسعيدة (مقابل سينما الفوكس) و المعروفة باسم - جهة الشوى - .

* إمكانات الصناعات التقليدية .

إن الطابع الرعوي وكذا الموارد الطبيعية التي تزخر بها ولاية سعيدة تكشف عن مجالات متعددة ومتنوعة تتطلب الاهتمام بها و استغلالها بإنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة للصناعات التقليدية والحرفية ، وهي ذات أهمية ثقافية واقتصادية واجتماعية أكيدة ، أهمها :

1-الصوف: حوالي (1100طن /سنويا). لصناعة الألبسة والأفرشة .

2- الحلفاء:(حوالي 34طن /سنويا).صناعة السلال - صناعة بعض الأدوات المنزلية .

3- الطين: صناعة الأواني الفخارية - صناعة الخزف - أدوات التزيين المنزلية .

4-الجلد: صناعة السروج - الألبسة - الحقائب والمحافظ .

5- الخشب: صناعة الأثاث المنزلي - أدوات التزيين الداخلية .

6-مادة الرمل: صناعة الأدوات الزجاجية - أدوات التزيين المنزلية - الأدوات الطبية .

7- مادة الباريتين (Barytine): صناعة الخزف والزجاج .

8. مادة الغرانيت (Granite):صناعة الأواني الزخرفية - و زخرفة المباني.

* هيئات دعم الأنشطة السياحية .

تنشط بالولاية العديد من الجمعيات والمؤسسات المتخصصة في المجال السياحي والرامية إلى التعريف به وتطويره بما يسمح له من إبراز المكانة المستحقة له في الاقتصاد الوطني دون أن ننسى المكانة على المستوى المحلي وما ينجر عنها من تحقيق التنمية المستدامة و الصالح العام .

وتتمثل هذه الجمعيات والهيئات فيما يلي :

أ-مديرية السياحة: (سابقا كانت تسمى :مديرية السياحة والصناعات التقليدية) .

أنشئت كمفتشية في أكتوبر 1998 وتحولت إلى مديرية بموجب المرسوم التنفيذي المؤرخ ب : 2000 -11-22 وذلك لتنظيم وتنشيط القطاع بالولاية ، وهي تسعى من خلال مختلف نشاطاتها و برامجها إلى تحقيق الغاية المرجوة و هي تنمية القطاع السياحي ، لذلك تستعمل الإمكانيات التي بحوزتها لتطوير النشاط السياحي بالولاية .

ب-الغرفة الجهوية للصناعات التقليدية والحرف :

أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي 100/97 المؤرخ في 29مارس 1997 الذي يحدد تنظيم غرفة الصناعات التقليدية الحرف.وعرفت انطلاقها الحقيقية على أرض الميدان في شهر أكتوبر 1998 ، و تتكفل بتطوير وترقية مختلف أنشطة وبرامج الصناعات التقليدية والحرف .
المقر الاجتماعي: حي خاثر عبد القادر (حي عمروس) سعيدة .
رقم الفاكس و الهاتف : .048/47/12/77.

الفصل الرابع: تحليل الوضع السياحي لولاية سعيدة (- حمام ربي -) و تطلعات القطاع بها .

ج-الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب : وهي هيئة تتكفل بتمويل المشاريع الاقتصادية لفائدة الشباب .

د- و فيما يتعلق بالجمعيات الناشطة و المدعمة لقطاع السياحة في ولاية سعيدة ، نجد(أنظر الجدول) :

الجدول رقم 38: الجمعيات الناشطة في السياحة بسعيدة.

رقم الهاتف	المقر	إسم الجمعية
072 563153	دار الشباب عبان رمضان . سعيدة .	جمعية المناطق المعدنية للبيئة و السياحة .
048 491080	بلدية عين السخونة .	جمعية ترقية السياحة في أوساط الشباب
071 112475	مركز التسلية العلمية .سعيدة	جمعية نجمة للترقية، السياحة و التسلية العلمية .
048 495008/86	بلدية تيرسين .	جمعية سعداء السياحة
5048 51649	دار الثقافة مصطفى خالف . سعيدة .	جمعية جذور السياحة و التراث .
5048 51649	دار الثقافة مصطفى خالف . سعيدة .	الجمعية المهنية لترقية وصناعة الجلود .

المصدر : نفس المصدر السابق .

I -6- واقع القطاع من خلال بعض المؤشرات .
لدراسة حالة القطاع ، تطرقنا إلى حالة المشاريع على مستوى الولاية والتي هي في طور الانجاز، ومدى مساهمته في التشغيل .

I -6-1- حالة بعض المشاريع على مستوى الولاية .

الجدول رقم 39: المؤسسات الفندقية في طور الإنجاز .

العنوان	عدد الأسرة	اسم المؤسسة
طريق بشار-سعيدة	40	فندق كفيفة الجيلاي
طريق معسكر-سعيدة	50	فندق مجاهد محمد
بوراشد ، بلدية سيدي أحمد .	20	موتال شريف إبراهيم

المصدر : نفس المصدر السابق .

I - 6-2 - مساهمة القطاع السياحي في التشغيل:

مساهمة القطاع السياحي على مستوى ولاية سعيدة موضحة وبشكل خاص في عامل التشغيل و القضاء على ظاهرة البطالة ، والذي يمكننا إبرازه في الجدول التالي:

جدول رقم 40: عدد مناصب الشغل التي يوفرها القطاع السياحي.

عدد مناصب الشغل	المؤسسات
100	المؤسسات الفندقية
08	وكالات السياحة و الأسفار
38	الحمامات
12	المطاعم المصنفة

المصدر : نفس المصدر السابق .

أما فيما يخص المشاريع التي هي في طور الانجاز فيتوقع أن توظف حوالي 197 منصب شغل .

وتعد النسبة الإجمالية لمساهمة القطاع السياحي ضئيلة إذا ما قورنت بنسبة اليد العاملة الإجمالية على مستوى الولاية ولذا وجب العمل على تشجيع الاستثمار في القطاع لتقليل وامتصاص النسبة العامة والمفرطة للبطانة في الولاية .

I - 6-3 - المواقع السياحية المصنفة .

تتربع ولاية سعيدة على مواقع مصنفة بتنوع منتجاتها على مدار السنة و من أهمها ما يلي :

جدول رقم 41: المواقع السياحية المصنفة .

المواقع و المناطق السياحية	المنتج أو العرض السياحي
سعيدة	سياحة بيئية ثقافية
أولاد خالد	سياحة بيئية، حموية، رياضية و سياحة أعمال
عين السلطان	سياحة بيئية، ثقافية ، الصيد .
سيدي أعر	سياحة بيئية ، حموية
عين السخونة	سياحة حموية، دينية (وجود زازية) الصيد السياحي
دوي ثابت	سياحة بيئية ثقافية

المصدر : نفس المصدر السابق

للولاية مؤهلات كبيرة ومعتبرة لاستقبال الاستثمارات السياحية حيث يوجد بالولاية (04) مناطق للتوسع السياحي .

و الجدول الموالي يبين خصائص و فرص الاستثمار في بعض المواقع من تراب الولاية .

جدول رقم 42: خصائص و فرص الاستثمار في بعض المواقع من تراب الولاية .

البلدية	الخصائص والمميزات	المواقع	فرص الاستثمار المقترحة
سعيدة	سياحة طبيعية، سياحية رياضية	منطقة التوسع السياحي سعيدة -القديمة Vieux de Saida - مغارات واد سعيدة. - مساحات غابية بمنطقة العقبان. - معالم تاريخية منها بوابة تيارت. - مناخ جزئي.	- إنجاز هياكل إيواء صغيرة ومتوسطة - إنجاز منشأة رياضية صغيرة. - إنجاز مطاعم و مقاهي سياحية. - إنجاز مركز تسلية.
أولاد خالد	سياحة بيئية، سياحة حموية، سياحة رياضية، سياحة أعمال	- وجود محطة معدنية حمام ربي ذات منافع طبيعية وعلاجية. - منطقة التوسع السياحي حمام ربي.	- إنجاز هياكل إيواء مجهزة بمقهى ، مطعم ، تجهيزات تجارية ، قاعة اجتماعات. - إنجاز مركز للمعالجة بالمياه الحموية - إنجاز مراكز تسلية. - إنجاز محلات لعرض منتوجات الصناعة التقليدية.
عين السخونة	سياحة حموية، دينية، الصيد السياحي	- وجود مغارات و آثار قديمة. - وجود مساحات خضراء. - وجود منابع للمياه المعدنية. - وجود مناطق رطبة.	- إنجاز مركب سياحي حموي. - إنجاز هياكل إيواء (بن قالوهات ، إقامات سياحية...) - إنجاز أحواض مائية لتربية الأسماك. - إنجاز محلات لعرض منتوجات الصناعة التقليدية.
عين السلطان	سياحة بيئية، ثقافية، الصيد السياحي	- وجود منطقة التوسع السياحي تيفريت - شلالات، مناظر طبيعية خلابة، نباتات، مناخ جزئي	- إنجاز محمية طبيعية. - إنجاز مركز للصيد السياحي.
سيدي أمر	سياحة بيئية، سياحة حموية.	- وجود محطة معدنية تشغل تقليديا - سيدي عيسى. - مساحات غابية ذات مناظر خلابة (منطقة تقموت).	- إنجاز هياكل إيواء بسيدي عيسى - مطاعم سياحية ، مقاهي سياحية.
دوي ثابت	سياحة بيئية، سياحة ثقافية	- وجود منطقة التوسع السياحي المرجة. - وجود مناظر طبيعية ومناطق للصيد. - وجود غطاء نباتي متنوع. - مناخ جزئي.	- إنجاز نزل طريق بمحاذاة الطريق الوطني. - إنجاز محلات للصناعة التقليدية.
سيدي أحمد	- سياحة طبيعية.	- وجود آثار رومانية بمنطقة (السفيد) - وجود آثار رومانية بمنطقة تيمطلاس	- إنجاز نزل طريق (موتال).

المصدر : مديرية السياحة لولاية سعيدة .

وفي ظل توجه سياسة الدولة واهتمامها بالقطاع السياحي ، تسعى ولاية سعيدة إلى تنشيط هذا القطاع الهام لما تتمتع به المنطقة من موارد ومواقع عبر كل مناطق الولاية للتوسع تمكينا من مواكبة التغيرات الاقتصادية (خاصة في قطاع الخدمات) وإعطاء دفع قوي لعجلة التنمية المحلية .

II- آفاق القطاع السياحي بالولاية و آليات تطويره .

جندت المصالح المعنية نفسها لمحاولة النهوض بالقطاع وهذا بوضع إستراتيجية للنهوض بالقطاع ، والقيام بالدراسات التي بإمكانها إعادة الصورة الحقيقية للقطاع والذي كان في وقت غير بعيد مشهورا بسياحته الحموية العلاجية وكذا الطبيعية المتميزة بمناطقها... الخ .

فقد اشتملت الإستراتيجية المنتهجة لنهوض بالقطاع في ضبط الخطوط العريضة الممل حتى يتمكن القطاع من اخذ الصورة الحقيقية له ولكي يصبح أداة للتنمية الاقتصادية و الاجتماعية للمنطقة .

II-1- مواقع التوسع السياحي المقترحة .

سطرت الولاية ضمن استراتيجياتها مجموعة من المناطق لإنجاح سياستها وتتمثل هذه المناطق فيما يلي (أنظر الجدول التالي) :

جدول رقم 43: أهم مناطق التوسع السياحي.

منطقة التوسع السياحي	البلدية	المساحة	بعد المنطقة عن مقر الولاية
حمام ربي	أولاد خالد	62.5 هكتار	10 كلم
سعيدة القديمة	بلدية سعيدة	35 هكتار	المخرج الجنوبي لسعيدة
المرجة	دوي ثابت	768.5 هكتار	20 كلم
تيفريت	عين السلطان	100 هكتار	15 كلم

المصدر: نفس المصدر .

وقامت الهيئات المعنية بقطاع السياحة بتحديد منطقتين للتوسع في المجال و هي مبينة فيما يلي :

جدول رقم 44: مناطق التوسع المقترحة .

المنطقة	البلدية	المساحة	البعد عن مقر الولاية	أسباب اقتراحها
عين السخونة	عين السخونة	200 هكتار	90 كلم	-منبع عين السخونة. -المناظر الطبيعية و البيئية.
سيدي عمر	سيدي عمر	150 هكتار	11 كلم	-منبع سيدي عيسى. -المناظر الطبيعية.

المصدر: نفس المصدر .

II-2- الأهداف المسطرة لتطوير القطاع على مستوى الولاية .

ولقد شملت المجالات التالية :

1- الإعلام و الاتصال، وهذا من أجل :

- الدعاية للقطاع بجميع وسائل الإعلام .
 - إنشاء مواقع على شبكة الانترنت العالمية التي صارت من الضروريات للقطاع .
 - إحداث منظومة إعلامية للتعريف بالسياحة في جميع الأوساط .
- ### 2- التكوين :

- محاولة إدماج القطاع السياحي ضمن المنظومة التربوية للتكوين المهني.
 - التكوين في تخصصات لها علاقة بتطوير السياحة كاللغات ء الإعلام الآلي،... الخ .
 - الاهتمام بتكوين الأطارات السياحية .
- ### 3- المراقبة والتفتيش:

- تفعيل أدوات المراقبة .
 - السهر والمتابعة الدائمين على واقع القطاع وتقديم مقترحات إلى السلطات الوصية قصد تطويره .
 - تحسيس وإقناع المسيرين على التعاون والتشاور وتبادل الأفكار لتطوير القطاع .
 - تنظيم اجتماعات وندوات دورية لتعريف المسيرين بالمستجدات والقوانين الجديدة في القطاع السياحي.
- ### 4- المعارض والتظاهرات :

- إبراز القدرات الهائلة للمناطق السياحية للولاية .
- المساهمة في إثراء الاحتفالات المحلية واستغلالها لإبراز الطاقات السياحية .
- تبادل الخبرات عن طريق الالتقاء بالمستثمرين والزوار.

5- المشاريع التنموية والاستثمارية :

- جلب مشاريع سياحية لتنشيط العمل السياحي والقضاء على البطالة وإعطاء لإبراز كل القدرات السياحية التي تتمتع بها الولاية .

6-تنظيم القطاع :

- تحديد المواقع السياحية ، و المواقع الأثرية ، و مناطق التوسع السياحي، و هياكل الاستقبال . . الخ.
- إيجاد الحلول التي يتخبط فيها القطاع السياحي وخاصة فيما يخص العقار السياحي.
- إشراك كل المتعاملين مع القطاع السياحي بصفة مباشرة أو غير مباشرة من أجل تحقيق تنمية حقيقية في إطار التنمية المستدامة التي تراعي كل أبعاد التنمية و التوازنات المهمة لحياة الأجيال و مصيرهم.

II-3- وضع آليات لتطوير القطاع .

لا شك أن وضع آليات التنظيم لا يمكن أن تتم وبصفة فعلية دون التنسيق الكامل مع الشركاء (وكالات السفر، المؤسسات الفندقية، مسيري الحمامات، الجمعيات ذات الطابع السياحي... الخ). سواء كان يتعلق الأمر بالتصورات المستقبلية و الاقتراحات أو الانجاز. هذا الاشتراك هدفه أساسا جعل المديرية جهاز فعال يجمع القدرات والإمكانات التي بإمكانها تنمية وتطوير القطاع .

و فيما يلي نشير إلى بعض النقاط الأساسية و المساعدة في تنظيم القطاع بهدف تطويره :

- تحضير أيام إعلامية دراسية و تحسيسية .
- تنظيم تظاهرات خاصة بالمجال السياحي .
- إنشاء مراكز للإعلام والإرشاد و التوجيه على مستوى كامل البلديات .
- جرد شامل لكل المنتجات و المقومات و المناطق السياحية للولاية وتصنيفها .

كما تعزم مديرية السياحة بلورة وتنفيذ سياسة تنموية اقتصادية من خلال آليات تنظيم مشتركة تضم مختلف القطاعات الحيوية .

ويعد الاتصال والتكوين من بين أهم النقاط التي تعتمد عليها المديرية العامة للسياحة وتركز عليها في برنامجها المستقبلي لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة .

ولكن كل ما سبق ذكره لا يتحقق إلا بإعداد خطة متوازنة ومدروسة بدقة لمحاولة النهوض بالقطاع السياحي للولاية .

ويمكننا إبراز محتوى هذه الخطة في بعض العناصر الرئيسية التي تشتمل عليها :

- 1- فيما يخص موضوع الإعلام والاتصال .
وضعت المديرية جملة من الأنشطة ونذكر منها:
- استغلال كل وسائل الإعلام المحلية والوطنية .
- التعريف بالولاية وبمقوماتها عن طريق إنشاء شبكات الانترنت وبطاقات إخبارية .

- 2- فيما يخص المعارض والتظاهرات :
- المشاركة في الصالونات سواء على المستوى الوطني أو على المستوى الدولي .
- الاحتفال بالأعياد المحلية ذات الطابع الثقافي والشعبي بالتعاون مع الجماعات المحلية .

- 3- فيما يخص المراقبة و التسيير:
- مراقبة وتفقد وكالات السفر والسياحة ، و الفنادق بصفة دورية ومنتظمة .
- متابعة نشاط الدواوين السياحية على المستوى المحلي .

- 4- فيما يخص المشاريع التنموية والاستثمارية :
- تحفيز الاستثمار السياحي بوضع استراتيجيات ملائمة له .
- وضع تسهيلات في ميدان الاستثمار .
- توفير المعلومات اللازمة لفائدة المستثمرين (يجب هنا التأكيد على القيام بتكوين بنك للمعلومات) .

يعتبر قطاع السياحة كقاطرة تجر العديد من القطاعات الأخرى لتحقيق التنمية الشاملة ، لذا يجب عقد جلسات للتعاون و التشاور مع المؤسسات و القطاعات التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة مع القطاع السياحي، و حصر كل المناطق و المقومات السياحية بالولاية ووضعها على خرائط لتسهيل دراستها وزيارتها.

و قد قامت السلطات المعنية بتشكيل عدد من اللجان الولائية للتنسيق فيما بينها من جهة و بين المديريات و الجمعيات من جهة أخرى من أجل النهوض بالقطاع السياحي بالولاية ، و من بين أهم هذه اللجان نذكر:

- اللجنة الولائية المشتركة المكلفة بدراسة أوضاع العائلة الحرفية ، وهي تتكفل بدراسة وضعية النشاط الحرفي واقتراح إجراءات تثمينه .
- اللجنة الفرعية المنبثقة عن اللجنة الولائية وهي مكلفة بمتابعة وإنجاز توصيات اللجنة الولائية في مجال النشاط الحرفي وكذا إبداء آراء استثمارية من شأنها مساعدة تنفيذ وإنجاز برامج اللجنة الولائية .
- العمل على إنشاء لجنة ولائية خاصة بحماية العقار السياحي والإشراف على حسن استغلاله .

وفي إطار البعد الجهوي الذي سوف تعرفه المنطقة من خلال سياسة تهيئة الإقليم الجديدة وخيار الهضاب العليا الغربية ، ينتظر إنشاء جهاز جهوي للتنسيق والتشاور وتحقيق التكامل الجهوي في عمليات تصور وتنفيذ برامج التنمية وتطوير مجالات السياحة والصناعة التقليدية والحرف .

III- الدراسة الميدانية:

III-1- نبذة عن المؤسسة الحموية لحمام ربي (سعيدة) :

- اسم المنبع :.....حمام ربي .
العنوان :.....بلدية:أولاد خالد دائرة : سيدي بوبكر . ولاية سعيدة .
الموقع :.....يقع على بعد 11 كلم شمال ولاية سعيدة بمحاذاة الطريق الوطني رقم 06 .
الطبيعة القانونية للمنبع :.....ملك للدولة .
أسم المستغل :.....مؤسسة التسيير السياحي لتلمسان " EGTT " .
العنوان :شارع باستور – تلمسان - .
الهاتف ورقم الفاكس :..... 048.46.61.77 / 048.46.61.93
المنشأة القاعدية :.....توصيل الماء الصالح للشرب – توصيل الكهرباء- تصريف المياه القدرة .
المؤشرات الفيزيائية والكيميائية :
العمق:.....لا يوجد .
التدفق :....." 07-03 ل/ثا"
درجة الحرارة :..... تصل حتى 49 °

المؤشرات العلاجية : الأمراض الجلدية – الأمراض التنفسية – أمراض الروماتيزم .

- وجود 60 غرفة استحمام (موزعة على جناحين ، الأول مخصص للرجال و الثاني للنساء) .
- وكانت بداية استغلاله سنة 1970 .

سعر الاستحمام : 100 دج .

- معلومات حول محيط المنبع: - تزخر المنطقة بمناظر سياحية و طبيعية .
- وجود منطقة للتوسع السياحي .
- تواجد فندق المياه المعدنية(خاص).
- وجود مرقد لدى الخواص (بوعباسي).
- وجود مركز للاستحمام والعلاج خاص بفئة المجاهدين .

المنشآت الفندقية :

.....83 سرير منها :

.....10 بن قالوهات بسعة 50 سرير:

- سعر بن قالو أحادي: 2800 دج.
- سعر بن قالو ثنائي : 3800 دج.
- سعر بن قالو لثلاثة أشخاص : 4800 دج.
- سعر بن قالو فاخر(لشخص واحد) : 4300 دج.
- سعر بن قالو فاخر(لشخصين) : 5300 دج.

- 01..... جناح رئاسي بسعة 05 أسرة .
02..... أجنحة صغيرة بسعة 04 أسرة .

جناح رئاسي : 11000 دج

12..... غرفة بسعة 24 سرير .

سعر الغرفة الأحادية : 1800 دج

سعر الغرفة الثنائية : 3100 دج.

إن الأسعار التي ذكرناها ستعرف ارتفاعا في المستقبل القريب حسب المعلومات المنتقاة بالمؤسسة الحموية (و في الملحق رقم 06 أضفنا أسعار المبيت و الإطعام في فندق المياه المعدنية و مرقد بوعباسي للمقارنة).

في الجدول التالي تجدون و بلغة الأرقام عدد الوافدين إلى حمام ربي خلال الثلاثي الأول من سنة 2010 و رقم الأعمال أيضا .

جدول رقم 45: عدد الوافدين إلى حمام ربي خلال الثلاثي الأول من سنة 2010 .

الليالي	جانفي	فيفري	مارس
745	820	1188	
575	653	917	
523	563	449	
983	794	645	
18263	16182	23932	

المصدر: حمام ربي .

جدول رقم 46: رقم الأعمال الخاص بكل نشاط .

ر. أ. الإقامة .	جانفي	فيفري	مارس
1.214000 دج	1.213000	1.580000	
1.465000	661000	1.139000	
1.694000	1.610000	2.221000	
44000	40000	58000	

المصدر: حمام ربي .

و يتمثل الهيكل التنظيمي داخل المؤسسة الحموية في التقسيم التالي :

المديرية .

قسم الإدارة و الوسائل العامة .

قسم المراقبة و التسيير .

قسم المالية و المحاسبة .

قسم التمويل و الاستثمار .

رئيس فرع المصالح الاقتصادية .

مسير المخزون .

قسم الصيانة .

رئيس القسم .

العمال التقنيين .

مصلحة الاستقبال .

رئيس مصلحة الاستقبال .

مستقبل .

مصلحة الحمام .

حمام الرجال - رئيس فرع .

حمام النساء - رئيس فرع .

هياكل الإطعام :

- وجود مطعم سياحي بسعة 120 وجبة . (بسر متوسط قدر بـ 1000 دج).

- وجود مقهى سياحي بسعة 25 مكان .

- عدد العمال : 29 عامل.

- اختصاص طبخي : (بالبطاقة و على الاختيار).

حظيرة سيارات: سعتها 50 سيارة . (30 دج).

من ضمن الأعمال التي تقوم بها مؤسسة التسيير السياحي لتلمسان "EGTT" ترميم بنقالات و غرف الاستحمام .

المشاريع المقترحة :..... - فندق سياحي - هياكل ترفيهية .

- جناح طبي - قاعة اجتماعات .

- محلات للصناعات التقليدية .

وتم مؤخرا توسعة المؤسسة الحموية لتشمل قاعات خاصة بالعلاج من أمراض المفاصل الخ ، و ينتظر تزويدها بالأجهزة و المعدات ريثما يلتحق الطاقم و التقنيين الذين سيشرفون على القيام بمتابعة و علاج المرضى .

III-2- دراسة الاستبيان وتحليل النتائج .

III-2-1- معلومات و توضيحات حول الاستبيان و منهجية الدراسة .

أ - مجتمع الدراسة وعينتها .

يشمل مجتمع البحث لهذه الدراسة ، السياح الوافدين إلى المؤسسة الحموية لحمام ربي (ولاية سعيدة) ، وقد تم التعامل مع عينة مختارة عشوائيا من هذا المجتمع بلغت (200) سائح و سائحة .

لقد قام فريق جمع البيانات (بمساعدة بعض الأصدقاء و الأقارب) بتوزيع الإستبانة على أفراد العينة باستخدام أسلوب التوزيع و الجمع المباشر للحصول على البيانات المطلوبة .

و تم استرجاع (160) نسخة استبانة صالحة للاستخدام ، أي بنسبة استرداد بلغت (80 %) .
وعليه يكون حجم العينة المستخدمة (160) سائح و سائحة .

وقمنا بجمع البيانات خلال الفترة الممتدة بين شهر جانفي و نهاية شهر مارس من عام 2010 باعتبار هذه الفترة (الثلاثي) تشهد عدد أكبر من الوافدين من السياح مقارنة مع باقي فترات السنة).

ب- أداة الدراسة :

قبل جمع البيانات المطلوبة فقد تم تطوير استبانة محددة البناء ، ويعتمد الاستبيان في تكوين و تحديد العينة المأخوذة من المجتمع على أساس الأسلوب الاحتمالي العشوائي ، بحيث كل عنصر ينتمي إلى المجتمع الأصلي له احتمال الظهور في العينة المسحوبة، احتمال معروف و متساو لكل عناصر المجتمع .

و تعتمد هذه الدراسة الميدانية على مجموعة من المراحل المتعاقبة ، و هي :

- مرحلة تكوين الاستمارة: و فيها يتم إعداد الأسئلة الضرورية و يشترط أن تكون واضحة و مفهومة، مختصرة و موضوعية، و يتم توزيع الاستمارة عن طريق المقابلة.

- مرحلة إدارة الاستمارة: و هو أن يقوم المستجوب المشارك بالإجابة على أسئلة الاستمارة في الأماكن المحددة للإجابة و يقوم بإرجاعها.

- مرحلة الفرز و التحليل: و في هذه المرحلة يتم استخلاص المعلومات من الاستمارات المنتقاة للدراسة و إدخال البيانات الإحصائية قصد تحليلها و استخلاص النتائج.

كان الهدف من وراء توزيع 200 استمارة هو ضمان مشاركة أكبر عدد ممكن ، و قد تم ملء معظمها و استطعنا أن نحصل على 80% من الأوراق الموزعة ، بحيث بعد عملية الفرز و التنظيم تم إلغاء 40 استمارة ، و كان سبب إلغاء بعض الاستمارات راجع لعدة عوامل منها :

- الإجابات المتعددة على نفس السؤال أو العبارة المقترحة .
- التناقض و التضارب الفاضح في المعلومات .
- هناك إجابات ناقصة.
- ألغيت الإجابات المستهتررة أو التي تخرج عن الموضوعية .
- هناك مشاركين غير معينين بالإجابة و يقومون بملء الاستمارة (إحدى الاستمارات ملئت من قبل شخص يعمل بحمام ربي) .

ج- محتوى الاستبيان: اشتملت الاستمارة على 51 سؤالاً و عبارة مقترحة مجزئة إلى ثلاثة أجزاء .

❖ الجزء الأول (5 أسئلة) :

يخص معلومات شخصية عن السائح ، كالسن (العمر) و الجنس ، المستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية و الوظيفة أو ميدان العمل .

❖ الجزء الثاني :

يشتمل على مجموع 22 عبارة مقترحة ، و يتضمن محورين بحيث المحور الأول يهدف إلى استطلاع اتجاهات المستهلك نحو قضايا السياحة و التنمية المستدامة ، ويحتوي على مجموعة من الفقرات مرتبطة بقضايا البيئة بشكل عام ومدى الوعي لدى المستهلك بالتنمية المستدامة ، والمحور الثاني يستهدف ثقافة الاستهلاك البيئية و السلوك الذي يتخذه السائح وفق متطلبات التنمية المستدامة، والذي يحتوي أيضا على مجموعة أخرى من الفقرات لقياس مدى تبني المستهلك لثقافة استهلاك صديقة للبيئة وداعمة لجهود التنمية المستدامة .

وقد استخدمنا مقياس ليكرت الخماسي (غير موافق بشدة، غير موافق ، محايد) بدون رأي، موافق، موافق بشدة) .

❖ الجزء الثالث (24 سؤالاً).

يحتوي على أسئلة تخص معلومات و جوانب مختلفة عن السلوك و النشاط السياحيين والتي تحتاج إلى إجابة واضحة ومحددة من طرف السائح ،وهو عبارة عن سبر آراء السياح حول الموقع (المقصد السياحي -حمام ربي-) و الخدمة المقدمة وما مدى مراعاة و الالتزام بمتطلبات السياحة المستدامة .

د- المصدقية و الثبات .

تم اختبار مصداقية أداة الدراسة بعرضها على مجموعة من الأساتذة والمختصين ، حيث تم إجراء التعديلات المناسبة بناء على ملاحظاتهم (مثل حذف ، تعديل ، وإضافة فقرات) قبل وضعها في شكلها النهائي.

ولاختبار مدى ثباتها، فقد تم الاعتماد على اختبار كرونباخ ألفا لقياس مدى الاتساق الداخلي لفقرات المحورين (الجزء الثاني) ، حيث بلغت نتائج اختبار ألفا (89.8 %)، وتعتبر هذه القيمة مقبولة حيث تجاوزت بكثير الحد المقبول به و هو 60 % بالنسبة للبعض و 65 % للبعض الأخر من الأخصائيين .

هـ- المعالجة الإحصائية .

بعد الانتهاء من عملية تحرير وتبويب البيانات وإدخالها للحاسوب ، فقد تمت معالجتها وتحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية المعروف SPSS في الجزء الثاني (المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واستخراج ألفا كرونونباخ) ، و تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي بشكل عام لوصف خصائص وملامح عينة الدراسة .

III-2-2- تحليل البيانات و مناقشة النتائج .

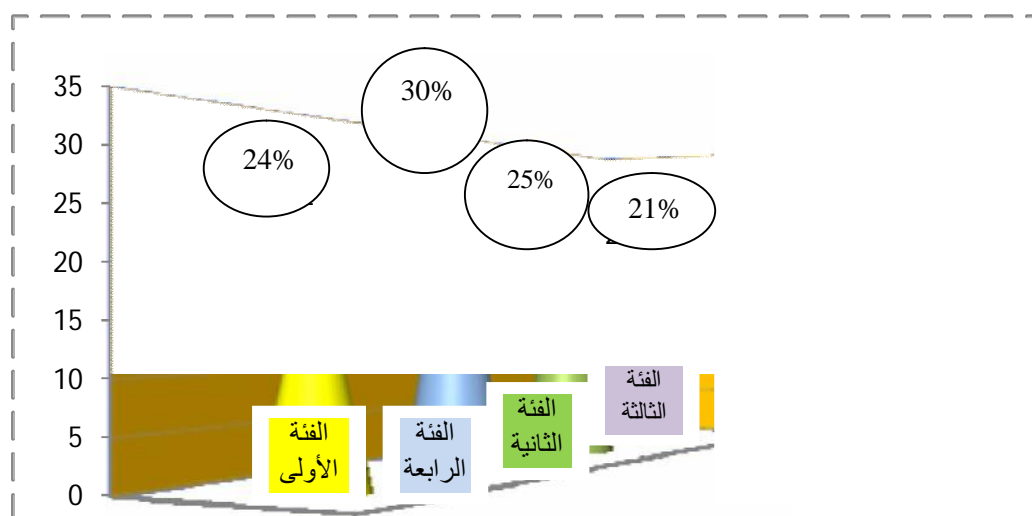
الجزء الأول :

1- العمر :

قدر متوسط عمر المشاركين ب 40 سنة، و كانت النسبة الأكبر من المشاركين مركزة عند الفئة [50-60] بنسبة بلغت 30 بالمائة ، و ذلك نظرا لكثرة وقت الفراغ لهذه الشريحة، فإنها تبحث عن الراحة من عناء السنوات التي أمضتها في العمل ، و أيضا طلبا للعلاج المناسب وفق ما تتوفر عليه مؤسسة حمام ربي حاليا .

جدول رقم 47: الفئات العمرية للسياح :

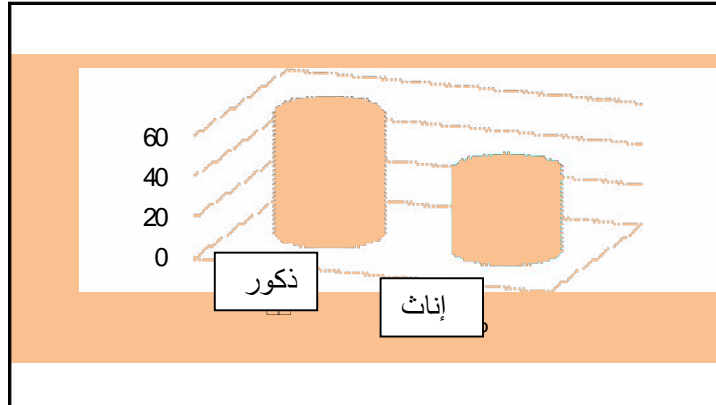
الفئات العمرية	التكرار	التكرار النسبي
الفئة الأولى [18-30]	39	24
الفئة الثانية [30-40]	40	25
الفئة الثالثة [40-50]	33	21
الفئة الرابعة [50-60]	48	30
المجموع	160	100



الشكل رقم 19: نسب الفئات العمرية .

2- الجنس أو النوع :

بالاعتماد على الشكل البياني أدناه (الشكل) نجد أن نسبة المشاركات قدرت ب 41.25% أي 66 امرأة، في حين بلغت نسبة المشاركين الذكور ب 58.75% أي 94 رجل، ما يفسر الارتفاع دائما في نسبة المشاركين الذكور هو أن الرجل إن لم يأت مع العائلة فإنه غالبا ما يأتي منفردا على عكس المرأة، و التي نادرا ما تأتي منفردة .



شكل رقم 20: نسبة المشاركين السياح حسب النوع .

3- الحالة الاجتماعية :

نتائج تحليل هذا العنصر نعرضها من خلال الجدول الموالي:
جدول رقم 48: الحالة الاجتماعية .

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
42.50	68	أعزب
53.75	86	متزوج
03.75	06	لا إجابة
100	160	المجموع

من خلال البيانات أعلاه و الموجودة في الجدول نلاحظ بان 53.75 % من العينة المدروسة متزوجين، بينما ما نسبته 42.50 % غير متزوجين ، فيما نسبته 03.75 % لا توجد لديهم إجابة .

4- ميدان العمل:

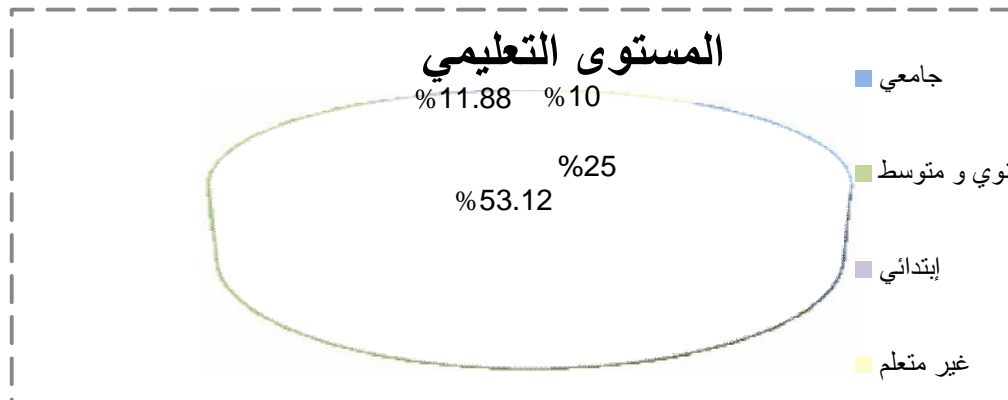
يعتبر مستوى دخل الأفراد من الأمور المحفزة على السياحة، ذلك لارتباطه بمدى إمكانية تحمل نفقات الرحلة (النقل، الإقامة، الأكل، الترفيه، العلاج،... الخ) عدا الفئة الممولة من طرف التأمينات الاجتماعية (...، CASNOC , CNAS) ، ولطبيعة العمل دور في التعرف على المستوى الثقافي للفرد ومدى وعيه و مواكبته للتطورات المختلفة الحاصلة عموما .

ومن خلال الإجابات، تحصلنا على نسب متفاوتة في الوظائف مع تسجيل ثلاث حالات من دون عمل 1.87 % ، و فئة أخرى من المتقاعدين (ندرج المتقاعدين من ضمن العاملين كونهم يحصلون على دخل شهري ممثل في معاشاتهم) .

و سجلنا من جملة العاملين : 42% من السياح موظفون (قطاع الصحة و التعليم،و الولاية و إدارات أخرى) ، و 18% تمثل مهن حرة، 14% مسؤولين و إطارات سامية ، و 19% موظفين و عمال في مؤسسات أخرى مختلفة أو في الفلاحة.... الخ، و 5.13% متقاعدون.

5- المستوى التعليمي: أظهرت الدراسة أن المستوى الثانوي و المتوسط احتل الصدارة (53.12%) و ذلك راجع لفئة الموظفين الذين يقبلون بكثرة على المؤسسات المعدنية .

ثم تأتي فئة ذوي الشهادات الجامعية بنسبة 25% و أكثرهم من الموظفين ، ثم فئة غير المتعلمين أو الأميين و الابتدائي و أغلب هاتين الفئتين من كبار السن و أصحاب الأعمال الحرة .



الشكل رقم 21 : المستوى التعليمي للسياح

الجزء الثاني :

قد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي 05 Point likert scale في توزيع درجة الإجابات و التي تتوزع من أقل وزن (غير موافق بشدة) و قد أعطيت له درجة واحدة، إلى أعلى وزن (موافق بشدة) و الذي أعطيت له خمسة درجات ، و بذلك تكون دلالة المتوسط الحسابي للإجابات كما يلي :

الدرجة: 1: غير موافق بشدة.
الدرجة: 2: غير موافق.
الدرجة: 3: موافقة بدرجة متوسطة.
الدرجة: 4: موافق.
الدرجة: 5: موافق بشدة.

جدول رقم 49: الفقرات المستخدمة في وصف محاور الدراسة في الجزء الأول .

الرقم	المحور الأول: اتجاهات المستهلك نحو قضايا السياحة و التنمية المستدامة
01	أعي مدى أهمية المحافظة على البيئة.
02	أحترم كل الجهود التي تسعى للمحافظة على البيئة.
03	أقدر أهمية العيش في بيئة صحية نظيفة.
04	المحافظة على البيئة تدرج ضمن توجهات التنمية المستدامة.
05	يجب ترشيد استهلاك الطاقة و الماء.
06	سبق لي و أن سمعت بالعبارات التالية : التنوع البيولوجي ،التنمية المستدامة، برنامج خطة عمل القرن الـ 21 (Agenda21) .
07	أدرك محدودية الموارد الطبيعية و أهمية المحافظة عليها للأجيال القادمة.
08	ضرورة تشجيع استهلاك و تطوير الصناعات التقليدية و المنتجات المحلية .
09	أقدر مدى أهمية احترام عادات السكان المحليين و خصوصياتهم.
10	الموارد الطبيعية إرث مشترك بين السكان المحليين و السياح و الأجيال القادمة .
	المحور الثاني: ثقافة الاستهلاك البيئية و سلوك السائح الذي يأخذ في الحسبان متطلبات التنمية المستدامة
11	لترشيد استهلاك الوقود، أقود(وأنصح بقيادة) السيارة بسرعة متدنية.
12	أشتري السلع الاقتصادية في استخدام الطاقة.
13	أساهم و أختار المنتجات غير الملوثة للبيئة.
14	أختار المنتجات القابلة لإعادة التدوير .
15	أعمل على إقناع الآخرين باتخاذ سلوكيات صديقة للبيئة.
16	ولائي للعلامات (الماركات) التجارية متعلق بأسباب بيئية .
17	يجب استعمال عبوات يمكن إعادة استخدامها.
18	أنا مستعد لدفع سعر أعلى للمنتج المحلي و للمنتج الصديق للبيئة .
19	أسعى دائما للتعامل مع الباعة الذين يتعاملون بالمنتجات الصديقة للبيئة .
20	أفضل شراء المنتجات المحلية من أجل المحافظة على صناعاتنا و حرفنا التقليدية.
21	أنا منخرط في جمعية أو نادي يهتم بالقضايا البيئية أو الثقافية(المحافظة على البيئة ،التوعية ، التعريف و المحافظة على ثقافتنا و تاريخنا.....الخ).
22	ولائي للعلامات التجارية وإمكانية تغييرها متعلق بأخلاقياتها و مسؤولياتها البيئية و الاجتماعية (عدم استخدام الأطفال.....الخ).

المحور الأول : اتجاهات المستهلك نحو قضايا السياحة و التنمية المستدامة.

يبين الجدول رقم (50) التحليل الوصفي لفقرات المحور الأول ، والذي يشمل التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمستوى موافقة أفراد عينة الدراسة مع فقرات هذا المحور .

أظهر التحليل في الجدول أن لدى المستهلك (السائح) اتجاهات ايجابية قوية نحو قضايا السياحة و التنمية المستدامة ، حيث تم اكتشاف وعي بيئي كبير، وبشكل عام ، يتضح من التحليل أن المستهلك يهتم بالبيئة الصحية النظيفة وينصح الآخرين بالمحافظة عليها، ويحترم كل الجهود الهادفة لحمايتها، كما ويدرك الندرة النسبية في الموارد الطبيعية لذا يحاول ترشيد استخدامها و استهلاكها حتى ترثها الأجيال القادمة .

الفصل الرابع: تحليل الوضع السياحي لولاية سعيدة (- حمام ربي -) و تطلعات القطاع بها .

و تبين الأرقام في الجدول أن ترشيد استهلاك الطاقة و الماء حصلت على أعلى درجة موافقة (97%) وأكبر متوسط حسابي (4.73%) بين فقرات المحور الأول ، تبعها في المرتبة الثانية تقدير أهمية العيش في بيئة صحية نظيفة بدرجة موافقة بلغت (93.8 %) ، ومتوسط حسابي (4.53) ، وفي المرتبة الثالثة يأتي أن الموارد الطبيعية إرث مشترك بين السكان المحليين و السياح و الأجيال القادمة ، بدرجة موافقة (91.1 %) ، ومتوسط (4.48) .

و من الملاحظ في الجدول أن كل فقرات هذا المحور حصلت على درجات موافقة مرتفعة ، ومتوسطات حسابية عالية ، و بانحرافات معيارية بقيم متدنية مما يشير إلى درجة تجانس وعدم تشتت عالية في اتجاهات أفراد العينة حول فقرات المحور الأول للدراسة .

من الواضح إذن أن لدى المستهلك اتجاهات إيجابية قوية نحو أهمية البيئة ومختلف قضايا السياحة المستدامة ، حيث تمثل ذلك في مستوى وعيه المشار إليه في التحليل السابق .
جدول رقم (50) التوزيع التكراري و الوسط الحسابي، و الانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة حول اتجاهاتهم نحو فقرات المحور الأول .

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التكرارات			المحور الأول: اتجاهات المستهلك نحو قضايا السياحة و التنمية المستدامة.
		موافق %	محايد %	غير موافق %	
0.62	4.31	86.8	10.2	3.0	أعي مدى أهمية المحافظة على البيئة
0.69	4.20	83.8	12.2	4.0	أحترم كل الجهود التي تسعى للمحافظة على البيئة
0.46	4.53	93.8	5.0	1.3	أقدر أهمية العيش في بيئة صحية نظيفة
0.53	4.31	87.1	11.6	1.3	المحافظة على البيئة تدرج ضمن توجهات التنمية المستدامة
0.45	4.73	97.0	2.3	0.6	يجب ترشيد استهلاك الطاقة و الماء
0.79	4.01	73.3	20.8	5.9	سبق لي و أن سمعت بالعبارات التالية : التنوع البيولوجي ، التنمية المستدامة، برنامج خطة عمل القرن الـ 21 (Agenda21) .
0.71	4.18	83.5	13.9	2.6	أدرك محدودية الموارد الطبيعية و أهمية المحافظة عليها للأجيال القادمة
0.43	4.43	88.8	8.9	2.3	ضرورة تشجيع استهلاك و تطوير الصناعات التقليدية و المنتجات المحلية .
0.60	4.30	87.5	7.9	406	أقدر مدى أهمية احترام عادات السكان المحليين و خصوصياتهم .
0.47	4.48	91.1	4.6	4.3	الموارد الطبيعية إرث مشترك بين السكان المحليين و السياح و الأجيال القادمة .
0.50	4.35	86.3	12.6	2.2	المحور الأول ككل

*ملاحظة . لتبسيط الدراسة في التحليل الإحصائي، وضعنا :

موافق = موافق بشدة + موافق .
غير موافق = غير موافق بشدة + غير موافق .
الوسط الحسابي للمقياس الخماسي = 3 .

المحور الثاني : ثقافة الاستهلاك البيئية و السلوك الذي يأخذ في الحسبان متطلبات التنمية المستدامة.

يبين الجدول رقم (51) التحليل الوصفي لفقرات المحور الثاني ، والذي يشمل التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمستوى موافقة أفراد عينة الدراسة مع فقرات هذا المحور، و يبين التحليل في الجدول تباين وعدم انسجام ، وأحيانا تناقض في مواقف السائح ، ففي الوقت الذي يبدي اتجاهها ايجابيا نحو شراء السلع الاقتصادية في استهلاك الطاقة ، فنجد بنفس الوقت لا يقود سيارته بسرعة متدنية لترشيد استهلاك الوقود .

ويظهر التناقض أيضا عندما يبدي موافقة داعمة لاختيار المنتجات التي لا تسبب التلوث للبيئة والقابلة لإعادة التدوير، وفي نفس الوقت لا يختار السلع المعبأة بعبوات يمكن إعادة استخدامها ولا حتى يغير ولائه للماركة التجارية لأسباب بيئية .

ويتجلى هذا التباين في الثقافة و السلوك الاستهلاكي واضحا من خلال اتجاهات السياح حول تفضيل شراء المنتجات المحلية من أجل المحافظة على صناعاتنا و حرفنا التقليدية و التعامل مع المنتجات و البائع الذي يبيع المنتجات الصديقة للبيئة، نجده غير مستعد لدفع سعر أعلى لشراء مثل هذه المنتجات .

من الواضح أن السلبية كانت السمة البارزة في هذا المحور فعلى سبيل المثال ، تبين الأرقام في الجدول أن أكثر الفقرات سلبية في ثقافة و سلوك المستهلك كانت حول اختيار السلع المعبأة بعبوات يمكن إعادة استخدامها بدرجة موافقة بلغت 21.5% ومتوسط حسابي متدني قدر ب 2.65%، و أيضا دفع سعر أعلى للمنتج المحلي و للمنتج الصديق للبيئة بدرجة موافقة بلغت 19.8% ومتوسط حسابي أدنى قدر ب 2.61% ، تبعها في هذا الاتجاه على التوالي : ترشيد استهلاك الوقود، وقيادة(وأصح بقيادة) السيارة بسرعة متدنية، و تفضيل شراء المنتجات المحلية من أجل المحافظة على صناعاتنا و حرفنا التقليدية و محاولة إقناع الآخرين بشراء المنتجات الصديقة للبيئة .

أما أكثر الفقرات ايجابية في هذا المحور فقد كانت توجه المستهلك لشراء السلع الاقتصادية في استخدام الطاقة ، وبدرجة موافقة بلغت 38.9% ومتوسط حسابي مرتفع نسبيا قدر ب 3.17 .

ومن الملاحظ في الجدول أن معظم فقرات هذا المحور حصلت على درجات موافقة متدنية ، ومتوسطات حسابية منخفضة ، وبانحرافات معيارية متدنية تشير إلى تجانس نسبي في اتجاهات أفراد العينة حول فقرات المحور الثاني للدراسة ، و عليه يتضح أن ثقافة الاستهلاك لدى المستهلك الجزائري غير صديقة للبيئة بشكل عام و ، ولا تتسجم مع توجهات السياحة المستدامة ، مع العلم بأن هنالك بعض الجوانب الإيجابية في هذه الثقافة ، و التي أشير إليها سابقا في هذا التحليل ، والتي قد يمكن استثمارها في المستقبل لجعلها تجسد في السلوك اليومي للسياح وتتماشى مع التوجهات البيئية العالمية وفلسفة و مقاربة التنمية المستدامة في النشاط السياحي .

جدول رقم (51) التوزيع التكراري و الوسط الحسابي، و الانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة حول اتجاهاتهم نحو فقرات المحور الثاني .

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التكرارات			المحور الثاني: ثقافة الاستهلاك البيئية و سلوك السائح الذي يأخذ في الحسبان متطلبات التنمية المستدامة.
		موافق %	محايد %	غير موافق %	
1.03	2.82	24.8	38.3	37.0	لترشيد استهلاك الوقود، أقود(وأنصح بقيادة) السيارة بسرعة متدنية
0.98	3.17	38.9	37.3	23.8	أشتري السلع الاقتصادية في استخدام الطاقة
1.21	2.83	36.3	30.8	33.0	أساهم و أختار المنتجات غير الملوثة للبيئة
0.99	3.02	31.4	39.3	29.4	أختار المنتجات القابلة لإعادة التدوير
1.15	2.89	32.7	32.3	35.0	أعمل على إقناع الآخرين باتخاذ سلوكيات صديقة للبيئة
1.11	3.06	33.3	38.3	28.4	ولائي للعلامات (الماركات) التجارية متعلق بأسباب بيئية .
1.02	2.65	21.5	36.6	41.9	يجب استعمال عبوات يمكن إعادة استخدامها.
0.99	2.61	19.8	34.7	45.6	أنا مستعد لدفع سعر أعلى للمنتج المحلي و للمنتج الصديق للبيئة .
1.15	3.05	35.7	33.7	30.7	أسعى دائما للتعامل مع الباعة الذين يتعاملون بالمنتجات الصديقة للبيئة .
1.14	2.93	28.1	38.3	23.7	أفضل شراء المنتجات المحلية من أجل المحافظة على صناعاتنا و حرفنا التقليدية.
1.00	3.16	29.4	49.2	21.4	أنا منخرط في جمعية أو نادي يهتم بالقضايا البيئية أو الثقافية (المحافظة على البيئة، التوعية، التعريف و المحافظة على ثقافتنا و تاريخنا.....الخ)
1.12	2.97	29.0	37.0	34.0	ولائي للعلامات التجارية وإمكانية تغييرها متعلق بأخلاقياتها و مسؤولياتها البيئية والاجتماعية (عدم استخدام الأطفال.....الخ).
0.65	2.93	29.53	37.36	32.33	المحور الثاني ككل

*ملاحظة . لتبسيط الدراسة في التحليل الإحصائي، وضعنا :

موافق = موافق بشدة + موافق .

غير موافق = غير موافق بشدة + غير موافق .

الوسط الحسابي للمقياس الخماسي = 3 .

الجزء الثالث :

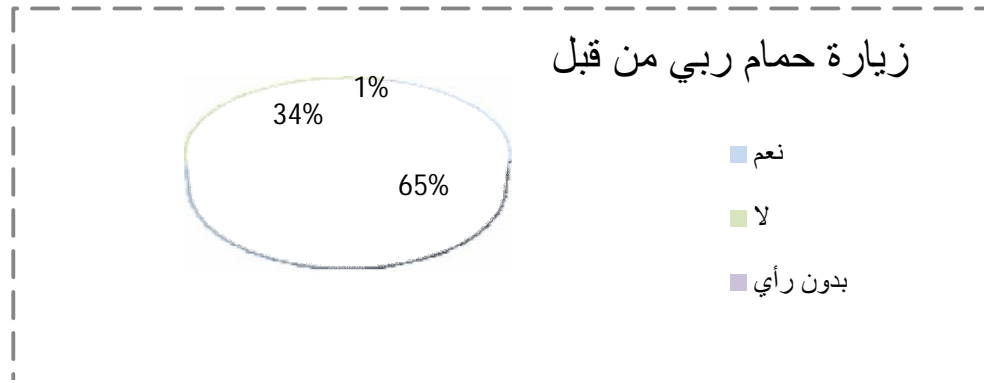
1- زيارة حمام ربي من قبل :

الشيء الملاحظ و المهم هنا هو أن أغلبية المشاركين قصدوا المنطقة من قبل (65%) ، مما يعني أنها جلبت اهتمامهم ، و جاءت نتائج تحليل زيارة حمام ربي سابقا حسب العينة المستجوبة كالتالي :

جدول رقم (52) : زيارة حمام ربي سابقا .

زيارة حمام ربي من قبل	العدد	النسبة المئوية%
نعم	104	65
لا	54	34
بدون رأي	02	01
المجموع	0	100

الشكل الموالي يوضح ذلك أيضا .



الشكل رقم 22 : زيارة حمام ربي من قبل .

من خلال النتائج السابقة فإننا نلاحظ أنه وبنسبة 34 % من العينة المستجوبة لم تزر حمام ربي سابقا هذا ما يعني أنه مؤسسة حمام ربي تستقطب و تجلب إليها كل مرة بعض الزوار الجدد ، الشيء الذي يستوجب التفكير في كيفية تحسين وتطوير مختلف الهياكل السياحية، بينما وبنسبة 65 % سبق لها وأن زارت سابقا المنطقة ، وبما أنها كررت العودة ، فهذا يدل على أن حمام ربي تستحوذ على مقومات جذب سياحية هامة كانت السبب الرئيسي في عودتهم مرة أخرى ، بالإضافة طبعا إلى عادات و اعتقادات بعض السياح و الزائرين المتعودين على المنطقة .

2- المدة التي سيقضيها السائح :

من ضمن 145 فردا مقيما بالفنادق (فندق الحمامات المعدنية ، و بنقلوها حمام ربي، و مركز التكفل بالمجاهدين...الخ.) ذكر 110 منهم (حوالي 68.75%) أن مدة إقامتهم ستمتد لبعض الأيام فقط نظرا للظروف المادية و الوقت المتاح ، أما الذين يمكنون لمدة أكثر فجلهم ممولين من طرف صناديق التأمين ..الخ ، فيما وجدنا 05 أفراد من العينة المستجوبة مقيمة عند أفراد عائلاتهم بحمام ربي ، و 10 آخرون بسعيدة لبعض الأيام فقط هي الأخرى .

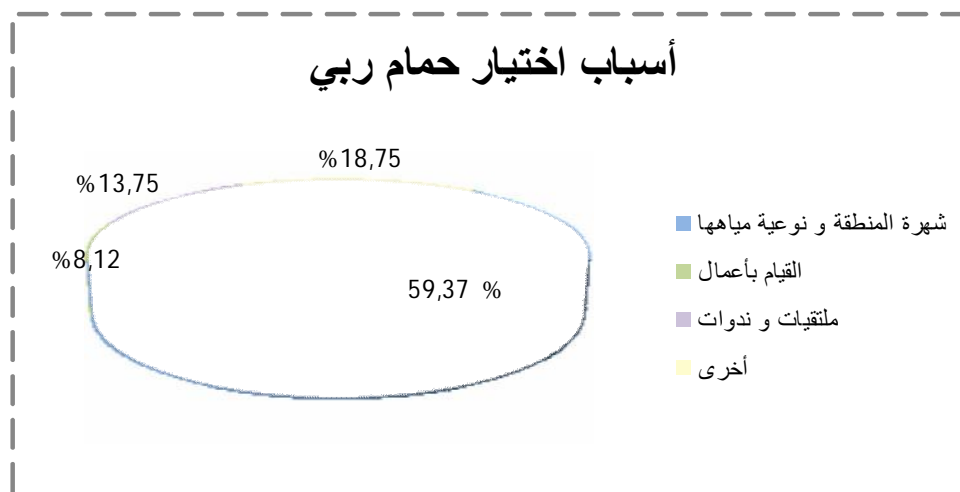
3- أسباب اختيار حمام ربي:

في سؤالنا حول دافع السائح لاختيار حمام ربي كانت الإجابة الأكثر ورودا هي شهرة المنطقة و نوعية مياهها بنسبة 59.37%، ثم للملتقيات و ندوات بنسبة 13.75%، و هناك فئة تأتي للقيام بالأعمال بنسبة 08.12 % ، و فئة أخرى لزيارة الأهل و الأصدقاء و تستغل فرصة الاستحمام و التنزه و أيضا بحثا عن الراحة و العلاج و التعرف على المنطقة و الاستكشاف .

و لكن كثيرون أولئك الذين اختاروا أكثر من إجابة واحدة، بل اقترحوا علينا بأن ندمج دافع الراحة و المتعة مع دافع العلاج لأن السياح يسعون إلى تحقيق كليهما .

جدول رقم (53) : أسباب اختيار حمام ربي .

النسبة المئوية%	العدد	أسباب اختيار حمام ربي
59.37	95	شهرة المنطقة و نوعية مياهها
08.12	13	القيام بأعمال
13.75	22	ملتقيات و ندوات
18.75	30	أخرى
100	160	المجموع

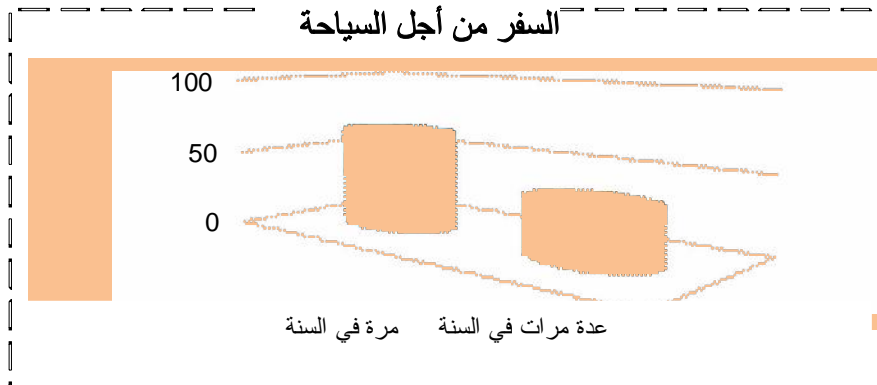


الشكل رقم 23: أسباب اختيار حمام ربي.

4- السفر من أجل السياحة:

جاءت نتائج تحليل عدد مرات السفر من أجل السياحة حسب العينة المستجوبة كالتالي :
جدول رقم 54 : السفر من أجل السياحة.

السفر من أجل السياحة	العدد	النسبة المئوية %
مرة في السنة	104	65
عدة مرات في السنة	56	35
المجموع	160	100



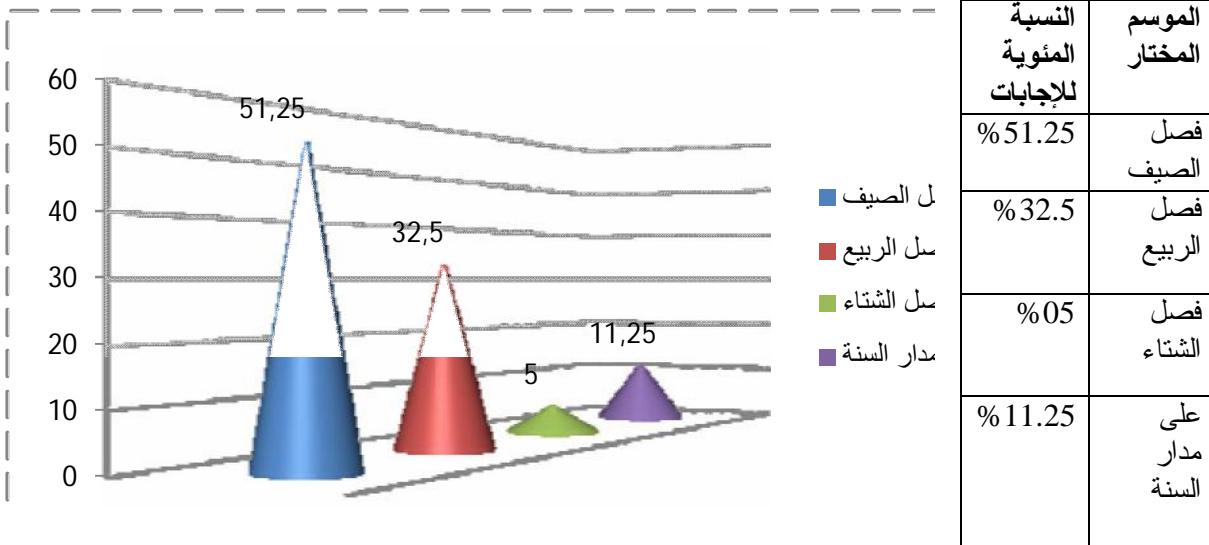
الشكل رقم 24: عدد مرات السفر من أجل السياحة.

من خلال النتائج السابقة فإننا نلاحظ أنه وبنسبة 65 % من العينة المستجوبة تسافر من أجل السياحة مرة واحدة في السنة بينما بنسبة 35% تسافر أكثر من مرة من أجل السفر للسياحة ، وهذا راجع أساسا إلى الحالة المادية للعينة المستجوبة لأن أغلبهم موظفون .

5- الفصل أو الموسم المفضل للسياحة.

جاءت نتائج تحليل الفصول المفضلة للسياحة حسب العينة المستجوبة كالتالي :

جدول رقم (55) : الفصول المفضلة للسياحة .



شكل رقم 25 : الفصول أو المواسم المفضلة للسياحة.

من خلال النتائج السابقة فإننا نلاحظ أنه وبنسبة 51.25 % من العينة المستجوبة تفضل فصل الصيف للسياحة لأنه مرتبط بالعطلة السنوية لمعظم العينة المستجوبة وكذلك لأن أغلبهم يفضلون الصيف للاصطياف على الشواطئ ، بينما تفضل نسبة 32.25% فصل الربيع للسياحة و هذا راجع ربما لطبيعة المناخ في هذه الفترة و ملائمته مع السياحة الحموية، وبنسبة 05 % تفضل فصل الشتاء للسياحة ربما لأنها تبحث عن الهدوء بعيدا عن فوضى فصل الصيف، بينما وبنسبة 11.25 % تفضل للسياحة على مدار السنة نظرا لإمكانياتها المادية و المرنة التي تتمتع بها في وقت عملها ، و من خلال ما سبق نستنتج أنه يمكن لحمام ربي أن تكون مقصدا على مدار السنة للسياحة و الراحة .

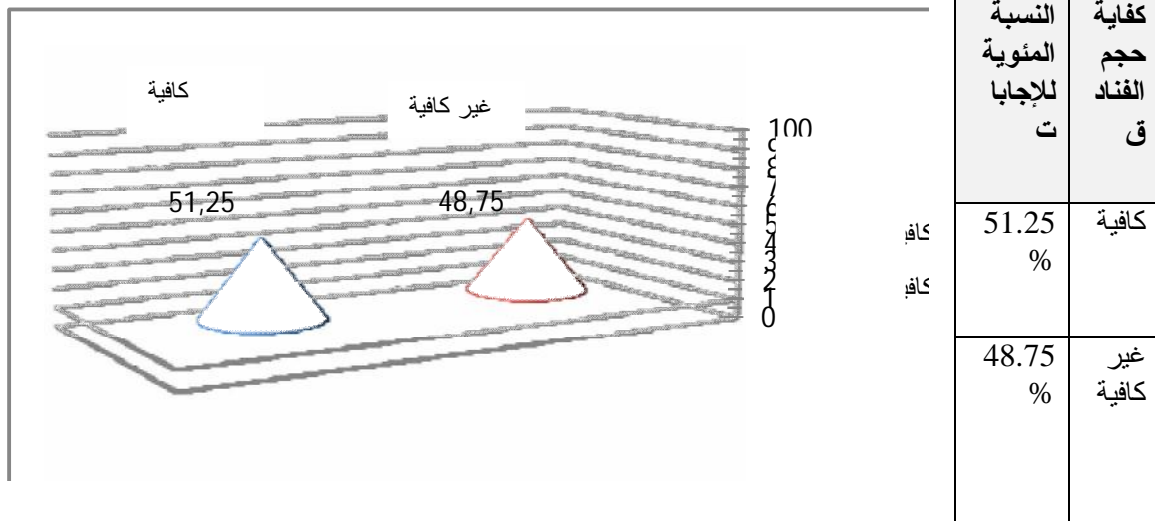
6-سبب اختيار الفنادق :

دائما و من ضمن قاصدي الفنادق، حاولنا التعرف على أولويات السائح في اختيار الفندق، و إجابات بعض الأفراد (حوالي 43.12%) بأنهم يبحثون عن الفنادق التي تتوفر على الراحة و الجودة معا و هذا دليل على أن أكثر هذه الفئة ميسور الدخل (أو لها مصادر تمويل إضافية ، أو الزوج يعمل أيضا) .

و اختارت فئة أخرى "الاختيار الوسط" أي فندق متواضع بثمن معقول(حوالي 59.37%) ، فهذه الفئة لا تهتمها الرفاهية بل المهم توفر الشروط الضرورية و البسيطة للإقامة كالنظافة، و الأمن ...الخ، و البقية ركزت على السعر و تدنئة التكلفة قدر المستطاع .

6-هيكل الإطعام والإيواء : جاءت نتائج تحليل حجم الهياكل الفندقية حسب العينة المستجوبة كما يلي :

جدول رقم 56: حجم الهياكل الفندقية و كفايتها .

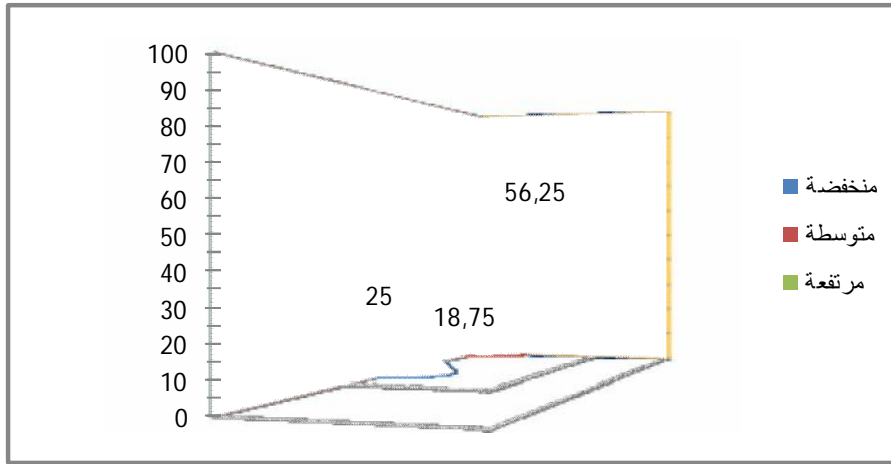


شكل رقم 26: يبين آراء السياح حول حجم الفنادق إذا كان كافي أو غير كافي.

نلاحظ من خلال النتائج أعلاه أن الأغلبية البسيطة ترى أن الفنادق كافية ، بينما النسبة المتبقية من الأفراد المستجوبون يرون عكس ذلك ، و هذا بسبب ربما عدم قدرة أو إتاحة فرصة اختيار أمام هذه الفئة الأخيرة لنوعية الفنادق أمام قلتها .

8- أسعار المبيت في الفنادق و البنغلوهاات :

نتائج تحليل هذا العنصر نعرضها من خلال الجدول الموالي:
جدول 57 : أسعار المبيت .



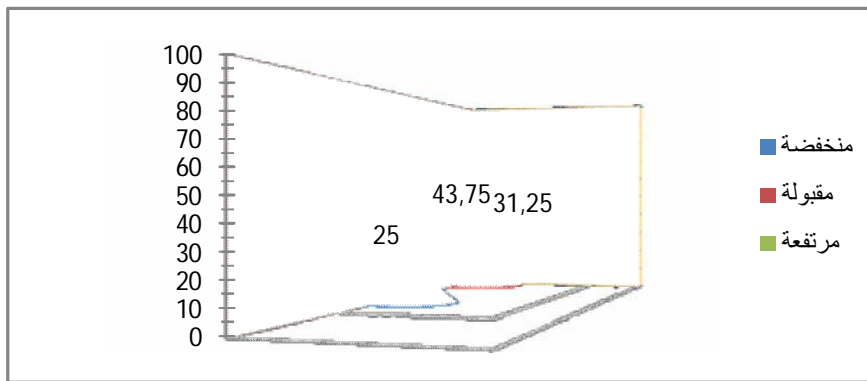
أسعار المبيت	النسبة المئوية %
منخفضة	25%
متوسطة	18.75%
مرتفعة	56.25%

الشكل رقم 27: أسعار المبيت في الفنادق و البنغلوهاات .

من خلال بيانات الجدول أعلاه ، نلاحظ بان أكثر عينة الدراسة ترى بان أسعار المبيت مرتفعة ونسبتهم تشكل 56.25% ، بينما ما نسبته 18.75% ترى بان الأسعار متوسطة، في حين 25% ترى بان الأسعار منخفضة ، ويجب الإشارة هنا إلى أن هذا العامل مهم جدا لدى السياح الجزائريين في اختيار وجهتهم السياحية ، و الدليل على هذا هو العدد المتزايد للسياح الجزائريين الذين يختارون تونس كوجهة سياحية مفضلة نظرا للأسعار المطبقة هناك و التي يصعب منافستها في الظروف الحالية.

9- أسعار الأطعمة المقدمة : نتائج تحليل هذا العنصر نعرضها من خلال الجدول الموالي:

جدول رقم 58 : أسعار الأطعمة المقدمة .



أسعار الأطعمة المقدمة	النسبة المئوية %
منخفضة	25%
مقبولة	43.75%
مرتفعة	31.25%

الشكل رقم 28: مدى الرضا عن أسعار الأطعمة المقدمة .

من خلال الجدول نلاحظ أن الغالبية النسبية لأفراد عينة الدراسة ترى بأن أسعار الأطعمة المقدمة مقبولة (متوسطة) وشكلت نسبتهم 43.75% ، في حين 31.25% من مفردات العينة ترى بأن الأسعار مرتفعة .

10- الخدمات المقدمة على مستوى هياكل الإطعام والإيواء:

جاءت نتائج تحليل تقييم الخدمات المقدمة على مستوى هياكل الإطعام والإيواء حسب العينة المستجوبة كالتالي:

جدول رقم (59): تقييم الخدمات المقدمة على مستوى هياكل الإطعام والإيواء .

النسبة المئوية%	العدد	الخدمات المقدمة على مستوى هياكل الإطعام و الإيواء
06.25	10	عالية الجودة
35	56	متوسطة الجودة
58.75	94	منخفضة الجودة
100	160	المجموع



الشكل رقم 29: تقييم جودة الخدمات المقدمة على مستوى هياكل الإطعام و الإيواء.

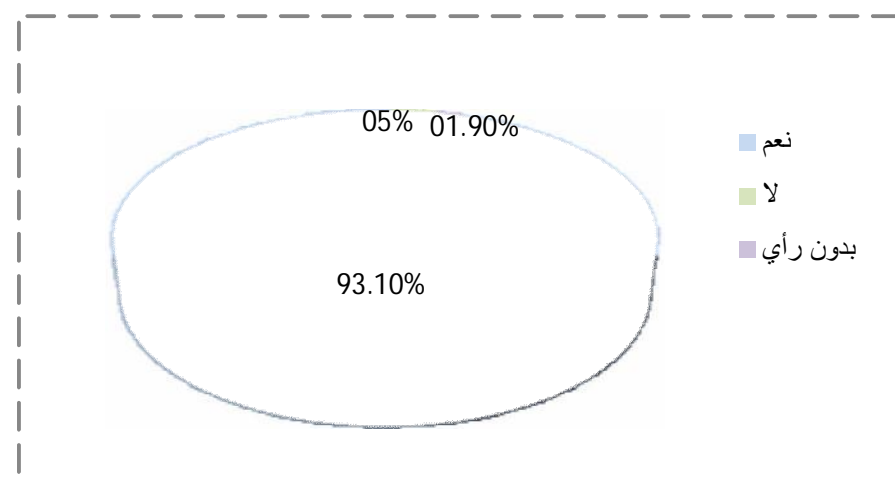
من خلال النتائج السابقة فإننا نلاحظ أنه حوالي 94 فرد من العينة المشاركة والتي تمثل نسبة 74.40% ترى أن الخدمات المقدمة على مستوى هياكل الإطعام والإيواء منخفضة الجودة و ما نسبته 35% تجد أن جودة هذه الخدمات متوسطة و يمكن تقبلها و التعامل معها ، و بنسبة ضعيفة قدرت بـ 06.25% ترى و تحكم على انخفاض هذه الجودة ، وهذا ما لا يشجع على تطور السياحة في بلادنا و التطلع إلى المنافسة و جلب المزيد من السياح و أيضا في مساعي تحقيق جودة الحياة بصفة عامة و المحافظة على البيئة .

11- الرغبة و تفضيل تناول الأكلات التقليدية المحلية (البركوكس بالحشائش ، المشوي ، الرفيس ، المبسس بالفليو ، الروينة.....ألخ)

نتائج إجابات العينة المشاركة في هذا العنصر أو الجزء من الاستبيان نعرضها من خلال الجدول الموالي:

جدول رقم: (60) الرغبة و تفضيل تناول الأكلات التقليدية المحلية .

النسبة المئوية%	العدد	الرغبة و تفضيل تناول الأكلات التقليدية المحلية
93.10	149	نعم
05	08	لا
01.90	03	بدون رأي
100	160	المجموع



الشكل رقم 30 : الرغبة و تفضيل تناول الأكلات التقليدية المحلية .

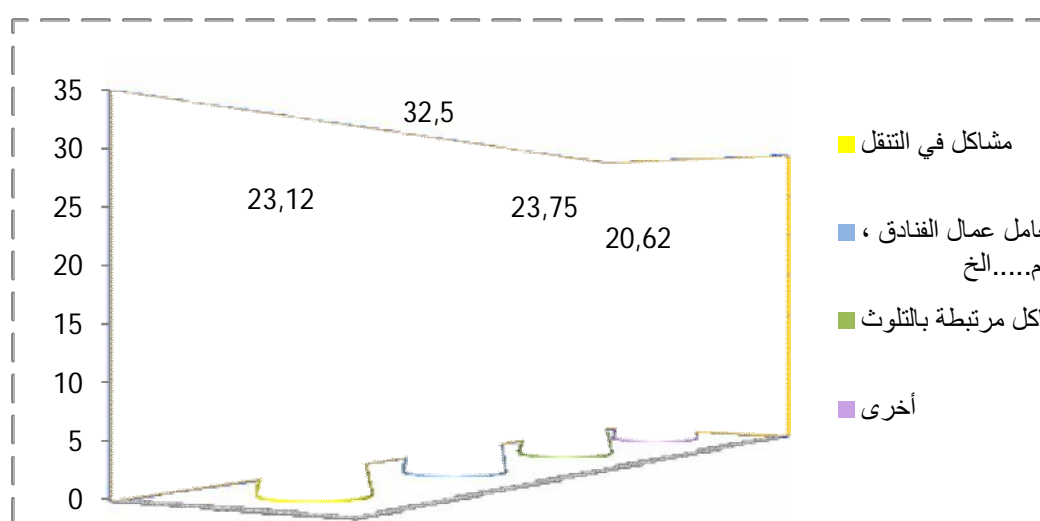
على ضوء المعلومات و النتائج السابقة ، يتضح الرغبة و تفضيل أغلبية السياح إلى تناول أكلات تقليدية محلية و التعرف على الأطباق الخاصة بالمنطقة ، إن هذا النوع من المنتجات المحلية لا يجب التقليل من قيمته لأنه يلعب دور مهم أيضا في إعطاء شهرة للمنطقة و تنمية نشاطاتها السياحية المختلفة .

12- المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي :

جاءت نتائج تحليل المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي حسب العينة المستجوبة كالتالي:

جدول رقم (61) : المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي.

النسبة المئوية%	العدد	المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي
23.12	37	مشاكل في التنقل
32.5	52	سوء تعامل عمال الفنادق ، المطاعم....الخ
23.75	38	مشاكل مرتبطة بالتلوث
20.62	33	أخرى
100	160	المجموع



الشكل رقم 31: المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي.

من خلال النتائج السابقة فإننا نلاحظ أنه وبنسبة 32.5 % من العينة المستجوبة تعاني من مشكل سوء تعامل عمال الفنادق ، المطاعم.....الخ ، وهذا السلوك لامسناه في عدة أماكن سواء على مستوى هياكل الإيواء والإطعام ، بينما يليه مباشرة مشكل التلوث وبنسبة 23.75 % ، ثم تأتي تبعاً للمشاكل الأخرى وهي على الترتيب التالي :

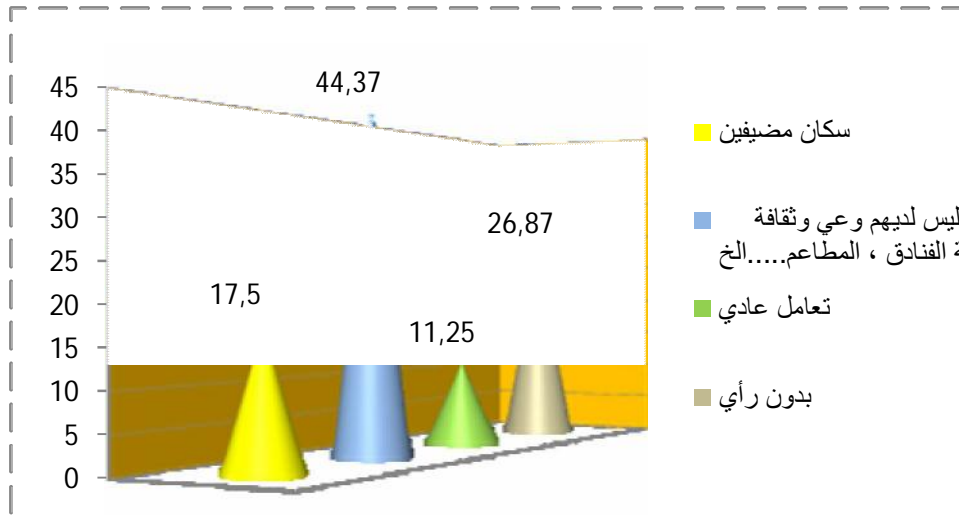
مشكل متعلقة بوسائل النقل ، و المشاكل الأخرى قد ترتبط بالقضايا الأمنية، و مشاكل أخرى لم تذكر كالمرافق و الرعاية الصحية نظافة الأفرشة... الخ .

13- الاستقبال والضيافة من طرف السكان المحليين :

كانت نتائج تحليل العنصر الخاص بالاستقبال والضيافة من طرف السكان المحليين حسب العينة المستجوبة كالتالي :

جدول رقم (62) : الاستقبال والضيافة من طرف السكان المحليين .

النسبة المئوية %	العدد	الاستقبال والضيافة من طرف السكان المحليين
17.5	28	سكان مضيفين
44.37	71	سكان ليس لديهم وعي وثقافة سياحية
11.25	18	تعامل عادي
26.87	43	بدون رأي
100	160	المجموع



الشكل رقم 32: الاستقبال والضيافة من طرف السكان المحليين .

من خلال النتائج المسجلة أعلاه ، فإننا نلاحظ أنه أقرب بقليل من نصف العينة المستجوبة والتي تقدر بنسبة 44.37 % أعطت حكما على تصرفات وسلوكيات المجتمع المحلي لحمام ربي على أنه مجتمع ليس لدى أفراد وعي وثقافة سياحية بالرغم من الطابع السياحي للمنطقة ، و هذا مما يؤثر سلبا على نمو وتطور السياحة في منطقة حمام ربي ، بينما الأشخاص الذين يرون عكس ذلك فهم يمثلون نسبة 17.50 % بأنهم سكان مضيفين ، ولكن هذه النسبة غير كافية لتواجد سياحة مستدامة لأن الثقافة السياحية وحسن الضيافة من طرف السكان المحليين تعتبر من أهم متطلبات السياحة المستدامة، بينما وبنسبة 26.87 % ليس لهم رأي في هذه النقطة ربما لأن احتكاكهم بالمجتمع المحلي كان محدودا ، و وصف 11.25 % من المشاركين أن تعامل سكان المنطقة معهم ب "العادي" و لا إشكال يطرح.

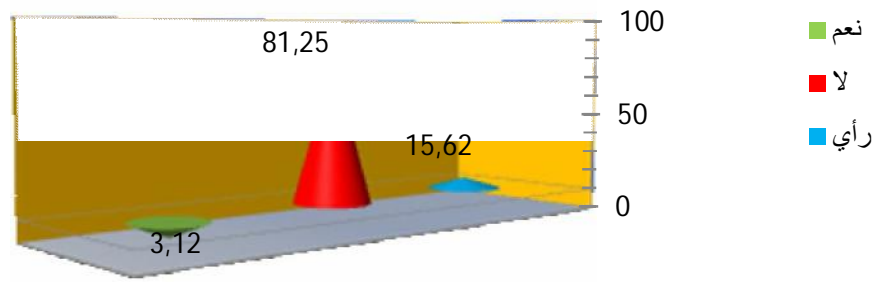
14- أماكن الاستقبال التي تتوفر على المعلومات والخدمات الخاصة بحمام ربي :

جاءت نتائج تحليل أماكن الاستقبال المتواجدة على مستوى حمام ربي التي تزود السياح بمختلف المعلومات والخدمات الخاصة بحمام ربي حسب العينة المستجوبة كالتالي:

جدول رقم (63) : أماكن الاستقبال لتزويد السياح بالمعلومات بحمام ربي .

أماكن الاستقبال للتزويد بالمعلومات	العدد	النسبة المئوية %
نعم	05	3.12
لا	130	81.25
بدون رأي	25	15.62
المجموع	160	100

تواجد أماكن الاستقبال لتزويد السياح بالمعلومات حسب العينة المستجوبة



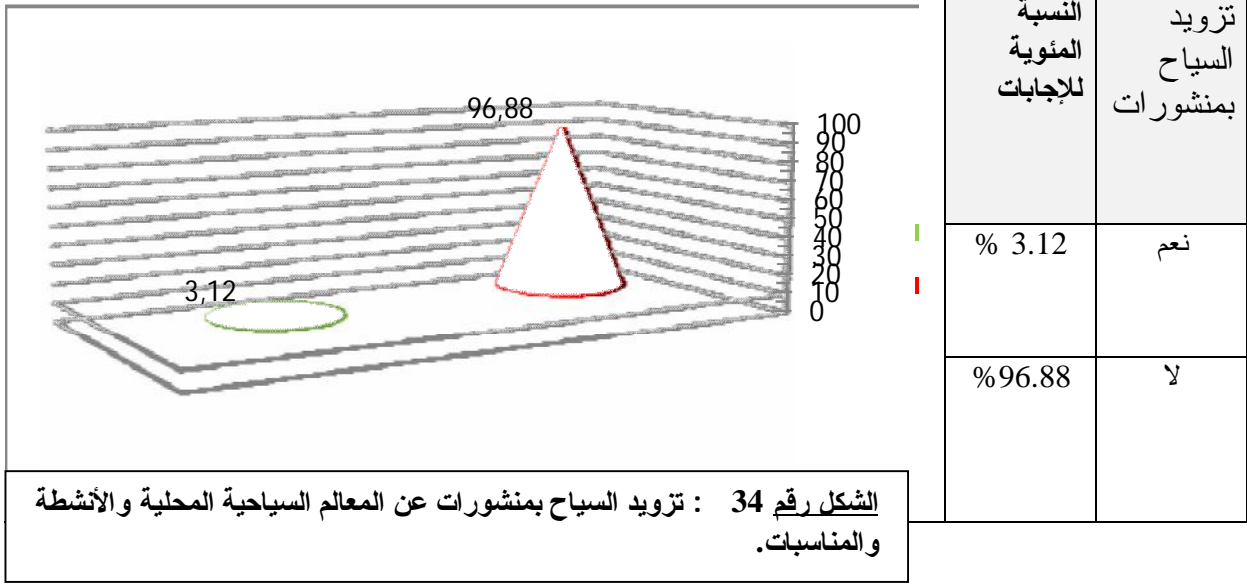
الشكل رقم 33: تواجد أماكن الاستقبال لتزويد السياح بالمعلومات بحمام ربي .

من خلال النتائج السابقة فإننا نلاحظ أنه وبنسبة 81.25 % من العينة المستجوبة لاحظت عدم وجود أماكن الاستقبال التي توفر المعلومات اللازمة والكافية عن المقومات السياحية في حمام ربي ، هذا الذي يعرقل النشاط السياحي إن وجد في بعض الأحيان ، فأماكن الاستقبال شيء أساسي للتعريف بالمناطق والمواقع السياحية ومختلف الأماكن المتواجدة بالإضافة إلى تقاليد المنطقة ، الطبخ ، الخياطة ، التداوي ، ... الخ على مستوى حمام ربي وهو نقطة الوصل بين السائح والمقصد السياحي .

15- تزويد السياح بمنشورات عن المعالم السياحية المحلية والأنشطة والمناسبات :

جاءت نتائج تحليل تزويد السياح بمنشورات عن المعالم السياحية المحلية والأنشطة والمناسبات حسب العينة المستجوبة كالتالي :

جدول رقم (64) : تزويد السياح بمنشورات عن المعالم السياحية المحلية والأنشطة والمناسبات .

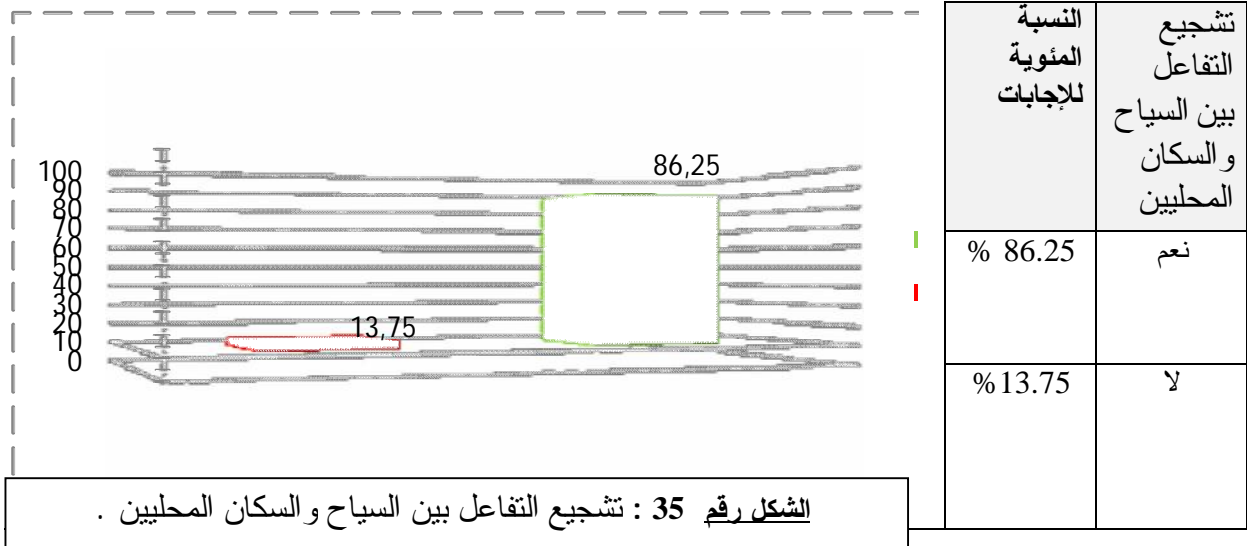


من خلال النتائج السابقة فإننا نلاحظ أنه وبنسبة 96.88 % من العينة المستجوبة تؤكد بعدم وجود منشورات تبين لهم المعالم السياحية المحلية والأنشطة والمناسبات، وهذا ما يدعم الإجابات السابقة بما أنه لا توجد أماكن لاستقبال السياح بالتالي لا توجد منشورات، هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن الجهات الوصية و مختلف الجمعيات المنتخبة و غيرها لم تقم بتوفير مثل هذه المنشورات، و هذا ما من شأنه المساهمة في الركود أو تراجع النشاط السياحي على مستوى حمام ربي .

16- تشجيع التفاعل بين السياح والسكان المحليين:

جاءت نتائج تحليل الرغبة في تشجيع وجود تفاعل بينهم وبين السكان المحليين من أجل التعارف و تبادل الأفكار و الاهتمامات المهنية و الثقافية حسب العينة المستجوبة كالتالي :

جدول رقم: (65) تشجيع التفاعل بين السياح والسكان المحليين.



من خلال النتائج السابقة نلاحظ أنه وبنسبة 86.25 % من العينة المستجوبة تشجع وجود تفاعل بينها وبين السكان المحليين من أجل تبادل الأفكار والاهتمامات المهنية والثقافية ، وهذا الأمر يمكن و يساهم في خلق التكامل والانسجام بين رغبات ومتطلبات السياح من جهة وعقلية وإمكانيات السكان المحليين من جهة أخرى من أجل الوصول إلى نقاط مشتركة تراعي الجانبين، وهذا ما يشكل أهم متطلبات السياحة المستدامة .

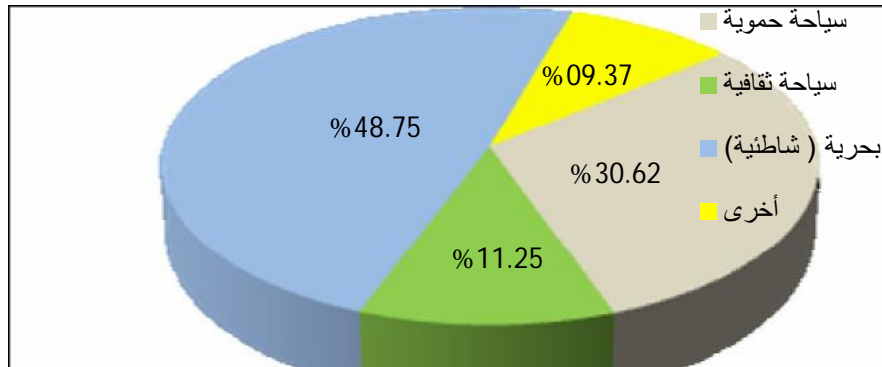
17- الأنماط السياحية التي يفضلها السياح :

النتائج المتحصل عليها فيما يخص الأنماط السياحية التي يفضلها السياح المشاركون في الاستبيان جاءت كما يلي (أنظر الجدول أدناه) :

جدول رقم: (66) الأنماط السياحية المفضلة من قبل السياح المشاركين في الاستبيان .

النسبة المئوية %	العدد	الأنماط السياحية المفضلة من قبل السياح
30.62	49	سياحة حموية
11.25	18	سياحة ثقافية
48.75	78	سياحة بحرية (شاطئية)
09.37	15	أخرى
100	160	المجموع

الأنماط السياحية المفضلة



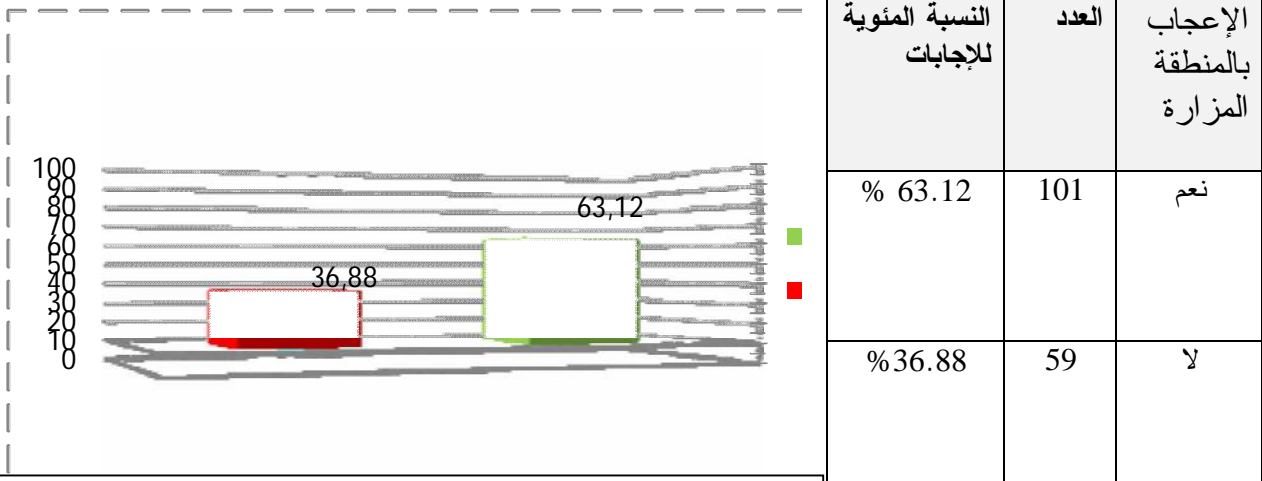
الشكل رقم 36 : الأنماط السياحية المفضلة من قبل السياح.

من خلال النتائج السابقة فإننا نلاحظ أنه تقريبا كل الأنماط السياحية مفضلة من طرف العينة المستجوبة وبنسب نوعا ما متفاوتة ، حيث نجد السياحة الثقافية بنسبة 11.25 % ، و السياحة الحموية بنسبة 30.62 % ، و السياحة الشاطئية بنسبة 48.75 % و هي الأعلى و تمثل حوالي نصف العينة، أما باقي المشاركين فكان تفضيلهم و ميولهم نحو أصناف أخرى من السياحة ، قد تكون سياحة الأعمال و المؤتمرات أو السياحة البيئية ، أو السياحة الزراعية أو السياحة الصحراوية (التي يفضلها الأجانب و يزداد عددهم من سنة لأخرى نحو هذا المنتج السياحي الجزائري المتميز) أو السياحة الترفيهية بصفة عامة ، و عليه فإن هذه النتائج تعكس إلى حد ما توجه فئة معينة نحو السياحة الحموية التي تقتضي الاهتمام أكثر بها لتكون أفضل مسوق للمنتج السياحي المحلي و للنهوض بالمنطقة .

18- الإعجاب بالمنطقة السياحية المزارة :

جاءت نتائج تحليل مدى إعجاب السياح بالمنطقة السياحية المزارة حسب العينة المستجوبة كالتالي:

جدول رقم (67): الإعجاب بالمنطقة المزارة .



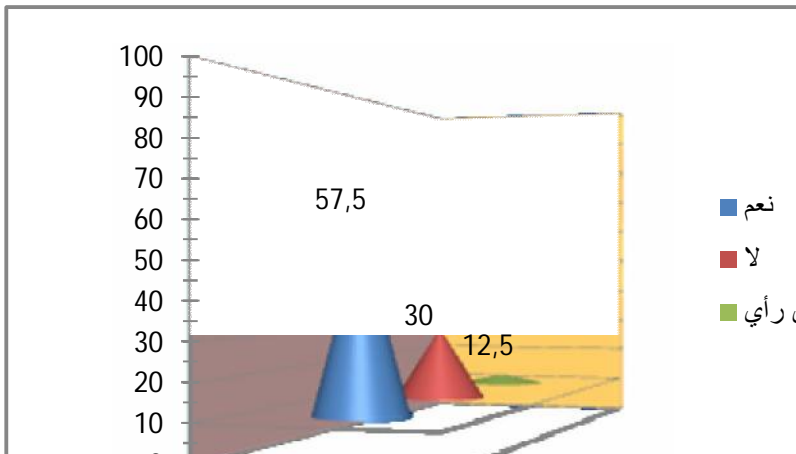
الشكل رقم 37: الإعجاب بالمنطقة السياحية المزارة .

من خلال النتائج السابقة فإننا نلاحظ أنه وبنسبة 63.12 % من العينة المستجوبة أبدت إعجابا بالمنطقة السياحية التي قامت بزيارتها(و هذا ما يؤكد على زيارة المنطقة من قبل من طرف السياح المشاركين في الاستبيان) بالرغم من بعض النقائص والسلبيات التي تعاني منها، بينما وبنسبة 36.88 % من العينة المستجوبة لم تعجبها ، نظرا لعدة أسباب مردها يعود ربما إلى بعض المشاكل التي تلقاها بعض السياح في المنطقة أو ربما مقارنة بعض المناطق الأخرى التي تعرض نفس المنتج السياحي تقريبا و خاصة في الجهة الغربية من البلاد نظرا لقرب المسافة نوعا ما ، و هذا ما يتطلب إعادة النظر في كثير من عناصر العرض السياحي (النظافة ، الداء ، المرافق ، الصناعات التقليديةالخ) .

19- تصميم المنشآت السياحية من حيث الجذب السياحي وعلاقته بخصائص حمام ربي:

جاءت نتائج تحليل تصميم المنشآت السياحية من حيث الجذب السياحي مع إبراز خصائص المنطقة (حمام ربي) حسب العينة المستجوبة كالتالي :

جدول رقم (68) : تصميم المنشآت السياحية من حيث الجذب السياحي وعلاقته بخصائص حمام ربي .



تصميم المنشآت السياحية وعلاقته بالمنطقة	النسبة المئوية للإجابات	العدد
نعم	57,5%	92
لا	30%	48
بدون رأي	12,5%	20

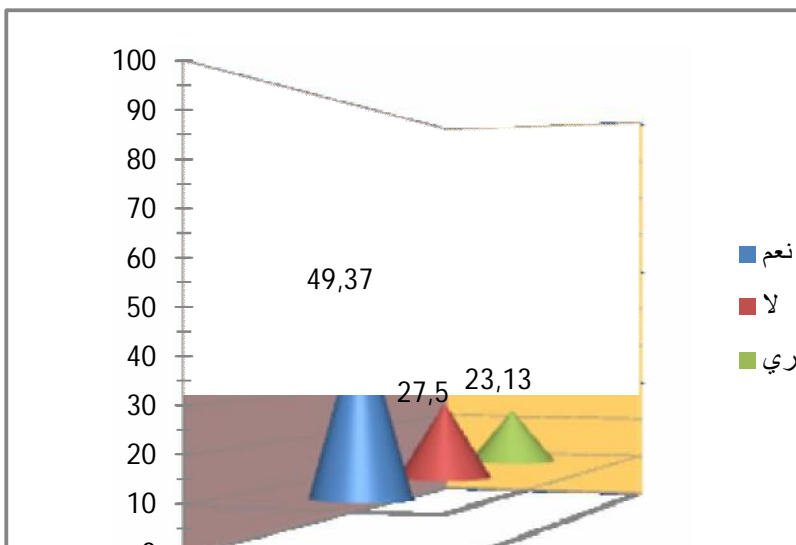
الشكل رقم 38 : تصميم المنشآت السياحية وعلاقته بالمنطقة.

من خلال النتائج السابقة فإننا نلاحظ أن هناك اختلاف بين آراء أفراد العينة ، فمنهم من يرى أن المشاريع السياحية المصممة بطريقة جذابة وتبرز خصائص المنطقة وهؤلاء يشكلون نسبة 57.50 % ، والذين يرون عكس ذلك يمثلون نسبة 30 % من العينة المستجوبة ، أما الذين لم يكن لهم رأي في ذلك (هل هذا ناتج عن جهلهم بالمنطقة أو عدم فهم السؤال المطروح ، أو ربما لقلّة معلوماتهم حول هذه النقطة ؟) فهم يمثلون نسبة 18.36 % .

20- تصميم المنشآت السياحية و استغلالها،هل يساهم في ترشيد استهلاك الطاقة والماء؟

نتائج تحليل إجابات العينة المستجوبة حول تصميم المنشآت السياحية و استغلالها من حيث مساهمتها في ترشيد استهلاك الطاقة و الماء ، كانت كما يلي (أنظر الجدول و الشكل المرافق) :

جدول رقم (69): تصميم المنشآت السياحية و استغلالها من حيث استهلاك الطاقة و الماء .



تصميم المنشآت السياحية واستغلالها من حيث استهلاك الطاقة و الماء	النسبة المئوية للإجابات	العدد
نعم	49,37%	79
لا	27,5%	44
لا أدري	23,13%	37

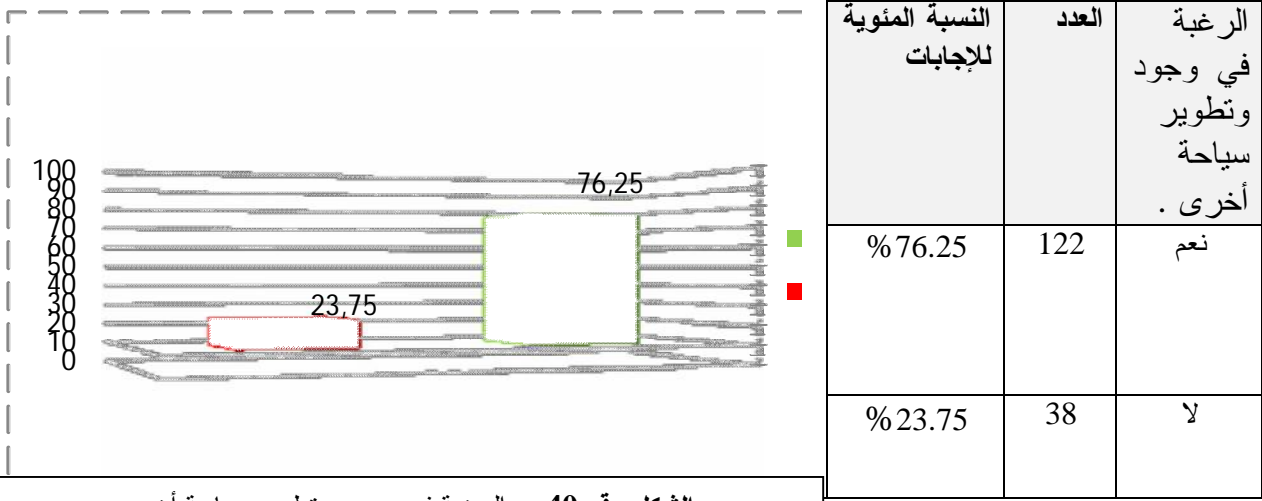
الشكل رقم 39: تصميم المنشآت السياحية و استغلالها من حيث استهلاك الطاقة و الماء.

الملاحظ من خلال النتائج السابقة أن هناك أيضا اختلاف بين آراء أفراد العينة المستجوبة ،حيث منهم من يرى أن المنشآت السياحية مصممة ومستغلة بطريقة تساهم في ترشيد استهلاك الطاقة و الماء وهؤلاء يشكلون نسبة 49.37 % ، والذين يرون عكس ذلك يمثلون نسبة 27.5 % من العينة المستجوبة ، أما الذين لم يكن لهم رأي في ذلك (ربما لعدم اهتمامهم و تساؤلهم حول هذه النقطة المهمة كون السياح لهم مسؤولية معتبرة في استهلاك هذين العنصرين) فهم يمثلون نسبة 23.13 % .

21- تطوير سياحة أخرى :

جاء تفريغ نتائج تحليل الرغبة في خلق و تطوير أنواع جديدة من السياحة حسب الإمكانيات والمؤهلات التي تتميز بها منطقة حمام ربي في الميدان الفلاحي والبيئي عموما حسب العينة المستجوبة كالتالي :

جدول رقم (70) : الرغبة في وجود وتطوير سياحة أخرى (بيئية ، زراعية)



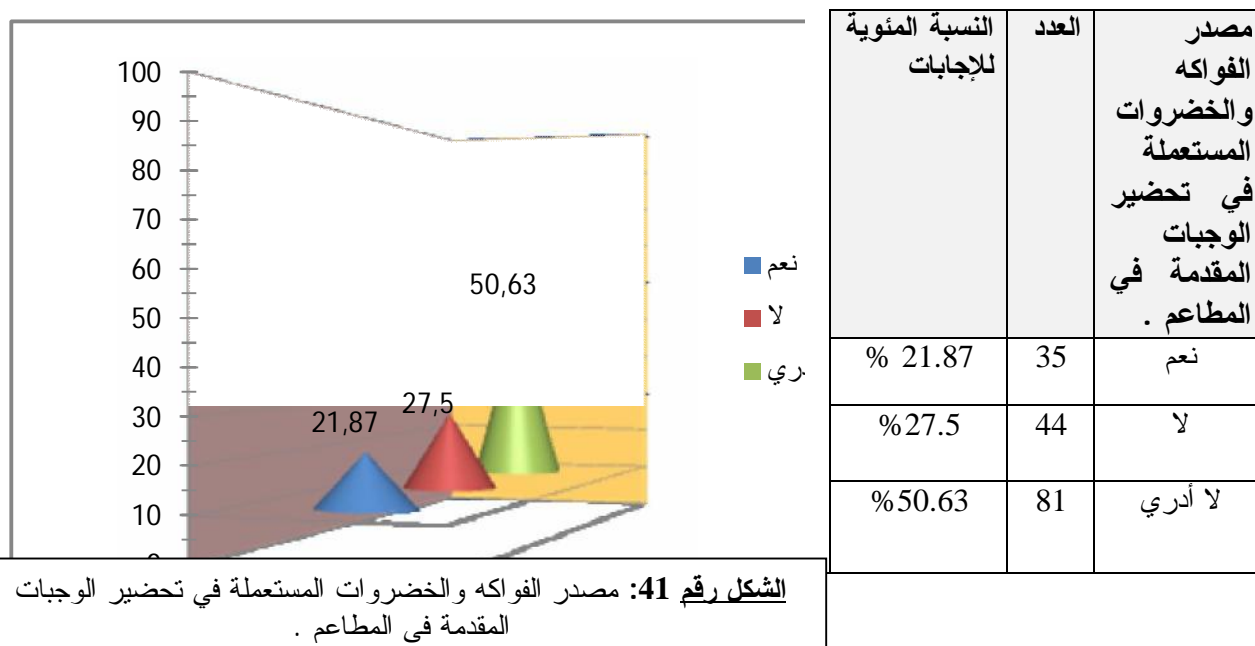
الشكل رقم 40: الرغبة في وجود وتطوير سياحة أخرى .

على ضوء هذه النتائج المتحصل عليها نرى أنه وقع تقريبا شبه إجماع من طرف العينة المستجوبة (76.25 %) على أن السياحة الزراعية و البيئية هي حل مناسب وأمثل ينماشى وطبيعة المنطقة، وهذا الاقتراح جاء بناء على ما تملكه منطقة حمام ربي من عقار فلاحى و موارد مائية مهمة بطبيعة الحال إذا استغل بكيفية مدروسة ومخططة وبتوفير كل الشروط اللازمة لاستحداث هذه المنتجات السياحية الإضافية للمنطقة ، وذلك بخلق تكامل بين مختلف النشاطات، وهذا النوع من السياحة نراه مناسباً لجلب السياح خاصة على شكل عائلات و المساهمة بالتالي في تربية النشء الصاعد على قيمة و أهمية هذه الموارد و التعرف أكثر على المنطقة و خصائصها .

22- مصدر الفواكه والخضروات المستعملة في تحضير الوجبات المقدمة في المطاعم (إذا كانت من المنطقة) :

النتائج المتحصل عليها فيما يخص مصدر الفواكه والخضروات المستعملة في تحضير الوجبات المقدمة في المطاعم (إذا كانت من المنطقة) حسب المشاركين في الاستبيان جاءت كما يلي (أنظر الجدول و الشكل أدناه) :

جدول رقم (71): مصدر الفواكه والخضروات المستعملة في تحضير الوجبات المقدمة في المطاعم.



كما كان متوقعا ، فإن الأغلبية النسبية للعينة المستجوبة في هذه النقطة من الاستبيان تجهل مصدر الفواكه و الخضروات المستعملة إذا كان من منطقة حمام ربي أم لا ، وهذا طبعا يؤكد غياب تزويد السياح بمعلومات تخص المنطقة بمختلف جوانبها الثقافية و التاريخية و الاقتصاديةالخ، و أيضا لا يمكن للسائح أن يدرك مدى مساهمته و الدور الذي يلعبه في تنمية المنطقة .

و نستنتج أيضا أن هناك فئة أولى معتادة على زيارة المنطقة و هذا من خلال جزمها فيما يخص مصدر المنتجات الفلاحية المستعملة في المطاعم حيث ترى أنه من منطقة حمام ربي و الفئة الثانية ترى العكس ، وعلى هذا الأساس و في ظل هذا التناقض يمكننا القول أنه لا يوجد تنسيق و تشارك حقيقي بين مختلف الأطراف الفاعلة في الحقل السياحي بحمام ربي مع غياب الجهات الرسمية من حيث خلق شفافية و تنظيم للنشاط السياحي بصفة عامة .

23- اهتمامات السائح و اقتراحاته :

في هذه الجزئية من الاستبيان ، قمنا بفتح مجال التعبير أمام السائح عن اهتماماته و أولوياته لو كان أحد الأطراف المحلية الفاعلة التي يمكن أن تساهم في التنمية السياحية المستدامة محليا، و حاولت جمع أهمها في الجدول التالي :

جدول رقم (72): اهتمامات السائح و اقتراحاته .

مقيم دائم بالمنطقة	مسؤول أو مهني في القطاع السياحي	عضو في الجماعات المحلية	
-المحافظة على البيئة. -محاولة التعرف بالسياح . -الاهتمام والمشاركة في تطوير الصناعات التقليدية بالمنطقة . -التعريف بالمنطقة (العادات و التقاليد ، الأطباق المحلية ،.....الخ) . -المعاملة الحسنة للسياح . -المحافظة على المياه.	-تشجيع الاستثمار في المنطقة . -توسيع المؤسسة الحموية المعدنية و بناء قاعات العلاج لمرض الروماتيزم الخ . -تخفيض تسعيرة الخدمات السياحية و خاصة الإقامة بالفنادق بالتنسيق مع باقي الأطراف لتقديم عروض تخدم عقد ملتقيات ، دورات تكوينية ،تجمعات رياضيةالخ.. -إقامة معارض للتعريف بالمنتج المحلي .	-منع برمجة أو بناء أي مشروع غير سياحي في المنطقة السياحية. -توفير الأمن و النظافة بالمنطقة . -التعاون و التنسيق مع الهيئات السياحية من أجل تحقيق التنمية المحلية بالمنطقة. -إنشاء مرافق رياضية و ثقافية بالمنطقة مع إحداث مناصب شغل لأفراد المجتمع المحلي. -توفير النقل و التكفل الصحي. -التكثيف من المساحات الخضراء . - المراقبة و منع الاستغلال الفوضوي و اللامسؤول لما هو ملك الأجيال الحاضرة و القادمة (الماء).	الاهتمامات و الاقتراحات
	-تنظيم أيام تحسيسية للحفاظ على موارد المنطقة .		

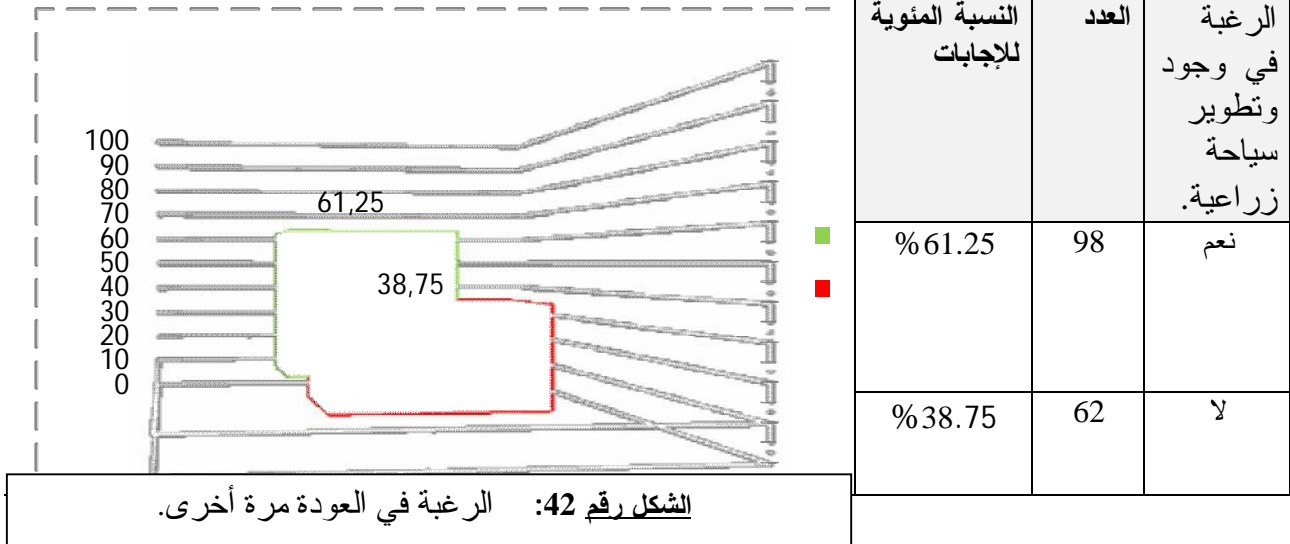
بالإضافة إلى ما سبق ذكره في الجدول أعلاه ، فقد كانت إحدى اقتراحات العينة المستجوبة مهمة وطموحة بحيث تمثلت في وضع برنامج عمل أو خطة عمل للقرن 21 على المستوى المحلي بالتنسيق مع جميع الأطراف (مديرية السياحة ، المنتخبون ، المجتمع المحلي...الخ) و هذا ما يبين ثقافة واطلاع واسع بما يحدث على مستوى الدول المتقدمة في ميدان السياحة المستدامة .

على العموم يمكن القول بأن معظم الآراء و الاقتراحات كانت متفقة في الهدف، وترمي إلى النهوض بالمنطقة و الحفاظ على خصوصياتها ومواردها و التعريف بها .

24- الرغبة في العودة :

جاءت نتائج تحليل الرغبة في عودة السياح مرة أخرى إلى حمام ربي حسب إجابات المشاركين في الاستبيان كالتالي :

جدول رقم (73) : الرغبة في العودة مرة أخرى .



من خلال النتائج السابقة نلاحظ أن تقريبا ثلثي العينة المستجوبة ترغب في العودة مرة أخرى لمنطقة حمام ربي بالرغم من النقائص التي تعاني منها على مستوى النشاط السياحي وهؤلاء يمثلون نسبة 61.25% (و هذا ما يؤكد على أن هناك فئة من العينة المستجوبة تكرر الزيارة لحمام ربي)، بينما أكثر من ثلث العينة المستجوبة والتي تمثل نسبة 38.75% لا ترغب في العودة مرة أخرى وهذا راجع إلى عدة أسباب أغلبها مذكور أغلبها في الاستمارة نذكر منها على سبيل المثال : غلاء أسعار الإيواء ، عدم جودة الخدمات المقدمة على مستوى هياكل الإطعام والإيواء.....الخ.

III-3- استخلاص و استنتاجات :

إن تحليلنا لنتائج الاستمارة الموزعة على عينة الدراسة المتواجدة بحمام ربي ، برزت لنا عدة نقاط هامة وهي تتمثل في أن :

- أغلب السياح الوافدين لحمام ربي هم ذكور و متوسط سن العينة المستجوبة قدر بـ40 سنة .

- نسبة كبيرة من السياح لهم تجربة سابقة من خلال قيامهم بجولات سياحية سابقة للمنطقة .

-أغلبية السياح أعجبوا بالمنطقة السياحية من خلال زيارتهم السابقة و رغبتهم في العودة مرة أخرى مستقبلا .

-63.12% من السياح أعجبوا بالمنطقة السياحة التي زاروها .

- السياح يرون بان أسعار المبيت مرتفعة أما الأطعمة المقدمة فأسعارها يمكن القول أنه مقبولة (متوسطة) على العموم .

- هؤلاء السياح يرون بأن الخدمات المقدمة على مستوى الفنادق و المطاعم منخفضة الجودة ، بينما فئة أخرى تأتي في المرتبة الثانية ترى بأنها متوسطة الجودة و في الأخير و بنسبة ضعيفة ترى أنها مرتفعة الجودة .

- أغلبية السياح يفضلون التعرف و تناول الأطعمة و الأكلات المحلية .

- أما بخصوص النتائج المرتبطة بأهم المشكلات التي واجهت السياح أثناء فترة زيارتهم فكان المشكل الأول هو سوء و نقص معرفة تعامل عمال الفنادق و المطاعم .

- النتائج المرتبطة بقضية توفير أماكن و تزويد السياح بالمشورات و المعلومات المرتبطة بالمنطقة و مختلف مواردها الطبيعية و الثقافية.....الخ لم تلقى رضا معظم السياح .

- السياح أبدوا رغبة كبيرة في تطوير منتجات سياحية أخرى بالمنطقة (كالسياحة البيئية و السياحة الزراعية...الخ).

و بين تحليل نتائج الدراسة و المتعلقة بجزئها الثاني أنه يبدو وبكل وضوح أن لدى المستهلك إحساس عالي بالمسؤولية تجاه البيئة بشكل عام و قضايا التنمية المستدامة، حيث أظهر اهتماما بيئيا كبيرا، تمثل في جوانب كثيرة مثل حرصه على حماية البيئة وحث الآخرين على ذلك ،و احترامه وتقديره لكل الجهود الهادفة للمحافظة على البيئة ،و إدراكه لندرة موارد الطبيعة وضرورة ترشيد استخدامها، وإدراكه أن البيئة إرث الآباء والأجداد وأنه من الضروري المحافظة على هذا الإرث العظيم للأجيال القادمة .

ونلاحظ أن هذا الوعي لدى المستهلك (السائح) هو انعكاسا للواقع الجزائري، حيث نلاحظ أن هنالك وعيا بينيا متناميا على الصعيدين الرسمي وغير الرسمي، كاستجابة للتطورات العالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية والوعي البيئي، وخاصة في السنوات الأخيرة ، وقد تجلّى ذلك من خلال سن العديد من القوانين البيئية و صدور التشريعات المختلفة التي تهدف إلى حماية البيئة والمحافظة على مواردها الطبيعية ، وخاصة الموارد غير القابلة للتجديد ، بالإضافة إلى ذلك ، فقد أدى هذا التطور إلى ظهور حركات وجماعات ضغط غير رسمية تؤيد التوجه العالمي لحماية البيئة ، وتتدد بكل الممارسات السلوكية غير الصديقة للبيئة .

ولكن عندما تعلق الأمر بالسلوك الاستهلاكي على وجه الخصوص ، وجدنا بعض التغيير في المواقف والاتجاهات ، حيث كانت قيم وثقافة الاستهلاك بعيدة نوعا ما و غير داعمة للتوجه نحو تجسيد مبادئ و فلسفة التنمية المستدامة في السياحة، وقد تمثل ذلك في جوانب عديدة مثل عدم ترشيد استهلاك الوقود و استعمال العبوات القابلة للتدوير، وعدم الاستعداد لشراء أو لدفع سعر أعلى للمنتج المحلي و للمنتج الصديق للبيئة ، و أيضا تغيير الولاء للماركة التجارية لأسباب بيئية و اجتماعية، أي أن الالتزام للماركة التجارية كان أقوى من الالتزام نحو قضايا التنمية المستدامة عموما .

و لقد جاءت الاقتراحات التي عبرت عنها العينة المستجوبة مشجعة لإيجاد سياحة تراعي متطلبات التنمية المستدامة بالمنطقة ، ولكن حسب ما نرى لن يتأتى هذا إلا بإشراك و التنسيق بين جميع الأطراف الفاعلة في الحقل السياحي بصفة مباشرة أو غير مباشرة (مديرية السياحة ، البيئة ، الصناعات التقليدية ، الفنادق و المطاعم (المسيرين و العمال) ، المسؤولين و أصحاب وسائل النقل ، المعماريين ، الجمعيات ، المنتخبون ، أصحاب وكالات السياحة و الأسفار ، السياح ، السكان المحليين، وسائل الإعلام السمعية و البصرية ، و المنظومة التربوية) .

خاتمة الفصل .

بعد تطرقنا في هذا الفصل إلى قطاع السياحة بولاية سعيدة ، تبين لنا بأن هذه الأخيرة تتوفر على إمكانيات و مقومات سياحية لا بأس بها تؤهلها لأن تكون قطبا سياحيا مهما في هذه الجهة من ربوع وطننا الجزائر، وذلك لما لها من موقع استراتيجي (بوابة الصحراء ، مرور خط السكك الحديدية للهضاب العليا (تبسة - وجدة) على ولاية سعيدة، المناخ الملائم لذوي الحساسية.....الخ)، وما تمتلكه من إمكانيات سياحية متنوعة منها الطبيعية والتاريخية والثقافية والدينية .

لقد بينت أغلبية عينة الدراسة بأنه هناك إمكانية لتحقيق مستقبل واعد لهذه المعالم السياحية شرط توفر العناية اللازمة لتنميتها ومراعاة مصلحة كل طرف (السياح-السكان المحليون-المستثمرون الكبار و الصغار) في معادلة تحقيق التنمية المستدامة في النشاط السياحي .

و في الأخير يجب أن نؤكد على ضرورة إشراك الموارد البشرية المؤهلة في الإبداع وتبني، وإيجاد الحلول المناسبة لتطورات و إفرات العصر و مواكبتها .

خاتمة عامة

" تعد تربية العقلية الاجتماعية شرطا أساسيا لنجاح مخططات التنمية السياحية ، فطالما أن السياحة فلسفة اجتماعية تتطور مع التقدم العلمي و العقلي ، فإن توعية المواطن هي أكبر رصيد في أية عملية لإنماء السياحة و تطويرها ، وفي الوقت نفسه مشتركة بين المنزل، والمدرسة، والمجتمع، ومرتبطة بإدراك المسؤولين و المواطنين لأهميتها باعتبارها تنمي الشعور عند المواطنين لكونها عاملا مهما في تكوين مفاهيمهم وتصرفاتهم "

مصطفى عبد القادر : دور الإعلام في التسويق السياحي ، دراسة مقارنة ، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع ، بيروت 2003 ، ص 197 .

من خلال دراستنا لهذا البحث " السياحة المستدامة: واقعها و تحدياتها بالنسبة للجزائر، دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة -حمام ربي- " تبين لنا بأن السياحة عرفت تطور عبر العصور وشهدت في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا باعتبارها أصبحت تشكل أحد موارد التنمية الشاملة حيث برزت مقاربة جديدة للسياحة تتمثل في السياحة المستدامة و ما لها من آثار إيجابية على كل من المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي .

و لقد جاء موضوع بحثنا في مدخل عام و أربع فصول بحيث :

الفصل الأول اندرج تحت عنوان " السياحة أسس و مفاهيم أساسية " و بينا فيه تطور النشاط السياحي عبر العصور بالإضافة إلى أهم الأمور المرتبطة بسلوك السائح لننهي بعلاقة السياحة بمحيطها عموما .

و في الفصل الثاني بينا أهمية السياحة حيث أصبحت تحتل الصادات الأولى في أغلب دول العالم كما بينا أيضا تأثيرات السياحة على البيئة الطبيعية في حال لم تراعي قواعد المحافظة عليها لذا فإن تطبيق التنمية المستدامة في أي سياسة سياحية هو الحل الأنسب لأننا بهذا الشكل نستطيع المحافظة على المشاريع والمواقع السياحية هذا من جهة ومن جهة أخرى نضمن ديمومتها واستمراريتها للأجيال القادمة، والسياحة المستدامة أصبحت بديلا تحاول تطبيقه كافة الدول، لما له من فوائد وإيجابيات على المجتمع والبيئة والاقتصاد على حد سواء والتجارب العالمية كثيرة وأثبتت فعلا نجاحتها كما بيناها بنوع من التفصيل في هذا الفصل .

أما الفصل الثالث اندرج تحت عنوان " السياحة المستدامة في الجزائر، محدداتها و تحدياتها " تطرقنا فيه إلى أنواع السياحة التي تزخر بها الجزائر نظرا للإمكانيات والمؤهلات السياحية التي تمتلكها والتي هي غير مستغلة بشكل كاف ومدروس بسبب افتقاد السياسات أو الاستراتيجيات السياحية التي اعتمدها الجزائر إلى الفعالية والنجاعة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، حيث لاحظنا أن النشاط السياحي لم يشهد تحسنا ولا تطورا نظرا لعدة أسباب سياسية، اقتصادية، واجتماعية، وأمنية..... إلخ هذا مما ساهم في تفاقم ظاهرة التلوث وإتلاف واستنزاف بعض المناطق والمواقع السياحية التي تتميز بها الجزائر من طرف السكان أو السياح على حد سواء ، لذا وجب على الدولة أن تتبنى إستراتيجية سياحية تراعي فيها فعلا شروط الاستدامة، وهذا ما تحاول الجزائر و تسعى إلى تطبيقه في المستقبل باقتراح عدة مشاريع سياحية كبرى في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT ، ولكي يساهم في حماية الفضاءات الطبيعية والإرث الثقافي والتاريخي..... إلخ للجزائر ، وجب أن يضع أصحاب القرار و مقدمي الخدمات السياحية و باقي الفاعلين في صناعة السياحة متطلبات السياحة المستدامة ضمن استراتيجياتهم وسلوكهم.

وأخيرا جاء الفصل الرابع بعنوان " تحليل الوضع السياحي لولاية سعيدة " وهذا الفصل يمثل الجانب العملي لموضوع بحثنا حيث تناولنا فيه دراسة تحليلية لموضوع الدراسة لولاية سعيدة من الناحية الطبيعية، الاقتصادية والاجتماعية، و الثقافية، المقومات والعوائق السياحية، مع تحليل الوضع السياحي وفق متطلبات التنمية المستدامة والتي أدرجت ضمن أسئلة الاستمارة التي وجهت للسائح المتوافدين إلى حمام ربي و هذا خلال الفترة (بداية جانفي- نهاية مارس من سنة 2010)

و نشير هنا أنه تبقى هذه الدراسة مفتوحة لتتناول سلوك السياح و النشاط السياحي على مدار السنة كاملة و بالتالي اعتبار عينة مناسبة لهذه المدة حتى يتسنى لنا تعميم نتائجها ، كما يمكن أيضا القيام بدراسة أو بحث ارتباطي بين متغيرات معينة من جوانب سلوك السائح و مدى تأثيرها على تجسيد و تطبيق متطلبات السياحة المستدامة .

وعلى ضوء ما استنتجناه من خلال بحثنا و دراستنا الوصفية الميدانية يمكن تقديم التوصيات التالية :

- تضافر الجهود الرسمية وغير الرسمية للقيام بالحملات الإرشادية والبرامج التعليمية لتثقيف المستهلكين ورفع درجة وعيهم بالمسؤولية البيئية ، وإن نجحت مثل هذه الجهود، فإنها ستكون الدافع والمحرك الرئيسي لتغيير ثقافة الاستهلاك باتجاه رفع الوعي البيئي وهذا سيدفع منظمات الأعمال إلى الاستجابة لهذه الثقافة البيئية الجديدة والتأثير هنا سيكون تبادليا، بمعنى أن سلوك المستهلك سيؤثر في فلسفة منظمات الأعمال والعكس صحيح .
- القيام بدراسات متخصصة ومعقدة لفهم طبيعة وخصائص وفوائد السلع والخدمات الصديقة للبيئة و التي من شأنها تشجيع المنتجات المحلية .
- إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية المتخصصة في سلوك المستهلك الجزائري للتعرف على الأساليب الترويجية الأكثر إقناعا لتشجيعه على تبني قيم وثقافة استهلاك صديقة للبيئة ، على أن تصبح هذه الثقافة متجذرة في السلوك الاستهلاكي .
- ضرورة تضمين موضوع البيئة وأهميتها في المناهج الأكاديمية في كل المراحل التعليمية .
- إجراء دراسات مقارنة مع دول أخرى في مجال السياحة المستدامة .
- تشجيع المؤسسات السياحية على تطبيق هذا المفهوم، من خلال احتفال سنوي يعلن به أسماء المؤسسات التي نجحت في تطبيق مفهوم السياحة المستدامة، ثم توضع شعارات لاصقة على كل المؤسسات التي طبقت هذا المفهوم .
- فتح أبواب السوق السياحية الجزائرية أمام الوكالات السياحية و سلسلة الفنادق الدولية ، وتطوير السياحة الداخلية ، وترقية الصناعات التقليدية ، و المهن الحرفية ، وتشجيع الشباب على التمكن من اللغات الأجنبية ، و فتح قناة تلفزيونية موجهة لترقية " الجزائر وجهة سياحية " ، وفتح تكوين جامعي في الـ LMD في صناعة السياحة ، كل هذه الإجراءات المهمة جاءت كمقترحات للباحثين الجامعيين ختاماً للملتقى الدولي المنظم بجامعة بسكرة في شهر مارس 2010 تحت عنوان (اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة) .

آفاق البحث المقترحة :

نظرا لتشابك قطاع السياحة مع القطاعات الأخرى و خاصة عندما يتعلق الأمر بالتنمية المستدامة وتعدد جوانبها ، نأمل أن تكون هذه الدراسة مدخل لطرح مواضيع أكثر تخصصا في هذا المجال نذكر منها على وجه الخصوص :

- ◆ إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة بالجزائر .
- ◆ دراسة قياسية للسياحة المستدامة في الجزائر .
- ◆ مؤشرات السياحة المستدامة مع دراسة حالة الجزائر .
- ◆ آليات تحقيق السياحة المستدامة في الجزائر .
- ◆ التسويق السياحي و دوره في تحقيق السياحة المستدامة .
- ◆ دراسة مقارنة بين دول المغرب العربي و المشرق في مجال السياحة المستدامة .

الملاحق

الملق رقم 01 : الثروة الطبيعية والثقافية التي تمتلكها الجزائر .

L'Algérie, pays avec 2,38 millions de km² recèle de multiples facettes allant du littoral, des montagnes de l'Atlas, des steppes des Hauts Plateaux, aux Sud avec le Hoggar, le Tassili-N' Ajjer, le Bas Sahara ,le Touat Gourara...
L'Algérie dispose d'un patrimoine matériel et immatériel riche et de sites exceptionnels: historiques et archéologiques (sites Néolithiques, Puniqes Romains, Byzantins, Musulmans...).

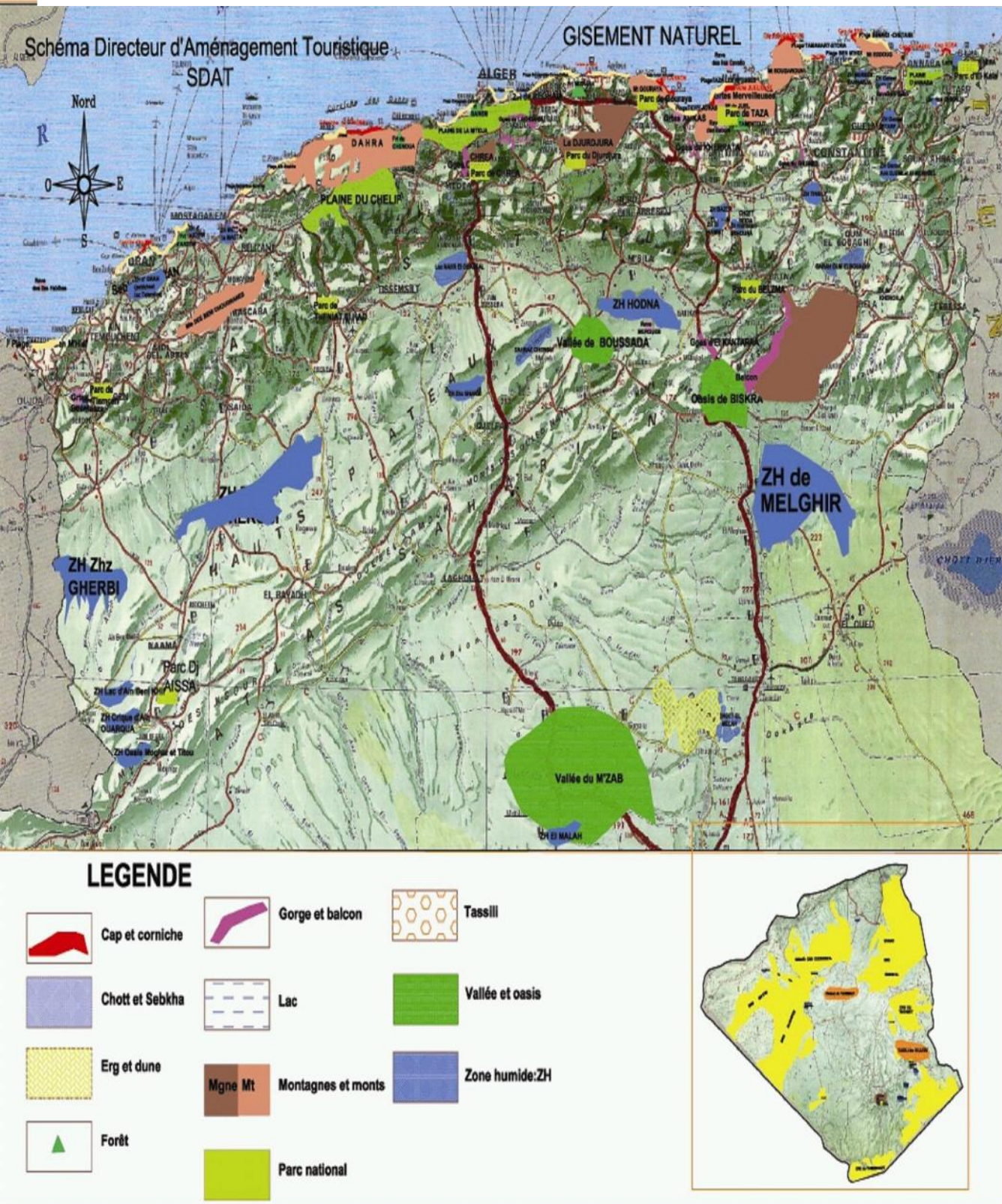
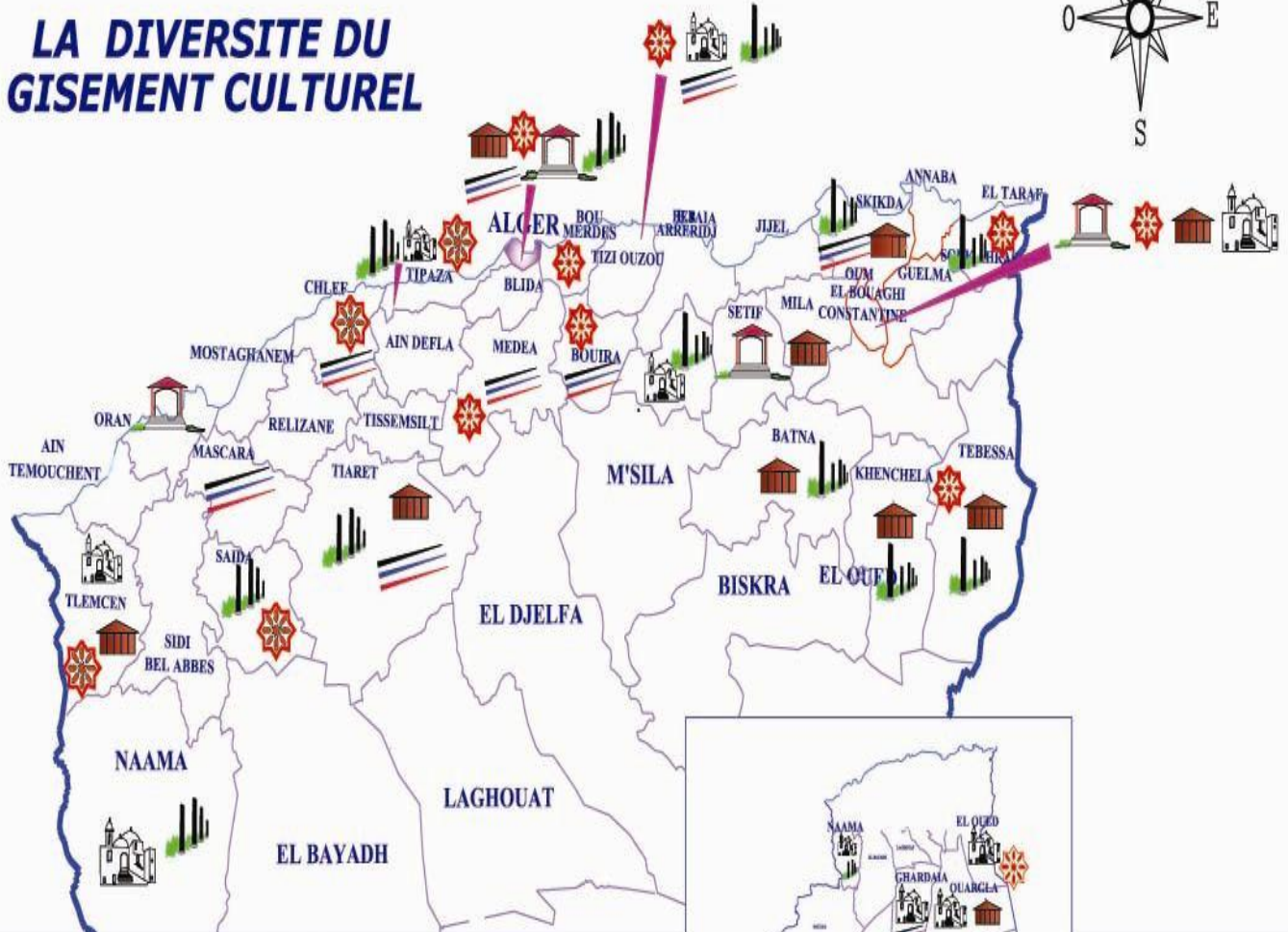


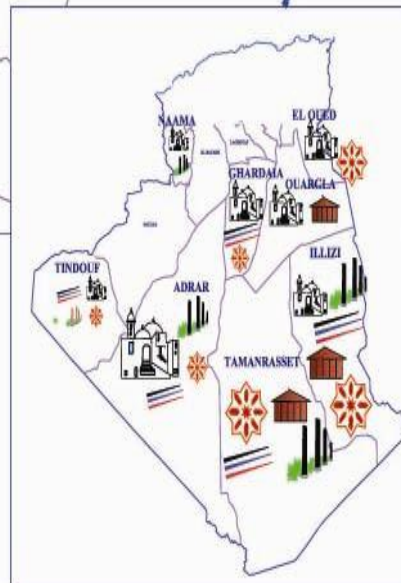
Schéma Directeur d'Aménagement Touristique
SDAT 2025

**LA DIVERSITE DU
GISEMENT CULTUREL**

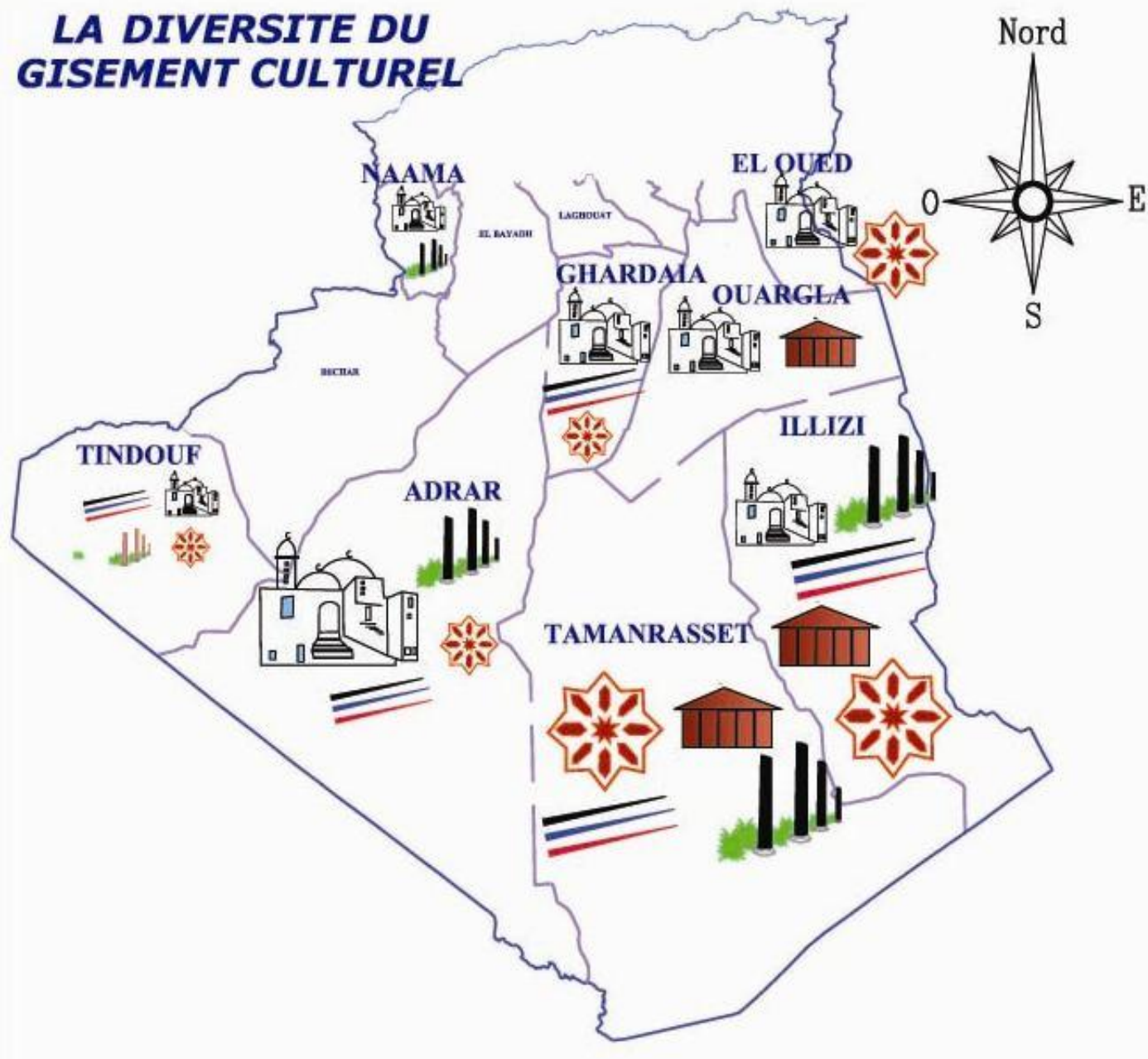


LEGENDE

- | | | | |
|--|----------------------|--|---------------------------------------|
| | LIMITES D'ETAT | | MUSEES |
| | LIMITES DE WILAYA | | URBANISME ARCHITECTURE
REMARQUABLE |
| | SITES ARCHEOLOGIQUES | | ARTISANAT |
| | SITES HISTORIQUES | | FETES, FESTIVALS, DIVERS |



LA DIVERSITE DU GISEMENT CULTUREL



المصدر : المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025
www.matet.dz

الملحق رقم 02: الأعياد المحلية رمز من رموز هويتنا الثقافية.

الجزائر أمة متعددة المظاهر حيث تتوارث العادات الغنية جيلا عن جيل ، الأعياد المحلية للجزائر تعبر عن بلد يعيش الأعياد طوال السنة و في كل المناطق، من الشمال إلى الجنوب، لكل منطقة أعيادها الخاصة بها، تحتفل بها بكل حفاوة .

أصبحت الأعياد المحلية، التي ترمز للتقاليد الشعبية، مناسبة لتنظيم رحلات سياحية بغية اكتشاف المواقع الخلابة لكل منطقة و مشاركة فرحة السكان المحليين المعروفين بحسن ضيافتهم الأسطورية .

يقام سنويا ما يعادل 256 عيدا محليا عبر مختلف مناطق البلاد .

عيد "تافسيت" - تمرناست

يجتمع سكان الهقار طيلة ثلاثة أيام في تمرناست للاحتفال بقدوم الربيع في جو احتفالي متنوع. فيتم تنظيم استعراضات فلكلورية عبر الشوارع الرئيسية للمدينة، تبعث البهجة في نفوس السكان المحليين و الأجانب القادمين بكثرة للمشاركة في هذا العيد حيث تحتل الحرف التقليدية مكانة مميزة...كما يتم تنظيم عروض أزياء و مسابقات جمال بهذه المناسبة لاختيار "ملكة جمال الهقار" و أحسن تارقي في المنطقة .

عيد "سببية" - جانت

تعيش جانت، عاصمة الهقار، الفرحة عند كل عيد عاشوراء الديني. يلتقي السكان لتجديد عقد السلام الذي عقده منذ حوالي ثلاثة آلاف سنة و لعقد تحالفات جديدة .

في هذه الفترة، كانت هناك حرب بين الإخوة من القبائل التارقية ولم يتفق المتحاربون على إيقاف الحرب إلا عندما بلغهم انتصار النبي موسى على الفراعنة، فعقدوا من ثم ميثاقا للسلام لا يزال يوحدهم .

و خلال الاحتفال بهذا العيد، يقوم المحتفلون بتمثيل مشاهد الاقتتال المعبرة عن المعركة الأخيرة التي سبقت عقد السلم، و تتخلل هذه الاستعراضات أغان و زغاريد ترددها النساء لتشجيع المتحاربين .

عيد "السبوع" - تميمون

على غرار الطاسيلي، تعرف منطقة "القورارة" بأعيادها حيث تحضر فيها بقوة الأغاني التقليدية التي تؤدونها فرق "الأهلل". و تقام هذه الأعياد بمناسبة المولد النبوي الشريف، و هو عيد يقام للاحتفال بمولد الرسول محمد (ص) .

السبوع هو احتفال يدوم سبعة أيام و سبعة ليال. و في اليوم السابع، يلتقي سكان "قصور" المنطقة حول زاوية الشيخ الحاج بلقاسم في تجمع مهيب، ترفع فيه رايات الجمعيات الأخوية، على وقع أغاني أهلل .

و يسمح الاحتفال بهذه المناسبة بالتقاء السكان المحليين لتسوية الخلافات التي تظهر خلال السنة و لعقد تحالفات جديدة .

مولد بني عباس

تحي منطقة بني عباس، الواقعة في بشار، المولد النبوي الشريف بكثير من الحفاوة. في يوم المولد، تشهد ساحة المدينة نشاطا غير مألوف على وقع "القراقابو" و الرقصات المحلية. و يعتبر هذا العيد الديني مناسبة لختان الأطفال و لالتقاء عائلات منطقة الساورة .

موسم تاغيت

تعيش منطقة الساورة كذلك، في آخر عطلة أسبوع من شهر أكتوبر، على وقع "موسم تاغيت".
يقام هذا العيد للاحتفال بالتمور و للتصدق على الفقراء. فيكون جني التمور مناسبة للم شمل جيران منطقة الساورة للاحتفال بهذا العيد الذي يعود إلى أزيد من 19 قرنا. و يدوم هذا الاحتفال طيلة ثلاثة أيام على وقع البندير و القومبري و الأغاني الجماعية .

وعدة سيدي أحمد المجدوب

تقام وعدة سيدي أحمد المجدوب خلال نهاية الأسبوع الثاني من شهر أكتوبر، في بلدية "عسلة" (ولاية النعامة) ترحما على سيدي أحمد المجدوب، هذا الولي الصالح الذي عاش في القرن الخامس عشر .

تقيم قبيلة المجادبة هذا العيد للمحافظة على العادات و التقاليد حيث يتم تقديم الكسكسي لكل المدعوين .

خلال هذا الحفل، تقام العديد من استعراضات الفرسان و مسابقات شعرية و معرضا تجاريا ضخما تستعرض فيه الكثير من السلع تسد حاجيا السكان لمواجهة فصل الشتاء القارس .

عيد الزربية - غرداية .

في وادي ميزاب، تكون عطلة الربيع مناسبة لالتقاء العديد من الحرفيين من كل التراب الوطني لبيع و عرض زرابيهم .

تنشط هذا الاحتفال فرق القراقابو على وقع طلفات البارود، كما تنظم خلالها زيارات سياحية عبر المدن الخمسة لوادي ميزاب و بني إيزقن المعروفة بسوقها لبيع السلع بالمزاد .

مهرجان فرسان أمدوكال

خلال نهاية الأسبوع الأول لشهر ماي، تعيش منطقة الأوراس هي الأخرى جوا احتفاليا في بساتين النخيل و قصور مدينة أمدوكال الواقعة على بعد عشرة كيلومترات من شرفات غوفي، تعيش هذه المنطقة على وقع استعراضات لفرسان يرتدون الزي التقليدي و يستعرضون أجمل جيادهم .

خلال الأيام الثلاثة لهذا العيد، تحضر أغاني المطرب الشعبي عيسى الجرموني بقوة و تنظم مسابقة "الشعر الملحون ."

عيد "دغمولي"

حول ضريح مولاي عبد الرحمن، تتوافد قبائل منطقة الهقار، كل-ريلا، كل-ربلا، كل-أبقار، إيسابطن و تيجان للاحتفال بـ"الدغمولي" (فجر القداسة) على شرف توارق الهقار (قبيلة دلمنان) التي انتفضت ضد المحتل الفرنسي في 1902 . و تدوم الزيارة (زيارة الضريح) يومين، تاريخهما ثابت، في شهر ماي .

عيد الفخار - آث خليلي

في قرية منطقة المعاتقة في تيزي وزو، يتم الاحتفال بصناعة الفخار منذ تسع سنوات. هذه الحرفة تمارسها أساسا النسوة. نساء آث خليلي معروفات بجودة أواني الفخار التي يصنعونها و المزينة برموز بربرية .

عيد الفضة - آث بني

من 27 جويلية إلى 4 أوت من كل عام، يحتفل آث بني في قريتهم المتواجدة على علو 900 متر في أعالي جرجرة، بمجوهراتهم الفضية المرصعة بالمرجان و مزينة بطلاء أصفر(كرمز للشمس)، و أخضر (كرمز للطبيعة) و زرق (كرمز للسماء). و قد حازت هذه المصوغات القبائلية على جوائز في كندا و الولايات المتحدة .

عيد المرجان - القالة

في هذه المدينة المتواجدة في أقصى الشرق الجزائري، المحاذية لتونس، يجتمع الصيادون و الحرفيون و التجار في عيد المرجان في شهر أوت، و المرجان الجزائري، الذي يتم تصنيعه مباشرة بعد الصيد، موجه للاستيراد .

هنا، كما في بجاية، يعرف المرجان بجودته و بندرة ألوانه الوردية، كما تعرف المنطقة ثروة أخرى و هي خشب الخلنج الذي يستعمل في صنع الغلابين المعروفة عالميا .

http://www.ont-dz.org/site%20-%20arabe/Fetes_locales.html

عيد الفراولة : بسكيكدة .

الملحق رقم 03 : تحليل SWOT للسياحة في الجزائر *

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - La taille du pays 2.381.741 km2, 4 fois la France. - La situation géographique - Un littoral de 1200 km sur la côte méditerranéenne qui favorise le développement du tourisme balnéaire - Présence de 200 sources thermales qui favorise le développement de tourisme thermal - Présence d'un patrimoine culturel important qui favorise le tourisme culturel - Un désert qui représente près de 5/6 du territoire. : tourisme saharien - Un important réseau d'infrastructures aéroportuaires et routières. - Une proximité de l'Europe - L'Algérie dispose plus de près d'1 million d'Algériens résidant à l'étranger. - Diversité du pays, du point de vue historique, culturel, et naturel. - Un plan stratégique ambitieux pour l'avenir 	<ul style="list-style-type: none"> - La part du tourisme dans le PIB de l'Algérie est très faible : 1,8% - L'activité touristique est la plus faible parmi les 12 pays du pourtour méditerranéen - Un déficit en termes de capacités d'accueil, de structures hôtelières en quantité et en qualité - Un déficit en termes de restauration de qualité - Un manque de compétence managériale. - un manque de qualification des personnels - Absence de la culture du tourisme - Insécurité et instabilité politique - Une Communication très fœtale et des publicités insuffisantes. - Absence d'études marketing adaptées - l'Algérie est une destination à l'état embryonnaire. - Une infrastructure obsolète. - Un service qui atteint à peine le minimum requis. - Programmes de vacances primitives - Infrastructures aéroportuaires insuffisant. - Les procédures d'entrée sur le territoire sont très difficiles pour les occidentaux - Absence de réelle volonté politique

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Marché en expansion - L'Algérie dispose encore d'un potentiel à exploiter : Désert, Plages vierges, montagnes, patrimoine historique, patrimoine religieux (Saint augustin). - Une tendance mondiale. - L'Algérie est une destination nouvelle, à découvrir : le nouveau attir. - L'Algérie représente un pays d'histoire pour les pieds noirs : une cible internationale à prendre en compte - Le développement du E-commerce - Demande importante pour des expériences authentiques incluant les cultures locales et l'approche de la nature. - La société mondiale dans les dix prochaines années sera constitué de gens âgés, donc développer des offres adaptées aux besoins de cette catégorie d'âges. - Recherche de produit où on apprend (culture, loisir...) - Le tourisme vert est à exploiter (vacances dans les campagnes) 	<ul style="list-style-type: none"> - La vulnérabilité aux aléas géopolitiques - Une concurrence rude de la part de du Maroc et la Tunisie. - Terrorisme, attentats et insécurité. - Préférences aux voyages domestiques et intra régionaux. - Ralentissement de l'activité touristique mondiale - Méconnaissance de l'image du produit touristique algérien - Augmentation du tourisme domestique - Voyages d'affaires internationaux intercontinentaux subissent une baisse de volume impressionnante. - Les touristes ont une tendance à dépenser moins lors de leurs séjours.

Analyse par la matrice SWOT du tourisme en Algérie

*Terfaya Nassima, *Apport de la culture marketing dans le développement touristique, Etude comparative au sein des pays du Maghreb, Algérie, Maroc, Tunisie*, Editions Houma, Alger, 2008 .p151-152.

الملحق رقم 04 : المراجع القانونية المتعلقة بالسياحة ،والبيئة ،و التهيئة ،و التنمية
المستدامة في الجزائر .

* القانون 83-03 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1403 هـ الموافق ل 05 فيفري 1983م
و المتعلق بحماية البيئة .

* القانون 90-29 المؤرخ في 14 جمادي الأولى عام 1411 الموافق ل 01ديسمبر
1990 المتعلق بالتهيئة و التعمير .

- وبمقتضى القانون رقم 98 - 04 المؤرخ في 20
صفر عام 1419 الموافق 15 يوليو سنة 1998
والمعلق بحماية التراث الثقافي ،

* القانون رقم 01-19 المؤرخ في 27 رمضان 1422 هـ الموافق لـ 12ديسمبر 2001 و
المتعلق بـ تسيير النفايات و مراقبتها و إزالتها.

* القانون 01-20 المؤرخ في 27 رمضان 1422 الموافق ل 12ديسمبر 2001 المتعلق
بتهيئة الإقليم و تنميته المستدامة .

* القانون 02-02 المؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1422 الموافق ل 05 فيفري 2002 المتعلق
بحماية الساحل و تميمه .

* القانون 03-01 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق لـ 17فيفري 2003 و
المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة (أنظر الجريدة الرسمية رقم :11).

* القانون 03-02 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق لـ 17فيفري 2003 و الذي
يحدد القواعد العامة للاستعمال و الاستغلال السياحيين للشواطئ .

* القانون 03-03 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق لـ 17فيفري 2003 و
المتعلق بمناطق التوسع و المواقع السياحية .

* القانون رقم : 03-10 المؤرخ في 19 جمادي الأولى عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو
2003 و المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة .

* القانون رقم : 04-03 المؤرخ في 05 جمادي الأولى عام 1425 الموافق لـ 23يونيو
2004 و المتعلق بحماية المناطق الجبلية في إطار التنمية المستدامة .

* القانون رقم : 04-20 المؤرخ في 13 ذي القعدة عام 1425 الموافق لـ 25 ديسمبر 2004 المتعلق بالوقاية من الأخطار الكبرى و تسيير الكوارث في إطار التنمية المستدامة .

* المرسوم التنفيذي رقم: 66-75 المؤرخ في 04 أبريل عام 1966 و الخاص بمناطق التوسع السياحي (113 منطقة) .

* المرسوم التنفيذي رقم : 88-232 المؤرخ في 05 نوفمبر 1988 الخاص بمناطق التوسع السياحي (175 منطقة) .

* المرسوم التنفيذي رقم 04-81 المؤرخ في 22 محرم عام 1425 الموافق لـ 14 مارس سنة 2004 و الذي يحدد كفيات وضع بنك معطيات للسياحة .

* المرسوم التنفيذي رقم : 224-06 المؤرخ في 21 يونيو (جوان) عام 2006 و المحدد لشروط ممارسة نشاط الدليل في السياحة .

* مرسوم تنفيذي رقم : 07-86 المؤرخ في 21 صفر 1428 الموافق لـ 11 مارس 2007 و الذي يحدد كفيات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية .

* قرار مؤرخ في 27 شعبان عام 1412 الموافق لـ 09 مارس 1992 و الذي يتضمن غحداث هيئة لتصنيف الآثار و المواقع التاريخية (في الجريدة الرسمية العدد 22 بتاريخ 17 رمضان 1412 هـ) و الذي ذكرت فيه بعض المواقع الخاصة بولاية سعيدة .

* الأمر رقم: 66-62 المؤرخ في 04 ذي الحجة 1385 هـ الموافق لـ 26 مارس 1966 م المتعلق بالمناطق و المواقع السياحية .

* الأمر رقم: 67-281 المؤرخ في 19 رمضان عام 1387 هـ الموافق لـ 20 ديسمبر 1967 م المتعلق بالحفريات و حماية الأماكن و الآثار التاريخية و الطبيعية .

- وبمقتضى الأمر رقم 73 - 12 المؤرخ في 29 صفر عام 1393 الموافق 3 أبريل سنة 1973 والمتضمن إحداث المصلحة الوطنية لحرس الشواطئ، المعدل والمتّم،

Décret exécutif n° 94-41 du 17 Chaâbane 1414 correspondant au 29 janvier 1994 portant définition des eaux thermales et réglementant leur protection, leur utilisation et leur exploitation.....

Décret exécutif n° 07-68 du Aouel Safar 1428 correspondant au 19 février 2007 complétant le décret exécutif n° 05-375 du 22 Chaâbane 1426 correspondant au 26 septembre 2005 portant création de l'agence nationale des changements climatiques, fixant ses missions et définissant les modalités de son organisation et de son fonctionnement.....

Décret exécutif n° 07-69 du Aouel Safar 1428 correspondant au 19 février 2007 fixant les conditions et les modalités d'octroi de la concession d'utilisation et d'exploitation des eaux thermales.....

Décret exécutif n° 07-350 du 8 Dhou El Kaada 1428 correspondant au 18 novembre 2007 fixant les attributions du ministre de l'aménagement du territoire, de l'environnement et du tourisme.....

Décret exécutif n° 07-351 du 8 Dhou El Kaada 1428 correspondant au 18 novembre 2007 portant organisation de l'administration centrale du ministère de l'aménagement du territoire, de l'environnement et du tourisme.....

Décret exécutif n° 07-352 du 8 Dhou El Kaada 1428 correspondant au 18 novembre 2007 portant organisation et fonctionnement de l'inspection générale du ministère de l'aménagement du territoire, de l'environnement et du tourisme..

Décret exécutif n° 10-142 du 9 Joumada Ethania 1431 correspondant au 23 mai 2010 modifiant le décret exécutif n° 07-207 du 15 Joumada Ethania 1428 correspondant au 30 juin 2007 réglementant l'usage des substances qui appauvrissent la couche d'ozone, de leurs mélanges et des produits qui en contiennent.....

Décret exécutif n° 10-131 du 14 Joumada El Oula 1431 correspondant au 29 avril 2010 portant délimitation, déclaration et classement de zones d'expansion et sites touristiques.....

الملحق رقم 05 : جدول متعلق بحصيلة الموسم السياحي 2009

عدد الوافدين الجزائريين و الأجانب خلال سنة 2009

المجموع		عدد الزبائن				الحصيلة الثلاثية	التصنيف	قدرات الإيواء	اسم المؤسسة
		الأجانب		الجزائريون					
اليالي	الوصول	اليالي	الوصول	اليالي	الوصول				
2339	1514	213	74	2126	1440	الثلاثي الأول	***نجوم	144 سرير	الفرسان
2262	1799	301	123	1961	1676	الثلاثي الثاني			
3305	457	1319	75	1986	382	الثلاثي الثالث			
3862	2470	1063	134	2799	2336	الثلاثي الرابع			
11.768	6240	2896	406	8872	5834	مجموع الحصيلة			
478	437	24	21	454	416	الثلاثي الأول	غير مصنف	170 سرير	المرجان
491	457	24	41	467	416	الثلاثي الثاني			
227	196	19	29	208	167	الثلاثي الثالث			
487	431	27	14	460	417	الثلاثي الرابع			
1683	1521	94	105	1589	1416	مجموع الحصيلة			
2752	2244	226	104	2526	2140	الثلاثي الأول	غير مصنف	83 سرير	بنقالوهات حمام ربي
2718	2192	250	55	2468	2137	الثلاثي الثاني			
2316	1729	115	36	2201	1693	الثلاثي الثالث			
2947	2023	116	28	2831	1995	الثلاثي الرابع			
10.733	8188	707	223	10.026	7965	مجموع الحصيلة			
959	864	06	03	953	861	الثلاثي الأول	غير مصنف	68 سرير	عزوز
896	834	07	07	889	827	الثلاثي الثاني			
923	818	02	02	921	816	الثلاثي الثالث			
1687	1457	18	14	1669	1443	الثلاثي الرابع			
4465	3973	33	26	4432	3947	مجموع الحصيلة			
28.649	19.922	3730	760	24.919	19.162	المجموع			

* هذه المعطيات و الملاحظات معدة من طرف مديرية السياحة لولاية سعيدة (مع غياب الإحصائيات الخاصة ببعض الفنادق الأخرى كفندق الحمامات المعدنية المتواجد بحمام ربي.... الخ)

الملحق رقم 06: أسعار المبيت و الإطعام على مستوى فندق المياه المعدنية و مرقد بوعباسي.

فندق المياه المعدنية 048466195



46 غرفة

غرفة أحادية.....2600دج.

غرفة مزدوجة3600دج.

05 أجنحة عادية

الجنح العادي.....6500دج.

01 جناح رئاسي

الجنح الرئاسي.....10000دج.

*متوسط سعر وجبه غداء.....1450دج.(هذا السعر محسوب بتقسيم رقم أعمال الإطعام على عدد الوجبات المقدمة).

**قام مؤخرا أصحاب هذا الفندق بوضع ألواح خاصة باستغلال الطاقة الشمسية تستغل لإضاءة محيط الفندق وهذا كمرحلة تجريبية أولى .

048466107

مرقد بوعباسي

16 غرفة

غرفة لشخص1200دج.

غرفة لشخصين.....1600دج.

غرفة لشخصين+مرشاة.....2200دج.

غرفة لثلاث أشخاص.....2300دج.

غرفة لثلاث أشخاص+مرشاة.....2600دج.

غرفة لأربع أشخاص.....3000دج.

* متوسط سعر وجبه غداء يتراوح بين 600دج و 700دج.

**ملاحظة : يقوم بعض سكان حمام ربي بكراء غرف لبعض الوافدين إلى حمام ربي و هذا في حدود سعر 1000دج/غرفة.

<p>Université Abou Bekr Belkaid –Tlemcen- Faculté des sciences économiques , sciences de gestion et sciences commerciales .</p>		<p>جامعة أبو بكر بلقايد -تلمسان- كلية العلوم الاقتصادية ، علوم التسيير و العلوم التجارية</p>
---	---	--

استمارة استبيان

Questionnaire

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص تسويق الخدمات .

Mémoire soumis en vue d'obtention du diplôme de Magister en Marketing des Services.

السياحة المستدامة : واقعها و تحدياتها بالنسبة للجزائر .

« دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة - حمام ربي - »

Le Tourisme Durable : Sa réalité et ses Défis pour l'Algérie.

« Etude du secteur touristique de la wilaya de Saida

-Hammam Rabi - »

من إعداد الطالب : وزاني محمد . إشراف الأستاذ الدكتور : بن بوزيان محمد .

نرجو منكم الإجابة على الأسئلة المقترحة في هذا الاستبيان ، ونعدكم بأن كل المعلومات لا تستخدم إلا للأغراض العلمية المتعلقة بهذا البحث.

Veillez répondre au questions proposés dans ce questionnaire et nous nous engageons à n'utiliser les informations que pour des raisons scientifiques en relation avec ce Mémoire .

لكم منا جزيل الشكر

هذه الاستمارة تدخل في إطار بحث علمي ، ونحن بحاجة ماسة لمساعدتكم ، الرجاء من سيادتكم المحترمة الإجابة على الأسئلة المفتوحة بوضع إشارة (x) في المكان المناسب و شكرا على تعاونكم .

الجزء الأول : بيانات عامة .

1-الجنس:

- ذكر - أنثى

2-السن:

- من 18 - 30 سنة

- من 30 - 40 سنة

- من 40 - 50 سنة

- من 50 - 60 سنة

3-الحالة الاجتماعية:

- متزوج (ة) - غير متزوج (ة)

4-المهنة (ميدان العمل):

- موظف - إطار سامي

- مهنة حرة - متقاعد

- بطال - أخرى

5-المستوى التعليمي:

- جامعي - متوسط وثانوي

- ابتدائي - غير متعلم

الجزء الثاني: اتجاهات ووعي المستهلك (السائح) بقضايا السياحة المستدامة .

موافق بشدة	موافق	محايد (بدون رأي)	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارات المقترحة	ترتيب
					أعي مدى أهمية المحافظة على البيئة.	01
					أحترم كل الجهود التي تسعى للمحافظة على البيئة.	02
					أقدر أهمية العيش في بيئة صحية نظيفة.	03
					المحافظة على البيئة تدرج ضمن توجهات التنمية المستدامة.	04
					يجب ترشيد استهلاك الطاقة و الماء.	05
					سبق لي وأن سمعت بالعبارات التالية : التنوع البيولوجي، التنمية المستدامة، برنامج خطة عمل القرن 21 (Agenda21).	06
					أدرك محدودية الموارد الطبيعية و أهمية المحافظة عليها للأجيال القادمة.	07
					ضرورة تشجيع استهلاك و تطوير الصناعات التقليدية و المنتجات المحلية .	08
					أقدر مدى أهمية احترام عادات السكان المحليين و خصوصياتهم.	09
					الموارد الطبيعية إرث مشترك بين السكان المحليين و السياح و الأجيال القادمة .	10
					لترشيد استهلاك الوقود، أقود (وأنصح بقيادة) السيارة بسرعة متدنية	11
					أشتري السلع الاقتصادية في استخدام الطاقة.	12
					أساهم و أختار المنتجات غير الملوثة للبيئة.	13
					أختار المنتجات القابلة لإعادة التدوير.	14
					أعمل على إقناع الآخرين باتخاذ سلوكيات صديقة للبيئة	15
					ولائي للعلامات (الماركات) التجارية متعلق بأسباب بيئية .	16
					يجب استعمال عبوات يمكن إعادة استخدامها.	17
					أنا مستعد لدفع سعر أعلى للمنتج المحلي و للمنتج الصديق للبيئة .	18
					أسعى دائما للتعامل مع الباعة الذين يتعاملون بالمنتجات الصديقة للبيئة .	19
					أفضل شراء المنتجات المحلية من أجل المحافظة على صناعاتنا و حرفنا التقليدية.	20

					21 أنا منخرط في جمعية أو نادي يهتم بالقضايا البيئية أو الثقافية (المحافظة على البيئة ، التوعية ، التعريف و المحافظة على ثقافتنا و تاريخنا.....الخ).
					22 ولأني للعلامات التجارية وإمكانية تغييرها متعلق بأخلاقياتها و مسؤولياتها البيئية والاجتماعية (عدم استخدام الأطفال.....الخ).

الجزء الثالث : انطباعات و تقييم السائح .

1- هل سبق لك وأن زرت حمام ربي من قبل ؟

لا - نعم -

2- ما هي المدة التي ستقضيتها في حمام ربي ؟

..... -

3- ما هو سبب اختيارك لحمام ربي ؟

شهرة المنطقة و نوعية مياهها -
القيام بأعمال -
ملتقيات و ندوات -
أخرى -

4-تسافر لغرض السياحة :

مرة في السنة -
عدة مرات في السنة -

5-ما هو الفصل أو الموسم الذي تفضلونه للسياحة ؟

على مدار السنة -
الشتاء -
الربيع -
الصيف -

6- على أي أساس تختار الفنادق ؟

- الراحة و الجودة
- فندق متواضع بثمن معقول
- التكلفة المنخفضة

7- كيف وجدت هياكل الإطعام والإيواء؟

- غير كافية

- كافية

8- هل أسعار المبيت في الفنادق و البنغلوهاات ؟

- منخفضة

- متوسطة

- مرتفعة

9- هل أسعار الأطعمة المقدمة

- منخفضة

- مقبولة

- مرتفعة

10- ما هو تقييمك للخدمات المقدمة على مستوى هياكل الإطعام والإيواء؟

-منخفضة الجودة

-متوسطة الجودة

- عالية الجودة

11- هل ترغبون وتفضلون تناول الأكلات التقليدية المحلية (البركوكس بالحشائش ، المشوي ، الرفيس ، المبسس بالفليو ، الروينة.....ألخ) ؟.

-لا

-نعم

12- ما هي المشاكل التي واجهتكم أثناء إقامتكم في حمام ربي ؟

- مشاكل في التنقل
- سوء تعامل عمال الفنادق ، المطاعمألخ.
- مشاكل مرتبطة بالتلوث (روائح كريهة ضوضاءألخ).
- أخرى

13- كيف تقومون الاستقبال والضيافة لدى السكان المحليين ؟

- سكان ليس لديهم وعي وثقافة سياحية

- سكان مضيفين

- بدون رأي

- تعامل عادي

14 - هل توجد أماكن استقبال تتوفر على المعلومات والخدمات الخاصة بحمام ربي؟

-نعم -لا

15 - هل زودتم بمنشورات عن المعالم السياحية المحلية والأنشطة والمناسبات؟

-نعم -لا

16 - هل تشجعون وجود تفاعل بينكم وبين السياح من أجل تبادل الأفكار والاهتمامات المهنية والثقافية و الدينية؟

-نعم -لا

17 - ما هي الأنماط السياحية التي تفضلونها؟

- سياحة حموية.
- سياحة بحرية (شاطئية).
- سياحة ثقافية.
- أخرى.

18 - هل أعجبتكم المواقع التي قمتم بزيارتها؟

-نعم -لا

19 - هل وجدت أن تصميم المنشآت السياحية جذاب و يعكس خصائص المنطقة؟

-نعم -لا

20 - هل وجدت أن تصميم المنشآت السياحية و استغلالها يساهم في ترشيد استهلاك الطاقة و الماء؟

-نعم -لا -لا أدري

21 - بما أن المنطقة تمتاز بيئة متنوعة وتحتاج إلى الاعتناء وكونها ذات طابع فلاحي رعوي ، فهل لديك رغبة في أن يتم تطوير سياحة بيئية ، و سياحة زراعية مستقبلا؟

-نعم -لا

22- هل لديكم فكرة عن مصدر الفواكه والخضروات المستعملة في تحضير الوجبات المقدمة في المطاعم (إذا كانت من المنطقة) ؟

-نعم من المنطقة -لا -لا أدري

23- لو كنت أحد الأطراف المحلية الفاعلة ، كيف ترون مساهمتكم في تحقيق التنمية المستدامة للسياحة بالمنطقة ؟

كمنتخب محلي :

.....
.....
.....
.....
.....

كمسؤول أو مهني في قطاع السياحة :

.....
.....
.....
.....
.....

كمقيم دائم بالمنطقة :

.....
.....
.....
.....
.....

24- هل ترغبون في العودة مرة أخرى ؟

-نعم -لا

-إذا كان الجواب بلا ، فلماذا؟

.....
.....
.....

المراجع

المراجع

1- الكتب.

2- المجلات و الملتقيات.

3 - التقارير، المنشورات، و أوراق عمل.

4- المذكرات و الرسائل الجامعية.

5- المراجع باللغة الأجنبية.

6 - الوثائق الإلكترونية و مواقع شبكة الإنترنت.

1/- الكتب:

- 1- أحمد ملحة : **الرهانات البيئية في الجزائر** ، مطبعة النجاح ، الجزائر ، 2000.
- 2- أحمد فوزي ملوخية : **التنمية السياحية** ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2007.
- 3- أيمن علي عمر: **قراءة في سلوك المستهلك**، الدار الجامعية ، مصر، 2006.
- 4- أحمد ماهر ، عبد السلام أبو قحف ، **تنظيم وإدارة المنشآت السياحية و الفندقية** ، ط2، المكتب العربي الحديث ، الإسكندرية ، 1999.
- 5- أحمد الجلال : **السياحة المتواصلة البيئية**، عالم الكتاب، طبعة 1 ، مصر ، 2002.
- 6- إبراهيم العيسوي، **التنمية في عالم متغير**، القاهرة ، دار الشروق ، 2003.
- 7- مصطفى عبد القادر : **دور الإعلان في التسويق السياحي**، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2003 .
- 8- مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ: **مبادئ السفر و السياحة - الأردن - 2001**.
- 9- ماهر عبد العزيز توفيق : **صناعة السياحة**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.
- 10- محمد إبراهيم عبيدات : **سلوك المستهلك** ، دار المستقبل ل ن و ت ، الأردن ، 1995 .
- 11- محمد إبراهيم عبيدات : **سلوك المستهلك (مدخل إستراتيجي)**، دار المناهج ل ن و ت ، ط 1 ، الأردن، 2006 .
- 12- محمد صالح المؤذن : **سلوك المستهلك** ، دار الثقافة ل ن و ت ، الأردن ، 1997.
- 13- د . محمد منير حجاب : **الإعلام السياحي** - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة - مصر - 2002 .
- 14- محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف : **سلوك المستهلك** ، دار المناهج ل ن و ت ، الأردن ، 2001 .
- 15- مصطفى حمارنة ، **الاقتصاد الأردني، المشكلات والآفاق**، عمان ، مركز الدراسات الإستراتيجية ، الأردن، 1994 .
- 16- محمد عبد العزيز عجمية وإيمان عطية ناصف، **التنمية الاقتصادية: دراسات نظرية وتطبيقية** ، الإسكندرية : الدار الجامعية ، 2003.
- 17- محمد الشيراوي عبد المنعم. **واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين**، بيروت، دار الكنوز الأدبية، 2002.

- 18- مدحت كاظم القرشي ، *التنمية الاقتصادية* ، عمان، دار وائل للنشر، 2007.
- 19- محمد البشير شنياتي : *التغيرات الاجتماعية في المغرب أثناء الاحتلال الروماني* ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، 1984 .
- 20- محيي محمد مسعد : *الإتجاهات الحديثة في السياحة* :المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية ، 2008.
- 21- حسين كفاي : *رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية* ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1991 .
- 22- حسن الرفاعي: *مبادئ الاستجمام السياحية* - دار المسيرة للنشر و لتوزيع -الأردن - 2002 .
- 23- حسين عبد الحميد أحمد رشوان - *مشكلات المدينة* - مؤسسة شباب الجامعة - الإسكندرية - 2005.
- 24- د.خالد مقابلة ، فيصل الحاج ذيب : *صناعة السياحة في الأردن*، دار وائل للنشر، ط1 ، الأردن، 2000 .
- 25- هاني حامد الضمور : *تسويق الخدمات* ، دار وائل للنشر و التوزيع ، ط3 الأردن، 2005 .
- 26- سهيل الحمدان : *الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية و الفندقية* ، دار الرضا للنشر ، سوريا ، 2001 ،
- 27- سراب إلياس وآخرون : *تسويق الخدمات السياحية*، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1 ، الأردن، 2002.
- 28- صلاح الدين خربوطلي : *السياحة المستدامة ، دليل الأجهزة المحلية* ، الطبعة الأولى ، دار الرضا للنشر ، دمشق ، 2004 .
- 29- صلاح الدين خربوطلي : *السياحة صناعة العصر* ، دار حازم ، ط1 - دمشق - 2002 .
- 30- صلاح الدين عبد الوهاب: *الكتاب السنوي للسياحة و الفنادق* - منشأة المعارف بالإسكندرية - 1998.
- 31- عثمان محمود غنيم ، م .بنيتا نبيل سع د : *التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل*، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط2 ، عمان،، الأردن، 2000.
- 32- عثمان محمد غنيم و ماجدة أبو زنت ، *التنمية المستدامة : فلسفتها و أساليب تخطيطها و أدوات قياسها* ، عمان ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، 2008.
- 33- عثمان محمد غنيم ، *التخطيط السياحي والتنمية*، عمان ، 2004 .

- 34- عادل طاهر، **السياحة العلاجية**، منشورات الاتحاد العربي للسياحة ، القاهرة ، 1973 .
- 35- عبد الباسط وفا :**التنمية السياحية المستدامة -بين الإستراتيجية و التحديات العالمية المعاصرة** - دار النهضة العربية ، 2005 .
- 36- عبد الرحمن أبو رياح، " **السياحة العربية**" ، أبعاد ومرتكزات، القاهرة : منشورات الاتحاد العربي للسياحة، 1975 .
- 37- عنابي بن عيسى: **سلوك المستهلك (عوامل التأثير النفسية)**، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 .
- 38- عبد العزيز مصطفى أبو نبعة : **التسويق المعاصر (المبادئ النظرية و التطبيق)**، دار المناهج ل ن و ت ، الأردن ، 2006 .
- 39- عبد الحميد طلعت أحمد: **التسويق الفعال (كيف تواجه تحديات القرن 21)**، مكتبات مؤسسة الأهرام ، مصر ، 2002 .
- 40- عائشة مصطفى المنياوي: **سلوك المستهلك (المفاهيم و الإستراتيجيات)**، مكتبة عين شمس، ط 2 ، مصر، 1998 .
- 41- عبد الله شريط ومحمد الملي، **تاريخ الجزائر**، الجزائر :الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1988 .
- 42- الروبي نبيل: **التخطيط السياحي**، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987.
- 43- شمسين نديم: **مبادئ السياحة**، الجمعية الجغرافية السياحية، دمشق، 2001.
- 44- كافي مصطفى يوسف: **صناعة السي حة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية**، دار الفرات - نينار للنشر والتوزيع 2006 .

2/- المجالات و الملتقيات :

- 1- بلالطة مبارك، طواش خالد : **سوق الخدمات السياحية**، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04 ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2005 .
- 2- فريدة بلفراق : **الإجراءات القانونية لحماية الآثار في الجزائر** - مجلة علمية نصف سنوية - دراسات في العلوم الإنسانية و الاجتماعية - العدد 5 بعنوان **لور الآثار في ترقية السياحة الثقافية** - جامعة الجزائر - منشورات كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية - سنة 2003-2004 -

- 3- عبد الوهاب رزيق، "منتدى الاستثمار في شمال إفريقيا"، المركز الإنمائي لشمال إفريقيا، نشرة التنمية، العدد 8 ، طنجة (المغرب)، ديسمبر 2001 .
- 4- نور الدين هرمز، التخطيط السياحي و التنمية السياحية ، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (28) العدد (3) ، اللاذقية ، سوريا ، 2006.
- 5- ناصر مراد : التنمية المستدامة و تحدياتها في الجزائر : مجلة بحوث اقتصادية عربية ،الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية ، العدد 46 ، القاهرة ، ربيع 2009.
- 6- خالد كواش : مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، السنة الأولى - العدد 00السداسي الثاني، 2004.
- 7- ساهل سيدي محمد :السياحة و أهمية التسويق السياحي -حالة السياحة في الجزائر - مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، جامعة باتنة ، العدد 10 ، جوان 2004.
- 8- بودلال علي : أهمية الاستثمار في رأس المال البشري كأحد شروط ترقية القطاع السياحي بالجزائر، ملتقى علمي دولي تحت عنوان "اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة" بجامعة محمد خيضر ببسكرة (الجزائر) ، 10/09/مارس 2010 .
- 9- رحال علي ، عيساني عامر : مداخلة تتضمن مقارنة القطاع السياحي بين الجزائر ، مصر ، وتونس ، ملتقى علمي دولي تحت عنوان " اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة " بجامعة محمد خيضر ببسكرة (الجزائر) ، 10/09/مارس 2010 .
- 10- موسى سعداوي : أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة، ملتقى علمي دولي تحت عنوان " اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة " بجامعة محمد خيضر ببسكرة (الجزائر) ، 10/09/مارس 2010 .
- 11- عقبة نصيرة، بوزاهر نسرين : السياحة المستدامة في المناطق الصحراوية ومسار تدعيم التنمية الوطنيةحالة" القصور"في منطقة الزيبان الجزائرية ، ملتقى علمي دولي تحت عنوان " اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة " بجامعة محمد خيضر ببسكرة (الجزائر) ، 10/09/مارس 2010 .

3- التقارير، المنشورات، و أوراق عمل :

- 1- الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، " **التقرير الاقتصادي الموحد** "، القاهرة، سبتمبر 1994 .
- 2- مشروع التقرير حول مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية - المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي - الدورة السادسة عشر، نوفمبر 2000
- 3- التنمية المستدامة والإدارة المجتمعية : الأدوار المستقبلية للحكومات المركزية والمحليات والقطاع الخاص والمجتمع المدني: أوراق عمل المؤتمر العربي الرابع للإدارة البيئية ، (تنظيم) المنظمة العربية للتنمية الإدارية، المنامة - البحرين- 20-24 نوفمبر 2005. ص 68.
- 4- هيئة الأمم المتحدة- المجلس الاقتصادي و الاجتماعي- تقرير ال-OMT - لجنة خبراء التنمية المستدامة "تنمية السياحة المستدامة" - ماي 2001.
- 5- **الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي** - منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة - مصر ، 2007 .
- 6- تقرير للأمم المتحدة- المجلس الاقتصادي و الاجتماعي- لجنة خبراء التنمية المستدامة "تنمية السياحة المستدامة" - ماي 2001-
- 7- **الدليل الاقتصادي والاجتماعي**، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر ، طبعة 1989 .
- 8- **التقرير الإحصائي حول السياحة في الجزائر**: وزارة الثقافة و السياحة ، سنة 1987 .
- 9- كلاوس كولينات، **جغرافية السياحة ووقت الفراغ**، ترجمة نسيم برهم، منشورات الجامعة الأردنية ، عمان، 1991 .

4/- المذكرات و الرسائل الجامعية:

- 1-بودي عبد القادر : أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر" السياحة بالجنوب الغربي"، أطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر ، 2006 .
- 2-تريعات محمد: تسويق الخدمات السياحية و أثرها على التنمية المحلية في ظل الإصلاحات الاقتصادية ، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006 .
- 3-ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن الحاصيلة و الآفاق المستقبلية، رسالة ماجستير في التخطيط ، جامعة الجزائر، 1997 .
- 4-زياني غوثي بومدين : مكانة السياحة في ظل المعطيات الاقتصادية الجديدة - حالة الجزائر - رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر ، 2000.
- 5-عشي صليحة : الآثار التنموية للسياحة - دراسة مقارنة بين الجزائر ، تونس و المغرب- شهادة الماجستير ، جامعة باتنة ، 2005 .
- 6-منى لخساف : دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 2003 .
- 7-بزة صالح : تنمية السوق السياحية بالجزائر دراسة حالة ولاية المسيلة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006 .
- 8-كشكوش بومدين : التسويق السياحي : مقارنة اقتصادية و اجتماعية - حالة الجزائر - مذكرة ماجستير ، جامعة تلمسان ، 2003.

- 1- Pierre PY, *Le tourisme : un phénomène économique* .Ed Les Etudes de la Documentation Française ,1996.
- 2- Pierre Desmet : *Promotion des ventes* , édition Dunod , Paris , 2002 .
- 3- Patrick Viceriat et Jean Baptiste Treboul- *Innovation technologique dans les produits et services touristiques*- Mars 2003.
- 4- Gérard Guibilato .*Economie Touristique* , Ed . Delta et Spes,1983.
- 5- Ahmed Tessa . *Economie Touristique et Aménagement du territoire* , Ed OPU ,1993 .
- 6- Guy Hermet- *Culture et Développement*- Presses de la fondation Nationale des sciences politiques- 2000.
- 7- Hicham EL BAYED, Maître de conférences, Université Cadi Ayyad - Marrakech : *DYNAMIQUE TERRITORIALE ET DEVELOPPEMENT LOCAL : QUELQUES NSEIGNEMENTS POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME DANS LE HAUT ATLAS MAROCAIN*, colloque : Marketing et stratégies de développement local,Tanger , Maroc ,Décembre 2005.
- 8- Jean-P Lamic ,*Tourisme durable : utopie ou réalité* , l'Harmattan , Paris , 2008 .
- 9- Ait Ziane .K – *gouvernance locale et développement durable* – colloque sur le développement local et la bonne gouvernance ,Mascara ,2005.
- 10- CHARLES, K. *Tourism planning & Development* CBI, 1978.
- 11- Dora Valayer ,*Tourisme éthique et développement* ,sous la direction de P Amalou, l'Harmatan ,Paris, 2009.
- 12- François Vellas, *Économie et politique du tourisme international* ,Economica , Paris , 2002 .
- 13- Line Bergery , *Qualité globale et tourisme* , Economica , Paris , 2002.
- 14- Valene L. Smith and Eadington W.R. (1992): “ *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism* “, First edition Jhon Wiley and Sons Inc., University of Pennsylvania Press, USA.
- 15- Holden A. (2000): “ *Environment and Tourism* “, First edition, Routledge, London, UK.
- 16- Heddar Belkacem, *Rôle socio-économique du Tourisme – cas de l'Algérie*- (Alger : Edition ENAP/ENAL/OPU, 1988).
- 17- HACHIMI MADOUCHE: *le tourisme en Algérie -jeu et enjeux-* édition Houma,Alger.2003.

- 18- Eman Helmy: “ *Towards Sustainable Planning for Tourism Development: Case Study on Egypt* “, Ph.D. Thesis, Faculty of Tourism and Hotels, Helwan University, Cairo, Egypt(1999).
- 19- Sakr M.: “ *The Role and Significance of Eco-Tourism: The Ministry of Tourism Perspective* “, Forum on Ecolodges in Egypt, Cairo, Egypt, March. (2000)
- 20- Terfaya Nassima, *Apport de la culture marketing dans le développement touristique, Etude comparative au sein des pays du Maghreb, Algérie, Maroc, Tunisie*, Editions Houma, Alger,2008 .
- 21- BOUDJANI Malika : *Le concept du tourisme durable en Algérie - une analyse discursive du SDAT du discours au réalité* - , Colloque international sur : L'économie du tourisme et le développement durable , Biskra les, 09 et 10 Mars 2010.

- PNUE/PAM ,« *Dossier sur le tourisme et le développement durable en méditerranée*», Athènes, 2005 .
- Conseil national économique et social(CNES) ,rapport " *contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme*" , Alger, Novembre 2000 .
- Marsaud O , Citant rapport de World Wide for Nature , ONG pour la protection de l'environnement « *Eau et tourisme dans le bassin Méditerranéen* » , 2004.
- Prévention des catastrophes en Afrique ,SIPC (Stratégies Internationales pour la Prévention des Catastrophes) information No 02 , avril 2004 .
- REVUE MENSUEL – Tourisme magazine N° 04 Janv - Fevr 2007.

16 - الوثائق الإلكترونية و مواقع شبكة الإنترنت :

- نوزاد عبد الرحمن الهبتي ، *التنمية المستدامة في المنطقة العربية : الحالة الراهنة والتحديات المستقبلية* " مجلة العلوم الإنسانية ، السنة 3 ، العدد 25(تشرين الثاني/ نوفمبر 2005) .
<http://www.ulum.nl>
- كدودة الزبيرى : *اقتصاديات الموارد المائية في المغرب العربي واقع و آفاق حالة الجزائر* -
<http://www.ulum.nl/d33.html>
- Jean Simonneaux- Acteurs, enjeux et régulation dans la dynamique du tourisme en espace rural- thèse de doctorat d'étude rurales- 1999- disponible sur :
<http://www.ruralia.revues.org/document125.html>.

- http://www.matet.dz/index.php?option=com_content&task=view&id=38&Itemid=135
- <http://www.ont-dz.org>
- http://www.ons.dz/IMG/pdf/file__Tourisme.pdf
- <http://www.tourismemagazine-dz.com>

ملخص :

لقد أفرز النمو المتسارع لصناعة السياحة ظواهر سلبية على البيئة و الثقافة المحلية و بقية الموارد السياحية ، و نظرا لأهميتها المتزايدة تبلورت مفاهيم واستراتيجيات جديدة أبرزها مفهوم السياحة المستدامة ، حيث تأخذ السياحة منحى آخر يتمثل في مراعاة حاجات السياح وحماية الموارد السياحية للأجيال القادمة و في نفس الوقت تضمن المحافظة على ثقافة و مداخل المجتمعات المحلية .

ومن خلال مقاربتنا هذه تطرقنا إلى دراسة السياحة المستدامة في الجزائر ، حيث تناولنا مفاهيم عامة حول السياحة و السياحة المستدامة مبرزين لاحقا الموارد الطبيعية و السياحية والثقافية التي تزخر بها الجزائر ، وتم التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT أفق 2025 مع التعرض إلى التحديات التي تواجه الجزائر مستقبلا . وفي الأخير تناولنا القطاع السياحي لولاية سعيدة مع دراسة سلوكيات السياح و انطباعاتهم و مدى وعيهم و مساهمتهم في تجسيد متطلبات السياحة المستدامة على أرض الواقع .

الكلمات المفتاحية : السياحة - السياحة المستدامة - مخطط الـSDAT - الجزائر - سعيدة(حمام ربي) - سلوك السياح.

Résumé :

La croissance rapide de l'industrie touristique à entraîné des phénomènes négatifs sur l'environnement , la culture locale et le reste des ressources touristiques . Etant donné l'importance croissante du tourisme, de nouvelles notions et stratégies se sont émergés et plus particulièrement le concept de tourisme durable, où le tourisme prend une autre tendance caractérisée par la prise en compte des besoins des touristes et la protection des ressources touristiques pour les générations futures et assurer, en même temps la préservation de la culture et les revenus des communautés locales.

Notre approche nous a permis d'aborder l'étude du tourisme durable en Algérie, où nous avons traite des concepts généraux relatifs au tourisme et le tourisme durable, en soulignant ultérieurement les ressources naturelles, touristiques et culturels qui constitue la richesse de l' Algérie, on a aussi défini le plan directeur d'aménagement touristique SDAT horizon 2025 on évoquant les défis à relever par l'Algérie dans l'avenir.

Enfin, nous avons abordé le secteur touristique dans la wilaya de Saida on étudiant le comportement, l'avis , la conviction(et conscience) , et la contribution des touristes face au exigences du tourisme durable et son application sur le terrain .

Mots clés : Tourisme – Tourisme durable – SDAT (Schéma directeur d'aménagement touristique) – Algérie – Saida (Hammam rabi) – le comportement du touriste .

Abstract :

From the rapid growth of the indistrual tourism and of its high importance ,many negative results emerged in environment, local culture and touristic resources. This , new concept and strategies have been developed as the sustainble tourism concept .

Where tourism takes another way for holding the tourist's needs , and protecting tourism resources and environment for the future generation .

At the same time gurrante the protection of culture and local societies incomes .

Throught this hanble investigation , I discussed the sustainble tourism in Algeria by sheding light on general concepts upon tourism ,the sustainble tourism . I poftrayed the natural ,cultural and touristic resources in Algeria.

Besides, I gave definition to directoral schema of touristic aménagement (DSTA) for 2025 and explaining the différent chalenges that will face Algeria inj the future.

At last I showed the touristuc sector of Saida bu studyiung tourists'behaviour and their awareneqq and their contributions in making the needs of the sustainble tourism in the field .

Key words :tourism – sustainble tourism- directoral schema of touristic aménagement (DSTA) – Algéria – Saida (hammam rabi) – tourist behaviour .