

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية

السياسة السياحية: دراسة مقارنة بين التجريبتين الجزائرية والتونسية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم السياسية

تخصص: السياسة العامة

إشراف الأستاذ:

د. بن علي احمد

إعداد الطالبة:

حنيش ليندة

أعضاء لجنة المناقشة:

- 1- أ. بوشرف كمال (المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية)..... رئيسا
- 2- د. بن علي امحمد (المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية)..... مشرفا ومقررا
- 3- د. مغراوي لقمان (المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية)..... عضوا مناقشا
- 4- د. بولالوة ياسين (المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية)..... عضوا مناقشا
- 5- أ. لعروسي رابح (جامعة الجزائر 3)..... عضوا مناقشا
- 6- د. بو عيسى سمير (جامعة الجزائر 3)..... عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2018/2019

شكر وتقدير

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذين المشرفين، اللذين رافقاني خلال إعداد هذه الأطروحة، على التوجيهات والنصائح المسداة. بداية أشكر الدكتور هناد محمد الذي تعذر عليه مواصلة الإشراف على هذا العمل لأسباب إدارية، لكن هذا لم يمنعه من مواصلة دعمه المعنوي لي. كما أشكر الدكتور بن علي احمد الذي وافق برحابة صدر على مواصلة تأطير هذه الأطروحة، شاكرة له صبره، تفهمه وتعاونيه كذلك. فقد كنت محظوظة كوني حظيت بأستاذين مشرفين، استفدت من آرائهما والنقاش المثمر معهما.

كما أشكر كل الأساتذة الذين درسوني طيلة مشواري الدراسي. هذا وأتقدم بجزيل الشكر لكل من تعاون معي سواء عمال المكتبات بالمدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجامعة المركزية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية وكلية علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03 والمدرسة الوطنية للإدارة. وأشكر كذلك الأساتذة والزملاء الباحثين الذين لم يخلوا علي بالنصائح والإرشادات، أذكر من بينهم الدكتورة زقاي نسيمة أستاذة بجامعة Versailles Saint-Quentin-En-Yvelines والدكتور هدير عبد القادر أستاذ بكلية العلوم الاقتصادية بجامعة الجزائر 03.

لا أنسى أن أشكر كل من زودني بمعلومة أو وثيقة أفادتني في إثراء موضوع الدراسة، وذلك في مختلف المؤسسات التي قمت بزيارتها كوزارة السياحة، الديوان الوطني للسياحة والديوان الوطني للإحصائيات بكل من الجزائر وتونس.

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى أسرتي الكريمة؛ والدي العزيزين، إخوتي وأخواتي ممتنة لدعمهم المادي والمعنوي اللامشروط كما أهديه لزملائي وأصدقائي الأعزاء نظير تشجيعهم لي على إتمام هذا العمل. دون أن أنسى أن أهديه لكل الباحثين والمهتمين بموضوع الدراسة آملة أن يكون هذا العمل إضافة للمكتبة الجزائرية.

الملخص:

يتناول موضوع هذه الأطروحة السياسة العامة في مجال السياحة عموما ثم في كل من الجزائر وتونس بشكل خاص، وذلك من باب المقارنة. لقد اخترت البحث في هذا الموضوع باعتبار قطاع السياحة نشاطا اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا معتبرا وكذا موردا ماليا مهما في الاقتصاد الوطني. لذلك نجد أن هذا القطاع يحظى بعناية خاصة من أجل تطويره الدائم حتى يصبح موردا مستديما قويا تستفيد منه الأجيال المتعاقبة.

ولما كان قطاع السياحة واحدا من أهم الروافد الاقتصادية بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يمكن أن يوفرها، فإن ما تزخر به الجزائر من مقومات سياحية متنوعة يدفعها إلى ضرورة ترقية هذا القطاع كواحد من الروافد الإستراتيجية بالنسبة إلى الاقتصاد الوطني عوض مواصلة الاعتماد المفرط على المحروقات.

وعليه، فإنه قد حان الوقت للجزائر كي تتولى النهوض بهذا القطاع بصورة جادة ومن دون تأخر، وذلك بإقامة مشاريع ذات بعد إستراتيجي لكن، دائما، في إطار الالتزام بمتطلبات الحفاظ على البيئة. ينبغي أن تعتمد الدولة الجزائرية مشروعا سياحيا طموحا تُشرك فيه المتعاملين الاقتصاديين الخواص، بحوافز، حتى تصبح السياحة في بلادنا أكثر جاذبية وأقدر على منافسة للبلدان الأخرى، لاسيما المجاورة منها التي يمكن اعتبار تجربتها في المجال السياحي تجربة رائدة.

الكلمات المفتاحية:

سياحة، السياسة السياحية، استثمار سياحي، مقومات سياحية، دراسة مقارنة.

Abstract:

The subject of this thesis deals with the general policy in term of tourism in general and then in Algeria and Tunisia in particular, and this through a comparison approach. I have chosen this subject because tourism constitutes a significant social, cultural and economic activity, as well as an important financial resource to national economy. Therefore, this sector is particularly well-regarded for its continuous development to become a strong and sustainable resource for the coming generations. As the tourism sector is one of the most important economic sectors due to the large financial income it can provide, Algeria has a wide variety of tourism assets, that entails the need to upgrade this sector as one of the strategic sector to national economy, rather than to continue relying essentially on oils income. Therefore, it is time for Algeria to develop this sector without any delay, by establishing projects with strategic dimension, but always, pursuant to the commitment of conserving the environment. The Algerian state should adopt an ambitious tourism project involving private economic agents and driven by incentives, so that tourism in our country becomes more attractive and able to compete with other countries, especially neighboring countries whose experience in the field of tourism can be considered a pioneering experience.

key words:

Tourism, tourism policy, tourism investment, tourism components, comparative study

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
I	شكر وتقدير
II	الإهداء
III	الملخص
VI	فهرس المحتويات
X	قائمة الجداول
XIII	قائمة الأشكال
1	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياسة	
11	تمهيد الفصل الأول
12	المبحث الأول: ماهية السياسة
12	المطلب الأول: مفهوم السياسة والسائح
27	المطلب الثاني: نشأة السياسة وتطورها
36	المبحث الثاني: أهمية السياسة
36	المطلب الأول: دوافع السياسة وأنواعها
50	المطلب الثاني: آثار الظاهرة السياحية
69	المبحث الثالث: ماهية السياسة السياحية
69	المطلب الأول: مفهوم السياسة السياحية وأهميتها
82	المطلب الثاني: هيكل ومحتوى السياسة السياحية
98	خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية	
99	تمهيد الفصل الثاني
100	المبحث الأول: فواعل السياسة السياحية على المستويين الدولي والإقليمي
102	المطلب الأول: المنظمات الدولية الحكومية
119	المطلب الثاني: المنظمات الدولية غير الحكومية
127	المبحث الثاني: تنظيم النشاط السياحي على المستوى الدولي
127	المطلب الأول: المواثيق الدولية المنظمة للنشاط السياحي
145	المطلب الثاني: المؤتمرات الدولية المتعلقة بالنشاط السياحي
148	المبحث الثالث: مؤشرات السياحة الدولية
148	المطلب الأول: الأقاليم السياحية في العالم
156	المطلب الثاني: مؤشرات تنافسية السياحة الدولية
179	خلاصة الفصل الثاني
الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس	
180	تمهيد الفصل الثالث
181	المبحث الأول: المؤهلات السياحية الطبيعية والحضرية في كل من الجزائر وتونس
181	المطلب الأول: المؤهلات السياحية الطبيعية والحضرية في الجزائر
193	المطلب الثاني: المؤهلات السياحية الطبيعية والحضرية في تونس
212	المبحث الثاني: المؤهلات السياحية المادية والبشرية في كل من الجزائر وتونس
214	المطلب الأول: المؤهلات السياحية المادية والبشرية في الجزائر
235	المطلب الثاني: المؤهلات السياحية المادية والبشرية في تونس
261	خلاصة الفصل الثالث
الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس	
262	تمهيد الفصل الرابع

263	المبحث الأول: استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر
263	المطلب الأول: الإطار العام للاستثمار السياحي في الجزائر
287	المطلب الثاني: السياسة السياحية في الجزائر على ضوء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030
308	المبحث الثاني: استراتيجية التنمية السياحية بتونس
308	المطلب الأول: الإطار العام للاستثمار السياحي في تونس
323	المطلب الثاني: السياسة الجديدة للحكومة في مجال تنمية القطاع السياحي التونسي
347	خلاصة الفصل الرابع
348	خاتمة
355	قائمة المراجع
376	قائمة الملاحق

قائمة الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
156	مؤشرات القدرة التنافسية لقطاع السياحة	1
156	ترتيب الأقاليم السياحية حسب عدد السياح والعائدات السياحية لسنة 2017	2
157	عدد الوافدين الدوليين حسب كل منطقة لسنة 2017	3
160	عائدات السياحة الدولية لسنة 2017	4
162	ترتيب الوجهات السياحية في العالم حسب عدد الوافدين	5
162	ترتيب الوجهات السياحية في العالم حسب العائدات السياحية	6
163	ترتيب مناطق إقليم أوروبا حسب عدد الوافدين والعائدات السياحية لسنة 2017	7
164	ترتيب مناطق إقليم آسيا والباسيفيك حسب عدد الوافدين والعائدات السياحية لسنة 2017	8
165	ترتيب مناطق الإقليم الأمريكي حسب عدد الوافدين والعائدات السياحية لسنة 2017	9
166	ترتيب مناطق إقليم أفريقيا حسب عدد الوافدين والعائدات السياحية لسنة 2017	10
167	ترتيب مناطق إقليم الشرق الأوسط حسب عدد الوافدين والعائدات السياحية لسنة 2017	11
168	ترتيب الدول 10 الأولى حسب النفقات السياحية	12
169	السياحة الصادرة حسب الأقاليم والمناطق	13
170	الدول الأكثر تحسنا في مؤشرات تنافسية السياحة والسفر لعام 2017	14
199	عدد المتعالجين حسب الجنسية لسنة 2016	15
226	مؤسسات التكوين السياحي والفندقي في الجزائر	16
230	سعة الأسرة حسب فئة التصنيف (2001-2011)	17

231	سعة الأسرة حسب فئة التصنيف (2012-2016)	18
232	سعة الأسرة حسب نوع المنتج	19
233	سعة الأسرة حسب الوضعية القانونية	20
238	البنية التحتية للنقل الجوي في تونس	21
242	حركة السياح عبر الموانئ التونسية (2010 - 2015)	22
248	تطور الطاقة الفندقية (1971 - 2009)	23
248	تطور الطاقة الفندقية حسب فئة التصنيف (1990-2009)	24
251	تطور الطاقة الفندقية (2000-2016)	25
252	توزيع الفنادق حسب فئة التصنيف	26
253	توزيع الفنادق حسب المناطق السياحية	27
255	توزيع الفنادق حسب دوافع السفر	28
257	استراتيجية التكوين صيف 2016	29
294	خطة الأعمال (2007-2015)	30
294	قدرة الإيواء الفندقي المسطر للمستقبل	31
295	عدد المشاريع في الأقطاب السياحية للامتياز	32
298	دخول السياح عبر الحدود الجزائرية (2001 - 2016)	33
300	عدد السياح الأجانب حسب القارات حتى نهاية سنة 2016	34
301	تطور ميزان المدفوعات السياحية (2001 - 2016)	35
303	تطور حصة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام (2001 - 2016)	36
305	مساهمة الفنادق، المقاهي والمطاعم في الحسابات الاقتصادية (2010 - 2016)	37
305	وضعية مشاريع الاستثمار السياحي (2010 - 2016)	38
306	التوظيف في قطاع السياحة (الفنادق، المقاهي والمطاعم)	39
326	تقديرات السياح القادمين إلى تونس خلال الفترة (2001-2016) حسب السيناريو الأول	40
327	تقديرات السياح القادمين إلى تونس خلال الفترة (2001-2016) حسب السيناريو الثاني	41
328	تقديرات متوسط مدة الإقامة لكل سائح حسب المناطق خلال الفترة (2001-2016)	42

329	تقديرات الليالي السياحية خلال الفترة (2001-2016) وفق السيناريو الأول "معدل النمو مرتفع"	43
330	تقديرات الليالي السياحية خلال الفترة (2001-2016) وفق السيناريو الثاني "معدل النمو منخفض"	44
331	تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة حسب المناطق خلال الفترة (1999- 2016)	45
332	حجم اليد العاملة العاملة في القطاع السياحي خلال الفترة 1999-2016 وفق السيناريو الأول	46
332	حجم اليد العاملة العاملة في القطاع السياحي خلال الفترة 1999-2016 وفق السيناريو الثاني	47
337	عدد السياح الوافدين حسب المناطق (2014-2016)	48
338	عدد الليالي المقضية حسب المنطقة (2014-2016)	49
339	عدد الليالي المقضية حسب الفئة والمنتج لسنة 2016	50
340	عدد الليالي المقضية لغير المقيمين حسب فئة التصنيف (2014-2016)	51
341	عدد الليالي المقضية للمقيمين حسب الجنسية (2014-2016)	52
341	وضعية الاستثمارات السياحية حسب المحافظات (2016-2017)	53
342	الاستثمارات الإضافية المتوقعة لسنة 2017 حسب المناطق السياحية	54
343	الإيرادات السياحية (2012-2016)	55
344	الاستثمارات والقيمة المضافة (1998-2016)	56
345	عدد مناصب الشغل المباشرة في قطاع السياحة خلال الفترة (2000-2016)	57

قائمة الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
1	هيكل تكوين السياسة السياحية	83
2	رؤية الوجهة (الإطار المفاهيمي)	85
3	سبب زيارة السياح الأجانب للجزائر سنة 2016	301

مقدمة

تزايدت الوجهات السياحية باستمرار عبر دول العالم التي عملت على الاستثمار في القطاع السياحي، نظرا لمساهمة هذا الأخير في خلق مناصب الشغل وخلق المؤسسات، زيادة المداخليل بالعملة الصعبة وتطوير البنى التحتية.

خلال 60 سنة الأخيرة تنوعت أشكال السياحة وأصبحت أحد أهم القطاعات الاقتصادية الأسرع نموا في العالم. فقد عرفت السياحة نموا عبر الزمن، على الرغم من الأزمات الاقتصادية والسياسية التي أثرت عليها، حيث قفز عدد السياح الدوليين من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى 278 مليون سنة 1980 ثم إلى 647 مليون سنة 2000 ليصل إلى 1235 مليون سنة 2016.

لذا، تمثل السياحة مكونا هاما في التجارة الدولية للخدمات حيث وصل عدد مداخليل خدمات النقل الدولي إلى 216 مليار دولار سنة 2016، وهو ما أدى إلى رفع القيمة الإجمالية لصادرات السياحة إلى 1400 مليار دولار. وبهذا مثلت السياحة 7٪ من الصادرات العالمية للسلع والخدمات سنة 2016، مقابل 6٪ سنة 2015، وبالتالي كان نمو السياحة أقوى من نمو التجارة الدولية؛ فهي تشغل المرتبة الثالثة بعد الصناعة الكيماوية وقطاع المحروقات وتسبق كل من صناعة السيارات والصناعات الغذائية.

حسب تقرير تنافسية السياحة والسفر الصادر سنة 2017 عن المنتدى الاقتصادي العالمي، ساهم قطاع السياحة في الاقتصاد العالمي ب 7.6 ترليون دولار أمريكي، أي 10.2٪ من الناتج المحلي الإجمالي، كما ساهم في خلق 292 مليون منصب شغل سنة 2016.

عرف الطلب السياحي الدولي ارتفاعا استفادت منه معظم الوجهات السياحية، وذلك نظرا لارتفاع الطلب على السفر والذي يعود الفضل فيه إلى انخفاض تكاليف النقل الجوي؛ فقد زاد عدد السياح الدوليين ب 46 مليون سائح مقارنة بسنة 2015 حيث وصل إلى 1.2 مليار سائح سنة 2016. كان النصيب الأكبر لمناطق سياحية معينة مثل أوروبا وأوراسيا ب 620 مليون سائح والأمريكيتين ب 201 مليون سائح. أما منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا فلم تستقطب سوى 72 مليون سائح. بالرغم من كونها تضم العديد من الدول التي تزخر بإمكانيات سياحية هامة تجعل منها مناطق جذب سياحي بامتياز. كتنوع وثراء التراث التاريخي، الثقافي والطبيعي الذي يشهد على دور هذه المنطقة في تكوين الحضارات. كما يساعد القرب الجغرافي والثقافي من السوق الأوروبي، خصوصا بالنسبة لمنطقة شمال أفريقيا، على ذلك.

لا يقتصر هذا التفاوت على المناطق السياحية المختلفة بل يتعداه إلى المنطقة الواحدة، فعلى سبيل المثال تختلف وضعية دول شمال أفريقيا فيما يتعلق بالتنمية السياحية حيث نجد دولا يعرف فيها القطاع السياحي تطورا سريعا، بينما يبقى هذا الأخير ضعيفا في دول أخرى، نظرا لظروف اقتصادية وسياسية متعددة.

يمكن التمييز بين هذه الدول من خلال مساهمة السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية فيها، عن طريق الربط بين المداخل السياحية وتطور نصيب الفرد من الناتج الوطني الإجمالي. وهو ما يمكن من تحديد الدول التي تعتبر قطاع السياحة قطاعا اقتصاديا ذا أولوية، وتلك التي تعتبره ثانويا. من بين هذه الدول تونس والجزائر.

بالرجوع إلى تقرير تنافسية السياحة والسفر الصادر سنة 2017، احتلت تونس المرتبة الثالثة في منطقة شمال أفريقيا، بعد المغرب ومصر، والمرتبة 87 عالميا فيما يخص المؤشر الكلي، بينما احتلت الجزائر المرتبة الرابعة والأخيرة في منطقة شمال أفريقيا والمرتبة 118 عالميا ضمن 136 دولة في العالم شملها التصنيف.

بالإضافة إلى ذلك، تبلغ مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر 3.5٪، كما يساهم في خلق 3٪ من مناصب الشغل ويبلغ عدد السياح الوافدين 1.710.000 سائح، وتصل قيمة المداخل السياحية إلى 307.7 مليون دولار.

بالمقابل، تبلغ مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي لتونس 5.8٪، كما يساهم في خلق 5.3٪ من مناصب الشغل ويبلغ عدد السياح الوافدين 5.359.309 سائح، بينما تصل المداخل السياحية إلى 1.380.8 مليون دولار.

تظهر هذه الأرقام الفرق بين مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني لكل من الجزائر وتونس، كما يعكس مكانة القطاع السياحي في كلا البلدين. فقد عملت تونس مبكرا على حجز مكانة لها كوجهة سياحية ذات صيت عالمي، على الرغم من تواضع إمكانياتها الطبيعية مقارنة بالجزائر، وذلك راجع لاعتماد تونس على استراتيجية سياحية طموحة، عكس الجزائر التي اعتمدت على الريع البترولي. وهو الأمر الذي انعكس سلبا على الجهود المبذولة لتنويع الاقتصاد الوطني وجعله أكثر تنافسية والتخلص من التبعية للمحروقات.

الإشكالية:

نظرا للدور الذي يلعبه القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية بتونس، ونظرا لاشتراك الجزائر وتونس في العديد من المزايا السياحية وفي الموقع الجغرافي والظروف الاقتصادية والاجتماعية تم اختيار التجربة التونسية في تنمية القطاع السياحي، بهدف التعرف على السياسة السياحية المعتمدة في تونس ومقارنتها مع السياسة السياحية للجزائر. من هذا المنطلق سنحاول معالجة هذا الموضوع انطلاقا من طرح التساؤل الرئيسي التالي:

في ظل التطور الذي يعرفه قطاع السياحة على المستوى العالمي، ما هو واقع القطاع السياحي في كل من الجزائر وتونس، وما هي توجهات السياسة السياحية المعتمدة لتطوير هذا القطاع في كلا البلدين؟

سنحاول الإجابة على هذا التساؤل من خلال الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو الدور الذي تلعبه السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية؟
- ما هو واقع القطاع السياحي على المستوى العالمي؟
- ما هي مقومات القطاع السياحي في كل من الجزائر وتونس؟
- ما هي أهم الإستراتيجيات المنظمة للقطاع السياحي في كل من الجزائر وتونس؟
- ما هي المشاكل التي تواجه التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس؟

فرضيات الدراسة:

كمحاولة للإجابة على جملة التساؤلات السابقة، قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- تلعب السياحة دورا هاما في تطوير الاقتصاد نظرا لآثارها الاقتصادية الإيجابية.
- تهيمن الدول المتقدمة على الخريطة السياحية العالمية بفضل اعتمادها على سياسات سياحية طموحة.
- تمتلك كل من الجزائر وتونس مقومات الجذب السياحي لكنها غير مستغلة.
- يمكن الاعتماد على القطاع السياحي لتنويع الاقتصاد الوطني خاصة في الدول النامية.
- تواجه كل من الجزائر وتونس عدة عراقيل في وجه تطوير القطاع السياحي، تتعلق بمحملها بالعقار والتمويل.

أسباب اختيار الموضوع:

- الأهمية التي يكتسبها الموضوع حيث تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية، كما تعد موردا هاما لكثير من الدول يتطلب الاهتمام به والقيام بتطويره وتنميته ليصبح موردا مستداما تستفيد منه الأجيال المتعاقبة.
- كون قطاع السياحة من أهم البدائل الاقتصادية بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يوفرها على الأمدين المتوسط والبعيد من جهة، وبالنظر إلى مقومات الجذب السياحي التي تحوزها الجزائر من جهة أخرى، ما يدفع إلى ضرورة ترقية السياحة كبديل استراتيجي لقطاع المحروقات.
- دراسة السياسة السياحية في تونس، باعتبار تجربة تونس في مجال تطوير قطاع السياحة أحد التجارب الناجحة في منطقة شمال أفريقيا ومنطقة البحر الأبيض المتوسط، حيث يمكن الاستفادة منها في تطوير قطاع السياحة في الجزائر.
- النتائج الاقتصادية والاجتماعية التي حققتها دول مجاورة نتيجة الاستثمار في القطاع السياحي.
- محاولة لفت الانتباه لضرورة تطوير القطاع السياحي في الجزائر، وذلك بإقامة مشاريع استراتيجية موجهة أساسا لتنمية قطاع السياحة، وجعله أكثر جاذبية ومنافسة للدول السياحية في العالم.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من كون صناعة السياحة من الصناعات الهامة نظرا لدورها في دعم عملية التنمية اقتصاديا، اجتماعيا، ثقافيا وسياسيا. وهو ما يبرر سعي الدول النامية إلى تعزيز وتنويع مصادر دخلها عن طريق الاستثمار في القطاع السياحي. كما تتمثل أهمية الموضوع في إلقاء الضوء على الفرصة التي يقدمها قطاع السياحة للدول النامية كالجزائر وتونس للنهوض باقتصادها وتنويع هذا الاقتصاد بإيجاد بدائل جالبة للعملة الصعبة ومناسب العمل.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- تحديد الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للنشاط السياحي.
- التأكيد على أهمية تنمية القطاع السياحي للنهوض بالاقتصاد الوطني.
- محاولة التعرف على توزيع الدول السياحية على المستوى الدولي.

- تحديد الإمكانيات السياحية للجزائر وتونس.
- التوقف عند الجهود المبذولة من طرف الجزائر وتونس في مجال تطوير القطاع السياحي والنتائج التي حققتها في القطاع السياحي.
- الاستفادة من تجربة تونس في مجال تنمية القطاع السياحي.
- التعرف على التحديات التي تواجه تطوير القطاع السياحي في الجزائر وتونس.

المناهج المستخدمة:

للوصول إلى إجابة عن التساؤلات المطروحة في هذه الدراسة، تم الاعتماد على مجموعة من المناهج، وهي كالاتي:

- المنهج الوصفي؛ لتقديم صورة عامة عن ظاهرة السياحة وتطورها.
- المنهج المقارن؛ بغرض إجراء مقارنة بين القطاع السياحي في كل من الجزائر وتونس.

أدوات جمع البيانات:

نظرا لطبيعة الموضوع الذي يتطلب إجراء دراسة ميدانية، اعتمدت على المقابلة كأداة لجمع المعلومات. فقد قمت بإجراء مقابلات مع فاعلين في القطاع السياحي في كل من الجزائر وتونس، من بينهم مسؤولون في مؤسسات رسمية كوزارة السياحة والديوان الوطني للسياحة أو ناشطون في المجال السياحي كالجمعيات والوكالات السياحية.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية:

ترتكز الدراسة على بلدين: الجزائر وتونس. لكن هذا لا يمنع من دراسة السياحة كظاهرة عالمية، أي تناول مؤشرات السياحة في دول أخرى.

الحدود الزمنية:

رغم أن الدراسة تُركز على فترة معينة ترتبط بالإستراتيجية السياحية الجديدة المعتمدة في كل من الجزائر (المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030) وفي تونس (استراتيجية التنمية السياحية آفاق 2016، وما رافقها من

برامج للتنمية السياحية)، لكن هذا لا يمنع من التطرق إلى الفترات التي سبقت هذه المدة الزمنية، وذلك من أجل تحديد بعض المعطيات المرتبطة بالموضوع.

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات مواضيع ترتبط بشكل مباشر بالقطاع السياحي في الجزائر وفي الدول المغاربية كذلك، نذكر بعض الأمثلة، التي تم ترتيبها زمنيا، كما يلي:

- الدراسات باللغة العربية:

- أطروحة دكتوراه في الاقتصاد القياسي للباحث شعوبي محمود فوزي بعنوان "السياحة والفندقة في الجزائر: دراسة قياسية (1974-2002) سنة 2007. سعت هذه الدراسة إلى تقييم أداء القطاع السياحي والفندقة في الجزائر بغرض تشخيصه، وحاولت قياس أهمية السياحة والفندقة في النشاط الاقتصادي. توصل الباحث إلى عدة نتائج من بينها أن المناطق الحضرية والساحلية استحوذت على النصيب الأكبر من عدد الأسرة، بينما حظيت المناطق المناخية بالنصيب الأضعف لما عرفته من مشاكل أمنية، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، سجل الجزائريون المقيمون النسبة الأعلى في عدد الليالي السياحية في الفنادق ثم غير المقيمين فالمقيمين الأجانب بنسبة ضعيفة جدا.

من بين النتائج التي توصل إليها الباحث أيضا أن النقل البري استحوذ خلال الفترة الممتدة بين 1990 إلى 1995 على النصيب الأكبر من عدد المسافرين ولكن الظروف الأمنية جعلت هؤلاء يفضلون اضطرابا النقل الجوي فيما بعد رغم ارتفاع تكلفته، بينما يبقى النقل البحري مقتصرًا على المسافرين القادمين من أوروبا بشكل خاص.

كما بين الباحث من خلال التحليل الإحصائي لعناصر ميزان المدفوعات السياحي ضعف الإيرادات السياحية أو الإنفاق السياحي والذي أرجعه بالدرجة الأولى إلى الواقع الأمني الذي شهدته الجزائر، ما أدى إلى عدم إيلاء الاهتمام الكافي بهذا القطاع بمختلف مكوناته.

- أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية للباحثة قويدر لويذة سنة 2010 بعنوان "اقتصاد السياحة وسبل ترفيتها في الجزائر". هدفت هذه الدراسة إلى توضيح الأهمية الاقتصادية للسياحة كما أشارت إلى كون الجزائر بلد يملك إمكانيات سياحية معتبرة غير مستغلة، لذا ينبغي تطوير القطاع السياحي. وقد توصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها تفسير الضعف والتأخر الذي يعاني منه قطاع السياحة في الجزائر بقلّة

الاهتمام الذي حظي به منذ الاستقلال إلى جانب ضعف البنية التحتية للقطاع ونمط تسييره. بالإضافة إلى غياب الثقافة السياحية لدى المجتمع الجزائري والعاملين في القطاع، مما أثر سلباً على صورة السياحة الجزائرية.

- أطروحة دكتوراه للباحثة يحياوي هادية في العلوم السياسية سنة 2012 بعنوان "السياحة والتنمية في المغرب العربي". حاولت هذه الأطروحة الإجابة على الاشكالية التالية: ما هي توجهات السياحة واستراتيجياتها في بلدان المغرب العربي (الجزائر تونس والمغرب) وكيف تساهم في تحقيق التنمية الشاملة في هذه الدول؟

هدفت هذه الدراسة إلى فحص وتشخيص واقع القطاع السياحي في الجزائر، تونس والمغرب، بالتركيز على مكامن القوة أو الضعف في السياسات السياحية بهذه الدول.

من النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة أن التنمية السياحية قادرة على تحريك التنمية في العديد من القطاعات حيث تُحدث آثاراً إيجابية على قطاعات أخرى كالنقل، الإطعام، التجارة والاتصال.

كما خلصت إلى أن الدول محل الدراسة تعتمد على السياحة كأحد أهم مصادر الدخل القومي غير أن هناك فارقاً كبيراً بين هذه الدول من حيث قيمة هذه المساهمة؛ فقد فرضت خصوصية بنية الاقتصاد الجزائري، التي تعتمد بشكل مطلق على عائدات النفط، أن تتأخر حصة السياحة في الدخل القومي مقارنة باقتصاديات كل من تونس والمغرب.

خلصت الباحثة كذلك إلى أن السياحة تتأثر بالسياسة العامة وبخصوصية الفكر السياسي السائد وهي إحدى الفوارق الجوهرية بين الجزائر، تونس والمغرب. فتطور قطاع السياحة في هذه البلدان ارتبط برؤية صناع القرار السياسي. إذ وجهت جهود التنمية في الجزائر إلى الصناعات الثقيلة، بينما اختلف الوضع في كل من تونس والمغرب حيث تفتنت القيادة السياسية إلى قدرة القطاع السياحي على تحقيق الاقلاع الاقتصادي؛ فعمدت المغرب إلى مراجعة سياساتها التنموية التي استهدفت بعد الاستقلال تصنيع الاقتصاد واستعاضتها بسياسات كانت السياحة والزراعة محوراً أساسياً، وراهنّت على تحويل القطاع السياحي إلى قاطرة تقود عملية التنمية حيث ارتفعت طاقة الإيواء.

بالنسبة إلى حالة تونس، آمنت الإرادة السياسية فيها بقدرة القطاع السياحي على تفعيل التنمية المحلية خاصة بعد الاستقلال، حيث ركزت استراتيجياتها على تطوير نوع من أشكال السياحة وهو السياحة الجماعية الموجهة لاستقطاب السائح الأجنبي ذي الدخل المتوسط.

كان للتركيبية الذهنية لمجتمعات الدول محل الدراسة تأثير بارز في رسم صورتها السياحية. في هذا الإطار توصف مجتمعات تونس والمغرب بقدرة عالية على استيعاب الظاهرة السياحية وبمستوى وعي سياحي كبير، إذ أدمجت الثقافة السياحية ضمن الرصيد الثقافي لهذه المجتمعات كما شجعت حكوماتها على ثقافة الانفتاح.

- أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية سنة 2013 للباحث عوينان عبد القادر بعنوان "السياحة في الجزائر: الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة لمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025". حاولت هذه الدراسة تحديد الآليات والسبل الكفيلة بدفع عجلة القطاع السياحي في الجزائر، بغية استغلال الإمكانيات السياحية المتوفرة، على ضوء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025. كما سلطت الضوء على السياحة الجزائرية، وأبرزت الدور الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية بالإضافة إلى محاولة معرفة مدى نجاعة هذه الاستراتيجية الجديدة. من بين نتائج هذه الدراسة أن الجزائر تمتلك مؤهلات سياحية قادرة على جعلها بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي. لكن الخيارات الاستراتيجية المتخذة بعد الاستقلال ساهمت في ضعف القطاع السياحي، إلى جانب أسباب عديدة أخرى منها الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية والوضع الأمني خلال التسعينيات.

- الدراسات باللغة الفرنسية:

- أطروحة دكتوراه في الجغرافيا للباحث محمد سويسي من جامعة باريس السوربون سنة 2007 بعنوان "Le tourisme international en Tunisie: Vers de nouvelles formes et la réorganisation de l'espace touristique". تتمثل المساهمة الرئيسية لهذا العمل في دراسة الأشكال الجديدة للسياحة ودورها كعنصر لإعادة تنظيم الفضاء السياحي التونسي. كما تناولت هذه الدراسة القيود المفروضة على النظام السياحي ومراقبة الممارسات السياحية الحالية.

- أطروحة دكتوراه للباحث بن علي خالد في تخصص العلوم الاقتصادية والاجتماعية من جامعة Fribourg بسويسرا سنة 2008 بعنوان: "Apports et stratégies d'application du commerce électronique dans les entreprises hôtelières - Cas de la Tunisie".

تمثل الهدف من هذه الأطروحة في تحليل العلاقة بين التجارة الالكترونية واستراتيجيات تطبيقها في المؤسسات الفندقية التونسية. توصل الباحث إلى جملة من النتائج من بينها أن قنوات البيع المعتمدة تقليديا من قبل الفنادق في تونس تتمثل أساسا في وكالات ومنظمي الأسفار وثانيا البيع المباشر. تمنح سياسة البيع عن طريق الأنترنت للفندق إمكانية الاستفادة من طرق جديدة للبيع مثل: البيع من خلال موقعها الالكتروني، أو وكالات السفر الالكترونية، أو مراكز الأعمال الالكترونية. تمكن هذه الطرق من خفض تكلفة الحجز والدعاية والتسويق.

- أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية للباحث عبد الرؤوف دربيك من جامعة بريطانيا الغربية سنة 2012 بعنوان **"Vers un tourisme durable en Tunisie : Le cas de l'île de Djerba"**. تدرج هذه الأطروحة في إطار سياسة إطلاق السياحة في تونس. في مرحلة أولى ثم تشخيص السياحة التونسية، وهو ما أظهر أن تسيير السياحة من قبل القطاع الخاص دون تدخل الدولة أدى إلى ضعف ربحية بعض الفنادق والمديونية بسبب تطبيق سياسة تخفيض الأسعار. تقترح هذه الدراسة إعادة قراءة السوق السياحي لتحقيق أداء اقتصادي مستدام. ما يتطلب القيام بتقييم اقتصادي وبيئي.

- أطروحة دكتوراه للباحثة نسيمه جوهر قسيبي زقاي في تخصص التهيئة، التخطيط الحضري وديناميكيات الفضاءات من جامعة باريس السوربون سنة 2013 بعنوان **"Pour un développement intégré du tourisme en Algérie – Le cas du littoral algérois"**. بتشخيص واقع السياحة في الجزائر وتأثيراتها البيئية والاختلالات التي تعاني منها التنمية السياحية واعتمدت في ذلك على دراسة حالة الجزائر العاصمة.

من خلال دراسة الحالة الجزائرية تم التوصل إلى نتيجة مفادها أنه على الرغم من وجود العديد من الامكانيات السياحية، لكن لم يتم تطوير قطاع السياحة. وإذا لم يتم استغلال هذه الموارد قد تختفي في نهاية المطاف نتيجة عدم اتخاذ السلطات العمومية أي إجراء. مع العلم أن قطاع السياحة يتأثر بتطوير أنشطة أخرى ويؤثر فيها. بالإضافة إلى ذلك، قامت الباحثة بتفصيل مصادر التدهور المختلفة بالعودة إلى حالة الجزائر العاصمة، التي توضح الوضع البيئي الكارثي السائد في البلاد.

- أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية للباحث محمد سفيان إيدير من جامعة غرونوبل سنة 2013 تحت عنوان **"Valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : Cas des régions de Bejaia en Kabylie et Djanet dans le Tassili n'Ajjer"**. تناولت هذه الأطروحة ثلاثة عناصر:

- ظهور نموذج جديد للتنمية الاقتصادية يمثل فيه الاقليم العنصر الأساسي.

- ظهور منظور جديد لمفهوم التراث الذي يعطيه دورا محركا في التنمية الاقتصادية الثقافية والاجتماعية.

- ترتبط السياحة والتراث ارتباطا وثيقا وتحافظ على علاقات متعددة.

هدفت هذه الدراسة إلى التأكيد على أن التنمية السياحية لا تعتمد فقط على الإمكانيات الطبيعية للإقليم، ولكن أيضا على الطريقة التي تنظر بها مختلف الجهات الفاعلة وقدرتها على تطويرها واستغلالها للجذب السياحي.

صعوبات البحث:

من بين الصعوبات التي صادفتها خلال إنجاز هذه الدراسة قلة المراجع المتعلقة ببعض عناصر البحث كالتأصيل النظري للسياسة السياحية. إلى جانب قلة الإحصائيات المتعلقة ببعض المؤشرات السياحية وتضاربها في بعض الأحيان خاصة تلك المتعلقة بالقطاع السياحي الجزائري. بالإضافة إلى صعوبة إجراء مقابلات مع العاملين في القطاع السياحي سواء مسؤولين أو مستثمرين.

خطة الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى أربعة أجزاء، تناول الفصل الأول مفهوم السياحة ومراحل تطورها ونشأتها وأهم أنواعها وآثارها على المستوى الاقتصادي، الاجتماعي والثقافي، كما تناول مفهوم السياسة السياحية ومحتواها. أما الفصل الثاني فأعطى نظرة شاملة عن واقع السياحة الدولية على المستوى الدولي والإقليمي؛ بما في ذلك أهم الفواعل المؤثرة على هذا الواقع وكذا المواثيق والمؤتمرات الدولية المؤطرة للنشاط السياحي، إضافة إلى أهم الأقاليم السياحية ومؤشرات تنافسية السياحة الدولية. أما الفصل الثالث فقد تطرق للمؤهلات السياحية في البلدين موضوع الدراسة؛ تتنوع هذه المؤهلات بين مؤهلات طبيعية وحضارية وأخرى مادية وبشرية، وتتعدد بذلك أنواع السياحة التي يمكن العمل على تطويرها. أخيراً، تناول الفصل الرابع أهم الاستراتيجيات المعتمدة للنهوض بالقطاع السياحي في كل من الجزائر وتونس بغية الاستغلال الأمثل للإمكانيات السياحية المتوفرة، بما في ذلك سياسة الاستثمار.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي

للسياحة

تمهيد الفصل الأول:

زاد الاهتمام في السنوات الأخيرة بقطاع السياحة كقطاع خدمي هام في اقتصاديات الدول المتقدمة منها والنامية. ذلك لا يعني أن السياحة ظاهرة حديثة بل هي قديمة قدم الإنسان، فقد تطورت عبر عدة مراحل تاريخية مختلفة. انعكس اهتمام الدارسين بالسياحة من خلال تقديم عدة تعاريف لها تعكس وجهات نظر مختلفة.

تعدد أشكال السياحة ويتركز كل شكل على دافع أو أكثر لإشباع رغبات السائح، وبالتالي زيادة نسبة السياح ومعدلات إقامتهم في الوجهة السياحية.

تبنى الدول سياسة سياحية تدرج ضمن السياسة العامة للدولة. تأخذ هذه السياسة السياحية بعين الاعتبار عدة عوامل اقتصادية، اجتماعية، ثقافية وسياسية، وتحدد مجموعة من الأهداف على المدى المتوسط والبعيد. كما تعمل على مواجهة المشاكل التي قد تعترضها.

سنحاول من خلال هذا الفصل دراسة السياحة كظاهرة اقتصادية، سياسية، اجتماعية وثقافية بجانبها الإيجابي والسلبي، إضافة إلى محاولة تحديد المقصود بالسياسة السياحية. أولاً، نبين أصل نشأة هذه الظاهرة ومراحل تطورها. ثانياً، نبين دوافع وأنماط السياحة وآثارها على الجوانب البيئية، الاجتماعية والاقتصادية. ثالثاً، نبين ماهية السياسة السياحية. وذلك من خلال المباحث الثلاثة التالية:

المبحث الأول: ماهية السياحة

المبحث الثاني: أهمية السياحة

المبحث الثالث: ماهية السياسة السياحية

المبحث الأول: ماهية السياحة

تقتضي الإحاطة بالجوانب المختلفة لموضوع السياحة تناول التعريفات المختلفة له وللمفاهيم المرتبطة به، وكذا التعرف على نشأة السياحة وتطورها.

المطلب الأول: مفهوم السياحة والسائح

من الضروري تعريف مصطلح السياحة باعتباره محور الدراسة. لذا سنحاول تقديم جملة من التعاريف اللغوية والاصطلاحية لهذا المصطلح.

أولاً: التعريف اللغوي للسياحة

1- لفظة السياحة في اللغة العربية:

السياحة لغة تعني الجريان: يُقال ساح الماء أي جرى، وتعني التجوال: ساح في الأرض يعني ذهب وسار على وجه الأرض.¹ كما تعني الضرب في الأرض.²

يشير ابن منظور في قاموسه لسان العرب أن السياحة مصدر ساح يسيح سوحا وسيحانا: إذا جرى على وجه الأرض.

ويُقال ساح في الأرض يسيح سياحة وسيوحا وسيحا وسيحانا: أي ذهب، والسياحة الذهاب في الأرض للعبادة (ابن منظور).

ويقول ابن حجر وحقيقة السياحة: ألا يقصد موضعاً بعينه يستقر به (فتح الباري).³

ساح سيحا وسياحة في البلاد: جال فيها متنزها. سيح تسيح الماء: جعله يسيح. انساح انسيحا الشيء: اتسع. انساح مع الأحلام: اندفع وراءها.

السائح مفرد جمعه سياح وسائحون: من يجول في البلاد للتنزه والترويح عن النفس.

السياح سَيّاحون: الكثير السياحة.

¹ بركات كامل المهيترات، الأمن السياحي والتشريعات السياحية، الطبعة الأولى، الأردن: دار الفكر، 2009، ص 15.

² نعيم الطاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2001، ص 28.

³ أكرم عاطف رواشده، السياحة البيئية: الأسس والمرتكزات، الطبعة الأولى، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2009، ص 17.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

السياحة: اجتياح المرء بلداً غير بلده والتجوال فيه للنزهة وللترويح عن النفس.¹

فكلمة سياحة، سائح مشتقة من الفعل ساح، وهي تحمل معنى أكثر شمولية، فالمتنقل في البلد من أجل التنزه والاستكشاف أو الاستطلاع والبحث يعد سائحا.

في معجم الوفير تعني السياحة التنقل من بلد لآخر، أي أن السياحة هي حركة الأفراد والجماعات من مكان الإقامة الدائم إلى مكان آخر ثم العودة إلى المكان الأصلي.

أما في المعجم الوسيط فالسياحة تعني "التنقل من بلد إلى آخر طالبا للتنزه أو للاستطلاع والبحث والكشف".²

يشير القاموس الدولي للسياحة إلى أن السياحة هي: "لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة، وهي مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار، والصناعة التي تتعاون على إشباع رغبات السائح".³

2- لفظة السياحة في اللغة الفرنسية:

يعود أصل كلمة سياحة *Tourisme* إلى الكلمة اليونانية *Tornos* وهو اسم آلة تشبه شكل الفرجار (*le compas*)، أُدخلت هذه اللفظة إلى اللغة اللاتينية *Tornare* ليُقصد بها المسار الدائري. *Isme* وتعني الحركة، وهو يُعبر عن حركة السياحة التي تنطلق من نقطة لتعود إليها مرة أخرى، أي أن الابتعاد عن مكان الإقامة يكون مؤقتا، وهو ركن أساسي في مفهوم السياحة، عكس الإقامة الدائمة التي تنجم عن الهجرات البشرية.³

ظهر استعمال كلمة سائح لأول مرة في بداية القرن السابع عشر في المملكة المتحدة، وبالتحديد سنة 1643 لتدل على السفر أو التجوال من مكان إلى آخر، كما يتضمن هذا المفهوم كل المهن التي تشبع الحاجات المختلفة للسائح.

أما في اللغة الفرنسية فهي مشتقة من *tour* وقد ظهرت أول مرة في الدليل السياحي الذي أصدرته فرنسا سنة 1672 وهو أول دليل سياحي في العالم، وكان يُقصد بها الشباب الإنجليز الذين قاموا بـ "الرحلة الكبرى" نحو مدن فرنسا بهدف الترفيه والاستكشاف. حيث استدعى تزايد عدد الزوار الأجانب الوافدين من بلدان مختلفة لفرنسا في القرن السابع عشر الميلادي ضرورة تقديم كافة التسهيلات لهم منها إصدار دليل عام 1672 من قبل *Sain Maurice* بعنوان "*annuaire pour Les étrangers qui voyage à la France*"، تضمن

¹ مجاني الطلاب، الطبعة السادسة، بيروت: منشورات دار المجاني، شركة الطبع والنشر اللبنانية، 2007، ص 479.

² منال شوقي عبد المعطي أحمد، جغرافية السياحة، الطبعة الأولى، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2011، ص 51.

³ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، الطبعة الأولى، الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، 2010، ص 23.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

هذا الدليل وصفا دقيقا للطرق الموصلة إلى باريس والمدن الواقعة على هذه الطريق، كما تضمن تحديد أماكن المتعة في مدينة باريس، وأخيرا تطرق الدليل لما يطلق عليه بالرحلة القصيرة وهي الرحلة التي تشمل الجزء الجنوبي الغربي من فرنسا، والرحلة الطويلة التي تشمل إضافة إلى الجنوب الغربي الجنوب الشرقي ومنطقة بورجوني.

في القرن الثامن عشر تطور استخدام مصطلح الرحلة الكبيرة إلى السياحة الكبيرة، ثم انتقل استخدام هذا المصطلح إلى إنجلترا حيث استعمل للدلالة على الرحلة التي يقوم بها كل شاب انجليزي إلى أوروبا لإتمام تعليمه، ثم تطور المصطلح بتسمية الشباب الإنجليز الذين كانوا يقومون بهذه الرحلة "سياح"، ثم استخدم المصطلح نفسه في فرنسا للتعبير عن كل شخص يقوم برحلة ما لتحقيق متعة شخصية.

استعارت لغات عديدة أخرى مصطلحي *tourist* و *tourism* من اللغة الفرنسية بمعناها الضيق المقتصر على رحلة مجردة من أي أهداف مادية، أي بقصد المتعة والراحة والصحة.

The tour أو الرحلة الكبرى استعملت في القرن الثامن عشر وكان يُقصد بها السفر بهدف الدراسة واستكشاف أوروبا، وقد كانت مقتصرة على الطبقة الأرستقراطية.¹ وقد أخذت نفس المعنى في فرنسا عندما ذكرها Stendhal في مؤلفه «*Mémoires d'un touriste*» سنة 1838 واستعمله قبله Prosper Mérimée في مؤلفه «*Notes de voyage dans le midi de la France*» سنة 1835.

عرف قاموس Beaujon و Littré لفظة *tour* على أنها حركة دائرية أو تنقل لمسافة قريبة²، وعرف السائح على أنه³ "كل زائر يقصد بلدا أجنبيا بدافع الفضول أو التسلية".⁴

تم استخدام كلمة "السياحة" في قاموس Larousse (2000) لتحديد الشخص الذي يسافر من أجل المتعة، لكنه يستخدم أيضا لوصف المسافرين الذين يختارون الدرجة السياحية في وسيلة نقل معينة.

أما قاموس Le Robert فعرف السائح على أنه: "كل فرد ينتقل، ويسافر بغرض المتعة". وعرف السياحة بأنها: "القيام بالسفر، باجتياز مكان آخر غير الذي يعيش فيه لتحقيق لذته أو لهدف آخر".⁵

¹ Joël Raboteur, *Introduction à l'Economie du Tourisme*, l'Harmattan, France, 2000, p 8.

² Jean-Michel Hœrner, *Géopolitique du Tourisme*, Armand Colin, Paris, 2008, p 58.

³ Pierre Py, *Le Tourisme un Phénomène Economique*, La Documentation Française, Paris, 1986, p8.

⁴ Louis-Michel Jocard, *Le Tourisme et l'Action de l'Etat*, Editions Berger-Levrault, Paris, 1966, p 13.

⁵ Jean Pierre, Lozato Giotart, *Géographie du tourisme : de l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, 2^e édition, PEARSON Education, France, 2008, p 8.

3- لفظة السياحة في اللغة الإنجليزية:

لفظة السياحة Tourism مشتقة من Tour ويعني في اللغة الإنجليزية كما جاء في قاموس Webster: "رحلة يقوم بها الفرد ويعود إلى نفس النقطة التي بدأ منها، أي رحلة دائرية تم التخطيط لها لزيارة عدة أماكن من أجل العمل أو المتعة أو التعليم."¹

جاء في قاموس أكسفورد Oxford أن Tour عبارة عن "رحلة تبدأ من المنزل وتنتهي إليه، ويتم خلالها زيارة عدة أماكن يتم تنظيمها بمعرفة شركة محترفة". وعرف السائح بأنه "الشخص المسافر من أجل المتعة".² وقد أشار قاموس Longman أن Tour عبارة عن "رحلة يتم خلالها زيارة عدة أماكن تشكل محل اهتمام الزائر".³

ثانيا: التعريف الاصطلاحي للسياحة

للسياحة أكثر من تعريف، حيث أن كل باحث ينظر للسياحة من زاوية مختلفة، فبعضهم ينظر للسياحة بوصفها ظاهرة اجتماعية، والبعض الآخر كظاهرة اقتصادية، ومنهم من يركز على دورها في تنمية العلاقات الدولية، ومنهم من يعتبرها عاملا من عوامل تعزيز العلاقات الإنسانية والثقافية.

1- السياحة كظاهرة اجتماعية، إنسانية وثقافية:

ظهر مفهوم السياحة الحديثة في النصف الثاني من القرن التاسع عشر كنتيجة لتطور المجتمعات الصناعية في غرب أوروبا وشمال أمريكا والذي رافق التطور والتغير السريع في النقل الجوي والبحري.

يعود أول تعريف للسياحة إلى العالم الألماني Freuler Guyer عام 1905 الذي عرف السياحة على أنها "ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث تنبثق عن حاجة الإنسان المتزايدة إلى الراحة والمتعة والتغيير ونمو الإحساس بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة لتذوق جمال المشاهد الطبيعية ونشوة الاستمتاع بجمال الطبيعة"⁴، وأيضا إلى نمو الاتصالات بين الشعوب المختلفة التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة وثمرة تقدم وسائل النقل.⁵

¹ Webster's Ninth New Collegiate Dictionary, Springfield, 1987, p 1247.

² Oxford Dictionary of Current English, London, 1984, p 915.

³ Longman Dictionary of Contemporary English, Beirut, 1984, p 1171.

⁴ أمينة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 66.

⁵ أمينة عبد الله سالم على، أثر السياحة في تطوير بعض الحرف والصناعات التقليدية، مصر: دار العلم والایمان للنشر والتوزيع، 2015، ص 19.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

يؤكد هذا التعريف على البعد الاجتماعي الناتج عن زيادة أوقات الفراغ والحاجة إلى الراحة والاستمتاع بالهواء النقي، كما يُشير إلى أهمية التطور التكنولوجي ودوره في تطوير الاتصالات الاجتماعية وكذا أهمية السياحة في توطيد العلاقات الإنسانية بين الشعوب. كما أن الهدف من السياحة، حسب هذا التعريف، هو المتعة والإقامة بعيدا عن محل السكن دون تحديد لإطار الحركة وطول المسافة ومدة البقاء. يُؤخذ على هذا التعريف إهماله للآثار الاقتصادية المترتبة على النشاط السياحي.

أما Jean Médecin فيعتبر السياحة "نشاطا ترفيهيا يشمل السفر أو الإقامة بعيدا عن الوطن المعتاد من أجل الترفيه والراحة، لإثراء تجربته وثقافته بفضل وجود عوامل جديدة للنشاط الإنساني ولوحات لطبيعة مجهولة".¹

حسب M.F.Lenfant "السياحة هي قبل كل شيء رابط اجتماعي"². وتوصف السياحة بأنها دولية عندما يعبر الزائر الحدود الوطنية للسفر أو يقيم لفترة محدودة لأغراض غير مهنية في بلد غير بلده الأصلي.³ أما Peyromaure Debord (1935) فيرى أن السياحة هي "ذوق وفن السفر بقصد المتعة". ويُقدم M. de Meyer التعريف التالي للسياحة: "هي جملة التنقلات البشرية والنشاطات الناتجة عنها، بهدف تحقيق المتعة بدرجات متفاوتة من فرد إلى آخر".

تتفق التعريفات السابقة على أن السياحة مصطلح ينطبق على أسفار المتعة.

أما المفكر الألماني Robert Glucksman (1935) لم يعرف السياحة باعتبارها تنقل للأفراد أو رحلة أو سفر للعمل، بل "ظاهرة اجتماعية مرتبطة بعلاقات ما بين الأفراد وبالاتصال الإنساني".⁴

في نفس السياق عرف⁵ Arthur Haulot السياحة بأنها: "أحد أشكال الحياة الاجتماعية في وقتنا الحاضر.

فالسياحة هي حركة لا تتوقف عن تجديد وتعديل شروط اندماج المجتمعات، الطبقات الاجتماعية والفواعل الاجتماعية".⁶

¹ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 33، 34.

² Robert Lanquar, **Sociologie du tourisme et des voyages**, que sais-je ? Presse Universitaire De France, 1985, p 44.

³ Gabriel Wackermann, **Le tourisme international**, Armand Colin, Paris, 1996, p 9.

⁴ Robert Lanquar, Op.cit. p 4.

⁵ Arthur Haulot الأمين العام للمكتب الدولي للسياحة الاجتماعية ، وكان عدة عقود على رأس قطاع السياحة البلجيكية ، وهو أيضا أحد مؤسسي UIOOT ومنظمة السياحة العالمية.

⁶ Robert Lanquar, Op.cit. p 44.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

يستجيب هذا التعريف كذلك للعديد من الضرورات الاجتماعية، لأنه يسمح بتمكين المجتمعات الصناعية والحضرية من تحديد قوة عملها عن طريق التنقلات خارج الوطن، وأخذ استراحة وتحقيق الإثراء الثقافي. أي أن السياحة ظاهرة تتعلق بعدة عوامل ترتبط بالحياة الاجتماعية كالفراغ، الثقافة، الاتصال، العلاقات الاجتماعية، التنمية، لقاء المجتمعات المختلفة، بسلوكيات الأشخاص.

كما اعتبرت السياحة بمثابة فتح للإنسان "تريحه من انشغالات العمل الشاق وتحمله من مكان غير سليم روحيا يعيقه ويحد من شخصيته وتمنحه إمكانية الحوار مع نفسه ومع الآخرين في جو أكثر هدوءاً وطبيعية".¹

أما المؤرخ Marc Boyer فيرى أن السياحة مجرد "اختراع إنساني".² أي أن ظهورها وتطورها ارتبط بحاجة إنسانية بحثة للراحة.

يرى الفرنسي Michelle Barrier أنه من الأنسب إعطاء كلمة السياحة مضمونا واسعا جدا، فالسياحة تعني: "الانتفاع بالإجازات أو أوقات الفراغ للتمتع بالمصادر أو المغريات الطبيعية أو الثقافية في منطقة تبعد إلى حد ما عن موقع الإقامة المعتاد".

وقد عرّف Lanot السياحة في كتابه "السياحة وأوقات الفراغ" بأنها: "مجموعة العلاقات السلمية والرياضية، الناتجة عن الاتصال بين الأشخاص الذين يزورون مكانا ما وسكانه لأسباب أخرى غير الأسباب المتعلقة بالعمل".³

أما كل من Geoffrey Wall, Aidter Mathieson فيعرفان السياحة على أنها عبارة عن: "الحركة المؤقتة التي يقوم بها الأشخاص بعيدا عن أماكن إقامتهم أو عملهم، والأنشطة التي تمارس من أجل هؤلاء الأشخاص خلال فترة إقامتهم والخدمات والتسهيلات التي توفر احتياجاتهم".

مما سبق، يتضح أن هيكل السياحة يتألف من ثلاثة عناصر رئيسية:

العنصر المتغير: يتمثل في الحركة لاختيار المكان المقصود.

العنصر الثابت: يقصد به الإقامة في المكان المقصود، وهي تتوقف على مجموعتين من العوامل:

¹ Robert Lanquar, Op.cit. p 52.

² Jean Pierre, Lozato Giotart, **Géographie du tourisme : de l'espace consommé à l'espace maîtrisé**, 2^e édition, PEARSON Education, France, 2008, p 9.

³ وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، ص 67.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- عوامل تتعلق بالسائح، وتشمل ظروفه الاقتصادية والاجتماعية التي تحدد بدورها مدة إقامته، نمط نشاطه السياحي، واستخدامه للخدمات المتوفرة.
- عوامل تتعلق بملامح المكان المقصود، تشمل الملامح الطبيعية البيئية، النظم الاقتصادية والسياسية، مستوى التنمية السياحية، التنظيم الاجتماعي.

العنصر الناتج: يُقصد به النتائج والآثار المترتبة عن العنصرين السابقين في المجالات الاقتصادية والاجتماعية، كمعدلات تمويل المشاريع السياحية وسياسة إدارتها، لذا يمكن اعتبار السياحة ظاهرة مركبة تجسد تنوع المتغيرات.¹

كما تعرف السياحة بالمفهوم الحديث بأنها: "ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، الأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول على الاستجمام، والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق جمال المشاهد الطبيعية."²

2- السياحة كظاهرة اقتصادية:

وضع العالم النمساوي Hermann Von Schollern ثلاثين تعريفا للسياحة، وذلك سنة 1910 حيث أشار فيها إلى مبدأ في غاية الأهمية بالنسبة لعمليات تنشيط السياحة وهو كونها ظاهرة اقتصادية: "إن السياحة هي اصطلاح يُطلق على كل العمليات المتداخلة، وخصوصا العمليات الاقتصادية، المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل وخارج منطقة أو دولة معينة". من بين هذه التعريفات نذكر:

"يعتبر السائح مستهلكا وهو ما يؤدي إلى زيادة دخل البلد السياحي".

"تتميز السياحة عن سائر الصادرات بأن المستهلك يأتي بنفسه إلى البلد للحصول على السلعة".

يعرف كل من John Mercer Brooke و Suzan Horner السياحة بأنها: "انتقال الناس للأماكن البعيدة عن أماكن الإقامة المعتادة والقيام بمجموعة من الأنشطة لإشباع رغبتهم."³

¹ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2006، ص 45.

² J. Negi, **Tourism and travel: Concepts and principals**, GITANJAL, Publishing House, New Delhi, 1990, p 152.

³ يسري دعبس، العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الإسكندرية: الملتقى المصري للإبداع والتنمية، ص 11، 12.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

عرّف Schuler Schrutenhofen عام 1910 السياحة بأنها: "التفاعلات الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة الناتجة عن وصول زوار إلى إقليم أو دولة بعيدا عن موطنهم الأصلي، والتي توفر الخدمات التي يحتاجون إليها وتشبع حاجياتهم المختلفة طوال فترة إقامتهم."¹

ظهر سنة 1942 كتاب بعنوان "النظرية العامة للسياحة" للكاتبين Krapft و Hunziker والذين يُعتبران أعمدة التحليل العلمي للسياحة²، توصلا فيه إلى تقديم التعريف التالي للسياحة "هي المجموع الكلي للعلاقات والظواهر التي تنتج وتترتب على سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص ما في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط بنشاط، سواء كان نشاطا دائما أو مؤقتا، يعود بربح ما على هذا الشخص."³

يعتبر هذا التعريف أول تعريف للسياحة يتناول عنصري التنقل والحركة، كما يشتمل هذا التعريف على العلاقات المادية وغير المادية، التي تنطبق على حقيقة الإقامة المؤقتة للسياح، لكن هذين العنصرين يعطيان عدة معاني، ما يدفعنا لتبني تعاريف أخرى منها: "السياحة هي المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج عن إقامة السياح، شريطة ألا تؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملا دائما أو مؤقتا".

ركّزت التعاريف المبكرة للسياحة على البعد المكاني، فقد كان يُنظر للشخص الذي ينتقل من موقع سكنه إلى مكان آخر على أنه سائح⁴، فالسياحة كمفهوم ارتبطت بالمسافة التي يقطعها المسافر من مكان إلى آخر، كما أن الشركات السياحية على بساطتها كانت تعتبر السياحة مجرد حركة تنقل أشخاص يرغبون في أداء مهام معينة، أي أن المسافة التي كان يقطعها المسافر كانت من المعايير المهمة في تحديد كثافة النشاط السياحي.⁵

عرّف Douglas Pearce عام 1981 السياحة بأنها: "ظاهرة ينتج عنها مجموعة علاقات قائمة على الرحلات والإقامة المؤقتة للمسافرين من أجل المتعة والترفيه. قد تتباين مدة الإقامة حيث تتراوح إحصائيا بين الإقامة لمدة أربع ليال على الأقل بالنسبة للسياحة الداخلية، وأربع وعشرون ساعة على الأقل بالنسبة للسياحة الدولية". ركز هذا التعريف على التمييز بين نوعين من السياحة الداخلية والدولية بالاعتماد على فترة إقامة السائح.

¹ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

² Pierre Py, Op.cit. p 15.

³ أسامة صبحي الفاعوري، الإرشاد السياحي: ما بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2006، ص 5.

⁴ Laurence Jégouzo, **Le Droit du tourisme**, l'extenso éditions, Paris, 2012, p 60.

⁵ Robert Lanquar, Op.cit. p 4.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

كما يرى أن علم السياحة قد تطور تطوراً ملحوظاً بعد الحرب العالمية الثانية مع بداية الخمسينات، ويرجع ذلك إلى التطورات التكنولوجية التي أدت إلى تحسين طرق ووسائل الإنتاج، مما أدى إلى توفير الجهد الإنساني وأدى إلى تحسين ظروف العمل وزيادة أوقات الفراغ والإجازات الممنوحة، تقدم وتطور وسائل النقل والمواصلات والاتصالات، سهولة تبادل الخبرات وانتشار المعرفة والسلام الاجتماعي وبالتالي تقارب الشعوب، تطور الأفكار الثقافية والاجتماعية والعلمية وانتشارها خاصة بعد التطور الهائل في أجهزة الإعلام المختلفة، إهتمام المنظمات والهيئات الدولية وكذلك المجتمع الدولي بالسياحة وأهميتها اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً.¹

عرّف McIntosh وزملاؤه عام 1995 السياحة على أنها: "عبارة عن مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السياح ومنشآت الأعمال، والدول والمجتمعات المضيفة، وذلك بهدف استقطاب واستضافة هؤلاء السياح."²

أقرّ هذا التعريف بوجود أربعة عناصر مرتبطة بالسياحة وهي: السياح، مؤسسات الضيافة، الحكومات التي تمارس نوعاً من الرقابة على السياحة، والسكان الذين يقطنون في المناطق التي يزورها السياح. جاءت هذه العناصر المؤلفة للسياحة مرتبة على أساس الارتباط الوظيفي والمكاني، وأيضاً على أساس التفاعل مع البيئة المادية والتكنولوجية والاجتماعية، والثقافية والاقتصادية والسياسية، والعنصر الأهم والأكثر ديناميكية هو السياح .

يعتبر S.Kalfiotis، وهو متخصص في الاقتصاد السياحي، السياحة: "الحركة المؤقتة للأفراد المتنقلين فردياً أو جماعياً من مكان إقامتهم إلى مكان آخر، بغرض الإستمتاع والترفيه عن النفس أو لضرورة ثقافية تنشأ عنها نشاطات إقتصادية."³

يقدم الجغرافي J.L.Michaud التعريف التالي للسياحة: "تجمع السياحة نشاطات الاستهلاك والإنتاج الناتجة عن تنقل الأفراد وإقامتهم، ليلة على الأقل، خارج مقر إقامتهم الأصلي، قد يكون السفر بغرض: الترفيه، الصحة، المشاركة في اجتماعات مهنية، رياضية أو دينية."³

كما عرّفها Louis-Michel JOCARD بأنها "صناعة تهدف إلى إشباع رغبات السياح."⁴

¹ وفاء زكي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 67.

² عبد الإله عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة في الأردن: بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، 2007، ص 27، 28، 29.

³ Jean Pierre, Lozato Giotart, Op.cit. p 9.

⁴ Louis-Michel Jocard, *Le tourisme et l'action de l'état*, éditions Berger-Levrault, paris, 1966, p 13.

عرّف الأمين العام الأسبق للمنظمة العربية للسياحة عبد الرحمن أبو رياح السياحة بأنها "تغيير مؤقت إلى بلد أو مكان يرتبط بعملية التعرف على بلدان أخرى، التعرف على الثقافة والحياة الاجتماعية أو الطبيعية لغرض الاتصال والاحتكاك بهم".¹

3- تعريف السياحة كنظام:

يرى C. Mathiot أن السياحة تُعبر عن عملية تنظيمية فهي: "جميع المبادئ أو القواعد التي تُنظم بمقتضاها رحلات الترويج، سواء ما تعلق بما يقوم به المسافرون أو السياح شخصياً أو ما يقوم به أولئك الذين يقومون باستقبالهم وتسهيل انتقالهم".²

أمّا Leiper (1994) فيرى أن السياحة "نظام مفتوح يتألف من خمسة عناصر تتفاعل مع بعضها هي: العنصر البشري: أي السياح.

العناصر الجغرافية: تشمل بلد السائح الأصلي، الدول التي يتوقف عندها السائح أثناء زيارته، ووجهة القصد. العنصر الاقتصادي: يرتبط بالسياحة كصناعة".

جاءت هذه العناصر المؤلفة للسياحة مرتبة على أساس التفاعل بين البيئة المادية والتكنولوجية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية، والعنصر الأهم والأكثر ديناميكية هو الأفراد المنتفعين من الخدمة أي السياح.

يعتقد Mckrecher (1999) بأن "صناعة السياحة بطبيعتها متشابكة، لأن طبيعة نظامها يتصف بالديناميكية والتداخل، ويضم هذا النظام: الموارد السياحية، التنظيمات السياحية، الأسواق السياحية، والبيئة".³

تعد السياحة نظاماً مفتوحاً تتداخل فيه عناصر متشابكة، فالعوامل الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية تؤثر على السياحة، لذلك لا بد من أخذها بعين الاعتبار عند تطوير وتخطيط المواقع السياحية والنشاط السياحي.

يرى Forester (2003) أن السياحة كنظام هي "وحدة تنظيمية متكاملة، تتضمن عناصر ذات تنوع واسع لكنها مندمجة مع بعضها البعض بشبكة من الروابط المتداخلة والعلاقات المتبادلة والحركة الدائمة".

¹ نعيم الطاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2001، ص 31.

² أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 33، 34.

³ عبد الإله عياش وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 8.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

اعتمد فورستر على أسلوب النظام في دراسة البيئة السياحية، لتحديد المكونات الرئيسية للنظام السياحي، كونها أساس عملية توجيه التنمية السياحية، وعلاقة هذه المكونات وتفاعلها مع بعضها البعض.

ثالثا: تعريف المؤسسات والمؤتمرات الرسمية للسياحة

عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD السياحة على أنها: "صناعة تعتمد على حركة الأفراد أكثر من حركة البضائع".

أما الأكاديمية الدولية للسياحة IAT فقد عرفت السياحة على أنها: "اصطلاح يُطلق على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشطة لإشباع حاجات السائح".¹ فالسياحة هي مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار، وهي الصناعة التي تتعاون على إشباع رغبات السائح.

عرفت مفوضية السياحة الوطنية الأمريكية للموارد USNTRRC السياحة على أنها: "نشاط ينتقل من خلاله الفرد مسافة لا تقل عن 50 ميلا، باستثناء النشاط الذي ينطوي على ذهاب الفرد إلى مكان عمله".²

أما فترة المكوث أو المصاريف المترتبة على الانتقال من مكان إلى آخر فلم تأخذها هذه المفوضية بعين الاعتبار، زاد مكتب الإحصاء السكاني الأمريكي USCB المسافة إلى 100 ميل، مضيفا إلى ذلك شرط مكوث المسافر ليلة أو أكثر بعيدا عن مسكنه.

إن التعريفات المكانية تعطي شرعية إحصائية واقتصادية لظاهرة السياحة شأنها شأن الصناعات الأخرى، وهي بذلك لا تكف لإعطاء السياحة مفهومها الشامل، لأنها تركز على جانب الطلب وتُهمَل جانب العرض، وهي تعريفات تقتصر على تسليط الضوء على مفهوم السائح وليس مفهوم السياحة.

اقترحت منظمة السياحة العالمية التعريف التالي: "السياحة هي مجموعة النشاطات التي يقوم بها أفراد أثناء سفرهم وإقامتهم في أماكن خارج بيئتهم المعتادة لمدة لا تزيد عن سنة، بهدف التسلية أو لأهداف أخرى".³

كما تؤكد المنظمة العالمية للسياحة على أن السياحة ينبغي أن تتضمن أربع نقاط أساسية هي:

- تحرك الأفراد من موقع معين إلى موقع آخر، خارج مجتمعهم المحلي.

¹ خليف مصطفى غرابية، السياحة الصحراوية: تنمية الصحراء في الوطن العربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2012، ص 19.

² إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 25.

³ Jean Pierre Lozato Giotart, Michel Balfet, **Management du tourisme**, 2^e édition, Pearson Education, France, 2007, p 4.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- توفير جهات القصد السياحية مجموعة من النشاطات والخبرات والتسهيلات.
 - تتضمن صناعة السياحة عددا من النشاطات الاقتصادية الفرعية، هذه النشاطات مجتمعة تولد الدخل.
 - تتطلب الحاجات والدوافع المختلفة للسائح إشباعها، هذه الحاجات والدوافع تخلق آثارا اجتماعية.¹
- خلال مؤتمر أوتادا العلمي الخاص بالسياحة عام 1990 بكندا، تم وضع التعريف التالي للسياحة: "هي الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة لا تقل عن فترة معينة من الزمن، وألا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه".²

رابعا: تعريف السائح

إن التعريف العام للسياحة يحتاج إلى تعريفات محددة مشتقة عنه، من بين هذه التعريفات التعريف الخاص بالسائح.

عرّف قاموس Le Littré (1863-1872) السائح على أنه "المسافر الذي يجتاز الدول الأجنبية بدافع الفضول والترفيه، والذي يقوم بجولة في الدول التي يزورها عادة رفقاءه"، في هذه الفترة كان وصف سائح يُطلق على المسافرين الإنجليز إلى فرنسا وسويسرا.³

لخص Cook عام 1975 التعريفات المرتبطة بالسياحة في الفئات التالية:

- المسافر: هو الشخص الذي يغادر مكان إقامته الدائمة، بغرض الدراسة أو العمل أو بدافع آخر، تستثنى من ذلك رحلة العمل اليومية بغض النظر عن المسافة المقطوعة يوميا، سواء كان ذلك داخل دولة واحدة أو عبر خط الحدود السياسية الفاصلة بين دولتين متجاورتين. تتميز دائرة المسافر بأنها واسعة وشاملة للتعريفات التالية:
- الزائر: هو كل شخص يقوم بزيارة مكان ما والإقامة فيه بصورة مؤقتة، دون أن يحاول الحصول على عمل فيه، أو تكون لزيارة لفترة زمنية قصيرة.⁴

¹ عبد الإله عياش وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 12.

² وفاء زكي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 10.

³ Laurence jégouzo, Op.cit. p 10.

⁴ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دمشق: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، ص 16.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- المتنزه: كل من يقوم بنزهة في الهواء الطلق أو برحلة قصيرة لا تتجاوز اليوم الواحد، وتشمل القائمين بزيارات يومية من أجل الاستحمام أو المشاركة في جولات بحرية، ويُطلق عليه اسم المستحم، وهي تعني في اللغة العربية من وجد الراحة.

اقترح Jean Michel Hoerner وضع تعريف للسائح انطلاقاً من استهلاك منتجات الصناعة السياحية والحصة التي تعود على المسافر.¹

يُعرف Maknall (1988) السائح على أنه: "نموذج الرجل المعاصر الذي يجتاز الحياة ويشاهد المناطق الأثرية ويجمع الخبرات ويبحث عن الحقيقة خارج بيئة موطنه"، أي أنه يبحث عن الحقائق الجمالية في الواقع.

أما الباحث الإنجليزي Norval فيرى أن السائح هو "الشخص الذي يدخل بلداً أجنبياً لأي غرض، ولا يتخذ هذا البلد محل إقامة دائمة أو عملاً منظماً مستمراً".²

تعريف لجنة الخبراء الإحصائيين التابعة لعصبة الأمم 1937: "يُقصد بالسائح أي شخص يسافر لفترة من 24 ساعة أو أكثر لمنطقة غير تلك التي يقيم فيها بصفة دائمة".

حددت هذه اللجنة الجماعات التي يُطلق عليها لفظ سائح كما يلي:

- الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة، لأسباب صحية أو لأسباب خاصة.
- الأشخاص الذين يسافرون من أجل حضور إجتماعات أو لقاءات علمية، إدارية، سياسية، دينية ورياضية.
- المسافرون في رحلات بحرية حتى لو قضوا أقل من 24 ساعة، بصرف النظر عن مكان إقامتهم المعتاد.

كما حددت الجماعات التي لا تنطبق عليهم صفة سائح وهم:

- الأشخاص الذين يرغبون في الحصول على إقامة دائمة في الدولة.
- الأشخاص الوافدون إلى دولة ما قصد الحصول على مهنة أو القيام ببعض النشاطات التجارية، دون الحصول على عقد عمل.
- الطلبة والدارسون الذين يلتحقون بالمعاهد العلمية والمدارس الداخلية.
- سكان الحدود والأشخاص الذين يقيمون في دولة معينة ويمارسون أعمالهم في دولة أخرى.

¹ Jean Pierre, Lozato Giotart, Op.cit. 9.

² أمينة عبد الله سالم علي، مرجع سبق ذكره، ص 23.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- المسافرين العابرون الذين يعبرون البلاد حتى لو تجاوزت مدة عبورهم 24 ساعة.¹

تعريف الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية الرسمية IUOTO: أضاف بعض التعديلات على التعريف السابق، وذلك بعد اجتماعه في برلين ولندن عام 1957 بمناسبة افتتاح الجمعية العامة لهيئة الأمم المتحدة، وقد تضمنت هذه التعديلات ما يلي:

"يُعتبر كل من الطلبة والدارسين المقيمين في الخارج بغرض الدراسة سياحا".

"لا يعتبر مسافرو الرحلة السريعة أو المسافرين العابرين سياحا".

كما قدم التعريفات التالية:

- مسافر الرحلة السريعة: هو الشخص الذي يسافر إلى دولة لا يقيم فيها بصفة مستمرة من أجل المتعة، لفترة لا تقل عن 24 ساعة، ولا يقوم بأي نشاط يحقق من ورائه ربحا ماديا.
- المسافر العابر: هو كل شخص يسافر إلى دولة معينة خلال فترة تقل عن 24 ساعة.²

تعريف اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة (1953): عرفت هذه اللجنة السياح على أنهم "الأفراد غير المقيمين الذين يقصدون منطقة معينة للبقاء فيها لمدة سنة على الأكثر دون مزاوله أي مهنة". وقد أوصت بتقسيم هذه الفئة وفقا للغرض من الزيارة إلى: العبور، قضاء إجازة، التعليم، العمل، أغراض أخرى.

تعريف مؤتمر الأمم المتحدة الخاص بالتسهيلات الحركية للسفر (1954): عرفت السائح بأنه "أي شخص بدون تمييز لعنصر أو جنس أو لغة أو دين يدخل منطقة أو دولة ما غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، ويبقى فيها لفترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 6 أشهر، لأغراض مشروعة غير الهجرة كالسفر، الترفيه، الرياضة، الصحة، أسباب عائلية، الدراسة، الحج أو زيارة الأماكن المقدسة.

تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة، روما (1963): عرفت لجنة خبراء السياحة التابعة لهيئة الأمم المتحدة السائح على أنه "أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، بصفة مؤقتة، لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 3 أشهر، بغرض الترفيه أو الترويج أو قضاء إجازة أو العلاج أو السياحة الدينية أو الرياضية أو زيارة عائلية أو لظرف عملي غير السعي وراء عمل مأجور في الدولة التي يزورها."³

¹ منظمة الأمم المتحدة، مؤتمر روما عام 1963.

² يسري دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 18.

³ يوسف جعفر سعادة، التربية السياحية، الطبعة الأولى، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2000، ص 21.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

يستثني هذا التعريف المسافرين الذين لا يتصل سفرهم بالسياحة وهم: رجال القوات المسلحة الأجنبية، مسافرو العبور، العاملون المؤقتون، أطقم الطائرات والمهاجرون وأعضاء الهيئات الدبلوماسية والتمثيل القنصلي.¹

هذا التعريف هو التعريف المعتمد اليوم من قبل العديد من المنظمات الدولية، وهو يقوم على تصنيف المسافرين إلى فئات مختلفة، وقد تم تحديده من طرف منظمة السياحة العالمية. هذا التعريف يستخدم متغيرين للتصنيف: دوافع السفر، مدة الإقامة.

تسمح دوافع السفر بتقسيم المسافرين إلى فئتين: فئة منهم لا تشملها الإحصائيات المتعلقة بالسياح، وهم المسافرون بغرض الكسب المادي أو ممارسة مهنة مربحة، وفئة أخرى تتمثل في السياح والذين يكون غرضهم من السفر هو المتعة والترفيه.

أما مدة الإقامة فتسمح بالتمييز بين فئتين: الفئة الأولى تشمل الزوار والمتنزهين، وهم الذين لا يقضون الليلة في البلد المزار، أما الفئة الثانية فتتضمن السياح وهم من يقضون على الأقل ليلة واحدة في هذا البلد.²

تعريف منظمة السياحة العالمية (1968): السائح "هو كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة بشرط ألا تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة حيث لا تزيد عن سنة، ينتقل فيها للزيارة أو حضور مهرجان أو للعلاج". يُستثنى من هذا التعريف: المهاجرون، البعثات الدبلوماسية، أطقم الطائرات ويشمل: سائح المبيت، سائح العبور.

كما قدمت نفس المنظمة تعريفاً آخر للسائح: "السائح هو كل شخص اتجه إلى دولة ما (السياحة الدولية)، أو في مكان يقع داخل الدولة التي يقيم فيها (السياحة الداخلية)، شرط ألا يكون الهدف الرئيسي من الزيارة ممارسة نشاط مريح في المكان المزار."³

تعريف اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة (1967): أوصت هذه اللجنة باستخدام تعريف زائر كما قرره مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين في روما 1963. لكنها حددت، في نطاق تعريف الزوار، فئة منفصلة منهم يطلق عليها زوار ليوم أو مسافرو رحلات سريعة. وتضم هذه المجموعة الفرعية: زوار في رحلات ليوم، عابري

¹ حسين كفاي، رؤية عصرية للتنمية السياحية للدول النامية، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1991، ص 15.

² Pierre Py, Op.cit. p 15,16.

³ Joël Raboteur, Op.cit. p 9.

الحدود لأغراض غير العمل، المسافرون في رحلات بحرية، الزوار العابرون الذين لا يقضون الليل في مكان للإقامة داخل الدولة.¹

المطلب الثاني: نشأة السياحة وتطورها

عرفت السياحة عدة مراحل تطورت من خلالها إلى الشكل الذي تُعرف به حالياً.

أولاً: نظريات نشأة السياحة: حاولت مجموعة من النظريات تقديم تفسير مقبول لنشأة حركة السياحة داخلياً وخارجياً.

1- النظرية التاريخية: تركز على خاصية التنقل والترحال، فمنذ القدم كان الإنسان ينتقل بحثاً عن الطعام والمأوى الأكثر أمناً، وبالتالي فإن الانتقال هنا يكون للضرورة، لكن السياحة في جوهرها هي عملية اختيارية لا ترتبط بالحياة التقليدية ومتطلباتها.

2- النظرية الدينية: ترى هذه النظرية أن نشأة السياحة مرتبطة بالمعتقدات الدينية، فلكل دين سماوي أو وضعي مكان مقدس يحج إليه أتباع هذه الديانة، ومع تطور وسائل النقل واستتباب الأمن أصبح الحجاج يستطلعون معالم المنطقة التي يؤدون فيها الحج، ما أدى إلى توسع نطاق حركتهم وظهور رحلات منفصلة إلى دول أخرى.

3- النظرية الاجتماعية أو الطبقيّة: تقوم هذه النظرية على أساس أن السياحة، في بدايتها، كانت تقتصر على طبقة الأمراء والنبلاء، نظراً لامتلاكهم لعنصري المال ووقت الفراغ، وهما العنصران الأساسيان للقيام بالسياحة، كما أن هذه الطبقة هي الطبقة المتعلمة والمثقفة في المجتمع، لذا كانت المواقع التاريخية والأثرية تثير اهتمامها، ومع مرور الوقت حذت باقي طبقات المجتمع حذو هذه الطبقة.

4- النظرية الحديثة: تعتبر هذه النظرية أن السياحة ارتبطت بتطور الصناعة، ومن بين آثار هذا التطور: إنتشار التلوث، ظهور التجمعات السكانية الكبيرة، كما أصبحت الحياة تتسم بالتوتر والقلق. كل هذه الأسباب مجتمعة كانت دافعا للترويج عن النفس وذلك بقضاء الإجازات في الأماكن الهادئة. كما أدت الصناعة إلى رفع المستوى المعيشي للسكان وتوفير متطلبات الحياة المريحة، كتوفر الخدمات والمرافق ووسائل النقل، مما جعل السفر عملية مريحة، آمنة وسريعة.²

¹ يسري دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 18، 19، 20.

² مصطفى يوسف كافي، إقتصاديات السياحة، دمشق: سلسلة الرضا للمعلومات، 2008، ص 19.

يرجع تاريخ تنظيم أول رحلة سياحية إلى سنة 1841، عندما نظم الإنجليزي توماس كوك أول رحلة جماعية بالقطار داخل بريطانيا لحوالي 570 فردا وحقق منها أرباحا كبيرة. أما أول رحلة سياحية نظمت لعدد من الدول الأوروبية كانت سنة 1845، وأول رحلة سياحية من بريطانيا إلى أمريكا انطلقت سنة 1866، وأول رحلة من أوروبا لزيارة الأراضي المقدسة نُظمت سنة 1870، وأول رحلة حول العالم تم تنظيمها سنة 1872، أما ظهور أول شركة سياحية فيرجع لسنة 1841.

ثانيا: مراحل تطور السياحة

عُرفت السياحة منذ القدم بوصفها ظاهرة طبيعية تقوم على انتقال الإنسان من مكان إلى آخر لأسباب متعددة، وقد كانت ظاهرة السفر في فجر التاريخ بسيطة وبدائية في مظاهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها، ثم تطورت هذه الظاهرة حتى أصبحت في عصرنا الحالي علما قائما بحد ذاته، ونشاط له أسسه وتأثيراته المختلفة.

1- مرحلة ما قبل التاريخ:

كان السفر والترحال جزءا من حياة الإنسان، فرضته عليه الطبيعة بحثا عن تحسين الظروف المعيشية المادية وتوفير مستلزماته، وقد ساعده على ذلك معرفته للطرق من حيث السمات والتوزيع الجغرافي.

ازدهرت ظاهرة السياحة في عصر الإمبراطوريات: الفارسية، الآشورية، اليونانية، المصرية والرومانية، كان السفر في هذه الفترة بغرض التجارة وأداء المهام العسكرية والقيام على شؤون البلاد الواقعة تحت سيطرتها، وقد ارتبطت هذه الحركة بأهداف محددة، فحركة الجيوش والغزاة كانت لغايات سياسية وعسكرية واقتصادية، والسفر للأماكن المقدسة كان لأسباب دينية، أما الرحالة والمستكشفون فكانت أسفارهم لأهداف علمية واقتصادية، وتمثلت أبسط أشكال السفر في تنقل البدو بحثا عن الكأ والماء، وكذلك الحال في سفر الحرفيين 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، ولكنها مع ذلك لم تقتصر على السفر من أجل التجارة أو الأغراض العسكرية.¹

يُعد الفينيقيون من أشهر الشعوب القديمة التي اشتهرت بحب المغامرة واهتمت بالترحال البحري من فينيقيا إلى أنحاء البحر الأبيض المتوسط خاصة الحوض الغربي. نتيجة هذا الترحال أسس الفينيقيون على الساحل مدينة قرطاج عام 840 ق.م كما بنوا مدنا على سواحل إفريقيا وغرب جزيرة صقلية وجزر سردينيا وكورسيكا والبلبار وكناريا وإيبيريا وبلاد الغال وحتى الساحل الجنوبي الغربي لإنجلترا وشمال غرب إفريقيا، كما عبروا مضيق جبل طارق ثم سواحل غرب إفريقيا، بحثا عن المعرفة والمكاسب المادية.

¹ منال عبد المنعم مكية، السياحة: تشريعات ومبادئ، الطبعة الأولى، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000، ص 93.

كان اليونانيون يتنقلون بين الجزر باستخدام القوارب ويقيمون الاحتفالات الدينية على المسارح المنتشرة في مختلف المناطق اليونانية، كما تعددت رحلات اليونانيين خارج وطنهم ومن أشهر هذه الرحلات التاريخية رحلة هيرودوت إلى جزر البحر الأبيض المتوسط والسواحل الشمالية لإفريقيا حتى طنجة غربا وإلى آسيا وإقليم السند، والتي تعرف من خلالها على عادات وتقاليد هذه الشعوب ونظمهم السياسية ووسائل التطبيب المعروفة لديهم، وسجل أسفاره في تسعة مؤلفات عكست شغفه بتاريخ الدول لذا لُقّب بأب التاريخ¹، إضافة إلى استضافة اليونان لرحلات سياحية جماعية من البلاد الأوروبية المجاورة لحضور الألعاب الأولمبية الأولى التي نظمت سنة 776 قبل الميلاد.²

استطاع المصريون التعرف أكثر على جغرافية بلادهم لكثرة أسفارهم وتنقلاتهم، مما ساعدهم على تجهيز وتحسين الطرق³، وقد عرفت مصر أول أشكال الترويج السياحي نتيجة كثرة الرحلات التي قام بها المصريون القدامى بين أقاليم مصر المختلفة، إضافة إلى عوامل أخرى منها تعدد الأعياد والاحتفالات الدينية التي كانت تشهد مصر خلالها تحرك كثيف للسكان اتجاه المراكز العمرانية للمشاركة فيها، كثرة المراكز الثقافية المنتشرة عبر كافة المدن والقرى المصرية القديمة التي كانت تشكل مزارات هامة لطبقة المثقفين ورجال الدين. حيث تُسجل الرسوم الجدارية بالمعابد حركة السفر والترحال بين أقاليم مصر المختلفة خاصة في فترة الأعياد والاحتفالات الدينية التي تشهد خلالها حركات تنقل واسعة للأفراد بهدف التعبد وتقديم قربان للآلهة كشكل من أشكال السياحة الدينية⁴، من أمثلة هذه الأعياد نذكر: عيد الحصاد، عيد المشاعل (المصاييح)، عيد تيخي (السكر)، عيد اليوم الجديد (النيروز)، عيد الربيع (شم النسيم)، عيد أمون، عيد المعبودة ايزيس، عيد حنحور.⁵ هذا ولم يقتصر نشاط السفر والسياحة على التحرك داخل حدود مصر، بل امتدت الرحلات لتتجاوز الحدود السياسية لمصر وتصل إلى الأقاليم المجاورة شمالا وجنوبا. أخذت السياحة خلال هذه الفترة إحدى الأشكال التالية: إما السفر من أجل التجارة والأعمال المتعلقة بشؤون الدولة، حيث قطع التجار مسافات طويلة بغرض التبادل التجاري مع قبائل ودول أخرى، وكانت هذه الرحلات محفوفة بالمخاطر والمشقة، نظرا للطرق غير المعبدة وغير الآمنة وسبل النقل غير المريحة، أو السفر لأداء طقوس دينية، بالإضافة إلى السفر بغرض المغامرة وبحثا عن الشهرة والمال.

¹ آمنة أبوحجر، مرجع سبق ذكره، ص 14.

² فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص 35.

³ المرجع نفسه، ص 38.

⁴ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 17.

⁵ محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 21.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

كما عرفت الشعوب القديمة سياحة الاستحمام خاصة الفينيقيين والمصريين القدماء والرومان الذين كانوا يقضون عطلاتهم على سواحل بلادهم أو في مصر.¹

ساعد السلام النسبي في عهد الرومان على نمو العلاقات التجارية داخل الإمبراطورية الرومانية ومع الدول المجاورة كذلك، كما ساعد على ازدهار السفر في الإمبراطورية الرومانية توفرها على عملة نقدية معترف بها في كل أرجاء الإمبراطورية وكذا شبكة الطرق التي غطت أقاليم الإمبراطورية وسلسلة الحانات وتعدد مراكز الراحة وتوافر عاملي الأمن والسرعة وانتعاش الأحوال الاقتصادية، ما أدى إلى وجود طبقة الأغنياء التي اتجهت خارج حدود إيطاليا إلى مصر لزيارة المعابد والأهرامات التي ذاعت شهرتها آنذاك. وهي نفس الظروف التي تؤثر الآن في تطوير السياحة، مثل السلام والاستقرار السياسي والرخاء الاقتصادي ووجود نظام مواصلات.²

يشير عدد كبير من المؤرخين إلى أن الرومان هم أول شعوب الحضارات القديمة التي اهتمت بشغل أوقات الفراغ بالسفر والترحال طلبا للمتعة، كما شكلت تحركات رجال الدولة في الإمبراطورية مترامية الأطراف جانبا من حركة السفر، بالإضافة إلى انتقال الجيوش لتأمين الأهداف الرئيسية، وكذا لمشاهدة المباريات الرياضية وخاصة المصارعة والمهرجانات السنوية التي اشتهرت بها المدن الرومانية.³ وبانتشار المسيحية في أنحاء الإمبراطورية الرومانية ظهرت حركة السفر الدينية في القدس وبيت لحم في فلسطين.

2- مرحلة العصور الوسطى والحضارة الإسلامية:

امتدت هذه الفترة ما بين القرن الخامس ونهاية القرن الخامس عشر، واتسمت بتعدد الرحلات التي قام بها كل من الأوروبيين والمسلمين.⁴

مرحلة العصور الوسطى بأوروبا: لم تعرف السياحة بمفهومها الحالي، حيث استمر السفر بطريقة بدائية كما كان سابقا، ويطلق على هذه الفترة "عصور الظلام"، حيث نشأت فيها صراعات دينية بين الدويلات والإقطاعيات وكان للغزوات والحملات الحربية في تلك الفترة دور في التعرف على مناطق وطرق جديدة.

لكن مع بداية القرن الحادي عشر بدأت الكنيسة في تشييد الكنائس والكاتدرائيات خاصة في فرنسا وإيطاليا، كما عرفت هذه الفترة قيام بعض المغامرين والمكتشفين بأسفار طويلة في البحار، من أشهرها تلك الرحلات التي

¹ Pierre Py, Op.cit. p8.

² محمد صبحي عبد الحكيم، جغرافيا السياحة، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2003، ص 54.

³ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 18.

⁴ المرجع نفسه، ص 39.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

قام بها الراهب كوزماس الذي أبحر في البحر الأبيض المتوسط والبحر الأحمر والخليج العربي ووصف رحلته إلى الهند والمستكشف الإيطالي ماركوبولو في القرن الثاني عشر حيث وصل إلى الصين وألف مجموعة من الكتابات حول هذه الرحلة¹، وكذلك رحلة كريستوفر كولومبس مكتشف أمريكا سنة 1492، ورحلة فاسكو دي جاما الذي زار خلالها إفريقيا واكتشف طريقا بحريا يربط بين أوروبا وآسيا ويمر بعيدا عن الأراضي العربية.

تميزت هذه الرحلات بطول مدتها، وذلك راجع لكون وسائل النقل المستخدمة فيها تعتمد على القوى الطبيعية والعضلية، وكذا طول المسافات بين المناطق.²

مرحلة الحضارة العربية الإسلامية: في نفس هذه الفترة اهتم العرب والمسلمون بعمليات السفر والترحال منذ القدم، فقد جمعوا بين الاكتشافات الجغرافية والتأليف العلمي، نتيجة قيامهم برحلات إلى مناطق متباعدة من العالم حيث عرف العرب بحب التنقل والأسفار، نتيجة طبيعة حياتهم الرعوية واشتغالهم بالتجارة (رحلتي الشتاء لليمن والصيف للشام) ورحلات عديدة لبلاد فارس والهند وبيزنطة، إضافة إلى الغزوات بهدف الدعوة إلى الإسلام في شبه القارة الهندية في الشرق وشمالي إفريقيا وجنوبي أوروبا والحركة التجارية التي امتدت حتى جزر اليابان وكوريا شرقا ومعظم آسيا بما فيها المناطق الشمالية وجزر الهند الشرقية وقارة أفريقيا وأوروبا، وكذا الأقاليم الواقعة حول بحر قزوين والشمال الشرقي من البحر الأسود.

دعت آيات القرآن الكريم الإنسان إلى التعرف على هذا الكون وعلى التنقل طلبا للرزق والعلم: "هو الذي جعل لكم الأرض ذلولا فامشوا في مناكبها وكلوا من رزقه وإليه النشور" سورة الملوك: الآية 15. ومن المعلوم أن الحج كركن من أركان الإسلام جعل من كل مسلم قادر على أدائه رحالة، كما أتاح للمسلم التعرف على أمم وشعوب مختلفة: "وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم" سورة الحجرات: الآية 13.

إلى جانب العوامل السابقة شكل التطور الذي عرفته العلوم والآداب والفنون في العالم الإسلامي عامل جذب للزوار من خارج الدولة الإسلامية، إلى جانب التجارة والرغبة في الكسب، وهو ما رسخ القواعد الأولية لمفهوم السياحة عن طريق الرحالة العرب الذين شكلت كتاباتهم عن العديد من أقاليم العالم وما حوتها من معلومات ووثائق سياحية دقيقة، كما ضمت العديد من المدن العربية والإسلامية مباني وتجهيزات خاصة بإقامة النزلاء والزوار وتوفير الراحة لهم.

¹ أمينة أبوحجر، مرجع سبق ذكره، ص 14، 18.

² فؤاد بن غضبان، مرجع سبق ذكره، ص ص 40، 42.

3- المرحلة الحديثة (عصر النهضة السياحية):

تمتد هذه المرحلة ما بين القرن السادس عشر ونهاية القرن التاسع عشر، خلال هذه الفترة تأصلت فكرة السياحة بمفهومها الحديث، وهو السفر من أجل المتعة والراحة أو لأسباب أخرى دينية أو صحية.

لم تعد السياحة في هذه المرحلة مجرد حركة تنقل وسفر، بل أصبحت ظاهرة لها أبعادها الاقتصادية والاجتماعية التي جعلت منها ظاهرة تستحق الاهتمام، وقد ساهمت التحولات الزراعية والصناعية والحضرية والثقافية التي شهدتها هذه المرحلة في بروز السياحة كنشاط اقتصادي له أهمية لا تقل عن أهمية باقي القطاعات الاقتصادية. ومع نهاية هذه المرحلة لم تعد السياحة مقتصرة على العائلات الإقطاعية بل انتقلت إلى الشرائح السكانية ذات المستويات المختلفة، ما أدى إلى تزايد عدد السياح وتكثيف النشاطات السياحية.

كما تميزت هذه الفترة بنهضة فكرية وعلمية سادت أوروبا سمحت لها بالتخلص من القيود السابقة فسعت إلى معرفة العالم من حولها، كما يُعرف عصر النهضة بأنه عصر الاستكشافات الجغرافية الحديثة بفضل التقدم الذي عرفته صناعة المراكب التي سهلت التنقل إلى مناطق وقارات بعيدة¹، وانتشار الثورة الصناعية² والإصلاح الديني وثورة النقل مما أدى إلى تنشيط الحركة السياحية.

بدأت الإشارات الأولى لبدء السياحة في القرن الثامن عشر حيث اعتاد أبناء الطبقة العليا من الإنجليز على القيام برحلة عرفت باسم "الرحلة الكبرى" وكانت رحلة ذات طابع تثقيفي تشمل زيارة معالم عدة دول أوروبية كفرنسا، إيطاليا، ألمانيا، بريطانيا، وقد تميزت بطول مدتها التي كانت تتجاوز أحيانا ثلاث سنوات بهدف التعرف على أسلوب معيشة الشعوب الأخرى واكتساب لغتهم.³

خلال هذه المرحلة صنف أوروبا الرحلات السياحية إلى صنفين: السياحة الكبرى وهي التي يقطع فيها السائح مسافات طويلة ويعبر الحدود السياسية الفاصلة بين الدول، والسياحة الصغرى وهي تلك التي يقطع فيها مسافات قصيرة تقتصر على أقاليم محدودة داخل الدولة.

¹ آمنة أبوجحر، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² يرى كل من Marc Boyer وLaurent Tissot أن السياحة هي وليدة الثورة الصناعية في مؤلفيهما: L'invention du tourisme (2000), Naissance d'une industrie touristique (1996).

³ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 22، 23.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

كما انتقل مفهوم السياحة خلال هذه المرحلة من سياحة الطبقة الواحدة إلى السياحة الجماعية، ففي السابق كانت السياحة تقتصر على طبقة الأغنياء، خاصة أن معظم الرحلات السياحية كانت تقطع مسافات طويلة¹ لزيارة الكنائس والحصول على البركة والغفران من رجال الكنيسة، أو قصد عيون المياه المعدنية للاستفادة من خصائصها العلاجية للاستشفاء.

ساهم التقدم الاقتصادي والتطور الحضاري الذي شهدته أوروبا خلال هذه المرحلة في قيام الأفراد بتنظيم رحلات خاصة تهدف إلى المتعة والرغبة في الترويح عن النفس، وقد ساعد على ذلك تعدد العطلات وطول فترة الإجازة السنوية، كما شهدت هذه الفترة تطور الآلة باختراع الآلات البخارية و ظهور القاطرة والباخرة والسيارة ثم الطائرة. يمكن أن نرجع أسباب التقدم الذي شهدته السياحة في هذه الفترة إلى مجموعة العوامل الآتية:

تطور وسائل النقل، زيادة وتضخم الثروات نتيجة لانتشار الاستعمار في معظم الأقاليم، الرغبة في استطلاع مناطق من العالم مثل إفريقيا وأستراليا، وكذلك حب التعرف على الشعوب الأخرى خاصة البدائية منها، تزايد وقت الفراغ والاهتمام الرسمي بالترويح وشغل وقت الفراغ كجزء أساسي للحفاظ على صحة الإنسان وزيادة قدرته الإنتاجية، ظهور وكالات وجمعيات ومنظمات متخصصة في السياحة.²

وقد عرفت السياحة مرحلة جديدة في تطورها منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، حيث بدأت النظم الاجتماعية في العالم تتجه نحو تحقيق استقرار الطبقة العاملة التي بدأت بدورها بتنظيم اتحادات للدفاع عن حقوقها، مما أدى إلى تطور الحركة الجموعية وارتفاع مستوى الدخل، والذي تمخض عنه تبني اتفاقية دولية حول الإجازات مدفوعة الأجر سنة 1936 ما جعل من السياحة ظاهرة جماهيرية.³

كما تميزت هذه المرحلة بظهور طبقة متوسطة جديدة، وتدخلت الدولة بكافة إمكاناتها للنهوض بالسياحة لدعم الاقتصاد الوطني، لذا سعت الأجهزة السياحية إلى تخفيض تكلفة السفر وتطوير وسائله حتى يتسنى لها جذب هذه الطبقة، كما تطورت أماكن الإقامة وأنشئت فنادق مختلفة الدرجات لتناسب مع كافة مستويات الدخل.

وقد ارتبطت السياحة الحديثة بتحسين صحة الإنسان، خاصة بعد أن أثبتت الإحصائيات الدولية للوفيات أن العديد من الأمراض كاضطراب الدورة الدموية وأمراض القلب والأمراض المتصلة بالجهاز العصبي والسرطان تصيب

¹ فؤاد بن غضبان، مرجع سبق ذكره، ص 43.

² المرجع نفسه، ص 44.

³ G. Gazes, R.Lanquar et Y. Raynourad, **L'aménagement touristique**, Que Sais-Je ? Presses Universitaires de France, 1981, p 3.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

الإنسان في مختلف الأعمار، نتيجة لعدة أسباب أهمها: كثرة العمل وتأثير الآلات الميكانيكية الحديثة، عملية التركيز والضغط على العقل طوال الوقت، الحياة الروتينية التي يعيشها الأفراد.

كما أنه خلال هذه الفترة اتسمت السياحة باشتداد حدة المنافسة، لذا سعت الدول إلى البحث عن طرق جديدة لتحقيق المتعة والاستجمام، باستغلال الإمكانيات الطبيعية مثل الشواطئ والجبال والغابات¹ وتوفير أحسن الظروف الطبيعية من أجل الحفاظ على صحة الفرد وإشباع رغباته، وبذلك ظهرت الرحلات الترفيهية، واتجه معظم السياح الأوروبيين من الشمال نحو الجنوب، ما أدى إلى ازدهار حركة السياحة في النمسا، إيطاليا، إسبانيا، اليونان وفي شرق أوروبا مثل المجر، رومانيا وتشيكوسلوفاكيا.

مع التطور السريع في وسائل النقل بدءا من تطور صناعة السيارات مروراً بتطور صناعة الطائرات النفاثة، أصبح من الممكن تنظيم رحلات سياحية إلى دول ومناطق بعيدة، كما ساعد ذلك في تزايد نشاط حركة السياحة العالمية، إلى جانب هذا ساهم الانخفاض النسبي لتكاليف النقل في مشاركة متوسطي الدخل في الرحلات المتوجهة نحو المنتجعات القريبة من التجمعات السكانية الرئيسية والمراكز الصناعية وذلك في قارتي أوروبا وآسيا.

4- المرحلة المعاصرة (عصر الصناعة السياحية):

يُعتبر القرن العشرون قرن السياحة حيث أن التغيرات الجوهرية التي عرفت العلاقات الدولية والعلاقات الاقتصادية أدت إلى خلق نظام عالمي جديد كان له تأثير واضح على السياحة، لأن السياحة لا يمكن أن تنمو وتتطور إلا إذا تحقق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي وتحسنت العلاقات بين الدول والشعوب.

شهد القرن العشرون أيضا تطورا موازيا في المنشآت السياحية خاصة الفنادق حيث ظهرت الفنادق العملاقة التي تزيد غرفها عن الألف غرفة، كما ظهرت القرى السياحية والمنتجعات، وأصبح تخصص إدارة الفنادق تخصصا علميا مطلوباً، وأصبح هناك شركات الإدارة الفندقية العالمية التي تُدير سلاسل فندقية وشركات عالمية أخرى تدير مطاعم في جميع أنحاء العالم.

كما يعتبر هذا القرن المقاصد السياحية، إذ زاد عدد الدول المستقبلة للسياح، وأصبحت السياحة نشاطا يحتل مكانة هامة في اقتصاديات الدول التي تبنت سياسة تنويع المنتج السياحي.²

تُعد هذه المرحلة مرحلة تأصيل مضمون ومفهوم ظاهرة السياحة، كنتيجة لاستقرار الأوضاع السياسية واهتمام الحكومات بالجوانب الاجتماعية والنفسية للسكان في العديد من دول العالم، إضافة إلى مساهمة النقابات العمالية

¹ فؤاد بن غضبان، مرجع سبق ذكره، ص 46.

² أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 30.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

في إصدار القوانين والتشريعات المتعلقة بحق العمال في الحصول على الإجازات مدفوعة الأجر، مما أحدث تغييرا جذريا في مفهوم السياحة وأهدافها المتمثلة في البحث عن الاستجمام والاسترخاء والمتعة بكافة الوسائل وباستغلال كافة موارد البيئة.¹

لذلك يعد القرن العشرون مرحلة ترسيخ الصناعة السياحية، ويرجع ذلك لعدة أسباب أهمها:

- تنوع وسائل الإعلام التي سهلت التعرف على مناطق الجذب السياحي من خلالها.
- تشجيع الدول المستقبلية للسياح وحرصها على تنمية المناطق السياحية والحفاظ على مظهرها الحضاري.
- زيادة أوقات الفراغ والإجازات السنوية مدفوعة الأجر وتشجيع سياحة الخوافر، بالإضافة إلى ارتفاع المستوى الثقافي والاجتماعي للأفراد.
- اهتمام معظم الأقاليم السياحية بتوفير التسهيلات السياحية، الذي يحتاجها السائح منذ تركه بلاده حتى وصوله داخل منطقة المزار السياحي.
- التطور الهائل في وسائل النقل وانخفاض تكلفتها، وخاصة النقل الجوي الذي يتميز بالسرعة والراحة.
- انتشار فكرة الرحلات السياحية الجماعية ذات التكلفة المنخفضة، التي تجذب إليها أصحاب الدخل المتوسط.
- انتشار فكرة المنتجعات السياحية في العديد من الدول، وهي تعتمد في نشاطها على استخدام أساليب عديدة لجذب السياح.²

أوجدت مجمل الأوضاع السابقة الظروف المواتية للإنسان لتمضية أوقات فراغه لاستعادة قدرته على مواصلة العمل وزيادة الإنتاج وبالتالي زيادة الدخل، ومن هنا نشأت الحاجة لوجود نشاط خاص مهمته تنظيم واستثمار أوقات الفراغ أو ما يعرف بصناعة السياحة.³

أصبح الإحساس بالطبيعة في هذه المرحلة أحد دوافع السياحة الترفيهية والرياضية، فزاد الاهتمام بالمناطق الجبلية والغابية، وأصبحت الجبال خاصة جبال الألب في أوروبا وجهة للسياحة الترفيهية والاستجمامية في فصل الصيف، أما في فصل الشتاء فانتشرت رياضة التزلج على الجليد، وقد نجم عن ظهور السياحة الرياضية والتمتع بالمظاهر الطبيعية، بعيدا عن ضوضاء المدن وروتين العمل، تزايد أعداد السياح، الأمر الذي أدى إلى إنشاء الكثير من المرافق والمنشآت السياحية في المناطق السياحية في أنحاء أوروبا.

¹ فؤاد بن غضبان، مرجع سبق ذكره، ص 47.

² المرجع نفسه، ص 48.

³ Isabel Babou, Philippe Callot, **Que Serait le Tourisme Sans Pétrole?** L'Harmattan, Paris, 2012, p 43.

اهتم الباحثون خلال العقود الماضية بدراسة السياحة كصناعة مستقلة، ولم يتم تناول السياحة بمنظور تنموي من وجهة نظر اقتصادية واجتماعية، وقد برزت أهمية التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية للسياحة ودورها في تنمية اقتصاديات الدول خاصة الدول النامية، مما دفع بالباحثين إلى الاهتمام بالتنمية السياحية، ومع تزايد حجم الحركة السياحية بين الدول في أواخر القرن العشرين أصبحت التنمية السياحية تمثل أحد قطاعات التنمية شأنها شأن التنمية الزراعية أو الصناعية.¹

المبحث الثاني: أهمية السياحة

تتعدد الدوافع التي تؤدي بالفرد إلى اختيار وجهة سياحية معينة، كما ترتبط أنواع السياحة بهذه الدوافع حيث أن كل نوع أو شكل من أشكال السياحة هو انعكاس لتلبية رغبة السائح. من جهة أخرى، يترتب عن الظاهرة السياحية آثار على البيئة والمجتمع والاقتصاد وعلى السياسة كذلك، وهو ما سيتم تناوله في هذا المبحث.

المطلب الأول: دوافع السياحة وأنواعها

أولاً: دوافع السياحة

كلمة دافعية مشتقة من يدفع أي يجعل شخصاً يتصرف بطريقة معينة، كما قد تعني هذه العبارة إثارة الاهتمام. أما الدافع فهو عامل نفسي، واعي أو غير واعي، يحث الشخص على التصرف بطريقة معينة.² في المجال السياحي، يُقصد بالدافع الرغبة التي تدفع الإنسان للقيام بالرحلة السياحية، وكذلك تفضيله لأماكن معينة دون غيرها.

حسب المنظمة العالمية للسياحة، تتمثل دوافع السفر فيما يلي:

- التسلية، الترفيه و قضاء العطل.
- زيارة الأقارب والأصدقاء.
- الصحة (العلاج بمياه البحر، العلاج المائي).
- أعمال وأسباب مهنية.
- مهمات أو اجتماعات مختلفة (ملتقيات، إتفاقيات، مؤتمرات).

¹ Isabel Babou, Philippe Callot, Op.cit. p 18.

² Jean Pierre Lozato Giotart, Michel Balfet, Op.cit. p 42.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- دوافع أخرى مثل: النشاطات الرياضية، الرحلات المدرسية، التظاهرات، الحج.¹

عدّد Lundberg في كتابه "The tourist Business" الصادر سنة 1980 حوالي ثلاثين دافعا نحو السياحة، في محاولة للإجابة على السؤال التالي: لماذا يسافر السياح؟ كما ذكره مثنى طه الحوري في مؤلفه (الإرشاد السياحي).²

- كثرة وتعدد المغريات والفرص الترويجية المرتبطة بالسفر، ما يتيح للأفراد حرية الاختيار.
- إمكانية زيارة الماضي والاستمتاع بالعودة إليه، وزيارة الأهل والأقارب.
- السفر للأعمال، حيث تُدمج المتعة مع العمل.
- السفر بهدف المغامرة والتجربة والتحدي.
- السفر للتعلم والاستكشاف.³

ثانيا: مصادر الجذب السياحي

ليس هناك مصادر جذب سياحي في حد ذاتها ولكن هناك مصادر قابلة للاستغلال والاستعمال في ظل توفر جملة من الشروط التكنولوجية والاقتصادية. يمكن تصنيف هذه المصادر كما يلي:

1- المصادر الطبيعية: تشكل مزيجا يجمع بين: المناخ، البحر، الغابة، الساحل، الحيوانات والنباتات، التضاريس، الماء، الشمس، الينابيع الحارة والباردة والشلالات، المنتزهات والحدائق، المناطق الشاطئية والبحرية، المناظر الطبيعية الخلابة، مناطق ذات خصائص طبيعية مميزة. يزداد الطلب السياحي على منطقة معينة كلما زادت مصادرها الطبيعية وسهّل الوصول إليها.⁴

2- المصادر الإنسانية: يعتبر رأس المال البشري العنصر الرئيسي في الصناعة السياحية، حيث أن اليد العاملة المؤهلة هي التي تدير المنشآت السياحية، و توفر شروط حسن استقبال السياح.

3- المصادر الحضارية والثقافية: تشمل نمط الحياة والتراث التاريخي للمنطقة وكذا الأنماط الثقافية والعادات والتقاليد، إضافة إلى التظاهرات الفنية، المهرجانات الموسيقية، المهرجانات الدولية، المعارض، التجمعات الأدبية والثقافية الدولية، التظاهرات الرياضية، التقنية والعلمية، المواقع الأثرية والتاريخية والثقافية، شواهد مثل السدود

¹ Jean Pierre Lozato Giotart, Michel Balfet. Op.cit. p 6.

² مثنى طه الحوري، الإرشاد السياحي، الطبعة الأولى، عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2002، ص ص 47، 48.

³ المرجع نفسه، ص ص 49، 50.

⁴ خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، الطبعة الأولى، عمان: دار وائل للنشر، 1999، ص 26.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

والمدن الحديثة. الصناعات الفنية واليدوية، المعالم الحضارية، المتاحف والمرافق الثقافية والحضرية الأخرى، المهرجانات الثقافية، الأنشطة الثقافية المسلية.¹

4- مصادر إقتصادية: وجود مصانع، مراكز تقنية، شروط اقتصادية مشجعة للحصول على السلع والخدمات بأسعار منخفضة، سواء لأن تكلفة المعيشة منخفضة أو لتوفر التسهيلات الجمركية.

5- التسهيلات: تتضمن جملة من الإجراءات تتعلق ب:

الإقامة: تنوع وسائل الإقامة (فندق، موتيل، نزل)، ينفق السائح جزءا من ميزانيته على أماكن الإقامة، لذا يجب على الدولة المضيافة أن تدرس حاجات وأذواق السوق السياحي لجذب أكبر عدد من السياح وإشباع رغباتهم.

الأطعمة والمشروبات: تعمل أغلب المناطق السياحية على ترويج مأكولاتها ومشروباتها المحلية، وتشجيع السائح على تجربة أطباقها التقليدية التي تكون عادة غير مألوفة لديه.

الخدمات: تتعلق هذه الخدمات بمحلات التحف، المتاجر، المرشدين السياحيين.

البنية التحتية الأساسية: تضم شبكات عديدة منها شبكة المياه، شبكة المواصلات، الخدمات الصحية، شبكة الاتصالات، الطاقة، الخدمات الأمنية.

النقل: تلعب شبكة النقل دورا أساسيا في نمو السياحة حيث أن سهولة الوصول إلى المناطق السياحية يتطلب ربطها بشبكة من الطرق البرية، الجوية وحتى البحرية، لتمكين السائح من زيارة مختلف الأماكن السياحية بسهولة مع توفير عنصري الراحة والأمن.

الضيافة: يعتبر حسن الضيافة عنصرا هاما في تنشيط السياحة حيث أن شعور السائح بالترحاب من سكان المنطقة يشجعه على زيارتها مرة أخرى، فالذكريات التي يكونها نتيجة التفاعل مع سكان المنطقة السياحية أو مع سياح آخرين وكذا العاملين في المنشآت السياحية كالمطاعم والفنادق تبقى راسخة في ذهن السائح.

يتطلب ترسيخ سلوك حسن الضيافة بذل جهود من طرف القطاعين العام والخاص لتوعية قاطني المناطق السياحية بدورهم الفعال في تطوير الصورة السياحية لمنطقتهم، وجلب السياح وتزويدهم بالمعلومات الضرورية حول المنطقة السياحية، وكذا دور السياحة وأهميتها على المستوى الوطني والمحلي.²

¹ منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص 133.

² خالد مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص 29.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

حسب المنظمة العالمية للسياحة، تتمثل أهم عناصر الجذب السياحي فيما يلي:

1- التراث الطبيعي: يضم العناصر الجيولوجية والجيومورفولوجية، العناصر المناخية كالمعدل العام لدرجات الحرارة، معدل الساعات المشمسة، الرياح، مدة الفصول، نقاوة الهواء، المنابع المائية كالشلالات والأنهار والبحيرات، الشواطئ والبحار، الحيوانات والنباتات منها الغطاء النباتي، المناطق المحمية، الرطوبة، هطول الأمطار، بالإضافة إلى مصادر الطاقة المائية الحارة.

2- التراث الإنساني: يضم المعطيات الديمغرافية، شروط الحياة كمعدل الحياة، الدخل، شروط العمل، مستوى تأهيل اليد العاملة، وجود مراكز للتكوين المهني، التأطير النقابي. بالإضافة إلى عقلية ووجهات نظر السكان إزاء الظاهرة السياحية، أيضا التنظيم الاجتماعي ومشاركة السكان في الديمقراطية المحلية، الإقليمية أو الوطنية: الإجازات المدفوعة، تنظيم وقت العمل ووقت الفراغ، تعدد العطل، العادات الاجتماعية فيما يتعلق بالتسلية، المستوى التعليمي والصحي.

3- العوامل السياسية والقانونية: كاستقرار السياسي، صورة المنطقة، القوانين والتشريعات المتعلقة بالتنمية السياحية، توفر مخطط تنمية وطني ومخطط توجيهي للسياحة والتهيئة، احترام معايير الأمن.

4- التراث الثقافي: الآثار، المواقع والنصب التاريخية، هندسة البناء المحلية، العادات والتقاليد والفلكلور الشعبي، الصناعات التقليدية، اللغة، الفن والموسيقى، تاريخ المنطقة، الدين، النظام التعليمي.¹

5- البنى الفوقية: كشبكة الطرق البرية، الجوية، البحرية، والسكك الحديدية.

6- البنى التحتية والتجهيزات المتعلقة بالتسلية: موانئ الترفيه والشواطئ، تهيئة سفوح الجبال لممارسة الرياضة الشتوية، وجود حظائر وطنية وإقليمية ووطنية، محميات وبنى تحتية أخرى للتسلية في الوسط الحضري والريفي.

كذلك مراكز الإقامة الفندقية، المخيمات، القرى السياحية، دور الإيواء، النزل، المطاعم السياحية، الكافيتريات والبارات، ووكالات السفر.

7- المصادر المالية والاقتصادية: مصادر التمويل العمومي والتي تشمل المساعدات المقدمة من طرف الدولة والتأطير القانوني لهذه المساعدات، أيضا المساعدات المقدمة من طرف الجماعات المحلية والإقليمية، مصادر تمويل أخرى (بنكية وغير بنكية)، أنظمة مشجعة على الاستثمار السياحي. إضافة إلى مستوى أسعار المواد الخام،

¹ Joël Raboteur, Op.cit. p 42.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

الأراضي، السلع اليدوية، الخدمات واليد العاملة. يمكن استغلال هذه الموارد الاقتصادية على المدى القصير والبعيد لتنمية قطاع السياحة.¹

ثالثا: أنماط السياحة

صنفت منظمة السياحة العالمية أنماط السياحة في بلد ما حسب المعايير الجغرافية التالية:

السياحة المحلية: تشمل الأشخاص المقيمين في بلد معين، والذين يسافرون ضمن حدود هذا البلد.

السياحة الوافدة: تضم الأشخاص غير المقيمين في بلد ما، والذين يسافرون ضمن حدود هذا البلد.

السياحة المغادرة: تشمل الأشخاص الذين يسافرون إلى بلد آخر.

يمكن دمج الأنماط الثلاثة من السياحة للحصول على التقسيمات السياحية التالية:

السياحة الداخلية: تجمع السياحة المحلية والسياحة الوافدة.

السياحة الوطنية: تجمع السياحة المحلية والسياحة المغادرة.

السياحة الدولية: تجمع بين السياحة الوافدة والسياحة المغادرة.²

هناك أسس أخرى لتصنيف السياحة، نذكرها فيما يلي:

1- وفقا للغرض أو الهدف:

- السياحة لغرض الترفيه، مثل قضاء الإجازات والعطلات الرسمية.
- السياحة لغرض زيارة المتاحف والمعالم الأثرية والأماكن التاريخية.
- السياحة لغرض ممارسة أنواع الرياضة وتحديد الحيوية.
- السياحة لغرض الصحة والعلاج.
- السياحة لغرض التعليم والتدريب.
- السياحة لغرض حضور مهرجانات التسوق.
- السياحة لغرض حضور مباريات الدورات الرياضية.

¹ G. Gazes, R.Lanquar et Y. Raynourad, Op.cit. p p 35, 38.

² منظمة السياحة العالمية، النشرة السنوية للتوصيات حول إحصائيات السياحة العالمية، 1993، ص 15.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- السياحة لغرض حضور المناسبات الثقافية مثل المؤتمرات والندوات ومعارض الكتاب.

2- وفقاً لعدد الأفراد: السياحة الفردية، السياحة العائلية، السياحة الجماعية.

3- وفقاً للفئة العمرية:

- سياحة الطلائع (فئة الأطفال): يكتسبون من خلالها مجموعات مهارات وسلوكيات ومعارف، تأخذ شكل معسكرات صيفية أو رحلات للتعرف على الطبيعة وزيارة الأماكن التاريخية.
- سياحة فئة الشباب: عادة ما يسعى الشباب للبحث عن الإثارة والتجديد وتكوين صداقات، عادة ما تقوم بها الجامعات بالتعاون مع الشركات السياحية.
- سياحة فئة الناضجين: تتميز بكونها سياحة إسترخاء من عناء العمل، تركز على الاستمتاع بالشواطئ، الصحاري، حياة الأرياف والتعرف على التقاليد.
- سياحة فئة المتقاعدين: للبحث عن الاستجمام والراحة والهدوء، لذلك يتم اختيار الأماكن التي تبعد عن المدن المزدحمة والأجواء الصاخبة، زيارة الأماكن التي كان يحلم بزيارتها قبل تقاعده.¹

4- وفقاً للمدة الزمنية:

- السياحة لفترة قصيرة: يقضيها السائح وفق إطار منظم مثل: مهرجانات التسوق، مناسبات الأعياد، والمؤتمرات.
- السياحة الموسمية: ترتبط بموسم سياحي معين، مثل موسم الاصطياف للاستمتاع بالشواطئ أو خلال موسم الشتاء للتزلج على الجليد.
- السياحة العابرة: يقوم بها السائح دون تخطيط مسبق كقيام ركاب العبور برحلة سياحية أثناء عبورهم لدولة ما.

5- وفقاً للنطاق الجغرافي للسياحة:

- السياحة الساحلية: للاستمتاع بالشواطئ الرملية ومياه البحر، وممارسة الرياضة إما على الشاطئ أو التزلج على الماء أو تنظيم رحلات بحرية قصيرة.
- السياحة التاريخية: تشمل زيارة المدن أو الأماكن التي تتواجد فيها مواقع أثرية.

¹ إبراهيم بظاظو، مرجع سبق ذكره، ص 43.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- السياحة الجبلية: تشمل زيارة مواقع الجبال المرتفعة والاستمتاع بتسلق الجبال أو ركوب المصاعد الهوائية لمشاهدة المناظر الطبيعية.
- السياحة الصحراوية: تشمل زيارة الصحاري والواحات والاستمتاع بركوب الجمال.
- السياحة الريفية: تشمل زيارة القرى والأرياف للتعرف عن قرب على العادات والتقاليد وأسلوب الحياة فيها.

6- وفقا لوضعية السائح:

- السياحة الموجهة للسائح الأجانب: تشمل جميع سياح العالم باستثناء مواطني الدولة سواء كانوا مقيمين في الداخل أو الخارج، ويركز هذا النوع على عناصر الجذب السياحي التي جاء من أجلها السائح كالمواقع التاريخية والأثرية، الترفيهية، التسوقية، أماكن الراحة والاستجمام.¹
 - السياحة الموجهة للمواطنين غير المقيمين.
 - السياحة الموجهة للمواطنين المقيمين: يعتبر هذا النوع من أهم أنواع السياحة لأنه يتعلق بمدى القدرة على جذب المواطن والمقيم للاستمتاع بمقومات السياحة الداخلية، وعادة ما يتطلع السياح إلى قضاء الموسم السياحي في مدن أو مواقع غير التي يقيمون فيها.
- يعتمد تطور السياحة على قناعة المؤسسات الرسمية والمجتمعات المحلية في الدولة المضيفة بأهمية هذا القطاع، وأن تكون السياحة نشاطا منظما قائما على المعايير والمواصفات الدولية وأخلاقيات المهنة، إضافة إلى توفر إطار مؤهلة قادرة على إشباع رغبات السياح وتحقيق أعلى درجات الرضا لديهم.
- كما يجب أن تكون السياحة جزءا لا يتجزأ من الاقتصاد الوطني، وذلك بالاعتراف بدورها كصناعة رائدة تكمل وتدعم الصناعات الأخرى في البلد المضيف، وأن تعتمد على أسس علمية وتكنولوجية، وأن تتكيف مع المتغيرات الخارجية.

نلاحظ أن أغلب التصنيفات المتعلقة بالسياحة تأخذ بمعيار أو معيارين سواء السائح أو السفر:

- فئات الدخل التي ينتمي إليها السائح، السن، المستوى التعليمي.
- شكل تنظيم السفر، فردي أو جماعي، شاملة أو أسعار الفائدة الأساسية.
- خصائص السفر، مدته، الدول والمناطق المزارة.

¹ إبراهيم بظاظو، مرجع سبق ذكره، ص 44، 45.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- التجهيزات المستخدمة، وسائل النقل ونوع الإقامة.

- الدافع من السفر: عمل، مهمة، زيارة الأقارب أو الأصدقاء، الرياضة، الدين.¹

أهملت هذه التصنيفات البعد الاجتماعي، لكن التصنيفات الحديثة أخذت بعين الاعتبار موقف السياح من التجربة السياحية، كما حدّد المتخصصون في التسويق الدوافع والخصائص الاجتماعية والمهنية، أشكال السلوك، وهو ما سمح بتحديد أربعة مجموعات من السياح:

المجموعة الأولى: تضم الحضر الذين يبحثون عن البحر، الشمس والشاطئ وممارسة نشاطات ترفيهية وليلية كقضاء وقت في الحانات والملاهي الليلية، كما يفضلون الإقامة في منشآت متوسطة الجودة، ويشتركون تذكارات كدليل على زيارتهم لمكان معين.

المجموعة الثانية: تبحث عن الراحة والاستكشاف، تتراوح أعمارهم ما بين 30 و 50 سنة، تتنوع اهتماماتهم بين: ممارسة الرياضة، التعارف وإثراء الثقافة.

المجموعة الثالثة (السائح الجوال): تنتمي إليها فئة ذات دخل مرتفع نسبياً، تفضل السياحة الثقافية والاجتماعية وكذا الرحلات المنظمة وأماكن الإقامة التقليدية، وسائل السفر السريعة، زيارة الأماكن المذكورة في الدليل السياحي. هدفهم المتعة، تذوق الأطباق المحلية، وحضور النشاطات الفلكلورية.

المجموعة الرابعة (الرحالة): تبحث عن اتصال "حقيقي" مع السكان المحليين والطبيعة دون تأثر بالأفكار والصور المستوردة، تتكون هذه الفئة من جميع الفئات العمرية خاصة فئة الشباب، الذين يبحثون عن المغامرة، وكذا السفر بهدف ديني، فني أو حرفي، هذه الفئة متفتحة على تجربة مطابخ مختلفة، مُعجبة بالفلكلور القديم وكذلك الموضة.²

تكمن أهمية هذا التصنيف في كون أثر السياحة على المجتمعات المضيفة يختلف باختلاف نمط السياحة، كما أن نوع السياح في حد ذاته يرتبط بمرحلة التنمية السياحية التي وصلت إليها الوجهة السياحية.

اخترت التطرق لبعض أنواع السياحة (غير التقليدية)، التي تُراهن عليها الدول لتنويع منتجاتها السياحية، تتمثل هذه الأنواع فيما يلي:

¹ Robert Lanquar, Op.cit, p p 68, 69.

² Ibid. p 70 .

1- السياحة الأخلاقية:

تبنى السياحة الأخلاقية نفس المبادئ التي تقوم عليها التجارة العادلة، حيث يتمثل هدفها الرئيسي في ضمان عودة النفقات أو الاستهلاك السياحي بالفائدة على السكان المحليين قبل المتعاملين السياحيين الخارجيين، كما يتحمل هذا الأخير مسؤولية إنجاز مشاريع محلية كالحفاظ على التنوع البيولوجي، المساهمة في مشاريع تنمية، حفر بئر، بناء مدرسة.

في هذا الصدد، تم تبني العديد من المواثيق الأخلاقية، نذكر منها على سبيل المثال المتعامل السياحي Atalante والدليل Lonely Planet، إضافة إلى "الميثاق الأخلاقي للمسافر" الذي كان الهدف الرئيسي منه تحسيس السياح بالآثار الناجمة عن إقامتهم، ودعوتهم لاحترام الأشخاص، المنافع والثقافة المحلية. وقد تضمن لائحة تضم 26 توصية.¹

كما أن هناك العديد من المواثيق الصادرة عن الفواعل السياحية العمومية والخاصة. فقد أصدرت المنظمة العالمية للسياحة المدونة العالمية لأخلاقيات السائح، من أجل تزويد المتعاملين السياحيين زبائنهم بمجموعة من النصائح قبل سفرهم. كما أن العديد من الجمعيات تعمل في نفس هذا الاتجاه كالاتحاد الدولي للجمعيات السياحية (UNAT).

يشكل هذا النشاط التحسيسي أهمية كبيرة خاصة في ظل سهولة التنقل التي منحتها الصناعة السياحية المعاصرة، كما أن بعض المركبات السياحية تخفي اختلافات ثقافية، كثيرا ما تكون واضحة، بين السياح والمضيفين.²

2- السياحة الإيكولوجية:

تُعرف بـسياحة الفضاءات المفتوحة ويُطلق عليها في بعض الأحيان السياحة الخضراء، كما يطلق عليها السياحة الزراعية أو البديلة. تهدف إلى الاستمتاع بالمناظر الطبيعية والركون إلى الراحة النفسية.

عرفتها المنظمة العالمية للسياحة على أنها: "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي للخلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية، وتحليلات حضارتها ماضيا وحاضرا".³

¹ يمكن الإطلاع عليها من خلال الموقع الإلكتروني: www.atlante.fr

² Isabelle Frochot, Patrick Legohérel, **Le Marketing du Tourisme**, Dunod, Paris, 2007, p 22.

³ بركات كامل النمر المهيترات، الجغرافيا السياحية: الأقاليم السياحية في العالم، الطبعة الأولى، عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2011، ص 146.

أما الجمعية الدولية للسياحة الإيكولوجية International Ecotourism Society فعرفت على أنها: "شكل من أشكال السفر المسؤول في الفضاءات الطبيعية التي تسهم في حماية البيئة ورفاهية السكان المحليين".¹

تطور هذا النمط خلال العشرية الأخيرة، وهو يستقطب السياح الذين يبحثون عن قضاء عطلة للتعرف أكثر على محيطهم الطبيعي والتنوع البيولوجي الذي يتميز به من أنواع حيوانية ونباتية، وذلك من خلال تنظيم خرجات سياحية. يُمكن أن تعتبر هذه السياحة عودة إلى الطبيعة، كما يُمكن للوكالات السياحية التخصص في أسواق خاصة استجابة لمتطلبات السياح مثل ميدان vulcanologie (علم البراكين) أو l'ornithologie (علم الطيور)، كما أن بعض الوجهات السياحية تخصصت في مثل هذا النوع من السياحة ككوستاريكا Costa Rica أرخبيل غالاباغوس Galapagos الواقع شرق المحيط الهادي، والسياحة القطبية في القطب الجنوبي.²

3- السياحة الاجتماعية:

هي سياحة في متناول الجميع، تسمح لعدد كبير من الأفراد بالذهاب في عطلة بأسعار منخفضة، شعارها هو "عطلة للجميع".

ينتمي السياح الذين يمارسون هذا النوع من السياحة إلى الطبقات الاجتماعية التالية: عمال، موظفين، إطارات ذات دخل متوسط، ويتم تمويل السياحة الاجتماعية من خلال الجمعيات التي تتلقى دعماً من الدولة.

تقوم هذه السياحة على نظام التعويض أو التضامن، أي "كل يدفع حسب مستوى دخله"، كما تقوم على تقديم تخفيضات للعائلات حسب عدد الأطفال، وهو ما يعرف بإعادة توزيع الدخل.

تتميز السياحة الاجتماعية بانخفاض مستوى الأسعار فيها مقارنة بالأنماط السياحية الأخرى، تتنوع أماكن الإقامة (قرى سياحية، مخيمات، فنادق الهواء الطلق)، تتميز بكونها ذات طاقة استيعابية منخفضة، وتكون مسيرة من طرف جمعيات ومنظمات السياحة الاجتماعية.³ منها "الفيدرالية الدولية للتخييم" التي يقع مقرها ببروكسل والتي تجمع 28 منظمة وطنية، "نادي التخييم ببريطانيا"، "الفيدرالية الدولية للزوارق" باستوكهولم وتضم 36 دولة، "الفيدرالية الدولية لفنادق الهواء الطلق"، "الإتحاد الدولي لتسلق الجبال"، "الفيدرالية الدولية لنزل الشباب ببريطانيا" والتي تجمع 50 دولة.⁴

¹ Isabel Babou, Philippe Callot, Op.cit. p 82.

² Isabelle Frochot, Patrick Legohérel, Op.cit. p 24.

³ Robert Lanquar, Yves Raynouard, **Le Tourisme Social**, Que Sais-Je ? 1978, p 4, 5, 6.

⁴ Ibid. p 19.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

تم عقد العديد من المؤتمرات الدولية الخاصة بالسياحة الاجتماعية نذكر منها: الأول عقد سنة 1956 ببيرن، الثاني سنة 1959 بفيينا، الثالث سنة 1962 بميلان، كما تم إنشاء المكتب الدولي للسياحة الاجتماعية في 7 جوان 1963 ببروكسل.¹

4- السياحة المتكاملة:

عرفها مركز التجارة العالمي بأنها: "الشراكة بين الصناعة السياحية بمختلف أشكالها والمجتمع المحلي، وذلك بهدف التأسيس لتنمية سياحية تُشجع الترابط والتفاعل بين مختلف الفاعلين في الصناعة السياحية، على أساس الشراكة مع القطاع الخاص، لتنشيط الاقتصاد المحلي وتسهيل دمج المرأة فيه."²

5- سياحة الذاكرة:

هو تعبير حديث، حيث يرجع ظهوره إلى سنة 2000، يُقصد بها "زيارة المواقع المرتبطة بالتاريخ العسكري"، يقوم هذا النوع من السياحة على استكشاف الجمهور للعناصر التراثية وتأمينها، بغرض إثرائها وطنيا وثقافيا واستحضار الماضي.

أما الأنثروبولوجي Jean Didier Urbain فقدم التعريف التالي لسياحة الذاكرة: "تعني تناول السياحة في علاقتها مع الوقت أي في علاقتها مع الوعي بالوقت... سياحة الذاكرة تهدف لمكافحة النسيان".³

6- السياحة الجماعية:

السياحة الجماعية هي نوع من السياحة يقوم أساسا على الاستمتاع بالشمس والشاطئ أو الثلج، برز منذ منتصف القرن التاسع عشر. وهي "تندرج في إطار البحث عن شكل جديد للتنمية، موافق لسياقات الإقليم المستضيف، مع الأخذ بعين الاعتبار مشاكله الخاصة".⁴

7- السياحة الثقافية:

اقترحت كل من المنظمة العالمية للسياحة واللجنة الأوروبية تعريفا عمليا للسياحة الثقافية:

¹ Robert Lanquar, Yves Raynouard. Op.cit. p 21.

² Jean-Marie Breton, **Patrimoine, Tourisme, Environnement et Développement Durable**, éditions Karthala, Paris, 2010, p 65.

³ Ibid. p 108.

⁴ Philippe Duhamel, Philippe Violier, **Tourisme et Littoral : Un Enjeu du Monde**, Paris, Editions Belin, 2009, p 39.

"هي النشاط الذي يجمع جميع تحركات الأفراد الذين يقصدون أماكن ثقافية محددة كالأماكن التاريخية، مراكز فنية، في الأماكن التي تقع خارج مقر إقامتهم المعتاد."¹

كما يمكن تعريفها على أنها "التنقل أين يكون الدافع الرئيسي منه توسيع المدارك، البحث عن معارف جديدة من خلال استكشاف تراث ما والإقليم الذي يتواجد فيه."² تتفرع عن السياحة الثقافية ما يُعرف بـ "سياحة المدينة والتي" تقتصر على استكشاف المواقع والأحياء التاريخية."³

8- السياحة الطبية:

تتمثل في السفر لأغراض صحية كالعلاج، وتعرفه منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE: "هي عندما يختار المستهلكون اجتياز الحدود الدولية بهدف الحصول على علاج طبي، يتعلق بأي تخصص طبي، خاصة طب الأسنان، الجراحة التجميلية، الجراحة اللاحيوية، والمساعدة على الإنجاب."⁴

9- السياحة الجنسية:

اعتمدت منظمة السياحة العالمية سنة 1995 إعلاناً بشأن منع السياحة الجنسية المنظمة، الذي يعرف السياحة الجنسية بأنها "الرحلات المنظمة من داخل قطاع السياحة، أو من خارج هذا القطاع، ولكنها تستخدم هياكله وشبكاته للغرض الأساسي وهو إحداث علاقة جنسية تجارية من قبل السائح مع السكان في الوجهة السياحية."⁵ تنتشر تجارة الجنس في معظم الدول الفقيرة حيث يكون الدافع من السفر إليها إشباع الغرائز الجنسية فقط، خاصة المتعلقة بالقصر، إن هذا النوع من السياحة ليس أحسن حالا من العبودية.⁶

¹ Evelyne Lehalle, **Le Tourisme Culturel**, Editions Territorial, France, 2011, p 11.

² Claude Origet du Cluzeau, **Le Tourisme Culturel : Dynamique et Prospective d'une Passion Durable**, Editions de Boeck, Bruxelles, 2013, p 7.

³ Maria Gravari Barbas, **Aménager la Ville par la Culture et le Tourisme**, Editions le Moniteur, Paris, 2013, p 41.

⁴ Philippe Viotier, **Le Tourisme un Phénomène Economique**, La documentation française, Publication d'Atout France, Paris, 2013, p 72.

⁵ منظمة العمل الدولية، دليل الحد من الفقر من خلال السياحة، الطبعة الثانية، 2013، ص 21.

⁶ Jean-Michel Hørner, Op.cit. p 41.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

السياحة الجنسية هي صناعة مربحة في العديد من بلدان العالم، فالعديد من النساء والأطفال يعملون في هذه الصناعة من خلال بيع أجسادهم من أجل كسب القوت ودعم أسرهم.¹

من بين البلدان المشهورة بهذا النوع من السياحة، نذكر على سبيل المثال لا الحصر: تايلاند، المكسيك، الفلبين، كينيا، كمبوديا، استونيا، نيكاراغوا، غامبيا، الهند، كمبوديا.²

أما السياحة الجنسية المتعلقة بالأطفال فيُقصد بها الاستغلال الجنسي للأطفال من قبل شخص أو مجموعة أشخاص يسافرون بهدف الاتصال الجنسي مع الأطفال. غالبا ما ينطوي هذا النوع من السياحة على استخدام وسائل النقل، الإقامة والخدمات السياحية ذات الصلة، بهدف تسهيل الاتصال مع هؤلاء الأطفال.

بالرغم من أن حقوق الطفل مكرسة من خلال الإعلان العالمي لحقوق الإنسان واتفاقية حقوق الطفل، لكن هذا النوع من السياحة لا يزال مستمرا لحد الآن.³

تنطوي السياحة الجنسية على إعطاء مبالغ مالية نقدية، أو ملابس، أو مواد غذائية، أو أي شكل من أشكال العوض للأطفال المنحدرين من عائلات فقيرة، أو إلى طرف ثالث للاتصال الجنسي.⁴

10- سياحة النبيذ L'oenotourisme :

هي "مجموعة النشاطات السياحية، نشاطات التسلية وأوقات الفراغ، المخصصة للاستكشاف والاستمتاع الثقافي وتذوق الخمور واكتشاف أنواع الكروم على أراضيها".⁵

كما يُقصد بها السياحة المرتبطة بالزيارات، استضافة ندوات في قصور أو ملكيات خاصة، تنظيم نزعات في الكروم، حضور دورات ومهرجانات ومعارض وأسواق خاصة بالنبيذ.⁶

¹ Jim Walters, Patricia H.Davis, **Human Ttrafficking, Sex Tourism, and Child Exploitation on the Southern Border**, Journal of Applied Research on Children: Informing Policy for Children at Risk, Volume 2, Issue 1 Human Trafficking, Article 6, 2011, p 9.

² **Child Sex Tourism : Case Studies, The International Expert Meeting on Combating Child Sex Tourism**, Berlin, 8, 9 and 10 March 2009, ECPAT, Amsterdam, p 7.

³ World Vision Australia, **Trafficking for the Purpose of Sexual Exploitation**, 2009, p 4.

⁴ ECPAT International, Thailand, **Combating Child Sex Tourism: Questions and Answers**, 2008, p 6.

⁵ Isabel Babou, Philippe Callot, Op.cit. p 105.

⁶ François Moinet, **Tourisme Rural : Concevoir, Créer, Gérer**, 5^e Edition, Editions France Agricole, Paris, 2012, p 42.

11- السياحة الريفية:

ترتبط بالتراث الذي يحويه الريف والمتمثل ليس فقط في البناء الريفي القديم، ولكنه يشمل كذلك مجموعة العناصر المادية (مناظر طبيعية، سلالات حيوانية ونباتية)، أو غير مادية (معارف، خبرات، لهجات محلية، موسيقى، حفلات، عادات) التي تُعبر عن علاقات خاصة أنشأتها المجتمعات الإنسانية على مرّ التاريخ في إقليم معين. يمثل هذا التراث أساس الهوية المحلية ما يجعل المنطقة أكثر جذبا للسياح،¹ كما يُطلق عليها: السياحة الخضراء، السياحة الزراعية، سياحة الطبيعة.²

يُمكن المزاوجة بين السياحة الريفية والسياحة الرياضية والترفيهية حيث لا تمارس الرياضة كأداء فقط وإنما كنشاط للاسترخاء والترفيه المرتبط بالطبيعة.³

12- سياحة الأعمال:

تتضمن زيارة المؤسسات الناشطة، استكشاف التراث الصناعي أو الحرفي لبعض المناطق، ما يسمح للمؤسسة بتنمية مبيعاتها المباشرة والمحافظة على عملائها. على مستوى الوجهة السياحية تنعش زيارة هذه المؤسسات الطلب وتسمح بالتبادلات الداخلية.⁴

13- السياحة النهرية:

تجمع عدة نشاطات: زهات على متن القوارب، رحلات بحرية تدوم عدة أيام، تأجير أسبوعي لقوارب قابلة للسكن، التجديف، الصيد، المشي لمسافات طويلة في ممرات مائية، كما تمارس هذه السياحة في السدود.⁵

14- السياحة الفضائية:

على الرغم من توقع منظمة السياحة العالمية أن رحلات الفضاء ستصبح قرية المنال حتى 2005/2004 إلا أنه في مطلع 2001 كان الأمريكي دينيس تيتو أول سائح فضاء دفع 20 مليون دولار، وفي أبريل 2002 خاض سائح من جنوب أفريقيا هذه التجربة ودفع نفس المبلغ. ثم الأمريكي جريج أولسين في أكتوبر 2005، وكانت أول سائحة فضاء في العالم من أصل إيراني وهي أنوشة أنصاري في سبتمبر 2006، ثم في أكتوبر 2009 قام

¹ François Moinet, Op.cit. p 44.

² Fernand Chaussebourg, **Le Tourisme : Un Atout à Développer**, Conseil Economique et Social, 1996, p 25.

³ François Moinet, Op.cit. p 59.

⁴ Ibid. p 46.

⁵ Ibid. p 65.

سائح الفضاء الكندي جي لاليرته برحلة استغرقت 12 يوما على متن المركبة الروسية سويوز ودفع أكثر من 35 مليون دولار لذلك.¹

المطلب الثاني: آثار الظاهرة السياحية

في ما يلي، سوف نحاول التطرق إلى الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن السياحة على مختلف الجوانب:

أولا: الآثار البيئية للسياحة

1- الآثار البيئية الإيجابية:

المحافظة على المعطيات الطبيعية الهامة: تُساعد السياحة في تبرير دفع تكاليف عمليات الحفاظ على المواقع الطبيعية الهامة كإنشاء الحدائق الوطنية باعتبارها عنصرا جاذبا للسياح، بالإضافة إلى المحافظة على الشعاب المرجانية والشواطئ.

المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية والمعمارية: تُوفر السياحة التمويل اللازم للمحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية، لأن عدم الاهتمام بها سيعرضها للدمار والتدهور، وهو ما سيؤثر سلبا على التراث التاريخي للمنطقة، كما أن المحافظة على المعطيات الأثرية والتاريخية ذات جدوى اقتصادية حيث أن الرسوم التي يدفعها السياح تساهم في تغطية جزء من تكاليف صيانة هذه المواقع الأثرية.

تحسين نوعية البيئة: تساهم السياحة في تحسين الصورة الجمالية للمحيط من خلال الاعتماد على برامج تنسيق المواقع، التصميم الهندسية المناسبة، استخدام اللوحات التوجيهية، صيانة المباني، كما تعتبر السياحة حافزا لمراقبة الهواء، الماء، النفايات وغيرها من المشاكل البيئية.

دعم البيئة: وذلك بإقامة مرافق سياحية تتماشى مع الطابع المحلي للمنطقة، أي دعم الطابع الريفي أو الحضري في المواقع السياحية المختلفة.

¹ الإمارات العربية المتحدة، المجلس الوطني للسياحة والآثار، دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها دوليا، سلسلة نشر الوعي السياحي، الإصدار الخامس، ص 36.

تحسين البنية التحتية: يؤدي السعي إلى تطوير قطاع السياحة إلى تحسين خدمات المنشآت القاعدية المحلية للبلدان مثل المطارات، الطرق، شبكات المياه والصرف الصحي، أنظمة التخلص من النفايات، الاتصالات، وذلك راجع للإيرادات المتأتية عن السياحة المستغلة في تمويل مشاريع البنية التحتية.¹

2- الآثار البيئية السلبية: تعدد الآثار البيئية السلبية الناجمة عن النشاطات السياحية، نذكر من بينها:

- المشاكل البيئية: من العوامل المؤثرة على طبيعة المواقع السياحية زيادة الضغط الناتج عن الزيادة السكانية وتوسع المنشآت العمرانية، ما يؤثر سلباً على المعطيات البيئية كالضوضاء، تلوث الهواء والماء، كما أن كثافة استغلال هذه المواقع قد يؤدي إلى الإخلال بالنظام البيئي. لذا فمن الضروري ترشيد سلوك السائح اتجاه البيئة وتحليه ب"الأخلاقيات البيئية". ومن ناحية أخرى، يجب أن يكون الاهتمام بالبيئة عامة وفي المناطق السياحية خاصة من أولويات المجتمع.² كما يؤدي التصميم غير المناسب للمرافق السياحية والاختيار غير السليم لمواقع إنجاز المرافق السياحية إلى حدوث مشاكل وأضرار بيئية، ويمكن تجاوز العديد من هذه العقبات بالتخطيط الجيد.³

- الإضرار بالمواقع التاريخية والأثرية: يؤدي الاستخدام غير الرشيد للمواقع التاريخية والأثرية إلى إلحاق الضرر بها ومن ثم اندثارها مع مرور الزمن، خصوصاً في ظل عدم توفر الصيانة المستمرة والرقابة الدائمة للسياح.

- مشاكل مرتبطة باستعمال الأراضي: حيث أن استغلال الأراضي الصالحة للزراعة في تشييد المرافق السياحية سينتج عنه عدة مشاكل مرتبطة بالاستخدامات التجارية لهذه الأراضي لفترات طويلة، ككثافة حركة النقل، عدم كفاية المياه، قصور في أنظمة التخلص من النفايات.

- النوعية البيئية: تُعتبر عنصراً هاماً من عناصر الجذب السياحي للمواقع السياحية الطبيعية، حيث أن السياح أصبح لديهم اهتمامات جديدة ومتطلبات عديدة، كما أنهم يدفعون مبالغ كبيرة للتمتع بهذه العناصر الجذابة والنظيفة، ما يتطلب توفر نوعية البيئة الجيدة، ليس فقط للسياح بل أيضاً للسكان المحليين.

وبالتالي فإنه من الضروري الاهتمام بالمحافظة على البيئة، وذلك بمراقبة ومتابعة الآثار البيئية في المناطق السياحية، عن طريق المسوح التي تظهر المشاكل البيئية، والتي يجب أن تراعى في الخطة السياحية بترجمتها في شكل توصيات تهدف لحل هذه المشاكل وتفاديها في المستقبل، من خلال تطبيق السياسات البيئية وإجراءات الرقابة.

¹ منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص 119.

² إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 491، 493.

³ منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص 120، 121.

3- الإجراءات الخاصة بمراقبة الآثار البيئية السلبية: تتمثل بشكل عام فيما يلي:

- تركيب شبكة المياه وأنظمة الصرف الصحي للفنادق وغيرها من المرافق السياحية، لتفادي مشكلات التلوث.
- تطوير نظام للطاقة الكهربائية، يوفر الطاقة اللازمة ويطبق تقنيات المحافظة على البيئة.
- إنشاء نظام تصريف للمياه، لتفادي الفيضانات خلال موسم الأمطار.
- إنشاء شبكة طرق وأنظمة نقل، لتفادي الضغط المروري وتحقيق الاستغلال الأمثل لأنظمة النقل الكبرى والعامة ومسارات مرور الراجلين.
- تفادي البناء التجاري على طول الطرق والشواطئ، من خلال تطبيق الأنماط المناسبة لاستعمال الأرض.
- مراقبة رمي النفايات من قبل السياح، من خلال برامج التوعية العامة ووضع حاويات، وفرض غرامات على رمي النفايات في غير مواقعها المخصصة.
- صيانة المركبات السياحية حتى لا ينشأ عنها تلوث الهواء أو الضجيج، والتركيز على استخدام مركبات غير ملوثة مثل المركبات الكهربائية.
- التخطيط الملائم للمواقع والتصميم الهندسي المناسب للفنادق والمرافق السياحية المختلفة، لمنع حدوث الأضرار البيئية وخصوصاً الأخطار الناجمة عن الزلازل والفيضانات وانجراف التربة.¹
- تتطلب عمليات المحافظة على البيئة إمكانيات مادية وبشرية، ما يتطلب استحداث نشاطات مولدة للموارد لضمان التمويل الذاتي، ربط المشاريع الاستثمارية للمجتمع المحلي مع متطلبات التنمية المستدامة، إعداد برامج سياحية تعتمد على توجيه السياحة نحو المواقع المميزة بيئياً، مع السهر على ممارسة سلوكيات سياحية لا تمس بنوعية البيئة ولا تؤثر عليها سلباً.²

في هذا السياق، ظهر اتجاه عالمي نحو تقليل الآثار السلبية لصناعة السياحة على البيئة الطبيعية للدول وأطلقت منظمة الأمم المتحدة حملة عالمية لهذا الغرض، وأعلنت عام 2002 عاما للسياحة البيئية بهدف تنشيط وتطوير فكرة السياحة المحافظة على البيئة الإيكولوجية للمواقع السياحية، والتي تشمل المساحات الخضراء، المسطحات المائية، الصحاري، الينابيع، الجبال، البراري والمحميات الطبيعية وما تحويه من حيوانات ونباتات، بالإضافة إلى المكونات الثقافية من آثار تاريخية وغيرها.

¹ منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص ص 126، 127.

² إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص ص 491، 493.

ثانيا: الآثار الاقتصادية للسياحة

1- الآثار الاقتصادية الإيجابية:

حجزت السياحة مكانة مهمة في الاقتصاد العالمي، في وقتنا الحاضر، وذلك نتيجة للتغيرات التي عرفها هذا الاقتصاد، والتي احتل بموجبها قطاع الخدمات مكانة مهمة (الاتصالات، البنوك، صناعة السفر والسياحة). تُحتم هذه التغيرات على صانع القرار في دول العالم التكيف مع الواقع الجديد، والاهتمام بهذه الصناعات، خاصة الدول النامية، كون هذه الصناعة لا تحتاج رؤوس أموال ضخمة.

من جهة أخرى، تعتبر البطالة التحدي الاقتصادي والاجتماعي الرئيسي الذي تواجهه الحكومات التي تحاول إيجاد فرص عمل لمواطنيها. ونظرا لندرة هذه الفرص في القطاعات الاقتصادية التقليدية، يظهر قطاع الخدمات كحل لخلق مناصب عمل والتقليص من حجم البطالة، ومن هنا يبرز دور الحكومة في تشجيع نمو القطاع السياحي من خلال إيجاد بيئة مناسبة للنمو الاقتصادي وتحفيز المستثمرين وزيادة مخصصات الترويج السياحي،¹ وهو ما أكدته ما جاء في إعلان فيلامورا سنة 1997: "السياحة هي سياسة واقتصاد وإدارة، وقاطرة ستقود النشاط الاقتصادي خلال السنوات القادمة".

على الصعيد الاقتصادي، تساهم السياحة في زيادة الدخل القومي، خلق فرص التشغيل، زيادة الدخل الضريبي، زيادة العائدات من العملة الصعبة، تطوير الصناعة والمهن السياحية. كما يمكن أن تكون بمثابة محرك للتنمية الاقتصادية² من خلال ما تحققه من فوائد عديدة تعود على المجتمع من خلال الاستثمارات الموجهة للسياحة.³

يرتبط نجاح النشاط الاقتصادي بمستوى الأنشطة التي يُمكن أن تؤدي إلى تحقيق زيادة متواصلة في الدخل وقدرة الاقتصاد المحلي على امتصاص هذا الدخل واستخدامه، كما يلعب القطاع السياحي دورا هاما في التنمية الاقتصادية الكلية خاصة في الدول النامية.⁴

¹ إبراهيم خليل بظاظو، السياحة البيئية وأسس إستدامتها، مرجع سبق ذكره، ص ص 79، 80.

² Isabelle Frochot, Patrick Legohérel, Op.cit. p 21.

³ إبراهيم خليل بظاظو، السياحة البيئية وأسس استدامتها، مرجع سبق ذكره، ص 81.

⁴ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 465.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

يساهم قطاع السياحة في حل بعض المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدول، وهي الوسيلة التنموية الأنجع على المدى المتوسط والقصير لكثير منها حيث ساعدت على تطور الدول التي جعلت من السياحة أولوية في سياستها الاقتصادية.¹

تدعم السياحة الأنشطة الاقتصادية الأخرى كالزراعة، الصناعة، والخدمات. فقطاع السياحة يُنشّط العديد من القطاعات من خلال زيادة الطلب على المنتجات الزراعية والصناعية، خاصة الصناعات التقليدية واليدوية، كما يزداد الطلب على مرافق الخدمات وما يترتب عنه من تنشيط لقطاع الأشغال العمومية.

من جهة أخرى، تؤدي السياحة إلى تطوير خدمات النقل من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة. فزيادة أعداد السياح تؤثر إيجاباً على حركة النقل الجوي والبحري والبري، ما يساهم في تنشيط قطاع النقل السياحي وبالتالي تحسين ظروف العاملين فيه.

لا تقتصر الاستفادة من هذه الخدمات على السياح بل تتعداهم لتشمل السكان المحليين، وتعمل على تنشيط قطاعات التعليم والتكوين في مجال المهن السياحية المختلفة، وهو ما يُوفر فرص عمل لفئة النساء مثلاً.² كما تساعد زيادة أعداد السياح على تنشيط مبيعات الصناعات التقليدية من التذكارات والتحف والسجاد والمطرزات والأزياء التقليدية وكذا صناعات الزجاج والأخشاب والنحاسيات، التي تزدهر مع ازدهار الحركة السياحية بحكم زيادة مشتريات السياح من هذه المنتجات السياحية، وهو ما ينشط بدوره حركة صرف العملات في القطاع البنكي، كما تساعد السياحة في تنشيط الخدمات الطبية، خاصة المستشفيات ومراكز العلاج الطبيعي.³

بالإضافة إلى رفع المستوى المعيشي للسكان، من خلال زيادة الدخل السياحي وتحسين ظروف الحياة بدمج المجتمعات المحلية في عملية التنمية وتوسيع مشاركتها ومكتسباتها من مشاريع وبرامج التنمية السياحية. وتؤدي السياحة وظيفة مهمة في تحقيق التوازن بين الأقاليم المتباينة تنموياً، وذلك بسبب ارتفاع أثر المضاعف السياحي وتباين الطبيعة الإقليمية في الاستهلاك السياحي، وتستفيد المناطق المهمشة من انتقال عامل الطلب عليها من مناطق قدوم السياح ذات القوة الشرائية المرتفعة، ولا يقتصر دور السياحة على إحلال التوازن في التنمية الإقليمية عن طريق تغير مواقع الاستهلاك السياحي على الصعيد الوطني بل يتعداه إلى بقية العالم عن طريق السياحة الدولية، وذلك عن طريق دور ميزان المدفوعات.

¹ Berbard Schéou, **Du Tourisme Durable au Tourisme Equitable : Quelle Ethique pour Le Tourisme de Demain?** Editions de Boeck Université, Bruxelles, 2009, p 123.

² منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص 122.

³ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص ص 470، 471.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

تساهم السياحة في زيادة الناتج المحلي الإجمالي من خلال التوسع في السوق المحلية الناجمة عن زيادة الطلب السياحي وزيادة الإيرادات في المرافق السياحية؛ مما يؤدي إلى زيادة الدخل من العملات الصعبة الأجنبية، بما يُنفقه السائح من عملات على السلع والخدمات. هذا الإنفاق تستفيد منه العديد من الفئات: الصنف الأول يضم من يتعامل مباشرة مع السائح. فمثلاً، إذا أنفق سائح مبلغاً معيناً كأجرة غرفة في فندق، فإن نسبة من هذا المبلغ يقوم الفندق بإنفاقها على السلع والخدمات التي يُقدمها للنزلاء والعاملين في هذه المنشآت، ومن ثم يتولد دخل جديد يعود على منتجي هذه السلع والخدمات الذين ينفقون بدورهم ما يحصلون عليه، تسمى هذه الظاهرة الاقتصادية مضاعف التجارة الخارجية، كما أن السياحة تساعد على تحقيق النمو المتوازن لإحداث التنمية الاقتصادية، نظراً لارتباطها بالعديد من القطاعات كالنقل، الاتصالات وغيرها،¹ وهو ما يؤدي إلى تحسين نوعية الحياة ومستوى المعيشة للمجتمع المحلي، ودعم التنمية الشاملة على المستويين الوطني والإقليمي. كما تساهم السياحة في تحصيل العملة الصعبة التي تساهم في تدعيم ميزان المدفوعات، ما يساعد هذه الدول على استيراد الآلات والمعدات اللازمة لتنمية اقتصادياتها، وتنفيذ خططها التنموية.

نظراً لتمتعها بمزايا وأنشطة التصدير. وبالرغم من أن الخدمة السياحية يحضر مستهلكوها إليها عكس الصادرات الأخرى، فإن عوائد السياحة تعتبر أعلى مقارنة بالأنشطة الاستهلاكية المحلية. هذا، وتجنب السياحة أعباء التصدير من نقل وتأمين، الأمر الذي يوفر عليها كثيراً من المصاريف.

تؤدي السياحة إلى توفير المزيد من فرص العمل السياحية على اعتبار أن الأنشطة والمشاريع السياحية كثيفة العمالة، كما أن استقطاب المزيد من الاستثمارات السياحية والتوسع في المشاريع السياحية ينتج عنه توفير المزيد من فرص العمل للأيدي العاملة المحلية. كما تعد السياحة مصدراً من مصادر العمالة، فالسياحة نشاط خدمي شديد الكثافة العمالية كونه يعتمد على قطاعات أخرى، كما أن الأنشطة الخدمية لا تتطلب الاعتماد على المكننة مقارنة بالنشاط الزراعي والصناعي، بل تعتمد على التكنولوجيات الحديثة، كما أن المنافسة في القطاع السياحي تشترط جودة الخدمة، التي لا تتأتى سوى بوجود عمالة عالية التدريب، حاصلة على تكوين في المجال السياحي والفندقي.

نظراً لأهمية هذا القطاع، دعا الرئيس السابق المجلس العالمي للسياحة والسفر J.Lippmen دول العالم إلى تكريس جهودها لتطوير صناعة السياحة باعتبارها أحد الحلول لمشكل البطالة، كما أكدت منظمة العمل الدولية أن السياحة هي القطاع الاقتصادي الحيوي الذي يعتبر من أكبر الصناعات في العالم، لذا دعت دول العالم إلى وضع إستراتيجية لصناعة السياحة لتعزيز الاقتصاد الوطني عن طريق إقامة البنية التحتية اللازمة.

¹ إبراهيم بظاظو، السياحة البيئية وأسس استدامتها، مرجع سبق ذكره، ص 82.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

كما تشكل السياحة وعاءاً ضريبياً تستطيع الدولة توظيفه لزيادة إيراداتها من الضرائب والرسوم المفروضة على الأنشطة والخدمات السياحية كرسوم تأشيرة الدخول للبلد، رسوم إيواء الطائرات، رسوم رسو السفن البحرية، الرسوم على تذاكر السفر والملاهي والمحلات العامة وفواتير الإقامة بالفنادق وفواتير المطاعم. يتم استغلال هذا الوعاء الضريبي في تطوير خدمات البنية التحتية للمجتمع ودعم الاقتصاد. كما أن العوائد المرتفعة الناجمة عن التطور السياحي تؤدي إلى إحداث تطور إيجابي في مالية المراكز العمرانية، خاصة في مجال الضرائب المهنية.

في هذا السياق، عقدت منظمة السياحة العالمية عدة اجتماعات تحت شعار "السياحة نشاط القرن الحادي والعشرين من أجل فرص العمالة وحماية البيئة" سنة 1997، أعلنت من خلالها أنها تتوقع أن يصل عدد السياح في العالم عام 2022 إلى مليار و600 مليون سائح، لأن العالم يتجه سريعاً نحو توظيف التقنيات الحديثة في العمل السياحي من حيث: إعداد المعلومة السياحية ونشرها، ترتيب البرامج وتنفيذها، إعداد الإطارات السياحية وتأهيلها، بناء وتصميم المنشآت الفندقية والترفيهية للسياح.¹

تلعب السياحة دوراً في تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، وتنشيط النشاط الاستثماري السياحي وحركة المبيعات في السلع السياحية، بسبب توسع حجم السوق السياحي، حيث يُشكل السياح في المواقع السياحية مجموعة استهلاكية إضافة إلى السكان المحليين في الموقع السياحي.

يعتمد نجاح تفعيل التأثير الإيجابي للسياحة، على الجوانب الاقتصادية في مواقع الجذب السياحي، على مجموعة من العوامل:

- أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً من الخطة الوطنية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- أن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.
- اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، شرط أن تكون هذه الصناعة جزءاً من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة.
- تحديد دور كل من القطاعين العام والخاص في عملية التنمية السياحية، مع تحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي.
- المحافظة على البيئة.

¹ إبراهيم بظاظو، السياحة البيئية وأسس استدامتها، مرجع سبق ذكره، ص 83، 84.

2- الآثار الاقتصادية المرتبطة بأنواع السياح:

تختلف الآثار الاقتصادية المرتبطة بأنواع السياح باختلاف نوع السائح الذي يقصد منطقة سياحية معينة، دافعه من السفر، المنطقة التي جاء منها والفترة الزمنية التي يريد قضاءها. تؤثر هذه العوامل كلها على النشاط الاقتصادي للبلد المضيف.

فالسائح الذين يقدمون من دول تتمتع بعملة قوية يميلون إلى الإنفاق بشكل أكبر على شراء السلع والخدمات. كما أن الغرض من الرحلة يؤثر على مستوى إنفاق السائح، فنمط إنفاق رجال الأعمال يختلف عن إنفاق أسرة متوسطة الدخل مثلاً.

يرى Broad Bent (1989) أن رجال الأعمال ينفقون ضعف ما ينفقه السائح الذي يبحث عن الاستجمام والمتعة، بينما ترى مجلة Meeting and Convention (1990) أن المعدل هو ثلاثة إلى أربعة أضعاف، حيث أن السياح من فئة رجال الأعمال يميلون للإنفاق على سلع وخدمات محددة، وبحكم دخولهم المرتفعة فإنهم يلجؤون للإقامة في الفنادق والمنتجعات السياحية الراقية، بينما تميل المجموعات السياحية الأخرى للتوفير، كما تقتني السلع التي تكون أثمانها أقل من تلك المتوفرة في بلدانها الأصلية.¹

إضافة إلى ذلك، ينجم عن احتياجات السياح تأثيرات اقتصادية تنعكس على مواقع العرض السياحي. بشكل عام يتميز السائح بأنه ليس دائم الإقامة في الموقع السياحي، ويحتاج إلى خدمات متعددة ومختلفة لا تقتصر فقط على الخدمات الأساسية بل تتعدى ذلك إلى الخدمات الترفيهية والكمالية، وبما أن السائح مستهلك وليس منتج فإنه لا يسهم في القيمة المضافة للاقتصاد المحلي، مما ينعكس على زيادة القوة الشرائية والطلب على الخدمات، وانتقال القوة الشرائية من مصدر قدوم السائح إلى منطقة الجذب السياحي مما يؤدي إلى توسيع الأسواق السياحية الاقتصادية.

للسياحة تأثير مهم في زيادة الدخل المحلي لمواقع الجذب السياحي حيث أن الاستثمار السياحي ونشاط الحركة السياحية يشكلان عنصراً هاماً في التنمية الاقتصادية لمواقع الجذب السياحي، فالسوق السياحية سوق قابلة للتوسع، نتيجة الزيادة في دخول الأسر والأفراد خاصة في الدول المتقدمة، فالسياحة من أهم أدوات التنمية الاقتصادية المعاصرة، التي تهدف إلى زيادة الدخل الفردي وتحقيق تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية في مواقع الجذب السياحي.

¹ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص ص 468، 469.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياسة

بالإضافة إلى ذلك، تؤثر السياحة على الاقتصاد الوطني إذ أن إنفاق السائح على السلع والخدمات يولد الأجور ويزيد الدخل. كما أنها توفر النقد الأجنبي وتؤدي إلى ارتفاع مستويات الدخل الوطني ما ينمي القطاعات الاقتصادية المختلفة، بالإضافة إلى مساهمتها في التنمية الإقليمية والمحلية وتوفير مناصب عمل لشرائح مختلفة من المجتمع منها فئة النساء.

تُسهم السياحة في ارتفاع الدخل من العملات الصعبة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتصلة بها، هذا الدخل سيؤثر إيجاباً في الاقتصاد المحلي والوطني، ما يحقق الزيادة في الدخل المرتبة على النشاط السياحي، في كافة مراحل البيع بالجملة وبالتجزئة في قطاع النقل وغيرها من مكونات القطاع السياحي والمرافق والخدمات المرتبة على الإنفاق الاستهلاكي.¹

3- الآثار الاقتصادية السلبية:

تنشأ الآثار السلبية في حالة عدم التخطيط الجيد للنشاطات السياحية وعدم مراقبتها؛ ما يؤدي إلى عرقلة الآثار الإيجابية. على الصعيد الاقتصادي، قد تؤدي السياحة إلى بروز مشكلة التهريب. وكصناعة متعددة الجوانب، فإن السياحة تحتاج إلى رؤوس أموال واستثمارات لتكون سهلة الوصول للسياح، ولتنمية البنية التحتية الأساسية بطريقة تتناسب مع سياسات المنطقة السياحية.² كما يؤدي التهايب أسعار الأراضي إلى تلاشي النشاطات الزراعية والغاية لصالح المستثمرين السياحيين، ويمكن لأسعار العقارات أن تكون حاجزاً في وجه تملك السكان المحليين لأراضي في المناطق التي يقطنون فيها.³

إضافة إلى ضعف القدرة الشرائية للمواطن نتيجة ارتفاع أسعار السلع والخدمات بفعل زيادة طلب السياح عليها ما يؤدي إلى ندرتها. لذا يجب أن يتم إعلام المجتمعات المحلية بآثار المشاريع السياحية.⁴ كما قد يفقد المجتمع المحلي الفوائد الاقتصادية للسياحة إذا كانت المرافق السياحية مملوكة من شرائح سكانية معينة، تستحوذ على معظم الفوائد الاقتصادية، في حين لا يحصل المجتمع المحلي إلا على نسبة قليلة من الفوائد. ويقل دور السياحة في توفير عملات صعبة، إذا كانت الموارد والخدمات المستغلة في قطاع السياحة مستوردة من الخارج. بالإضافة إلى ظهور مشكل التشتت الاقتصادي، أي ظهور فوارق اقتصادية واجتماعية، في حال تركيز النشاطات السياحية في مكان واحد أو أماكن معينة في الدولة وغياب مشاريع تنمية في المناطق الأخرى. ومشكل خلق تشتت في العمالة إذا

¹ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 466.

² خالد مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص 34.

³ Isabelle Frochot, Patrick Legohérel, Op.cit. p 21.

⁴ Berbard Schéou, Op.cit. p 136.

كان قطاع السياحة يستقطب عددا كبيرا من العمالة من القطاعات الاقتصادية الأخرى كالزراعة، الصيد البحري، كونها توفر ظروف عمل أفضل. كما قد تؤدي السياحة إلى انتشار البطالة بين السكان المحليين نتيجة العمالة الوافدة المستخدمة في المرافق السياحية المختلفة، خاصة في المناصب الإدارية والفنية. وكذا تزايد الضغط والطلب على الخدمات الأساسية من قبل السياح.¹

ثالثا: آثار السياحة على القطاع الزراعي

يُعد النظام الزراعي أحد النظم المتفرعة عن النظام الاقتصادي، وللسياحة تأثيرات واضحة على القطاع الزراعي من خلال تحويل المساحات الواسعة من المناطق الزراعية إلى منشآت سياحية كالفنادق والمطاعم والطرق ومواقف السيارات، إستغلال الملكيات الزراعية على المدى البعيد والمتوسط كمراكز إيواء سياحية، وهذا يتوقف على حجم وكثافة التطور السياحي واستمراره، مما يؤدي إلى تناقص متزايد في المساحات الزراعية المستغلة وإحداث تغيير في الاستغلال الزراعي وإحلال الاستعمالات الموجهة للسياحة، حيث يتم تحويل أراضي واسعة من المراعي ومناطق الزراعة المروية إلى مناطق عمرانية سياحية وكنتيجة لهذا تتراجع أعداد مالكي الأراضي الزراعية من المزارعين، إضافة إلى هجرة الأيدي العاملة الزراعية للعمل في القطاع السياحي نتيجة توفير السياحة فرص عمل جديدة لسكان المناطق الريفية، كما أن تطوير الزراعة في هذه المناطق يعمل على رفع أسعار الأراضي وتحويل الأراضي الزراعية إلى ملكيات صغيرة غير قادرة على المنافسة، ما يؤدي إلى بيع الأراضي لارتفاع أسعارها.² من جهة أخرى كلما زاد عدد السياح زاد معدل استهلاكهم للسلع الزراعية التي ينتجها القطاع الزراعي المحلي، ما يزيد من مبيعات هذا القطاع وينعكس إيجابا على تحسين دخول المزارعين ومستويات معيشتهم. وكلما تطورت السياحة وتباين سلوك الطلب لدى السياح تناقص الاعتماد على الإنتاج المحلي من المواد الغذائية المقدمة للسياح.

لمواجهة تأثير السياحة على المناطق الريفية، يجب العمل على الاهتمام بالبعد البيئي لدعم اقتصاد المناطق الزراعية، والتركيز على تنميتها من خلال إحصاء وتوثيق الموارد والمقومات المتوفرة في المواقع الزراعية في إطار قاعدة بيانات معلوماتية، والعمل على تشجيع السياحة البيئية والمحافظة على المناطق الزراعية، والعمل على توعية المواطنين والسياح بأهمية التكامل بين القطاعين الزراعي والصناعي، ودعم الحرف اليدوية.

يُعد التوسع في إنشاء المحميات الطبيعية في المناطق الزراعية ضروريا لحماية الأنواع الحيوانية والنباتية المهددة بالانقراض، كما أنه يشجع السياحة في حالة إنشاء مشاريع سياحية حول هذه المحميات الطبيعية التي تعتبر بمثابة عنصر جذب للسياح، بالإضافة إلى أهمية هذه المشاريع في زيادة الموارد المالية لسكان المنطقة. من هذا المنطلق،

¹ منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص 125.

² ابراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص ص 472، 473.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

يمكن أن تخدم السياحة البيئية التنمية المحلية بالمناطق الزراعية، وتعمل على زيادة ارتباط السكان بأرضهم، ما يساعد على إحداث تنمية متوازنة بين القطاعين الزراعي والسياحي.¹

رابعا: الآثار الاجتماعية للسياحة

تعتبر المنظمة العالمية للسياحة أن آثار السياحة على المستوى الاجتماعي، عموما، هي آثار إيجابية حيث تسمح السياحة للعديد من المناطق والدول بعصرنة العلاقات الأسرية، ليس فقط من خلال خلق وضعية جديدة للمرأة لكن أيضا من خلال تكوين علاقات أكثر تفتحاً مع الأبناء، كما تسمح السياحة بتوسيع آفاق فكر سكان الوجهات السياحية من خلال تغيير الوضع أو الموقف الإثني وتخفيف الأحكام المسبقة ذات الصبغة الوطنية.

تساعد السياحة في خلق وتوسيع فرص اللقاءات الاجتماعية، توسيع مدارك الفهم عند أفراد المجتمع بتعاملهم مع السياح القادمين من مناطق مختلفة، مما يؤدي إلى تبادل الأفكار بين السائح وأبناء البلد، كما تشجع على إثراء الهوية الوطنية وتحقيق التكامل الوطني.²

يساهم ازدهار السياحة في القضاء على العديد من المشاكل كالبطالة والركود الاقتصادي وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل، وذلك بإقامة مشاريع سياحية في المجمعات العمرانية الجديدة.

تُعبّر السياحة عن الرغبة في رفع مستوى الصحة النفسية للمواطن، واستعادة اللياقة الذهنية وتحقيق الرفاهية لأفراد المجتمع. كما تمثل السياحة أهمية كبيرة في المجتمع الإنساني، من خلال التأكيد على حق الإنسان في الاستمتاع بأوقات الفراغ وحرية السفر مقابل حقه في العمل، لأن ذلك سيؤثر بشكل إيجابي في تحسين الإنتاج. فالمواطن يعود إلى عمله أكثر نشاطا وإنتاجية، وهو ما يتطلب توسيع قاعدة المشاركة لأكثر عدد ممكن من المواطنين داخل المنشآت السياحية، حتى تستوعب أكبر عدد ممكن من العاملين من المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي، مع مراعاة الأنماط السياحية التي تتلاءم وطبيعة البلاد وظروفها ولا تتعارض مع قيم وأخلاقيات المجتمع، لضمان تقبل أفراد المجتمع للمشروع السياحي.

تعتبر السياحة الداخلية أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي الوطني والاعتزاز بالوطن، كما تساهم في تماسك المجتمع بما تتيحه من فرص التعارف والتآلف، حيث تمثل تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع خطوة أولى لتنمية الوعي الاجتماعي، عن طريق التعرف على البلد من خلال تنظيم زيارات ورحلات للتعرف على ما يحيط بهم، ومن ثم العمل على تقديمه في أفضل صورة تجذب السياح من مختلف دول العالم، فإدراك أفراد المجتمع للفائدة التي

¹ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 470، 471.

² خالد مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

تعود من الترويج السياحي للمنطقة على المجتمع، تدفع بهم إلى التمسك ببعض السلوكيات مثل كرم الضيافة، وحسن معاملة الآخر.

كما يحقق الاحتكاك بثقافات وحضارات مختلفة تنمية اجتماعية للمناطق المزدهرة سياحيا نتيجة التعارف والتعايش مع الثقافات الأجنبية الوافدة من خلال السياح وما يحملونه من أفكار وسلوكيات. هكذا، ينشأ نوع من التآلف والاندماج لغويا وفكريا بين السياح وأفراد المجتمع في البلد المضيف نتيجة تعرف السياح على المقومات الثقافية لهذا المجتمع.¹ لذلك، يمكن الاعتماد على السياحة كوسيلة حضارية لتنمية التبادل الثقافي بين الشعوب حيث تستفيد الدول السياحية من الممارسات الثقافية للسياح الوافدين إليها من دول مختلفة نتيجة الاحتكاك المباشر مع السياح.

يمكن أن تصبح السياحة مصدرا من مصادر التغير والتحول الطبقي داخل المجتمع حيث أن بعض فئات المجتمع التي ترتبط أعمالها بالسياحة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، تنتقل من طبقة اجتماعية إلى طبقة أخرى أعلى نتيجة المكاسب والأرباح التي تحققها عن طريق العمل السياحي.²

يمكن أن تكون للسياحة آثار على عمل المنظمات الاجتماعية، فقد أشار عالم الاجتماع البولوني Krysztof Przecławski أن السياحة عامل لدمقرطة النظام، فالمؤسسات الاجتماعية تنشأ وتتطور في المناطق السياحية، حيث يتم تشييد المدارس، توفير تجهيزات النظافة، التجهيزات الصحية، المستوصفات، عيادات التوليد، المستشفيات، الإدارات العمومية، كما يتم الاعتماد على تكنولوجيات الاتصال الحديثة، أما بالنسبة للسكن يمكن للسياحة إنعاش الاستثمارات في هذا المجال، كما يمكن أن يخلق الطلب السياحي المرتفع أزمة سكن.³

أما فيما يتعلق بالتأثير السلبي على الصعيد الاجتماعي، قد تشكل السياحة خطورة في غياب التخطيط والتنظيم والرقابة الفعالة لضمان تناسقها مع الأنماط الاجتماعية السائدة. فتدفع السياح إلى مناطق فقيرة غالبا ما يؤدي إلى مشاكل اجتماعية كالعنف والجريمة ما يؤدي إلى الفساد الاجتماعي،⁴ كما قد تؤدي إلى استياء السكان المحليين نتيجة الفروق في المستويات الاقتصادية بين السياح والسكان المحليين.

تتعدد الإجراءات التي يمكن تطبيقها لتعزيز الآثار الاجتماعية الإيجابية وتقليل الآثار السلبية، وأهم هذه الإجراءات:

¹ ابراهيم بظاظو، السياحة البيئية وأسس استدامتها، مرجع سبق ذكره، ص 85، 86.

² منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص 127.

³ Robert Lanquar, Op.cit. p 80.

⁴ خالد مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص 34.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- الحفاظ على التقاليد المتجسدة في الفلكلور والفنون والصناعات اليدوية وتطويرها، وذلك من خلال برامج مراقبة النوعية والتدريب، والحفاظ على المواقع الأثرية والتاريخية.
- توفير الحوافز المادية لدعم مشاركة السكان المحليين في السياحة، سواء ما يتعلق بملكية أو إدارة أو تسيير المنشآت السياحية.
- تخفيض رسوم الدخول للمرافق السياحية للسكان المحليين.
- تطبيق إجراءات المراقبة وتنظيم استغلال السياح للمرافق السياحية لتفادي اكتظاظها.
- التوعية السياحية للسكان بالتركيز على فوائد ومشكلات السياحة، والتعريف بالسياسات التنموية المتبعة والخطط السياحية المعتمدة في المناطق المختلفة، وكذا تعريف السكان المحليين بقيم السياح الوافدين وعاداتهم وتقاليدهم، وذلك بالاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة لأغراض التوعية والانفتاح على الآخر.
- تصميم الفنادق بما يعكس الأنماط المعمارية المحلية التقليدية.
- تدريب السكان المحليين وإكسابهم المهارات اللازمة للعمل في كافة مستويات السياحة، بهدف دعم الاقتصاد المحلي.
- تطبيق إجراءات وقائية، ردعية وعقابية صارمة على مرتكبي الجرائم.¹

خامسا: الآثار الثقافية للسياحة

من الناحية الإيجابية، تشكل السياحة حافزا للمحافظة على عناصر التراث الثقافي في المنطقة السياحية وتوظيفها كعنصر جذب سياحي، من خلال:

- المساعدة على إحياء التراث الحضاري، تسريع عملية التعلم والمساعدة على نمو وتطور الفنون والمهن والحرف السياحية.²
- المحافظة على المواقع التاريخية والأثرية والأنظمة المعمارية المميزة.
- إحياء الفنون والمناسبات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية.
- الدعم المالي لصيانة المتاحف والمرافق الثقافية المختلفة كالمسارح، تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية كونها عناصر جذب سياحي للسكان المحليين والزوار الأجانب كذلك.

¹ منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص 127.

² خالد مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات، نتيجة التفاعل بين السياح والسكان المحليين، حيث يتأثر كل منهم بثقافة الآخر وبالتالي يزداد الاحترام والتفاهم المشترك، كما تُلاقي القيم والعادات قبولاً من الجانبين بعد التعرف عن قرب على أصولها وأبعادها، وفي الدول التي تتعدد فيها العناصر العرقية مثل الهند، إندونيسيا، الصين يمكن للسياحة المحلية أن تُدعم التبادل الثقافي وتخلق روح الوحدة بين المجتمعات المختلفة، فالسياحة المحلية أو الداخلية تلعب دوراً هاماً في هذا المجال في كثير من دول العالم وبالذات النامية منها.¹
- زيادة الإدراك والمعرفة عن طريق التعرف على مختلف الحضارات والثقافات، ويتجلى ذلك أكثر في زيادة المعرفة والوعي بالتاريخ عند زيارة الأماكن الأثرية والتاريخية، كما يُساهم تنشيط السياحة الداخلية في المحافظة على الموروث الثقافي وذلك بإظهاره والاعتناء بالآثار التاريخية للبلد ومن بين دوافع السياحة حضور المؤتمرات والندوات العلمية، وهو ما يزيد في الزاد المعرفي للشخص.

أما سلبياً، قد يؤدي النشاط السياحي إلى تعديل الفنون التقليدية والصناعات اليدوية لتناسب مع أذواق السياح نتيجة الاستغلال التجاري الزائد، وهو ما يؤثر سلباً على قيم الثقافة المحلية. كما يؤدي اختلاف الأنماط الثقافية المستوردة نتيجة الاحتكاك بالسياح إلى ضياع الهوية الثقافية المحلية، واكتساب بعض الأفكار الدخيلة من الثقافات المختلفة الوافدة من الخارج، بالإضافة إلى تأثير السكان المحليين، خاصة فئة الشباب، بشكل لباس السياح وأنماط الحياة والمعيشة الخاصة بهم، دون تفهم لهذه الأنماط مع عدم القدرة على مسايرتها نتيجة عوامل اقتصادية واجتماعية وثقافية.²

في هذا السياق يجب مراقبة النشاط السياحي حتى لا يصبح أداة للتدمير الاجتماعي والثقافي، وهو ما سعى إليه المجتمع الدولي من خلال: إعلان مانيلا، قانون السائح، الإعلان العالمي لحقوق الإنسان المتبنى من طرف الجمعية العمومية للأمم المتحدة في 1948/12/10 والذي تضمن الأبعاد الإنسانية للسياحة وحدد مسؤولية الدول في تنميتها خاصة ما يتعلق بضرورة تعزيز الوعي السياحي.

سادساً: آثار السياحة على العمران

تؤثر صناعة السياحة على المراكز العمرانية حيث يشكل التركيز المكاني للطلب السياحي على خدمات الإيواء والإطعام وخدمات البنية التحتية والفوقية للمواقع السياحية تأثيراً على شكل التنظيم المكاني للمراكز العمرانية،

¹ منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص 123، 124.

² المرجع نفسه، ص 125.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

ليس فقط المناطق الريفية والمستوطنات البشرية القائمة، بل يتعدى ذلك إلى أنماط جديدة من المستوطنات البشرية كالقرى السياحية والمنتجعات والمخيمات السياحية ودور الشباب.

كما تعطي السياحة طابعا متميزا للمستوطنات البشرية لما ينجم عنها من زيادة في عدد مواقع المساكن، وما يرافق ذلك من تحول مساحات واسعة من المناطق الزراعية إلى مستوطنات سياحية، كهدم الأبنية الريفية وإقامة العمارات بدلا منها، وأحيانا يتم ترميم البيوت الريفية لاستخدامها للمحافظة على جاذبية المناطق السياحية.

من جهة أخرى، تعتبر عناصر التراث المعماري من أهم عناصر الجذب السياحي، فالسائح الذي يقوم بزيارة معالم التراث المعماري لا يقوم باقتناء تلك المعالم، ولكنه يقوم بخوض تجربة إنسانية نشأت عن تلك الزيارة والإحساس بعبق الماضي، لكن قد يؤثر هذا سلبا على التراث نتيجة سوء الاستخدام.¹

يعمل الاستثمار في المواقع السياحية على إحداث تحولات جذرية في علاقات الملكية، فالتزايد السريع في الطلب على الأراضي لإقامة المنشآت السياحية يؤدي إلى ارتفاع أسعار الأراضي، كما يؤدي إلى الزحف العمراني على حساب المباني التراثية، إضافة إلى حدوث توسع في القطاع الثالث، والمتمثل في زيادة عدد المتاجر ومرافق الخدمات إستجابة لارتفاع القوة الشرائية في المناطق السياحية نتيجة إقامة السياح فيها.

مؤخرا أدت الزيادة السريعة للسياحة إلى خلق ضغط كبير على المواقع العمرانية نظرا لارتفاع عدد السياح، لذا تم التفكير في توفير الوسائل التقنية اللازمة لحماية التراث العمراني، دون الحد من النمو الاقتصادي في المواقع الثقافية والطبيعية التي يرتادها السياح.

في هذا السياق أكدت المنظمة العالمية للسياحة في جانفي 2006 بمدير على الخطوات الواجب اتخاذها، والتي تعتبر ذات فعالية وأهمية لإدارة المواقع العمرانية، لمعالجة وإدارة الأخطار المتعلقة باستخدام السياحي، لذا يجب أن يتضمن مخطط إدارة المواقع العمرانية برنامج حماية وترميم للمواقع العمرانية، وإجراء تحليلات ودراسات عن قدرة استيعاب الموقع، وإظهار القيمة الحقيقية للمواقع العمرانية، كما يجب أن يأخذ هذا المخطط كيفية إشراك السكان المحليين في عملية التنمية بعين الاعتبار، مع إعطاء أهمية خاصة للمشاكل المتعلقة باستضافة السياح في المناطق القريبة من المواقع العمرانية، مع ضرورة تشجيع ترميم وإعادة تأهيل السكنات التقليدية واحترام طابعها التقليدي من حيث مواد البناء والمواصفات المعمارية.

كما يتطلب إعادة النظر في النصوص القانونية المتعلقة بحماية التراث، بشكل يسمح بالتدخلات السريعة في بعض المواقع كالمراكز العمرانية التاريخية، بتطوير مخطط حماية هذه المواقع وإجراء عملية تقييم ودراسة للنمو الاقتصادي

¹ إبراهيم بظاظو، الجغرافيا السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 481، 482.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

المحلي، بالاشتراك مع السلطات الثقافية والسياحية وحضور ممثلين عن مختلف جوانب الحياة المحلية والاقتصادية والاجتماعية، وقد ساندت منظمة اليونسكو العديد من هذه الأنشطة.

سابعاً: آثار السياحة على المواصلات

يُعتبر النقل المحرك الرئيسي للسياحة، فنمو السياحة يعتمد على مدى توفر وسائل النقل التي تضمن سهولة الوصول إلى المناطق السياحية، ووجود شبكة طرق حديثة ووسائل نقل مزودة بكافة الخدمات السياحية المناسبة، هذا ما يُساعد المجتمعات على الاتصال فيما بينها.

ارتبط التحول الذي حدث في الحركة السياحية بعد الحرب العالمية الثانية بدخول السيارة مجال السياحة من جهة والطائرات عبر المسافات البعيدة من جهة أخرى، وقد رافق هذا التطور زيادة ملحوظة في عدد السياح، وتزايد أماكن الإيواء التي بدأت تأخذ أشكالاً متنوعة وبأسعار مناسبة،¹ وفي فترة الخمسينيات من القرن التاسع عشر كانت أعداد السياح الذين تنقلوا بالطائرة تفوق أعداد أولئك الذين سافروا بالسفن البخارية.

يؤدي تطور السياحة في كثير من الحالات إلى توسيع نظام المواصلات القائم وتحسينه، بالإضافة إلى تطور التنظيم السياحي بظهور شركات النقل الخاصة، التي أصبحت تقوم بإعداد برامج سياحية تتضمن تنظيم رحلات سياحية جماعية، ما أدى إلى الإقبال الشديد على هذا النمط من السياحة المنظمة التي تتميز بانخفاض تكلفتها وترتبط تكاليف السفر بجملة من المتغيرات أهمها: تكاليف النقل، سعر صرف العملة المحلية، تطور الأسعار في البلد المضيف ونسبة التضخم.

يمكن القول أن التغير في طبيعة المواصلات قد ساهم في إحداث تغيير كبير في العرض السياحي، يشمل هذا التغير انتشار أوسع لمرافق المبيت والخدمات السياحية الأخرى وتنوع طبيعتها، ما أدى إلى ظهور منافسة وظهور إمكانية الاختيار بين المواقع. وتعتبر وسائل النقل المختلفة من قطارات وحافلات وطائرات وسفن وقوارب مكتملة لهذه الخدمات، نظراً لأهميتها في ربط الأسواق السياحية بمناطق الجذب السياحي، تتميز هذه المرافق والخدمات بمواصفات عالمية ويتم تصنيفها وفق معايير دولية.

بالنسبة لوسيلة النقل الأكثر استخداماً، حسب المنظمة العالمية للسياحة سنة 2007، هي وسائل النقل الجوي 43.7%، تلتها وسيلة النقل البري 41.4%، ثم النقل بواسطة السكك الحديدية 7%، وأخيراً النقل بواسطة السفن والبواخر 8%.

¹ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 484، 486.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

تتميز شبكة النقل العالمية بالتطور، ويعتبر النقل من الركائز الرئيسية للحركة السياحية، فالغاية من الرحلات السياحية هي الاستمتاع، وهذه الغاية لا تتحقق إلا بسهولة الوصول إلى المقاصد السياحية التي تتضمنها وسائل النقل المختلفة، لذا تعمل الشركات السياحية على تنظيم رحلات سياحية جوية وبرية وبحرية منتظمة لاستقطاب أكبر عدد من السياح.

شجع التطور السريع في وسائل النقل البري والبحري والجوي على ازدهار الحركة السياحية من خلال مرونة حركة الأفراد والجماعات، خاصة الثورة التي شهدتها النقل الجوي الذي تعزز بالعديد من خطوط الطيران، التي أتاحت الفرصة للأفراد للسفر بسهولة وراحة إلى جميع مناطق العالم، وتحول السفر إلى متعة واستجمام من خلال التطور المستمر في وسائل الراحة المقدمة للمسافرين.¹

ثامنا: الآثار السياسية للسياحة

يقول بطرس غالي، الأمين العام الأسبق للأمم المتحدة، إن "السياحة لم تعد من الرفاهية بل أصبحت عنصرا مهما في تواصل المجتمع الدولي، وتضامن الأسرة الدولية. إن تجربة الغير تثري فينا ينابيع المعرفة وتعمق مفهوم عالمية المجتمع الإنساني".

تُعزز السياحة فرص التفاهم والسلام بتعزيز سبل التواصل الإنساني وتعميق أواصر التبادل الثقافي والتفاعل الحضاري بين دول العالم، حيث يُثير اختلاف الدول من حيث الاتجاهات السياسية والعقائد الدينية التوتر فيما بينها، لذا تسعى السياحة لتحقيق التقارب فيما بين هذه الدول بخلق التفاهم والتلاحم بين شعوبها، رغم اختلاف جنسياتها ومذاهبها الاقتصادية والسياسية، ويُعتبر هذا الدور مكملا لدور المنظمات الدولية التي تسعى لإقرار السلام في العالم. فعلى سبيل المثال حملت بورصة لندن التي عقدت في نوفمبر 1999 شعار "السياحة من أجل السلام"، وأكد من خلالها المسؤولون عن اقتناعهم بأن السياحة قادرة على المساهمة في صنع التفاهم والحوار والسلام بين الشعوب، كما أن السياحة لا تزدهر إلا بحلول السلام والاستقرار.

كما دعا القائمون على صناعة السياحة في العالم كمنظمة السياحة العالمية والمجلس العالمي للسياحة والسفر والمعهد الدولي للسلام من أجل السياحة، إلى دعم نمو السياحة باعتبارها تساهم في تدعيم الوحدة الإنسانية واحترام حضارة كل مجتمع وعراقته وأصالته.²

¹ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 487، 489.

² إبراهيم بظاظو، السياحة البيئية وأسس استدامتها، مرجع سبق ذكره، ص 94.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياسة

يجب أن تكون الدولة آمنة للمقيمين والزوار حيث أن نشوب الحروب الأهلية وانتشار الفوضى له تأثير سلبي على السياحة. على سبيل المثال، دفع الخلاف العسكري الذي نشب سنة 1999 في جمهورية يوغوسلافيا السابقة، وهي الدولة التي كانت تستقبل أكثر من 10 مليون زائر في السنة، بالسياسة إلى طريق مسدود إضافة إلى المشاكل السياسية في فنزويلا وأجزاء أخرى من العالم والصراع العربي الإسرائيلي 2006 كأمثلة، والتي لا تشجع السياحة.

تساهم السياحة في التبادل بين المواطنين وهو ما يساعد على تحقيق التفاهم والتعاون. لقد طرح الرئيس الأمريكي الأسبق Ronald Reagan، سنة 1985 التساؤل التالي: "هل يمكن للسياحة أن تكون مولدا للسلام في مجتمع اليوم أو أن السياحة هي المستفيد من السلام؟"، بالاعتماد على نظرية السلام الديمقراطي وفي ضوء الصراعات العالمية الأخيرة الجواب هو نعم.

تقوم نظرية السلام الديمقراطي على أساس أن الديمقراطيات نادرا ما تدخل في حرب أو نزاعات مسلحة بعضها مع بعض بسبب القيم المشتركة. على الرغم من أن هناك العديد من الأمثلة على الحالات المتنازع عليها، يمكن قبول الادعاء بأن الديمقراطيات لا تدخل في حرب بعضها مع بعض عموما.

كما أن الدول الديمقراطية هي بمثابة دافع لنشر الديمقراطية في العالم لأنها ستعزز الأمن الوطني وتعزز السلام في العالم، على الرغم من أنها قد تنخرط في الحرب لتحقيق السلام المستدام. هذه هي السمة المميزة لنظرية السلام الديمقراطي.¹

تقتضي الضيافة العالمية حق الزائر في أن يعامل في أرض أجنبية كضيف وليس كعدو، فبسبب الحجم المحدود للأرض يجب أن يتعايش سكانها سلميا لضمان بشرية مستدامة.

وفيما يلي ثلاثة أسباب، مقبولة عموما، يمكن أن تؤدي بالديمقراطية إلى الانخراط في الحرب:

- الدفاع عن النفس وحماية الوطن.
- منع انتهاكات صارخة لحقوق الإنسان في دول أخرى.
- ضمان توفر الظروف التي يمكن أن ترسخ القيم الديمقراطية في الخارج.

في ظل افتراض أن السلام لا يمكن أن يتحقق من خلال نشر المثل الديمقراطية، حتى إذا اشترك بلدين في معايير وقيم ديمقراطية مماثلة، يمكن للثقة والاحترام المتبادلين ضمان عدم نشوء صراع بين الديمقراطيات لأنها ستميل لاستيعاب بعضها البعض أو الامتناع عن الانخراط في سياسات متشددة.

¹ David L. Edgell, Sr Maria DelMastro, Allen Ginger Smith Jason R. Swanson, **Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow**, Elsevier Inc, 2008, p 158 .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

هناك سبب للحفاظ على السلام وهو أن السياحة الدولية هي أكبر مصدر للتصدير في العالم، مما يجعلها نشاطا حيويا للتجارة العالمية، كما يرتبط نمو السياحة بشكل إيجابي بالنمو في الناتج المحلي الإجمالي العالمي مع نمو الاقتصاديات العالمية وارتفاع الدخل المتاح. يفوق نمو عدد السياح الدوليين القادمين، عموما، الناتج المحلي الإجمالي، ومع ذلك، ونظرا لمرونة الطلب على السفر، إذا اشتد الوضع الاقتصادي عادة ما ينخفض الإنفاق على السياحة في ظل غياب السلام ما يعطل التجارة والاستثمار العالميين. وعندما تتعطل التجارة العالمية تتراجع معدلات السفر، مما يضاعف من الانخفاض في الناتج المحلي الإجمالي العالمي.

ينص كانط صراحة على أن للزائر في أرض أجنبية الحق في "ألا يعامل كعدو عند وصوله إلى أرض أخرى". من حيث المبدأ، لا يجب أن يعامل الزائر كعدو ما دام أنه يباشر سلوكا سلميا في المقصد. غير أن تنقل الزوار إلى البلدان الأجنبية ارتبط أحيانا بالعدد المتزايد من الهجمات الإرهابية. يمكن لهذا الشك المتزايد نحو الخارج أن يؤدي إلى تحول المناطق التي عرفت هذه الهجمات الإرهابية إلى دول غير مضيافة.

يأخذ المسافرون بعين الاعتبار السلامة والأمن باعتبارهما عوامل رئيسية في التخطيط لقضاء إجازة. حيث أن سلامة المقصد والأمن عامل مهم للغاية، وعدم توفر السلامة والأمن في الوجهة السياحية سيؤثر سلبا على النشاط السياحي. في دراسة أجراها أحد مؤلفي هذا الكتاب، تحتل "السلامة والأمن" المرتبة الأولى في قضايا السياحة العالمية الهامة لعام 2007.¹

يرى إدجل بأن "الهدف الأقصى للسياسة السياحية هو دمج فوائد السياحة، الاقتصادية والسياسية والثقافية والذهنية، لتحسين نوعية الحياة العالمية ولإرساء قاعدة للسلام والرخاء".²

توضح هذه التأثيرات ضرورة إقامة سياسة عامة للتوجيه، الإشراف، الرقابة، وتنمية السياحة، وذلك للحد من الآثار السلبية وتعظيم الآثار الإيجابية المترتبة عنها. كما لاحظ أن "الجوانب السياسية للسياحة ممتزجة بنتائجها الاقتصادية، فالسياحة ليست امتدادا للسياسة، ولكنها جزء لا يتجزأ من الاقتصاد السياسي العالمي. وباختصار فإن السياحة هي أداة لا تستخدم بمعاني اقتصادية فحسب، بل تستخدم بمعاني سياسية أيضا".

ينطوي تقدير إدجل للسياسة السياحية على منظور عقلائي لما يجب أن يتم به صنع السياسة السياحية وليس ما هو قائم بالفعل.

¹ David L. Edgell, Sr Maria DelMastro, Allen Ginger Smith Jason R. Swanson, Op.cit. p 159, 161.

² كولن مايكل هول، السياحة والسياسة: مدخل إلى التنمية السياحية الرشيدة، ترجمة حجاب محمد فريد، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 2003، ص 16.

السياحة ليست محصلة لعملية عقلانية لصنع القرار. كما يذكر بيك وليبي أن "طبيعة السياحة في مجتمع معين هي نتيجة لتفاعل عوامل معقدة اقتصادية وسياسية، فضلا عن السمات الجغرافية والترفيهية التي تجذب الأجانب". فالقرارات التي تؤثر في السياسة السياحية، وفي طبيعة اهتمام الحكومة بالسياحة، وفي بنية المنظمات السياحية، وطبيعة التنمية السياحية تنبثق من العملية السياسية. وتشمل هذه العملية قيم الفاعلين (الأفراد وجماعات المصالح ومنظمات القطاعين العام والخاص) في صراعهم من أجل القوة.¹

المبحث الثالث: ماهية السياسة السياحية

يتطلب تطوير القطاع السياحي تبني سياسة سياحية، لذا سنتناول من خلال هذا المبحث مفهوم السياسة السياحية وأهميتها وكذلك هيكل ومحتوى السياسة السياحية.

المطلب الأول: مفهوم السياسة السياحية وأهميتها

أولا: تعريف السياسة السياحية

يرى L.C.Jenkins (2004) أن "السياسة السياحية توفر إطارا لتوجيه أعمال التنمية السياحية، إنها بمثابة إعلان إستراتيجي للنوايا المتعلقة بتطوير السياحة".

أما Altinay and Bowen (2006) فيعتبر أن السياسة السياحية تتمحور حول "القرارات التي تؤثر على السياسة السياحية، طبيعة التدخل الحكومي في هذه الصناعة، وهيكله منظماته، وطبيعة التنمية التي تنجم عن مثل هذه العملية السياسية، كما أن عدم وجود توافق سياسي يؤدي إلى حدوث مشاكل في السياسة".

وبالتالي فإن السياسة لها تأثير تكويني على السياسات العامة للسياحة. السياحة هي، دون شك، ظاهرة سياسية، تمتد خارج نطاق الهياكل الحكومية الرسمية، وتصور عمليات السياسة باعتبارها أساسا حول علاقات السلطة وهو الموضوع الأساسي وغير المباشر في مجال البحوث السياحية.

يمكن أن نستنتج أن مفهومي السياسة والتخطيط مفهومان متداخلين في مجال السياحة، قد يكون هذا بسبب افتراض الحكومة أن السياحة هي شكل من أشكال التنمية التي تتطلب التخطيط والتنفيذ بدلا من النقاش حول

¹ كولن مايكل هول، مرجع سبق ذكره، ص 17.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياسة

الأيدولوجية السياسية.¹ يعكس التخطيط السياحي أهداف الحوكمة الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، فهو عملية مواكبة للسياسة السياحية.²

عرف Merriam Webster Online Dictionary السياسة السياحية على أنها: دورة عمل أو طريقة محددة للاختيار بين البدائل وذلك في ظل ظروف معينة، لتوجيه وتحديد القرارات الحالية والمستقبلية.

يضيف Biederman في كتابه Travel and Tourism : An Industry Primer (2007) "تحدد السياسة السياحية الاتجاه أو مسار العمل في بلد أو منطقة معينة، تعزز اتخاذها عند تطوير أو تعزيز السياحة. المبدأ الأساسي لأي سياسة سياحية هو أن تضمن الدولة أقصى حد ممكن من المساهمات الاقتصادية والاجتماعية للسياسة. أما الهدف النهائي للسياسة السياحية هو تحسين تقدم منطقة وتحسين حياة مواطنيها."

أي أن السياسة السياحية تشمل التسويق والتخطيط والاستدامة. في هذا السياق، السياسة السياحية هي مجموعة من الإجراءات والمبادئ التوجيهية والإجراءات المنصوص عليها في إطار أخلاقي لتساهم بشكل فعال في التخطيط وتطوير المنتجات والخدمات، لتحقيق نمو السياحة في المستقبل. يقر هذا التعريف بدور التسويق في تطوير المنتجات وخدمات الضيافة في السياسة السياحية.

بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يدعم مفهوم الاستدامة السياحية الأهداف طويلة الأجل في مجال التنمية الاقتصادية والبيئية والاجتماعية. الأهم من ذلك، أن هذا التعريف يرى أن السياسة السياحية ديناميكية ومرنة بما فيه الكفاية للسماح بإحداث تعديلات وتحسينات كلما سنحت الفرصة.³

يُعرّف Charles R. Goeldner (2009) السياسة السياحية على أنها: "مجموعة من العلاقات والتعليمات والقواعد والأهداف والمبادئ التوجيهية التي تُشكل مجتمعة إطاراً عاماً، تُوجه فيه القرارات العامة والفردية للتأثير مباشرة على عملية التنمية السياحية والنشاطات السياحية في الوجهة المقصودة".⁴

أما Noel Scott فيرى في كتابه Tourism Policy : a strategic review أن "السياسة السياحية تتضمن الإجراءات، القرارات والسياسات والقيم والمعتقدات الأيدولوجية، والعمليات الاجتماعية التي تنطوي على

¹ Noel Scott, **Tourism Policy: A Strategic Review**, Goodfellow Publishers Limited, Woodeaton, Oxford, 2011, p 9.

² كولن مايكل هول، مرجع سبق ذكره، ص 54.

³ David L. Edgell, Sr Maria DelMastro, Allen Ginger Smith Jason R. Swanson, Op.cit. p 7, 8.

⁴ Charles R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie, **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, Wiley, Canada, 2009, p 413.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

التواصل، النتائج مثل التشريع والتنفيذ التي نفذت في إطار التنسيق بين الإدارات العامة المرتبطة بعمليات تحليل، جذب واستقبال وتقييم آثار السياحة، النظام السياحي أو الوجهة".¹

كما يُعرف مصطفى يوسف كافي السياسة السياحية بأنها: "مجموعة القوانين والأنظمة والأنشطة ذات أشكال إجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية، تتحقق من قبل أجهزة الدولة المختلفة والمؤسسات ذات العلاقة بهدف تنظيم كامل العمليات السياحية من تنبؤ وتخطيط وتنظيم وإدارة، وتوفير الظروف لتطوير السياحة الداخلية والخارجية وتسويق الخدمات والبضائع والمواقع السياحية".²

يضم هذا التعريف المواضيع التالية:

- جوهر السياسة السياحية هو التأثير الواعي لتطوير السياحة من قبل الهيئات والمنظمات التي إصدار التشريعات والأنظمة والقوانين.
- أصبحت السياحة ضرورة اجتماعية ملحة في هذه المرحلة من التطور الإنساني والاجتماعي.

ترجع ضرورة وجود سياسة سياحية إلى الأسباب التالية:

- إشراك دول كثيرة في العرض السياحي واحتدام المنافسة في السوق السياحي الدولي.
- تزايد أهمية الدور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي للسياحة على الساحة الوطنية والعالمية.
- زيادة اهتمام الشعب بالسياحة، نتيجة ارتفاع مستوى معيشة السكان والتطور العالمي لوسائل النقل.³

يعني مصطلح السياسة السياحية إطار العمل الأساسي للأجهزة الرسمية وغير الرسمية في الدولة، للنهوض بالسياحة والتقدم بها لتحقيق الأهداف القومية المتوخاة منها كقطاع اقتصادي هام. أي أن السياسة السياحية هي السياسة التي تنتهجها مختلف أجهزة اتخاذ القرارات التي تعمل في إطار نظام اقتصادي واجتماعي معين، كما أنها تتضمن مجموعة القواعد والمبادئ العلمية لتحقيق الأهداف المحددة وذلك بوضع برنامج يرتب النتائج الإيجابية المرغوبة ويتفادى السلبيات."

¹ Noel Scott, Op.cit. p 64 .

² مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 143.

³ محمد الصبري، مهارات التخطيط السياحي، 2009، ص 231.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياسة

ولذلك فصيغة السياسة السياحية تتطلب عدة فواعل (مختصين، مشرعين، إداريين، تنفيذيين)، كما يجب أن يراعي مضمونها الاعتبارات التالية:

- الوعي بدور السياحة في الاقتصاد، وأهميتها بالنسبة للقطاعات الاقتصادية الأخرى.
- نمط التنمية السياحية المناسب، وأين ستم التنمية؟
- إدارة السياحة، أي مستوى تمثيل السياحة ضمن هيكل التنظيم الحكومي.
- دعم الدولة للسياحة، ما هي حدود الموارد العامة التي ستوجه لدعم ونمو السياحة؟
- تأثيرات السياحة السلبية والإيجابية على المجتمع والثقافة والبيئة، وكيفية تحديدها؟¹

من الصعب وضع تعريف واضح للسياسة السياحية بسبب اشتراك العديد من القطاعات الاقتصادية المختلفة فيه. يجب أن تقدم السياسة السياحية مجموعة من المبادئ التوجيهية التي ترسم، جنباً إلى جنب مع أهداف التخطيط، مساراً للعمل من أجل اتخاذ القرارات السليمة. السياسة السياحية، عادة ما تكون مجزأة ومحددة بشكل واضح من قبل الحكومات في جميع أنحاء العالم. على مدى العقد الماضي دعا المفكرون إلى زيادة الانتباه إلى الجوانب العلمية الاجتماعية للسياحة في محاولة لمواصلة تحسين نوعية الحياة وتعزيز السلام العالمي.²

السياسة العامة هي، على حد سواء، عملية ومنتج، إنها عملية لصنع القرار ونتيجة لتلك العملية. اليوم، هناك إقرار بأن السياسة السياحية يجب أن تعكس ليس فقط توجهات الحكومة، ولكن أيضاً اهتمامات الجمهور في مجال السياحة. السياسة السياحية، عند تطبيقها بشكل صحيح، هي وسيلة بيد الحكومة لتوجيه وتحفيز صناعة السياحة، على سبيل المثال من خلال سياسة الضرائب وتشجيع البحوث العلمية في المجال السياحي. يلعب سلوك قطاعي السياحة العام والخاص والمنظمات غير الربحية دوراً مهماً في تحديد السياسات؛ ما يؤثر بدوره في النفوذ الاقتصادي والسياسي وفي القرارات السياسية للصناعات الأخرى.

فقط الأبحاث الموثوقة والشاملة حول آثار السياحة من شأنها أن تؤدي إلى صنع القرار الجيد ووضع السياسات المناسبة. وقد أشار العديد من خبراء السياسة والتخطيط إلى الأهمية المتزايدة للبحوث في مجال السياحة، ولكن، من الناحية التاريخية، لم تهتم الحكومات والقطاع الخاص بإجراء بحوث في هذا الميدان. كحد أدنى، يجب أن يستفيد قطاع السياحة من وسائل مراقبة السفر ونظام تقييم لتعزيز مبادرات التسويق والترويج. الطريقة الوحيدة

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 142.

² David L. Edgell, Sr Maria DelMastro, Allen Ginger Smith Jason R. Swanson, Op.cit. p13

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

هي البحث في "قضايا السياحة"، حيث تدرك الدولة ومخططو السياحة على المستوى الإقليمي والوطني والمحلي أهمية وجود خطة سليمة لنجاح التنمية السياحية.

يمكن القول، أنه في الماضي، ركز الجزء الأكبر من السياسة السياحية وبحوث السياسات السياحة على جانب الطلب من المعادلة أو على القضايا الاقتصادية والتسويقية، والتي أدت إلى التقليل من الاعتبارات الهامة الأخرى كالعرض وما يتعلق بتنمية السياحة. فتسويق الوجهة السياحية، يحتاج إلى تخطيط دقيق في البداية. يجب أن تعمل في إطار سياسة سياحية منسقة بمساهمة الموردين وهيئات الترويج التي يمكن أن تعمل معا بشكل جيد.

كثيرا ما يذكر المعارضون للسياحة الآثار السلبية لتدفق السياح على الوجهة السياحية، هناك حاجة إلى وجود سياسة تعترف بهذه المخاوف، ولكن، بطبيعة الحال، يجب أن تكون للآثار الإيجابية نفس القدر من الأهمية لصانعي السياسات والممارسين. يؤدي فهم الآثار الإيجابية والسلبية، على حد سواء، إلى تطوير العملية السياحية المستدامة.

عندما تتم معالجة الآثار السلبية على البيئة المحلية، تصحيحها وإدارتها بشكل جيد من قبل المجتمع المضيف، وتعزيز الصفات الإيجابية التي بنيت عليها، تصبح السياحة قوة دافعة هامة في تنمية المجتمع، من خلال: خلق فرص عمل جديدة، تفريخ شركات جديدة، إضافة منتجات جديدة، توليد دخل إضافي، تعزيز التكامل الاقتصادي وتنويع الاقتصاد المحلي.

تشمل السياحة العديد من التخصصات ضمن قطاعات الصناعة، وهو ما دفع مناطق كثيرة من العالم إلى تطوير السياحة لتعويض تراجع الصناعات التحويلية والتعدين والزراعة. فالسياسة السياحية الشاملة تشمل جميع جوانب العرض والطلب التي يمكن أن تترافق مع السياحة.

يتعين على الحكومات على المستوى المحلي، الإقليمي والوطني عرض السياسة السياحية عبر الوكالات لأنها تؤثر على مختلف عناصر قطاعات التشغيل.¹

تؤثر السياحة على البنية التحتية في مجالات متعددة كالنقل، تقسيم المناطق واستخدام المياه. هذه القضايا حساسة للغاية للسكان المحليين ولديها القدرة على التأثير إلى حد كبير على السياحة. من ناحية أخرى، يمكن لمطوري السياحة استخدام هذه المعلومات لتحديد جدوى الاستثمار في جميع القطاعات، كما ينبغي أن يكون هذا المسح للبنية الفوقية حول نوعية التوزيع الجغرافي، وكذلك المناسبات الخاصة، مثلا يجب أن تكون المهرجانات ذات معنى،

¹ David L.Edgell, Sr Maria DelMastro, Allen Ginger Smith Jason R.Swanson, Op.cit. p 13, 15.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياسة

ينبغي أن ترتبط هذه المقاربة بالطلب على مجموعة متنوعة من المنتجات لتقييم طبيعة العرض السياحي اللازم للوصول إلى السوق المستهدف.

ينبغي أن تتخذ السياسة السياحية في المستقبل المنحى المتوازن والشامل الذي يشتمل على مصالح أصحاب المصلحة في السياحة. كما تحتاج قضايا السياسة السياحية إلى تجاوز تلك النظرة التقليدية حيث يجب أن تكون شاملة لهذه البرامج العامة ذات الصلة كوسائل النقل واستخدام المياه، كما يتعين على صناع القرار أن يطلعوا على جميع المنتجات وليس فقط المنتجات السياحية.¹

بصفة عامة، تتناول السياسة السياحية عدة مجالات: دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للوجهة السياحية، أنواع ومستويات الضرائب المفروضة، مصادر وشروط تمويل قطاع السياحة، طبيعة واتجاه تطوير المنتجات السياحية وصيانتها، وسائل النقل والبنية التحتية، الممارسات التنظيمية مثل الخطوط الجوية ووكالات السفر، الممارسات والقيود البيئية، صورة ومصدقية الصناعة السياحية، العلاقات الجماعية، الموارد البشرية والعرض في سوق العمل، الاتحادات والتشريعات العملية والتقنية، عمليات التسويق، قواعد السفر الأجنبية.²

تعتمد السياسة السياحية لتحقيق أهدافها على الوسائل التالية:

- اقتصادية: الحوافز الاقتصادية لتشجيع تطور السياحة كتخفيض الضرائب.
- اجتماعية: التأثير على الرأي العام لتغيير نظرة السكان اتجاه السياحة، وخلق ثقافة سياحية.
- قانونية: القوانين والأنظمة التي توضع بهدف تطوير السياحة.
- فنية: التأثير على البنية التحتية للسياحة، المتطلبات الفنية لوسائل النقل السياحي.
- أمنية: تدعيم وسائل المؤسسات الأمنية في الحفاظ على النظام العام وأمن الدولة.³

ثانيا: أهمية السياسة السياحية

1- أسباب دراسة السياسة السياحية: هناك ثلاثة أسباب لدراسة السياسة السياحية:

- فهم تشكيل القرارات السياسية وآثارها: (the policy cycle approach) مقترَب دورة السياسة.
- التزويد بمعلومات حول حلول المشاكل العملية: (scientific approach) المقترَب العلمي.

¹ David L.Edgell, Sr Maria DelMastro, Allen Ginger Smith Jason R.Swanson, Op.cit. p19 .

² Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p 415.

³ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 152.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياسة

- فهم المصالح والقيم التي تنطوي عليها السياسة وعملية التخطيط: (social approach) المقرب الاجتماعي.

تشكل السياحة أحد المجالات المهمة للدراسة لما لها من أهمية عملية ونظرية، فإنه من الأهمية العملية على سبيل المثال: ما تعلق بالمفاوضات الثنائية المتعلقة بالطيران، القرارات بشأن توفير المرافق والخدمات، التفاعل مع القطاعات الأخرى، إستخدام الموارد العمومية مثل الحدائق الوطنية كوسيلة للجذب السياحي، إصدار التأشيرات السياحية وتوفير التمويل لتسويق وجهات معينة. بمعنى أن تنمية السياحة يؤدي إلى تنمية قطاعات أخرى.

الحكومات فقط هي التي لديها القدرة على توفير الاستقرار السياسي والأمني والإطار القانوني والمالي الذي يتطلبه تطوير السياحة لأنها توفر خدمات أساسية تتعلق بالبنية التحتية، كما أن الحكومات الوطنية هي التي يمكنها التفاوض وإبرام اتفاقيات مع حكومات أخرى حول قضايا مثل إجراءات الهجرة أو التحليق والمهبوط على التراب الوطني.

يتعين على الحكومات التحكم في عوامل مثل عدد الإجازات مدفوعة الأجر وتطبيق قيود صرف العملة، وتوفير أمن الحدود والتنمية الاجتماعية للمجتمع المحلي، تناسق السياسات الحكومية في مجال الزراعة، الأمن والصحة. هذا التدخل الحكومي يمكن أن يكون على المستويات الوطنية والإقليمية والمحلية. تشمل أسباب تدخل الحكومة في صياغة السياسات فشل السوق، كما تسعى الحكومات إلى فهم والتخفيف من الآثار الثقافية والاجتماعية والبيئية السلبية للسياحة.¹

ولعل السياسة السياحية لا تكون ذات أهمية إذا كانت هذه الفوائد الاقتصادية متاحة فقط لبلدان معينة أو كانت السياحة عبارة عن نظام مغلق لا يضمن القدرة على التأثير ولا يوفر ضمانات عن الأضرار الناجمة عن الصدمات الخارجية والأزمات والكوارث.

قد تتدخل الحكومة في السياسة السياحية بطريقة غير مباشرة، حيث تؤثر الإجراءات الحكومية على السياحة في بعض المناطق، أو عن طريق توجيه السياسة السياحية بحيث تسعى الحكومات للتأثير على السياحة أو بعض جوانب السياحة في سعيها لتحقيق هدف السياسة. بشكل عام، تعتبر الحكومات السياحة كمصدر للتنمية الاقتصادية خاصة بالنسبة للبلدان النامية.

تمثل السياحة أيضا سياقاً مهماً لتطبيق النظريات والمفاهيم المستقاة من التخصصات الأخرى. وهي صناعة خدمات، غالباً ما تقوم على المتعة، وبالتالي تختلف عن الزراعة أو التصنيع التي كانت تقليدياً محور سياسة الحكومة الاقتصادية. من الناحية العملية يظهر التعقيد في كون السياسة السياحية تنطوي على السلوك التعاوني والتنافسي

¹ Noel Scott, Op.cit. p 3.

في كثير من الأحيان في وقت واحد، من قبل الجهات المعنية، وكذلك في جميع أنحاء العالم. أصحاب المصلحة أنفسهم غير محددين، بما في ذلك مشغلي السياحة والمنظمات التعاونية والهيئات الحكومية وشبكات الأفراد والمؤسسات، والمجتمع المحلي والمنظمات غير الحكومية. في الواقع السياسة السياحية هي عبارة عن نظام مفتوح في صورة مصغرة عن المجتمع الأوسع.

2- صعوبات دراسة السياسة السياحية:

لما تعتبر دراسة السياسة السياحية صعبة؟ السبب الأول هو أن السياسة السياحية، تنطوي صراحة أو ضمناً على المعتقدات والقيم، حول ما هو جيد وما هو سيء. كما أنها سياسة تتعلق بالأهداف وتخصيص الموارد، والمشاكل الاجتماعية. تقع بعض الدول في مأزق حقيقي عندما تقارن بين "المخاطر الاجتماعية والبيئية" التي تطرحها التنمية السياحية، والحاجة الماسة إلى الاستثمار الأجنبي وعائدات النقد الأجنبي التي يمكن أن تولد بعض منها من خلال السياحة.

نتيجة للطبيعة "الفوضوية" للسياسة السياحية ستنشأ اختلافات في وجهات النظر فيما يتعلق بالسياسة "المناسبة" للتعامل مع مشكلة معينة مما يؤدي إلى ظهور "فائز وخاسر". لأن سياسات وأنشطة التنمية هي تماماً مثل أي سياسات وأنشطة أخرى، في هذا الصدد هناك احتمال ضعيف لضمان مكاسب لجميع المشاركين. كما ينظر للسياسة السياحية على أنها معقدة، ما يتطلب النظام والتعقيد في التفكير، والأفضل أن تعالج كنظام متكيف معقد.

عززت قيادة الصناعة للاقتصاد منظور النمو السريع للسياحة كمصدر للتنمية الاقتصادية التي أدت إلى التوسع الهائل في حجم السياحة في جميع أنحاء العالم، ويترتب على ذلك الحاجة للنظريات والمشورة الأكاديمية. وقد حاولت الدراسات السياحية تتبع هذا التطور، عن طريق دراسة الحالات والاختلافات فيما بينها، جنباً إلى جنب مع التطورات الأخيرة في السياحة كمجال متخصص للدراسة، وقد أدى هذا إلى توفير دراسات السياسات العامة السياحية وتقديم معلومات مفيدة حول ما يحصل على ماذا، متى، ولماذا في العملية السياسية السياحية، ويمكن أيضاً أن تساهم في اتخاذ القرارات الحكومية وصنع السياسات.

يعتبر صنع السياسات السياحية، أولاً وقبل كل شيء نشاطاً سياسياً، كما أنها تتأثر بالخصائص الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لمجتمع معين، والهياكل الرسمية للحكومة وغيرها من ميزات النظام السياسي المحلي. وتتضمن السياسة السياحية "نقاشاً سياسياً" حول ما هو جدول الأعمال؟ ما هي القضايا التي سيتم تناولها؟ من هم المستفيدون أو المتضررون من هذه السياسة؟ ما هي المسارات البديلة لمعالجة المشاكل المطروحة؟ قد يمتد هذا النقاش خارج الحكومة ليشمل المنظمات السياحية الوطنية، مكاتب المعلومات والجمعيات الاستهلاكية، الفنادق

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياسة

والمطاعم والشركات السياحية ووكالات السفر وقد يكون حتى لجماعات الضغط رأي في عمليات صنع القرار، ما يشير إلى وجود دوافع سياسية وكذلك اقتصادية لتطوير السياحة.

يسيطر على السياسة السياحية في الحكومات الماركسية، مثل الصين وكوريا الشمالية وكوبا وفيتنام، بعض قادة الحزب الشيوعي الذين يرون أن تبني نمط السياحة الغربي قد يعرض بلدانهم للفساد الأخلاقي.

استنادا على هذه الحجة، نجد أن السياسة تنطوي على المعتقدات الأيديولوجية والفلسفة السياسية للنظام السياسي حيث يعمل المسيرون ضمن المعتقدات الأيديولوجية والفلسفة السياسية للحكومة. لذا، فإن أيديولوجية الحكومة أمر مهم في تحديد ما إذا كانت السياحة ستدعم التنمية ومقدار الدعم المالي المخصص لها. عادة ما تعكس الأيديولوجية والثقافة السياسية للأحزاب السياسية.¹

مع تغير الأيديولوجيات، تختلف السياسة السياحية للحكومة في الأشكال والوسائل وشكل الاقتصاد السياسي السائد في البلاد ودرجة التنمية، وبالتالي ستتغير العملية السياسية مع مرور الوقت.

3- الغرض من السياسة السياحية:

تستضيف الوجهة السياحية السياح من أجل تزويد أصحاب المصلحة بمجموعة واسعة من الفوائد الاقتصادية والاجتماعية كزيادة فرص العمل ورفع مستوى الدخل، تسمح هذه العملية للجهات المعنية بالإقامة والتمتع بالمنتجات السياحية التي توفرها المنطقة. تسعى السياسة السياحية لضمان إستضافة السياح بالطريقة التي تزيد الفوائد التي تعود على أصحاب المصلحة مع التقليل من الآثار السلبية والتكاليف والآثار المرتبطة بضمان نجاح الوجهة.

في الواقع، تسعى السياسة السياحية لتوفير الخبرات عالية الجودة للزوار التي تعتبر مريحة لأصحاب المصلحة مع ضمان عدم التهاون في شروط السلامة البيئية والاجتماعية والثقافية.²

غالبا ما يتم تجاهل أهمية السياسة السياحية في ضمان نجاح الوجهة السياحية، ولعل أهم دور لها هو ضمان فكرة واضحة حول ما تسعى إلى أن تصبح عليه هذه الوجهة على المدى الطويل. بالموازاة مع ذلك يجب السعي لخلق مناخ للتعاون بين العديد من أصحاب المصلحة في مجال السياحة لتدعيم وتسهيل إنجاز السياسة السياحية للمهام التالية:

- تحديد قواعد اللعبة والشروط التي يمكن للشركات السياحية العمل بموجبها.

¹ Noel Scott, Op.cit. p 4, 6.

² Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p 413.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- تحديد الأنشطة والسلوكيات المقبولة لدى السياح.
- توفير توجيهات مشتركة لجميع أصحاب المصلحة في الوجهة السياحية.
- تسهيل توافق الآراء حول الاستراتيجيات والأهداف المحددة لوجهة معينة.
- توفير إطار للمناقشات العامة والخاصة المتعلقة بدور ومساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد والمجتمع بشكل عام.
- السماح للسياحة بأن تكون واجهة أكثر فعالية إلى جانب القطاعات الاقتصادية الأخرى.¹

في ضوء ما سبق، من المهم أن نأخذ بعين الاعتبار أن السياسة السياحية تؤثر على جميع الأنشطة التنفيذية في السياحة مثل التسويق، عمليات جذب واستقبال السياح عن طريق برامج ناجحة، فهي ليست مجرد مفهوم نظري بل لها انعكاسات حقيقية على أرض الواقع.

فلا وجود لسياسة سياحية في فراغ، لأنه لا يمكنها أن تعمل بسلاسة إلا إذا كانت تشترك وتتعاون بشكل فعال مع العديد من القطاعات الأخرى في المجتمع. العديد من هذه القطاعات ليس لديها الوعي الكافي، أو ليس لديها مصلحة واضحة في السياحة في المنطقة. فالنشاط السياحي ينتقص من عمل أو رفاه قطاع آخر لذا تنشأ الصراعات بين السياحة والقطاعات الأخرى عندما يكون هناك منافسة على قاعدة الموارد المشتركة، على سبيل المثال قطاع الصناعات الاستخراجية، حيث اعتبرت تقليدياً كقوة منافسة أو حيث قد يكون هناك اختلاف في وجهات النظر الفلسفية، على سبيل المثال مع قطاع البيئة.

يمكن لكل هذه الواجهات أن تشكل تهديداً أو فرصة للسياحة. فقد اعتبر قطاع البيئة وقطاع الصناعات الاستخراجية تقليدياً كقوة منافسة للسياحة، أما التكنولوجيا والترفيه وقطاع النقل في معظم الأحيان فتعتبر السياحة فرصة أو قطاعاً حليفاً.²

4- خصائص السياسة السياحية:

السياحة، بطبيعتها، ظاهرة متعددة التخصصات حيث تتأثر التجربة السياحية بمجموعة من العوامل الاقتصادية والنفسية والاجتماعية والتكنولوجية والقانونية والسياسية، ويترتب على ذلك صياغة السياسات التي تستوعب أو تعالج هذه القوى المتعددة، كما يجب أن تقدر تعقيدات كل تخصص وتفاعلاته في حالات معينة. تخصصات علم النفس، علم الاقتصاد، علم الاجتماع، القانون ليست سوى بعض من التخصصات التي يمكن أن تعزز فهمنا

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit.. p 414.

² Ibid. p 421.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

للتسويق السياحي. كما أن العلوم البيئية، العلوم السياسية، العلوم السلوكية ضرورية لصياغة السياسات التي تُحدد مستويات وأنواع السياحة التي تعتبر مناسبة ومرغوب فيها.

بالإضافة إلى الطبيعة المتعددة التخصصات للسياسة السياحية، تمتلك العديد من الخصائص الأساسية الأخرى:

- يجب أن تركز على السياسات على المستوى الكلي وأن تهتم بالنظرة الاجتماعية للتنمية السياحية.
- يجب أن يتم تصميم وصياغة السياسات على المدى البعيد.
- يجب أن تركز على الموارد المحدودة وكيف يمكن أن تستجيب بطريقة أفضل للاحتياجات والفرص المتصورة في بيئة متغيرة.
- يجب أن تدرك الطابع الفكري لعملية صياغة سياسة، كما يجب أن تتضمن المعرفة الضمنية والتجربة الشخصية كمصدر هام من مصادر المعلومات، بالإضافة إلى أساليب أكثر تقليدية في البحث والدراسة.
- يجب أن تشجع وتحفز على الإبداع المنظم، وذلك لتجنب السياسات القائمة على التصورات النمطية أو التي تتجاوزها الزمن.
- يجب أن تبنى على السماح وتسهيل عملية اجتماعية ديناميكية مستمرة، تتطلب مدخلات من مصادر متعددة.
- يجب كسر الحدود التقليدية بين القطاعات في مجال السياحة.
- يجب أن ترتبط سياسات النظام الفرعي للسياحة بمجمل النظام الاجتماعي والاقتصادي للدولة أو المنطقة التي هي جزء منها.
- يجب أن تعترف بأدوار كل جهة سواء الجهات المنافسة أو المتعاونة.¹

5- أدوار السياسة السياحية: تلعب السياسة السياحية مجموعة من الأدوار، سنبينها فيما يلي:

- تحقيق النمو الاقتصادي: عن طريق توليد العائدات الأجنبية ودعم ميزان المدفوعات، إضافة إلى توفير فرص العمل على الصعيد الوطني وتحسين الاقتصاد الإقليمي والمحلي، كما تعمل على نشر المعلومات عن اتجاهات السوق المستقبلية، وتسعى لتعزيز صورة الوجهة السياحية مع تأمين الوصول إلى الأسواق السياحية العالمية، علاوة على ذلك تقدم الدعم والمشورة التجارية.
- دعم القدرة التنافسية: بمعنى ضمان السلامة والقدرة التنافسية للجهات والمؤسسات السياحية حيث تكون قادرة على الاستمرار في الازدهار وتحقيق فوائد على المدى الطويل.

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p 422.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

- الازدهار المحلي: أي تعظيم مساهمة السياحة في ازدهار الوجهة المضيغة، بما في ذلك زيادة نسبة إنفاق السائح. لذا يجب تبني سياسات لتعزيز الازدهار في الوجهة المحلية، من خلال استخدام العمالة المحلية والمنتجات المحلية في قطاع السياحة وتعزيز الروابط بين السياحة وغيرها من الأنشطة المحلية، مثل الزراعة، كما ينبغي تشجيع الشركات السياحية للعمل معا في شبكات، كما تساهم في تطوير البنية التحتية.

- نوعية العمالة: تعزيز عدد ونوعية الوظائف المحلية، بما في ذلك مستوى الأجور، وظروف الخدمة وتوافرها للجميع دون تمييز حسب الجنس أو العرق أو الإعاقة. كثيرا ما ينظر إلى السياحة كقطاع يقدم للفقراء الأجور وظروف العمل المناسبة، لذا ينبغي أن تسعى السياسات لتعزيز دعم وظائف بدوام كامل، بالإضافة إلى ضمان معايير العمل الدولية والالتزام بها وتشجيع فرص التدريب الفعال لتحقيق التقدم الوظيفي.

- تحقيق العدالة الاجتماعية: عن طريق الحصول على توزيع واسع النطاق من الفوائد الاقتصادية والاجتماعية من السياحة في جميع أنحاء المجتمع المضيف، بما في ذلك تحسين فرص الدخل والخدمات المتاحة للفقراء. وهو ما ينطوي على تطبيق السياسات والإجراءات التي تسعى خصيصا لتوجيه الإنفاق السياحي والدخل نحو الفئات المحرومة كالفقراء. ويمكن أن تشمل إجراءات لمساعدة الفقراء على المشاركة في سلسلة توريد السياحة ودعم تشكيل المؤسسات ضمن المجتمعات الفقيرة وتشجيع السياحة الاجتماعية.¹

- رضا السياح: بضمان تجربة آمنة ومرضية للسياح، ومتاحة للجميع دون تمييز حسب الجنس أو العرق أو الإعاقة أو أي شكل من أشكال التمييز الأخرى. إن ترويج الأفراد، بما في ذلك السكان المحليين بتجربة ترفيهية وتعليمية، الاهتمام بقضايا الوصول والسلامة والأمن وكذلك الجودة الشاملة، تشجيع السياحة الاجتماعية للفئات ذات الدخل المنخفض من شأنه كسب رضا السياح.

- الرقابة المحلية: من خلال تمكين المجتمعات المحلية وإشراكها في التخطيط واتخاذ القرارات المتعلقة بالإدارة والتنمية المستقبلية للسياحة في المنطقة. تنطوي العديد من مبادئ التنمية السياحية المستدامة على تجنب فرض القرارات على المجتمعات المحلية من أعلى، وينبغي تزويد المجتمعات المحلية بالمعلومات وتمكينهم من اتخاذ قرارات حول التنمية السياحية التي قد تؤثر على مستقبلهم.

- رفاه المجتمع: بمعنى تعزيز نوعية الحياة في المجتمعات المحلية، بما في ذلك توفير الهياكل الاجتماعية وتسهيل الوصول إلى الموارد، توفير وسائل الراحة ونظم دعم الحياة، وتجنب أي شكل من أشكال التدهور الاجتماعي. والتخطيط الدقيق للتأكد من أن المجتمع المحلي لا يعاني من الآثار السلبية للسياحة، على سبيل المثال المشاكل

¹ Noel Scott, Op.cit. p p 14, 15.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

المرتبطة بالاختناقات المرورية، والتنافس على الموارد الحيوية مثل المياه، تعزيز الدخل من خلال الاستثمار في مجال السياحة وتوافر الخدمات المحلية للسكان المحليين.

- الغنى الثقافي: عن طريق احترام وتعزيز التراث التاريخي والثقافة الأصيلة والتقاليد وتميز المجتمعات المضيفة، هناك العديد من الطرق التي يمكن أن تستخدم دخل السياحة لدعم المحافظة على التقاليد وعلى المواقع التراثية الثقافية والتاريخية.

- السلامة البيئية: الحفاظ على المناظر الطبيعية وتعزيز نوعيتها، سواء في المناطق الحضرية أو الريفية، وتجنب التدهور المادي للبيئة بالحفاظ على جودة البيئة وهو أمر بالغ الأهمية لمستقبل صناعة السياحة وكذلك للسكان المحليين. المفتاح لذلك هو تحديد المواقع وتصميم هياكل جديدة، وضمان صيانة جيدة للمساحات المفتوحة مثل الحد من انتشار القمامة.

- التنوع البيولوجي: أي دعم المحافظة على المناطق الطبيعية والموائل والحياة البرية والحد من الأضرار التي تلحق بها. فالمتنزهات الوطنية والمناطق المحمية الأخرى توفر موارد في غاية الأهمية للسياحة وتدفع السياح للإنفاق.

- كفاءة استخدام الموارد: عن طريق التقليل من استخدام الموارد الشحيحة وغير المتجددة في تطوير وتشغيل المرافق والخدمات السياحية. وهذا يتعلق بمدخلات قطاع السياحة كتشجيع أشكال السياحة والإدارة والأنظمة التي تتسم بالكفاءة، وتعزيز مصادر الطاقة البديلة وتشجيع "إعادة الاستخدام وإعادة التدوير".

- النظافة البيئية: تحتاج إلى التقليل من انبعاثات السياحة الناتجة عن الطيران للحد من تلوث الهواء والماء والتربة وتقليل النفايات المتولدة عن المشروعات السياحية والسياح والتقليل من التلوث على المستويين العالمي والمحلي، وتشمل بعض القضايا الرئيسية التي تروج لسياحة أقل تلويثاً.¹

¹ Noel Scott, Op.cit. p p 15, 16 .

المطلب الثاني: هيكل ومحتوى السياسة السياحية

في مناقشة السياسة السياحية، من المفيد أن نميز بوضوح بين الهيكل العام للسياسة ومضمون سياسة معينة وجدت داخل هذا الهيكل. في نفس السياق، يجب التمييز بين المفاهيم الثابتة لهيكل السياسات والمحتوى والمفهوم الديناميكي لصياغة السياسات. يحدد الهيكل والإطار "ماذا؟" في السياسة السياحية، أما عملية صياغة السياسات فتصف "كيف؟" لتحديد هيكل السياسة وتحديد مضمون السياسة التي وجدت داخل هذا الهيكل. في مجال السياحة ينص سير العملية على ما يلي:

- لمحة عامة عن مختلف المراحل أو الخطوات المتبعة في عملية صياغة السياسات.
- استعراض مختلف المنهجيات المحتملة التي يمكن استخدامها عبر مراحل صياغة السياسات.

أولاً: الهيكل التنظيمي للسياسة السياحية

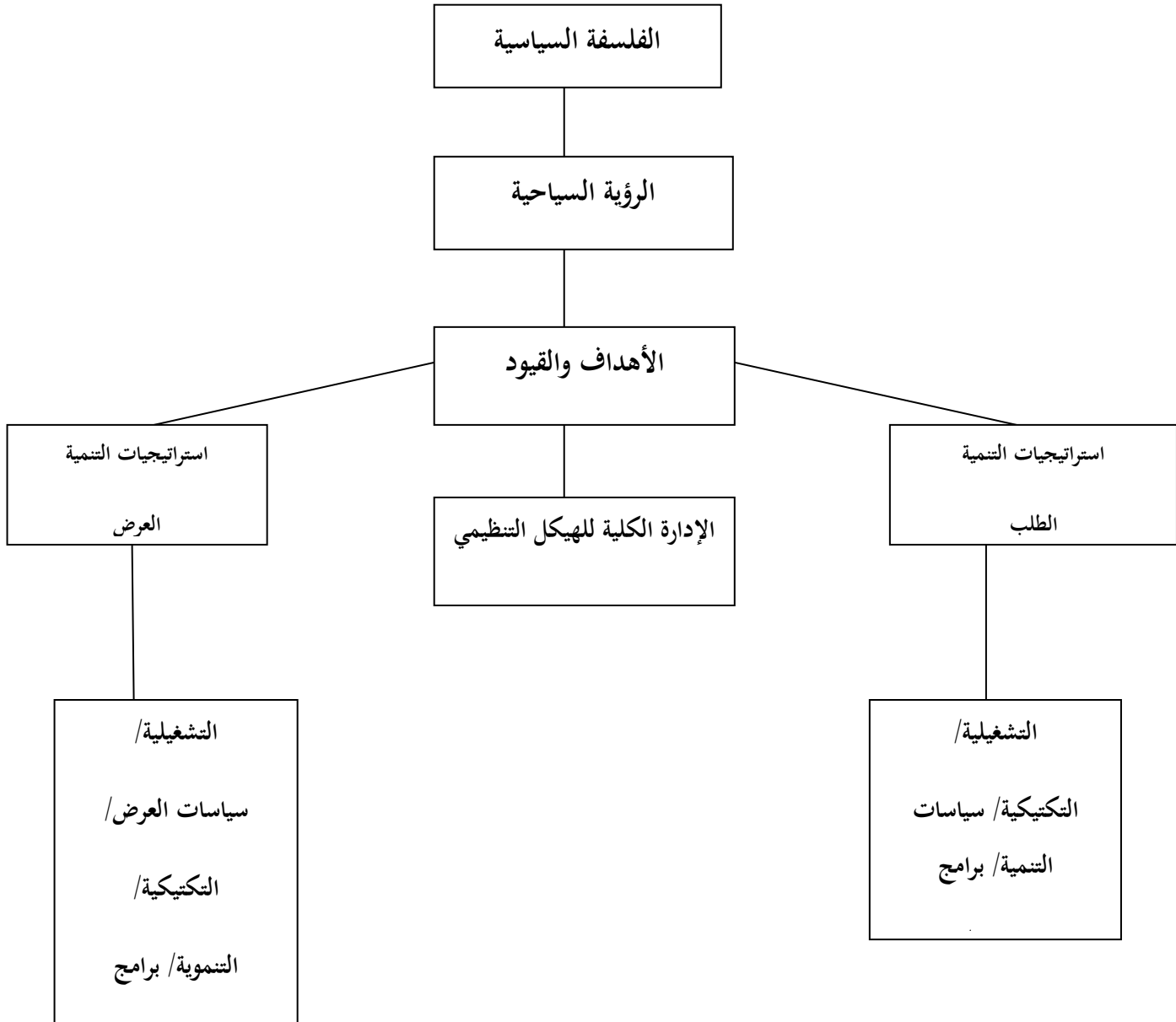
في حين لا يوجد نموذج واحد يمكن أن يحدد مضمون سياسة الوجهة السياحية، يوفر الشكل رقم 1 إطاراً واحداً للسياسة السياحية، أي مجموعة من العمليات والمبادئ التوجيهية لتطوير الوجهات الناجحة.

1- النظام الكلي والسياسة السياحية: في هذا الصدد، ينظر إلى السياسة السياحية بأنها تستند مباشرة إلى السياسات التي توجه النظام الاجتماعي الاقتصادي الكلي للدولة أو المنطقة التي يقع فيها النظام الفرعي للسياسة. يوفر المحتوى العام لسياسات النظام الكلي الأساس الذي تقوم عليه فلسفة السياحة في وجهة معينة.¹

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, **Tourism : principles, practices, philosophies**, Wiley, Canada, 2009, p 223.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

الشكل رقم 1: هيكل تكوين السياسة السياحية



المصدر: Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, **Tourism : principles, practices, philosophies**, Wiley, Canada, 2009, p 424.

2- الفلسفة السياحية:

الفلسفة السياحية هي الركيزة الأساسية لوضع سياسة سياحية متماسكة. بشكل عام، يمكن تعريف الفلسفة كنظام لتوجيه الحياة ومجموعة من مبادئ السلوك والمعتقدات والتقاليد أو المبادئ العامة لمجال نشاط معين. يمكن تعريف الفلسفة السياحية كمبدأ عام أو مجموعة من المبادئ التي تشير إلى معتقدات وقيم أفراد المجتمع حول كيف يمكن للسياحة أن تخدم سكان بلد أو منطقة ما، والتي تقوم بدور دليل لتقييم فائدة الأنشطة ذات الصلة بالسياحة.

من المهم التأكيد على الدور الحاسم الذي تلعبه قيم سكان الوجهة في تحديد إطار السياسة السياحية. وفي الواقع، توفر قيم السكان أساس السياسة ومكوناتها المختلفة. في النهاية، السياسات العامة للسياحة التي لا تعكس قيم المجتمع المضيف ستفشل حتماً في كسب الدعم الشعبي أو السياسي المستمر. والسياسات التي لا تحافظ على دعم سياسي طويل الأمد هي سياسات معرضة للفشل.

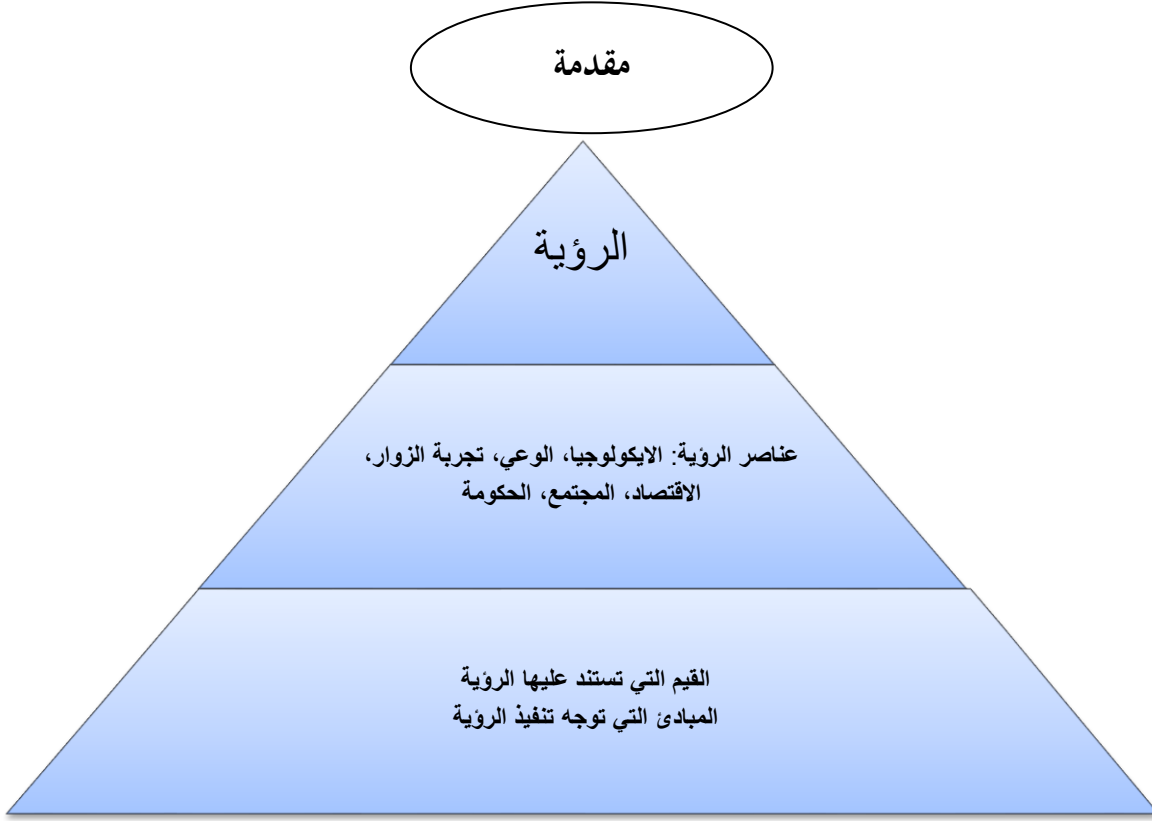
لا يمكن أن تكون الوجهة تنافسية إلا إذا نجحت في مناقشة قطاعات مربحة في السوق على المدى الطويل. وعلى نفس المنوال، لا يمكن لأي وجهة أن تكون مستدامة ما لم تولد فوائد اقتصادية، وما لم تنجح أيضاً في الحفاظ على الشرعية المطلوبة.

3- رؤية الوجهة:

على الرغم من أن الفلسفة السياحية تحدد الطبيعة الشاملة للسياحة في الوجهة، فإن رؤية الوجهة هي التي توفر صورة أكثر وظيفية وأكثر تشجيعاً للمستقبل المثالي الذي تأمل الوجهة السياحية تحقيقه في المستقبل في فترة محددة عادة بخمسة عشرة، عشرين أو خمسين سنة.

يمكن أن تتخذ الرؤية أشكالاً عديدة بعضها مختصرة جداً (ما يعادل بيان مهمة شركة)، البعض الآخر أكثر شمولاً ومثالية. كما هو مبين في الشكل رقم 2.

الشكل رقم 2: رؤية الوجهة: الإطار المفاهيمي



المصدر: Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, **Tourism : principles, practices, philosophies**, Wiley, Canada, 2009, p 426.

حسب الشكل أعلاه، تشكل الرؤية الأساس المنطقي لتنمية الوجهة السياحية بحيث تحاول هذه الرؤية رسم الملامح الأساسية لمستقبل وجهة سياحية معنية. تسعى القيم المكونة للرؤية إلى تقديم فهم لمعتقدات الجهات المعنية بصياغة الرؤية. لا يمكن فهم الرؤية دون فهم وتقدير القيم التي تقوم عليها.

تتمثل عناصر الرؤية في الوسائل التي يمكن بها ربط جوهر الرؤية بواقع الوجهة لأنها توفر الوسائل التي يمكن من خلالها تحديد المكونات التشغيلية للرؤية وطبيعة هذه المكونات.

وأخيراً، بعد أن يتم الاتفاق على الرؤية الأساسية وعناصرها، من المفيد أيضاً تقديم بيان للمبادئ المصممة لتوفير التوجيه بشأن الكيفية التي ينبغي أن تفسر الرؤية وعناصرها وكيفية تنفيذها.

4- صياغة رؤية إستراتيجية:

إعداد الرؤية الإستراتيجية للوجهة هو عملية فكرية محفزة. دائما، يجب إشراك أصحاب المصلحة المعنيين. مع ذلك، هناك فرق بين وضع وصياغة الرؤية إذ أن صياغة السياسات هو مصطلح يعكس النهج التقليدي للتخطيط الاستراتيجي التي يمكن وصفها بأنها مفروضة في التوجه. هذا المصطلح يعني أن صياغة السياسات هي عملية التصميم النظري للتخطيط الرسمي وتحليل المواقع. يؤكد جوهر هذا النموذج على طبيعة الهيكل ومنطقية الميكانيكية ويؤكد على خضوع صياغة الإستراتيجية للرقابة، وهي عملية فكرية واعية تقع المسؤولية النهائية فيها على عاتق الرئيس التنفيذي للكيان المشارك في وضع الاستراتيجيات ونتيجة هذه العملية هي إستراتيجية بسيطة، فريدة من نوعها، وذات استجابة أفضل لحالة معينة.¹

من جهة أخرى، هناك ما يُعرف باسم صياغة الإستراتيجية وهي تعبر عن تطور العملية الديناميكية التي من خلالها تأخذ الإستراتيجيات شكل نتيجة للتجارب على مدى فترة من الزمن. ويؤكد أن صياغة الإستراتيجية تعكس عملية تكرارية مستمرة من التفكير والعمل. ففكرة واحدة تؤدي إلى فكرة أخرى حتى يتشكل نمط جديد. على هذا النحو، يمكن صياغة الاستراتيجيات. يمكن أن تنشأ الإستراتيجية إستجابة لتطور حالة معينة، أو يمكن أن تتحقق بشكل متعمد من خلال عملية الصياغة التي تليها عملية التنفيذ. تتطلب صياغة الإستراتيجية الخبرة، وإدخال اللمسة الشخصية والاهتمام بالتفاصيل والشعور بالانسجام والتكامل. وباختصار، ينظر إلى عملية "التصور الاستراتيجي" كظاهرة تفاعلية ديناميكية.

ثانيا: محتوى السياسة السياحية: يُنظر إلى السياسة السياحية من خلال:

السياسة السياحية الداخلية: هي مجموعة الأنشطة التي تحققها وتحددتها الدولة والتي تنبع من سياستها الوطنية، عادة ما تحتوي على قوانين وأنظمة خاصة بتطوير السياحة في الحدود الوطنية للدولة الواحدة.

السياسة السياحية الدولية: هي مجموعة الأنشطة التي تنظمها الدولة وتطبقها بالاتفاق مع دولة أخرى أو عدة دول، على أساس إتفاقيات تحدد طبيعة العلاقات التي تضبط تطور السياحة الدولية.

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p 424.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياسة

يُشترط في السياسة السياحية الداخلية ضمان ما يلي:

- توفير الظروف والعوامل العامة اللازمة لتطوير السياحة: تحديد المستوى الثقافي والمادي للسكان، تحديد وقت الفراغ والإجازات، توفير وسائل النقل المتطورة والوضع السياسي الآمن، مراعاة القدرة الاقتصادية للدولة.
- المحافظة والاستخدام الأمثل للبيئة المحيطة والموارد السياحية.
- توفير البنية التحتية للسياحة، عن طريق بناء المرافق السياحية الأساسية بالمواقع السياحية، من أجل تسويقها داخليا وخارجيا.
- إجراء الدراسات وعقد الدورات في مجال السياحة، عن طريق المراكز العلمية المتخصصة.
- تطوير تخطيط وتنظيم وإدارة العمليات السياحية في المؤسسات والشركات والجهات المسؤولة عن ذلك.
- تحويل واستثمار المنجزات العلمية في مجال السياحة من خلال: وسائل تقديم الخدمات السريعة الحديثة، الآلات والمعدات الحديثة الخاصة بالمطابخ، الآلات والأجهزة اللازمة في قطاع الفنادق وباقي الخدمات الإضافية.¹
- التقليل من المعاملات الرسمية الروتينية المتعلقة بالحصول على تأشيرات الدخول والمعاملات الجمركية والإجراءات الأخرى، من أجل تسهيل عملية السفر.

ثالثا: أهداف السياسة السياحية

تتكون السياسة السياحية من بيان أهداف النظام السياحي، يتم تحديد الأهداف كبيان رسمي يضم نتائج محددة تسعى للوصول إليها من قبل النظام السياحي ضمن إطار زمني معين. يجب أن تستجيب أهداف النظام السياحي لعدد من الخصائص:

أولا، الأهداف التي تمت صياغتها في ضوء الرؤية السياحية، يجب أن يساهم تحقيقها بشكل واضح في تحقيق هذه الرؤية.

ثانيا، لكي توصف الأهداف بأنها تنفيذية، من الضروري أن يكون المديرون قادرين على قياس مدى تحقق النتائج المرجوة منها. وهذا يعني أنه يجب أن تكون هناك وسيلة واضحة لقياس معايير الأداء المطلوبة.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 152.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

ثالثا، يجب التأكد من أن للتدابير المختارة فيما يتعلق بكل هدف مؤشرات سليمة لقياس ما كنا حقا نريد تحقيقه من النتائج المرجوة.

رابعا، في الحالات الشائعة حيث يكون لدى النظام السياحي أهداف متعددة، فمن المستحسن وجود أولوية بين الأهداف، يدل هذا المؤشر على الأهمية النسبية لوجود إستراتيجيات وبرامج لتحقيق الهدف، كما يوفر أساسا لاتخاذ القرارات.

خامسا، إن الأهداف يجب أن تكون ذات صلة بفترة زمنية معينة.

أخيرا، يجب أن تكون الأهداف المدرجة معقولة. في حين ينبغي أن تعمل على تقديم تحد حقيقي، فالأهداف التي من المستحيل عمليا تحقيقها سرعان ما تصبح سلبية بدلا من أن تكون مصدرا إيجابيا للتحفيز.

هناك ملاحظة أخرى تتعلق بالبيان الرسمي للأهداف. تحدد الأهداف تلك النتائج التي يجب تحقيقها. كلمة هدف تعني أن النتائج هي كيانات إيجابية، مثل الوصول إلى تحقيق عدد معين من السياح، ولكن الأمر ليس كذلك بالضرورة.

في الواقع، قد يسعى مسيرو النظام السياحي لتحقيق الأهداف مع احترام ما لا يريدون حدوثه كنتيجة لنشاطاتهم، ومن الأمثلة على ذلك تجنب التلوث البيئي والثقافي، يمكن ذكر هذه الأنواع كنتائج الأهداف المحددة للنظام السياحي. في حين أنه من المهم، القول أن طبيعتها السلبية توفر حافزا لعمل الإدارة بطريقة بديلة ومرضية أكثر للتعامل مع الآثار التي جرى التعبير عنها في شكل قيود.

يتم تحديد القيود المفروضة على أنشطة النظام، كلما كان ذلك ممكنا، والحد الأقصى من كل نتيجة غير مرغوب فيها (على سبيل المثال، التلوث) التي يمكن أن تظهر نتيجة النشاط السياحي، حيث أنه من الصعب قياس مستويات مقبولة من نتائج غير مرغوب فيها، ويمكن أن يتم تحديد القيود لتوفير مؤشرات واضحة فيما يتعلق بتقليص هذه القيود إلى الحد الأدنى أو تجنبها.¹

يتمثل الهدف العام للسياسة السياحية في تحقيق أقصى منفعة اقتصادية واجتماعية لكل الجهات المعنية بعملية التنمية السياحية وتقليل الآثار السلبية، لذلك تعتبر السياسة السياحية ذات أهمية لأنها تحدد المسار الذي يجب أن تسلكه عملية التنمية السياحية في منطقة ما للوصول للأهداف السياحية المرغوبة، كما تعمل على توفير مناخ

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, **Tourism : principles, practices, phylosophies**, Wiley, Canada, 2009, p 427.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

ملائم للتعاون والتنسيق بين جميع الأطراف ذات العلاقة ما يساهم في نجاح عملية التنمية السياحية، يمكن حصر أهمية السياسة السياحية في الجوانب التالية:

- تحديد النشاطات والإجراءات المرغوبة.
- تحديد قواعد اللعبة التنموية للجهات المعنية بعملية التنمية السياحية.
- تشكّل المرشد لجميع الجهات ذات العلاقة بالتنمية السياحية.
- العمل على خلق وعي عام بجميع الإستراتيجيات والأهداف السياحية في المنطقة المستهدفة.¹
- تقديم إطار عام حول أهمية قطاع السياحة وماذا يمكن أن يقدم للاقتصاد والمجتمع المحلي.
- العمل على إيجاد شراكة فاعلة بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الأخرى.

لا بد من التأكيد على أنه بمجرد تحديد جوانب العرض والطلب للتنمية الشاملة المنصوص عليها في الاستراتيجيات، يجب أن تترجم هذه الاستراتيجيات في شكل سياسات وبرامج محددة ذات طبيعة تنفيذية. على هذا المستوى، تصبح عملية إدارة التخطيط التفصيلي وتنفيذ العديد من المهام الضرورية لترجمة الأفكار المكونة للإستراتيجية إلى أفعال في الواقع، فدون التنفيذ الفعال ليس للسياسات قيمة تذكر.

يمكن القول أن هناك حاجة لسياسة سياحية للوجهة السياحية على جميع المستويات. في جميع الحالات، يجب أن تكون القدرة التنافسية والاستدامة الهدف الرئيسي لهذه السياسة، ويتطلب السعي الفعال لتحقيق كل هذه الأهداف مجموعة مختلفة من المهارات والقدرات.²

ثالثاً: أهداف التنمية السياحية

ينبغي أن تهدف التنمية السياحية إلى:

- توفير إطار عمل لرفع مستوى معيشة السكان من خلال الفوائد الاقتصادية للسياحة.
- تطوير البنية التحتية وتوفير مرافق ترفيهية للسياح الأجانب والمقيمين على حد سواء.
- ضمان اعتماد أنواع التنمية، داخل المراكز والمنتجعات السياحية، التي تتلاءم وخصائص تلك المناطق.
- وضع برنامج تنمية يتوافق مع الفلسفة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للحكومة.
- تحقيق رضا الزوار.

¹ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 143، 144.

² Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p p 428, 429.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

في سبيل تحقيق هذه الأهداف تعترض التنمية السياحية العديد من العقبات. تتعلق العقبة الأولى بالعرض المحتمل والعرض الفعلي أي عدم توفر أو عدم كفاية وسائل النقل وطرق الوصول إلى المركز أو النواة السياحية؛ ما يؤثر على تطوير الإمدادات الفعلية، ويتسبب أيضا في عدم جذب السائح. هناك عقبة أساسية أخرى ينبغي التغلب عليها وتمثل في تدني معدلات إقامة السياح.

يحتاج السياح حتما إلى سلسلة من السلع والخدمات، منها ما يمكن العثور عليها على الفور ويمكن أن تكون مرنة اقتصاديا بما يكفي للتكيف مع تقلبات الطلب. يجب أن تستوفي قدرة البنية التحتية الحد الأقصى للطلب، يمكن أن يكون التمويل عقبة رئيسية. وأخيرا، لا يمكننا أن نغفل ضرورة توفر الموظفين المدربين والمضيفين بما فيه الكفاية.

تمتص السياحة بجميع أشكالها السلع الاستهلاكية، لذا تميل الأسعار في هذا المجال إلى أن تكون حساسة للغاية لتحركات أسعار السلع. الارتفاع المحتمل للأسعار لديه نفس تأثير انخفاض دخل السياحة المحتمل. ونتيجة لذلك، عند النظر في التكاليف والتخطيط لقضاء عطلة، يختار السائح الذهاب إلى وجهة معينة بعد المفاضلة بين الأسعار.

هناك عقبة رئيسية أخرى تتعلق بموقف قادة الحكومة وقطاع الأعمال في منطقة الوجهة، فإذا كانت هذه القيادة مقاومة أو حتى سلبية اتجاه السياحة فإن التنمية السياحية ستختلف في هذه المنطقة.

رابعا: الجوانب السياسية للتنمية السياحية

مثل أي عنصر هام في الاقتصاد في المنطقة، يمكن أن تكون الجوانب السياسية ذات تأثيرات رئيسية على إنشاء وتشغيل وبقاء المشاريع السياحية، ويمكن ذكر العديد من الأمثلة منها قوانين استخدام الأراضي. هذه المواضيع يمكن أن تكون حساسة سياسيا، المثال الآخر يتعلق بمدى مشاركة الجهات الحكومية في إنشاء وصيانة البنية التحتية للسياحة، والثالث هو نوع وحجم الدعاية والإعلان وغيرها من الجهود الترويجية التي تقوم بها.¹

1- استخدام الأراضي (تقسيم الأراضي):

يعود القرار للحكومة بشأن استخدام الأراضي، كما تتطلب أيضا موافقتها على أي طلب لإجراء تغييرات في تقسيم الأراضي أو إعادة تقسيمها ومدى مطابقتها للمواصفات المقترحة.

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p 449.

يتحمل المسؤولية كذلك الجمهور، فإذا كان الجمهور يشعر بأن السياحة هي أداة التنمية المفضلة، فيجب فرض قوانين عقلانية. علاوة على ذلك، إذا نفذت مبادئ التخطيط السياحي والتنمية بأمانة، يجب أن تكون نتيجة المشاريع المخطط لها جيدة، وبالتالي سيتم قبولها في المجتمع وستلقى الترحيب.

2- إنشاء وصيانة البنية التحتية:

تحتاج التنمية السياحية إلى بنية تحتية والتي يتم توفيرها من قبل الحكومة أو القطاع الخاص أو كليهما، هذا الموضوع هو في الأساس مسألة سياسية. ما يزعج العديد من السكان المحليين هو أن جزءاً من ضرائبهم تنفق لتوفير الطرق وشبكات المياه وشبكات الصرف الصحي والمطارات والموانئ والحدائق وغيرها من البنى التحتية التي يرون أنها مفيدة للسياحة في المقام الأول، فهل هذا إجراء عادل أو مرغوب فيه من وجهة نظرهم؟ يجب على تلك الجهات التي لها اهتمام مشترك بمجال السياحة أن تدرك أنه يقع على عاتقها مسؤولية إقناع الجمهور بأن هذه النفقات ستعود بالنفع على الاقتصاد المحلي.

تعد سياسات الصيانة أيضاً عاملاً حيوياً في التنمية السياحية الناجحة. فأي عنصر من عناصر البنية التحتية يحتاج إلى صيانة، يمكن أن يؤثر مستوى هذه الصيانة بشكل كبير على السياسة السياحية، ومن الأمثلة على ذلك سرعة إزالة الثلوج من الطرق العمومية خدمة لمنتجعات التزلج على الجليد، مثال آخر يتعلق بنوعية الشبكات العمومية للمياه والصرف الصحي، يمكن إعطاء أمثلة كثيرة أخرى مثلاً يمكن أن يؤثر النفوذ السياسي للجمعيات السياحية والغرف التجارية ومكاتب الترويج على الحصول على صيانة جيدة للفنادق والنزل، يمكن لهذه الجهود أن تكون فعالة جداً، لأن وكالات الخدمات العمومية تميل إلى أن تقبل المطالب إذا كانت متكررة وقوية.¹

يجب على الحكومة والقطاع الخاص التفاعل بشكل تعاوني لنجاح التنمية السياحية مع ضمان مصالح كل الجهات.

3- الجهود الترويجية:

تشكل البرامج الترويجية الممولة من القطاعين العمومي والخاص على حد سواء جزءاً أساسياً من هذه السياسة. ومع ذلك، فإن مستوى أو درجة المشاركة في مثل هذه الدعاية هو إلى حد كبير عملية سياسية. لإقناع المشرعين وصناع القرار السياسي على المستوى المحلي بالرغبة في السياحة يجب توفير بيانات دقيقة عن الأثر الاقتصادي للإنفاق السياحي. تحتاج جهود الضغط من قبل المنظمات التي تمثل السياحة لأن تكون مقنعة ومستمرة.

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p 450.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

ينبغي إنشاء هيئة أو منظمة للسياحة لمواكبة التطورات الاقتصادية والاجتماعية في الدول أو المناطق السياحية المختلفة للقدرة على تقديم توقع معقول لحجم ونوع وهيكل الطلب المحتمل على السياحة، وسيكون من المفيد كذلك الحصول على تقرير عن التطورات الحاصلة في قطاع السياحة وتقديمها للمناطق والمراكز المنفذة للأنشطة والمشاريع المتعلقة بتعزيز التنمية.

بما أن السياحة هي ظاهرة معقدة والإدارات الوزارية المختلفة هي المسؤولة عن إيجاد حلول للمشاكل التنموية المرتبطة بها، ينبغي أن يتم تحقيق استقرار في الأسعار العامة والسياحية لأن ارتفاع الأسعار تلقائياً يؤدي إلى تقليل حجم الطلب. كما يجب تثبيط المضاربة على الأراضي، ويجب حصر الموارد الوطنية السياحية المحتملة كالمتنزهات والمعالم السياحية والمرافق الترفيهية، كما يتم إدراج هذه الموارد في السياسة السياحية الفعلية وفقاً لكمية ونوعية توقعات الطلب.

تؤثر الضغوط الضريبية بشكل مباشر على تكاليف التشغيل وأيضاً على الأسعار ونظراً لقيمة الصادرات السياحية، ينبغي اعتماد سياسة مالية مماثلة لتلك المطبقة على تجارة التصدير التقليدية أو الكلاسيكية.

ينبغي تنظيم حملات الدعاية وتنفيذها كل سنة وفقاً للتوقعات، كما يجب أن تكون هذه النقطة مفصلة وبناءة، وينبغي أن تتوافق مع التطورات والأنشطة الاجتماعية والاقتصادية في السوق، وينبغي الحصول على تمويل لتغطية هذا النشاط من الأرباح السياحية السنوية وصناديق أخرى، كما ينبغي توفير التسهيلات الجمركية الممكنة مع ضمان السيطرة والحفاظ على النظام وتجنب الاحتيال وغيره من الجرائم.

تسبب الطبيعة الموسمية للسياحة الجماعية الازدحام في استخدام الخدمات المطلوبة من قبل السياح لبعض الخدمات مثل الإقامة، التي لا يمكن أن تتكيف بسهولة مع التقلبات الموسمية. من ناحية أخرى، بعض الخدمات الأخرى مثل النقل والاتصالات يمكنها التكيف لذا فإن توفير الحكومة للخدمات العمومية مهم لتحقيق التنمية السياحية.

لذلك، يجب إجراء دراسة مفصلة لوسائل النقل المستخدمة في السياحة بهدف التخطيط للتحسينات والتوسعات اللازمة، إنشاء شبكة طرق جديدة إذا لزم الأمر، وتحسين تلك الموجودة.¹

كذلك يجب تحسين وسائل النقل بالسكك الحديدية للمسافرين على الخطوط الفاصلة بين الحدود والمراكز السياحية الرئيسية، فضلاً عن توفير الخدمات الضرورية في هذه المناطق كتحسين المواقع الحدودية وتوسيع نطاق قدراتها لضمان سلامة المعابر، وتنظيم سهولة الحركة والتنقل للتدفقات السياحية الصادرة. يعد عبور الحدود دائماً إما مقدمة أو خاتمة لأي رحلة بين الدول، وبالتالي فإن الانطباع الإيجابي الذي سوف يحتفظ به السائح مهم

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p p 451, 452.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

للغاية، لذا يتوجب توفير الخدمات الكافية في المطارات والمنشآت لتلبية الطلب، يساعد التقدم السريع للتكنولوجيا في مجال النقل الجوي على جعل بعض التوقعات معقولة وممكنة التحقيق كالموانئ والمرافئ المجهزة للسياحة، توسيع خدمات السيارات مع وبدون سائق للسياح الذين يصلون عن طريق الجو أو البحر.

4- أماكن الإقامة:

يجب وضع أماكن الإقامة بشكل مناسب في الخطة الإقليمية. من بين أماكن الإقامة الفنادق، تعتبر عملية التخطيط المتعلقة بإنشاء الفنادق عملية حيوية.

أحد الاعتبارات التي تُأخذ في الحسبان من قبل الهيئة المكلفة بالتخطيط هي تحديد موقع إنشاء الفندق. يمكن تحقيق ذلك عن طريق استخدام قوانين تقسيم المناطق التي تسمح عادة بإنشاء الفنادق في المناطق التجارية، كما تحدد عدد الغرف الفندقية اللازمة مقارنة بالطلب المتوقع ثم النظر في توفير إمكانية التوسع في الفنادق مع تزايد الطلب.

إلى جانب هذا، يرمي التخطيط الفندقي إلى الحفاظ على التباعد الذكي بين الفنادق في منطقة معينة، بمعنى ألا تكون متباعدة أو متقاربة بشكل كبير. هناك اعتبار آخر هو التضاريس، فالمناطق الجبلية تختلف عن المناطق المسطحة. أيضاً، يؤثر نوع الغطاء النباتي على كثافة الإقامة.

قبل اتخاذ أي استثمار في الفنادق ومرافق الإقامة المماثلة، ينبغي دراسة عادات الضيوف المحتملين لتصميم مرافق تستجيب لمتطلبات ورغبات الزوار وهذا أمر مهم للغاية، ويتفق مع مفهوم "التوجه نحو السوق" فالقرارات الكبرى للاستثمار تبدأ بتحديد رغبات الزوار المحتملين وثمة عامل آخر هو تحقيق الانسجام المطلوب بين مختلف عناصر خطة السفر والبيئة المحلية والبنية التحتية.

5- التمويل: تشمل الإجراءات المتعلقة بالتمويل والقروض المباشرة مجموعة متنوعة من المصادر. إن القدرة على التمويل على هذا الأساس تقدم حافزاً للمهتمين مباشرة بالأعمال التجارية، فضلاً عن غيرهم من المستثمرين، للمشاركة في مشاريع تطوير المنتجعات السياحية الجديدة.

يجب أن تعمل المجموعة المهتمة بإنشاء منتجع على إقناع السلطات المحلية، الإقليمية، أو السلطات الوطنية بضرورة ذلك، الخطوة التالية هي الحصول على الموقع المناسب المخصص للبناء بما يتوافق مع خطة التنمية السياحية للمنطقة، كما ينبغي إجراء دراسة جدوى كخطوة ثالثة.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

والخطوة التالية هي الحصول على التمويل للبناء سواء من مصادر محلية أو من مصادر حكومية أو أجنبية، أيضا يجب تأمين المعدات والمستلزمات والخدمات. غالبا ما يكون ضروريا الحصول على المساعدات الحكومية للحصول على الإمدادات والمعدات المستوردة، ينبغي على الحكومة تخفيض أو إلغاء الضرائب لمدة كافية من الوقت للمساعدة في ضمان النجاح المالي للمشروع، ومن المستحسن أيضا إلغاء الرسوم على استيراد المواد اللازمة لبناء وتشغيل المنتجعات.¹

تحدد جودة التخطيط السياحي والتنمية نجاح المشروع في الوجهة. كما يشكل الوقت والجهد والموارد المخصصة للتخطيط استثمارات أساسية.

تنطوي التطورات السياحية على دور كل من الحكومة والقطاع الخاص، حيث أن كل قطاع يمكن أن يساهم في أجزاء معينة من المشروع. توفر الحكومة عادة البنية التحتية، مثل الطرق وإمدادات المياه وشبكات الصرف الصحي ومحطات النقل العمومي والحدايق العمومية، أما القطاع الخاص فيوفر البنية الفوقية مثل الفنادق والمطاعم ومرافق الترفيه ومناطق التسوق.

يمكن للحكومة أيضا أن تساعد إلى حد كبير في جعل التمويل متاحا، كما يجب جذب القطاع الخاص للاستثمار في المنشأة السياحية لزيادة العائد المالي وتقليل المخاطر.

خامسا: الوجهة السياحية

في عالم معقد من المهم تحديد، بشكل واضح، المنطقة الجغرافية التي تطبق عليها السياسة السياحية، أي الوجهة السياحية، وهي منطقة جغرافية معينة يتمتع من خلالها الزائر بأنواع مختلفة من تجارب السفر.²

يتم تحديد الوجهات السياحية الأكثر شيوعا من قبل السلطات السياسية المعترف بها مثل:

- الدولة.
- المنطقة الكلية، التي تتكون من العديد من البلدان، على سبيل المثال قارة إفريقيا، أوروبا أو التجمعات الأخرى التي إما تتجاوز الحدود الوطنية مثل الريفيرا الأوروبي Riviera، أو تمثل مناطق للمبادلات الاقتصادية والتجارية على سبيل المثال، النافتا NAFTA.
- محافظة أو ولاية داخل دولة.
- منطقة محلية داخل البلاد، مثلا غرب البلاد.

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p 453, 457.

² Ibid. p 415.

- المدينة أو البلدة.

- مكان محلي فريد من نوعه، مثلاً حديقة وطنية، موقع تاريخي أو نصب تذكاري، الذي هو في حد ذاته مهم لجذب السياح. كذلك من بين الأمثلة الأخرى المؤسسات الفنية، مثل عالم والت ديزني في أورلاندو Orlando بالولايات المتحدة الأمريكية، متحف الأرميتاج Hermitage في سانت بطرسبرغ St. Petersburg بروسيا، كنيسة القديس بطرس في روما St. Peter's Basilica in Rome. وهو ما يكفي لتصنيفها كوجهة سياحية.

تعتبر مهمة إدارة الوجهات السياحية عملية معقدة، متعددة الأبعاد. يكمن التحدي، هنا، في ضمان نجاح الوجهة السياحية ولا يتحقق هذا النجاح إلا بضمان القدرة التنافسية والاستدامة فكلهما ضروري ويدعم بعضه بعضاً.

تشير القدرة التنافسية للمقصد السياحي أو الوجهة إلى قدرتها على المنافسة بشكل فعال ومربح في السوق السياحي، أما الاستدامة فتتعلق بقدرة الوجهة على الحفاظ على نوعية مواردها المادية والاجتماعية والثقافية والبيئية. يمكن اعتبار الاستدامة كمشجع على الاستثمار في رأس المال الطبيعي والامتناع عن الاستهلاك غير العقلاني من أجل حماية البيئة واستعادة الأرصدة الطبيعية القابلة للتجديد، وبالتالي ضمان توافر هذه الموارد للاستهلاك في المستقبل.

تنطوي الإدارة الناجحة للوجهة السياحية على توازن المهارات الاقتصادية في إدارة الأعمال مع قدرات الإدارة البيئية. تتعلق مهارات العمل الاقتصادية المطلوبة بتنمية الموارد الفعالة، وتشمل التخطيط الاستراتيجي للتنمية من جهة والتسويق من جهة أخرى، وإدارة الموارد البشرية اللازمة لتوفير خبرات نوعية للسياح، وإدارة الموارد المالية والاستثمارات المطلوبة لدعم التنمية، والقدرة على تنمية القدرات التنظيمية لتنسيق وضمان وصول الخدمات الأساسية.

أما قدرات الإدارة البيئية فهي تعتبر بالغة الأهمية لفعالية إدارة الوجهة، وتشمل المعارف والمهارات الضرورية لضمان حماية الهواء والمياه والغابات والنباتات وإدارة الحياة البرية.

في الآونة الأخيرة، تم توسيع مفهوم إدارة الوجهة السياحية لتشمل الممارسات الإدارية بهدف تعزيز السلامة الاجتماعية، والثقافية للوجهة، كما تشمل القدرة على الإدارة الفعالة لوجود الإنسان داخل حدود الوجهة.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياسة

يتطلب هذا الوجود البشري إدارة السياح الأجانب والمقيمين أي المجتمع المضيف.¹

أخيراً، ترتبط مهام توزيع الموارد وإدارتها بالحاجة المشتركة إلى نظام معلومات خاص بإدارة الوجهات السياحية لدعم صياغة السياسات والتخطيط الإستراتيجي، واتخاذ القرارات بصفة دورية، وتقييم الأداء العام. تتكون إدارة المعلومات من مكونين رئيسيين: عنصر الرصد لأصحاب المصلحة وخاصة منظمة إدارة الوجهات السياحية مع التقييم المستمر لأداء الوجهة عبر مجموعة واسعة من المتغيرات والمؤشرات. يجب اختيار هذه المتغيرات بعناية لتكون مثابة للصحة العامة من جهة، وللقدرة التنافسية أو الاستدامة من جهة أخرى. ويشمل الرصد أيضاً عنصر المسح البيئي الذي يسعى إلى تحديد الاتجاهات والقوى التي لديها القدرة على التأثير بشكل كبير على القدرة التنافسية واستدامة الوجهة.

تتمحور إدارة الوجهات السياحية عادة حول توفير الأبحاث لصياغة السياسات من خلال تحليل الوضع الكلي للمقصد بهدف توفير المعلومات التي تساعد على وضع مبادئ توجيهية محددة بشكل جيد والتي تعمل على تحديد الأولويات لتوجيه أنشطة الوجهة، وبشكل أكثر تحديداً، تسعى بحوث السياسات لجمع وتفسير البيانات على المستوى الكلي ذات الصلة بتحديد القيم وتطور الاتجاهات المتعلقة بالعوامل الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والسياسية الرئيسية التي تؤثر على نجاح الوجهة أو المقصد.²

بغض النظر عن حجم أو نطاق الوجهة، فإنه من المفيد تعريف عمليات الهيكل والإدارة وفحصها. وقد تم تطوير الإطار الذي تتم فيه هذه العمليات من قبل J.R. Brent Ritchie و Geoffrey I. Crouch. من وجهة نظر هذا النموذج، الغرض من السياسة السياحية هو ضمان أغراض مشتركة ومتفق عليها ولنجاح السياحة في الوجهة يتوجب وضع الخطوط العريضة للتخطيط وتنسيق جهود جميع أصحاب المصلحة في السياحة.³

يجب الأخذ بعين الاعتبار أن السياسات السياحية ليست سوى جزء من السياسات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. وباختصار، فإن عدداً من السياسات الأكثر عمومية كالأمن والأمن والأهداف، يتم التحكم فيها من قبل الحكومات، وكذلك المنظمات والقطاعات الصناعية الأخرى، وربما يكون لهذه السياسات تأثير كبير على نجاح الوجهات السياحية. وتشمل الضرائب التي تؤثر على التكاليف وبالتالي على الربحية، الاتفاقيات الثنائية، حدود السياسة البيئية والوصول إلى مناطق جذابة ولكنها حساسة، سياسة الجمارك والهجرة التي يمكن لها أن تسهل أو تعيق السياحة الدولية، سياسة الاتصالات التي يمكن أن تقيد استخدام وسائل

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p p 416, 417.

² Ibid. p 418.

³J.R. Brent Ritchie and Geoffrey I. Crouch, **The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective**, Published by CAB International, Oxfordshire, UK.2010, p 66.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة

الإعلان، سياسة الحد الأدنى للأجور التي يمكن أن تؤثر على أسواق العمل، سياسة الرعاية يمكن أن تؤثر على طبيعة وسلوك القوى العاملة، سياسة التعليم يمكن أن تؤثر على نوعية القوى العاملة، السياسة الثقافية يمكن أن تؤثر على صون وتعزيز التراث الوطني، سياسة الاستثمار الأجنبي يمكن أن تؤثر على توافر رأس المال الاستثماري، سياسة تقسيم المناطق المحلية يمكن أن تقيد أو تشجع تطوير المرافق السياحية.

تؤثر مجموعة كاملة من السياسات الاجتماعية والاقتصادية والقانونية والتكنولوجية بشكل كبير على الجاذبية والقدرة التنافسية واستدامة الوجهة السياحية، بعض هذه السياسات يقع تحت مسؤولية قطاع السياحة كرضا السياح، سياسة الضمان ومصادقية الإعلان، ولكن الغالبية العظمى منها ليست كذلك. وبالتالي، فإن التحدي الذي يواجه مديري السياحة هو محاولة التأثير على السياسات الدولية بحيث يمكن التكيف معها بفعالية.¹

¹ Charles R.Goeldner, J.R.Brent Ritchie, Op.cit. p p 419, 420.

خلاصة الفصل الأول:

السياحة كظاهرة تعني عملية انتقال مؤقتة يقوم بها عدد من سكان الدول المختلفة، فيتركون محل إقامتهم الدائمة منطلقين إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم (سياحة داخلية، محلية)، أو إلى بلدان أخرى (سياحة خارجية دولية). تختلف المدة التي يستغرقها هذا الانتقال من سائح لآخر، وهذا يتوقف على عوامل عديدة.

نلاحظ أن السياحة كسلوك بشري ظاهرة قديمة قدم البشرية نفسها، وبالتالي من الصعوبة تحديد البداية الحقيقية لها، أما السياحة كظاهرة فأخذت بالتبلور كمفهوم ونشاط اقتصادي وظاهرة اجتماعية مع بداية عصر النهضة الصناعية. وفي ظل الثورات الزراعية والصناعية في المجتمعات الأوروبية، وكذا التطور والتغير السريع في النقل الجوي والبحري. فقد ساهمت الثورات الزراعية والصناعية وما نتج عنها من تحولات تكنولوجية واقتصادية واجتماعية، في تطور وانتشار السياحة.

نستنتج أيضا أن السياحة ليست نشاطا اقتصاديا فقط بل هي نشاط ثقافي وحضاري كذلك، حيث أن دور السياحة في تشغيل الأيدي العاملة ليس أكثر أهمية من مساهمتها في تحقيق السلام والتفاهم العالمي، فهي مصدر للتفاهم السياسي والثقافي ومحفز للنمو الاقتصادي المتوازن. كما تعتبر السياحة صناعة خدمية ومصدرا مهما للدخل والتشغيل خاصة في الدول النامية.

تعتمد عملية الجذب السياحي لمنطقة على توفر عدة عناصر منها: منتجعات صحية، بحر، صحراء، شمس، أمن وكذلك التراث الحضاري للمنطقة، القرب من الأسواق المصدرة للسياح، الصورة السياحية للبلد، الوضع الصحي والثقافي للمجتمع.

السياحة ليست مقتصرة على الطبقة الغنية بل هي نمط حياة ووسيلة لاستكشاف الغير، كما أنها وسيلة للبحث عن الراحة والاستجمام. على الرغم من السلبيات التي تنتج عنها، إلا أنه يمكن تجاوزها وتعزيزها بالجوانب الإيجابية التي تزخر بها السياحة.

يقوم الإطار الوصفي لهيكل وتكوين السياسة السياحية الرسمية على مكونات أساسية تتمثل في: الفلسفة السياحية وصياغة رؤية طويلة الأجل للوجهة. تقدم هذه الرؤية إرشادات مهمة لتحديد أهداف محددة للوجهة السياحية، فضلا عن تحديد القيود التي يجب مراعاتها عند تطوير السياحة. توفر هذه الأهداف أساسا لصياغة استراتيجيات التنمية طويلة الأجل للوجهة السياحية.

الفصل الثاني:

واقع السياحة الدولية

تمهيد الفصل الثاني:

تعد السياحة ظاهرة اقتصادية واجتماعية. فهي صناعة خدمية ومصدر هام للدخل والتشغيل، كما تتصل بقطاعات اقتصادية مختلفة؛ ما يُرجح قدرتها على المساهمة في التنويع الاقتصادي. كما تُعتبر مصدرا للتفاهم السياسي والثقافي ومحفزا للنمو الاقتصادي المتوازن.

وقد نمت السياحة الدولية وتنوعت لتصبح واحدة من أكثر القطاعات الاقتصادية حيوية، كما ظهرت العديد من التحديات التي يُواجهها هذا القطاع. لذا، سعت المنظمات الدولية لتأطير هذا النشاط نتيجة توسع السياحة الدولية؛ ما أدى إلى ظهور التنظيم الدولي للسياحة كرابط بين المنظمات السياحية.

بالإضافة إلى ذلك، تشارك في تنمية قطاع السياحة جهات فاعلة متنوعة، من الحكومات التي تُؤثر في تنميتها، بواسطة تدخلها في صياغة السياسة العامة لقطاع السياحة وتطوير البنية التحتية والتنظيم، إلى العناصر الفاعلة الرئيسية في القطاع الخاص.

نظرا لأهمية قطاع السياحة، سعت الدول لتطويره بغية حجز مكانة لها في ترتيب الوجهات السياحية العالمية الذي يخضع لجملة من المؤشرات. سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على المنظمات الناشطة في مجال النشاط السياحي، وكذلك المواثيق والمؤتمرات الدولية المؤطرة لهذا النشاط. كما سنحاول تحديد الأقاليم السياحية في العالم ومختلف مؤشرات تنافسية السياحة على المستوى الدولي، وذلك من خلال المباحث الثلاثة التالية:

المبحث الأول: فواعل السياسة السياحية على المستويين الدولي والإقليمي

المبحث الثاني: تنظيم النشاط السياحي على المستوى الدولي

المبحث الثالث: مؤشرات السياحة الدولية

المبحث الأول: فواعل السياسة السياحية على المستويين الدولي والإقليمي

لم تحتّم الدول قبل الحرب العالمية الأولى بتحقيق تعاون دولي في مجال السياحة الدولية لأن كل دولة كانت تقرر، منفردة، طبقاً لسلطانها المستمدة من سيادتها على أراضيها الشروط التي تفرضها على الأجنبي الذي يرغب في الدخول إلى البلاد. من جهة أخرى، لم تدرك الدول الأهمية الاقتصادية للسياحة في ذلك الوقت.

لكن تميّز السياحة بطابعها العالمي، نتيجة تضاعف أعداد السياح سنوياً على الصعيد العالمي وتزايد نفقاتهم التي أصبحت تتجاوز المليارات، إضافة إلى توسع السوق السياحية لتشمل معظم أنحاء العالم، صاحبه ضرورة البحث عن نظام علاقات دولية لتنظيم النشاط السياحي في العالم، لأن نجاح السياحة يتطلب تطوير الاتفاقيات الدولية في هذا المجال لتعود بالفائدة المتبادلة بين الدول المشاركة، كمرونة الإجراءات في مجال النقل الجوي، تحويل العملة والأمن السياحي. من جهة أخرى ظهرت مجموعة من المشاكل التي تواجه القائمين على قطاع السياحة؛ الأمر الذي تطلب ضرورة التعاون الدولي في هذا المجال.

لقد تم الاعتراف رسمياً بالسياحة كنشاط دولي عندما أعلنت الجمعية العامة للأمم المتحدة في دورتها 21 المنعقدة بتاريخ 1966/11/4 أن عام 1967 هو عام السياحة الدولية، وقد جاء هذا الإعلان كتأكيد لأهمية ودور السياحة الدولية في العديد من المجالات منها: تدعيم التفاهم بين الشعوب، الدعوة إلى الاهتمام بالتراث الحضاري للعالم، زيادة التعارف بين القيم الثقافية المختلفة.

نتيجة لهذا الاعتراف والاهتمام الواسع بالسياحة كنشاط دولي، ظهرت مجموعة من المنظمات الدولية الفاعلة في هذا المجال¹ والتي تنظر للسياحة على أنها مجال واعد للنشاط الاقتصادي يمكن أن يصبح جزءاً هيكلياً في تخفيف حدة الفقر وتحقيق التنمية المستدامة، بالإضافة إلى دورها في تعزيز القدرة التنافسية العالمية للتجارة الدولية، وخلق الثروة و تحقيق التنمية الإقليمية. في هذا السياق، اعترف المجتمع الدولي بدور المنظمة العالمية للسياحة عام 2004، عندما تحولت إلى وكالة متخصصة تابعة للأمم المتحدة وبدأت الاشتراك في آلية التنسيق العامة لجميع الوكالات المشاركة في دعم تجميع إحصاءات السياحة.²

¹ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 194، 195.

² التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة (2008)، السلسلة ميم، العدد 83/ التنقيح 1، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، الأمم المتحدة، نيويورك، 2011، ص 5.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

اهتمت الأمم المتحدة بالنشاط السياحي من خلال أجهزتها الرئيسية كالمجلس الاقتصادي والاجتماعي والجمعية العامة، التي اهتمت بتقديم اقتراحات بخصوص مسألة تنمية السياحة الدولية.¹

بتاريخ 1959/7/17 اقترح المجلس الاقتصادي والاجتماعي قرارا يقضي بعقد مؤتمر دولي سياحي دعا إليه الأمين العام للأمم المتحدة لمتابعة الدراسات المتعلقة بالمسائل السياحية²، وطلب عرضها على المجلس بعد استشارة الأعضاء والمنظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية التي لها صفة استشارية، وإصدار توصيات خاصة بتنمية السياحة الدولية، كانت هذه المبادرة بمثابة خطوة سبقت عقد مؤتمر الأمم المتحدة العالمي للسفر والسياحة الدولية في روما عام 1963.

كما اقترحت هيئة النقل والمواصلات، وهي إحدى لجان المجلس الاقتصادي والاجتماعي، عقد مؤتمر دولي لبحث شؤون جوازات السفر وإجراءات الحدود، وساهمت كذلك في عقد مؤتمر النقل البحري عام 1949، ومؤتمر التسهيلات الجمركية الخاصة بالسياحة عام 1954، الذي ألحق به بروتوكول خاص باستيراد مواد الدعاية السياحية والاستيراد المؤقت لسيارات السياح.³

نصت الأمم المتحدة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي اعتمدته الجمعية العامة عام 1948 على: "حق كل شخص في التنقل بحرية واختيار مكان إقامته داخل دولة ما" و"حق كل شخص في مغادرة أي بلد، بما في ذلك بلده، وفي العودة إليه".⁴

كما تأسست العديد من المنظمات السياحية الدولية والإقليمية وهي عبارة عن هيئات تكونت بناء على اتفاقيات دولية وقعت بين عدد من الدول من أجل تنظيم ممارسة النشاط السياحي.⁵

تنقسم المنظمات الدولية السياحية إلى قسمين: منظمات حكومية وأخرى غير حكومية. تقتصر عضوية المنظمات الدولية الحكومية على الدول، في حين أن العضوية في المنظمات الدولية غير الحكومية تكون مفتوحة للهيئات والجمعيات والاتحادات وكذلك الأشخاص.

¹ سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، مصر: دار الجامعة الجديدة، 2007، ص 99.

² المرجع نفسه، ص 106.

³ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 196.

⁴ Fernand Chaussebourg, Op.cit. p 55.

⁵ محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 213.

المطلب الأول: المنظمات الدولية الحكومية

تتمتع المنظمات الدولية الحكومية بالأهلية القانونية الدولية التي تتيح لها إبرام الاتفاقيات والمعاهدات مع دول أو منظمات دولية أخرى. كما يتمتع ممثلو الدول الأعضاء فيها وموظفوها بامتيازات تهدف إلى تيسير تنفيذهم لمهمتهم وأدائهم لواجباتهم بحرية وأمان، وكذلك تأمين حقهم في دخول أراضي الدولة التي يقع بها مركز المنظمة.

تنقسم المنظمات السياحية الحكومية إلى ثلاثة أنواع:

- منظمات متخصصة تابعة للأمم المتحدة.
- منظمات إقليمية.
- منظمات ذات طابع خاص.¹

أولاً: المنظمات المتخصصة التابعة للأمم المتحدة

على الرغم من أن لهذه المنظمات ميزانياتها المستقلة إلا أنها تعتمد على تمويل الأمم المتحدة لتنفيذ بعض البرامج التنموية.

1- منظمة الأمم المتحدة للتعليم والعلوم والثقافة (UNESCO اليونسكو): هي وكالة متخصصة تابعة لمنظمة الأمم المتحدة أنشئت عام 1945، يقع مقرها بباريس وهي تضم أكثر من 160 دولة، يتمثل هدفها الرئيسي في تنمية التعاون الدولي في مجال النشاط الإنساني وتبادل الثقافات المختلفة ومحاربة العنصرية وتطوير التعليم والعلوم وتطوير وسائل الاتصالات بين الشعوب المختلفة والوصول إلى التفاهم بين الشعوب، أي بناء ثقافة السلم القائمة على الديمقراطية وحقوق الإنسان.²

تُسهم هذه الأهداف مجتمعة في تنشيط السياحة العالمية، حيث تقوم من خلال اتصالها بالمنظمة العالمية للسياحة، بإصدار العديد من الكتب والمطبوعات السنوية المتعلقة بالسياحة، منها مطبوعة "الدراسة في الخارج" و"قضاء الإجازات"، كما تساهم في المحافظة على الآثار وترميمها.³

¹ سوزان علي حسن، الأجهزة والمنظمات السياحية، مصر: دار الجامعة الجديدة، 2002، ص 53.

² Fernand Chaussebourg, Op.cit. p 56.

³ سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص 107.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

بالإضافة إلى دورها في حماية التراث العالمي الثقافي والطبيعي، من خلال الاتفاقيات والإعلانات الدولية أو من خلال تصنيف المواقع كتراث عالمي. تقوم بتنفيذ مشاريع ترتبط بالسياحة نذكر منها:

- مشروع "صحراء الثقافات والشعوب"، الذي يطمح لتحديد إستراتيجية تنمية مستدامة للسياحة الصحراوية. يتمثل الهدف الرئيسي من هذا المشروع في مكافحة الفقر والتركيز على زيادة مشاركة الشعوب المحلية وربط علاقات شراكة مع مهنيي السياحة، وكذلك الطريقة التي يمكن أن تساهم بها السياحة في حماية التراث الثقافي والطبيعي.
- مشروع "السياحة الثقافية والسياحة البيئية في المناطق الجبلية لآسيا الوسطى والهمالايا"، الهدف منه ضمان انفتاح هذه المناطق على السياحة في إطار حماية البيئة والمجتمعات المحلية. خص هذا المشروع عدة مناطق من سبع دول هي: الهند، إيران، كازاخستان، قرغيزستان، النيبال، باكستان، طاجيكستان. تم تمويل هذا المشروع من طرف اليونسكو والحكومة النرويجية بالشراكة مع منظمات محلية، منظمات حكومية وطنية ودولية ووكالات سفر.
- مشروع "التخفيف من حدة فقر الشباب من خلال السياحة والتراث"، وهي عبارة عن مبادرة إقليمية من طرف أربع دول تنتمي للكرائبي. يهدف هذا المشروع إلى تقليص الفقر لدى فئة الشباب من خلال تشجيع السياحة القائمة على المصادر الطبيعية والثقافية، كما يهدف هذا المشروع إلى تدعيم قدرات الشباب فيما يتعلق بالاستقلالية الاقتصادية من خلال تشجيع الشباب على إقامة مشاريع سياحية في المناطق التراثية.

يتضمن برنامج السياحة المستدامة على مستوى المواقع المصنفة كتراث عالمي مجموعة من النشاطات، مثل مشروع "ربط حفظ التنوع البيولوجي بالسياحة المستدامة في مواقع التراث العالمي" الذي شمل ست مناطق مصنفة ما بين 2001 و2005، وكذا سلسلة منشورات Impact التي تدور حول آثار السياحة على البيئة والثقافة في المحيط الهادي.¹

2- منظمة العمل الدولية (ILO) International Labour Organization: أنشئت هذه المنظمة عام 1919، لكنها لم تصبح وكالة متخصصة تابعة للأمم المتحدة إلا عام 1946، يقع مقرها في مدينة جنيف بسويسرا.

تتعمق منظمة العمل الدولية بالنواحي المرتبطة بالسياحة من خلال المساهمة في التدريب المهني للعاملين في مجال السياحة، وذلك بإنشاء معاهد تدريب متخصصة في الفنادق والسياحة. كما تقدم المنظمة الخدمات الاستشارية

¹ Berbard Schéou, Op.cit. p 204.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

في مجال التدريب المهني، وتقوم بإعداد البحوث في المشروعات المتعلقة بالسياحة لتحديد نظم الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية. بالإضافة إلى ذلك، ساهمت في تنشيط الحركة السياحية من خلال تحديد وتقليص ساعات العمل وزيادة أيام الإجازات مدفوعة الأجر.¹

3- منظمة الصحة العالمية (WHO) World Health Organization : أنشئت عام 1948 ويقع مقرها في جنيف بسويسرا. تبذل هذه المنظمة جهودا كبيرة لمنع انتشار الأوبئة بين المسافرين عبر حدود الدول والقارات بفرضها للعديد من الإجراءات الصحية على المسافرين قبل السفر كإصدار شهادات التطعيم والحجر الصحي. كما تقوم بإصدار المطبوعات المتعلقة بالوقاية وتعمل على عدم انتشار الأمراض والأوبئة بين الدول التي تربطها علاقات تبادل سياحي.²

4- المنظمة العالمية للأرصاد الجوية (WMO) World Meteorological Organization : أنشئت هذه المنظمة عام 1878، تحت اسم منظمة الأرصاد الجوية، وتغير اسمها للاسم الحالي عام 1947 بمقتضى اتفاقية واشنطن. يقع مقر هذه المنظمة بمدينة جنيف في سويسرا.

يخدم نشاط هذه المنظمة السياحة بشكل غير مباشر عن طريق ملاحظة حالة الطقس العالمي، حيث تقدم دراسات حول المناخ والأحوال الجوية في مختلف أنحاء العالم، وهي بذلك تساعد شركات النقل على معرفة الأحوال الجوية ومدى ملاءمتها للسفر، وبالتالي مساعدتها في تخطيط جداول البرامج السياحية. كما تقوم بإجراء دراسات الجدوى لمناطق الجذب السياحي.³

5- البنك الدولي للإنشاء والتعمير International Bank For Reconstruction and Development (IBRD) : أنشئ عام 1945 يقع مقره الدائم في واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية. يقدم البنك قروضا لإنشاء المشروعات السياحية في الدول النامية، كما يشترك في المشاريع المتعلقة بالبنية التحتية كالطرق والموانئ والمطارات والسكك الحديدية. يمكن رصد المراحل التالية في تطور اهتمام البنك الدولي بالقضايا السياحية:

¹ سوزان علي حسن، الأجهزة والمنظمات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 70.

² سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص 112.

³ سوزان علي حسن، الأجهزة والمنظمات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 72.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- ✓ مرحلة تنمية الاقتصاد الكلي (1969-1979): تمويل تنمية السياحة عن طريق المنح. في هذه المرحلة، تم تقديم حوالي 550 مليون دولار لـ 17 دولة مخصصة للتشييد و 525 مليون دولار لـ 18 دولة أخرى. ومنذ 1972 أنشأ البنك الدولي مديرية للمشاريع السياحية.
- ✓ مرحلة عدم الالتزام (1979-1990): ظهرت المنظمة العالمية للسياحة والإتحاد الأوروبي كفاعل مساعد على التنمية، مع هذا استمر البنك الدولي في تمويل بعض المشاريع السياحية.
- ✓ مرحلة التنمية المستدامة (1991-1999): مع ظهور السياحة المستدامة، ظهرت مجالات تدخل جديدة للبنك الدولي حيث قام بتدعيم 44 مشروعا في 34 بلدا، خاصة المشاريع المتعلقة بالتنوع البيولوجي.
- ✓ مرحلة تنمية الاقتصاد الجزئي (2000-2006): بلغت ميزانية المشاريع المخصصة لتنمية السياحة 3.5 مليار دولار (94 مشروعا و 70 قرضا للقطاع الخاص). يرجع الاهتمام بالاقتصاد الجزئي في هذه الفترة إلى أهمية المؤسسات المصغرة في سلسلة العرض.¹

6- المنظمة الدولية للطيران المدني (ICAO) International Civil Aviation Organization

Organization: أنشئت المنظمة الدولية للطيران المدني عام 1947، بعد التصديق على اتفاقية الطيران المدني الدولي في شيكاغو عام 1944، تضم مندوبين عن شركات الطيران العالمية. تم التأكيد فيه على الحاجة إلى ضمان الأمن والسلامة لعمليات النقل الجوي. يقع مقرها في مونتريال بكندا. أصبحت عام 1977 وكالة متخصصة في المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للأمم المتحدة.²

تمثل مهمتها الرئيسية لهذه المنظمة في توحيد الملاحة الجوية ووسائل الأمان الجوي في المطارات الدولية بالإضافة إلى تسجيل الدخول والخروج من المطارات وهبوط الطائرات وتمويلها³. كما تعمل على تنمية السياحة الدولية من خلال اتخاذ الإجراءات والتسهيلات المتعلقة بالسفر جوا.

قامت هذه المنظمة بإجراء دراسات عن تطور النقل الجوي في شرق وجنوب آسيا ومنطقة المحيط الهادي والمنطقة الأوروبية، كما أصدرت كتابا بعنوان "الوضع الاقتصادي للنقل الجوي" وآخر بعنوان "التوقعات الخاصة بالنقل الجوي"، كما أنشأت "اللجنة الإفريقية للطيران المدني" عام 1969.⁴

¹ Berbard Schéou, Op.Cit. p 205.

² مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 198.

³ سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص 114.

⁴ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 199.

7- المنظمة الدولية للملاحة البحرية (IMO): International Maritime Organization

أنشئت عام 1948 يقع مقرها بلندن في المملكة المتحدة، لم يبدأ نشاطها الفعلي إلا عام 1985، وقد وقعت اتفاقية تعاون مع منظمة الأمم المتحدة في جانفي 1959، تضم هذه المنظمة المؤسسات المالكة لخطوط الملاحة البحرية، يتمثل هدفها الرئيسي في التعاون في النواحي التنظيمية الحكومية والخاصة بالملاحة البحرية التجارية، بالإضافة إلى قوانين البحار والاتفاقيات البحرية وسلامة البحار، كما تساهم في تنشيط الحركة السياحية باهتمامها بالجوانب المتعلقة بالنقل البحري، وكذا تسهيل الحركة البحرية الدولية وتبسيط الإجراءات المطلوبة من السائح في الرحلات البحرية الدولية.¹

8- صندوق النقد الدولي (IMF): International Monetary Fund

مقره في واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية. يقوم هذا الصندوق بوضع معدلات خاصة للإيرادات أو المدفوعات التي تؤثر في التكافؤ الرسمي للعملة المحلية بغرض منع الدول الأعضاء من تقديم أسعار خاصة للعملات الأجنبية للسياحة دون استشارة الصندوق وموافقته.² كما يلزم الصندوق الدول الأعضاء بعدم وضع قيود على المدفوعات والتحويلات للمعاملات الجارية التي يعتبر السفر جزءا منها.

يهدف صندوق النقد الدولي إلى العمل على استقرار سعر صرف العملات المختلفة والقضاء على المضاربات والحد من التنافس الذي يؤدي إلى تخفيضها. كما يسعى لضمان حرية الدول في تحويل العملات وسداد المدفوعات الدولية واتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب اختلال ميزان المدفوعات الدولية. وأخيرا، يسعى الصندوق إلى تذليل الصعوبات التي تؤثر في حجم التجارة الدولية ورفع معدل الدخل القومي في دول العالم بما يساعد على تحقيق الرخاء والتقدم في العالم.³

9- الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU): International Telecommunications

الاتحاد عام 1865 تحت اسم اتحاد البرق العالمي ثم تغير اسمه إلى الاسم الحالي عام 1934، وقع هذا الاتحاد اتفاقية مع منظمة الأمم المتحدة عام 1947، يقع مقره بمدينة جنيف في سويسرا.

¹ سوزان علي حسن، الأجهزة والمنظمات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 68.

² المرجع نفسه، ص 70.

³ سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص 111.

يهدف الإتحاد الدولي للاتصالات إلى تنظيم وتحسين الخدمات الدولية السلكية واللاسلكية مثل: الهاتف، الإذاعة والتلفزيون، كما يقوم بنشر هذه الخدمات في العالم فضلاً عن تقديم المساعدات الفنية للدول النامية من أجل تمكينها من متابعة التطورات السريعة في هذا المجال.¹

10- المنظمة العالمية للسياحة (WTO): أنشئت المنظمة العالمية للسياحة رسمياً في صوفيا عام 1969 وألحقت بمنظمة الأمم المتحدة عام 1976. تتميز أصول المنظمة العالمية للسياحة بتعددتها، فقد نشأت عن الإتحاد الدولي للأجهزة الرسمية للدعاية السياحية (UIOOPT) عام 1934²، ثم أطلق عليها في جانفي عام 1947، بعد الاجتماعات عقدتها منظمات السياحة الوطنية لبعض الدول في لندن، اسم الإتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية (IUOTO). وفي عام 1974، تم تغيير اسم المنظمة إلى المنظمة العالمية للسياحة التي يقع مقرها بمدريد في اسبانيا.³ ينتمي مؤسسوها إلى مهنين ينتمون إلى جمعيات مختلفة مثل Touring Club، وهم يسعون لجعل السياحة أداة لنشر السلام بين الدول خاصة أن الفترة التي نشأت فيها تميزت بوجود اضطرابات. في البداية اعتبرت الدول الصناعية أن هذه المنظمة قد أنشئت كأداة لخدمة مصالح العالم الثالث، وهو ما يفسر الانضمام المتأخر للمملكة المتحدة لهذه المنظمة.⁴

في عام 1976، عقدت الجمعية العامة للأمم المتحدة اتفاق تعاون بين منظمة الأمم المتحدة والمنظمة العالمية للسياحة. أما في 23 ديسمبر 2003، فقد ألحقت الجمعية العامة المنظمة العالمية للسياحة بالمنظمات المتخصصة التابعة لها.⁵

تهدف هذه المنظمة إلى:

- إجراء الأبحاث والدراسات فيما يتعلق بالأنشطة السياحية في العالم، من حيث التسويق والطلب ورصد كل ما يطرأ عليها من تغييرات.
- إجراء عمليات مسح شاملة على مستوى العالم من أجل رصد الآثار البيئية المتعلقة بنمو وازدهار السياحة.
- المساعدة في تنفيذ المشاريع المشتركة الهادفة إلى تطوير أساليب إدارة المشروعات السياحية.
- تبادل المعلومات والدراسات بين الدول الأعضاء في المنظمة.

¹ سوزان علي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 73.

² Jean-Michel Hørner, Op.cit. p 34.

³ Berbard Schéou, Op.cit. p 199.

⁴ Jean-Michel Hørner, Op.cit. p 35.

⁵ Laurence Jégouzo, Op.cit. p 269.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- العمل على إزالة القيود المعرقة للسفر والسياحة أو التقليل من آثارها، وكذا مساعدة الأجهزة الحكومية الرسمية على تطوير أدائها فيما يتعلق بإصدار جوازات السفر، تأشيرات الدخول والإجراءات الجمركية.¹

هناك ثلاثة أنواع من العضوية في المنظمة العالمية للسياحة، وهي كالآتي:

- العضوية الأصلية: تضم الأعضاء العاملين ويبلغ عددهم 157 عضوا.

- العضوية بالانضمام: تضم أعضاء يمثلون الأقاليم والمقاطعات غير المسؤولة عن علاقاتها الخارجية. يبلغ عددها ست أعضاء: ماكاو 1981، هونغ كونغ (الصين) 1999، ماديرا (البرتغال) 1995، بورتو ريكو (الأمريكتين) 2002، الجماعة الفلمنكية (بلجيكا) 1997، أوروبا (الأمريكتين) 1987. يتمتع الأعضاء بحق المشاركة في النقاشات التي تدور أثناء الاجتماعات التي تعقدها المنظمة العالمية للسياحة.

- العضوية بالانتساب: تتمتع بها المنظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية المتخصصة في النشاط السياحي، وكذا الجمعيات الوطنية والمنظمات التجارية التي ترتبط نشاطاتها بالسياحة كقطاع الفنادق، وكالات السفر، مكاتب الدراسات، شركات النقل الجوي، الجمعيات الاستهلاكية. يبلغ عدد الأعضاء المنتسبين أكثر من 500 عضوا موزعين على 80 دولة، وهي تساهم بطرح تجاربها في تعزيز التنمية السياحية، المسؤولة، المستدامة والمتاحة للجميع.²

يتميز عمل المنظمة العالمية للسياحة بالتعقيد نظرا لعدد الدول المشاركة فيها وتوزيعها الجغرافي، لكن تضمن الأجهزة المختلفة لهذه المنظمة المشاركة في بلورة برامج مشتركة. تتمثل أجهزة المنظمة في: الجمعية العامة، المجلس التنفيذي والأمانة العامة.

- الجمعية العامة: تمثل السلطة التشريعية للمنظمة وتضم ممثلين عن الأعضاء العاملين، تجتمع الجمعية العامة مرة كل عامين اجتماعا عاديا، كما يمكنها عقد اجتماع غير عادي بناء على طلب المجلس التنفيذي أو أغلبية الأعضاء العاملين.³ تضم الجمعية العامة ستة لجان هي:

اللجنة الإقليمية للمنظمة بأفريقيا: تتكون من 49 دولة إفريقية وهي: جنوب أفريقيا، الجزائر، أنغولا، البنين، بوتسوانا، بوركينا فاسو، بروندي، الكاميرون، الرأس الأخضر، الكونغو، أثيوبيا، ساحل العاج، جيبوتي، إريتريا،

¹ محمد خيس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، مرجع سبق ذكره، ص 217.

² Laurence jégouzo, Op.cit. p 276.

³ سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص 101.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

إثيوبيا، الغابون، غامبيا، غانا، غينيا بيساو، غينيا، كينيا، ليزوتو، مدغشقر، مالاوي، مالي، المغرب، موريشيوس، موريتانيا، موزمبيق، نامبيا، النيجر، نيجيريا، أوغندا، جمهورية أفريقيا الوسطى، الكونغو، تنزانيا، رواندا، ساوتومي، السنغال، السيشل، سيراليون، السودان، سوازيلاند، التشاد، الطوغو، تونس، زامبيا، زيمبابوي، ليبيريا.

اللجنة الإقليمية للمنظمة للأمريكيتين: تتكون من 23 دولة هي: الأرجنتين، الباهاماس، بوليفيا، البرازيل، الشيلي، كولومبيا، كوستاريكا، كوبا، السلفادور، إكوادور، غواتيمالا، هايتي، هندوراس، جامايكا، المكسيك، نيكاراغا، بنما، باراغواي، بيرو، توينيداد وتوباغو، جمهورية الدومينيكان، أوروغواي، فنزويلا.

اللجنة الإقليمية للمنظمة بشرق آسيا والباسيفيك: تضم 18 دولة هي: أستراليا، برونائي دار السلام، كمبوديا، الصين، فيجي، اندونيسيا، اليابان، ماليزيا، منغوليا، بابوا، الفلبين، جمهورية كوريا، لاوس، تايلاند تيمور الشرقية، فانواتو، فيتنام، الجمهورية الديمقراطية الشعبية لكوريا.

اللجنة الإقليمية للمنظمة بجنوب آسيا: تتكون من 10 دول هي: أفغانستان، بنغلاديش، الهند، بوتان، إيران، المالديف، نيبال، باكستان، سيريلانكا، ميانمار.¹

اللجنة الإقليمية للمنظمة بأوروبا: تتكون من 44 دولة أوروبية هي: ألبانيا، ألمانيا، أندورا، أرمينيا، النمسا، أذربيجان، بيلاروسيا، البوسنة والهرسك، اسبانيا، بلغاريا، قبرص، جمهورية التشيك، كرواتيا، جمهورية مقدونيا اليوغسلافية السابقة، روسيا، فرنسا، جورجيا، اليونان، هنغاريا، إسرائيل، إيطاليا، كازاخستان، قيرغستان، ليتوانيا، مالطا، موناكو، الجبل الأسود، النرويج، أوزبكستان، هولندا، بولندا، البرتغال، جمهورية مالدوفا، رومانيا، سان مارينو، صربيا، سلوفاكيا، سلوفينيا، سويسرا، طاجيكستان، تركمستان، تركيا، أوكرانيا.

اللجنة الإقليمية للمنظمة بالشرق الأوسط: تتكون من 13 دولة بالشرق الأوسط وهي: المملكة العربية السعودية، البحرين، العراق، مصر، الأردن، لبنان، الكويت، سوريا، عمان، قطر، اليمن، ليبيا، الإمارات العربية المتحدة.²

- الدول الملاحظة: فلسطين (1999) والكرسي الرسولي "Le saint siège" (1979). يسمح لهذه الدول بالمشاركة في الاجتماعات، لكن ليس لديها الحق في التصويت.³

نلاحظ أن الدول الأكثر حضورا هي دول تنتمي لقارتي أفريقيا وأوروبا، كما نلاحظ حضور دول غير سياحية، يمكن تفسير انضمامها في الرغبة في الحصول على المساعدات التي تقدمها المنظمة العالمية للسياحة أو الاستفادة

¹ World Tourism Organization (2015), UNWTO Annual Report 2014, Madrid, p 69.

² Ibid. p 70.

³ Laurence Jégouzo, Op.cit. p 272.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

من تجارب الدول المتطورة سياحياً. من جهة أخرى، يرجع اهتمام هذه الدول بالسياحة إلى كون هذه الأخيرة قطاعاً اقتصادياً يساعد الدول على بناء اقتصاد قوي ومتنوع.

تتمتع الجمعية العامة بجملة من الصلاحيات، نذكر منها: انتخاب رئيس الجمعية ونوابه، انتخاب أعضاء المجلس التنفيذي، تعيين أمين عام، يتم اختياره بأغلبية ثلثي الأعضاء العاملين لمدة أربعة سنوات قابلة للتجديد، إقرار القواعد المالية للمنظمة، وضع القواعد العامة المساعدة لإدارة المنظمة، إقرار لائحة العاملين بالأمانة العامة، انتخاب مراقب الحسابات بتوصية من المجلس التنفيذي، إقرار برنامج العمل للمنظمة للسنتين التاليتين، ومناقشة ما تم إنجازه خلال السنتين المنقضيتين، وضع السياسات المالية للمنظمة وإقرار ميزانيتها، تكوين جهاز فني أو إقليمي في حالة الضرورة، دراسة واعتماد التقارير الصادرة عن المنظمة وأجهزتها، اعتماد أو التفويض في اعتماد الاتفاقيات مع الحكومات أو المنظمات الدولية أو المنظمات الخاصة، عقد أو التوصية بأي اتفاق دولي يندرج ضمن المواضيع التي تعد من اختصاص المنظمة، الفصل في طلبات العضوية كما ينص عليه النظام الأساسي.¹

- المجلس التنفيذي: يعتبر بمثابة السلطة التنفيذية للمنظمة، يضم 30 عضواً يتم انتخابهم من طرف الجمعية العامة حسب التوزيع الجغرافي، وعضو مسمى من أصل خمسة أعضاء بالإضافة إلى ممثل عن الدولة العضو وممثل عن الأعضاء المشاركين وممثل عن الأعضاء المنتسبين، يحضرون الاجتماعات كملاحظين لكن ليس لديهم الحق في التصويت.² يضم هذا المجلس لجان دائمة هي:

اللجنة الفنية للتنمية السياحية المستدامة، اللجنة الفنية لرفع قيود السياحة، اللجنة الفنية للمعدات السياحية، اللجنة الفنية للأبحاث والدراسات السياحية والسوق وتقنيات التطوير، اللجنة الفنية للنقل، اللجنة الفنية للفنادق، لجنة دعم الجودة، لجنة الإحصائيات، اللجنة المالية.

يقوم المجلس التنفيذي بتنفيذ قرارات وتوصيات الجمعية العامة، ويعرض ما تم إنجازه من أعمال وتقديمه من مقترحات على الجمعية العامة، ويقوم الأمين العام بإعداد دراسة لبرنامج العمل المقترح لعرضه على الجمعية العامة، كما يعرض المجلس التنفيذي على الجمعية الملاحظات على حسابات المنظمة وكذلك تقارير الموازنة، ويأخذ المجلس التنفيذي القرارات المالية والفنية اللازمة في حدود الاعتمادات ويقوم بعرضها على الجمعية العامة لإقرارها.³

¹ سوزان علي حسن، الأجهزة والمنظمات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 60.

² سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص 103.

³ سوزان علي حسن، الأجهزة والمنظمات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 61.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- الأمانة العامة: تتكون من الأمين العام للمنظمة وعدد من العاملين بها وبالإدارات المختلفة التي تتبعها. ويتم تعيين الأمين العام للمنظمة بأغلبية ثلثي الأعضاء العاملين بتوصية من المجلس التنفيذي لمدة أربعة سنوات قابلة للتجديد، ويكون الأمين العام مسؤولاً أمام الجمعية والمجلس ويقوم بتنفيذ توصيات الجمعية وبتقديم قرار عن نشاط المنظمة وحساباتها ومشروع برنامج العمل والميزانية لعرضها على الجمعية العامة والمجلس التنفيذي، كما يقوم بتسمية موظفي الأمانة العامة.¹

يتم تمويل هذه المنظمة عن طريق اشتراكات الدول الأعضاء، ويتم تحديد قيمة هذه الاشتراكات بالاعتماد على المؤشرات الاقتصادية الوطنية، كالقُدرة المالية ومكانة السياحة في كل دولة، وفي حالة تخلف دولة ما عن دفع مستحقاتها لمدة سنتين يتم سحب عضويتها وحرمانها من مجموعة من الامتيازات كالحق في التصويت.² نلاحظ أن هذه المنظمة، كغيرها من المنظمات التابعة للأمم المتحدة، تمتلك سلطة أخلاقية فقط.

11- برنامج الأمم المتحدة للتنمية United Nations Development (UNDP): أنشأته منظمة الأمم المتحدة عام 1965، عقد هذا البرنامج قمة الألفية في سبتمبر 2000 تحت رعاية الأمم المتحدة، حدد خلالها مجموعة من الأهداف التي تشكل مجال تدخله والمتمثلة في تقليص الفقر والمجاعة، ضمان التعليم الابتدائي والمساواة بين الجنسين، تقليص وفيات الأطفال الأقل من 5 سنوات ووفيات الأمهات، محاربة فيروس نقص المناعة المكتسبة، تحقيق تنمية مستدامة مع ضمان حماية البيئة، وذلك بحلول عام 2015. وقد كلف برنامج الأمم المتحدة للتنمية بتنسيق جهود الدول الأعضاء لتحقيق هذه الأهداف.

يملك برنامج الأمم المتحدة ممثلين في 176 دولة، يعمل هذا البرنامج على مساعدة الدول والحكومات على تحديد خياراتها لمواجهة التحديات الوطنية والعالمية للتنمية، كما يعمل على تجسيد أهداف التنمية للألفية.³

مع أن السياحة لا تشكل أحد الاهتمامات الرئيسية في جدول أعمال هذا البرنامج، لكن من المعلوم أن أي سياسة إنمائية أو سياسة لمحاربة الفقر تعتمد على السياحة كدعامة رئيسية، وهو ما يفسر تبني هذا البرنامج للعديد من المشاريع المرتبطة بالسياحة المستدامة، نذكر منها مشاريع تتعلق بالسياحة البيئية بكمبوديا، المغرب، أوزبكستان، اليمن. نلاحظ أن اهتمام هذا البرنامج بالمشاريع السياحية يندرج، بصفة خاصة، في إطار الفرص المحلية وليس تعبيراً عن إستراتيجية تنمية قائمة على السياحة.⁴

¹ Jean Pierre Lozato Giotart, Michel Balfet, **Management du Tourisme**, 2^e édition, Pearson Education, France, 2007, p 20.

² Gabriel Wackermann, **Le Tourisme International**, Armand Colin, Paris, 1996, p 110.

³ Laurence jégouzo, Op.cit. p 285.

⁴ Bernard Schéou, **Du Tourisme Durable au Tourisme Equitable**, Edition De Boeck, 2009, p 201.

12- برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP) United Nations Environment Programme

أنشي عام 1972 نتيجة لمؤتمر استوكهولم للبيئة. وهو جهاز مكلف بالمسائل المرتبطة بالبيئة. تعتبر السياحة أحد فروع "الاستهلاك والإنتاج المستدام" التابع للقسم المكلف بالتكنولوجيا، الصناعة والاقتصاد. كما يضم هذا البرنامج مجموعة من أمانات الاتفاقيات الدولية. بالإضافة إلى ذلك، عينت لجنة التنمية المستدامة هذا البرنامج كمسؤول عن التنسيق ما بين الوكالات فيما يتعلق بتنفيذ أجندة القرن 21 التي تنطوي على أهداف متعلقة بالسياحة. فيما يتعلق بالسياحة المستدامة، حدد البرنامج الأهداف الإستراتيجية التالية: ترقية السياحة المستدامة والصناعة السياحية، تنمية أدوات السياحة المستدامة في المناطق الحساسة وكذا المناطق المحمية، دعم تنفيذ اتفاقيات بيئية متعددة الأطراف متعلقة بالسياحة كالاتفاقية المتعلقة بالتنوع البيولوجي والاتفاقية المتعلقة بالتغيرات المناخية.¹

13- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTD) United Nations Conference on Trade and Development

منذ 1964، أصبح مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية مكلفا بالربط بين مبادئ التنمية والتجارة بهدف دمج الدول النامية في الاقتصاد العالمي. يعتبر هذا المؤتمر فرصة للتبادل والحوار بين الأعضاء المنضمين للأمم المتحدة، كما يعتبر بمثابة مساعدة تقنية للدول السائرة في طريق النمو. لا تمثل السياحة برنامج نشاط بحد ذاته في هذا المؤتمر لكنه بدأ يهتم بالسياحة في السنوات الأخيرة.

حسب إعلان لشبونة عام 2004 المتعلق باجتماع "خبراء دوليين ذوي المستوى الرفيع حول السياحة المستدامة للتنمية"، يهدف نشاط هذا المؤتمر إلى تدعيم القدرات المؤسساتية الوطنية لجلب الاستثمارات الوطنية والأجنبية المباشرة للقطاع السياحي، وتشجيع مشاركة المؤسسات المحلية في الاقتصاد السياحي وتفضيل استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات في نشاطات التنمية السياحية.²

ثانيا: المنظمات الإقليمية

تقتصر عضوية المنظمات الإقليمية على دول معينة تجمعها روابط جغرافية، سياسية أو تاريخية. بالرغم من تعدد المنظمات الإقليمية، إلا أن عددا قليلا منها فقط يعنى بمجال السياحة الدولية بصورة مباشرة.

1- الاتحاد الأوروبي (EU) European Union: أنشئ عام 2009، لا يُعنى بالسياحة بصفة مباشرة

حيث لم تول الوثائق المؤسسة لهذا الاتحاد لهذا النشاط المكانة التي تليق بها في الرهان الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي. كما أن موضوع السياحة لم يندرج ضمن مشروع الاتفاقية المنشئة للاتحاد الأوروبي.

¹ Bernard Schéou, Op.cit, p 202.

² Ibid. p 204.

في ميدان السياحة، يمتلك الاتحاد الأوروبي، فقط، صلاحية "تدعيم، تنسيق وإتمام نشاط الدول الأعضاء" (المادة 26 من القانون التأسيسي)، من جهة أخرى، تشير المادة 1768 إلى ما يلي: "يتمم الاتحاد نشاط الدول الأعضاء في قطاع السياحة، خاصة في مجال ترقية المؤسسات المشتغلة في هذا القطاع. لتحقيق هذا الهدف، يعمل الاتحاد الأوروبي على: تشجيع خلق بيئة مساعدة على تنمية المؤسسات في هذا القطاع، تفضيل التعاون بين الدول الأعضاء خاصة تبادل التجارب والخبرات".

بالإضافة إلى وجود عدة صناديق مكلفة بدعم المشاريع المتعلقة بالسياحة في الدول الأعضاء: الصندوق الأوروبي للتنمية الإقليمية FEDER الذي يختص بتمويل المشاريع المتعلقة بالسياحة المستدامة، الصندوق الاجتماعي الأوروبي FSE الذي يسمح بتمويل مشاريع تتعلق بالتربية السياحية، الصندوق الأوروبي الزراعي للتنمية الريفية FEADR والصندوق الأوروبي للصيد FEP الذي يقوم بتمويل النشاط السياحي.¹

2- اللجنة الأوروبية للسياحة (ECT) European Commission for Tourism: أنشئت عام 1948 للمساعدة في بناء اقتصاد دول أوروبا الغربية بعد الحرب العالمية الثانية، وكونت هذه اللجنة قسما خاصا للتنسيق بين المنظمات السياحية الوطنية للدول الأعضاء والتي تقدر ب 32 دولة. يوجد في كل دولة مكتب خاص يمثل هذه اللجنة.

تعمل هذه اللجنة في مجال البحوث والتسويق وتوحيد سياسات الدول الأعضاء في مجال السياحة والسفر.² كما تعمل على تحقيق الأهداف التالية: جعل أوروبا وجهة سياحية عالمية، تبادل التجارب والخبرات بين الدول الأعضاء، تزويد المتعاملين والجهات المهتمة بالإحصائيات المتعلقة بالسياحة في أوروبا.

تربط هذه اللجنة علاقات قوية مع الاتحاد الأوروبي، كما تقوم بتطوير عدة نشاطات مثل: العلاقات مع الدول المصدرة للسياح، الدعاية في الأسواق، إجراء دراسات السوق، تكوين الفواعل المشتغلة في القطاع السياحي والمنظمات ذات العلاقة.³

3- اتحاد المنظمات السياحية لأمريكا اللاتينية Latin American Confederation of Tourist Organizations (LATA): أنشئ هذا الاتحاد عام 1992، يقع مقره في بوينس ايرس بالأرجنتين، يضم في عضويته حوالي 19 هيئة من الهيئات الوطنية لوكالات السفر والسياحة بدول أمريكا

¹ Bernard Schéou, Op.cit, p 207.

² ماهر عبد الخالق السيسى، مبادئ السياحة، مصر: مجموعة النيل العربية، 2001، ص 275.

³ Jean Pierre Lozato Giotart, Michel Balfet, Op.cit, p 20.

اللاتينية، بالإضافة إلى عدد كبير من المنظمات السياحية المختلفة التي تمثل شركات السياحة والفنادق وشركات الطيران.

يهدف هذا الاتحاد إلى تشجيع السياحة في دول أمريكا اللاتينية والعمل على تنميتها، إضافة إلى المحافظة على المقومات الطبيعية والتاريخية للمنطقة ودعم البنية التحتية وتحسينها، وكذا العمل على تنويع الخدمات السياحية وتحسينها، والتنسيق بين كافة أنشطة وكالات السفر والسياحة بالمنطقة.¹

4- منظمة الدول الأمريكية (OAS) Organization of American States: تهدف هذه المنظمة إلى تقوية العلاقات بين دول الأمريكيتين الأنجلوساكسونية واللاتينية في مختلف المجالات الاقتصادية، بما في ذلك مجال السياحة، مع تطوير أنشطة السياحة فيما بينها وتوفير مراكز الخدمات، إضافة إلى إجراء الدراسات والأبحاث لتحقيق هذه الأهداف.

5- اتحاد السفر لشرق آسيا (EATA) East Asia Travel Association: أنشئ هذا الاتحاد عام 1961، يقع مقره في طوكيو باليابان، وهو يضم 15 منظمة سياحية وطنية بمنطقة شرق آسيا (الصين، هونغ كونغ، اليابان، كوريا، مكاو، الفلبين، تايلاند)، كما يضم شركات الطيران واتحادات السياحة بهذه الدول.

يهدف هذا الاتحاد إلى تنشيط السياحة بالمنطقة والعمل على تنميتها، بقصد جذب أكبر عدد ممكن من السياح لهذه المنطقة. فضلا عن حرصه على المحافظة على مصالح الأعضاء وتذليل العقبات التي تصادفهم، من أجل النهوض بالسياحة في هذه المنطقة.

6- اتحاد السفر لمنطقة الباسيفيك (PATA) Pacific Area Travel Association: أنشئ هذا الاتحاد في هاواي عام 1951، يقع مقره في سان فرانسيسكو بالولايات المتحدة الأمريكية، تضم عضويته حوالي 2.500 وكالة سياحية وشركات طيران وفنادق وهيئات سياحية من الدول المختلفة بمنطقة المحيط الهادئ.

يهدف هذا الاتحاد إلى العمل على تنشيط السياحة بالمنطقة لجذب أكبر عدد ممكن من السياح إليها، تسهيل عمليات التنقل بين الأقاليم المطلة على المحيط الهادئ، ولتحقيق هذا الهدف فهو يقوم بتشجيع كافة الأنشطة المرتبطة بالسياحة والسفر، بالإضافة إلى دعم برامج البحوث والتسويق والترويج المتعلقة بالنشاط السياحي بالمنطقة، وكذا إجراء الدراسات وعقد المؤتمرات وإعداد برامج التدريب ونشرها في دوريات.

¹ سوزان علي حسن، الأجهزة والمنظمات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 87، 88.

7- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية Organization of Economic Cooperation and Development (OECD)

Development (OECD) : أعلن عن تأسيس هذه المنظمة بناء على اتفاقية وقعتها 24 دولة في باريس شهر ديسمبر 1960، تهدف هذه المنظمة إلى تشجيع سياسات التعاون الاقتصادي بين أعضائها، من أجل تحقيق التنمية في كافة المجالات، مما يساعد على رفع مستوى المعيشة في الدول الأعضاء. تضم أنشطة المنظمة وضع وتصميم برامج وأطر التنمية للدول الأعضاء وفق مواردها وإمكانياتها. تعد السياحة أحد الأنشطة التنموية، لذا تضم المنظمة لجنة خاصة بالسياحة تتولى دراسة إمكانيات تطوير السياحة والخدمات المرتبطة بها، ولتحقيق هذا الهدف تقوم بعقد المؤتمرات وإجراء الدراسات وجمع الإحصائيات والبيانات التي تساهم بدورها في وضع الأطر السليمة لسياسات التنمية والتعاون المشترك في مجال السياحة.¹

8- اتحاد الكاريبي للسياحة Caribbean Tourism Association (CTA) : تأسس هذا الإتحاد

عام 1951 من أجل تنشيط السياحة في منطقة الكاريبي²، من خلال تشجيع التعاون بين حكومات المنطقة ووكالاتها السياحية، من أجل تطوير أنشطة السياحة وتشجيع التنقل بين دول المنطقة. إلى جانب إجراء الدراسات والأبحاث السياحية للمساهمة في ازدهار صناعة السياحة في الكاريبي وإعلان الكاريبي كنطاق سياحي موحد والعمل على جعله واحد من أهم نطاقات العرض السياحي في العالم. إضافة إلى توفير خدمات النقل وتطويرها وكذلك إجراء مفاوضات مع دول منطقة الكاريبي من أجل إزالة العراقيل المسيرة المشتركة للتنمية السياحية. فضلا عن إجراء الدراسات الأكاديمية وإعداد الإحصائيات المساعدة في عملية تطوير السياحة بالمنطقة.³

9- المنظمة العربية للسياحة Arab Tourism Organisation (ATO) : قبل نشأة المنظمة العربية

للسياحة كان هناك تنظيم يسمى الإتحاد العربي للسياحة، يقع مقره بالقاهرة في مصر، إلا أنه توقف عن أداء نشاطه وهو ما دعا المجلس الاقتصادي للجامعة العربية في عام 1978 إلى تحويله إلى منظمة متخصصة في مجال السياحة تابعة للجامعة العربية. وفي فيفري عام 1980 تم الاتفاق على عقد اتفاقية المنظمة العربية للسياحة التي تسعى بشكل عام إلى تنمية وتطوير السياحة في الدول العربية على المستويين المحلي والوطني، كما تسعى إلى توثيق

¹ جيفري إلين بيجمان، الدبلوماسية المعاصرة، ترجمة محمد صفوت حسن، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2014، ص 83.

² الكاريبي Caribbean هو اسم لمنطقة جغرافيا في العالم الجديد تتكون من البحر الكاريبي وجزره وشطآنه المحيطة به، تقع المنطقة إلى الجنوب الشرقي من الولايات المتحدة الأمريكية الشمالية وشرقي الولايات المتحدة الأمريكية الوسطى وإلى الشمال والغرب من الولايات المتحدة الأمريكية الجنوبية.

³ محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 218.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

التعاون السياحي بين هذه الدول من جهة، وبينها وبين المنظمات والهيئات المعنية بالمجال السياحي من جهة أخرى. يقع مقرها الدائم بمدينة جدة في المملكة العربية السعودية.¹

ينقسم أعضاء المنظمة إلى ثلاثة أقسام: أعضاء عاملين وهم الدول العربية الأعضاء في جامعة الدول العربية. أعضاء منضمين وهم المؤسسات والهيئات والاتحادات الإقليمية العربية العاملة في مجال السياحة والفندقة. الأعضاء المنتسبين وهم المؤسسات والشركات والوكالات العربية والأجنبية العاملة في مجال السياحة، والتي تلتزم بأهداف المنظمة وتوافق على عضويتها الجمعية العامة بأغلبية ثلثي الأعضاء.

تهدف هذه المنظمة إلى الاهتمام بالسياحة في الدول العربية وتطويرها على المستويين المحلي والوطني، تعمل المنظمة في سبيل تحقيق هذا الهدف على إزالة القيود والمعوقات التي تقف في طريق نمو السياحة، بإجراء البحوث والدراسات المتعلقة بإستراتيجية السياحة العربية، وتعمل على توفير أحدث المعلومات والإحصائيات اللازمة للدول لتستفيد منها في وضع الخطط السياحية الاستثمارية، كما تشجع المنظمة التعاون السياحي وتبادل الخبرات والمعلومات بين الدول العربية بعضها البعض وبينها وبين الدول المتقدمة في المجال السياحي، تحرص المنظمة على تقديم المشورة الفنية في وضع الخطط وبرامج التنمية السياحية ورفع مستوى الكفاءة البشرية لعاملين في مجال السياحة، وتقوم أيضا بإزالة القيود والمعوقات التي تقف في طريق نمو السياحة العربية، كما تنظم هذه المنظمة المعارض والمؤتمرات والندوات المتعلقة القطاع السياحي.²

10- الإتحاد العربي للنقل الجوي (Arab Air Carriers Organization (AACO): أنشئ عام 1965 بناء على توصية اللجنة الدائمة للمواصلات التابعة لمجلس جامعة الدول العربية، وهو يهدف إلى دراسة إمكانية تبادل الخبرة الفنية بين الأعضاء، جمع ونشر المعلومات المتعلقة بالملاحة الجوية وتشغيل واستثمار الخطوط الجوية، دراسة مستوى الأجور على جميع الخطوط الجوية العربية، التعاون مع منظمات دولية كإتحاد النقل الجوي الدولي والمنظمة الدولية للطيران المدني بما يخدم أهداف المنظمة.

11- المجلس الوزاري العربي للسياحة (AMTC): أنشئ في نطاق جامعة الدول العربية عام 1997، يتألف هذا المجلس من الوزراء المسؤولين عن شؤون السياحة بالدول العربية. يعمل على تنمية قطاع السياحة في الدول العربية وتنمية حركة السياحة العربية البينية وجذب المزيد من السياح إلى المنطقة العربية.

يعقد المجلس دورة عادية كل عام، كما يمكنه عقد دورات إستثنائية بناء على اقتراح من المكتب التنفيذي أو طلب دولة عضو في المجلس وموافقة أغلبية الأعضاء.

¹ فيصل شياد، تنمية السياحة العربية البينية: العقبات والحلول، مجلة رؤى إستراتيجية، أبريل 2014، ص 66.

² سوزان علي حسن، الأجهزة والمنظمات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 76.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

يتكون هذا المجلس من:

المكتب التنفيذي: يضم ثمانية أعضاء، ينتخب هذا المكتب رئيساً ونائباً للرئيس. يعقد المكتب التنفيذي اجتماعين في السنة على الأقل بدعوة من رئيسه، كما يمكن عقد اجتماعات استثنائية بناء على دعوة ثلاثة من أعضائه.

من بين مهامه: متابعة تنفيذ قرارات وتوصيات المجلس، تشكيل لجان فنية وفرق عمل متخصصة لبحث موضوعات معينة، وتكليف خبراء واستشاريين بإعداد دراسات حول موضوعات تتصل بقطاع السياحة، تقديم تقرير سنوي عن نشاطاته للمجلس، اتخاذ جملة من الإجراءات لمواجهة الأحداث الطارئة التي تهدد صناعة السياحة في إحدى المناطق العربية.

اللجنة الاستشارية: يتعاون المجلس مع اللجنة الاستشارية التابعة للمنظمة العربية للسياحة كلجنة استشارية تمثل القطاع الخاص، تجتمع بصفة دورية لبحث الموضوعات التي تخص القطاع وتعرض نتائج اجتماعاتها على المجلس.

الأمانة الفنية: تتولى الأمانة العامة لجامعة الدول العربية مهام الأمانة الفنية للمجلس. تتمثل هذه المهام في: إعداد مشاريع جدول أعمال المجلس والمكتب التنفيذي، إقتراح مشروع خطة عمل دورية وعرضها على المجلس لإقرارها، وإعداد برنامج عمل زمني مفصل يعتمد من قبل المجلس يتضمن الموارد وتوزيع المسؤوليات، إقتراح أساليب التنسيق بين المجالس الوزارية العربية المتخصصة ذات الصلة بالنشاط السياحي.

المنتسبون: للمجلس، بموافقة ثلثي الأعضاء الحاضرين، حق قبول ممثلين عن القطاع الخاص والاتحادات والجمعيات غير الحكومية، التي تساهم نشاطاتها في دعم عمل المجلس كأعضاء منتسبين من خلال الوزارات المعنية.

المراقبون: للمجلس حق دعوة ممثلي الاتحادات والهيئات والجمعيات غير الحكومية، التي تساهم نشاطاتها في تحقيق أهداف المجلس لحضور اجتماعاته واجتماعات المكتب التنفيذي كأعضاء مراقبين.¹

12- الشبكة العربية لترويج السياحة العربية البينية Arab Network for Promoting Bilateral Tourism (ANPBT):

قرر المشاركون والخبراء في المؤتمر الدولي لتطوير السياحة والفندقة في الدول العربية الذي عقد في مقر جامعة الشرق الأوسط في الأردن، إنشاء الشبكة العربية لترويج السياحة البينية لمواجهة المشكلات التي تعترض القطاع السياحي، وتوفير التسهيلات الضرورية لخدمة الترويج السياحي. كما أوصت هذه الشبكة بإعداد برامج سياحية مشتركة بين الدول العربية وإنشاء موقع إلكتروني عربي موحد للسياحة العربية وتنمية الكفاءات العربية في مجال الإعلام

¹ الأمانة الفنية للمجلس الوزاري العربي للسياحة، النظام الأساسي للمجلس الوزاري العربي للسياحة، 2009، ص 2، 7.

السياحي وتشجيع تبادل الخبرات بين الدول العربية في مجال تسويق المنتج السياحي، وتعزيز الاستثمار العربي المشترك والمشروعات السياحية المشتركة.¹ لكن لم تتحقق أي من هذه التوصيات على أرض الواقع.

ثالثا: المنظمات ذات الطابع الخاص

يدخل في إطار هذه الفئة العديد من المنظمات منها:

1- المكتب الدولي لسياحة الشباب International Bureau for Youth and Tourism Exchange (IBYTE): هو مكتب تابع لليونيسكو، تم إنشاؤه عام 1974، يقع مقر هذا المكتب في بودابست بالمجر، شعاره "السياحة جواز سفر للسلام والصدقة"، يهدف المكتب الدولي لسياحة الشباب إلى تشجيع سياحة الشباب وتأكيد أهميتها ودورها الثقافي والاجتماعي والتعليمي والتربوي.²

2- المكتب الدولي للسياحة الاجتماعية International Bureau of Social Tourism (IBST): هو مكتب تابع لليونيسكو، تم إنشاؤه عام 1963، يقع مقره في بروكسل ببلجيكا، ويهدف إلى الاهتمام بالسياحة الدولية والعمل على تطويرها ونموها، وكذلك على تنشيط السياحة الاجتماعية من خلال تشجيع الرحلات السياحية الجماعية، وأخيرا يدعم هذا المكتب الأنشطة والإجراءات التي تخدم السياحة الاجتماعية مثل نظم التسعير والسياحة بالتقسيت ونظام الادخار السياحي.

3- الإتحاد الدولي لبيوت الشباب Hostelling International (HI): أنشئ عام 1932 بالملكة المتحدة، وهو يضم بيوت الشباب الأهلية المتواجدة عبر كافة أنحاء العالم، التي تتوفر فيها مجموعة من الشروط، منها: تقديم خدماتها لجميع الشباب دون التفرقة بين الجنسيات المختلفة، ودون وضع قيود بسبب الجنس أو اللون أو الدين أو الطبقة الاجتماعية. كما يشترط أن تكون دور الشباب متاحة بأسعار معقولة وفي متناول الشباب الأعضاء فيها، ويجب أن تكون مجهزة بما يحتاجه الشباب من الجنسين، وأن تتوفر على المواصفات الصحية المطلوبة. مع الأخذ بعين الاعتبار أن الهدف منها ليس تحقيق الربح بل تقديم خدمات الإيواء للشباب أثناء تنقلاتهم في جميع أنحاء العالم. وبالتالي يهدف هذا الإتحاد الدولي إلى تشجيع السياحة الدولية، ودعم التفاهم وخلق الصداقة بين شباب ينتمون إلى مختلف دول العالم، ومساعدة الدول التي لا تمتلك دور شباب على إنشائها.³

¹ فيصل شياد، مرجع سبق ذكره، ص 67.

² سوزان علي حسن، الأجهزة والمنظمات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 89.

³ سوزان علي حسن، المرجع نفسه، ص ص 90، 91.

4- الفيدرالية الدولية لمنظمات السفر الشبابية (FIYTO) International Federation of Youth Tourism Organization

Youth Tourism Organization: أنشأت عام 1950 يقع مقرها في كوبنهاغن بالدانمارك، تضم صنفين من الأعضاء: أعضاء من منظمات خاصة تهتم بسفر الشباب والطلبة وأعضاء مشاركين. يستفيد أعضاء هذه الفيدرالية من تخفيضات في تكلفة النقل الدولي سواء عن طريق الخطوط الجوية أو السكك الحديدية.¹

تهتم هذه الفيدرالية بتشجيع السفر الدولي للشباب مع التركيز على الأبعاد الثقافية والتربوية، وقد بادرت بإنشاء خريطة للتبادل الثقافي بين الشباب، تتضمن أماكن المتاحف، التظاهرات والنشاطات الثقافية.

المطلب الثاني: المنظمات الدولية غير الحكومية

هي المنظمات التي لم تنشأ بمعاهدة دولية، تشترك فيها هيئات وشركات ومؤسسات وجماعات مصالح، كما يمكن أن تشترك فيها الحكومات بصفقتها الشخصية وليس الرسمية، ويشترط أن لا تهدف إلى تحقيق الربح المادي وأن لا تكون شركات تجارية، ومن أهم مميزاتها أنها لا تتمتع بالإعفاءات أو الحصانات التي تنص عليها الاتفاقيات الدولية الخاصة بالمنظمات الحكومية، كما أنها تخضع للقوانين المعمول بها في البلد الذي يتواجد مقرها فيه. تنوعت المنظمات غير الحكومية، حيث أن هناك منظمات تعنى بالنشاط السياحي بصورة مباشرة وأخرى بصورة غير مباشرة:

أولاً: المنظمات غير الحكومية التي تعنى بالنشاط السياحي بصورة مباشرة

1- الأكاديمية الدولية للسياحة (IAT) International Academy of Tourism: أنشئت هذه

الأكاديمية عام 1951. يقع مقرها بمونتي كارلو في إمارة موناكو، تضم بين أعضائها أهم الشخصيات البارزة في عالم السياحة من مهتمين وخبراء. تهدف هذه المنظمة إلى تشجيع النشاط السياحي وتطويره، من خلال دعم التعليم السياحي وإعداد الدراسات والنشرات السياحية وإصدار القواميس السياحية الدولية.²

2- المنظمة العالمية للسياحة والسيارات (WOTA) World Organization of Tourism and Automobile

Automobile: تأسست هذه المنظمة عام 1950، يقع مقرها بلندن. تضم مجموعة من الاتحادات الوطنية والدولية للسيارات، وهي تهدف إلى تطوير السياحة وتنسيق التعاون بين الاتحادات الوطنية للسياحة في الدول

¹ Robert Lanquar, Yves Raynouard, Op.cit. p 19,20.

² سوزان علي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 120.

الأعضاء وحماية مصالحهم، كما تقوم بطبع وتوزيع نشرات وكتب خاصة بذلك، إضافة إلى تسهيل عمليات السفر برا باستخدام السيارات والتغلب على المعوقات المرتبطة بالإجراءات الجمركية.

3- الاتحاد الدولي للخبراء المختصين في السياحة International Association of Scientific Experts in Tourism (IASET):

أنشئ هذا الاتحاد عام 1949 ببيزن في سويسرا، يضم مجموعة من الخبراء في ميدان السياحة، بهدف إجراء دراسات نظرية تتعلق بأنشطة صناعة السياحة ونشرها في دورية علمية خاصة، كما يهدف إلى توعية العاملين في مجال السياحة عن طريق عقد المؤتمرات التي تهتم بالقطاع السياحي ومناقشة المشاكل التي يعاني منها هذا القطاع، كما تقترح طرق لحلها. بالإضافة إلى سعي هذا الاتحاد لدعم المعاهد السياحية والعمل على زيادة عددها وتنميتها عن طريق تبادل الخبرات العلمية المتخصصة في مجال السياحة. بالنسبة للعضوية في الاتحاد فهي مفتوحة للخبراء والأساتذة البارزين في ميدان السياحة، إلى جانب الأعضاء الشرفيين.¹

4- غرفة التجارة الدولية International Chamber of Commerce (ICC):

أنشئت عام 1919، يقع مقرها في باريس بفرنسا، تضم نوعين من العضوية: العضوية الفردية، تتكون من الأفراد والمؤسسات. والعضوية الجماعية، والتي تتكون من الهيئات والنقابات التجارية أو الصناعية أو المالية. تهدف هذه الغرفة إلى تنشيط التجارة والاهتمام بالمشروعات الاقتصادية الدولية، فضلا عن تنمية ودعم السياحة خاصة ما يتعلق بوسائل النقل البحري، الجوي والبري.²

5- الاتحاد الدولي للصحفيين والكتاب السياحيين International Federation of Tourism Journalists and Writers (IFTJW):

أنشئ هذا الاتحاد عام 1945، يقع مقره في باريس بفرنسا، يقوم بتنظيم زيارات لأعضائه لمختلف المناطق والمنشآت السياحية، وكذا تنظيم المؤتمرات والندوات التي تهتم بالسياحة ومشكلاتها، بالإضافة إلى تسيير المهام التي يكلف بها كل من الصحفيين والكتاب المتخصصين في المجال السياحي.³

¹ سوزان علي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 121.

² سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص 84.

³ المرجع نفسه، ص 85.

ثانيا: المنظمات التي ترتبط أنشطتها المهنية بالسياحة

هي منظمات ترتبط أنشطتها إرتباطا وثيقا بالسياحة، بحيث يتوقف بقاؤها ونجاحها على السياحة، لذا فهي تهتم بتنمية السياحة الدولية والارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة للسياح.

1- الاتحاد الفيدرالي لجمعيات وكالات السفر (UFTA) Union Federation of Travel Agencies: أنشئ هذا الاتحاد في 22 نوفمبر عام 1966 بمدينة روما في إيطاليا ثم نُقل مقره إلى بلجيكا ثم إلى إمارة موناكو، وهو عبارة عن تجمعات لمنظمات الشركات السياحية والاتحادات الإقليمية السياحية، عضوية هذا الاتحاد مفتوحة لكل من: وكالات السفر والسياحة، شركات الطيران، الفنادق، شركات البواخر، شركات النقل البري وتأجير السيارات والمنظمات والشركات والمؤسسات السياحية.

يهدف هذا الاتحاد إلى الحد من العقبات البيروقراطية التي تعيق عمل وكالات السفر والسياحة، ويسعى إلى العمل على تشجيع وتطوير السياحة في جميع أنحاء العالم، وذلك من خلال دعم حرية السفر والتنقل، توفير الأمان للسياح عند سفرهم برا أو جوا أو بحرا، كما أنه يدعم الكفاءة المهنية لوكالات السفر والسياحة في كافة أنحاء العالم، ويهتم برعاية مصالح الأعضاء وتوثيق الصلة فيما بينهم،¹ كما يقوم بالتفاوض وعقد اتفاقيات مع ممثلي العاملين في قطاعي النقل والفنادق، ضمان حقوقهم وحمايتهم من الممارسات القانونية والتشريعية التي يمكن أن تؤثر على مصالحهم.²

2- الاتحاد الدولي للفنادق والمطاعم (IHRA) Association International Hotels and Restaurants: هي منظمة فندقية ذات صفة دولية أنشئت في 18 مارس عام 1946، يقع مقرها بمدينة لندن بالمملكة المتحدة، تعتبر الممثل الدولي لصناعة الفنادق والمطاعم في العالم، تضم 45 ألف عضو موزعين على 145 بلدا.³

يهدف هذا الاتحاد إلى رعاية مصالح أصحاب الفنادق والمطاعم والمساهمة في الرقي بمستوى صناعة الفنادق والمطاعم الدولية، كما يعمل على رفع كفاءة العاملين لإعداد إطارات فندقية مؤهلة ومدرية للعمل على أعلى مستوى، بالإضافة إلى تنظيم الاجتماعات واللقاءات بين الأعضاء وتبادل المعلومات المتعلقة بالنشاط الفندقي

¹ Pierre Py, Op.cit. p 74.

² علاء حسين السراي، سليم محمد خنفر، عبد الله عبد المحسن الحجي، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، 2011، ص 185.

³ منال عبد المنعم مكية، السياحة: تشريعات ومبادئ، مرجع سبق ذكره، ص 114.

واتخاذ الإجراءات المناسبة للقضاء على المعوقات التي تعترض العمل الفندقي، ويتولى نشر الدليل الدولي للفنادق بالإضافة إلى قائمة بالمطاعم الموجودة على مستوى العالم.¹

3- الاتحاد الدولي للسيارات (IAF) International Automobile Federation : سابقا الرابطة الدولية لإتحاد السيارات (20 جويلية 1904) ثم تغير إلى اسمه الحالي عام 1922. يقع مقره بلندن في المملكة المتحدة. تسعى هذه المنظمة إلى تنمية السياحة الدولية والعمل على تطوير السياحة في مختلف الدول، كما تهدف إلى تنشيط النقل البري بالسيارات وإلى تبسيط الإجراءات الجمركية بين الدول والتنسيق بين مختلف الهيئات المشتركة في عضويتها.²

4- الجمعية الأمريكية لوكلاء السياحة والسفر (ASTA) American Society of Travel Agents: نشأت هذه الجمعية عام 1930 في نيويورك وعُرفت باسمها الحالي منذ 1944، أما مقرها الحالي فيقع بمدينة واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية، في البداية اقتصر نشاط هذه الجمعية على النهوض بالحركة السياحية وحماية وكالات السياحة والسفر بالولايات المتحدة الأمريكية، ثم امتد نشاطها ليشمل الوكالات السياحية من جميع دول العالم، بتقديم أفضل الخدمات والتسهيلات للسياح والمسافرين ووضع الضوابط والمعايير الأخلاقية لصناعة السياحة الدولية.

تضم هذه الجمعية أعضاء عاملين يتمثلون في أصحاب الشركات السياحية، وأعضاء منتسبين من المهتمين بمجال السياحة كشركات الطيران والبواخر والسكك الحديدية والسيارات والفنادق.³

6- الجمعية الدولية لوكالات السفر (WATA) World Association of Travel Agents: أنشئت عام 1949 يقع مقرها في مدينة جنيف بسويسرا.⁴ تضم في عضويتها جميع وكالات السياحة والسفر في العالم، تهدف هذه الجمعية إلى تشجيع السياحة الدولية وتنميتها، كما تساهم في تكوين شبكة من وكالات السفر الدولية من أجل تبادل المعلومات والبيانات والنشرات السياحية بين الأعضاء، وتحصر على عقد الاتفاقيات المختلفة بين مقدمي الخدمات السياحية مثل الشركات الفندقية ونشر الوثائق والمطبوعات المرتبطة بمجال السياحة

¹ سوزان علي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 97.

² سوزان علي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 86.

³ المرجع نفسه، ص 94، 95.

⁴ سوزان علي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 96.

مثل: معلومات مختلفة عن الدول السياحية، قائمة بأسماء أعضاء الجمعية والخدمات التي يقدمها كل عضو منهم، قائمة بأسماء الفنادق التي ترتبط مع الجمعية باتفاقيات تعاون، بالإضافة إلى أسعار الخدمات السياحية المتنوعة.¹

7- الاتحاد الدولي للنقل الجوي (IATA) International Air Transport Association:

تم إنشاؤه عام 1929 تحت اسم المنظمة الدولية لحركة الطيران التي أعيد تكوينها مرة أخرى عام 1945، يقع مقر الإدارة الرئيسي في مدينة مونتريال بكندا، ولها مقر آخر في مدينة جنيف بسويسرا يختص بالأمور المالية وتسوية الأسعار بين شركات الطيران.

تضم في عضويتها أعضاء عاملين وأعضاء منتسبين، يتكون الأعضاء العاملون من شركات الطيران التي تقوم بتوفير خدمة النقل الجوي المنتظم أو العارض بين دولتين أو أكثر وتحت علم دولة من الدول المنظمة لمنظمة الطيران المدني الدولي، أما الأعضاء المنتسبون فيتكونون من شركات ووكالات السياحة والسفر.

تتمثل أهداف هذه الجمعية فيما يلي: تشجيع وتنمية حركة الطيران الدولي، تسهيل نقل الركاب والبضائع بين الدول المختلفة، توحيد إجراءات وشروط النقل، العمل على إيجاد حلول للمشاكل التي تعترض شركات النقل الجوي، التعاون مع منظمة الطيران المدني الدولي والمنظمات الدولية الأخرى العاملة في نفس المجال، دعم التعاون بين شركات النقل الجوي المختلفة وتقديم كافة المساعدات الفنية اللازمة، تحديد أسعار ثابتة للنقل الجوي بناءً على دراسات اقتصادية.²

8- الاتحاد الدولي للنقل البري (IUR) International Road Transport Union:

تم إنشاء هذا الاتحاد في 23 مارس عام 1948، يقع مقره في جنيف بسويسرا، يضم أعضاء الاتحادات الوطنية للنقل البري من مختلف دول العالم، يهدف هذا الاتحاد إلى تقرير نظم وتشريعات موحدة للنقل البري، بالإضافة إلى دراسة المشاكل التي يعاني منها هذا القطاع.³

¹ سوزان علي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 97.

² المرجع نفسه، ص 99.

³ سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص 134.

9- الإتحاد الدولي للسكك الحديدية (International Union of Railways (UIC): تم إنشاؤه عام 1922 يقع مقره في باريس بفرنسا، يهدف إلى الاهتمام بالسياحة الداخلية والدولية، وتشجيع استخدام السكك الحديدية كوسيلة للنقل والسياحة، وتعزيز التعاون بين هيئات السكك الحديدية في دول العالم، وتقديم المساعدات الفنية المتعلقة بالنواحي الاقتصادية والاجتماعية والقانونية للسكك الحديدية.¹

ثالثا: المنظمات التي تعنى بالأنشطة السياحية المختلفة

يندرج ضمنها المنظمات التالية:

1- الإتحاد الدولي لركوب الدراجات (International Union of Cycliste (IUC): أنشئ هذا الإتحاد عام 1900 يقع مقره بإيغل في سويسرا، يضم في عضويته الاتحادات الوطنية لركوب الدراجات، يهدف من خلال نشاطاته إلى تشجيع رياضة ركوب الدراجات في دول العالم وتنظيم المسابقات الخاصة بهذه الرياضة، مما يساهم في تنشيط السياحة في الدول المنظمة لمثل هذه المسابقات.

2- الإتحاد الدولي للتزحلق (International Ski Federation (ISF): أنشئ الإتحاد الدولي للتزحلق عام 1924 يقع مقره بسويسرا، يهدف إلى تشجيع رياضة التزحلق والعمل على تطويرها، كما يقوم بتنظيم البطولات الخاصة بهذه الرياضة.

3- اتحاد المعارض الدولية (Union of International Fairs (UIF): أنشئ عام 1925 يقع مقره في باريس بفرنسا، يهدف هذا الإتحاد إلى تحديد الشروط والمواصفات المطلوبة لإقامة المعارض الدولية، كما يعمل على تشجيع الدول المختلفة على إقامة مثل هذه المعارض أو الاشتراك فيها، بالإضافة إلى سعيه إلى توسيع مجال الأنشطة التي تتضمنها المعارض الدولية. لتحقيق هذا الهدف يقوم هذا الإتحاد بجمع المعلومات والبيانات الخاصة بالمعارض وتقييمها ونشرها، كما يقوم بدعم التعاون بين الأعضاء والجهات المعنية كوكالات السفر، شركات الطيران، الفنادق وذلك من أجل تنظيم المعارض الدولية.

¹ سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص 100.

4- الإتحاد الدولي للتخييم والقوافل International Union for Camping and Caravans

(IUCC): يقع مقره ببروكسل في بلجيكا، يتمثل هدفه في تشجيع تهيئة الأماكن الخاصة بالتخييم والقوافل بالقرب من المدن، مع الحرص على المحافظة على البيئة، كما تسعى إلى حث الدول المختلفة على الاهتمام بالتخييم والقوافل السياحية.¹

5- الإتحاد الدولي لسباق اليخوت International Federation of Racing Yachts

(IFRY): أنشئ عام 1907 يقع مقره بمدينة لندن في المملكة المتحدة، يضم حوالي 76 عضوا من الاتحادات الوطنية لليخوت. يهدف هذا الإتحاد إلى وضع القواعد العامة المنظمة لسباقات اليخوت الدولية، كما يقوم بتنظيم البطولات الخاصة بهذه الرياضة والإشراف على سباقات اليخوت الأولمبية.

رابعا: المنظمات غير الحكومية ذات العلاقة غير المباشرة بالسياحة

تضم العديد من المنظمات، من بينها ما يلي:

1- الإتحاد الدولي لحفظ الطبيعة International Union for Conservation of Nature

and Naturel Ressources (IUCNR): تم إنشاؤه بغرض المحافظة على الطبيعة والموارد الطبيعية عام 1948، يقع مقره بسويسرا. يسعى هذا الإتحاد إلى تحقيق الأهداف التالية: تشجيع التعاون بين دول العالم بهدف الحفاظ على الموارد الطبيعية، دعم الأنشطة الهادفة للمحافظة على البيئة، الحث على سن تشريعات متعلقة بالحفاظ على الغابات والنباتات والحيوانات ومصادر المياه وغير ذلك من عناصر البيئة الطبيعية، نشر برامج التوعية التي تحث على الحفاظ على البيئة الطبيعية، تشجيع الدراسات والأبحاث التي تهدف إلى حماية البيئة الطبيعية، دعم التعاون بين المنظمات الدولية التي ترتبط أنشطتها بمجال عمل الإتحاد مثل: منظمة اليونيسكو، الصندوق العالمي للحياة البرية، المنظمة العالمية للسياحة.²

2- الصندوق العالمي للطبيعة World Wide Fund for Nature (WWF): سابقا الصندوق

العالمي للحياة البرية، تم إنشاؤه عام 1969، يقع مقره بسويسرا. يهدف إلى الحفاظ على البيئة الطبيعية ومواردها المختلفة.³

¹ سوزان علي حسن، مرجع سبق ذكره، ص ص 92، 93.

² سوزان علي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 135.

³ سوزان علي حسن، مرجع سبق ذكره، ص ص 100، 101.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

لعبت المنظمات السياحية دورا حيويا في كافة جوانب النشاط السياحي وقطاعاته منذ نشأته، يمكن تلخيص هذا الدور فيما يلي:

رسم السياسة العامة لصناعة السفر والسياحة، تنشيط الأنشطة السياحية وتنميتها، دراسة التسهيلات الخاصة بالنشاط السياحي، التعاون والتشاور بين أعضاء المنظمة فيما يتعلق بالنشاط السياحي، المحافظة على مصالح الأعضاء، تنسيق العمل والجهود المبذولة بين الأعضاء، تبادل المعلومات والخبرات الخاصة بنشاط المنظمات، المساهمة في حل المشاكل وحل النزاع بين الأعضاء، التعرف على التطورات الحديثة في الصناعة السياحية، القيام بالدراسات والبحوث الخاصة بالنشاط السياحي، التعاون مع المنظمات الأخرى والحكومات بشأن النشاط السياحي.¹

تشكل منظومة العمل السياحي الدولي شبكات عمل تعطي قوة وانسجام لهذا الشكل من النشاط وهو السياحة الدولية. كما رأينا ليست المنظمة العالمية للسياحة الوحيدة التي تتبنى قضية السياحة، بل هناك العديد من الروابط المؤسسية وغير الرسمية. ولفهم هيكل هذه المنظمات، سياساتها وتأثيرها يجب تحليل الاستراتيجيات التي تعتمدها.

تقوم هذه المنظمات بتجميع المعلومات المسجلة على مستوى المجتمعات لتزويد الهيئات الوطنية العمومية والخاصة بها، كما أنها مكان لبلورة سياسة سياحية. كما تنشر هذه المنظمات العديد من الوثائق التي تعكس الرغبة في توحيد تنوع المبادرات المحلية والوطنية والتنسيق فيما بينها. وتتضمن هذه الوثائق توجيهات للحكومات لترشيد خياراتها المتعلقة بالاعتماد على السياحة كوسيلة تنمية للمجتمعات.

¹ نعيم الطاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 59.

المبحث الثاني: تنظيم النشاط السياحي على المستوى الدولي

نظرا لتوسع النشاط السياحي على المستوى الدولي، تعالت الأصوات المنادية بتنظيم هذا النشاط بغية التقليل من آثاره السلبية اقتصاديا، اجتماعيا وثقافيا، وهو ما أدى إلى تنظيم لقاءات وتبني موثائق دولية ذات علاقة مباشرة بالسياحة.

المطلب الأول: الموثائق الدولية المنظمة للنشاط السياحي

يتمثل الدور الرئيسي للمنظمة العالمية للسياحة في تعزيز وتنمية السياحة، بهدف المشاركة في التوسع الاقتصادي، التفاهم الدولي، السلم والتسامح، وكذلك الاحترام الدولي واحترام الحقوق والحريات الإنسانية الأساسية، دون أي تمييز عرقي أو جنسي أو لغوي أو ديني (المادة 3 من ميثاق المنظمة العالمية للسياحة).

أدى عقد العديد من الجمعيات العمومية والمؤتمرات العالمية، التي نظمتها المنظمة العالمية للسياحة، إلى تبني نصوص أساسية تدعى إعلانات، من بين أهمها نذكر ما يلي:

1- إعلان مانिला حول السياحة العالمية (1980):

يُعتبر هذا الإعلان من بين نتائج المؤتمر العالمي للسياحة في مانिला (الفلبين) الذي عقد في الفترة الممتدة ما بين 27 سبتمبر إلى 1 أكتوبر 1980 تحت إشراف المنظمة العالمية للسياحة، شاركت في هذا المؤتمر 107 دولة و91 وفد كمراقبين. تمثل الهدف من هذا المؤتمر في عرض واقع السياحة ودورها الفعال في ظل ديناميكية المتغيرات العالمية، بالإضافة إلى مناقشة دور الدولة في تنمية الأنشطة السياحية.¹

وقد دعى هذا المؤتمر المنظمة العالمية للسياحة إلى اتخاذ الإجراءات اللازمة والتعاون مع الأجهزة الدولية الحكومية وغير الحكومية للمساهمة في تنفيذ مبادئ إعلان مانिला، المتمثلة فيما يلي:

- تبني نظام اقتصادي عالمي، تلعب السياحة فيه دورا إيجابيا لإحداث التوازن، التعاون، التفاهم والتضامن بين جميع الدول.
- الاهتمام بإدارة أفضل للموارد السياحية.
- تنمية الموارد البشرية، عن طريق التدريب المهني وتطوير المستوى الفني للعمالقة الموظفة في العمل السياحي.
- ضرورة دعم التعاون الفني، بغرض نقل الخبرات والنهوض بالخدمات السياحية وتخفيض التكاليف.

¹ Gabriel Wackermann, Op.cit. p 114.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

كما اشتمل إعلان مانيلا على جملة من التوصيات، نذكرها فيما يلي:

- أهمية العلاقة بين النقل الجوي والسياحة، وضرورة دعم العلاقة وتوثيق الروابط بين العاملين في السياحة ومؤسسات النقل الجوي.
- تأكيد أهمية السياحة في المحافظة على التراث الثقافي ودعم السلام العالمي.
- تقدير دور السياحة المحلية كقاعدة ثابتة للسياحة الوافدة وضرورة اهتمام المنظمة العالمية للسياحة بدراسة أبعاد السياحة المحلية.
- ضرورة الاهتمام بـسياحة الشباب والمشاركة في تنظيم الندوة الدولية لسياحة الشباب والطلبة.

أكد إعلان مانيلا على أن "الاحتياجات السياحية لا ينبغي أن تُلبى بطريقة تلحق الضرر بالمصالح الاجتماعية والاقتصادية لسكان المناطق السياحية، أو بالبيئة، أو بالموارد الطبيعية والمواقع التاريخية والثقافية، التي تعتبر عامل جذب رئيسي للسياحة". شدد هذا الإعلان على أن هذه الموارد جزء من تراث البشرية، وأنه ينبغي على المجتمعات المحلية الوطنية والمجتمع الدولي القيام بالخطوات اللازمة لضمان الحفاظ عليها. ويعتبر التخطيط طويل الأجل والسليم بيئياً شرطاً أساسياً لإقامة توازن بين السياحة والبيئة لكي تصبح السياحة نشاطاً إنمائياً قابلاً للاستمرار.¹

2- ميثاق الحقوق السياحية ومدونة السائح المعتمدة في صوفيا (1985):

تنطوي لائحة الحقوق السياحية والمدونات السياحية التي أقرتها الدورة السادسة للجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحة، في صوفيا ببلغاريا في 1985، على إطار عام بشأن السياحة والمسلك السياحي وقائمة الحقوق السياحية. تنص هذه اللائحة على حق كل إنسان في الراحة وأوقات الفراغ، وتنادي بدور الدول لتنسيق التنمية المتناغمة بين السياحة الداخلية والسياحة الدولية. كما تنوه بدور المهنيين في مجال السياحة في الإسهام بطريقة إيجابية في تنمية السياحة وكذلك في تنفيذ لائحة الحقوق. أما المدونة السياحية، فتبين من جانبها، السلوك الذي ينبغي أن يتحلى به السياح.²

¹ عايد راضي خنفر، تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي، مجلة جامعة أسسوط، المجلد 9، رقم 2، أكتوبر 2006، ص 58.

² الهيئة الفرعية المعنية بالمشورة العلمية والتقنية والتكنولوجية، وضع وتطوير الأساليب والممارسات في سبيل الاستعمال المستدام للموارد البيولوجية بما فيها السياحة، الاجتماع الرابع، مونتريال، كندا، 21-25 جوان 1999، البند 4-8 من جدول الأعمال المؤقت، ص 12.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

تم الإعلان عن ميثاق الحقوق السياحية في الدورة العادية السادسة للجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحة التي عقدت بمدينة صوفيا في بلغاريا خلال الفترة الممتدة من 17 إلى 26 سبتمبر 1985. اتخذت أثناءها الجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحة قرارا بالموافقة على الصياغة النهائية لوثيقة الحقوق السياحية وميثاق السائح.¹

جاء هذا القرار متماشيا مع المادة 3 الفقرة 1 من ميثاق الأمم المتحدة، وكذلك الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة في 10 ديسمبر 1948 الذي ينص في المادة 24 على أن لكل فرد الحق في الراحة والحصول على وقت الفراغ وعلى إجازات دورية مدفوعة الأجر.² بالإضافة إلى استناده على التوصيات التي أقرها مؤتمر الأمم المتحدة حول السفر والسياحة الدولية الذي عقد في روما في سبتمبر 1963، خاصة تلك المتعلقة بتطوير التنمية السياحية في عدة بلدان وتبسيط إجراءات السفر الدولي، كما تم اعتماد الميثاق العالمي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في 16 ديسمبر 1966، الذي دعى الدول إلى الإقرار بحق كل شخص في الراحة والإجازة وتحديد ساعات العمل والعطل الدورية المدفوعة وكذلك التعويض عن العطل الرسمية، مسترشدة بالتوجهات والقواعد التي تضمنها إعلان مانيلا حول السياحة الدولية المعتمدة في المؤتمر الدولي للسياحة في 1 جانفي 1980 التي تؤكد واقع الأبعاد الإنسانية للسياحة وتبرز الدور الحديث للسياحة، كوسيلة لتطوير الجودة ومستوى حياة الشعوب، كعامل حيوي للسلام والتفاهم بين الأمم وتوضح مسؤوليات الدول في تطوير السياحة، خاصة نشر التوعية بين شعوب العالم، لحماية وتطوير الموارد السياحية كجزء من التراث الإنساني للمساهمة في إنشاء نظام اقتصادي عالمي.

تضمنت هذه الوثيقة المبادئ التالية:

- إدراك أهمية السياحة في حياة الشعوب، بسبب تأثيراتها المباشرة والإيجابية على القطاعات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية للمجتمعات، وما يمكن أن تساهم به في تطوير التفاهم المشترك والتقارب بين الشعوب وتعزيز التعاون الدولي.
- التأكيد على الدور المركزي والرئيسي للمنظمة العالمية للسياحة في تطوير السياحة والتفاهم الدولي والسلام، واحترام تنفيذ حقوق الإنسان والحريات الأساسية للجميع، دون تمييز على أساس العرق أو الجنس أو اللغة أو الدين.
- الاعتراف العالمي بحق كل إنسان في الحصول على الراحة والاستمتاع بوقت الفراغ، وحد معقول من ساعات العمل، بالإضافة إلى حرية الانتقال والحصول على إجازات مدفوعة الأجر.

¹ Gabriel Wackermann, Op.cit. p 115.

² Robert Lanquar, Yves Raynouard, Op.cit. P 18.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- مسؤولية الدولة في وضع السياسات لتنشيط النمو المتناغم للسياحة المحلية مع السياحة الدولية، وكذلك دعم أنشطة أوقات الفراغ.
 - دور الدولة في تحقيق التكامل بين السياسات السياحية وسياسات التنمية على المستويين المحلي والوطني، وتوسيع نطاق التعاون الثنائي والمتعدد الأطراف، وضرورة العمل على حماية البيئة السياحية وضمان حق الأجيال الحاضرة والمستقبلية.
 - تشجيع السياحة الوطنية والدولية للاستمتاع بالتراث الحضاري للمجتمعات الإنسانية وتنمية الوعي الجماهيري بالسياحة، والتأكيد على حماية الزوار من مواطنين وأجانب ومنع استعمال المخدرات.
 - إتاحة الحرية الكاملة للزوار، بدون تمييز، للانتقال داخل الدولة، والحصول على المعلومات، وإجراء الاتصالات اللازمة مع السلطات الإدارية والقانونية المحلية.¹
 - التأكيد على أهمية الارتقاء بمستوى الأنشطة المهنية وجودة الخدمات والمنتجات المستخدمة في النشاط السياحي، وذلك من خلال سن التشريعات الضرورية التي تنظم عملية إعداد وتقديم الخدمات السياحية، وكذلك ضرورة التعاون على المستوى المحلي والدولي من أجل الارتقاء بمستوى التدريب المهني وتنمية الإطارات السياحية.
- أما مدونة السائح، فقد تضمنت المبادئ التالية:
- تشجيع التنمية المتوازنة والمخططة للسياحة المحلية والدولية.
 - تكامل سياساتها مع سياسات التنمية العامة في جميع المستويات المحلية، الإقليمية، الوطنية والدولية، وتبني إطار للتعاون الدولي الثنائي أو المتعدد، بالإضافة إلى سياسات المنظمة العالمية للسياحة.
 - الاهتمام بما تضمنه إعلان مانيلا حول السياحة الدولية ووثيقة أكابولكو، إلى جانب وضع وتنفيذ سياساتها والخطط والبرامج السياحية ضمن أفضلياتها الوطنية، في إطار برنامج عمل المنظمة العالمية للسياحة.
 - تشجيع تبني المعايير التي تسمح لكل شخص بالمشاركة في السياحة المحلية والدولية، وخاصة تحديد فترة العمل والفراغ، وتطوير نظم الإجازة السنوية المدفوعة وتوزيع فترات العطلة الرسمية، ومراعاة الاعتبارات الخاصة بسياحة الشباب والمسنين والمعاقين.
 - حماية البيئة السياحية ومواردها التي تعتبر من التراث الإنساني.

¹ رعد مجيد العاني، الاستثمار والتسويق السياحي، الطبعة الأولى، الأردن: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2008، ص 229.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- تشجيع وصول السياح المحليين والدوليين إلى التراث والمجتمعات المضيفة، وذلك في إطار الاتفاقيات السارية والمعتمدة من قبل الأمم المتحدة والمنظمة العالمية للطيران المدني والمنظمة الدولية للبحار ومجلس التعاون الجمركي، وبشكل خاص المنظمة العالمية للسياحة في ظل تزايد التوجه لتحرير السفر.
 - تطوير التوعية السياحية وتسهيل الاتصال بين الزوار والجماعات المضيفة بهدف تحقيق التفاهم المشترك.
 - تأكيد سلامة الزوار وأمن ممتلكاتهم الخاصة من خلال تبني معايير للحماية والقمع.
 - توفير أفضل الشروط الصحية الممكنة وتقديم الخدمات الصحية اللازمة للوقاية من الأوبئة والحوادث.
 - منع استخدام السياحة لاستغلال الآخرين لأغراض الدعارة.
 - تطبيق معايير وضوابط لحماية السياح والسكان والجماعات المضيفة من الاستخدام غير القانوني للمخدرات.¹
 - السماح للسياح باستعمال الخدمات الإدارية والقانونية ووسائل الاتصال العامة الداخلية والخارجية.
 - تقديم المعلومات للسياح، بما يوفر لهم الفهم الكافي لعادات السكان الذين يشكلون المجتمع المضيف، أو الأمكنة التي يمشون بها أو يتوقفون فيها.
 - إتاحة حرية الوصول للسكان، الذين يشكلون المجتمع المضيف في طريق العبور أو في مواقع التوقف، إلى الموارد السياحية والثقافية، شرط احترامهم لهذه الموارد وذلك من خلال عاداتهم وسلوكهم البيئي اتجاه الطبيعة، وهم معنيون بها وبأن يتوقعوا من السياح الفهم والاحترام لعاداتهم وعقائدهم وثقافتهم، التي هي جزء من التراث الإنساني.
- لتحقيق هذا الهدف يستفيد السياح من معلومات حول:
- تقاليد المجتمعات المضيفة وممارساتها الدينية، المحظورات المحلية، الأماكن المقدسة التي يتوجب احترامها، ثرائها الأثري والثقافي الذي يجب حمايته، التنوع البيولوجي والموارد الطبيعية الأخرى التي يتوجب المحافظة عليها، الابتعاد عن كل أشكال المتاجرة غير المشروعة واستعمال المخدرات.
 - توفير شروط حسن الضيافة للسياح والمعاملة والاحترام لتطوير العلاقات الإنسانية والاجتماعية المنسجمة.
 - الانفتاح على ثقافات المجتمعات المستضيفة باعتبارها جزءا من الثقافة الإنسانية المشتركة.²

¹ رعد مجيد العاني، الاستثمار والتسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 234.

² Robert Lanquar, Op.cit. 93.

3- إعلان لاهاي حول السياحة (1989):

صدر هذا الإعلان عن المؤتمر البرلماني حول السياحة، الذي عقد في مدينة لاهاي بهولندا خلال الفترة الممتدة من 10 إلى 14 أبريل 1989، بالتعاون المشترك بين الاتحاد البرلماني والمنظمة العالمية للسياحة ومجموعة التعاون البرلماني في هولندا.

تضمن هذا الإعلان مبادئ رئيسية هي:

- ضرورة أن يحظى قطاع السياحة بعناية البرلمانات والحكومات لضمان نموه، بالتنسيق مع الحاجات الأساسية للمجتمعات.
- دور التنمية السياحية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مما يستوجب ضرورة إعداد الدولة لخطط متكاملة للاستفادة من الموارد المحلية.
- ضرورة استبعاد كافة مصادر تلوث البيئة الطبيعية والثقافية والإنسانية، عن طريق اتخاذ الإجراءات المناسبة لتوعية الجماهير وإعلام السياح ودعم التخطيط المتوازن واحترام قواعد تقدير الطاقات المسموح بها.
- العمل على حماية السياح سواء الدوليين أو الوطنيين.
- اتخاذ الإجراءات المناسبة لتنشيط السياحة بتوفير التسهيلات الأساسية المتعلقة بإجراءات الدخول والإقامة.
- توفير أسباب الأمن للسياح واحترام كرامة الإنسان.
- العمل على رفع مستوى جودة الخدمات السياحية، بالاهتمام بالتكوين والتدريب والرفع من مستوى المهن السياحية، بالإضافة إلى إقامة المعاهد السياحية والفندقية، وفقا للمعايير الدولية المتعارف عليها.
- الاهتمام بالقطاع السياحي كأحد القطاعات الاقتصادية، وإعطاء الأجهزة المعنية الصلاحيات والسلطات المناسبة للنهوض بهذا القطاع.

4- ميثاق السياحة المستدامة (1995):

نتج عن المؤتمر الدولي حول السياحة المستدامة، المنعقد بلانزورت بجزر الكناري (إسبانيا) في 27 و 28 أبريل 1995. أقر هذا الميثاق الحاجة إلى تطوير سياحة تلي التوقعات الاقتصادية ومتطلبات حماية البيئة واحترام البنية الاجتماعية والسكان المحليين. كما اعتبر حماية وتعزيز الكرامة الإنسانية للسكان المحليين والسياح على حد سواء أولوية، وأدرك ضرورة خلق شراكة بين الجهات الفاعلة الرئيسية المشاركة في هذا النشاط، من أجل بناء سياحة

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

مسؤولة. ودعى إلى منح الأولوية للتعاون التقني والمساعدة المالية الذين ينبغي إسداؤهما للمواقع الضعيفة المقاومة من الناحيتين البيئية والثقافية.¹

إضافة إلى ما سبق، دعى الميثاق المجتمع الدولي، من حكومات، سلطات عمومية، وصناع القرار والمهنيين والجمعيات والمؤسسات العمومية والخاصة التي ترتبط نشاطاتها بالسياحة والسياح أنفسهم، إلى اعتماد المبادئ والأهداف الواردة في الإعلان وهي:²

- يجب أن تركز التنمية السياحية على خصائص الاستدامة، بما أن السياحة هي أداة قوية للتنمية، يمكن أن تلعب دورا نشيطا في استراتيجية التنمية المستدامة. لذلك فإن الإدارة الجيدة للسياحة يجب أن تضمن استدامة الموارد التي يعتمد عليها النشاط السياحي.
- يجب أن تساهم السياحة في التنمية المستدامة، بالاندماج في البيئة الطبيعية، الثقافية والإنسانية؛ يجب أن تحترم الهشاشة التي تميز العديد من الوجهات السياحية، خاصة الجزر الصغيرة والمناطق الحساسة بيئيا. وكذا آثار السياحة على الموارد الطبيعية، على التنوع البيولوجي وعلى قدرة استيعاب النفايات.
- يجب النظر في آثار النشاط السياحي على التراث الثقافي وعلى النشاطات التقليدية للمجتمع المحلي. تقدير هذه العوامل المحلية ودعم هويته، ثقافته ومصالحه يجب أن تكون نقاط مرجعية أساسية عند تصميم الاستراتيجيات السياحية، خاصة في الدول النامية.
- تفترض المساهمة الفعالة للسياحة في التنمية المستدامة بالضرورة التضامن، الاحترام المتبادل ومشاركة جميع الفاعلين من القطاع العمومي والخاص في العملية. يجب أن يستند هذا الحوار على آليات تعاون فعالة على جميع المستويات: المحلية، الوطنية، الإقليمية والدولية.
- حفظ، حماية وتعزيز التراث الطبيعي والثقافي ما يمنح إطارا مميذا للتعاون. يتطلب هذا النهج مواجهة جميع المسؤولين لهذا التحدي المتمثل في الابتكار الثقافي، التكنولوجي والمهني، وتركيز جهودهم لوضع وتنفيذ أدوات التخطيط والإدارة المتكاملة.
- إحترام معايير الجودة لضمان الحفاظ على الوجهة السياحية ودرجة رضا السائح، ومعايير محددة بالاشتراك مع المجتمعات المحلية استنادا على مبادئ التنمية المستدامة. يجب أن تكون أهداف ذات أولوية في صياغة الاستراتيجيات والمشاريع السياحية.

¹ وضع وتطوير الأساليب والممارسات في سبيل الاستعمال المستدام للموارد البيولوجية بما فيها السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² Robert Lanquar, Op.cit. p 103.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- للمشاركة في التنمية المستدامة، يجب أن تستند السياحة على مجموعة من الاحتمالات التي يتيحها الاقتصاد المحلي. ينبغي إدماج الأنشطة السياحية في الاقتصاد المحلي والمساهمة بطريقة إيجابية في التنمية الاقتصادية المحلية.
- أي خيار للتنمية السياحية يجب أن يكون له أثر فعال على تحسين نوعية حياة السكان، والمساهمة في الإثراء الاجتماعي والثقافي لكل وجهة.
- ينبغي على الحكومات والسلطات المعنية القيام بأنشطة التخطيط المتكامل مع التنمية المستدامة بالشراكة مع المنظمات غير الحكومية والسكان المحليين للمساهمة في التنمية المستدامة.
- الإعراف بمبدأ التماسك الاقتصادي والاجتماعي لشعوب العالم كمبدأ رئيسي للتنمية المستدامة، كما يجب وضع تدابير لتقاسم المنافع والأعباء الناتجة عن السياحة، وهذا ينطوي على تغيير في أنماط الاستهلاك والاعتماد على أساليب التسعير لدمج التكاليف البيئية.
- ينبغي على الحكومات والمنظمات متعددة الأطراف منح الأولوية وتدعيم المساعدات المباشرة وغير المباشرة للمشاريع السياحية المساهمة في تحسين نوعية البيئة. في هذا السياق ينبغي دراسة تطبيق الأدوات الاقتصادية، القانونية والجبائية، على المستوى الدولي، لضمان الاستخدام المستدام للموارد في مجال السياحة.
- يجب أن تعتبر المناطق المعرضة للخطر أولوية في التعاون الفني والمساعدات المالية لتنمية سياحية مستدامة.
- يشكل تطوير أشكال بديلة للسياحة مع احترام مبادئ التنمية المستدامة وكذا تنويع المنتجات السياحية عوامل استقرار على المدى المتوسط والطويل، كما ينبغي تعزيز التعاون الإقليمي.
- ينبغي أن تشارك الحكومات، السلطات والمنظمات غير الحكومية ذات الصلة بالسياحة في خلق شبكات للبحث، نشر المعلومات ونقل المعرفة والتكنولوجيات الملائمة للسياحة المستدامة.
- يتطلب تحديد سياسة سياحية مستدامة دعم وتعزيز نظم إدارة سياحية متوافقة مع البيئة، تسمح دراسات الجدوى بتنفيذ مشاريع نموذجية وتطوير برامج التعاون الدولي.
- يجب على الهيئات والمنظمات غير الحكومية التي يرتبط نشاطها بالسياحة أن تحدد إطاراً لتنفيذ تدابير فعالة ووقائية لتنمية السياحة المستدامة. كما يجب أن تضع برامج لتعزيز تنفيذ هذه التدابير. وهي مسؤولة كذلك عن ضمان مراقبة الإجراءات والإبلاغ عن النتائج المحققة وتبادل الخبرات.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- يجب إيلاء أهمية لدور وآثار النقل على البيئة. ينبغي في هذا الصدد إنشاء أدوات واتخاذ إجراءات لتقليل حصة موارد الطاقة غير المتجددة المستخدمة، وتشجيع الإجراءات الهادفة لإعادة تدوير وتقليص النفايات المتولدة عن المرافق السياحية.¹

5- إعلان منظمة السياحة العالمية حول منع السياحة الجنسية المنظمة (1995):

إعتمدت الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية هذا الإعلان خلال دورتها 11 بالقاهرة (مصر)، في الفترة الممتدة بين 17 و 22 أكتوبر 1995.

إعتمادا على ميثاق السائح ومدونة السياحة التي تمنع استغلال السياحة لأغراض الدعارة واستغلال الغير، وبالنظر إلى القلق المتزايد للمجتمع الدولي من استمرار السياحة الجنسية المنظمة، ونظرا للعواقب الصحية الخطيرة على النشاط الاجتماعي والثقافي للدول المرسل والمرسلة والمستقبل للسياح، على حد سواء، رفضت الجمعية العامة أي نشاط من هذا القبيل باعتباره شكلا من أشكال الاستغلال التي تمثل انتهاكا للأهداف الأساسية للسياحة، وهي تعزيز السلام وحقوق الإنسان والتفاهم المتبادل واحترام كافة الشعوب والثقافات والتنمية المستدامة. كما أدانت السياحة الجنسية للأطفال التي تعتبر انتهاكا للمادة 34 من اتفاقية حقوق الطفل (1989).

تمثل مسؤولية حكومات الدول المرسل والمرسلة والمستقبل للسياح في:

- تسخير هيئاتها، بما في ذلك الإدارات الوطنية للسياحة، بغرض اتخاذ إجراءات ضد السياحة الجنسية المنظمة.
- تشجيع تكوين موظفين وإطارات عليا في القطاع السياحي لتكون على دراية بالعواقب السلبية لهذا النشاط.
- توفير مبادئ توجيهية لقطاع السياحة من خلال الإصرار على الامتناع عن تنظيم أي شكل من أشكال السياحة الجنسية واستخدام الدعارة لجذب السياح.
- وضع وتنفيذ التدابير القانونية والإدارية لمنع والقضاء على السياحة الجنسية التي يقع ضحيتها الأطفال، لاسيما من خلال اتفاقيات ثنائية لتسهيل متابعة السياح الذين يشاركون في أي نشاط جنسي غير مشروع يشمل الأطفال والمراهقين.
- مساعدة المنظمات الحكومية الدولية والمنظمات غير الحكومية على العمل ضد الأشكال المنظمة للسياحة الجنسية.

¹ Robert Lanquar, Op.cit. p p 104, 105.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- مناشدة الدول المانحة، وكالات المعونة ومصادر تمويلية أخرى، للانخراط في مشاريع التنمية السياحية لتحسين وتنويع الخدمات السياحية في الوجهات التي تمارس فيها السياحة الجنسية من أجل تعزيز خلق فرص العمل في قطاع السياحة، تطوير روابط مع القطاعات الاقتصادية الوطنية والمساهمة في الاستدامة الاجتماعية والاقتصادية للسياحة.

أما مسؤولية مهنيي قطاع السياحة فتتمثل في:

- توحيد الجهود والتعاون مع المنظمات غير الحكومية للقضاء على السياحة الجنسية المنظمة.
- التوعية بالآثار السلبية للسياحة الجنسية على الصورة السياحية للقطاع السياحي والوجهة السياحية، والدعوة إلى إيجاد طرق للقضاء على العرض السياحي للخدمات السياحية ذات الطابع التجاري.
- تطوير وتعزيز مدونات السلوك وآليات التنظيم الذاتي للصناعة السياحية ضد ممارسة السياحة الجنسية.
- اعتماد التدابير العملية، الترويجية والتسويقية، مثلاً: عدم انخراط المؤسسات في السياحة الجنسية، إعلام السياح بمخاطر السياحة الجنسية على صحتهم.
- تشجيع وسائل الإعلام على دعم أنشطة القطاع السياحي وإدانة ومنع جميع أشكال السياحة الجنسية المنظمة.¹

6- إعلان بالي Bali (1996):

دعى هذا الإعلان الدول إلى اعتماد قواعد السياسة السياحية القائمة على التخطيط الدقيق، بهدف خلق توازن بين القيم الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، والدينية وحماية البيئة قصد تحقيق تنمية مستدامة.

7- الإعلان العالمي حول الآثار الاجتماعية للسياحة (إعلان مانابلا 1997):

أدركت المنظمات السياحية العالمية أهمية توجيه العناية للأبعاد الاجتماعية للنشاط السياحي على المستوى الدولي، كما أن الأهداف الوطنية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية أصبحت تستند إلى المبادئ والإعلانات الدولية التي تنظم وتوجه عملية التنمية السياحية.

أولت المنظمة العالمية للسياحة أهمية للعوامل الاجتماعية. لذلك عقدت، في 22 ماي سنة 1997، مؤتمراً عالمياً في مانابلا بالفلبين تم تخصيصه لمناقشة الآثار الاجتماعية المترتبة على صناعة السياحة في العالم، وأعقبه إصدار إعلان مانابلا حول الآثار الاجتماعية للسياحة. أطلق على هذا الاجتماع تسمية "لقاء القيادات السياحية

¹ <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1995.21.20.1> - Monday, August 22, 2016 8:11:03 AM - IP Address:105.98.144.231

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

العالمية"، حضره ممثلون عن 73 دولة برعاية المنظمة العالمية للسياحة والتعاون مع الحكومة الفلسطينية. وقد تضمن إعلان مانيلا ما يلي:¹

- تعزيز ودعم التعاون الدولي للتخلص من الآثار السلبية للسياحة، من خلال أنظمة متابعة وشبكات ارتباط بين الحكومات والقطاع الخاص والمؤسسات المعنية.
- حشد الدعم العالمي لمنع أشكال استغلال السكان، خاصة الأطفال.
- تشجيع الحكومات على نشر الأنظمة التشريعية على المستوى المحلي والمتعدد الأطراف، لتحقيق تنظيم فعال للقطاع السياحي والتخفيف من العواقب الاجتماعية السلبية للسياحة.
- دعم اندماج المجتمعات المحلية في عمليات التخطيط والتنفيذ والمتابعة والتقييم، للسياسات والبرامج والمشاريع السياحية المحسدة في إطار الأهداف والأولويات الوطنية.
- تحسين المستويات المعيشية للسكان من خلال السياحة، بتوفير الفرص الاقتصادية والاجتماعية، لضمان مشاركة السكان، وتوزيع الأنشطة السياحية على المناطق المهمشة كالأرياف.²
- التأكيد على أن عملية التخطيط للتنمية السياحية تحترم التقاليد الاجتماعية والقيم الثقافية للمجتمعات خاصة بين الجماعات الأصلية، وضبط معدلات النمو في القطاع السياحي للسيطرة على جوانب الخلل في المجتمعات المحلية والقنوات الاجتماعية.
- التعاون مع رجال الأعمال وتشجيعهم على تطوير صور تسويقية مناسبة لدول المقاصد السياحية، وتوفير خدمات التوعية ومراكز المعلومات والاتصالات، للتعريف بالقيم الثقافية والسلوكية للمجتمعات المضيفة.
- التأكيد على أهمية تنمية الموارد البشرية العاملة في القطاع السياحي، وتطوير استراتيجيات لدعم تشغيل أعداد متزايدة من القوى العاملة المحلية في الأنشطة، وتوفير الإجراءات المناسبة لمزيد من الفرص بغية انخراط المرأة في النشاط السياحي.
- تنشيط حملات توعوية في المجتمعات المحلية، بقصد توعية السكان بالفوائد المترتبة على تنمية السياحة.
- الاهتمام الخاص بالمحافظة على التنوع البيولوجي والأنشطة الإيكولوجية بهدف الحفاظ على النظام البيئي.

¹ عبد الإله عياش وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 222.

² المرجع نفسه، ص ص 479، 480.

8- إعلان برلين بشأن التنوع البيولوجي والسياحة المستدامة (1997):

عام 1997، أقر المؤتمر الدولي لوزراء البيئة والتنوع البيولوجي والسياحة المنعقد ببرلين، ألمانيا، والذي حضرته 19 دولة و6 منظمات، إعلان برلين بشأن التنوع البيولوجي والسياحة المستدامة. يركز هذا الإعلان على خمسة عناصر هي:

- السياحة المستدامة التي تقوم على الاستعمال الرشيد للتنوع البيولوجي. ولكي تسهم السياحة في حفظ التنوع البيولوجي واستعماله المستدام، لا بد من التشجيع على أشكال تحافظ على البيئة.¹
- التحكم في السياحة ورقابتها، إذا أريد أن تكفل لها الاستدامة.
- توجيه عناية خاصة إلى السياحة في المجالات المعرضة للضرر، بما فيها المناطق المحمية والمناطق الساحلية والجبلية والمناطق التي تتميز الطبيعة فيها بتنوع شديد.
- ليست الدول وحدها المسؤولة عن التنمية المستدامة إنما تقع هذه المسؤولية على جميع المشاركين في هذا النشاط، خصوصاً القطاع الخاص، الذي ينبغي تشجيع مبادراته الطوعية.
- المجتمعات المحلية ليست مسؤولة عن التنمية المستدامة للسياحة ولكنها تستطيع أن تجني من السياحة فوائد خاصة.²

9- المدونة العالمية لأخلاقيات السياحة (1999):

هي نتيجة للعديد من اللقاءات والإعلانات المتعلقة بالسياحة التي استغرقت عدة سنوات، تمت تحت رعاية المنظمة العالمية للسياحة ومنظمات دولية أخرى. تم اعتمادها في الدورة 13 للجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحة حيث تم الموافقة عليها بإجماع 107 عضواً، وصادقت عليها منظمة الأمم المتحدة عام 2001.

تضمنت هذه المدونة مبادئ تهدف إلى توجيه تنمية السياحة بغرض التقليل من الأثر السلبي للسياحة على البيئة وعلى التراث الثقافي، مع الاستفادة إلى أقصى حد من مزايا السياحة في دعم التنمية المستدامة والتخفيف من الفقر وتعزيز التفاهم فيما بين الأمم.³ تضمن هذا القانون 10 مواد ترسم القواعد الواجب اتباعها من طرف

¹ وضع وتطوير الأساليب والممارسات في سبيل الاستعمال المستدام للموارد البيولوجية بما فيها السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² المرجع نفسه، ص 12.

³ الجمعية العامة للأمم المتحدة، المدونة العالمية لأخلاقيات السياحة، الدورة 56، البند 12 من جدول الأعمال، الجلسة العامة 90، ديسمبر 2001، ص 2.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

الدول، الحكومات، منظمي الرحلات السياحية، المتعهدين، وكلاء السفر، المستخدمين والمسافرين.¹ يتمثل المبدأ الرئيسي لهذا القانون في تنمية سياحة مستدامة من طرف المجتمعات المحلية التي يجب دمجها في دورة حياة الوجهة السياحية.²

أكدت المدونة في مقدمتها على الحق في السياحة وحرية التنقل والدعوة إلى اقتصاد منفتح، ومحاربة كل ما من شأنه عرقلة تطور السياحة خاصة آثاره السلبية. كما تناولت مادتين من أصل عشرة الحق في السياحة للجميع وحرية تنقل الأشخاص، بينما نصت باقي المواد على توصيات تتعلق بمسؤولية السلطات العمومية فيما يتعلق بأمن السياح، عدم إلحاق الدول المصدرة للسياح بالضرر بالصناعة السياحية للدول المستضيفة، تزويد الدول المستقبلية للسياح بمعلومات حول المخاطر المحتملة فيها.

كما خصصت المنظمة العالمية للسياحة قسما خاصا بحماية الأطفال من الاستغلال الجنسي تحت غطاء السياحة، وهو عبارة عن مخطط عمل شامل يضم ممثلين عن الحكومات، الصناعة السياحية، المنظمات الدولية، المنظمات غير الحكومية، الجمعيات، الإعلام بهدف التنبيه والقضاء على الاستغلال الجنسي للأطفال عن طريق السياحة.³

تناولت المادة الثالثة السياحة كعامل للتنمية المستدامة، لكن لم تتناول آثار القطاع السياحي المتعلقة بالتلوث الناتج عن وسائل النقل المستخدمة في التنقلات السياحية. حيث يجب تشجيع مجموعة أشكال التنمية السياحية التي تسمح بالاقتصاد في المصادر الطبيعية والشمسية خاصة الماء والطاقة، من طرف السلطات العمومية الوطنية، الإقليمية والمحلية.⁴

وقد تركت الحرية للدول الأعضاء لدمج الالتزامات المتأتية عن هذا القانون في تشريعاتها الوطنية. نلاحظ أن دور هذه المنظمة محدود، كغيرها من المنظمات الدولية، وهو راجع لعدم إلزامية قراراتها وهو ما يحد من سلطتها.⁵

¹ لمزيد من المعلومات يمكن الاطلاع على: ، الأمم المتحدة، المنظمة العالمية للسياحة، المدونة العالمية لآداب السياحة: من أجل سياحة مسؤولة، 1999 على الرابط التالي:

<http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/gcetpassportglobalcodear.pdf>

² Gérard Seguin, Emmanuelle Rouzet, **Marketing du Tourisme Durable**, Dunod, Paris, 2010, p 161.

³ Laurence jégouzo, Le droit du tourisme, Op.cit. p 285.

⁴ Isabel Babou, Philippe Callot, Op.cit. p 82.

⁵ Bernard Schéou, Op.cit. p 185.

10- إعلان سيول حول السلم SÉOUL 2001:

أكد على مساهمة السياحة في تنمية السلم بين الدول، من جهة أخرى لا يمكن تطور هذا القطاع الاقتصادي دون توفير جو من السلم.

11- إعلان جزر الكناري CANARIES (2001):

رأت أغلبية الدول الأقل تقدماً أن تنمية السياحة يمكن أن تكون سبيلاً لزيادة المشاركة في الاقتصاد العالمي، تقليص الفقر وزيادة التقدم الاجتماعي والاقتصادي.¹

12- إعلان كيبيك QUÉBEC حول السياحة البيئية (2002):

إعترف هذا الإعلان بأن السياحة البيئية تشمل مبادئ السياحة المستدامة وما يتعلق بآثار هذا النشاط على الاقتصاد والمجتمع والبيئة، وأن هذا المفهوم يجب أن يساهم في الحفاظ على التراث الطبيعي والثقافي وإشراك المجتمعات المحلية.

نظراً لتزايد الاهتمام الدولي بالسياحة البيئية، أعلنت الأمم المتحدة 2002 عاماً عالمياً للسياحة البيئية تحت رعاية برنامج الأمم المتحدة للبيئة والمنظمة العالمية للسياحة، والذين عقدا مؤتمر القمة الدولي للسياحة البيئية في مدينة كيبيك بكندا في ماي 2002، حيث التقى ما يزيد عن ألف مشترك من 132 دولة ممثلين للحكومات والقطاعين العام والخاص والمنظمات الأهلية. كانت هذه القمة نتاج العديد من الاجتماعات التمهيدية التي شارك فيها حوالي 3000 عضواً من الدول والقطاعات المختلفة والمؤسسات الأكاديمية والهيئات الاستشارية والمجتمعات المدنية. أكد مؤتمر القمة أن السياحة البيئية تقوم على أسس السياحة المستدامة المدعومة للأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. كما تم الإقرار بأهمية هذا النوع من السياحة نظراً لمساهمة الفعالة في المحافظة على التراث الطبيعي والثقافي وفي رفاهية المجتمعات. تمخضت عن هذا المؤتمر جملة من التوصيات الموجهة للحكومات، القطاع الخاص والمنظمات والهيئات الدولية.²

¹ Alioune BA, Michèle Clotilde, **Tourisme et Innovation : La Force Créatif des Loisirs**, L'Harmattan, Paris, 2007, p 63.

² جمهورية مصر العربية، وزارة الدولة لشؤون البيئة، نحو استراتيجية وطنية وخطة العمل للسياحة البيئية في مصر، جويلية 2005، ص ص 4، 5.

13- إعلان دافوس حول السياحة والتغيرات المناخية (2007):

جاء هذا الإعلان كمحصلة للمؤتمر الدولي الثاني حول السياحة والتغيرات المناخية الذي جرت أشغاله من 1 إلى 3 أكتوبر 2007 بسويسرا.¹ ألزمت المنظمة العالمية للسياحة بموجبه القطاع السياحي اتخاذ جملة من الإجراءات لمواجهة التغيرات المناخية التي تهدد التنمية المستدامة والتي تؤدي أكثر فأكثر إلى الاحتباس الحراري. فأكثر من ثلاثة أرباع انبعاثات الغازات الدفيئة الناتجة عن النشاط السياحي هي بسبب وسائل النقل ومؤسسات الإقامة، و النمو المستمر في القطاع السياحي سيؤدي إلى ارتفاع هذه الانبعاثات.

يدفع هذا الالتزام بالقطاع السياحي إلى اتخاذ إجراءات للحد من هذه الانبعاثات، كتبني المؤسسات والوجهات السياحية لتقنيات صديقة للبيئة، ورصد التمويل اللازم لمساعدة المناطق والدول الفقيرة على تجاوز الآثار الناتجة عن الاحتباس الحراري.²

14- إعلان جربة، تونس (2012):

أكد هذا الإعلان المتمخض عن مؤتمر "مستقبل السياحة في المتوسط" المنعقد يومي 16 و 17 أبريل 2012 بجربة، تونس والذي ضم 400 مشارك من 32 دولة مختلفة، إضافة إلى 17 وفد رسمي وممثلي المشتغلين في القطاع السياحي على التوصيات التالية:

تنوع المنتج السياحي وأماكن الإقامة، جودة أماكن الإقامة السياحية، التخطيط طويل المدى للسياسات السياحية، إمكانية الوصول إلى الوجهات السياحية خاصة عن طريق الجو، تمويل الاستثمارات، دراسة سلوك السياح، سياسات وتقنيات العلامات التجارية، التسويق والترويج والمبيعات في بيئة تنافسية بشكل متزايد، تعقد سلسلة القيمة والنماذج الاقتصادية التي تشكل الاقتصاد السياحي، حماية البيئة لاسيما ما يتعلق بالتنمية الحضرية في المناطق الساحلية ونوعية المياه، سياسات تسيير السفر من خلال إستراتيجية مناسبة في مجال التأشيرات.

كما دعى السلطات العمومية ومشغلي القطاع الخاص وكذلك مراكز البحث والتدريب للتعاون من أجل تطوير السياحة في البحر الأبيض المتوسط، خاصة في المجالات التالية:

التدريب المتعلق بالمهن السياحية في مراكز التكوين المهني والجامعات، تأسيس معايير أو علامات لاسيما في مجال جودة الخدمات السياحية وخصوصا أماكن الإقامة. وفي مجال الاستدامة، خاصة ما يتعلق بالتنمية الحضرية في

¹ World Tourism Organization and United Nations Environment Programme, **Climate Change and Tourism : Responding to Global Challenges**, 2008، لمزيد من التفاصيل يُرجى الاطلاع على الوثيقة التالية:

² Laurence jégouzo, Op.cit. p 282.

الساحل، تطوير النشاط البحري المتعلق بالجولات البحرية، تبادل الممارسات الجيدة خاصة في مجال جذب الاستثمارات، تقنيات تمويل البنى التحتية وإصدار التأشيرات وأخيراً إجراء دراسات حول اتجاه السوق.

15- إعلان تشنغدو بشأن السياحة وأهداف التنمية المستدامة (سبتمبر 2017):

بمناسبة انعقاد الدورة الثانية والعشرين للجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحة في تشنغدو بالصين، من 13 إلى 16 سبتمبر 2017، تم اعتماد وثيقة رئيسية، وهي الإعلان المتعلق بالسياحة وأهداف التنمية المستدامة. تضمن هذا الإعلان 21 مبدأً. تساهم هذه المبادئ في تجسيد الأهداف 17 للتنمية المستدامة، المتبناة من قبل منظمة الأمم المتحدة، بتاريخ 25 سبتمبر 2015، خاصة المبادئ 8، 12 و 14 المتعلقة على التوالي بتعزيز النمو الاقتصادي الشامل والمستدام، وأنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة، والاستخدام المستدام للمحيطات والموارد البحرية. جاء في الفقرة 13 من ديباجة هذا الإعلان أن: "السياحة أداة حيوية لتجسيد الأهداف السبعة عشر للتنمية المستدامة بفضل قدرتها على تحفيز النمو الاقتصادي، خلق مناصب شغل، جذب الاستثمارات، مكافحة الفقر، تحسين مستوى المعيشة للمجتمعات المحلية، دعم توظيف المرأة والشباب، وصون التراث الثقافي، المحافظة على النظم الإيكولوجية البرية والبحرية وعلى التنوع البيولوجي، ودعم جهود التصدي لتغير المناخ، والمساهمة في نهاية المطاف في التحول الضروري للمجتمعات نحو مستوى أكبر من الاستدامة".¹

تضمن هذا الإعلان جملة من التوصيات، نذكر منها:

- ضرورة تطوير الحكومات الوطنية، إلى جانب السلطات المحلية وسائر أصحاب المصلحة المعنيين، نهج شامل ومتكامل للسياسات السياحية بغية الاستفادة من الأثر الإيجابي لهذا القطاع وتأثيره المضاعف على ازدهار الشعوب وكوكب الأرض، وبالتالي التعويل على قيمته كمُساهم أساسي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- يُعتَبَر القياس المنهجي للآثار الاقتصادية والبيئية والاجتماعية للسياحة على المقاصد عاملاً أساسياً في دعم اتخاذ القرارات المبنية على أسس علمية، والاستخدام الفعال للمعلومات في تصميم سياسات رشيدة على كافة المستويات.

¹ Mahmoud Zani, La Déclaration de Chengdu sur « Le Tourisme et les Objectifs de Développement Durable » de Septembre 2017, Tourisme Magazine, no 92/mai 2018, p 14.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- قيام الحكومات الوطنية إلى جانب السلطات المحلية وأصحاب المصلحة المعنيين بإجراء تقييمات حول مساهمة قطاع السياحة والتزامه بأهداف التنمية المستدامة على المستويين الوطني ودون الوطني، وضمان إدراج السياحة ضمن اللجان وفرق العمل المشتركة بين الوزارات المعنية بأهداف التنمية المستدامة.
- تعزيز الحكومات الوطنية إلى جانب السلطات المحلية وأصحاب المصلحة المعنيين مساهمة السياحة في الاستراتيجيات الوطنية المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة عن طريق إنشاء أطر وآليات عمل مؤسسية تتيح لجميع أصحاب المصلحة على كافة المستويات الإقليمية، بما في ذلك القطاع الخاص والمجتمعات المحلية، المشاركة الناشطة في هذه العملية.
- يُعتبر التعاون بين كافة أصحاب المصلحة الرئيسيين؛ الحكومات على المستويات الوطنية ودون الوطنية والمحلية، والمنظمات الدولية، والقطاع الخاص، والمجتمعات المحلية عاملاً أساسياً لتحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال السياحة. لذلك، لا بدّ من بذل جهد منسق بين كافة أصحاب المصلحة بغية تعميق فهم قيمة الشراكات كأداة للتنفيذ في سبيل تعزيز التنمية المستدامة.
- يتطلب تنفيذ خطة التنمية المستدامة للعام 2030 وما بعده، تحديد واعتماد مقاربات تخطيط سياحي تهدف إلى تحسين كفاءة استخدام الموارد من قبل أصحاب المصلحة المعنيين بالشأن السياحي. فمقاربات مثل الاقتصاد الدائري حيث يتم الترويج لنماذج أعمال مبنية على الموارد المتجددة، وعلى منتجات ذات دورات حياة أطول وأكثر تنوعاً، وعلى تشارك الاستهلاك وسلاسل القيمة المترابطة يمكن أن تلعب دوراً هاماً في تصميم وتحسين أنظمة إدارة الموارد، ليس على مستوى قطاع السياحة فحسب، وإنما على مستوى التنمية المستدامة للمقاصد أيضاً.
- سعي الحكومات الوطنية إلى جانب السلطات المحلية وأصحاب المصلحة المعنيين لخلق بيئة مواتية للقطاع الخاص السياحي، وتقديم حوافز للمؤسسات بغية حثها على العمل وفقاً للمدونة العالمية لآداب السياحة وعلى دعم أنشطتها المنضوية تحت مظلة مسؤوليتها الاجتماعية، التي تسهم في جميع أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر، فضلاً عن مساعدتها على رفع مستوى الوعي وإعداد مواد توجيهية حول صلة السياحة بأهداف التنمية المستدامة.¹

¹ Déclaration de Chengdu sur « Le Tourisme et les Objectifs de Développement Durable », Op.cit, p 2.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- تطبيق الحكومات ومنظمة السياحة العالمية لمؤشرات أهداف التنمية المستدامة، للتمكن بفعالية من قياس التأثير الكامل للقطاع على المستويين الوطني والمحلي، إنسجاماً مع مبادرة قياس السياحة المستدامة التابعة لمنظمة السياحة العالمية، كما هو مُحدد في نداء عمل مانيتلا 2017 وإطار الشبكة الدولية لمراصد السياحة المستدامة.
- ضمان الحكومات الوطنية إلى جانب السلطات المحلية وأصحاب المصلحة المعنيين إجراء التغييرات اللازمة في السياسات وممارسات العمل والسلوكيات من أجل تحقيق الفائدة القصوى من مساهمة السياحة في التنمية المستدامة، بما يتوافق مع القوانين والأنظمة الوطنية.
- تشجيع الحكومات الوطنية إلى جانب السلطات المحلية وأصحاب المصلحة المعنيين الابتكار في المنتجات ونماذج العمل والإدارة السياحية، والانفتاح في تبادل الخبرات ذات الصلة والدفع بتحويل وتطوير قطاع السياحة من أجل الاستفادة من مساهمته في خطة عام 2030 وأهداف التنمية المستدامة.
- تعزيز جهود الحكومات ومنظمة السياحة العالمية في حشد الموارد للسياحة وأهداف التنمية المستدامة، بسبُل عدة منها تصميم ووضع آليات تمويل مبتكرة، بما في ذلك تسهيلات التمويل التي يمكن تطبيقها على مشاريع سياحية مرتبطة بأهداف التنمية المستدامة، مثل صناديق السياحة من أجل التنمية الخاص بمنظمة السياحة العالمية، وإرساء حوافز وسياسات ترمي إلى التأثير على سلوك الشركات والمستثمرين في مجال السياحة، وتوطيد الشراكات بين القطاعين العام والخاص.
- الاستفادة من الفرص التي تتيحها الشراكات بين القطاعين العام والخاص في السياحة، لتحفيز القدرة التنافسية في الأسواق، وخلق فرص العمل وتوليد الدخل خصوصاً للمجموعات المهمشة، وتعزيز التنمية الاجتماعية الاقتصادية، والتعجيل بتبني أهداف التنمية المستدامة على مستوى المقاصد السياحية.
- تعزيز دعم أوساط الجهات المانحة حول العالم للسياحة المستدامة؛ إدراكاً منها لتأثير السياحة على التنمية المستدامة بمجمل أبعادها، وبالتالي على جميع أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر.¹
- زيادة الحكومات، والأمم المتحدة، والمنظمات الدولية، والمؤسسات المالية، بالإضافة إلى المؤسسات الخيرية والقطاع الخاص، للدعم المالي الموجه للبنى التحتية السياحية، والتخطيط والتدريب في مجال السياحة.

¹ Déclaration de Chengdu sur « Le Tourisme et les Objectifs de Développement Durable », Op.cit, p 3.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- دعم النمو الأخضر والأزرق الشامل للتنمية السياحية، وتعزيز الاستثمار في البنية التحتية والتكنولوجيا التي تساعد في تحسين كفاءة الموارد، وفي التخفيف من تغير المناخ، وفي فصل مسار النمو الاقتصادي عن استخدام الموارد والتدهور البيئي.
- دعم الحكومات، والأمم المتحدة، والمنظمات الدولية، والقطاع الخاص، والأوساط الأكاديمية، للبرامج والاستراتيجيات والتجارب التي تعول على السياحة كوسيلة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة على المستويين الوطني ودون الوطني.
- تكتيف الأوساط الأكاديمية للأبحاث حول العلاقة الجوهرية بين السياحة وأهداف التنمية المستدامة، وصياغة مبادئ توجيهية وتوصيات لمناهج تعليمية جديدة من شأنها أن تمكن الشباب من أجل دعم القطاع في قدرته على الدفع بعجلة التقدم نحو 2030 وما بعده.
- توطيد الحكومات والأمم المتحدة والمنظمات الدولية للتعاون الدولي والتعاون الثنائي والثلاثي الأطراف في السياحة، وأن تعزز القدرة على تنمية القطاع السياحي في البلدان النامية والبلدان الأقل نمواً.
- تعاون منظمة السياحة العالمية مع كافة أصحاب المصلحة للنهوض بمساهمة السياحة في تحقيق خطة التنمية المستدامة لعام 2030 وأهداف التنمية المستدامة في برامج عملهم.
- الترويج للسياحة كأداة فعالة لتعزيز الاحترام والتسامح والتفاهم المتبادل بين الشعوب والأوطان والثقافات، والمساهمة في بناء ثقافة السلام والحوار بين الحضارات.
- إدراج السياحة وأهداف التنمية المستدامة في السياسات والمبادرات والمشاريع والأبحاث ذات الصلة، من أجل النهوض بدور السياحة في خلق مستقبل أفضل للشعوب وللاأرض.¹

المطلب الثاني: المؤتمرات الدولية المتعلقة بالنشاط السياحي

تعددت المؤتمرات الدولية التي تم تنظيمها لمناقشة الأمور المتعلقة بالقطاع السياحي. فقد نظمت الأمم المتحدة مؤتمر التجارة والتنمية عام 1973 الذي أوصى بضرورة الاهتمام بالتخطيط السياحي في الدول النامية كوسيلة فعالة لتطوير الصناعة السياحية، بما ينعكس إيجاباً على اقتصاديات هذه الدول.²

¹ Déclaration de Chengdu sur « Le Tourisme et les Objectifs de Développement Durable », Op.cit, p 4.

² منال شوقي عبد المعطي أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 255.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

وفي فيفري 1975، عقدت المنظمة العالمية للسياحة في مانايلا، بالشراكة مع المنظمة الدولية للنقل الجوي، مؤتمراً خصصته لمناقشة قانون النقل الجوي فقررت فيه اعتماد الدولار والجنيه الإسترليني كوسيلة للتحويل والتسوية بين الشركات. كما اعتمدت على حق السحب الخاص بصندوق النقد الدولي كقيمة قاعدية للتفاوض وتحديد رسوم موحدة للمسافرين، وكذلك بالنسبة للمعاملات المالية ذات الصلة بشرط أن تقدم الحكومات موافقتها على ذلك.

بعد المؤتمر الذي أطلقته المنظمة العالمية للسياحة بالمكسيك في أبريل 1978 حول السياحة والنقل الجوي اجتمعت الياتا في 30 جوان و1 جويلية من نفس العام في دورة غير عادية، اعتمدت فيها إجراءات لتحسين آليات تحديد سلم التعريفات الجمركية.

أما اجتماع أكابولكو Acapulco 1980 فأكد على أن الهدف من السياحة هو المساهمة في نشر السلم، ولا يتحقق ذلك إلا بخلق مناخ للتفاهم، كما أن حرية التنقلات السياحية يجب أن تشكل أولوية.

وفي ماي 1983 تم عقد مؤتمر Port Harcourt في Rivers State بنيجيريا، دعت فيه المنظمة العالمية للسياحة إلى ضرورة حفظ الهندسة المعمارية الأصلية خلال عمليات التهيئة السياحية، كما دعت لاحترام المطبخ المحلي في الإطعام الدولي، وأكدت على ضرورة التخطيط الوطني والإقليمي الذي يُراعي البيئة والتفاعلات الاجتماعية والاقتصادية.¹

أما المؤتمر العالمي حول إحصائيات السياحة 1991 فأكدت المنظمة العالمية للسياحة خلاله على واحد من مبررات وجودها المتمثل في جمع ومعالجة المعطيات، تضمنت خلاصة وتوصيات هذا المؤتمر التعريفات والتصنيفات الحديثة للسياحة، التي أقرتها لجنة الإحصائيات لمنظمة الأمم المتحدة في مارس 1993.

جاء المؤتمر الدولي كاديكس Cadix 1995 في فترة تميزت بتزايد الوفود السياحية، أكد هذا المؤتمر على ضرورة مساهمة الصناعة السياحية في خلق فرص عمل، تهيئة الإقليم، تنمية المناطق الحساسة وتوازن ميزان المدفوعات.

أما في أكتوبر 1998، عقد في لانزروت الواقعة بجزر الكناري باسبانيا، المؤتمر الدولي بشأن "السياحة المستدامة في الدول النامية الجزرية الصغيرة وغيرها من الجزر" وقد اشترك في تنظيمه برنامج الأمم المتحدة للبيئة ومنظمة السياحة العالمية. تناول هذا المؤتمر التهديدات التي تواجه السياحة المستدامة في الجزر الصغيرة، واقترح توصيات منها: إدماج السياحة في التخطيط العام للتنمية المستدامة؛ إشراك جميع أصحاب الشأن في هذا النشاط؛ إشراك

¹ Gabriel Wackermann, Op.cit. p 115.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

المجتمعات المحلية، الاعتماد على التكنولوجيات البديلة؛ وضع مدونات سلوك وشروط إيكولوجية مفصلة تفصيلا خاصا للجزر الصغيرة؛ وضع مقاييس ولوائح بيئية.¹

وفي بروكسل سنة 2011 أكد مؤتمر الأمم المتحدة حول السياحة والفقر على أهمية السياحة كوسيلة لمكافحة الفقر، معتبرا السياحة نشاطا يساعد الدول الأكثر فقرا على: إنشاء تجهيزات البنية القاعدية؛ الاستثمار المحلي والوطني لخلق مؤسسات ومنتجات؛ وانفتاح المجتمعات على الخارج. كما يسمح بخلق فرص عمل، ليس فقط في قطاع الفنادق والإطعام ولكن أيضا في قطاعات أخرى كالبناء، الزراعة، الصناعات التقليدية. كما دعى هذا المؤتمر إلى التركيز على السياحة التضامنية القائمة على الهبات.²

انعقدت الدورة 21 للجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية في مدين، كولومبيا، من 12 إلى 17 سبتمبر 2015 تحت شعار "السياحة: تعزيز النمو الشامل والتحول الاجتماعي"، وقد شكلت فرصة للارتقاء بالقطاع السياحي في الأجندة العالمية للتصدي للتحديات على غرار التغير المناخي والتنمية والسلم والإدماج الاجتماعي.³

في الفترة الممتدة بين 4 و 6 فيفري 2015 تم تنظيم المؤتمر العالمي لمنظمة السياحة العالمية واليونيسكو حول السياحة والثقافة 2015 في سيام ريب بكمبوديا. جمع هذا المؤتمر ما يزيد عن 900 مشارك، بما في ذلك أكثر من 40 وزيرا ونائب وزير للسياحة والثقافة، إضافة إلى خبراء دوليين ومتحدثين وضيوف من 100 دولة.

أفضى هذا المؤتمر إلى "إعلان سيام ريب حول السياحة والثقافة" الذي يسلط الضوء على الحاجة إلى بلورة إطار جديد للتعاون ما بين السياحة والثقافة ينطوي على مشاركة فاعلة من جانب المجتمعات المضيفة والزوار والقطاعين العام والخاص، ويضع سلسلة من الالتزامات تشمل المجالات الرئيسية الأربعة التي نوقشت في المؤتمر وهي: السياحة والتراث الثقافي، الروابط ما بين السياحة والثقافات الحية والصناعات الإبداعية ومساهمة السياحة الثقافية في التنمية الحضرية.⁴

¹ وضع وتطوير الأساليب والممارسات في سبيل الاستعمال المستدام للموارد البيولوجية بما فيها السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 12.

² Alioune Ba, Michèle Clotide, Op.cit. p 63.

³ المجلس التنفيذي لمنظمة السياحة العالمية، إدراج السياحة على الأجندة العالمية، تقرير الأمين العام، ماي 2015، ص 2.

⁴ المرجع نفسه، ص 3.

المبحث الثالث: مؤشرات السياحة الدولية

تطور النشاط السياحي في دول العالم وتزايدت معه شدة المنافسة؛ فقد سعت كل دولة إلى حجز مكانة متقدمة لها في ترتيب الوجهات السياحية على المستوى الإقليمي والعالمي. يرتبط هذا الترتيب بجملة من المؤشرات التي تم تحديدها من طرف منظمات وهيئات دولية مهتمة بالإقتصاد بصفة عامة وبالقطاع السياحي بصفة خاصة.

المطلب الأول: الأقاليم السياحية في العالم

الإقليم السياحي هو الرقعة الجغرافية التي يتواجد فيها منتج سياحي مميز أو مزيج من المنتجات السياحية، لإشباع رغبات وحاجات السياح. وتعتبر دراسة الإقليم السياحي مهمة للتخطيط السياحي؛ مما يساعد على تقليل تكلفة التنمية السياحية.

لا بد أن تتوفر الأقاليم السياحية على مجموعة من المميزات: القرب من مناطق الطلب السياحي، تأمين رغبات واحتياجات السياح، الانفتاح على السوق الخارجي، توفر خصائص اقتصادية واجتماعية ملائمة، سعة المساحة لاستيعاب الطلب المتزايد. ومنه، يمكن تصنيف الأقاليم السياحية إلى:

الإقليم المتجانس أو الفريد: يمتاز بوجود مكون سياحي واحد متميز وعدة منتجات سياحية ذات خصائص جذب متجانسة.

الإقليم السياحي غير المتجانس أو المعقد: يتكون من مجموعة من المنتجات السياحية ذات خصائص وصفات متوافقة، تشكل في مجموعها منتجا سياحيا متكاملًا.¹

أولاً: التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية

يعرف عدد الوجهات السياحية عبر العالم تزايداً مستمراً، باعتبار السياحة دعامة رئيسية للنمو الاجتماعي والاقتصادي، عن طريق توفير فرص عمل وخلق مؤسسات، توفير عائدات وتطوير البنى التحتية.

خلال 60 سنة الأخيرة، استمرت السياحة في النمو والتنوع، وأصبحت من القطاعات الاقتصادية ذات أقوى نمو في العالم. احتلت العديد من الوجهات السياحية مكانة في الخريطة السياحية إضافة إلى الوجهات التقليدية في أوروبا وأمريكا الشمالية.

¹ بركات كامل المهيترات، مرجع سبق ذكره، ص 87، 88.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

يواجه العالم اليوم ضغوطات جيوسياسية كبيرة بسبب تزايد تهديدات الإرهاب والخوف من انتشار الأوبئة العالمية. ففي حالة استمرارها، ستكون لها تداعيات كبيرة على صناعة السياحة حيث تمس قدرة هذا القطاع على النمو والتطور وقدرة الناس على السفر بأمان. حتى الآن، كان تأثير هذه الأحداث على الدول متباينا، فقد شهدت بعض الدول إنخفاضا كبيرا في عدد السياح الدوليين، بينما لم تتأثر دول أخرى. من جهة أخرى، تواجه الاقتصاديات المتقدمة إنخفاضا مستمرا في النمو الاقتصادي، في حين أن نمو الأسواق الناشئة بدأ يتباطأ. من المثير للاهتمام أن قطاع السياحة استمر بالنمو على مدى السنوات الماضية. فبالرغم من الأزمات التي تعرض لها قطاع السياحة، عرف هذا الأخير نموا مستمرا عبر الزمن، مؤكدا على قوته ومرونته.¹

حددت المنظمة العالمية للسياحة خمسة أقاليم سياحية معتمدة هي: الإقليم الأوروبي، الإقليم الأمريكي، إقليم شرق آسيا والباسيفيك، الإقليم الأفريقي، إقليم الشرق الأوسط.

1- الإقليم الأوروبي: يمثل الإقليم الأوروبي السوق السياحي الرئيسي الأول في العالم. ويرجع نمو عدد السياح الدوليين في أوروبا إلى عدة عوامل أهمها:

الموقع الجغرافي لقارة أوروبا: تتميز القارة الأوروبية بموقع جغرافي متميز خاصة موقعها البحري الذي يوصلها بجميع بحار العالم. فهي تطل على المحيط الأطلسي والبحر الأبيض المتوسط، كما تطل على البحر الأحمر عبر قناة السويس ومنها على المحيط الهندي؛ الأمر الذي مكنها من السيطرة على النقل البحري. كما ترتبط قارة أوروبا بقارة آسيا بحدود برية.

تقع أوروبا بين دائرتي عرض 31°-71° ما جعلها تمتد من المنطقة المعتدلة الدافئة إلى الجنوب حول البحر المتوسط إلى المناطق شبه القطبية والقطبية في السويد وأيسلندا؛ ما أدى إلى وجود مناخات متباينة كالمناخ المعتدل الدافئ في الدول المطلة على الساحل الشمالي للبحر الأبيض المتوسط في إسبانيا وإيطاليا واليونان، المناخ البارد الرطب في دول بحر الشمال المطلة على المحيط الأطلسي، المناخ البارد الممطر في وسط أوروبا، يغلب على المناخ في هذه القارة انخفاض درجة الحرارة وغزارة الأمطار والثلوج باستثناء الدول المطلة على الساحل الشمالي للبحر المتوسط التي تتمتع بدرجة حرارة معتدلة؛ مما جعلها منطقة القصد الأولى في العالم.

تطور شبكة النقل: جعل الموقع البحري لقارة أوروبا منها مركزا هاما للتبادل التجاري بين دول القارة ودول العالم الأخرى من خلال البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي والهادئ والدول المطلة عليه. كما تتمتع هذه القارة

¹ A World Bank Group Flagship Report, **Global Economic Prospects, Divergences and Risks**, June 2016, p 3.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

بسهول واسعة منها السهل الأوروبي الأعظم الذي يمتد وسط القارة؛ الأمر الذي مكن القارة من امتلاك شبكة كبيرة من الطرق والسكك الحديدية التي تربط دول غرب ووسط وجنوب أوروبا. إلى جانب المطارات العملاقة بلندن، باريس، ألمانيا، التي أصبحت من أوسع وأشهر مطارات العالم.

مستويات الدخل المرتفعة: تتمتع الدول الأوروبية بمستويات دخل ومعيشة مرتفعة، ما سمح بتمكين المواطنين في كثير من دول أوروبا من السفر والسياحة.

التطور العلمي والتكنولوجي: تعرف أوروبا تطورا علميا وتكنولوجيا في العديد من الميادين التي تخدم قطاع السياحة، منها قطاع النقل الذي شهد تطورا من خلال القطارات الحديثة والسريعة التي تجمع بين التكلفة المنخفضة والنوعية العالية، بالإضافة إلى استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة في إدارة الأنشطة السياحية مثل: نظم المعلومات التكنولوجية ونظم الحجز الإلكترونية ونظم المعلومات الخاصة بشركات الطيران، وكذا نظم المعلومات الجغرافية، ما ساعد على تنشيط السياحة وتخفيض تكاليفها.¹

قسمت المنظمة العالمية للسياحة القارة الأوروبية بدورها إلى الأقاليم التالية: شمال أوروبا، غرب أوروبا، وسط وشرق أوروبا، جنوب أوروبا والمتوسط.

2- الإقليم الأمريكي: يحتل المرتبة الثانية في السياحة الدولية وينقسم إلى أربعة أقاليم هي: إقليم شمال أمريكا، وسط أمريكا، جنوب أمريكا، دول بحر الكاريبي.²

3- إقليم آسيا والباسيفيك: يشمل معظم قارة آسيا (الصين، أندونيسيا، كوريا، الفلبين، اليابان، أستراليا، نيوزيلندا)، وأستراليا وتضيف المنظمة العالمية للسياحة دول جنوب آسيا كإندونيسيا وباكستان. يتميز هذا الإقليم ب:

- مساحة شاسعة.
- الاستقرار السياسي وحجم الاستثمارات حيث شهد هذا الإقليم إستقرارا سياسيا شجع على زيادة الاستثمارات السياحية.
- النمو الاقتصادي الذي شهدته هذا الإقليم، ما انعكس إيجابا على قطاع السياحة، بفعل تطور البنية التحتية والفوقية التي تعتمد عليها الصناعة السياحية.
- التسهيلات السياحية وتبسيط إجراءات الدخول إلى مختلف المراكز الحدودية كإجراءات الجمركية.

¹ بركات كامل المهيترات، مرجع سبق ذكره، ص 245.

² المرجع نفسه، ص ص 247، 249.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- توافق التشريعات مع متطلبات تطوير القطاع السياحي.
- تبني إستراتيجية تسويقية ناجحة والانفتاح على الشركات العالمية للنقل الجوي.

جاء هذا الإقليم في المرتبة الثالثة في حجم السياحة الدولية حتى عام 2001، ثم عاد ليحتل المرتبة الثانية بعد 2001. أما عام 2003، فقد تعرض إلى تراجع ملحوظ نتيجة انتشار فيروس سارس الذي كان له تأثير سلبي على السياحة الدولية، بالإضافة إلى تعرض بعض المناطق من هذا الإقليم إلى أضرار نتيجة الزلازل التي ضربتها، كزلازل تسونامي الذي ألحق أضرارا وخيمة بالبنية التحتية وكذلك تفجيرات بالي عام 2002.¹

4- الإقليم الأفريقي: ينقسم هذا الإقليم إلى قسمين: شمال أفريقيا، جنوب الصحراء. تعود أسباب قلة جاذبية هذا الإقليم سياحيا إلى عدة عوامل منها:

- تدني مستوى الدخل الفردي.
- ضعف شبكة النقل الداخلي وعدم ترابط أجزاء الإقليم بشبكة نقل تسهل تنقل السياح.
- انتشار الأمراض الوبائية والمعدية في العديد من دول هذا الإقليم.
- عدم الاستقرار السياسي.

5- إقليم الشرق الأوسط: يتميز القطاع السياحي في الدول المكونة لهذا الإقليم ب:

- عدم إعطاء قطاع السياحة الاهتمام المطلوب في الإستراتيجية الاقتصادية لهذه الدول.
- ضعف دوائر التخطيط وصنع القرار للقطاع السياحي.
- ضعف التنمية السياحية والمشاريع الاستثمارية السياحية.²

الموقع الجغرافي: يتميز الموقع الجغرافي لإقليم الشرق الأوسط بمميزته التنافسية حيث يشكل نقطة عبور للطرق التجارية العالمية التي تربط الشرق بالغرب، من خلال قناة السويس وربطها البحر الأبيض المتوسط بالبحر الأحمر والمحيط الهندي.

الثروات الطبيعية: يمتلك هذا الإقليم العديد من الثروات الطبيعية منها النفط الذي يساهم في توفير التمويل اللازم لتطوير قطاع السياحة، ولفت أنظار العالم لهذه المنطقة السياحية ووضعها على الخريطة السياحية العالمية.

¹ بركات كامل المهيترات، مرجع سبق ذكره، ص ص 252، 253.

² المرجع نفسه، ص ص 256، 258.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

تنوع المنتج السياحي: يُعد الشرق الأوسط مهد الحضارات والأديان السماوية، لذا فهو يمتلك مواقع سياحية تعكس تعاقب هذه الحضارات، كما شهد هذا الإقليم تطورا في عدد المنشآت السياحية.

بالرغم من امتلاك هذا الإقليم للمصادر السياحية الطبيعية، إلا أنه لم يحقق التطور السياحي المطلوب، وذلك راجع إلى العوامل التالية:

العامل السياسي: تأثير الأحداث السياسية العالمية على قطاع السياحة كأحداث 11 سبتمبر 2001، النزاع العربي الإسرائيلي، حرب الخليج، ثورات "الربيع العربي" وهو ما قلص من أعداد السياح الوافدين إلى هذه المنطقة.

ضعف البنية التحتية: تعتبر البنية التحتية من شبكات الصرف الصحي، المياه، النقل (البري، البحري، الجوي) شرطا ضروريا لتنشيط السياحة، وهو ما أخر تطور السياحة في هذا الإقليم نظرا لضعف هذه الشبكات.

المشاكل الاقتصادية: تعاني دول هذا الإقليم جملة من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية كالفقر والبطالة وانخفاض نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي.¹

بالرغم من أن الدول العربية تقع في قلب العالم وفي مركز يتوسط الشرق والغرب، وتضم حوالي 40% من آثار الحضارات، إلا أن نصيبها من الحركة السياحية مجتمعة يبقى ضعيفا جدا.

الموسمية: تشكل التقلبات الموسمية في الطلب على السياحة سمة مشتركة للمقاصد السياحية في العالم، نتيجة أسباب طبيعية، خاصة المناخ، ومؤسسية على غرار الأعياد الدينية والرسمية والعطل المدرسية. وعلى الصعيد العالمي، تستقطب الأشهر الممتدة من جوان إلى سبتمبر (ومن ديسمبر إلى فيفري في النصف الجنوبي للكرة الأرضية) أكبر نسبة من إجمالي عدد السياح الدوليين الوافدين.

لا تمثل الموسمية تحديا اقتصاديا مهما من الناحية الربحية للشركات السياحية وتوليد الثروة في المقاصد فحسب، بل لها تأثيرات بيئية واجتماعية وثقافية كبيرة على غرار الازدحام والاحتفاظ، واستخدام الموارد الطبيعية، والعمالة الموسمية، والضغوط الاجتماعية.

للتقليل من أثر الموسمية في مجال السياحة، لا بد من ضمان قيام القطاعين العام والخاص بوضع البرامج الابتكارية التي من شأنها رفع معدلات التوافد خارج أشهر الذروة وتعزيز الطلب السياحي على مدار السنة.

في هذا الإطار، سعت منظمة السياحة العالمية إلى الارتقاء بالمقاربات المبتكرة للتغلب على الموسمية، فقد قامت من خلال برنامج الأعضاء المنتسبين بتطوير نموذج معياري في الأوروغواي، تحت اسم "بونتو دل إستي 365"، يرمي

¹ بركات كامل المهيرات، مرجع سبق ذكره، ص ص 261، 262.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

هذا النموذج إلى تحديد الاستراتيجيات المناسبة لمكافحة الموسمية بما في ذلك الشراكات بين القطاعين العام والخاص وتطوير منتجات جديدة بالتنسيق مع قطاعات أخرى كالزراعة والرياضة.

تتضمن هذه الاستراتيجيات استخدام التكنولوجيات الحديثة في التسويق والترويج وتطوير المنتجات، الخطط التحفيزية والسياسات الوطنية، بما في ذلك إدماج خدمات جديدة على طول سلسلة القيمة وخلال الإعداد للفعاليات، والبرامج الهادفة إلى تعزيز الربط والقدرات في مجال النقل.¹

ثانياً: مؤشرات التنافسية السياحية

يُقصد بالتنافسية مجموعة المؤسسات، السياسات والعوامل التي تحدد مستوى إنتاجية إقتصاد ما، ومستوى الرخاء الذي يمكن أن يحققه بلد ما.

تسمح مؤشرات تنافسية السياحة والسفر بقياس العوامل والسياسات الكفيلة بتطوير قطاع السفر والسياحة. تمثل هذه المؤشرات في: البنية التنظيمية والتشريعية (بيئة الأعمال)، السلامة والأمن، الصحة والنظافة، الموارد البشرية، جاهزية تكنولوجيات المعلومات (البنية التقنية)، تحديد أولويات السياحة والسفر، الانفتاح الدولي، الأسعار التنافسية، الاستدامة البيئية، البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للنقل البري، البنية التحتية للخدمات السياحية، الموارد الطبيعية، وأخيراً الموارد الثقافية.

يمكن تجميع هذه المؤشرات في ثلاث مجموعات: الإطار التنظيمي، بيئة الأعمال والبنية التحتية، الموارد البشرية، الثقافية والطبيعية.²

- بيئة الأعمال: يُجسد هذا الركن مدى وجود بيئة سياسية مواتية للشركات للقيام بأعمال تجارية. أي العلاقة بين النمو الاقتصادي وجوانب مثل كيفية حماية حقوق الملكية وكفاءة الإطار القانوني. وكذلك النظام الضريبي والسياسات المنظمة للمنافسة بما في ذلك المنافسة على المستويين المحلي والوطني والدولي، وتقاس من حيث تسهيل الاستثمار الأجنبي المباشر، أثر الكفاءة والإنتاجية للبلد. هذه العوامل هي مهمة لجميع القطاعات، بما في ذلك قطاع السياحة. بالإضافة إلى ذلك، تشكل التكلفة والوقت اللازم للتعامل مع تصاريح البناء مسألة ذات أهمية خاصة بالنسبة للتنمية السياحية.

¹ المجلس التنفيذي لمنظمة السياحة العالمية، الابتكار في السياحة: إيجاد سبل جديدة لتجاوز الموسمية، الدورة 100، روفين، كرواتيا، ماي 2015، ص 1، 2.

²World Economic Forum, **The Travel and Tourism Competitiveness Report 2007: Furthering The process of Economic Development**, Geneva, Switzerland 2007, p 14.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- السلامة والأمن: هي عامل حاسم لتحديد القدرة التنافسية للصناعة السياحية. عادة ما ينفر السياح من الأماكن الخطرة، مما يجعلها أقل جاذبية لتطوير قطاع السياحة، وهو ما يشمل الجريمة، العنف وليس الإرهاب فقط. وإلى أي مدى يمكن الاعتماد على الأجهزة الأمنية لتوفير الحماية والقضاء على الجريمة.

- الصحة والنظافة: الصحة والنظافة ضرورية أيضا لتعزيز القدرة التنافسية للسياحة، فالوصول إلى تحسين مياه الشرب والصرف الصحي مهم لراحة وصحة المسافرين. لذا، يجب أن يكون القطاع الصحي في البلاد قادرا على ضمان الرعاية الصحية، بتوفر الأطباء والمستشفيات. بالإضافة إلى ذلك، يؤثر ارتفاع معدل انتشار فيروس نقص المناعة المكتسبة والملاريا على إنتاجية القوى العاملة وعدد السياح الوافدين.

- الموارد البشرية: يؤكد توفر موارد بشرية مؤهلة في اقتصاد ما إمكانية تطوير المهارات من خلال التعليم والتدريب، وتوزيع تلك المهارات بكفاءة من خلال سوق العمل، كما تتضمن إشراك القطاع الخاص في الارتقاء بالموارد البشرية، مثل الاستثمار في خدمات التدريب وخدمة الزبائن. ويشمل هذا الأخير تدابير كالمرونة والكفاءة وانفتاح سوق العمل ومشاركة المرأة، لتقييم المواهب في البلاد ومدى قدرتها على استخدام الموارد البشرية أفضل استخدام.¹

- جاهزية تكنولوجيات المعلومات والاتصالات: تزداد أهمية خدمات الأنترنت والعمليات التجارية في قطاع السياحة. تستخدم الأنترنت في مسارات التخطيط والحجز والسفر والإقامة، فتكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي الآن منتشرة جدا ومهمة لجميع القطاعات، وتعتبر جزءا من البيئة التمكينية العامة. لا تتعلق جاهزية تكنولوجيات المعلومات والاتصالات بوجود البنية التحتية الصلبة فقط (تغطية شبكة الهاتف النقال ونوعية إمدادات الكهرباء الحديثة)، بل ترتبط كذلك بقدرة الشركات والأفراد على استخدام وتوفير الخدمات عبر الأنترنت.

- تحديد أولويات السياحة والسفر: بمعنى إلى أي مدى تعطي الحكومة الأولوية لقطاع السياحة وكيف تجعل منه أولويتها الرئيسية؟ يمكن للحكومة توجيه الأموال لمشاريع التنمية الأساسية بالتنسيق بين الجهات الفاعلة والموارد اللازمة لتطوير هذا القطاع. من جهة أخرى، يمكن أن يؤثر استقرار سياسة الحكومة على قدرة القطاع من خلال جذب المزيد من الاستثمارات الخاصة.

يمكن للحكومة أيضا أن تلعب دورا هاما في جذب السياح مباشرة من خلال الحملات التسويقية الوطنية. ويشمل هذا الركن تدابير الإنفاق الحكومي، فعالية حملات التسويق والعلامات التجارية.

¹ Global Economic Prospects, Divergences and Risks, Op. cit. p 6.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

- الانفتاح الدولي: يتطلب تطوير تنافسية قطاع السياحة دولياً درجة معينة من الانفتاح وتسهيل السفر حيث أن السياسات التقييدية مثل متطلبات التأشيرة المرهقة تقلل من رغبة السياح في زيارة البلد، وبشكل غير مباشر عدم توافر الخدمات الأساسية. لذا يجب تبني بعض الإجراءات مثل: اتفاقيات الخدمات الجوية الثنائية، مما يؤثر على توافر المواصلات الجوية للبلاد، وعدد من اتفاقيات التجارة الإقليمية النافذة.

- الأسعار التنافسية: يساعد انخفاض التكاليف المتعلقة بالسفر في بلد ما من زيادة جاذبيته بالنسبة لكثير من السياح فضلاً عن الاستثمار في القطاع السياحي، من بين جوانب القدرة التنافسية للسعر يؤخذ في الاعتبار الضرائب، تذكرة السفر جواً ورسوم المطارات التي يمكن أن تجعل تذاكر الطيران أكثر تكلفة. كما تؤثر التكلفة النسبية للإقامة في الفنادق، وتكاليف المعيشة، وتكاليف أسعار الوقود بشكل مباشر على تكاليف السفر.

- الاستدامة البيئية: لا يمكن إنكار أهمية البيئة الطبيعية في توفير مواقع جذابة للسياحة، لذلك يجب أن تعزز السياسات والعوامل الاستدامة البيئية والتي تعتبر ميزة تنافسية مهمة في ضمان جاذبية البلد في المستقبل كوجهة سياحية، عن طريق التشدد في تنفيذ اللوائح وتقييم حالة المياه وموارد الغابات والبحار، وغيرها من الإجراءات المتعلقة بحماية البيئة. بالإضافة إلى مدى تحديد الحكومات لأولويات التنمية المستدامة في صناعة السياحة.

- البنية التحتية للنقل الجوي: تقوم على مجموعة مؤشرات من بينها الربط الجوي الضروري لتمكين المسافرين من الوصول إلى البلدان، وكذلك التنقل داخلها. يتم قياس كمية النقل الجوي، وذلك باستخدام مؤشرات عدد المقاعد المتاحة، عدد المغادرين، كثافة المطار، عدد شركات الطيران العاملة، وكذلك نوعية البنية التحتية للنقل الجوي للرحلات الداخلية والدولية.

- البنية التحتية للنقل البري: يسمح توفر وسائل النقل بالوصول إلى المراكز التجارية الرئيسية ومناطق الجذب السياحي وهو أمر حيوي لقطاع السياحة، وهذا يتطلب شبكة واسعة من الطرق والسكك الحديدية والبنية التحتية للموانئ التي تستوفي المعايير الدولية من الراحة والأمن والكفاءة.

- البنية التحتية للخدمات السياحية: توافر نوعية كافية من مراكز الإقامة والمنتجعات ومرافق الترفيه، يمكن أن يمثل ميزة تنافسية كبيرة للبلد. يقاس مستوى البنية التحتية للخدمات السياحية من خلال عدد الغرف الفندقية ومدى إمكانية الوصول إلى الخدمات مثل تأجير السيارات وأجهزة الصراف الآلي.

- الموارد الطبيعية: تمتلك البلدان ذات الأصول الطبيعية ميزة تنافسية في جذب السياح. بما في ذلك عدد من مواقع التراث العالمي الطبيعي المصنفة من طرف اليونسكو، جودة البيئة الطبيعية، جمال المناظر الطبيعية، احتواءها

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

على مجموعة الأنواع النادرة من الحيوانات، ونسبة المناطق المحمية على المستوى الوطني، والحدائق الوطنية والمحميات الطبيعية.

- الموارد الثقافية: الموارد الثقافية للبلد هي دافع أساسي آخر لزيادة القدرة التنافسية، وتشمل عدد الملاعب الكبيرة التي يمكن أن تستضيف الأحداث الرياضية أو الترفيهية، وكذا عدد المنظمات الدولية التي يقع مقرها في هذه الدولة.¹

الجدول رقم 1: مؤشرات القدرة التنافسية لقطاع السياحة

الإطار التنظيمي	السياسة السياحية	البنى التحتية	الموارد الطبيعية والثقافية
بيئة الأعمال	تحديد أولويات السياحة	البنية التحتية للمطارات	الموارد الطبيعية
الأمن	التفتح الدولي	البنية التحتية للطرق والموانئ	الموارد الثقافية
الصحة والنظافة	تنافسية الأسعار	الهياكل الأساسية للخدمات السياحية	
الموارد البشرية وسوق العمل	الاستدامة البيئية		
الاستعداد التكنولوجي			

من إعداد الطالبة بناء على المعلومات السابقة

المطلب الثاني: مؤشرات تنافسية السياحة الدولية

أولاً: ترتيب الأقاليم السياحية حسب عدد السياح والعائدات السياحية

الجدول رقم 2: ترتيب الأقاليم السياحية لسنة 2017 حسب عدد السياح الوافدين وعائدات السياحة الدولية

الإقليم السياحي	السياح الدوليين الوافدين	عائدات السياحة الدولية
الأمريكتين	209 مليون (16٪)	326 مليار دولار
أوروبا	671 مليون (51٪)	519 مليار دولار
أفريقيا	63 مليون (5٪)	37 مليار دولار
آسيا والباسيفيك	323 مليون (24٪)	390 مليار دولار
الشرق الأوسط	58 مليون (4٪)	68 مليار دولار
الإجمالي	1323 مليون (100٪)	1340 مليار دولار

Source : OMT, *Tourism Highlights*, 2018 Edition, p 2.

¹ Global Economic Prospects, Divergences and Risks, Op.cit. p 7.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

1- ترتيب الأقاليم السياحية حسب عدد السياح:

إرتفع عدد السياح الوافدين الدوليين بنسبة 6.8% في عام 2017، وهي أكبر زيادة منذ الأزمة الاقتصادية العالمية لعام 2009، وكذلك أعلى من توقعات منظمة السياحة العالمية على المدى البعيد والتي حددت 3.8% سنويا خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2020.

تم تسجيل 1.323 مليون سائح دولي في جميع أنحاء العالم، بزيادة قدرها 84 مليون عن عام 2016. وذلك نتيجة الطلب المستمر على السفر للوجهات في جميع مناطق العالم، بما في ذلك الإنتعاش الذي عرفته المناطق التي كانت تعاني من تحديات أمنية في السنوات الأخيرة.

تسارع النمو من خلال الانتعاش الاقتصادي العالمي، مما أدى إلى الطلب القوي في الخارج من أغلب الأسواق المصدرة. كما ساهم إنتعاش الطلب من البرازيل وروسيا، بعد بضع سنوات من الإنحدار، والصعود المستمر للهند، في زيادة النمو في العديد من الوجهات السياحية.

في المنطقة دون الإقليمية، قادت شمال أفريقيا وجنوب أوروبا والبحر الأبيض المتوسط النتائج في عام 2017، مما يعكس الطلب القوي على الوجهات السياحية في البحر الأبيض المتوسط.¹

الجدول رقم 3: عدد الوافدين الدوليين حسب كل منطقة سنة 2017

أعداد السياح الدوليين (بالمليون)							
2017	2016	2015	2010	2005	2000	1995	
1323	1239	1195	952	809	680	531	العالم
726	686	655	515	469	430	342	الاقتصاديات المتقدمة
597	554	540	437	339	250	189	الاقتصاديات الصاعدة
670.6	619.5	605.1	487.7	452.7	392.9	308.5	أوروبا
78	73.8	69.8	56.6	54.7	44.8	36.4	شمال أوروبا
192.7	181.6	181.5	154.4	141.7	139.7	112.2	أوروبا الغربية

¹ UNWTO, *Tourism Highlights*, 2018 Edition, p 4.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

133.7	127.1	122.4	98.6	95.3	69.6	58.9	أوروبا الوسطى/ الشرقية
266.2	237.1	231.4	178.1	161.1	139	100.9	جنوب أوروبا
537.6	500.4	478.6	383	367.5	336.8	271	مجموعة 28
323.1	306	284.1	208.2	154.1	110.4	82	آسيا و الباسيفيك
159.5	154.3	142.1	111.5	85.9	58.4	41.2	شمال شرق آسيا
120.4	110.8	104.2	70.5	49	36.3	28.5	جنوب شرق آسيا
16.6	15.7	14.3	11.5	10.9	9.6	8.1	أوقيانوسيا
26.6	25.2	23.5	14.7	8.3	6.1	4.2	جنوب آسيا
208.7	200.7	193.8	150.4	133.3	128.2	108.9	الأمريكتين
134.8	130.9	12.5	99.5	89.9	91.5	80.5	أمريكا الشمالية
26	25.2	24.1	19.5	18.8	17.1	14	الكاريبي
11.2	10.7	10.2	7.8	6.3	4.3	2.6	أمريكا الوسطى
36.7	33.9	31.9	23.6	18.3	15.3	11.7	أمريكا الجنوبية
62.7	57.7	53.6	50.4	34.8	26.2	18.7	أفريقيا
21.7	18.9	18	19.7	13.9	10.2	7.3	شمال أفريقيا
41	38.9	35.6	30.7	20.9	16	11.5	أفريقيا جنوب الصحراء
58.1	55.6	58.1	55.4	33.7	22.4	12.7	الشرق الأوسط

Source : OMT, **Tourism Highlights**, 2018 Edition, p 5.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

من خلال هذا الجدول نلاحظ ما يلي:

بلغت حصة السوق للاقتصاديات المتقدمة عام 2017 حوالي 55٪، أما حصة الاقتصاديات الصاعدة فبلغت 45٪ من حصة السوق الإجمالية.

حسب الأقاليم، بلغت حصة إقليم أوروبا 51٪. أخذت مجموعة 28 حصة الأسد ب 41٪، تلتها منطقة جنوب أوروبا بنسبة 20٪، ثم أوروبا الغربية، أوروبا الوسطى والشرقية، وشمال أوروبا ب 15٪، 10٪، 6٪ على التوالي.

جاء إقليم آسيا والباسيفيك في المرتبة الثانية حيث بلغت حصة هذه السوق 24٪ مقسمة بين: شمال شرق آسيا (12٪)، جنوب شرق آسيا (9٪)، جنوب آسيا (2٪)، أوقيانوسيا (1٪).

في المرتبة الثالثة، يأتي إقليم الأمريكيتين بحصة بلغت 16٪ من السوق، أمريكا الشمالية 10٪، أمريكا الجنوبية 3٪، الكاريبي 2٪، أمريكا الوسطى 1٪.

جاء إقليم أفريقيا في المرتبة الرابعة بحصة بلغت 5٪ (أفريقيا جنوب الصحراء 3٪، شمال أفريقيا 2٪). وجاء في المرتبة الخامسة والأخيرة إقليم الشرق الأوسط بحصة بلغت 4٪.

2- ترتيب الأقاليم السياحية حسب العائدات السياحية:

ارتفعت عائدات السياحة الدولية بنسبة 4.9٪ بالقيمة الحقيقية لتصل إلى 1.340 مليار دولار أمريكي في عام 2017.

أدى الطلب القوي من الأسواق التقليدية والناشئة إلى زيادة نمو العائدات العالمية، وهو ما يتبع الاتجاه الإيجابي المسجل في عدد السياح الدوليين (+ 7٪).

حسب الأقاليم، قاد إقليم الشرق الأوسط نمو الإيرادات حيث تحسنت بعض وجهات هذا الإقليم بعد أن سجلت نتائج ضعيفة عام 2016.

حسب المنطقة دون الإقليمية، كان النمو كبيرا في جنوب آسيا وجنوب شرق آسيا، وكذلك في جنوب البحر الأبيض المتوسط في أوروبا وشمال أفريقيا.

بالإضافة إلى 1.340 مليار دولار أمريكي من عائدات السياحة المكتسبة في هذه الوجهات، حققت السياحة الدولية 240 مليار دولار أخرى من خدمات النقل الدولي للركاب غير المقيمين. وبذلك يصل إجمالي الصادرات من السياحة الدولية إلى 1.6 تريليون دولار أمريكي، أو ما يعادل 4 مليارات دولار أمريكي يوميا.¹

¹ UNWTO, *Tourism Highlights*, 2018 Edition, p 6.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

الجدول رقم 4: عائدات السياحة الدولية لسنة 2017

العائدات بالأورو				العائدات بالدولار				
بالوافد	بالمليارات			بالوافد	بالمليارات			
2017	2017	2016	2015	2017	2017	2016	2015	
900	1.186	1.124	1.101	1.010	1.340	1.245	1.221	
1.060	770	735	720	1.200	870	814	799	الاقتصاديات المتقدمة
700	416	389	381	790	470	431	423	الاقتصاديات الصاعدة
690	459.6	422.9	421.8	770	519.2	468.1	468	أوروبا
1.020	79.4	75.2	73.9	1.150	89.7	83.2	82	شمال أوروبا
780	150.9	142.1	143.5	880	170.5	157.2	159.2	أوروبا الغربية
400	53	47.5	45.5	450	59.9	52.6	50.4	أوروبا الوسطى/ الشرقية
660	176.3	158.2	158.9	750	199.1	175.1	176.3	جنوب أوروبا
720	388	358.6	351.8	820	438.4	396.9	390.3	مجموعة 28
1.070	344.8	335	320.5	1.210	389.6	370.8	355.6	آسيا و الباسيفيك
900	143.6	153.2	150.6	1.020	162.2	169.5	167.1	شمال شرق آسيا
960	115.7	105.5	98	1.090	130.7	116.7	108.7	جنوب شرق آسيا
3.040	50.5	46.3	43	3.440	57.1	51.2	47.7	أوقيانوسيا
1.320	35	30.1	28.9	1.490	39.5	33.3	32.1	جنوب آسيا
1.380	288.7	283.4	277	1.560	326.2	313.7	307.3	الأمريكتين
1.660	223.4	221	217.4	1.870	252.4	244.6	241.2	أمريكا الشمالية
1.080	28.1	27.1	25.7	1.220	31.7	30	28.5	الكرايبي
1.010	11.3	11	10.1	1.140	12.7	12.2	11.2	أمريكا الوسطى
710	25.9	24.3	23.7	800	29.3	26.9	26.3	أمريكا الجنوبية
530	33	29.8	29	600	37.3	33	32.2	أفريقيا
410	8.9	8.1	8	460	10	9	8.9	شمال أفريقيا
590	24.2	21.7	21	670	27.3	24	23.3	أفريقيا جنوب الصحراء
1.030	59.9	53.3	52.3	1.160	67.7	59	58	الشرق الأوسط

Source : OMT, Tourism Highlights, 2018 Edition, p 7.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

بلغت حصة الاقتصاديات المتقدمة 65٪ من عائدات السياحة الدولية لعام 2017 وهي نسبة كبيرة تعكس اهتمام هذه الدول بالقطاع السياحي وتعتمد سياسات سياحية تستقطب سياح من ذوي الدخل المرتفع والذين يميلون للإنفاق أكثر. بينما بلغت حصة الاقتصاديات الصاعدة 35٪ وهي حصة ضئيلة مقارنة بالحصة التي يمثلها عدد السياح (45٪) وهو ما يمكن تفسيره بانخفاض إنفاق السياح الوافدين لهذه الأقاليم.

حسب الأقاليم، بلغت حصة إقليم أوروبا 39٪ حيث بلغت حصة مجموعة 28 أعلى نسبة (33٪)، تلتها منطقة جنوب أوروبا (15٪)، ثم منطقة أوروبا الغربية (13٪)، ثم منطقة شمال أوروبا (7٪)، ثم منطقة أوروبا الوسطى والشرقية (4٪).

جاء إقليم آسيا والباسيفيك في المرتبة الثانية وقد بلغت حصته من عائدات السياحة الدولية 29٪ حيث بلغت حصة منطقة شمال شرق آسيا 12٪، تلتها منطقة جنوب شرق آسيا (10٪)، ثم أوقيانوسيا (4٪)، وفي الأخير جنوب آسيا (3٪).

أما إقليم الأمريكيتين فجاء في المرتبة الثالثة فقد بلغت حصة هذا الإقليم من العائدات 24٪ من السوق العالمي، حيث بلغت حصة أمريكا الشمالية 19٪، تلتها كل من أمريكا الجنوبية والكاريبي بنفس النسبة 2٪، وأخيرا أمريكا الوسطى بحصة بلغت 1٪.

جاء إقليم الشرق الأوسط في المرتبة الرابعة بحصة بلغت 5٪، أما في المرتبة الخامسة والأخيرة فجاء إقليم أفريقيا حيث بلغت حصته في السوق العالمي 3٪ تقاسمتها كل من أفريقيا جنوب الصحراء (2٪) وشمال أفريقيا (1٪). وهي حصة ضئيلة مقارنة بالإمكانات الطبيعية التي تُعرف بها هذه الأقاليم.

3- أفضل الوجهات السياحية في العالم:

عند تصنيف أفضل الوجهات السياحية في العالم، من المهم الأخذ بعين الاعتبار كل من عدد السياح الدوليين الوافدين وعائدات السياحة الدولية. تظهر سبعة من أهم عشرة وجهات في القائمتين، على الرغم من الاختلافات الملحوظة من حيث نوع السائح، ومتوسط مدة الإقامة، والإنفاق لكل رحلة في الليلة الواحدة.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

الجدول رقم 5: ترتيب الوجهات السياحية في العالم حسب عدد الوافدين

الدولة	عدد السياح الوافدين (مليون)	الترتيب 2016	الترتيب 2017
فرنسا	86.9	1	1
اسبانيا	81.8	3	2
الو.م.أ.	75.9	2	3
الصين	60.7	4	4
إيطاليا	58.3	5	5
المكسيك	39.3	8	6
المملكة المتحدة	37.7	6	7
تركيا	37.6	10	8
ألمانيا	37.5	7	9
تايلاند	35.4	9	10

Source : OMT, Tourism Highlights, 2018 Edition, p 8.

الجدول رقم 6: ترتيب الوجهات السياحية في العالم حسب العائدات السياحية

الدولة	العائدات السياحية (مليار دولار أمريكي)	الترتيب 2016	الترتيب 2017
الو.م.أ.	210.7	1	1
إسبانيا	68	2	2
فرنسا	60.7	3	3
تايلاند	57.5	4	4
المملكة المتحدة	51.2	5	5
إيطاليا	44.2	7	6
أستراليا	41.7	9	7
ألمانيا	39.8	8	8
مكاو (الصين)	35.6	12	9
اليابان	34.1	11	10

Source : OMT, Tourism Highlights, 2018 Edition, p 8.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

في عام 2017، ارتقت أربع وجهات إلى المراكز العشرة الأولى من حيث إيرادات السياحة الدولية وثلاثة في الترتيب من قبل السياح الدوليين الوافدين؛ قفزت إسبانيا من المركز الثالث إلى المركز الثاني فيما يتعلق بالوافدين واحتفظت بالمركز الثاني في العائدات لتصبح ثاني أكبر وجهة في العالم من قبل كل من السياح الدوليين القادمين والعائدات. وقد جاءت اليابان ضمن المراتب العشرة الأولى من حيث العائدات بعد ست سنوات من النمو.

ترجع التغييرات في تصنيفات الإيرادات جزئياً إلى حقيقة أن الصين قد انتقلت من المركز الخامس إلى المركز الثاني عشر بسبب مراجعة سياستها في القطاع السياحي.¹

ثانياً: النتائج الإقليمية

1- أوروبا:

يمثل عام 2017 العام الثامن على التوالي من النمو المستمر في أوروبا، المنطقة الأكثر زيارة في العالم؛ نما الوافدون بنسبة 8٪ في عام 2017، أي بزيادة قدرها 52 مليون مقارنة بالعام السابق لتصل إلى 671 مليون وافد. زادت العائدات أيضاً بنسبة 8٪ (519 مليار دولار).

إزداد الطلب على السفر من جميع أسواق المصدر في أوروبا تقريباً، سواء داخل المنطقة أو خارجها، مما أدى إلى زيادة النمو في أنحاء أوروبا. إستفادت العديد من الوجهات من انتعاش السوق الروسية على وجه الخصوص.

الجدول رقم 7: ترتيب مناطق إقليم أوروبا حسب عدد الوافدين والعائدات السياحية سنة 2017

المنطقة	عدد الوافدين	العائدات السياحية
شمال أوروبا	6+٪	8+٪
أوروبا الغربية	6+٪	5+٪
أوروبا الوسطى والشرقية	5+٪	7+٪
جنوب أوروبا	12+٪	11+٪

Source : OMT, **Tourism Highlights**, 2018 Edition, p 9.

¹ UNWTO, **Tourism Highlights**, 2018 Edition, p 8.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

حسب المنطقة دون الإقليمية، قادت منطقة جنوب أوروبا نتائج الوافدين والعائدات، مدفوعة بعودة تركيا والقوة المستمرة للوجهات التقليدية والناشئة الأخرى. وعرفت إيطاليا وإسبانيا زيادة قدرها ستة ملايين سائح لكل منهما. وفي أوروبا الغربية، قادت أوروبا وبلجيكا الوجهة الأولى للنمو، حيث تجاوزت آثار الأحداث الأمنية في السنوات السابقة. كما حققت الوجهات في وسط وشرق أوروبا نموا قويا مع بعض الاستثناءات، بفضل زيادة الطلب الخارجي من روسيا.

شهدت جميع الوجهات في شمال أوروبا نموا، بما في ذلك المملكة المتحدة، أكبر وجهة في المنطقة دون الإقليمية، على الرغم من الهجمات الإرهابية في لندن ومانشستر. كما ساهم انخفاض قيمة الجنيه البريطاني في تحسن نتائج المملكة المتحدة، مما جعل المقصد بأسعار معقولة.¹

2- آسيا والباسيفيك:

يعكس النمو في آسيا والمحيط الهادئ (+6٪) الطلب القوي داخل المنطقة، لاسيما من الصين وجمهورية كوريا وأستراليا. لا تزال القوة الشرائية المتنامية في الأسواق الاقتصادية الناشئة، وزيادة النقل الجوي، والسفر بتكلفة معقولة، وتحسين شروط الحصول على التأشيرات، عوامل تشجع السياحة من داخل المنطقة وخارجها.

الجدول رقم 8: ترتيب مناطق إقليم آسيا والباسيفيك حسب عدد الوافدين والعائدات السياحية سنة 2017

العائدات السياحية	عدد الوافدين	
5-٪	3+٪	شمال شرق آسيا
9+٪	9+٪	جنوب شرق آسيا
6+٪	6+٪	أوقيانوسيا
13+٪	6+٪	جنوب آسيا
390 دولار أمريكي	323 مليون	الإجمالي

Source : OMT, Tourism Highlights, 2018 Edition, p 10.

¹ UNWTO, Tourism Highlights, 2018 Edition, p 9.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

كانت النتائج في شمال شرق آسيا، وهي أكبر منطقة دون إقليمية في آسيا، إيجابية بشكل عام. سجل النمو القوي في العديد من الوجهات، بقيادة اليابان، التي عرفت خلال فترة ستين سنة الأخيرة، على التوالي، ارتفاع عدد الوافدين. وعلى النقيض من ذلك، عانت جمهورية كوريا من التراجع بسبب انخفاض عدد الوافدين من الصين.

شهدت منطقة جنوب شرق آسيا أقوى نمو في جميع المناطق الآسيوية الفرعية، بتسعة ملايين سائح دولي إضافي في عام 2017. ويرجع هذا النمو إلى الطلب القوي من أسواق المصدر في شمال شرق آسيا. سجلت فيتنام أعلى معدل نمو للوافدين، في حين سجلت تايلندا، وهي أكبر وجهة في المنطقة دون الإقليمية، ثلاثة ملايين وافد إضافي. كما ساهمت إعفاءات التأشيرة وتحسين النقل الجوي في هذه النتائج الإيجابية.

يمكن تفسير النتائج الإيجابية المسجلة في جنوب آسيا بالأداء القوي للهند، أكبر وجهة في المنطقة دون الإقليمية، والتي استفادت من الطلب المتزايد من أسواق المصدر الغربية وتبسيط إجراءات التأشيرات.

تعكس أوقيانوسيا النمو القوي في أستراليا ونيوزيلندا، مدعوما بالطلب القوي من أسواق مصدر شمال شرق آسيا، والولايات المتحدة والمملكة المتحدة.¹

3- الأمريكيتين:

تشير التقديرات إلى زيادة عدد الوافدين إلى الأمريكيتين بنسبة 4% (209 مليون وافد)، أما العائدات فقد عرفت نموا طفيفا (326 مليار دولار).

الجدول رقم 9: ترتيب مناطق الاقليم الأمريكي من حيث عدد الوافدين والعائدات السياحية سنة 2017

العائدات السياحية	عدد الوافدين	
1+%	3+%	أمريكا الشمالية
4+%	3+%	الكرايبي
4+%	5+%	أمريكا الوسطى
2+%	8+%	أمريكا الجنوبية

Source : OMT, Tourism Highlights, 2018 Edition, p 11.

¹ UNWTO, Tourism Highlights, 2018 Edition, p 10.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

في أمريكا الجنوبية، استمر النمو في عام 2017. وساهم السفر القوي إلى الخارج من الأرجنتين وانتعاش البرازيل في تعزيز النمو في الوجهات المجاورة. تم تسجيل نمو مزدوج الرقم في الوافدين في تشيلي وكولومبيا والإكوادور وباراغواي وأوروغواي. كما سجلت أمريكا الوسطى نتائج إيجابية في جميع الوجهات تقريبا من حيث الوافدين، بقيادة نيكاراغوا، وذلك بفضل الطلب القوي من الأسواق الإقليمية.

في منطقة بحر الكاريبي، كانت النتائج متفاوتة إلى حد ما حيث سجلت بعض الوجهات نموا قويا مثل جمهورية الدومينيكان وجامايكا، وانخفض بعضها الآخر بسبب الأعاصير القوية التي أثرت على العديد من الجزر منذ منتصف أوت حتى سبتمبر 2017. أما أمريكا الشمالية، التي تمثل ثلثي الوافدين والإيرادات الدولية في المنطقة، فقد سجلت تباطؤا في النمو في عام 2017.¹

4- أفريقيا:

جدول رقم 10: ترتيب مناطق إقليم أفريقيا حسب عدد السياح والعائدات السياحية سنة 2017

العائدات السياحية	عدد السياح	
10%+	15%+	شمال أفريقيا
7%+	6%+	أفريقيا جنوب الصحراء

Source : OMT, *Tourism Highlights*, 2018 Edition, p 12.

إرتفع عدد السياح الدوليين الوافدين في أفريقيا بنسبة 9% (63 مليون وافد) والإيرادات على نفس المستوى 8%+ (37 مليار دولار)؛ كانت هذه النتائج مدفوعة باستمرار الانتعاش في شمال أفريقيا والنمو القوي في معظم الوجهات. واصلت تونس انتعاشها القوي في عام 2017 مع نمو قُدر ب 23% في عدد الوافدين، في حين حظي المغرب أيضا بنتائج أفضل بعد ضعف الطلب في العام السابق.

ساهم الطلب المتزايد من أسواق المصدر الأوروبية والاستقرار على تحقيق نتائج إيجابية في المنطقة دون الإقليمية. وفي أفريقيا جنوب الصحراء، إستمر الأداء القوي في كل من كينيا وساحل العاج وموريشيوس وزيمبابوي. على

¹ UNWTO, *Tourism Highlights*, 2018 Edition, p 11.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

العكس من ذلك، تباطؤ نمو الوافدين في جنوب أفريقيا رغم الزيادة الكبيرة في الإيرادات. عرفت الوجهات الجزرية كالسيشل والرأس الأخضر وريونيون نموا مفاجئا في أعداد الوافدين، مستفيدة من زيادة رحلات النقل الجوي.¹

5- الشرق الأوسط:

جدول رقم 11: عدد الوافدين والعائدات السياحية سنة 2017.

الإيرادات السياحية	عدد السياح	
٪13+	٪5+	الشرق الأوسط

Source : OMT, *Tourism Highlights*, 2018 Edition, p 13.

أظهر الشرق الأوسط علامات انتعاش في عام 2017 مع زيادة قوية بنسبة 13٪ (68 مليار دولار) في الدخل الناتج عن السياحة الدولية و 58 مليون وافد. كانت النتائج متفاوتة إلى حد ما عبر الوجهات؛ إنتعاش قوي في بعض البلدان، قابله انخفاضات في بعض الوجهات.

بالنسبة لعدد الوافدين، قادت مصر النمو، مرة أخرى، مسجلة بذلك ارتفاعا مقارنة بالسنوات السابقة. إنتعشت أعداد الوافدين من الأسواق التقليدية في أوروبا الغربية والأسواق الناشئة في وسط وشرق أوروبا والشرق الأوسط وآسيا. ساهمت الجهود الترويجية وعودة الثقة في هذا الانتعاش. كما انتعشت أسواق البحرين والأردن وفلسطين بقوة، بينما واصلت الإمارات العربية المتحدة (دبي) ولبنان النمو بوتيرة مستمرة.²

ثالثا: السياحة الصادرة

تحدث الغالبية العظمى من الرحلات الدولية داخل مناطق المسافرين (السياحة داخل المنطقة). تقليديا، كانت الاقتصاديات المتقدمة في أوروبا والأمريكيتين وآسيا والمحيط الهادئ المصدر الرئيسي للسياحة الدولية في العالم. ومع ذلك، أظهرت الاقتصاديات الناشئة في آسيا وأوروبا الوسطى والشرقية والشرق الأوسط وأفريقيا وأمريكا اللاتينية نموا سريعا خلال السنوات الأخيرة، وهو ما يمكن تفسيره بارتفاع مستويات الدخل.

¹ UNWTO, *Tourism Highlights*, 2018 Edition, p 12.

² Ibid. p 13.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

مع هذا لا تزال أوروبا أكبر منطقة مصدرة للسياح في العالم حيث تولد ما يقارب نصف عدد الوافدين الدوليين في العالم. في الوقت نفسه، يتزايد نصيب منطقة آسيا والمحيط الهادئ بسرعة. حالياً، واحدة من أصل أربع رحلات تنشأ في آسيا والمحيط الهادئ.

1- نفقات السياحة الدولية:

الجدول رقم 12: ترتيب الدول العشرة الأولى حسب النفقات السياحية

الدولة	النفقات السياحية (مليار دولار)	الترتيب في سنة 2016	الترتيب في سنة 2017
الصين	257.7	1	1
الو.م.أ.	135	2	2
ألمانيا	89.1	3	3
المملكة المتحدة	71.4	4	4
فرنسا	41.4	5	5
أستراليا	34.4	6	6
كندا	31.8	7	7
روسيا	31.1	11	8
جمهورية كوريا	30.6	8	9
إيطاليا	27.7	9	10

Source : OMT, **Tourism Highlights**, 2018 Edition, p 14.

حافظت الصين على المرتبة الأولى من حيث الإنفاق. أما الولايات المتحدة، ثاني أكبر سوق مصدر في العالم، فقد زادت نفقاتها السياحية بمقدار 13 مليار دولار أمريكي مقارنة بعام 2016 (+9٪)، وهي أكبر زيادة بالقيمة المطلقة بين كبار المنفقين. كما انتعشت روسيا بقوة (+30٪) بعد بضع سنوات من التراجع حيث صعدت بثلاثة مراكز لتعود إلى المراكز العشرة الأولى، تحديداً في المرتبة الثامنة. من بين الوجهات العشرة الأوائل الأخرى، نجد جمهورية كوريا وإيطاليا وكندا التي سجلت نتائجاً قوية هذه السنة.¹

¹ UNWTO, **Tourism Highlights**, 2018 Edition, p 14.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

2- السياحة الصادرة، المساهمة حسب منطقة المنشأ (%):

الجدول رقم 13: السياحة الصادرة حسب الأقاليم والمناطق

عدد السياح بالمليون								
السنوات	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017
العالم	438	531	680	809	952	1195	1239	1323
أوروبا	254.6	308.2	396.2	451.3	491	579.6	588.8	634.6
آسيا والباسيفيك	58.7	86.3	114.1	152.7	205.9	293.2	313.8	329.8
الأمريكتين	99.4	108.2	130.7	136.3	155.3	199.8	209.9	220.6
الشرق الأوسط	8.2	8.5	12.8	21.4	33.5	39.4	37.7	39.8
أفريقيا	9.8	11.5	14.9	19.3	28.2	35.9	39.5	42.1
دول أخرى	7.4	8.2	11.4	27.7	38.3	46.8	49.8	56.3
نفس المنطقة	353.1	427.3	538.8	631.3	722.7	903.8	937.9	998.7
مناطق أخرى	77.7	95.4	130	149.6	191.2	244	251.8	268.2

Source : OMT, *Tourism Highlights*, 2018 Edition, p 19.

إرتفع عدد الوافدين الدوليين من 25 مليون سائح فقط في الخمسينيات إلى 1.2 مليار في عام 2016. كانت غالبية الأسفار تنحصر من الشمال إلى الشمال. لكن تغير هذا الواقع، فمن المتوقع أن ينمو السفر إلى الخارج من أفريقيا والشرق الأوسط وآسيا والمحيط الهادئ بشكل كبير في العقد القادم.

في الواقع، منذ الأزمة المالية العالمية، نمت نفقات السياحة من الدول النامية بشكل أسرع من النفقات من البلدان المتقدمة. الأسواق الناشئة والأسواق الصاعدة ليست مجرد أسواق مصدرة للسياح، بل هي أسواق تعمل أيضا على تحسين قدرتها التنافسية من أجل أن تصبح وجهات أكثر جاذبية.

حسنت العديد من الاقتصادات النامية والناشئة بشكل كبير من نتائج أدائها إعتبارا من عام 2015، فحوالي 12 من أفضل 15 بلدا الأكثر تحسنا هي أسواق نامية وناشئة، مع وجود بلد واحد على الأقل من كل إقليم.¹

¹ World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017*, 2018, p 4.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

رابعاً: ترتيب الوجهات السياحية حسب مؤشرات تنافسية السياحة والسفر

الجدول رقم 14: الدول الأكثر تحسناً في مؤشرات تنافسية السياحة والسفر لعام 2017

البلد/ الاقتصاد	الترتيب العام	التغير في الأداء منذ 2015 (%)	التغير في الترتيب منذ 2015
اليابان	4	6.18	5+
أذربيجان	71	5.98	13+
طاجيكستان	107	5.01	12+
الفيتنام	67	4.80	8+
إسرائيل	61	4.79	11+
الجزائر	118	4.68	5+
بوتان	78	4.52	9+
الغابون	119	4.47	5+
جمهورية كوريا	19	4.33	10+
مصر	74	4.32	9+
البيرو	51	3.93	7+
الهند	40	3.86	12+
المكسيك	22	3.86	8+
التشاد	135	3.83	6+
ألبانيا	98	3.81	8+

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017*, 2018, p 4.

في عام 2017، استمرت إسبانيا في تصدر هذا الترتيب. تضم أوروبا ستة بلدان تحتل المراكز العشرة الأولى وهي الاقتصادات الأكثر تنافسية. غير أن منطقة آسيا والمحيط الهادئ عرفت بدورها تحسناً ملحوظاً.

بالنسبة لمؤشرات تنافسية السياحة والسفر في الأقاليم السياحية في العالم، فقد جاءت كما يلي:

1- أوروبا وأوراسيا:

تعد أوروبا المنطقة التي تتمتع بأقوى أداء تنافسي في قطاع السياحة. وهي تضم ستة من عشرة بلدان الأكثر تنافسية في هذا القطاع، وقد جذبت 620 مليون من بين 1.2 مليار سائح دولي في عام 2016. بينما تواصل

المنطقة التحسن، لكن بمعدل أبطأ من غيرها من المناطق الأقل نضجاً. ومع ذلك، لا تزال أوروبا حتى الآن أكبر سوق للسياحة، فهي تمثل ضعف حجم سوق آسيا والمحيط الهادئ، وهو ثاني أكبر سوق يشهد نمواً سريعاً.

بينما واصل عدد الوافدين النمو في أوروبا، بدأت العائدات في الانخفاض منذ 2015، يمكن طرح فرضيات مختلفة لشرح هذه الظاهرة. على سبيل المثال، قد يعكس انخفاض الإنفاق انخفاض القوة الشرائية والتوجه نحو الوجهات السياحية منخفضة التكلفة.

على المستوى الدولي، قد يترتب على التحولات في الوصول الدولي من أمريكا الشمالية إلى آسيا تغيير أنماط الإنفاق. وهو ما سيؤدي إلى التحسن المستمر في القدرة التنافسية للقطاع، لاسيما في الوجهات الأكثر نضجاً.

حتى الآن، تعتبر الظروف الصحية والنظافة والثراء الثقافي والسلامة من المزايا الشائعة للتنافسية السياحية في معظم البلدان الأوروبية. على الرغم من الهجمات الإرهابية التي عرفها غرب وجنوب أوروبا إلا أن التأثير على الوافدين الدوليين كان قصير الأجل.

منذ عام 2015، خفضت العديد من الدول الأوروبية اهتمامها بقطاع السياحة. في الوقت نفسه، تحسنت المنطقة في العديد من المؤشرات، بما في ذلك جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والقدرة التنافسية للأسعار. وقد أدت هذه التحسينات إلى خلق توازن مع المؤشرات الأقل إيجابية المتعلقة بالاستثمار العام في القطاع والأمن. ومن الملاحظ أنه على الرغم من الهجمات الإرهابية والخوف المتزايد من الإرهاب، فإن الأداء السياحي لبلدان مثل فرنسا وألمانيا وبلجيكا لم يتراجع بشكل ملحوظ، مما يؤكد على قدرة القطاع على الصمود أمام الصدمات الأمنية، في ظل وجود مؤسسات قوية.

في حين أن هناك قواسم مشتركة، يوجد تنوع إقليمي كبير في جميع أنحاء القارة الأوروبية. قد تمثل نقاط القوة في منطقة فرعية نقاط ضعف في منطقة أخرى. على سبيل المثال، تتميز بلدان جنوب أوروبا بموارد ثقافية وطبيعية ثرية وخدمات بنية سياحية عالية الجودة، بينما بيئة أعمالها وبنيتها الأساسية للنقل والاهتمام بعلامات أداء الاستدامة البيئية أقل من تلك الموجودة في أوروبا الغربية والشمالية. توفر هذه الأخيرة بيئة تمكينية أفضل، بما في ذلك تطوير

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتحسين البنية التحتية للنقل، ولكنها لم تطور مواردها الطبيعية والثقافية بنفس القدر. كما أنها تتميز بكونها وجهات مرتفعة السعر.¹

في منطقة البلقان وأوروبا الشرقية، تعتبر القدرة التنافسية للأسعار نقطة قوة، لكن لم تستثمر هذه المنطقة ما يكفي في النقل الجوي والموارد الثقافية. في الوقت نفسه، يميل الانفتاح الدولي إلى أن يكون أضعف منه في أوروبا الغربية. كما تواجه المنطقة الفرعية الأوروبية قضايا تتعلق بالبنية التحتية للانفتاح الدولي والنقل. ومع ذلك، تتميز هذه المنطقة الفرعية بموارد بشرية أكثر كفاءة، بينما توفر في نفس الوقت خيارات تنافسية فيما يخص الأسعار، وذلك بفضل انخفاض أسعار الفنادق وتكاليف الوقود. حدثت تحسينات في القدرة التنافسية للأسعار بدرجات متفاوتة، ولكنها لم تكن كافية لمواءمة الأسعار في جميع دول المنطقة. خطت أوروبا الغربية أشواطاً كبيرة في تحسين هذا المؤشر، كما اتبعت المناطق الفرعية الأخرى نفس المنحى، مما ترك متوسط التنافسية السعريّة في الغالب دون تغيير. وقد عرفت البنية التحتية للنقل البري ديناميكية مماثلة. أصبح السفر براً أقل كفاءة في المتوسط، في جميع المناطق الفرعية الخمس في أوروبا وأوراسيا. كان هناك أيضاً اختلاف على مستوى الموارد الطبيعية. أصبح جنوب أوروبا وأوراسيا أفضل في الاستفادة من التراث الطبيعي، بينما شهدت أوروبا الغربية إنخفاضاً في هذا المؤشر.²

2- أمريكا:

تتمتع الأمريكيتان بالأداء الثاني الأكثر تحسناً على المستوى الكلي، بعد منطقة آسيا والمحيط الهادئ. وقد ازدهرت أعداد السياح الدوليين الوافدين، حيث ارتفعت من 170 مليون في عام 2013 إلى أكثر من 201 مليون في عام 2015. تستقبل أمريكا الشمالية والوسطى حوالي 80٪ من هؤلاء السياح وتستقبل أمريكا اللاتينية النسبة المتبقية (20 ٪).

تعتمد غالبية بلدان المنطقة على الموارد الطبيعية الغنية وحسن الضيافة، وهو ما يشكل البنية التحتية للخدمات السياحية، لجذب السياح. من الواضح أن معظم الحكومات في المنطقة تفهم الدور الاستراتيجي الذي تلعبه السياحة في التنمية وخلق فرص العمل، وبالتالي هي تدعم القطاع بشكل استباقي.

¹ World Economic Forum, **The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017**, 2018, p 8.

² Ibid. p 10 .

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

تعتبر البنية التحتية القاعدية متطورة نسبيا في أمريكا الشمالية والوسطى، بما في ذلك الولايات المتحدة وكندا وبما وبربادوس وجامايكا، بالمقابل لا يزال النقل البري أقل تطورا في أمريكا الجنوبية. حتى الشيلي، الأفضل أداء في أمريكا الجنوبية في هذا المؤشر، لديها أداء أقل من متوسط أداء أمريكا الشمالية والوسطى.¹

تتفوق دول شمال أمريكا وبلدان أمريكا الوسطى على أمريكا الجنوبية في مؤشر البنية التحتية، بينما العكس هو الصحيح بالنسبة للموارد الثقافية. تستفيد العديد من دول أمريكا الجنوبية من تراثها الغني لخلق قيمة إضافية للسياحة تتكون من المنتجعات الطبيعية والترفيهية والثقافية. ومن ناحية أخرى، لا تزال بلدان أمريكا الوسطى ومنطقة بحر الكاريبي تعتمد بشكل مفرط على مواردها الطبيعية ولم تحرز تقدما كبيرا في تطوير منتجات سياحية أخرى أو استكمال عرض الشاطئ الخاص بها بأنشطة سياحية أخرى.

تشهد جميع أنحاء المنطقة تحولات في الأداء. تعمل كل من دول شمال وجنوب أمريكا على تحسين مواردها الطبيعية ومواردها الثقافية واستعدادها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما يترك الفجوات دون تغيير تقريبا. كما انخفضت جودة وكفاءة النقل البري في معظم أنحاء القارة الأمريكية، مما يشير إلى أنه لا يوجد الكثير من التقدم في هذا المجال. وبالمثل، كان التقدم في السياسة البيئية بطيئا. فلا تزال معظم البلدان متخلفة في الحد من التدهور البيئي. نظرا لحجم وأهمية البيئة الطبيعية لقطاع السياحة وللتنمية بوجه عام، ينبغي على جميع الدول إيجاد توازن أفضل بين تطوير قطاعها السياحي وحماية البيئة.²

3- الشرق الأوسط وشمال أفريقيا:

على الرغم من الظروف غير المستقرة، فقد حسن الشرق الأوسط من قدرته التنافسية في مجال السياحة. فقد تواصل نمو أعداد الوافدين الدوليين، حيث بلغ عددهم 72 مليون في عام 2015 مقارنة بـ 68 مليون في عام 2013 و 62 مليون في عام 2011، عندما شهدت المنطقة أكبر انخفاض في عدد السياح الوافدين.³

¹ The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017, Op.cit, p 13.

² Ibid. p 14.

³ Ibid. p 16.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

أدى تحسين البنية التحتية والاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانخفاض الأسعار وتحسين جزئي في الانفتاح الدولي وبعض التقدم في رعاية التراث الثقافي إلى خلق ظروف أفضل لتطوير قطاع السياحة بشكل عام. ومع ذلك، لا تزال الموارد الطبيعية والثقافية غير مستغلة، ولا يزال الانفتاح الدولي محدودا.

حتى الآن، لا تزال الظروف الأمنية أكبر عقبة في وجه قطاع السياحة، مما يمنع المنطقة من تحقيق نمو أفضل. إزدادت نسبة حدوث الهجمات الإرهابية في 9 من 15 بلدا في المنطقة في الفترة (2013-2015). وبالمثل، تفاقمت الأوضاع الأمنية في نصف البلدان على الأقل في عام 2017 مقارنة مع العامين الماضيين، مع الاستثناءات الملحوظة في لبنان ومصر، حيث تحسنت التصورات ولكنها لا تزال ضعيفة (المرتبتين 128 و 133 على التوالي).

هناك إختلافات كبيرة في المنطقة، مما يجعل منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أقل المناطق تجانسا. على سبيل المثال، تحتل بعض البلدان مراتب متدنية في مؤشرات الأمن، بينما تأتي دول أخرى مثل عُمان والإمارات العربية المتحدة وقطر ضمن الدول العشرة الأكثر أمانا على مستوى العالم. وبالمثل، هناك إختلافات واضحة في بيئة الأعمال، والاستعداد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ونوعية البنية التحتية بين البلدان الخمسة الأولى في المنطقة (الإمارات العربية المتحدة وقطر والبحرين وفلسطين المحتلة والمملكة العربية السعودية) والتي تحقق أداءا جيدا، بينما تكون الدول الخمسة الأخرى أقل تطورا.

هناك أيضا إختلافات كبيرة في الأداء القطري في المنطقة مقارنة بعام 2015. بدءا من مستويات مختلفة، قامت كل من البحرين وإيران والمغرب والجزائر بتحسين أمنها بشكل ملحوظ، في حين سجلت المملكة العربية السعودية أكبر تحسن على مستوى هذا الإقليم في مؤشر الصحة والنظافة. هناك دول زادت من اهتمامها بقطاع السياحة مثل مصر والكويت، على عكس البعض الآخر، مثل قطر واليمن.

حتى في المناطق التي حدث فيها تحسن شامل، هناك إختلافات جوهرية في المنطقة. على سبيل المثال، قامت مصر وعمان وبدرجة أقل المملكة العربية السعودية بتحسين مواردها الثقافية بشكل ملحوظ أكثر من المتوسط الإقليمي،

في حين سارت البحرين وتونس بشكل أسرع نحو الانفتاح مقارنة بالدول الأخرى في المنطقة، على الرغم من السياق الأمني الدولي.¹

4- أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى:

لا تزال أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى، في مجموعها، المنطقة التي تعتبر فيها القدرة التنافسية للسياحة والسفر هي الأقل نمواً. على الرغم من تحسن الأداء الإقليمي بشكل أقل مقارنة بأجزاء أخرى من العالم. يظل الجنوب الإفريقي أقوى إقليم فرعي، يليه شرق أفريقيا ثم غرب أفريقيا. ومع ذلك، فإن شرق أفريقيا هي المنطقة الأكثر تحسناً، في حين شهد الجنوب الإفريقي إنخفاضا طفيفا.

بالنظر إلى حجم وغنى الموارد الثقافية والطبيعية، فإن 29 مليون سائح الذين زاروا القارة في عام 2015 يعتبر عدداً منخفضاً. قد تكون الإمكانيات غير المستغلة للمنطقة فرصة للنهوض بهذا القطاع.

مع ذلك، لا بد من توافر جملة من الظروف لتنمية قطاع السياحة، بما في ذلك توسيع الطبقة المتوسطة. على الرغم من النمو الاقتصادي المستمر في العقد الماضي، لم تشهد أفريقيا زيادة في الدخل كما هو الحال في آسيا. ونتيجة لذلك، لا يستطيع سوى عدد قليل من الأفراد تحمل نفقات السفر. في حين أن السياحة في أوروبا، ومؤخراً، في آسيا تدعمها السياحة الداخلية، تكشف البيانات أن السياح الأفارقة ينفقون في المتوسط عُشر ما ينفقه السياح الأجانب.

تمثل تكاليف النقل الجوي والسفر تحديات مرتبطة بالإطار التنظيمي. على الرغم من أن معظم الدول الأفريقية قد وقعت على إعلان ياموسوكرو عام 1988 في محاولة للوصول إلى اتفاقية "الأجواء المفتوحة" متعددة الأطراف، بعد مرور ثلاثين عاماً، لا يزال النقل الجوي غير فعال في جميع أنحاء المنطقة. إن المخاوف المرتبطة بمستويات التنمية المختلفة، والمخاوف الحمائية المرتبطة بشركات الطيران الوطنية، وتعارضها مع أنظمة المنافسة وعدم وجود آلية لتسوية المنازعات، يجعل من الصعب على أي شركة أن تسافر إلى وجهات جديدة. تحتاج شركات الطيران إلى

¹ The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017, Op.cit. p 17.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

الضغط على حكوماتها للتفاوض على معاهدة ثنائية مع بلد المقصد، والتي يمكن أن تكون عملية طويلة. ما أدى إلى ضعف المنافسة. في الواقع، في بعض الحالات، يكون من الأسرع بالنسبة للسائح أن يسافر عبر أوروبا.¹

يؤثر غياب المنافسة بدوره على سعر التذاكر والمطار ورسوم الهبوط. يفرض 20 بلدا من بين البلدان 30 الواقعة جنوب الصحراء الكبرى ضرائب التذاكر ورسوم المطار فوق المعدل العالمي. وقد تمكنت الدول التي كانت أكثر نشاطا في توقيع الاتفاقيات الثنائية، إثيوبيا وكينيا وجنوب أفريقيا، من إنشاء شركات طيران مملوكة للدولة.

تعتمد بعض البلدان في غرب أفريقيا على الشركات المملوكة للقطاع الخاص، بينما لا تزال جميع البلدان الأفريقية الأخرى تحتفظ بشركات وطنية غير مربحة وغير فعالة. في الآونة الأخيرة، التزمت البلدان الخمسة التي لديها شركات نقل وطنية قوية ومشغلين من القطاع الخاص بإنشاء سوق واحد للنقل الجوي الأفريقي يبدأ سريانه بحلول نهاية عام 2017. ويبقى النقل الجوي بصفة خاصة والبنية التحتية للنقل بشكل عام، حتى الآن، أكبر التحديات التي تواجه تنمية قطاع السياحة في أفريقيا.

يعيق النقص في استخدام الموارد الطبيعية القدرة التنافسية لأفريقيا في مجال السياحة. في حين أن السياحة في المنطقة تركز أساسا على السياحة الطبيعية، لكن هناك تحسن في مجال حماية التراث الثقافي وتثمينه. في العديد من البلدان الأفريقية، هناك العديد من المواقع الثقافية والتراث غير المادي التي يمكن الاستفادة منها بشكل أفضل والجمع بينها وبين رأس المال الطبيعي. فقط جنوب أفريقيا تحقق قيمة أعلى من المتوسط العالمي. كما أن الموارد الطبيعية محمية بشكل غير متساو، على الرغم من أهمية حماية البيئة للاقتصادات الأفريقية. في المتوسط، يعتبر الأداء البيئي إيجابيا، ولكن أصبحت إزالة الغابات وفقدان الموائل تشكل مشكلة في بعض البلدان، فقد فقدت عشرة بلدان أفريقية ما لا يقل عن 7٪ من غاباتها مقارنة بعام 2000.

يتطلب الانفتاح الدولي الاهتمام بالسياسات على المستوى الإقليمي. بالإضافة إلى سياسات السماوات المفتوحة، لا تزال سياسات التأشيرات في كثير من الحالات شديدة التقييد، لا سيما في غرب أفريقيا.

¹ The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017, Op.cit. p 18.

بالمقارنة مع نتائج سنة 2015، حققت تنزانيا وأوغندا وكوت ديفوار والغابون وموزمبيق أداءً أحسن، في حين تراجعت نتائج ناميبيا وجنوب أفريقيا.¹

5- آسيا والمحيط الهادئ:

تأتي منطقة آسيا والمحيط الهادئ في المرتبة الثانية بعد أوروبا من حيث حجم سوق السياحة، مع وصول ما يقارب 280 مليون سائح دولي في عام 2015، وهي أكثر المناطق ديناميكية على مستوى العالم مع أكبر نسبة نمو في عدد الوافدين والتحسين في أداء القدرة التنافسية في مجال السياحة والسفر، مع تقدم غالبية دول المنطقة.²

تتكون منطقة آسيا والمحيط الهادئ من بعض الاقتصاديات التي ازدهرت بشكل كبير في السنوات الأخيرة، وذلك بفضل التوسع في الطبقة المتوسطة وزيادة القدرة على تحمل تكاليف السفر، لاسيما داخل الإقليم. ما زالت التنمية الاقتصادية في المنطقة، التي بدأت منذ عقود، تؤثر إيجاباً على قطاع السياحة. وفقاً للمجلس العالمي للسياحة والسفر، فإن هذا القطاع سوف يتضاعف في العقد القادم، ليصل إلى ما يقارب 1.2 تريليون في عام 2026.

يمكن للمنطقة الاعتماد على الموارد الطبيعية، والقوة العاملة المؤهلة وعلى دعم الحكومات لهذا القطاع. ومع ذلك، تظل الاستدامة البيئية، التي تُعد من العوامل الأساسية للنمو المستمر للصناعة السياحية، مصدر قلق في جميع أنحاء المنطقة. إلى جانب هذه القواسم المشتركة، يمكن تقسيم منطقة آسيا والمحيط الهادئ إلى ثلاث مناطق فرعية تشترك في جملة من الخصائص.

يشترك شرق آسيا، الجزء الأكثر تطوراً من آسيا، وأستراليا في العديد من نقاط القوة، كونهما الأفضل أداءاً في المنطقة. وتتميز دول هذه المنطقة الفرعية بالظروف الجيدة للصحة والسلامة، كما أن لديها بنية تحتية عالمية المستوى، وهي من بين أكثر الدول إستعداداً لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مستوى العالم، وخاصة هونغ كونغ وكوريا الجنوبية. هذه المناطق قادرة على جذب السياح بفضل مواردها الطبيعية والثقافية. ومع ذلك، هذه الدول هي من أغلى الوجهات في المنطقة.

¹ The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017, Op.cit. p 19.

² Ibid. p 21.

الفصل الثاني: واقع السياحة الدولية

على عكس ذلك، تقدم بلدان جنوب شرق آسيا أسعارا تنافسية وتستفيد من مواردها الطبيعية لجذب السياح. في حين أن الموارد الثقافية المتاحة، حتى الآن كانت أقل قيمة من الأصول الطبيعية. كما تميل دول منظمة الأسيان بشكل خاص إلى إعطاء الأولوية للسياحة في جدول أعمالها التنموي حيث يتم تصنيف معظم هذه الدول فوق المركز 50 في هذا المؤشر. ومع ذلك، لا تزال هناك فجوة كبيرة في البنية التحتية (البنية التحتية للخدمات السياحية، شبكة الطرق والنقل الجوي) وتبقى فجوة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي الأكثر تقدما في المنطقة دون الإقليمية، خاصة سنغافورة، وبدرجة أقل ماليزيا وتايلاند، مقابل البقية. بالإضافة إلى ذلك، لا تزال هناك دول في المنطقة تعاني من تداعيات أمنية ناتجة عن التطورات السياسية في السنوات الأخيرة.

كما أن القدرة التنافسية للأسعار التي تميز جنوب شرق آسيا تميز أيضا بلدان جنوب آسيا. ومع ذلك، لا تزال منطقة جنوب آسيا أقل تطورا في جميع المؤشرات تقريبا، لاسيما البنية التحتية، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والصحة وشروط النظافة.¹

تتمتع بلدان منطقة آسيا والمحيط الهادئ بمستويات إنمائية مختلفة، فقد أظهرت غالبية الدول نموا مطردا وشهدت تحسنا في عدد من مؤشرات التنافسية السياحية، خاصة الانفتاح الدولي، مع العديد من المشاريع لإنشاء مناطق الإعفاء من التأشيرة بالإضافة إلى تنافسية الأسعار وجاهزية تكنولوجيات المعلومات والاتصالات. من المتوقع أن يستمر هذا الاتجاه مستقبلا، مع أن آسيا في طريقها لأن تصبح قوة سياحية.²

¹ The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017, Op.cit. p 22.

² Ibid. p 23.

خلاصة الفصل الثاني:

يعتبر قطاع السياحة واحدا من بين القطاعات الديناميكية في الاقتصاد العالمي. يُقدم العديد من فرص التنمية الاقتصادية. يُمكن أن يُحفز النمو الاقتصادي على نطاق واسع ويُساهم بشكل كبير في التنمية، بما في ذلك ارتفاع مستويات الدخل وعائدات النقد الأجنبي، والتنوع الاقتصادي وخلق فرص العمل.

تُشكل منظومة العمل السياحي الدولي، أي مجموعة المنظمات التي تُنسق فيما بينها عن طريق روابط طوعية أو قسرية، شبكات عمل تُعطي قوة وانسجام لهذا الشكل من النشاط وهو السياحة الدولية. فليست المنظمة العالمية للسياحة الوحيدة التي تتبنى قضية السياحة، هناك العديد من الروابط المؤسسية وغير الرسمية التي تربط فيما بينها.

تقوم هذه المنظمات بتجميع المعلومات المسجلة على مستوى المجتمعات لتزويد الهيئات الوطنية العامة والخاصة بها، كما أنها مكان لبلورة سياسة سياحية والتنسيق بين المبادرات المحلية والوطنية وتقديم توجيهات للحكومات لترشيد خياراتها المتعلقة بالاعتماد على السياحة كوسيلة تنمية للمجتمعات.

من الطبيعي أن تُخفي النظرة العامة للسياحة الدولية تفاوتات بين الدول. فالتأثير الاقتصادي للسياحة هو الأهم في الاقتصاديات المتنوعة رغم المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي، الشغل، الدخل ومداخيل العملة الصعبة في الدول النامية.

تسعى العديد من الدول النامية، كغيرها من دول العالم، للانفتاح أكثر على السياحة، لكن المشكلة التي تُعاني منها هي تطوير الخدمات السياحية والبنى التحتية والمرافق السياحية الحديثة لاستقبال السياح. إلى جانب تحديات أخرى متعلقة بجذب الاستثمار الأجنبي والمحلي لتطوير البنية التحتية والتوجه إلى الأسواق الإقليمية والعالمية.

يتطلب تطوير القطاع السياحي تدخل العديد من الفاعلين بدءا من السلطات العمومية، من خلال تطوير البنية التحتية والتنظيم، إلى المسؤولين الرئيسيين للقطاع الخاص. يتمثل هذا الأخير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المحلية والأجنبية التي تستثمر في قطاع الخدمات كالفنادق، المطاعم، مؤسسات النقل، المرشدين السياحيين، مموني خدمات التسلية والترفيه وغيرها.

الفصل الثالث:

الإمكانات السياحية في كل من
الجزائر وتونس

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

تمهيد الفصل الثالث:

تختلف الإمكانيات السياحية من دولة إلى أخرى، وتتنوع بين إمكانيات طبيعية، حضارية، مادية وبشرية كذلك. تعد هذه المؤهلات بمثابة شرط لتحقيق التنمية السياحية حيث أن الشروع في هذه الأخيرة يتوقف على ما تزخر به الدولة من عرض سياحي.

على أساس هذا العرض يمكن تطوير العديد من المنتجات السياحية وتنويعها، لمواجهة المنافسة، على المستوى الإقليمي والدولي، التي تتزايد باستمرار، ولحجز مكانة لها في الخريطة السياحية العالمية.

سيتم التطرق في هذا الفصل إلى الإمكانيات التي تزخر بها كل من الجزائر وتونس في مجال السياحة، سواء الإمكانيات الطبيعية والحضارية أو الإمكانيات المادية والبشرية، وذلك من خلال المبحثين التاليين:

المبحث الأول: المؤهلات السياحية الطبيعية والحضارية في كل من الجزائر وتونس

المبحث الثاني: المؤهلات السياحية المادية والبشرية في كل من الجزائر وتونس

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

المبحث الأول: المؤهلات السياحية الطبيعية والحضارية في كل من الجزائر وتونس

تتمتع كل من الجزائر وتونس بإمكانات سياحية متنوعة، ينبغي عليها استغلالها لتطوير القطاع السياحي في كلا البلدين. سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق لهذه الإمكانيات سواء الطبيعية، الحضارية، المادية أو البشرية.

المطلب الأول: المؤهلات السياحية الطبيعية والحضارية في الجزائر

جذبت المناظر الطبيعية والمناخ الخاص في الجزائر الكُتّاب، ما ترك صدى رحلاتهم في أعمالهم. حيث ألف الكاتب الفرنسي Théophile Gautier عام 1846 *un Voyage pittoresque en Algérie* ثم Loin de Paris عام 1865، إضافة إلى شخصيات أخرى كتبت عن الجزائر وجمال طبيعتها منهم: Flaubert, Tocqueville, Verne, les Goncourt, André Gide الذين زاروا الجزائر عدة مرات في الفترة الممتدة بين 1893 و 1936.

دفع نفس السحر بالرسامين للسفر إلى الجزائر مثل Eugène Delacroix الذي زار الجزائر عام 1832، والتي كانت فرصة له لرسم نساء الجزائر في لوحات عُرفت ب *tableau des Femmes d'Alger dans leur appartement*. إلى جانب Gustave Guillaumet الذي شارك حياة شعوب الصحراء لعدة سنوات، بالإضافة إلى Charles Lebourg الذي علّم الرسم في الجزائر العاصمة، حيث أقام فيها من 1872 إلى 1876. كان لهذه الحركة تأثير في إنتاج الملصقات والكتب المصورة للترويج للجزائر والتعريف بها كوجهة سياحية.¹ من بين هذه الكتيبات:

Algérie et tourisme, 1930 ; Rallye Hoggar ; 1938 , *Guide du tourisme au Sahara*, 1948 ; *Cinquante notions essentielles sur l'Algérie*, 1953.²

مما سبق نستخلص أن الجزائر كانت وجهة سياحية جذبت الكثير من الشخصيات، ما ساعدها على تكوين سمعة سياحية طيبة، نظرا للإمكانيات الطبيعية التي تميزها والتي تسمح لها بتطوير مختلف أشكال السياحة، شرط استغلال هذه الإمكانيات وتثمينها. يتضمن هذا المطلب أنواع السياحة التي يمكن تطويرها في الجزائر.

¹ El Hadi Kacimi, **Alger, rue de Paris**, Les Editions Baconniers, le Magazine du Bibliophile, p 13.

² Ibid. p 15.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

1- السياحة الصحراوية:

تحتل الجزائر المرتبة 10 من حيث المساحة الإجمالية عالميا (2,381,741 كم²)، كما تحتل الصحراء الجزائرية المرتبة الثانية كأكبر صحراء في العالم.¹ ما يمثل أحد الأوراق الراجعة في قطاع السياحة. تحتل الصحراء حوالي 5/4 من الإقليم (1995000 كم²). وتقدم مناظر خلابة؛ بحر من الرمال الذهبية، جبال من الصوان وجبال بركانية مهيبية، واحات ذات سحر خلّاب. وهي كذلك خزان للتنوع البيولوجي الثمين والفريد في العالم.²

تقع الصحراء الجزائرية في أقصى جنوب الجزائر، تشتهر بالمناظر الطبيعية الساحرة. وقد اكتسبت الواحات والصخور العملاقة، خاصة في الأهقار والطاسيلي، والكثبان الرملية شهرة عالمية حيث مثلت مكانا ساحرا للأوروبيين. تزخر المنطقة بعدد كبير من النقوش الجدارية التي تعود لفترة ما قبل التاريخ وتربة قديمة جيولوجيا تعود لملايين السنين. بعض هذه العجائب، بما في ذلك الحظيرتين الوطنيتين الأهقار والطاسيلي، مصنفة ضمن قائمة التراث العالمي للإنسانية.³

المواقع الأكثر شهرة هي: الأهقار في تمنراست، يبلغ ارتفاع أعلى قمة فيها (قمة أتاتورك) 2500 متر، هضبة الأسكرام هو الموقع الأكثر شهرة والذي يشهد أجمل مناظر لشرق وغروب الشمس. والطاسيلي هي أحد أهم المناطق السياحية في الصحراء الجزائرية، حيث تتوج التضاريس الجبلية بالكتلة الصخرية Azguer.⁴

حيوانات الصحراء مميزة لأنها تعيش في بيئة خاصة. الماء فيها نادر وغالبا غير متوفر، لكن توجد العديد من الأنواع الحيوانية الأليفة والنادرة. تشكل الجمال أو الماعز الجزء الأكبر من الثروة الحيوانية. إلى جانب الأنواع الحيوانية الأخرى كالفهد، النسر الملكي، الخراف، الثعلب، الضب، النعامة، الفنك، غراب الليل أسود التاج، قطة الرمال، الوبر الصخري، الورل الصحراوي.

إضافة إلى الطيور مثل الأبلق أبيض الرأس، العقاب النوبي. أسماك مثل لحاء الصحراء، والعديد من أنواع الزواحف، مثل الأفعى المقرنة، والعقارب.⁵

صحيح أن الصحراء الجزائرية وجهة مطلوبة من طرف السياح الأجانب نظرا للمزايا سائلة الذكر، لكن تعتبر أعداد هؤلاء السياح ضئيلة جدا، كما يندرج هذا التوافد في إطار فردي مع قلة الرحلات المنظمة. بالإضافة إلى هذا،

¹ Kamel Si Mohammed, Abdelkrim Ouahrani, Mohammed Bouknadil, and Sidahmed Zenagui, **Tourisme, Croissance et Taux de Change - Cas de l'Algérie : Une Approche Économétrique**, International Journal of Innovation and Applied Studies vol. 13 No. 4 Dec. 2015, p p. 824.

² Office National du Tourisme, **Algérie mémoire et miroir**, Algérie, p11.

³ Philippe Arcand, **La Conservation du Patrimoine des Sociétés Touarègues du Sahara Algérien et le Tourisme Ecoculturel : Critique des Politiques Culturelles de l'UNESCO**, Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en science politique. Université du Québec à Montréal, 13 juin 2008, p 22.

⁴ Algérie mémoire et miroir, Op.cit. p 12.

⁵ Ibid. p p 16, 17.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

تعاني المناطق الصحراوية من عجز في قدرات الاستقبال ما أدى إلى تناقص أعداد السياح خاصة الأجانب. وقد زاد الوضع حدة مع الأحداث الإرهابية التي شهدتها المنطقة. من جانب آخر، تتحكم وكالات السفر الأجنبية في تنظيم الرحلات إلى المناطق الجنوبية إضافة إلى سوء الربط الجوي اتجاه الجنوب وغلاء تسعيرة الرحلات. (أنظر الملحق رقم 1).

يمكن المزاوجة بين السياحة الصحراوية والسياحة الرياضية أو سياحة المغامرة، وذلك بتنظيم تظاهرات رياضية كسباق على ظهور الجمال وإجراء سباق سيارات أو دراجات نارية أو تشجيع رياضة التزلج على الرمال. بالإضافة إلى تنظيم ماراطون الكثبان الرملية. كما يمكن تنظيم رحلات استكشافية على ظهور الجمال أو باستعمال المناطيد.

2- السياحة الدينية:

يوجد بالجزائر العديد من أماكن العبادة وهي موزعة على مناطق مختلفة من البلاد، سنحاول إعطاء أمثلة عن بعض هذه الأماكن المتواجدة في شرق وغرب وجنوب الجزائر.

في بسكرة يوجد مسجد عقبة بن نافع والذي تم تشييده سنة 1734، يعتبر هذا المسجد والمنطقة ككل رابع أقدس مكان في العالم الإسلامي بعد المسجد الحرام والمسجد الأقصى والحرم النبوي الشريف وفقا لوصف ابن خلدون. إلى جانب ضريح الفاتح عقبة بن نافع الفهري، يوجد في هذه المنطقة مقبرة تضم 300 شهيد من جيشه كانوا متجهين إلى القيروان في غزوة لشمال أفريقيا. وصل عقبة بن نافع إلى الجزائر سنة 63 بعد الهجرة، حيث غزا مدينة طولقة وحول الكنيسة إلى مسجد، ولا يزال المسجد يحمل اسم "المسجد العتيق" في إشارة إلى تاريخه.¹

في بسكرة أيضا، توجد "الزاوية العثمانية" التي أسسها الشيخ علي بن عمر العثماني والتي تعتبر واحدة من أهم زوايا المنطقة التي تعلم القرآن الكريم للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين الثمانية و 18 سنة. تشتهر هذه الزاوية أيضا بمكتبتها التي تحتوي على وثائق إسلامية نادرة ومخطوطات مهمة يعود تاريخها إلى القرن التاسع ميلادي.

يوجد في بسكرة مواقع إسلامية أخرى، بما في ذلك واحة سيدي خالد بن سنان العبسي، على بعد 100 كم إلى الجنوب الغربي من مقر الولاية. يوجد في هذه الواحة مسجد سيدي المبارك، والمعروف باسم "المسجد الكبير" أو "مسجد الجمعة" الذي يعتبر واحدا من أهم المراكز العلمية في منطقة خنقة سيدي ناجي، التي تقع على بعد 100 كم إلى الشرق من مقر الولاية. كما يعتبر هذا المسجد من أهم المعالم التاريخية في شرق الجزائر؛ وهو مزين

¹ Mounir El Fishawy, **Algeria: Islamic Tourism in Every Corner**, Algiers, Islamic Tourism – Issue 15 – January-February / 2004-2005, p 14.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

بنقوش إسلامية رخامية. وقد تم بناء هذا المسجد ومركزه العلمي سنة 1734 ميلادي (1147 هجري). إضافة إلى ذلك يوجد بولاية بسكرة مساجد وأضرحة أخرى مثل أضرحة سيدي زرزور وسيدي عبد الرزاق وزوايا أولاد جلال ومسجد عبد الرحمن الأخضر.

في شرق الجزائر وتحديدًا بولاية قسنطينة، المعروفة بجسورها المعلقة، التي تعتبر معجزة معمارية تربط بين الجبال، توجد "دار الإمام"، وهي مدرسة تم ترميمها إلى جانب مسجد عبد الكريم الجزائري، وهو أحد المساجد الكبرى في الجزائر يتسع لـ 10000 مصلى و 3000 مصلية.¹ قام مهندس معماري مصري بوضع مخطط هذا المسجد وزخارفه بعد أن درس التاريخ الإسلامي في الجزائر حيث صور مختلف الفترات التاريخية الإسلامية. وقد استغرق بناء المسجد الذي افتتح في عام 1992 سبعة عشر سنة بسبب الفكرة الإضافية المتمثلة في إنشاء جامعة إسلامية مجاورة على نموذج الأزهر في القاهرة.

ولاية أخرى معروفة بانتشار المساجد والزوايا فيها، وهي ولاية تيزي وزو التي تتكون من 1400 قرية، يوجد في كل واحدة منها مسجد إلى خمسة مساجد، أي أكثر من 5000 مسجد في المجموع.² أما إذا انتقلنا إلى غرب الجزائر، نجد بولايي وهران وتلمسان العديد من المساجد، الزوايا والأضرحة مثل: مسجد وضريح سيدي الهواري، فضلا عن الجوهرة المعمارية الإسلامية لمسجد الباشا في وهران. أما في ولاية تلمسان، توجد تلة سميت "لالة ستي" في إشارة إلى سيدة عراقية نبيلة تسمى لالة ستي والتي استقرت في هذه المنطقة. وكانت المرأة الجزائرية تقصد تلمسان لزيارتها وكذلك من أجل تلقي العلم ومباركتها. من بين الأماكن الأخرى المشهورة بتلمسان قرية المنصورة، المشهورة بمئذنة مسجد المنصورة، التي تبدو مثل جبالدا إشبيلية في الأندلس. هذه المئذنة مربعة وتسمى برج حسن يصل ارتفاع هذا البرج إلى 38 مترا وهو مزين بمجموعة من الزخارف واللوحات المحفورة مع الاقتباسات وإطار مغطى ببعض اللوحات التي تزين وجوها الأربعة. أسس مدينة المنصورة، السلطان المريني أبو يعقوب في عام 1299 ميلادي، وكذا بعض أجزاء جدارها العظيم الذي أحاط به في وقت بنائه.

بالإضافة إلى ذلك، يعتبر متحف سيدي أبو الحسن (أو بلحسن) التنسي بتلمسان، الذي يحتوي على قطع أثرية جميلة، أجمل مسجد في هذه المدينة مع محراب، مزين بالنقوش الإسلامية الأصلية، قبة في زوايا متعددة، نافورة الضوء ومئذنتها. بالإضافة إلى قبة سيدي أبي مدين التي تضم ضريح ومسجد.³ في الجنوب الشرقي للجزائر، تضم ولاية وادي سوف العديد من الزوايا، التي تعتبر مراكز للبحث العلمي مثل زاوية سيدي سالم في وسط المدينة التي أنشئت منذ قرون عديدة، والتي تنتمي إلى الزاوية الرحمانية في شمال البلاد.

¹ Mounir El Fishawy, *Algeria: Islamic Tourism in Every Corner*, Op.cit. p 16.

² Ibid. p 18.

³ Ibid. p 20.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

وهناك أيضا الزاوية القادرية، وهي أقدم مدرسة صوفية في المنطقة، ترتبط تاريخيا بدراسة الدين الإسلامي.¹ من بين المتاحف الموجودة بهذه المدينة: المتحف البلدي للمذكرات الصوفية. يعود هذا المتحف إلى العهد الاستعماري وهو يضم الحرف التقليدية والفنون الشعبية والحيوانات والنباتات الصحراوية والملابس والسجاد وعدد كبير من الأواني التي لا يزال يستخدمها البدو. هذه المتاحف بمثابة نافذة تبحث في تاريخ وادي سوف، ومعرض يجذب الزوار طوال فصل الشتاء.

تشتهر وادي سوف، أيضا، بإنتاج السجاد الملونة والملابس الصوفية، مثل البرنوس والعباية. كما تشتهر بحرفة صناعة الفخار. لا يزال الجبس، الذي كان يستخدم لتزيين المنازل والمساجد لعدة قرون، الحرفة الذي تتميز بها المدينة. إضافة إلى العديد من المعالم الدينية كقصر الضاوية، المنارة الضخمة، آثار قصر تمرنة بجامعة.² وكذا الزاوية التيجانية التي لديها ما يقرب 300 مليون من الأتباع في أفريقيا وأماكن أخرى.³

منذ انتشار الاسلام على أرض الجزائر، أصبحت المساجد تعتبر مكان لأداء العبادات. منذ عقبة بن نافع، الرستميين، الفاطميين، المرابطين، الموحدين، وهو ما انعكس على هندسة وزخرفة المساجد في الجزائر من المسجد الرصين وسيدي عقبة إلى الجامع الكبير للجزائر (1096) مروراً بمساجد ندرومة بتلمسان، مسجد بن عثمان بوهران، الجامع الكبير ومسجد الأمير عبد القادر بقسنطينة، قلعة بني حماد، عاصمة الحماديين الذي أسسها الفاطميون والتي لم تبقى منها سوى المئذنة.⁴

إلى جانب المساجد، رأت زوايا الجزائر، التيجانية، الرحمانية، القادرية، السنوسية وغيرها، النور منذ القرن الخامس عشر ميلادي، تحت إشراف القادة الروحيين "أولياء الله الصالحين". إلى جانب المهام التقليدية للزوايا، وقفت هذه الأخيرة ضد المحتل ودافعت عن الإيمان والأصالة، مع الأمير عبد القادر، الشيخ المقراني، الشيخ الحداد، الشيخ بوعمامة، الشيخ بوزيان، ولاد سيدي الشيخ. كما أنها أماكن للحج والتأمل، ترتبط بها أساطير صوفية. يحمل تاريخ هذا الإيمان الشعبي العديد من حكايا الشفاء الخارقة. تنظم الزوايا العديد من التظاهرات كالمواسم والزيارات وذلك في أوقات معينة من السنة.

من جانب آخر، تضم الجزائر العديد من الكنائس. فالجزائر هي موطن واحد من أشهر آباء الكنيسة المسيحية، سانت أوغستين، ابن طاغاست. إضافة إلى كاتدرائية عنابة، وهي مكان للحج الثقافي والسياحي. كما تضم

¹ The Algerian City of al-Wadi, Desert Culture and Winter Tourism, Islamic Tourism - Issue 03 - Spring 2002, p 12.

² Ibid. p p 17, 18.

³ Mounir El-Fishawy, The Algerian Minister Of Tourism Talks To Islamic Tourism, "Tourism and agriculture are our development alternatives", Islamic Tourism – Issue 23 – May-June / 2006 , p 48.

⁴ Algérie mémoire et miroir, Op.cit. p p 25, 26.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

الجزائر كاتدرائيات أخرى مثل: السيدة الأفريقية، والقلب المقدس بالعاصمة، كنائس الأغواط وتيارت، دون إغفال صومعة الأب Foucault بالأسكرام.¹

ينبغي أن تتضمن السياسة السياحية الترويج لأماكن العبادة المختلفة، كما يمكنها الاستفادة من قدوم مريدي الطرق الصوفية للجزائر عن طريق توفير منشآت إقامة تتلاءم وخصوصية هذا النوع من السياحة.

3- السياحة العلاجية:

هناك العديد من المنابع الحموية المعروفة في الجزائر منذ القدم؛ فالمنحوتات المكتشفة في "حمام مسك وطين" تُظهر بوضوح أنه في العهد البوني (الحضارة القرطاجية)، كان هناك منتجعات في هذا المكان. غير أن الرومان هم من استغلوا في المقام الأول الينابيع الحرارية والمعدنية الموجودة في الجزائر، من خلال بناء العديد من الحمامات المعدنية بالقرب من المدن الكبرى.² تشهد على ذلك الأحواض الإغريقية والرومانية المتواجدة على أرض الجزائر.³

في القرن التاسع عشر ميلادي، كانت الطبقة الأرستقراطية تقصد هذه المراكز الحموية. بالنسبة للهندسة والتخطيط العمراني لهذه المراكز نجد أنها تتكون من أربعة عناصر: حمامات، نادي، فندق كبير وحظيرة حموية. وهو بمثابة فضاء للنزهة والعلاج. تمت إضافة هياكل أخرى كأوبرا ومضمار.

نلاحظ أن الإمكانيات موجودة لكنها تبقى غير مستغلة فأغلبها مازالت في حالتها الطبيعية. وفق دراسة تم إجراءها سنة 2015، تم تحديد 282 منبع حموي، في كامل التراب الوطني. مع مراعاة الخصائص الفيزيائية والقيمة العلاجية للمياه الحرارية، يوجد حاليا حوالي 100 منبع حراري يمكن استغلاله لتحقيق مشاريع جديدة.⁴ (أنظر الملاحق رقم 2، 3، 4).

لتطوير العلاج بمياه البحر، يجب الالتزام بعدة نقاط:

- ✓ إعادة هيكلة المنشآت الموجودة حسب المعايير الدولية واقتراح أماكن إيواء متنوعة؛
- ✓ تحديد المنتجات التي تتواءم ورغبات الزبائن (منتج صحي، منتج ترفيهي)؛
- ✓ توفير موظفين مؤهلين في عده ميادين: التسيير، الطب والتسويق، وكذا الخدمات الصحية.

¹ Algérie mémoire et miroir, Op.cit. p 28.

² Cahiers de Centenaire de l'Algérie, L'Algérie Touristique, par M. le Général de Bonneval, Publications du Comité National Métropolitain du Centenaire de l'Algérie, 2003, p 51.

³ Karim Cherif, **Economie du Tourisme: Un Investissement d'Avenir pour l'Algérie**, Casbah Editions, Algérie, 2017, p 159.

⁴ https://www.mta.gov.dz/?page_id=477

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

يجب التذكير بأن هذا النشاط يرتبط بنوعية المياه، وهو ما يستدعي اتخاذ إجراءات بيئية للحفاظ على نوعية هذه المياه وخصائصها العلاجية.¹

قامت المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية بتحديد الينابيع المعدنية الحموية التي يقع عدد كبير منها في الجزء الشمالي من الجزائر. وقد مكنت التحاليل الفيزيائية والكيميائية والهيدروولوجية من تحديد الخصائص العلاجية لكل مصدر.² كما تم تحديد 7 مراكز حرارية مهيئة³، 136 مصدر ذو أهمية محلية، 55 مصدر ذو أهمية إقليمية.⁴ يخضع منح الامتياز الخاص بالمياه الحرارية أو مياه البحر (العلاج بمياه البحر) لأحكام المرسوم التنفيذي 07-69 الصادر في 19 فيفري 2007، والذي يحدد شروط وكيفيات منح امتياز استخدام واستغلال المياه الحموية.⁵ بالنسبة للحمامات المعدنية، يوجد بالجزائر العديد منها، نذكر على سبيل مثال: حمام بوغرارة، حمام ريغة، حمام غرغور، حمام بوحجر، حمام بوحنيقية، حمام ملوان، حمام مسك وطين، حمام الصالحين.⁶ من الضروري تحسين خدمات الحمامات المعدنية في الجزائر لمواجهة المنافسة مع جيرانها حيث أن العديد من الجزائريين يفضلون التوجه إلى تونس للعلاج في الحمامات المعدنية المتواجدة على أراضيها، وهو راجع لتوفير خدمات ذات جودة عالية.

4- السياحة الساحلية:

يبلغ طول الساحل الجزائري 1200 كم* من مرسى بن مهيدي إلى القالة. بمجموع 14 ولاية ساحلية، يقع بعضها بالقرب من المواقع الأثرية. كما تُعرف بالسلاسل الجبلية مثل مرتفعات جرجرة، الشريعة، وتالاغلاف الملائمة للرياضات الشتوية.

¹ Karim Cherif, Op.cit. p 161.

² République Algérienne Démocratique et Populaire, Conseil National Economique et Social, **Avis sur la Stratégie Nationale de Développement Economique et Social à Moyen Terme**, 8^{ème} Session Plénière, Publication du Conseil National Economique et Social, Mai 1997, p 70.

³ حمام الشيقير (تلمسان)، عين فرانين (وهران)، عين ورقة (النعامة)، حمام كسانة (البويرة)، حمام الشارف (اللفة)، حمام بوزيان (قسنطينة)، حمام أولاد زايد (سوق أهراس).

⁴ République Algérienne Démocratique et Populaire, Conseil National Economique et Social, **La Redéfinition de la Politique Nationale du Tourisme**, 16^{ème} Session Plénière, Publication du Conseil National Economique et Social, Novembre 2000, p 72.

⁵ المرسوم التنفيذي 07-69 الصادر في 19 فيفري 2007، والذي يحدد شروط وكيفيات منح امتياز استخدام واستغلال المياه الحموية، الجريدة الرسمية عدد 13 مؤرخة في 21 فيفري 2007، ص 7.

⁶ <http://ont.dz/decouvrir-lalgerie/thermalisme/>

* كشف تقرير رسمي صدر عن محافظة السواحل الجزائرية أن طول الشريط الساحلي الجزائري يبلغ 1644 كم، باحتساب الإلتواءات والإحتدادات.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

يضم الساحل شواطئ من الرمل الناعم أو الحصى، إضافة إلى العديد من المواقع كجزيرة حبيباص وهي أرخبيل جزري يقع قبالة شاطئ مداغ في بلدية عين الكرمة غربي ولاية وهران، وجزيرة رشقون، ساحل شنوة، شواطئ بجاية وجيجل، شبه جزيرة القل، حوض شطابي، والقالة ذات المياه الفيروزية والغنية بالمرجان.

من بين التحديات التي تواجه تطوير السياحة الساحلية توفير الأمن على الشواطئ وممارسة الرقابة على مستغلي هذه الشواطئ لمنع التجاوزات المتعلقة بالاستغلال العشوائي لها، بالإضافة إلى حماية البيئة حيث تعاني العديد من الشواطئ المسموحة للسباحة من تراكم النفايات مما ينعكس سلبا على البيئة وكذلك على صورة السياحة الساحلية في الجزائر.

يمكن تطوير عدة أنشطة رياضية لتدعيم السياحة الساحلية كرياضة السباحة والغوص وكذا الصيد والتزلج على المياه، كما يمكن توفير خدمات العلاج بمياه البحر. (أنظر الملحق رقم 5).

5- السياحة الجبلية:

تمتلك الجزائر العديد من السلاسل الجبلية، في شمال وجنوب البلاد. الأطلس التلي، الشريعة، الونشريس وثنية الحد بتسمسيلات، جرجرة وقمة لالة خديجة، تيكجدة وتالاغلاف، الأوراس وقمة شيليا بخنشلة.

هذه الجبال غنية بالأنواع الحيوانية والنباتية الفريدة من نوعها، نجد في الغرب بني شقران أو سلسلة طرارة، في الشرق قمم بابور والبيان مع الممرات الضيقة لخراطة، النمامشة وجبال إيدوغ (سلسلة جبلية تقع بين ولايتي عنابة وسكيكدة).¹

يمكن الترويج للسياحة الجبلية في جميع فصول السنة؛ بتنظيم نزعات في فصلي الربيع والصيف وإنشاء محطات تزلج في فصل الشتاء لاستقطاب السياح من الداخل والخارج، كما يمكن تنظيم تظاهرات رياضية كرياضة المشي في الجبال.

6- السياحة البيئية:

تنتشر الحظائر الوطنية في جميع أنحاء البلاد على مساحة تقدر 53 مليون هكتار. ويصل عددها إلى 21 منطقة محمية تضم العديد من الأنواع الحيوانية والنباتية النادرة. يقع معظمها في المنطقة الصحراوية حيث تمتد الحظيرة الوطنية الطاسيلي على مساحة 8 ملايين هكتار أما الحظيرة الوطنية الأهقار فتبلغ مساحتها 45 مليون هكتار.

¹ Algérie mémoire et miroir, Algérie, Op.cit. p 19, 21.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

إلى جانب هاتين الحظيرتين هناك حظائر طبيعية أخرى، نذكر منها: جرجرة (الواقعة في كل من البويرة وتيزي وزو)، ثنية الحد (تيسمسيلت)، قوراية (بجاية)، الشريعة (البليدة، المدية وعين الدفلى)، القالة (الطارف)، تازة (جيجل)، وبلزمة باتنة¹.

تستقطب السياحة البيئية العديد من السياح على مستوى العالم، لذا يمكن للجزائر إستغلال ثرواتها البيئية لتنوع منتجاتها السياحية وجذب المزيد من السياح المحليين والأجانب.

7- السياحة الثقافية:

وصف الحاكم العام الفرنسي Steeg أرض الجزائر بأنها "معهد موسيقي يضم الحضارات الغابرة"². لأن لديها تراث ثقافي وحضاري غني ومتنوع.

منذ استقلال الجزائر، تم تصنيف العديد من المدن العتيقة كتراث إنساني عالمي من قبل اليونسكو كجميلة، تبارزة، تيمقاد وغيرها، ينطبق الشيء نفسه على العديد من البقايا التاريخية والأثرية التي تشهد على مرور العديد من الحضارات الأخرى التي استوطنت الجزائر في فترات مختلفة؛ الأمازيغ، الفينيقيون، الرومان، الوندال، البيزنطيون، والعرب، ناهيك عن الإسبان والأتراك والفرنسيين. شكّلت هذه التأثيرات الثقافية الصورة الثقافية للبلد ذات الأبعاد المختلفة (الأمازيغية، المتوسطية، الأفريقية والأوروبية)³.

تظهر عالمية الجزائر من خلال الآثار التي تعتبر بمثابة شواهد حية على تاريخ الحضارات؛ تنوع الثقافات وتمازجها، التي سجلها سانت أوغستين، ابن خلدون، مخطوطات الساوره. كما تظهر هذه العالمية من خلال تنوع المواقع مثل قصبة الجزائر العاصمة أو الطاسيلي⁴.

تحوز الجزائر على 7 مواقع مصنفة كتراث عالمي من طرف اليونسكو، إضافة إلى خمسة مواقع أخرى هي في طريق الاعتماد. تضم هذه المواقع المصنفة:

¹ <http://ont.dz/decouvrir-lalgerie/parcs-nationaux/>

² Cahiers de Centenaire de l'Algérie, L'Algérie touristique, Op.cit. p15.

³ Office National du Tourisme, Le 13^{ème} Salon International du Tourisme et des Voyages, Dossier de Presse, 2012, p p 11, 12.

⁴ Algérie mémoire et miroir, Op.cit. p p 3, 4.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

- **مدينة القصبة:** تعتبر قصبة الجزائر أحد أجمل المواقع المطلّة على البحر الأبيض المتوسط، تمثل القصبة نوعاً فريداً للمدينة الإسلامية. وهي بمثابة خزان للذاكرة وللتاريخ، كما تشمل آثار القلعة، مساجد عتيقة، وقصور عثمانية وكذلك هيكل عمراني تقليدي.¹

تم تصنيف قصبة الجزائر كموقع تاريخي وطني في نوفمبر 1991 وقطاع محمي سنة 2003. ومنذ 1992، تم تصنيفها كتراث عالمي من طرف اليونسكو.

- **تيازة:** تقع تيازة على بُعد 70 كم غرب العاصمة، على ضفاف البحر الأبيض المتوسط. تشهد هذه المدينة على الحضارات القرطاجية والرومانية.²

- **جميلة:** تبعد جميلة المدينة الرومانية 50 كم عن مدينة سطيف، تم تشييدها على صخرة لإعطائها طابع دفاعي. مازالت العديد من البقايا الأثرية شاهدة عليها. منها مساكن خاصة، مباني عامة كقوس كاراكالا، الإمبراطور الذي حكم خلال الفترة (211-217 م)، معبد Gens Septimia تكريماً لعائلة غنية من روما، مسرح يضم 3000 مقعد، حمامات، كاتدرائية ومنشآت ثقافية أخرى.³

- **قلعة بني حماد بالمسيلة:** هذا الموقع الأثري مُسجل كذلك كتراث عالمي. يتكون من أطلال محمية، يبلغ ارتفاعها 1000 متر، تقع هذه القلعة في الجبال على الجانب الجنوبي من جبل معديد. تشمل البقايا الأثرية، الجدران المحيطة بالقلعة بطول 7 كم، المسجد مجهز بقاعة الصلاة التي تعتبر الأكبر بعد المنصورة ومنارتها الأقدم في الجزائر بعد منارة سيدي بومدين، وقصورها التي تُشكل كلا منسجماً.

- **تيمقاد:** تقع بمدينة باتنة في قلب الأوراس. يوجد في جنوب هذه المنطقة أعلى قمة ثلجية في الجزائر (2328 متر). كما يوجد بها الحظيرة الوطنية لبلزمة بالإضافة إلى الأنواع النباتية والحيوانية المتنوعة مع مضيق الغوفي والقنطرة. وهي مناطق تقع ضمن المواقع التي تنتظر تصنيفها كتراث عالمي، وذلك منذ 30 ديسمبر 2002.

تعتبر هذه المنطقة قلعة مائية طبيعية، حيث تضم منابع مائية حارة تزيد درجة حرارتها على 40،8 درجة مئوية، والتي يُمكن إستغلالها في تطوير السياحة العلاجية.

على المنحدر الشمالي للأوراس، تم إنشاء مستعمرة عسكرية بتييمقاد حوالي 100 سنة قبل الميلاد، من طرف الإمبراطور Trajan. يقع هذا الموقع على بعد 480 كم جنوب شرق الجزائر و 110 كم جنوب قسنطينة.

¹ Algérie mémoire et miroir, Op.cit. p 24.

² Karim Cherif, Op.cit. p 181.

³ Ibid. p 183.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

تتميز تيمقاد بالمباني المصنوعة من الحجارة وشوارعها المعبدة بألواح من الحجر الجيري مستطيلة الشكل. وكذلك أقواس النصر، معابد، حمامات، منتدى، مسرح كبير بسعة 6000 شخص، مكتبة عمومية، منازل، وحصن يعود للعهد البيزنطي مع مسبح.

منذ سنة 1967، يجري تنظيم مهرجان تيمقاد الدولي، ما أدى إلى تخريب العديد من المنشآت الأثرية نتيجة المرور المتكرر للمركبات.

- **الطاسيلي:** هي هضبة عملاقة تقع في الجنوب الشرقي الجزائري على الحدود مع ليبيا، النيجر ومالي. تغطي مساحة 72000 كم². تتميز بوجود أحد أهم مجموعة من النقوش الصخرية، التي تعود لما قبل التاريخ، في العالم بأكثر من 15000 رسم، اكتشفت سنة 1933. كما أن لهذه المنطقة أهمية جيولوجية نظرا لصخورها إضافة إلى التنوع البيولوجي والمناطق الرطبة.¹

- **وادي ميزاب:** تم تنظيمه منذ القرن 10 ميلادي حول خمسة قصور. يتميز العمران بالطابع العائلي. يقع 600 كم جنوب العاصمة، في مدخل الصحراء الجزائرية. حافظ وادي ميزاب على نمط العمران وتقنيات البناء القديمة. يوجد في كل مدينة من مدنه مسجد بمنارة.²

على الرغم من وجود القانون 98-04 المؤرخ في 15-06-1998 المتعلق بحماية التراث الثقافي³، إلا أن المواقع يتم الكتابة عليها ونهبها.

على سبيل المثال لا الحصر، سنة 2004 تم اكتشاف آثار دينصورات في مدينة البيض ما أثار الحماس العلمي والفضول السياحي، لكنه تراجع بمرور الزمن لعدم اهتمام السلطات المركزية والمحلية. فقد غزت الرواسب التي أزالتها الجيولوجيون المكان مرة أخرى، مغطية الآثار المكتشفة.

كما تم اكتشاف ما لا يقل عن 15 موقعا في إقليم هذه الولاية، 13 منها تم توثيقها، وفقا للسيد معمر شيخ، أستاذ وباحث جامعي بجامعة البيض. وهو الباحث الجزائري الوحيد المتخصص في هذا المجال (البحث والتنقيب في آثار الديناصورات)، 727 أثر تم تصويرها وتصنيفها جغرافيا. في ظل غياب الحراسة أصبحت المنطقة المحيطة بالموقع مكانا للتخلص من النفايات كما أصبحت عرضة للتخريب.⁴

هناك حالات أخرى في مناطق مختلفة تشهد نفس الحالة من التدهور، نذكر منها على سبيل المثال:

¹ Karim Cherif, Op.cit. p p 184, 186.

² Ibid. p 188.

³ قانون رقم 98-04 المؤرخ في 15 جوان 1998، يتعلق بحماية التراث الثقافي، **الجريدة الرسمية، العدد 44**، الصادرة بتاريخ 14 جوان 1998، ص 3.

⁴ Said Oussad, **Un Inestimable trésor paléontologique laissé à l'abandon El Jurassic Bayadh**, Liberté, 31/03/2016, <http://www.liberte-algerie.com/reportage/el-jurassic-bayadh-244938>

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

القصبة في الجزائر العاصمة حيث تدهورت المدينة القديمة جراء أسباب طبيعية مثل الانهيارات الأرضية وهشاشة مواد البناء، بالإضافة إلى الكثافة السكانية وتآكل شبكة الصرف الصحي.

منذ السبعينيات، حاولت منظمتان، وهما COMEDOR و l'Atelier Casbah، أن تقترح خططاً لإعادة تأهيل القصبة في الجزائر العاصمة. لكن لم يتم اعتماد هذه المشاريع، واليوم هناك العديد من المحاولات لتحديد الحلول التي تأخذ في الاعتبار العديد من الضرورات التي تشمل الحفاظ على طابع القصبة كمدينة فنية وتاريخية مع السماح لسكان القصبة بالتمتع بوسائل الراحة (الكهرباء والغاز والهاتف والصرف الصحي، وما إلى ذلك)، وجعل مدينة القصبة مدينة حية ومركزاً للنشاط والسياحة والترفيه. لكن تعثرت جميع دراسات الترميم بسبب مشكلة تمويل هذه العملية ومسألة نقل السكان أثناء القيام بأعمال الترميم.

تبين هذه الأمثلة الحاجة إلى حماية التراث الثقافي. وهو ما يتطلب وسائل رقابة صارمة، ويعتمد أيضاً على النظام التعليمي الذي يعطي أهمية لهذا التراث. وبالتالي فإن تطوير السياحة الثقافية مشروط بالحفاظ على هذه المواقع.¹

إلى جانب المواقع الأثرية، تُعتبر المتاحف من بين الإمكانيات الثقافية التي يمكن استغلالها لتنشيط هذا النوع من السياحة. تضم الجزائر، في هذا المجال، مجموعة من المتاحف، من بينها:

- المتحف الوطني العمومي سیرتا: يوجد بقسنطينة ويعد من أقدم المتاحف في الجزائر. أنشئ سنة 1852 لجمع الحفريات التي تم اكتشافها في الشرق الجزائري.

- المتحف الوطني العمومي باردو: يوجد بالعاصمة ويضم حفريات عن أصل الشعوب وأخرى تعود لعصور ما قبل التاريخ، كما تضم قطع أثرية أفريقية.

- المتحف الوطني زبانة: يوجد بوهران، يضم حفريات عن عصور ما قبل التاريخ وعلوم الطبيعة وعن أصل الشعوب.

- المتحف الوطني المجاهد: يوجد بالعاصمة، يضم مآثر الثورة التحريرية.

- المتحف الوطني للفنون الجميلة: يوجد بالعاصمة، يضم لوحات من الفن العصري كالرسم، التصوير، النحت والنقش.

- المتحف الوطني للفنون والتقاليد الشعبية: يوجد بالعاصمة يضم معروضات عن الصناعة التقليدية والفنون الشعبية.

¹ La Redéfinition de la Politique Nationale du Tourisme, Op.cit. p p 83, 84.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

- متحف تيمقاد: يوجد بباتنة يضم قطعا من الفسيفساء وآثارا قديمة كالنقود والأسلحة والتماثيل.

- متحف هيبون: يوجد بعنابة، يضم آثارا قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميديّة الرومانية.¹

مما سبق، نستنتج أن الجزائر تمتلك أصولا قادرة على تلبية الطلب السياحي، وذلك بفضل الإمكانيات السياحية المتواجدة على كامل التراب الوطني من الساحل إلى الصحراء. يسمح هذا التشتت للجزائر بتقديم عرض سياحي متنوع على مدار السنة: السياحة في الخريف والشتاء والربيع في الصحراء والمرتفعات والسياحة الصيفية على الشريط الساحلي.

المطلب الثاني: المؤهلات السياحية الطبيعية والحضارية في تونس

تتميز تونس بموقع جغرافي مميز، إذ يفصلها عن جزيرة صقلية أقل من 140 كم، وعن جزيرة سردينيا أقل من 200 كم. أما خط العرض 37 الذي يشق شمال البلاد التونسية فيمتد إلى جنوب شبه الجزيرة الإيبيرية (إسبانيا والبرتغال) وجزيرة صقلية وشبه جزيرة البيلوبوناز (جنوب بلاد اليونان).²

1- السياحة الدينية:

تضم تونس العديد من المعالم الدينية المرتبطة بالديانات السماوية الثلاث: الإسلامية، المسيحية واليهودية. سنحاول إعطاء أمثلة عن بعض هذه المعالم.

أولا جامع الزيتونة؛ هو المسجد الرئيسي في مدينة تونس، تابع للمذهب المالكي، يعتبر أقدم وأكبر مؤسسة دينية في العاصمة تونس. بني على مساحة تقدر ب 5000 متر مربع، يضم المسجد تسعة مداخل و 184 عمودا قديما مأخوذة من موقع قرطاج.³

كما تضم تونس مدنا إسلامية منها: مدينة القيروان التي كانت في السابق معسكرا محصنا من طرف القائد الإسلامي عقبة بن نافع وكانت بمثابة نقطة انطلاق لغرب المغرب العربي. أصبحت القيروان عاصمة تحت حكم سلالة الأغالبة في القرن التاسع وأحد المراكز الثقافية الرئيسية للإسلام. تحتوي المدينة على ثلاث منشآت رئيسية:

¹ عبد المجيد قدي، الاقتصاد الجزائري بين الإصلاحات والارتهاك للنفط، الجزائر: دار هوم، 2017، ص 245، 247.

² محمد الهادي الشريف، تاريخ تونس من عصور ما قبل التاريخ إلى الاستقلال، تعريب محمد الشاوش، محمد عجيبة، الطبعة الثالثة، تونس: دار سراس للنشر، 1993، ص 8.

³ Philippe Kerourio, Le Tourisme en Tunisie, 01/07/2015, p 28 : [http://geotourweb.com/Dossier%20361/TUN/Le%20Tourisme%20en%20Tunisie%20\(%20Cours%20et%20annexes,%2001072015VD%20\)%202.pdf](http://geotourweb.com/Dossier%20361/TUN/Le%20Tourisme%20en%20Tunisie%20(%20Cours%20et%20annexes,%2001072015VD%20)%202.pdf)

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

أحواض الأغالبة التي صنعها عبده إبراهيم أحمد (856-863) وعددها 15 منها صهريجان ضخمان. والحوض الرئيسي عبارة عن حوض متعدد الأضلاع مكون من 48 جانبا يصل قطره إلى 128 مترا مربوطا بحوض أصغر (حوض الاستيطان) الذي يحتوي على شكل مضلع ذي 17 جانب يبلغ قطره 37 مترا، وأخيرا المسجد الكبير. أسس هذه المدينة عقبة بن نافع عام 670 م. يعتبر جامع سيدي عقبة أقدم وأشهر بناء ديني في المغرب العربي. تم توسيعه عدة مرات، كما تمت إعادة بنائه بالكامل تقريبا في فترة حكم الأغالبة من قبل زيادة الله الأول وعبده إبراهيم أحمد. وهو مقسم إلى فضاءين: الفناء وغرفة الصلاة. تحتوي غرفة الصلاة على 17 نافذة متعامدة على الجدار الخلفي. يعلو الصحن الوسطي والأرز، وهو يوازي القبلة، جذع يعود إلى عام 836، ومسجد الأبواب الثلاثة الذي بني عام 866 بأمر من محمد بن خيرون المغافري، الأندلسي المنشأ.¹

ثانيا مدينة المهدية، مدينة إسلامية أخرى من مدن تونس، تم تشييدها سنة 916 م، وهي تمثل شاهدا على إبداعات الدولة الفاطمية التي اتخذت من هذه المدينة عاصمة لها، كنظام الري والمصحف الأزرق الذي يعكس فن الخط في تلك الفترة. من بين الآثار المتبقية: السقيفة الكحلة، المسجد الجامع الذي أعيد ترميمه وكذا الميناء الفاطمي.²

نظرا لتواجد البيزنطيين في تونس ومن بعدهم الوندال، توجد العديد من الآثار لكنائس مسيحية ومعابد يهودية. في قرطاج يوجد بازيليكا داموس الكريطة أكبر كنيسة في أفريقيا. بالإضافة إلى شواهد القبور والفسيفساء ذات الصبغة المسيحية.³ دون أن ننسى كنيس غريبة بجربة والذي يعتبر مقصد يحج إليه اليهود من جميع أنحاء العالم.⁴

يعد الكنيس اليهودي الأكبر والأقدم في أفريقيا حيث يعود تاريخه إلى قرابة 2600 سنة، وتزعم بعض الروايات التاريخية أن امرأة يهودية قدمت إلى جربة واستقر بها الحال في المكان المسمى كنيس الغريبة الآن وعرفت هذه المرأة بالكرامات فأقيم لها هذا المقام عند الممات، كما سمي الكنيس "الغريبة" نسبة إليها.

يحج اليهود إلى كنيس الغريبة، مرة كل سنة، في ذكرى وفاة أحد الأبحار اليهود قبل 100 عام. ويتكون الكنيس الذي يقع في قرية صغيرة كانت ذات غالبية يهودية في الماضي وتسمى "الحارة الصغيرة"، يطلق عليها حاليا "الرياض"، من بنائتين كبيرتين الأولى خاصة بالعبادات ويغلب عليها اللون الأبيض والأزرق، ويوجد بداخلها بيت

¹ Philippe Kerourio, Op.cit. p 35.

² كتيب السياحة الثقافية، تم تحميله من موقع الديوان الوطني التونسي للسياحة، ص 11، الرابط:

<http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/Brochures/Ar/BrCultAr.pdf>

³ المرجع نفسه، ص 9.

⁴ المرجع نفسه، ص 23.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

للصلاة وهو المكان الذي تؤدي فيه أهم طقوس حج الغربية، أما البناية الثانية فتستعمل لإقامة الاحتفالات بالأهازيج والموسيقى التونسية وتوزيع الأكلات التونسية في أيام زيارة اليهود.¹

هناك أيضا بقايا تعود إلى العصر الحجري القديم، على الشاطئ الجنوبي من شط الجريد. أين تم رصد مواقع يعود تاريخها إلى الفترة الممتدة بين 25000 و 50000 قبل الميلاد، على بعد 25 كم شمال قابس حيث اعتبر المتخصصون معلم "هيرمايون"² بمدينة القطار، الذي تم حفظه بالمتحف الوطني في باردو في تونس، أقدم نصب ديني معروف في العالم.³

2- السياحة العلاجية:

يقصد الأجانب تونس بحثا عن العلاج. تشمل هذه الخدمات العلاجية عدة مجالات وهي: جراحة التجميل، جراحة العظام، جراحة العيون، جراحة القلب والأوعية الدموية وطب الأسنان. فيما يخص العلاج بمياه البحر، تبقى تونس الوجهة العالمية الثانية بعد فرنسا⁴ حيث تضم 36 مركزا للعلاج بمياه البحر.⁵

إن التقدم الذي حققته تونس في مجال السياحة الصحية، الذي يستهدف أوروبيين من الطبقة المتوسطة ولبيين كذلك، راجع إلى تزايد عدد المرضى الأجانب، الذين يجمعون ما بين العلاج الطبي وقضاء فترة النقاهة بالفنادق التونسية، من حوالي 50 ألف في 2004 إلى 150 ألف سنة 2007. قدم سنة 2008 أكثر من 20 ألف مريض أغلبيتهم من البلدان المجاورة، ليبيا على وجه الخصوص (70٪) والجزائر (12٪) وبعض بلدان أفريقيا جنوب الصحراء (12٪)، ولكن أيضا من أوروبا (6٪). يشكل الليبيون الزبائن الرئيسيين للمصحات التونسية الخاصة بخصوصا الواقعة بجنوب البلاد، في جربة وصفاقس وكذلك في تونس. فرضت تونس نفسها كوجهة للمرضى الأوروبيين الراغبين في الاستفادة من الجراحة التجميلية بثمن أقل مما هو عليه في أوروبا. في هذا السياق، تخصصت عدد من الوكالات في مجال السياحة الطبية.⁶

¹ <http://www.noonpost.org/content/19907>

² اكتشف في مدينة القطار في سنة 1952 من قبل الدكتور والمنقب الفرنسي السيد ميشال قري، على ضفاف وادي غزران وهو يعتبر أقدم معلم ديني في العالم "هيرمايون القطار"، ويرجع تاريخه لأكثر من 45 ألف سنة قبل الميلاد.

³ Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture, **Gestion et Conservation du Patrimoine Culturel Immobilier dans les Pays du Maghreb (la Tunisie)**, UNESCO 2009, p 6.

⁴ République Tunisienne, Ministère de l'Équipement, Direction Générale de l'Aménagement du Territoire, **Etude d'Elaboration du Schéma Directeur d'Aménagement de la Région Economique du Centre-est**, Mars 2011, p 68.

⁵ **La Filière tourisme dans les pays méditerranéens**, Notes et documents ANIMA no 17, Ouvrage collectif dirigé par Fabrice Hatem, Juin 2006, p 44.

⁶ الشبكة الأوروبية المتوسطية لحقوق الانسان، تونس بعد 14 من يناير وإقتصادها السياسي والاجتماعي، تأليف: باتريس ايبو، حمزة مدب ومحمد حمدي، ترجمة آيت جرين إلهام، 2011، ص 33.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

تقع جميع هذه المراكز الاستشفائية في تونس الكبرى وعلى الساحل، فمستشفيات المناطق الداخلية للبلاد لا تملك الموارد البشرية والمادية الكافية حيث أنها تجلب المعدات المستعملة من مستشفيات المناطق الساحلية، حتى المناطق المستهدفة من طرف البرامج الحكومية ظلت تتميز بهذه التفاوتات على حساب مناطق غرب البلاد وداخلها وجزء من الجنوب. من جهة أخرى، لا تزال شبكة الطرقات متركزة في تونس والساحل، وكذا الخدمات العمومية الأخرى مما يزيد من حدة هذه التفاوتات.¹

تعتبر البنية التحتية للرعاية الصحية في تونس متطورة مقارنة بالدول المغاربية (على سبيل المثال، تبلغ سعة العيادات الخاصة 4000 سرير). كما أن نظام التكوين متطور ويوفر 6000 خريج لسوق العمل كل سنة، بما في ذلك 1500 طالب دكتوراه في الطب والصيدلة وطب الأسنان. إن وجود خدمات دعم مثل خدمات العلاج بمياه البحر، والقدرة الاستيعابية الكبيرة للمرافق وإتقان اللغة الفرنسية (وفي بعض الحالات اللغة الإنجليزية) من قبل الموارد البشرية يخلق بيئة مواتية لتسريع صادرات هذه الخدمات.²

من بين المنتجات الرائدة الجديدة، طورت تونس تلك المتعلقة بمجال العلاج بمياه البحر والعلاج بالمياه المعدنية.³ من الناحية الإحصائية، لدى سوسة والمنستير والمهدية 6 وحدات للعلاج بمياه البحر فقط، في حين تمتلك جربة وحدها 12 وحدة، وتوجد في الحمامات 9 وحدات.⁴

باطن الأرض التونسية غني بالمياه الحرارية في المناطق الجبلية في الغرب والشمال، كما هو الحال في حزام واحة نفطة. وفقا لخريطة موقع الينابيع الحرارية، يمكن التمييز بين ثلاث مناطق حرارية كبيرة:⁵ شمال غرب تونس، وسط وشمال شرق تونس، جنوب تونس. تسمح هذه الإحتياطات الهامة للمياه الحرارية لتونس بتنوع منتجاتها السياحية، خاصة السياحة العلاجية والصحية، نظرا للنمو العالمي لهذا المنتج، نتيجة التوجه نحو استهلاك المنتجات الطبيعية.⁶

¹ تونس بعد 14 من يناير وإقتصادها السياسي والاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 34.

² **Tunisie: Un Pays, Une Dynamique, Un Avenir**, Conférence Internationale « Investir en Tunisie- Start up democracy », Tunis le 8 septembre 2014, www.itsud.tn, p 25.

³ Foued Allani, **Le Tourisme de Santé en Tunisie : État des lieux**, Les Cahiers Internationaux du Tourisme, No 2, Publication du Centre International de Recherche Vatel en Tourisme et Hôtellerie, France, Mai 2008, p 51.

⁴ République Tunisienne, Ministère de l'équipement, Direction Générale de l'Aménagement du Territoire, **Etude d'Elaboration du Schéma Directeur d'Aménagement de la Région Economique du centre-est**, Mars 2011, p 69

⁵ République Tunisienne, Ministère de l'Environnement et du Développement Durable, **Etude sur les meilleures initiatives en matière de concrétisation sectorielle du développement Durable, Volume I, Diagnostic analytique du développement durable dans les secteurs de l'Industrie, du Tourisme, de l'Agriculture et du Transport**, Janvier 2009, p 51.

⁶ **Le Tourisme de santé en Tunisie, les opportunités et les défis**, Revue Tourisme, N° 10/2017, Du 16 au 31 mai, p 19.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

يصل تدفق المياه الحرارية إلى 355 لتر/ثانية. تبلغ الكمية المستخدمة من قبل المنشآت الحرارية والحمامات التقليدية والحديثة 86 لتر/ثانية، أي أن هناك إمكانيات متاحة وغير مستعملة تبلغ 269 لتر/ثانية، دون الأخذ بعين الاعتبار الآبار. تتراوح درجة حرارة المياه بين 30 و 40 درجة مئوية والبقايا الجافة بين 0.7 و 14.7 غرام/لتر.

يوجد في الجنوب العديد من طبقات المياه الجوفية العميقة، وأهمها: Continental Intercalaire، التي يقدر إجمالي احتياطاتها بـ 525.104 مليون متر مكعب، Complexe Terminal (357.104 مليون متر مكعب)، La Jeffara (7.8.104 مليون متر مكعب). مع احتياطي يقدر لكل منها على التوالي بـ 269 مليون متر مكعب، 584 مليون متر مكعب و 195 مليون متر مكعب. ما مجموعه 1.048 مليون متر مكعب.¹

بلغ عدد الوافدين على المحطات الإستشفائية خلال سنة 2017 (حمام بورقيبة، جبل الوسط، قريص، جربة وجبل الشعاني) 51324 متعالج، في حين بلغ عدد الوافدين عليها خلال السنة التي سبقتها 47699 متعالج، مسجلة بذلك نسبة تطور مقدرة بـ 7.59%.

بالنسبة للحمامات، يوجد بتونس أكثر من أربعين حمام موزعة على كامل تراب الجمهورية من الشمال إلى الجنوب وتعتبر مدينة حمامة قابس الغنية بالمياه المعدنية الحارة الوجهة المفضلة للسياح حيث يزورها حوالي مليون زائر سنويا.²

من جهة، يتم تنظيم العرض بشكل عام على شكل سلاسل تجمع عدة مؤسسات. وقد ساهمت هذه القنوات، في تحديث الرعاية والممارسات الطبية وشبه الطبية وإعداد منتجات متكاملة وبيعها في شكل "حزمة" بما في ذلك الإقامة، الرعاية، والترفيه. وهو ما يسمح بتمديد الموسم السياحي وتوسيع الفئات المستهدفة.³ من جهة أخرى، ترحب العديد من الفنادق بالسياح الأوروبيين خلال فصل الشتاء وتزودهم بخدمات شبيهة بتلك المقدمة في دور المسنين.⁴

¹ République Tunisienne, Ministère du tourisme, Office de thermalisme, **Etude stratégique du secteur de thermalisme en Tunisie à l'horizon 2016**, p 3.

² الديوان الوطني للمياه المعدنية والاستشفاء بالمياه : <http://www.hydrotherapie.tn>

³ Etude stratégique du secteur de thermalisme en Tunisie à l'horizon 2016, Op.cit. p 6.

⁴ L'institut Arabe des Chefs des Entreprises, **Le Tourisme Médical : Un Enjeu Stratégique pour la Tunisie**, Par Lotfi Boumediene, Décembre 2012, p 12.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

تتميز تونس بتقديم خدماتها الطبية بتكلفة أقل من تلك المطبقة في أوروبا بنسبة تتراوح بين 40 و 70٪¹. يوجد في تونس 28 مركزا للعلاج حسب إحصائيات سنة 2007 و 40 مركزا في عام 2008. وفي عام 2009، أصبح هناك 12 مركزا قيد الإنشاء و 10 مراكز قيد الدراسة. بالموازاة مع ذلك، أطلقت الدولة دراسة حول تطوير العلاج بالمياه الحموية بحلول عام 2016.²

يخضع العلاج بمياه البحر في تونس لمراقبة ورقابة وزارة الصحة، فيما يتعلق بالجوانب الفنية والطبية وشبه الطبية، ومراقبة وزارة السياحة فيما يتعلق بقطاع الفنادق. تقدم هذه المراكز مجموعة من الخدمات كاستعمال الطحالب البحرية، والمعالجة بالطين المستخرج من البحر ومياه البحر النقية أو المخففة. قد تشمل هذه الخدمات التمارين الرياضية المائية أو التدليك المائي لتخفيف تقلصات العضلات.³

في هذا الإطار، فاز مركز Bio-Azur في الحمامات، الذي افتتح في سبتمبر 1995، بأوسكار مقدم من الجمعية الفرنسية لصحفيي وكتاب السياحة AFJET.⁴

قامت تونس، في هذا المجال، بإنشاء أول مزرعة بحرية لاستزراع الطحالب البحرية في البحر الأبيض المتوسط في أوت 1988. بغية إنشاء خط إنتاج قائم على الطحالب البحرية يستخدم في العلاج بمياه البحر، وقد حصلت على شهادة في إقليم الاتحاد الأوروبي في جويلية 2006. وبالتالي، دخلت تونس وفرنسا في شراكة نشطة لتطوير مكانتها.⁵ ومن هذا المنطلق، انعقدت في 24 و 25 أبريل 2007 في تونس العاصمة الاجتماعات الفرنسية التونسية للعلاج بمياه البحر والعلاج المائي. والتي تم تنظيمها بناء على مبادرة من السفارة الفرنسية في تونس، والتي كان الهدف منها تبادل المهارات والخبرة في هذا المجال.

في مجال التكوين، تم فتح تخصص جامعي لتكوين تقنيين في مجال العلاج بمياه البحر منذ سنة 2003 في كلية الطب بسوسة وماجستير في العلاج بمياه البحر، في نفس الكلية سنة 2004، تجدر الإشارة أن شهادة تقني سامي في العلاج الطبيعي موجودة منذ سنة 1973. إلى جانب ذلك، تقدم المؤسسات الخاصة، تحت إشراف وزارة التعليم والتكوين، شهادة المعالج المائي.

¹ Nations Unies, Commission Economique pour l'Afrique, **Profil de pays 2016 Tunisie**, mars 2017 : www.uneca.org/publications, p p 34, 35.

² Philippe Kerourio, Op.cit. p 21.

³ Foued Allani, Op.cit. p 55.

⁴ Ibid. p 58.

⁵ Ibid. p 60.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

في نفس السياق، وقّعت مجموعة Biomare للمعالجة بمياه البحر على مذكرة تفاهم في 27 أبريل 2002 بين المركز العلمي للطب وعلم التداوي بالمياه المعدنية الروسي.¹

من بين الميزات التي تمتلكها تونس في مجال السياحة العلاجية: سهولة الوصول، والضمانات القانونية، وانخفاض الأسعار، وجودة الاستقبال، وما يسمى بالخدمات الجانبية (النقل عند الوصول والمغادرة، والمتابعة أثناء العلاج في المستشفى)، إمكانية تمديد فترة النقاهة والراحة في ظروف صحية، ممتعة وريحة. نتيجة لذلك، حصلت تونس على الميدالية الذهبية "الصحة للجميع" المقدمة من طرف منظمة الصحة العالمية عام 1996.²

بالنسبة للمرضى الأوروبيين، تجذب هذه الفئة من السياح الأسعار وأوقات الانتظار القصيرة أو المنعدمة. كما تقدم وكالات السياحة الطبية المتخصصة الموجودة في تونس أيضا حزمة تشمل عادة توفير الإقامة بعد الجراحة في فندق مطل على شاطئ البحر، ومراقبة الملف وتكاليف العقد، وضمان النقل بين المطار والعيادة، والمطار والفندق، وأحيانا رحلات سياحية أخرى.³

في البرنامج الوطني للخطة الحادية عشرة تم تخصيص ميزانية قدرها 40.45 مليون دينار تونسي لتطوير هذا القطاع. 70.5٪ من هذا المبلغ خاص بتطوير البنية التحتية، والباقي خاص بالتدابير اللازمة لتنفيذ سياسات تنمية القطاع.

بالإضافة إلى ما سبق، تقدم تونس إمكانيات التعاون مع شركات تأمين أو تقاعد إنجليزية. إن التقاعد الطبي وتطوير أرضية للطب عن بعد من شأنه تطوير المنتج السياحي العلاجي في تونس.⁴

الجدول رقم 15: عدد المتعالجين حسب الجنسية سنة 2016

	جربة	نابل	سوسة	تونس شمال	المنستير	المهدية	ياسمين حمامات	طبرقة	المجموع
فرنسا	1119	278	2421	1820	944	1335	1833	0	9750
ألمانيا	74	750	49	9	58	864	842	4	2650
إيطاليا	13	158	0	252	31	28	190	8	680
إنجلترا	0	18	35	347	11	0	0	29	440

¹ Foued Allani, Op.cit. p p 61, 62.

² Ibid. p 64.

³ Ibid. p 67.

⁴ Le Tourisme de santé en Tunisie, les opportunités et les défis, Op.cit. p 19.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

1213	0	127	0	14	136	632	23	281	سويسرا
5	0	0	0	5	0	0	0	0	أستراليا
236	2	136	0	9	9	37	1	42	بلجيكا
10	0	0	0	10	0	0	0	0	هولندا
138	4	129	0	5	0	0	0	0	كندا
96	0	0	11	0	0	59	0	26	لوكسمبرج
15060	0	1023	7600	739	0	2078	3498	122	روسيا
142	0	130	0	9	3	0	0	0	إسبانيا
53	0	53	0	0	0	0	0	0	السويد
27	0	26	0	1	0	0	0	0	الدانمارك
34	0	34	0	0	0	0	0	0	بولونيا
1	0	0	0	1	0	0	0	0	فنلندا
19	0	0	17	2	0	0	0	0	النرويج
139	0	15	91	33	0	0	0	0	التشيك
1665	0	792	103	0	0	51	713	6	الجزائر
200	0	119	81	0	0	0	0	0	ليبيا
3	0	2	1	0	0	0	0	0	المغرب
12	0	12	0	0	0	0	0	0	الشرق الأوسط
1891	0	1446	445	0	0	0	0	0	المقيمون الأجانب
13183	842	1186	1933	2477	3174	1367	2159	45	تونس
288	0	145	132	0	0	5	0	6	أفريقيا
355	0	348	6	0	0	0	0	1	دول أوروبية أخرى
3597	244	1567	189	0	236	612	1	748	دول أخرى
51887	1133	10155	12836	4349	5986	7346	7599	2483	المجموع

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

من خلال الجدول، نلاحظ أن المعالجين القادمين من روسيا يحتلون المرتبة الأولى بنسبة 29٪، ثم تأتي تونس في المرتبة الثانية بنسبة 25٪، تليها فرنسا بنسبة 19٪، ثم الجزائر بنسبة 3٪. أي أن تونس مازالت غير قادرة على استقطاب أسواق جديدة.

أما بالنسبة للمناطق، فجاء الترتيب كالتالي: المهدية بنسبة 25٪، الحمامات 20٪، نابل 15٪، سوسة 14٪، تونس 12٪، المنستير 8٪، جربة 5٪، طبرقة 2٪. وهي كلها مناطق ساحلية معروفة بتركز المنتجعات السياحية فيها وهو ما يحرم المناطق الأخرى من الاستفادة من عائدات السياحة العلاجية.

3- سياحة المؤتمرات:

تتوفر تونس على فنادق متعددة منها العلامات التجارية الدولية أو المحلية المجهزة لاستضافة المؤتمرات والندوات. كما أن العديد من وكالات السفر تقدم برامج مصممة لتلبية احتياجات المستثمرين. من بين المناطق التي تمتلك منشآت لاستضافة المؤتمرات:

جربة جرجيس: تستوعب قاعة المؤتمرات والعروض بكازينو "باسينو" 1200 شخص، إضافة إلى هذا توفر 10 فنادق قاعات اجتماعات، بسعة تتراوح بين 400 و 1300 مقعد.

مركز الترفيه "جربة اكسبلور": مجهز بقاعات اجتماعات وأجهزة سمعية بصرية، ما يمنحها إمكانية تنظيم التظاهرات والندوات.

سوسة: تضم قاعات للمؤتمرات بأكثر من ألف مقعد، كما يضم مركز المؤتمرات المرادي في مرسى القنطاوي قاعة للجلسات العامة ب 1200 مقعد وسبع قاعات جانبية.

الحمامات: يوفر مركز مؤتمرات المدينة قاعة للجلسات العامة سعتها 2500 شخصا، وفضاءات للاجتماعات والمعارض.

قصر الحمامات للمؤتمرات: يتوفر على قاعة اجتماعات بسعة 700 مقعدا، إلى جانب عدة قاعات للاجتماعات وفضاءات للعرض. يندمج المركز مع مجمع يضم 3 فنادق.

تونس العاصمة: يوجد بها مركز المؤتمرات بالكرم، والذي يتوفر على قاعة متعددة الأغراض. إضافة إلى قصر المؤتمرات وسط العاصمة، الذي يضم قاعة ب 1200 مقعد.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

مركز المؤتمرات بالإتحاد التونسي للصناعة والتجارة: يوجد به قاعة ب 1500 مقعد وأخرى ب 500 مقعد، و 6 قاعات أخرى تتراوح سعتها من 70 إلى 100 شخص.

آرينا تونس: يقع في حي الأعمال لضفاف البحيرة، يحتوي هذا المركز على قاعة ب 600 مقعد و 4 قاعات إضافية تتسع ل 70 إلى 100 شخص.¹

إضافة إلى ما سبق، توجد قاعة للمؤتمرات في مدينة المنستير، كما تحتوي عدد من الفنادق في قرطاج على قاعات تتسع لأكثر من ألف شخص مجهزة لاستضافة المؤتمرات.²

4- سياحة اليخوت والموانئ الترفيهية:

تمتلك تونس ما يؤهلها لتطوير هذا النوع من السياحة، بحكم وجودها في قلب المتوسط وقرنها من القارة الأوروبية وامتداد سواحلها على طول 1350 كم واحتوائها على 6 موانئ ترفيهية بطور الاستغلال تضم 1250 مكان إرساء (القنطاوي، المنستير، طبرقة، الحمامات، بنزرت، سيدي بوسعيد). تمثل هذه القدرة 0.7% من سعة الاستقبال في البحر الأبيض المتوسط. زد على ذلك امتلاكها لعدة خاصيات طبيعية جذابة مثل: جمال المناظر الطبيعية وطول السواحل الرملية واعتدال الطقس وتعدد الأيام المشمسة.

تم تدعيم هذه السلسلة من الموانئ بموانئ للصيد البحري وموانئ تجارية بإمكانها توفير 1500 مكان إرساء إضافي. وبما أن أسعار الإرساء وما يترتب عنها من الرسوم المختلفة المتعامل بها على الضفاف الشمالية للبحر المتوسط عالية فإن ذلك يدفع المولعين بهذه السياحة إلى الإرساء بموانئ الضفاف الجنوبية.³

تستقبل الموانئ التونسية حوالي 1350 سائح في الموسم الشتوي، بما في ذلك 700 مقيم و 650 أجنبي، وحوالي 2000 سفينة عابرة. أسطول اليخوت الوطني محدود، فنسبة التجهيز هي 0.25 قارب لكل 1000 نسمة. تجدر الإشارة إلى حصول ميناء سيدي بوسعيد على علامة "العلم الأزرق".⁴

¹ الديوان الوطني التونسي للسياحة، تونس المؤتمرات، من الموقع الإلكتروني:

https://brochures.discoverytunisia.com/ar/Catalogue_ontt_mice/index.html#book5/page1

² المخطارية حري، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة حسنية بن بوعلي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، 2017، ص 176.

³ الوكالة العقارية السياحية: <http://www.aft.nat.tn/ar/tourisme.php?code=5>

⁴ العلم الأزرق هو علامة تجارية مملوكة لمؤسسة التعليم البيئي، وهي مؤسسة غير ربحية وغير حكومية، تتكون من 65 منظمة تنتمي إلى 60 دولة عضو من أوروبا وأفريقيا وأوقيانوسيا وآسيا وأميركا الشمالية وأميركا الجنوبية.

5- سياحة الغولف:

سياحة الغولف هي منتج يتم تسويقه، على وجه الخصوص، خلال المواسم السياحية المتوسطة والمنخفضة. في الواقع، إن إمكانية لعب الغولف في الشتاء والربيع هي سبب محفز للسفر إلى الخارج، وهو سبب كاف لتشجيع الوجهات السياحية على تطوير هذه الرياضة. لذا سعت تونس إلى جذب السياح من ذوي الدخل المرتفع في غير موسم الذروة، بفضل الظروف المناخية المواتية. وذلك بإثراء المنتج الساحلي من خلال وضع عرض جديد سياحي رياضي. مع ذلك، فإن لعبة الغولف هي أحد الأنشطة المتخصصة، والتي تتطلب سلسلة من الخدمات عالية الجودة، من النقل إلى المطاعم والإقامة.¹

وفقا لإحصائيات الديوان الوطني التونسي للسياحة عام 2006، سجلت تونس دخول 60.000 لاعب غولف سنويا. الأسواق الرئيسية المصدرة للاعبين الغولف لتونس هي: ألمانيا، الدول الإسكندنافية، فرنسا، بريطانيا، النمسا. تمثل هذه الجنسيات الخمس 74٪ من الرسوم الخضراء في تونس.²

توجد 9 ملاعب غولف بمواصفات دولية تتوزع في أرجاء البلاد. في طبرقة، يطل الملعب على شاطئ صخري تحيط به تلال غابية تنتهي إلى ضفاف البحر. من الناحية الشرقية، توجد خمس ملاعب، تقدم تشكيلة واسعة من المستويات وأنماط اللعب بدءا من السهلة المخصصة للمبتدئين وصولا إلى الصعبة التي تستهوي المحترفين. هي غولف سيتريس حمامات وطبرقة غولف كورس وبالم لينكس غولف بالمنستير ونادي الغولف بجزيرة وتوزر، في انتظار إنجاز نادي قمرت بأحواز تونس الشمالية.

تقع كل هذه الملاعب في أماكن مختلفة، سواء في الشمال حيث الخضرة والغابات أو الساحل حيث البحر أو الجنوب برماله وواحاته. تمتاز هذه الملاعب بتصاميم تتوافق مع المعايير والمواصفات العالمية، وتقع جميعها بقلب أو بمحاذاة مناطق سياحية فاخرة حيث تتوفر الفنادق والخدمات ووسائل الراحة والترفيه.³

تم إنشاء هذه الملاعب من قبل المهندس المعماري الأمريكي "رونالد فريم" والإنجليزي "مارتان هاوتري". الذي أنجز مسلك "غولف ياسمين الحمامات" ومسلك "غولف فلامنكو المنستير" و"طبرقة غولف كورس". كما أن هناك 3 مشاريع بصدد الإنجاز، واحد منها تم تركيزه وسط واحة توزر. ويجدر التذكير بأنه إلى غاية نهاية السبعينيات لم يتوفر بتونس سوى مسلك غولف وحيد أنشئ سنة 1924 هو "غولف قرطاج سكرة".

¹ Ministère de l'Équipement, de l'Aménagement du Territoire et du Développement Durable, **Stratégie Nationale d'Adaptation du Secteur Touristique en Tunisie**, 2010, p 39.

² Agence Foncière Touristique Tunisie, **Tourisme et développement durable en Méditerranée**, préparé par Jean Mehdi Chapoutot, 25-26/02/2002, p 17.

³ <http://www.tourisme.gov.tn/ar/tourisme-en-tunisie/produit-touristique/golf-en-tunisie.html>

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

كُلفت الوكالة العقارية السياحية بإنشاء ملعبين، في مرحلة أولى، أحدهما "فلامنكو" بالمنستير بدأ استغلاله سنة 1988، والثاني "غولف ياسمين الحمامات" بدأ استغلاله سنة 1990، كما كُلفت بتجديد مسلك "غولف سكرة" الذي أعيد فتحه سنة 1993.

في مرحلة ثانية بدأ استغلال هذه الملاعب وإدارتها مباشرة من طرف هذه الوكالة. بالإضافة إلى ذلك، تم إنجاز مسالك غولف أخرى بفضل مساهمة الوكالة العقارية السياحية التي وفرت للمستثمرين السياحيين الأراضي اللازمة لإنجاز الملاعب بأسعار مشجعة.

من الطبيعي أن تكون هذه الملاعب بحاجة إلى تهيئة المسالك الجديدة بأسعار تحفيزية، إضافة إلى ذلك تدرس إدارة السياحة إمكانية تمكين المستثمرين من امتيازات خاصة تتضمن تحمل تكاليف إنجاز البنى التحتية وتقريب المياه الخاصة بسقي العشب.¹

6- السياحة الصحراوية:

يغطي جنوب تونس مساحة قدرها 9.8 مليون هكتار أي 60٪ من المساحة الإجمالية للبلاد.² لطالما كانت السياحة الصحراوية مكونا هاما ضمن المنتجات السياحية التونسية. لذا توجب إعطاءها أهمية أكثر بسبب عوامل الجذب الثقافية والبيئية والاهتمام الذي أبداه السياح الأجانب بهذه المنطقة، لاكتشاف المواقع والمناظر الطبيعية الأصلية التي يحتويها.³

يتميز الجزء الشمالي من الصحراء ببنائات عمرانية تقليدية، قرى جبلية، واحات. أما القسم الجنوبي فيتميز بالواحات الخضراء، رمال الصحراء، الشطوط وصحاري صخرية جبلية. كما تتميز هذه المناطق بوجود الزراعة حيث سمحت مصادر المياه الموجودة في الواحات بتطور الزراعة الصحراوية. كما هو الحال في واحات الجريد والتي تشكل نواة معمارية قديمة.

إلى جانب الواحات، يتميز الجنوب التونسي بمجموعة بنايات معزولة أو مجموعة ذات قيمة تاريخية وسوسيو ثقافية، نظرا لهندستها الخاصة. نذكر على سبيل المثال: القصور والغرفة، كشاهد على تنظيم المجتمعات الصحراوية. تركز العديد من الأدلة السياحية المعروفة دوليا، منها: « le Guide », « Lonely Planet », « Michelin »

¹ الوكالة العقارية السياحية: <http://www.aft.nat.tn/ar/tourisme.php?code=1>

² Hanane Abichou et autre , **La Valorisation du patrimoine et nouvelles alternatives pour un développement local durable dans le sud-est tunisien**, NEW MEDI'T N. 4/2009, p 55.

³ Etude sur les meilleures initiatives en matière de concrétisation sectorielle du développement Durable, Op.cit. p 52.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

«Bleu»، على نوعية هذه المنشآت وهندستها، بالإضافة إلى الثقافة البربرية التي تمثلها. من جهة أخرى، تعتبر التجمعات البشرية في المناطق الجنوبية التونسية ونشاطاتها الاقتصادية التقليدية جد متنوعة. تمتلك كل منطقة خصائص مميزة وثقافات مختلفة كبساتين النخيل (قفصة، توزر، قبلي ونفطة)، منازل ساكني الكهوف (مطماطة)، قرى رومانية (شبيكة) والقصور (قصر خيلان، حدادة). يشكل هذا التنوع دافعا لاستكشاف المناطق السياحية الواقعة في الجنوب التونسي. من ناحية أخرى، يمكن التنقل من الصحراء إلى الساحل في أقل من يوم بالسيارة. أكثر من ذلك، في إطار التنشيط الثقافي، تنظم المناطق الجنوبية العديد من التظاهرات والمهرجانات الدولية، خاصة "المهرجان الدولي للصحراء بدوز"، "المهرجان الدولي للواحات بتوزر"، و"مهرجان القصور بتيطاوين".¹

نظرا لجاذبية القصور للسياح الأجانب، عملت السلطات التونسية على تشجيع إنشاء العديد من الوحدات الفندقية في منطقة تيطاوين بهدف تطوير سياحة صحراوية واستكشافية. وقد تم التأكيد على هذه السياسة بشكل خاص في أواخر الثمانينيات بفضل المزايا الضريبية الممنوحة للخواص.²

يوجد في جنوب شرق تونس قطبين سياحيين: جربة وجرجيس. المعروفين بالسياحة الثقافية واستكشاف تراث المنطقة.³ كما يضم الجنوب التونسي حوالي 150 قصرا. تلاشى جزء من هذا التراث بفعل الزمن، والآن هناك 110 قصرا موزعا في محافظتين هما مدين وتيطاوين.⁴

يمكن التمييز بين أربع مناطق سياحية صحراوية في تونس:

- ✓ منطقة قفصة وجريد بواحات توزر والنفطة والواحات الجبلية (الشبيكة، ميداس، تمغزة).
- ✓ منطقة نفزاوة مع قبلي، دوز، الجنوب الكبير والحضيرة الوطنية جليل.
- ✓ منطقة الكهوف في مطماطة، قصور تطاوين مع قابس مدين.
- ✓ جزيرة جربة، على الرغم من أنها جزء من السياحة الساحلية، إلا أنها يمكن أن تشكل قاعدة دعم للسياحة الصحراوية.

¹ Mohamed Souissi, **Le Tourisme de circuit dans le Sahara tunisien : Réalités et Perspectives**, Insaniyat, no 51-52, janvier-juin 2011, p 281, 283.

² Hanane Abichou et autre, **La Valorisation du patrimoine et nouvelles alternatives pour un développement local durable dans le sud-est tunisien**, Op.cit. p 55.

³ Marie Andrée Larivière, **Passé et présent : Société urbaine en Tunisie. Un portrait social, culturel et économique**, Université de Montréal, Faculté de l'aménagement, Ecole d'architecture de paysage, 2005, p 25.

⁴ Hanane Abichou, Anne Marie Jouve, Mongi Sghaier, **Le Tourisme saharien au sud-est tunisien, menace ou vecteur de développement durable des zones marginales**, Revue des Régions Arides –Numéro spécial- n°31 (2/2013), p 270.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

تمتلك هذه المناطق الصحراوية إمكانيات من بينها إمكانية تطوير فنادق ذات صبغة محلية، خيم في الواحات موجهة للسياح الباحثين عن خدمة ذات جودة عالية، تنظيم نزحات لزيادة مدة إقامتهم في المنطقة. وكذا إمكانية التنوع فيما يخص تنظيم نزحات في الطبيعة ونزحات للتعرف على الثروات الحيوانية والنباتية التي تزخر بها المنطقة، نزحات ذات بعد جغرافي وبيولوجي وذات صبغة ثقافية، تاريخية في الواحات وفي الجبل، وادي ثالجة وشط الجريد وغيرها من المناطق. مع إمكانية تطوير النزحات السياحية للتعرف على الغرف والقصور التي تشتهر بها هذه المنطقة. كما تجدر الإشارة إلى جزيرة جربة التي تجذب السياح إليها ومن ثم إلى المنطقة كلها. والسياحة الشتوية والسياحة الثقافية بتوزر، دوز، مظمطة، وبتيطاوين كذلك.¹

7- السياحة الثقافية:

تشكل ثقافة تونس توليفة لحضارات مختلفة تراكمت على مدى 3000 سنة، بفضل قربها من أوروبا، وارتباطها بالقارة الأفريقية، والمغرب العربي والعالم العربي والإسلامي.

يمثل الأمازيغ ثابتا ثقافيا أضيفت إليه عبر العصور مكونات ثقافية أخرى تركت بصمات متفاوتة. وبالتالي، فإن ثقافة تونس الحالية هي مزيج من هذا التراث المختلط من الثقافات البربرية، البونية، الرومانية، العربية، التركية، الأوروبية، الأفريقية، الإسلامية، المسيحية واليهودية. انعكست هذه التأثيرات المختلفة على مواقع التراث، العمارة، الموسيقى، العادات، الملابس التقليدية، الموسيقى، والطبخ.²

غير بعيد عن تونس العاصمة توجد أطلال قرطاج. تأسست عام 814 قبل الميلاد. من طرف أليزار، أخت ملك صور بجماليون. كانت Qart Hadasht أول موقع تجاري فينيقي، والذي تطور في القرن السادس في ظل سلالة Magonides. حتى عام 44 قبل الميلاد قامت روما بتأسيس مستعمرة على موقع المدينة البونيقية. أصبحت قرطاج عاصمة للإقليم الإفريقي الروماني، وفي نهاية الإمبراطورية الرومانية تحولت إلى عاصمة مسيحية عظيمة. الأطلال البونيقية لقرطاج قليلة. وأشهرها هو تلة دي سلامبو، وهي عبارة عن مكان عبادة في بونيك مخصص لتانيت وبعيل هامون. أما أطلال المدينة الرومانية فهي أكثر عددا: حمامات أنطونين (145-162)، المسرح والعديد من المنازل على تلة الأوديون.³

¹ République Tunisienne, Ministère du Tourisme, des Loisirs et de L'Artisanat, Office National du Tourisme Tunisien, Agence Japonaise de Coopération Internationale, **Développement du Tourisme en Tunisie à l'Horizon 2016, Conditions de valorisation des ressources touristiques culturelles, écologiques et sahariennes**, Rapport final, Juin 2001, p p 41, 42.

² UNESCO, **Diversité Culturelle et Dialogue Interculturel en Tunisie**, 2009, p 11.

³ Philippe Kerourio, Op.cit. p p 28, 29.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

من بين عديد المواقع التاريخية والأثرية المنتشرة في تونس، تم اختيار 18 منها وهيئتها لاستقبال الزوار وقد كُلفت وكالة إحياء التراث والتنمية الثقافية بالتصرف فيها. وهي: بولاريجيا، قرطاج، شمتو، دقة، جكتيس، موقع كركوان الأثري، موقع مكتريس الأثري مكتر، نيابوليس نابل، موقع بوبوت الأثري، سبيطلة موقع سوفيتولا، موقع سيدي خليفة، توبربو ماجوس، أوثينا، أوتيكا.¹

تضم مدينة تونس، المدرجة في قائمة التراث العالمي منذ عام 1979، مدينة مركزية (تعود إلى القرن 8 ميلادي) واثنين من الضواحي (تعود إلى القرن 13 ميلادي)، تمتد على مساحة 299 هكتار. هناك المئات من الآثار التاريخية، و 15.000 منزل وهيكل عمراني متجانس. أصبحت تونس عاصمة أفريقية عام 1160. إلى جانب المركز الديني، تضم المدينة مركزا كبيرا للإدارة واتخاذ القرار، وهيكل تعليمية، شبكة صناعية وتجارية كبيرة بالإضافة إلى مرافق ثقافية وسياحية مهمة تم تطويرها بفضل القطاع الخاص.²

تمتلك تونس حوالي 30000 موقع أثري، 60 منها فقط مستغلة.³ ليست فقط المعرفة غير الكافية بقيمة هذا التراث هي التي لا تسمح بصونه الفعال. بل هناك أيضا، في الواقع، نقص في الموارد خاصة البشرية، واعتماد الأساليب التي عفا عنها الزمن، وعدم توفر المؤهلات لدى بعض الموظفين، وغياب إستراتيجية شاملة، وعدم اهتمام الجمهور وأحيانا عدوانيته. تسببت كل هذه العوامل مجتمعة مع التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي عرفتها تونس وآثارها في تدهور حالة التراث الثقافي.⁴

لتسهيل زيارة المواقع السياحية يجب تخصيص حظيرة سيارات مخصصة للزوار والسياح، إضافة إلى وضع إشارات باللغات الثلاث العربية، الفرنسية والإنجليزية على طول الطرق المؤدية إلى المواقع السياحية الرئيسية وكذلك تحسين المسالك المؤدية إلى دقة وتوبربو ماجوس وتوفير باصات صغيرة مخصصة للنزهات في المواقع الأثرية بقرطاج وسيدي بوسعيد.⁵

¹ الجمهورية التونسية، وزارة الشؤون الثقافية، وكالة إحياء التراث والتنمية الثقافية،

<http://www.patrimoinedetunisie.com.tn/arabe/sites.htm>

² Politique Culturelle : Valorisation du Patrimoine pour un Développement Durable, http://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/good_practices/tunis-def-fra.pdf, p 1.

³ En Tunisie, un patrimoine splendide mais délabré, Journal Le Temps, <https://www.letemps.ch/culture>

⁴ Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture, Gestion et conservation du patrimoine culturel immobilier dans les pays du Maghreb (la Tunisie), 2009, p 5.

⁵ Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016, Conditions de valorisation des ressources touristiques culturelles, écologiques et sahariennes, Op.cit. p 25.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

إن إستراتيجية تونس لتنمية السياحة، تقوم أساسا على السياحة الساحلية، منذ بداية التسعينات، لذلك حددت وزارة الثقافة إستراتيجيتين قصد تنويع الأنشطة وتطوير السياحة الثقافية وسياحة الأعمال. وقد تم تحديد هذين المسارين منذ أوائل التسعينات ولكنهما لم يكونا موضوع برنامج رئيسي لتنفيذهما. يمكن أن يتغير هذا الوضع بفضل توقيع اتفاقية بين وزارة الثقافة ووزارة السياحة التي قد تقترح مشاركة قطاع السياحة في تطوير مواقع التراث التونسي.¹

إضافة إلى المواقع التاريخية، تضم تونس العديد من المتاحف، من بينها:

- **متاحف التاريخ الحديث:** متحف الزعيم الحبيب بورقيبة بالمنستير، متحف التاريخ الحديث معقل الزعيم بتونس.

- **متاحف العادات والتقاليد الشعبية:** متحف دار بن عبد الله بتونس، متحف سيدي عمر عبادة بالقيروان، متحف سيدي بن عيسى بزاوية سيدي بن عيسى ولاية الكاف، متحف اللباس التقليدي بالمنستير، متحف دار الجلولي بصفاقس، متحف سيدي بولبابة بقابس، متحف دوز بقبلي، متحف العادات والتقاليد الشعبية بصفاقس، متحف سيدي الزيتوني بحومة السوق جربة ولاية مدنين، متحف العادات والتقاليد الشعبية بكسرى ولاية سليانة.

- **المتاحف الأثرية والتاريخية:** المتحف الوطني بباردو بتونس العاصمة، المتحف الوطني بقرطاج، متحف الموقع الأثري بلارجيا بجندوبة، المتحف الأثري بأوتيك (بنزرت)، متحف الموقع الأثري بمكثر ولاية سليانة، المتحف الأثري بالنفيضة ولاية سوسة، المتحف الأثري بسوسة، المتحف الأثري بنابل، متحف كركوان بولاية نابل، متحف الموقع الأثري بسبيطة ولاية القصيرين، متحف شمتو الأثري بولاية جندوبة، المتحف الأثري بلمطة ولاية المنستير، المتحف الأثري بسلقطة ولاية المهدية، متحف اللجم الأثري ولاية المهدية، متحف قفصة الأثري بقفصة، متحف صفاقس الأثري بصفاقس، متحف جرجيس بولاية مدنين، متحف سيدي قاسم الجليزي بتونس، متحف رقادة للفنون الإسلامية بالقيروان، المتحف الإسلامي برباط بالمنستير.²

¹ Hind Khdira, Jérémie Molho, *Carthage la place du site Archeologique dans le grand Tunis*, Urbanistes du Monde, Été 2010, p 17.

² من الموقع الإلكتروني للمعهد الوطني للتراث:

http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=category&id=2&Itemid=19&lang=ar

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

لضمان سهولة التنقل إلى المواقع السياحية، تم إنشاء حظائر سيارات في المواقع السياحية الرئيسية كمتحف سوسة، القيروان والجلم، كما تم توفير النقل بين سوسة والقيروان باستخدام حافلات لنقل السياح.¹

إلى جانب المتاحف، عملت تونس على توظيف تراثها الثقافي والأثري بهدف تنويع عرضها السياحي، وذلك من خلال تنظيم المهرجانات والتظاهرات الثقافية، من أهمها:

أيام قرطاج السينمائية التي يجري تنظيمها منذ سنة 1966 وكذا أيام قرطاج المسرحية، مهرجان قرطاج الدولي للموسيقى والمسرح والرقص، مهرجان الموسيقى العالمية والموسيقى السيمفونية، مهرجان الجاز، مهرجان أوسو للفلكلور والاستعراض والرقص، مهرجان القصور للفنون والعادات الشعبية، مهرجان الصحراء للفلكلور، مهرجان الفنون التشكيلية، مهرجان المرحان للتصوير تحت الماء.²

إن اعتماد السياحة الثقافية كخيار من شأنه تنويع العرض السياحي وتجاوز هيمنة السياحة الساحلية على هذا العرض. كما أن لسياسة تهمين وتهيئة المواقع الأثرية بُعد يتعلق بتشجيع السياحة الجماعية وإعادة التوازن الإقليمي فيما يتعلق بالتنمية الاقتصادية، وهو العمل الذي تتولاه وكالة تهمين التراث والتطوير الثقافي.³

8- السياحة البيئية:

على الرغم من صغر مساحتها مقارنة بدول متوسطة أخرى (163 610 كم²)، إلا أن تونس تمتلك مجموعة من الحظائر الوطنية والتي تشكل مكوناً رئيسياً لمنتجاتها السياحية القائمة على الطبيعة. تشكل هذه الحظائر غالبية المناطق المحمية في تونس حيث تغطي 237000 هكتار على مساحة إجمالية قدرها 250000 هكتار من المناطق المحمية.

¹ Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016, Conditions de valorisation des ressources touristiques culturelles, écologiques et sahariennes, Op.cit. p 38.

² شاذلية عبد الله (المعهد العالي للتنشيط الثقافي والشبابي، تونس)، رقمنة التراث ورهانات تطوير السياحة الثقافية في تونس، المؤتمر الدولي الأول حول "دور قطاع السياحة والصناعة التقليدية في تحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على الإرث التاريخي والحضاري للجزائر" ولاية تبسة أنموذجاً، يومي: 12/11 أفريل 2018، جامعة العربي التبسي، ص 4.

³ Driss Abbassi, **La Tunisie depuis l'indépendance : Politique, histoire, identité**, L'Harmattan Algérie, Mars 2017, p p 69, 70.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

بغض النظر عن الحظيرة الوطنية زميرة وزميريتا (391 هكتار)، التي أنشئت عام 1977، تم إنشاء معظم الحظائر بعد عام 1980. بالرجوع إلى قانون الغابات لسنة 1993 هناك 8 حظائر ويجري إنشاء حظائر أخرى.¹

تمثل هذه الحظائر عدة أنظمة بيئية وتمنح لزائريها فرصة رؤية الأنواع الحيوانية عن قرب في موائلها وتنظيم سفاري ونشاطات أخرى. يمكن للسياحة القائمة على الطبيعة أن تشكل دعامة لتحقيق التنمية في المناطق التي تتواجد على إقليمها. كما أن بعض الحظائر قريبة من المطارات الدولية والمراكز السياحية الكبرى، ما يمنح إمكانية إضافية لتنظيم نزعات وجذب سياح أجانب.

حسب المديرية العامة للغابات، تمتلك بعض الحظائر الوطنية بنية قاعدية للسياحة الخضراء. علاوة على ذلك، تحتوي ست منها على متحف إيكولوجي، هي: إشكل، الشعامي، بوهدمة، بوقرين، الفايحة، سيدي الطوي.

تعتبر الحظيرة الوطنية إشكل من أهم الحظائر في تونس وحوض البحر الأبيض المتوسط، نظرا لتنوع موائلها الإحيائية (جبل، بحيرة، مستنقع). تضم الحظيرة من ثروة نباتية وحيوانية، تقدر ب 230 نوع حيواني (180 نوع من الطيور، 21 من الثدييات، 19 من السحليات و 10 من الأسماك) إضافة إلى أكثر من 600 نوع نباتي. نظير هذا التنوع البيولوجي تم إدراج هذه الحظيرة ضمن قائمة التراث العالمي الطبيعي والثقافي لليونسكو وتم تسجيله في قائمة المواقع الرطبة ذات الأهمية العالمية "رامسار".

إلى جانب ما سبق، تضم حظيرة إشكل متحف إيكولوجي، افتتح سنة 1989، يحوي على معرض دائم للوثائق العلمية ما يسمح لزائري هذا المتحف بالتعرف على ثروة الحظيرة والتحديات التي تواجهها فيما يتعلق بحماية البيئة. بالإضافة إلى موقع الحظيرة، الذي يقع على بعد 25 كم جنوب غرب القطب السياحي بنزرت، ما يعتبر ميزة للجذب السياحي، بتوفير الإقامة ببنزرت وإمكانية تنظيم نزعات لزيارة هذه الحظيرة.

تمنح بحيرة إشكل زائريها فرصة التجول في غابات البلوط والفلين الضخمة في جبال خمير واكتشاف قرى مثل عين دراهم ببيوتها البيضاء الخالصة ذات الأسقف الحمراء والشرفات الخشبية. وإلى الشرق، تجذب بحيرة إشكل أكثر من 200.000 نوع من البط والإوز والطيور من أكتوبر إلى مارس. تعد هذه الحظيرة الوطنية، المدرجة في قائمة اليونسكو للتراث العالمي، واحدة من أهم المناطق الشتوية للطيور المائية في البحر الأبيض المتوسط. تغطي مساحة

¹ Wahid Ferchichi, *Evaluation du cadre juridique et institutionnel relatif à l'écotourisme et aux aires protégées en Tunisie*, Tunis, Novembre 2011, p 15, https://cmsdata.iucn.org/downloads/anexo_3_2_estudio_institucional_sobre_ecoturismo_y_areas_protegidas_de_tunez_2.pdf.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

8500 هكتار (85 كم²). وتحتوي الحديقة أيضا على آثار رومانية ونباتات طبية ساخنة تغذي حمامات البخار التقليدية.¹

إلى جانب حظيرة إشكل، نجد حظيرة أخرى هي حظيرة بوهدمة، والتي تقع بمنطقة قفصة وسيدي بوزيد. تحوي العديد من الأنواع الحيوانية والنباتية كسافانا جنوب الصحراء أهمها شجرة الصمغ (*Acacia raddiana*)، يتم عرض بعض الحيوانات محاطة بسياح أما البعض الآخر فيجول بحرية في محيط الحظيرة. يقع متحفها الأيكولوجي بالقرب من برج بوهدمة المجهز بمركز استقبال، ومركز بحث ومعلومات.²

أما المناطق الطبيعية المحمية فنجدها في ولايات بنزرت والقصرين وسليانة وقفصة وصفاقس وباجة وسوسة وتونس والقيروان وجندوبة ونابل بالإضافة إلى منبت مدينة تونس الذي يغطي 8 هكتارات. كما أن هناك محميات أخرى سيتم تهيئتها تقع واحدة منها في منطقة وادي ذكوك التي ستقام على مساحة 6000 هكتار في ولاية تيطاوين.

في نفس السياق، خصصت الدولة حاليا قطبين سياحيين لاحتواء هذا الصنف من السياحة الإيكولوجية الأول بالشمال الغربي في منطقة "الزوارع" والثاني بالوسط بجزر قرقنة وهي منطقة "سيدي فنخل".³ إضافة إلى إنشاء حظائر طبيعية إحداها في جبيل والأخرى في السلسلة الجبلية شبكية- ردايف شمال شط الفجاج، والتي تعتبر منطقة ملائمة لسوق السياحة الإيكولوجية الأوروبية.⁴

9- السياحة الساحلية:

تونس معروفة بمدنها الساحلية التي أنشأت بها العديد من المنتجعات بهدف تطوير المنتج السياحي الساحلي، الذي عُرفت به السياحة التونسية، من أشهر هذه المدن:

- **نابل الحمامات:** تقع في الجزء الجنوبي من تونس. في العشرينات من القرن العشرين، بنى الملياردير الروماني جورج سيباستيان مسكنا فاخرا في هذه المنطقة التي لم يكن فيها في ذلك الوقت سوى ميناء صغير للصيادين. أصبحت الحمامات المكان الذي تلتقي فيه النخبة الفنية في تلك السنوات. تقدم هذه المنطقة التي تم تطويرها منذ

¹ Le Secrétariat Ramsar, **Etude de cas Ramsar sur le tourisme et les zones humides, Les Zones humides et le tourisme : Tunisie- Lac Ichkeul**, la 11^{ème} conférence des parties contractantes en juillet 2012, www.ramsar.org/tourisme.

² Mohamed Souissi, **Le Tourisme dans les parcs nationaux en Tunisie**, Téoros [En ligne], 27-3 | 2008, mis en ligne le 07 avril 2010, consulté le 19 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/teoros/90>

³ <http://www.aft.nat.tn/ar/tourisme.php?code=6#station>

⁴ Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016, Conditions de valorisation des ressources touristiques culturelles, écologiques et sahariennes, Op.cit. p 46.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

ستينات القرن الماضي، كل وسائل الراحة والمرافق التي يحتاجها السائح المتطلب لا ننسى ثراء الحرف المحلية على رأسها الفخار الذي يعود إلى العهد البونيقي. تم تحويل منزل جورج سياستيان، لاحقا، إلى مركز ثقافي دولي.

- **ياسمين الحمامات:** يسمين الحمامات هي مرسى وفي طريقها لتصبح أهم منتجع على شاطئ البحر في تونس. تتمتع بواجهة بحرية يبلغ طولها 4 كم، والفنادق الفاخرة والشقق والفيلات والبنغالوهات والكازينوهات، ومراكز العلاج بمياه البحر، وميناء للتسلية.

- **سوسة:** تحتل المرتبة الثالثة من حيث عدد السكان، وهي أقدم من قرطاج. كما تعرف بالسياحة الساحلية وسحر الأحياء التاريخية القديمة. وهي معروفة بمنازلها البيضاء وشرقاتها الخشبية، فنادقها العربية الموريسكية، التي تعكس التقاليد الهندسية المحلية. يوجد بها مركب سياحي، يعتبر من بين أول المشاريع المنجزة في شمال سوسة، في الساحل التونسي، والتي رأت النور سنة 1979. يتضمن هذا المركب ميناء للتسلية، محاط بمراكز تجارية، وملاعب الغولف، بالإضافة إلى 17 فندقا، وإقامات ثانوية.¹

- **المنستير:** معروفة بشواطئها الجميلة والمهرجات المنظمة طوال فصل الصيف.²

- **جربة جرجيس:** تقع في خليج قابس، وهي أكبر جزيرة في شمال أفريقيا، معروفة بمناخها اللطيف صيفا وشتاء إضافة إلى شواطئها.³ فضلا عن المواقع الأثرية المتواجدة بها.⁴

لتطوير السياحة الساحلية بتونس، قامت السلطات المعنية بتطوير محطات استجمام بسقانس في المنستير، كما قامت بإعادة تهيئة المحطات الموجودة بكل من سوسة والمهدية. من جهة أخرى، اهتمت السلطات بتطوير رياضة الغولف في سوسة ومناطق أخرى وذلك بسبب تزايد الطلب على هذا المنتج السياحي.⁵

¹ Alain Miossec, *Géographie humaine des littoraux maritimes : Le Tourisme et l'organisation de l'espace en Tunisie*, CNED-SEDES, 1998, p 1.

² Office National du Tourisme Tunisien, *TUNISIE, Le magazine de la nouvelle Tunisie*, p 12.

³ Ibid. p 13.

⁴ Hanane Abichou et autre, *La Valorisation du patrimoine et nouvelles alternatives pour un développement local durable dans le sud-est tunisien*, Op.cit. p 267.

⁵ Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016, Conditions de valorisation des ressources touristiques culturelles, écologiques et sahariennes, Op.cit. p 36.

المبحث الثاني: المؤهلات السياحية المادية والبشرية في كل من الجزائر وتونس

تعتبر المنشآت القاعدية من بين مؤشرات تنافسية السياحة والسفر حسب المنتدى الاقتصادي العالمي دافوس. يجب أخذ مفهوم البنية القاعدية في مفهومها الواسع كون بعضها من مسؤولية السلطات العمومية (المطارات، شبكات الطرقات) وبعضها من مسؤولية القطاع الخاص (الفندقة، الإطعام).¹

تشكل شبكة المواصلات ووسائل النقل داعما أساسيا للنشاط السياحي. ويُعد النقل السياحي أحد الخدمات السياحية؛ فهو يلعب دورا فعالا في تنشيط السياحة. إرتبط تطور السياحة تاريخيا بتطور وسائل النقل، على سبيل المثال انعكس تطور السكك الحديدية في فترة ما بعد الحرب العالمية الأولى على تنشيط الحركة السياحية وتطور الحمامات المعدنية والمنتجعات الساحلية في أوروبا، كما أدت الزيادة في امتلاك السيارات إلى تنشيط السياحة الداخلية إضافة إلى السياحة الدولية التي عرفت انتعاشا نتيجة التطور الذي شهده النقل الجوي.

كذلك تعتبر أنظمة النقل عنصرا أساسيا في خلق وجهات سياحية جديدة. يركز Prideaux² بشكل خاص على دور النقل في المعادلة السياحية؛ ويعرف نظام النقل السياحي بأنه "العملية والتفاعل بين وسائل النقل والطرق والمحطات التي تدعم السياح داخل وخارج الوجهات". يعتبر نظام النقل جذابا عندما يعتمد بشكل كبير على جودة البنى التحتية وتوافرها.

إن نظام النقل مسؤول عن توصيل مناطق الجذب السياحي بالوجهات الداخلية (الفنادق، المحلات التجارية). ينبغي الوصول إلى الوجهة بسهولة على جميع المستويات (الجوية والبحرية والبرية)، خاصة بالنسبة للوجهات المتباعدة جغرافيا.³

اهتم Prideaux بنفقات السفر، والتي يمكن أن تكون عاملا في اختيار الوجهة. وقد أظهرت بشكل عام تأثير تكلفة قدرة النقل للوصول إلى وجهة معروفة تجذب السياح من أصل معين. يوضح تحليل هذه الاتجاهات نوع البنية التحتية للنقل اللازمة لجذب السياح إلى أسواق سياحية مختلفة على أساس المسافة بين المنشأ والوجهة. تعتمد الوجهة ذات البعد الدولي على النقل الجوي للسياح المحليين والدوليين. وعلى العكس من ذلك، إذا كانت الوجهة قريبة من منطقة سياحية معينة، فمن المحتمل أن يتم استخدام النقل البري بدلا من الجوي لأن المسافة أقصر والتكلفة أقل.

¹ Karim Cherif, Op.cit. p 119

² Bruce Prideaux أستاذ التسويق والسياحة بجامعة Cairns.

³ Rafaa Mraïhi, Atef Dhibi, Anis Romdhani, Ben Arous, **Role of transport infrastructures in the development of tourism in Mediterranean Region: Application of gravity model**, Conference on heritage and cultural tourism in higher education, Organized by the University of Sousse as partner in the HER.CUL.ES project, El Mouradi Palace, Sousse, Tunisia, January 23, 2013, p 47.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

إن قدرة السياح على السفر إلى الوجهات المفضلة تتعلق بكفاءة نظام النقل الحالي، واحتمال أن يتمكنوا من تغيير الوجهات السياحية مع الحفاظ على نفس الراحة أثناء السفر. إن تحسين البنية التحتية للنقل يؤدي إلى انخفاض تكاليف النقل. في الواقع، يؤدي تحسين قدرة الطرق وتهيئة الطرقات والمسالك إلى تقليل الضغط على المركبات، وزيادة الجاذبية والسلامة، وتخفيض تكاليف النقل ومدته. وبالتالي، فإن الاستثمار الضخم في البنية التحتية للنقل سيؤثر على سعر وجودة تجربة السفر لدى السياح.¹

المطلب الأول: المؤهلات السياحية المادية والبشرية في الجزائر

تجدر الإشارة إلى أن الجزائر تحتل المرتبة 15 (-0.323) ضمن 22 دولة عربية²، وفق مؤشر البنية التحتية³. وهي مرتبة متأخرة مقارنة بالأغلفة المالية المخصصة لمشاريع تحسين البنية التحتية.

في إطار تحسين منشآت البنية القاعدية، وبعد الشروع في تطبيق برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي الذي تمت مباشرته سنة 2001، أعطت الحكومة الأولوية لتأهيل البنية التحتية الوطنية، ففي سنة 2005، تم إطلاق مخطط تكميلي لدعم النمو (PCSC) بغية تحسين الخدمات العمومية. كما تم اعتماد مخططين لصالح ولايات المضارب العليا والجنوب. خصصت الحكومة لإنجاز هذه المخططات غلافا ماليا يقدر ب 17.500 مليار دينار جزائري، منها 70% للبنى التحتية القاعدية، السكن والتجهيزات العمومية، وذهب الجزء الأكبر من هذه المخصصات إلى المخطط الوطني لتهيئة الإقليم. كما تم خلال سنة 2010 إطلاق مخطط خماسي للتنمية يمتد حتى سنة 2014، لتمويل الهياكل القاعدية للاقتصاد والخدمات الجماعية، وقد خصص له غلاف مالي يقدر ب 21.214 مليار دينار، وهو يشمل شقين هما:

- استكمال المشاريع الكبرى الجاري إنجازها خصوصا في قطاعات السكك الحديدية والطرق والمياه بمبلغ 9.700 مليار دينار جزائري، أي ما يعادل 130 مليار دولار،
- إطلاق مشاريع جديدة بمبلغ 53411 مليار دينار جزائري، أي ما يعادل حوالي 156 مليار دولار.⁴

¹ Rfaa Mraihi et autr, Op.cit. p p 48, 49.

² صندوق النقد العربي، تنافسية الاقتصادات العربية، العدد الثاني، 2017، ص ص 37، 38.

³ يتضمن هذا المؤشر الفرعي خمسة متغيرات كمية وهي: الانفاق الحكومي، حصة الفرد من استهلاك الكهرباء، النقل الجوي والشحن (مليون طن/كم)، اشتراكات الهاتف الخليوي (لكل 100 شخص) ومصادر المياه المحسنة.

⁴ مجلس الوزراء، برنامج التنمية الخماسي بيان اجتماع (2010-2015)، الجزائر، 24 ماي 2010، ص ص 2، 3.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

خلال 2011 و 2012، برمج القطاع الانتهاء من إنجاز الأعمال المسجلة ضمن مختلف البرامج وإطلاق برنامج دعم النمو (2010-2014)، تم تجسيد ما يلي:

فيما يتعلق بالبنية التحتية للطرق: سنة 2011، تم تسليم خط بطول 2.515 كم، 105 وحدة للأشغال العمومية، 151 كم من الطرق.

فيما يتعلق بالبنية التحتية للطرق السريعة، خلال سنة 2011، تم تسليم خط يبلغ طوله 181 كم من الطرق السريعة. أما فيما يتعلق بالمشاريع التي تم إطلاقها فتمثلت في خط يبلغ طوله 165.5 كم من الطرق السريعة.¹

فيما يتعلق بالبنية التحتية للمطارات: خلال سنة 2011، تم تسليم ثلاث مشاريع لصالح وزارة النقل. تتعلق ب: توسيع 600 ميل مدرج مطار وهران (من 3000 إلى 3600 متر). إلى جانب تدعيم المدرج الرئيسي وملحقاته بمطار أدرار.

فيما يتعلق بالمشاريع الهيكلية، بفضل المشاريع المحسدة والتي تم إطلاقها، فاقت شبكة الطرق السريعة في الجزائر 8000 كم آفاق 2015 مقابل 4500 كم سنة 2012، يتعلق الأمر ب:

- ✓ الطريق السيار الخاص بالهضاب العليا: بمسار يبلغ 1.300 كم.
- ✓ الطرق السريعة الرابطة شمال جنوب: يبلغ عددها 23 من بينها 11 رابط يبلغ إجمالي طول هذا الخط 802 كم.
- ✓ توصيل الطريق العابر للصحراء بالطريق السريع بخط يبلغ 100 كم يربط بين ميناء جن جن والطريق السيار شرق غرب، بمراعاة المعايير الدولية؛ ما من شأنه إنعاش وضعية هذا الطريق.

قدّرت القيمة الإجمالية للطريق السيار شرق غرب ب 11 مليار دولار، تندرج هذه الطريق في إطار المشروع الإقليمي للطريق السريع المغاربي بخط يبلغ طوله 7000 كم. بالإضافة إلى المنشآت المرافقة؛ حوالي 50 محطة خدمات تابعة لشركة نفطال وحوالي 75 فضاء إستراحة موزعة على 10 ولايات. بالإضافة إلى 22 مركز صيانة، تسيير وتأمين للطريق السيار، 80 مركز تبادل، 450 منشأة أعمال، 30 جسر. وقد بلغت القيمة الإجمالية للبنية القاعدية 805 مليار دينار.

¹ Rapport sur l'état économique et la social de la nation 2011-2012, Mai 2013, Op.cit. p p 56, 57.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

أولاً: تشخيص وضعية قطاع النقل في الجزائر

1- النقل البري: تعتبر شبكة الطرق الجزائرية واحدة من الشبكات الأكثر كثافة في القارة الأفريقية، حيث يقدر طولها بـ 112 696 كم. كما سيتم استكمال هذه الشبكة بجزء مقدر بـ 1216 كم والذي سيربط مدينة عنابة في أقصى الشرق بمدينة تلمسان في أقصى الغرب. بالإضافة إلى إطلاق مشروع إنجاز الطريق السيار للهضاب العليا بطول 1020 كم.

كما نذكر الطريق السريع العابر للصحراء (شمال وجنوب) والذي تمت إعادة تهيئته بقرار من الحكومة لزيادة التبادل التجاري بين الدول الست المتواجدة على طول هذا الطريق وهي (الجزائر، مالي، النيجر، نيجيريا، التشاد وتونس).¹

يعتبر الطريق السيار شرق غرب أكبر مشروع في تاريخ الجزائر، والأعلى أيضاً، سيربط تونس بالمغرب. يربط مسار الطريق السيار شرق غرب بين العاصمة ووهران عبر الطريق الوطني رقم 4 كما يربط العاصمة بقسنطينة عبر الطريق الوطني رقم 5.

لا يمكن إنكار أهمية وسائل النقل الأخرى كالمترو والترامواي، لكن أغلب المشاريع المتعلقة بوسائل النقل المذكورة شهدت تأخراً في الإنجاز والتسليم. نذكر على سبيل المثال مشروع مترو الجزائر، الذي تم إطلاقه منذ 1984² ولم يتم افتتاحه إلا بتاريخ 31 أكتوبر 2012 والذي بلغ طوله 9 كم وعدد محطاته 10 محطات، إن هذا الأخير سيجعل من الجزائر أول مدينة في المنطقة المغاربية مجهزة بمترو الأنفاق. أسندت مهمة تسييره واستغلاله لشركة (RATP) الجزائر وشركة مترو الجزائر العاصمة لمدة 8 سنوات.

أطلقت شركة مترو الجزائر العاصمة مناقصة وطنية ودولية لتنفيذ الدراسات الأولية بشأن تمديد الخط رقم 1 لمترو الجزائر العاصمة. كما أطلقت الجزائر مشروع آخر في إطار المخطط الخماسي 2010-2014 والذي يتمثل في إنشاء مترو وهران. حالياً، يبلغ طول مترو الجزائر 18.6 كم ويبلغ عدد محطاته 19 محطة.

في إطار المخطط الخماسي 2010-2014 أطلقت الجزائر مخطط آخر لتنمية وتحديث قطاع النقل الجماعي والنقل الحضري ما بين المدن عبر الترامواي، وذلك في عدة ولايات هي العاصمة، قسنطينة، ووهران.

إن ترامواي قسنطينة هو مشروع للنقل الجماعي يخدم مدينة قسنطينة، وهو قيد الإنجاز منذ سنة 2008. أجريت أول الاختبارات التقنية لترامواي قسنطينة في عام 2012 وسيشمل مساره خط يقدر طوله بـ 9 كم وعدد محطاته بـ 10 محطات.

¹ <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

² <http://www.metroalger-dz.com/ar/>

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

ترامواي وهران هو مشروع آخر للنقل الجماعي، والذي يخدم مدينة وهران، إذ شرع في إنجازه في أواخر عام 2008، سيكون أطول ترامواي في الوطن على مسافة مقدرة ب 48 كم. وقد أجريت التجارب التقنية الأولى لترامواي وهران في عام 2012.

إضافة إلى الولايات السابقة، تم الشروع في إنجاز الدراسات التقنية لمشاريع الترامواي الخاصة بست مدن هي سيدي بلعباس، باتنة، ورقلة، مستغانم، عنابة، سطيف. كما سيتم إجراء دراسات أخرى لمشاريع الترامواي المقرر إنجازها في ثماني ولايات أخرى.¹

تضعف الكثافة النسبية للبنى التحتية للطرق عند الإشارة إلى حالة النقل العام للمسافرين من حيث الخدمات. ويشكل تحسين شبكة النقل وتنوعها عاملا حاسما في التوسع السياحي لاسيما السياحة الحضرية.² حيث يُعاني النقل البري جملة من السلبيات، نذكر منها:

- تسيير النقل السياحي بنفس أسلوب تسيير النقل العمومي، على الرغم من خصوصية القطاع السياحي.
- ارتفاع تكلفة العربات المخصصة للنقل السياحي وكذا قطع الغيار، ما يحد من اهتمام المستثمرين بهذا القطاع.
- موسمية النشاط السياحي ما يُضعف من مردوديته، وهو ما ينعكس أيضا على قطاع النقل السياحي.
- غياب معايير موضوعية لممارسة مهنة النقل السياحي، ما أدى إلى دخول غير المهنيين إلى هذا القطاع، وهو ما أثر سلبا عليه.
- عدم خضوع نشاط كراء السيارات، باعتباره فرعاً من فروع النقل السياحي، لأي رقابة من طرف وزارة السياحة.³

نلاحظ كذلك أن شبكة الطرق كثيفة نوعا ما في شمال البلاد وذات جودة متفاوتة. كما أنه تم التركيز على تهيئة الطرق داخل المناطق الصناعية والطرق الرئيسية.⁴

بالنسبة لجودة شبكة الطرق يبقى معدل صيانة هذه الشبكة دون المستوى المطلوب. والحالة الراهنة للشبكة الوطنية هي نتيجة لسوء الصيانة. والذي يرجع إلى القيود المفروضة على الميزانية، حيث أن أغلب البلديات تعرف توقفا لأعمال الصيانة بسبب ضعف التمويل. هذا الوضع أكثر تعقيدا في الجنوب نظرا للظروف المناخية الصعبة.

¹ <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

² Karim Cherif, Op.cit. p 120.

³ منير العباب، تطوير النقل السياحي كأداة لتنشيط السياحة في الجزائر، جامعة الجزائر 3، دفاتر البحوث العلمية، العدد 8، المركز الجامعي مرسلبي عبد الله، تيارزة، جوان 2016، ص 163.

⁴ M. Widmann, *Le Tourisme en Algérie*, In: Méditerranée, deuxième série, tome 25, 2-1976, p 26.

2- النقل بالسكك الحديدية:

تحسن القطاع الفرعي للسكك الحديدية تحسنا ملحوظا حيث زاد طول هذه الشبكة، كما تم إحراز تقدم في تحديثها،¹ إذ شهدت في الآونة الأخيرة كهرية بعض المقاطع لوضع قطارات ذات سرعة فائقة من شأنها أن تربط بين المدن الرئيسية للبلاد.

تُسيّر شبكة السكك الحديدية من قبل شركة النقل للسكك الحديدية الوطنية (SNTF). هذه الشبكة مجهزة بأكثر من 200 محطة تغطي خاصة شمال البلاد.²

تعرضت وسائل النقل بالسكك الحديدية إلى الإهمال منذ الاستقلال حيث أغلقت الكثير من السكك الحديدية التي كانت حيز الخدمة، إلى جانب تعرض هذا النوع من وسائل النقل لتبعات الإرهاب.³

تضم الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية: 64 عربة ذاتية الدفع، 416 عربة مسافرين، 17 من قطارات سيارات السكك، و 14 قاطرة كهربائية.⁴

يلعب طول خط السكك الحديدية حاليا 6300 كم تقريبا، وقد تم تخصيص ميزانية إضافية تقدر ب 58 مليار دج لإنجاز الخط المكهرب شمال جنوب.⁵

استثمرت السلطات العمومية في مشروع تمديد وصيانة شبكات السكك الحديدية. غير أنه من الصعب القول أن الشبكة الحالية تستجيب بفعالية، من حيث النوعية والكمية، لطلب لا يتوقف عن النمو بما يتماشى مع النمو السكاني والتنمية الاجتماعية والاقتصادية.

¹ Objectifs du Millénaire pour le Développement, Rapport National 2000 - 2015: Algérie, Rapport établi par le Gouvernement Algérien, Juin 2016, p19

² <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

³ République Algérienne Démocratique et Populaire, Conseil National Economique et Social, **Rapport sur le développement de l'infrastructure routière : Nécessité de choix économiques et de meilleure sécurité des transports.** 25^{ème} session plénière, Publication du Conseil National Economique et Social, Décembre 2004, 16.

⁴ الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام، نتائج 2013-2015، نشرة 2016، ص 49. والموقع الإلكتروني:

<https://www.sntf.dz/>

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=b1dL6cxwg4E>

3- النقل الجوي:

عملت الجزائر على تطوير قطاع النقل الجوي بغية جعله وسيلة حقيقية للاندماج على الصعيدين الإقليمي والدولي، إذ تم تخصيص ميزانية تقدر ب 60 مليار دينار جزائري لتجديد أسطول الجوية الجزائرية خلال الفترة 2013-2017. كما اقتنت شبكة الخطوط الجوية الوطنية ثلاث طائرات جديدة بسعة 150 مقعدا وقامت بتجديد 3 طائرات من نوع بوينغ 767 و المتواجدة حاليا حيز الخدمة.

من ناحية البنية التحتية للنقل الجوي، تمتلك الجزائر 35 مطارا منها 13 مطارا دوليا. يعتبر مطار الجزائر الأكثر أهمية حيث يستقطب 6 ملايين مسافر سنويا. الخطوط الجوية الجزائرية هي شركة الطيران الوطنية التي تهيمن على سوق النقل الجوي، الذي سجل منذ افتتاحه للمنافسة 8 شركات خاصة أخرى و 10 مطارا وطنيا و 13 مطارا من الدرجة الإقليمية.

تضمن الخطوط الجوية الجزائرية عدة رحلات نحو أوروبا، أفريقيا، كندا، الصين والشرق الأوسط. وهناك عدة شركات طيران أجنبية لديها رحلات نحو الجزائر نذكر منها : التونسية للطيران، الخطوط الجوية للمملكة المغربية، الخطوط الجوية الفرنسية، الإيطالية للطيران، Aigle Azur، Lufthansa، الخطوط الجوية التركية، الخطوط الجوية البريطانية.¹

في إطار البرنامج التكميلي لدعم النمو والبرامج الخاصة بالجنوب والهضاب العليا، تم الشروع في تنفيذ 12 مشروعا جديدا لتعزيز المدرجات وتأهيلها. يعد مطار الجزائر الدولي واجهة للجزائر، وقد تولت مكاتب دراسات جزائرية توسيع هذا المطار، تحت إشراف مطار باريس ADP والذي سيضمن المرافقة والتزويد بالمهارة المتعلقة بتسيير واستغلال هذه المنشأة.²

في الوقت الحاضر، لا تزال القدرات في مجال الهياكل الأساسية للمطارات غير مستغلة بالكامل، تتعلق المشاريع الرئيسية بتوسيع المطارات، بما في ذلك مطار الجزائر ومعدات الملاحة الجوية والمحطات الجوية. تركز آفاق التنمية، على المدى المتوسط، على تعزيز مدرجات المطارات، وتنفيذ مشاريع لافتتاح منطقة الهضاب العليا والمناطق الجنوبية، وإنشاء مسارات ثانية للهبوط في وهران وحاسي مسعود.³

¹ <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

² Karim Cherif, Op.cit. p 120.

³ Hind Ouguenoune, **La Politique de promotion et d'attraction de l'investissement en Algérie**, Thèse de Doctorat, Spécialité Economie et Finance, Université Paris 3, 2014, p 252, 253.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

اليوم، أصبحت المطارات تشبه المراكز التجارية. تُمثل عائدات المحلات 40٪ من رقم الأعمال تُضاف إليها 10٪ من العائدات المتأتية من حظيرة السيارات.¹ لذا يجب مجاراة هذا الدور الجديد الذي تلعبه المطارات، بهدف خلق حيوية في هذا القطاع وجني أرباح إضافية.

في الجزائر، تشكل الطائرة العقبة الأولى، في وجه السياحة المستقبلية، التي يواجهها وكيل السفر الجزائري ومنظمي الرحلات الأجانب. إبتداء من إجراءات شراء التذكرة إلى غياب التكلفة المنخفضة، مروراً بطريقة دفع ثمن التذكرة، إلى الأسعار الترويجية والتذكرة الإلكترونية.

في الواقع، في ظل الشروط الحالية للعرض، يبلغ سعر تذكرة السفر الدولية ما يقارب 80٪ من مجموع تكاليف رحلة استكشاف لمدة أسبوع في الجزائر.² يُقدر ثمن تذكرة طيران باريس-الجزائر-باريس بـ 700 أورو، يكفي هذا المبلغ لقضاء شهر في إسبانيا، تونس أو المغرب؛ وهو ما يفسر عدم تنافسية الأسعار مقارنة بالوجهات السياحية المتوسطة. صحيح أن سعر النقل الجوي يلتهب في هذه الوجهات خلال فصل الصيف إلا أنه لا يتجاوز 500 أورو. من جهة أخرى، لا تملك الوكالات السياحية حق حجز تذاكر سفر على الخطوط الدولية لزيائنها القادمين إلى الجزائر، بينما تستطيع أي إدارة أو مؤسسة أخرى التكفل بعملية الحجز.

نلاحظ أن الجوية الجزائرية، كغيرها من شركات الطيران، عبارة عن ناقل وليس منظم للسفر. في ظل الوضعية الحالية، السماح لشركة طيران باقتراح حزمة من الخدمات السياحية أمر غير وارد.³ بينما من المفترض أن تقوم الإدارة بدورها في تنظيم وضبط هذا القطاع لتقديم المساعدة من خلال اعتماد إجراءات تقليص فاتورة التذاكر لمواجهة المنافسة في مجال النقل الجوي. فعلى سبيل المثال سنة 2009، اقترحت Air France سعر تذكرة الجزائر- باريس- الجزائر بـ 17000 دينار مقابل 30000 دينار جزائري من قبل الجوية الجزائرية، وهو ما يفسر عدم تأقلم هذه الشركة مع ديناميكيات السوق.

نظراً للتطورات الهامة التي عرفت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والإتصال وأنماط التسيير، تبنت الجوية الجزائرية العديد من الإجراءات منها أنظمة الحجز الإلكترونية، مع إمكانية شراء التذكرة عبر الخط، وذلك بغية عصنة الخدمات المقدمة من طرف هذه الشركة.⁴

¹ Karim Cherif, Op.cit. p 121.

² Kezzar Mourad, **Algérie à la recherche de son tourisme**, Edition SAEC Liberté, Algérie, 2009, p 15.

³ Ibid. p 17.

⁴ **Air Algérie, Modernisation et rentabilité**, par Leila Boukli, El Djazair.com, No 94, Janvier/ Février, 2016, p 72.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

من المعلوم أن رضى الزبون هو عنصر أساسي لكسب ولاءه للشركة، لذا يتوجب على الجوية الجزائرية إحترام مواعيد الإقلاع، عصريّة أنظمة المعلومات، تحسين الموقع الإلكتروني، إقتراح خدمات إنتقائية جديدة، ضمان جودة الخدمة على طول السلسلة، ووضع مركز اتصال بالخارج حيز الخدمة.¹

من جهة أخرى، يوفر طيران الطاسيلي، وهي شركة جزائرية للنقل الجوي تابعة لمجموعة سوناطراك، النقل الداخلي نحو 17 وجهة ويضمن 79 رحلة يومية منذ تاريخ 4 مارس 2013، كما عملت على تحسين النقل نحو مناطق الجنوب. في هذا السياق، تمنح هذه الشركة تخفيضات لسكان الولايات الجنوبية قد تصل إلى 50٪ من ثمن التذكرة ذهاب-إياب.²

ظلت الجوية الجزائرية تحتكر الخط الداخلي إلى غاية سنة 2009 أين دخلت الطاسيلي للطيران المجال. لا يفوتنا أن الاحتكار يعني غياب المنافسة في ظل العلاقة جودة- سعر. إن زيادة سعر النقل الجوي الداخلي ليس بمثابة الحل، وإنما يكمن الحل في الاستثمار في وسائل النقل الأخرى كالسكك الحديدية والاستثمار كذلك في الطرق السريعة.

ترتبط السلبات التي تعاني منها الجوية الجزائرية بالسياسة الاقتصادية للبلد في ظل غياب استراتيجية اقتصادية واضحة. يجب الأخذ بعين الاعتبار متطلبات اقتصاد السوق بصفة عامة، وكذا قطاعات الأنشطة الأخرى بصفة خاصة.³

بالإضافة إلى ما سبق، تستحوذ المطارات الأربعة في الجزائر، وهران، عنابة وقسنطينة على حوالي 88٪ من حركة المسافرين الوطنية والدولية.⁴ يتسبب نظام النقل الجوي في تراجع يومي لعملائه بسبب عدم كفاءته. تتزايد حركة النقل الدولي بشكل كبير نتيجة تحسن الوضع الأمني بينما تسجل حركة النقل الوطني إنخفاضا كبيرا بسبب اختفاء الشركات الخاصة العاملة في المطارات الوطنية. مع هذا تبقى الجهود جارية لزيادة استقبال الركاب في كل من عنابة وقسنطينة ووهران.⁵

يفترض من الجوية الجزائرية والطاسيلي للطيران إعادة النظر في نموذجها الاقتصادي من خلال عملية إعادة الهيكلة، تحسين نوعية الخدمات وتدعيم أسطولها. وهو ما باشرته فعلا باقتناء طائرات جديدة من نوع بوينغ وآيرباص، لكن

¹ Air Algérie, Modernisation et rentabilité, Op.cit. p 74.

² Abderahmane Timizar, Tassili Airlines, Doucement mais surement, El Djazair.com, No 94, Janvier/ Février, 2016, p 155.

³ Kezzar Mourad, Op.cit. p 26.

⁴ Rapport sur le développement de l'infrastructure routière, Op.cit. p 12.

⁵ Ibid. 14.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

يتطلب منها أيضا عقلنة شبكة وكالاتها عن طريق غلق بعض نقاط البيع، التي تبلغ 130 نقطة، الأقل ربحية أو تلك التي تعاني عجزا ماليا.¹

من بين السياسات المعتمدة، اليوم، في مجال النقل الجوي سياسة السماء المفتوحة، والتي تعتبر بمثابة شرط لتطوير السياحة. تهدف هذه السياسة إلى تحرير النقل الجوي بموجب اتفاقية بين بلدين أو بلد وكيان قانوني ومؤسسي كالإتحاد الأوروبي مثلا، وهو ما يسمح للشركات الجوية بالتحرك بحرية بين المطارات،² وكذا حرية تحديد التسعيرة.

كانت المغرب أول دولة مغربية أمضت إتفاقية السماء المفتوحة مع الإتحاد الأوروبي سنة 2005، كما ذهبت بعيدا حيث عملت على توافق تشريعاتها مع بروكسل، سنة بعد ذلك. تبنت تونس إستراتيجية مشابهة، فقد عقدت اتفاقية مع الإتحاد الأوروبي، واتفاقيات ثنائية مع دول مصدرة للسياح. ترفض بعض الدول عقد مثل هذه الاتفاقيات بحجة حماية السيادة الوطنية والحفاظ على مصالح الشركات الوطنية وضمان احتكارها للسوق الوطنية.

في ظل سياسة السماء المفتوحة، لن تواجه الشركات الوطنية المنافسة على الخطوط الدولية فقط، وإنما كذلك على الخطوط الداخلية. تغطي الشبكة الداخلية للجوية الجزائرية اليوم 31 مدينة جزائرية فقط. وهي تعتبر ضعيفة مقارنة بشساعة مساحة الجزائر، وهو ما أدى إلى إقصاء العديد من الجهات والأقاليم. تمنح هذه المنافسة فرصة لزيادة جاذبية الوجهة، مع العلم أن تحديد الأسعار اليوم يخضع للسوق، لذا يجب على هذه الشركات الوطنية التأقلم مع هذا الوضع الجديد.³

إلى جانب سياسة السماء المفتوحة يجب اعتماد سياسة تحرير نظام التأشيرات، لا يمكن تنفيذ هذه السياسة إلا في إطار اتفاقيات تبادل بين الدول. بالإضافة إلى ذلك يمكن دراسة إمكانية منح التأشيرات عند الدخول أي في المطارات. مقارنة بدول الجوار، تُعفي المغرب مواطني العديد من الدول (الإتحاد الأوروبي، أمريكا الشمالية) من التأشيرة، يتعلق الأمر بالأشخاص الراغبين في قضاء مدة لا تزيد عن 3 أشهر. نفس الإجراء تعتمده تونس، حيث تُعفي مواطني 68 دولة من بين 193 ممثلة في منظمة الأمم المتحدة من شرط الحصول على التأشيرة لدخول بلادهم، تقع الجزائر ضمن هذه الدول.

من بين الصعوبات التي يواجهها طالبو التأشيرة، الراغبين في السفر إلى الجزائر، ما عدا الإجراءات المعقدة لطلب التأشيرة، مدة انتظار الرد التي تصل من يوم إلى 14 يوما وتسديد مبلغ 85 أورو لمدة إقامة تقل عن 90 يوما. هذه الضريبة كغيرها من الإجراءات المفروضة الأخرى تعتبر عوامل لا تخدم جاذبية الوجهة الجزائرية.⁴ كما أن الجزائر من بين الدول القليلة التي تطلب تأشيرة لدخول أراضيها من مواطني الدول المصدرة فيما يتعلق بالسفر

¹ Karim Cherif, Op.cit. p 116.

² Ibid. p 115.

³ Karim Cherif, Op.cit. p 116.

⁴ Ibid. p 118.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

المنظم. وهي أيضا من الدول المستقبلية المتوسطة القليلة كذلك التي تلزم السائح بالتنقل بنفسه إلى أقرب قنصلية جزائرية للقيام بمعاملات الحصول على التأشيرة،¹ تعتبر هذه الإجراءات البيروقراطية عائقا في وجه السياح الوافدين.

4- النقل البحري:

تعتبر كل من الشركة الوطنية الجزائرية للملاحة (CNAN) والمؤسسة الوطنية للنقل البحري للمسافرين ممثلين لقطاع النقل البحري في الجزائر. تعمل معظم السفن العابرة على إيصال الركاب إلى الشواطئ الأوروبية، ونقل البضائع إلى جميع أنحاء العالم.²

تتكون البنية التحتية للموانئ من 11 ميناء مختلط، 3 منها متخصصة في المحركات، و 21 في الصيد، و ميناء واحد للترفيه. تديرها شركات الميناء التي تملكها شركة SOGEPORT العامة القابضة. ومع ذلك، ومنذ عام 2005، كان هناك انفتاح تدريجي على القطاع الخاص مع منح امتياز محطات الحاويات للمشاريع المشتركة التي تربط شركات الموانئ مع شركات أجنبية مثل Porteke في بجاية وموانئ دبي العالمية في الجزائر العاصمة وجن جن في جيجل. عموما، لا تزال قدرة الموانئ غير مستغلة بالكامل. ومن المزمع، على المدى الطويل، إنشاء 19 ميناء للصيد و 16 ميناء للتسليية بحلول عام 2025.³

عزز القطاع الفرعي البحري، الذي يمثل تقريبا مجمل نشاطات التجارة الدولية للجزائر، بشكل خاص البنية التحتية للموانئ من خلال توسيع منصات الموانئ على وجه الخصوص.⁴ لكن بالرغم من أهميته، لم يتمكن النقل البحري من حجز مكان له في النسيج السياحي الجزائري لعدة أسباب منها نمط التسيير، انخفاض جودة الخدمات والأسعار غير التنافسية. فعلى سبيل المثال، فاق سعر تذكرة الباخرة سنة 2007 سعر تذكرة الطائرة، وهو ما يفسر تفضيل بعض المغتربين التوجه إلى تونس ومن ثم دخول الجزائر برا.⁵

تعتبر المطارات والموانئ الواجهة الأولى للسياحة، وبالتالي فإنها تشكل الانطباع الأول للسائح. فسوء الاستقبال وبطء الإجراءات الإدارية هي سلوكيات تنفر السائح وبالتالي هي لا تخدم قطاع السياحة. على سبيل المثال، تدوم طوابير ختم الجوازات لدى مكاتب الشرطة في المطار مدة طويلة تتجاوز الساعة عادة، وكذلك الأمر بالنسبة لانتظار الأمتعة. ينطبق هذا الوضع على الميناء خاصة إذا كان السائح مرفوقا بسيارته. من جهة أخرى، نلاحظ تأخر الرحلات وهو ما يخلق نظرة سلبية لدى السائح؛ ما من شأنه التأثير سلبا على المشاريع السياحية.

¹ Kezzar Mourad, Op.cit. p 53.

² <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

³ Hind Ouguenoune, Op.cit. p p 252, 253.

⁴ Objectifs du Millénaire pour le Développement, Rapport National 2000 - 2015: Algérie, Op.cit. p 19.

⁵ Kezzar Mourad, Op.cit. p 31.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

رغم تصريحات المسؤولين في وزارة النقل المتعلقة بعصرنة وسائل النقل إلا أن الواقع يشير إلى وجود نقائص، حيث أن بعض المناطق في الجزائر مازالت معزولة. من جهة أخرى عرفت مشاريع مثل الميترو تأخرا كبيرا في الإنجاز فهذا المشروع يعود للثمانينيات وقد التهم أغلفة مالية كبيرة. كما أن الحافلات مهترئة، ولا توفر الراحة والأمن للسائح فضلا عن سوء المعاملة¹ وأزمة الازدحام المروري في المدن الكبرى. وهو ما يحيلنا إلى موضوع جودة خدمة النقل، ترتبط هذه الجودة بمتغيرات منها الأمن، دقة المواعيد وانتظامها. وتقع مسؤولية توفير هذه العناصر على شركات النقل والسلطات المحلية كذلك.

ثانيا: سياسة التكوين السياحي في الجزائر

تتمتع بعض القطاعات الاقتصادية بإمكانات كبيرة لخلق فرص عمل للشباب بشرط أن يتم تكييف العرض مع الطلب، من بين هذه القطاعات قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو البيئة أو السياحة والفندقة التي تمنح فرص عمل مهمة للشباب. لذلك من الضروري الاستثمار في قطاع التكوين المهني وتشجيع الاستثمار العام والخاص في هذا المجال.²

كما هو الحال في باقي القطاعات الخدمية، تشكل السياحة مجموعة من الخدمات (النقل والإقامة والإطعام والترفيه) تقوم أساسا على الموارد البشرية ومؤهلاتها. لذا، يمثل تكوين المورد البشري للقطاع السياحي أحد المحاور الرئيسية للاستراتيجية الوطنية المعتمدة من طرف السلطات العمومية لضمان أحسن تأطير لتسيير النشاطات السياحية. فالتكوين أداة أساسية لتنمية أي وجهة سياحية.³

نظرا لأهمية التكوين في تنمية القطاع الفندقي والسياحي، أنشأت الجزائر منذ 1966 معاهد تكوين في المهن الفندقية ثم مدرسة تكوين مسيرين في الفندقية والسياحة.

في إطار المخطط الثلاثي، تم إنشاء مركزي تكوين في كل من وهران وقسنطينة وهي مراكز تكوين فندقية تركز على الاستقبال، الطبخ والإطعام. ثم في إطار المخطط الرباعي الأول استفادت مدن بوسعادة، تيزي وزو من مراكز تكوين. بينما منح المخطط الرباعي الثاني الجزائر العاصمة معهد عالي للفندقية والسياحة، أصبح منذ 1994، المدرسة الوطنية العليا للسياحة.⁴

¹ منير العايب، مرجع سبق ذكره، ص 163.

² Mouloud Mohamed Meziani, **L'Emploi des jeunes en Algérie: Évaluation des dispositifs publics d'emploi mis en place**, Fondation Friedrich Ebert, Décembre 2011, p 30.

³ République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **La Carte de la Formation du Secteur du Tourisme**, Septembre 2011, p 3.

⁴ Mohammed Hachemaoui, **La Formation au service des métiers du tourisme**, Tourisme Magazine, NO 00, 2 Mai 2006, p 18.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

يتألف العرض الوطني للتكوين في مهن السياحة من 181 مؤسسة تكوين، موزعة كآآي: 4 مؤسسات تكوين تابعة للوزارة المكلفة بالسياحة، توفر 2٪ من عروض التكوين؛ 141 مؤسسة تكوين تابعة لوزارة التكوين المهني، توفر 78٪ من عروض التكوين؛ 36 مؤسسة تكوين خاصة معتمدة من وزارة التكوين المهني، توفر 20٪ من عروض التكوين.¹

تشمل الإجراءات الجديدة المتخذة في هذا المجال عصنة برامج التكوين في مجال السياحة، واستحداث شهادة بكالوريا تقنية في السياحة، وفتح فرع للاقتصاد السياحي في الجامعات، إضافة إلى إدخال المهن المرتبطة بالسياحة في التكوين المهني وتشجيع القطاع الخاص على استحداث مراكز للتكوين في المجال السياحي.²

في هذا الشأن، صرح معالي وزير السياحة والصناعات التقليدية السيد عبد القادر بن مسعود أن هناك سعي لتحسين التكوين في القطاع السياحي، والذي تُرجم من خلال جهود تمحورت حول ترقية التكوين عن طريق خلق مؤسسات تكوين جديدة كالمدرسة العليا للفندقة بعين البنيان، وإنشاء مؤسسات في كل من وهران، قسنطينة وفي الجنوب مستقبلا، مع العمل على زيادة المقاعد البيداغوجية في المعاهد التابعة لوزارة السياحة كالمدرسة الوطنية العليا للسياحة، ومعهد بوسعادة وتيزي وزو. وكذا عقد إتفاقية مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لفتح تخصصات ذات علاقة بالسياحة في الكليات والجامعات التابعة لها.

من جانب آخر تضمن وزارة التعليم والتكوين المهني تكويننا في هذا المجال، كالتكوين الموجه للمؤسسات الفندقية (8 معاهد في التكوين الفندقي، و 70 مركز للتكوين المهني)، إضافة إلى عقد إتفاقية لتكوين 1800 عامل وموظف في مرحلة أولى و 38000 في مرحلة ثانية. مع التأكيد على ضرورة إشراك القطاع الخاص في التكوين حيث أن هناك حوالي 600 مؤسسة خاصة تكون في القطاع السياحي.³

قام الديوان الوطني الجزائري للسياحة، من جهته، بالتعاقد مع مدارس سياحية للتكوين في التخصصات التجارية، وكذا تكوين مرشدين سياحيين.⁴

في إطار تجسيد أهداف "بطاقة التكوين في السياحة" الكفيلة بإعداد نظام تكوين يستجيب للمتطلبات، ويدعم إدارة وتسيير نشاطات السياحة وفق المواصفات الدولية للمساهمة في تحسين الوجهة السياحية الجزائرية، وبغرض تكييف النظام الوطني للتكوين في ميدان السياحة حتى يتلاءم مع التطور التكنولوجي وتغيرات حاجيات السوق

¹ La Carte de la Formation du Secteur du Tourisme, Op.cit. p12 .

² منيرة دريدي، سلمى حروش، أهمية ترقية السياحة الريفية في تحقيق التنمية الريفية في الجزائر، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، العدد السادس، جوان 2017، ص ص 92، 93.

³ برنامج الحوار الاقتصادي: وزير السياحة يعرض إستراتيجية جديدة لإفلاح سياحي حقيقي، حساب المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري على يوتيوب، تم إضافتها بتاريخ 27 جوان 2018، الرابط: <https://www.youtube.com/watch?v=aaUoWVC8HZo>

⁴ مقابلة مع المكلف بالاتصال لدى الديوان الوطني الجزائري للسياحة، بتاريخ 9 جويلية 2018، على الساعة 10:00.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

السياحي، تم التوقيع على قرار وزاري مشترك، بين وزارتي السياحة والصناعة التقليدية ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي، يتضمن فتح شعبة علوم تسيير في التخصصات التالية: تسيير وكالة السياحة والأسفار، تسيير التنمية المستدامة للسياحة، تسيير الإيواء، تسيير الإطعام، لنيل شهادة الليسانس الأكاديمية للمدرسة الوطنية العليا للسياحة. ما من شأنه أن يضمن تلاؤم عرض التكوين مع الطلب ومتطلبات تنمية القطاع. ويرفع النفقات العمومية من خلال تطوير التكامل بين القطاعات والتعاون بين شركاء التكوين من جهة والفاعلين الاقتصاديين من جهة أخرى.¹

الجدول رقم 16: مؤسسات التكوين السياحي والفندقي في الجزائر

المؤسسة	المدرسة الوطنية العليا للسياحة	المعهد الوطني للتقنيات السياحية والفندقية بتييزي وزو	ملحقة المعهد الوطني للتقنيات السياحية والفندقية بتلمسان	مركز الفندقة والسياحة ببوسعادة
تاريخ الإنشاء	1994/08/17	1994/08/17	2003/10/19	2003/08/17
الشهادة المحصل عليها	ليسانس في التسيير الفندقي والسياحي	تقني سامي في: الإدارة، الفندقية، الطبخ، التموين، السياحة	تقني سامي في: الإدارة، الفندقية، الطبخ، السياحة	تقني في: الفندقية، الطبخ، الإطعام

Source : République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **La Carte de la Formation du Secteur du Tourisme**, Septembre 2011, p p 6, 7.

يرجع السبب الرئيسي في ضعف أداء هذا العرض التكويني إلى عدة عوامل من بينها: عدم تطور عدد هياكل التكوين في قطاع السياحة منذ إنشائه، وهو ما لا يضمن تغطية إقليمية، كما أن محتوى المناهج الدراسية المعروضة حاليا على مستوى المنشآت التابعة لقطاع السياحة قديم ولا يواكب التغيرات الحاصلة في قطاع السياحة، إضافة إلى عدم كفاية التأطير البيداغوجي من حيث الكمية والنوعية.² والدليل على ذلك إنخفاض عدد الطلبة الأجانب في المدرسة الوطنية العليا للسياحة³، على سبيل المثال لا الحصر.

لذا من الضروري دراسة عروض التكوين الحالية في قطاع السياحة والعمل على وضع "بطاقة تكوين في قطاع السياحة" تستجيب لمتطلبات السوق السياحية الحالية، على أساس التوزيع الجغرافي، فيما يتعلق بالاحتياجات المعبر عنها في كل قطب سياحي. بالإضافة إلى هذا يجب تطوير مؤسسات التكوين في مجال السياحة مقارنة بالمعايير الدولية في هذا المجال. وكذلك مواجهة الطلب الكمي على التكوين في المهن السياحية، الناجم عن النمو

¹ <https://www.facebook.com/algerietourismeartisanat>

² La Carte de la Formation du Secteur du Tourisme, Op.cit. p 15.

³ مقابلة مع المكلف بالبيداغوجيا بالمدرسة الوطنية العليا للسياحة، تاريخ إجراء المقابلة بتاريخ: 03 ماي 2018، على الساعة 10:20.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

المتزايد للاستثمار السياحي. والعمل على الاستجابة للطلب النوعي للسوق السياحية، الذي يشهد تغيرا حقيقيا فيما يتعلق بالتطورات التكنولوجية.¹

يمكن الزيادة في عروض التكوين وتحسينها عن طريق تنشيط التعاون ما بين القطاعات من خلال إعادة تفعيل إتفاقية الشراكة بين وزارة السياحة ووزارة التكوين المهني، التي تتضمن التعاون في مجال البرامج البيداغوجية للتكوين في المهن السياحية والمتابعة البيداغوجية للمتكوينين، وكذا عقد إتفاقية مع وزارة التعليم العالي، لتطوير البحث في مجال السياحة وخلق تخصص "السياحة" في المؤسسات الجامعية. وإبرام إتفاقية مع وزارة التربية والتعليم، للتكوين والمتابعة البيداغوجية لمكونين في التعليم العام، بالإضافة إلى تطوير الجهود المشتركة لإكساب التلميذ ثقافة سياحية. كما أنه من المهم عقد إتفاقية مع وزارة الصحة لتطوير التكوين المتواصل في المهن المرتبطة بالمعالجة بالمياه المعدنية ومياه البحر.²

ثالثا: وضعية الحظيرة الفندقية في الجزائر

ورثت الجزائر بعد الاستقلال، منشآت سياحية قُدرت بحوالي 5922 سرير، موزعة على: السياحة الساحلية 50٪، الحضرية 40٪، الصحراوية 10٪. لكن أغلبها كان بحاجة إلى الترميم وإعادة التهيئة.³

سنة 1977، ارتفع عدد المنشآت الفندقية ليصل إلى 131 منشأة على المستوى الوطني، تتركز 25٪ منها في ولاية الجزائر، 11٪ في ولاية وهران، 9٪ في ولاية عنابة.

لم تكن هذه المنشآت كافية للاستجابة للطلب الداخلي، ناهيك عن سوء توزيعها، حيث أن هناك العديد من المناطق ذات طابع سياحي لكنها لا تتوفر على عدد كاف من الفنادق.

منذ عام 1980، لم تشهد الهياكل الأساسية للإقامة تطورا كبيرا في القطاعين العام والخاص على السواء، على الرغم من التدابير التنظيمية المتخذة لتشجيع الاستثمار في السياحة. كما انعكست حالة الأزمة التي ميزت هذه الفترة أيضا على قطاع السياحة حيث لم تتطور البنى التحتية الفندقية بشكل ملحوظ، على الرغم من الحوافز الممنوحة لتشجيع الاستثمار الخاص. حيث بلغت قدرة هذا القطاع 67087 سريرا (القطاع العام والخاص). 71٪ منها غير مصنفة، و 1٪ فقط مصنفة في فئة 5 نجوم.⁴

على الرغم من تراجع الحكومة عن التسيير الإداري للفنادق العمومية وتوجهها إلى عصنة الاقتصاد الوطني بصفة عامة والسياحة بصفة خاصة، وذلك منذ منتصف 1980، عقب الأزمة التي ضربت سوق المحروقات، المصدر

¹ La Carte de la Formation du Secteur du Tourisme, Op.cit. p 20.

² Ibid. p 29

³ Djamilia Fernane, **Hôtellerie le maillon faible du tourisme algérien**, ENAG Editions, Alger, 2014, p 54.

⁴ La Redéfinition de la Politique Nationale du Tourisme, Op.cit. p 52.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

الرئيسي لتمويل الاستثمارات، إلا أنه سرعان ما توقف هذا المسعى بسبب الإرهاب، ما أدى إلى ركود الاقتصاد الوطني وهروب رؤوس الأموال الأجنبية.

حتى سنة 1990 ظل قطاع الفنادق بصفة خاصة وقطاع السياحة بصفة عامة مسيرا بطريقة إدارية. فقد تم تصنيف الفنادق من قبل الدولة حتى قبل تشييدها. مثلاً تم تصنيف الفندق الحضري في فئة 4 نجوم دون توفره على موقف للسيارات أو مسبح. أما الفندق الساحلي فقد تم تصنيفه في فئة 3 نجوم حتى في حالة عدم توفره على مصعد كهربائي، ولا على تلفاز أو ثلاجة في غرفة غير مكيفة أصلاً.

شهد القطاع السياحي عجزاً في العرض الفندقي منذ 2001. ما أدى إلى غياب المنافسة في قطاع الفنادق في الفئة العالية والمتوسطة في المدن الكبرى. لكن منذ 2004، انطلقت الاستثمارات في القطاع الفندقي في الفئة العالية والمتوسطة برؤوس أموال وطنية وأجنبية، نتيجة ارتفاع أسعار النفط.¹

في 2013 و 2014، ارتبطت مساهمات الدولة في الفنادق ب 64 منشأة (20.698 سرير)، بالإضافة إلى 37 مركب سياحي يعود إلى الجماعات المحلية (2.400 سرير).

خلال الفترة الممتدة من 2001 إلى 2014، كانت شركة تسيير المساهمات SGP مسؤولة عن القطاع العمومي الفندقي والسياحي. قررت الدولة تحويل هذه الشركة والوحدات التي تسيير مساهماتها إلى مجموعات صناعية. وسنة 2014، تم حل Gestour وتعويضه بخمسة مجموعات فندقية، التي ورثت بدورها EGT، مؤسسات التسيير السياحي، أي الفنادق.

تمثلت فكرة الحكومة في الانتقال إلى إعادة صياغة أو تصميم تسيير المؤسسات العمومية، التي ستخضع لعقود الأداء والالتزام بالنتيجة فيما يتعلق بالمساهمة. يتعلق الأمر بمنح صلاحيات أكثر لمسيري القطاع العمومي، بغية التركيز على الأهداف وتجنب الصعوبات المرتبطة بالبيروقراطية أو أي عائق آخر.

ينبغي أن تكون نسبة الإطارات التي تلقت تكويناً في ميدان السياحة والفندقة هي الغالبة، وهو شرط لنجاح المنشأة. على رأس الفنادق هناك إداريين، ماليين ونقاييين لا يمتلكون الخبرة التسييرية المطلوبة لتسيير المنشآت السياحية. والنتيجة هي أن نوعية الخدمات الفندقية أقل من المستوى المطلوب.

فيما يتعلق بعملية حوصصة المنشآت الفندقية، نلاحظ أنه قد تم توجيهها بطريقة إدارية دون الأخذ بعين الاعتبار توفر القدرة، الخبرة والتجربة لدى المستثمر الخاص. ولهذا، في معظم الحالات، تأثير سلبي على السير الحسن

¹ Kezzar Mourad, Op.cit. p 41, 43.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

للمنشآت التي تمت خوصصتها حديثا. وهو ما جعله البعض حجة لتبرير توقيف الخوصصة جراء سوء التسيير وعدم احترافية الخواص.¹

حاليا، تتكون الحظيرة الفندقية من 1231 مؤسسة فندقية بسعة 107420 سرير، هناك 11 فندق ذات فئة 5 نجوم بسعة 5904 سرير، 12 فندق ذات 4 نجوم بسعة 2810 سرير، 51 فندق ذات 3 نجوم بسعة 7045 سرير.

تم تسجيل 1602 مشروعا موافق عليه من طرف وزارة السياحة بقدرة استيعاب تقدر ب 204899 سرير تولد 82146 منصب عمل مباشر بتكلفة إجمالية تقدر ب 846 مليار دج، موزعة على ولايات مختلفة.

من بين 1602 مشروع وافقت عليه وزارة السياحة، تم تسجيل 584 مشروع في طور الإنجاز بتكلفة إجمالية قدرها 269 مليار دج بسعة 76.636 سرير ويوفر 32.592 منصب عمل مباشر. عرفت هذه المشاريع نسبة تقدم قُدرت ب 60٪. أما 1018 مشروع فندقية بسعة 128.263 سرير، التي ستساهم في إنشاء أكثر من 49.544 منصب شغل بتكلفة استثمارية تقدر ب 576 مليار دج، فهي في طور الإنجاز.

تم التوجه لإنجاز وحدات فندقية متوسطة الاستيعاب (ما بين 50 و 60 غرفة) في المناطق ذات الطابع السياحي كالمناطق الساحلية، والصحراوية وكذا الهضاب العليا والمناطق الحموية.

بالنسبة إلى مرافقة المستثمر في المشاريع السياحية تم إبرام اتفاقيات تعاون بين وزارة السياحة ومؤسسات بنكية ومالية هي: بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP، القرض الشعبي الجزائري CPA، بنك التنمية المحلية BDL، بنك الخليج الجزائر AGBFGAR، الجزائر استثمار EL DJAZAIR Istithmar، بنك البركة El Baraka Banque، بنك السلام Essalam Banque، بنك الثقة La société SPA, Société Générale, Trust Banque. منذ تفعيل هذه الاتفاقيات، تم تمويل أكثر من 340 مشروع سياحي بمبلغ إجمالي قدره 65 مليار دج.²

إذا كان من اختصاص وزارة السياحة، بالتشاور مع الفواعل المعنية، تصميم المخطط الرئيسي والتوجهات الكبرى للقطاع السياحي، فإن المسألة الجوهرية الأخرى تتعلق بمعرفة هل من اختصاص الدولة والجماعات المحلية تسيير هذه الفنادق.

¹ Karim Cherif, Op.cit. p p 37, 38 .

² Investissements l'ambition du projet touristique, Entretien réalisé par Slimane Seba, Mohamed Sofiane Zobir, Directeur Central de l'évaluation et du soutien des projets touristiques, au Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, Tourisme Magazine, Revue Mensuelle du Tourisme et de l'Hôtellerie éditée par Interxpo, No 77/ Fév 2017, p 12, 14.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

نلاحظ أن الفنادق التي تمنح تسعيرة خاصة للمجموعات نادرة، وهي غالبا مؤسسات عمومية أو فنادق مسيرة من طرف مهنيين يطبقون القواعد التجارية. كما نلاحظ أن هذه الفنادق تستفيد من دعم الدولة لكن مدخلاتها أقل ب 10 مرات من الفنادق الموجودة في أوروبا، بالرغم من أن هذه الأخيرة تضمن خدمات ذات جودة عالية. وذلك نتيجة حتمية لغياب المنافسة في الجزائر. لذا على الدولة التي تلعب دور المنظم بأن تلزم الفنادق ذات فئة 3 نجوم وأكثر بترقية خدماتها بما يتوافق مع تصنيفها.¹

الجدول رقم 17: سعة الأسرة حسب فئة التصنيف (2001-2011)

الإجمالي	غير مصنفة	*1	*2	*3	*4	*5	
66523	32113	2563	4882	19272	3187	4506	2001
72567	41946	2084	5454	14659	3592	4832	2002
77473	44381	4212	5424	14740	3757	4959	2003
82034	51474	2315	5415	14857	3383	4590	2004
82808							2005
84869							2006
84559							2007
86642	49162	3967	12358	15394	1847	3914	2008
88694	49494	3967	12660	16128	2531	3914	2009
92377	58905	3804	8070	14090	3560	3948	2010
94021							2011

المصدر: وزارة السياحة، مديرية مخطط الجودة.

نلاحظ أن عدد الأسرة قد عرف تزايدا معتبرا حيث انتقل من 66523 سريرا سنة 2001 إلى 94021 سريرا سنة 2011، بزيادة قدرها 27498 سريرا. لكن كانت المنشآت الفندقية غير المصنفة الأكثر عددا حيث بلغت أكثر من 50٪ من عدد الأسرة. وهو ما يعكس النوعية المنخفضة لهذه المنشآت الفندقية، وهو ما ينعكس بدوره على الخدمات المقدمة التي تؤثر على رضى السياح خاصة ذوي الدخل المتوسط والمرتفع. لذا توجب العمل على زيادة عدد الأسرة ذات الفئة المتوسطة والعالية لتلبية رغبات السياح من ذوي الدخل المتوسط والمرتفع.

¹ Kezzar Mourad, Op.cit. p 41, 42, 43.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

الجدول رقم 18: سعة الأسرة حسب فئة التصنيف (2012-2016)

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016
فندق 5 نجوم	4242	4242	4242	4242	6734
فندق 4 نجوم	1600	1600	1800	1800	2810
فندق 3 نجوم	5775	5775	5829	5829	7045
فندق 2 نجوم	4605	4605	4605	4605	4605
فندق 1 نجمة	8407	10639	10639	11295	11295
فندق دون نجمة	6250	8406	8406	8533	8533
إقامة سياحية 2 نجمة	384	384	384	384	384
إقامة سياحية 1 نجمة	313	313	313	313	313
موتيل 2 نجمة	93	93	93	93	93
موتيل 1 نجمة	30	30	30	30	30
بيت شباب 2 نجمة	16	16	16	16	16
بيت شباب 1 نجمة	20	20	20	20	20
قرى العطل 3 نجوم	00	00	274	274	274
شقة مفروشة	28	91	91	91	91
بنسيون	365	426	426	426	426
هياكل أخرى	6145	9381	9381	9381	9381
فئة خاصة (سكن جماعي)	142	170	170	170	170
مجموع المنشآت المصنفة	38415	46191	46719	47502	52040
مجموع المنشآت غير المصنفة	58483	52613	52886	54742	55380
المجموع	96898	98804	99605	102244	107420

المصدر: وزارة السياحة، مديرية مخطط الجودة.

نلاحظ أنه تم تنويع المنشآت الفندقية، فلم تقتصر على الفنادق بل تضمنت كذلك هياكل أخرى كالإقامات السياحية، الموتيلات وبيوت الشباب. وهو ما يعكس تنوعا في العرض يهدف إلى جذب سياح من ذوي مستويات دخل مختلفة وذوي رغبات وأذواق مختلفة.

عرفت المنشآت الفندقية المصنفة زيادة معتبرة سنة 2016 حيث انتقلت من 38415 سريرا سنة 2012 إلى 52040 سريرا سنة 2016، بزيادة قدرها 13625 سريرا. أما المنشآت غير المصنفة فقد عرفت إنخفاضا طفيفا منتقلة بذلك من 58483 سريرا سنة 2012 إلى 55380 سريرا سنة 2016، بانخفاض قدر ب 3103

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

سريرا. وهو ما يدل على السعي لتصنيف هذه المنشآت بما يتوافق مع المعايير المتعارف عليها، فمن المعلوم أن التصنيف يعكس مستوى الخدمة حيث تعتبر هذه الأخيرة عاملا من عوامل اختيار السائح لمكان إقامته.

بالنسبة للفنادق، تشكل الفنادق من فئة نجمة واحدة 28٪ من عدد الأسرة، تليها الفنادق دون نجمة ب 21٪. ثم الفنادق من فئة 3 نجوم ب 17٪. أما الفنادق من فئة 5 نجوم فتمثل سعتها 16٪ من عدد الأسرة المتوفرة. تدل هذه الأرقام على التوجه نحو تشجيع السياحة الجماعية التي تستقطب السياح ذوي الدخل المنخفض الذين يبحثون عن خدمات مقبولة بأسعار متوسطة.

بالنسبة للمنشآت الفندقية الأخرى، نلاحظ أنها لم تعرف تطورا منذ سنة 2012، فقد ظلت على حالها نتيجة توجه المستثمرين نحو تشييد الفنادق لجذب السياح ذوي الدخل المرتفع وبالتالي زيادة أرباحهم.

الجدول رقم 19: سعة الأسرة حسب نوع المنتج

المجموع	مناخي	حموي	صحراوي	ساحلي	حضري	
66523	1246	6530	7723	17531	33493	2001
72567	1385	5236	3214	19308	43424	2002
77473	1225	6905	8105	26034	35204	2003
82034	1411	5742	4431	21770	48680	2004
82808	913	4608	11511	23148	42628	2005
84869	913	4608	11639	23148	44561	2006
84559	913	4608	11639	23148	44251	2007
86642	332	3757	10635	15427	56491	2008
88694	332	3757	10635	16551	57419	2009
92377	1089	4111	3770	31322	52085	2010
94021						2011
96898	1405	5467	5954	29886	54186	2012
98804	1405	5467	6058	29886	55988	2013
99605	1825	4259	4547	27962	61012	2014
102244	1883	3866	3636	30380	62479	2015
107420	1883	4102	4780	30500	66155	2016

المصدر: وزارة السياحة، مديرية مخطط الجودة.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

نلاحظ أن عدد الأسرة التابعة للمنتج الحضري تمثل 62٪ من عدد الأسرة، يليه المنتج الساحلي بنسبة 28٪ من عدد الأسرة، ثم كل من المنتج الصحراوي والحموي بنسبة 4٪ لكل واحد منهما والمنتج المناخي بنسبة 2٪. نلاحظ انخفاض حصة المنتج الصحراوي، الحموي والمناخي، مقابل ارتفاع عدد الفنادق الحضرية ما يدل على تركيزها في المناطق الحضرية والساحلية. وهو ما يتناقض مع التوجه الهادف نحو تطوير أنواع السياحة التي تتمتع فيها الجزائر بإمكانيات معتبرة كالسياحة الصحراوية والحموية وهو ما يؤدي إلى سوء توزيع المناطق السياحية التي يتم تركيزها في جهات دون أخرى.

الجدول رقم 20: سعة الأسرة حسب الوضعية القانونية

الإجمالي	الجماعات المحلية أو المختلطة (*)	خاص	عمومي	
66523	3737	34197	28589	2001
72567	4683	44343	23541	2002
77473	4683	47140	25650	2003
82024	3064	58475	20485	2004
82808	2733	58622	21453	2005
84869	2733	60683	21543	2006
84559	2733	60373	21453	2007
86642	3176	65511	17955	2008
88694	3176	67563	17955	2009
92377	5596	71184	15597	2010
94021	6004	72420	15597	2011
96898	5878	72407	18613	2012
98804	5878	74313	18613	2013
99605	6248	74744	18613	2014
102244	6248	77383	18613	2015
107420	6506	82301	16613	2016

المصدر: وزارة السياحة، مديرية مخطط الجودة.

(*) منذ 2008، تم استبدال فئة الجماعات المحلية بالمختلطة (يتعلق الأمر بالشراكة) وبالنسبة للعمومي يتعلق الأمر بسلاسل فندقية دولية.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

نلاحظ أن سعة الفنادق التابعة للقطاع الخاص في تزايد، فقد عرفت ارتفاعا ملحوظا حيث انتقلت من 34197 سرير سنة 2001 إلى 82301 سرير سنة 2016، وهو ما يفسر توجه الدولة نحو فتح مجال الاستثمار السياحي للقطاع الخاص، على غرار الدول السياحية الأخرى، وهو ما من شأنه إعطاء ديناميكية لقطاع السياحة في الجزائر. في المقابل تراجعت سعة الفنادق التابعة للقطاع العمومي حيث انتقلت من 28589 سرير سنة 2001 إلى 16613 سرير سنة 2016.

تمثل الفنادق التابعة للقطاع الخاص حصة الأسد من الفنادق، حوالي 78٪، وهو ما يعتبر أمرا إيجابيا حيث أن قطاع السياحة اليوم كغيره من قطاعات الخدمات، يلعب فيه القطاع الخاص دورا رياديا. والدول السياحية اليوم هي دول منحت القطاع الخاص تسهيلات وتحفيزات في مجال الاستثمار السياحي، بينما تولت الدولة دور المنظم.

فيما يخص الفنادق الموجودة في الجزائر، يوجد العديد منها، نذكر منها على سبيل المثال:

- الأوراسي: يقع في وسط الجزائر العاصمة، على بعد 15 كم من مطار الجزائر الدولي.

- الشيراطون: يقع فندق الشيراطون على حافة شاطئ نادي الصنوبر، على بُعد 20 دقيقة من وسط المدينة، يوفر إطلالة جميلة على المحيط، ويتميز بأجواء عائلية وهادئة. ينتمي هذا الفندق ذو الـ 5 نجوم إلى سلسلة فنادق ومنتجعات شيراتون العالمية، يقصده رجال الأعمال والعطلات الصيفية بشاطئه الخاص ومساحه الجميلة والأنشطة الترفيهية عالية الجودة.

- Loungue: فندق من فئة 4 نجوم، يقع في دالي إبراهيم في الجزائر العاصمة في شارع بالقرب من العديد من المتاجر وليس بعيداً عن وسط المدينة، يوفر غرف وأجنحة فاخرة وفخمة.

- فندق السفير: فندق بمستوى 4 نجوم يتميز بهندسته المعمارية التي تعود إلى العهد الاستعماري، يطل على الميناء ومحطة القطار في الجزائر العاصمة، ويوفر إطلالة جميلة على البحر من بعض الغرف، يقع بالكامل وسط العاصمة الجزائرية.

- فندق Moncada : يقع على بعد 5 كم من وسط الجزائر العاصمة، جنوب غرب العاصمة، يتميز بهندسته المعمارية الإسبانية-الموريسكية، وهو عبارة عن منشأة تقع في حديقة الحيوانات بن عكنون. وهو فندق ذي 4 نجوم.

- فندق Alber الأول: هو فندق من فئة 3 نجوم، عبارة عن مبنى فرنسي متعدد الطوابق، يقع في قلب العاصمة يطل على الميناء ويقع على بعد 50 متر من قصر الحكومة ومبنى البريد المركزي.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

توجد في العاصمة الجزائرية فنادق أخرى مثل: فندق الجزائر، فندق الرمال الذهبية، فندق مازافران، فندق المرسى، فندق المنار، فندق الرياض، فندق الهيلتون، فندق سوفيتال، فندق الأمير، فندق الأروية الذهبية، فندق ميركيور، فندق ايبيس.

كما توجد فنادق أخرى في مدن أخرى، من بينها: وهران (روايل، الشيراطون، بالاس، الشمس)، بوسعادة (القائد)، قسنطينة (بانوراميك، سيرتا)، عنابة (سيبوس، منتزه سرايدي)، تلمسان (الزيانيين)، بشار (عنتر)، قلعة (مرمورة)، سطيف (سيتيفيس، الهضاب)، تيزي وزو (عمراوة)، تيبازة (القرن الذهبي)، بجاية (السلام، الحماديين)، الطارف (المرجان)، سكيكدة (السلام)، باتنة (شيليا)، الواد (غيطان بالاس)، ورقلة (المهري)، غرداية (الجنوب)، بسكرة (الزيان)، تمنراست (تاهات)، أدرار (قورارة، توات).

المطلب الثاني: المؤهلات السياحية المادية والبشرية في تونس

منذ الاستقلال، وبالتحديد خلال سنوات السبعينيات، ساهمت الدولة في تطوير منشآت البنية القاعدية وهو ما يظهر من خلال الاستثمارات العمومية، كما خصصت الدولة حصة مهمة من نفقاتها لتطوير شبكة الطرقات. ومنذ منتصف الثمانينيات، تدعمت أشغال الدولة في هذا المجال برأس المال الخاص.¹

قامت سياسة تونس، خاصة منذ أوائل التسعينيات، على خيار التحرر وتنظيم السوق في هذا القطاع، وخاصة في النقل البري والجوي، من أجل تحسين كفاءته وأدائه.²

بالرغم من النتائج المحققة فيما يخص دعم البنية القاعدية والتجهيز بالمرافق الأساسية، تراجعت تونس بثلاث نقاط، حيث احتلت المرتبة 80 حسب تقرير التنافسية العالمية لسنة 2015 بعد أن كانت في المرتبة 77 سنة 2014. أما بخصوص ترتيبها ضمن الدول العربية، وفق مؤشر البنية التحتية، فقد احتلت تونس المرتبة 14 (-0.277) ضمن 22 دولة عربية.³ كما تم تصنيف تونس في المرتبة الخامسة ضمن الدول المغاربية فيما يتعلق بمؤشر تطور البنى القاعدية للبنك الأفريقي للتنمية ما بين 2010 و 2012.⁴

¹ République Tunisienne, Ministère de l'équipement, de l'Habitat et de l'Aménagement du Territoire, Direction Générale de l'Aménagement du Territoire, **Schéma Directeur d'Aménagement de la Région Economique du Centre-Ouest**, Rapport Final, Octobre 2009, p 145.

² Etude sur les meilleures initiatives en matière de concrétisation sectorielle du développement Durable, Op.cit. p 114.

³ صندوق النقد العربي، تنافسية الاقتصادات العربية، العدد الثاني، 2017، ص 37، 38.

⁴ Nations Unies, Commission Economique pour l'Afrique, **Profil de pays 2016 (Tunisie)**, Mars 2017 : www.uneca.org/publications, p 5.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

أولاً: تشخيص وضعية قطاع النقل في تونس

1- النقل الجوي:

على مدار العقود الماضية، كان للنقل الجوي دور هام في التنمية السياحية بتونس. إذ اعتمد نمو قطاع السياحة، بشكل كبير، على شبكة نقل جوي تتميز بالمرونة والانتشار. ونظرا لعدم استقرار هذا القطاع، فقد أدت الأحداث السياسية التي وقعت عام 2011 إلى حدوث انخفاض هائل في عدد السياح الوافدين للبلاد، وهو ما شكل أزمة في مجال السياحة، وبالتالي في مجال النقل الجوي حيث سجلت رحلات الطيران غير المجدولة إنخفاضاً، زاد عن 50% من إجمالي حركة الملاحة الجوية.¹

يُعد النقل الجوي في تونس محركاً للتنمية السياحية في الجزر. على سبيل المثال، ارتبطت التنمية السياحية لجزيرة جربة بتونس مباشرة بالتطورات التي شهدتها النقل الجوي ووجود منظمي الرحلات السياحية. إنتقلت قدرة استقبال مطارها من 500.000 مسافر عام 1970 إلى 4.000.000 عام 2008. في نفس هذه السنة، تم تنظيم 95% من الرحلات المتجهة إلى جربة من قبل منظمي الرحلات السياحية.²

على الرغم من الصعوبات التي تواجهها الشركان الوطنية إلا أنها تمكنت من الحفاظ على حصتها في السوق، على الرغم من وجود أكثر من 20 شركة أجنبية تعمل في رحلات منتظمة، و 70 رحلة للطيران العارض.³

حققت شركة الخطوط الجوية التونسية، التي تم إنشاؤها بموجب اتفاقية بين الحكومة التونسية والخطوط الجوية الفرنسية عام 1948، أرباحاً على مدار سنوات عديدة. وفي 2010 أعلنت الخطوط الجوية التونسية عن تحقيقها عائدات بلغت 682 مليون دولار، وفي عام 2014، سيطرت على السوق بحصة قدرها 63%. بالإضافة إلى ذلك، لم تستطع أي شركة خطوط جوية أخرى أن تحصل على حصة كبيرة في السوق إلى جانب شركة الخطوط الجوية الفرنسية. ومع ذلك، ونتيجة للأحوال السياسية وجهود إعادة الهيكلة التي لم يحالفها النجاح، تحتم على الخطوط الجوية التونسية تكبد خسائر مالية في الآونة الأخيرة.

¹ تشارلز إي شلوبيرغر، نورا ويسكوف، السماوات المفتوحة في شمال أفريقيا: هل تسير تونس على خطى المغرب؟ الكتاب السنوي للبحر الأبيض المتوسط، المتوسطي 2012، الأردن: دار فضاءات للنشر والتوزيع، 2014، ص 252، 254.

² Centre d'Activités Régionales PNUE/PAM, Programme d'activités 2009-2012 : Tourisme et développement durable en Méditerranée, Plan Bleu, Juin 2012, p 13.

³ Institut Tunisien des Etudes Stratégiques, Tunisie en 2025 : Fondements de la croissance économique et du développement, Décembre 2016, p 180.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

تشكل المسارات الدولية نسبة 93٪ من حركة الملاحة الجوية في تونس. نتيجة للعدد المتزايد لوجهات السفر الدولية، تخضع شبكة حركة الملاحة الجوية التونسية لاتفاقيات ثنائية عديدة مع دول من أوروبا، فضلا عن أفريقيا والمنطقة العربية. بالنسبة لأوروبا، ينصب التركيز الرئيسي على مناطق وسط وغرب الاتحاد الأوروبي، في ظل ضعف التواصل أو انعدامه مع شرق أوروبا وشمالها، فضلا عن إسبانيا والبرتغال.

تمخض عن المحادثات الأولية حول تحرير حركة الملاحة الجوية عقد الاتحاد الأوروبي محادثات غير رسمية مع الحكومة التونسية لسنوات عديدة. ففي 9 ديسمبر 2008، إعتمد مجلس الاتحاد الأوروبي قرارا يخول المفوضية الأوروبية صلاحية فتح مفاوضات مع تونس لعقد اتفاقية أوروبية متوسطة للنقل الجوي، كجزء من عملية إنشاء منطقة طيران مشتركة أوسع نطاقا مع البلدان الشرقية والجنوبية المجاورة بحلول عام 2010.¹

لعبت الأهمية التي أولتها تونس للبنية التحتية للنقل الجوي في المناطق السياحية دورا حيويا في تنمية السياحة وتسويق رحلات الطيران، فقد أنشأت منذ نهاية سنوات الستينيات أول مطارات بكل من المنتستير وجربة. لقد سهلت البنى التحتية للنقل الجوي الواقعة بالقرب من أماكن الإقامة الساحلية، عملية نقل السياح على متن الطائرة كما ساعدت على بروز السياحة الجماعية حيث تتعدد المطارات على الساحل من بنزرت إلى جربة (تونس- قرطاج، سقانس- المنتستير، صفاقس- الماو، جربة- مليطة، توزر- نفطة).

في الواقع، يمتلك البلد 9 مطارات دولية. توفر أكثر من 2000 رحلة أسبوعية وتخدم ما يقارب 50 مدينة عالمية، بطاقة إجمالية سنوية قدرها 19,05 مليون مسافر، تضمن هذه المطارات خطوط مباشرة إلى أوروبا، دول المغرب والشرق الأوسط. باستثناء مطار النفيضة والمنستير اللذين تسيروهما le consortium turc TAV القابضة، أما المطارات الأخرى فيسيرها الديوان التونسي للطيران المدني والمطارات (OACA). حاليا، تتقاسم 40 شركة طيران السوق لنقل السياح نحو مطارات تونسية.

تمثل ثلاث مطارات، هي: تونس قرطاج، المنتستير الحبيب بورقيبة، جربة جرجيس، 97٪ من إجمالي حركة الملاحة الجوية. للتغلب على هذه العقبة وضمان مرونة أفضل، برمجت الحكومة، في المخطط العاشر، مشروع إنشاء مطار دولي جديد في النفيضة، خارج المناطق الحضرية، يتسع لخمسة ملايين راكب في السنة بهدف التخفيف من ازدحام مطارات تونس قرطاج والمنستير.²

¹ تشارلز إي شلومبيرغر، نورا ويسكوف، مرجع سبق ذكره، ص 252، 254.

² Etude sur les meilleures initiatives en matière de concrétisation sectorielle du développement Durable, Op.cit. p 135.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

في بداية سنوات 2000، أصبحت الرحلات الجوية المستأجرة تمثل حوالي 60٪ من النقل الجوي الدولي نحو تونس. ومن هنا تأتي أهمية هذه الرحلات منخفضة التكلفة لنموذج السياحة التونسية، وهو نموذج يعتمد على حزمة للرحلات، مما ساهم بشكل كبير في تطوير النقل الجوي ونمو رحلات الطيران المستأجر.

الجدول رقم 21: البنية التحتية للنقل الجوي في تونس

اسم المطار	تاريخ بداية استغلاله	المساحة (هكتار)	مساحة محطة المطار (م ²)	سعة محطة المطار (مسافر/ سنة)
تونس - قرطاج	1940	820	57448	4500000
المنستير - سقانس	1968	199,5	28000	3500000
جربة - جرجيس	1970	295	16000	4300000
تورز - نفطة	1980	690	6500	400000
طبرقة - عين دراهم	1992	240	5400	250000
صفاقس - طينة	1980	327	2000	500000
قفصة - قصر	1999	50	2500	200000
قابس - مطماطة	2008	438	2000	200000
النفیضة - الحمامات	2009	4300	90000	5000000

المصدر: (2013) auteur, d'après les données de l'OACA et TAV Tunisie

تتجلى هيمنة الرحلات الجوية المستأجرة من خلال مثال مطار المنستير سقانس، الذي تم اعتباره سنة 2010 كأول مطار مستأجر في تونس. فقد ضمن خلال هذه السنة 23050 رحلة غير مجدولة، 82٪ منها رحلات مستأجرة. وبلغ إجمالي عدد المسافرين ضمن الرحلات الدولية 3200640 مسافر، وصل منهم 83٪ على متن رحلات الطيران المستأجر. تم تصنيف هذا المطار حتى عام 2010 في المرتبة الثانية من حيث عدد المسافرين بعد مطار تونس قرطاج.

خلال عام 2010، تم ربط مطار المنستير سقانس بأكثر من 30 وجهة؛ نحو 70 مطارا أوروبيا، وأربعة مطارات إفريقية (الدار البيضاء، طرابلس، القاهرة، الجزائر)، ومطار في الشرق الأوسط (جدة). تم تسويق الرحلات الجوية الدولية من قبل أكثر من 25 شركة طيران. باستثناء الشركات التونسية، Tunisair و Tunisair Express و Nouvelair ، و Transavia France و Europe Airpost، التي توفر كل من الرحلات المجدولة والرحلات المستأجرة، أما الشركات الأخرى فلا تنظم سوى الرحلات المستأجرة.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

هكذا، تمكنت تونس من الحصول على حصة كبيرة من التدفقات الجوية والحفاظ على السيطرة على نمو القطاع، من خلال شركة الخطوط الجوية التونسية بشكل خاص. في عام 2010، غطت شبكة الخطوط الجوية التونسية المنتظمة 28 دولة وأكثر من 44 مدينة. وقد نقلت مجموعة الخطوط التونسية (Tunisair و Express) 10.29 مليون مسافر؛ 54٪ رحلات الطيران العارض و 46٪ رحلات منتظمة.¹

يمنع الإطار التنظيمي لحماية Tunisair شركات الطيران الأخرى من تقديم بدائل أخرى للنقل، مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار وانخفاض جودة الخدمات للمسافرين التونسيين.²

أدت ديناميكية القطاع الجوي إلى ولادة ثلاث شركات طيران تونسية خاصة أخرى: Nouvel Air، التي تم إنشاؤها في عام 1989، شركة Karthago Airlines، التي تم إنشاؤها في عام 2002 (تم دمج هاتين الشركتين في عام 2008، وتم الاحتفاظ بتسمية Nouvel Air التجارية) و Syphax Airlines التي تم إنشاؤها في عام 2011. في عام 2013، سيطرت مجموعة Tunisair وشركة Nouvel Air على أكثر من 50٪ من رحلات الطيران المستأجر.

في الواقع، مع التراجع المطرد في أسعار تذاكر السفر جوا، أصبحت الحزم السياحية الشاملة، النوع الأكثر تطورا من الباقات المتوفرة في السوق الأوروبية، كما أضحت سمة مميزة للسياحة المتوسطة، خاصة بالنسبة للدول الواقعة على الضفة الجنوبية للبحر الأبيض المتوسط.

بشكل عام، تتم هذه الرحلات كجزء من رحلة جماعية ينظمها مشغلو الرحلات السياحية الذين يسوقون الوجهة التونسية، يمتلك معظمهم شركات طيران خاصة بهم ويستأجرون طائرات كاملة لنقل السياح في إطار رحلات الطيران المستأجر. بالنسبة لهؤلاء الفاعلين، يعتبر النقل مجرد رابط واحد في سلسلة سياحية تشمل الإقامة والترفيه. كذلك بالنسبة لرحلات الطيران المستأجر، على سبيل المثال، تجعل أسعار النقل حزمة السياحة متاحة لطبقة اجتماعية أوسع. تشمل صيغة الرحلة السياحية عن طريق الجو أو مجموعة الرحلات الجوية تذكرة سفر، النقل إلى الفندق، تكاليف الإقامة، الإطعام (إقامة كاملة أو إقامة مع وجبتي طعام) وأحيانا تكاليف الرحلات التي تنظمها وكالات السفر.³

¹ Mohamed Souissi, **Transport aérien et expansion du forfait touristique : l'exemple de la Tunisie**, Transport et tourisme : rapports mobilités – territoires, no 7, 2016, p p 47, 48.

² Groupe de la Banque Mondiale, **La révolution inachevée : Créer des opportunités, des emplois de qualité et de la richesse pour tous les Tunisiens**, Revue des politiques de développement, 24 Mai 2014, p p 93, 94.

³ Mohamed Souissi, **Transport aérien et expansion du forfait touristique : L'exemple de la Tunisie**, Op.cit. p 49.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

يصف بوهديّة النموذج التونسي بقوله:

"السائح ليس فقط زائر بل هو زبون، هناك عقد ثنائي يتضمن مجموعة من الخدمات الواجب توفيرها على أحسن صورة ممكنة".¹

منذ سنوات، يستفيد السائح الأجنبي من إقامة لأسبوع واحد وفقا لصيغة "شاملة كليا" (تذكرة سفر، نقل إلى الفندق، وجبة، إقامة) مقابل 200 أورو (ما يقارب 400 دينار تونسي)، في حين أن التونسي يجب أن يدفع مبالغ تتراوح بين 100 دينار تونسي في الليلة، في فندق 4 نجوم، إلى 180 دينار تونسي في فندق 5 نجوم.

يفسر المهنيون ذلك بأن السائح الأجنبي يمر عبر وكالة سفر ويستفيد من التخفيضات المخصصة للرحلات الجماعية، بينما يقوم التونسي بالتصرف شخصا حيث يقوم بالحجز بنفسه. علاوة على ذلك، لا يخطط السائح التونسي لعطلاته مقدما.²

تمثل سياسة السماء المفتوحة إحدى الأدوات الأساسية في فتح الأجواء التونسية، التي ستسمح بالوصول إلى تونس عن طريق رحلات منخفضة التكلفة، وهي الطريقة الرئيسية لاستقطاب السياح. كان من المقرر أن يتم إبرام اتفاقية "السماء المفتوحة" بين تونس والاتحاد الأوروبي في نهاية عام 2011. لكن الدولة التونسية عزفت عن هذا الاتفاق تخوفا منها على مستقبل شركة الخطوط الجوية التونسية وقدرتها على دعم المنافسة الحرة. ومع ذلك، فإن الخسائر التي سجلتها الخطوط الجوية التونسية في عام 2011، والتي يمكن تفسيرها بمساهمتها في خطة إنقاذ الموسم السياحي التي تضمنت العروض الترويجية والتنازلات الجمركية والتعاقدية المقدمة لمنظمي الرحلات السياحية، لمواجهة انخفاض أعداد السياح الناجم عن تردي الأوضاع الأمنية والمخاطر، لا يزال ينعكس على اتخاذ هذا القرار.³

حاليا، يُسمح للشركات الجوية الأجنبية بدخول تونس في إطار إتفاقيات ثنائية، يتم إبرامها مع جميع البلدان المصدرة للسياح حيث يتم تحديد قواعد الاستغلال المتعلقة بالمرور (نقاط الخدمة، وتيرة الرحلات، واللوائح التجارية). فقط قطاع الطيران المستأجر تم تحريره بالكامل منذ السبعينيات.

لا يسمح الوضع الحالي بتطوير رحلات منخفضة التكلفة إلى البلاد. في الواقع، إن الطابع الثنائي للاتفاقيات الجوية التي اقترحتها تونس يمنع التكامل الجوي الحقيقي مع الاتحاد الأوروبي؛ إذا تمكنت شركة فرنسية من الربط بين

¹ Robert Lanquar, Sociologie du tourisme et des voyages, Que Sais-Je ? Op.cit. p 91.

² Abdelhamid Gmati, **Tourisme intérieur - Le Tunisien est un touriste permanent!**, AllAfrica.com, French ed. [Washington] 29 June 2011, <https://fr.allafrica.com/stories/201106290624.html>

³ Institut de Prospective Economique du Monde Méditerranéen, **Tunisie: 9 propositions pour relancer le développement économique**, Septembre 2011, p 5.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

أي مطار في فرنسا وأي مطار في تونس، وفقا للقواعد التي حددتها الاتفاقية الجوية الفرنسية التونسية، فسيُحظر إجراء اتصال من مطار غير فرنسي. شركات الطيران الأوروبية منخفضة التكلفة هي الإنجليزية (Easyjet) والأيرلندية (Ryanair). وبالتالي، لا تستطيع هذه الأخيرة، تطوير روابط منخفضة التكلفة بين أوروبا وتونس. في ظل هذه الظروف، فإن التوقيع على اتفاقية مفتوحة مع الاتحاد الأوروبي سيسمح بإنشاء شبكة جوية كبيرة منخفضة التكلفة بين تونس وشمال البحر الأبيض المتوسط.¹

من الجدير بالذكر أنه تم تبني هذه السياسة الخاصة بجميع أنواع حركة المرور المتجهة إلى توزر وطبرقة والترخيص لها بتخصيص رحلات منخفضة التكاليف إلى مطاري المنستير وجربة.

لهذا السبب، ينبغي التعجيل بالمفاوضات الحالية مع الاتحاد الأوروبي ووضعها في صيغتها النهائية، مع اتخاذ تدابير لضمان عدم قيام هذه المبادرة بتهديد الشركات الوطنية التي لها دور أساسي في تعزيز السياحة التونسية في الأسواق التقليدية واختراق الأسواق الجديدة. وأخيرا، سيتطلب برنامج السماء المفتوحة برنامجا لترقية البنية التحتية للمطارات خاصة في تونس العاصمة. ينبغي مواصلة الجهود المبذولة لإعادة الهيكلة المالية وإعادة هيكلة الخطوط الجوية التونسية وتسريع برنامج تحديد الأسطول.² ينطوي هذا التوجه أيضا على تحرير الإطار التنظيمي، ومراجعة رسوم المطارات وتطوير قدرات استيعاب الفنادق في مطار تونس قرطاج وحوله، فضلا عن إنشاء عرض تجاري رئيسي.

2- النقل البحري:

يتم توفير خدمة نقل المسافرين والسياح من قبل الشركة التونسية للملاحة CTN. ولضمان أنشطة هذا القطاع، يوجد في تونس أسطول تجاري مكون من خمس سفن، بما في ذلك عبّارتين للسيارات، وناقلة للشركة التونسية للملاحة وناقلات البضائع الخاصة.

يضمن أسطول الشركة التونسية للملاحة نقل 59٪ من إجمالي حركة السيارات، و 55٪ من إجمالي حركة المسافرين وحوالي 5.5٪ من إجمالي حركة النقل البحري. أما بالنسبة لنشاط المشغلين الخواص، فإنه يقتصر أساسا على نقل السواكب، ويتم 3/2 منها من قبل الملاحة الوطنية.

على مستوى النقل البري للموانئ، باستثناء موانئ قابس وجرجيس، تقع جميع الموانئ في المناطق الحضرية حيث غالبا ما تكون الطرق مزدحمة، ولا تسمح بمرونة منتظمة لحركة الميناء.

¹ L'Institut de Prospective Economique du Monde Méditerranéen, **Le Tourisme en Tunisie : Les défis à l'heure de la transition démocratique**, par Maxime Weigert, Les Notes IPEMED, Janvier 2012, p 28.

² Tunisie en 2025 : Fondements de la croissance économique et du développement, Op.cit. p 180.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

سجل هذا القطاع الفرعي معدل نمو بلغ حوالي 1.9٪ سنويا خلال فترة الخطة العاشرة المتعلقة بالنقل البحري. كما تم تنفيذ برنامج لتطوير الموانئ خلال الفترة نفسها، بهدف تحسين الإنتاجية، وتبسيط الإدارة، وتعزيز البنية التحتية. يتضمن هذا البرنامج على وجه الخصوص إقناء القطاع الخاص ثلاث سفن لتعزيز الأسطول الوطني.¹

شهد نشاط الرحلات السياحية البحرية تراجعاً ملموساً نتيجة الهجمات الإرهابية، ما أدى إلى تعليق جميع الرحلات السياحية البحرية، نحو ميناء حلق الوادي، حتى نهاية سنة 2015 وتحويلها إلى وجهات أخرى مثل مالطا وإسبانيا وإيطاليا.²

الجدول رقم 22: حركة السياح عبر الموانئ التونسية (2010-2015)

2015	2014	2013	2010	
15	175	201	406	عدد السفن
53780	441172	511635	895403	عدد السياح

المصدر: الجمهورية التونسية، وزارة النقل، ديوان البحرية التجارية والموانئ، التقرير السنوي 2015، ص 32.

بلغ عدد السفن السياحية 15 سفينة سنة 2015 بعدما وصل إلى 406 سفينة سنة 2010 حيث عرف انخفاضاً واضحاً. نفس الأمر بالنسبة لعدد السياح الذين وصل عددهم إلى 53780 سائحا فقط سنة 2015 بعدما بلغ عددهم 895403 سائحا سنة 2010.

تتكون سلسلة الموانئ التونسية من ثمانية موانئ:

- ميناء حلق الوادي: أنشئ سنة 1835، يقع على بعد 10 كم من العاصمة تونس، يتخصص في حركة المسافرين والرحلات البحرية.

- ميناء رادس: بدأ استغلاله سنة 1987 وهو متخصص في حركة الحاويات والوحدات السيارة.

¹ Etude sur les meilleures initiatives en matière de concrétisation sectorielle du développement Durable, Op.cit. p 129.

² الجمهورية التونسية، وزارة النقل، ديوان البحرية التجارية والموانئ، التقرير السنوي، 2015، ص 9، 10.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

- ميناء بنزرت/ منزل بورقيبة: أنشئ سنة 1890، متخصص في حركة المحروقات بحكم قربه من مصفاة النفط القريبة من مدينة جرزونة.
- ميناء سوسة: أنشئ سنة 1885، يقع وسط تونس حيث يحتل موقعا استراتيجيا يسمح له أن يكون المنطقة الخلفية الواسعة لها، وهو متخصص في معالجة البضائع المختلفة.
- ميناء صفاقس: أنشئ سنة 1894، وهو ميناء متعدد الاختصاصات، يتكون الجزء الأكبر من حركته من الحبوب والفوسفات ومشتقاته والملح البحري.
- ميناء قابس: أنشئ سنة 1972 ويسمى أيضا ميناء قابس الصناعي، يركز على معالجة المواد الكيميائية لحساب المصانع المجاورة له.
- ميناء جرجيس: أنشئ سنة 1988، يؤمن المبادلات التجارية في الجهة مع التركيز على صادرات الملح البحري والنفط الخام وواردات المنتجات النفطية البيضاء.¹
- ميناء الصخيرة: للميناء بنية تحتية هامة لتخزين النفط الخام ومنتجات البترول المكرر، فضلا عن خطوط أنابيب التحميل والتفريغ.²

3- النقل البري:

توجد ثلاث شركات عمومية تهتم على قطاع النقل العمومي: شركة النقل التونسية أو STT تسمى أيضا Transtu؛ الشركة الوطنية للنقل ما بين المدن (SNTRI) بحصة متواضعة نسبيا مقارنة مع Transtu؛ والشركة الوطنية التونسية للسكك الحديدية (SNCFT). ومن المقرر أيضا توفير سعة نقل إضافية في منطقة تونس الكبرى لعام 2018 مع دخول شبكة السكك الحديدية السريعة حيز الخدمة (RFR) إلى جانب تطوير أنظمة حديثة لإدارة حركة المرور كأنظمة النقل الذكية.³

¹ الجمهورية التونسية، وزارة النقل، ديوان البحرية التجارية والموانئ، التقرير السنوي، 2015، ص 55، 60.

² الموقع الإلكتروني لديوان البحرية التجارية والموانئ، الرابط: <http://www.ommp.nat.tn/skhira-port/?lang=ar>

³ République tunisienne, Livre Blanc relatif au secteur des transports et de la logistique, 18 mai 2016, p 28.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

تغطي شبكة الطرق التونسية حوالي 20.000 كم من الطرق بما فيها 640 كم من الطرق السريعة في جميع أنحاء البلاد، وتربط المناطق الحضرية الرئيسية. يُتوقع أن تصل شبكة الطرق إلى أكثر من 1000 كم من الطرق السريعة في نهاية خطة التنمية الخماسية (2016-2020).¹

في إطار إنجاز الطريق السيار الرابط بين قابس، مدين ورأس جدير تم الانتهاء من الجزء الذي يربط تونس العاصمة بصفاقس وتم الشروع في مشروع إنجاز القسم الرابط بين مدين ورأس جدير، والذي خصص له غلاف مالي قدره 847,46 مليون دينار تونسي. يقع هذا الطريق السيار في المنطقة الجنوبية الشرقية لتونس. تتميز المنطقة بنشاطات ذات طابع سياحي، خاصة جزيرة جربة. كما أن هذه المنطقة قريبة من الحدود مع ليبيا التي تعتبر الشريك التجاري الثاني لتونس بعد الاتحاد الأوروبي، كما تعتبر تونس الوجهة المفضلة للسياح الليبيين، تستقبل هذه المنطقة حوالي 1,8 مليون سائح سنويا. في هذا السياق، يعتبر الطريق الوطني رقم 1 الذي يربط العاصمة تونس بالحدود الليبية الطريق المفضلة للتنقل. من جهة أخرى، يندرج هذا المشروع في إطار الطريق السريع المغاربي.² يتضمن هذا المشروع إنشاء ممر طريق سريع مستمر من أغادير بالمغرب، إلى رأس جدير بليبيا.³

بالإضافة إلى ما سبق، تم التخطيط لثلاث فئات من الطرق السريعة الحديثة في وسط الغرب؛ تم برجة قسم للطريق السريع على المدى القصير والمتوسط حتى القيروان، كما تم التخطيط لإنجاز ثلاثة أقسام للطريق السريع على المدى الطويل بين القيروان والقصرين، وبين القيروان وقفصة. كما يوفر المشروع طريقا سريعا يربط بين القصرين والكاف، فضلا عن طريق سريع آخر بين النفيضة والقيروان.⁴

في مجال الطرقات والجسور؛ تقدر الاستثمارات الإجمالية خلال سنة 2016 بحوالي 750 مليون دينار تم تخصيصها لتهيئة وتدعيم الطرقات المهيكلية بالمدن الكبرى وطرقات تونس الكبرى وتوفير وصلات ربط بين مختلف التجمعات العمرانية والمناطق الصناعية والأقطاب التجارية بشكل يضمن سيولة أكبر لحركة المرور.⁵

¹ http://www.investintunisia.tn/Fr/infrastructure-ferroviaire-et-routiere_11_136

² Banque Africaine de Développement, **Projet : Projet de construction de la liaison autoroutière Gabès-Medenine-Ras Jedir tronçon Medenine-Ras jedir**, Pays : Tunisie, Rapport d'évaluation du projet, Janvier 2011, p 1.

³ Livre Blanc relatif au secteur des transports et de la logistique, Op.cit. p 17.

⁴ Schéma Directeur d'Aménagement de la région économique du centre-ouest, Op.cit. p 207.

⁵ الجمهورية التونسية، وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، **الميزان الاقتصادي لسنة 2016**، أكتوبر 2015، ص 37.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

في نفس السياق، عملت وزارة النقل على تعزيز الثقافة الرقمية ومجتمع المعرفة من خلال تكثيف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وذلك باعتماد خطة شاملة لزيادة استخدام أنظمة النقل الذكية "ITS" لتحسين كفاءة النقل وتحسين القدرة التنافسية للوكالات العاملة في هذا القطاع.¹

إضافة إلى ذلك، تم برمجة العديد من المشاريع لتحسين النقل السياحي، من بينها: إنشاء جسر حلق الوادي، التسريع بإنشاء مرآب السيارات بالعاصمة تونس وكذلك الميترو الجديد بفتح خطوط جديدة بالعاصمة، تطوير حظيرة سيارات بالمنطقة الساحلية الحمامات.² ومن بين أهم المشاريع لسنة 2018، تم برمجة إنجاز دراسة لمشروع مترو صفاقس.³

4- النقل بالسكك الحديدية:

يغطي نشاط نقل المسافرين والبضائع كامل التراب التونسي تقريبا عبر شبكة من السكك الحديدية تتكون من 23 خط يقدر طولها الإجمالي ب 2165 كم منها:

1686 كم سكة متريّة من بينها 90 كم سكة مكهربة (65 كم بين سوسة و باب الجديد - منستير - المهدية و 25 كم بين تونس - حمام الأنف - برج السدرية)، 471 كم سكة عادية.

توفر السكك الحديدية 267 محطة ونقطة توقف و 3 خطوط تربط بين السكة الحديدية والطريق لتدعيم النقل متعدد الوسائط للمسافرين: الأول خط قابس - تيطاوين على مسافة 136 كم، الثاني خط قابس - جربة على مسافة 125 كم، والثالث خط قابس - جرجيس على مسافة 177 كم.

يؤمن هذا النشاط بواسطة وحدات متخصصة:

- ✓ وحدة أعمال نقل المسافرين على الخطوط البعيدة، تهتم بنقل المسافرين بين المدن.
- ✓ وحدة أعمال نقل المسافرين نواحي تونس، تهتم بنقل المسافرين بين تونس وبرج السدرية.

¹ Livre Blanc relatif au secteur des transports et de la logistique, Op.cit. p 17.

² Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016, Conditions de valorisation des ressources touristiques culturelles, écologiques et sahariennes, Op.cit. p 25.

³ الجمهورية التونسية، وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، الميزان الاقتصادي لسنة 2018، أكتوبر، 2017، ص 48.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

✓ وحدة أعمال نقل المسافرين جهة الساحل، تهتم بنقل المسافرين بين سوسة باب الحديد والمنستير والمهدية.¹

تبلغ قيمة المشاريع المتعلقة بالنقل الجماعي 1782 ألف دينار خلال المخطط الحادي عشر. المشاريع المعنية هي: مشروع توسيع خط تونس- المروج ومدينة تونس- المركز الجامعي بمنوبة وكهربية الخط الجنوبي بين تونس وبرج السدرية، إضافة إلى مشروع شبكة السكك الحديدية السريعة (RFR).²

ثانيا: وضعية الحظيرة الفندقية في تونس

بعد الاستقلال، اختارت السلطات التونسية السياحة كأحد القطاعات الرئيسية لتحقيق التنمية. لكن خلال هذه الفترة، كان هناك قليل من الكفاءات المتخصصة في هذا المجال. وهو ما دفع الدولة إلى تأسيس المؤسسة الفندقية والسياحية التونسية (SHTT) بهدف تشييد فنادق، ودفع رجال الأعمال إلى الاستثمار في القطاع السياحي، ما أدى إلى ارتفاع القدرة الفندقية خلال 40 سنة من 4077 سرير (74 وحدة فندقية) إلى 226153 سرير (800 وحدة فندقية).³

شجع الأمر رقم 66-339 الصادر في 2 سبتمبر 1966⁴ الدولة على بناء المنشآت الفندقية والسياحية، فخلال الفترة بين 1963 و 1972، تم بناء 157 فندقا، بما في ذلك 100 بين عامي 1968 و 1969.

أخذ عدد الأسرة نفس المنحى. فقد تضاعف بأكثر من 8٪، بين سنتي 1963 و 1972، من 5750 سرير إلى 47800 سرير. وهو نفس الشيء بالنسبة لمتوسط عدد الأسرة في الفنادق، والتي انتقلت من 158 سريرا في عام 1969 إلى 198 سريرا في عام 1972.⁵

¹ الموقع الإلكتروني للسكك الحديدية التونسية، الرابط:

http://www.sncft.com.tn/Ar/%D9%85%D9%82%D8%AF%D9%91%D9%85%D8%A9-%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%91%D8%A9_11_13

² Etude sur les meilleures initiatives en matière de concrétisation sectorielle du développement Durable, Op.cit. p 116.

³ Wafa Khelif, L'hôtellerie tunisienne : radioscopie d'un secteur en crise, L'Année du Maghreb, 2004, mis en ligne le 08 juillet 2010, consulté le 20 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/325> ; DOI : 10.4000/anneemaghreb.325

⁴ أمر عدد 66-339 لسنة 1966 يتعلق بتشجيع الدولة لبناء النزل والمجموعات السياحية، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، العدد 38، السنة 109، الصادر يوم الثلاثاء 6 سبتمبر 1966، ص 1579.

⁵ J. Mehdi Chapoutot, De la qualité à la qualité totale, les systèmes d'appui à la qualité, dans l'hôtellerie tunisienne, Les Cahiers Internationaux du Tourisme, No 2, Publication du Centre International de Recherche Vatel en Tourisme et Hôtellerie, France, Mai 2008, p 27, 28.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

في عام 1977، بلغ عدد الفنادق 288 فندقاً، بسعة إجمالية قدرها 64000 سرير. تمثل الفنادق المصنفة 71٪ من عدد الأسرة، القرى السياحية 13٪ والنزل العائلية 0.5٪ والفنادق غير المصنفة 15.5٪.¹

ارتفع نصيب الفنادق من فئتي 4 نجوم و 5 نجوم من 12٪ عام 1977 إلى 36٪ عام 1997، بينما ظل عدد الفنادق من فئة 3 نجوم ثابتاً. تم تجهيز تونس، التي تعتبر "وجهة رخيصة لزبون متوسط الدخل"، بمباني فنادق فخمة.² لكن التصنيف والجودة ليسا مترادفين دائماً. فهناك بالفعل خلط بين الجوانب النوعية للخدمات الفندقية والجوانب المادية والكمية للمنشآت الفندقية. أيضاً، لا يتوافق تسويق العديد من هذه المنشآت مع التصنيف المعتمد.

في وقت مبكر من عام 1998، تم إنشاء لجنة لإعداد نص جديد، يتعلق بتصنيف وحدات الفنادق والذي احتلت فيه الجودة مكاناً بارزاً. يتعلق الأمر بقرار صادر من وزراء التجارة والسياحة والترفيه والصناعات التقليدية بتاريخ 4 فيفري 2000³ المتعلق بتحديد الحد الأدنى من معايير تصنيف الفنادق السياحية وشروط منح علامة الجودة والتخصص.⁴

أسفرت إستراتيجية النمو المعتمدة على مدى عقود من الزمن عن وجود طاقة إنتاجية عالية وغير متنوعة، ينحصر هذا العرض في السياحة الساحلية. وقد دفعت هذه الطاقة الفندقية الزائدة إلى الاعتماد بشكل متزايد على منظمي الرحلات السياحية لبيع المنتج السياحي التونسي. بالإضافة إلى ذلك، فإن ظهور وجهات منافسة يميزها على وجه الخصوص إنخفاض تكلفة النقل الجوي والذي زاد من صعوبة فرض وكلاء السياحة التونسيين لأنفسهم على الساحة، مما دفعهم إلى تخفيض الأسعار لمواجهة معدل الاشتغال المنخفض. ونتيجة لذلك، تتمتع الفنادق التونسية بمستوى منخفض من الربحية يؤثر على جودة خدماتها.

لمعالجة هذه القضايا، اتخذت الحكومة عدداً من التدابير، مثل اعتماد معايير جديدة لتصنيف الفنادق الجديدة عام 2005، وبرنامج لتنويع المنتج السياحي وتعزيز معايير الجودة.⁵

¹ J. Mehdi Chapoutot, Op.cit. p 30.

² Ibid. p 31.

³ قرار مؤرخ في 4 فيفري 2000 يتعلق بضبط أدنى القواعد الواجب احترامها لترتيب النزل السياحية وشروط إسناد علامة الجودة والتخصص، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، العدد 010، السنة 143، ص 326.

⁴ J. Mehdi Chapoutot, Op.cit. p 32.

⁵ Kalthoum Sammari, Wassel Madani, L'Industrie Touristique Tunisienne : Un modèle économique à rénover, December 2007, www.fitchratings.com, p 1.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

بدعم من جهود الدولة المستمرة لبناء بنية تحتية حديثة ومجموعة من التدابير والحوافز المالية، عرف العرض الفندقي نموا سريعا، كما هو موضح في الجدول أدناه:

الجدول رقم 23: تطور الطاقة الفندقية (1971-2009)

السنوات	عدد المنشآت	عدد الأسرة	متوسط عدد الأسرة
1971	226	41225	182
1980	319	71529	224
1990	508	116534	229
2000	736	197453	268
2009	856	239900	280

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

نمت قدرات الإيواء كما زاد متوسط عدد الأسرة زيادة معتبرة. في الواقع، تتوافق هذه الزيادة في القدرة الاستيعابية لكل وحدة مع الطلب من منظمي الرحلات السياحية الذين يطلبون الحد الأدنى من القدرات لكل منطقة سياحية. ترافق هذا التطور مع ارتفاع فئة المنشآت الفندقية ذات 4 و 5 نجوم، في حين أنها كانت تقتصر على منشآت من فئة 3 نجوم، وذلك خلال النصف الأول من هذه الفترة¹. تُقدر المنشآت الفندقية المصنفة بما يقارب 90٪ من سعة الإيواء، وتنقسم المنشآت الأخرى إلى قرى سياحية وفنادق غير مصنفة (حوالي 5٪ لكل منها).

الجدول رقم 24: تطور الطاقة الفندقية حسب فئة التصنيف (1990-2009)

الوحدة: عدد الأسرة بالآلاف

2009	2004	2002	1990	
28,709	25,724	24,156	7,1	5 نجوم
77,138	74,774	62,649	12,8	4 نجوم
85,379	78,149	78,196	85,379 45,5	3 نجوم
22,609	21,771	22,627	23,1	2 نجوم
5,249	2,987	2,965	3,1	1 نجمة
219,084	203,405	190,593	91,6	إجمالي الفنادق المصنفة

¹ l'Agence Japonaise de Coopération Internationale (JICA), Etude du Plan Directeur de Développement du Tourisme en République Tunisienne à l'horizon 2016, Mars 2000, p 4.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

9,047	10,105	12,087	11,6	القرى السياحية
2,144	1,416	1,34	0,9	النزل
9,615	11,227	10,299	9	الفنادق غير المصنفة
239,890	226,153	214,319	113,100	الإجمالي

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

نلاحظ أن نسبة الفنادق ذات خمس نجوم قد عرفت ارتفاعا خلال الفترة الممتدة بين 1990 و 2009، فقد بلغت 7,75٪ سنة 1990، 12,67٪ سنة 2002، 12,65٪ سنة 2004، و 13,10٪ سنة 2009 من إجمالي عدد الفنادق.

أما الفنادق من فئة أربع نجوم فقد ارتفعت حتى سنة 2004 لتعرف انخفاضا ضئيلا سنة 2009، حيث سجلت نسبة 13,97٪ من إجمالي الفنادق المصنفة سنة 1990، لتصل إلى 32,87٪ سنة 2002، و 36,76٪ سنة 2004 لكنها انخفضت سنة 2009 لتسجل نسبة 35,21٪.

بالنسبة للفنادق من فئة ثلاث نجوم نلاحظ انخفاضها خلال هذه الفترة حيث سجلت النسب الآتية: 49,67٪ سنة 1999، 41,03٪ سنة 2002، 38,42٪ سنة 2004، 38,97٪ سنة 2009. عرفت الفنادق من فئة نجمتين بدورها انخفاضا خلال نفس المدة (25,22٪، 11,87٪، 10,70٪، 10,32٪). أما الفنادق ذات نجمة واحدة فقد عرفت تذبذبا حيث بلغت 40,2٪ سنة 1999 لترتفع إلى 11,87٪ سنة 2002 ثم انخفضت سنة 2004 لتبلغ 47,1٪ واستمرت في الانخفاض لتستقر عند نسبة 38,3٪ سنة 2009.

فيما يخص القرى السياحية، عرفت هذه الأخيرة انخفاضا ملحوظا خلال السنوات التالية: 1999، 2002، 2004، 2009 حيث بلغت حصتها من إجمالي الفنادق المصنفة النسب الآتية، على التوالي، 5,6٪، 4,5٪، 3,8٪.

أما بالنسبة للنزل فيمكن وصف نسب حصته خلال هذه الفترة بالمتذبذبة (0,8٪ سنة 1999، 0,6٪ سنة 2002، 0,6٪ سنة 2004، 0,9٪ سنة 2009). أما الفنادق غير المصنفة فكانت نسبتها متذبذبة خلال نفس الفترة (0,8٪، 4,8٪، 5٪، 4٪).

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

علاوة على ذلك، يدل هذا التطور، على مدار الفترة الزمنية التي تمت ملاحظتها، على أن الخلل في التوازن يزداد تدريجياً؛ تتقدم صناعة الفنادق في حين أن قدرة السرير في القرى السياحية تبقى راکدة. إن تراجع الفنادق غير المصنفة يعود إلى الارتفاع العام في مستوى الفنادق التونسية.¹

بالإضافة إلى ما سبق، تعاني الفنادق التونسية جملة من المشاكل، منها عبء الديون المالية، ف منذ 2000، تواجه الفنادق ركوداً في الطلب، وذلك بسبب عدم كفاية نوعية الخدمات المقدمة. ونتيجة لذلك، ضعفت الإنتاجية ولم يعد أصحاب الفنادق يملكون ما يكفي من المال للاستثمار في تحديث هذه الهياكل الفندقية لجذب المزيد من السياح. وهو الأمر الذي أدى بهم إلى طلب الحصول على قروض ما أدى إلى تراكم الديون عليهم. بين عامي 1983 و 2008، ارتفع مجموع الديون من 178 مليون دينار تونسي إلى 3176 مليون دينار تونسي.

يدفع هذا العجز المالي أصحاب الفنادق للاعتماد على اليد العاملة غير المؤهلة للتقليل من تكلفة الرواتب. وبالتالي، أصبح أصحاب الفنادق مدينين على نحو متزايد، دون أن يكونوا قادرين فعلاً على تحمل هذه المديونية خاصة مع قلة تنوع العرض السياحي إضافة إلى انخفاض عدد الليالي المقضية.²

إن إخفاقات السياحة التونسية لها علاقة مباشرة بتطور صناعة الفنادق التونسية. في الواقع، تشكل هذه الأخيرة الجزء الأكبر من عائدات السياحة في البلاد، لدرجة أن البعض يخلط بين السياحة والفنادق.

كل هذه السلبيات لها تأثير واضح على تقييم الوجهة من قبل الشركات السياحية الأوروبية التي تقع في موقف قوة لأنها قادرة على تحديد أسعار الخدمات السياحية، خاصة في الموسم المنخفض، عندما يضطر المهنيون إلى دفع الضرائب والضمان الاجتماعي وتكاليف الطاقة على الرغم من انخفاض العائدات السياحية.

من جهة أخرى، نلاحظ أن بناء الفنادق والمرافق السياحية كان أسرع بكثير من قدرة مراكز التكوين.³ على الرغم من أن هذه الأخيرة شرط ضروري لضمان السير الحسن لهذه المنشآت.

في الواقع، يعاني المنتج الفندقي من عدة قيود، من بينها أن أغلب الفنادق مصنفة في فئات 3، 4 و 5 نجوم ومركزة في المناطق الساحلية. كما أنه جرى توحيد المنتج الفندقي من ناحية الترميم والديكور. بالإضافة إلى ذلك،

¹ Etude du Plan Directeur de Développement du Tourisme en République Tunisienne à l'horizon 2016, Op.cit. p 5, 6.

² **Les défis touristiques de la Tunisie au lendemain de la révolution arabe**, Réalisé par : Maxime Constantin, Nadine Martins, Raffaella Stampa, Saskia Bieli, Valentine Gaillet, 14 novembre 2013, <https://tourismsierre.files.wordpress.com/2013/11/etude-de-cas6.pdf>, p 2, 4.

³ Etude du Plan Directeur de Développement du Tourisme en République Tunisienne à l'horizon 2016, Op.cit. p 7, 9.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

يحدد منظمو الرحلات السياحية الأسعار، حتى أنهم قادرون على إعادة تصنيف فنادق كشرط لوضعها في كتيباتهم الإخبارية.¹

حسب الخبير محمد ياسين السوسي²، يعاني أصحاب الفنادق من ابتزاز الوكلاء السياحيين الأجانب الذين يسيطرون على مفاتيح سوق السياحة العالمية حيث يقومون بتحديد نصيب تونس من إجمالي الحركة السياحية الدولية، وهو ما ينعكس سلبا على القطاع السياحي التونسي، حيث لم يتمكن من تجاوز سقف 1% من إجمالي السوق الأوروبية.

يُضاف إلى القيود السابقة، مشكلة تتعلق بالموارد البشري، فبالرغم من سعي الدولة إلى تحسين مستوى تأهيل اليد العاملة في المجال السياحي عبر إنشاء المدارس السياحية ومراكز التكوين المتخصصة، إلا أن النتائج مازالت دون المطلوب نظرا لعدة عوامل ترتبط بقدرة الفنادق على تحمل أجور اليد العاملة المدربة، التي تكون مرتفعة نوعا ما، أو نتيجة هجرة تلك اليد العاملة الكفؤة إلى الخارج لتلبية طموحاتها المادية.

أما المشكلة الأخرى فتتعلق بالعلاقة بين أصحاب الفنادق والمصارف، "إذ يجب إيجاد صيغ جديدة للتعامل مع المصارف وتسوية أوضاع الفنادق التي ترزح تحت ضغط الديون، وإعطاء نفّس جديد لها عبر إعادة جدولة ديونها وهيكلتها على مختلف المستويات". يقول السوسي، في هذا الشأن، إن "ما تفرضه المصارف من فوائد مرتفعة واقتطاع الفائض من المبلغ الأصلي للقرض يسبب للمستثمر الشاب، محدود الإمكانيات، صعوبة وعجزا في السيولة. بالإضافة إلى بقاء الإجراءات الإدارية والبيروقراطية التي تعرقل حسن وسرعة سير المشروع".³

الجدول رقم 25: تطور الطاقة الفندقية (2000-2016)

السنوات	عدد المنشآت	السعة (عدد الأسرة)	السعة (متوسط عدد الأسرة)
2000	736	197453	268
2001	755	205605	272
2002	777	214319	276
2003	790	222018	281
2004	800	226153	283

¹ Taoufik Ismail, L'hôtellerie tunisienne : un secteur à revoir, 2012, p 13, <https://fr.slideshare.net/taoufikismail/le-tourisme-tunisien>

² خبير في مجال الفنادق وإدارة النزل حمادي السوسي.

³ محمد سميج، 2.2 مليار دولار إيرادات القطاع الفندقي في تونس، 14 يناير 2015، العربي الجديد، الموقع:

<https://www.alaraby.co.uk>

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

282	229837	816	2005
281	231838	825	2006
283	235727	834	2007
285	238495	837	2008
280	239890	856	2009
282	241528	856	2010
281	242146	861	2011
286	241997	846	2012
284	240249	847	2013
283	240077	848	2014
279	241392	864	2015
285	235018	824	2016

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

نلاحظ أن عدد المنشآت الفندقية عرف ارتفاعا مضطربا في الفترة الممتدة من سنة 2000 حتى سنة 2015 حيث انتقل من 736 منشأة إلى 864 منشأة، لكن انخفاض هذا العدد سنة 2016 حيث قُدر عدد المنشآت الفندقية بـ 824 منشأة. ويرجع ذلك للصعوبات المالية التي عانت منها هذه المنشآت جراء حالة عدم الاستقرار الأمني في تونس، مما اضطر العديد من مالكي هذه الفنادق إلى إغلاقها.

الجدول رقم 26: توزيع الفنادق حسب فئة التصنيف

2016	2015	2014	
29490	28424	29232	5 نجوم
80636	79957	79247	4 نجوم
66402	69525	63756	3 نجوم
27218	29424	33180	نجمتين
6945	7560	6625	نجمة واحدة
210691	214890	212040	إجمالي الفنادق المصنفة
7802	7802	6738	قرى العطل
3056	3164	3130	نزل عائلي
6109	8345	11461	فنادق غير مصنفة

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

7360	7279	6708	منشآت أخرى
235018	241480	240077	الإجمالي

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

بمقارنة إحصائيات سنتي 2014 و 2016، نلاحظ أن عدد الفنادق من فئتي 4 و 5 نجوم زادت بنسبة 3,8٪ و 0,8٪ على التوالي، بينما انخفض عدد الفنادق من فئات 3 و 2 و 1 نجوم بنسبة 5,4 و 7,5 و 1,8 على التوالي، وانخفض كذلك العدد الإجمالي للفنادق بنسبة 2٪. نفس الانخفاض عرفت المنشآت الفندقية من صنف نزل عائلي (-3,4٪) والمنشآت غير المصنفة (26,8٪). وبالتالي نلاحظ أن القطاع الفندقي التونسي يشهد أزمة، علما أن هذا القطاع يُشكل دعامة رئيسية للسياحة التونسية وبالتالي للاقتصاد التونسي.

من جانب آخر، بلغت نسبة الفنادق المصنفة 3,88٪، 89٪، 6,89٪ في سنوات 2014، 2015، 2016 على التوالي. أي أنها عرفت ارتفاعا طفيفا. نفس الأمر بالنسبة لقرى العطل فقد بلغت نسبتها 8,2٪، 2,3٪، 3,3٪ في نفس الفترة. بينما بقيت نسبة فئة النزل العائلي ثابتة، في ثلاث سنوات المذكورة، وهي 3,1٪، أما الفنادق غير المصنفة فبلغت نسبتها 8,4٪، 5,3٪، 6,2٪. نلاحظ انخفاض حصة الفنادق غير المصنفة نتيجة الجهود المبذولة لرفع عدد الفنادق المصنفة. أما المنشآت الأخرى فتمثلت حصتها في 8,2٪، 3٪، 1,3٪ في نفس الفترة.

الجدول رقم 27: توزيع الفنادق حسب المناطق السياحية

2016		2015		2014		المناطق/ السنوات
السعة	عدد المنشآت	السعة	عدد المنشآت	السعة	عدد المنشآت	
18247	94	19688	123	18888	114	تونس - سواحل قرطاج
40490	116	41078	115	39894	113	نابل - حمامات
39013	96	39141	96	39828	102	سوسة
53729	135	54946	145	54141	143	جربة - جرجيس
7333	60	7333	60	7289	58	قفصة - توزر
3535	27	3475	25	3475	25	بنزرت - باجة
18848	42	22222	47	23422	48	المنستير - سقانس
6533	39	6432	37	6396	33	طبرقة - عين دراهم

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

10686	25	10640	25	10638	25	المهدية-صفاقس
572	13	570	13	616	14	سبيطلة-القصرين
19602	44	19724	45	19602	45	ياسمين-حمامات
3336	42	3328	41	3392	43	صفاقس
1734	21	1676	22	1709	21	قابس
997	11	997	11	961	10	القيروان
3999	32	3778	30	3778	29	قبلي
503	9	503	9	499	8	تيطاوين
5861	18	5861	18	5549	17	تونس- جنوب
235018	824	241392	862	240077	848	الإجمالي

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

تقع أغلب المؤسسات الفندقية في جربة جرجيس، نابل الحمامات، سوسة، تونس سواحل قرطاج، وهي مناطق ساحلية، وهو ما يدل على التركيز على تطوير السياحة الساحلية وتهميش أنواع السياحة الأخرى. من جهة أخرى، يوجد أقل عددا من المؤسسات الفندقية في تيطاوين، القيروان، سبيطلة القصرين، تونس جنوب، وهي مناطق تقع أغلبها في المناطق الداخلية أو في الجنوب.

بالنسبة لنصيب كل منطقة سياحية من المؤسسات الفندقية، فترتب تنازليا كما يلي: طبرقة عين دراهم (37٪)، جربة جرجيس (4،16٪)، نابل حمامات (1،14٪)، سوسة (7،11٪)، تونس سواحل قرطاج (4،11٪).

أما بالنسبة لنصيب كل منطقة من عدد الأسرة، فترتب تنازليا كالتالي: جربة جرجيس (9،22٪)، سوسة (6،16٪)، ياسمين حمامات (3،8٪)، المنستير سقانص (8٪)، تونس سواحل قرطاج (8،7٪)، نابل حمامات (8،7٪).

نلاحظ أن تونس مازالت تعاني من عدم تنوع منتجاتها السياحية، وهو ما يتطلب منها إنشاء مؤسسات فندقية في المناطق الصحراوية والداخلية بغية تنشيط السياحة الصحراوية والثقافية، ومن ثمّ استقطاب فئات جديدة من السياح من غير السياحة الجماعية.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

الجدول رقم 28: توزيع الطاقة الفندقية حسب دوافع السفر

الدوافع/ السنوات	2014	2015	2016
مدينة	32642	33114	32006
شاطئ البحر	195857	196656	191321
رحلة	11578	11622	11691
المجموع	240077	241392	235018

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

يؤكد هذا الجدول، الملاحظات السابقة حيث أن أغلب السياح يقصدون المناطق الساحلية (81٪)، نظرا لتركز أغلب أماكن الإيواء فيها وكذلك توفرها على المرافق الضرورية، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، تفتقر المناطق الأخرى للتنشيط السياحي مما يقلص من إمكانية استقطابها للسياح.

تتوخى الاستراتيجية الجديدة السعي لضمان نمو معتدل للقدرة الساحلية وكذلك إعادة تأهيل الحظيرة القائمة. في الواقع، بدأت حظيرة الفنادق تظهر علامات "الشيخوخة" (أكثر من ثلث القدرة تعود لأكثر من 40 عاما). وتتفاقم هذه الحالة بسبب الإغلاق المطول للعديد من الوحدات؛ من المقرر ترقية هذه الحظيرة لتلبية توقعات العملاء بشكل أفضل والحفاظ على مناصب العمل القائمة.

سيؤلى اهتمام خاص للمحافظات 15 الداخلية حيث يمكن توفير سعة إضافية قد تصل إلى 5000 سرير في السنوات الخمس القادمة، وذلك لتحقيق الاستفادة القصوى من جميع إمكانات البلد (الصحراء، الينابيع الحرارية، المواقع الأثرية والطبيعية).

يتطلب التوسع في قدرة الفنادق الحالية وتجديدها تعبئة موارد مالية كبيرة، واعتماد إطار قانوني وحوافز لتسهيل إنشائها وضمان تنفيذها وربحيتها. ينبغي النظر في هذا الإجراء مع استئناس قانون الاستثمار، واعتماد هياكل جديدة للرقابة تكون مبسطة ولا مركزية.¹

تُدار حوالي 90٪ من الفنادق إما من قبل الخواص أو من قبل السلاسل التونسية. وهي تنتمي بشكل عام إلى المجموعات الصناعية أو التجارية الكبرى، تتمثل هذه السلاسل الفندقية في:

- أبو نواس: ينتمي إلى المجموعة التونسية الكويتية للتنمية (CTKD)، تضم هذه السلسلة 6 فنادق من فتي 4 و 5 نجوم.

¹ Tunisie en 2025 : Fondements de la croissance économique et du développement, Op.cit. p 177.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

- المرادي: تملك أكبر سلسلة فنادق في البلاد 15 وحدة، 10 منها تدار بالشراكة مع سلسلة الفنادق الإسبانية العالمية Sol Meliá. وتمتلك المجموعة أيضا شركات إنتاج الأثاث (Meublalex) وغرف التبريد (Frigoline)، فضلا عن وكالة سفر (Voyages Loisirs Tunisie).

- غولدن ياسمين: تحولت الفنادق السبعة التابعة لسلسلة وكالات السفر الرئيسية في البلاد، رحلات تونس، تدريجيا إلى تنظيم ندوات المؤسسات والسياحة الصحراوية.

Les Orangers: توجد خمسة فنادق لعبد الحميد خشين في مدينة الحمامات. السلسلة هي جزء من مجموعة صناعية وتجارية متخصصة في إنتاج وتوزيع معدات الفنادق.

- مرحبا: تمتلك مجموعة إدريس فروعاً تغطي المناطق الزراعية والصناعية والتجارية والسياحية. يمتلك فرع الفندق التابع للمجموعة ثمانية فنادق في مدينة سوسة بالإضافة إلى فندق شيراتون في تونس.

- ميرامار: تدير السلسلة سبعة فنادق ساحلية في جميع أنحاء البلاد ومركزاً لكرة القدم في تونس العاصمة، يستضيف المعسكرات الرياضية.

فيما يتعلق بالسلاسل الدولية الموجودة في تونس، تمتلك بعض المجموعات الأجنبية العديد من الفنادق. أكثر أشكال العقد شيوعاً هي التأجير أو الإدارة نيابة عن فنادق الأعمال أو المنتجعات الساحلية، من بين هذه المجموعات نذكر:

Accor: تدير المجموعة الفرنسية حالياً 11 مؤسسة، بما في ذلك واحدة ذات ملكية كاملة، تحت العلامات التجارية ميركيور (Mercure)، ونوفوتيل (Novotel) وسوفيتال (Sofitel).

Club Med: تستأجر هذه السلسلة وتدير ست قري للعطلات في جربة والمنستير والحمامات.

Iberostar: تدير السلسلة الإسبانية 11 منشأة للاستحمام.

Riu: تدير المجموعة الإسبانية خمس فنادق فقط في جميع أنحاء البلاد.

Sol Meliá: تمثل المجموعة 10 فنادق تنتمي جميعها إلى مجموعة المرادي.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

Vincci: تدير فينتشي سبعة فنادق ساحلية من فئة 4 و 5 نجوم، ومن المقرر إنشاء الوحدة الثامنة في جوان 2006.¹

ثالثا: سياسة التكوين السياحي في تونس

عملت السلطات التونسية على دعم التكوين السياحي، حيث بلغ مجموع الطلبة في كافة المدارس السياحية التابعة لديوان السياحة خلال الفترة 2010-2015 حوالي 7500 طالب، وبلغ مجموع المتخرجين من المدارس السياحية خلال نفس الفترة 2850 متخرج.² (أنظر الملحق رقم 6).

الجدول رقم 29: استراتيجية التكوين صيف 2016

المجموع	المعهد العالي للفندقة والسياحة	المدرسة الفندقية بتوزر	المدرسة الفندقية بعين دراهم	مركز التكوين السياحي بجربة	المدرسة الفندقية بالمنستير	المدرسة الفندقية بسوسة	مركز التكوين السياحي حمامات	مركز التكوين السياحي نابل	
168	0	15	15	33	32	23	30	20	تقني مطبخ
88	0	6	12	9	21	13	20	7	تقني مطعم وحانة
57	0	10	0	15	14	0	18	0	تقني معجنات
37	0	0	0	12	9	0	16	0	تقني استقبال
19	0	5	8	6	0	0	0	0	تقني أرضيات وغسيل
63	0	0	0	25	0	0	11	27	عامل مطبخ

¹ Ambassade de France en Tunisie, Mission économique, **L'hôtellerie et la restauration en Tunisie**, 17 mars 2006, p 2.

² الجمهورية التونسية، وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، **مخطط التنمية 2016-2020**، المجلد الثالث: المحتوى القطاعي، ص 94، من الموقع الإلكتروني: <http://www.mdici.gov.tn>

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

26	0	0	0	4	0	0	3	19	عامل مطعم وحانة
55	40	0	0	0	0	0	15	0	تقني سامي في الإقامة
129	75	0	0	0	0	0	54	0	تقني سامي في الإطعام
3	3	0	0	0	0	0	0	0	مرشد سياحي
17	0	0	0	0	0	0	17	0	تقني في التنشيط السياحي
662	118	36	35	104	76	36	184	73	المجموع

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

في إطار تحسين نوعية التكوين في المهن المرتبطة بالسياحة، تم التخطيط للتكوين في عدة تخصصات سواء في الاستقبال، الإقامة أو الإطعام، وهو ما يبينه الجدول السابق. يهدف هذا التكوين إلى تحسين نوعية الخدمة المقدمة للسياح.

كما تضمن مخطط التنمية (2016-2020) أهدافا تتعلق بالنهوض بمنظومة التكوين وتنمية الموارد البشرية، وذلك بإرساء سياسة تكوين ملائمة لحاجيات القطاع. من خلال:

- إعادة هيكلة وعصرنة جميع المراكز والمدارس التابعة للديوان الوطني التونسي للسياحة وتدعيم طاقة الإيواء بها،
- تطوير وتحسين البرامج لتحسين مردودية التكوين حسب المقاربة بالكفاءات واعتماد التكوين حسب الطلب للاستجابة إلى متطلبات سوق الشغل في القطاع وذلك بتركيز برامج التكوين بكافة مراكز التكوين السياحي،
- التكوين الأساسي والمستمر لفائدة المكونين والمؤطرين داخل المؤسسات السياحية والفندقية،

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

- إرساء نظام جديد للتسيير والتصرف داخل مراكز التكوين يهدف بالأساس إلى إشراك القطاع الخاص والهيئات المهنية من خلال مجالس مؤسسات المراكز المتناصفة التركيبية في الإشراف على التسيير المالي والإداري لهذه المراكز،
- اعتماد مناهج متطورة من خلال مطابقة مراكز التكوين للمواصفات العالمية (إيزو 9000)،
- مواصلة إصلاح منظومة التكوين السياحي بتوفير تكوين مهني وتكوين عالي بما يتماشى مع حاجيات سوق الشغل ومتطلبات القطاع.¹

أما المخطط الحادي عشر (2007-2011) فتضمن توجيهات تتعلق بالتكوين وتحسين دور المهنيين السياحيين، وتشجيع الأفراد على إنشاء هياكل تدريبية وإعادة تنشيط الاتفاقات الشائبة والمتعددة مع الدول الأخرى.²

توفر وزارة التكوين المهني والعمل الإشراف البيداغوجي المشترك مع الديوان الوطني التونسي للسياحة (ONTT)، بإشراف وزارة السياحة، والذي يدير 8 مؤسسات للتكوين المهني تعمل في قطاع السياحة والفندقة.³ من جانب آخر، يتم تكوين الموظفين الأساسيين في أربع مدارس فندقية تقع في نابل والحمامات والمنستير وجربة. كما يتم تكوين الإطارات في المدرسة الفندقية بسوسة شمال والإطارات العليا في المعهد العالي للفندقة والسياحة بسيدي ظريف في الضواحي الشمالية الشرقية لتونس العاصمة.⁴

فيما يلي عرض لمؤسسات التكوين السياحي في تونس، وهي تتضمن مؤسسات تابعة للتعليم العالي ومؤسسات تابعة للتكوين المهني:

1- المؤسسات التابعة للتعليم العالي:

تمثل في معهد الدراسات السياحية العليا بسيدي الظريف الذي يخضع لإشراف مزدوج بين وزارة السياحة ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي. يؤمن المعهد تكويننا نظريا وتطبيقيا لفائدة المتحصلين على شهادة البكالوريا في

¹ مخطط التنمية 2016-2020، المجلد الثالث: المحتوى القطاعي، مرجع سبق ذكره، ص 98، 99.

² Etude sur les meilleures initiatives en matière de concrétisation sectorielle du développement Durable, Op.cit. p 50.

³ République Tunisienne, Ministère de la Formation Professionnelle et de l'Emploi MFPE, **Processus de Turin 2014, Tunisie**, Octobre 2014, p 5.

⁴ Philippe Kerourio, Le tourisme en Tunisie, Op.cit. p 17.

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

الاختصاصات التالية: الإجازة التطبيقية في الفندقية في تخصصين هما: الإيواء، الإطعام، الإجازة التطبيقية في تقنيات السياحة في تخصصين هما: التصرف في المنتجات السياحية، الدليل السياحي.¹

2- التكوين المهني السياحي والفندقي:

إنطلق الديوان الوطني التونسي للسياحة في إرساء جهاز للتكوين السياحي مع إنشاء أول مدرسة سياحية بولاية بنزرت سنة 1960 في إطار التعاون التونسي الألماني، ومنذ ذلك التاريخ تم إحداث مؤسسات تكوينية وقد ترافق ذلك مع تطور نسق إستحداث المؤسسات الفندقية وبداية تطور السياحة التونسية ليضم جهاز التكوين السياحي والفندقي معهدا عال للسياحة وثلاثة مراكز تكوين وأربعة مدارس سياحية موزعة على خمس ولايات. تتمثل هذه المؤسسات في: المعهد العالي المهني للسياحة بلاريجيا، مركز التكوين السياحي بنابل، مركز التكوين السياحي والفندقي بالحمامات، المدرسة السياحية بسوسة الشمالية، المدرسة السياحية بجربة، المدرسة السياحية بتوزر، المدرسة السياحية بالمنستير، المدرسة السياحية بعين دراهم.

يضمن التكوين المهني تكويننا في عدة تخصصات:

✓ شهادة الكفاءة المهنية في التخصصات التالية: عون مطبخ ومرطبات، عون مطعم وحانة، عون تنظيف ومتعهد.

✓ مؤهل التقني المهني في التخصصات التالية: تقني في التنشيط السياحي، تقني في بيع المنتجات السياحية، تقني مطعم وحانة، تقني مرطبات، تقني استقبال، تقني في الطبخ، تقني طوابق ومغسل.

✓ مؤهل التقني السامي في التخصصات التالية: تقني سام في الفندقية (الإطعام)، تقني سام في الفندقية (الإيواء)، تقني سام في السياحة (التنمية والتصرف في مبيعات الأسفار)، تقني سام في السياحة (تطوير وتنمية المنتجات السياحية)، دليل سياحي.²

بالإضافة إلى ما سبق، تقدم مراكز الفتيات الريفيات دورات تدريبية في قطاعات الزراعة والمنسوجات والملابس والسياحة والفنادق، والحرف البدوية والتقليدية والخدمات والصناعات المختلفة.

عام 2012، شمل هذا النظام 12 مركزا استقبل 577 فتاة. وفي عام 2013، قدم هذا النظام تكويننا لـ 679 متربصا موزعين على 12 تخصصا و 3 مستويات؛ 161 متربصا في شهادة الكفاءة المهنية (CAP)، و 146 متربصا في شهادة التكوين المهني (PSC) و 372 متربصا في الشهادة المهنية (CP). يظهر التوزيع الإقليمي

¹ <http://www.tourisme.gov.tn/ar/formations-et-myotiers/enseignement-superieur.html>

² <http://www.tourisme.gov.tn/ar/formations-et-myotiers/formation-professionnelle.html>

الفصل الثالث: الإمكانيات السياحية في كل من الجزائر وتونس

للمستفيدين من هذا التكوين أن عددهم في وسط غرب البلاد يصل إلى 185 متكونا، في شمال شرق البلاد 143 متكونا، في شرق وسط البلاد 128 متكونا، في شمال شرق البلاد 103 متكونا، وفي جنوب شرق البلاد 120 متكونا.¹

تمثلت الإنجازات المحققة سنة 2017، في هذا المجال، في إستحداث وكالة التكوين في مهن السياحة وإبرام اتفاقية شراكة بين مركزي التكوين السياحي كركوان بالحمامات وبجنيف بسويسرا، بهدف تطوير جودة الخدمات الفندقية عبر تبادل الخبرات.²

خلاصة الفصل الثالث:

من خلال ما سبق نستنتج أن السياحة هي صناعة حقيقية. تتطلب إلى جانب الإمكانيات الطبيعية إمكانيات مادية وبشرية، كون الإمكانيات الطبيعية غير كافية لوحدها وكذلك لأن البنى المادية تحتاج موارد بشرية كفؤة ومؤهلة لتسييرها.

تتوفر كل من الجزائر وتونس على إمكانيات سياحية متنوعة ومعتبرة. يتقاسم كلا البلدين العديد من الخصائص خاصة الحضارية منها والثقافية، لكن مع هذا يوجد تفاوت بينهما في ما يخص حجم هذه الإمكانيات وتنوعها وكذا مدى استغلالها في تطوير القطاع السياحي.

بالنسبة للجزائر بالرغم من توفرها على إمكانيات طبيعية وحضارية، تمكنها من النهوض بالقطاع السياحي، إذا ما أحسنت إستغلالها، إلا أنها تعاني من ضعف البنية التحتية ومنظومة التكوين. بالمقابل الإمكانيات الطبيعية والحضارية التي تملكها تونس أقل حجما وتنوعا، ولكنها استطاعت أن تكون قبلة للسياح، وإحدى أهم الوجهات السياحية في شمال أفريقيا.

¹ Processus de Turin 2014, Tunisie, Octobre 2014, p 25.

² الميزان الاقتصادي لسنة 2018، مرجع سبق ذكره، ص 49.

الفصل الرابع:

استراتيجية التنمية السياحية في كل
من الجزائر وتونس

تمهيد الفصل الرابع:

يعتبر قطاع السياحة فرصة لتحقيق التنمية في الجزائر؛ فمن مزايا وفوائد السياحة بوصفها نشاطا تجميعيا أنها تساهم في تحقيق النهوض الاقتصادي والاجتماعي والثقافي. يشهد على ذلك تنوع وثرء التجارب التي لوحظت في العالم. هذا من ناحية. ومن ناحية أخرى، تمتلك الجزائر ثروات سياحية معتبرة، لكن يتعين عليها أن تعول على المنافسة مع جيرانها والدول المتوسطة الأخرى لحجز مكانة لها على الخريطة السياحية العالمية.

على الرغم من أن التراث الطبيعي، التاريخي والثقافي الغني والمتنوع يمكن أن يخدم جميع أنواع وأشكال السياحة: الساحلية، الجبلية، الحموية، الثقافية، الصحراوية، سياحة الاستكشاف والسياحة الترفيهية، إلا أننا نلاحظ أن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الجزائري تبقى ضعيفة نظرا للاعتماد شبه الكلي على الدخل المتأتي من المحروقات، كما أن إثارة موضوع القطاعات البديلة لم يُطرح إلا أثناء الأزمات النفطية مثل ما حدث في السنوات القليلة الماضية. فمنذ عام 2014، انخفضت أسعار النفط بنسبة تصل إلى 50٪. مع العلم أنه بمجرد انخفاض دولار واحد في متوسط سعر البرميل، تتبخر إيرادات 600 مليون دولار من خزائن البلاد كل عام. وبالنسبة إلى أكبر 18 منتج في العالم، فإن هذه الانخفاضات في أسعار النفط قد تعني كارثة حقيقية، حيث انخفض احتياطي الخزينة خلال العامين الماضيين بأكثر من 80 مليار دولار.

يتطلب النهوض بالقطاع السياحي تبني سياسة سياحية طموحة، تركز على إطار قانوني متجانس، يحدد سير العملية ودور كل فاعل فيها. من جانب آخر، تهدف هذه السياسة السياحية إلى التوظيف والاستغلال الأمثل لمختلف المقومات السياحية سواء الطبيعية، المادية أو البشرية ما يؤدي إلى تطوير القطاع السياحي.

يشكل الاستثمار السياحي الركيزة الأساسية لهذه السياسة، لذا يتوجب على صانع القرار توفير البيئة القانونية والمؤسسية الملائمة لتشجيع الاستثمار وحث المستثمرين المحليين منهم والأجانب على الاستثمار في هذا القطاع.

سنحاول في هذا الفصل تحديد الإطار العام لاستراتيجية تطوير القطاع السياحي في كل من الجزائر وتونس ومن ثم محاولة قراءة مؤشرات القطاع السياحي في البلدين، نظرا لكونها تعكس مخرجات السياسة السياحية المعتمدة. وهو ما سيتم تناوله من خلال المبحثين التاليين:

المبحث الأول: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر

المبحث الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية في تونس

المبحث الأول: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر

على الرغم من الأهمية التي تمثلها الإمكانيات السياحية في عملية تطوير القطاع السياحي، إلا أنها تعتبر غير كافية حيث أن استغلال هذه الإمكانيات يتطلب استراتيجية توضح كيفية توظيفها بما يخدم تنمية القطاع السياحي. كما يكتسي الاستثمار السياحي أهمية بالغة في هذه الاستراتيجية.

المطلب الأول: الإطار العام للاستثمار السياحي في الجزائر

قصد توفير المناخ الملائم لنجاح مخطط التهيئة السياحية، إعتمدت السلطات العمومية جملة من الإصلاحات ذات الطابع الهيكلي من أجل ضمان استقرار الاقتصاد الكلي وتحرير التجارة الخارجية. كما قامت الحكومة بإطلاق برنامج الإنعاش الاقتصادي بغلاف مالي يقارب 7 ملايين دولار موزعة على أربع سنوات. وتم تدعيمه ببرنامج آخر لدعم النمو الاقتصادي يغطي الفترة (2004-2009) بغلاف مالي قدره 60 مليار دولار، متبوعا ببرنامج آخر للاستثمار العمومي في الفترة (2010-2014).¹

في نفس الإطار، تمت مراجعة القواعد المنظمة للاستثمار بهدف دعم القطاعات خارج المحروقات في بيئة تتميز بضعف النمو الاقتصادي العالمي. فقد صدر قانون جديد للاستثمار، أعطى الأولوية لثلاث قطاعات وهي: الصناعة، الزراعة والسياحة. من خلال هذا التغيير، يمكن التنبؤ بنموذج اقتصادي جديد.

يهدف هذا القانون إلى تحسين مناخ الأعمال، كونه يعطي الحكومة إمكانية اللجوء إلى التمويل الخارجي للمشاريع لتحقيق استثمارات استراتيجية.² كما يفتح هذه القانون آفاقا جديدة بتبنيه لإطار معياري ومؤسسي يوطر الشراكة العمومية الخاصة، الموجهة لتطوير اقتصاد تنافسي ومتنوع.³

¹ عبد المجيد قدي، الاقتصاد الجزائري بين الإصلاحات والارتقاء للنقط، الجزائر: دار هوم، 2017، ص 250.

² المادة 55، الفقرة 2 من قانون المالية 2016، قانون رقم 15-18 مؤرخ في 2015/12/30 يتضمن قانون المالية لسنة 2016، الجريدة الرسمية، العدد 72، الصادرة بتاريخ 2015/12/31، ص 21.

³ Kouider Boutaleb, **Tourisme alternatif et développement local face à la gouvernance participative : Le cas, de l'Algérie**, Actes du colloque international "Développement territorial, patrimoine et tourisme en zones fragiles et menacées : Entre dynamiques économiques, démocratie participative et communication", Revue des Régions Arides n° 28 (2/2012) – Numéro Spécial, p p 158, 159.

أولا: الامتيازات الممنوحة للمستثمرين في قطاع السياحة

يقدم القانون 09-16 المتعلق بترقية الاستثمار¹ عدة مزايا للمستثمرين، والتي تنقسم إلى ثلاث مجموعات:

- ✓ المزايا المشتركة لكل الاستثمارات القابلة للاستفادة.
- ✓ المزايا الإضافية لفائدة النشاطات ذات الامتياز والمنشئة لمناصب الشغل.
- ✓ المزايا الاستثنائية لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني.

1- المزايا المشتركة لكل الاستثمارات القابلة للاستفادة:

إضافة إلى التحفيزات الجبائية وشبه الجبائية والجمركية المنصوص عليها في القانون العام، تستفيد الاستثمارات الوطنية والأجنبية المنجزة في النشاطات الاقتصادية لإنتاج السلع والخدمات من مزايا أخرى، تتضمن:

- ✓ الإعفاء من الحقوق الجمركية، فيما يخص السلع المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.
 - ✓ الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة، فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.
 - ✓ الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار المعني.
 - ✓ الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الإستثمارية، وتطبق هذه المزايا على المدة الدنيا لحق الامتياز الممنوح.
 - ✓ تخفيض بنسبة 90٪ من مبلغ الإتاوة التجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة خلال فترة إنجاز الاستثمار، ابتداء من تاريخ الاقتناء.
 - ✓ الإعفاء من حقوق التسجيل فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في رأس المال.
- كما تستفيد الاستثمارات خلال مرحلة الاستغلال والمقدرة بثلاث سنوات من المزايا الآتية:
- ✓ الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات.

¹ قانون رقم 09-16 مؤرخ في 3 أوت 2016 يتعلق بالاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة في 3 أوت 2016، ص 18.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

✓ الإعفاء من الرسم على النشاط المهني.

كما تتكفل بالتخفيض من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة، بعنوان منح الأراضي عن طريق الامتياز من أجل إنجاز مشاريع استثمارية:

✓ بالدينار الرمزي للمتر المربع خلال فترة عشر سنوات، وتخفيض 50٪ من مبلغ إتاوة أملاك الدولة بالنسبة للمشاريع الاستثمارية المقامة في المناطق التابعة للهضاب العليا، وكذا المناطق الأخرى التي تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من قبل الدولة، وذلك بعد انقضاء هذه المدة.

✓ بالدينار الرمزي للمتر المربع خلال فترة خمسة عشر سنة، وتخفيض 50٪ من مبلغ إتاوة أملاك الدولة بالنسبة للمشاريع الاستثمارية المقامة في ولايات الجنوب الكبير، بعد انقضاء هذه المدة.

أما خلال مرحلة الاستغلال، فتستفيد المشاريع من الإعفاء على الضريبة على أرباح الشركات، الإعفاء من الرسم على النشاط المهني، لمدة عشر سنوات، ابتداء من تاريخ الشروع في مرحلة الاستغلال.¹

زيادة على المزايا السابقة نص هذا القانون على استفادة الاستثمارات المنجزة في المناطق المحددة في مناطق الجنوب والهضاب العليا، وكذا كل منطقة أخرى تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من قبل الدولة، من مزايا إضافية. فخلال مرحلة الانجاز تتكفل الدولة كليا أو جزئيا بنفقات الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية الضرورية لإنجاز الاستثمار.

2- المزايا الإضافية لفائدة النشاطات ذات الامتياز أو المنشئة لمناصب الشغل:

لا تلغى المزايا السابقة التحفيزات الجبائية والمالية الخاصة لفائدة النشاطات السياحية والصناعية والفلاحية. كما أن مدة مزايا الاستغلال الممنوحة لفائدة الاستثمارات المنجزة خارج مناطق الجنوب والهضاب العليا تُرفع من ثلاث سنوات إلى خمس سنوات، عندما تُنشئ أكثر من مئة منصب شغل دائم، خلال الفترة الممتدة من تاريخ تسجيل الاستثمار إلى غاية نهاية السنة الأولى من مرحلة الاستغلال.

¹ قانون رقم 16-09 مؤرخ في 3 أوت 2016 يتعلق بالاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة في 3 أوت 2016، ص 20.

3- المزايا الاستثنائية لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني:

تستفيد الاستثمارات التي تمثل أهمية خاصة للاقتصاد الوطني، والمعدة على أساس اتفاقية متفاوض عليها بين المستثمر والوكالة التي تتصرف باسم الدولة، من مزايا استثنائية. تبرم الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار هذه الاتفاقية، بعد موافقة المجلس الوطني للاستثمار.

تتضمن هذه المزايا ما يلي:

- ✓ تمديد مدة مزايا الاستغلال لفترة يمكن أن تصل إلى عشر سنوات،
- ✓ منح إعفاء أو تخفيض للحقوق الجمركية والجبائية والرسوم وغيرها من الاقتطاعات الأخرى ذات الطابع الجبائي والإعانات أو المساعدات أو الدعم المالي، وكذا كل التسهيلات التي قد تمنح، بعنوان مرحلة الإنجاز.
- منح قانون الاستثمار الجديد المجلس الوطني للاستثمار صلاحية منح إعفاءات أو تخفيضات للحقوق أو الضرائب أو الرسوم، بما في ذلك الرسم على القيمة المضافة المطبق على أسعار السلع المنتجة التي تدخل في إطار الأنشطة الصناعية الناشئة، وذلك لمدة لا تتجاوز خمس سنوات.
- تستفيد من نظام الشراء بالإعفاء من الرسوم، المواد والمكونات التي تدخل في إنتاج السلع المستفيدة من الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة¹، وذلك وفق الكيفيات المحددة في المادة 43 وما يليها من قانون الرسوم على رقم الأعمال².

4- الضمانات الممنوحة للاستثمار الأجنبي:

مع مراعاة أحكام الاتفاقيات الثنائية والجهوية والمتعددة الأطراف الموقعة من قبل الدولة الجزائرية، يتلقى الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الأجانب معاملة منصفة وعادلة، فيما يخص الحقوق والواجبات المرتبطة باستثماراتهم.

بالإضافة إلى ذلك، يخضع كل خلاف بين المستثمر الأجنبي والدولة الجزائرية يتسبب فيه المستثمر أو يكون بسبب إجراء اتخذته الدولة الجزائرية في حقه، للجهات القضائية الجزائرية المختصة إقليمياً، إلا في حالة وجود اتفاقيات

¹ قانون رقم 09-16 مؤرخ في 3 أوت 2016 يتعلق بالاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة في 3 أوت 2016، ص 21.

² يمكن الاطلاع على قانون الرسوم على رقم الأعمال من خلال الرابط التالي:

https://www.mfdgi.gov.dz/images/pdf/codes_fiscaux_arabe/TCA_LF_2019_AR.pdf

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

ثنائية أو متعددة الأطراف أبرمتها الدولة الجزائرية تتعلق بالمصالحة والتحكيم، أو في حالة وجود اتفاق مع المستثمر ينص على بند تسوية يسمح للطرفين بالاتفاق على تحكيم خاص.

كما تستفيد من ضمان تحويل الرأسمال المستثمر والعائدات الناجمة عنه، الاستثمارات المنجزة إنطلاقاً من حصص في رأس المال في شكل حصص نقدية مستوردة عن الطريق المصرفي ومدونة بعملة حرة التحويل يسعها بنك الجزائر بانتظام، ويتم التنازل عنها لصالحه، والتي تساوي قيمتها أو تفوق الأسقف الدنيا المحددة حسب التكلفة الكلية للمشروع.

تقبل كحصة خارجية، إعادة الاستثمار في الرأسمال للفوائد وأرباح الأسهم المصرح بقابليتها للتحويل. ويطبق ضمان التحويل وكذا الأسقف الدنيا على الحصص العينية، شريطة أن يكون مصدرها خارجياً، وأن تكون محل تقييم طبقاً للقواعد والإجراءات التي تحكم إنشاء الشركات. ويتضمن ضمان التحويل كذلك المداخل الحقيقية الصافية الناتجة عن التنازل وتصفية الاستثمارات ذات مصدر أجنبي، حتى وإن كان مبلغها يفوق الرأسمال المستثمر في البداية.¹

زيادة على المزايا المنصوص عليها في أحكام هذا القانون، يمكن أن تستفيد الاستثمارات من المساعدات والدعم المنصوص عليهما في حساب التخصيص الخاص رقم 124-302 وهو "الصندوق الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ودعم الاستثمار وترقية التنافسية الصناعية".

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تكون الأصول المشكلة لرأس المال التقني المكتسب عن طريق المزايا، موضوع تنازل من أجل ممارسة النشاط الذي يتعلق بالاستثمار المسجل، شريطة الحصول على ترخيص من الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار أو مركز تسيير المزايا المختص إقليمياً. وتتمتع الدولة بحق الشفعة على كل التنازلات عن الأسهم أو الحصص الاجتماعية المنجزة من قبل أو لفائدة الأجانب.²

على الرغم من المزايا الممنوحة للمستثمرين في القطاع السياحي يبقى نمو الاستثمار في هذا القطاع ضعيفاً. هناك عدة عوامل تفسر هذه المسألة، منها: التهرب الضريبي نتيجة انتشار القطاع غير الرسمي، إلى جانب غياب روح المقاولاتية والمخاطرة؛ بينما يتطلب الاستثمار في القطاع السياحي التحلي بروح المغامرة لأن ظهور ربحية المشاريع

¹ قانون رقم 16-09 مؤرخ في 3 أوت 2016 يتعلق بالاستثمار، مرجع نفسه ذكره، ص 22.

² المرجع نفسه، ص 23.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

السياحية تتطلب في أغلبها وقتا أطول مقارنة بالاستثمارات الأخرى، بالإضافة إلى غياب بنوك خاصة بالاستثمار في المجال السياحي.¹ زد على ذلك، صورة البلد على الساحة الدولية من حيث الأمن، وتدني جودة الخدمات العامة والبنية التحتية. لذلك، تتطلب سياسة تشجيع الاستثمار الفعالة مواجهة هذه العقبات.²

يمكن اتخاذ جملة من الإجراءات المشجعة والمساعدة على الاستثمار في القطاع السياحي وزيادة جاذبيته، منها:

- وضع حيز التنفيذ بورصة القيم، وإنشاء بنوك للاستثمار في القطاع السياحي، تمنح قروض على المدى المتوسط والبعيد، وبنوك أعمال وكذا خلق شركة تأجير تمويلي.³
- تعزيز التنسيق بين الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار والوزارة المنتدبة المكلفة بالجالية الجزائرية بالخارج بإنشاء مجموعة عمل، بغية تحديد سياسة تخص استهداف أسواق جديدة. في البداية، يجب إجراء تحقيق حول توقعات وحاجات السياح المحتملين فيما يتعلق بالفنادق والمواقع السياحية.
- إجراء دراسة عن القدرة التنافسية للجزائر مقارنة بمنافسيها الرئيسيين (مصر والمغرب وتونس) والاستفادة من الخبرات المختلفة في تشجيع الاستثمار في قطاع السياحة. ستكون هذه الدراسة المرجعية أساسا لاستراتيجية تشجيع الاستثمار. في هذا الصدد، سيكون من الضروري إطلاق سياسة للترويج للسياحة على الصعيدين الدولي والوطني من أجل تحسين الصورة المرتبطة بسمعة الجزائر في هذا القطاع بالتعاون مع الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ووزارة السياحة وشركات الإعلان والاتصالات الدولية الكبرى. إلى جانب تنظيم عروض ترويجية؛ على سبيل المثال إقترح حزم تتضمن النقل والإقامة بأسعار تفضيلية من خلال توقيع اتفاقيات شراكة مع شركات الطيران والشركات البحرية والفنادق.
- تسهيل وتشجيع إنشاء فنادق ذات ثلاث نجوم في متناول الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج.⁴
- تعزيز التنسيق بين الوزارة المنتدبة لدى رئيس الحكومة المكلفة بالمساهمة وترقية الاستثمار والوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار والوزارة المكلفة بالجالية الجزائرية في الخارج من خلال إنشاء فريق عمل. لتحديد سياسة تستهدف العملاء في المستقبل. قبل ذلك، من الضروري إجراء مسح حول تصور واحتياجات السياح في المستقبل من حيث الفنادق والمواقع السياحية في الجزائر. بالنسبة للترويج من المهم التذكير أن الترويج يبيع الجودة لكن لا يصنعها. وبالتالي فإن رفع ميزانية الترويج غير مطلوب حاليا في ظل غياب الجودة.⁵

¹ Hachimi Madouche, **Le Tourisme en Algérie : Jeu et enjeux**, Editions Houma, Alger, 2003, p 134.

² Nations Unies, Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement, **Examen de la politique de l'investissement : Algérie**, 2004. p p 80, 81.

³ Hachimi Madouche, Op.cit. p 142.

⁴ Examen de la politique de l'investissement : Algérie, Op.cit. p p 80.

⁵ Hachimi Madouche, Op.cit. p 142.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

- تعزيز الشراكة بين المجموعات الفندقية الرئيسية الموجودة في الجزائر والمدارس الفندقية القائمة، من أجل إقامة دورات تدريبية تتكيف مع متطلبات الطلب السياحي. مع تشجيع وإبرام شراكات مع المدارس الفندقية الأوروبية والمغاربية لتحديث برامج إدارة الفنادق.
- مواصلة برنامج خصخصة الفنادق الكبرى من فئة خمس نجوم (الأوراسي والجزائر "سابقا سانت جورج"، نادي الصنوبر البحري) على خطى المجموعات الفندقية الدولية الكبرى كشيراتون أو سوفيتال، وهو مستوحى من برنامج الخصخصة الذي جسده تونس بغية زيادة الاستثمار الأجنبي المباشر في هذا القطاع.
- تطوير الصناعات اليدوية والأنشطة المتعلقة بالحرف التقليدية والفلكلور الجزائري. بإعادة إنشاء المدارس الحرفية كما هو الحال في المغرب في مطلع الثمانينيات من القرن الماضي. إضافة إلى ترميم العديد من المواقع المصنفة التاريخية والطبيعية (القصة في الجزائر العاصمة، الأهقار وغيرها)، بالإضافة إلى ترميم المواقع وإنشاء منتوجات سياحية جذابة للسياح.¹

ثانيا: الاستثمار الأجنبي المباشر في القطاع السياحي بالجزائر

تجدر الإشارة إلى أن مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر تتعلق بقطاعات معينة خاصة بالاقتصاد الوطني. باستثناء الخدمات المالية، تتمثل القطاعات المعنية بالاستثمار الأجنبي في الصناعات الثقيلة، المواد الغذائية، المشروبات، التبغ، المحروقات، الخدمات التجارية، بينما في تونس توجد استثمارات أجنبية في قطاعات مثل العقار، السياحة، التسلية، المحروقات، الخدمات المالية والتجارية.²

يُشكل قطاع السياحة فرصة محتملة للاستثمار في الجزائر حيث حددت سياسة تهيئة الإقليم في الجزائر مناطق توسع سياحي موزعة على أنحاء الإقليم الوطني، تتيح للمستثمرين المحليين والأجانب الفرصة لتحقيق مشاريعهم في المناطق الحضرية، الريفية، الساحلية، الجبلية والصحراوية.³

بالنسبة للاستثمارات السياحية الأجنبية، هي تتجسد في مجموعة Accord التي تملك فندق "Sofitel" و "Mercure" بالجزائر العاصمة، المجموعة الأمريكية "Starwood" تملك فندقين "Sheraton" بكل من وهران والجزائر و Mariotte في تلمسان الذي افتتح سنة 2011.¹

¹ Examen de la politique de l'investissement, Algérie, Op.cit. p p 80, 81

² Ibid. p 14.

³ Ibid. p p 80, 81.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

بالإضافة إلى ذلك، أطلقت الحكومة عمليات خوصصة للفنادق التابعة لمؤسسات تسيير مساهمات الدولة (SGP) السياحة والفندقة "GESTOUR".

وقد أبدت عدة مجموعات دولية رغبتها في الاستثمار في هذا القطاع مثل: Starwood لبناء فندق "Westin" في الجزائر العاصمة. كما أن هناك اتفاق شراكة مع مجموعة مهري لتشييد 36 فندقاً؛ افتتح في جانفي 2009 فندق IBIS بالقرب من مطار الجزائر، إضافة إلى أربعة فنادق أخرى تعمل بالفعل منذ سنة 2011: ثلاثة تحت العلامة التجارية IBIS في قسنطينة، وهران وتلمسان وواحد تحت العلامة التجارية Novotel في قسنطينة، كما افتتح منتجع الغزال الذهبي بوادي سوف سنة 2016.

بالإضافة إلى كل من مجموعة Eddar-Sidar لتجسيد مركبات سياحية في الجزائر العاصمة، وبومرداس بمبلغ إجمالي قدره 300 مليون دولار وبسعة 25000 سرير؛ ومجموعة الحمد بمشروع سياحي بقيمة 90 مليون دولار على الساحل الجزائري؛ كما تعتزم المجموعة السعودية Eddar-Sidar إنجاز ثلاثة مشاريع سياحية رئيسية بمبلغ 280 مليون أورو. هذا وقد انتقلت سلسلة الفنادق السويسرية Marriott إلى الجزائر، وافتتحت عام 2007 بالعاصمة فندقاً بسعة 274 غرفة وآخر في تلمسان عام 2011. كما افتتحت شركة Starwood الأمريكية بالشراكة مع المستثمرين الليبيين فندق Sheraton في وهران في جوان 2005.

من شأن التحسن في الوضع الأمني والانتعاش الاقتصادي الذي تتمتع به الجزائر تنمية الاستثمارات المحلية والأجنبية في هذا القطاع. وبالمثل، فإن نمو السياحة في جنوب البلاد، وعودة شركات الطيران الدولية (Aigle Azur، الخطوط الجوية الفرنسية، الخطوط الجوية البريطانية، Alitalia، Lufthansa والخطوط الجوية القطرية)، وافتتاح مطار الجزائر الدولي الجديد والمشاريع الاستثمارية التي أعلنتها بشأن سلاسل الفنادق الكبرى تبشر بإمكانية تطور هذا القطاع في الجزائر.²

كما عمدت مجموعات إماراتية أخرى مثل Emiral و Al Oudra إلى تعزيز مشاريع مثيرة للاهتمام في الجزائر، في قطاع السياحة، مثل مجمع سيدي فرج، الذي كان من المقرر افتتاحه في جويلية 2010، والمنتجعات الفاخرة الأخرى التي تخطط نفس المجموعة للاستثمار فيها بأكثر من 250 مليون دولار. من بين هذه المشاريع، مشروع القرية السياحية موريقي، بالقرب من الجزائر العاصمة، بسعة 2.004 سيرا وبتكلفة تقدر بـ 600 مليون دولار. تتكون هذه القرية من فندق خمس نجوم مكون من عشر طوابق، ميناء للتسلية، ومركز تسوق مكون من طابقين، ومركز أعمال، وعيادة متعددة الخدمات، وقاعات اجتماعات مجهزة لرجال الأعمال ومديري الشركات والمكاتب التي يمكن أن تقدم، من بين أشياء أخرى، عنواناً اجتماعياً للشركات. هناك مشاريع أخرى لإنشاء قرى سياحية،

¹ Hind Ouguenoune, *La Politique de promotion et d'attraction de l'investissement en Algérie*, Thèse de Doctorat, Economies et finances, Université de la Sorbonne nouvelle - Paris III, 2014, p 256.

² Ibid. p 258.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

خططت لها الشركة الإماراتية للاستثمار الدولي، في الخط الساحلي في منطقة الطارف (بسعة 2400 سرير)، وكذلك بالقرب من سيدي سالم بعنابة (بسعة 4938 سرير).¹

كان العملاق العقاري دبي إعمار بصدد حل المشاكل المتعلقة بالعقار المخصص لتنفيذ عدد من المشاريع، بما في ذلك تشييد مركب سياحي على شاطئ العقيد عباس غربي بالعاصمة. وقد التزمت المجموعة بمشاريع تقدر بـ 25 مليار دولار، كان من المقرر تنفيذها على مدى 12 عاما. ومع ذلك، في عام 2009، أعلنت مجموعة إعمار عن إغلاق ممثليتها المسؤولة عن متابعة استثماراتها في الجزائر.² أرجعت هذه المجموعة سبب توقيف مشاريعها إلى مشاكل بيروقراطية بينما أكدت السلطات الجزائرية أن الأمر يتعلق بتجاوزات تقنية ارتكبتها هذه المجموعة.

في إطار التحسين المستمر لمناخ الأعمال، نصب الوزير الأول، في مارس 2017، لجنة يقظة لمتابعة وتطوير الاستثمار. تتمثل مهمة هذه اللجنة في تطوير الاستراتيجيات القطاعية. وهو ما يعكس قناعة المسؤولين بضرورة إحداث تغييرات عن طريق التحسين المستمر لمناخ الأعمال، بغرض استقطاب الاستثمارات المحلية، وكذلك الأجنبية.

لكن نلاحظ أن المستثمرين الأجانب يرجعون لمختلف التقارير والتصنيفات الدولية للحكم على بيئة ومناخ الأعمال، منها *Doing business* الصادر عن البنك الدولي والتصنيف الآخر الخاص بمتدى دافوس الذي يأخذ بعين الاعتبار خصوصيات كل بلد. يجب التعامل مع هذه التصنيفات كمؤشرات نسبية حيث أنها لا تأخذ بعين الاعتبار التغيرات الجارية ولا التطورات التي نلاحظها على أرض الميدان. فمثلا، عدد السلاسل الفندقية العالمية التي تفتح فروعاً جديدة في الجزائر، دليل على أنها اختارت الجزائر لأن مناخ الأعمال فيها شهد تحسناً ملحوظاً.³

في تقرير البنك الدولي لسنة 2017، تمثلت أهم العراقيل المرتبطة بتحسين مناخ الأعمال في ثقل الإجراءات الإدارية، تعقد القوانين وصعوبة الحصول على العقار. مع هذا، هناك تقدم ملحوظ على أرض الواقع في هذا الجانب. من بين العناصر الإيجابية، التي تضمنها هذا التصنيف حجم السوق الذي يمنح فرص للمقاولين الوطنيين والأجانب.⁴ في هذا الشأن، احتلت الجزائر المرتبة 166 في درجة سهولة ممارسة الأعمال، وذلك حسب تقرير البنك الدولي *Doing business* لسنة 2018.⁵

¹ Kouider Boutaleb, *Tourisme alternatif et développement local face à la gouvernance participative : le cas, de l'Algérie*, Op.cit. p p 158, 159.

² Hind Ouguenoune, Op.cit. p 310.

³ Karim Cherif, Op.cit. p 109.

⁴ Karim Cherif, Op.cit. p 110.

⁵ A World Bank Group Flagship Report, *Doing Business 2018 Report, Doing Business 2018 Reforming to Create jobs*, 2018, p 143.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

تتطلب القاعدة 49/51 ضرورة امتلاك الشريك الجزائري لنسبة 51٪ على الأقل في جميع مشاريع الشراكة مع مستثمر أجنبي. تم تبني هذا الشرط لأول مرة عام 2006 بالنسبة لقطاع المحروقات ليشمل جميع القطاعات بموجب قانون الاستثمارات لعام 2009.

تم الإستغناء عن هذه القاعدة من قانون الاستثمارات في عام 2016، ولكنها لا تزال سارية بموجب إدراجها في قانون المالية السنوي لعام 2016. دافعت الحكومة الجزائرية عن هذه القاعدة باعتبارها ضرورية لمنع هروب رؤوس الأموال وحماية الشركات الجزائرية والتزود بخبرات الشركات الأجنبية.

تشكل قاعدة الاستثمار 49/51 تحديا للمستثمرين الأجانب. على سبيل المثال، يعوق هذا الشرط الوصول إلى الأسواق بالنسبة للمؤسسات الأجنبية الصغيرة والمتوسطة حيث أنها لا تملك في كثير من الأحيان الموارد البشرية أو رأس المال المطلوب.

هناك مجموعة من التدابير التي يمكنها أن تخفف من تأثير هذه القاعدة، من بينها دخول بعض المستثمرين الأجانب في شراكة مع العديد من الشركاء المحليين في نفس المشروع، مما يقلل بشكل فعال من ملكية كل شريك محلي فردي، وبالتالي تمكين الشريك الأجنبي من امتلاك أكبر حصة.¹

تتضمن عملية تحسين جاذبية الجزائر للاستثمارات السياحية الأجنبية ثلاث مجموعات من التدابير التكميلية:

- تحسين بيئة الأعمال العالمية وصورة بلدان البحر الأبيض المتوسط، وذلك بتبسيط النصوص التنظيمية، ضمان الشفافية وكفاءة الإجراءات الإدارية، والشروع في ديناميكية حقيقية للتنمية الإقليمية.
- تنفيذ سياسة وطنية منسجمة لتنمية السياحة، تتضمن تحديد أهداف التنمية السياحية، وتطوير الهياكل الأساسية للسياحة، وتحسين مستوى العرض المحلي من اليد العاملة والخدمات ذات الصلة.
- تطوير عمليات الترويج والبحث التي تستهدف السلاسل الفندقية، منظمي الرحلات السياحية والمستثمرين. ما ينعكس على تحسن حضور الموزعين في السوق، وخلق ظروف ضيافة جذابة لسلاسل الفنادق، وتطوير علاقات شراكة مع منظمي الرحلات السياحية.²

ثالثا: تمويل الاستثمارات السياحية

يرتبط تحسين مناخ الأعمال بالحصول على القروض والتمويل وكذلك الحصول على العقار. كانت هاتان النقطتان حجر عثرة في وجه تجسيد العديد من المشاريع. لكن يبدو الوضع الجديد أكثر رعاية للمؤسسات المالية خاصة

¹ Bureau of Economic and Business Affairs, **Investment Climate Statement 2018: Algeria**, p 1, 3.

² Hind Ouguenoune, Op.cit. p 260.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

العمومية من خلال اتفاقية القروض للمستثمرين الحاملين لمشاريع في القطاع السياحي. وهو ما يعبر عن دعم البنوك لمرافقة المستثمرين في مشاريع سياحية.

تتمثل أولوية البنوك الخاصة الأجنبية في مرافقة زبائنها في السوق الجزائرية في قطاعات مختلفة كالطاقة، السيارات، المواد الغذائية والأدوية. بالنسبة لهذه المؤسسات، يبقى جمع ومنح القروض من الأنشطة الهامشية وتعد مشاركتها في تمويل الاقتصاد الوطني متواضعة.¹

بالنسبة لطرق التمويل، قامت وزارة السياحة بالتعاقد مع مؤسسات مالية وبنكية بغية ضمان تمويل المشاريع السياحية وهي: القرض الشعبي الجزائري CPA، بنك التنمية المحلية BDL، الصندوق الوطني للدخار CNEP، بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، صناديق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة FGAR، مؤسسة الجزائر إستثمار SPA.

لا تتعدى مدة دراسة الملفات 40 يوما بالنسبة لقروض الاستثمار و 30 يوما بالنسبة لقروض الاستغلال. وفيما يتعلق بأجال تسديد القروض تختلف هذه الأخيرة حسب خصوصية المشروع ودرجة تعقيده.

إلى جانب المؤسسات المالية والبنكية، تم إنشاء الصندوق الوطني للاستثمار وكذا صناديق استثمار في 48 ولاية من قبل السلطات العمومية، وهو ما نصت عليه المادة 100 من قانون المالية التكميلي لسنة 2009. تتمثل مهمة هذه الصناديق في تسهيل حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التمويل عن طريق المشاركة في رأس المال. نذكر على سبيل المثال: الجزائر استثمار (برأس مال مختلط: 70٪ BADR و 30٪ CNEP)، SOFINANCE (تم إنشائها من طرف خمس بنوك عمومية)، و FINALEP (مؤسسة مختلطة جزائرية أوروبية).²

تتمثل صناديق الاستثمار السالفة الذكر في:

1- الصندوق الوطني للاستثمار:

¹ Karim Cherif, Op.cit. p p 112, 113.

² République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de Tourisme et de l'Artisanat, **Investir dans le Tourisme**, Guide Pratique, Juin 2012, p 8.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

تم إنشاء الصندوق الوطني للاستثمار إثر إعادة هيكلة البنك الجزائري للتنمية من أجل ترقية أدوات جديدة ضرورية لتدخل الحكومة في التمويل والتنمية. تندرج هذا المبادرة في إطار استكمال عملية إصلاح القطاع المالي والمصرفي التي أطلقتها الحكومة.

تم تكليف الصندوق الوطني للاستثمار بتمويل إنشاء وتطوير مؤسسات القطاع العام والخاص من موارده الخاصة مع منح الأولوية للجوانب الخاصة بـ "الربح" و "تسيير المخاطر". يتدخل الصندوق الوطني للاستثمار في تمويل المشاريع الاستثمارية من موارده الخاصة بواسطة:

- قروض مباشرة على المدى البعيد: تُوجه هذه القروض لتمويل المشاريع العمومية والخاصة بشروط تفضيلية حسب طبيعتها، والتي تستجيب لشروط الصندوق الوطني للاستثمار وتساهم في تحقيق أهداف التنمية. يتدخل الصندوق على وجه الخصوص في تمويل القطاعات ذات القدرات العالية في مجال التنمية، على فترات طويلة مقارنة بالبنوك التجارية.

يأتي هذا العرض لاستكمال احتمالات التمويل بالقروض المتوفرة على الساحة المصرفية. بهذا فإن الصندوق يتدخل في المقام الأول كشريك مع مقترضين آخرين، لاسيما بالمشاريع الكبيرة أو بالقطاعات الأقل تفضيلاً لدى البنوك التجارية.

- على شكل مساهمات: لاسيما برأس مال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة للقطاع الخاص الوطني الراغبة بذلك، في قطاعات النشاط ذات الصلة بتوجهاتها الإستراتيجية. يجب على المشروع أن يستجيب لجميع المعايير الاقتصادية لتوظيف رأس المال وإلى أثر إيجابي ملموس على التنمية الاقتصادية. تقتصر هذه المساهمات على مدة يتم الاتفاق عليها بين الطرفين المعنيين وتساهم في:

- ✓ الاستثمارات المتعلقة بإنشاء المؤسسات وتوسيعها وتأهيلها.
- ✓ عمليات زيادة رأسمال المؤسسات الخاصة الوطنية المعنية، بما في ذلك تلك المدرجة في إطار إبرام شراكة مع متعامل أجنبي، في ظل احترام الأحكام التشريعية.
- ✓ تضبط مستويات المساهمة بنسبة 34% حسب الشروط المطابقة للقانون الأساسي للصندوق، والتي تحدد باتفاقية يتفاوض بشأنها الطرفان المعنيان.

- منح ضمانات على القروض الخارجية بطلب من المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين، ولصالح البنوك والمؤسسات المالية الأجنبية والتي منحهم قروض، بنسبة عمولة تقدر بـ 1٪ سنوياً من مبلغ القرض والأقساط المستحقة كل ستة أشهر.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

- منح ضمانات تجارية لفائدة المتعاملين الوطنيين، بأمر من بنوك الموردين الأجانب للسلع والخدمات، وهذا في إطار إنجاز مشاريع في الجزائر. تشمل هذه الضمانات: ضمانات التعهد في إطار المناقصات التي تغطي عجز المتعهد؛ ضمانات إرجاع التسبيقات وتعلق بالتمويل أو بالأشغال؛ ضمانات حسن الإنجاز حيث تمنح ضمانات بنسبة 1 % في السنة (0.25% في كل فصل وهي غير قابلة للقسمة).

توجه خدمات الصندوق الوطني للاستثمار إلى المؤسسات والهيئات وحاملي المشاريع في القطاعين العمومي والخاص. يجب إدراج المشاريع المعروضة على الصندوق الوطني للاستثمار من أجل التمويل ضمن أهداف الصندوق، ويجب أن تحقق امتيازات اقتصادية ومالية وتقنية، وأن لا يكون لها تأثيرات سلبية على البيئة.

2- صناديق الاستثمار الولائية:

تطبيقا لأحكام المادة 100 من الأمر المتعلق بقانون المالية التكميلي لسنة 2009، أنشأت الحكومة 48 صندوق استثمار يخص جميع الولايات حيث أوكلت إدارة هذه الصناديق لصالح حساب الدولة، وبموجب الاتفاقات الموقعة مع وزارة المالية تم تعيين ثلاث شركات رأس المال الاستثمار وفرعين لبنكين في طور الإنشاء. من مهام هذه الشركات تسهيل ولوج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنشأة من طرف حاملي المشاريع الشباب للتمويل عن طريق المساهمة في رأسمال شركاتهم.¹

يمكن لصناديق ووكالات التمويل، بالإضافة إلى الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANJEM، والوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI أن تكون بمثابة دعم لتطور المؤسسات الصغيرة خاصة الحرفية منها والعائلية. لهذه المؤسسات التمويلية أثر إيجابي على قطاعات أخرى كالزراعة، الصيد والخدمات. كما يمكنها الاستجابة لتطلعات الشباب فيما يتعلق بتطوير السياحة كإنشاء وكالات سياحية، تنظيم نشاطات ترفيهية، توفير النقل، وتقديم خدمات ثقافية.² شرط أن تستفيد هذه المؤسسات من المرافقة الضرورية فيما يتعلق بالتكوين لتسيير ومتابعة هذه المشاريع السياحية.

إضافة إلى التمويل في إطار الشراكة عمومي - خاص. تقوم هذه الشراكة على تقسيم الأدوار، حيث يبقى القطاع الخاص هو المسؤول عن تامين وتسويق السلع والخدمات التي توفرها الدولة، أما السلطات العمومية فهي المسؤولة عن تنظيم الإطار أو السياق التنظيمي، التشريعي، المالي والاجتماعي.³

¹ <http://www.andi.dz/index.php/ar/fonds-d-investissement>

² Centre d'Activités Régionales PNUE/PAM, **Profil de durabilité dans quelques destinations touristiques méditerranéennes: la destination de Tipaza en Algérie**, étude de cas réalisé par Samir Grimes, Plan Bleu, Octobre 2011, p p 17, 18.

³ Profil de durabilité dans quelques destinations touristiques méditerranéennes, Op.cit. p 19.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

في هذا الإطار، نلاحظ أن سنوات الثمانينيات والتسعينيات تميزت بانسحاب الدولة التدريجي من الاستثمار السياحي وفتح المجال أمام الاستثمار الخاص الذي بقي ضعيفا.¹

اختارت الدولة الجزائرية دعم تمويل المشاريع السياحية، وهو ما يدل على اهتمامها بالنهوض بالقطاع السياحي من خلال الرفع من حجم الاستثمارات السياحية، وترقية المنتجات السياحية الجزائرية، لجعلها قادرة على المنافسة على الصعيدين الاقليمي والدولي.

رابعا: العقار السياحي

تعتمد التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول على الاستغلال الحكيم للعقار المتاح في مختلف القطاعات الزراعية والصناعية والسياحية والحضرية؛ وهو ما يتطلب استخدام هذه الأراضي استخداما رشيدا وفقا لخصائصها. في الجزائر، يشكل العقار عائقا أمام التنمية الاقتصادية بسبب أوجه القصور المختلفة في إدارته. يتعلق الأمر في المقام الأول بالطلب على العقار في المجال الخاص للدولة بسبب المضاربة والأسعار التي لا تعكس بأي شكل من الأشكال واقع السوق. هذا من جهة، ومن جهة أخرى، لا يزال عرض القطاع الخاص ضئيلا جدا ويغذي المضاربة. كما تتزايد الأزمة العقارية مع تزايد ندرة العقار.

تظل كيفية الحد من احتكار الدولة وزيادة العرض العقاري الخاص وإتاحة سبل الوصول الحر للفاعلين الاقتصاديين والاجتماعيين هدفا هاما، من حيث إنشاء سوق للعقار وآليات تنظيمية أكثر مرونة. المسألة الأخرى هي كيفية جعل هذه الأراضي والفضاءات مربحة.

يشمل تحسين العرض العقاري ظهور سوق منظم للعقار يتلاءم مع طبيعة الطلب. يتيح إنشاء شركة تسيير مساهمات الدولة في المناطق الصناعية SGP/ZI منظورا جديدا من حيث ترشيد إدارة العقار، بشرط أن يتم توضيح إطار تدخلها، وتزويدها بالموارد ومنحها الوسائل الضرورية لتأدية وظيفتها.

لتخفيف الضغط على العقار والشروع في التنمية، يجب أن تُعزز سياسة تهيئة الإقليم تنفيذ سياسة إعادة توازن استخدام الإقليم التي تستند أساسا إلى تخصيص "ذكي" للأنشطة والسكان في مختلف مناطق البلاد؛ مما يسمح بالتحكم في تدفقات السكان.² منذ الفترة الاستعمارية، كان للعامل السياسي تأثير على الطريقة التي يتم بها طرح قضية العقار ومعالجتها.

¹ Hachimi Madouche, Op.cit. p 178.

² Conseil National Economique et Social, **La Configuration du Foncier en Algérie, Une contrainte au développement économique**, 24^{ème} session plénière, Novembre 2004, p p 4, 5.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

فيما يتعلق بالعقار السياحي، في سياق تطور سياسات التنمية السياحية، ظلت المسائل المتصلة بالحصول على العقار وشروط تسييرها تشكل مصدر قلق كبير، سواء بالنسبة إلى المتعاملين الخواص أو السلطات العمومية. من المفارقات اليوم أن يكون العقار أحد القيود المفروضة على التوسع السياحي في بلد شاسع مثل الجزائر يتمتع بإمكانيات طبيعية هائلة لا تزال غير مستغلة. مع هذا يُظهر تقييم مناخ الاستثمار أن العقار يشكل عقبة لا تزال مرهقة للغاية بالنسبة للتنمية السياحية. في غياب استراتيجية إنمائية في هذا المجال تسمح بتوسيع حجم العرض العقاري وتوضيح إجراءات الحصول عليه، في آجال محددة، لكل عملية استثمارية.¹

لا يزال العقار ميدانا معقدا، يحكمه عدد كبير من النصوص إضافة إلى تعدد أصحاب المصلحة دون توفر سلطة حقيقية لصنع القرار. إن التكفل بالتراث العقاري، لم يكن حاسما ما أدى إلى فشل في وقف عملية تبديد الأراضي. ونظرا لأهمية العقار في عملية التنمية، تظهر الحاجة إلى معالجة هذه المسألة بأبعادها القانونية والمؤسسية والسياسية والاقتصادية والأدواتية.

منذ التسعينات، وبفضل قانون الاستثمار، شكل العقار حجر الزاوية في سياسة التنمية الاقتصادية. لكن، منذ ذلك الحين، ظل هذا التراث غير مسجل وغير مؤطر بمخطط شامل لتهيئة الاقليم، إلى جانب ذلك تم تكليف عدد كبير من مراكز صنع القرار، موزعين على عدد من السلطات غير المتكافئة وذات مسؤوليات إدارية مجزأة ومشتتة، كما ظل يسير بمجموعة من التشريعات التي تسمح للسلطات المختلفة بالتدخل دون تنسيق كبير وبدون أي صلاحيات واضحة أو سلطة حقيقية لاتخاذ القرار. في مواجهة هذا الوضع، تحاول السلطات العمومية السيطرة على هذا الوضع من خلال الأحكام المتعلقة بالقوانين المالية وغيرها من القوانين.²

من المهم الإشارة إلى النص الذي يكبح حماس المفاوض. في الواقع، في النظام الحالي، تضع الدولة تحت تصرف المتعامل العقار لمدة 33 سنة في شكل امتياز. هذا الامتياز قابل للتجديد بطريقة تلقائية. بالرغم من أن هذا النص يحمل نية جيدة؛ من جهة، تسهيل تجسيد مشاريع عقارية وفندقية. ومن جهة أخرى، منع المضاربة، إلا أن نظام الامتياز يكبح رغبة المستثمرين المحتملين الراغبين في ملكية كلية للعقار. فالمستثمر بحاجة إلى الأمان والشفافية القانونية. يمكن للدولة عدم تجديد عقد الامتياز لأكثر من 33 سنة، على الرغم من قيام المستثمر بتمويل العقار من أمواله الخاصة أو من القروض، وإعادة تأهيله، وبالتالي خلق فرص عمل.³

في السابق كان حق الإمتياز يُمنح على الأراضي لمدة مؤقتة وقابلة للإبطال لمدة 20 سنة قابلة للتجديد؛ فعند انقضاء المدة المحددة، يمكن لصاحب الامتياز أن يطلب تجديده بموجب طلب يودع لدى الوزير المكلف بالسياحة،

¹ Ibid. p 10.

² Ibid. p 28.

³ Karim Cherif, Op.cit. p 113.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

يتم تحديد الامتياز في حالة عدم إتمام المشروع بسبب القوة القاهرة، أو توسيع وعصرنة وإنجاز مشاريع تكميلية طبقا لمخطط التهيئة السياحية.¹

تم إصدار أمر بإلغاء الإمتياز المتعلق بتنازل الدولة على أملاكها الخاصة مقابل ضمان إنجاز المشروع وهو الأمر 04-08 المؤرخ في 1 سبتمبر سنة 2008² المتعلق بتحديد شروط وكيفيات منح الإمتياز على الأراضي التابعة للأملاك الخاصة للدولة والموجهة لإنجاز مشاريع إستثمارية. أبقى هذا الأمر على العملية الإستثمارية لكنه ألغى تحويل الإمتياز إضافة إلى أنه مدد آجال الإمتياز. ركّز هذا الأمر أيضا على الإستثمارات الكبرى في قطاعي السياحة والصناعة والتي لا يمنح فيها الإمتياز إلا بترخيص مسبق صادر عن الوزير المكلف بالقطاع المعني مع اقتراح الهيئة المكلفة بالإستثمار، أما إذا كان الإمتياز عن طريق التراضي، في المشاريع الكبرى دائما، فيرخص الإمتياز من مجلس الوزراء و باقتراح من طرف المجلس الوطني للإستثمار.³

في إطار عملية تشجيع السياحة، بدأ التكفل بمسألة العقار السياحي سنة 1966؛ دعت السلطات العمومية إلى إنشاء مناطق توسع سياحي تمثل أراضي يمكن تهيئتها خصيصا "في الأجزاء المغلقة من السواحل والهضاب العليا والجنوب" من أجل إنجاز إستثمارات سياحية.⁴ وخلال الفترة الممتدة من 1986 إلى 1996، تم تحديد محفظة العقار السياحي من خلال إنشاء مناطق التوسع السياحي.

لا تزال مسألة الحصول على الأراضي وشروط تسييرها وأسعارها مصدر قلق رئيسي للإدارة المكلفة بالسياحة. كما أن تعبئة الأراضي للإستخدام السياحي على مستوى مناطق التوسع السياحي تعاني من نفس القيود التي تواجهها المناطق الصناعية.

علاوة على ذلك، فإن الأحكام القانونية والتنظيمية التي تحكم العقار السياحي هي نفسها التي تنطبق على الإستثمار بشكل عام، وعلى الرغم من الحوافز الضريبية، فإن القطاع الخاص لم يأخذ المبادرة في مجال الإستثمار السياحي الذي انسحب منه القطاع العام جزئيا منذ عام 1980.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 07-23 مؤرخ في 28 جانفي 2007، يحدد كيفيات بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الإمتياز عليها، الجريدة الرسمية، العدد 8، الصادرة بتاريخ 31 جانفي 2007، ص 6.

² أمر رقم 04-08 مؤرخ في 1 سبتمبر 2008، يحدد شروط وكيفيات منح الإمتياز على الأراضي التابعة للأملاك الخاصة للدولة والموجهة لإنجاز مشاريع إستثمارية، الجريدة الرسمية، العدد 49، الصادرة بتاريخ 3 سبتمبر 2008، ص 3.

³ معزوزة زروال، الضمانات القانونية للإستثمار في الجزائر، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أوبوكر بلقايد تلمسان، 2015/ 2016، ص 487.

⁴ La Configuration du Foncier en Algérie, Op.cit. p 85.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

هذا لا ينفي وجود اهتمام بثمانين وحماية التراث العقاري والذي تُرجم في وضع إطار قانوني، من خلال الأمر رقم 66-62 المؤرخ في 26 مارس 1966¹ والمرسوم رقم 66-75 المؤرخ في 4 أبريل 1966²، المعدل والمتمم بالمرسوم رقم 81-298 المؤرخ في أكتوبر 1981³، الذي ينص على تعزيز مقترحات السياسة السياحية الوطنية من خلال الأحكام التالية:

- ✓ تنفيذ خطة للتهيئة السياحية عن طريق تحديد المناطق ذات الأولوية للسياسة؛
- ✓ تحديد نوعية مناطق التوسع السياحي في أي منطقة ذات إمكانيات طبيعية مواتية للسياسة وتنفيذ استثمارات سياحية؛
- ✓ تدابير حماية هذه المناطق، ومراقبة البناء، والحقوق العقارية، فضلا عن شروط ممارسة حق الشفعة من جانب الدولة الممثلة بوزارة السياحة.

خلال الفترة من 1980 إلى 1988، قام قطاع السياحة بدراسات تتعلق بالتهيئة السياحية على مستوى الساحل والمناطق الصحراوية، على مراحل متتالية، شكّل من خلالها قاعدة بيانات عن المناطق الحموية وعرض العقار السياحي لوضع خطط لتنمية القطاع.

حدد قانون السياحة لسنة 1988 المناطق السياحية بشكل غير دقيق. كما شهد أخطاء في التسميات، وفي تحديد المواقع. بالإضافة إلى ذلك أنشئت، فيما بعد، بلديات جديدة لم تكن موجودة آنذاك، وبالتالي لم تشملها هذه العملية ما صعب من عملية تحديد قائمة الأراضي المخصصة للاستثمار السياحي في ظل عدم تحيينها. وفي ظل عدم وجود مخطط وطني لمسح الأراضي تم الاعتماد على موقع google earth وهو موقع غير دقيق.⁴

في نفس السياق، مكّن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من تحديد 173 منطقة توسع سياحي وتحديد 202 منبع حموي. وقد استهدفت إستراتيجية تهيئة مناطق التوسع السياحي ثمانين وتطوير أربع فئات من المناطق:

- ✓ المجالات التي ينبغي أن تترك على حالتها الطبيعية نظرا لضعفها الإيكولوجي وصعوبات إدارتها.
- ✓ المجالات التي تسمح بالاستثمار، نظرا لموقعها الذي يستحوذ على اهتمام التدفقات السياحية.

¹ الأمر رقم 66-62 مؤرخ في 26 مارس 1966، يتعلق بالمناطق والأماكن السياحية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة بتاريخ 8 أبريل 1966، ص 326.

² المرسوم رقم 66-75 مؤرخ في 4 أبريل 1966، يتضمن تطبيق الأمر رقم 66-62، المؤرخ في 26 مارس 1966، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة بتاريخ 8 أبريل 1966، ص 335.

³ المرسوم رقم 81-298 مؤرخ في 31 أكتوبر 1981، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادرة بتاريخ 03 نوفمبر 1981، يعدل ويتمم المرسوم رقم 66-75 المؤرخ في 4 أبريل 1966 والمتضمن تطبيق الأمر 66-62، المؤرخ في 26 مارس 1966، والمتعلق بالمناطق والأماكن السياحية، ص 1520.

⁴ مقابلة مع السيدة قسيطة رشيدة، إطار بوزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري، بتاريخ 10 جويلية 2018، على الساعة 11:00.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

✓ المناطق المواتية لتنمية السياحة العائلية، بالنظر إلى إمكانية اعتماد عدة أنواع من أماكن الإقامة.

✓ المناطق المخصصة للسياحة الدولية، نظرا لخصوصية المواقع وإمكانية إنشاء مجمعات سياحية كبيرة.

تغطي مناطق التوسع السياحي التي تم تصنيفها بموجب المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 5 نوفمبر 1988¹ مساحة إجمالية قدرها 47.073 هكتار. أنشئت هذه المناطق، في جميع أنحاء الإقليم الوطني، في 14 ولاية ساحلية (140 منطقة توسع سياحي) على مساحة قدرها 34852,86 هكتار، على مستوى الولايات الداخلية والهضاب العليا (13 منطقة توسع سياحي) على مساحة قدرها 3480,6 هكتار وفي الجنوب الكبير (20 منطقة توسع سياحي) على مساحة قدرها 54,8739 هكتار.

حاليا، يجري التحضير لمناطق جديدة للتوسع السياحي بعدة ولايات: أدرار (3 مناطق ذات طابع صحراوي)، تمنراست (منطقة واحدة ذات طابع صحراوي وثقافي)، عين تيموشنت (منطقة واحدة ذات طابع ساحلي وثقافي)، برج بوعرييج (منطقة واحدة)، وادي سوف (منطقة واحدة ذات طابع صحراوي وسياحة الأعمال)، المدية (منطقتين، واحدة ذات طابع مناخي صحي و الأخرى ذات طابع رياضي)، البيض (5 مناطق ذات طابع ثقافي)، النعامة (4 مناطق ذات طابع ثقافي وصحراوي، سطيف (3 مناطق مخصصة للسياحة الحموية والسياحة الخضراء، بسكرة (منطقة واحدة، ذات طابع حموي وثقافي)، سوق أهراس (منطقة واحدة ذات طابع ثقافي ورياضي)، غرداية (منطقة واحدة مخصصة للسياحة الزراعية)، الجلفة (منطقة واحدة ذات طابع حموي)، سيدي بلعباس (منطقة واحدة مخصصة للسياحة الزراعية والحموية)، بومرداس (منطقة واحدة ذات طابع رياضي)، باتنة (ثلاث مناطق مخصصة لسياحة الذاكرة، السياحة الزراعية، والسياحة المناخية).²

أما في إطار خطة العمل للتنمية المستدامة للسياحة في الجزائر "آفاق 2010"، بدأت إدارة السياحة عملية رئيسية تقوم على إطلاق برنامج لتمويل دراسات تتعلق بتهيئة العقار السياحي وأعمال صيانة لحوالي 20 منطقة من مناطق التوسع السياحي. من بين هذه المواقع، تم اختيار حوالي 15 منطقة لإجراء دراسات تفصيلية، في المرحلة الثانية والثالثة، والتي تركز على وضع خطة للمنطقة يتم تطويرها ضمن مناطق التوسع السياحي.

ينبغي دمج الأراضي المتواجدة في المواقع الأثرية في هذه الدراسات نظرا لأهمية هذا الجانب، كما يبدو من الضروري تكريس مساحة لهذا النوع من العقار وحل المشاكل التي تعاني منها. تحدد هذه الدراسات أيضا خطة استخدام

¹ المرسوم رقم 88-232 مؤرخ في 5 نوفمبر 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي، الجريدة الرسمية، العدد 51، الصادرة بتاريخ 14 ديسمبر 1988، ص 1658.

² مقابلة مع السيد عبد الحميد ترغيني، مدير التهيئة السياحية بوزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتاريخ: 01 أبريل 2018، على الساعة: 10:15.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

الأراضي، والنظام الداخلي، وتخطيط الشبكات. بالتوازي مع هذا، ينبغي إجراء تحقيق حول النظام القانوني للعقار السياحي، يتعلق الأمر بالقيام بمسح لسجل الأراضي، وتحديد الطبيعة القانونية لهذه الأراضي.

تواجه هذه الدراسات جملة من الصعوبات من بينها: ضعف التمويل، وعدم وجود أداة لتسيير وتخطيط العقار السياحي؛ إضافة إلى عدم وجود رؤية متوسطة وبعيدة المدى للتنمية السياحية. عرقلت هذه الصعوبات عملية حماية ومراقبة مناطق التوسع السياحي، وأدت إلى تشجيع الإنشاءات غير القانونية، والإضرار بالبيئة الطبيعية للمواقع السياحية.

بالإضافة إلى ذلك، أدى عدم الاهتمام بالدراسات العامة إلى حدوث تأخيرات في تطوير هذه المواقع، مما أدى إلى انخفاض وتيرة تطوير مرافق الاستقبال. يعني هذا الوضع أنه تم تحويل بعض المواقع "المحمية" لتنفيذ برامج سكنية وأنشطة لا تتفق مع خصوصيتها.¹

تجدر الإشارة إلى أنه من بين 48 ولاية تم الانتهاء من مخطط التهيئة السياحية الخاص بـ 41 ولاية، وتبقى المخططات الخاصة بسبعة ولايات في طور الإعداد والدراسة.²

يشير تقييم الأحكام التنظيمية للأراضي السياحية إلى أن تدابير الحماية الخاصة بالعقار السياحي، ومراقبة العمليات العقارية وطبيعة الإنشاءات، وممارسة حق الشفعة الممنوح للدولة لا تطبق. أدى هذا الوضع، في بعض الحالات، إلى تحويل الغرض الأساسي من هذه الأراضي لصالح أنشطة أخرى، لاسيما الأنشطة الصناعية. وقد أدى تخصيص الأراضي الواقعة في مناطق التوسع السياحي إلى إلحاق أضرار جسيمة بالسياحة، إلى درجة أن بعض المناطق الساحلية لم يعد لها انسجام مادي نتيجة تحويلها من غرضها الأصلي.

من بين نتائج تعدد الأحكام التنظيمية عدم التمكن من التحديد الدقيق للسلطة المختصة في تسيير العقار السياحي، وهو الأمر الذي لم يسمح بتنفيذ تدابير صارمة لتعزيز المحافظة على مناطق التوسع السياحي. لمواجهة هذا الوضع، أنشأ القطاع المسؤول عن السياحة، سنة 1998، الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT) بغية ضمان حماية وحفظ مناطق التوسع السياحي، والتكفل بإجراء دراسات التهيئة، وكذا ممارسة حق الشفعة، إضافة إلى الاستمرار في اقتناء الأراضي اللازمة لتنفيذ المشاريع الاستثمارية في هذه المناطق.

مع ذلك، وعلى الرغم من مركزها القانوني وتوافر الموارد المالية المخصصة لها من أجل اقتناء المواقع وخدمتها، لم تتمكن هذه الوكالة من الاستفادة من عمليات نقل الأراضي العامة في مناطق التوسع السياحي باستثناء أراضي مسيدة بولاية الطارف. في حين تم تخصيص بعض الأراضي الواقعة في مناطق معينة لمنظمات أخرى مثل ديوان

¹ La Configuration du Foncier en Algérie, Op.cit. p p 87, 88.

² مقابلة مع السيد عبد الحميد ترغيني، مدير التهيئة السياحية بوزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتاريخ: 01 أبريل 2018، على الساعة 10:15.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

الترقية والتسيير العقاري OPGI، المؤسسة العقارية EPLF، الوكالات العقارية والمروجون الخواص للمساهمة في عمليات تطوير العقارات.¹

تتناقض هذه التحويلات مع أحكام الأنظمة السارية التي تنص على أن "منح ترخيص بناء في المنطقة السياحية أو الموقع السياحي يخضع لترخيص صادر عن وزارة السياحة". هذا الحكم نفسه يتناوله أيضا القانون رقم 99-01 لسنة 1999 المتعلق بالفندقة.²

يعيق التعقيد في تعبئة الأراضي الاستثمار في هذا القطاع. لذلك، من أجل تعزيز الاستثمار، يصبح من الملح تكيف النصوص التشريعية والتنظيمية، فضلا عن آليات التمويل والوصول إلى العقار السياحي، وفقا لخصوصية القطاع ومتطلبات السوق.

لا ينبغي أن يحجب تسهيل عرض العقار السياحي عامل المنافسة مع البلدان المجاورة التي توفر اليوم شروطا استثمارية أكثر جاذبية. يتعلق الأمر بالبحث عن مفهوم آخر فيما يتعلق بتوافر واستخدام الأراضي.

فيما يتعلق بالاستثمار الأجنبي المباشر، يجب إزالة القيود الإدارية (نزع الملكية، والتحويل للمجال الزراعي على سبيل المثال)، التي تتصل أساسا باستخدام الأراضي التي تشكل مناطق التوسع السياحي الجديدة. أما فيما يتعلق بالعقار السياحي، سيتعين على القطاع أن يكون فاعلا رئيسيا وأن يكون لديه الوسائل الكافية لإدارة هذه المشكلة، الأمر الذي يعيق فعالية التكفل بتنمية مناطق التوسع السياحي والمحافظة عليها.³

على مستوى آخر، شمل التعمير محيط مناطق التوسع السياحي دون وجود أي انسجام بين أدوات تهيئة الإقليم وأدوات التعمير (PDAU المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير، POS مخطط شغل الأراضي). يفسر هذا النقص في الدعم في خطط التهيئة التنفيذ غير المنضبط للمشاريع التي نفذت خارج مناطق التوسع السياحي، في كثير من الأحيان، والقيود المتعلقة بالحصول على الأراضي الأساسية داخل مناطق التوسع السياحي.

بالإضافة إلى ذلك، أعيدت الأراضي الزراعية الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي، التي تم تأميمها في إطار الثورة الزراعية، إلى أصحابها وأزيلت من مشاريع التهيئة السياحية. في معظم الحالات، تواجه عملية تعبئة العقار، داخل مناطق التوسع السياحي عددا كبيرا من الملاك (الجماعات المحلية، القطاع الخاص، قطاع الزراعة والغابات).

¹ La Configuration du Foncier en Algérie, Op.cit. p 88.

² قانون رقم 99-01 مؤرخ في 6 جانفي 1999، يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة، الجريدة الرسمية، العدد 2، الصادرة بتاريخ 10 جانفي 1999، ص 3.

³ La Configuration du Foncier en Algérie, Op.cit. p 90.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

بالإضافة إلى ذلك، منحت الجماعات المحلية واللجان المساعدة على تحديد المواقع وترقية الاستثمارات وضبط العقار CALPIREF لنفسها الحق، عن طريق وكيل، في تخصيص الأراضي داخل مناطق التوسع السياحي، والتي من غير المرجح أن تساعد في تعزيز النشاط السياحي.

من أجل إزالة العقبات المرتبطة بالحصول على العقار واستكمال النظام القانوني لمزيد من الشفافية في التسيير، كرست السلطات العمومية، في قانون المالية لعام 1998¹، شكل نقل حيازة الأراضي عن طريق الامتياز، وذلك حسب ما جاء في المادة 117 منه، حيث نصت على إمكانية التنازل أو المنح بامتياز الأراضي التابعة للأمولاك الخاصة للدولة والموجهة لإنجاز مشاريع استثمارية، بالمزاد العلني. ينص هذا التنظيم الجديد أيضا على أنه يمكن التنازل أو المنح بامتياز بالتراضي بصفة استثنائية لفائدة الاستثمارات المستفيدة من مزايا، لكن لم يتم تحديد النصوص التنظيمية التي تنفذ هذا الحكم. كما يمكن أن يتحول المنح بالامتياز قانونا إلى تنازل بطلب من صاحب حق الامتياز فور الانتهاء من مشروع الاستثمار.

أما المادة 53 من نفس القانون فنصت على إمكانية استرجاع الدولة للأراضي التابعة للأمولاك الوطنية الممنوحة في إطار القانون رقم 87-19²، إذا كانت هذه الأراضي مدمجة في قطاع عمراني بموجب أدوات التعمير، بعد الأخذ برأي المجلس الشعبي الولائي. وفي الحالة التي يُتنازل فيها عن الأراضي للأشخاص التابعين للقانون الخاص من أجل إنجاز مشاريعهم، يستفيد المنتفع من حق الشفعة.

من المعلوم أن الاستثمار السياحي يتطلب رؤوس أموال كبيرة وآجالا طويلة لإتمام البنى التحتية. ومن ثم، فإن ربحية المشاريع تظهر على المدى الطويل فقط. يعتبر تجميد رأس المال خلال فترة سبع أو ثمان سنوات عموما تضحية ثقيلة من قبل المستثمرين في مجال السياحة، لذلك يجب تعويضهم عن طريق تقديم دعم ومزايا إضافية. وعليه، فإن توفير الأراضي في شكل تنازل أو امتياز بأسعار معقولة ينبغي أن يشكل عاملا محفزا على تأمين المستثمر، سواء كان محليا أو أجنبيا.

بالإضافة إلى ذلك، وفقا لمعايير تحقيق المشاريع السياحية، يتم تهيئة جزء من الموقع السياحي عموما في مساحات غير منتجة، مثل المساحات الخضراء والطرق ومواقف السيارات ومرافق التنشيط الثقافي، من أجل الحفاظ على البيئة وتعزيز البنية التحتية للسياحة.

¹ قانون رقم 97-02 مؤرخ في 31 ديسمبر 1997 يتضمن قانون المالية لسنة 1998، الجريدة الرسمية، العدد 89، الصادرة بتاريخ 31 ديسمبر 1997، ص 3.

² قانون رقم 87-19 مؤرخ في 8 ديسمبر 1987 يتضمن ضبط كيفية استغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الوطنية وتحديد حقوق المنتجين وواجباتهم، الجريدة الرسمية، العدد 50، الصادرة بتاريخ 9 ديسمبر 1987، ص 1918.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

خلافًا للقطاعات الاقتصادية الأخرى التي تستخدم تقريبًا جميع الأراضي في البناء، يتميز القطاع السياحي بحتمية تثمين المواقع التي تظهر في مخططات التهيئة ودفتر الشروط. وبالتالي، يجب الأخذ بعين الاعتبار المساحات غير التجارية عند تحديد الأسعار. كما يجب على السلطات العمومية أن تتبنى سياسة واضحة للعقار السياحي تحمي أصحاب المشاريع من المضاربة.

من هذا المنظور، بما أن الاستثمار يعتمد اعتمادًا شديدًا على العقار، سيتعين على مناطق التوسع السياحي في الجنوب أن توفر شروطًا ملائمة للوصول إلى هذا العقار.¹

بالإضافة إلى ذلك، لا يمكن تصور تشجيع الاستثمار السياحي في سوق العقار في ظل "المضاربة" والأسعار "غير المعقولة" التي تثبط أي مستثمر؛ وهو ما يفسره تردد السلطات العمومية في عرض القواعد التي تحكم العقار السياحي. صحيح أنه تم اتخاذ عدة مبادرات في هذا المجال منذ عام 1990 لتسهيل وصول المستثمرين إلى العقار، ولكن نلاحظ وجود إختلالات بين أهداف النصوص القانونية والواقع المعاش.²

في ظل غياب إطار قانوني محدد لتشجيع الاستثمار السياحي، ومع مراعاة طبيعة الاستثمارات وحتمية حفظ المواقع، من الضروري تعزيز مهام وصلاحيات الإدارة المكلفة بالقطاع السياحي من خلال:

- القيام بإجراءات تجريبية لتطوير وتشجيع الاستثمار السياحي في مناطق التوسع السياحي ذات الأولوية، بالتعاون مع السلطات المحلية، بغية الحفاظ على طابعها؛
- تحديد وتنمية مناطق التوسع السياحي، من خلال منح الإئتمانات اللازمة لتحقيق خطط التنمية السياحية للمناطق ذات الأولوية، من جهة، وحياسة الأراضي الواقعة في هذه المناطق، من جهة أخرى.
- تخصيص وتحديد سعر الحوافز لبيع أو منح امتياز الأراضي الأساسية الموجودة في مناطق التوسع السياحي، من خلال الوكالة الوطنية للتنمية السياحية ANDT.

ينبغي أن يُسفر هذا الوضع عن رسم إطار قانوني متماسك وشفاف من أجل إزالة التداخل في مهام أصحاب المصلحة المختلفين والصعوبات المتعلقة بتحديد السلطة المعنية بالعقار السياحي.³ بالإضافة إلى ذلك، يتعين على الإدارة السياحية التي لديها بالفعل خطة إنمائية متوسطة وطويلة الأجل لهذا القطاع أن تستفيد من التدابير التكميلية، وهي:

¹ La Configuration du Foncier en Algérie, Op.cit. p 92.

² Ibid. p 112.

³ La Configuration du Foncier en Algérie, Op.cit. p 124.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

- رفع القيود القانونية المفروضة على الأراضي الزراعية التي تنتمي إلى المجال الخاص للدولة داخل مناطق التوسع السياحي من خلال تنفيذ مشروع المرسوم المنصوص عليه في المادة 53 من قانون المالية لعام 1998¹؛
 - الاستفادة من دراسة ملفات الاستثمار ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني؛
 - الاستفادة، بتطبيق المادة 51 من قانون المالية لعام 1998، من نقل الأراضي العامة الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي إلى الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، وفقا لشروط البيع بالاتفاق المتبادل، بشكل إستثنائي، ولكن بقيمة السوق؛
 - تنفيذ أحكام قانون المالية لعام 2002² المتعلق بإنشاء صندوق ضمان ودعم الاستثمار السياحي.
- تُشكل مسألة العقار السياحي عقبة في وجه تسيير الوعاء العقاري في مناطق التوسع السياحي والقرى السياحية للامتياز، نظرا لتنوع وضعيات الملكيات المدججة في هذه المناطق (الأمالك الوطنية العمومية، الأمالك الوطنية الخاصة، الأمالك الخاصة). وهو ما يتطلب تحقيق ثلاث شروط:
- مطلب تطهير العقار السياحي، بإطلاق برنامج تحيين وتسيير العقار السياحي، قصد وضعه تحت تصرف المستثمرين والمقرنين العقاريين.
 - إعادة تشكيل المخزون العقاري، واستخدامه كأرضيات سياحية مدججة لزيادة مخزون العقار السياحي، وذلك بواسطة عمليات التعيين، التحديد والتصريح بواسطة التنظيم.
 - مرافقة الأعمال المرتبطة بالوصول إلى القرى السياحية للامتياز³.
- بالنسبة للقواعد المطبقة على العقار، يجب أن تكون القطعة الأرضية المخصصة للمشروع من ملكية المستثمر أو تنتمي إلى المجال الخاص للدولة، وتم منحها وفق صيغة عقود الامتياز على أساس دفتر شروط. وفقا لقانون المالية التكميلي 2011⁴، يرخص الامتياز بالتراضي بقرار من الوالي المختص إقليميا، وذلك حسب المادة 15 منه. ومع

¹ قانون رقم 97-02 مؤرخ في 31 ديسمبر 1997، يتضمن قانون المالية لسنة 2018، الجريدة الرسمية، العدد 89، الصادرة بتاريخ 31 ديسمبر 1997، ص 3.

² قانون رقم 01-21 مؤرخ في 22 ديسمبر 2001، يتضمن قانون المالية لسنة 2002، الجريدة الرسمية، العدد 79، الصادرة بتاريخ 23 ديسمبر 2001، ص 3.

³ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، الكتاب 4: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملي)، جانفي 2008، ص 17.

⁴ قانون رقم 11-11 مؤرخ في 18 جويلية 2011، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2011، الجريدة الرسمية، العدد 40، الصادرة بتاريخ 20 جويلية 2011، ص 4.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

ذلك، فإنه يتطلب رأي المجلس الوطني للاستثمار CNI، عندما يكون المشروع الاستثماري يعادل 500 مليون دينار جزائري أو أكثر، وفي حالة مشروع الشراكة.

تخضع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي لمخطط التهيئة السياحية (PAT)، الذي يحدد المساحة المعنية بتحقيق برنامج البنية التحتية. وبالتالي، فإن المشاريع التي يجب إنجازها في هذه الفضاءات لا يمكن الشروع فيها إلا بعد الانتهاء من مخطط تهيئة الأراضي المعتمدة قانونا.

تُمنح الأراضي الواقعة في المجال الخاص للدولة والواقعة داخل مناطق التوسع السياحي وفقا لصيغة التنازل بعد موافقة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة (ANDT) وموافقة وزير السياحة. من جهة أخرى، تكلف الوكالة الوطنية لتنمية السياحة بتهيئة مناطق التوسع السياحي.¹

- منح الامتياز بالتراضي:

أقر قانون المالية التكميلي لسنة 2015 إجراءات جديدة تحدد شروط وكيفيات منح الامتياز بالتراضي على الأراضي التابعة للأمولاك الخاصة للدولة والموجهة للمشاريع الاستثمارية، وتم تحديد هذه الإجراءات في قانون المالية التكميلي لسنة 2015 والمعدل لأحكام المادة 5 من الأمر رقم 08-04 المؤرخ في سبتمبر 2008 والمحدد لشروط وكيفيات منح الامتياز بالتراضي على الأراضي التابعة للأمولاك الخاصة للدولة والموجهة للمشاريع الاستثمارية. فقد نصت المادة 48 منه على أن يُرخص الامتياز بالتراضي في هذا النوع من الأراضي بقرار من الوالي بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالاستثمار بالتنسيق مع المديرين الولائيين للقطاعات المعنية، زيادة على الأراضي التابعة للأمولاك الخاصة للدولة تعتبر الأصول العقارية المتبقية والفائضة للمؤسسات العمومية المنحلة وكذا الأراضي التابعة للمناطق الصناعية ومناطق النشاطات، ومنح الامتياز بالتراضي كذلك بناء على اقتراح من الهيئة المكلفة بتسيير المدينة الجديدة على الأراضي الواقعة داخل محيطها بعد موافقة الوزير المكلف بالمدينة، أما فيما يخص الأراضي التابعة لمنطقة التوسع السياحي فإن منح الامتياز بالتراضي يكون بعد موافقة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة.²

- الامتياز عن طريق المزارد العلني:

¹ République Algérienne Démocratique et populaire, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Investir dans le tourisme : Guide pratique**, Juin 2012, p 5.

² المادة 48 من قانون المالية التكميلي لسنة 2015، أمر رقم 15-01 مؤرخ في 23 جويلية 2015، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2015، الجريدة الرسمية، العدد 40، الصادرة بتاريخ 23 جويلية 2015، ص 16.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

قد يكون منح الامتياز بالمزاد العلني مفتوحا أو محدودا، ويقصد بالمزاد العلني المفتوح عرض الامتياز عن طريق المنافسة، لكل شخص طبيعي أو معنوي يرغب في الاستفادة من الامتياز على أرضية معينة، وذلك لإنجاز مشروع استثماري، وفقا لقواعد التهيئة والتعمير المطبقة. أما المزاد العلني المحدود فيراد به عرض الامتياز عن طريق المنافسة على أرضية موجهة لمشروع استثماري، في طبيعة محددة مسبقا، والذي يشارك فيه المستثمرون الذين تتوفر فيهم شروط التأهيل فقط.

يتم تقديم الامتياز بموجب قرارات صادرة عن الجهات التالية:

- ✓ قرار من الوزير المكلف بالسياحة، عندما تكون القطعة الأرضية المعنية تابعة للعقار السياحي القابل للبناء وباقتراح من الهيئة المكلفة بالعقار السياحي، يحدد تصور المشروع المزمع إنجازه والمعايير التي ينبغي توفرها على أساس دفتر أعباء.
- ✓ قرار من الوزير المكلف بالصناعة وترقية الاستثمارات، عندما تكون القطعة الأرضية المعنية تابعة لهيئات عمومية مكلفة بالضبط والوساطة العقارية.
- ✓ قرار من الوزير المكلف بتهيئة الإقليم، عندما تكون القطعة الأرضية المعنية تابعة لمخطط مدينة جديدة وباقتراح من الهيئة المكلفة بتسييرها طبقا لمخطط المدينة الجديدة.
- ✓ قرار من الوالي المختص إقليميا وباقتراح من لجنة يحدد تنظيمها وتشكيلها وتسييرها عن طريق التنظيم.¹

المطلب الثاني: السياسة السياحية في الجزائر على ضوء المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2030

يواجه قطاع السياحة، اليوم، عدة تحديات أهمها: استدراك التأخيرات المتراكمة الناجمة عن ظروف سياسية واقتصادية، هذا من جهة. وتوظيف واستغلال الإمكانيات السياحية للمشاركة في إنتاج الثروة وخلق مناصب العمل، من جهة أخرى. تتطلب إدارة هذه التحديات الحل النهائي لخمس مسائل أساسية تتعلق ب: العقار السياحي، التمويل، الموارد البشرية، إعادة تنظيم الإطار المؤسسي، تعزيز الأنشطة السياحية.

على المدى المتوسط، سيتعين على الجزائر أن تستعد لأخذ نصيبها من السوق المغاربية والمتوسطة؛ الأمر الذي يتطلب اتخاذ إجراءات سياسية وتنمية اقتصادية بصفة عامة، وسياسة تخص الصناعة الفندقية بصفة خاصة.

يجب تبني نهج جديد يستند على التعاون مع القطاعات الأخرى (الوزارات المختلفة، الجماعات المحلية، الجمعيات المعنية، مهنيي قطاع السياحة والشركاء الاقتصاديين والاجتماعيين). من خلال نهج نوعي يقوم على تثمين المنتجات السياحية ذات القيمة المضافة، ودعمه ببرنامج ترويجي وسياسة تسويقية تستهدف الأسواق المحتملة.¹

¹ معزوزة زروال، مرجع سبق ذكره، ص 483.

أولاً: أسس الاستراتيجية السياحية في الجزائر

1- النصوص القانونية المنظمة للنشاط السياحي:

تضمن القانون 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة² السياسة الجديدة للحكومة في مجال تنمية القطاع السياحي حيث أشارت المادة 10 منه إلى أن التنمية السياحية تندرج ضمن السياسة الوطنية لهيئة الإقليم والتنمية المستدامة. كما حدد القانون 03-03، المؤرخ في 17 فيفري 2003، المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية³، مبادئ وقواعد حماية، تهيئة وتسيير هذه المناطق.⁴

فيما يتعلق بالأهداف، تؤكد هذه النصوص على إرادة الدولة في المساهمة في حماية المقومات الطبيعية للسياحة، والحفاظ على التراث الثقافي والتاريخي للبلد وكذا تنمية النشاطات السياحية؛ وهو ما تتضمنه المادة 5 من القانون 03-01 التي تؤكد على ضرورة حماية أصالة العرض السياحي وضمان تنافسيته واستدامته.

أما سنة 2007 فقد صدر مرسومان تنفيذيان هامين لتنمية السياحة؛ الأول هو المرسوم التنفيذي رقم 07-23 الذي يحدد كفاءات إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الامتياز عليها.⁵ أما الثاني فهو المرسوم التنفيذي رقم 07-69 الذي يحدد شروط وكفاءات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية.⁶

ينص المرسوم التنفيذي رقم 07-23 على إمكانية بيع أو تخصيص الأراضي التي تشكل العقار السياحي لصالح الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، باتفاق ودي بين وزير السياحة والمالية. بعد الانتهاء من عمليات تهيئة الأراضي

¹S.S, La politique touristique des ambitions à la mesure de nos potentialités, Tourisme Magazine, NO 00, Mai 2006. http://www.algeriantourism.com/tourisme_magazine/tourisme_magazine_000.pdf, p p 12, 13.

² قانون 03-01 مؤرخ في 17 فيفري 2003، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الجريدة الرسمية، العدد 11، الصادرة بتاريخ 19 فيفري 2003، ص 4.

³ قانون رقم 03-03 مؤرخ في 17 فيفري 2003، يتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، الجريدة الرسمية، العدد 11، الصادرة بتاريخ 19 فيفري 2003، ص 14.

⁴ République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'environnement, **Stratégie Nationale de gestion intégrée des zones côtières en Algérie**, par Reda Benmahieddine, Juillet 2012, p 7.

⁵ مرسوم تنفيذي رقم 07-23 مؤرخ في 28 جانفي 2007، يحدد كفاءات إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح الامتياز عليها، الجريدة الرسمية، العدد 8، الصادرة بتاريخ 31 جانفي 2007، ص 4.

⁶ مرسوم تنفيذي رقم 07-69 مؤرخ في 19 فيفري 2007، يحدد شروط وكفاءات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، الجريدة الرسمية، العدد 13، الصادرة بتاريخ 21 فيفري 2007، ص 7.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

تقوم الوكالة الوطنية لتنمية السياحة بتبليغ الوزير المكلف بالسياحة وكذا المستثمرين الراغبين في الاستثمار، عن طريق وسائل الاتصال المختلفة.

أما المرسوم التنفيذي رقم 07-69 فينص على إمكانية منح الامتياز على المياه الحموية بقرار من الوزير المكلف بالمياه الحموية بعد موافقة اللجنة التقنية للمياه الحموية لكل شخص طبيعي أو معنوي. يمنح الامتياز لمدة 20 سنة قابلة للتجديد، يتعلق الأمر باستغلال واستعمال المياه الحموية لأغراض علاجية في إطار مؤسسة تعمل وفقا للقواعد التقنية والعلمية المطبقة في هذا المجال.

على مستوى الجماعات المحلية، تضمنت المادة 33 من قانون الولاية إمكانية تشكيل المجلس الشعبي الولائي، من بين أعضائه، لجانا دائمة للمسائل التابعة لمجال اختصاصه من بينها السياحة. بالإضافة إلى ذلك، أعطت المادة 77 من هذا القانون للمجلس الشعبي الولائي صلاحية ممارسة اختصاصات في إطار الصلاحيات المخولة للولاية، بموجب القوانين والتنظيمات، وكذا التداول في عدة مجالات من بينها السياحة.¹

أما بالنسبة لقانون البلدية، فقد نصت المادة 31 منه على إمكانية تشكيل المجلس الشعبي البلدي، من بين أعضائه، لجانا دائمة للمسائل التابعة لمجال اختصاصه من بينها تهيئة الإقليم والتعمير والسياحة.

كما تضمن الفصل الثالث من نفس القانون نشاطات البلدية في مجال السياحة. فقد نصت المادة 122 منه على اتخاذ البلدية كافة الإجراءات قصد اتخاذ أي تدبير يرمي إلى توسيع قدراتها السياحية وتشجيع المتعاملين المعنيين باستغلالها.²

نلاحظ أن المشرع الجزائري قد منح كل من البلدية والولاية صلاحيات للمساهمة في ترقية السياحة على المستوى المحلي. غير أن الواقع يبين ضعف دور الجماعات المحلية في تطوير السياحة المحلية. يعود ذلك إلى مجموعة من العقبات، منها عدم توفر الموارد المالية؛ فالعديد من البلديات والولايات تعاني عجزا في ميزانياتها وتفتقر لمصادر التمويل المحلية، كما أنها تعاني من عدم توفر البنى التحتية الضرورية لتنشيط السياحة كالطرق والخدمات الأخرى، بالإضافة إلى مكانة قطاع السياحة ضمن أولويات خطط التنمية المعتمدة محليا؛ فالعديد من الجماعات المحلية لديها أولويات أخرى كتعبيد الطرق مثلا.

2- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030:

¹ قانون رقم 07-12 مؤرخ في 21 فيفري سنة 2012، يتعلق بالولاية، الجريدة الرسمية، العدد 12، الصادرة بتاريخ 29 فيفري 2012، ص 5.

² قانون 10-11 مؤرخ في 22 جوان 2011 يتعلق بالبلدية، الجريدة الرسمية، العدد 37، الصادرة بتاريخ 3 جويلية 2011، ص 4.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

عرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تطورات عبر فترات زمنية معينة، فقد سبقه المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لسنة 1980، تضمن هذا الأخير: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للشمال، الذي حدد مناطق للتوسع السياحي في 14 ولاية، والمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجنوب، وهو يخص 13 ولاية في هذه المنطقة.¹

نلاحظ أن القطاع السياحي قد عرف فراغا قانونيا، حيث انتهت آفاق مخطط سنة 1980 ولم يُصادق على المخطط الجديد الذي تم إعداده سنة 2007 إلا سنة 2008. وهو ما أثر سلبا على الاستثمار في هذا القطاع. كما نلاحظ أن المخطط التوجيهي آفاق 2030 الذي يعتبر جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم SNAT تمت المصادقة عليه قبل هذا الأخير، حيث تمت المصادقة على المخطط الوطني سنة 2010.

ترتكز إستراتيجية الحكومة فيما يتعلق بتهيئة الإقليم والسياحة، من خلال المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، على ضمان الانسجام ما بين الأقاليم؛ من خلال الحد من الفوارق الإقليمية، ومن الفجوات والاختلالات بين المناطق من أجل تحسين نوعية حياة المواطنين.² وكذا تفعيل جاذبية الإقليم والحفاظ على رأس المال الطبيعي والثقافي وتثمينه.³

تنص خطة العمل على اتخاذ تدابير وإجراءات تهدف إلى دعم قدرات الإيواء، إضافة إلى التهيئة السياحية لتحسين العرض العقاري، والعمل على تعزيز الوجهة السياحية الجزائرية. على هذا النحو، تم بالفعل اتخاذ العديد من الإجراءات، لاسيما ما يتعلق بتكليف النصوص التنظيمية التي تحكم القطاع وإعادة تنظيم محفظة شركة مساهمات الدولة سياحة وفندقة SGP GESTOUR، وإعادة فتح الدوائر السياحية الآمنة، ودعم القدرة التنافسية للقطاع من خلال الحوافز الضريبية والعقارية.

يقوم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 على خمسة ديناميكيات رئيسية، تمثل أسس الاستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية حتى عام 2030، وهي:

- ✓ تعزيز الوجهة الجزائرية لزيادة جاذبيتها وقدرتها التنافسية.
- ✓ تطوير الأقطاب والقرى السياحية من خلال ترشيد الاستثمار والتنمية.

¹ ياسين لمعيري، توفير ودمج العقار السياحي في مجال الاستثمار بين الآليات القانونية والواقع، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، العدد 3، جوان 2017، ص 233.

² République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, **Politique Gouvernementale dans le domaine de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat**, Septembre 2015, p 2.

³ قانون رقم 02-10 مؤرخ في 29 جوان 2010، يتضمن المصادقة على المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، الجريدة الرسمية، العدد 61، الصادرة بتاريخ 21 أكتوبر 2010، ص ص 5، 6.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

✓ نشر مخطط جودة السياحة لتطوير العرض السياحي الوطني الذي يتضمن التدريب من خلال التكوين المهني والتعليم والانفتاح على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتموقع حول منافذ سياحية جديدة، تماشيا مع الاتجاهات العالمية الجديدة.

✓ تعزيز الانسجام في العمل من خلال صياغة السلسلة السياحية وإقامة شراكة بين القطاعين العام والخاص.

✓ تحديد وتنفيذ مخطط تمويل تشغيلي لدعم الأنشطة السياحية والمطورين وجذب المستثمرين المحليين والدوليين.

تدرج جميع هذه الأسس في إطار تحقيق هدف نهائي وهو جعل السياحة صناعة حقيقية تزيد العمالة والثروة الوطنية، لاسيما من خلال تطوير الاستثمار، الذي هو حجر الزاوية في استراتيجية السياحة الوطنية.¹

وفقا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تقوم القدرة التنافسية لإقليم ما على العناصر المكونة لأقطاب الجذب السياحي. تتميز هذه الأقطاب بمجموعة من الصفات القائمة على المنتجات والأنشطة السياحية المرتبطة بمشروع سياحي خاص بمنطقة جغرافية معينة. يستجيب القطب السياحي لطلب السوق لذا يجب أن يتمتع باستقلالية كافية لكي يتمكن من الانتشار على الصعيدين الوطني والدولي. وقد تم تحديد فئتين من الأقطاب في الجزائر. من جهة، أقطاب الإمتياز التي تشكل معرضا سياحيا للجزائر. ومن جهة أخرى، الأقطاب التكميلية التي تدعم أقطاب الإمتياز.

لتنفيذ هذا التخطيط الإقليمي والاقتصادي للسياحة، فإن الحوكمة على الصعيد الوطني تتطلب حوكمة محلية من خلال فضاءين لاتخاذ القرار: الديوان المحلي للسياحة ومجلس تنمية السياحة على مستوى الولاية. يقوم الجهاز الأول بتجميع المعلومات والثاني بدور سياسي، بحكم تنظيمه لأنه يجمع الجهات الفاعلة من السلطات العمومية (الخدمات التقنية والمسؤولين المنتخبين)، من المجال التجاري (منظمي الرحلات السياحية وأصحاب الفنادق والمطاعم)، ومن المجال التعاوني (جمعيات حماية المواقع السياحية). من خلال مهامها المتمثلة في ضمان تحديث المعلومات، قبول مشاريع التنمية السياحية، تشجيع السياحة في الولاية، تنسيق نشاطات مختلف الأجهزة الفاعلة، وإدارة المصالح المتنافسة من خلال دمجها في نهج جماعي.²

¹ Politique Gouvernementale dans le domaine de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat, Op.cit. p 10.

² Loic Bourse, Profil de durabilité dans quelques destinations touristiques méditerranéennes, Op.cit. p 17, 18.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

تم تحديد المناطق التي لديها الأصول اللازمة لاستضافة المشاريع السياحية المتميزة وتجميعها في أقطاب الامتياز السياحية. ضمن هذه الأقطاب السياحية، هناك 174 موقعا محجوزا حصرا للتنمية السياحية. تجدر الإشارة إلى أن القطب السياحي هو مزيج من الأنشطة السياحية في إطار مشروع التنمية الإقليمية لمنطقة جغرافية تتألف من القرى السياحية التي تضم مرافق الإقامة والترفيه.¹

تقوم الاستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة على تنظيم وتدعيم الإطار المؤسسي الذي يمثل خطوة مهمة في إعادة هيكلة الإدارات المكلفة بالسياحة. تهدف هذه الوحدات إلى تنفيذ آليات إدماج كمتطلبات توحيد، إدارة، تشغيل ومراقبة النشاطات السياحية. على المستوى المحلي، يجب أن تأخذ مشاركة الجماعات المحلية والمهنيين في تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الخصوصيات المحلية بعين الاعتبار.

سمح تأطير الأنشطة السياحية، خاصة عملية تصنيف وإعادة تصنيف المنشآت الفندقية، بتوعية مشغلي هذه المؤسسات بضرورة إعادة تأهيل المرافق القائمة وامتثالها للمعايير وضرورة تعزيز القدرات التقنية والإدارية للعاملين في القطاع السياحي، كالترويج والتسويق السياحي. من بين الإجراءات الأخرى المتخذة من طرف السلطات العمومية التي تهدف إلى تحسين ديناميكية القطاع السياحي، على سبيل المثال اعتماد ميثاق سياحي يتضمن قواعد السلوك التي يتعين على الأطراف الفاعلة في مجال السياحة مراعاتها، وإنشاء لجنة تضم خبراء لدراسة ملفات الاستثمار السياحي، وكذلك التأكيد على دور مناطق التوسع السياحي في استدامة النشاط السياحي.

ثانيا: مخطط الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 (المرحلة الأولى)

حدد هذا المخطط مرحلتين زمنيةتين أساسيتين لتنفيذه:

- المرحلة الأولى: تمتد لسبع سنوات من 2008 إلى 2015، يتمثل الهدف الرئيسي في هذه الفترة في الشروع في تنمية السياحة في الجزائر.

- المرحلة الثانية: تمتد لخمس عشرة سنة (حتى 2030)، يتمثل الهدف الرئيسي خلال هذه المرحلة في إقامة بنية للنهوض بالسياحة الجزائرية.

كما حدد أهداف مادية وأخرى مالية؛ ترتبط الأهداف المادية ب: عدد السياح، عدد الأسرة، المداخل، مناصب العمل، التكوين. أما الأهداف المالية فتتعلق ب: المداخل من العملة الصعبة، استثمار القطاعين العمومي والخاص في البنية التحتية للاستقبال والاتصال.

¹ Centre d'Activités Régionales PNUE/PAM, **La Destination touristique pilote en Algérie : La zone côtière de Tipasa**, Rapport Final, Plan Bleu, par Samir Grimes, Juin 2011, p 14.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

يتمثل الغرض من تحقيق هذه الأهداف في تحويل الجزائر من بلد مورد للسياح إلى بلد مستقبل للسياح. كما أن المؤشر المرجعي يجب أن يصبح المداخل السياحية عوض عدد السياح.¹

تتمثل الأهداف المرسومة للمرحلة الأولى الممتدة من 2008-2015 في:

1- الأهداف المادية للمرحلة الأولى (2008-2015):

يهدف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، في نهاية 2015، إلى استقبال 2,5 مليون سائح، ما يتطلب 75.000 سرير من النوعية الجيدة، منها 40.000 سرير ضمن الأقطاب السياحية للامتياز.

كما يهدف إلى خلق 400.000 منصب شغل (بشكل مباشر أو غير مباشر) وضمان 91.600 مقعد تكوين بيداغوجي.

2- الأهداف المالية للمرحلة الأولى (2008-2015):

قُدر المبلغ اللازم للاستثمار العمومي والخاص ب 2,5 مليار دولار أمريكي، يُضاف إليه المبلغ المخصص للأقطاب السياحية وهو 1 مليار دولار أمريكي.²

الجدول رقم 30: خطة الأعمال (2007-2015)

السنة	2007	2015
عدد السياح	1,7 مليون	2,5 مليون

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية، الخلاصة العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، دون سنة، ص 5.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، الكتاب 2: المخطط الاستراتيجي (الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية)، جانفي 2008، ص 17.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

عدد الأسرة	84,869 (يعاد تأهيلها)	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1,7%	3%
الإيرادات (مليون دولار)	2,5	1500 إلى 2000
مناصب الشغل	200.000	400.000
التكوين: مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الكتاب 2، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، جانفي 2008، ص 18.

3- المشاريع ذات الأولوية للمرحلة الأولى (2008-2015):

تضمنت المشاريع ذات الأولوية للمرحلة الأولى 2008-2015 فنادق السلسلة حيث يقدر عدد الأسرة من كل الأنواع ب 29.386 سرير. بالإضافة إلى 20 قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مدججة مخصصة للتوسع السياحي مصممة لتتناسب مع الطلب الدولي والوطني.¹

الجدول رقم 31: قدرة الإيواء الفندقية المسطر للمستقبل

القطب السياحي للامتياز	الفنادق (عدد الأسرة)	عدد القرى السياحية للامتياز	إجمالي عدد الأسرة
القطب السياحي (شمال وسط)	9295	11	39849
القطب السياحي (شمال شرق)	5965	3	7378
القطب السياحي (شمال غرب)	10146	4	6852
القطب السياحي (جنوب شرق الواحات)	2092	1	
القطب السياحي (جنوب غرب توات القارة)	1513		92
القطب السياحي الجنوب الكبير (طاسيلي ناجر)	150		
القطب السياحي الجنوب الكبير "أهقار"	225		
إجمالي الأسرة (فنادق ظرفية)	29386		54171
إجمالي الأسرة (فنادق ظرفية + قرى)		83557	

المصدر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الكتاب 4، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملي)، جانفي 2008، ص 16.

¹ الكتاب 2: المخطط الاستراتيجي (الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية)، مرجع سبق ذكره، ص 18.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

بهدف الرفع من قدرة الإيواء الفندقية، تم برمجة إنجاز 54171 سرير؛ 54079 سرير منها في الشمال و 92 سرير الأخرى في الجنوب وحوالي 19 قرية سياحية؛ 18 منها في الشمال وواحدة فقط في الجنوب.

إن هياكل الإقامة يجب أن تتماشى مع الخصائص الطبيعية والجغرافية للمنطقة السياحية، فمثلا يمكن الاعتماد على أسرة مؤقتة أي خيم ذات معايير دولية في جنوب البلاد، لأن السائح الذي يقصد هذه المناطق ينبغي اتصالا مباشرا مع الطبيعة؛ فهو لا يطلب فنادق فخمة.

يضم القطب السياحي للامتياز قرى سياحية للامتياز، في رقعة جغرافية محددة، مزود بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية. يمكن لهذا القطب أن يشمل منطقة أو عدة مناطق توسع سياحي.¹

تقع هذه الأقطاب في:

- ✓ الشمال الشرقي (أم البواقي، باتنة، جيجل، سطيف، قسنطينة، برج بوعريش، خنشلة، ميله، عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تبسة)؛
- ✓ شمال وسط (الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية)؛
- ✓ الشمال الغربي (مستغانم، وهران، عين تيموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، سعيدة، تيسمسيلت، تيارت، غليزان)؛
- ✓ الجنوب الشرقي "الواحات" (غرداية، بسكرة، الوادي، الجلفة، مسيلة، ورقلة)؛
- ✓ الجنوب الغربي "توات وقورارة" (أدرار، بشار، الأغواط، البيض، تندوف، النعامة)؛
- ✓ أقصى الجنوب "طاسيلي ناجر" (إيليزي) "والأهقار" (تمراست)؛

الجدول رقم 32: عدد المشاريع في الأقطاب السياحية للامتياز

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية للامتياز
23	الشمال الشرقي
32	شمال الوسط
18	الشمال الغربي
04	الجنوب الغربي "الواحات"
02	الجنوب الغربي "توات-قورارة"
01	الجنوب الكبير "الأهقار"

¹ الكتاب 2، المخطط الاستراتيجي، الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سبق ذكره، ص 38.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

00	الجنوب الكبير "الطاسيلي"
80	المجموع

المصدر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الكتاب 2، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، جانفي 2008، ص 48.

تم برمجة إنجاز 73 مشروعا في الشمال موزعة على الشرق (23 مشروعا)، الوسط (32 مشروعا) والغرب (18 مشروعا) وسبعة مشاريع في الجنوب موزعة على الواحات (4 مشاريع)، توات قورارة (مشروعين) والأهقار (مشروع واحد) أما منطقة الطاسيلي، باعتبارها قطبا سياحيا، فلم يُخصص لها أي مشروع. نلاحظ تركيز المشاريع السياحية في الشمال على الرغم من شساعة مساحة الجنوب مقارنة بالشمال، ما من شأنه أن يخلق نوعا من عدم التوازن بخصوص توزيع المشاريع وكذا الآثار الاقتصادية والاجتماعية المترتبة عنها كمناصب الشغل على سبيل المثال.

لم يتم الانتهاء من هذه المشاريع في الآجال المحددة؛ يرجع ذلك لجملة من العقبات التي تواجه المستثمرين منها صعوبة الحصول على العقار وعلى التمويل اللازم لإنجاز المشروع، إضافة إلى أعمال التهيئة التي تستغرق مدة زمنية طويلة، خاصة في المناطق ذات التضاريس الصعبة، علما أن العديد من المناطق المخصصة لهذه المشاريع السياحية تفتقر لمنشآت البنية التحتية الضرورية، وهو ما يُصعب من عملية إنجاز هذه المشاريع.

يترتب عن هذه الاستثمارات عمليات نزع الملكيات وتهيئة أراضي البناء وتكوين الموارد البشرية. إذا تم اعتماد 15٪ كنصيب للاستثمار العمومي فسيكون على عاتق السلطات العمومية ممثلة في الوزارات 350 مليون دولار على مدى سبع سنوات خاصة بأقطاب الامتياز أي 50 مليون دولار سنويا.

يمكن تلخيص المراحل الضرورية لإنشاء الأقطاب السياحية ذات الامتياز كالاتي:

- ✓ رسم حدود التهيئة والتنمية.
- ✓ ضمان نجاح عملية التهيئة وذلك بتدعيم عامل الجاذبية، أي تحسين صورة الوجهة وضمان توفر الخدمات.
- ✓ العمل على أن يكون المشروع منسجما مع طبيعة المنطقة وأن يكون له نتائج إيجابية على التنمية المحلية.¹
- ✓ تحديد الإمكانيات السياحية والعقارية للقطب السياحي.

¹ الخلاصة العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، مرجع سبق ذكره، ص 26.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

تضمن هذا المخطط إمكانية تنظيم الأسواق الخارجية في أسواق ذات أولوية للحفاظ عليها، الأسواق الواعدة والأسواق البعيدة.

- ✓ الأسواق ذات الأولوية: تتمثل في الأسواق التقليدية المرسله للسياح وهي فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، ألمانيا.
- ✓ الأسواق الواعدة: بريطانيا، هولندا، النمسا، والدول الاسكندنافية.
- ✓ الأسواق البعيدة: الصين، اليابان، روسيا، كندا، والولايات المتحدة الأمريكية.
- ✓ أسواق أخرى: دول الخليج.

نلاحظ غياب الاهتمام باستقطاب أسواق عربية، على الرغم مما قد تشكله من قنوات للوفود السياحية، وكذا المداخل السياحية بحكم القرب الجغرافي وكذلك الاشتراك في نفس اللغة.

تتمثل الحركة الثالثة في مخطط نوعية السياحة في إطار الوصول إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني بالتركيز على التكوين والتعليم، وإدراج تكنولوجيات الإعلام والاتصال. تهدف هذه الحركة إلى:

- ✓ إطلاق مخطط لنوعية السياحة مع الرغبة في الانضمام لعلامة موحدة يُطلق عليها "النوعية السياحية".
- ✓ تبني منظور تحسين النوعية والعرض السياحي وتشجيع ترقيته في الجزائر وفي الخارج.
- ✓ بعث ديناميكية تقويم وترقية الوجهة السياحية للجزائر.

بالنسبة لإجراءات وآليات تنفيذ مخطط نوعية السياحة، يتعلق الأمر بتقييم إلتزامات المهنيين على مستوى: الإعلام والاتصال، الاستقبال، كفاءة العمال، مراقبة المواقع، النظافة والصيانة، تامين المورد المحلي. وكذا إبرام عقود رخص "النوعية السياحية" مع المؤسسات التي تنخرط في مسعى النوعية، إضافة إلى تقويم المحترفين بوضع ختم "السياحة النوعية الجزائرية" على مدخل مؤسساتهم.

كما تضمن مخطط نوعية السياحة أهدافا تتعلق بتكوين المورد البشري كتعزيز القدرات التنظيمية والكفاءات في المدارس، بالإضافة إلى ضمان ميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين، وإعداد مقاييس الامتياز للتكوين السياحي.¹ بلغ عدد المنخرطين في مخطط الجودة 307 مؤسسة سنة 2013.² أما سنة 2018، فارتفع ليصل إلى 446 مؤسسة سياحية، منها: 222 فندق، 199 وكالة للسفر والسياحة، 7 محطات حموية، 18 مطعم.³

ثالثا: تقييم المرحلة الأولى من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030

¹ الكتاب 2، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سبق ذكره، ص ص 48، 49.

² وزارة السياحة والصناعات التقليدية، إحصائيات السياحة لسنة 2014، 2015، ص 21.

³ مقابلة مع السيد عبد الحميد ترغيني، مدير التهيئة السياحية بوزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتاريخ: 01 أفريل 2018 على الساعة: 10:15.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

سنحاول مقارنة الأهداف المراد تحقيقها، المذكورة سابقا في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مع النتائج التي تم تحقيقها فعلا في المرحلة الأولى استنادا على الإحصائيات المتوفرة.

1- الأهداف المادية:

- عدد السياح:

الجدول رقم 33: دخول السياح عبر الحدود الجزائرية (2001-2016)

السنة	السياح الوافدون	الأجانب	الجزائريون المقيمون في الخارج
2001	901416	196229	705187
2002	988061	251145	736915
2003	1166287	304914	861373
2004	1233719	368662	865157
2005	1443090	441206	1001884
2006	1637582	478358	1159224
2007	1740000	511000	1230000
2008	1772000	557000	1215000
2009	1911506	655810	1255696
2010	2070496	654987	1415509
2011	2394887	901642	1493245
2012	2634056	981955	1652101
2013	2732731	964153	1768578
2014	2301373	940125	1361248
2015	1709994	1083121	626873
2016	2039444	1322712	716732

المصدر: شرطة الحدود نقلا عن مديرية الإحصائيات بوزارة السياحة والصناعات التقليدية.

تميزت سنوات التسعينيات بأوضاع سياسية غير مستقرة، مما أدى إلى انخفاض عدد السياح الوافدين إلى الجزائر وغياها عن الخريطة السياحية العالمية. كما نلاحظ أن موسم الاصطياف هو الموسم الذي تنشط فيه الحركة السياحية باتجاه الجزائر باعتباره موسم العطل، ما يجعل من السياحة الجزائرية سياحة موسمية، وهو ما يؤثر على مناصب العمل التي تكون في معظمها موسمية أيضا.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

استقبلت الجزائر، سنة 2016، 2039444 سائح، بارتفاع قُدر ب 27,19٪، مقارنة بسنة 2015. من بين هؤلاء السياح 716732 جزائري مقيم في الخارج (35٪ من عدد السياح)، تم تسجيل زيادة قدرت ب 33,14٪ مقارنة بسنة 2015. من جهة أخرى، وصل عدد السياح الأجانب إلى 1322712 سائح (65٪ من عدد السياح)، بارتفاع قدر ب 12,22٪ مقارنة بسنة 2015. لكن إذا قارنا المؤشرات السابقة لسنة 2016 بسنتي 2013 و 2014 نلاحظ تراجع عدد السياح الجزائريين المقيمين بالخارج حيث نلاحظ أنه في السنوات من 2011 إلى 2014 فاق عدد الجزائريين المقيمين بالخارج عدد الأجانب فيما يتعلق بعدد السياح، لكن منذ سنة 2015 انقلب الوضع تماما. يمكن تفسير هذا التغير بتوجه هذه الفئة إلى وجهات سياحية أخرى، بالإضافة إلى انخفاض معدلات السفر جراء الأزمة الاقتصادية العالمية وعدم الاستقرار السياسي والأمني في المنطقة. من جهة أخرى، تدرج زيارة الجزائريين المقيمين في الخارج للجزائر في إطار الزيارات العائلية، وبالتالي لا يستفيد قطاع السياحة من العائدات من العملة الصعبة، كما لا يستفيد قطاع الفنادق والقطاعات الأخرى كالمطاعم من هذه الوفود.

نلاحظ أن الدول الرئيسية المصدرة للسياح هي:

تونس: 813724 سائح نهاية 2016. نظرا للقرب الجغرافي ولاعتبارات اجتماعية.

فرنسا: 169036 سائح نهاية 2016.¹ بحكم العلاقات التاريخية والسياسية.

كان من المتوقع استقبال 2,5 مليون سائح، لكن نلاحظ من خلال الجدول أنه تم تسجيل دخول حوالي 1,7 مليون سائح سنة 2015 وحوالي 2 مليون سائح فقط سنة 2016. وبالتالي لم يصل عدد السياح إلى العدد الذي تم تحديده في المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2030، مع الإشارة إلى أن نسبة كبيرة من السياح الوافدين هم جزائريون مقيمون بالخارج. وبالتالي، فإن هدف تنشيط السياحة الدولية وجذب سياح أجانب بهدف زيادة المداخل السياحية من العملة الصعبة يصبح صعب التحقيق. لذا يمكن الإستعانة بجذب السياح من الدول العربية خاصة الدول المغاربية في إطار اتفاقيات التبادل السياحي.

الجدول رقم 34: عدد السياح الأجانب حسب القارات حتى نهاية سنة 2016

أفريقيا	أمريكا	آسيا وأوقيانوسيا	أوروبا	الشرق الأوسط	عدد السياح
909212	12197	57462	310829	33012	

¹ République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, **Flux touristique par pays, Période 2012-2016**, 2017, p 03.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

Source : Ministère de tourisme et de l'artisanat, Direction des études de la planification et des statistiques, **Les Statistiques les entrées des touristes et les sorties des nationaux aux frontières algériennes**, 2017.

تستحوذ قارة أفريقيا الحصة الأكبر بنسبة 69٪ وذلك لكونها تضم الدول المغاربية كما تتقاسم الجزائر حدودا مع دول أفريقية أخرى كمالي والنيجر، ثم تليها أوروبا بنسبة 23٪ نظرا للقرب الجغرافي، وتندرج أغلبها في سياحة الأعمال، ثم تأتي قارة آسيا وأوقيانوسيا بنسبة 4٪ تليها منطقة الشرق الأوسط بنسبة 2٪ وهي نسبة ضئيلة جدا إذا أخذنا بعين الاعتبار الروابط التاريخية والثقافية ووحدة اللغة، وأخيرا جاءت قارة أمريكا في المرتبة الأخيرة بنسبة 1٪.

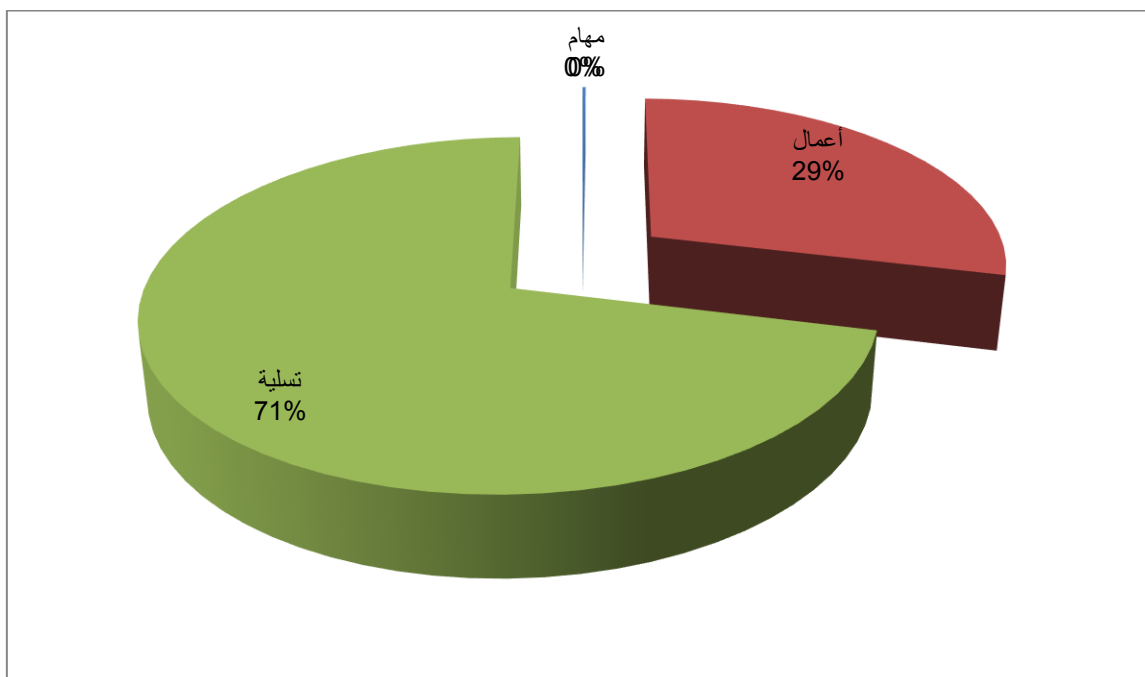
نلاحظ أن الجزائر حافظت على مكانتها في الأسواق التقليدية لكنها لم تقتحم الأسواق البعيدة والجديدة، وهو ما يدعو صنّاع القرار إلى إعادة النظر في استراتيجية تسويق الوجهة السياحية الجزائرية لجذب سياح من أسواق بعيدة. وهو ما من شأنه تنشيط القطاع السياحي وتحسين صورة الوجهة الجزائرية.

غالبا ما يقدم السياح من الدول العربية بهدف ممارسة رياضة الصيد في الصحراء الجزائرية خاصة من دول الخليج. بالنسبة للدول المغاربية نلاحظ أن الدولة الرئيسية التي تشكل أساسا الطلب السياحي على الجزائر، سنة 2016، هي تونس 813724 سائح (93٪)، تليها المغرب 55409 سائح (6٪) ثم ليبيا 8587 سائح (1٪)، وذلك راجع لكونها دول شمال أفريقية تتميز بالقرب الجغرافي من الجزائر إضافة إلى أن هذا التوافد يندرج في أغلبه ضمن الزيارات العائلية، ما يحرم قطاع الفنادق من الاستفادة من دخول السياح القادمين من هذه الدول.

أما فيما يتعلق بليبيا فقد عرفت أعداد السياح إنخفاضا محسوسا منذ اندلاع الأزمة الليبية؛ حيث انتقلت من 31110 سائح سنة 2013 و 21621 سائح سنة 2014 إلى 19764 سائح سنة 2015، لتصل إلى 8587 سائح فقط سنة 2016.

الشكل رقم 3: سبب زيارة السياح الأجانب للجزائر سنة 2016

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس



من إعداد الباحثة بناء على الإحصائيات السابقة

تعددت أسباب زيارة السياح الأجانب للجزائر، فمنهم من جاء بهدف التسلية والاسترخاء (942281 سائح أي 71,24٪)، مع تراجع بنسبة 30,31٪ مقارنة بالسنة السابقة. بينما بلغت نسبة سياحة الأعمال 28,60٪ (872963 سائح)، بارتفاع قدر ب 05,44٪ مقارنة بالسنة السابقة. أما السياح الذين جاؤوا في إطار مهمة فبلغ عددهم 2135 سائح، أي 0,16٪، بارتفاع وصل إلى 72,43٪.

ينبغي تشجيع سياحة الأعمال نظرا لأهميتها في تنشيط السياحة، وذلك بإنشاء الفنادق ذات الطراز العالي المجهزة بقاعات للمؤتمرات والمخصصة لاستقبال رجال الأعمال.

– المداخل:

الجدول رقم 35: تطور ميزان المدفوعات السياحية (2001-2016)

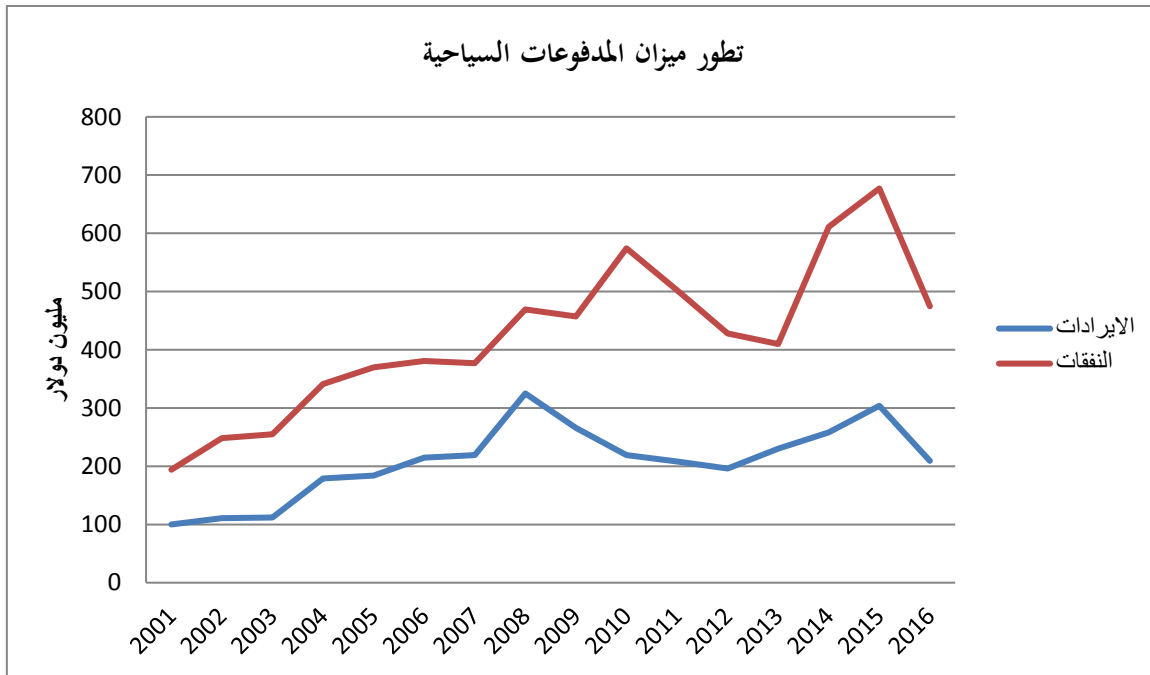
السنوات	إيرادات السياحة الوافدة (مليون دولار)	نفقات السياحة المرسلة (مليون دولار)
2001	100	194
2002	111	248
2003	112	255
2004	179	341
2005	184	370

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

381	215	2006
377	219	2007
469	325	2008
457	266	2009
574	219	2010
502	208	2011
428	196	2012
410	230	2013
611	258	2014
677	304	2015
475	209	2016

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، مديرية الإحصائيات، 2017.

رسم بياني: تطور ميزان المدفوعات السياحية



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على الإحصائيات السابقة.

بمقارنة النفقات مع الإيرادات السياحية، نلاحظ أن إجمالي العملة الصعبة التي ينفقها الجزائريون في الخارج تبقى أكبر من إيرادات السياحة الوافدة.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

فيما يتعلق بالإيرادات، عرفت هذه الأخيرة أعلى قيمة لها سنة 2008 أين بلغت 325 مليون دولار، أما أقل قيمة سجلتها فكانت سنة 2001 حيث بلغت 100 مليون دولار. أما العائدات فبلغت 677 مليون دولار سنة 2015 كأعلى قيمة لها و194 مليون دولار سنة 2001 كأقل قيمة لها.

لا تشمل عائدات السياحة جميع الإيرادات التي تحققها السياحة، فمن المعلوم أن نسبة معتبرة من التحويلات تتم في السوق الموازي للصرف، خاصة من طرف الجزائريين المقيمين في الخارج.¹ هذا من جهة، ومن جهة أخرى نلاحظ أن السياح ذوي الأصول الجزائرية يقضون مدة إقامتهم لدى الأقارب أو الأصدقاء، وبالتالي لا يستفيد قطاع الفنادق من هذا التوافد، كما أنهم لا ينفقون على المنتجات الحرفية على عكس السياح الأجانب المولعين باقتناء التحف الفنية.

- مساهمة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام:

فيما يخص الأهداف المحددة في المخطط التوجيهي والمتعلقة بالإيرادات، تم تحديد مبلغ 1500 إلى 2000 مليون دولار كإيرادات سياحية متوقعة سنة 2015، لكن نلاحظ، من خلال الجدول، أن أعلى إيرادات تم تسجيلها سنة 2008 وقدرت بـ 325 مليون دولار، وهو رقم بعيد عن الأهداف المرسومة، ما يطرح عدة تساؤلات حول مساهمة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام. فعلى الرغم من زيادة عدد السياح سنة 2016 مقارنة بالسنة التي قبلها لكن لم يرافق ذلك زيادة في المداخل من العملة الصعبة.

الجدول رقم 36: تطور حصة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام (2001-2016)

السنوات	حصة السياحة في الناتج الداخلي الخام (%)
2001	1,8
2002	1,8
2003	1,7
2004	1,6
2005	1,7
2006	1,6
2007	1,5
2008	1,5
2009	1,6

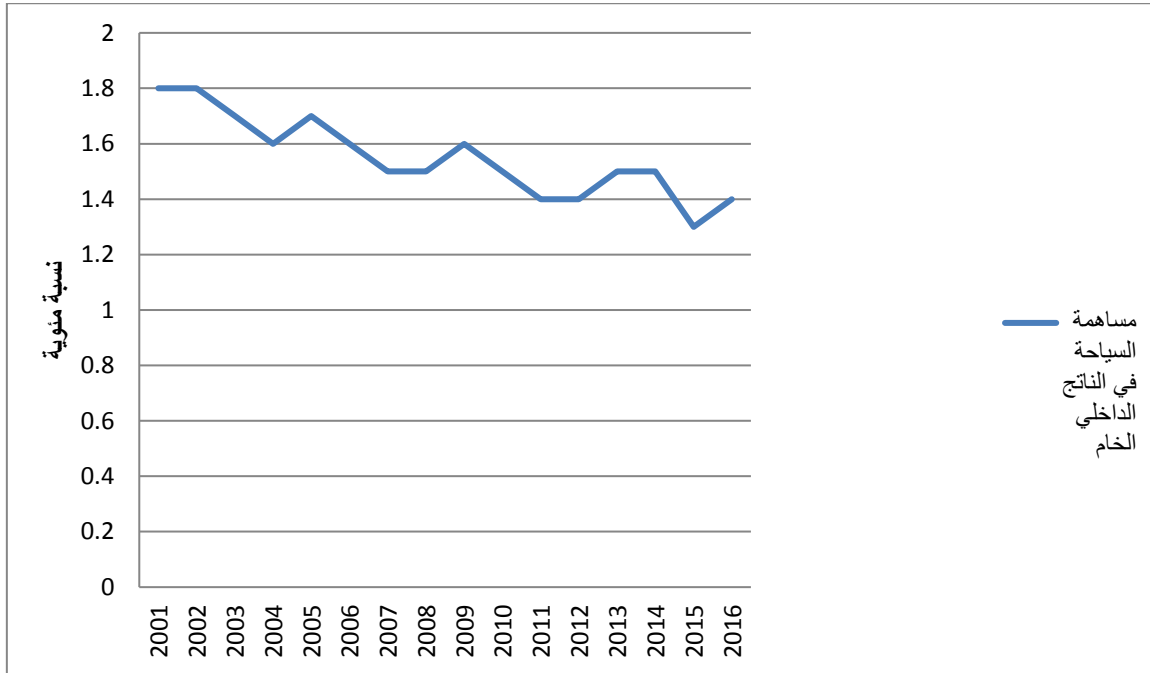
¹ République Algérienne Démocratique et Populaire, Conseil National Economique et Social, et Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, **Quelques statistiques du tourisme algérien, Période 1999-2014**, Octobre 2015, p 6.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

1,5	2010
1,4	2011
1,4	2012
1,5	2013
1,5	2014
1,3	2015
1,4	2016

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، مديرية الإحصائيات، 2017.

رسم بياني: تطور حصة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على الإحصائيات السابقة.

بالنسبة لمساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام، كان من المتوقع، حسب ما تضمنه المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، أن تبلغ هذه النسبة 3٪ سنة 2015، لكن نلاحظ أن أعلى نسبة بلغت 1,8٪ في كل من سنتي 2001 و 2002، ثم انخفضت لتصل إلى 1,4٪ سنتي 2012 و 2013 لتعرف إرتفاعا طفيفا سنة 2013 و 2014 (1,5٪) ثم عادت لتتخفص سنة 2015 (1,3٪) لتعرف تحسنا طفيفا سنة 2016 مسجلة نسبة 1,4٪ من الناتج الداخلي الخام. وهو ما يفسر عدم إيلاء هذا القطاع الأهمية المطلوبة كقطاع له مكانة مهمة في

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

النسيج الاقتصادي للبلد، فهو من بين القطاعات التي تعتمد عليها الدول لتنويع اقتصادها خاصة الدول الريفية منها.

الجدول رقم 37: مساهمة الفنادق، المقاهي والمطاعم في الحسابات الاقتصادية (2010-2016)

الوحدة: مليون دينار جزائري

2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
297382.80	265824.20	237577	215173.90	194671.40	170927.90	155012.80	الناتج الخام
240397.30	212791.40	188995.60	170706	151238.30	133980.80	120816.10	القيمة المضافة

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، 2017.

عرفت مساهمة الفنادق، المقاهي والمطاعم في الناتج الخام منحى تصاعديا خلال الفترة (2010-2016). وهو ما من شأنه تنشيط القطاع السياحي وزيادة جاذبيته لأن الخدمات التي توفرها هذه المنشآت تساهم في استقطاب السياح، خاصة إذا كانت هذه الخدمات ذات جودة عالية. أما بخصوص القيمة المضافة المسجلة في هذه المنشآت، نلاحظ أنها عرفت بدورها ارتفاعا خلال نفس الفترة.

- الاستثمار السياحي:

جدول رقم 38: وضعية مشاريع الاستثمار السياحي (2010-2016)

2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	السنوات
مشاريع في طور الإنجاز							
584	504	385	382	405	344	329	عدد المشاريع
مشاريع متوقفة							
119	101	104	102	122	130	121	عدد المشاريع
مشاريع لم يتم إطلاقها							
793	607	296	89	130	161	124	عدد المشاريع
مشاريع منجزة							

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

عدد المشاريع	23	67	56	38	76	58	106
-----------------	----	----	----	----	----	----	-----

المصدر: مديريات السياحة الولائية.

تبلغ نسبة المشاريع المنجزة 7٪ من إجمالي عدد المشاريع السياحية لسنة 2016، وتبلغ نسبة المشاريع في طور الإنجاز 36٪، كما تبلغ نسبة المشاريع المتوقفة 7٪، أما المشاريع التي لم يتم إطلاقها فتبلغ 50٪. أي أن نصف المشاريع التي كان من المقرر الانتهاء منها بحلول سنة 2016 لم يتم الشروع فيها بعد، وهو ما يوحي بوجود صعوبات وعراقيل تحول دون ذلك. لا يشجع هذا الأمر المستثمرين الراغبين في استثمار رؤوس أموالهم في هذا القطاع.

- مناصب الشغل:

الجدول رقم 39: التوظيف في قطاع السياحة (الفنادق، المقاهي والمطاعم)

السنة	عدد مناصب الشغل	معدل النمو (%)
2002	98000	3,16
2003	103000	5,10
2004	165000	60,19
2005	172000	4,24
2006	180000	4,65
2007	185000	2,78
2008	182000	-1,62
2009	198000	8,79
2010	213000	7,58
2011	220000	3,29
2012	224028	1,83
2013	256775	14,62
2014	261289	1,76
2015	265803	1,73
2016	270317	1,70

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، مديرية الإحصائيات، 2017.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

من بين الأهداف المادية للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية، زيادة مناصب الشغل في القطاع السياحي، بخلق حوالي 400000 منصب مباشر أو غير مباشر سنة 2015. لكن الواقع أثبت غير ذلك، فسنة 2014 لم يتعد عدد مناصب الشغل في القطاع السياحي 261289 منصب، بمعدل نمو بلغ 1,76٪، على الرغم من الزيادة الطفيفة التي عرفتها سنتي 2015 (265803 منصب شغل) و 2016 (270317 منصب شغل). وهي نسبة منخفضة جدا تعكس عدم ديناميكية هذا القطاع في الجزائر. تتطلب زيادة مناصب الشغل زيادة المقاعد البيداغوجية في مجال التكوين السياحي وتنوع التخصصات وتحسين نوعية التكوين، كما تتطلب كذلك نمو الاستثمارات في القطاع السياحي كإنشاء فنادق جديدة وكذلك مطاعم ومراكز للتسلية والترفيه. بالإضافة إلى القدرة على استقطاب عدد متزايد من السياح من أسواق متنوعة.

- عدد الأسرة:

من بين الأهداف المادية الأخرى ضمان توفير 75000 سرير من النوعية الجيدة، منها 40000 سرير ضمن الأقطاب السياحية للامتياز. وصل عدد الأسرة إلى 102244 سرير سنة 2015 و 107420 سرير سنة 2016، لكن نلاحظ أن عدد الفنادق من فئة 5 و 4 نجوم ضئيل جدا، كما أن حوالي 555 فندق منها غير مصنف بسعة تصل إلى حوالي 5500 سرير، أي أكثر من نصف عدد الأسرة المتوفرة، وهو ما يدل على عدم جاهزيتها لاستقبال السياح الأجانب والسياح من ذوي الدخل المرتفع الذين يفضلون قضاء عطلتهم في أماكن إقامة فخمة تُوفّر خدمات ذات جودة عالية.

على الرغم من أن الإرادة السياسية أعربت عن قيمة النشاط السياحي في المجال الاقتصادي والاجتماعي لكن المكانة التي يشغلها هذا القطاع في المشروع الاقتصادي لا تزال بعيدة ولا تعكس هذا الطموح، كما لا تزال الآليات المؤسسية والتقنية غير فعالة.

يتعلق الأمر بالتخطيط على مستوى الاقتصاد الكلي لضمان نمو طبيعي وعقلاني لهذا النشاط من خلال سياسة شاملة للدولة، وتحديد الأدوار والأولويات، لاسيما محور السياحة الدولية، وتحكيم الخيارات الرئيسية فيما يتعلق بتحديد الأهداف ذات الأولوية. في ظل هذه الظروف تكون الأهداف الرئيسية المنشودة للتنمية السياحية مكملة للأهداف الأعم المتعلقة بتنظيم الاقتصاد الجزائري والمجتمع ككل.

هذا هو السبب في تركيز الاستراتيجية الجديدة على جعل هذا القطاع المجال المفضل للمستثمرين الخواص، كما تركز على ثلاث مستويات من التخطيط للتنمية السياحية تعكس الدور الجديد للدولة على: المستوى الوطني، القطاعي وعلى مستوى المناطق السياحية.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

وبالتالي، فإن تنفيذ سياسة سياحية مستدامة أمر ضروري، لاسيما أن البلد لا يزال يحمل أصولا سياحية يجب المحافظة عليها، كما أنه في الوقت نفسه، تحققت هياكل قاعدية رئيسية (الموانئ والمطارات والطرق)، ولذلك فمن الضروري إنعاش قطاع السياحة بالاعتماد على استراتيجية واضحة، تتضمن آليات التنفيذ مع معرفة دقيقة بالواقع وتحليل التفاعلات مع القطاعات الأخرى.

أخيرا، إن الرؤية المستقبلية لتطوير السياحة، يجب أن تضع في الاعتبار التحديات المستقبلية التي تمثلها مختلف المخاطر. لذلك من الضروري اختيار سيناريوهات واقعية للتنمية.

المبحث الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية في تونس

تُعد تونس من بين الدول السياحية المعروفة على مستوى شمال أفريقيا، إذ عملت على تطوير قطاعها السياحي منذ منتصف الستينيات بتبنيها لاستراتيجية طموحة انعكست على زيادة عدد السياح وارتفاع العائدات السياحية. لكنّ جملة من الظروف الإقتصادية والسياسية أثرت على نمو هذا القطاع، مما دفع بالحكومة التونسية إلى اعتماد استراتيجية جديدة للتنمية السياحية، تمتد لمدة 15 سنة (2001-2016). كما عملت على تقديم المزيد من التسهيلات والحوافز للراغبين في الاستثمار في هذا القطاع.

المطلب الأول: الإطار العام للاستثمار السياحي في تونس

أولا: الإطار القانوني للاستثمار السياحي في تونس

شهدت صناعة السياحة في تونس ثلاث مراحل رئيسية فيما يخص التشريعات التي تخص الاستثمار السياحي. وقد تميزت هذه المراحل بتنفيذ ثلاثة قوانين استثمارية صدرت على التوالي بموجب القوانين التالية: القانون 69-35 الصادر بتاريخ 26 جوان 1969 يتعلق بمجلة رصد الأموال، وقانون الاستثمارات السياحية 90-21 الصادر بتاريخ 19 مارس 1990، وقانون حوافز الاستثمار 93-120 الصادر بتاريخ 27 ديسمبر 1993. هدف القانون 69-35 إلى تشجيع الاستثمار في هذا القطاع، مع منح مزايا وضمانات مالية وضريبية. وقد وقّع بداية انسحاب الدولة من قطاع السياحة ليفسح المجال للقطاع الخاص.

بينما هدف القانون 90-21 إلى مواصلة الجهود المبذولة في مجال تطوير السياحة. وقد ركز هذا القانون بشكل رئيسي على الاستثمارات المتعلقة بالإيواء السياحي من خلال صيغة "المروج الجديد". سمحت هذه الصيغة للأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الحاملين للجنسية التونسية، والذين ليس لديهم ما يكفي من الممتلكات

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

المنقولة وغير المنقولة، بإنشاء وحدات فندقية بسعة تتراوح بين 40 و 200 سرير. ومع ذلك، فقد واجه هؤلاء "المطورون الجدد" صعوبات مالية بسبب صعوبات التسويق المتعلقة بحجم مساحة الحصص الصغيرة. أما القانون رقم 93-120 فتناول تنظيم جميع الأنشطة الاقتصادية. دخل هذا القانون حيز التنفيذ في إطار خطة التنمية الخماسية الثامنة (1992-1996). كانت إحدى الاستراتيجيات الرئيسية التي تم اعتمادها كجزء من هذه الخطة هي وقف السياحة وكبحها فيما يتعلق بإنشاء وتوسيع الفنادق وتهيئة مناطق جديدة. بالإضافة إلى ذلك، هدفت هذه الاستراتيجية إلى تعزيز، تحديد وصيانة حظيرة الفنادق القائمة.¹

كما جاء الأمر 94-426 المؤرخ في 14 فيفري 1994 ليحدد مناطق تشجيع التنمية الجهوية في مجال السياحة: السياحة الساحلية في منطقة طبرقة وعين دراهم، السياحة الصحراوية في الجنوب الغربي والسياحة الجبلية في الجنوب والشرق.²

1- الحوافز المالية: قدم قانون الاستثمار الجديد³ العديد من المنح والحوافز المالية. وهي تتمثل فيما يلي:

- **منحة التنمية الجهوية:** تستفيد المجموعة الأولى من مناطق التنمية الجهوية من تخفيض 15% من تكلفة الاستثمار المصادق عليه مع سقف بـ 1.5 مليون دينار تونسي. أما المجموعة الثانية فتستفيد من تخفيض 30% من كلفة الاستثمار المصادق عليها مع سقف بـ 3 مليون دينار تونسي.

- **منحة تطوير القدرة التشغيلية:** تتكفل الدولة بالمساهمة في النظام القانوني للضمان الاجتماعي بعنوان الأجور المدفوعة للأعوان من ذوي الجنسية التونسية المنتدبين لأول مرة وبصفة قارة. لمدة خمس سنوات الأولى ابتداء من تاريخ الدخول في طور النشاط الفعلي بالنسبة للمجموعة الأولى من مناطق التنمية الجهوية. ولمدة عشر سنوات الأولى ابتداء من تاريخ الدخول في طور النشاط الفعلي بالنسبة للمجموعة الثانية.

- **المساهمة في رأس المال:** تسند المساهمة في رأس المال لفائدة المؤسسات المحدثة واستثمارات التوسعة التي لا تتجاوز حجم استثماراتها خمسة عشر مليون دينار تونسي، وذلك بنسبة 60% من رأس المال بالنسبة للمشاريع

¹ République Tunisienne, Ministère de l'Environnement et du Développement Durable, **Le Tourisme Durable en Tunisie**, 2010, p p 13, 14

² Amor Belhedi, **L'Espace touristique en Tunisie**, « Les nouveaux espaces touristiques », Girona, (Espagne), 5-6 juillet, 1999, p 10.

³ قانون عدد 71 لسنة 2016 مؤرخ في 30 سبتمبر 2016 المتعلق بقانون الاستثمار، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، العدد 82، 7 أكتوبر 2016، ص 3379.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

التي تساوي كلفة استثماراتها أو تقل عن اثنين مليون دينار تونسي. وبنسبة 30% من رأس المال بالنسبة للمشاريع التي تتجاوز كلفة استثماراتها اثنين مليون دينار تونسي.

2- الامتيازات الجبائية: تستفيد مشاريع إعادة الاستثمار خارج المؤسسة من الامتيازات التالية:

✓ طرح ضريبة 100% من المداخل أو الأرباح المعاد استثمارها في الاكتتاب في رأس مالها دون ضريبة دنيا.

✓ توقيف العمل بالأداء على القيمة المضافة على التجهيزات المصنوعة محليا.

✓ التخفيض في نسبة الأداء على القيمة المضافة إلى 6% على التجهيزات الموردة والتي ليس لها مثل مصنع محليا.

أما خلال مرحلة الاستغلال فتستفيد مناطق المجموعة الأولى من طرح كلي للضريبة لمدة خمس سنوات، وبعد هذه المدة يتم اعتماد نسبة 10% بالنسبة للضريبة على الشركات وطرح ثلثي المداخل من قاعدة الضريبة على الدخل بالنسبة للأشخاص الطبيعيين.

كما تستفيد مناطق المجموعة الثانية من طرح كلي للضريبة لمدة عشر سنوات واعتماد نسبة 10% بالنسبة للضريبة على الشركات وطرح ثلثي المداخل من قاعدة الضريبة على الدخل بالنسبة للأشخاص الطبيعيين، بعد انقضاء مدة عشر سنوات.

بالإضافة إلى ذلك، تنتفع المؤسسات بمساهمة في رأس المال من موارد الصندوق التونسي للاستثمار وهي الاستثمارات المنجزة في القطاعات ذات الأولوية وفي الأنشطة المعنية بمنح التنمية الجهوية أو المؤسسات المحدثّة التي لا يتجاوز حجم استثمارها خمسة عشر مليون دينار تونسي، بما في ذلك الأموال المتداولة، وتشمل أيضا إستثمارات التوسعة، بشرط ألا يتعدى الاستثمار الجملي خمسة عشر مليون دينار تونسي، بما في ذلك الأصول الثابتة الصافية.

تسند المساهمة في رأس المال لفائدة المشاريع التي ينجزها أشخاص طبيعيون من ذوي الجنسية التونسية ولمرة واحدة في إطار قانون الاستثمار، وذلك على أساس رأس المال الذي يتراوح بين 30% و40% من كلفة الاستثمار؛ بالنسبة للمشاريع التي تساوي كلفة استثماراتها أو تقل عن اثنين مليون دينار، لا يمكن أن تتعدى نسبة المساهمة

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

المحملة على موارد الصندوق التونسي للاستثمار 60% من رأس المال، على أن يقدم المستثمر تمويل ذاتي لا تقل نسبته عن 10% من رأس المال المذكور وبمساهمة من قبل شركة استثمار ذات رأس مال تنمية أو من قبل الصناديق المشتركة للتوظيف في رأس مال تنمية لا تقل عن 10% من رأس المال.

بالنسبة للمشاريع التي تتجاوز كلفة استثماراتها اثنين مليون دينار، لا يمكن أن تتعدى نسبة المساهمة المحملة على موارد الصندوق التونسي للاستثمار 30% من رأس المال، على أن يوفر المستثمر تمويل ذاتي لا يقل عن 20% من رأس المال المذكور وبمساهمة من قبل شركة استثمار ذات رأس مال تنمية أو من قبل الصناديق المشتركة للتوظيف في رأس مال تنمية لا تقل عن 20% من رأس المال. تجدر الإشارة إلى أنه لا يمكن أن تتجاوز مساهمة الصندوق التونسي للاستثمار سقف اثنين مليون دينار تونسي.

3- الحوافز: تستفيد المشاريع الاستثمارية من حوافز إضافية، إلى جانب الحوافز المالية المذكورة سابقا، تتمثل في:

- ✓ طرح الأرباح من قاعدة الضريبة على الشركات لمدة عشر سنوات،
- ✓ منحة الاستثمار في حدود ثلث كلفة الاستثمار، بما في ذلك المصاريف الناتجة عن أشغال البنية الأساسية الداخلية مع سقف بثلاثين مليون دينار تونسي.
- ✓ مساهمة الدولة في مصاريف البنية التحتية.

إلى جانب الامتيازات والحوافز السابقة، يستفيد المستثمرون الشباب، من أصحاب الشهادات العليا الذين لا تتجاوز أعمارهم ثلاثين سنة عند تاريخ تكوين المؤسسة، والذين يتحملون مسؤولية التصرف في المشروع بصفة شخصية ودائمة، من طرح كلي وفي حدود الدخل أو الربح الخاضع للضريبة على المداخيل أو الأرباح المعاد استثمارها في الاكتتاب في رأس المال الأصلي أو في الترفيع فيه للمؤسسات المحدثة.¹

نلاحظ أن هذا القانون تضمن حذف ترخيص اللجنة العليا للاستثمار بالنسبة لأنشطة الخدمات غير المصدرة كليا الخاضعة لتراخيص بالنسبة للأجانب. بالإضافة إلى تقليص عدد التراخيص ومراجعة كراسات الشروط، ضمن برنامج حكومي على مدى 5 سنوات وكذا إحداث وحدة تصرف لتنفيذ البرنامج.²

¹ قانون عدد 71 لسنة 2016 مؤرخ في 30 سبتمبر 2016 المتعلق بقانون الاستثمار، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، العدد 82، 7 أكتوبر 2016، ص 3379.

² الجمهورية التونسية، وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، مشروع مجلة الاستثمار الجديدة، فيفري 2016، ص 21.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

أما بالنسبة لامتلاك العقارات، فقد تم دعم دور العقارات في الاستثمار حيث تم السماح للمستثمر الأجنبي بامتلاك العقارات لإنجاز استثمارات. وفيما يخص تشغيل إدارات أجنبية، سمح هذا القانون بتشغيل إدارات أجنبية في حدود عشرة مناصب وبترخيص فيما زاد عن ذلك لفائدة كل المؤسسات.¹

فيما يتعلق بقواعد النفاذ إلى السوق، لم ينص هذا القانون على أي ترخيص كما حذف ترخيص اللجنة العليا للاستثمار. بالإضافة إلى تقليص عدد التراخيص ومراجعة كراسات الشروط خلال 5 سنوات القادمة، وكذلك ضبط آجال إسناد التراخيص بموجب أمر وإقرار ضرورة تعليل الرفض واعتبار سكوت الإدارة بعد انقضاء الآجال بمثابة ترخيص.²

كما تم بمقتضى أحكام الفصل 20 من قانون المالية التكميلي لسنة 2015 التخفيض في نسبة الأداء على القيمة المضافة المطبقة على القطاع السياحي من 12% إلى نسبة 6%، وذلك بهدف التخفيض من تكلفة الخدمات المتعلقة بالسياحة. وتشمل خدمات الإيواء والتنشيط والإطعام. ويهدف ملائمة نسبة الأداء على القيمة المضافة المطبقة على خدمات المطعم المقدمة من قبل النزل وخدمات المطعم المقدمة من قبل المطاعم السياحية، يقترح التخفيض إلى نسبة 6% في نسبة الأداء على القيمة المضافة المطبقة على المطاعم السياحية.³

عمل قانون الاستثمار الجديد على تحفيز المستثمر، كما فرض عليه واجبات للاستفادة من العديد من الضمانات من بينها تذليل العقبات الإجرائية التي تعترض المستثمرين الأجانب عند تحويل العملة إلى الخارج حيث يمكن للمستثمر الأجنبي تحويل أرباحه وأصوله إلى الخارج بالعملة الأجنبية بكامل الحرية وذلك بالحد من السلطة التقديرية للبنك المركزي عبر تبسيط الإجراءات وتقليص الآجال. بالإضافة إلى ذلك، من الضروري إعلام المستثمر الأجنبي بأسباب رفض تحويل الأموال إلى الخارج. كما ضمن هذا القانون مبدأ المعاملة المنصفة وحماية الملكية من المخاطر غير التجارية حيث ينص هذا القانون على ضمان المساواة في المعاملة بين المستثمر الأجنبي والمستثمر التونسي في الحقوق والواجبات المتعلقة بالاستثمار. وكذا حماية المستثمر من المخاطر غير التجارية عبر تقييد حق

¹ مشروع مجلة الاستثمار الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص ص 23، 24.

² المرجع نفسه، ص 25.

³ الجمهورية التونسية، وزارة المالية، مشروع قانون المالية لسنة 2016، أكتوبر 2015، ص 187.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

الدولة في الانتزاع والتأميم بغرض المصلحة العامة دون تمييز على أساس الجنسية ومقابل تعويض عادل. ونص كذلك على ضمان احترام الملكية الفكرية والصناعية.¹

بالنسبة لتسوية المنازعات، يتم اختيار المصلحة من بين إجراءات التسوية الصلحية للنزاعات. كما يتم تسوية النزاعات الناشئة، عن تطبيق أو تأويل قانون الاستثمار، بالمصالحة. مع ضمان حرية الأطراف فيما يتعلق بالاتفاق على إجراءات المصالحة.

تخضع عملية تسوية المنازعات بين الدولة التونسية والمستثمر الأجنبي إلى التحكيم ويمكن اللجوء إلى التحكيم بموجب اتفاقية. يتم اختيار إحدى هياكل التحكيم، المركز الدولي لتسوية النزاعات المتعلقة بالاستثمارات أو مؤسسة تحكيمية أخرى أو هيئة تحكيم حر، ويجدر بالذكر أن المحاكم التونسية تختص بالنظر في النزاع في صورة عدم إبرام اتفاقية تحكيم.

أما فيما يخص تسوية المنازعات بين الدولة التونسية والمستثمر التونسي؛ يتمثل المبدأ في اختصاص المحاكم التونسية بالنظر. أما الاستثناء فيتمثل في اتفاقية تحكيم في حالة ما إذا كان نزاع إقتصادي أو تجاري أو مالي ناتج عن علاقة دولية.²

ثانيا: آليات وهياكل تشجيع الإستثمار

هناك العديد من الآليات والهياكل التي تتولى مهمة تشجيع الاستثمار، نذكر منها:

1- هياكل المساندة:

تتمثل هياكل المساندة في: الديوان الوطني التونسي للسياحة ONTT، الديوان الوطني للصناعات التقليدية ONA، مركز النهوض بالصادرات CEPEX، الوكالة العقارية السياحية AFT، وكالة النهوض بالاستثمار الخارجي FIPA، المؤسسات الحاضنة، مراكز الأعمال، والدواوين الإقليمية.

¹ مشروع مجلة الاستثمار الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص ص 40، 41.

² المرجع نفسه، ص 43.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

2- الصناديق الخاصة للتمويل والامتيازات المالية:

تضم صندوق تنمية القدرة التنافسية، الصندوق الوطني للتشغيل، صندوق إزالة التلوث، الصندوق الوطني للنهوض بالصناعات التقليدية والحرف الصغرى، صندوق تنمية القدرة السياحية التنافسية، وشركات استثمار رأس المال المخاطر الاقليمية.

3- المجلس الأعلى للاستثمار: يترأسه رئيس الحكومة والوزراء المعنيون بالاستثمار. يتكفل بتحديد سياسة واستراتيجية وبرامج الدولة في مجال الاستثمار، إقرار الحوافز للمشاريع ذات الأهمية الوطنية. يتفرع عن هذا المجلس: الهيئة التونسية للاستثمار والصندوق التونسي للاستثمار.

- الهيئة التونسية للاستثمار: تضم هياكل قطاعية، جهوية وهياكل تمويل. تعتبر المخاطب الوحيد للمستثمر، وتعمل على تيسير الإجراءات أمام المستثمر واعتماد الملف الموحد. تتمثل صلاحياتها في:

✓ إقتراح السياسات والإصلاحات بالتنسيق مع القطاع الخاص.

✓ توجيه وإرشاد وتذليل الصعوبات باعتبارها مخاطب وحيد للمستثمر.

✓ دراسة وتقييم المشاريع ذات الأهمية الوطنية.

✓ النظر في مطالب الانتفاع بالمنح وإقرار إسنادها.

تعتبر هذه الهيئة المنسق بين المتدخلين في مجال الاستثمار في إطار إتفاقية إطارية مع وكالات النهوض بالاستثمار حيث تقوم بدراسة مطالب الحوافز والمشاريع ذات الأهمية الوطنية، وعرائض المستثمرين، أما الوزارات فتتولى إسناد التراخيص، بينما يشترك كل من الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي، المحكمة، والضرائب في إحداث المؤسسة.¹

- الصندوق التونسي للاستثمار: هو صندوق موحد لتدعيم القطاع الخاص*، من بين مهامه تقديم منح الإستثمار ومنح أداء اقتصادي وبنية أساسية. بالإضافة إلى مساهمات وتقديم التمويل والضمانات.

¹ مشروع مجلة الاستثمار الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص ص 29، 31.

* تبلغ نسبة الاستثمار الخاص 61% من إجمالي الاستثمارات حسب ما جاء في مشروع مجلة الاستثمار الجديدة، الصادر عن وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي بالجمهورية التونسية، بتاريخ فيفري 2016، الصفحة 10.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

في السابق، كان هناك العديد من الصناديق والهياكل التي تتصرف في المنح والامتيازات، ما أدى إلى تشتت المستثمر بين العديد من الصناديق وكذلك طول الإجراءات وعدم وضوحها للمستثمر. وفي بعض الأحيان، تعطل الاستثمار في انتظار الموافقة على المنحة، وكذا ضعف مساهمة الدولة في رأس مال الشركات.¹

أما في إطار هذا القانون، يقوم الصندوق التونسي للاستثمار بتجميع الصناديق الخاصة للاستثمار والمنح المالية وهي: الهيئة التونسية للاستثمار (صرف المنح)، شركات وصناديق الاستثمار المرخص لها من قبل هيئة السوق المالية (الاكتتاب في صناديق الاستثمار)، مؤسسات القرض والتمويل الناشطة (وضع خطوط تمويل)، شركات الضمان الناشطة. تضم صناديق الاستثمار: صناديق انطلاق، صناديق جهوية، وصناديق قطاعية.²

بالنسبة للامتيازات الخاصة بالمشاريع ذات الأهمية الوطنية. سابقا، كانت هناك سلطة تقديرية للجنة العليا للاستثمار، مع عدم وجود مقاييس محددة وموضوعية لإسناد هذه الامتيازات، وعدم توجيه الامتيازات الخاصة حسب الأولويات الاقتصادية للدولة. لذلك، تم منح المشاريع ذات الأهمية الوطنية في حدود ثلث كلفة الاستثمار، مساهمة بعنوان مصاريف البنية الأساسية، وطرح الأرباح في حدود 10 سنوات.³

ثالثا: تمويل المشاريع السياحية

في أوائل الثمانينيات، أطلقت الحكومة التونسية برنامجا طموحا لتطوير قطاع السياحة، مع التركيز على تنمية السياحة الساحلية في بعض المناطق الساحلية. كجزء من هذا البرنامج، ألزمت الحكومة النظام المصرفي العمومي بتمويل عمليات التوسع السياحي. كما قررت الحكومة التونسية المساعدة في التغلب على القيود المفروضة على حجم الأسواق المالية المحلية من خلال وضع سلسلة من آليات التمويل المدعم. شملت الإعانات الموجهة إلى قطاع السياحة على وجه التحديد توفير الأراضي بأسعار ميسرة، بالإضافة إلى الائتمان المرن، والضمانات، وأسعار الفائدة التفضيلية، وكذلك الدعم المباشر من المؤسسات المالية العمومية.⁴

¹ مشروع مجلة الاستثمار الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص 32.

² المرجع نفسه، ص 33.

³ المرجع نفسه، ص 37.

⁴ Groupe de la Banque Mondiale, **La Révolution inachevée : Créer des opportunités, des emplois de qualité et de la richesse pour tous les Tunisiens**, Revue des politiques de développement, 24 Mai 2014, p 221.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

في نفس الإطار، أعطت الحكومة مزايا عديدة للراغبين في الاستثمار في قطاع السياحة. وقد منحت قروضا تغطي ما يصل إلى 90٪ من رأس المال المطلوب، بأسعار تفضيلية، كما منحت إعفاءات ضريبية على الاستثمار. تسببت هذه الإجراءات في العديد من السلبات؛ على سبيل المثال جذب هذا القطاع عددا كبيرا من المقاولين "غير المهرة" الذين خلقوا معدلات عالية من التخلف عن السداد. نتج عن هذه السياسة سلوك المضاربة، خاصة فيما يتعلق بملكية الأراضي. كما أنه أدى إلى الفساد، حيث كان الوصول إلى الأراضي أمرا حاسما للاستثمار في هذا القطاع. بالإضافة إلى ذلك، حافظت هذه السياسة على عدد كبير من اليد العاملة غير المؤهلة في وظائف غير مستقرة على أساس موسمي.¹

بالنسبة لوزارة السياحة، خصصت هذه الأخيرة موارد معتبرة لتحسين المراكز السياحية وحمايتها حيث تم إنشاء صندوقين خاصين من الخزينة (FST) بهدف تعزيز السياحة في تونس يتعلق الأمر ب: صندوق حماية المناطق السياحية (FPZT) وصندوق تنمية القدرة التنافسية للسياحة (FDCT). بالإضافة إلى ذلك، ونظرا لطبيعة هذه المشاريع، يمكن أيضا أن يستفيد المروجون لأنشطة السياحة البيئية من المعونة الممنوحة في إطار صندوق حماية جمالية البيئة (FPEE).

– **صندوق حماية المناطق السياحية (FPZT):** هذا الصندوق مسؤول عن مساعدة البلديات في تحسين خدماتها البيئية. أنشئ بموجب القانون رقم 92-122 المتضمن قانون المالية لسنة 1993، في المواد 38 و 39 و 40 منه.² تتمثل مهمته في منح إعانات للبلديات التي تقع فيها مناطق سياحية، من أجل دعم أعمالها في مجال النظافة والصرف الصحي. يمكن لهذه الإجراءات أن تؤثر بشكل غير مباشر على الترويج للسياحة البيئية في المناطق المحمية. والواقع أن البلديات تقوم بتنفيذ أعمال البرنامج الوطني للنظافة وحماية البيئة. وهي مسؤولة عن إدارة النفايات، وتنظيف الشواطئ. تهدف هذه الجهود إلى حماية البيئة الطبيعية، وبالتالي تعزيز اندماجها في ديناميكية السياحة البيئية حيث تعتمد السياحة البيئية على الحماية الفعالة للبيئة، لاسيما في المناطق المحمية.

– **صندوق تنمية القدرة التنافسية السياحية (FDCT):** هو المسؤول عن الترويج للمنتج السياحي التونسي، بالإضافة إلى ذلك فهو يمنح مساعدة مالية للمروجين في المجال السياحي. اعتبارا من سنة 2005، تم تكليف هذا الصندوق بمنح مساعدات إلى مروجي السياحة في إطار "برنامج تأهيل المؤسسات الفندقية" في إطار الدراسة المتعلقة بالتشخيص والاستثمار. لهذا الغرض، تم تخصيص مبلغ إضافي قدره 2 مليون دينار تونسي من موارد صندوق حماية المناطق السياحية في 2005 و 2006.

¹ La Révolution inachevée, op.cit. p 122.

² قانون عدد 122 لسنة 1992 مؤرخ في 29 ديسمبر 1992 يتعلق بقانون المالية للتصرف لسنة 1993، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، العدد 82، 7 أكتوبر 2016، ص 1682.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

يهتم منتج السياحة البيئية بهذه المساعدات المالية لأنه يهدف إلى توفير خدمة سياحية، من خلال تامين المناطق المحمية.¹

من جهته، ساهم القطاع المصرفي، وبصورة خاصة بنوك التنمية مثل البنك الوطني للتنمية السياحية (BNDT)، والبنك التونسي الكويتي للتنمية (BTKD)، وبنك التنمية الاقتصادية التونسية (BDET)، في تمويل إنشاء الفنادق في تونس. وافقت بنوك التنمية على تمويل 85% إلى 90% من المشاريع. على المدى الطويل، قد يؤدي انخفاض مستوى إنفاق المستثمرين والمستويات المرتفعة للمديونية إلى تعرض تمويل القطاع للخطر.² كما نلاحظ أن هذا التمويل يقتصر على بناء الفنادق، ويبدو أنه يهمل أنواع أخرى من المشاريع كالمطاعم والنوادي.

يظل التمويل المصرفي هو الوسيلة السائدة لتمويل المؤسسات السياحية، بسبب انخفاض تكلفتها وشروط منحها. قامت بعض المؤسسات الفندقية بإصدار سندات، لكن هذه الطريقة في التمويل تظل هامشية مقارنة بديون البنوك ولا تمثل سوى 2.6% من إجمالي مديونية القطاع. بالإضافة إلى ذلك، كل هذه السندات تحمل ضمانات مصرفية.³

لم يصل النظام المالي التونسي بعد إلى المستوى الذي يسمح له بلعب دور حاسم في تمويل الاقتصاد. في الواقع، لا يزال الضعف الهيكلي يطبع سوق الأوراق المالية، الذي يعتبر محدودا وغير متنوع، بالإضافة إلى ذلك يعتبر النظام المصرفي هشاً كما لا تزال شروط الحصول على القروض صعبة.⁴

تعتبر البنوك العمومية الممول الرئيسي لقطاع السياحة، لكن المشاكل الأمنية التي عرفت تونس أثرت على 15 من أصل 21 بنك تجاري عامل في هذا المجال. منعت أعباء الديون الثقيلة العديد من الفنادق من الاستثمار في أعمال التجديد وتغطية النفقات التشغيلية لتجد نفسها في دوامة الجودة الرديئة والأسعار المنخفضة. وفي الآونة الأخيرة، أدت مخاوف عدم الاستقرار السياسي والأمن إلى انكماش حاد لقطاع السياحة ما أدى إلى انخفاض عائدات السياحة بنحو 40% في عام 2011. في الواقع، من بين 850 فندقاً، مرت أكثر من ثلث الفنادق

¹ Wahid Ferchichi, **Evaluation du cadre juridique et institutionnel relatif à l'écotourisme et aux aires protégées en Tunisie**, Tunis, Novembre 2011, p p 39, 40.

² Wafa Khelif, **L'hôtellerie tunisienne : Radioscopie d'un secteur en crise**, L'Année du Maghreb [En ligne], 2004, mis en ligne le 08 juillet 2010, consulté le 20 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/325> ; DOI : 10.4000/anneemaghreb.325

³ Kalthoum Sammari, Wassel Madani, **L'Industrie Touristique Tunisienne : Un modèle économique à rénover**, December 2007, www.fitchratings.com, p 8.

⁴ République Tunisienne, Ministère de l'Economie et des Finances, Secrétariat d'Etat du Développement et de la Coopération Internationale, Institut Tunisien de la Compétitivité et des Etudes Quantitatives, **Positionnement compétitif de l'économie tunisienne**, Octobre 2014, p 32.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

بصعوبات مالية عام 2011. وبالتالي نمت الديون المستحقة بوتيرة متسارعة منذ اندلاع "ثورة الياسمين"¹. وهو ما يشير إلى أن الأداء المالي وكفاءة البنوك العمومية أقل من البنوك الخاصة.

يمثل الدين الضخم لقطاع السياحة دليلا على فشل القطاع المالي في تونس كون السياحة تمثل أكثر من 25٪ من مجموع المستحقات المعلقة. أخفى ضعف البنوك العمومية مشاكل قطاع السياحة، ولكنه ساهم كذلك، بشكل كبير، في توجيه الائتمان إلى أصحاب المشاريع الأقل إنتاجية وتحميد السيولة. وقد أدت العديد من المشاكل الهيكلية والحكومية إلى تضخيم مستوى الصعوبات المالية في قطاع السياحة، لاسيما الاستراتيجية القطاعية التي عززت الاعتماد المفرط على الائتمان ودور البنوك المملوكة للدولة، والتنظيم المتراخي للبنك المركزي، والذي أفرز نظام غير فعال يعاني من الإفلاس وحقوق الدائنين.²

إلتزمت الحكومة بإنشاء شركة لإدارة الأصول (AMC) لمعالجة مشكلة المستحقات المعلقة المتراكمة في قطاع السياحة. فبعد النظر في عدة خيارات للإصلاح، إختارت الحكومة تأسيس شركة إدارة أصول مركزية لتتولى إعادة هيكلة قطاع السياحة. بموجب القانون، سيكون لهذه الشركة صلاحيات محددة لتسريع إعادة هيكلة القروض في هذا القطاع. وتتمثل الخطة في تحويل جزء كبير من المستحقات المعلقة من قطاع السياحة إلى شركة لإدارة الأصول وتبادلها للسندات المضمونة من الحكومة. يخص هذا الإجراء بين 150 و 300 وحدة فندقية. وبالتالي فإن نسب المستحقات المعلقة سوف تنخفض في القطاع المصرفي بأكمله. من أجل إعادة هيكلة الديون المدومة بشكل صحيح، سيكون على شركة إدارة الأصول شراء الديون المعلقة بسعر منخفض. إذا تم تحويل كل هذه الأصول، فقد تنخفض نسبة المستحقات المعلقة من 13.5٪ إلى 10.25٪.

إن إمكانية إعادة شراء إلتزامات شركة إدارة الأصول سوف تمكن من تحسين السيولة في النظام المصرفي بشكل كبير مما يفسح المجال أمام قروض جديدة لصالح القطاع العام أو الخاص. في قطاع السياحة، ستكون الفنادق المعاد هيكلتها قادرة على سداد ديونها. وسيتم تحويل الفنادق التي لا يمكن إعادة هيكلتها إلى مشاريع أخرى (على سبيل المثال مكاتب ومستشفيات ومنازل) أو غلقها، لعدم تقويض تشغيل الفنادق المنافسة.³

تفترض تلبية الاحتياجات المتزايدة للاستثمار العمومي اعتماد طرق تمويل جديدة، والتوجه نحو القطاع الخاص لتمويل وإنجاز وإدارة مشاريع البنية التحتية والمشاريع الكبرى، في إطار الشراكة بين القطاعين العمومي والخاص، باعتبار ما توفره الشراكة من تحسين لجودة الخدمات المقدمة.

¹ La révolution inachevée, Op.cit. p 221.

² Ibid. p 222.

³ Ibid. p 230.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

على الرغم من الجهود المبذولة لتوفير مصادر التمويل الداخلي فإنها تبقى محدودة إضافة إلى صعوبة النفاذ إليها مما حال دون تطوير الاستثمار. في هذا الإطار تدرج ضرورة العمل على إدخال إصلاح عميق على مستوى الجهاز المصرفي والمالية العمومية والسوق المالية. تتمثل هذه الإصلاحات في:¹ إعادة هيكلة البنوك العمومية مع التقدم في إعداد برامج لتطوير الجوانب المالية والتنظيمية والمؤسسية لهذه البنوك وبلورة مخططات التصرف في مواردها البشرية وسبل تحسين نجاعة أدائها ومنظومة حوكمتها، مع التوجه إلى فتح رأس المال جزئيا لشركاء إستراتيجيين، إلى جانب ضمان تطبيق البنوك لمعايير التصرف الدولية إضافة إلى الحد من حجم الديون المصنفة، وكذلك إصدار النصوص التشريعية المتعلقة بالإطار التشريعي المنظم للعلاقات البنكية من خلال مراجعة القانون البنكي والقانون المنظم للبنك المركزي التونسي، إضافة إلى تشجيع الادخار طويل المدى وعصرنة قطاع التأمين.

من جانب آخر ينبغي تحسين الإطار التشريعي للتمويل المصغر وتمويل المشاريع المحدثّة من طرف الشباب. من الضروري كذلك تسهيل النفاذ إلى السوق المالية خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مع ضمان مزيد من الشفافية والمصادقية للمعلومات المالية عند إدراج الشركات في السوق المالية. كما أنه من المهم النهوض بقطاع رأس مال المخاطر وتطوير آليات تمويل جديدة وخاصة الصناديق الاستثمارية.

أما على مستوى التمويل الخارجي، فإن تحقيق الأهداف التنموية يستدعي العمل على توفير الموارد المالية اللازمة لتمويل المشاريع ودفع الاستثمار الأجنبي المباشر، إضافة إلى مراجعة مجلة الصرف واستكمال التحرير الجاري وتسهيل عمليات الصرف لغير المقيمين، مع البحث دوما على شروط اقتراض ميسرة سواء على مستوى الكلفة أو مدة السداد. وكذا التحرير التدريجي لعمليات رأس المال، من أجل استقطاب المزيد من الادخار الأجنبي وتطوير السوق المالية الوطنية وتحسين التقييم السيادي لتسهيل اللجوء للسوق المالية العالمية.

رابعا: الاستثمار الأجنبي المباشر في القطاع السياحي بتونس

يخضع مجال الأعمال إلى متابعة مستمرة عن طريق مؤشرات ومقاييس عبر المنظومة المعلوماتية والتقييمية Doing Business للبنك الدولي. احتلت تونس المرتبة 60 من بين 189 دولة سنة 2015 في مجال مناخ الأعمال، حيث تراجعت ب 4 نقاط مقارنة بسنة 2014 وقد تدهور ترتيبها بعد العمليتين الإرهابيتين بباردو وسوسة سنة

¹ الجمهورية التونسية، مشروع الوثيقة التوجيهية لمخطط التنمية 2020/2016، 15 سبتمبر 2015، ص ص 50، 51.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

2015¹ فحسب ما جاء في تقرير البنك الدولي Doing Business لسنة 2018، جاءت تونس في المرتبة 88 فيما يتعلق بدرجة سهولة ممارسة الأعمال.²

أثار دعم الحكومة التونسية للقطاع إهتمام المستثمرين، وهو ما أدى إلى زيادة الاستثمار الخاص زيادة معتبرة في التسعينيات. مع ذلك، لا يزال الاستثمار الأجنبي في هذا القطاع متواضعا³. فعلى الرغم من كون السياحة من أعمدة الاقتصاد التونسي، لا تعكس حصة الاستثمارات الأجنبية أهمية هذا القطاع؛ لا يمثل الاستثمار الأجنبي المباشر في القطاع السياحي سوى 1697.8 مليون دينار تونسي أي 8,5٪ من إجمالي الاستثمارات الأجنبية المباشرة، و4,6٪ من إجمالي مناصب الشغل و 4,5٪ من عدد المؤسسات ذات شراكة أجنبية.

سنة 2015، كانت كل من: المملكة العربية السعودية (374 مليون دينار تونسي)، ليبيا (370,2 مليون دينار تونسي)، فرنسا (271,3 مليون دينار تونسي)، الكويت (247,6 مليون دينار تونسي) أكثر البلدان التي استثمرت في قطاع السياحة في تونس.⁴

على الرغم من أن تونس لم تتعافى من الربيع العربي إلا أن الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع السياحة عرف ارتفاعا قدر ب 46.5 مليون دولار عام 2012 بعدما بلغ 13.9 مليون دولار عام 2011. يعتبر هذا الانتعاش على مقربة من مستوى ما قبل الأزمة (51.7 مليون دولار) عام 2010، ولكنه يبقى بعيدا عن الذروة (120.1 مليون دولار) التي تحققت عام 2008 بفضل تدفق الاستثمار الليبي.⁵

أما سنة 2013، فبلغ حجم الاستثمار الأجنبي في قطاع السياحة والعقارات 9.74 مليون دولار، وذلك حسب التقرير السنوي للبنك المركزي التونسي لعام 2013. تعود 80٪ من هذه المبالغ إلى قطاع السياحة. تُظهر هذه الأرقام ضآلة الحصة المالية لهذه العمليات.⁶

¹ الجمهورية التونسية، مشروع الوثيقة التوجيهية لمخطط التنمية 2020/2016، 15 سبتمبر 2015، ص ص 51، 53.

² A World Bank Group Flagship Report, **Doing Business 2018 Reforming to Create jobs**, 2018, p 200.

³ Kalthoum Sammari, Wassel Madani, Op.cit. p 8.

⁴ Agence de Promotion de l'Investissement Extérieur « FIPA – Tunisia », **Rapport des IDE et perspectives 2015-2016**, p 34 : <https://www.econostrum.info/attachment/805681/>

⁵ Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC), **Enabling Tourism Investment Climate: Challenges and Prospects for Tourism Investments in the COMCEC Region**, February 2014, p 57.

⁶ Groupe d'Action Financière du Moyen-Orient et de l'Afrique du nord, **Mesures de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme, Tunisie, Rapport d'évaluation mutuelle**, Mai 2016, p 41.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

استنادا إلى التقرير السنوي للبنك المركزي التونسي لسنة 2017، ارتفعت الاستثمارات الأجنبية المباشرة الموجهة لقطاع السياحة والعقارات من 107 مليون دينار تونسي سنة 2016 إلى 130 مليون دينار تونسي سنة 2017.¹ تقليديا، يتركز الاستثمار الأجنبي في تشييد الفنادق بدلا من الاستثمار المباشر لرأس المال.²

تشرف الوكالة العقارية السياحية (AFT) على الاستثمار السياحي وتوجيه التنمية من خلال شراء الأراضي في المناطق السياحية المعنية، وإدارة المسائل القانونية وحقوق ملكية الأراضي ذات الصلة بالسياحة، وبدء خطط رئيسية للتنمية وتنفيذ مشاريع البنية التحتية. يوفر الموقع الإلكتروني لهذه الوكالة مخططا تفصيليا لمراحل الاستثمار والإجراءات الإدارية المطلوبة. تقسم الاستثمارات إلى فئتين: تلك التي تقع داخل أو خارج المناطق السياحية المعنية.

على الرغم من أن الوكالة العامة لتشجيع الاستثمار الأجنبي لا تعتبر السياحة كقطاع ذي أولوية؛ إلا أن تقرير الاستثمار الأجنبي المباشر للسياحة لعام 2012، يذكر عددا من المشاريع قيد الإنجاز. تصل تكلفة هذه المشاريع إلى 242 مليون دولار مخصص لإنشاء مركبات سياحية متخصصة في السياحة الصحية والطبية، تغطي 140 هكتار في منطقة الخبايات بقابس، 302.3 مليون دولار لتطوير المنطقة السياحية لالة حضرية بجزيرة، 1.5 مليار دولار لإنجاز مشروع المحطة السياحية بقرقة في القصور مع ملعب للجولف، 1200 فيلا و 1.350 غرفة فندقية على مساحة إجمالية قدرها 450 هكتار. و 10 مليار دولار مخصصة لتطوير قريص الكبرى مع مجمع سياحي متكامل و 35400 مليون دولار لتطوير سبخة أريانة.³

تقدم الوكالة العامة لتشجيع الاستثمار الأجنبي المزيد من المعلومات المحدثة عن حوافز الاستثمار، والتي تشمل الإعفاء من الضريبة على الدخل لمدة 10 سنوات، وتخفيض الضريبة على القيمة المضافة والرسوم الجمركية ورسوم التسجيل، وأقساط الاستثمار في المناطق السياحية، ودعم الدولة لمساهمات صاحب العمل والبنية التحتية في مجالات التنمية الإقليمية.⁴

بما أن مسألة العقار السياحي ترتبط ارتباطا وثيقا بالاستثمار في القطاع السياحي، وانطلاقا من الوضع الراهن الذي يتسم بضعف نسق إنجاز المشاريع العمومية، بسبب العراقيل المرتبطة بتشعب المسائل العقارية وطول الإجراءات الإدارية، تم العمل على تدقيق ملكية الأراضي المخصصة للمشاريع قصد تفادي الإشكاليات العقارية

¹ الجمهورية التونسية، التقرير السنوي للبنك المركزي التونسي، جوان 2018، ص 76.

² Kalthoum Sammari, Wassel Madani, Op.cit. p 8.

³ Enabling Tourism Investment Climate, Op.cit. p 69.

⁴ Ibid. p 72.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

التي قد تطرأ أثناء إنجاز هذه المشاريع والبت في القضايا العقارية المتعلقة بإنجاز مشاريع عمومية، بالإضافة إلى العمل على توفير مدخرات عقارية يتم اللجوء إليها عند الضرورة وتوفير الإطار الملائم لحسن توظيف العقار وإدماجه في الدورة الاقتصادية واعتباره عنصرا محددًا عند برمجة المشاريع.¹

في نفس السياق، لتخطي المشاكل العقارية التي أدت إلى تعطل إنجاز المشاريع العمومية والخاصة. تم اعتماد استراتيجية عقارية تقوم على جملة من الإجراءات، من ضمنها: اعتماد الجغرافية الرقمية ووضع خارطة رقمية لأملاك الدولة الخاصة لحمايتها من التجاوزات، تسوية وضعية أملاك الأجانب، واختصار آجال تغيير طابع الأراضي.²

من جهة أخرى، تضمن مخطط التنمية آفاق 2020 التوجه نحو دفع الاستثمار وتطوير مناخ الأعمال. بصفة عامة، تناول هذا المخطط شقين: الاستثمار العمومي والاستثمار الخاص كمحرك أساسي للنمو. تتمثل التوجهات المرسومة في هذا المجال في مساندة القطاع الخاص، عن طريق استغلال الفرص المتوفرة والطاقات الكامنة للاقتصاد الوطني، للاستثمار في القطاعات الاقتصادية الواعدة، التي من شأنها دعم قدرة الاقتصاد الوطني والمساهمة بصفة فعالة في مواجهة التحديات المرتبطة بالفقر والبطالة والتفاوت بين الجهات.

كما تضمن مخطط التنمية تحديد أهداف تتعلق باستقطاب الاستثمارات الأجنبية عبر تطوير آليات رعاية المؤسسات وتوفير أفضل الظروف لإنجاز المشاريع الكبرى والعمل على توفير الاختصاصات التقنية والعلمية اللازمة لهذه المشاريع.

يتمثل الهدف الرئيسي لهذا المخطط في رفع حصة الاستثمار الكلي إلى 25٪ من الناتج الداخلي الخام ورفع حصة الاستثمار الخاص إلى أكثر من 65٪ من الاستثمارات الكلية سنة 2020. أما على مستوى الاستثمارات الأجنبية المباشرة، فيتمثل الهدف في رفع حجمها بنسبة 80٪ في الخماسي (2016-2020) مقارنة بالخماسي (2011-2015).

أما الشق الثاني فيتعلق بتحسين مردودية الاستثمار العمومي. تبرز أهمية دور الاستثمارات العمومية في تحقيق إطار ملائم للمبادرة الخاصة، من خلال توفير بنية أساسية متطورة وفك عزلة المناطق الداخلية. ولتحسين نجاعتها والتسريع في الإنجاز، تتطلب المرحلة إصلاح منظومة الصفقات العمومية التي لها أثر مباشر على مردودية الاستثمار العمومي، من حيث وتيرة الإنجاز واستهلاك الاعتمادات المالية.³ بالإضافة إلى تحقيق النجاعة في الصفقات

¹ الجمهورية التونسية، وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، الميزان الاقتصادي لسنة 2016، أكتوبر 2015، ص 46.

² مشروع الوثيقة التوجيهية لمخطط التنمية 2020/2016، مرجع سبق ذكره، ص 50.

³ المرجع نفسه، ص 49.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

العمومية، من خلال تبسيط الإجراءات وتكريس الحوكمة الرشيدة، المتعلقة بالشفافية والنزاهة ومكافحة الفساد، وكذا التسريع في وضع منظومة لتقييم ومتابعة إنجاز المشاريع العمومية.

المطلب الثاني: السياسة الجديدة للحكومة في مجال تنمية القطاع السياحي التونسي

تعد تونس من بين الوجهات السياحية الرئيسية في حوض البحر الأبيض المتوسط فيما يتعلق بالسياحة الساحلية والجماعية بالنسبة لأوروبا الغربية، وذلك منذ منتصف سنوات الخمسينيات. كدليل على ذلك، قام le Club Med¹ الذي يعتبر مبتكر القرن العشرين في مجال السياحة، بافتتاح خامس قرية سياحية له بجزيرة سنة 1954، وذلك مباشرة بعد افتتاح قرى سياحية بـمايوركا في إسبانيا سنة 1950، وكورفو Corfou باليونان سنوات قليلة بعد ذلك.²

تنقسم تونس إلى خمسة عشر منطقة سياحية، وهو تقسيم إداري منجز من طرف الديوان الوطني التونسي للسياحة. لا يتوافق هذا التقسيم دائما مع توزيع الامكانيات والمنتجات السياحية لكنه يساعد على إجراء دراسات إحصائية.³

بالإضافة إلى ذلك حدد الأمر رقم 94-426 المؤرخ في 14 فيفري 1994 قائمة مناطق تشجيع التنمية الجهوية بالنسبة للأنشطة السياحية الصحراوية، الجبلية والساحلية. وقد تم استكمال هذا الأمر بالأمر رقم 98-1042 بتاريخ 5 ماي 1998 الذي تضمن المناطق المخصصة لتطوير السياحة الثقافية والسياحة الحموية والسياحة البيئية والخضراء.⁴

أولا: إستراتيجية التنمية السياحية آفاق 2016

عملت تونس منذ الاستقلال على تحقيق التنمية السياحية، وراهنّت على السياحة الدولية. للحفاظ على هذه المكتسبات وتطوير قطاع السياحة، عملت الحكومة التونسية على تبني استراتيجية للتنمية السياحية لمدة 15 سنة ابتداء من سنة 2001 إلى غاية سنة 2016. لذا أطلقت وزارة السياحة دراسة لوضع استراتيجية للقطاع السياحي آفاق 2016. عهد هذا المشروع إلى شركة Roland Berger للاستشارات الاستراتيجية. تتألف هذه الدراسة من ثلاث مراحل:

¹ مؤسسة فرنسية، أسسها البلجيكي جيرارد بليتز (1912-2000).

² Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016, Conditions de valorisation des ressources touristiques culturelles, écologiques et sahariennes, Op.cit. p 11.

³ Ibid. p 7.

⁴ الجمهورية التونسية، وزارة المالية، مشروع قانون المالية لسنة 2016، أكتوبر 2015، ص 187.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

- ✓ مرحلة أولى تتعلق بتشخيص حالة القطاع.
 - ✓ مرحلة ثانية تتضمن تحديد أهداف القطاع بحلول عام 2016 وتحديد الاستراتيجية التي سيتم تنفيذها.
 - ✓ مرحلة ثالثة تلخص في اقتراح خطط العمل الخاصة بالإستراتيجية المختارة مع تقدير التكاليف.
- خلال المرحلة الثالثة والأخيرة من هذه الدراسة، تم إنشاء خمس لجان لقيادة تفكير منسق حول المحاور الخمسة التي تقوم عليها الإستراتيجية المستقبلية لقطاع السياحة بحلول سنة 2016، وقد أدى عمل هذه اللجان إلى اقتراح خطة استراتيجية تتألف من 20 إجراء رئيسيا.¹
- تضمنت هذه الاستراتيجية خمس أهداف ذات الأولوية لخطط العمل والتي تتمحور حول:
- 1- تنوع وتحديد العرض بهدف إشراك ديناميكيات جديدة للعرض، وذلك عن طريق: تطوير ميثاق الجودة "ياسمين"، تشجيع الابتكار، تنوع أشكال الإقامات السياحية، وتعزيز إمدادات قنوات التنوع.
 - 2- الترويج والتسويق: اعتماد نهج التسويق حسب البلد بغية زيادة مرتبة تونس في الأسواق المصدرة للسياح، والتوقيع على شراكات في مجال النقل الجوي، إضافة إلى تنوع مصادر التمويل كالأستثمار الأجنبي المباشر والضرائب.
 - 3- الإطار المؤسسي: تكييف إدارة السياحة مع متطلبات السياحة الحديثة، وتوقيع ميثاق "إستراتيجية 2016"، مع العمل على إعادة تنظيم الآلية المؤسسية والقيام بإعداد هيكل المشروع، إضافة إلى إعادة تصميم التدريب.
 - 4- إعادة هيكلة تمويل القطاع: عن طريق تحقيق جرد مالي للفنادق والعمل على استعادة الصحة المالية للفنادق التي تعاني من صعوبات مالية.
 - 5- السياحة الإلكترونية: وضع جميع مكونات القطاع على الأنترنت وإعادة تجديد الموقع الإلكتروني للديوان الوطني التونسي للسياحة، مع السعي إلى تعزيز الموارد المخصصة، وتطبيق الحوكمة الإلكترونية، واعتماد برنامج "Archipel"، بالإضافة إلى تعزيز التكوين على السياحة الإلكترونية.²

¹ République Tunisienne, Ministère du Tourisme, **Cahier des charges de la mission d'évaluation du programme de mise à niveau des établissements hôteliers**, Avril 2013, p p 27, 28.

² République Tunisienne, Ministère du Tourisme, **Etude stratégique du secteur touristique tunisien à horizon 2016**, Phase III – Comité Stratégique – Version intermédiaire, Tunis, 6 juillet 2010, p p 3, 9.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

حددت هذه الإستراتيجية ثلاثة أهداف رئيسية وهي: التنافسية، المردودية، الاستدامة. وذلك استنادا إلى نتائج تحليل ¹SWOT. يقوم كل هدف على ثلاث أو أربع استراتيجيات، تعتمد كل استراتيجية على سلسلة من الأنشطة تهدف إلى التغلب على نقاط الضعف التي يعاني منها هذا القطاع.²

1- إستراتيجية تحقيق التنافسية، تتضمن هذه الاستراتيجية:

- ✓ إنشاء قطب جذاب وإطلاق مواضيع أقوى عن السياحة التونسية.
- ✓ تنويع المنتجات السياحية المعروضة.
- ✓ إدخال نظرة تسويقية جديدة أكثر استهدافا وإبداعا.

2- إستراتيجية تحقيق المردودية، تعتمد هذه الاستراتيجية على:

- ✓ تحويل المنتجعات الشاطئية التونسية إلى وجهات ذات تنافسية عالمية.
- ✓ تحسين عملية التكفل بالسياح، ومن بين ذلك وضع لوحات الإشارة في المناطق السياحية.
- ✓ تنمية الموارد البشرية لتحسين نوعية الخدمة.

3- إستراتيجية تحقيق الاستدامة: لتحقيق هدف الاستدامة، يتوجب ضمان:

- ✓ تسيير جدي للمحيط.
- ✓ تعزيز الأداء المؤسسي والتعاون بين الهيئات المعنية.
- ✓ تحسين الهياكل القاعدية.
- ✓ إدخال برامج ومنتجات تكميلية مبتكرة.

حددت هذه الاستراتيجية أهدافا كمية تضمنت توقعات الطلب لسنة 2016 فيما يتعلق بالتدفقات السياحية، الليالي السياحية، عدد الأسرة وحجم العمالة بالقطاع السياحي.

1- تقديرات التدفقات السياحية (السياح الأجانب):

¹ SWOT هو اختصار لأربع كلمات: strength وتعني نقاط القوة، Weakness وتعني نقاط الضعف، Opportunities وتعني الفرص، Threats وتعني التهديدات. تمثل كل من نقاط القوة والضعف عوامل داخلية، أما الفرص والتهديدات فتتمثل عوامل خارجية.

² عامر عيساني، إستراتيجية التنمية السياحية دراسة مقارنة (الجزائر، مصر، تونس)، مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية، العدد 26، جوان 2012، ص 227.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

استنادا إلى تحليل الطلب على السياحة العالمية واحتمالات السياحة التونسية. قامت عملية تقدير التدفقات السياحية المستهدفة على سيناريوهين:

السيناريو الأول: يعتمد هذا السيناريو على معدلات نمو أعلى. ويفترض تحسن المرافق السياحية والخدمات المقدمة وهياكل الاستقبال بغية تلبية حاجيات السياح، فضلا عن الجهود التسويقية التي تستند إلى تقديم عروض جذابة. وهو ما يتطلب تنمية السوق السياحي.¹

الجدول رقم 40: تقديرات السياح القادمين إلى تونس خلال الفترة (2001-2016) حسب السيناريو الأول

الوحدة: ألف سائح

المنطقة	تدفق حقيقي 1999	2001	معدل النمو السنوي -1999-2001	2006	معدل النمو السنوي -2001-2006	2011	معدل النمو السنوي -2006-2011	2016	متوسط معدل النمو السنوي
إجمالي أوروبا	3461	3926	%6.5	5070	%5.2	6362	%4.6	7850	%4.3
أوروبا الغربية	3025	3399	%6	4265	%4.6	5174	%3.9	6191	%3.7
أوروبا الشرقية	211	279	%15	493	%12	793	%10	166	%8
الدول المغاربية	1263	1263	%0	1429	%2.5	1656	%3	1967	%3.5
أمريكا الشمالية	27	32	%8	46	%8	68	%8	100	%8
مناطق أخرى	81	83	%1	108	%5.5	152	%7	2013	%7
المجموع	4832	5303	%4.8	6653	%4.6	8238	%4.4	10130	%4.2

Source : ONTT, Prévision de la demande pour 2016, p 91.

¹ ساعد بوراوي، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب): دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2017، ص 75.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

السيناريو الثاني:

يقوم على فرضية مفادها عدم وجود مخطط وطني للتنمية السياحية بالإضافة إلى الاعتماد على معدل نمو منخفض بسبب عدم إمكانية حدوث تغير على مستوى المحددات الخارجية على المستوى الطويل، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، ستكون المنشآت السياحية القاعدية والخدمات المقدمة في مستوى يلبي الحد الأدنى من احتياجات السياح. وفيما يلي التقديرات وفق السيناريو الثاني.

جدول رقم 41: تقديرات السياح القادمين إلى تونس خلال الفترة (2001-2016) حسب السيناريو الثاني

الوحدة: ألف سائح

المنطقة	تدفق 1999	2001	معدل النمو	2006	معدل النمو	2011	معدل النمو	2016	متوسط معدل النمو السنوي
إجمالي أوروبا	3461	3926	٪6.5	4802	٪4.1	5668	٪3.4	6581	٪3
أوروبا الغربية	3025	3399	٪6	4061	٪3.6	4691	٪2.9	5381	٪2.8
أوروبا الشرقية	211	279	٪15	450	٪10	646	٪7.5	825	٪5
الدول المغاربية	1263	1263	٪0	1360	٪1.5	1465	٪1.5	1579	٪1.5
أمريكا الشمالية	27	32	٪8	42	٪6	57	٪6	76	٪6
مناطق أخرى	81	83	٪1	101	٪4	128	٪5	164	٪5
المجموع	4832	5303	٪4.8	3605	٪3.5	7319	٪3	8399	٪2.8

Source : ONTT. Prévision de la demande pour 2016, p 91.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

تم الاستناد إلى مجموعة فرضيات للتنبؤ بالطلب السياحي على المنتج السياحي التونسي منها:

- ارتفاع وتيرة التوافد السياحي نتيجة جهود التسويق السياحي اتجاه السوق الأوروبي، وعليه تم توقع أن يكون متوسط معدل النمو السنوي مستقرا على المدى الطويل وأن ينحصر بين 3% و 4,3%، وهو ما يتقارب مع معدل تقديرات المنظمة العالمية للسياحة لنمو السياحة الأوروبية خارج حدود أوروبا.

- ارتفاع عدد السياح القادمين من أوروبا الشرقية بوتيرة متسارعة، بما يتوافق مع النمو الاقتصادي الحاصل في هذه الدول.

- حافظ معدل نمو التدفق السياحي من الدول المغاربية على نفس الوتيرة قبل 2001 رغم التغير الحاصل في المناخ السياسي، مثل رفع الحظر الجوي على ليبيا، مما أثر سلبا على تدفقات السياح من ليبيا نحو تونس، وذلك باختيار وجهات سياحية أخرى من قبل السياح الليبيين، لكن يمكن للمجهودات التسويقية الحد من هذه الآثار السلبية على المدى الطويل.

- بالرغم من كون عدد السياح القادمين من أمريكا، اليابان، وأستراليا ضئيلا، إلا أنه من المتوقع تزايد معدل نمو التدفقات من هذه الدول نحو تونس، بسبب الجهود المبذولة في مجال ترقية المنتج السياحي التونسي الموجه للسياح القادمين من هذه المناطق.

2- تقديرات الليالي السياحية:

تستند تقديرات الليالي السياحية على تقديرات دخول السياح السابقة إضافة إلى فرضية متوسط الإقامة. تم تقسيم السوق السياحي إلى أربع مناطق وهي: دول غرب أوروبا، دول شرق أوروبا، الدول المغاربية، مناطق أخرى. يبين الجدول الموالي متوسط مدة الإقامة لكل منطقة.¹

الجدول رقم 42: تقديرات متوسط مدة الإقامة لكل سائح حسب المناطق خلال الفترة (2001-2016)

الوحدة: ليلة واحدة

المنطقة	2001	2006	2011	2016
أوروبا الغربية	9.2	8.9	9.2	8.8
أوروبا الشرقية	8.8	8.8	9.2	8.8

¹ ساعد بوراوي، مرجع سبق ذكره، ص 76.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

1.5	1.5	1.2	0.8	الدول المغاربية
6.7	6.7	6.7	6.7	مناطق أخرى

Source : ONTT. Prévision de la demande pour 2016, p 92.

تصدر دول أوروبا الغربية بقية المناطق من حيث طول مدة الإقامة الخاصة بسياحها المتوجهين إلى تونس. يميل السياح القادمون من هذه المنطقة إلى قضاء عطل قصيرة المدة إلا أنها متكررة خلال السنة. بالنسبة للسياح القادمين من دول أوروبا الشرقية، يبلغ متوسط مدة الإقامة 8,8 ليلة سياحية وهو متوسط ثابت، مما يعني أن اتجاه النمو في وضعية التشبع. أما متوسط الإقامة في الدول المغاربية فهو في تصاعد نتيجة النمو الاقتصادي الذي تشهده هذه الدول. بالنسبة للمناطق الأخرى، يبقى تقدير متوسط مدة الإقامة ثابتا خلال فترة تنفيذ الاستراتيجية في حدود 6,7 ليلة سياحية. يفسر ذلك بكون أغلبية السياح يفضلون السياحة الثقافية، وهذا النوع من السياحة لا يتطلب مدة إقامة طويلة مقارنة بالسياحة الشاطئية.

إعتمادا على الإحصائيات المتعلقة بتقديرات متوسط مدة الإقامة والإحصائيات المتعلقة بتقديرات السياح القادمين إلى تونس خلال الفترة (2001-2016) تم تقدير الليالي السياحية خلال نفس الفترة وذلك وفق سيناريوهين.

الجدول رقم 43: تقديرات الليالي السياحية خلال الفترة (2001-2016) وفق السيناريو الأول "معدل النمو مرتفع"

الوحدة: ألف ليلة سياحية

المنطقة	1999	2001	2006	2011	2016	متوسط معدل النمو السنوي
إجمالي أوروبا	31719	36006	45534	56543	69084	4.4%
أوروبا الغربية	29893	33547	41199	49563	58827	3.8%
أوروبا الشرقية	1826	2460	4335	6981	10257	10%
الدول المغاربية	703	1010	1429	1987	2950	7.4%
مناطق أخرى	728	765	1035	1472	2095	6.9%
الإجمالي	33150	37781	47988	60002	74129	4.6%

Source : ONTT. Prévision de la demande pour 2016, p 93.

توقع السيناريو الأول أن يرتفع معدل النمو السنوي لليالي السياحية خلال فترة تنفيذ الاستراتيجية. على سبيل المثال، ارتفعت حصة أوروبا من 31719 ليلة سياحية إلى 69084 بمعدل نمو بلغ 4,4% سنويا. بينما توقع

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

نفس السيناريو أن ترتفع عدد الليالي الخاصة بالدول المغاربية من 703 ليلة إلى 2095 ليلة، مسجلة بذلك أعلى معدل نمو سنوي وهو 7,4٪.

الجدول رقم 44: تقديرات الليالي السياحية خلال الفترة (2001-2016) وفق السيناريو الثاني "معدل النمو منخفض"

الوحدة: ألف ليلة سياحية

المنطقة	1999	2001	2006	2011	2016	متوسط معدل النمو السنوي 2016 - 2011
إجمالي أوروبا	31719	36007	43131	50383	57915	3.2٪
أوروبا الغربية	29893	33547	39170	44696	50657	2.8٪
أوروبا الشرقية	1826	2460	3961	5687	7258	7.5٪
الدول المغاربية	703	1010	1360	1758	2368	5.8٪
مناطق أخرى	728	765	957	1239	1605	5.1٪
الإجمالي	33150	37782	45448	53380	61888	3.3٪

Source : ONTT. Prévision de la demande pour 2016, p 93.

بالمقابل، يفترض السيناريو الثاني انخفاض معدل النمو السنوي لليالي السياحية خلال نفس الفترة. مثلاً، بلغ معدل نمو الليالي السياحية الخاص بأوروبا 3,2٪ سنوياً. تصدرت دول أوروبا الشرقية هذه القارة حيث بلغ متوسط معدل النمو السنوي الخاص بها 7,5٪ وهي نسبة أعلى من متوسط الدول المغاربية الذي بلغ 5,8٪.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

3- تقديرات الاحتياجات في عدد الأسرة:

تم تقدير طاقات الإيواء إنطلاقاً من توقعات دخول السياح الأجانب ومتوسط الإقامة، كما اعتمدت على السيناريو الأول الذي يفترض معدل نمو مرتفع. وقد شملت التقديرات ثنائي مناطق سياحية. يتضمن الجدول التالي عدد الأسرة التي يجب توفيرها.¹

الجدول رقم 45: تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة حسب المناطق خلال الفترة (1999-2016)

الوحدة: ألف سرير

المنطقة	1999	2006	2011	2016
تونس العاصمة	18.1	21.8	24.9	29
الحمامات، نابل	45.6	53.4	62	72.9
سوسة	40.4	56.7	68.4	80.6
جربة	41.1	60.8	75.1	88.6
توزر	10.2	11.7	14.1	19.2
بنزرت	2.7	2.2	2.5	2.9
طبرقة	3.9	4.8	5.8	6.7
المنستير	29.9	42.2	50.7	59.8
الإجمالي	192	253.6	303.5	359.6

Source : ONTT. Prévision de la demande pour 2016, p 104.

تم تحديد نسبة 92 ٪ بالنسبة لمعدل استغلال القدرات الفندقية. وهذا المعدل أعلى من الاتجاه السائد في السنوات الأخيرة (89٪ في عام 1999)، على افتراض أن تتضاعف الجهود المبذولة لتحسين سعة الفنادق.

نلاحظ أن المناطق التي شملتها التقديرات هي في معظمها مناطق ساحلية، وهو ما يعني الاستمرار في تطوير السياحة الساحلية.

¹ ساعد بوراوي، مرجع سبق ذكره، ص ص 79، 80.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

4- تقدير حجم العاملين بقطاع السياحة:

رافق مخطط التنمية السياحية مخططا لتنمية الموارد البشرية خلال نفس الفترة (1999-2016). تم تحديد الاحتياجات من الموارد البشرية في حدود 5000 عون جديد سنويا. يتضمن الجدول التالي حجم العمالة المقدرة خلال فترة الاستراتيجية.

الجدول رقم 46: حجم اليد العاملة في القطاع السياحي خلال الفترة 1999-2016 وفق السيناريو الأول

2016	2011	2006	1999	
173146	145719	119511	90216	يد عاملة مباشرة
130891	110470	90714	68637	يد عاملة في الفنادق
28769	24304	19957	15159	يد عاملة في المطاعم
13459	10945	8837	6420	يد عاملة في باقي الأنشطة السياحية
421019	354138	298109	233737	يد عاملة غير مباشرة
594164	499857	417619	323953	المجموع

Source : Objectifs et stratégies de développement du tourisme tunisien, Rapport final, équipe d'étude JICA, p 38.

توقع السيناريو الأول أن يزيد حجم اليد العاملة في قطاع السياحة، سواء في مناصب مباشرة أو غير مباشرة. وهو ما يتطلب زيادة مقاعد التكوين في مختلف التخصصات.

نلاحظ أن حجم اليد العاملة غير المباشرة يفوق حجم اليد العاملة المباشرة، وذلك نظرا لكون قطاع السياحة قطاع أفقي يحتاج إلى تخصصات أخرى إلى جانب التخصصات السياحية البحتة.

الجدول رقم 47: حجم اليد العاملة في القطاع السياحي خلال الفترة 1999-2016 وفق السيناريو الثاني

2016	2011	2006	1999	
156814	136650	113259	90216	يد عاملة مباشرة
106609	96415	85969	68637	يد عاملة في الفنادق
23454	21211	18913	15159	يد عاملة في المطاعم
11159	9724	8837	6420	يد عاملة باقي الأنشطة السياحية

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

359829	321651	285807	233737	يد عاملة غير مباشرة
516643	458301	399066	323953	المجموع

Source : Objectifs et stratégies de développement du tourisme tunisien, Rapport final, équipe d'étude JICA, p 38.

وفق السيناريو الثاني، سيعرف حجم اليد العاملة في القطاع السياحي ارتفاعا معتبرا، لكنه سيكون منخفضا مقارنة بتوقعات السيناريو الأول. فسنة 2006 سينخفض حجم اليد العاملة بحوالي 18553 يد عاملة مقارنة بالسيناريو السابق و بحوالي 41556 يد عاملة و 77522 يد عاملة في سنتي 2011 و 2016 على التوالي.

إلى جانب استراتيجية التنمية السياحية المعتمدة في تونس، يوجد برامج أخرى تدعم تطوير القطاع السياحي كبرنامج تأهيل المؤسسات الفندقية، مخطط تونس للجودة السياحية، الرؤية الاستراتيجية 3 + 1.

ثانيا: برنامج تأهيل المؤسسات الفندقية (PMNH)

في سبتمبر 2005، أطلقت السلطات العمومية برنامج تأهيل المؤسسات الفندقية، بهدف جعل الأنشطة الفندقية تتماشى مع المعايير الوطنية والدولية من أجل تعزيز القدرة التنافسية للفنادق. يهدف هذا البرنامج إلى تحسين ربحية القطاع، وتعزيز قدرته على مقاومة الأخطار الخارجية وتحفيز النمو من حيث النتائج المالية وإيرادات العملات الأجنبية وإيجاد فرص العمل، إضافة إلى المساعدة على ظهور نموذج جديد للتنمية القائمة على الطلب من خلال تنويع المنتجات وإعادة تأهيل العرض الحالي، مع تكييف التسويق مع مختلف قطاعات السوق واستخدام القنوات المناسبة، والعمل على ابتكار وتعزيز علامة تجارية لثمين "الوجهة التونسية"، وأخيرا إضفاء الطابع الإحترافي على الصفقات من خلال التكوين المتواصل ذي الجودة.¹

يتكون هذا البرنامج من محورين أساسيين؛ أولا: تحديد نقاط قوة وضعف الفندق وتحديد الإجراءات التي يتعين اتخاذها لتحسين أدائه وتعزيز قدرته التنافسية، وثانيا: دعم الاستثمار لتشجيع أصحاب الفنادق على تحديث مؤسساتهم من ناحية، ومن ناحية أخرى لاستدعاء الخبرات وتقديم المشورة للمساعدة على تنفيذ الإجراءات المطلوبة.

¹ République Tunisienne, Ministère de l'Environnement et du Développement Durable, **Etude sur les meilleures initiatives en matière de concrétisation sectorielle du développement Durable, Volume I, Diagnostic analytique du développement durable dans les secteurs de l'Industrie, du Tourisme, de l'Agriculture et du Transport**, Janvier 2009, p 54.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

من أجل دعم جهود الإدارة التونسية في تنفيذ مختلف جوانب برنامج تأهيل المؤسسات الفندقية، عملت الوكالة الفرنسية للتنمية (AFD) على تعزيز خط ائتمان قدره 50 مليون أورو، بمنح للدولة ويوضع في متناول البنوك التونسية لإعادة تمويل خطط الترقية المقدمة من الفنادق. بالإضافة إلى ذلك، توفر منحة قدرها مليون أورو متاحة لمكتب الترقية السياحية (BMNT) وهيكل مسؤول عن إدارة البرنامج لتعزيز القدرة التنفيذية والتفكير الاستراتيجي لوزارة السياحة حول تطور القطاع.¹

كما يتضمن هذا البرنامج إمتيازات وحوافز مالية حيث يمكن للمؤسسات الفندقية المنخرطة في برنامج التأهيل أن تحصل على قروض بنكية بشروط ميسرة وبنسب فائدة وآجال تسديد مشجعة، في إطار التعاون الثنائي مع الوكالة الفرنسية للتنمية لتمويل برنامج التأهيل. بالإضافة إلى ذلك تحدد نسب المنح المتعلقة ببرنامج تأهيل المؤسسات الفندقية المقدمة من صندوق تنمية القدرة التنافسية لقطاع السياحة كما يلي:

بالنسبة لدراسة التشخيص: منحة في حدود 70% من كلفة دراسة التشخيص، على ألا تتجاوز القيمة القصوى للمنحة 20 ألف دينار تونسي للفندق الواحد. أما بالنسبة للإستثمارات المادية واللامادية: منحة في حدود 150 ألف دينار للفندق الواحد تسند كالاتي:

✓ منحة في حدود 10% من تكلفة الإستثمار المادي.

✓ منحة في حدود 50% من تكلفة الإستثمار اللامادي أو كلفة الإستثمارات اللامادية ذات الأولوية، على ألا تتجاوز قيمتها 50 ألف دينار تونسي للفندق الواحد.²

وصل عدد طلبات العضوية في برنامج ترقية الفنادق إلى 263 طلبا، تم قبول 190 منها. من أصل 118 مشروع ترقية تمت مراجعتها من قبل اللجنة التوجيهية، تمت الموافقة على 111 مشروعا وهي في مراحل متقدمة من تجسيد استثماراتها.³

ثالثا: مخطط تونس للجودة السياحية

يهدف هذا المخطط إلى تعزيز القدرة التنافسية الدولية للوجهة التونسية. يشترط هذا المخطط تحديد الإطار التشريعي والتنظيمي والمؤسسي، وتحديد إطار تنظيمي للتنفيذ.

¹ République Tunisienne, Ministère du Tourisme, **Cahier des charges de la mission d'évaluation du programme de mise à niveau des établissements hôteliers**, Avril 2013, p 28.

² الجمهورية التونسية، وزارة السياحة والصناعات التقليدية، برنامج تأهيل المؤسسات الفندقية، الرابط:

<http://www.pmnt.tn/index.php?id=25&L=1>

³ Cahier des charges de la mission d'évaluation du programme de mise à niveau des établissements hôteliers, Op.cit. p 29.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

كانت تونس أول بلد متوسطي يوقع اتفاقية شراكة مع الاتحاد الأوروبي في جويلية 1995. تضمنت هذه الاتفاقية تطوير التعاون مع الاتحاد الأوروبي لدعم استراتيجية تنمية قطاع السياحة. والذي ينص على ثلاث مجموعات من الإجراءات:

- ✓ تسهيل تكيف قطاع السياحة مع تطورات السوق وتقنيات المعلومات الجديدة.
- ✓ تعزيز جودة وتنوع العرض بجميع أبعاده وتحسين المهارات المهنية في القطاع.
- ✓ تعزيز إعادة هيكلة الاستثمار وتمويل قطاع السياحة.¹

يوجد حاليا برنامج تعاون بين الديوان الوطني التونسي للسياحة والاتحاد الأوروبي لتطوير علامة الجودة في مجال السياحة. يشمل هذا البرنامج المساعدة التقنية وإعداد الملصق لحوالي 20 فندقا في منطقتين كمرحلة تجريبية. وقد بلغت تكلفة هذا المشروع 1400000 أورو.²

تم التوقيع على "اتفاقية جمعت عدة أطراف الفيدرالية التونسية لوكالات السفر (FTAV)، والفيدرالية التونسية للفندقة (FTH)، والديوان الوطني للتقييس والملكية الصناعية (INNORPI)، والديوان الوطني التونسي للسياحة (ONTT) للتعاون في مجال الجودة لقطاع السياحة" في 5 مارس 2012، وقد شُرع في تنفيذها في قطاع العلاج بمياه البحر. هذا العقد مهم لأنه سيشكل أساس التعاون بين المستفيد من التوأمة مع INNORPI، هيئة التصديق التونسية، وشريك المركز الدولي لتكنولوجيات البيئة (CITET) في تطوير وتنفيذ العلامة الإيكولوجية.³ يرتبط نجاح هذا المسعى بنجاح الشراكة بين الإدارة والمهنيين مع التركيز على تعزيز تمثيل هذه الفئة الأخيرة. كون الاتحادات المهنية القائمة ليست ممثلة بما فيه الكفاية لجميع المهنيين، الذين لا يشاركون بالقدر الكافي. يبدو أيضا أنه لا يوجد ميثاق للأعمال التجارية، العلامات والترويج خاص بالقطاع الخاص.

تمخض عن مشروع بعنوان "التحسين المستمر لجودة الخدمات الموجهة نحو ألمانيا"، الذي يجمع بين AKH الألمانية والديوان الوطني التونسي للسياحة، العديد من أنشطة التكوين والتوعية والمسح سنة 2013 وأوائل سنة 2014 في 6 فنادق في منطقة Cap Bon. هدف هذا المشروع إلى دعم جهود تونس لتطوير تدفق السياح الألمان إلى هذه الوجهة، وكذا تحسين الخدمات الموجهة نحو السياح الألمان وتطوير الممارسات الجيدة القائمة.⁴

¹ République Tunisienne, **Programme d'Appui à l'Accord d'Association et à la Transition**, TUNISIE-UE (P3AT), Appui à la mise en place d'un dispositif de promotion de la qualité dans le secteur touristique, p 3, 4.

² Ministère de l'Environnement et du Développement Durable, **Plan d'Action National sur les Modes de Production et de Consommation Durables en Tunisie**, Plan d'Action Décennal Tourisme 2016 – 2025, 2016, p 24.

³ Programme d'Appui à l'Accord d'Association et à la Transition, Op.cit. p 8.

⁴ Programme d'Appui à l'Accord d'Association et à la Transition, Op.cit. p 13.

رابعا: الرؤية الاستراتيجية 3 + 1

في الفترة الممتدة من فيفري إلى ماي 2014، قامت وزارة السياحة، كجزء من "رؤيتها 1+3"، بتحديث إستراتيجية عام 2016، وإعداد خريطة طريق حديثة. تتضمن هذه الأخيرة أربع مجالات:

- التنوع والإقليمية، الذي سيحد من الموسمية وينوع العرض.
- الجودة على طول السلسلة، الذي يهدف إلى تحسين جودة الاستقبال في جميع نقاط الدخول، وتحسين جودة العرض، وجودة النقل السياحي البري، وجودة البيئة والسلامة. وكذلك وضع معايير الجودة اللازمة (علامة الجودة)، وتوفير التكوين لرفع مستوى الجودة.
- العلامة التجارية، يتمثل التحدي الرئيسي في التنسيق وتحسين الترويج للسياحة التونسية.
- تحديث القطاع، الذي سيحسن الإدارة العامة للقطاع عبر العديد من الإجراءات كإنشاء مرصد للسياحة وتقديم الدعم المالي للمهنيين.¹

نظرا لإدراك القائمين على القطاع السياحي للحاجة إلى تنوع العرض السياحي، تم تحديد التنوع كإطار إستراتيجي من خلال الرؤية الإستراتيجية (1+3). على سبيل المثال، مشروع التعاون التونسي الإيطالي في السياحة الثقافية في مجال الآثار، وتظاهرة الكشبان الإلكترونية الذي عرف نجاحا معتبرا. إلى جانب وجود دراسات استراتيجية لتطوير مختلف فروع السياحة البديلة كالسياحة البيئية، العلاج بمياه البحر، العلاج المائي، والسياحة الصحية. تم تطوير هذه الدراسات من قبل مختلف أصحاب المصلحة، بما في ذلك وزارة البيئة والتنمية المستدامة، وزارة السياحة، وكالة حماية وهيئة الشريط الساحلي، وكذا الديوان الوطني للمياه المعدنية والاستشفاء بالمياه. بالإضافة إلى ما سبق، توجد مبادرات خاصة في مجال السياحة البديلة؛ تجسدت في عدد من المشاريع المبتكرة بما في ذلك المساكن الريفية، بيوت الضيافة، الفنادق الراقية (قصر الزيت)، المزارع الإيكولوجية (دار زغوان).²

خامسا: خطة العمل 9

لتحقيق هدف استقبال 10 ملايين سائح عام 2025، تدعو خطة العمل 9 إلى الالتزام ببرنامج إصلاح شامل يقوم على إعادة التأكيد على الدور الاستراتيجي للسياحة في التنمية الاقتصادية لتونس، من خلال السعي لإحياء الاستثمار الموجه إلى إعادة تأهيل الحظيرة الفندقية الحالية وترقيتها. إلى جانب تطوير عرض بديل (فندق، مسكن، دار ضيافة). كما تعمل هذه الخطة على إثراء المنتج السياحي التونسي من خلال تطوير السياحة الثقافية والطبيعية، من خلال إنشاء ملاعب جولف ومراسي جديدة وتحديث المتاحف. تقوم هذه الخطة أيضا على تنفيذ سياسة الجودة الشاملة على أساس إعادة تصميم برامج التكوين الفندقي، وتوسيع نطاق برامج التكوين. بالإضافة

¹ Ibid. p 6.

² Plan d'Action National sur les Modes de Production et de Consommation Durables en Tunisie, Op.cit. p 8.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

إلى تطوير صورة جديدة لتونس، تركز أكثر على التنوع والمنتجات الجديدة. وأخيرا، ضمان إدارة جديدة للقطاع، عن طريق ترشيد مسؤوليات مختلف أصحاب المصلحة (AFT، ONTT، المفتشيات الإقليمية) وإقامة شراكات مع جميع المهنيين.¹

بعد عرض الإستراتيجية الجديدة لتونس في مجال تطوير قطاع السياحة، سنقوم بعرض مخرجات هذه الاستراتيجية ومقارنتها بالنتائج المحددة مسبقا.

- عدد السياح:

الجدول رقم 48: عدد السياح الوافدين حسب المناطق (2014-2016)

2016	2015	2014	
1415334	1304253	2809850	دول أوروبا
2985455	2765896	313764	الدول المغاربية
24215	23294	25327	أمريكا الشمالية
37414	48793	51214	الشرق الأوسط
4525762	4201967	6068593	مجموع الأجانب غير المقيمين
1198259	1157342	1094844	التونسيون المقيمون في الخارج
5724021	5359309	7163437	المجموع

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

نلاحظ انخفاض عدد السياح الوافدين من قارة أوروبا خلال سنتي 2015 و 2016 مقارنة بسنة 2014، وذلك على الرغم من تشديد الإجراءات الأمنية حول الفنادق، حتى عدد السياح من الدول المغاربية عرف بدوره انخفاضا على الرغم من توافد الجزائريين على المناطق السياحية التونسية، وذلك راجع لانخفاض عدد السياح القادمين من ليبيا، السوق الأول المصدر للسياح بالنسبة لتونس، نظرا لعدم الاستقرار السياسي والأمني الذي تعيشه البلاد منذ سقوط نظام القذافي.

حسب إحصائيات سنة 2016، يُشكل السياح من أوروبا 24,7٪ من إجمال عدد الوافدين إلى تونس. وهو ما يؤكد على تبعية السياحة التونسية للسوق الأوروبية، فأى تراجع في أعداد السياح من هذه السوق سيؤثر سلبا على قطاع السياحة التونسي.

¹ Tunisie en 2025 : Fondements de la croissance économique et du développement, Op.cit. Décembre 2016, p 11.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

أما السوق الأولى المصدرة للسياح نحو تونس هي السوق المغاربية بنسبة 52,2٪، على الرغم من ذلك إلا أن السياح القادمين من هذه المناطق لا ينفقون بالقدر الذي ينفقه السياح الأوروبيون. نفس الأمر بالنسبة للتونسيين المقيمين في الخارج والذين بلغ مساهمتهم 20,9٪، والذين تندرج زياراتهم ضمن الزيارات العائلية وبالتالي لا يستفيد قطاع الفنادق والمطاعم من هذا التوافد، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، تتركز هذه الزيارات في المواسم والعطل وهو ما يزيد من حدة موسمية السياحة التونسية.

بمقارنة أعداد السياح الوافدين سنة 2016 مع أعداد السياح المتوقعة في استراتيجية التنمية السياحية آفاق 2016، نلاحظ أنه لم يتم بلوغ الأعداد المتوقعة، فمثلا تم توقع توافد حوالي 6581 ألف سائح من دول أوروبا حسب السيناريو الأول أو 7850 سائح حسب السيناريو الثاني، لكن حسب إحصائيات الديوان الوطني التونسي للسياحة لسنة 2016 لم تتجاوز 1416 ألف سائح وهو عدد منخفض جدا.

الجدول رقم 49: عدد الليالي المقضية حسب المنطقة (2014-2016)

2016	2015	2014	
9618763	8366335	21692589	أوروبا
2461190	2115762	2063576	الدول المغاربية
64875	74770	99809	أمريكا الشمالية
522242	477279	813306	مناطق أخرى
112427	136195	118570	التونسيون المقيمون في الخارج
12779497	11170341	24787850	مجموع غير المقيمين
5100537	5007215	4319389	المقيمون
17880034	16177556	29107239	المجموع العام

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

زادت عدد الليالي السياحية المتعلقة بالدول المغاربية بنسبة 0,19٪ بين سنتي 2014 و 2016، نظرا لتوافد الجزائريين لقضاء عطلهم في تونس. بينما انخفضت عدد الليالي المقضية من قبل السياح الأوروبيين بنسبة 55,65٪ نتيجة انخفاض أعداد هؤلاء السياح جراء الهجمات الإرهابية المتكررة على المنتجعات السياحية في تونس.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

تحتل أوروبا المرتبة الأولى ضمن المناطق الأكثر توافدا على تونس بنسبة 75٪ تليها الدول المغاربية بنسبة 19٪. نلاحظ أن عدد ليالي غير المقيمين تمثل 71٪ بينما لا تتجاوز ليالي المقيمين 29٪. وهو ما يعكس ضعف السياحة الداخلية، فمن المعروف أن القطاع السياحي التونسي يركز على السياحة الدولية نظرا لما تدره من عائدات بالعملية الصعبة. مع هذا، يجب العمل على تطوير السياحة الداخلية التي لا تتأثر بسيطرة منظمي الرحلات السياحية الأجانب مقارنة بالسياحة الدولية. تجدر الإشارة إلى أن الإحصائيات المتعلقة بعدد الليالي الفندقية لا تشمل كراء بيوت سكان المنطقة للسياح المتوافدين عليها.

إذا ما قارنا عدد الليالي المقضية سنة 2016 بعدد الليالي المتوقعة في نفس السنة، نلاحظ أنه تم تحقيق الأهداف المتوقعة، فعلى سبيل المثال بلغت عدد الليالي المقضية من طرف السياح الأوروبيين حوالي 9618 ألف ليلة، وهو ما يفوق السيناريو المتوقع عكس عدد الليالي المتعلقة بالدول المغاربية حيث كان من المتوقع أن تصل إلى 2950 حسب السيناريو الأول أو 7258 حسب السيناريو الثاني لكنها لم تتجاوز 2100 ليلة سنة 2016.

الجدول رقم 50: عدد الليالي المقضية حسب الفئة والمنتج لسنة 2016

المجموع	صحراء	جبل	مدينة	شاطئ	
2800533	0	0	696378	2104155	5 نجوم
7944641	149971	59476	470967	7264227	4 نجوم
5232796	15398	21349	431087	4764962	3 نجوم
813904	26498	4519	232100	550787	نجمتين
251602	3250	1345	147425	99582	نجمة واحدة
17043476	195117	86689	1977957	14783713	مجموع الفنادق المصنفة
198451	15861	11102	112795	58693	غير المصنفة
163827	0	0	71407	92420	شقة-فندق
262211	0	0	0	262211	قرى العطللة
17333	0	0	0	17333	إيجار
2987	168	0	670	2149	دار الضيافة
259	128	0	112	19	فندق ساحر
4000	0	196	1891	1913	منازل ريفية
177347	2055	0	128011	47281	نزل عائلي
10143	9973	0	170	0	مخيمات

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

17880034	223302	97987	2293013	15265732	المجموع الكلي
----------	--------	-------	---------	----------	---------------

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

على الرغم من محاولة تنويع المنتجات السياحية بقي الشاطيء المنتج الأكثر طلبا حيث يمثل 85% من المنتجات السياحية، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، تصدرت الفنادق ذات 4 و 3 نجوم عدد الليالي السياحية. وبالتالي بقي القطاع السياحي التونسي يعاني نفس المشاكل الهيكلية السابقة والمتعلقة بكونه يعتمد على السياحة الشاطئية الجماعية.

يشكل عدد ليالي المبيت في الفنادق المصنفة نسبة 95,3%، وهو ما يعكس سعي السلطات المعنية للرفع من جودة الفنادق والعمل على تصنيفها وفق المعايير الدولية المتعارف عليها. نلاحظ كذلك تنوع المنتج الفندقي؛ فهو لا يقتصر على الفنادق بل يضم أيضا الشقق، قرى العطل، المنازل الريفية، المخيمات وغيرها. وهو ما يخدم تنوع أذواق السياح المتوافدين على المناطق السياحية التونسية، ما يسمح بجذب سياح من فئات دخل وأذواق مختلفة، فالتركيز على استقطاب السياح منخفضي الدخل يؤدي إلى موسمية النشاط السياحي نظرا لارتباطه بالعطلة السنوية.

الجدول رقم 51: عدد الليالي المقتضية لغير المقيمين حسب فئة التصنيف (2014-2016)

2016	2015	2014	
1882877	1618556	3395732	5 نجوم
5803019	5357562	12312847	4 نجوم
4079397	2813602	6080303	3 نجوم
419949	671445	1780793	2 نجوم
123276	124934	212060	نجمة واحدة
12308	10586099	23781735	إجمالي الفنادق المصنفة
219730	211283	532932	إجمالي قرى العطل
251249	372959	473183	إجمالي الفنادق غير المصنفة
12779497	11170341	24787850	المجموع العام

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

نلاحظ أن الفنادق من الفئة المتوسطة (3 و 4 نجوم) هي الفئة الأكثر طلبا من قبل السياح غير المقيمين حيث تمثل على التوالي 32٪ و 45٪ من ليالي المبيت. أي أن السياحة التونسية مازالت تستقطب السياح ذوي الدخل المتوسط، ما يؤدي إلى ضعف المداخل السياحية المتأتية عن القطاع الفندقي.

الجدول رقم 52: عدد الليالي المقضية للمقيمين حسب الجنسية (2014-2016)

2016	2015	2014	
5009965	4882237	4246575	التونسيون
90581	124978	72814	الأجانب
5100546	5007215	4319389	المجموع

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

عرف عدد الليالي المقضية من التونسيين المقيمين ارتفاعا قدره 2,6٪ سنة 2016 مقارنة بسنة 2015. بالمقابل انخفض عدد الليالي المقضية من طرف الأجانب المقيمين بنسبة 27,5٪ في نفس الفترة، نتيجة تدهور الأوضاع الأمنية.

- الاستثمار السياحي:

الجدول رقم 53: وضعية الاستثمارات السياحية حسب المحافظات (2016-2017)

مجموع الاستثمارات		الاستثمارات (بالدينار التونسي)				سعة الفنادق		
متوقعة في 2017	منجزة في 2016	التنشيط		الإقامة		متوقعة في 2017	منجزة في 2016	المحافظات
		متوقعة في 2017	منجزة في 2016	متوقعة في 2017	منجزة في 2016			
4872.00	12105.00	3580.00	9235.00	1292.00	2870.00	14	0	بنزرت
10000.00	28275.00	8275.00	8275.00	1725.00	20000.00	30	0	جندوبة
0	0	0	0	0	0	0	0	الكاف
791.00	145.00	35	0	756	145	55	20	باجة
115405.00	42021.00	3509.00	452	111896.00	41569.00	1626	34	تونس
3728.00	5593.00	0	0	3728.00	5593.00	100	0	بن عروس
11400.00	22800.00	0	0	11400.00	22800.00	0	0	أريانة
0	0	0	0	0	0	0	0	منوبة
114.00	0	0	0	114	0	13	0	زغوان
17658.00	11874.00	4	70	17654.00	11804.00	874	256	نابل
29921.00	60189.00	1000.00	0	28921.00	60189.00	1016	399	سوسة

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

17328.00	7514.00	16160.00	4380.00	1168.00	3134.00	10	1030	المستير
0	0	0	0	0	0	0	0	القيروان
0	6300.00	0	0	0	6300.00	0	76	المهدية
24255.00	24705.00	0	0	24255.00	24705.00	236	8	صفاقس
1085.00	465.00	0	0	1085.00	465	0	0	القصرين
0	0	0	0	0	0	0	0	سيدي بوزيد
0	0	0	0	0	0	0	0	قابس
24116.00	36000.00	32	0	24084.00	36000.00	0	0	توزر
384.00	16.00	384	16	0	0	0	0	قفصة
453.00	311.00	185	185	268	126	0	190	قبلي
10671.00	2691.00	125	163	10546.00	2528.00	86	42	مدنين
573.00	60	333	0	240	60	0	0	تيطاوين
272754.00	261064.00	33622.00	22776.00	239132.00	238288.00	4060	2055	المجموع

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

بلغت تكلفة الاستثمارات المنجزة في 2016 حوالي 261064.00 دينار تونسي. حُصصت 91٪ منها لمشاريع الإقامة (23828800 دينار تونسي) و 9٪ لمشاريع التنشيط (2277600 دينار تونسي). حيث تم إنجاز 2055 سريرًا إضافيًا لزيادة سعة الفنادق.

بالنسبة للمشاريع المبرمجة لسنة 2017، فستبلغ قيمتها الإجمالية 27275400 دينار تونسي، تعود 88٪ منها للمشاريع المخصصة للإقامة و 12٪ مخصصة لمشاريع التنشيط. كما سترتفع عدد الأسرة المنجزة لتصل إلى 4060 أي حوالي ضعف ما تم إنجازه سنة 2016.

أما بالنسبة إلى عدد الأسرة فقد بلغت سعة الفنادق سنة 2016 حوالي 2055 سرير وهو ما لا يتوافق مع توقعات الاستراتيجية السياحية آفاق 2016 التي تضمنت إنجاز 6359 ألف سرير بحلول سنة 2016.

الجدول رقم 54: الاستثمارات الإضافية المتوقعة لسنة 2017 حسب المناطق السياحية

إجمالي الاستثمارات	الاستثمارات المتوقعة		عدد الأسرة	المناطق السياحية
	تنشيط	إقامة		
126805.000	3509.000	123296.000	1626	تونس-سواحل قرطاج
16058.000	4.000	16054.000	496	نابل-حمامات
28287.000	1000.000	27287.000	900	سوسة
10671.000	125.000	10546.000	86	جربة جرجيس

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

24500.000	416.000	24084	0	قفصة-توزر
5663.000	3615.000	2048.000	69	بنزرت-باجة
17328.000	16160.000	1168.000	10	المنستير-سكانس
10000.000	8275.000	1725.000	30	طبرقة-عين دراهم
1085.000	0	1085.000	0	سببلة-القصرين
1634.000	0	1634.000	116	ياسمين-حمامات
24255.000	0	24255.000	236	صفاقس
453.000	185.000	268.000	0	قبلي
573.000	333.000	240.000	0	تيطاوين
5442.000	0	5442.000	491	تونس-جنوب
272754.000	33622.000	239132.000	4060	الإجمالي

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.

استحوذت المنطقة السياحية تونس- سواحل قرطاج على حصة الأسد حيث بلغت حصتها من الاستثمارات المبرجة لسنة 2017 حوالي 46٪، تلتها سوسة 10٪، قفصة- توزر وصفاقس 9٪، سوسة والمنستير- سكانس 6٪. وهي في معظمها مناطق ساحلية، وهو ما يُرسخ صورة تونس كوجهة للسياحة الساحلية.

- الإيرادات السياحية:

الجدول رقم 55: الإيرادات السياحية (2012-2016)

الوحدة: مليون دينار تونسي

2016	2015	2014	2013	2012	
112,2	227,2	212,1	189,3	158,8	جانفي
102,7	171,6	186,5	137,2	155,5	فيفري
125,1	187	213,6	183,9	191,1	مارس
127	197,3	254	216,3	224,6	أفريل
158,5	220,5	271,9	272,4	269,8	ماي
181,9	242,8	307,2	266,8	277,1	جوان
288,1	221,9	357,7	305,8	337,8	جويلية
468,8	297,7	560,7	447,6	413,5	أوت
301,5	208,8	381,6	352,6	343,5	سبتمبر

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

أكتوبر	369,1	378,2	390,9	178,4	191,8
نوفمبر	247,7	253,6	261,1	128,8	158,9
ديسمبر	186,8	217,7	228,3	132,7	156,9
المجموع	3175,3	3221,4	3625,6	2414,7	2373,4

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، 2016.

خلال الفترة (2012-2016) ارتفعت العائدات السياحية من 3175,3 إلى 2373,4 ثم انخفضت انخفاضاً ملحوظاً سنة 2015 واستمرت في الانخفاض حتى سنة 2016. جراء الهجمات الإرهابية وتردي الأوضاع الأمنية، ما دفع منظمي الرحلات الأجانب إلى إلغاء الوجهة السياحية التونسية من برامجهم التسويقية.

بين سنتي 2012 و 2013، ارتفعت الإيرادات السياحية بحوالي 46 مليون دينار تونسي، كما استمرت في الارتفاع بين 2013 و 2014 بحوالي 404 مليون دينار تونسي لكنها انخفضت سنة 2015 بحوالي 1210 مليون دينار تونسي واستمرت الانخفاض سنة 2016 بحوالي 41 مليون دينار تونسي.

الجدول رقم 56: الاستثمارات والقيمة المضافة (1998-2016)

الوحدة: مليون دينار تونسي

السنوات	القيمة المضافة		
	المبلغ	نسبة التغير (%)	القيمة المضافة/الناتج الداخلي الخام
1998	958.6	9.5	4.2
1999	1083.6	13	4.4
2000	1164.2	7.4	4.3
2001	1302.7	11.9	4.6
2002	1156.7	-11.2	3.7
2003	1099.4	-5	3.4
2004	1300.9	18.3	3.7
2005	1453.3	11.7+	3.8
2006	1587.3	8.1	3.8
2007	1730.6	9	3.5
2008	1916.4	10.7	3.5

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

3.4	3.4	1980.8	2009
3.2	2.3	2027.1	2010
2.3	27.3-	1474.6	2011
2.7	29.8	1913.3	2012
2.6	2.2	1955.6	2013
2.7	13.2	2213.8	2014
2.1	17.9-	1817.7	2015
1.9	5-	1727	2016

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، 2016.

بلغت أعلى نسبة مساهمة لقطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام 4,6٪ سنة 2001، لكن لم تستقر عند هذه النسبة حيث تراوحت بين 3,8٪ و 3,2٪ بين سنتي 2002 و 2010 لكن سرعان ما انخفضت انخفاضاً محسوساً مسجلة نسب مساهمة تتراوح بين 2,1٪ و 2,7٪ بين سنتي 2011 و 2015. ثم وصلت إلى نسبة 1,9٪ سنة 2016، والتي تعتبر أقل نسبة مسجلة منذ سنة 1998.

نلاحظ تراجع مساهمة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام نتيجة تراجع القيمة المضافة المحققة في هذا القطاع، وهو ما يمكن تفسيره بالمشاكل الهيكلية والأمنية التي يعاني منها قطاع السياحة التونسي.

- مناصب الشغل:

الجدول رقم 57: عدد مناصب الشغل المباشرة في قطاع السياحة خلال الفترة (2000-2016)

عدد مناصب الشغل المباشرة	السنوات
78981	2000
82242	2001
85728	2002
88807	2003
90461	2004
91935	2005
92735	2006
94291	2007
95420	2008

الفصل الرابع: استراتيجية التنمية السياحية في كل من الجزائر وتونس

95956	2009
96611	2010
96858	2011
96799	2012
96100	2013
96031	2014
96557	2015
94007	2016

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات سنة 2016.

نلاحظ زيادة في عدد مناصب الشغل المباشرة في قطاع السياحة خلال الفترة (2000 - 2011)، وهو ما يعكس حيوية القطاع باعتباره محركا للتنمية الاقتصادية في تونس كونه يساهم في خلق فرص الشغل، لكن بالمقابل هذه المناصب غير دائمة نظرا لارتباطها بموسمية النشاط السياحي.

أما في الفترة (2011 - 2014) انخفض عدد مناصب الشغل المتولدة في قطاع السياحة جراء الهجمات الارهابية التي استهدفت الفنادق والمنتجعات التونسية، مما اضطر العديد من أصحابها إلى غلقها نظرا لتدهور الأوضاع الأمنية، وهو ما انجر عنه تسريح العاملين في هذه المنشآت.

بمقارنة ما تضمنته استراتيجية التنمية السياحية آفاق 2016 مع هذه الإحصائيات، نلاحظ أنه لم يتم تحقيق الهدف، والذي يتمثل في خلق حوالي 173 ألف منصب شغل مباشر، حسب السيناريو الأول، أو حوالي 156 ألف منصب شغل مباشر، وذلك حسب السيناريو الثاني حيث لم تتجاوز عدد مناصب الشغل 94007 منصب سنة 2016.

خلاصة الفصل الرابع:

إعتمدت كل من الجزائر وتونس نصوصا قانونية لتشجيع الاستثمار في قطاع السياحة. تضمنت هذه النصوص العديد من الحوافز والمزايا. مع هذا بقي الاستثمار السياحي ضعيفا نتيجة جملة من العقبات أهمها صعوبة الحصول على العقار والتمويل اللازم، كما هو الحال في الجزائر.

بالإضافة إلى ذلك، يتأثر القطاع السياحي في البلدين بالظروف السياسية، الاقتصادية والأمنية ما يجعله هشاً وضعيفا في مواجهة الأزمات الظرفية، وهو ما تؤكد الإحصائيات، خاصة بعد الهجمات الإرهابية التي ضربت القطاع السياحي التونسي وأثرت سلبا على الإقتصاد التونسي.

بالنسبة للجزائر، على الرغم من امتلاكها لرصيد سياحي ثري ومتنوع إلا أنها لم تتمكن حتى الآن من حجز مكانة لها ضمن الوجهات السياحية؛ فهي لازالت تتذيل الترتيب ضمن دول شمال أفريقيا وتحتل مراتب متأخرة ضمن دول العالم. وقد جاء توجه صانع القرار لتنمية هذا القطاع كرد فعل على أحداث اقتصادية، كانهخفاض أسعار النفط، وهو ما لم يسمح باستمرارية هذا التوجه، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، إذا تم اعتماد السياحة كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية، فعلى الجزائر مواجهة عدة تحديات خاصة الأمنية منها، كونها تقع في منطقة تعاني من عدم الاستقرار السياسي والأمني، ما يجعلها عرضة لتأثيرات الأوضاع الأمنية في كل من ليبيا، تونس ودول الساحل الأفريقي.

فيما يخص تونس، مازال القطاع السياحي يعاني من طابع الموسمية وأحادية المنتج السياحي. فالسياحة الساحلية الجماعية منخفضة التكلفة لا زالت العلامة التي تطبع السياحة التونسية. فعلى الرغم من القرارات الرامية إلى تنويع المنتجات السياحية واستقطاب سياح من أسواق سياحية جديدة لكنها لم تنجح في ذلك، وبقيت قبلة للسياح من ذوي الدخل المتوسط والمنخفض. كما زاد عدم الاستقرار السياسي والأمني من حدة المشاكل التي يتخبط فيها هذا القطاع.

خاتمة

ارتبط ظهور السياحة بمفهومها الحديث بتطور المجتمعات الصناعية، رافق هذا التطور التقدم الذي عرفه مجال النقل الجوي والبحري، زيادة أوقات الفراغ وتحسن مستوى المعيشة خاصة في الدول المتقدمة، وذلك منذ النصف الثاني القرن التاسع عشر حيث أصبحت السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية تحمل آفاقا للتوسع. كما شكلت تدريجيا تحديا رئيسيا لكثير من الدول، اقتصاديا واجتماعيا وإقليميا.

على الصعيد الاقتصادي، تعتبر السياحة محركا للتنمية الاقتصادية من خلال آثارها على القطاعات الاقتصادية الأخرى كالثقافة، الزراعة، الخدمات، الأشغال العمومية وغيرها. كما تُشكل دعما للنمو الاقتصادي ومصدرا لخلق الثروة ومناصب الشغل. وبذلك تعد السياحة صناعة حقيقية تتطلب، إلى جانب الإمكانيات الطبيعية والبشرية، توفر المنشآت القاعدية وكذا حسن التسيير والاستقبال، فلا يمكن تصور مشروع تنمية سياحية دون توفر هذه الشروط.

نظرا للآثار الاقتصادية الإيجابية التي تُخلِّفها السياحة، سعت الدول إلى الاستثمار في القطاع السياحي، خاصة الدول النامية التي راهنت عليه لقيادة قاطرة التنمية، وهو ما أدى إلى انتشار النشاط السياحي وتطور السياحة الدولية. أصبحت هذه الأخيرة نشاطا اقتصاديا منظما تُشرف عليه منظمات دولية وإقليمية حكومية وغير حكومية. كما تم عقد العديد من المؤتمرات الدولية التي تمخض عنها تبني إعلانات ومواثيق بغية تأطير النشاط السياحي، وكذا التأكيد على أهمية السياحة في تحسين الحياة الاجتماعية والاقتصادية للشعوب وتحقيق التقارب فيما بينها.

أخذت السياحة طابعا دوليا، فقد تضاعفت أعداد السياح وتزايدت النفقات السياحية بالإضافة إلى توسع السوق السياحية وتنوع العرض السياحي. لذا سعت الدول إلى حجز مكانة لها في قائمة الوجهات السياحية العالمية. حسب المنظمة العالمية للسياحة، يوجد خمسة أقاليم سياحية، مقسمة على أساس جغرافي، وهي: الإقليم الأوروبي، الإقليم الأمريكي، إقليم شرق آسيا والباسيفيك، الإقليم الأفريقي، وإقليم الشرق الأوسط.

نلاحظ عدم التوازن في توزيع السياحة الدولية حيث يتركز أغلب النشاط السياحي في أقاليم بعينها؛ يتصدر الإقليم الأوروبي والإقليم الأمريكي ترتيب الوجهات السياحية العالمية، بينما يأتي كل من إقليمي أفريقيا والشرق الأوسط في مؤخرة هذا الترتيب. وذلك نتيجة عوامل تتعلق بمكانة القطاع السياحي في اقتصاديات الدول المكونة لهذه الأقاليم، وكذلك ظروف عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي التي تعيشها.

تم تصنيف هذه الأقاليم السياحية والدول الواقعة فيها على أساس مؤشرات التنافسية السياحية. تشمل هذه المؤشرات: الإطار التنظيمي، بيئة الأعمال والبنية التحتية، الموارد البشرية، الثقافية والطبيعية. كما يضم كل مؤشر مجموعة من المؤشرات الفرعية.

تتركز الأسواق المرسلة للسياح في الاقتصاديات المتقدمة في أوروبا، الأمريكيتين، آسيا والباسيفيك، نظرا لارتفاع متوسط الدخل لدى مواطنيها. في المقابل، تقع أغلبية الدول النامية على هامش التدفقات السياحية، ما عدا الدول الصناعية الجديدة. يرتبط هذا التفاوت بمستوى التقدم الاقتصادي وليس بالإمكانيات السياحية فقط حيث تتمتع الكثير من الدول بمقومات الجذب السياحي لكن تبقى حصتها في السوق السياحية ضئيلة، من بين هذه الدول نذكر الجزائر وتونس، موضوع الدراسة.

تزرخ الجزائر بإمكانيات طبيعية وحضارية تمكنها من تنويع منتجاتها السياحية وجذب أعداد مرتفعة من السياح. من بين أهم أنواع السياحة التي يمكن أن تراهن الجزائر عليها: السياحة الصحراوية؛ بصحراء شاسعة بمساحة تقارب المليون كم²، تضم أكبر متحف على الهواء الطلق وأجمل غروب شمس في العالم بالإضافة إلى تنوع بيولوجي غني. النوع الثاني هو السياحة الدينية؛ فهي تحوي أماكن عبادة خاصة بديانات مختلفة. إلى جانب الطرق الصوفية والزوايا ومزارات الأولياء الصالحين. النوع الثالث هو السياحة الثقافية؛ فهناك مواقع أثرية تعود لحضارات غابرة ولفترات زمنية مختلفة. يميل السياح الذين يختارون هذا النوع من المنتجات السياحية للإنفاق أكثر في شراء التذكارات وقصد المطاعم التقليدية خارج الفنادق، وهو ما يخدم الصناعات المرتبطة بالسياحة.

بالنسبة لتونس، هي الأخرى تتمتع بإمكانيات سياحية هامة، على رأسها السياحة الساحلية، والسياحة الدينية؛ التي تستقطب سياحا من ديانات مختلفة: يهودية، مسيحية وإسلامية خاصة جزيرة جربة، جامع الزيتونة ومدينة القيروان. كما تراهن على تنويع هذه المنتجات السياحية بتطوير السياحة العلاجية وسياحة الغولف وكذا السياحة الثقافية، نظرا لرصيدها من منابع حموية وملاعب جولف وكذلك مواقع أثرية متنوعة.

طغى على السياحة في تونس شكل السياحة الساحلية التي تجذب السياح من الطبقة المتوسطة من أوروبا الشرقية، القادمين على متن الطائرة والذي يفضلون الإقامة في المركبات السياحية الواقعة بمحاذاة البحر. مع ذلك، لمواجهة المنافسة مع الوجهات المتوسطية الأخرى، سعت تونس إلى تنويع عرضها بثمين تراثها الثقافي، بتنمية السياحة الداخلية خاصة الصحراوية وتدعيم قطاع "الترفيه والصحة"، لاسيما من خلال تطوير المعالجة بمياه البحر. بعد

استقبلها منذ عشرات السنين سياحا من أوروبا الشرقية، رغبت تونس في الاستمرار في توسيع أسواقها خاصة أسواق آسيا وأمريكا الشمالية. بالإضافة إلى رغبتها في جذب سياح أكثر ثراء عن طريق توجيه عرضها نحو خدمات عالية الجودة كالمركبات السياحية في ياسمين حمامات.

على الرغم من تخصيص الحكومة لبرامج وميزانيات لتطوير منشآت البنية التحتية المختلفة من شبكات طرق وسكك حديدية ومطارات، إلا أنها لاتزال غير كافية ولا تستجيب لمتطلبات تطوير القطاع السياحي في كل من الجزائر وتونس على حد سواء. أما بالنسبة لسياسة التكوين في المجال السياحي، فهناك سعي لتحسين مستوى التكوين عن طريق فتح مدارس ومعاهد وطنية وجهوية وإشراك وزارتي التعليم العالي ووزارة التكوين المهني وكذا القطاع الخاص في هذا المسعى. لكن تبقى هذه الجهود غير كافية حيث يتوجب تحديث المناهج الدراسية كذلك، إلى جانب توفير التأطير البيداغوجي الكافي كما ونوعا، والذي يتلاءم مع زيادة المنشآت السياحية سواء الفنادق أو المطاعم أو مؤسسات التسلية والترفيه وغيرها من المؤسسات السياحية.

فيما يخص تسيير القطاع السياحي، كانت الدولة في الجزائر هي المنظم الوحيد للنشاط السياحي، ما أدى إلى تقييد هذا النشاط، بهدف الحفاظ على التراث الطبيعي وتجنب المضاربة العقارية، وهو ما انعكس سلبا على سيورة التنمية السياحية. بالإضافة إلى هذا، ارتبطت هذه السيورة بالاعتماد على المداخل المتأتية عن قطاع المحروقات كما تأثرت بالأزمات والصدمات النفطية؛ على سبيل المثال، ركزت السلطات على السياحة الداخلية عندما ارتفعت المداخل النفطية، بينما اتجهت نحو تنشيط السياحة الدولية عندما انخفضت هذه المداخل. من جهة أخرى، تأثر القطاع السياحي الجزائري بالأزمات المالية والأمنية مثل أزمة منتصف الثمانينيات وكذا العشرية السوداء. في نفس السياق، نلاحظ عدم الاستقرار الإداري الذي عرفه القطاع السياحي الجزائري في السنوات الأخيرة.

تغير هذا الوضع؛ فقد عملت الدولة على الانسحاب تدريجيا وجزئيا من القطاع السياحي حيث شهد القطاع الفندقي انتعاشا نتيجة استثمار القطاع الخاص في تشييد الفنادق، وبذلك زادت أعداد الفنادق التابعة للقطاع الخاص، لكن غياب بنك خاص بتمويل المشاريع السياحية أثر سلبا على الاستثمارات السياحية التي بقيت دون المستوى المطلوب.

بالمقابل، في تونس، تم إشراك رأس مال القطاع الخاص، الوطني والأجنبي، حتى في مشاريع تطوير البنية القاعدية كشبكات الطرق والسكك الحديدية، كما شجعت السلطات القطاع الخاص على الاستثمار في القطاع الفندقي، تركزت معظم الفنادق على الشريط الساحلي وأضحت تونس بمثابة وجهة رخيصة لزبون متوسط الدخل. لكن هذا التزايد في أعداد الفنادق لم يرافقه توفير التأطير الكافي لليد العاملة، ما أدى إلى الاعتماد على أشخاص غير مهنيين لسد النقص في اليد العاملة المؤهلة، وهو ما أثر على مستوى جودة الخدمة. كما تواجه تونس عقبة أخرى، تتمثل في عبء الديون المالية وتحكم منظمي الرحلات السياحية الأجانب في تسويق العرض السياحي التونسي وفي تحديد نصيب تونس من إجمالي الحركة السياحية العالمية.

بالنسبة للجهود المبذولة في إطار تسيير السياحة التونسية، عملت الدولة على ترقية التنمية السياحية منذ سنة 1960. أما بعد سنة 1970، انتقلت من سياسة الاستثمار والتسيير المباشر من قبل من مؤسسات الدولة إلى استراتيجية تشجيع الاستثمار الخاص خاصة الأجنبي. مع ذلك، بقيت الدولة فاعلا أساسيا في التنمية السياحية حيث ظلت تؤطر هذا النشاط بواسطة العديد من الأجهزة: أولا الديوان الوطني التونسي للسياحة ONTT، الذي يقوم بتنفيذ استراتيجية الدولة في قطاع السياحة. ثانيا الوكالة العقارية السياحية AFT، التي تعمل على تسهيل إجراءات حيازة الأراضي، منذ 1995. وثالثا وكالة حماية وتهيئة الساحل APAL، وقد حددت هذه الأجهزة المناطق التي يسمح فيها بإقامة المنشآت السياحية والفندقية.

تقوم السياحة التونسية على السفر في شكل حزمة؛ أي توفير مجموعة من الخدمات (إقامة، نقل، تنشيط، إ طعام)، في إطار الرحلات المنظمة التي تُشرف عليها الوكالات السياحية الوطنية والأجنبية.

تتمثل الخاصية الأخرى للسياحة التونسية في تنشيط النقل الجوي، باعتباره الوسيلة الأولى التي يعتمد عليها السياح للوصول إلى الوجهة السياحية التونسية، فقد عقدت اتفاقيات ثنائية مع شركات جوية أجنبية، إلى جانب اعتمادها على الرحلات الجوية المستأجرة، وهي عبارة عن رحلات منخفضة التكلفة. كما يجري الحديث عن إمكانية فتح الأجواء التونسية في حالة توقيع تونس لاتفاقية السماء المفتوحة.

باعتبار الاستثمار السياحي حجر الأساس في السياسة السياحية المعتمدة في كل من الجزائر وتونس، صاغ المشرع الجزائري عدة نصوص قانونية بهدف تشجيع الاستثمار السياحي. ففي الجزائر، أعطى القانون الجديد للاستثمار

لسنة 2016 الأولوية لثلاث قطاعات من بينها السياحة، كما سمح باللجوء إلى التمويل الخارجي للمشاريع السياحية.

بالإضافة إلى ذلك، تم منح مزايا جبائية وشبه جبائية إضافة إلى مزايا استثنائية خاصة بالمشاريع ذات المنفعة الوطنية أو تلك التي تقع في منطقة الصحراء والهضاب العليا، وكذا الولايات الملتزمة بمخطط الجودة السياحية. فيما يتعلق بالاستثمار الأجنبي، يمكن للمستثمر الأجنبي إنجاز مشاريع سياحية ضمن مناطق التوسع السياحي، وهي تقتصر على تشييد الفنادق والمركبات السياحية.

مع أن السلطات منحت تسهيلات في مجال الاستثمار السياحي إلا أن المستثمر لا يزال يعاني من ثقل الإجراءات الإدارية وتعقيد القوانين وصعوبة الحصول على العقار. وهو ما يستوجب إعادة النظر في المسائل المرتبطة بالإجراءات المطلوبة لإنجاز المشاريع السياحية وتبسيط القوانين وتسهيل عملية الوصول إلى العقار.

من ضمن المشاكل المرتبطة بالعقار السياحي، تحويل الأراضي التابعة لمناطق التوسع السياحي إلى نشاطات أخرى خاصة الصناعية منها. فبالرغم من إنشاء الوكالة الوطنية للتنمية السياحية لتسيير ملف العقار السياحي، إلا أن هناك تداخل في مهام هذه الوكالة مع كل من ديوان الترقية والتسيير العقاري والمؤسسة العقارية EPLF.

في إطار مسعى تطوير القطاع السياحي الجزائري، تم تحديد أهداف مادية وأخرى مالية في إطار تنفيذ مخطط التهيئة السياحية آفاق 2030، لكن لم يتم التوصل بعد إلى تحقيق هذه الأهداف. وهو راجع لكون القطاع السياحي قطاع أفقي، يتطلب تطويره قطاعات أخرى مثل النقل والأشغال العمومية، الزراعة، التكوين، الثقافة. إضافة إلى الحاجة لتشجيع الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي وحل مشكل العقار.

بالمقابل، اختارت تونس التنمية السياحية كعامل لتحقيق تنمية الاقتصادية والاجتماعية منذ وقت مبكر، وقد عملت على تشجيع الاستثمار الوطني والأجنبي للنهوض بهذا القطاع. عرف الاستثمار السياحي ثلاث مراحل. في المرحلة الأولى، صدر القانون 25-69، وكان بمثابة بداية انسحاب الدولة من القطاع السياحي لصالح القطاع الخاص وإعطائه ضمانات مالية وضريبية. أما في المرحلة الثانية، بصدر القانون 21-90، تم التركيز على الاستثمار في القطاع الفندقي وزيادة عدد الأسرة. في المرحلة الثالثة، التي عرفت صدور القانون رقم 93-120، تم الانطلاق بموجبه في تجديد الحظيرة الفندقية وتهيئة مناطق سياحية جديدة، إضافة إلى منح مزايا إضافية لمناطق

التنمية الإقليمية للقضاء على عدم التوازن الاقليمي. من جهة أخرى، شجع هذا القانون الاستثمار في مجالات معينة دون غيرها كالإيواء، التنشيط، النقل السياحي، السياحة العلاجية، سياحة المؤتمرات، ووكالات السفر.

منح هذا القانون المستثمر الأجنبي الحق في المشاركة في رأس مال المؤسسات السياحية بنسبة قد تصل إلى 100٪، أما فيما يخص تمويل المشاريع السياحية، وصلت نسبة القروض الممنوحة إلى 90٪ من رأس المال. ساهم القطاع المصري، ممثلاً في بنوك التنمية، في تمويل إنشاء الفنادق. كما ساهم كل من صندوق حماية المناطق السياحية وصندوق تنمية القدرة التنافسية السياحية في تمويل القطاع السياحي. فيما يتعلق بالعقار السياحي، تم تكليف الوكالة العقارية السياحية بشراء الأراضي المخصصة لإنجاز مشاريع سياحية، كما كُلفت بإدارة المسائل القانونية المرتبطة بها. أخيراً، قدّم قانون الاستثمار الصادر سنة 2016 العديد من الحوافز والمزايا بهدف تشجيع الاستثمار في هذا القطاع.

بعد الأحداث الإرهابية التي استهدفت القطاع السياحي التونسي، اعتمدت السلطات استراتيجية جديدة لتنمية هذا القطاع والخروج من الأزمة. تضمنت هذه الإستراتيجية أهدافاً تتعلق بتنويع وتحديد العرض، والترويج للوجهة السياحية التونسية ومساعدة الفنادق على تجاوز الصعوبات المالية التي تعاني منها. كما تضمنت برنامجاً لتأهيل المؤسسات الفندقية، بجعل القطاع الفندقي يتماشى مع المعايير الوطنية والدولية بغية زيادة تنافسية الفنادق التونسية عن طريق منحها قروضا بنكية بشروط ميسرة وحوافز مالية. وتم وضع مخطط للجودة السياحية، عن طريق إعادة النظر في الإطار التشريعي والتنظيمي لقطاع السياحة وتعزيز الشراكة بين الإداريين والمهنيين.

على الرغم من اعتماد هذه الإستراتيجية إلا أن الأرقام والإحصائيات تؤكد أن القطاع السياحي التونسي لا يزال يعاني من تبعات الهجمات الإرهابية وعدم الاستقرار السياسي، كما لا يزال يعاني من مشاكل هيكلية تتعلق، من جهة، بسيطرة مشغلي الرحلات السياحية ووكالات السفر في الدول الأوروبية على إدارة النشاط السياحي فهما الممثلان الرئيسيان في سلسلة تصنيع وتوزيع السفر إلى تونس. وتعلق، من جهة أخرى، باعتماده على السياحة الساحلية الجماعية، وهو بذلك قد فشل حتى الآن في تنويع العرض السياحي. مع هذا تبقى الوجهة السياحية التونسية متفوقة على الوجهة السياحية الجزائرية، وهو ما تؤكد الإحصائيات الصادرة عن مؤسسات وطنية ودولية، سواء فيما يتعلق بعدد السياح ومناصب الشغل، المداخل السياحية أو مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام لكلا البلدين.

تولد السياحة الساحلية، الشكل المهيمن للسياحة في تونس، إيرادات قليلة خارج باقة الفنادق حيث ينفق السائح ما معدله 900 دولار أمريكي أثناء إقامته في المغرب أو مصر، بينما ينفق 360 دولار أمريكي في تونس وتميل الفجوة مع المغرب إلى الزيادة مع مرور الوقت. بالإضافة إلى ذلك، فإن قطاع السياحة التونسي، الذي يعتمد بشكل كبير على منظمي الرحلات الأوروبيين يخضع لضغط شديد على الأسعار، مما يؤثر على ربحيته.

بالإضافة إلى ما سبق، لا تزال تونس تعتمد على سوقين مصدرين للسياح: حيث تمثل ألمانيا وفرنسا حوالي 35٪ من إجمالي الوافدين كل سنة. لم تتمكن تونس من وضع إستراتيجية فعالة نحو أسواق أخرى أكثر إنتاجية (مثل هولندا أو المملكة المتحدة).¹

يمكن القول أن استعادة الوضع الأمني في جميع أنحاء البلاد، واستقرار الوضع الاجتماعي من خلال تعزيز الحوار وعودة الهياكل الإدارية للبلاد إلى أدائها الطبيعي، كلها شروط مسبقة لإحياء القطاع السياحي التونسي.

أخيرا، نستطيع التأكيد على أنه سواء في الجزائر أو تونس، تبقى السياحة قطاع اقتصادي يتطلب تطويره وجود اقتصاد قوي، ومناخ سياسي واجتماعي يسمح له بالتقدم لأن السياسة السياحية في الدولة تتحدد وفقا لطبيعة ونوع النظام الاقتصادي والسياسي السائدين، ووفقا لدرجة التطور الاقتصادي والاجتماعي التي بلغتها الدولة، بالإضافة إلى الإمكانيات السياحية التي تمتلكها.

¹ Wafa Khelif, « L'hôtellerie tunisienne : radioscopie d'un secteur en crise », L'Année du Maghreb [En ligne], I | 2004, mis en ligne le 08 juillet 2010, consulté le 02 août 2018. URL : <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/325> ; DOI : 10.4000/anneemaghreb.325

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

1- النصوص القانونية:

- قانون رقم 87-19 مؤرخ في 8 ديسمبر 1987 يتضمن ضبط كيفية استغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأُملاك الوطنية وتحديد حقوق المنتجين وواجباتهم، **الجريدة الرسمية، العدد 50**، الصادرة بتاريخ 9 ديسمبر 1987.
- قانون السياحة 1988، **الجريدة الرسمية، العدد 3540**، الصادرة بتاريخ 17 مارس 1988.
- قانون عدد 122 لسنة 1992 مؤرخ في 29 ديسمبر 1992 يتعلق بقانون المالية للتصرف لسنة 1993، **الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، عدد 82**، الصادر يوم 7 أكتوبر 2016.
- قانون رقم 97-02 مؤرخ في 31 ديسمبر 1997، يتضمن قانون المالية لسنة 2018، **الجريدة الرسمية، العدد 89**، الصادرة بتاريخ 31 ديسمبر 1997.
- قانون رقم 98-04 مؤرخ في 15 جوان 1998، يتعلق بحماية التراث الثقافي، **الجريدة الرسمية، العدد 44**، الصادرة بتاريخ 17 جوان 1998.
- قانون رقم 99-01 مؤرخ في 6 جانفي 1999، يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة، **الجريدة الرسمية، العدد 2**، الصادرة بتاريخ 14 جوان 1998، الصادرة بتاريخ 10 جانفي 1999.
- قانون رقم 01-21 مؤرخ في 22 ديسمبر 2001، يتضمن قانون المالية لسنة 2002، **الجريدة الرسمية، العدد 79**، الصادرة بتاريخ 23 ديسمبر 2001.
- قانون 03-01 مؤرخ في 17 فيفري 2003، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، **الجريدة الرسمية، العدد 11**، الصادرة بتاريخ 19 فيفري 2003.
- قانون رقم 03-03 مؤرخ في 17 فيفري 2003، يتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، **الجريدة الرسمية، العدد 11**، الصادرة بتاريخ 19 فيفري 2003.
- قانون رقم 10-02 مؤرخ في 29 جوان 2010، يتضمن المصادقة على المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، **الجريدة الرسمية، العدد 61**، الصادرة بتاريخ 21 أكتوبر 2010.
- قانون رقم 12-07 مؤرخ في 21 فيفري سنة 2012، يتعلق بالولاية، **الجريدة الرسمية، العدد 12**، الصادرة بتاريخ 29 فيفري 2012.

- المادة 48 من قانون المالية التكميلي لسنة 2015، **الجريدة الرسمية، العدد 40**، الصادرة بتاريخ 23 جويلية 2015.
- المادة 55، الفقرة 2 من قانون المالية 2016، قانون رقم 15-18 مؤرخ في 2015/12/30 يتضمن قانون المالية لسنة 2016، **الجريدة الرسمية، العدد 72**، الصادرة بتاريخ 2015/12/31.
- قانون عدد 71 لسنة 2016 مؤرخ في 30 سبتمبر 2016 المتعلق بقانون الاستثمار، **الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، العدد 82**، الصادر بتاريخ 7 أكتوبر 2016.
- قانون رقم 16-09 مؤرخ في 3 أوت 2016 يتعلق بالاستثمار، **الجريدة الرسمية، العدد 46**، الصادرة بتاريخ 3 أوت 2016.
- أمر عدد 66-339 لسنة 1966 يتعلق بتشجيع الدولة لبناء النزل والمجموعات السياحية، **الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، عدد 38، السنة 109**، صادر بتاريخ 6 سبتمبر 1966.
- الأمر رقم 66-62 مؤرخ في 26 مارس 1966، يتعلق بالمناطق والأماكن السياحية، **الجريدة الرسمية، العدد 28**، الصادرة بتاريخ 8 أبريل 1966.
- أمر رقم 08-04 مؤرخ في 1 سبتمبر 2008، يحدد شروط وكيفيات منح الإمتياز على الأراضي التابعة للأماكن الخاصة للدولة والموجهة لإنجاز مشاريع إستثمارية، **الجريدة الرسمية، العدد 49**، الصادرة بتاريخ 3 سبتمبر 2008.
- المرسوم رقم 66-75 مؤرخ في 4 أبريل 1966، يتضمن تطبيق الأمر رقم 66-62، المؤرخ في 26 مارس 1966، **الجريدة الرسمية، العدد 28**، الصادرة بتاريخ 8 أبريل 1966.
- المرسوم 81-298 مؤرخ في 31 أكتوبر 1981، **الجريدة الرسمية، العدد 44**، الصادرة بتاريخ 3 نوفمبر 1981، يعدل ويتمم المرسوم رقم 66-75 المؤرخ في 4 أبريل 1966 والمتضمن تطبيق الأمر 66-62.
- المرسوم رقم 88-232 مؤرخ في 5 نوفمبر 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي، **الجريدة الرسمية، العدد 51**، الصادرة بتاريخ 14 ديسمبر 1988.
- المرسوم التنفيذي 07-69 الصادر في 19 فيفري 2007، والذي يحدد شروط وكيفيات منح امتياز استخدام واستغلال المياه الحموية، **الجريدة الرسمية، العدد 13**، الصادرة بتاريخ 21 فيفري 2007.
- مرسوم تنفيذي رقم 07-69 مؤرخ في 19 فيفري 2007، يحدد شروط وكيفيات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، **الجريدة الرسمية، العدد 13**، الصادرة بتاريخ 21 فيفري 2007.

- مرسوم تنفيذي رقم 07-23 مؤرخ في 28 جانفي 2007، يحدد كيفية إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الامتياز عليها، الجريدة الرسمية، العدد 8، الصادرة بتاريخ 31 جانفي 2007.
- قرار مؤرخ في 4 فيفري 2000 يتعلق بضبط أدنى القواعد الواجب احترامها لترتيب النزل السياحية وشروط إسناد علامة الجودة والتخصص، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، عدد 010، السنة 143.

2- القواميس والمعاجم:

- مجاني الطلاب، الطبعة السادسة، بيروت: منشورات دار المجاني، شركة الطبع والنشر اللبنانية، 2007.

3- التقارير والوثائق الرسمية:

- الإمارات العربية المتحدة، المجلس الوطني للسياحة والآثار، دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها دوليا، سلسلة نشر الوعي السياحي، الإصدار الخامس، دون سنة.
- الأمانة الفنية للمجلس الوزاري العربي للسياحة، النظام الأساسي للمجلس الوزاري العربي للسياحة، 2009.
- المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة، التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة (2008)، السلسلة ميم، العدد 83/ التنقيح 1، نيويورك، 2011.
- الجمعية العامة للأمم المتحدة، المدونة العالمية لأخلاقيات السياحة، الدورة 56، البند 12 من جدول الأعمال، الجلسة العامة 90، ديسمبر 2001.
- الجمهورية التونسية، مشروع الوثيقة التوجيهية لمخطط التنمية 2020/2016، 15 سبتمبر 2015.
- الجمهورية التونسية، وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، الميزان الاقتصادي لسنة 2016، أكتوبر 2015.
- الجمهورية التونسية، وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، الميزان الاقتصادي لسنة 2018، أكتوبر 2017.
- الجمهورية التونسية، وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، مخطط التنمية 2020 - 2016، المجلد الثالث: المحتوى القطاعي، من الموقع الإلكتروني: <http://www.mdici.gov.tn>
- الجمهورية التونسية، وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، مشروع مجلة الاستثمار الجديدة، فيفري 2016.

- الجمهورية التونسية، وزارة السياحة والصناعات التقليدية، برنامج تأهيل المؤسسات الفندقية، الرابط: <http://www.pmnt.tn/index.php?id=25&L=1>
- الجمهورية التونسية، وزارة المالية، مشروع قانون المالية لسنة 2016، أكتوبر 2015.
- الجمهورية التونسية، وزارة النقل، ديوان البحرية التجارية والموانئ، التقرير السنوي، 2015.
- الجمهورية التونسية، التقرير السنوي للبنك المركزي التونسي، جوان 2018.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية، الخلاصة العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، دون سنة.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، الكتاب 1: تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، جانفي 2008.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، الكتاب 2: المخطط الاستراتيجي (الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية)، جانفي 2008.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، الكتاب 3: الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، جانفي 2008.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، الكتاب 4: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملي)، جانفي 2008.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، الكتاب 5: المشاريع ذات الأولوية السياحية، جانفي 2008.
- جمهورية مصر العربية، وزارة الدولة لشؤون البيئة، نحو استراتيجية وطنية وخطة العمل للسياحة البيئية في مصر، جويلية 2005.
- الجمهورية التونسية، الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات السياحة لسنة 2016، 2017.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام: نتائج 2013-2015، 2016.
- الشبكة الأوروبية المتوسطية لحقوق الإنسان، تونس بعد 14 من يناير واقتصادها السياسي والاجتماعي، إعداد باتريس ايبو، حمزة مدب ومحمد حمدي، ترجمة إلهام آيت جرين، 2011.
- صندوق النقد العربي، تنافسية الاقتصادات العربية، العدد الثاني، 2017.
- كتيب السياحة الثقافية، تم تحميله من موقع الديوان الوطني التونسي للسياحة، الرابط: <http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/Brochures/Ar/BrCultAr.pdf>

- المجلس التنفيذي لمنظمة السياحة العالمية، إدراج السياحة على الأجندة العالمية، تقرير الأمين العام، ماي 2015.
- المجلس التنفيذي لمنظمة السياحة العالمية، الابتكار في السياحة: إيجاد سبل جديدة لتجاوز الموسمية، الدورة 100، روفين، كرواتيا، ماي 2015.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، مجلس الوزراء، برنامج التنمية الخماسي بيان اجتماع (2010-2015)، الجزائر، 24 ماي 2010.
- منظمة السياحة العالمية، النشرة السنوية للتوصيات حول إحصائيات السياحة العالمية، 1993.
- منظمة العمل الدولية، دليل الحد من الفقر من خلال السياحة، الطبعة الثانية، 2013.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة السياحة والصناعات التقليدية، إحصائيات السياحة لسنة 2014، 2015.
- الهيئة الفرعية المعنية بالمشورة العلمية والتقنية والتكنولوجية، وضع وتطوير الأساليب والممارسات في سبيل الاستعمال المستدام للموارد البيولوجية بما فيها السياحة، الاجتماع الرابع، مونتريال، كندا، 21-25 جوان 1999.

4- الكتب:

- أبو حجر آمنة، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- إي شلومبيرغر تشارلز، ويسكوف نورا، السماوات المفتوحة في شمال أفريقيا: هل تسير تونس على خطى المغرب؟ الكتاب السنوي للبحر الأبيض المتوسط، الأردن: دار فضاءات للنشر والتوزيع، 2014.
- بظاظو إبراهيم خليل، الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي، الطبعة الأولى، الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، 2010.
- بن غضبان فؤاد، الجغرافية السياحية، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014.
- بيجمان جيفري إلين، الدبلوماسية المعاصرة، ترجمة محمد صفوت حسن، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2014.
- الحوري مثنى طه، الإرشاد السياحي، الطبعة الأولى، عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2002.
- دعبس يسري، العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الإسكندرية: الملتقى المصري للإبداع والتنمية، دون سنة.

- رواشده أكرم عاطف، السياحة البيئية: الأسس والمرتكزات، الطبعة الأولى، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2009.
- الزوكة محمد خميس، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2006.
- السراي علاء حسيني، سليم محمد خنفر، عبد الله عبد المحسن الحجي، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، 2011.
- سعادة يوسف جعفر، التربية السياحية، الطبعة الأولى، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2000.
- السيسي ماهر عبد الخالق، مبادئ السياحة، مصر: مجموعة النيل العربية، 2001.
- الشريف محمد الهادي، تاريخ تونس من عصور ما قبل التاريخ إلى الاستقلال، تعريب محمد الشاوش، محمد عمجينة، الطبعة الثالثة، تونس: دار سراس للنشر، 1993.
- شوقي عبد المعطي أحمد منال، جغرافية السياحة، الطبعة الأولى، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2011.
- الصيرفي محمد، مهارات التخطيط السياحي، 2009.
- الطاهر نعيم، الياس سراب، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2001.
- العاني رعد مجيد، الاستثمار والتسويق السياحي، الطبعة الأولى، الأردن: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2008.
- عبد الحكيم محمد صبحي، جغرافيا السياحة، القاهرة: المكتبة الأنجلو المصرية، 2003.
- عبد الله سالم على أمينة، أثر السياحة في تطوير بعض الحرف والصناعات التقليدية، مصر: دار العلم والایمان للنشر والتوزيع، 2015.
- عبد المنعم مكية منال، السياحة: تشريعات ومبادئ، الطبعة الأولى، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000.
- علي حسن سوزان، الأجهزة والمنظمات السياحية، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2002.
- علي حسن سوزان، التشريعات السياحية والفندقية، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2007.
- عياش عبد الإله وآخرون، مدخل إلى السياحة في الأردن: بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، 2007.
- غرايبة خليف مصطفى، السياحة الصحراوية: تنمية الصحراء في الوطن العربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2012.

- الفاعوري أسامة صبحي، الإرشاد السياحي: ما بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2006.
- قدي عبد المجيد، الاقتصاد الجزائري بين الإصلاحات والارتهاك للنفط، الجزائر: دار هوم، 2017.
- كافي مصطفى يوسف، اقتصاديات السياحة، دمشق: سلسلة الرضا للمعلومات، 2008.
- كافي مصطفى يوسف، صناعة السياحة والأمن السياحي، دمشق: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دون سنة.
- كفافي حسين، رؤية عصرية للتنمية السياحية للدول النامية، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1991.
- مقابلة خالد، فن الدلالة السياحية، الطبعة الأولى، عمان: دار وائل للنشر، 1999.
- المهيرات بركات كامل، الأمن السياحي والتشريعات السياحية، الطبعة الأولى، الأردن: دار الفكر، 2009.
- المهيرات بركات كامل، الجغرافيا السياحية: الأقاليم السياحية في العالم، الطبعة الأولى، عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2011.
- نعيم الطاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2001.
- هول كولن مايكل، السياحة والسياسة: مدخل إلى التنمية السياحية الرشيدة، ترجمة حجاب محمد فريد، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 2003.
- 5- المقالات، الملتقيات والندوات العلمية:**
- خنفر عايد راضي، تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي، مجلة جامعة أسبوط، المجلد 9، رقم 2، أكتوبر 2006.
- دريدي منيرة، حروش سلمى، أهمية ترقية السياحة الريفية في تحقيق التنمية الريفية في الجزائر، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، العدد السادس، جوان 2017.
- شياد فيصل، تنمية السياحة العربية البنية: العقبات والحلول، مجلة رؤى إستراتيجية، أبريل 2014.
- العايب منير، تطوير النقل السياحي كأداة لتنشيط السياحة في الجزائر، جامعة الجزائر 3، دفاتر البحوث العلمية، العدد 8، المركز الجامعي مرسلبي عبد الله، تيبازة، جوان 2016.
- عبد الله شادلية، رقمنة التراث ورهانات تطوير السياحة الثقافية في تونس، المؤتمر الدولي الأول حول "دور قطاع السياحة والصناعة التقليدية في تحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على الإرث

التاريخي والحضاري للجزائر" ولاية تبسة أنموذجا، يومي: 12/11 أفريل 2018، جامعة العربي التبسي، الجزائر.

- عيساني عامر، إستراتيجية التنمية السياحية دراسة مقارنة (الجزائر، مصر، تونس)، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 26، جوان 2012.
- لعميري ياسين، توفير ودمج العقار السياحي في مجال الاستثمار بين الآليات القانونية والواقع، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، العدد 3، جوان 2017.

6- الرسائل الجامعية:

- بوراوي ساعد، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب): دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص اقتصاد دولي، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2017.
- حري المحطارية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، أطروحة دكتوراه علوم، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2017.
- زروال معزوزة، الضمانات القانونية للاستثمار في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد تلمسان، 2016.

7- المقابلات:

- مقابلة مع السيد عبد الحميد ترغيني، مدير التهيئة السياحية بوزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتاريخ: 01 أفريل 2018، على الساعة 10:15.
- مقابلة مع المكلف بالبيداغوجيا بالمدرسة الوطنية العليا للسياحة، بتاريخ: 03 ماي 2018، على الساعة 10:20.
- مقابلة مع المكلف بالاتصال لدى الديوان الوطني الجزائري للسياحة، بتاريخ 9 جويلية 2018، على الساعة 10:00.
- مقابلة مع السيدة قسيطة رشيدة، إطار بوزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري، بتاريخ 10 جويلية 2018، على الساعة 11:00.

1- Ouvrages :

- Abbassi Driss, **La Tunisie depuis l'indépendance : Politique, histoire, identité**, L'Harmattan Algérie, Mars 2017.
- Alioune Ba, Michèle Clotilde, **Tourisme et Innovation : La Force Créatif des Loisirs**, L'Harmattan, Paris, 2007.
- Babou Isabel, Callot Philippe, **Que Serait le Tourisme Sans Pétrole?** l'Harmattan, Paris, 2012.
- Breton Jean-Marie, **Patrimoine, Tourisme, Environnement et Développement Durable**, éditions Karthala, Paris, 2010.
- Chaussebourg Fernand, **Le Tourisme : Un Atout à Développer**, Conseil Economique et Social, 1996.
- Cherif Karim, **Economie du Tourisme: Un Investissement d'Avenir pour l'Algérie**, Casbah Editions, Algérie, 2017.
- Duhamel Philippe, Violier Philippe, **Tourisme et Littoral : Un Enjeu du Monde**, Editions Belin, Paris, 2009.
- Fernane Djamila, **Hôtellerie le maillon faible du tourisme algérien**, ENAG Editions, Alger, 2014.
- Frochot Isabelle, Legohérel Patrick, **Le Marketing du Tourisme**, Dunod, Paris, 2007.
- Gravari Barbas Maria, **Aménager la Ville par la Culture et le Tourisme**, Editions le Moniteur, Paris, 2013.
- Hatem Fabrice, **La Filière tourisme dans les pays méditerranéens**, Notes et documents ANIMA no 17, Ouvrage collectif, Juin 2006.
- Hœrner Jean-Michel, **Géopolitique du Tourisme**, Armand Colin, Paris, 2008.
- Jégouzo Laurence, **Le Droit du tourisme**, l'extenso éditions, Paris, 2012.
- Jocard Louis-Michel, **Le tourisme et l'action de l'état**, éditions Berger-Levrault, paris, 1966.
- Kezzar Mourad, **Algérie à la recherche de son tourisme**, Edition SAEC Liberté, Algérie, 2009.
- Lanquar Robert, Raynouard Yves, **Le Tourisme Social**, Que Sais-Je ? 1978.
- Lanquar Robert, **Sociologie du tourisme et des voyages**, Que sais-je ? Presse Universitaire De France, 1985.
- Lehalle Evelyne, **Le Tourisme Culturel**, Editions Territorial, France, 2011.

- Lozato Giotart Jean Pierre, Balfet Michel, **Management du Tourisme**, 2^e édition, Pearson Education, France, 2007.
- Lozato Giotart Jean Pierre, **Géographie du tourisme : de l'espace consommé à l'espace maîtrisé**, 2^e édition, PEARSON Education, France, 2008.
- Madouche Hachimi, **Le Tourisme en Algérie : Jeu et enjeux**, Editions Houma, Alger, 2003.
- Moinet François, **Tourisme Rural : Concevoir, Créer, Gérer**, 5^e Edition, Editions France Agricole, Paris, 2012.
- Negi J, **Tourism and travel : Concepts and principals**, GITANJAL, Publishing House, New Delhi, 1990.
- Origet du Cluzeau Claude, **Le Tourisme Culturel : Dynamique et Prospective d'une Passion Durable**, Editions de Boeck, Bruxelles, 2013.
- Philippe Viotier, **Le Tourisme un Phénomène Economique**, La documentation française, Publication d'Atout France, Paris, 2013.
- Pierre Py, **Le Tourisme un Phénomène Economique**, La Documentation Française, Paris, 1986.
- R.Lanquar G. Gazes, Raynourad. Y, **L'aménagement touristique**, Que Sais-Je ? Presses Universitaires de France, 1981.
- Raboter Joël, **Introduction à l'Economie du Tourisme**, l'Harmattan, France, 2000.
- Schéou Berbard, **Du Tourisme Durable au Tourisme Equitable : Quelle Ethique pour Le Tourisme de Demain?** Editions de Boeck Université, Bruxelles, 2009.
- Seguin Gérard, Rouzet Emmanuelle, **Marketing du Tourisme Durable**, Dunod, Paris, 2010.
- Wackermann Gabriel, **Le Tourisme International**, Armand Colin, Paris, 1996.

2- Rapports et études :

- Agence de Promotion de l'Investissement Extérieur « FIPA – Tunisia », **Rapport des IDE et perspectives 2015-2016:**
<https://www.econostrum.info/attachment/805681/>
- Agence Foncière Touristique Tunisie, **Tourisme et développement durable en Méditerranée**, préparé par Jean Mehdi Chapoutot, 25-26/02/2002.
- Alain Miossec, **Géographie humaine des littoraux maritimes : Le Tourisme et l'organisation de l'espace en Tunisie**, CNED-SEDES, 1998.

- Ambassade de France en Tunisie, Mission économique, **L'hôtellerie et la restauration en Tunisie**, 17 mars 2006.
- Banque Africaine de Développement, **Projet de construction de la liaison autoroutière Gabès-Medenine-Ras Jedir tronçon Medenine-Ras Jedir**, Pays : Tunisie, Rapport d'évaluation du projet, Janvier 2011.
- Centre d'Activités Régionales PNUE/PAM, **La Destination touristique pilote en Algérie : La zone côtière de Tipasa**, Rapport Final, Plan Bleu, par Samir Grimes, Juin 2011.
- Centre d'Activités Régionales PNUE/PAM, **Profil de durabilité dans quelques destinations touristiques méditerranéennes: la destination de Tipaza en Algérie**, étude de cas réaliser par Samir Grimes, Plan Bleu, Octobre 2011.
- Centre d'Activités Régionales PNUE/PAM, **Programme d'activités 2009-2012 : Tourisme et développement durable en Méditerranée**, Plan Bleu, , Juin 2012.
- Conseil National Economique et Social, **La Configuration du Foncier en Algérie, Une contrainte au développement économique**, 24^{ème} session plénière, Novembre 2004.
- Fondation FRIEDRICH EBERT, **Démocratiser le développement régional : Défis du développement des secteurs économiques et de l'emploi qualifié dans la région du nord en Tunisie**, Par Saïd Ben Sedrine et Mongi Amami, Septembre 2013.
- Fondation Friedrich Ebert, **L'Emploi des jeunes en Algérie: Évaluation des dispositifs publics d'emploi mis en place**, par Mouloud Mohamed Meziani, Décembre 2011.
- Groupe d'Action Financière du Moyen-Orient et de l'Afrique du nord, **Mesures de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme, Tunisie, Rapport d'évaluation mutuelle**, Mai 2016.
- Groupe de la Banque Mondiale, **La Révolution inachevée : Créer des opportunités, des emplois de qualité et de la richesse pour tous les Tunisiens**, Revue des politiques de développement, 24 Mai 2014.
- Institut de Prospective Economique du Monde Méditerranéen, **Tunisie: 9 propositions pour relancer le développement économique**, Septembre 2011.
- Institut Tunisien des Etudes Stratégiques, **Tunisie en 2025 : Fondements de la croissance économique et du développement**, Décembre 2016.
- l'Agence Japonaise de Coopération Internationale (JICA), **Etude du Plan Directeur de Développement du Tourisme en République Tunisienne à l'horizon 2016**, Mars 2000.
- L'Institut de Prospective Economique du Monde Méditerranéen, **Le Tourisme en Tunisie : Les défis à l'heure de la transition démocratique**, par Maxime Weigert, Les Notes IPEMED, Janvier 2012.

- le Gouvernement Algérien, **Objectifs du Millénaire pour le Développement, Rapport National 2000 - 2015: Algérie**, Juin 2016.
- Le Secrétariat Ramsar, **Etude de cas Ramsar sur le tourisme et les zones humides, Les Zones humides et le tourisme : Tunisie- Lac Ichkeul**, la 11^{ème} conférence des parties contractantes en juillet 2012, www.ramsar.org/tourisme.
- **Les défis touristiques de la Tunisie au lendemain de la révolution arabe**, Réalisé par : Maxime Constantin, Nadine Martins, Raffaella Stampa, Saskia Bieli, Valentine Gaillet, 14 novembre 2013, <https://tourismsierre.files.wordpress.com/2013/11/etude-de-cas6.pdf>
- L'institut Arabe des Chefs des Entreprises, **Le Tourisme Médical : Un Enjeu Stratégique pour la Tunisie**, Par Lotfi Boumediene, Décembre 2012.
- M. Widmann, **Le Tourisme en Algérie**, In: Méditerranée, deuxième série, tome 25, 2-1976.
- Ministère de l'Environnement et du Développement Durable, **Plan d'Action National sur les Modes de Production et de Consommation Durables en Tunisie**, Plan d'Action Décennal Tourisme 2016 – 2025, 2016.
- Ministère de l'Équipement, de l'Aménagement du Territoire et du Développement Durable, **Stratégie Nationale d'Adaptation du Secteur Touristique en Tunisie**, 2010.
- Ministère de tourisme et de l'artisanat, Direction des études de la planification et des statistiques, **Les Statistiques les entrées des touristes et les sorties des nationaux aux frontières algériennes**, 2017.
- Nations Unies, Commission Economique pour l'Afrique, **Profil de pays 2016 Tunisie**, mars 2017 : www.uneca.org/publications
- Nations Unies, Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement, **Examen de la politique de l'investissement : Algérie**, 2004.
- Office National du Tourisme Tunisien, **TUNISIE**, Le magazine de la nouvelle Tunisie.
- Office National du Tourisme, **Algérie mémoire et miroir**, Algérie.
- Office National du Tourisme, **Le 13^{ème} Salon International du Tourisme et des Voyages**, Dossier de Presse, 2012.
- Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture, **Gestion et Conservation du Patrimoine Culturel Immobilier dans les Pays du Maghreb (la Tunisie)**, 2009.
- Organisation Mondiale du Tourisme, **Déclaration de Chengdu sur « Le Tourisme et les Objectifs de Développement Durable »**, Chengdu (Chine), le 13 septembre 2017.

- République Algérienne Démocratique et Populaire, Conseil National Economique et Social, **Rapport sur le développement de l'infrastructure routière: Nécessité de choix économiques et de meilleure sécurité des transports.** 25^{ème} session plénière, Publication du Conseil National Economique et Social, Décembre 2004.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Conseil National Economique et Social, **Avis sur la Stratégie Nationale de Développement Economique et Social à Moyen Terme,** 8^{ème} Session Plénière, Publication du Conseil National Economique et Social, Mai 1997.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Conseil National Economique et Social, et Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, **Quelques statistiques du tourisme algérien, Période 1999-2014,** Octobre 2015.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Conseil National Economique et Social, **La Redéfinition de la Politique Nationale du Tourisme,** 16^{ème} Session Plénière, Publication du Conseil National Economique et Social, Novembre 2000.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Conseil National Economique et social, **Rapport sur l'état économique et la social de la Nation 2011-2012,** Mai 2013.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, **Politique Gouvernementale dans le domaine de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat,** Septembre 2015.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, **Synthèse des flux touristiques en Algérie (période 2011),** 2012.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, **Synthèse des flux touristiques en Algérie (période 2012),** 2013.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, **Quelques indicateurs de tourisme algérien (période 2010- 2016),** 2017.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, **Flux touristique par pays, Période 2012-2016,** 2017.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'environnement, **Stratégie Nationale de gestion intégré des zones côtiers en Algérie,** par Reda Benmahieddine, Juillet 2012.

- République Algérienne Démocratique et populaire, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **Investir dans le tourisme : Guide pratique**, Juin 2012.
- République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, **La Carte de la Formation du Secteur du Tourisme**, Septembre 2011.
- République tunisienne, **Livre Blanc relatif au secteur des transports et de la logistique**, 18 mai 2016.
- République Tunisienne, Ministère de l'Economie et des Finances, Secrétariat d'Etat du Développement et de la Coopération Internationale, Institut Tunisien de la Compétitivité et des Etudes Quantitatives, **Positionnement compétitif de l'économie tunisienne**, Octobre 2014.
- République Tunisienne, Ministère de l'Environnement et du Développement Durable, **Le Tourisme Durable en Tunisie**, 2010.
- République Tunisienne, Ministère de l'équipement, de l'Habitat et de l'Aménagement du Territoire, Direction Générale de l'Aménagement du Territoire, **Schéma Directeur d'Aménagement de la Région Economique du Centre-Ouest**, Rapport Final, Octobre 2009.
- République Tunisienne, Ministère de l'Equipement, Direction Générale de l'Aménagement du Territoire, **Etude d'Elaboration du Schéma Directeur d'Aménagement de la Région Economique du Centre-est**, Mars 2011.
- République Tunisienne, Ministère de la Formation Professionnelle et de l'Emploi MFPE, **Processus de Turin 2014, Tunisie**, Octobre 2014.
- République Tunisienne, Ministère de l'Environnement et du Développement Durable, **Etude sur les meilleures initiatives en matière de concrétisation sectorielle du développement Durable, Volume I, Diagnostic analytique du développement durable dans les secteurs de l'Industrie, du Tourisme, de l'Agriculture et du Transport**, Janvier 2009.
- République Tunisienne, Ministère du Tourisme, **Cahier des charges de la mission d'évaluation du programme de mise à niveau des établissements hôteliers**, Avril 2013.
- République Tunisienne, Ministère du Tourisme, des Loisirs et de L'Artisanat, Office National du Tourisme Tunisien, Agence Japonaise de Coopération Internationale, **Tome II : Plan Régional et Plan d'Action, Développement du Tourisme en Tunisie à l'Horizon 2016, Conditions de valorisation des ressources touristiques culturelles, écologiques et sahariennes**, Rapport final, Juin 2001.
- République Tunisienne, Ministère du Tourisme, **Etude stratégique du secteur touristique tunisien à horizon 2016**, Phase III – Comité Stratégique – Version intermédiaire, Tunis, 6 juillet 2010.

- République Tunisienne, Ministère du tourisme, Office de thermalisme, **Etude stratégique du secteur de thermalisme en Tunisie à l'horizon 2016.**
- République Tunisienne, **Programme d'Appui à l'Accord d'Association et à la Transition**, TUNISIE-UE (P3AT), Appui à la mise en place d'un dispositif de promotion de la qualité dans le secteur touristique.
- UNESCO, **Diversité Culturelle et Dialogue Interculturel en Tunisie**, 2009.
- Wahid Ferchichi, **Evaluation du cadre juridique et institutionnel relatif à l'écotourisme et aux aires protégées en Tunisie**, Tunis, Novembre 2011,
https://cmsdata.iucn.org/downloads/anexo_3_2_estudio_institucional_sobre_ecoturismo_y_areas_protegidas_de_tunez_2.pdf.

3- Thèses:

- Andrée Larivière Marie, Passé et présent : Société urbaine en Tunisie. Un portrait social, culturel et économique, **Thèse de doctorat**, Université de Montréal, Faculté de l'aménagement, Ecole d'architecture de paysage, 2005.
- Arcand Philippe, La Conservation du Patrimoine des Sociétés Touarègues du Sahara Algérien et le Tourisme Ecoculturel : Critique des Politiques Culturelles de l'UNESCO, **Thèse de doctorat**, spécialité science politique, Université du Québec à Montréal, 13 juin 2008.
- Ouguenoune Hind, La Politique de promotion et d'attraction de l'investissement en Algérie, **Thèse de Doctorat**, Spécialité Economie et Finance, Université Paris 3, 2014.
- Souissi Mohamed, Le tourisme international en Tunisie : Vers de nouvelles formes et la réorganisation de l'espace touristique, **Thèse de doctorat en géographie**, Université Paris-Sorbonne Paris 8, Mars 2007.

4- Revues scientifiques, articles et communications :

- Abichou Hanane, Jouve Anne Marie, Sghaier Mongi, **Le Tourisme saharien au sud-est tunisien, menace ou vecteur de développement durable des zones marginales**, Revue des Régions Arides –Numéro spécial- n°31 (2/2013).
- Abichou Hanane et autre , **La Valorisation du patrimoine et nouvelles alternatives pour un développement local durable dans le sud-est tunisien**, NEW MEDI'T N. 4/2009.
- Boukli Leila, **Air Algérie, Modernisation et rentabilité**, El Djazair.com, No 94, Janvier/ Février, 2016.

- Allani Foued, **Le Tourisme de Santé en Tunisie : État des lieux**, Les Cahiers Internationaux du Tourisme, No 2, Publication du Centre International de Recherche Vatel en Tourisme et Hôtellerie, France, Mai 2008.
- Belhedi Amor, **L'Espace touristique en Tunisie**, Actes du colloque international « Les nouveaux espaces touristiques », Girona, (Espagne), 5-6 juillet, 1999.
- Boutaleb Kouider, **Tourisme alternatif et développement local face à la gouvernance participative: Le cas, de l'Algérie**, Actes du colloque international "Développement territorial, patrimoine et tourisme en zones fragiles et menacées : Entre dynamiques économiques, démocratie participative et communication", Revue des Régions Arides n° 28 (2/2012) – Numéro Spécial.
- Cahiers de Centenaire de l'Algérie, **L'Algérie Touristique**, par M. le Général de Bonneval, Publications du Comité National Métropolitain du Centenaire de l'Algérie, 2003.
- Cazes Georges, **Le Tourisme international en Thaïlande et en Tunisie : Les impacts et les risques d'un développement mal maîtrisé**, Travaux de l'Institut Géographique de Reims, 28/03/2018.
- Chapoutot J. Mehdi, **De la qualité à la qualité totale, les systèmes d'appui à la qualité, dans l'hôtellerie tunisienne**, Les Cahiers Internationaux du Tourisme, No 2, Publication du Centre International de Recherche Vatel en Tourisme et Hôtellerie, France, Mai 2008.
- Gmati Abdelhamid, **Tourisme intérieur - Le Tunisien est un touriste permanent!**, AllAfrica.com, French ed. [Washington] 29 June 2011, <https://fr.allafrica.com/stories/201106290624.html>
- Hachemaoui Mohammed, **La Formation au service des métiers du tourisme**, Tourisme Magazine, NO 00, 2 Mai 2006.
- **Investissements l'ambition du projet touristique**, Entretien réalisé par Seba Slimane, Zobir Mohamed Sofiane, Directeur Central de l'évaluation et du soutien des projets touristiques, au Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, Tourisme Magazine, Revue Mensuelle du Tourisme et de l'Hôtellerie éditée par Interxpo, No 77/ Fév 2017.
- Ismail Taoufik, **L'hôtellerie tunisienne : un secteur à revoir**, 2012, p 13, <https://fr.slideshare.net/taoufikismail/le-tourisme-tunisien>
- Kacimi El Hadi, **Alger, rue de Paris**, Les Editions Baconniers, le Magazine du Bibliophile.
- Khdira Hind, Molho Jérémie, **Carthage la place du site Archéologique dans le grand Tunis**, Urbanistes du Monde, Été 2010.
- Khlif Wafa, **L'hôtellerie tunisienne : Radioscopie d'un secteur en crise**, L'Année du Maghreb [En ligne], 2004, mis en ligne le 08 juillet

2010, consulté le 20 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/325> ; DOI : 10.4000/anneemaghreb.325

- **Le Tourisme de santé en Tunisie, les opportunités et les défis**, Revue Tourisme, N° 10/2017, Du 16 au 31 mai.
- Mollet Magalie, Neffati Houda, **Economie du Tourisme : Quels acteurs ? Pour quel développement ? Le cas tunisien à la lumière de l'exemple hongrois**, Mondes en développement 2004/1 (no 125).
- S.S, **La politique touristique des ambitions à la mesure de nos potentialités**, Tourisme Magazine, NO 00, Mai 2006. http://www.algeriantourism.com/tourisme_magazine/tourisme_magazine_000.pdf
- Sammari Kalthoum, Madani Wassel, **L'Industrie Touristique Tunisienne: Un modèle économique à rénover**, Décembre 2007, www.fitchratings.com
- Si Mohammed Kamel, Ouahrani Abdelkrim, Bouknadil Mohammed, and Zenagui Sidahmed, **Tourisme, Croissance et Taux de Change - Cas de l'Algérie : Une Approche Econométrique**, International Journal of Innovation and Applied Studies vol. 13 No. 4 Dec. 2015.
- Souissi Mohamed, **Le Tourisme dans les parcs nationaux en Tunisie**, Téoros [En ligne], 27-3 | 2008, mis en ligne le 07 avril 2010, consulté le 19 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/teoros/90>
- Souissi Mohamed, **Le Tourisme de circuit dans le Sahara tunisien : Réalités et Perspectives**, Insaniyat, no 51-52, janvier-juin 2011.
- Souissi Mohamed, **Transport aérien et expansion du forfait touristique : l'exemple de la Tunisie**, Transport et tourisme : rapports mobilités – territoires, no 7, 2016.
- Timizar Abderahmane, **Tassili Airlines, Doucement mais sûrement**, El Djazair.com, No 94, Janvier/ Février, 2016.
- Zani Mahmoud, **La Déclaration de Chengdu sur « Le Tourisme et les Objectifs de Développement Durable » de Septembre 2017**, Tourisme Magazine, no 92/mai 2018.

ثالثا: المراجع باللغة الانجليزية

1- Books :

- Goeldner Charles R, Ritchie J.R.Brent, **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, Wiley, Canada, 2009.
- L.Edgell David, DelMastro Allen Maria, Ginger Smith, Swanson Jason R, **Tourism Policy and Planing : Yesterday, Today and Tomorrow**, Elsevier Inc, 2008.

- Ritchie Brent and Crouch Geoffrey, **The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective**, Published by CAB International, Oxfordshire, UK.2010.
- Scott Noel, **Tourism Policy: A Strategic Review**, Goodfellow Publishers Limited, Woodeaton, Oxford, 2011.

2– Articles and studies:

- El Fishawy Mounir, **Algeria: Islamic Tourism in Every Corner**, Algiers, Islamic Tourism – Issue 15 – January-February / 2004-2005.
- El Fishawy Mounir, The Algerian Minister Of Tourism Talks To Islamic Tourism, **"Tourism and agriculture are our development alternatives"**, Islamic Tourism – Issue 23 – May-June / 2006.
- Mraih Rafaa, Dhibi Atef, Romdhani Anis, Ben Arous, **Role of transport infrastructures in the development of tourism in Mediterranean Region: Application of gravity model**, Conference on heritage and cultural tourism in higher education, Organized by the University of Sousse as partner in the HER.CUL.ES project, El Mouradi Palace, Sousse, Tunisia, January 23, 2013.
- **The Algerian City of al-Wadi, Desert Culture and Winter Tourism**, Islamic Tourism - Issue 03 - Spring 2002.
- Walters Jim, H.Davis Patricia, **Human Trafficking, Sex Tourism, and Child Exploitation on the Southern Border**, Journal of Applied Research on Children : Informing Policy for Children at Risk, Volume 2, Issue 1 Human Trafficking, Article 6, 2011.

3– Reports:

- A World Bank Group Flagship Report, **Doing Business 2018 Reforming to Create jobs**, 2018.
- A World Bank Group Flagship Report, **Global Economic Prospects, Divergences and Risks**, June 2016.
- Bureau of Economic and Business Affairs, **Investment Climate Statement 2018: Algeria**.
- ECPAT International, **Child Sex Tourism: Case Studies, The International Expert Meeting on Combating Child Sex Tourism**, Berlin, 8, 9 and 10 March 2009.
- ECPAT International, **Combating Child Sex Tourism: Questions and Answers**, Thailand, 2008.
- Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC), **Enabling Tourism**

Investment Climate: Challenges and Prospects for Tourism Investments in the COMCEC Region, February 2014.

- UNWTO, **Tourism Highlights**, 2018 Edition.
- World Economic Forum, **The Travel and Tourism Competitiveness Report 2007: Furthering the process of Economic Development**, Geneva, Switzerland 2007.
- World Economic Forum, **The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017**, 2018.
- World Tourism Organization (2015), **UNWTO Annual Report 2014**, Madrid.
- World Tourism Organization and United Nations Environment Programme, **Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges**, 2008.
- World Vision Australia, **Trafficking for the Purpose of Sexual Exploitation**, 2009.

4- Dictionnaire :

- **Longman Dictionary of Contemporary English**, Beirut, 1984.
- **Oxford Dictionary of Current English**, London, 1984.
- **Webster's Ninth New Collegiate Dictionary**, Springfield, 1987.

رابعاً: المراجع والمواقع الالكترونية

- <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1995.21.20.1> - Monday, August 22, 2016 8:11:03 AM - IP Address:105.98.144.231
- https://www.mta.gov.dz/?page_id=477
- <http://ont.dz/decouvrir-lalgerie/thermalisme/>
- <http://ont.dz/decouvrir-lalgerie/parcs-nationaux/>
- Saïd Oussad, **Un Inestimable trésor paléontologique laissé à l'abandon El Jurassic Bayadh**, Liberté, 31/03/2016, <http://www.liberte-algerie.com/reportage/el-jurassic-bayadh-244938>
- الديوان الوطني للمياه المعدنية والاستشفاء بالمياه : <http://www.hydrotherapie.tn>

- الديوان الوطني التونسي للسياحة، تونس المؤتمرات، من الموقع الإلكتروني:
https://brochures.discovertunisia.com/ar/Catalogue_ontt_mice/index.html#book5/page1
- الوكالة العقارية السياحية: <http://www.aft.nat.tn/ar/tourisme.php?code=5>
- الوكالة العقارية السياحية: <http://www.aft.nat.tn/ar/tourisme.php?code=1>
- الجمهورية التونسية، وزارة الشؤون الثقافية، وكالة إحياء التراث والتنمية الثقافية،
<http://www.patrimoinedetunisie.com.tn/arabe/sites.htm>
- **Politique Culturelle : Valorisation du Patrimoine pour un Développement Durable**,
http://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/good_practices/tunis-def-fra.pdf
- **En Tunisie, un patrimoine splendide mais délabré**, Journal Le Temps,
<https://www.letemps.ch/culture>
- من الموقع الإلكتروني للمعهد الوطني للتراث:
http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=category&id=2&Itemid=19&lang=ar
- برنامج الحوار الاقتصادي: وزير السياحة يعرض إستراتيجية جديدة لإقلاع سياحي حقيقي،
حساب المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري على يوتيوب، تم إضافتها بتاريخ 27 جوان 2018،
الرابط: <https://www.youtube.com/watch?v=aaUoWVC8HZo>
- الموقع الإلكتروني لديوان البحرية التجارية والموانئ، الرابط: <http://www.ommp.nat.tn/skhira-port/?lang=ar>
- الموقع الإلكتروني للسكك الحديدية التونسية، الرابط:
http://www.sncft.com.tn/Ar/%D9%85%D9%82%D8%AF%D9%91%D9%85%D8%A9-%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%91%D8%A9_11_13
- محمد سميح، 2.2 مليار دولار إيرادات القطاع الفندقي في تونس، 14 يناير 2015، العربي الجديد،
الموقع: <https://www.alaraby.co.uk>
- <http://ont.dz/decouvrir-lalgerie/thermalisme/>
- <http://ont.dz/decouvrir-lalgerie/parcs-nationaux/>
- Oussad Said, **Un Inestimable trésor paléontologique laissé à l'abandon El Jurassic Bayadh**, Liberté, 31/03/2016, <http://www.liberte-algerie.com/reportage/el-jurassic-bayadh-244938>
- Kerourio Philippe, **Le Tourisme en Tunisie**, 01/07/2015, [http://geotourweb.com/Dosssier%20361/TUN/Le%20Tourisme%20en%20Tunisie%20\(%20Cours%20et%20annexes,%2001072015VD%20\)%202.pdf](http://geotourweb.com/Dosssier%20361/TUN/Le%20Tourisme%20en%20Tunisie%20(%20Cours%20et%20annexes,%2001072015VD%20)%202.pdf)
- <http://www.noonpost.org/content/19907>

- **Tunisie: Un Pays, Une Dynamique, Un Avenir**, Conférence Internationale « Investir en Tunisie- Start up democracy », Tunis le 8 septembre 2014, www.itsud.tn
- الديوان الوطني التونسي للسياحة، تونس المؤتمرات، من الموقع الإلكتروني:
https://brochures.discovertunisia.com/ar/Catalogue_ontt_mice/index.html#book5/page1
- <http://www.tourisme.gov.tn/ar/tourisme-en-tunisie/produit-touristique/golf-en-tunisie.html>
- **En Tunisie, un patrimoine splendide mais délabré**, Journal Le Temps, <https://www.letemps.ch/culture>
- من الموقع الإلكتروني للمعهد الوطني للتراث:
http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=category&id=2&Itemid=19&lang=a
- <http://www.aft.nat.tn/ar/tourisme.php?code=6#station>
- <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>
- <http://www.metroalger-dz.com/ar/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=b1dL6cxwg4E>
- <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>
- <https://www.facebook.com/algerietourismearisanat>
- <http://www.tourisme.gov.tn/ar/formations-et-myotiers/enseignement-superieur.html>
- <http://www.tourisme.gov.tn/ar/formations-et-myotiers/formation-professionnelle.html>
- <http://www.andi.dz/index.php/ar/fonds-d-investissement>

الملاحق

قائمة الملاحق

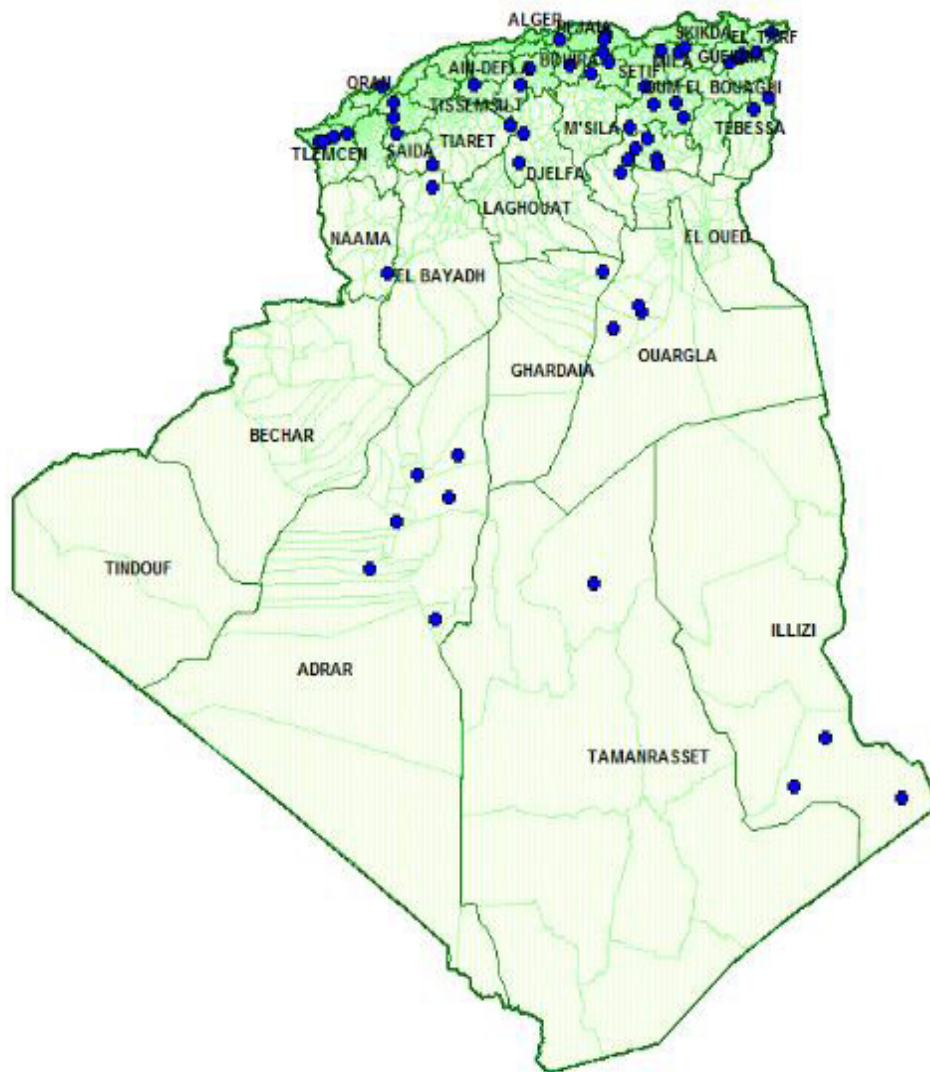
رقم الملحق	عنوان الملحق
1	عدد السياح في الموسم السياحي الصحراوي (2013- 2016) في الجزائر
2	خريطة توزيع المنابع الحموية في الجزائر
3	العلاج المائي في الجزائر (2013- 2016)
4	إحصائيات المعالجين بالمياه المعدنية في الجزائر (2013- 2016)
5	إحصائيات موسم الاصطياف في الجزائر (2013- 2016)
6	عدد المتعالجين في تونس حسب الجنسية سنة 2016
7	القيمة الشهرية للرسوم الخضراء بتونس (2015-2016)
8	عدد الشهادات الممنوحة من طرف التكوين المهني في تونس (2015-2016)
9	دليل المقابلات

الملحق رقم 1: عدد السياح في الموسم السياحي الصحراوي (2013-2016) في الجزائر

السنة	المقيمون	الأجانب	المجموع
2013	120095	6618	126713
2014	224730	21508	246238
2015	218373	16504	7506
2016	132597	7506	140103

المصدر: وزارة السياحة، إحصائيات السياحة، سنة 2017.

الملحق رقم 2: خريطة توزيع المنابع الحموية في الجزائر



المصدر: https://www.mta.gov.dz/?page_id=477

الملحق رقم 3: العلاج المائي في الجزائر (2013- 2016)

مشاريع متوقفة	مشاريع في طور الإنجاز	المؤسسات الناشطة				العدد		
		مراكز العلاج بمياه البحر		مركبات حموية		منح استغلال المنابع الحموية	المنابع الحموية	
14	15	1	1	7	8	47	202	2013
10	25	1	1	10	8	55	282	2014
10	25	1	1	10	8	55	282	2015
9	30	1	1	13	8	62	282	2016

المصدر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، إحصائيات السياحة، 2017.

الملحق رقم 4: إحصائيات المتعالجين بالمياه المعدنية في الجزائر (2013- 2016)

الفترة	نوع العلاج	المؤمنون اجتماعيا	المتعاقدون	الأحرار	الأجانب	مجموع التردد	حمام عادي	مجموع التردد الحموي
2013	العدد	160164	128937	385438	11578	686117	3201714	3887831
	نسبة التردد	%23.34	%18.80	%56.20	%1.70			
2014	العدد	98651	90464	301555	860	491530	2222423	2713953
	نسبة التردد	%20.10	%18.40	%61.30	%0.20			
2015	العدد	131151	121409	292706	6713	551979	3139872	3691851
	نسبة التردد	%23.76	%22	%53.03	%1.22			
2016	العدد	101894	73867	221325	9005	406091	3440305	3846396
	نسبة التردد	%25.09	%18.19	%54.50	%2.22			

المصدر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، إحصائيات السياحة، 2017.

الملحق رقم 5: إحصائيات موسم الاصطياف في الجزائر (2013-2016)

2016	2015	2014	2013	
590	579	576	576	العدد الاجمالي للشواطئ
382	382	381	370	عدد الشواطئ المرخصة للسباحة
208	65	194	206	عدد الشواطئ غير المرخصة للسباحة
119300863	121506788	107987394	76740701	التردد على الشواطئ
340731063	76564866	76564866	87405960	إيرادات الامتيازات الخاصة بالشواطئ

المصدر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، إحصائيات السياحة، 2017.

الملحق رقم 6: عدد المتعالجين في تونس حسب الجنسية لسنة 2016

المجموع	طبرقة	ياسمين حمامات	المهدية	المنستير	تونس شمال	سوسة	نابل	جربة	
9750	0	1833	1335	944	1820	2421	278	1119	فرنسا
2650	4	842	864	58	9	49	750	74	ألمانيا
680	8	190	28	31	252		158	13	إيطاليا
440	29	0	0	11	347	35	18		إنجلترا
1213	0	127	0	14	136	632	23	281	سويسرا
5	0	0	0	5	0	0	0	0	أستراليا
236	2	136	0	9	9	37	1	42	بلجيكا
10	0	0	0	10	0	0	0	0	هولندا
0	0	0	0	0	0	0	0	0	إيرلندا
138	4	129	0	5	0	0	0	0	كندا
0	0	0	0	0	0	0	0	0	الو.م.أ
96	0	0	11	0	0	59	0	26	لوكسمبرج
0	0	0	0	0	0	0	0	0	البرتغال
15060	0	1023	7600	739	0	2078	3498	122	روسيا
142	0	130	0	9	3	0	0	0	إسبانيا
53	0	53	0	0	0	0	0	0	السويد
27	0	26	0	1	0	0	0	0	الدانمارك

34	0	34	0	0	0	0	0	0	بولونيا
1	0	0	0	1	0	0	0	0	فنلندا
19	0	0	17	2	0	0	0	0	الترويج
139	0	15	91	33	0	0	0	0	التشيك
0	0	0	0	0	0	0	0	0	اليونان
0	0	0	0	0	0	0	0	0	بلغاريا
0	0	0	0	0	0	0	0	0	اليابان
1665	0	792	103	0	0	51	713	6	الجزائر
200	0	119	81	0	0	0	0	0	ليبيا
3	0	2	1					0	المغرب
12	0	12	0	0	0	0	0	0	الشرق الأوسط
1891	0	1446	445	0	0	0	0	0	المقيمون الأجانب
13183	842	1186	1933	2477	3174	1367	2159	45	تونس
288	0	145	132	0	0	5	0	6	أفريقيا
355	0	348	6	0	0	0	0	1	دول أوروبية أخرى
3597	244	1567	189	0	236	612	1	748	دول أخرى
51887	1133	10155	12836	4349	5986	7346	7599	2483	المجموع

الملحق رقم 7: القيمة الشهرية للرسوم الخضراء بتونس (2015 - 2016)

2016	2015	
15860	36564	سييتروس حمامات
2391	7450	بالم لينك منستير
7660	13629	قولف جربة
7122	12332	قولف ياسمين حمامات
9357	21097	قولف ميناء القنطاوي
4430	5106	قولف قرطاج
1925	3319	قولف فلامينكو
4355	0	قولف قمرت
53100	99497	المجموع

الملحق رقم 8: عدد الشهادات الممنوحة من طرف التكوين المهني في تونس (2015-2016)

المجموع	المعهد العالي للفندقة والسياحة	المدرسة الفندقية بتوزر	المدرسة الفندقية بعين دراهم	مركز التكوين السياحي بجربة	المدرسة الفندقية بالمستير	المدرسة الفندقية بسوسة	مركز التكوين السياحي حمامات	مركز التكوين السياحي نابل	
113	0	16	18	17	14	20	13	15	تقني مطبخ
76	0	9	15	16	4	12	12	8	تقني مطعم وحانة
58	0	9	0	0	12	25	0	12	تقني معجنات
23	0	0	0	0	0	14	0	9	تقني استقبال
37	0	0	9	5	8	7	0	8	تقني أرضيات وغسيل
0	0	0	0	0	0	0	0	0	عامل نظافة
25	0	0	0	16	0	0	0	9	عامل مطبخ
12	0	0	0	3	0	0	0	9	عامل مطعم وحانة
10	0	0	0	0	0	0	10	0	مرشد سياحي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	تقني سامي في ترويج وتطوير المنتجات السياحية

0	0	0	0	0	0	0	0	0	تقني في بيع المنتجات السياحية
0	0	0	0	0	0	0	0	0	تقني في التشيط السياسي
27	19	0	0	0	0	0	8	0	تقني سامي في الإقامة
46	46	0	0	0	0	0	0	0	تقني سامي في الإطعام
427	65	34	42	57	38	78	43	70	المجموع

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة، إحصائيات سنة 2016، 2017.

الملحق رقم 9: دليل المقابلات

أولاً: الأسئلة المطروحة على مسؤولين في القطاع السياحي التونسي

- السيد الورتاني بسام، المندوب الجهوي للسياحة في سوسة بتونس.
- السيد الواد فؤاد، مدير الديوان الوطني التونسي للسياحة.
- السيدة بوسنة نبيهة، مديرة الدراسات بمديرية الدراسات بالديوان الوطني التونسي للسياحة.
- في رأيكم، ما الذي جعل من تونس وجهة سياحية معروفة على مستوى البحر الأبيض المتوسط؟
- ما هي الإجراءات المتبعة للحد من طابع الموسمية الذي تعاني منه السياحة التونسية؟
- فيما يخص تنوع المنتجات السياحية، ما هي أنواع السياحة التي تعولون عليها لإنعاش القطاع السياحي التونسي وجذب سياح من مستويات ثقافية واقتصادية مختلفة؟
- ما هي أهم ملامح استراتيجية التسويق المعتمدة؟
- عانت السياحة التونسية، مؤخراً، من آثار الهجمات الارهابية التي استهدفت مناطق سياحية مختلفة. هل هناك سيناريوهات بديلة لمواجهة مثل هذه الأزمات الأمنية مستقبلاً؟
- يشكل منظمو الرحلات السياحية الأجانب فاعلاً رئيسياً في السياسة السياحية في تونس. كيف تقيمون الدور الذي يلعبه هذا الفاعل؟
- هل هناك مشاريع تعاون بين تونس والجزائر في القطاع السياحي؟

ثانياً: الأسئلة المطروحة على مسيري وكالات سياحية في كل من الجزائر وتونس، منها:

وكالة السياحة والسفر الكيفان تورينغ، العاصمة سياحة وأسفار بالحراش، Sources Voyages بالعناصر، بئر مراد رايس، Garden Travel ببوروية، Palmarium Voyage et Tourisme بالشرافة، Travel Square بحمام سوسة، myb2btravel بسوسة.

- يقتصر دور الوكالات السياحية على الحج والعمرة وتصدير السياح الجزائريين إلى الخارج، ما رأيكم في هذا القول؟
- ما هي الصعوبات التي تواجهكم في الترويج للوجهة السياحية الجزائرية؟

- هل هناك تنسيق مع وزارة السياحة للنهوض بالقطاع السياحي؟
- تروج الوكالات السياحية في الجزائر للسياحة التونسية، هل تلمسون نفس التوجه بالنسبة للوكالات السياحية في تونس؟

ثالثا: الأسئلة المطروحة على مسؤولين في وزارة السياحة الجزائرية

- مقابلة مع السيد بن ديدوش، المدير السابق للمديرية العامة للسياحة.
- مقابلة مع السيد ترغيني عبد الحميد، مدير التهيئة السياحية.
- مقابلة مع السيد زبير محمد سفيان، المدير المركزي لتقييم ودعم المشاريع السياحية.
- على الرغم من تنوع الامكانيات السياحية لا تمثل مداخل القطاع السياحي سوى نسبة ضئيلة من إجمالي المداخل. ما تفسيركم لهذا الأمر؟
- هل وُفقت وزارة السياحة، حتى الآن، في تنفيذ الاستراتيجية المعتمدة في تطوير القطاع السياحي؟ وما هي أهم المشاكل التي تعترض تنفيذ هذا المخطط؟
- هل هناك عملية تقييم دورية للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2030 بغرض تحديد النقائص لتجاوزها؟
- ما يجب فعله حتى تساهم السياحة في الازدهار الاقتصادي للبلد؟ ما هي في نظركم الدوافع؟ وما هي المتطلبات؟ والشروط اللازمة لإحياء حقيقي للسياحة في الجزائر؟
- هناك من يرى أن المخطط التوجيهي للهيئة السياحية بقي حبرا على ورق، وذلك لعدم وجود إدارة سياسية لتنفيذه. ما تعليقكم على هذا؟
- لا يتعلق الأمر بالإعلان عن تدابير مرتجلة تبعا للظروف. إطلاق السياحة بحاجة لمخطط منسق ومتعدد التخصصات، مع أهداف مبرمجة بصفة سنوية في مختلف الجوانب المعنية (الأمن، الثقافة، التكوين...)، هذا يعني أننا بحاجة إلى برنامج عام وبرنامج قطاعية فرعية تتفق مع البرنامج العام. من الواضح أن السياحة الجزائرية في حالتها الحالية ليست قادرة على أن تكون بديلا عن عائدات النفط لأنها تعاني جملة من المعوقات التي لا يمكن حلها على المدى القصير. ما رأيكم في هذا الموضوع؟

- ألا ترون أن قرار الدولة بتعزيز السياحة يبدو متأخرا إلى حد ما، حيث أن الوجهة السياحية يتم بناؤها وإعادة بنائها على مدى عشرين عاما إذا كانت هناك حقا إرادة سياسية؟
- إلى أين وصل ملف تطهير العقار السياحي لحماية وتطوير مواقع التوسع السياحي؟
- أعاق مشكل تطهير العقار السياحي إطلاق مشاريع سياحية في بعض الولايات على الرغم من فتح المجال للاستثمار في هذا القطاع، هل يتعلق ذلك بالنزاع مع ملاك الأراضي أو كونها أراضي زراعية؟
- إلى أي مرحلة وصلت عملية استرجاع العقار السياحي؟
- ما عدد مناطق التوسع السياحي وكيف تتوزع؟
- يواجه المستثمر عقبة تتعلق بصعوبة الحصول على رخصة البناء، ما تعليقكم على ذلك؟
- هل هناك مستثمرون برأس مال خاص أم أن عملية التمويل تقتصر على دعم البنوك العمومية؟
- هل يستقطب قطاع السياحة رجال الأعمال؟ وما طبيعة المشاريع الاستثمارية التي يقومون بها؟ وما أهمية إشراك رجال الأعمال في عملية تطوير القطاع السياحي؟
- هل تم تفويض بعض المسؤوليات، كالمناولة، للقطاع الخاص؟
- هل هناك تنسيق بين الإدارات فيما يتعلق بملف الاستثمار؟ فعند حصول المستفيد على عقد امتياز لعقار سياحي يظهر مشكل يتعلق بتسوية هذا العقار والتمويل، وبالتالي لا يتم تجسيد المشروع في آجاله المحددة.
- هل لمستم وعي المستثمر، خاصة المستثمر المحلي، بأهمية الاستثمار في هذا القطاع؟
- ما هو مصير الاستثمارات السياحية برأس مال إماراتي؟
- ما هو تقييمكم لمناخ الاستثمار السياحي في الجزائر؟
- هل ترون أن عملية تشييد فنادق وحدها قادرة على النهوض بالقطاع السياحي؟
- على المستوى المحلي، ما هو الدور الذي يلعبه الوالي والسلطات المحلية لإنعاش السياحة المحلية؟
- حسب رأيكم ما هو الدور الذي يمكن أن تلعبه الوكالات السياحية للترويج للوجهة الجزائرية؟ و ما السبيل إلى دعم السياحة الداخلية؟ وكيف يمكن دعم الوكالات السياحية للمساهمة في ذلك؟
- في الجزائر، نلاحظ أن أسعار الفنادق تبقى ثابتة طوال السنة، ما يشكل عقبة في وجه هذه الوكالات لدعم السياحة الداخلية. ما رأيكم في هذا؟

- ارتفاع أسعار الفنادق، غلاء تذاكر السفر، غياب خدمات سياحية ذات جودة هي عوامل أدت إلى هروب السائح الجزائري إلى وجهات سياحية أخرى. هل هناك إجراءات للحد من هذه الظاهرة؟
- لا يمكن لقطاع وحيد تابع للدولة، وهو وزارة السياحة، النهوض بالقطاع السياحي. لذا من الضروري تبني رؤية واسعة تضمن تدخل القطاعات الأخرى. فمن المعلوم أن قطاع السياحة قطاع أفقي يعتمد على قطاعات أخرى كالثقافة والنقل والبيئة وغيرها. هل هناك تنسيق بين مختلف الوزارات في هذا الاتجاه؟
- حاولت الحكومة تطبيق الاستراتيجية السياحية الجديدة للنهوض بالقطاع السياحي، من خلال مجموعة مشاريع. لكن هل البنى التحتية كافية لنجاح هذه الاستراتيجية؟
- ما هو دور وزارة السياحة والمؤسسات التابعة لها في تكريس الثقافة السياحية؟
- ألا ترون أن الوضع الأمني يؤثر على الخدمات السياحية؟ كيف يمكن تصور استراتيجية سياحية في سياق اللاأمن والصعوبات الاقتصادية وإهمال التراث الثقافي المادي وغير المادي؟
- توفير الأمن، النظافة، ضمان جودة الخدمة ووجود درجة من الحرية. هل ترون أن الجزائر حققت جميع هذه الشروط لتطوير قطاعها السياحي؟
- ما هي الإجراءات المتخذة لترقية التكوين السياحي؟
- ليس سرا إن قلنا أن الدول التي تمكنت من تطوير القطاع السياحي استفادت من فائض الموارد لديها كالمنتجات الغذائية خاصة الزراعية منها، كذلك وجود تنوع في البنى التحتية خاصة النقل والإقامة، إضافة إلى تقاليد استقبال السياح والزوار بصفة عامة. في هذا الصدد أصبح للجزائر صورة سلبية أدت إلى دخولها في عزلة دولية. ما رأيكم في ذلك؟
- ما يؤخذ على الجزائر ثقافة عدم المجاملة وغياب النظافة، وهو ما يعتبر معوقا لأي نشاط لصالح السياحة. هل ترون أن هذا الحكم صحيح؟
- يبدو أن السلطات قد ركزت على الوجهة الجنوبية لجعلها المنتج السياحي الرئيسي في البلاد. هل هناك خطر على المنتجات الأخرى؟
- انخفاض عدد السياح الأجانب الذين زاروا الصحراء الجزائرية. ما رأيكم في أسباب هذا الارتداد؟ هل الوضع الأمني في جنوب الجزائر، وخاصة على حدودها، يفسر ضعف جاذبية المنتج السياحي الصحراوي؟
- برأيكم، هل لدى قطاع السياحة أي أصول أو مزايا نسبية كبيرة لجذب المستثمرين الأجانب؟

- هل ينبغي إحياء السياحة الجزائرية من خلال السياحة الصحراوية؟
- ما هي الإجراءات المتخذة لتطوير السياحة الطبية في الجزائر؟
- هل هناك جهود لتطوير السياحة الثقافية؟
- فيما يخص مخطط الجودة، هل هناك تعاون مع وزارات كالتجارة، الصحة، النقل وغيرها.

رابعاً: مقابلة مع المكلف بالاتصال في الديوان الوطني الجزائري للسياحة

- ما هو دور الديوان الوطني الجزائري للسياحة كفاعل في السياسة السياحية وما هي أهم ملامح الإستراتيجية التي اعتمدتها لتنمية هذا القطاع؟
- ما هو دور الديوان في تطوير السياحة الداخلية؟
- ما هو دور الديوان في الترويج للوجهة الجزائرية؟ وما هي المعوقات التي تواجهه؟
- بحكم تجربتكم، ما هو انطباع السياح الذين زاروا الجزائر؟
- هل هناك اتفاقيات مع وكالات سياحية أجنبية لتصدير السياح إلى الجزائر؟
- هل الترويج السياحي في الخارج كاف للترويج للوجهة السياحية؟
- هل تدخلتم لدى وزارة الخارجية لتسوية مشاكل منح القنصليات التأشيرة للسياح الأجانب؟