



LARBITEBESSI – TEBESSA UNIVERSITY
UNIVERSITE LARBITEBESSI - TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة
كلية العلوم الإقتصادية والعلوم
التجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير

الرقم التسلسلي: 2020/ G45

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

دفعة: 2020

الفرع: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

عنوان المذكرة:

دور المقاولاتية السياحية في تحقيق تنمية سياحية مستدامة
دراسة حالة: الجزائر والمغرب

تحت إشراف الدكتورة:

- بوطورة فضيلة

من إعداد الطالبين:

- حسان حالس

- مالك رزقي

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	أستاذ محاضر - ب -	وداد بن قيراط
مشرفا ومقرررا	أستاذ محاضر - أ -	فضيلة بوطورة
عضوا مناقشا	أستاذ محاضر - ب -	عبد الكريم شوكمال

السنة الجامعية: 2020 / 2019



LARBITEBESSI – TEBESSA UNIVERSITY
UNIVERSITE LARBITEBESSI - TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة
كلية العلوم الإقتصادية والعلوم
التجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير

الرقم التسلسلي: 2020/ G45

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

دفعة: 2020

الفرع: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

عنوان المذكرة:

دور المقاولاتية السياحية في تحقيق تنمية سياحية مستدامة

دراسة حالة: الجزائر والمغرب

تحت إشراف الدكتورة:

- بوطورة فضيلة

من إعداد الطالبين:

- حسان حالس

- مالك رزقي

أعضاء لجنة المناقشة

الإسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
وداد بن قيراط	أستاذ محاضر - ب -	رئيسا
فضيلة بوطورة	أستاذ محاضر - أ -	مشرفا ومقررا
عبد الكريم شوكمال	أستاذ محاضر - ب -	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2020 / 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

أولا وقبل كل شيء، أتوجه بعظيم الشكر وببليغ الحمد لله العظيم أن وفقنا
في إنجاز هذا العمل
ونسأله عز وجل أن يكون هذا العمل خالقا لوجه الله تعالى ونرجو أن يكون
عملا نافعا لنا ولجميع الطلبة الباحثين في هذا المجال.
كما يطيب لنا أن نتقدم بأعظم عبارات التشكر وجزيل العرفان
إلى من دعمتنا ووجهتنا في إنجاز هذا العمل وساهمت في إثراء معلوماتنا
ونخص بالذكر الدكتورة "فضيلة بوطورة" التي أشرفت على هذا العمل منذ
بدايته إلى نهايته.

كما نشكر أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة
وأخيرا فإننا نعتبر هذا الشكر شكرا خالقا لكل من أعاننا وأبدي لنا
نصحا و لم يتسع المقام لذكره لهم جميعا صادق الدعوات
و عظيم الامتنان والتقدير



إهداء

إلى كل من علمني حرفاً في هذه الدنيا الفانية إلى روح أبي الزكية الطاهرة
إلى ينبوع الصبر والتفائل والأمل وإلى كل من في الوجود بعد الله ورسوله أمي
الغالية إلى من أظفروا لي ما هو أجمل من في الحياة إخوتي الأعمام عبد الباقي
فريدة أحمد صورية وزوجها عبد الغاني وعائلته الكريمة إلى من زينتك حياتي بضيء
البحر وشموع الفرح إبتني وقرّة عيني إسراء إلى زوجتي العزيزة وعائلتها الكريمة
إلى من سرنا سوريا ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح والإبداع إلى من تكاتفنا يدا
بيد ونحن نقطف زهرة تعلمنا إلى رفقاء دربي إلى الكتاكيت الصغار الذين لا
تحلو الحياة بدونهم أبناء أختي منير شيماء هاجر وخاصة الكتوتة الصغيرة فطيمة
إلى من علموني حرفاً من ذهب وكلمات من درر وعبارات من أسمي وأجلي
عبارات في العلم أساتذتي الأعمام الشكر الموصول ليمودكم، رغم أن جميع كلمات
الشكر لا توفيكم ولو جزءاً بسيطاً من حقكم



إهداء

أهدي هذا العمل إلى كل من:

الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما

سندي ورفيقة دربي زوجتي الغالية

قرتي عيني ابنتي مريم وأمانتي

الأخوة والأخوات حفظهم الله

جميع الأصدقاء والأصحاب وزملائي في الدراسة

موظفي وأساتذة كلية الآداب واللغات بجامعة أم البواقي

الأستاذ الدكتور لراوي العلمي العميد السابق للكلية



فهرس المحتويات



الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	الإهداءات
I	فهرس المحتويات
II	قائمة الجداول
III	قائمة الأشكال
VI	قائمة الإختصارات والرموز
V	قائمة الملاحق
أ-ح	المقدمة العامة
الفصل الأول: الإطار النظري للمقاوالاتية السياحية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: مدخل إلى المقاوالاتية والمقاوول
3	المطلب الأول: ماهية المقاوالاتية
6	المطلب الثاني: ماهية المقاوول
9	المطلب الثالث: إستراتيجيات المقاوالاتية ودورها في التنمية
13	المبحث الثاني: مدخل إلى المقاوالاتية السياحية
13	المطلب الأول: ماهية السياحة
17	المطلب الثاني: المؤسسات السياحية
20	المطلب الثالث: ماهية المقاوالاتية السياحية
22	المبحث الثالث: متطلبات المقاوالاتية السياحية
23	المطلب الأول: المتطلبات الكلية للمقاوالاتية السياحية
26	المطلب الثاني: المتطلبات المؤسساتية للمقاوالاتية السياحية
28	المطلب الثالث: العوامل المشجعة للمقاوالاتية السياحية
32	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: التنمية السياحية المستدامة والإستثمار السياحي	
34	تمهيد
35	المبحث الأول: التنمية السياحية وأساسياتها وشروطها
35	المطلب الأول: التنمية السياحية
37	المطلب الثاني: أساسيات التنمية السياحية
40	المطلب الثالث: شروط التنمية السياحية



43	المبحث الثاني: التنمية والسياحة المستدامتين
43	المطلب الأول: التنمية المستدامة
48	المطلب الثاني: السياحة المستدامة
52	المطلب الثالث: التنمية السياحية المستدامة
53	المبحث الثالث: تقييم التنمية السياحية المستدامة وعوامل نجاحها
54	المطلب الأول: محفزات التنمية السياحية المستدامة
57	المطلب الثاني: عوامل نجاح التنمية السياحية المستدامة ومزاياها في المغرب العربي
60	المطلب الثالث: معوقات ريادة الأعمال والإستثمار السياحي
65	خلاصة الفصل الثاني
الفصل الثالث: الإستثمار السياحي في الجزائر والمغرب لتحقيق التنمية السياحية	
67	تمهيد
68	المبحث الأول: واقع التخطيط السياحي للتنمية السياحية في الجزائر
69	المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر
72	المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للهيئة السياحة في الجزائر آفاق 2030
78	المطلب الثالث: مراحل تنفيذ، وتقييم المخطط التوجيهي آفاق 2030
81	المبحث الثاني: واقع التخطيط السياحي للتنمية السياحية في المغرب
81	المطلب الأول: المقومات الطبيعية في المغرب
83	المطلب الثاني: المقومات الحضارية والتاريخية والبنية التحتية في المغرب
87	المطلب الثالث: استراتيجية التنمية السياحية في المغرب رؤية 2020
91	المبحث الثالث: فعالية الإستثمار السياحي في الجزائر والمغرب من خلال أهم المؤشرات
92	المطلب الأول: تطور المؤشرات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2011-2018)
96	المطلب الثاني: تطور المؤشرات السياحية في المغرب خلال الفترة (2011-2018)
101	المطلب الثالث: دور المشاريع السياحية في تحقيق التنمية السياحية في الجزائر والمغرب
110	خلاصة الفصل الثالث
112	الخاتمة العامة
120	ثبت المراجع
140-130	الملاحق
	الملخص



الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
50	الإختلافات بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية السياحية التقليدية	01
50	الإستراتيجيات بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة	02
51	مواصفات السائح	03
70	قائمة الحضائر الوطنية بالجزائر	04
70	جدول تلخيصي للسياحة الحموية نهاية سنة 2018	05
72	قائمة المواقع الأثرية المصنفة عالميا بالجزائر	06
73	التقديرات المالية لفترة (2007-2015)	07
74	عدد المشاريع في الأقطاب السياحية للإمتياز	08
77-76	الطاقة الفندقية للأقطاب السبعة	09
84	أهم المواقع التاريخية بالمغرب	10
85	الممتلكات الثقافية بالمملكة المغربية المسجلة كتراث عالمي	11
85	المحميات الطبيعية في المملكة المغربية	12
87	الخصائص الرئيسية للبنية التحتية للموانئ	13
89-88	الأهداف الكمية والنقدية "أفاق 2020"	14
90	أهم مؤشرات رؤية 2020	15
93	تطور الإيرادات السياحية للجزائر خلال الفترة (2011-2018)	16
94	تطور وتوزيع طاقات الإيواء حسب التصنيف في الجزائر خلال الفترة (2011-2018)	17
95	تطور عدد اليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة (2011-2018)	18
96	تطور عدد العمال في القطاع السياحي ومعدلات البطالة في الجزائر خلال الفترة (2011-2018)	19
97	التدفقات السياحية للوافدين عبر الحدود المغربية خلال الفترة (2011-2018)	20
98	الإيرادات السياحية للمملكة المغربية خلال الفترة (2011-2018)	21
99-98	تطور طاقات الإيواء في المغرب خلال الفترة (2011-2018)	22
100-99	تطور عدد الليالي السياحية في المغرب لفترة (2011-2018)	23
102-101	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر والمغرب خلال الفترة (2011-2018)	24



الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
11	أبعاد الدور الريادي للقيادة الإستراتيجية	01
38	مراحل التنمية السياحية حسب نموذج بتلر	02
45	تداخل أبعاد التنمية المستدامة	03
73	الأهداف المادية والنقدية للمرحلة الأولى (2008-2015)	04
80	الجدول الزمني لكل مرحلة من مراحل المخطط التوجيهي آفاق 2030	05
91	البرامج الهيكلية لتطوير العرض السياحي	06
92	تطور معدل التدفقات السياحية للوافدين عبر الحدود الجزائرية (2011-2018)	07
100	تطور عدد مناصب العمل في القطاع السياحي ومعدلات البطالة في المغرب (2011-2018)	08
103	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر والمغرب خلال الفترة (2011-2018)	09



الإختصار	المدلول باللغة الأجنبية	المدلول باللغة العربية
GEM	Monitor Entrepreneurship Global	المرصد العالمي للمقاوالاتية
WEF	World Economic Forum	المنتدى الاقتصادي العالمي
ANDI	National Agency of Investment Development	الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار
CIA	Central Intelligence Agency	وكالة المخابرات المركزية
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization	منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة
WHC	World Heritage Centre	موقع تراث عالمي
MAB	Man and the Biosphere Programme	برنامج الإنسان والمحيط الحيوي



الصفحة	العنوان	الرقم
130	البنى التحتية للموانئ في الجزائر	01
130	نتائج السياحة العالمية بسنة 2014	02
131	نتائج السياحة العالمية بسنة 2018	03
131	نتائج السياحة في افريقيا لسنة 2018	04
132	عدد السياح الوافدين عبر الحدود الجزائرية (2014-2018)	05
132	عدد السياح الوافدين عبر حدود المملكة المغربية (2014-2018)	06
133	وضعية المشاريع السياحية (2014-2018)	07
133	وضعية الحاضرة الوطنية للفنادق (2014-2018)	08
134	التوظيف في قطاع السياحة (2014-2018)	09
134	وضعية الحاضرة الفندقية للمملكة المغربية	10
135	وصول السياح دولي	11
135	عائدات السياحة الدولية	12
136	السياحة بحلول عام 2030	13
136	وصول السياح الدوليين (السنة الثامنة على التوالي من النمو المستدام)	14
137	وصول السياح الدوليين حسب المنطقة (الفرعية)	15
137	وصول السائحين الدوليين وإيصالات السياحة الدولية حسب بلد المقصد	16
138	النتائج الإقليمية إفريقيا	17
138	المشهد العام اقتصاد قوي يقود نمو السياحة	18
139	نظرة عامة على التغيرات المجتمعية	19
139	صادرات السياحة الدولية	20
140	أداء قوي في شمال إفريقيا	21
140	وصول السائحين الدوليين وإيصالات السياحة الدولية (الشرق الاوسط)	23



المقدمة العامة



تمهيد

برزت المقاولاتية كواحدة من أهم القوى في الإقتصاد العالمي لما تتميز به من مرونة وسهولة التكيف في ظل بيئة أعمال شديدة التعقيد تتميز بالإضطرابات والمنافسة الشديدة الأمر الذي جعل الجميع يقتنع بأن أي نجاح مؤسسي أو تنظيمي أصبح يعتمد أساسا على تبني الفكر المقاولاتي الذي يتصف بالإبداع، المخاطرة، القدرة على إقتناص الفرص وخلق القيمة والتي تمثل بالإضافة إلى المقاول الركائز الأساسية للمقاولاتية، وجلب الدور المهم الذي تلعبه المقاولاتية في تحقيق التنمية الشاملة إهتمام دول العالم وبات هدفها إستتساخ أفكارها ومبادئها على جميع القطاعات الإقتصادية والسياحة بإعتبارها من القطاعات الأقدر على الجمع بين التنمية الإقتصادية والتنمية الإجتماعية وخلق الثروة في وقتنا الحالي أخذت المشاريع الإستثمارية فيها قدرا كبيرا من العناية، لذا كان لزاما على الدول العمل على ترسيخ وزيادة فعالية المقاولاتية فيها من خلال توفير متطلباتها وتذليل كافة الصعاب التي تواجهها.

لقد أضحت السياحة ظاهرة عالمية ذات أبعاد إقتصادية وثقافية وإجتماعية، ومصدر رئيسي للحصول على المداخيل لإقتصاديات الكثير من دول العالم وعنصر هام لتنشيط القطاعات الإقتصادية الأخرى، مما جعل الدول تتنافس لجعلها من بين صناعاتها الرائدة في عملية التنمية الإقتصادية وتتسابق للإستفادة من مزاياها خاصة تلك التي تملك المقومات الضرورية لبناء صناعة سياحية قوية، حيث أولت إهتماما بالغا للقطاع السياحي في سياساتها التنموية وأصبح يحتل أولويات أجندة حكوماتها في سبيل الإستحواذ على حصص سوقية وتحقيق أكبر المكاسب من عائدات هذه الصناعة، لكن إرتباط تنمية هذا القطاع بالإستغلال الإقتصادي للثروات دون الأخذ بعين الإعتبار الأبعاد والتأثيرات الإجتماعية والبيئية نجم عنه العديد من الآثار السلبية على البيئة والمجتمع ومواقع الجذب السياحي على حد سواء الشيء الذي إستتفر الحكومات لإعادة النظر في سياساتها لتنمية القطاع السياحي بالتركيز على جميع الأبعاد دون إستثناء لجعله أكثر إستدامة.

لقد دفع الدور الذي أضحت تلعبه السياحة في الإقتصاد والمجتمع بالدول خاصة تلك التي حباها الله بثروات سياحية هامة إلى إيلاء عناية هامة لتنشيط وتنمية هذا القطاع ولأن توفر هذه المقومات لا يعني أن البلد سياحي ما لم يتم إستغلال وتنشيط هاته المقومات في ظل سياسة وإطار مخطط، لم تتوانى الجزائر والمغرب بإعتبارها من الدول التي تزخر بإمكانيات هائلة وتتميز بتنوع وغنى على مستوى المعالم الطبيعية والجغرافية والتاريخية والثقافية من شأنها أن تسمح لها بتنمية قطاع السياحة وتجعل منها قطبا سياحيا بإمتياز، في إعداد وتنفيذ مجموعة من الإستراتيجيات والبرامج الوطنية الهادفة إلى تنمية وتنشيط القطاع السياحي وتفعيل آدائه في الإقتصاد الوطني بإعتباره الأقدر على خلق القيمة المضافة مقارنة بالقطاعات الأخرى، كان أحدثها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر 2030 وإستراتيجية تنمية السياحة آفاق 2020 في المغرب والتي حددت التصور العام لتنمية وإستدامة هذا القطاع.

1- إشكالية الدراسة: من خلال ما سبق تبرز معالم الإشكالية لهذه الدراسة كآلآتي: إلى أي مدى تساهم

المقاولاتية السياحية في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر والمغرب؟

2- التساؤلات الفرعية: من خلال الإشكالية السابقة يمكن طرح عدة تساؤلات فرعية نذكر منها ما يلي:



- ماهي المقاولاتية؟ ومن هو المقاول؟
- ماهي إستراتيجيات المقاولاتية؟ وفيما تتجلى آثارها المختلفة؟
- فيما تتمثل أهم المقومات التي تزخر بها كل من الجزائر والمغرب؟
- إلى أي مدى يمكن أن يسهم تطبيق مبادئ المقاولاتية في المجال السياحي في تحقيق إستدامته؟
- ماهي أهم البرامج التنموية المسطرة للنهوض بالقطاع السياحي في كل من الجزائر والمغرب؟
- 3- فرضيات الدراسة:** من أجل معالجة إشكالية هذه الدراسة يمكن صياغة الفرضيات التالية: " **حققت إستراتيجيات الإستثمار في مشاريع قطاع السياحة في الجزائر والمغرب النتائج والأهداف المخططة للتنمية السياحية في الدولتين.**"
- 4- دوافع إختيار الموضوع:** يمكن حصر أهم الأسباب لإختيار هذا الموضوع فيما يلي:
 - 4-1- الأسباب الذاتية:** وتتمثل فيما يلي:
 - قناعتنا الشخصية بالدور الكبير الذي يمكن أن تسهم به السياحة في تحقيق التنمية الشاملة خاصة بالنسبة للجزائر قياسا بما تملكه من مقدرات سياحية.
 - قلة الأبحاث والدراسات التي تناولت موضوع المقاولاتية السياحية.
 - إثراء المكتبة بالأبحاث العلمية.
 - 4-2- الأسباب الموضوعية:** وتتمثل فيما يلي:
 - الرغبة في التعمق في التعرف على الجوانب الخفية لظاهري المقاولاتية والسياحة.
 - الدور الذي يمكن أن يلعبه ترسيخ الفكر والروح المقاولاتية في تنمية القطاع السياحي.
 - تحول صناعة السياحة إلى صناعة رائدة في العديد من الدول لما تدره من مكاسب ومساهم فعال في التنمية.
 - تحليل لبعض أسباب إخفاق الجزائر في جعل السياحة تنبؤا المكانة التي تستحقها رغم تعاقب البرامج والسياسات.
 - تشخيص أسباب نجاح الإستراتيجية السياحية في المغرب ومحاولة الإستفادة منها.
 - إعتبار السياحة كبديل إستراتيجي لتنويع الثروة وتنشيط الإقتصاد خاصة في الجزائر ودول المغرب العربي.
- 5- أهمية الدراسة:** تتجلى أهمية هذه الدراسة في الربط بين الفكر المقاولاتي والإستثمار في قطاع السياحة والتنمية السياحية المستدامة، في ظل المرتبة الريادية والأهمية التي أصبحت تتبوؤها صناعة السياحة في إقتصاديات العديد من الدول في عصرنا الحالي ومساهمتها الفعالة في التنمية، كما تظهر أهمية أيضا في إبراز دور التخطيط في تنمية القطاع السياحي من خلال التعرف على الإستراتيجيات الوطنية الحديثة التي تبنتها كل من الجزائر والمغرب من أجل تثمين ما تملكه من مقدرات سياحية وتنشيط وتنمية القطاع السياحي وإستدامته.
- 6- أهداف الدراسة:** يمكن إيجاز الأهداف الجوهرية لهذه الدراسة فيما يلي:
 - تحديد مفهوم المقاولاتية كقطاع يستمد ثقل وزنه من خلال آثاره على مختلف القطاعات.
 - التعرف على المقاولاتية كأحد الخيارات الإقتصادية الرئيسية للدول لتحقيق التنمية.
 - توضيح مفهوم المقاولاتية السياحية وإبراز آثار تطبيق مبادئ المقاولاتية على الإستثمار في القطاع السياحي.



- التعرف على أهم المفاهيم التنموية السياحية ومكوناتها.
- إبراز أهمية ودور التنمية السياحية المستدامة في الحفاظ على مختلف المكونات والمقومات السياحية.
- تحليل محتوى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 في الجزائر وإستراتيجية التنمية السياحية رؤية 2020 بالمغرب.
- تقييم أداء القطاع السياحي في ظل تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 في الجزائر وإستراتيجية التنمية السياحية 2020 بالمغرب.
- الوقوف على أهم عوائق الإستثمار السياحي في الجزائر والمغرب والحلول المقترحة لتفعيله.
- **7- منهج الدراسة وأدوات التحليل:** للإجابة على الإشكالية المطروحة ومن أجل معالجة موضوع بحثنا تم إستعمال المنهج الوصفي التحليلي للوقوف على ظاهرتي المقاولاتية والسياحة والتعرف على أهم المفاهيم المتعلقة بالتنمية والتنمية السياحية وإستدامتها، وإستعمال منهج دراسة الحالة في تقييم الإستراتيجيات المصممة لتنمية القطاع السياحي وإستدامته في الجزائر والمغرب من خلال الأدوات الإحصائية المستخدمة من جداول وأشكال وإحصائيات تم جمعها حول الموضوع بالإستعانة بمجموعة من المصادر المختلفة.
- **8- حدود الدراسة:** تتمثل في:

8-1- المجال الزمني: حدد المجال الزمني للدراسة بالفترة (2011-2018).

8-2- المجال المكاني: تمثلت الحدود المكانية للدراسة في تناول المفاهيم الأساسية للمقاولاتية والسياحة على المستوى الكلي، ثم دراسة وتقييم الإستراتيجيات الوطنية التي إتبعها كل من الجزائر والمغرب في سبيل تنمية القطاع السياحي وإستدامته.

9- الدراسات السابقة: أبرزها مايلي:

9-1- الدراسات السابقة باللغة العربية: من أهمها:

9-1-1- دراسة (صليحة عشي 2011) بعنوان: "الأداء والأثر الإقتصادي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب".¹

هدفت الدراسة إلى دراسة وتحليل الأداء والأثر الإقتصادي للسياحة في الدول المغاربية، من خلال التطرق إلى المقومات السياحية للجزائر والمغرب وتونس، ودراسة أهم المؤشرات السياحية، وخلصت الدراسة إلى تباين الآثار الإقتصادية والإجتماعية للسياحة في البلدان الثلاث، بالإضافة إلى دور ظاهرة العولمة في توسع نطاق السياحة على المستوى العالمي، وجاءت أهم نتائجها متمثلة في ضعف الآثار التنموية لقطاع السياحة في الجزائر مقارنة بتونس والمغرب، رغم المقومات السياحية الطبيعية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر.

9-1-2- دراسة (الجودي محمد علي 2015) بعنوان: "نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي".²

¹ - صليحة عشي، الأداء والأثر الإقتصادي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010-2011.

² - الجودي محمد علي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015.



هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء والإلمام بمختلف المفاهيم المقاولاتية مع تبيان دور التعليم المقاولاتي في تعزيز روح المقاولاتية لدى طلبة الجامعة وخلصت الدراسة إلى أن محتويات برامج التعليم المقاولاتي يمكن أن ترفع من روح المقاولاتية لدى الطلبة، تمثلت أهم نتائجها في إعتبار المقاولاتية ظاهرة متعددة الأبعاد تتمحور أساسا حول روح الإبداع والمخاطرة، هناك مجموعة من الخصائص الشخصية، السلوكية والإدارية التي تتداخل فيما بينها لتشكيل الشخصية، إن الدولة الجزائرية عملت على إرساء مبادئ الإقتصاد الحر بتشجيع المبادرة الفردية وحرية المنافسة، وذلك بإصدار مجموعة من القوانين لتوفير الإطار التشريعي المناسبة لترقية المقاولاتية، يهدف التعليم المقاولاتي إلى تزويد الطلبة بالمعرفة وإكسابهم المهارات اللازمة من أجل تشجيعهم على العمل المقاولاتي على نطاق واسع مستويات عديدة، وجود علاقة بين التعليم المقاولاتي الحالي وروح المقاولاتية لدى الطلبة لكن ليست بالعلاقة القوية ما يفسر ضرورة وجوب تعديلات في برنامج التعليم المقاولاتي، ضرورة إدراج مقاييس المقاولاتية في جميع التخصصات على مستوى الجامعة وفي مختلف المستويات الدراسية.

9-1-2- دراسة (محمد قوجيل 2016) بعنوان: "دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر- دراسة ميدانية -".¹

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مدى فعالية سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر، وهذا بالتطرق إلى قدرة السياسات الحكومية على التحكم في العوامل الثقافية، الإقتصادية والتشريعية وتفعيل أداء هيئات الدعم والمرافقة المقاولاتية للتمكن من توفير البيئة الملائمة لتحقيق البروز المقاولاتي، وخلصت الدراسة إلى أن إستراتيجية دعم المقاولاتية يجب أن تقوم على سياسة شاملة يشترك فيها جميع الفاعلين ولا تقتصر على هيئة أو وزارة واحدة تتحمل هذه المسؤولية، كما أظهرت هذه الدراسة ضعف فعالية سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر حيث توصلت إلى أن المقاولاتية تواجه قيودا كثيرة في الجزائر من حيث الدعم الإجتماعي والثقافي، البيروقراطية والفساد الإداري إلخ، وأهم نتائجها تمثلت في أن هناك عدة عوامل ساهمت في التأثير السلبي للبروز المقاولاتي في الجزائر منها: الثقافة المقاولاتية التي تكافح لإيجاد مكانة في المجتمع والنظرة السلبية في كثير من الأحيان تجاه المقاول، بيئة الأعمال المعقدة يطغى عليها الفساد والبيروقراطية وطول مدة الإجراءات وغياب المنافسة الشريفة، عدم فعالية نظام التعليم وإفتقار حاملي المشاريع للتكوين الجيد في الأساسيات المقاولاتية.

9-1-4- دراسة (سعد بوراوي 2017) بعنوان: "تأثير الإستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) -دراسة مقارنة -".²

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى التأثير الإيجابي للإستثمارات الأجنبية على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي من خلال دراسة واقع السياحة والإستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر، تونس والمغرب، والقيام بتقييم ومقارنة إستراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر والمغرب وتونس، وتوصلت الدراسة إلى

¹ - محمد قوجيل، دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر-دراسة ميدانية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص

تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015-2016.

² - سعد بوراوي، تأثير الإستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) -دراسة مقارنة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2016-2017.



أن الإستثمارات السياحية الأجنبية أثرت إيجاباً في تنمية القطاع السياحي في المغرب وتونس ولم تكن كذلك بالنسبة للجزائر بالرغم من إمتلاكها لمقومات سياحية كبيرة تؤهلها لتكون من أهم دول العالم جذبا للإستثمارات والسياح، وأهم نتائجها كانت أنه من بين الأسباب التي ساهمت في فشل مختلف برامج التنمية الإقتصادية كان إهمال قطاع السياحة، تباين الآثار الإقتصادية والإجتماعية للسياحة في بلدان المغرب العربي نتيجة تباين درجة إهتمام كل دولة بالقطاع السياحي فيها، تباين المساهمة الإقتصادية لقطاع السياحة والسفر بين الجزائر، تونس والمغرب من خلال المؤشرات السياحية المدروسة، إعتبار العامل الأمني من المحددات الرئيسية للنشاط السياحي كما أن نمو النشاط السياحي يتميز بحساسية كبيرة تجاه هذا العامل، ركود الإستثمارات السياحية الأجنبية في الجزائر على الرغم من القوانين والتشريعات المحفزة على إستقطابها، تواضع مساهمة القطاع السياحي في التشغيل والنتائج المحلي الإجمالي في الجزائر مقارنة بتونس والمغرب.

9-1-5- دراسة (صورية مساني 2019) بعنوان: "الإستثمار السياحي كبديل إستراتيجي لفترة ما بعد البترول -دراسة حالة الجزائر للفترة 1995-2014 دراسة قياسية-".¹

هدفت الدراسة إلى طرح قطاع السياحة كبديل للإقتصاد البترولي في الجزائر من خلال إبراز أهم مؤشرات السياحة في الجزائر وآثارها المختلفة على الإقتصاد للوقوف على المكانة التنافسية للقطاع مقارنة بدول الجوار وخلصت إلى أن معدلات الإستثمار السياحي في الجزائر لا تفسر التغيرات الحاصلة في معدلات النمو الإقتصادي نتيجة إنخفاض نسبة تدفقات الإستثمار السياحي في الجزائر، كما أن القطاع السياحي لا يمكن أن يكون بديلا لقطاع المحروقات على الأقل في الوقت الراهن، وأهم نتائجها كانت أن هناك إرتباط قوي بين العولمة والأنشطة السياحية حيث يعتبر قطاع السياحة من القطاعات الأكثر إستفادة من مختلف آليات العولمة خاصة ما أفرزته من تقنية متقدمة في المعلوماتية وثورة الإتصالات والمواصلات وأثر على تيسير سبل السفر والسياحة للسياح، السياحة داعم للبيئة والتنمية المستدامة، السياحة في الجزائر لا تزال هيكلية قطاعا أفقيا حيث يرتبط تطوره بالبيئة العامة (البنية التحتية ومختلف القطاعات الإقتصادية) وهو ما زاد من ضعف القطاع السياحي، على الرغم من وجود علاقة تبادلية بين النمو الإقتصادي والسياحة إلا الواقع بين ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري ومساهمته في التنمية والنمو.

9-1-6- دراسة (فتيحة قرارية 2019) بعنوان: "الصناعة السياحية في الدول المغاربية- حالة الجزائر، تونس والمغرب-".²

هدفت الدراسة إلى تحليل مقومات التأسيس لصناعة السياحة في الجزائر من خلال التركيز على الإستغلال الأمثل للمقومات السياحية التي تحوزها الجزائر ومحاولة الإستفادة من التجارب السياحية الناجحة في دول المغرب العربي من أجل معرفة إلى أي مدى يمكن أن يساهم تأهيل السياحة الجزائرية في تصديرها للمقصد

¹ - صورية مساني، الإستثمار السياحي كبديل إستراتيجي لفترة ما بعد البترول-دراسة حالة الجزائر للفترة 1995-2014 دراسة قياسية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات الأعمال والتجارة الدولية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2018-2019.

² - فتيحة قرارية، الصناعة السياحية في الدول المغاربية -حالة: الجزائر، تونس والمغرب-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة أبو بكر بلقايد، باتنة، 2018-2019.



السياحي المغربي، وخلصت الدراسة إلى أن الجزائر بلد شاسع يقدم عرضا سياحيا متنوعا، وتملك مقومات خام كبيرة تأهلها لتكون من بين البلدان السياحية الكبرى في العالم إلا أنه لا يمكن تحقيق صناعة سياحية قوية ومؤثرة في الإقتصاد إذا لم يتم تدعيم هاته المقومات بإمكانيات مادية تشمل البنية التحتية والهيكل القاعدية حديثة ومتطورة، وأهم النتائج التي توصلت إليها تمثلت في ضعف حصة الجزائر من السياحة العالمية على الرغم من الإمكانيات ومقومات الجذب السياحي التي تحوزها، إعتبار الأثر الإقتصادي للقطاع السياحي في الجزائر محدود ولا يساهم في التنوع الإقتصادي، إثبات فشل الإستراتيجية الحالية للتنمية السياحية والتي تم تبنيها سنة 2008 في تحقيق الأهداف المادية على المدى المتوسط 2015.

9-2- الدراسات باللغة الأجنبية:

(Mory Siomy, M.R 2007)

9-2-1- دراسة

Entitled : " Développement des compitances de leaders en promotion de la culture entrepreneurial et de l'entrepreneurship : le cas de rendez-vous entrepreneurial francophonie ".¹

(موري سيومي 2007) بعنوان: "تنمية مهارات القادة في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال وريادة الأعمال: حالة إجتماعات المشاريع الفرانكفونية".

هدفت الدراسة إلى البحث في مدى ملائمة برنامج الموعد المقاولاتي الفرونكوفوني طبعة 2004 والذي يهدف إلى تكوين مكونين من أجل ترقية الثقافة المقاولاتية في الدول الفرونكوفونية عن طريق التكوين بإستخدام السمي البصري من خلال طرح إشكالية أثر البرامج على إكتساب المهارات بالنسبة للمشاركين، تحويل المهارات المكتسبة من خلال التكوين وواقع تطبيق البرنامج في الدول المعنية، وتوصلت إلى أن ترقية الثقافة المقاولاتية يجب أن يرتكز على إستراتيجية شاملة تلعب فيها أنظمة التعليم محور أساسي في تكوين قادة التغيير، وتلخصت أهم نتائجها في كون أن هناك أثر للنظام البيداغوجي المتبع في البرنامج على إكتساب المهارات للمتكونين للنظام البيداغوجي بشكل عام تأثير على إكتساب المشاركين للمهارات المقاولاتية، هناك علاقة موجودة بين المهارات المكتسبة وبين المحددات السلوكية المرتبطة بالتعلم والبيئة، وجود علاقة بين مهارات ترقية ثقافة المقاولاتية وبين الخصائص السوسيوديموغرافية للمشاركين في البرنامج وأن أغلب الدول الفرونكوفونية تستخدم أساليب تقليدية لدعم المقاولاتية.

(Elena Elisabeta POMEANU, M.R 2013)

9-2-2- دراسة

Entitled : " DES ÉTUDES SUR LE TOURISME DURABLE ET SA CONTRIBUTION AU DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL " .²

(إيلينا إليزابيتا بومانو 2013) بعنوان: "دراسات حول السياحة المستدامة ومساهمتها في التنمية الإقليمية".

¹ - Mory Siomy, Développement Des Compitances De Leaders En Promotion De La Culture Entrepreneurial Et De L'entrepreneurship: Le Cas De Rendez-Vous Entrepreneurial Francophonie, Thèse De Doctorat, Université De Laval, Cebe, Canada, 2007.

² - Elena Elisabeta POMEANU, M.R , DES ÉTUDES SUR LE TOURISME DURABLE ET SA CONTRIBUTION AU DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL, Thèse De Doctorat, UNIVERSITÉ DU SUD TOULON VAR, FRANCE, 2013.



هدفت هذه الدراسة إلى فهم وتحليل السياحة المستدامة وتأثيرها على التنمية الإقليمية، من حيث أن نهج التنمية المستدامة غالباً ما ينظر إليها في منطقتي التنمية من القمة إلى القاعدة، في هذا العمل فضلت الباحثة استعمال النهج من القاعدة إلى القمة والذي يقوم على حشد الطاقات الميدانية وتحويلها إلى ذكاء جماعي وتعبئة الجهات الفاعلة في الميدان حول مشروع مشترك، وخلصت إلى أن التنمية السياحية المستدامة لها دور كبير وفاعل في تحقيق التنمية الشاملة، وأهم نتائجها كانت في إعتبار أن السياحة على المستوى الإقليمي والجزئي قطاعاً ديناميكياً للغاية يتكيف تدريجياً وبسرعة مع التغيرات الرئيسية في البيئة الاقتصادية، إجتماعياً، تحتل السياحة المستدامة مكانة مركزية لتحقيق التنمية الإقليمية، وأن التنمية السياحية تعتمد على دور السلطات المحلية وأن أهداف التنمية السياحية لا تتناقض مع حماية البيئة.

(MARYSE BOIVIN, M.R 2016) دراسة 9-2-3

Entitled : " DES ÉTUDES SUR LE TOURISME DURABLE ET SA CONTRIBUTION AU DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL".¹

(موريس بوفين 2016) بعنوان: "دراسات حول السياحة المستدامة ومساهمتها في التنمية الحضرية".

هدفت هذه الدراسة إلى فهم تأثير التحولات الأخيرة في التنمية الحضرية المستدامة على السياحة، من خلال القيام بدراسة حالات مدينتي كيبك وبوردو، عن طريق نموذج نظري يمزج الجاذبية السياحية مع الاقتصادية والبيئية والإجتماعية وثقافة التنمية المستدامة، وخلصت إلى إيجاد تصور للجهات الفاعلة للمظهر المستدام للمدن وإقامة روابط معينة بين الخصائص الحضرية والسياحة في المدينة، دون الحاجة بالفعل دمج السياحة في إستراتيجية التنمية المستدامة الأولية، أهم نتائجها كانت في أن هناك أربعة مستويات من جاذبية المدينة (السياق، الضميمة، عوامل الجذب التكميلية والأساسية)، البعد الثقافي الذي يشمل المتغيرات المتعلقة بالبيئة المعيشية الحضرية هو الذي يهم السياح أكثر، يليه البيئة، الروابط المنسوجة من قبل الزوار، إن نهج التنمية المستدامة في المدينة يلعب دوراً بشكل عام في جاذبية السياحة الحضرية، كما أن تكثيف الجهود المتعلقة بالتنمية المستدامة والتواصل بشأنها يمكن للجهات الفاعلة الحضرية والسياحية التأمل في توليد جديد تدفق السياح وجذب الزوار الضميري للبيئة والمجتمع، جعل الناس يزورون المدينة بشكل مختلف بالإضافة إلى تمديد الإقامة، تقدم التنمية المستدامة نفسها كحل لإدامة صناعة السياحة الحضرية من خلال تزويد الزوار بجديد وجهات نظر للعيش في الحضر.

9-3-3 - أوجه التشابه والإختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة: ويمكن إيجازها فيما يلي:

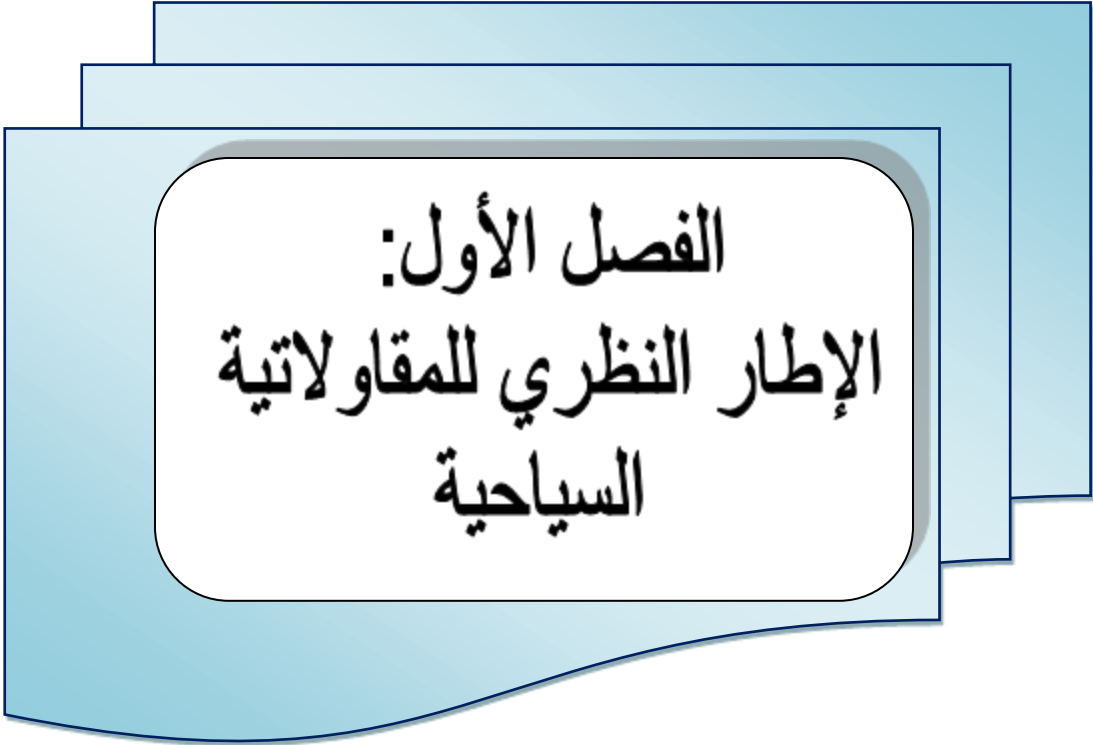
9-3-1 - أوجه التشابه: هناك أوجه تشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة والتي يمكن إيجازها في:

- إشتراك الدراسة الحالية مع دراسات المقاولاتية في تفسير مختلف المفاهيم المتعلقة بظاهرة المقاولاتية، السياحة، التنمية المستدامة، التنمية السياحية والتنمية السياحية المستدامة ومكوناتها.

¹ - Maryse Boivin, DES ÉTUDES SUR LE TOURISME DURABLE ET SA CONTRIBUTION AU DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL, These De Doctorat, UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL, CANADA, 2016.



- إشتراك الدراسة الحالية مع دراسات المقاولاتية في الدور الذي تلعبه المقاولاتية في مؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمساهمة في تحقيق التنمية.
 - التقارب في استعمال نفس المنهج وأدوات التحليل.
 - إبراز أهم المقومات السياحية الطبيعية والبنوية والحضارية والتاريخية التي تزخر بها كل من الجزائر والمغرب.
 - التعرض بالدراسة لأهم المخططات الوطنية للنهوض بالصناعة السياحية في الجزائر والمغرب.
 - التطرق لأهم الإحصائيات والمؤشرات المسجلة في ظل الإستراتيجيات السياحية في كل من الجزائر والمغرب.
 - محاولة قياس الآثار الإقتصادية والإجتماعية للسياحة في الجزائر والمغرب.
- 9-3-2- أوجه الإختلاف:** هناك أوجه إختلاف يمكن إيجازها فيما يلي:
- الإختلاف في أدوات التحليل بين الدراسة الحالية والدراسات المقاولاتية في مجال المقاولاتية حيث إعتمدت معظمها على الإستبيان في تحليل الظاهرة.
 - الإختلاف من ناحية المتغيرات المدروسة بين الدراسة الحالية والدراسات الأخرى.
 - الدراسات السابقة إقتصرت على دراسة ظاهرة المقاولاتية بصفة عامة دون التطرق إلى دور المقاولاتية في القطاع السياحي.
 - الدراسات السابقة إقتصرت على دراسة ظاهرة السياحة أو الإستثمار السياحي بينما جمعت الدراسة الحالية بين ظاهرتي المقاولاتية والسياحة.
 - الدراسات السابقة تناولت دور الإستثمار السياحي في التنمية السياحية بينما ركزت الدراسة الحالية على دور المقاولاتية السياحية في دعم التنمية السياحية.
 - الدراسات السابقة إقتصرت على دراسة ظاهرة السياحة أو الإستثمار السياحي بينما جمعت الدراسة الحالية بين ظاهرتي المقاولاتية والسياحة.
 - الإختلاف في الإطار المكاني والزمني بين مختلف الدراسات السابقة والدراسة الحالية.
- 10- هيكل الدراسة:** قسمت الدراسة الحالية إلى فصلين نظريين وفصل تطبيقي تناول الفصل الأول الإطار النظري للمقاولاتية السياحية وقسم لثلاثة مباحث حيث تطرق المبحث الأول إلى مدخل إلى المقاولاتية والمقاول وجاء بالمبحث الثاني مدخل إلى المقاولاتية السياحية وتناول المبحث الثالث متطلبات المقاولاتية السياحية وأما الفصل الثاني فخصص للتنمية السياحية المستدامة والإستثمار السياحي وقسم بدوره لثلاثة مباحث حيث تعرض المبحث الأول إلى التنمية السياحية وأساسياتها وشروطها والثاني جاء فيه التنمية والسياحة المستدامتين والمبحث الثالث خصص لتقييم التنمية السياحية المستدامة وعوامل نجاحها وأما الجانب التطبيقي في الفصل الثالث تم التطرق إلى الإستثمار السياحي في الجزائر والمغرب لتحقيق التنمية السياحية حيث قسم كذلك لثلاثة مباحث جاء في المبحث الأول واقع التخطيط السياحي للتنمية السياحية في الجزائر والثاني واقع التخطيط السياحي للتنمية السياحية في المغرب وأما المبحث الثالث فتناول فعالية الإستثمار السياحي في الجزائر والمغرب من خلال أهم المؤشرات وجاء بالدراسة مقدمة عامة وخاتمة.



الفصل الأول:
الإطار النظري للمقاولاتية
السياحية



تمهيد

لقد جلبت المقاولاتية كظاهرة متعددة الأبعاد إهتمام الباحثين والدول بإعتبارها نظام بديل للنظم الإقتصادية التقليدية، ودعامة أساسية ومحرك رئيسي للتنمية حيث تشكل وسيلة من أهم وسائل الإنعاش الإقتصادي من خلال قدرتها على المساهمة في التأثير الإيجابي على مختلف المؤشرات سواء على مستوى الإقتصاد الكلي أو الجزئي، إلا أن تناول موضوع المقاولاتية بالدراسة لا يمكن أن يتم بمعزل عن مفهوم المقاول كونه يمثل الركيزة الأساسية والفعالة لقيامها والعامل البشري المبدع والمخاطر، والذي يأخذ بالمبادرة لإنشاء مؤسسته.

تعتبر السياحة في الوقت الحاضر صناعة قائمة بذاتها وواحدة من القطاعات الإقتصادية الواعدة التي تزداد أهميتها الإقتصادية والإجتماعية في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء من خلال مساهمتها الفعالة في التنمية ودعم الإقتصاديات الوطنية، حيث لم يعد تطوير القطاع محل إختلاف وإنما سبل ترقيته والمناهج الواجب إتباعها هي التي أصبحت محل إختلاف وبحث، من هنا بات الأسلوب والفكر المقاولاتي أحد الخيارات المتبعة من أجل تنشيط هذا القطاع من خلال تشجيع تطبيق مبادئه على المشاريع الإستثمارية في مجال السياحة.

ومن أجل خلق نسيج مقاولاتي سياحي قوي وقادر على مواجهة التحديات والمساهمة الفعالة في التنمية الإقتصادية أصبح لزاما على الدول حشد وتسخير كافة الطاقات والجهود التي من شأنها تقديم التسهيلات والدعم اللازم لقيام وتطور هذا النوع من المشاريع المقاولاتية وتذليل العوائق التي تواجهها من خلال دعمها بالتشريعات اللازمة وخلق المناخ المناسب وتوفير مختلف الشروط والعوامل المحفزة لها بغية الوصول إلى تقديم منتجات سياحية تنافسية بمواصفات دولية.

وعليه سيتم تقسيم الفصل الأول إلى المباحث الثلاثة التالية:

- ❖ مدخل إلى المقاولاتية والمقاول؛
- ❖ مدخل إلى المقاولاتية السياحية؛
- ❖ متطلبات المقاولاتية السياحية؛



المبحث الأول: مدخل إلى المقاولاتية والمقاول

تلعب المقاولاتية دورا كبيرا في تشجيع الإبداع والإبتكار وتجنب الأفكار النمطية في إقامة المشاريع تجسيدا لفكرة الخروج عن المألوف، وكذلك العمل على تنوع النسيج الإقتصادي، وحاضنة لكي تجسد فيها الطاقات البشرية ما لديها من إمكانيات عاطلة ويحولوها إلى كيانات إقتصادية رائدة في مجال الأعمال، وبالتالي التوازن الإقتصادي والإقتصادي في أن واحد ولقد أصبحت المقاولاتية نموذجا يراهن عليه من أجل النهوض بالإقتصاديات، وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطالب الثلاثة التالية:

◀ ماهية المقاولاتية؛

◀ ماهية المقاول؛

◀ إستراتيجيات المقاولاتية ودورها في التنمية؛

المطلب الأول: ماهية المقاولاتية

هناك العديد من التعاريف والتي مثلت موضوع نقاشات عديدة وفي مختلف تخصصات المقاولاتية، فقد تعددت وجهات النظر التي حاولت إعطاء تعريف نظرا للأهمية التي تتميز بها، والتي تحمل في طياتها العديد من الخصائص التي تميزها عن باقي الأنشطة والدور الذي تلعبه في التنمية الإقتصادية والإجتماعية.

أولاً: مفهوم المقاولاتية

يعد بيتر فردناند دراكر Peter Ferdinand Drucker من الأوائل الذين أشاروا إلى مفهوم المقاولاتية وذلك في سنة 1985 من خلال إشارته إلى تحول الإقتصاديات الحديثة من إقتصاديات التسيير إلى إقتصاديات المقاولاتية، ويعرفها بيتر دراكر على أنها: "هي فعل الإبداع الذي يتضمن النظر للتغيير على أنه فرصة لإعطاء الموارد المتاحة حاليا القدرة على خلق قيمة جديدة"¹⁰ وقد تم تعريفها من طرف بورش Bruch 1986 بأنها: "مجموعة أنشطة تقدم على الإهتمام، وتوفير الفرص، وتلبية الحاجات، والرغبات من خلال الإبداع وإنشاء المنشآت"¹¹ أما دولينجر Dollinger 1995 فقد عرفها بأنها: "عملية إيجاد منظمة إقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد"¹² ويقصد بها أيضا أنها: "خصائص، وسلوكيات تتعلق بالإبتداء بعمل، والتخطيط له، وتنظيمه، وتحمل مخاطره، والإبداع في إدارته"¹³.

وتعرف المقاولاتية على أنها: "حلقة الوصل بين الفرص المربحة والفرد المغامر"¹⁴، كونها عملية بدء عمل تجاري وتنظيم الموارد الضرورية له مع إقتراض المخاطر والمنافع المرتبطة به"¹⁵ أو هي "عملية إنشاء شيء جديد ذو قيمة، وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع وتحمل الفكر الإستراتيجي وإنعكاسات

¹⁰ Sarimah Hanim Aman Shah, Abdul Rachid Mohd Ali, **Entrepreneurship second edition**, Oxford Fajar, Kuala Lumpur, Malaysia, 2010, p: 09.

¹¹ وفاء بنت ناصر المبيريك، أحمد بن عبد الرحمن الشميري، مبادئ ريادة الأعمال-المفاهيم والتطبيقات الأساسية لغير المختصين -، نشر وتوزيع العبيكان، الرياض، 2019، ص: 13.

¹² Marc J. Dollinger, **Entrepreneurship Strategies and Resources**, 4th Edition, Marsh Publications: Lombard Illinois, USA, 2008, p: 09.

¹³ أحمد محي خلف صقر، المشروعات الصغيرة الفكرة وآلية التنفيذ، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2020، ص: 39.

¹⁴ Robert D. Hisrich, Michel P. Peters, Dean A. Shepherd, **Entrepreneurship**, Published by McGraw-Hill Education, tow Penn Plaza, New York, 10e, 2017, p: 06.

¹⁵ Daft Richard, **New era of management**, 9th, South-western, Cengage learning, Australia, 2010, p: 602.



المخاطرة المصاحبة وإستقبال المكافئة الناتجة بما يحقق تراكم الثروة"¹⁶، وأيضا " إنشاء عمل حر يتسم بالإبداع، ويتصف بالمخاطر"¹⁷، أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد عرف المقاوله بموجب المادة 549 من القانون المدني الجزائري بخصوص تعريف عقد المقاوله على أنها: "عقد يتعهد بمقتضاه أحد المتعاقدين أن يصنع شيئا أو أن يؤدي عملا مقابل أجر يتعهد به المتعاقد الآخر"¹⁸، كما قد عرف القانون الأساسي للحرفي المقاوله على أنها: "إستخدام وسائل الإنتاج في منظمة دائمة أسست على نشأة مادية، فالعمل يعتبر تجاريا إذا كان يتم على شكل مشروع، وهو موضوع يعتمد على فكري التكرار والتنظيم"¹⁹.

فمن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن المقاولاتية هي تلك الأنشطة والعمليات الإجتماعية التي يقوم بها المقاول والتي تهدف إلى إنشاء شيء جديد ذو قيمة، من خلال تخصيص الوقت والجهد والمال، وذلك بالأخذ بالمبادرة، وتحمل المخاطر، والتعرف على فرص الأعمال، والحصول على العوائد الناجمة على المخاطر.

ثانيا: خصائص المقاولاتية

المقاولاتية تتميز بجملة من الخصائص من بينها ما يلي:²⁰

- تتسم المقاولاتية بأنها عملية إنشاء أو خلق مؤسسة أو مشروع غير نمطي فهي تتميز بالإبداع وهو عامل جوهري وهران نجاح للمقاولاتية، لما له من تأثير إيجابي وقدرة على فرض وخلق مكانة لمنتجات جديدة أو منتجات محسنة في السوق.
- يوجد قائد هو المقاول الذي يعتبر القوة المحركة.
- في روح المقاولاتية يوجد نظرة أو فكرة لأفضل من الحالة الحاضرة.
- إرتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تقدم منتجات جديدة مرهونة إلى حد كبير بمدى نسبة قبولها في السوق.
- تحتاج المقاولاتية من المقاول رسم وتطوير نظرة وإستراتيجية لكي يحققها ويطبّقها على أرض الواقع ويضمن نجاح مشروعه.
- تتميز المقاولاتية بالفردية بروح المبادرة.
- الإبداع يعتبر عامل مهم لنجاح المقاولاتية وقد يكون الإبداع التكنولوجي، طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة أو التسويق أو التوزيع.

¹⁶ زكريا الدوري، أحمد علي صالح، الفكر الإستراتيجي وانعكاساته على نجاح منظمات الأعمال-قراءات وبحوث-، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص ص: 357-358.

¹⁷ عبد الرحمن بن أحمد الهيجان، بشرى بنت بدير المرسى غنام، أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، مبادئ إدارة الأعمال-الأساسيات والإتجاهات الحديثة-، الطبعة العاشرة، نشر وتوزيع العبيكان، الرياض، 2014، ص: 62.

¹⁸ القانون المدني- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية-، عقد المقاوله المادة 549، الباب التاسع العقود الواردة على العمل، الفصل الأول عقد المقاوله، 2007، ص: 90، على الرابط الإلكتروني: <https://www.joradp.dz/trv/acivil.pdf>، 2020/04/20، 20:15.

¹⁹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون رقم 82-11 المؤرخ في 28 أوت 1982 المتضمن القانون الأساسي للحرفي، العدد 35، 1717، على الرابط الإلكتروني: <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>، 2020/04/20، 20:30.

²⁰ فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، 2010، ص ص: 27-28.



- المقاولاتية هي مولد لنمو الإقتصاد فهي تساهم في تجديد وتنوع النسيج الصناعي والإقتصادي وتشجيع التطور التكنولوجي وهذا بفضل ما تخلقه من مشاريع متنوعة في مختلف الميادين الإقتصادية الإنتاجية كانت أو الخدماتية.

- المقاولاتية مهمة تتمثل في خلق الثروة والقيمة المضافة ورفع مستوى النمو وخلق مناصب عمل.

- المقاولاتية هي نموذج تفعيل إقتصادي فهي تساهم في بعث حركية وإنتعاش إقتصادي وهذا من خلال ما تقدمه من مشاريع جديدة.

- المقاولاتية هي بديل أصبحت الدول تشجعه وتستعمله من أجل خلق مناصب شغل وزيادة نموها الإقتصادي وتنوع الإقتصاد.

ثالثا: دور المقاولاتية

يهدف النشاط المقاولاتي إلى تحقيق مجموعة من الأدوار الإقتصادية والإجتماعية والبيئية كما يلي:

1- دور المقاولاتية في التنمية الإقتصادية: ويمكن تلخيصها فيما يلي: ²¹

1-1- رفع مستوى الإنتاجية في جميع الأعمال والأنشطة: ويتحقق ذلك من خلال الكفاءة في إستخدام الموارد من قبل المقاولين أنفسهم في المجتمع، وخلق التوافقات الجديدة من خلال القدرة على تحويل الموارد من مستوى أقل إنتاجية إلى مستوى أعلى.

1-2- خلق فرص عمل جديدة: يعمل المقاولون الذين ينتمون للقطاع الخاص في مجالات نشاط مختلفة صناعية، تجارية وخدمية وغيرها وبأحجام مؤسسات كبيرة ومتوسطة وصغيرة في المجتمع الذي يعيشون فيه، بحيث يتيحون الفرصة لتوظيف آلاف العاملين وخلق فرص عمل حقيقية لهم.

1-3- نقل التكنولوجيا: إذ يقوم المقاولون بنقل أدوات ووسائل التكنولوجيا من الدول المتقدمة إلى الدول النامية، أو القيام بإبتكارات تكنولوجية جديدة، من أجل تحقيق التنمية الإقتصادية المستدامة وخلق فرص جديدة لهم ولغيرهم من الأفراد في المجتمع تكون مطابقة لإحتياجاتهم من حيث إبتكار منتجات وخدمات جديدة، مداخل جديدة للأعمال، مصادر توريد جديدة للمواد الخام، أساليب عمل جديدة وغيرها.

1-4- زيادة القدرة على المنافسة: وذلك من خلال المعرفة الدقيقة الواعية للبيئة المحلية والبيئة الخارجية وتطوير أساليب العمل من خلالها والتفاعل معها بإيجابية، كما أن المبادرات الحديثة في المقاولاتية، إطلاق مؤسسات جديدة أو إعادة بعث مؤسسات قائمة تحفز الإنتاجية، كلها عوامل تنمي التنافسية من خلال أنها تجبر المؤسسات الأخرى على العمل بأحسن أداء وإبتكار، رفع مستوى الأداء والإبتكار في المؤسسات مهما كان مستوى التنظيم، العمليات، المنتجات، الخدمات أو الأسواق، وتدعم التنافسية الإقتصادية بشكل عام، وهذا ما يستفيد منه المستهلكون من خلال تنوع الخيارات والأسعار.

1-5- إيجاد أسواق جديدة: ويتحقق من خلال إجراء توافقات جديدة في الموارد والكفاءة في إستخدامها لدى المقاول، وإستغلال الفرص، من أجل إيجاد عملاء جدد وخلق طلب وعرض جديدين على المنتج في السوق.

²¹ مجدي عوض مبارك، الريادة في الأعمال-المفاهيم والنماذج والمداخل المختلفة-، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2009، ص: 41.



1-6- الإسهام في تنوع الإنتاج: نظرا لتباين وتعدد إبداعات المقاولين من خلال تنوع نشاطاتهم من السلع أو المنتجات والخدمات الكاملة إلى العناصر والخدمات أو المنتجات الوسيطة والتي تؤدي إلى إضافة قيمة جديدة للمجتمع، وقد يكون هذا الإبداع في التكنولوجيا أو في الصناعة أو في الخدمات، أو في الأنشطة والوظائف المختلفة في المؤسسة مثل التسويق والتوزيع والترويج أو التنظيم والتسيير أو من خلال مدخل جديد للأعمال، أو طريقة جديدة في أداء العمل.

1-7- التجديد وإعادة الهيكلة في المشاريع الاقتصادية وتنميتها وتطويرها: أي إحداث تغييرات هامة في المؤسسات الاقتصادية القائمة، وإعادة تعريف المشاريع الاقتصادية القائمة، ويشمل ذلك تحويل هذه المشاريع والمنظمات بجعلها أكثر إبتكارا من خلال التغيير في مجال الأداء وأنظمة الموارد والمصادر، وأنظمة الحوافز والمكافآت بالإضافة إلى ثقافة المنظمة، وإعادة صياغة الإجراءات والمعايير المؤسسية فيها.

2- دور المقاولاتية في التنمية الإجتماعية: ويمكن تلخيص الدور من خلال عدة نقاط أهمها:²²

1-2- تمكين الشباب من تطوير منتجات جديدة، نظرا لأن الرياديين يصبحون أكثر إبداعا، ما يكسبهم مهارات نادرة ومبتكرة تمكنهم من زيادة معدل نمو المبيعات بنسبة تفوق أقرانهم بنسبة كبيرة.

2-2- تمكين الخريجين من إمتلاك أفكار مشروعات أعمال تجارية ذات تكنولوجيا عالية: التي تخدم التوجه نحو بناء مجتمع المعرفة والمساهمة في إيجاد فرص عمل جديدة في السوق.

2-3- غرس روح المبادرة وزيادة فرص نجاح الأعمال وصناعة قادة المستقبل: الذين يتمكنون من إيجاد فرص عمل لمواجهة البطالة والركود، وذلك لتحمل أعباء النمو الإقتصادي القومي المتواكب مع التوجهات العالمية.

2-4- تغيير هيكل تركيز الثروة: وذلك من خلال تحقيق الإستقرار الإقتصادي والتحول من إرتكاز الإقتصاد على عدد محدود من أصحاب رؤوس الأموال إلى إمتلاك أكبر عدد من أفراد المجتمع للثروة بما يحقق الإستقرار والتنوع في مجالات العمل.

2-5- تنمية القدرات المتميزة لإيجاد الثروة: من خلال الإستقرار على الفرص ذات العلاقة بالتوجه بالمعرفة على المستوى العالمي، بما يحقق مساهمة مهمة في إيجاد فرص عمل لتجنب تزايد البطالة.

2-6- تنمية مهارات الإبداع والإبتكار لدى الشباب: بما يمكن من التحول نحو إحداث طفرة في بناء الإقتصاد المعرفي من خلال الأفكار المتجددة ذات العلاقة بتنمية مجتمع المعرفة.

2-7- زيادة الأصول المعرفية وتعظيم ثروة الأفراد: بما يزيد من الثروة والتراكم الرأسمالي في مجال المعرفة على مستوى الوطن، وما لذلك من أثر في بناء مجتمع المعرفة.

2-8- تنمية الفرص المرتبطة بإحداث تقدم تكنولوجي يستند إلى المعرفة: وتؤكد حالة جامعة ولاية أريزونا أن تعليم قيادة الأعمال بالجامعة قد زاد من القيمة المضافة للمجتمع، حيث إرتفعت أعداد المشروعات الخاصة التي أقامها الطلاب لخدمة مجتمعاتهم وأسهمت في التغلب على مشكلة البطالة، وكان غالب هذه المشروعات يندرج ضمن المشروعات المعرفية بما أسهم في بناء المجتمع المعرفي وتنميتها.

²² أحمد بن عبد الرحمن الشمري، وفاء بنت ناصر المبيريك، *ريادة الأعمال*، نشر وتوزيع العيكان، الرياض، 2019، ص: 70.



2-9- قيامها بدور الصناعات المغذية أو المكملة للصناعات الكبيرة والمتوسطة: أوضحت التجارب بأن المؤسسات الكبرى تحتاج إلى المؤسسات الصغيرة لتنفيذ مئات، بل آلاف الأعمال والنشاطات المهمة لها، حيث تعتبر هذه النشاطات جد مكلفة للمؤسسات الكبيرة، إذا قامت بتنفيذها لوحدها.²³

3- دور المقاولاتية في التنمية البيئية: يمكن أن يرتبط المفهوم المقاولاتي بالبعد البيئي من خلال مفهوم التنمية المستدامة الذي يهتم بالمحافظة على البيئة وحماية الموارد الطبيعية الحالية والمستقبلية، إذ يقوم المقاولون بإختيار تلك المشاريع التي تأخذ في الحسبان الجانب البيئي أو المشاريع المقاولاتية المستدامة كالبناءات الخضراء التقل الأيكولوجي، الكيمياء الخضراء والرسكلة وغيرها من المشاريع التي تتطلب الإبداع والإبتكار وتبني المسؤولية الإجتماعية، والتي تؤدي في النهاية إلى التقليل من المشاكل الإقتصادية وما يرتبط بها من مشاكل إجتماعية وبيئية، وهكذا فإن للمقاولاتية أهمية بالغة وتلعب أدوار محورية في الإقتصاد والمجتمع، وهذا ما جعلها قبلة للعديد من الدول وحلا تتبناه من أجل خلق المشاريع وما يرتبط بذلك من آثار إيجابية.²⁴

المطلب الثاني: ماهية المقاول

يعتبر المقاول الشخص المبدع والمخاطر والمبادرة، كونه الحلقة الأهم في المقاولاتية، والمورد الذي بإنعدامه أو إنقضائه تنقضي هي الأخرى، فهو مصدر الأفكار المتنوعة الذي يعمل بكل جهد وتقاني لتجسيدها على أرض الواقع معتمدا على مختلف مميزاته وسماته الفردية والشخصية التي تدعم توجهه المقاولاتي.

أولا: مفهوم المقاول

ظهرت العديد من المفاهيم المتعلقة بمصطلح المقاول تماشيا مع التحولات التي عرفها النظام الإقتصادي العالمي فتطور مفهوم المقاول مع مرور الزمن، أدى إلى تغير نظرة وآراء المختصين نحوه، فبعدها كانت كلمة المقاول "Entrepreneur" في فرنسا خلال العصور الوسطى، والتي تم إشتقاقها من الفعل "Entrepreneur" ومعناها: باشر، إلترم، تعهد، وبالنسبة للغة الإنجليزية فإنها تستعمل نفس الكلمة "Entrepreneur" للدلالة على الإلتزام بشيء ما،²⁵ وتعني الشخص الذي يشرف على مسؤولية، ويتحمل أعباء مجموعة من الأفراد، ثم أصبح يعني الفرد الجريء، الذي يسعى من أجل تحمل مخاطر إقتصادية، ويمكن تعريف المقاول على أنه " ذلك الشخص الذي يستطيع تنظيم وإدارة الأعمال مع أخذ المخاطرة لتحقيق الربحية".²⁶

كما عرف المقاول بأنه ذلك الشخص الذي يستطيع تمييز الفرص وإغتنامها على خلاف الآخرين الذين قد لا يميزون تلك الفرص، ويعود ذلك إلى إمتلاكه مجموعة من الخصائص منها: الحاجة إلى الإنجاز والرقابة على الأعمال ولا يمكن إعاقته في حالة عدم التأكد وأيضا يأخذ المخاطرة والقدرة على تجنب المخاطر سواء المادية

²³ سعاد نائف برونوبي، إدارة الأعمال الصغيرة-أبعاد للريادة-، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص: 60.

²⁴ توفيق خضري، الطاهر بن حسين، المقاول كخيار فعال لنجاح مؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية-المسارات والمحددات-، الملتقى الوطني حول واقع وأفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعه حمة لخضر، الوادي، يوم 5-6 ماي 2013، ص: 05، على الرابط الإلكتروني: <http://www.univ-mosta.dz/wp-content/uploads/2018/12/Revue-finance-et-march%C3%A9s-N05.pdf>، 21:15، 2020/04/25.

²⁵ Alain Fayol et Azzedine tounes, l'odyssée d'un concept et les multiple, figures de l'entrepreneur, N° 2.918, fevrier 2007,p: 04.

²⁶ بلال خلف السكارنه، الإبداع الإداري، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2011، ص: 94.



والعائلية والإجتماعية والمهنية والسيكولوجية، يرى الفرص التي لا يراها الآخرون، لديه تصورات واضحة لما يمكن العمل، وأيضا يجمع الموارد التي تجعل هدفه واضحا، وتنظيم الموارد بما يناسب مشروع جديد.²⁷

كما يرى بيتر فرديناند دراكر Peter Ferdinand Drucker بأن الريادي هو الذي ينظم وينفذ الفرص،²⁸ وقد عرف الإقتصادي جوزيف شومبيتر Joseph Alois Schumpeter الريادي "بأنه ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو إختراع جديد إلى مشروع ناجح"،²⁹ لذا فإن رائد الأعمال بأنه الشخص الذي لديه التوقع ومفتاح التعامل مع الواقع من خلال ما يمتلكه من خبرات في التواصل وأخبارات مهنية يتوقع من خلالها المكسب الشخصي في وجود بيئة داعمة له، كما أنه يقبل التحدي والمخاطرة،³⁰ فهو فرد يتمتع بقدرات تحمل المخاطر (الحذر)، وتحويل الفرص، والتخطيط الإبداعي، والإدارة الخاصة به، ويفحص التغييرات، ويستجيب لها، ويحولها إلى فرص يمكن إستغلالها.³¹

من خلال ما سبق نستنتج أن المقاول هو ذلك الشخص الذي يستطيع تسيير وإدارة مؤسسته من خلال المساهمة في رأس مال ويقوم بدور نشيط في القرارات المتعلقة بتوجهه أو حل المشاكل مع تحمل المخاطر المترتبة على ذلك والرغبة في البقاء حرا في توجيهه وتسطير أهدافه.

ثانيا: خصائص ومميزات المقاول

هناك مجموعة من الخصائص ومميزات يتميز بها يمكن إيجازها فيما يلي:

1- الخصائص الشخصية: وتشمل ما يلي:³²

- الثقة بالنفس: يمتلك رواد الأعمال ثقة بأنفسهم تمكنهم من الإلتزام بتحقيق أهدافهم.
- الميل نحو المخاطرة: يتحمل المخاطرة، ويتقبل العمل في مواقف وحالات تتسم بعدم التأكد.
- الحماس: رائد الأعمال لديه طاقة إيجابية كبيرة تدفعه للإنتاج، لديه طموح عال ونشاط كبير.
- البحث عن الأفكار الجديدة: رائد الأعمال يحب التغيير والأفكار الجديدة، ولا يحب التقليد والتكرار.
- لا يخشى الفشل: الخوف من الفشل هو أحد العوائق الكبيرة التي تواجه رائد الأعمال، لذا فهو ينظر إلى الأمور بإيجابية وتفاؤل، وأنه يقبل المخاطرة المحسوبة التي تؤدي إلى النجاح.
- يتقبل النقد: رائد الأعمال لديه مرونة كبيرة لتقبل آراء الآخرين، والإستفادة من نصائحهم ومشورتهم.
- المثابرة والإصرار: رائد الأعمال يعمل بإصرار ومثابرة حتى يصل إلى الهدف المطلوب.
- القدرة على الإقناع: ورائد الأعمال لديه القدرة على إقناع الآخرين بفكرته ووجهة نظره بإقتدار.

²⁷ بلال خلف السكارنة، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثانية، الأردن، 2010، ص ص: 21-22.

²⁸ فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، مرجع سبق ذكره، 2010، ص: 31.

²⁹ إبراهيم بدران، مصطفى الشيخ، الريادية الإبداع في إنشاء المشاريع، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص: 20.

³⁰ إعتقاد محمد علام، دنيا مفيد علي حسن، ريادة الأعمال والمشروعات الصناعية الصغيرة في الريف-دراسة حالة لقرية مصرية-، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 2019، ص: 36.

³¹ أحمد محي خلف صقر، المشروعات الصغيرة الفكرة وآلية التنفيذ، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2020، ص: 39.

³² أحمد بن عبد الرحمن الشميري، وفاء بنت ناصر المبيريك، مبادئ ريادة الأعمال-المفاهيم والتطبيقات الأساسية لغير المختصين-، مرجع سبق ذكره،



وهناك سمات أخرى يمكن إيجازها فيما يلي:³³

- الرغبة في النجاح: يتميز الريادي بمعرفة الأهداف التي يريد الوصول إليها بدقة.
 - الحاجة إلى الإنجاز: الريادي شخص لديه الدافعية المتميزة لإشباع الحاجة للإنجاز بدرجة عالية.
 - التفاؤل: يميل الرياديون إلى التفاؤل فهم غير متشائمين.
- ويوضح ريتشارد دافت Richard L Daft أن السمات الشخصية للريادي تتجاوز أربعين صفة ويمكن تلخيص أبرزها في ستة سمات أساسية كما يلي:³⁴
- الطاقة والحركية: سلوك ضروري لا يمكن الإستغناء عنه لأن عملية إنشاء مؤسسة تتطلب بذل جهد معتبر وتهيئة الوقت الكافي والطاقة اللازمة لإنجاز الأعمال.
 - الحاجة إلى الإنجاز: وتعني الدافعية لإشباع الحاجة للإنجاز والبراعة والتفوق والقدرة على تهيئة ظروف النجاح والتحدي لتحقيق درجات عالية من الرضا.
 - التحكم الذاتي أو الداخلي: ويقصد بها القدرة على ضبط السيطرة على العوامل الخارجية المؤثرة فيه.
 - تحمل الغموض: ويعني خوض المخاطر المحسوبة.
 - المقاول لا يتأثر بالفوضى وعدم التأكد: لأن الظروف الغامضة والمعقدة هي ميزة الأعمال الريادية.
 - الوعي بقيمه الوقت: فهو يستثمر اللحظة الراهنة من الوقت لأن لها معنى وقيمة لديه ولا يؤجل إنجاز أعمال اليوم إلى الغد أي يدير وقته بكفاءة تصب في مصلحة العمل الريادي.

2- الخصائص السلوكية: يمتلك المقاول نوعين من المهارات السلوكية وهي:³⁵

- المهارات التفاعلية: وهي التي تضمن للمقاول القدرة على إدارة موارد مشروعه المالية والبشرية والمادية بكفاءة عالية، وقد تتطلب هذه الكفاءة الإدارية العالية للمبادر تفويض العاملين معه ببعض الصلاحيات والمهام اللازمة لإدارة النشاط وسير العمل، وهو أمر يتطلب جهود تفاعلية مختلفة بين المبادر والعاملين معه ومن أهم هذه المهارات التفاعلية: مهارات الإتصال ونقل المعلومات وإستلام وفهم ردود الأفعال ومناقشة القرارات قبل إتخاذها وإصدارها والإقناع والإقتناع بها ... إلخ.
 - المهارات التقنية: حيث يتمتع هؤلاء المبادرين إما بمهارات فنية عالية لأداء الأعمال أو تمتعهم بقدرة عالية ورغبة ملحة في إكتساب هذه المهارات بسهولة ويسر، الأمر الذي يساعدهم على إنجاز مشروعاتهم.
- ## 3- المهارات الإدارية: وتتمثل هذه المهارات في ما يلي:
- المهارات الإنسانية: وهي القدرة على إقامة علاقات إنسانية جديدة داخل المشروع، والعمل على تطوير هذه العلاقات الإنسانية بإستمرارها على أساس الإحترام المتبادل والثقة المتبادلة والإشادة الدائمة بالعنصر البشري ودوره الكبير في إنجاح المشروع، ويحتم على هذا المبادر الناجح الإهتمام بمشكلات العاملين معه خارج نطاق العمل والمشروع وهو ما يخلق لديهم الروح الأسرية والدافع والإخلاص في العمل.

³³ فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص: 10.

³⁴ Daft Richard, *New era of managemen* 9th, South- western, Cengage learning, Australia, 2010, p: 607.

³⁵ عامر خربوطلي، ريادة الأعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، منشورات الجامعة الإقتصادية السورية، سوريا، 2018، ص ص: 13-14.



- المهارات الفكرية: ويقصد بها إكتساب وتمتع المبادر بالأسس العلمية في الإدارة، وإتخاذ القرارات، وتحليل المشكلات والقضايا اليومية والطارئة في العمل وسرعة، الوصول إلى أسبابها الحقيقية، وإيجاد الحلول السريعة.

المطلب الثالث: إستراتيجيات المقاولاتية ودورها في التنمية

المقاولاتية نشاط له العديد من التحديات والعوامل المؤثرة فيه، فالظروف المحيطة بالنشاط المقاولاتي دفعت بالعديد من الدول للإهتمام عن كيفية علاجها وبالتالي البحث عن الإستراتيجيات التي تشجع المنظمات على الإبداع والإبتكار لما يعود لها من آثار إقتصادية وإجتماعية على الدولة والمجتمع.

أولاً: إستراتيجيات المقاولاتية:

هي تلك الإستراتيجيات التي تشجع المنظمات على الإبداع والإبتكار، وأيضا تشجيع العاملين على إتخاذ القرارات وأخذ المسؤولية، ومن الإستراتيجيات المتعلقة بالمقاولاتية ما يلي:

1- المبادأة: يعتبر سلوك المبادأة هو المشاركة في التغييرات والإنتباه إلى البيئة، وإن المنظمات لديها القدرة على الإستمرارية وتحقيق الفوائد من خلال التغييرات المحيطة بها، وهناك تمييز بين المبادأة والتفاعل، حيث أن السلوك التفاعلي هو الذي يكون بمثابة ردة فعل للتغييرات التي تحدث في البيئة التي يتطلب إجراء سريع كجزء أساسي في إدارة الأزمات، وتعرف المبادأة بأنها إتجاه الشركة لتوقع وفهم والتعرف بناء على الحاجات المحتملة التي من شأنها أن تنشأ في السوق وبالتالي ترك المنافسة الحالية والإتجاه نحو إنشاء منفعة تتقدم بها عن منافسيها بخطوة³⁶، فضلاً عن أن المبادأة هي أداة متعددة الأبعاد يمكن أن تقترن بالإبداع أو بدونه ومن المتوقع من المبادأة أن تكون مهمة في تأمين أداء متفوق للشركة.³⁷

2- الإبتكار: أن الإبتكار هو ذلك المحتوى في إيجاد منتج مختلف عن المنافسين ويكون من البدائل المفضلة للزبائن، والمنظمة الإبتكارية هي تلك المنظمة التي تبتكر أشياء ذات قيمة ففي ظل الخدمات والأفكار والإجراءات والعمليات ضمن مجموعة من العاملين مع بعضهم بعضا الإطار الإجتماعي للمنظمة الذي يتكون من الأفراد والجماعات للتأثير في السلوك الإبتكاري الذي يحدد الإبتكار التنظيمي للمنظمة.³⁸

3- الإبداع: الإبداع هو القدرة على جمع أو مشاركة المعلومات بطرق تطوير أفكار جديدة تعكس الحاجات المدركة وتستجيب للفرص في المنظمة حيث يعتبر الخطوة الأولى للإبتكار ويساهم في نجاح المنظمة عادة المدى الطويل³⁹، وتركز المنظمة الريادية عادة على الإبداع، والذي قد يكون إبداعاً تكنولوجياً، أو منتجاً جديداً، أو طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة من حيث التسعير، الترويج، التوزيع الأمر الذي يشكل قيمة متفوقة

³⁶ Eggers, F., Kraus, S., Hughes, M., Laraway, S., & Snyderski, S., **Implications of customer and entrepreneurial orientations for SME growth**, Management Decision, 51(3), 2013, p: 526.

Link: <http://dro.dur.ac.uk/17255/1/17255.pdf?DDD2+dnnt49+rcvj28+d700tmt>, 26/04/2020, 21:00.

³⁷ Karen Yuan Wang., Antoine Hermens., Kai-Ping Huang and John Chelliah, **Entrepreneurial orientation and organizational learning on innovation, SMEs**, Management Discipline Group, University of Technology, Sydney, Australia, The International Journal of Organizational Innovation Vol7, Num 3, 2015, pp: 68-74, Link: <https://pdfs.semanticscholar.org/8c74/eeb59a4694e2fb67f3716203f31d4249d7ea.pdf>., 26/04/2020, 21:15.

³⁸ Wolff, J., & Pett, T.L., **Small-Firm performance Modeling the Role of produce and process Improvement**, Journal of Small Business Management, Volume44, Issue2, 2006, p: 268.

³⁹ بلال خلف السكارنة، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2008، ص: 47.



لدى الزبون ويعتبر، الإبداع المصدر الحيوي للميزة التنافسية للشركات، وفي تعريف آخر يشار إلى الإبداع بأنه تطبيق فكرة طورت داخل المنظمة أوتمت إستراتيجيتها من خارج المنظمة سواء كانت تتعلق بالمنتج أو الخدمة أو الوسيلة أو النظام أو السياسة أو البرامج،⁴⁰ ويعتمد أداء الإبداع في المنظمات على إجراءات وإستراتيجيات محددة توظفها الشركة لزيادة مقدرتها الإبداعية حيث تتضمن التغيير في نمط القيادة، إلتزام الإدارة العليا بالإبداع، تطوير المهارات الإبداعية للعاملين، تطوير المقدرات التكنولوجية.⁴¹

4- التفرد: وهو إدخال طرق جديدة سواء كانت تكنولوجية أو منتجات جديدة أو طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة أو في إدارة التنظيم وهيكلته وذلك بصورة مختلفة عن الآخرين، إن التفرد يتكون في منظمات الأعمال من خلال قدرتها على التميز عن غيرها من المنظمات الأخرى المنافسة في نفس قطاع الأعمال، سواء كان ذلك بطبيعة المنتجات أم الخدمات التي تقدمها، وكذلك طبيعة الموارد التي تمتلكها، وهذا يمكنها من تحقيق الميزة التنافسية وتستطيع تحقيق الإستمرارية وتقديم المنتجات الأفضل التي يصعب تقليدها،⁴² ولا يمكن إستمرار تحقيق الميزة على المدى الطويل إلا من خلال الموارد النادرة (المتميزة).⁴³

5- أخذ المخاطر: هي القدرة على حساب المخاطر الممكن حدوثها، والمواجهة النفسية والإقتصادية، ومن ثم إتخاذ القرار الملائم للتغلب عليها،⁴⁴ ويمكن القول بأن أخذ المخاطرة هي الإحتمالية في الحصول على مكافأة، أو تحقيق عوائد في حال نجاح خطة المشروع المقترحة، ويكون تقييم أخذ المخاطرة من ناحية إقتصادية ويكون ذو علاقة بإتخاذ القرارات ومبنياً على مبدأ المقامرة والمغامرة والمخارج المتأتية،⁴⁵ ولا توجد حدود معينة وإطار محدد لسلوك أخذ المخاطرة ما بين المنظمات والأشخاص على حد سواء، أما بالنسبة للمشاريع الجديدة، فكلما كانت المخاطرة أقل يكون الشخص عبارة عن عامل أو فرد عادي، وكلما زادت درجة المخاطرة يصبح ريادياً،⁴⁶ وأن الميل نحو أخذ المخاطرة مرتبط بطبيعة المؤسسات والأشخاص ومدى الفائدة المتوقعة من مقدار هذا الخطر، وعندها لا بد من إدراك هذه المخاطر خصوصاً وإن المنظمات والأفراد جزء من المجتمع والبيئة المحيطة، حيث يتم قراءة وتحليل كافة الظروف والمتغيرات.⁴⁷

⁴⁰ مجدي عوض مبارك، مرجع سابق، ص: 205.

⁴¹ فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص: 14.

⁴² بلال خلف سكارنة، استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية -دراسة ميدانية على شركات الاتصالات في الأردن-، مجلة العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة الإسراء الخاصة، العدد 17، 2008، ص: 89، على الرابط الإلكتروني:

<https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=52661>, 2020/04/26، 12:12.

⁴³ Gerry .J, Kevan .S, **Exploring Corporate Strategy-Text and Cases-**, Upper Saddle Rivver, 2002, p: 155.

⁴⁴ مجدي عوض مبارك، مرجع سبق ذكره، ص: 210.

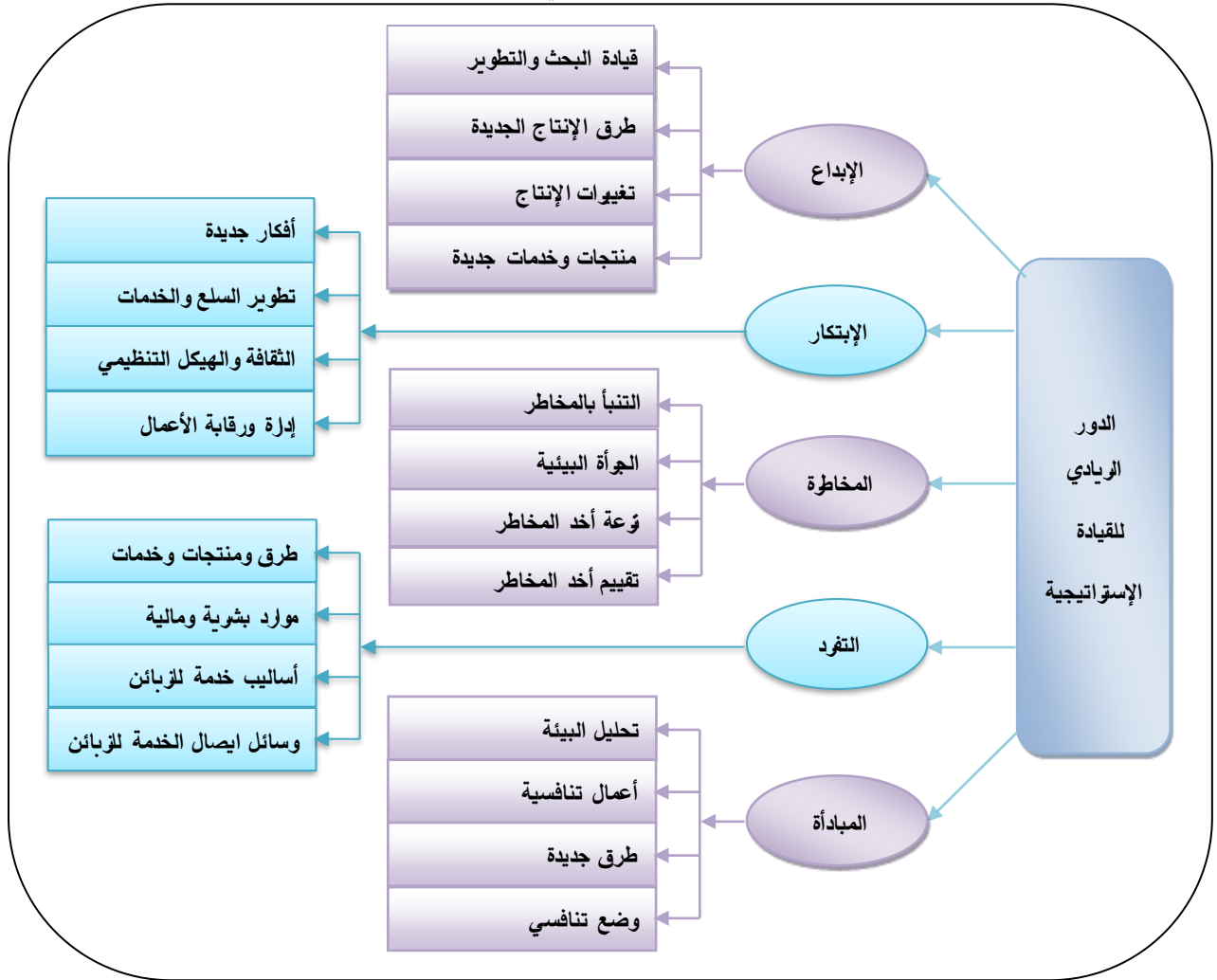
⁴⁵ Oviatt, Benjamin M. and McDougall. Patricia P, **Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization Entrepreneurship**, Theory and Practice. Vol. 29, No. (5), 2005, p: 538, Link: https://www.academia.edu/24983962/Defining_International_Entrepreneurship_and_Modeling_the_Speed_of_Internationalization, 26/04/2020, 14:30.

⁴⁶ Bostjan, Antocic, **Risk Taking in Interpreneurship Translating the Individual level Risk aversion in to Organization Risk Taking**, journal of Entexpyising culture, Vol 11, No 01 , 2003, p: 03. Link: <https://www.worldscientific.com/doi/pdfplus/10.1142/S0218495803000020>, 26/04/2020, 14:00.

⁴⁷ Kozan, K.M., Oksay, D., & Ozsoy, O, **Growth Plans of Small Business in Turkey: Individual and Environmental Influences**, Journal of Small Business Management, 44, (1) , 2006, p: 114, Link: <https://onlinelibrary.wiley.com/toc/1540627x/2006/44/1>, 26/04/2020, 15:00.



الشكل رقم(01) يوضح أبعاد الدور الريادي للقيادة الإستراتيجية
الشكل رقم(01): أبعاد الدور الريادي للقيادة الإستراتيجية



المصدر: من إعداد الطالبان بناء على المعلومات السابقة

ثانيا: الآثار الإقتصادية والإجتماعية للمشاريع المقاولاتية

تؤثر المقاولاتية بمخرجاتها على البيئة الإقتصادية والإجتماعية كما يلي:

1- الآثار الإقتصادية للمشاريع المقاولاتية: تتمثل في النقاط التالية:⁴⁸

- زيادة متوسط دخل الأفراد والتغيير في هيكل الأعمال والمجتمع.
- تنمية الصادرات والمحافظة على إستمرارية المنافسة.
- الزيادة في جانبي العرض والطلب.
- توجيه الأنشطة للمناطق التنموية المستهدفة.

2- الآثار الإجتماعية للمشاريع المقاولاتية: تتمثل خاصة فيما يلي:⁴⁹

- الحد من هجرة السكان من الريف إلى المدن.

⁴⁸ فايز جمعه صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، مرجع سبق ذكره، 2006، ص ص: 24-25.

⁴⁹ بلال خلف السكارنة، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007، ص: 93.



- المساهمة في النمو السليم للإقتصاد.
- المساهمة في تشغيل المرأة.
- عدالة التنمية الإجتماعية وتوزيع الثروة.

ثالثا: العوامل المؤثرة في المقاولاتية

- المقاولاتية نشاط يتأثر إلى حد كبير بالسياق الإجتماعي والإقتصادي الوطني، فالظروف المحيطة بالمقاولاتية هي التي تحدد خصائص البيئة وتعتبر كمحددات رئيسية للبيئة المقاولاتية في بلد ما، هذه الظروف تؤثر إلى حد كبير في معدل النشاط المقاولاتي الذي بدوره يؤثر على النمو الإقتصادي للبلد، وتتمثل هذه الظروف حسب نموذج المرصد العالمي للمقاولاتية Monitor Entrepreneurship Global فيما يلي:⁵⁰
- 1- **الدعم المالي:** هو شكل من أشكال المساعدات المالية أو الإعانات المقدمة إلى قطاع اقتصادي، أو مؤسسة، أو عمل تجاري، أو أفراد، بهدف تعزيز السياسات الإقتصادية والإجتماعية أو توفر التمويل بالنسبة للمؤسسات الناشئة والجديدة، فضلا عن إمكانية التعاقد للحصول على الديون والإعانات وإمكانية الدخول للبورصة.
 - 2- **السياسات الحكومية:** الدرجة التي تكون فيها السياسات الحكومية-من الإطار المالي والتنظيمي والتنفيذي- محايدة أو تشجيع على إنشاء المؤسسات والمؤسسات الناشئة.
 - 3- **برامج الحكومة:** وجود وفعالية برامج الحكومة (الإتحادية والإقليمية والبلدية) المرتبطة مباشرة بالمؤسسات الجديدة والناشئة.
 - 4- **التكوين والتعليم:** وجود ونوعية التكوين ذات الصلة بإنشاء الأعمال أو تسيير المؤسسات الجديدة أو الناشئة في البرامج الرسمية للتعليم والتكوين على جميع المستويات.
 - 5- **البنية التحتية التجارية والمهنية:** وجود وسهولة الوصول إلى الخدمات المهنية في المحاسبة والخدمات والمؤسسات القانونية الأخرى التي تسمح أو تحفز ظهور مؤسسات جديدة أو ناشئة.
 - 6- **نقل التكنولوجيا:** الدرجة التي تعمل فيها عمليات البحث والتطوير على إنتاج التطبيقات التجارية الجديدة، وعلى أي مستوى من هذه التطبيقات سوف تكون متاحة للمؤسسات الجديدة والناشئة.
 - 7- **المعايير الثقافية والإجتماعية:** الدرجة التي تعمل فيها الأعراف الإجتماعية والثقافية القائمة على تشجيع (أو عدم تثبيط) الأعمال الفردية التي يمكن أن تؤدي إلى طرق جديدة لمتابعة الأنشطة والأعمال الإقتصادية، والمساهمة بدوره في توزيع أفضل للثروة والموارد.
 - 8- **إنفتاح السوق الداخلية:** الدرجة التي تسمح فيها الإتفاقات التجارية للمؤسسات الجديدة والناشئة بالتنافس مع المؤسسات والموردين والمقاولين من الباطن أو المستشارين القائمين، بعبارة أخرى هذه المسألة تتعلق بدرجة صعوبة بدء نشاط تجاري.
 - 9- **الوصول إلى البنية التحتية المادية:** إمكانية الحصول على الموارد المادية (الإتصالات، والمرافق، والنقل، والأراضي أو محلات للإيجار) وبأسعار لا يتم التمييز من خلالها ضد المؤسسات الجديدة أو الناشئة.

⁵⁰ Global Entrepreneurship Monitor (GEM), **Executive Report 2009**, p: 12, Link https://www.academia.edu/attachments/30806357/download_file?st=MTU4Mzg1NzQ1OSwxMDUuMTA3LjEyMS4xODYsMTQyODM1MDE3&s=swp-previous-selector-dropdown, 27/04/2020, 20:00.



المبحث الثاني: مدخل إلى المقاولاتية السياحية

تعتبر السياحة من أهم الصناعات العالمية في الألفية الثالثة، حيث تؤثر على إقتصاديات الدول المصدرة للسياح والمستقبلية لهم، وأصبحت كثير من الدول تعمل على تشجيع المقاولاتية في القطاع السياحي، من خلال توفير كافة المرافق والمؤسسات السياحية اللازمة من مطاعم، فنادق، وشركات الطيران ... إلخ، من أجل تطوير السياحة باعتبارها صناعة كثيفة لعنصر العمل كما أنها تساهم في تنشيط القطاعات الإقتصادية الأخرى، من تجارة صناعة وزراعة ... إلخ، وعليه سيتم تقسيم المبحث إلى المطالب الثلاثة التالية:

◀ ماهية السياحة؛

◀ المؤسسات السياحية؛

◀ ماهية المقاولاتية السياحية؛

المطلب الأول: ماهية السياحة

السياحة إحدى ظواهر العصر الحديث باعتبارها الصناعة الأسرع نمواً في إقتصاديات الدول، لما لها من تصنيفات والتي تتعدد بتنوع الرغبات والحاجات المختلفة وكذلك مساهمتها في التطور العملي والإقتصادي والإجتماعي على هذا التنوع إضافة إلى الخصائص التي تميز هذا النشاط الحيوي.

أولاً: مفهوم السياحة

تعددت المفاهيم المتعلقة بالسياحة حيث أشار قاموس لونغمان Longman أن السياحة "هي مجموعة الأعمال التجارية التي يتم تقديمها وتوفيرها للسائح في مكان بقاءه"،⁵¹ وتعرف السياحة حسب قاموس لاروس Larousse بأنها "عبارة عن عملية سفر قصد الترفيه عن النفس، فهي مجموعة من الإجراءات التقنية، والمالية والثقافية المتاحة في كل دولة أوفي كل منطقة والمعبر عنها بعدد السواح"،⁵² تشمل "صناعة السياحة (أو الأنشطة السياحية) كافة الأنشطة الإقتصادية والإجتماعية التي تتعلق بصورة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم الخدمات للسياح أو التي تنتج المنتج السياحي".⁵³

تعني كلمة السياحة في معناها الأول السفر والإقامة المؤقتة خارج مكان السكن الأصلي، في الماضي سافر الناس لأهداف مختلفة منها التعرف على العالم ودراسة اللغات الأجنبية، أما السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، والأساس منها الحصول على الإستجمام وتغيير الجو والمحيط الذي يعيش فيه الإنسان والوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال المشاهد الطبيعية والنشوة "الإستمتاع بجمال الطبيعة" وهذا التعريف يعود للألماني جوبير فولر E.Guyer Freuller بتاريخ 1905،⁵⁴ وعرفها الإقتصادي النمساوي هيرمان فوشوليرون Herman von sholleron سنة 1910 على أنها "الإصطلاح الذي يطلق على كل

⁵¹ Pearson Longman, **Longman Dictionary of American English, 4th Edition**, London-United Kingdom, 2008, p: 1071.

⁵² مصطفى يوسف الكافي، أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص: 23.

⁵³ United Nations, World Tourism Organization, **Glossary of Tourism Terms**, Madrid, Spain, 2008, p: 11.

⁵⁴ رضا محمد السيد، أساسيات الجغرافيا السياحية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2016، ص: 14.



العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وإنتشارهم داخل وخارج حدود منطقة أو دولة معينة⁵⁵، أو هي "الانتقال من بلد إلى بلد طلبا للترفيه أو الإستطلاع والكشف"⁵⁶ أما المنظمة العالمية للسياحة فتعرفها على أنها: مجموعة النشاطات التي يقوم بها الأشخاص والتي تتضمن السفر والإقامة في أماكن بعيدة أو خارج البيئة التي يعيشون فيها لمدة لا تزيد عن سنة متتالية، ويكون ذلك بهدف التسلية والعمل أو نشاطات أخرى ليس لها علاقة بالنشاط الذي يمارسه الشخص داخل بيئته الأصلية.⁵⁷

ومن خلال كل ما سبق نستنتج أن السياحة عبارة عن إنتقال الأفراد من مكان إلى مكان ومن زمان إلى زمان، أو الإنتقال داخل البلد نفسه، لمدة يجب أن لا تقل عن أربع وعشرون ساعة، بحيث لا تكون من أجل الإقامة الدائمة وأغراضها، بل من أجل الثقافة، الأعمال، الرياضة أو غيرها من الأسباب الإستجمامية الأخرى.

ثانيا: خصائص السياحة

أهم الخصائص المتعلقة بصناعة السياحة تتمثل فيما يلي:⁵⁸

- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي وإرتباطها بكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى (صناعية، خدمية).
- إن مدى ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل (الإستقرار السياسي، درجة التقدم الإقتصادي، عدم وجود عدائية إتجاه الأجانب ... إلخ) من العامل المؤثرة على الطلب وعلى المنتج السياحي محليا ودوليا.
- إرتباط صناعة السياحة كنشاط إنتاجي يقدم خدمات ذات طبيعة خاصة بقضايا التنمية الاقتصادية والإجتماعية والسياسية في الكثير من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء.
- إن زيادة الطلب على بعض منتجات الدولة غير السياحية قد يكون مشتقا من الطلب على مواردها وخدماتها السياحية نتيجة له.
- إن الطلب السياحي لا يتصف عادة بصفة التكرار الرضا لدى السائح لا يعني بالضرورة قيامه بتكرار الزيادة للبلد المعني.
- إن السياحة تعد نشاطا إقتصاديا متزايدا أو ذو طبيعة متضاعفة وبشكل إضطراري.⁵⁹
- يتوقف الطلب السياحي إلى حد كبير على القدرة المالية للسائح.
- إرتباط الطلب السياحي بالمرونة.
- صعوبة قيام بعض الدول بإنتاج سلع سياحة بديلة.⁶⁰
- إن السياحة تعنى المرونة في السعر والدخل وهذا يعنى أن قرار السائح يتأثر بالتغيرات البسيطة فيها.

⁵⁵ Graham Dann, **The sociology of tourism: European origins and development**, Emerald Group Publishing, London, 2009, p: 89.

⁵⁶ محمد شاهجهان الندوي، السياحة أحكامها وآدابها في ضوء القانون والشريعة-دراسة علمية-، دار الكتب العلمية، لبنان، 2017، ص: 16.

⁵⁷ إياد عبد الفتوح النسور، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2008، ص: 24.

⁵⁸ نزيه الدباس، إدارة القرى السياحية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، 2007، ص: 12-13.

⁵⁹ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص: 66.

⁶⁰ سمر رقي الرحبي، الإدارة السياحية الحديثة، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص: 25.



- يتأثر الطلب السياحي بمستوى الرفاهية والتقدم التكنولوجي في وسائل المواصلات والاتصال والتقلبات الاقتصادية، فضلا عن العوامل الثقافية والسياسية، ومن هنا تأتي صعوبة التعامل مع القطاع السياحي.⁶¹
 - تعدد وتباين أنواع السياحة وأغراضها مما يترتب عليه تنوع وإختلاف الأنشطة وطبيعة الخدمات السياحية.⁶²
- ثالثا: أنواع السياحة**

للسياحة عدة أنواع أعتمد من خلالها المختصون على عدة أسس ومعايير لتحديدها:

- 1- **السياحة وفقا لعدد الأشخاص:** ويمكن تصنيف السياحة وفقا لهذا المعيار إلى:⁶³
 - **سياحة فردية:** رحلة سياحية يقوم بها شخص واحد.
 - **سياحة جماعية:** هذا النوع تكون الرحلة السياحية مكونة من عدة أشخاص.
 - **السياحة العائلية:** تتم على مستوى العائلة بكاملها أو جزء من العائلة.⁶⁴
- 2- **السياحة وفقا للمناطق:** تبعا لهذا المعيار تنقسم إلى:⁶⁵
 - **السياحة الداخلية:** وهي تنقل الأفراد داخل البلد نفسه، وتحتاج إلى نوع معين من الخدمات والأسعار.
 - **السياحة الخارجية:** وتعتمد على السياح الأجانب، وتعتمد على عناصر جذب داخلي بشكل سليم.
- 3- **السياحة وفقا لفترة الإقامة** ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أقسام:⁶⁶
 - **سياحة موسمية:** ترتبط بموسم معين أي قضاء السائح في مكان ما لموسم معين.
 - **سياحة أيام:** عادة ما تستغرق أياما محدودة من يومين إلى أسبوع.
 - **سياحة عابرة:** وهي سياحة لا يخطط لها ولا تتمتع بتنظيم مسبق حيث تحدث بصورة فجائية.⁶⁷
- 2- **الساحة وفقا لمعيار السن:** يمكن تصنيفها إلى:⁶⁸
 - **سياحة الطلائع:** يتعلق الأمر بالفئة العمرية (04-07) سنوات.
 - **سياحة الشباب:** وهي تلك السياحة التي يقوم بها الأفراد الذين يتراوح عمرهم بين (15-30) سنة.
 - **سياحة متوسطي العمر (الناضجين):** الفئة العمرية بين (30-55) سنة ويمكن أن تصل لـ 60 سنة.
 - **سياحة كبار السن:** يقوم بها الأفراد فوق 60 سنة ويرتبط هذا النوع بالخدمات الجيدة والمرتفعة الأثمان.
- 3- **السياحة وفقا لمعيار الموقع الجغرافي:** تصنف إلى ما يلي:
 - **السياحة الداخلية:** بأنها حركة إنتقال السائح من مكان إقامته المعتاد لزيارة مكان آخر أو منطقة أخرى داخل حدود دولته التي يقيم فيها.⁶⁹

⁶¹ عصام حسين الصعيدي، نظام المعلومات السياحية، دار الراهية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص: 129.

⁶² أسية محمد ايمام الأنصاري، ابراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص: 26.

⁶³ أحمد محمود مقابلة، إقتصاديات النقل السياحي، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2015، ص: 34-35.

⁶⁴ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة، دار كنوز للمعرفة العلمية، الطبعة الأولى، الأردن، 2007، ص: 35.

⁶⁵ محمد الموسوي، عبد اللطيف آل عبد الله، إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2016، ص: 106.

⁶⁶ مصطفى يوسف كافي، إقتصاديات النقل السياحي، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2015، ص: 26.

⁶⁷ محمد عمر مؤمن، التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الأولى، بدون ذكر البلد، 2009، ص: 92.

⁶⁸ مرزوق عايد القعيد وآخرون، مبادئ السياحة، دار إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص: 50.

⁶⁹ أحمد منال شوقي عبد المعطي، دراسة في مدخل علم السياحة، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، مصر، 2010، ص: 05.



- السياحة الخارجية: هي الحركة أو النشاط المتمثل في الانتقال والإقامة في حدود الدول والقارات المختلفة.⁷⁰
- السياحة الإقليمية: السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة.⁷¹
- 4- السياحة لطبيعة الموسم السياحي: يمكن لنا التفرقة بين كل من:⁷²
 - السياحة الشتوية : وهي التي تقع في فصل الشتاء بين شهري ديسمبر ومارس.
 - السياحة الصيفية: وهي التي تقع أثناء فصل الصيف بين شهري جوان وسبتمبر.
 - سياحة المناسبات: تقوم على الإحتفال بأعياد معينة ذات نمط خاص إما دينية أو فنية أو رياضية ... إلخ.
- 5- السياحة وفقا لمعيار الغرض من السفر: يعتبر هذا المعيار الأكثر شيوعا وتصنف كما يلي:
 - السياحة التراثية: وتتضمن السفر لأجل التجربة وفي بعض الحالات المشاركة في أسلوب حياة.⁷³
 - السياحة العلمية: ويطلق عليها كذلك بالسياحة البحثية، وهي التي تشمل الدراسات والبحوث العلمية.⁷⁴
 - السياحة الرياضية: لا تختص بريضة واحدة بعينها وإنما تمتد لتشمل الرياضات الجماهيرية.⁷⁵
 - سياحة التعلم والتدريب: تعتبر لغرض الدراسة والتعليم في بلد معين مثل تركيزهم على الدول المتقدمة.⁷⁶
 - سياحة المؤتمرات: لها نوعية من السائحين الذين يسافرون من مكان لآخر.⁷⁷
 - سياحة لغرض العمل المؤقت: حيث ينتشر هذا النوع من السياحة في ظروف الركود والكساد.⁷⁸
 - السياحة الترفيهية: ويرتكز هذا النوع على تغيير مكان الإقامة ليوم فأكثر من أجل الترفيه والإستمتاع.⁷⁹
 - السياحة العلاجية: هي سياحة للعلاج بإستخدام المراكز والمستشفيات الحديثة.⁸⁰
 - السياحة الدينية: بهدف زيارة الأماكن المقدسة مثل سفر المسلمين لأداء فريضة الحج.⁸¹
 - السياحة الثقافية: من حرف يدوية، تقاليد وعادات فن معماري، اللغة ... إلخ.⁸²
 - سياحة التسوق: بحيث تعرض المنتجات بأسعار منخفضة من أجل جذب السياح.⁸³

⁷⁰ وزارة الإقتصاد، دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها دوليا ضمن سلسلة نشر الوعي السياحي -، الإصدار الخامس، الإمارات العربية المتحدة، 2018، ص ص: 25-26، على الرابط الإلكتروني:

<https://www.economy.gov.ae/PublicationsArabic/> دليل المفاهيم 20% و 20% التعرفات 20% السياحية.pdf، 2020/04/28، 10:10.

⁷¹ خالد كواش، السياحة - مفهوما، أركانها، أنواعها -، دار التنوير، الجزائر، 2007، ص: 89.

⁷² محمد الفاتح محمود المغربي، تسويق الخدمات السياحية، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص: 13.

⁷³ محمد عبيدات، التسويق السياحي -مدخل سلوكي-، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، الأردن، 2008، ص: 146.

⁷⁴ غضبان فؤاد، الجغرافيا السياحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص: 61.

⁷⁵ طارق كمال، السياحة والبيئة، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص: 56.

⁷⁶ أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية، الطبعة الأولى، الأردن، 2007، ص: 38.

⁷⁷ أماني رضا، الإعلام والسياحة، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الطبعة الأولى، مصر، 2017، ص ص: 25-26.

⁷⁸ رضا محمد السيد، أساسيات الجغرافيا السياحية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص: 21.

⁷⁹ مرزوق عايد القعيد وآخرون، مرجع سبق ذكره، 2011، ص ص: 60-64.

⁸⁰ لمياء السيد حفني، فحي الشرقاوي، الإتجاهات الحديثة في السياحة، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص: 184.

⁸¹ أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية-الأسس و المرتكزات-، دار الياض للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص: 26.

⁸² نائل موسى محمود سرحان، مبادئ السياحة، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص: 32.

⁸³ سمر رقي الرحبي، الإدارة السياحية الحديثة، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص: 24.



6- حسب الإيواء: ومنها الأنواع الآتية: 84

- السياحة في الفنادق: تؤمن راحة عالية وتقدم خدمات سياحية متكاملة تشمل الخدمات الأساسية.
- السياحة في القرى السياحية: أصبحت حاليا مواقع سياحية لجميع السياح، وبنيت فيها المرافق الحديثة.
- السياحة في المخيمات: تعتبر قليلة التكلفة بالنسبة للسياح الشباب والعائلات الكبيرة.

المطلب الثاني: المؤسسات السياحية

تعد المؤسسات السياحية من أهم الموضوعات التي تشغل تفكير حيزا كبيرا من دول العالم، نظرا للخدمات التي تقدمها بإعتبارها رائدا حقيقيا للتنمية الاقتصادية بشقيها المباشر وغير مباشر، فهي تلعب دورا رياديا ليس فقط بالنسبة للدخل القومي وتوفير فرص العمل، وأيضا للفوائد المترتبة عنها سواء للسائح أو للبلد المضيف.

أولا: تعريف المؤسسة السياحية

تعرف المؤسسة السياحية على أنها "عبارة عن مؤسسة تقوم بتنظيم أو تسويق رحلات شاملة كما تقوم بخدمات خاصة بالرحلات"،⁸⁵ كما تعرف على أنها " تلك الأماكن المعدة أساسا لإستقبال السياح وتقديم الخدمات المختلفة من مأكولات ومشروبات، التي يتم إستهلاكها في نفس المكان كالمطاعم وكذلك المنشآت التي تمتلك وسائل النقل المختصة لنقل السائحين أو تلك المعدة لإقامة النزلاء والسائحين مثل الفنادق".⁸⁶ والجريدة الرسمية للمملكة المغربية حسب المادة الثانية عرفت المؤسسات السياحية كما يلي: " تعتبر مؤسسة للإيواء السياحي، كل مؤسسة ذات طابع تجاري تستقبل زبناء عابرين أو مقيمين وتقدم لهم خدمة الإيواء ومجموع خدمات المطعم والترفيه أو بعضها يمكن أن تتوفر مؤسسة الإيواء السياحي على تجهيزات ومعدات تسمح لها بأن تقدم للزبناء، بالإضافة إلى الإيواء، خدمات أخرى تتعلق بالإستحمام من أجل العلاج أو الراحة أو الرياضة أو عقد المؤتمرات"،⁸⁷ وعليه فالمؤسسة السياحية عبارة عن مجموعة من المنتجات التي تشمل النقل والإقامة والتموين والموارد الطبيعية والترفيه وغيرها من المرافق والخدمات، مثل المتاجر والبنوك وشركات السياحة الأخرى.

ثانيا: أهمية المؤسسات السياحية

تتمتع المؤسسات السياحية بأهمية كبيرة تتمثل فيما يلي:⁸⁸

- إن المؤسسات السياحية تعتبر مكملة لبعضها البعض من حيث تعدد جهات الإنتاج في هذا المجال من فنادق ومطاعم ونقل ... إلخ.
- تهيئة المنتج المتعدد الجهات وتطوير السياحة الداخلية عن طريق المحافظة على المقومات الحضارية.

⁸⁴ محمد الموسوي، عبد اللطيف آل عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص: 107.

⁸⁵ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص: 166.

⁸⁶ عاطف الأخرص، سمير حمودة، محاسبة المنشآت السياحية، دار البركة، الطبعة الأولى، الأردن، 2001، ص: 190.

⁸⁷ الجريدة الرسمية للمملكة المغربية، ظهير شريف رقم: 1.15.108. صادر في: 18 شوال 1436 الموافق لـ 04 أوت 2015 بتنفيذ القانون رقم 80.14

المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، عدد: 6389 بتاريخ 24 أغسطس 2015، ص: 7220، على الرابط الإلكتروني:

<http://adala.justice.gov.ma/production/html/Ar/190653.htm>، 2020/04/29، 10:10.

⁸⁸ زيد منير عبوي، إدارة المنشآت السياحية والفندقية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص: 13.



- إن المؤسسات السياحية صناعة متداخلة، حيث كل عنصر فيها يقدم من قبل منتج مستقل فلا بد من خلق منتج سياحي متكامل ليشبع حاجات السياح.
- تخلق المؤسسات السياحية كفاءات مؤهلة وقادرة على إدارة قطاع حساس الذي يخلق الإنطباع الأول والأخير في نفسية الضيف.

ثالثاً: الآثار الاقتصادية المباشرة والغير مباشرة للمؤسسات للسياحة

ومن أهم الآثار المباشرة والغير مباشرة للمؤسسات للسياحة مايلي:

1- الآثار الاقتصادية المباشرة للمؤسسات للسياحة: تتمثل فيما يلي:⁸⁹

- 1-1- توفير العملة الصعبة: السياحة تعمل من خلال عائداتها على توفير العملات الصعبة، التي ينجم عنها تحسين مستوى المعيشة ونوعية الحياة للمجتمع المحلي هذا من جهة ومن جهة أخرى تساهم المؤسسات السياحية في دعم التنمية الشاملة على المستوى الوطني والمحلي.
- 1-2- توفير فرص عمل جديدة: يعمل إنشاء المشاريع السياحية المباشرة أو المساعدة لها بمختلف أنواعها، أو التوسع في إنشاءها رأسياً أو أفقياً، على خلق فرص عمل جديدة سواء كان تمويل هذه المشاريع برأس مال أجنبي أو وطني، مما يؤدي إلى التخفيف من مشكلة البطالة في كثير من الأحيان.
- 1-3- زيادة القيمة المضافة: تؤدي جميع المنافع السابقة الذكر إلى تحقيق زيادة ملموسة في القيمة المضافة والتي بدورها تؤدي لزيادة في الناتج الوطني للدولة، بالإضافة إلى أن توزيع المشاريع السياحية على المناطق السياحية المختلفة يعمل على تطويرها وتحسين مستويات المعيشة فيها.
- 1-4- تحسين وضعية ميزان المدفوعات: تعمل السياحة (كصناعة تصديرية) على تحسين ميزان المدفوعات بالنسبة للدول المستقبلة للسياح من خلال ما تضخه من عائدات سواء على شكل إستثمارات أو ضرائب أو رسوم، وذلك لأن ميزان المدفوعات يعتبر قيدا مزدوجا ينظم كافة المعاملات بين دولة ما وسائر العالم، والسياحة جزء من هذه المعاملات، وهو يتكون من ميزان المعاملات التجارية وحركة رأس المال.
- 1-5- تحقيق التكامل الرأسي والأفقي بين القطاعات الاقتصادية: التوسع في المشاريع السياحية يرتبط به ظهور مشاريع أخرى جديدة، تمارس نشاطات إقتصادية معينة يزداد عليها الطلب نتيجة نشاط الحركة السياحية وزيادة الطلب السياحي حيث يعمل تطوير وتنشيط قطاع السياحة على إيجاد أنواع متعددة ومختلفة من العلاقات بين القطاعات الإقتصادية الأخرى الكثيرة والمتنوعة ينجم عنها تحقيق منافع إقتصادية مباشرة أو غير مباشرة.
- 2- الآثار الإقتصادية غير المباشرة للمؤسسات السياحية: تتمثل فيما يلي:
 - 1-2- الأثر على الإستثمار الوطني والأجنبي: تتضمن السياحة مجالات مختلفة للإستثمارات مثل بناء الفنادق، المطاعم، مراكز الرياضة، القرى السياحية، شركات السياحة ووكالات السفر ووسائل النقل، وبالتالي ترتفع الإستثمارات في هذا المجال، كما تؤدي السياحة إلى دعم الأنشطة الإقتصادية الأخرى في قطاع الزراعة والصناعة والخدمات وذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات الزراعية والصناعية والإستثمارات فيها.

⁸⁹ عثمان محمود، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط سكاني شامل ومتكامل، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، 2003، ص ص:



2-2- الأثر على تنمية المرافق الأساسية والبنية التحتية: إن زيادة الحركة السياحية تتطلب تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى خصوصا مصادر المياه وشبكة الصرف الصحي وأنظمة التخلص من النفايات والاتصالات، من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة.

2-3- الأثر على الرواج الإقتصادي: إن المبالغ التي تدخل لقطاع السياحة تدور في حركة الإقتصاد الوطني، فالإستثمار في القطاع السياحي يؤدي في كل الأحوال إلى زيادة العمالة التي بدورها تحصل على رواتبها والتي تمثل قدرة شرائية جديدة إضافة إلى أن الضرائب والرسوم المفروضة على هذه البضائع والخدمات المستوردة وكذا المدخول من إعادة بيع المنتج السياحي إلى المستهلكين وأصحاب الأعمال، تؤدي إلى دورات جديدة من الشراء والإنفاق داخل الدولة، وبالتالي تؤدي إلى مضاعفة الدخل السياحي.

2-4- الأثر على تسويق بعض المنتجات: غالبا ما يقوم السياح عند زيارة بلد ما على شراء سلع تذكارية أو ما تشتهر بها تلك الدول المستقبلية، وطبيعة هذا الإنفاق على هذه السلع يعد بمثابة تصدير لمنتجات وطنية دون الحاجة إلى شحن أو تسويق خارجي، فكلما زاد عدد السياح القادمين من الخارج كلما زادت الصادرات.

ثالثا: فوائد السياحة والمؤسسات السياحية

مما لا شك فيه أن للسياحة والمؤسسات السياحية أهمية بالغة في مختلف شؤون الحياة البشرية، فهي تمثل مصدرا للمنافع الجمة الإقتصادية منها وغير الإقتصادية على كل من المجتمعات المضيفة لها، وحتى تلك التي تصدرها بالإضافة إلى فوائدها التي تنعكس على السائح في حد ذاته كالرفاه، والمتعة، والراحة، والإسترخاء، والتحصيل المعرفي، وتحسين مستوياته البدنية والعقلية، وإكتشافه وفهمه لشعوب وثقافات جديدة بالنسبة له، هذا بالإضافة إلى:⁹⁰

- توفر فرص العمل، لليد العاملة الماهرة وغير الماهرة على حد سواء، لأنها صناعة كثيفة التشغيل للأفراد.
- زيادة الناتج الوطني الإجمالي، والإيرادات الحكومية، مما يؤدي في الغالب إلى زيادة الدخل لدى الأفراد.
- تضمن خلق بنى تحتية جديدة، وتطوير وتحسين البنى التحتية القائمة.
- تطوير البنى التحتية من شأنه أيضا تحفيز النشاطات المحلية الأخرى كالصناعة والتجارة.
- تساعد على تنويع الإقتصاد، وتطوير الموارد والمنتجات المحلية.
- تعتبر سبيلا ناجحا لنشر تنمية شاملة داخل المجتمعات المضيفة.
- يمكن أن تكون عنصرا مكملا لأنشطة التنمية الإقتصادية الأخرى.
- تحسين نوعية الحياة، والمستوى المعيشي للأفراد المرتبط بالأساس بارتفاع مستوى الدخل.
- توسيع المكتسبات التعليمية والثقافية، وتحسين مشاعر الذات.
- تعزز مساعي الحفاظ على التراث المحلي والتقاليد الوطنية وحماية البيئة وتحسينها.
- تعزيز التراث الثقافي بسبب إهتمام الزوار بالثقافة المحلية.
- توفر المرافق السياحية الترفيهية والتي يمكن للسكان المحليين إستخدامها.

⁹⁰ Charles R. Goeldner & J.R. Brent Ritchie, **Tourism - Principles, Practices, Philosophies-**, Published by Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, Published simultaneously in Canada, Eleventh edition, 2009, p: 31 .



- كسر جميع الحواجز اللغوية والإجتماعية، والثقافية والطبقية، والعنصرية والسياسية وغيرها.
- تخلق صورة إيجابية عن المجتمعات المضيفة في جميع أنحاء العالم.
- تشجع على خلق ما يسمى المجتمع العالمي، وتعزز التفاهم والسلم الدوليين.

المطلب الثالث: ماهية المقاولاتية السياحية

إن التطور والإزدهار الذي يشهده قطاع السياحة في العالم، أصبح من الضروري الإستثمار في هذا المجال والإرتقاء به، من أجل تلبية مختلف حاجات قاصديه من نقل وإيواء وبنى تحتية وخدمات وغيرها، ما دفع العديد من الدول إلى زيادة الإهتمام بالإستثمار السياحي تحت مسمى المقاولاتية السياحية وأهميتها في التنمية.

أولاً: تعريف المقاولاتية السياحية

هي مختلف الخدمات السياحية اللازمة، من خدمات إقامة وطعام وشراب وخدمات علاجية، ثقافية، رياضية، تجارية، إرشاد سياحي، تنظيم برامج للرحلات وكذلك خدمات النقل السياحي بمختلف أنواعها لكافة السياح على مختلف أنواعهم،⁹¹ وهي مختلف الأعمال والأنشطة المتعلقة بتطوير وتشغيل المؤسسات السياحية القانونية، أو بالأحرى تلك الشركات التي تعمل على أساس مربح وذلك بهدف تلبية إحتياجات السياح والزوار، وهذه الشركات تتضمن الفنادق والوكالات السياحية ومنظمي الرحلات السياحية، أي أن بائعي السلع أو الخدمات السياحية مثل الحرف اليدوية هم أيضاً رواد أعمال في مجال السياحة.⁹²

ومن خلال ما سبق نستنتج أن المقاولاتية السياحية بأنها التطبيق المهني للمعرفة والمهارات والكفاءات أو توليد فكرة جديدة متعلقة بالسياحة، من قبل فرد أو مجموعة من الأفراد عن طريق إطلاق مشروع جديد أو التتويج من مشروع موجود، وبالتالي، لتحقيق النمو والأرباح وينتج عنه مناصب عمل و منافع للسائحين.

ثانياً: أركان السياحة

يمكن تقسيم أركان السياحة إلى:⁹³

- 1- النقل: السياحة مرتبطة إرتباطاً وثيقاً بصناعة النقل إذ أنه لا يمكن أن تنشئ سياحة وتتطور بدون وسائل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها بمختلف أصنافها والتي تشمل ما يلي:
 - 1-1 البرية: وتشمل السيارات الخاصة والمؤجرة، الباصات السياحية، القطارات، الدراجات النارية ... إلخ.
 - 1-2 البحرية: وتشمل المراكب، الزوارق، اليخوت ... إلخ.
 - 1-3 الجوية: وتشمل الطائرات النفاثة والطائرات العادية والطائرات العمودية.
- 2- البرامج: لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقاً أو عند وصوله البلد المعني، وهذه البرامج تشمل زيارات المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والمناطق العلاجية أو

⁹¹ فؤاد السيد الملبجي، المحاسبة في الأنشطة السياحية والفندقية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2006، ص: 96.

⁹² Sergiu Rusu, Isac Florin Lucian, Milin Ioana Anda , **Entrepreneurship in Tourism - Reasons, Necessary Resources and Impediments**, Article in Ecoforum, Volume 6, Issue 3(13), 2017, p: 02, Link: <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/666/420>, 28/04/2020, 21:00.

⁹³ خليل محمد سعد، الإدارة السياحية، الجندرية للتوزيع النشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2017، ص: 35-37.



الدينية أو الطبيعية أو الرياضية ... إلخ، بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى مثل المحلات، الأسواق، التقدم المدني، المتنزهات ... إلخ.

3- الإيواء: لا يوجد سياحة حقيقة بدون أماكن الإيواء فإن أول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله إلى أي دولة أو أي مكان كان هو مكان مناسب للإقامة إذ يبحث عن الإقامة قبل البحث عن الطعام والشراب والترفيه، والإيواء يمثل فنادق موتيلات، شقق سياحية، غرف، مخيمات ويمثل أيضا بصورة مباشرة الطعام والشراب.

4- البنية التحتية للسياحة: مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع أو منطقة سياحية، مثل شبكات المياه الثقيلة، المياه العذبة، الكهرباء، الغاز، الخدمات الصحية، الطرق، البنوك ... إلخ، وإن أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة بدون توفر هذه الخدمات وتعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية.

5- البنية الفوقية للسياحة: مصطلح يطلق على منشآت الإقامة الفنادق والموتيلات مخيمات وغيرها وكذلك مشاريع الإستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية، وكلاء السفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، مترجمين، وأدلاء سياحيين، المنظمات السياحية، المسارح، الملاعب، السينمات ... إلخ، وهذه الخدمات تختلف من بلد لآخر وحسب مستوى تقدم البلد.

ثالثا: أهمية المقاولاتية السياحية

إن صناعة السياحة تمتاز بقدرتها العالية والخاصة على بعث سلسلة من العمليات والنشاطات الإنتاجية والاستثمارية في الإقتصاد الوطني بسبب إمتداد آثار الطلب السياحي إلى العديد من السلع والخدمات في القطاعات المختلفة والتي تزيد في بعض الأحيان عن 140 نشاطا وصناعة فرعية، وهذا ما يؤكد الفعالية الإقتصادية التي يمتاز بها النشاط السياحي، إذ يعد وعلى الأخص في الدول السياحية المحرك الأساسي للإقتصاد الوطني ويبعث النشاط فيه ويعمل على تحقيق التنمية.⁹⁴

إن الإستثمار السياحي في الثروة السياحية الحضارية والطبيعية فضلا عن الإستثمار في مجال الخدمات والتسهيلات السياحية ستكون له منافع إقتصادية وإجتماعية وثقافية وبيئية على النطاق المحلي، وقد تميز عالمنا المعاصر بصناعة السياحة، مما جعل الكثير من البلدان تهتم بالإستثمار السياحي نظرا لمزاياه الإيجابية المتعددة في المجالات الإقتصادية والإجتماعية والثقافية والبيئية، وقد أصبحت السياحة ذات أثر فاعل في دعم الإقتصاد العالمي وتنشيط حركة الإستثمار، مما أدى إلى إيجاد فرص عمل جديدة متزايدة سنويا ويقصد بالإستثمار السياحي توظيف الأموال والمدخرات في إقامة مشروعات، عن طريق توظيف المدخرات في شراء أو إنتاج معدات وآلات وأجهزة ومبان، أي إستخدام تلك المدخرات في زيادة الطاقة الإنتاجية، إذ تعمل الطاقة الإنتاجية على توفير المزيد من الخدمات لأفراد المجتمع والدولة.⁹⁵

⁹⁴ الدباغ مثى طه، علي إسماعيل محمد، إقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2000، ص: 15.

⁹⁵ الزهراني عبد الناصر بن عبد الرحمن، قسيمة كباشي حسين، الإستثمار في محافظة العلا، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، المملكة العربية

السعودية، 2008، ص: 16.



ويهدف الإستثمار السياحي في الموارد الثقافية الطبيعية والتجهيزات والخدمات السياحية إلى تحقيق عدد من المنافع الإقتصادية والإجتماعية والثقافية والبيئية، إذ يعود الإستثمار في القطاع السياحي بالعديد من الفوائد والمنافع الإقتصادية للدولة والمجتمع ومن هذه المنافع الإقتصادية هو المساهمة في زيادة الناتج المحلي بما ينتجه القطاع السياحي من سلع وخدمات، فضلا عن تدفق رؤوس الأموال الأجنبية والمحلية وزيادة الدخل من العملات الأجنبية وينتج عن ذلك تحسن في ميزان المدفوعات، وزيادة القيمة المضافة وتنوع مصادر الدخل من خلال إستقطاب رؤوس الأموال المحلية للقطاع الخاص وإستثمارها في مجال الحرف والصناعات التقليدية ذات الصلة بصناعة السياحة، فضلا عما يؤدي إليه ذلك من تنمية للبنى التحتية والمرافق العامة وتطويرها، إن للإستثمار في قطاع السياحة قدرة على توليد فرص عمل جديدة، وعلى الأخص في القطاع الخدمي بشكل يفوق النشاطات الإقتصادية الأخرى، فضلا عن الآثار غير المباشرة الناتجة من زيادة فرص العمل والحد من البطالة وإنخفاض نسبتها، كما يترتب على زيادة فرص العمل إرتفاع مستوى الرفاهية الإجتماعية وغير ذلك من المنافع والفوائد الأخرى.⁹⁶

هذا من الناحية الإقتصادية أما من الناحية الإجتماعية والثقافية فإن الإستثمار في القطاع السياحي يؤدي إلى إحداث التحولات الإجتماعية في النظرة إلى التعامل مع السائح بطريقة تحافظ على الأنماط الإجتماعية والثقافية وعادات المجتمع المحلية وتقاليد وثوراته، كما تعمل على تطوير الإمكانيات المجتمعية للتعامل مع الثقافات الوافدة والمتمثلة بالسياح وتعاملهم، لإيجاد نوع من التجانس بين الثقافة المحلية والثقافة المصاحبة لدخول السياح وإقامتهم وإختلاطهم بالسكان المحليين،⁹⁷ وبذلك يعد القطاع السياحي أحد القطاعات الإقتصادية المهمة المضافة والتي تساعد على تحقيق نمو إقتصادي وإجتماعي في البلدان المختلفة وأن الإهتمام بالسياحة كباعث على تحقيق تنمية مستدامة يعد مطلباً إقتصادياً مهماً لتحفيز الإستثمار في المناطق السياحية الطبيعية والبيئية والثقافية والحضارية.

المبحث الثالث: متطلبات المقاولاتية السياحية

إن المشاريع الريادية في المجال السياحي لا يمكن أن تزدهر إلا في مجتمع تتوفر فيه روح الريادة وحب العمل الحر هذا من جهة، إضافة إلى تواجد مجموعة من المتطلبات سواء كانت متطلبات كلية للمقاولاتية السياحية أو متطلبات مؤسساتية التي تقوم بتنظيم وإدارة هذه المشاريع وتوفير مختلف العوامل التي تشجع المقاولاتية السياحية والتي تسمح بخلق مناخ مناسب لنجاح هذا النوع من المشاريع، وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطالب الثلاثة التالية:

◀ المتطلبات الكلية للمقاولاتية السياحية؛

◀ المتطلبات المؤسساتية للمقاولاتية السياحية؛

◀ العوامل المشجعة للمقاولاتية السياحية؛

⁹⁶ سعدي يحي، العمراوي سليم، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الإقتصادية-حالة الجزائر-، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 36، 2013، ص: 101، على الرابط الإلكتروني: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=82764>، 2020/04/29، 20:20.

⁹⁷ الزهراني عبد الناصر بن عبد الرحمن، قسيمة كباشي حسين، مرجع سبق ذكره، ص: 24.



المطلب الأول: المتطلبات الكلية للمقاولاتية السياحية

كثيرا ما يرتبط النهوض بقطاع ما في أي دولة بما تتوفر عليه من بنى تحتية وخدمات وعناصر الجذب السياحي والمؤسساتية التي تضمن سن التشريعات والسياسات الداعمة لإستقرار الإقتصاد الكلي هذا من جهة، ومن جهة ثانية وجود نظام تعليمي وصحي قائم، كل هذا في بيئة ثقافية تشجع على الإبداع والإبتكار.

أولاً: البحث العلمي التطبيقي

البحث العلمي التطبيقي هو منبع الأفكار الإبتكارية التي تعبر بالدول نحو التنافسية العالمية والتقدم العلمي، إن البحث التطبيقي يعتبر من المرافق الإستثمارية الهامة التي تؤدي إلى التحولات التكنولوجية بجميع أبعادها المادية والبشرية والنظرية والتطبيقية والعسكرية، ويعد البحث العلمي كأى إستثمار إقتصادي يعتمد على معايير تقييم الجدوى والكفاءة، فالبحث نشاط علمي تكنولوجي مؤسسي يقوم على توجيه مخطط للإنفاق الإستثماري وفق معايير الجدوى الإقتصادية، وذلك لتعزيز المعرفة العلمية في المجالات كافة وربطها بوسائل الإختبار والتطبيق والإنتاج، بما يضمن تطويرا أو إبتكارا أو إختراعا لتوليد أجهزة أو مواد أو أساليب إنتاج أو منتجات جديدة أو محسنة لرفع الكفاءة الإنتاجية.⁹⁸

وتعتبر الجامعات مصادر تنمية وتطوير مخرجات البحث العلمي التطبيقي، حيث يعتبر من أبرز مظاهر التقدم في دعم ريادة الأعمال التركيز على دعم ميزانيات الأبحاث العلمية وإستقطاب الكفاءات البحثية المتمكنة، ونشر البحوث والدراسات العلمية التي تنفذها مراكز البحوث وأعضاء هيئة التدريس بما في ذلك مشاريع التخرج، دراسات البحث والتطوير والتقارير التي تناقش في المؤتمرات العلمية والإقتصادية على الصعيد المحلي وما ينتج عنها من توصيات ومقترحات وما تحدده من فرص إستثمارية ومجالات خلق مشاريع إستثمارية،⁹⁹ واعتبارا لما تقدم يبدو أن الجامعة تمثل الحوض الأمثل للفكر المقاولاتي بالنظر إلى المقومات الفكرية والبشرية التي تميز المؤسسات الجامعية وبالنظر كذلك للأهداف المنتظرة من التعليم والتكوين في علاقته بالمحيط الإقتصادي والإجتماعي، من جهة أخرى فإن الجامعة تلعب دورا أساسيا في الإقتصاد على إعتبار أنها محرك قوي للإبداع والتغيير الإقتصادي.¹⁰⁰

ثانياً: البنية التحتية للمقاولاتية السياحية

إن مشروعات البنية التحتية ضرورية لنجاح ثقافة ريادة الأعمال، وخاصة في السوق المحلي مثل المواصلات، والكهرباء، والطرق، والبريد، والنقل، والخدمات المساندة، فإن توافر المعلومات الحديثة والدقيقة أمر ضروري لدعم بيئة ريادة الأعمال والمساعدة على عملية إتخاذ القرار الإستثماري، وإن ظهور الإنترنت وتطبيقاتها أحدث ثورة في مفهوم مشروعات رواد الأعمال، فقد أسهمت أساليب شراء الإلكترونيات الفعالة في فتح أسواق كبرى أمام رواد الأعمال، وتسهل الإنترنت للمنشآت الصغيرة فرصة تخطي الحدود والإنتفاخ على الأسواق عالمية كبرى، فرائد أعمال واحد في مدينة صغيرة في أحد أصقاع العالم يمكنه الآن امتلاك مكتب سياحي يمكن

⁹⁸ أحمد بن عبد الرحمن الشمري، وفاء بنت ناصر المبيري، ريادة الأعمال، مرجع سبق ذكره، ص: 47.

⁹⁹ نضال الحواري، ضرار العتيبي، إدارة المشاريع الإنمائية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص: 92.

¹⁰⁰ Nadia Rajhi, *Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur tunisien*, thèse de doctorat, université de Grenoble, 2011, p: 199.



أن يبيع للعالم، فطالما أن ذلك المكتب يقدم الخدمة بجودة عالية وكفاءة فلا يهتم المستهلك أن تكون شركة كبيرة أو صغيرة، بل قد فتحت التجارة الإلكترونية المجال لشركات صغيرة أن تنافس الشركات الكبرى في مجالات مختلفة، وأصبح لوسائل الإعلام الاجتماعي تأثير كبير في تبادل المعلومات ونشر الثقافة الشبكية في تطوير الأفكار ونشرها وترويجها والتسويق لها وبيعها أيضا، ومن عناصر البنية التحتية للسياحة تمثل الدعائم الرئيسية لتنمية القطاع السياحي وتطويره، ونذكر منها:¹⁰¹

- عناصر الجذب السياحي: وتشمل العناصر الطبيعية، وعناصر من صنع الإنسان، كالمنتزهات ... إلخ.
- أماكن الراحة والنوم.
- التسهيلات المساندة: في جميع أنواعها كالإعلان والترويج السياحي والإدارة السياحية والمصارف وتسهيلاتهما في عمليات الإيداع والسحب للأجانب.
- البنية التحتية الخاصة بالنقل بجميع أنواعه: البري والبحري والجوي لتسهيل حركة التنقل.
- خدمات البنية التحتية الأخرى: كتوفر المياه الصالحة للشرب، وعدم إنقطاع الكهرباء، وتوافر وسائل الاتصالات الحديثة والشبكات اللاسلكية (WIFI).
- عناصر مؤسسية: تتضمن سن التشريعات والقوانين والهياكل التنظيمية العامة، ودوافع جذب الإستثمار في القطاع السياحي، وبرامج تعليم الموظفين في القطاع السياحي وتدريبهم.
- خدمات مختلفة: مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة والسفر، ومراكز صناعة المنتجات التقليدية واليدوية وبيعها، والمرشدين السياحيين، بالإضافة إلى وجود عنصر آخر يتفاعل مع العناصر السابقة، هو الموارد البشرية والكوادر المؤهلة.

ثالثا: الثقافة السياحية

الثقافة السياحية لها دور كبير في تبادل وانتقال ثقافات الشعوب، فتنتقل السائح عبر الدول، تكسبه ثقافات جديدة، كما يمكنه أيضا من نشر ثقافة بلده، لدى أوساط المجتمعات المستقبلية له، وعليه فالثقافة السياحية مسؤولية كل المؤسسات السياحية الموجودة في المجتمع، بالإضافة إلى الأسرة والمدرسة، لأن الثقافة السياحية عملية مستمرة وليست مقيدة بوقت أو مرحلة عمرية مميزة، فإمكان التربية أن تتضمن جزءا من الثقافة السياحية لكي تقوم السياحة بدور تربوي فعال (سياحة تربوية).¹⁰²

رابعا: التطور التقني وتكنولوجيا المعلومات في قطاع السياحة

هناك العديد من خدمات شبكة الإنترنت للقطاع السياحي، ونذكر أهم هذه الخدمات:¹⁰³

¹⁰¹ محمد عثمان غنيم، التخطيط السياحي والتنمية، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2004، ص: 246.

¹⁰² عبد القادر هدير، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، ماجستير علوم تسيير تخصص مالية ونقود وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص: 73، على الرابط الإلكتروني:

http://biblio.univ-alger.dz/xtf/data/pdf/197/HEDIR_ABDELKADER.pdf، 20:20، 2020/04/30.

¹⁰³ Medina Garrido, José, Salustiano Martínez-Fierro, Jose Ruiz-Navarro, **Cases on Information Technology Entrepreneurship**, IGI Publishing, New York, 2008, p: 69.



- البريد الإلكتروني والذي يعني إرسال الرسائل وإستقبالها إلكترونياً، وتستخدم في معظم الشركات السياحية والسائح والخدمة الربط عن بعد، خدمات توفير المعلومات في قواعد البيانات.
- خدمة تحديد المواقع المكانية المواقع السياحة والفنادق والمطاعم والمنتجعات والمنتزهات على الخرائط عن طريق شبكة الإنترنت، والخدمات الترفيهية وتوفير المعلومات لهواة السفر والسياحة.
- لذا تعد تكنولوجيا المعلومات من أهم مقومات الحياة الجديدة وترتبط ارتباط وثيق بجميع ميادين النشاط الإنساني والإقتصادي والإجتماعي ومنها السياحية، إذ تلعب دورة إستراتيجية في ميادين هذه الأنشطة وهناك جوانب عديدة أهمها:¹⁰⁴
- تقدم وسائل الإتصالات الدولية إلى التبادل السريع للمعلومات بين الشركات السياحية وكذا إمكانية إتصال السائح في أي وقت ببلده.
- تطور قطاع النقل الجوي وإنخفاض تكاليفه وباقي وسائل النقل الأخرى مما جعل العالم قرية واحدة.
- إتباع الأساليب العلمية الحديثة في الدعاية والترويج والتسويق السياحي مما زاد الدافع لزيارة هذه الأماكن.¹⁰⁵
- إنتشار الثقافة بين شعوب العالم المختلفة وزيادة الفضول للتعرف على الحضارات المختلفة.

خامساً: الصحة والتعليم الأساسي

يعد القطاع الصحي عاملاً هاماً في تحسين صحة أفراد المجتمع، وكلما كان القطاع الصحي أكثر تطوراً، إنعكس ذلك إيجاباً على صحة الأفراد، مما يؤدي إلى تحسين وزيادة إنتاجيتهم، ما يعني زيادة في الناتج المحلي الإجمالي وبالتالي زيادة في معدلات النمو الإقتصادي، وعلى خلاف ذلك سيكونون أقل إنتاجية، وبالتالي تكاليف كبيرة يتحملها رجال الأعمال، كما ينجم عنه الغياب عن العمل ومستوى الأداء المنخفض، وبالتالي فإنها تعتبر أمراً بالغ الأهمية لإعتبارات إقتصادية وكذلك أخلاقية واضحة، إضافة إلى الصحة، يؤخذ في الإعتبار كمية ونوعية التعليم الأساسي الذي يتلقاه السكان، وهو أمر بالغ الأهمية في إقتصاديات المعرفة، فالتعليم الأساسي يزيد من كفاءة كل عامل على حدى، علاوة على ذلك، يمكن للعاملين الذين تلقوا تعليماً في المراحل الأولى من القيام بأعمال يدوية بسيطة فقط ويجدون صعوبة أكبر في التكيف مع عمليات وتقنيات الإنتاج الأكثر تقدماً، وبالتالي يمكن أن يصبح الإفتقار إلى التعليم عائقاً أمام تطور الأعمال، حيث تجد الشركات صعوبة في الإرتقاء بسلسلة القيمة من خلال إنتاج منتجات أوخدمات أكثر تطوراً أو كثيفة القيمة.

سادساً: البيئة المؤسسية

يتم تحديد البيئة المؤسسية من خلال الإطار القانوني والإداري الذي يتفاعل من خلاله الأفراد والشركات والحكومات لتوليد الدخل والثروة، حيث أصبحت لها أهمية كبيرة في الوقت الحالي، بالنظر إلى الدور المتزايد الذي تلعبه الحكومات في إقتصاديات العديد من البلدان، إن جودة المؤسسات لها تأثير قوي على التنافسية والنمو، لما لها من تأثير على قرارات الإستثمار وتنظيم الإنتاج وتلعب دوراً رئيسياً في الطرق التي توزع بها

¹⁰⁴ دلال عبد الهادي، دراسات في أساسيات السياحة، دار الفتح للطباعة والنشر، مصر، 2003، ص: 122.

¹⁰⁵ غادة صالح، إقتصاديات السياحة، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر، مصر، 2008، ص: 91.



المجتمعات الفوائد وتحمل تكاليف إستراتيجيات وسياسات التنمية، على سبيل المثال، مالكي الأراضي أو أسهم الشركات أو الملكية الفكرية غير مستعدين للإستثمار في تحسين وصيانة ممتلكاتهم إذا كانت حقوقهم غير آمنة، كما أن دور المؤسسات يتجاوز الإطار القانوني، فمواقف الحكومة من الأسواق والحريات وكفاءة عملياتها، مهم جدا لأن البيروقراطية والفساد الإداري، وخرق الثقة في التعامل، وعدم الشفافية، والتبني السياسي للنظام القضائي فرض تكاليف إقتصادية كبيرة على الشركات يؤدي بالضرورة إلى بطء عملية التنمية الإقتصادية.¹⁰⁶

سابعا: إستقرار الإقتصاد الكلي

يعتبر من العوامل المساعدة على تنمية ريادة الأعمال من خلال وضع السياسات الإقتصادية الداعمة، حيث أن الهدف الأساسي من وضع السياسات الكلية في الدولة هو تحقيق الإستقرار الإقتصادي، ومن أمثلة هذه السياسات: تخفيض نسبة التضخم، وتحديد أسعار فائدة منخفضة والحفاظ على مستوى أسعار تبادل مستقرة، وإن من أهداف سياسات الإقتصاد الكلي تخفيض درجة البيروقراطية التي تواجه إنشاء المشروعات الصغيرة مثل تطوير الأنظمة الضريبية الداعمة للمشروعات الصغيرة، والإجراءات، وإن سهولة الوصول للسوق على درجة عالية من الأهمية، حيث يكمن دور السياسات الإقتصادية الكلية في إيجاد فرص إستثمار للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، على سبيل المثال في اليابان الشركات الكبيرة مطالبة نظاما ببناء تحالف إستراتيجي مع المنشآت الصغيرة بإعتبارهم موردين ومقاولين من الباطن.¹⁰⁷

المطلب الثاني: المتطلبات المؤسسية للمقاولاتية السياحية

إن إقتناع الدول بأهمية المقاولاتية في مجال السياحة وهو ما دفعها إلى إتخاذ إجراءات عديدة لدعم هذا القطاع والسعي لتوفير جميع المتطلبات بين الجهات المسؤولة على النشاط السياحي والجهات القائمة عليه هذا من جهة وأيضا توفير البيئة الملائمة وكل التسهيلات والتشريعات اللازمة لهذه المشاريع، وهي كما يلي:

أولا: المتطلبات التنظيمية

وهي التي ترتبط بعوامل التنسيق والتنظيم والإدارة وتتم من خلال الجهات المسؤولة عن النشاط السياحي سواء كانت وزارة أو أجهزة الثقافة أو القطاع السياحي بأكمله من خلال وضع القوانين والأنظمة التي تتعلق بالنشاط السياحي مع تحديد الاختصاصات والمسؤوليات بين الأجهزة المعنية المختلفة، وهذا التوزيع في المهام واتخاذ القرارات السياحية،¹⁰⁸ وهي التي تحدد القواعد وتنظم العمل السياحي داخل الدولة مثل الوزارة والمديريات والدواوين والوكالات الوطنية الخاصة بدعم النشاط السياحي الجهوي التي من شأنها أن تدعم النشاط المقاولاتي السياحي.¹⁰⁹

¹⁰⁶ World Economic Forum (WEF), **The Global Competitiveness Report 2009–2010**, by the World Economic Forum, Switzerland, 2009, p: 4 -5, Link: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2009-10.pdf, 31/04/2020, 21:00.

¹⁰⁷ The Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report, 2009, p: 12, Link: <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/209570>, 31/04/2020, 21:00.

¹⁰⁸ محمد شبيب الخصاونة، زياد محمد المشاقبة، التنمية السياحية المستدامة، دار جليس الزمان، الأردن، 2011، ص ص: 22-23.

¹⁰⁹ صبري عبد السميع، إقتصاديات صناعة السياحة، دار الهاني للنشر، مصر، 2005، ص ص: 287-290.



ثانيا: المتطلبات الإدارية

وهي مرتبطة بالجهاز الإداري القائم على النشاط السياحي بشكل عام فلا بد أن تتوفر فيه المهارة العالية والفاعلية في إدارة وتشغيل النشاط السياحي في مختلف جوانبها المكونة لها سواء أكانت في مجال توفير الخدمات والمرافق السياحية وعملية دخول وخروج السائحين ... إلخ،¹¹⁰ أي كل ما يتعلق بإدارة النشاط السياحي والعاملين فيه خاصة فيما يتعلق بالفنادق والنقل والترفيه وضرورة الإهتمام بمطابقة المواصفات والمعايير الدولية.¹¹¹

ثالثا: المتطلبات العامة

وتشمل التسهيلات والخدمات التي توفرها الدولة والواردة ضمن الخطة العامة قبل إصدار التشريعات والأنظمة التي تسهل عملية إقامة المشاريع السياحية وتوفير التسهيلات التي تساعد على تنمية الحركة السياحية،¹¹² وتتمثل المتطلبات العامة فيما يلي:¹¹³

- الإهتمام بالأسلوب العلمي في التخطيط السياحي لتحقيق التنمية السياحية.
- وضع خطة سياحية شاملة لجميع القطاعات والتنسيق لتنمية سياحية مستدامة.
- إرتباط خطة التنمية السياحية بالخطة العامة للدولة.
- التوسع في تشجيع القطاع الخاص، خاصة في الدول الفقيرة حتى تقوم بالتنمية السياحية بفضل تشجيع الإستثمار عن طريق الإعفاءات الجمركية على الواردات السياحية.
- ضرورة ربط عملية التنمية السياحية بتنمية وتكوين الكفاءات البشرية بإنشاء مدارس وهيئات التكوين بمستوى عالمي.

رابعا: المتطلبات البيئية

ويقوم هذا النوع من المتطلبات على الإهتمام بالبيئة والمحافظة عليها مما يساعد على إيجاد أجواء مناسبة للنشاط السياحي وجذب السائحين فالعلاقة بين البيئة والسياحة علاقة وطيدة لما للبيئة من دور مهم في جذب السائحين، إن من أهم أهداف التنمية السياحية هي المحافظة على المعالم الأثرية والمقومات السياحية الطبيعية من أخطار تلوث البيئة مما يساهم في إستدامتها،¹¹⁴ وهي كل ما يتخصص بحماية البيئة والحفاظ عليها حتى نستطيع إستغلال الموارد والمقومات الطبيعية إستغلالا عقلانيا ونورثها للأجيال القادمة.¹¹⁵

خامسا: متطلبات البيئة التمكينية:

وتشمل متطلبات البيئة التمكينية ما يلي:¹¹⁶

¹¹⁰ محمد شبيب الخصاونة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 22-23.

¹¹¹ صبري عبد السمیع، مرجع سبق ذكره، ص ص: 287-290.

¹¹² محمد شبيب الخصاونة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 22-23.

¹¹³ صبري عبد السمیع، مرجع سبق ذكره، ص ص: 287-290.

¹¹⁴ محمد شبيب الخصاونة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 22-23.

¹¹⁵ صبري عبد السمیع، مرجع سبق ذكره، ص ص: 287-290.

¹¹⁶ World Economic Forum (WEF), **The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019**, pp: 11-12,

Link: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf, 31/04/2020, 22:00.



1- بيئة الأعمال: تجسد بيئة الأعمال مدى توفر البلد على بيئة أعمال مواتية للشركات للقيام بالأعمال التجارية، مثل حماية حقوق الملكية وكفاءة الإطار القانوني وفعالية النظام الضريبي والسياسات المنافسة بما في ذلك المنافسة على المستويين المحلي والدولي، وتقاس من حيث تدفق الإستثمار الأجنبي المباشر، هذه العوامل هي هامة لجميع القطاعات السياحية، بالإضافة إلى ذلك فإننا نرى أن التكلفة والوقت اللازم لإقامة المشاريع، والتي تشكل مسألة لها أهمية خاصة بالنسبة لصناع السياحة.

2- الصحة والنظافة: تحسين مياه الشرب والصرف الصحي مهم لراحة وصحة المسافرين، وتوافر الأطباء في المستشفيات وبالإضافة إلى ذلك يمكن لإرتفاع معدل إنتشار فيروس نقص المناعة البشرية والملاريا لها تأثير على إنتاجية القوى العاملة.

3- السلامة والأمن: السلامة والأمن هي العامل الحاسم لتحديد القدرة التنافسية للصناعة السياحية في البلاد، ومن المرجح أن تردع من السفر إلى البلدان أو المناطق الخطرة، مما يجعلها أقل جاذبية لتطوير القطاع السياحي في تلك الأماكن السياحية، وهنا تأخذ بعين الإعتبار إنتشار الجريمة والعنف وكذلك الإرهاب، وإلى أي مدى يمكن الإعتماد على أجهزة الشرطة في توفير الحماية من الجريمة.

4- الموارد البشرية وسوق العمل: يعد من مقتضيات المقاولاتية السياحية توفر موارد بشرية عالية المهارات من خلال التعليم والتدريب وتعزيز سوق العمل من خلال توزيع أفضل لتلك المهارات بكفاءة، مثلاً الإستثمار في الأعمال التجارية في خدمات التدريب وخدمة العملاء ويشمل هذا الأخير تدابير المرونة والكفاءة وإنتفاخ سوق العمل ومشاركة المرأة، لتقييم عمق المواهب في البلاد وقدرتها على تخصيص الموارد البشرية لإستخدام أفضل.

5- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: إن مسابرة ومجاورات تكنولوجيا المعلومات الإتصالات يعتبر أمراً بالغ الأهمية لجميع القطاعات وخاصة القطاع السياحي، كما يعتبر جزء من بيئة تمكينية عامة وجود البنية التحتية الصلبة الحديثة (تغطية شبكة الهاتف ونوعية إمدادات الكهرباء) ولكن أيضاً على قدرة الشركات والأفراد على إستخدام وتوفير الخدمات عبر الإنترنت، تستخدم لرسم مسارات التخطيط وحجز السفر والإقامة.

6- تحديد أولويات للسياحة والسفر: يمثل مدى الأهمية التي تعطيها الحكومة لقطاع السياحة كأولوية وتوجيه الأموال لمشاريع التنمية الأساسية وتنسيق الجهات الفاعلة والموارد اللازمة لتطوير هذا القطاع، وكذا مدى توجيه الحكومة للإمكانيات ووضع سياسة تؤثر على قدرة القطاع على جلب المزيد من الإستثمارات الخاصة ودورها في جذب السياح مباشرة من خلال الحملات التسويقية، وتوقيت إكمال تقديم البيانات للمنظمات الدولية وهذا يدل على أهمية قطاع السياحة من أولويات إستراتيجيات الحكومة.

المطلب الثالث: العوامل المشجعة للمقاولاتية السياحية

البلدان التي تريد أن تفتتح على الآخرين وتجذب الإستثمارات إليها، عليها أن تعمل أولاً على تهيئة المناخات المشجعة على الإستثمارات الوطنية والأجنبية من خلال تطوير قدرات ومهارات أجهزتها التنفيذية المختصة بالجوانب السياسية والإقتصادية والإدارية والقضائية والتشريعية غيرها.



تتمثل أهم العوامل البيئية المشجعة على العمل المقاولاتي فيما يلي: ¹¹⁷

أولاً: العوامل القانونية والتشريعية

إن التشريعات والقوانين هي أحد المصادر الرئيسة التي تهيء البيئة المستديمة لريادة الأعمال وتتميز معظم التدابير التشريعية المحفزة لأنشطة ريادة الأعمال والإقتصاد المعرفي في العالم المتقدم بأنها لا تتخذ شكل القوانين التقليدية، وإنما تتخذ شكل أدوات تشريعية أكثر بساطة وأكثر مرونة من القوانين التقليدية كالقرارات التعميمية التي يتم إصدارها تنفيذاً للسياسة العامة الإقتصادية، أو للسياسة الخاصة بقطاع معين من قطاعات الإقتصاد، كالإقتصاد المعرفي وأبرز مثال على تلك السياسة هو ما تتبعه الولايات المتحدة الأمريكية، وفنلندا، وألمانيا، فلم ترى هذه الدول وجود حاجة إلى إصدار قوانين وطنية لتشجيع الإبتكار، وإنما إستعملت سياسة تحفيزية مختلفة تعتمد على أدوات تشريعية متنوعة سهلة الإصدار والتعديل والإلغاء كالقرارات التعميمية، ويعزز هذا التوجه أيضاً تغلغل موضوع الإبتكار في مجالات شديدة التنوع، وهو ما يؤدي إلى إتباع سياسة تحفيز موجهة إلى قطاع محدد كالتعليم العالي مثلاً، أو الصحة أوقطاع صناعي أو تكنولوجي معين، عبر آليات تشريعية أبسط من القوانين، وهذه السياسة التشريعية تناسب أكثر الدول التي تكتمل فيها الهياكل الإدارية والعلمية المشرفة على أعمال البحث والإبتكار، وتتوافر لديها بنية تحتية علمية كافية، وبنية تشريعية تناسب بيئة الأعمال، وهو ما لا يتوافر في عدد كبير من الدول العربية.

ثانياً: العوامل السياسية

إن تشجيع الحكومات على إتباع نهج منسق شامل لتعزيز مباشرة الأعمال الحرة بمشاركة جميع الجهات المعنية، يعد أمراً مؤثراً في تهيئة منظومة ريادة الأعمال، ومن ذلك أن تولي سياسات الدول أهمية قصوى لمبادرات المجتمع المدني والأوساط الأكاديمية والقطاع الخاص، في حفز مباشرة للأعمال الحرة، ووضع سياسات تنص على للعقبات القانونية والإجتماعية والتنظيمية التي تحول دون المشاركة في الإقتصاد على نحو متكافئ وفعال، ويناظر بالدولة تهيئة الشراكات مع القطاع الخاص، وتعزيز إمكانيات توليد الإيرادات، وتطوير تقنيات جديدة ونماذج مبتكرة لتسيير الأعمال التجارية وحفز نمو إقتصادي قوي، وتقوم سياسات الدول بدعم قدرات المؤسسات المالية الوطنية على مساعدة الأشخاص الذين لا تتوافر لهم خدمات مصرفية ومالية، وخدمات تأمين، وتمكن المؤسسات المالية والمصرفية من إعتداد أطر تنظيمية ورقابية تيسر توفير الخدمات لرواد الأعمال، وتشجع الوعي في مجال مباشرة الأعمال الحرة بتنمية المهارات وبناء القدرات وتوفير برامج التدريب، وإنشاء هيئات أو مرجعيات عليا لتنظيم ومتابعة منظومة ريادة الأعمال وتشجيع التعاون والتنسيق والتكامل ما بين الجهات الوطنية الداعمة لرواد الأعمال، والتواصل بين المجتمعات العالمية المعنية، وتوفير إمكانيات تواصلها وإمكانيات تبادلها أفضل الممارسات.

¹¹⁷ نوره جاسر الجاسر، وفاء ناصر المبيريك، النظام البيئي لريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية، كتاب أبحاث المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال- نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط- الثلاثاء 9-11 سبتمبر 2014، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2014، ص ص: 27-29، على الرابط الإلكتروني: <https://alrowad.com/uploads/attachments/b3d852014.pdf>



وهناك عوامل أخرى مشجعة على العمل المقاولاتي نوردتها كما يلي: 118

ثالثا: العوامل الاقتصادية

العوامل الاقتصادية هي الموارد الإعلامية، البشرية، المعرفية، التكنولوجية، المالية والمادية، التي بدونها لا يمكن فعل أي شيء ولا يمكن تحقيق أي شيء، هذه العوامل حتى إذا كانت متداخلة في بداية الأمر، فلا يمكن إنشاء المؤسسة دون القدرة على البحث على الوسائل والموارد والحصول عليها وتعبئتها لمصلحة المشروع. وهناك عوامل أخرى تشكل السياق الاقتصادي والتي بدورها تؤثر على النشاط المقاولاتي تمت الإشارة إليها في الكثير من الأدبيات النظرية فحسب البعض هناك وجود قوي للمؤسسات الصغيرة مع كثافة سكانية ونمو متزايد وبالتالي إنشاء مؤسسات جديدة واعتمدوا على أعمال بول روبين كروغمان Paul Robin Krugman الذي أشار إلى علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الكثافة الصناعية والنمو السكاني من جهة وإنشاء المؤسسات من جهة أخرى.

رابعا: العوامل الاجتماعية الثقافية

يتم التركيز هنا بشكل خاص على نظام القيم والمعايير المتبعة في مختلف المجتمعات، فالبيئة الاجتماعية والثقافية غالبا ما تعتبر عامل محدد للتوجه والفعل المقاولاتي، المقصود بالعوامل الاجتماعية والثقافية هي العوامل المرتبطة مباشرة بمختلف البيئات التي يمكن أن يكون لها تأثيرات إيجابية أو سلبية على توجه الأفراد نحو المقاولات من بينها العائلة، المدارس، الجامعات، المؤسسات، المهن، الدين والعضوية في المجتمع، ولعل أهم العوامل الاجتماعية والثقافية الداعمة للتوجه المقاولاتي حسب بعض الكتاب والباحثين ما يلي: الدين والسلوكيات الاقتصادية ماكسيميليان كارل إميل فيبر Maximilian Carl Emil Weber، قبول تحمل المخاطرة والفشل، الثقافات الفرعية، العائلات، أنظمة التعليم والتكوين في المدارس، الخبرة المهنية.

خامسا: العوامل الإقليمية والجغرافية

تسلط الجغرافيا الاقتصادية الضوء على حقيقة أن النشاط الاقتصادي لا يظهر في مكان معين بواسطة الصدفة، وجود بنية إجتماعية، إقتصادية، ثقافية هي التي تشجع وتدعم بروز هذا النشاط الاقتصادي، إذن فأهمية الإقليم لا يمكن إهمالها سواء بالنسبة للمقاول أو بالنسبة للمؤسسة. من بين الأعمال التي تناولت العلاقة بين البعد الإقليمي وإنشاء المؤسسة، تستند المقاربة الأولى على البعد الشبكي للمؤسسة من خلال التسجيل ضمن إطار واسع من الشبكات، في هذه المقاربة يتم تحليل المؤسسات باعتبارها مندمجة ضمن شبكة من العلاقات التبادلية، الترابط وعلاقات القوة وكذلك التبادل والعمل الاقتصادي خاصة تلك المتعلقة بالمقاولاتية، تندمج في سياق إجتماعي معين.

118 فضيلة بوطورة، زهية قرامطية، نوفل سمايلي، دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية بين الضرورة والأهمية، مجلة الإبداع، المجلد 09، العدد 01، الجزائر، 2019، ص: 179 - 180، على الرابط الإلكتروني: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/269/9/1/102645>، 15:00، 2020/05/01



سادسا: عوامل متعلقة بالدخل الفردي

إرتفاع مستوى الدخل الفردي فالعلاقة بين الدخل الفردي الحقيقي والنشاط السياحي علاقة طردية، فكلما إرتفع متوسط دخل الفرد الحقيقي كلما زاد الإنفاق على النشاط السياحي لذلك نجد أن أهم الدول المنشئة للسياحة الدولية هي الدول المتقدمة إقتصاديا والتي تتصف بأنها ذات دخل مرتفع مثل: ألمانيا وشمال أوروبا، أمريكا واليابان، ولا يعنى ذلك أن السياحة الدولية رفاهية لا يتمتع بها سوى الأغنياء، حيث أن هناك نموا مستمرا في السياحة الدولية للأفراد ذوي الدخل المتوسطه بأشكال وتنظيمات مختلفة بمعنى أن السياحة الدولية أصبحت متاحة لمتوسطي الدخل بالإضافة إلى الأفراد مرتفعي الدخل في البلدان المتقدمة إقتصاديا ولكنها مازالت حكرًا فقط وغالبا على نسبة ضئيلة جدا من الأفراد الذين يتميزون بدخول مرتفعة نسبيا (الأغنياء) في الدول النامية ذات متوسط دخل المرتفع أو المنخفض.¹¹⁹

سابعا: الوعي السياحي والمقاولاتي:

تتكون من مجموعة المعارف والقيم والإتجاهات والمهارات التي تدعم المبادرات الفردية والنشاط الريادي والتشغيل الذاتي والعمل الحر، وتشجع على تملك المشروعات، وإدارتها، وتسهم في نشر روح الطموح، والمخاطرة المحسوبة من أجل رفع مستوى الحياة للفرد والمجتمع،¹²⁰ وأما الوعي السياحي هو إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الإقتصادية وتقدير للتنمية السياحية وهو جملة من الآداب، السلوك، التعامل مع السائح وإحترامه، عدم إستغلاله أو التضيق عليه، أو النظر إليه على أنه مصدر للربح، إنما ضيف كريم، لذا يجب الترحيب به وتقديره بإعتباره مصدر يحقق فائدة إقتصادية للبلد المضيف، وتعد زيادة معرفة المواطنين بالمعلومات حول مقومات الجذب السياحي ببلدهم وصور الأنشطة السياحية تعد بداية الطريق لبناء قاعدة قوية من الوعي السياحي ويظهر الوعي السياحي عند المواطنين في مشاركتهم الإيجابية في التنمية السياحية،¹²¹ وكل من الوعي المقاولاتي والسياحي يؤثر ويتأثر في تشكيله بالبيئة المحيطة سواء داخلية أو خارجية مثل الأسرة والمدرسة والمؤسسة وأيضا وسائل الإعلام وغيرها.

¹¹⁹ غادة صالح، مرجع سبق ذكره، ص: 84.

¹²⁰ حنان بنت عطية الطوري الجهني، الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030 -دراسة تربوية ميدانية-، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الانسانية، العدد 03، رقم 02، 2019، ص: 210، على الرابط الالكتروني: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&Id=175826>، 2020/05/01، 15:00.

¹²¹ داليا محمد تيمور زكي، الوعي السياحي والتنمية السياحية-مفاهيم وقضايا-، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008، ص: 109-110.

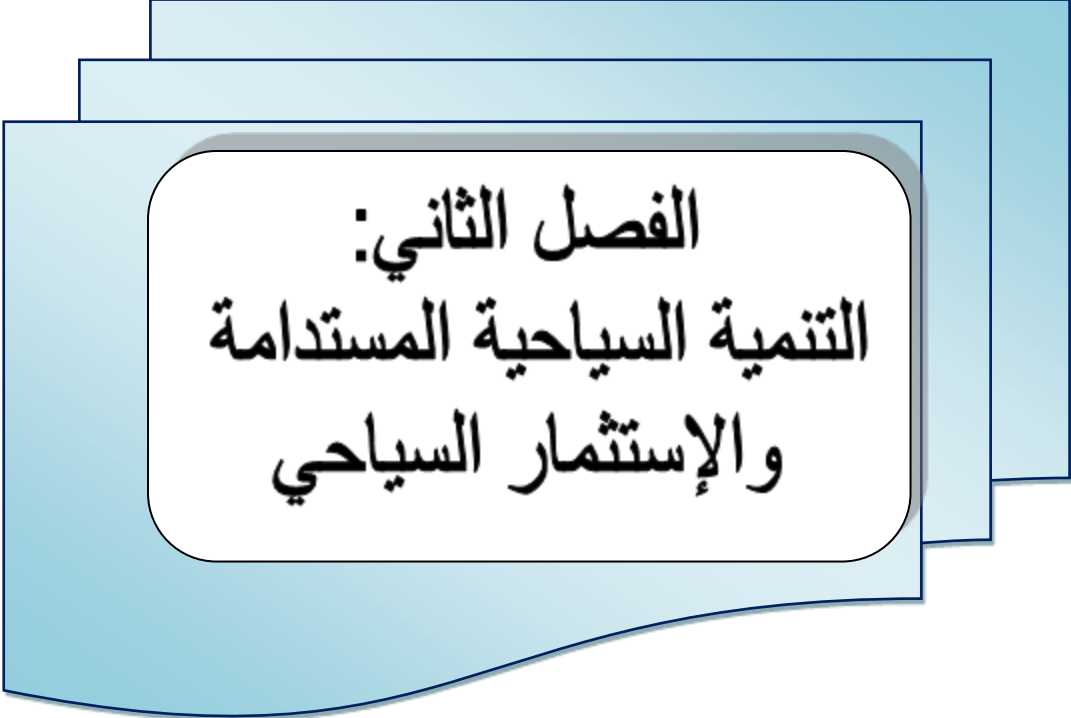


خلاصة الفصل الأول

أضحت المقاولاتية خيارا إقتصاديا رئيسيا يمكن للدول الإعتماد عليه لتحقيق الإنعاش الإقتصادي نظرا لسهولة تكيفه ومرونته التي تجعل منه قادرا على الجمع بين التنمية الإقتصادية وتوفير مناصب الشغل فضلا عن قدرته على الإبتكار والإبداع وتطوير منتجات جديدة وخلق القيمة المضافة والسرعة في إقتناص الفرص والتي تعتبر بمثابة الركائز الأساسية للمقاولاتية، إلا أن تجسيد الفكر المقاولاتي في الميدان مرتبط بوجود حلقة رئيسية ألا وهي المقاول والذي يعبر عنه بذلك الشخص المبدع الذي يتصف بمجموعة من الخصائص الشخصية والمهارية والدوافع والأفكار المبتكرة التي تساعده في إنجاز مشاريعه الخاصة.

لم تعد السياحة تلك الظاهرة العشوائية بل أضحت نشاطا مخططا يتميز بالهيكلية والتنظيم في شكل مؤسسات سياحية متخصصة كوكالات السياحة والسفر، مؤسسات الإيواء ... إلخ، من هنا وإدراكا من الدول بأهمية القطاع السياحي في مجال التنمية الشاملة وخلق القيمة المضافة بات لزاما عليها البحث عن أنجع الأساليب وأمثلة الطرق لتطوير وتنمية هذا القطاع والتي كان من بينها محاولة تفعيل وترسيخ مبادئ وأفكار المقاولاتية في المشاريع الإستثمارية الصغيرة والمتوسطة المحدثه في المجال السياحي وهو ما بات يعرف بالمقاولاتية السياحية التي تعتبر من المفاهيم الحديثة المشتقة من المفهوم الشامل للمقاولاتية.

أصبح البحث عن إيجاد قاعدة لصناعة سياحية متينة قائمة على الفكر المقاولاتي الشغل الشاغل خاصة بالنسبة للدول التي تعتبر السياحة فيها بمثابة عامل رئيسي لخلق الثروة وتوفير فرص العمل، حيث بات الحفاظ على المشاريع المقاولاتية السياحية وتقويتها من أولويات أجندها وأهدافها الرئيسية بإعتبارها مكون رئيسي لإقتصاد أي بلد يسعى للرقى والإزدهار عن طريق إتخاذ إجراءات من شأنها أن تقدم الدعم الكافي وتخلق المناخ الملائم لتشجيع قيام هذا النوع من المشاريع المقاولاتية وتوفير العوامل المساعدة على قيامها ونجاحها.



الفصل الثاني:
التنمية السياحية المستدامة
والإستثمار السياحي



تمهيد

يعتبر الوقوف على ماهية السياحة، ضرورة ملحة أمام كل باحث ومهتم بالتنمية السياحية لتحديد مجال تدخل هذا القطاع الذي أصبح يمثل أحد الأولويات في برامج التنمية ليس في الدول المتطورة فحسب، بل حتى في الدول النامية إن حداثة الظاهرة السياحية وإرتباطها مع قطاعات عديدة إقتصادية وإجتماعية، جعلت تحديد مفهومها مختلف حسب إختلاف التخصصات العلمية للجهات الدارسة لهذه الظاهرة.

لقد جاء مفهوم التنمية المستدامة كبديل موسع لمفاهيم تنموية سابقة متضمنا مجموعة من الأبعاد الإقتصادية الإجتماعية والبيئية لتحقيق التنمية المستدامة أصبح مطلبا ملحا بإعتبارها النموذج التنموي البديل والأمثل للسياحة المستدامة، والذي يأخذ بعين الإعتبار جل الإهتمامات المتزايدة وخاصة تلك الإهتمامات المتعلقة بالبيئة والإستغلال غير العقلاني للموارد الطبيعية، حيث يعتبر الحفاظ على الموارد الطبيعية من أهم المبادئ التي تنص عليها التنمية السياحية المستدامة نظرا لما تسعى إليه من ترشيد إستخدام الموارد الطبيعية سواء المتجددة أو غير المتجددة وضمان إستمرار إستخدامها على المدى الطويل بفعالية.

إلا أنه هناك مجموعة من العوامل التي يجب توافرها لكي تستطيع أن تسير في طريق النجاح، وإن هذه العوامل تشمل العوامل الشخصية الخاصة بمؤسسي المشروعات السياحية، ومجموعة العوامل المتعلقة بالبيئة الداخلية لهته المشروعات، وأخيرا هناك مجموعة العوامل المتعلقة بالبيئة الخارجية التي لا بد من توافرها لضمان نجاح قطاع المشروعات الصغيرة.

وعليه سيتم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث الثلاثة التالية:

- ❖ التنمية السياحية وأساسياتها وشروطها؛
- ❖ التنمية والسياحة المستدامتين؛
- ❖ تقييم التنمية السياحية المستدامة وعوامل نجاحها.



المبحث الأول: التنمية السياحية وأساسياتها وشروطها

كثيرا ما ترتبط مسألة النهوض بالقطاع السياحي في أي دولة تسعى لتحقيق التنمية وتريد أن تتخذ لنفسها مكانة في خارطة السياحة العالمية، بمدى قدرتها على توفير الأسباب والشروط اللازمة من أجل الإستغلال الأمثل للمقومات السياحية وتحقيق الإستدامة في جميع الأنشطة المتصلة بالسياحة من خلال التخطيط والمتابعة، وهو ما يضاعف التحدي المتمثل في إنشاء قطاع سياحي مستدام من هنا إزداد إهتمام الدول بالتنمية السياحية وتفعيل دورها في الإقتصاد الوطني لما تمتلكه من منافع إقتصادية وإجتماعية وبيئية.

وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطالب الثلاثة التالية:

◀ التنمية السياحية؛

◀ أساسيات التنمية السياحية؛

◀ شروط التنمية السياحية؛

المطلب الأول: التنمية السياحية

بغية تحقيق الإقلاع السياحي وتحقيق وفورات متواصلة في المداخل السياحية تجتهد الكثير من الدول لتحقيق التفاعل الكفء بين مختلف العناصر المكونة للتنمية السياحية، وتوفير الأسباب والعوامل المساعدة على نجاح الأنشطة السياحية بإختلاف أقسامها وإستدامتها.

أولاً: ماهية التنمية السياحية

تعتبر التنمية السياحية من المصطلحات التي جاءت للدلالة على مختلف العناصر المكونة لها من نقل وجذب سياحي وغيرها.

1- تعرف التنمية السياحية: تعرف بأنها إحدى الوسائل المهمة في تنمية الأقاليم والأماكن ذات الجذب السياحي إقتصاديا وإجتماعيا وعمرانيا، ولا سيما الأقاليم التي لا تملك مقومات إقتصادية فعالة مقارنة بما تمتلكه من المقومات السياحية في حالة التخطيط لتنميتها وإستثمارها بصورة عقلانية لغرض رفع المستوى المعيشي لأفراد ذلك مجتمع على أن يؤخذ بعين الإعتبار المحافظة على البيئة من التلوث،¹ وأيضاً هي عملية إشباع حاجات السائحين النفسية والحصول على متطلباتهم دون الإخلال بحقوق الأجيال القادمة من السائحين في إحتياجاتهم من الإستمتاع بالبيئة،² وبذلك فإن مصطلح التنمية السياحية يعبر عن مختلف الخطط والبرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي من خلال إيجاد التوازن بين المطالب التنافسية والمتعارضة أحيانا على قاعدة الموارد المحدودة وتعظيم النتائج والآثار الإيجابية للتنمية السياحية مع تقليل النتائج السلبية،³ وهي الإرتقاء والتوسع بالخدمات السياحية وإحتياجاتها وهذا يتطلب تدخل التخطيط السياحي بإعتباره الأسلوب العلمي الذي يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو

¹ سمر رهي الرحي، مرجع سبق ذكره، ص: 114.

² أماني رضا، مرجع سبق ذكره، ص: 55.

³ مصطفى يوسف كافي، هبة كافي، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد السياحية والمخيمات السياحية، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن،

2016، ص: 38-39.



السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع،⁴ أو مدى إتساع قاعدة التسهيلات والخدمات التي تتلاقى مع إحتياجات السائحين.⁵

من خلال ما سبق نستنتج أن تنمية السياحة هي توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، والمحافظة على حقوق الأجيال القادمة وفق خطط وبرامج التي تهدف إلى تحقيق معدلات نمو كبيرة بأقل تكلفة.

2- عناصر التنمية السياحية: تتكون من العناصر التالية أهمها:⁶

- عناصر الجذب السياحي: وتشمل العناصر الطبيعية مثل أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات، وعناصر من صنع الإنسان كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية والتاريخية.
- النقل: بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.
- أماكن النوم: كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاصة، مثل بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
- التسهيلات المساندة: بجميع أنواعها، كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك.
- خدمات البنية التحتية: كالمياه والكهرباء والإتصالات.
- الجهات المنفذة للتنمية: فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الإثنين معاً.

ثانياً: أسباب وعوامل التنمية السياحية

من بين الأسباب والعوامل التي أدت إلى الإهتمام بالتنمية السياحية ما يلي:

1- أسباب التنمية السياحية: هناك العديد من الأسباب أهمها:⁷

1-1- الأسباب البيئية للتنمية السياحية: إن التنمية السياحية تظهر أهمية البيئة وبيان كيفية الحفاظ على مكوناتها والإرتقاء بها ومنع تدهورها أو تلوثها، لأن البيئة النظيفة والجميلة هي المادة الأولية للنشاط السياحي أوهي العامل الرئيسي في قيام النشاط السياحي عموماً، وتمثل الأسباب السابقة للتنمية السياحية المحور الأساسي الذي يمكن الإستناد عليه عند وضع الإطار العام لأهداف التنمية السياحية.

1-2- الأسباب الإجتماعية والثقافية للتنمية السياحية: تؤدي تنمية السياحة الداخلية إلى زيادة درجة الترابط الإجتماعي والثقافي بين السكان وزيادة المعرفة، بينما تعمل تنمية السياحة الدولية على تشجيع التبادل الثقافي والحضاري بين الشعوب.

1-3- الأسباب الإقتصادية للتنمية السياحية: من أهم الأسباب ما يلي:

- تنمية وتنشيط القطاعات الإقتصادية الأخرى التي يرتبط بها القطاع السياحي.
- توسيع قاعدة التوظيف.
- المساهمة في التنمية المحلية والعمرانية وذلك عن طريق تنمية مناطق جديدة للجذب السياحي.

⁴ غضبان فواد، الجغرافيا السياحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص: 137 .

⁵ جليلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، دار الجامعية، مصر، 2006، ص: 09.

⁶ عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص: 134.

⁷ جليلة حسن حسنين، مرجع سبق ذكره، ص: 13-14.



- تنمية حصيلة العملات الأجنبية مما يسهم في تغطية إحتياجات التنمية الإقتصادية للبلاد.

2- عوامل قيام التنمية السياحية: تقوم على عدد من العوامل أهمها:⁸

- النمو الكبير الذي تشهده صناعة السياحة، وظهور أنواع مختلفة من السياحة والحاجة إلى مواكبة التقدم العلمي المستمر.

- بروز المشكلات البيئية والإقتصادية والإجتماعية بشكل يؤثر على النشاط السياحي.

- المساحة الواسعة للأسواق السياحية العالمية وزيادة متطلبات ورغبات السائحين من الخدمات السياحية.

- إهتمام معظم الدول السياحية بالسياحة وإعتبارها جسر العبور الذي يساعد على تحقيق التنمية.

وهناك عوامل أخرى يمكن حصرها في النقاط التالية:⁹

- تعد السياحة نشاطا إقتصاديا، بمعنى أن الدخل السياحي يتزايد في الأقاليم أو الدول السياحية.

- تتأثر السياحة بعامل الأسعار خاصة أسعار السفر والخدمات السياحة ومستوى الدخل المادي للأفراد.

- خاصية التغير الكبير للطلب السياحي، والذي يتأثر بعوامل خارجية لا يمكن التنبؤ بطبيعتها وحجمها.

- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين كما في العديد من الصناعات، خاصة وأن السياحة تتصف بالموسمية في معظم الأوقات، مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة.

- صعوبة إستقطاب السياح وتغذر ضمان جذبهم سنويا إلى نفس الإقليم السياحي لكثرة المغريات السياحية.

المطلب الثاني: أساسيات التنمية السياحية

تعتبر التنمية السياحية عملية مركبة المكونات متشابكة المراحل، جوانبها متشعبة تضم عناصر متداخلة ومتفاعلة تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الإستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي، من أجل تفعيل دورها في الإقتصاد الوطني وتحقيق أهدافها الإقتصادية والإجتماعية والبيئية.

أولاً: مراحل التنمية السياحية

عديد من الدراسات تناولت مراحل التنمية السياحية، من أهمها ما يلي:¹⁰

1- مراحل التنمية السياحية حسب نموذج جان ماري ميوسيك Jean-Marie Miossec : وفقا لهذا النموذج تقسم المراحل إلى:

1-1- مرحلة الإكتشاف: بحيث يتم إكتشاف القدرات السياحية للمنطقة السياحية.

2-1- مرحلة النمو: وفيها يبدأ تطوير الموارد السياحية للمنطقة بشكل تدريجي.

3-1- مرحلة الإنطلاق: وفيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط والتوسع السياحي.

4-1- مرحلة النضوج: حيث تظهر المنطقة على الخريطة السياحية وفي تلك المرحلة يتكامل النشاط السياحي في المنطقة من خلال توافر عناصر الجذب السياحي والتسهيلات.

⁸ محمد شبيب الخصاونة، زياد محمد المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 20-21.

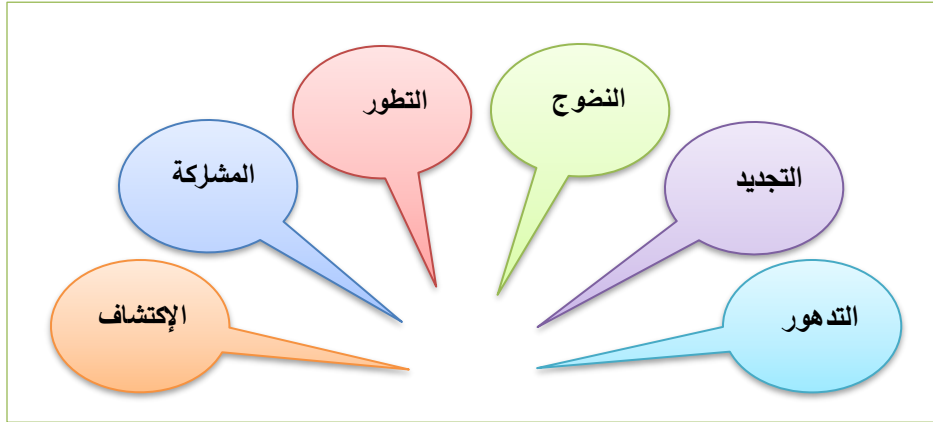
⁹ محي محمد مسعد، الإتجاهات الحديثة في السياحة، الكتاب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص: 37.

¹⁰ جليلة حسن حسنين، مرجع سبق ذكره، ص ص: 20-23.



2- مراحل التنمية السياحية حسب نموذج بتلر ريتشارد **Butler Richard** : وقد حدد هذا النموذج ستة مراحل كما في الشكل رقم (02) التالي:¹¹

الشكل رقم (02): مراحل التنمية السياحية حسب نموذج بتلر



المصدر: من اعداد الطالبان بناء على المعلومات السابقة

وتتشابه مراحل التنمية السياحية وفق نموذج بتلر مع دورة حياة المنتج،

2-1- مرحلة الإكتشاف: تبدأ بإكتشاف مجموعة من السائحين لمنطقة سياحية جديدة.

2-2- مرحلة المشاركة: ومع تزايد إقبال السائحين على المنطقة تبدأ مرحلة المشاركة وتظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات، التي تدفعهم إلى الإشتراك في نفس الأشياء سواء مع بعضهم البعض أو مع السكان المحليين.

2-3- مرحلة التطور والنمو: تبدأ مرحلة الإنطلاق حيث يتم توفير الخدمات والتسهيلات اللازمة بشكل مكثف للسائحين لخدمة أعدادهم المتزايدة ويطلق على هذه المرحلة مرحلة النمو، وتعتبر أخطر المراحل التي تمر بها التنمية السياحية من حيث تأثير السياحة على المنطقة وخاصة التأثير البيئي وما يمكن أن ينتج عنه من تدمير لعناصر الجذب السياحي بالمنطقة سواء كانت طبيعية أو من صنع الإنسان، أو أن يصيب التدهور المرافق الأساسية أو السياحية.

2-4- مرحلة النضوج: إذا إستمر النمو مع تحقيق مبدأ التوازن تصل المنطقة لمرحلة النضوج.

2-5- مرحلة الثبات أو التجديد: وتلي هذه المرحلة مرحلة التجمد، وفي المرحلة التي لا تشهد فيها المنطقة أعدادا متزايدة من السائحين، حيث يتوقف النمو والتدفق السياحي إليها عند حد معين لا يزيد عنه، تدخل حينها التنمية السياحية أخرى يتوافر فيها كافة المقومات السياحية التي تشبع رغباتهم ودوافعهم، وهذا ما يدفع إلى ظهور إتجاه آخر نحو التجديد، بمعنى أن تقوم تنمية سياحة جديدة بالمنطقة تعتمد على مقومات سياحية جديدة تشبع الحاجات والرغبات المتجددة للسياح الذين يبحثون دائما على ما هو جديد.

2-6- مرحلة الإنحدار والتدهور: وفي هذا النموذج هناك احتمال لما أسماه مرحلة الإنحدار وهذا ما أغفله نموذج ميوسك وتبدأ حينما تدخل المنطقة في مرحلة التدهور أو الإنحدار نتيجة لتوجه السائحين إلى مناطق

¹¹ Richard Butler, **The Tourism Area Life Cycle -Applicatons and Modifications-**, Vol. 01, Printed and bound in Great Britain by the Cromwell Press, British; 2006, pp: 5-8.



سياحية منافسة يتوافر فيها كافة المقومات السياحية التي تشبع رغباتهم ودوافعهم، ومع ذلك قد يظهر إتجاه آخر نحو التجديد في هذه المرحلة بمعنى أن تقوم بالمنطقة تنمية سياحية جديدة تعتمد على مقومات سياحية جديدة تشبع الحاجات والرغبات المتجددة للسائحين.

وهكذا يلفت النموذج النظر إلى أن توافر سياسة تسويقية ناجحة تمنع المنطقة من الوصول لمرحلة الإنحدار، فالتعرف على السوق وإحتياجاته يؤدي لإعادة إكتشاف وتجديد النشاط بالمنطقة السياحية.

وفي تحليل قام به (Martin and Lysal (1990) لمراحل التنمية السياحية السابقة فكل مرحلة يكون لها مستوى إشباع وطاقة مختلفة، لذلك فالإدارة السليمة للنشاط السياحي في كافة مراحل تنمية يمكن أن تساعد على منع الوصول لمرحلة الإنحدار، بل وتسمح للمنطقة في الدخول لمرحلة جديدة من التنمية المتوازنة والمتواصلة.¹²

ثانياً: الجوانب الأساسية للتنمية السياحية

تتمثل جوانب التنمية السياحية في جانبين مهمين هما كالاتي:¹³

1- الجانب الرأسي في التنمية السياحية: وهذا الجانب يهدف إلى تحقيق ما يلي:

- الإهتمام بالعنصر البشري اللازم لقطاع السياحة والحرص على عمل دورات متواصلة لهذه الطاقة.
- التوسع في إنشاء المعاهد والكليات المتخصصة في قطاع الفنادق.
- الإهتمام بالبحوث العلمية المتعلقة بالسوق على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، من خلال الإستعانة بمراكز الأبحاث والهيئات والوكالات الدولية والإقليمية والمحلية.
- العمل على دعم مؤسسات وهيئات تنشيط السياحة.
- إتخاذ السياسات التشريعية والمالية والضريبية المشجعة على جذب الإستثمار الأجنبي.
- العمل على التنسيق والتكامل بين جميع الهيئات والجهات والأجهزة العاملة في القطاع السياحي والقطاعات المرتبطة بالمنتج السياحي.

2- الجانب الأفقي في التنمية السياحية: ويشمل هذا الجانب على ما يلي:

- الإهتمام بإقامة مشروعات البنية الأساسية الداعمة للمشروعات السياحية.
- الإهتمام بالتوسع في إقامة مشروعات الإيواء السياحي والفندقي المترجعة والإهتمام بإقامة القرى والمنتجعات.
- تحقيق منظومة للتكامل بين قطاع الأعمال والقطاع الخاص وتدعيم المشروعات المشتركة بين الإثنين.
- العمل على التنوع السياحي أو المزيج التسويقي وإيجاد أنواع جديدة للسياحة.
- دعم مشروعات الصيانة والحفاظ على التراث الطبيعي والثقافي فهي ثروة ملكاً للأجيال المتعاقبة.
- الإهتمام بدعم وتنوع مشروعات النقل البري والجوي والبحري.
- الإهتمام بإقامة مشروعات الترويج والترفيه مثل دور السينما والحدائق.

¹² مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سوريا، 2009، ص ص: 134-

135.

¹³ غضبان فؤاد ، مرجع سبق ذكره، ص ص: 142-144.



ثالثاً: أهداف التنمية السياحية

تتعدد أهداف التنمية السياحية ويأتي في مقدمتها:¹⁴

1- **أهداف اجتماعية:** توفر تسهيلات ترفيهية وإستجمام للسياح وللسكان المحليين وتساعد على تطوير الأماكن والخدمات العامة بدول المقصد السياحي، وتعمل على حماية وإشباع الرغبات الإجتماعية، وتزيد فرص التبادل الثقافي والحضاري، إعادة توزيع السكان بشكل أفضل عن طريق المشاريع السياحية، وتنمية الوعي السياحي.

2- **أهداف بيئية:** المحافظة على البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات حماية مشددة لها.

3- **أهداف إقتصادية:** تحسين وضع ميزان المدفوعات، وتحقيق التنمية الإقليمية وإيجاد فرص عمل جديدة في المناطق، سواء في القطاع السياحي أو في القطاعات المساندة للسياحة، ومن فوائدها، توفير خدمات البنية التحتية، لأن لا بد لكل تنمية سياحية من وجود بنية تحتية، وزيادة مستويات الدخل، وزيادة إيرادات الدولة من الضرائب، نظرا للمداخيل الإضافية التي ترد إلى خزينة الدولة من الضرائب على الواردات.

4- **الأهداف السياسية والثقافية:** تعمل على نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب وتطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.¹⁵

المطلب الثالث: شروط التنمية السياحية

أصبحت السياحة من الصناعات القائدة في الإقتصاد العالمي وخاصة في الدول النامية، لذا وجب على الحكومات توفير مجموعة من الضوابط والسياسات إلى جانب الإستثمارات والتدريب لتحقيق الإستدامة في جميع الأنشطة المتصلة بالسياحة.

أولاً: معايير التنمية السياحية

تتعدد معايير التنمية السياحية ويمكن إيجازها فيما يلي:¹⁶

1- المعايير الإقتصادية: أهمها:

1-1- **التزايد المستمر في قيمة رأس المال الثابت:** ويرجع ذلك إلى إرتفاع سعر الأراضي التي تقام عليها المشروعات السياحية، والتجهيزات الفندقية والسياحية ذات التكلفة العالية، وتمثل هذه التكلفة مصروفات ثابتة يتحملها المشروع سواء كان يعمل أو لا يعمل وهذا يتطلب العمل على زيادة نسبة الأشغال الفندقية على مدار العام بتجنب فترات الكساد الركود السياحي التي قد تمر بها المشروعات السياحية من خلال جميع الوسائل التنشيطية والتسويقية الممكنة.

1-2- **تكامل المنتج السياحي:** المشروع السياحي يجب أن يقام بشكل متكامل لكن يتحقق عنه الأثر الإقتصادي المطلوب وذلك بأن يتوافر للمشروع الخدمات الأساسية اللازمة له كالمياه والكهرباء والصرف الصحي والاتصالات ... إلخ، ويمكن للمشروعات السياحية المختلفة أن تستفيد من البنى التحتية بالإضافة إلى إعتداد تلك المشروعات على بعضها البعض من أجل تحقيق أهداف التنمية السياحية الإقتصادية.

¹⁴ عبد الله محمد فريد، التخطيط والتنمية السياحية، دار الأيام للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2015، ص ص: 76-77.

¹⁵ سمر رقيي الرجبي، مرجع سبق ذكره، ص: 115.

¹⁶ منال شوقي عبد المعطي أحمد، محاضرات في التنمية السياحية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2013، ص ص: 63-68.



1-3- تنوع الإستثمارات: الإستثمار الموجه للتنمية السياحية في أي منطقة من المناطق يجب أن يتنوع في مجالات كثيرة حتى يحقق الهدف المطلوب.

1-4- المعايير الفنية: يقصد بها الأسلوب أو المنهج المستخدم في ممارسة نشاط التنمية السياحية بحيث يعتمد هذا الأسلوب على تركيز الخدمات السياحية، الترابط بين مكونات المنتج السياحي، سهولة الوصول، المرونة لأن خطط وبرامج التنمية السياحية يجب أن تكون مرنة، والتميز.

2-تحديد الأهداف: فالأهداف هي الغايات أو النتائج المراد الوصول إليها من خلال عمليات التنمية السياحية المختلفة، لذلك فإنه بدون تحديد هذه الأهداف بدقة وموضوعية وإدراك لحاجات السائحين الوافدين (المجتمع الزائر) وإمكانيات وقدرات المجتمع المضيف المادية والبشرية وغيرها تصبح التنمية غير مجدية ويصعب معها تحقيق الأهداف التي تم وضعها من قبل.

3- تقييم الموارد المتاحة وتنوعها:

3-1- تقييم الموارد المتاحة: التعرف على الموارد الطبيعية الموجودة في الدولة مثل الشواطئ والسواحل والجبال والصحراء والأنهار... إلخ، وتحديد أهميتها ومزاياها ودورها في عملية التنمية السياحية هذا بالإضافة إلى الموارد الصناعية، التاريخية منها والثقافية والترفيهية مثل الآثار التاريخية والمعالم السياحية، وكيفية الإستفادة منها وإستغلالها الإستغلال الأمثل في عملية التنمية.

3-2- تنوع الموارد: تحتاج التنمية السياحية دائما إلى عدد مختلف من الموارد مثل الموارد المالية كرؤوس الأموال التي تستخدم في عملية الإستثمار التي تحتاج دائما إلى أموال ضخمة، الموارد البشرية مثل القوى العاملة المؤهلة والمدربة للعمل في المنشآت سياحية الجديدة، الموارد الطبيعية، الموارد الإصطناعية.

4- مساندة وتأييد المجتمع: تساهم التنمية السياحية بإحداث تغييرات في البيئة والمجتمع يجب أن يسبقها إستطلاعات للرأي العام ووجهة نظر المجتمع متمثلة في المواطنين، قادة الرأي العام، رجال الأعمال، إنطلاقا من إحترام آمال وعادات وتقاليد المجتمع.

ثانيا: متطلبات التنمية السياحية

تتلخص متطلبات التنمية السياحية في الآتي:¹⁷

- الإهتمام بإستخدام الأسلوب العلمي في التخطيط السياحي لتحقيق التنمية السياحية.
- إعداد خطط تدريبية على أسس علمية لتدريب العاملين في القطاع السياحي.
- وضع خطة سياحية شاملة ملزمة لجميع القطاعات والوحدات المكونة للقطاع السياحي تحدد دور هذه القطاعات والوحدات والأهداف المطلوب منها تحقيقها.
- التوسع في تشجيع القطاع الخاص على الإستثمار السياحي.
- وضع إستراتيجية متكاملة للتنشيط السياحي داخليا وخارجيا.

¹⁷ منال شوقي عبدالمعطي أحمد، مرجع سبق ذكره، ص ص: 53-55.



- التوسع في إستخدام الطيران العارض Charter بعد أن ثبت نجاحه وفاعليته في الدول السياحية المتقدمة وأصبح ضرورة من ضروريات التنمية السياحية في هذه الدول لإمكانية نقل الأفواج السياحية بأسعار مناسبة تقل كثيرا من أسعار النقل الجوي المنتظم.
- التوسع في منح الإعفاءات الضريبية للمشروعات السياحية الجديدة لتشجيع الإستثمار .
- الإستمرار في منح الإعفاءات الجمركية على الواردات السياحية من المعدات والأدوات والتجهيزات الفندقية اللازمة لتشغيل وتطوير وتحديد المنشآت السياحية والفندقية المختلفة وتجهيزها للعمل بكفاءة ونجاح.
- زيادة الإعتمادات المخصصة لميزانية التنشيط السياحي بالخارج.
- تأهيل شركات الطيران الوطنية للإسهام في تحمل هذه النفقات عالمية والدعائية.
- حث البنوك المختلفة الموجودة على التوسع في الإقراض المصرفي للمشروعات السياحية الجديدة.
- الإهتمام بتنمية أنماط سياحية جديدة من سياحة المؤتمرات واليخوت والسيارات ... إلخ.

ثالثا: أنماط التنمية السياحية

وتتلخص فيما يلي:¹⁸

- 1- النمط المكثف:** هو النمط الذي يستخدم لتحقيق تنمية سياحية لمنطقة كبيرة يبلغ طولها من 100 إلى 200 كيلومتر مثل مناطق السواحل والشواطئ كالساحل الشمالي والبحر الأحمر ويعتمد إستخدامه توافر الآتي:
 - قدرات إقتصادية تمويلية كبيرة.
 - طاقات بشرية قادرة على التنفيذ والتشغيل.
 - إتساع حجم السوق الداخلي.
 - توقعات متفائلة للطلب السياحي الخارجي.
- 2- النمط التلقائي:** يقصد بالتنمية السياحية من خلال هذا النمط هو التوسع في العرض السياحي من خلال إقامة مشروعات سياحية رخيصة منخفضة المستوى وذلك نتيجة لزيادة الحركة السياحية بشكل غير متوقع وبذلك لا يحقق هذا النمط نتائج إقتصادية إيجابية كبيرة، ويترتب عليه بعض النتائج السلبية أهمها:
 - التدهور الهش في مناطق العرض السياحي.
 - النمو العشوائي غير مخطط في العرض السياحي.
 - تشويه الصورة السياحية للدولة.
- 3- النمط المخطط:** تتم التنمية السياحية وفق هذا النمط على أسس سياحية مدروسة قائمة على التخطيط السريع، ويعتمد هذا النمط على عدد من المقومات، أهمها:
 - الإلمام الكامل بالمواقع والبيئة والمناطق المستهدفة للتنمية السياحية.
 - المركزية في مختلف المراحل التخطيطية والإشرافية والرقابية والتنفيذية حيث تتولى الدولة كل هذه الوظائف من خلال جهة واحدة.
 - دراسة الأسواق السياحية الخارجية وتحديد حجم الطلب المتوقع وشرائحه المختلفة لفترة زمنية مقبلة.

¹⁸ منال شوقي عبد المعطي أحمد، مرجع سبق ذكره، ص ص: 56-58.



- تحديد الطاقات الإيوائية البشرية للطلب المتوقع وتوزيع الطاقات الإيوائية والبشرية للمناطق والمواقع المستهدفة.
- وضع الضوابط والمعايير التي تكفل الحفاظ على البيئة.
- التمويل يجب أن يكون مشترك من جانب الحكومة والقطاع الخاص أو قطاع الإستثمار الأجنبي.
- **أهداف النمط المخطط:** يهدف النمط المخطط إلى تحقيق الآتي:
 - إقامة قرى سياحية كبيرة ومتكاملة.
 - الحفاظ على البيئة في مناطق العرض السياحي.
 - السرعة في تنفيذ برامج التنمية السياحية.
 - رفع مستوى المنتج السياحي.

4- النمط المتكامل: يقصد بهذا النمط هو إتمام عملية التنمية السياحية بشكل متكامل، يضم جميع الجهات المرتبطة بعملية التنمية، فمن الصعب أن تقوم بها جهة واحدة دون مشاركة من جهة أخرى أو من حيث تكامل نوعية المشروعات المقاومة وتكون المشروعات مكملة لبعضها البعض، ويستخدم هذا الأسلوب في مناطق محددة تصلح لهذا النمط في التنمية السياحية مثل المنتجعات السياحية والمشروعات السياحية الضخمة.

المبحث الثاني: التنمية والسياحة المستدامتين

لقد جاء مفهوم التنمية المستدامة كبديل موسع لمفاهيم تنموية سابقة والذي يحمل في طياته مجموعة من الأبعاد الإقتصادية الإجتماعية والبيئية وتوسعي من خلالها إلى تحقيق الرفاه للمجتمع وللأجيال القادمة، وتشكل التنمية المستدامة محور إهتمام الباحثين ومتخذي القرار في ظل التغيرات والأحداث المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، وقطاع السياحة من الأنشطة الحيوية التي تعد محركا حقيقيا للتنمية من خلال تأثيره الإيجابي على باقي القطاعات الإقتصادية مع مراعات الأبعاد الرئيسية للإستدامة (بيئية، إقتصادية، إجتماعية)، وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطالب الثلاثة التالية:

◀ التنمية المستدامة؛

◀ السياحة المستدامة؛

◀ التنمية السياحية المستدامة؛

المطلب الأول: التنمية المستدامة

إن التنمية المستدامة هي تنمية لا تركز على الجانب الإقتصادي فقط بل تشمل أيضا الجوانب البيئية والإجتماعية فهي تنمية بثلاثة أبعاد مترابطة ومتكاملة تتمثل في البعد الإقتصادي، البعد الإجتماعي والبعد البيئي والتي يجب التركيز عليها بنفس المستوى والأهمية لتحقيق مختلف الأهداف وإستدامتها.

أولا: تعريف التنمية المستدامة

عرفت في تقرير لجنة بورتلاند بأنها: التنمية التي تأخذ بعين الإعتبار حاجات المجتمع الراهنة بدون المساس بقدرة الأجيال القادمة على الوفاء بإحتياجاتها،¹⁹ أي أنها الإستراتيجية القائمة على الحفاظ على كوكبنا

¹⁹ ديب كمال، أساسيات التنمية المستدامة، دار الخلدونية، الجزائر، 2015، ص: 31.



في حدود ما يسمح بالتنمية رفاهية الإنسان عموماً وذلك بالتحكيم والتوفيق بين وجوب الحفاظ على الطبيعة ومواردها وضرورة الأخذ بعين الاعتبار العوائق الاقتصادية وأهمية تقوية الروابط الإجتماعية والإختلافات الثقافية،²⁰ فقد ظهر مصطلح التنمية المستدامة لأول مرة في المنشور الذي أصدره الإتحاد الدولي للحفاظ على البيئة تقرير سنة 1980 تحت عنوان الإستراتيجية الدولية للبقاء حيث ظهر فيه لأول مرة مفهوم التنمية المستدامة، لكن تداوله على نطاق واسع لم يحصل إلا بعد أن أعيد إستخدامه في تقرير "مستقبلنا المشترك" المعروف بإسم "تقرير برونتلاند"، والذي صدر 1987 عن اللجنة العالمية للبيئة والتنمية التابعة لمنظمة الأمم المتحدة،²¹ تحت إشراف رئيسة وزراء النرويج غرو هارلم برونتلاند Gro Harlem Brundtland وقد عرف التقرير التنمية المستدامة بأنها "التنمية التي تلبي إحتياجات الجيل الحاضر دون التضحية أو الإضرار بقدرة الأجيال القادمة على تلبية إحتياجاتهم"،²² فالتنمية المستدامة تكون بشكل تلقائي غير متكلف، وهي لا تتعدى كونها عملية الإستخدام العقلاني للموارد الطبيعية، أما التنمية المستدامة فإلى جانب ما ذكر فتدعيم إستمراريتها للأفراد وهي تضمن حق التنمية للأجيال الحاضرة والقادمة.²³

وعرفها الإقتصادي روبرت سلو Robert Slow بأنها: "عدم الإضرار بالطاقة الإنتاجية للأجيال المقبلة وتركها على الحالة التي ورثها فيها الجيل الحالي"،²⁴ ولا يركز سلو في نظريته لهذه التنمية على الطاقة الإنتاجية والموارد فقط، بل على البيئة أيضاً، حيث يؤكد على ضرورة التفكير في نوعية البيئة التي سنورثها للأجيال القادمة، تعني الإدارة والإستعمال المميز دون الهدر في إستثمار الموارد الطبيعية الأساسية كالتربة والمياه مثلاً، مع الصيانة المستمرة، وإعادة تأهيل عملية الإستثمار والإستخدام لتلك الموارد مقرونة بالتنمية البشرية بمختلف أنماطها إن كانت معاشية، صحية، تعليمية، ترفيهية أم ثقافية، وكل ذلك سعياً وراء طمأنة المتطلبات الإنسانية الحالية والمستقبلية للسكان عبر شبكة المؤسسات المسؤولة ووفق التقنيات المتعددة والإمكانات الاقتصادية والتكنولوجية الحديثة المقبولة إجتماعياً.²⁵

من خلال ما سبق نستنتج أن التنمية المستدامة عملية تنتقل من جيل إلى آخر تقوم على الإستغلال الأمثل للثروات والمقدرات الطبيعية للمجتمعات من أجل تلبية حاجات المجتمع الحالي دون المساس بقدرة الأجيال القادمة.

²⁰ Hervé Devillé, *économie et politiques de l'environnement*, l'Harmattan, Paris, 2010, p: 15.

²¹ نوزاد عبد الرحمن الهيبي، حسن بن إبراهيم المهدي، التنمية المستدامة في دولة قطر - الإنجازات والتحديات -، اللجنة الدائمة للإسكان، الطبعة الأولى، قطر، 2008، ص: 12، على الرابط الإلكتروني: <https://www.ppc.gov.qa/Admin/MDPS%20Generic%20Document/3.pdf>، 12:22، 2020/05/01.

²² حمزة الجبالي، التنمية المستدامة - إستغلال الموارد الطبيعية والطاقة المتجددة -، دار الأسرة للإعلام ودار عالم الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص: 39.

²³ عثمان محمد غنيم وماجة أبو زنت، التنمية المستدامة - فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها -، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010، ص: 23.

²⁴ عبد الله بن عبد الرحمن البريدي، التنمية المستدامة - مدخل تكاملي لمفاهيم الإستدامة وتطبيقها مع التركيز على العالم العربي -، العبيكان للنشر، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، 2015، ص: 52.

²⁵ مجيد السامرائي، الجغرافيا وآفاق التنمية المستدامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص: 26.

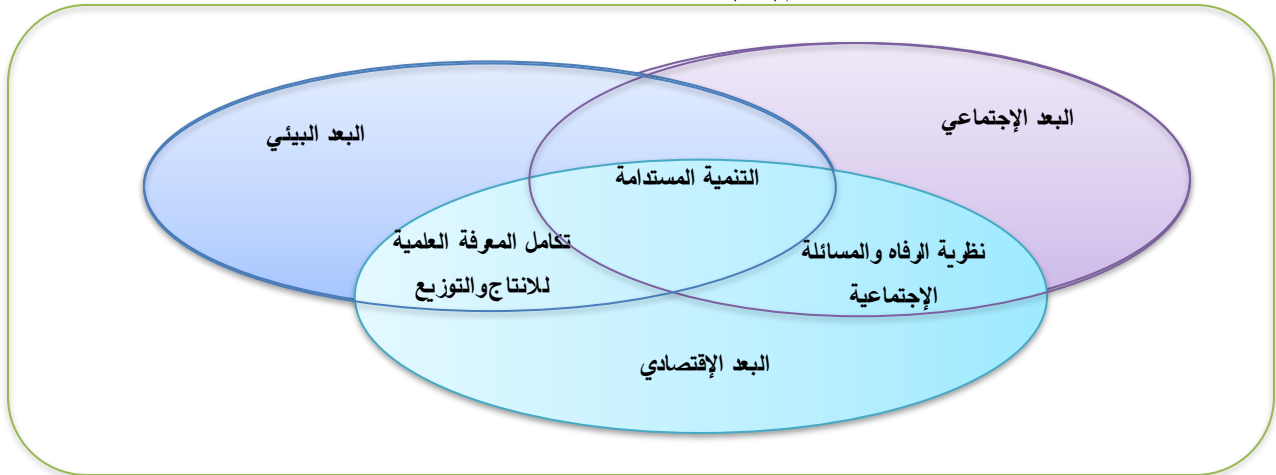


ثانياً: أبعاد التنمية المستدامة

نوجزها فيما يلي:

- 1- **البعد الإقتصادي:** بإعتبار الإقتصاد هو محرك التنمية، فلا يمكن بناء هذه التنمية دون موارد طبيعية وبشرية، ولهذا جاء تصور التنمية المستدامة بإدخال التكاليف البيئية والإجتماعية في الحسابات الإقتصادية، ويتأتى ذلك من خلال الإستثمارات المسؤولة إجتماعياً والتي تأخذ بعين الإعتبار التأثيرات البيئية والإجتماعية للمشاريع المزمع تشييدها، مع المساواة في توزيع الموارد، مع وضع موارد وميكانيزمات مالية للحفاظ على البيئة كتقديم قروض ميسرة للمؤسسات التي تريد إدماج الجانب البيئي في سياستها.²⁶
- 2- **البعد الإجتماعي:** ويركز على الإنسان الذي يشكل جوهر التنمية وهدفها النهائي من خلال الإهتمام بالعدالة الإجتماعية، مكافحة الفقر توفير الخدمات الإجتماعية وضمان الديمقراطية للشعوب.
- 3- **البعد البيئي:** يبرز هذا البعد من خلال الحفاظ على الوسط البيئي ونقله سليماً للأجيال القادمة.²⁷
- 4- **البعد التكنولوجي:** تعني التحول ولاسيما في الدول الصناعية إلى تكنولوجيا أنظف وأكثر إستعمال تكنولوجيا أنظف في المرافق الصناعية، لأنه كثيراً ما تؤدي المرافق الصناعية إلى تلويث ما يحيط بها،²⁸ والشكل رقم (03) يوضح التداخل بين أبعاد التنمية المستدامة:

الشكل رقم(03): تداخل أبعاد التنمية المستدامة



المصدر: مصطفى يوسف كافي، التنمية المستدامة، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2017، ص: 75.

ثالثاً: أهداف التنمية المستدامة

حسب تقرير الأمم المتحدة والذي يحدد أهداف التنمية المستدامة كما يلي:²⁹

²⁶ خالد مصطفى قاسم، إدارة التنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، دار الجامعية، مصر، 2017، ص: 29-35.

²⁷ مدحت أبو النصر، ياسمين مدحت محمد، مرجع سبق ذكره، ص: 105.

²⁸ عبد الله حسون محمد، مهدي صالح دواوي، اسراء عبد الرحمن خيضر، التنمية المستدامة-المفهوم والعناصر والأبعاد-، مجلة ديالي، العدد 67، 2015، ص: 351، على الرابط الإلكتروني: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=107686>، 2020/05/01، 20:00.

²⁹ تقرير الأمم المتحدة، تقرير أهداف التنمية المستدامة 2019، على الرابط الإلكتروني:

https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2019_Arabic.pdf، 2020/05/02،



- القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان.
- القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المستدامة.
- ضمان تمتع الجميع بأنماط عيش صحية وبالرفاهية في جميع الأعمار.
- ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع.
- تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات.
- ضمان توافر المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع وإدارتها إدارة مستدامة.
- ضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة.
- تعزيز النمو الإقتصادي المطرد والشامل والمستدام، والعمالة الكاملة والمنتجة.
- توفير العمل اللائق للجميع.
- إقامة بنى تحتية قادرة على الصمود، وتحفيز التصنيع المستدام الشامل للجميع، وتشجيع الابتكار.
- الحد من إنعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها.
- جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة للجميع وآمنة وقادرة على الصمود ومستدامة.
- ضمان وجود أنماط إستهلاك وإنتاج مستدامة.
- إتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغير المناخ وآثاره.
- الحفاظ على المحيطات والبحار والموارد البحرية وإستخدامها على نحو مستدام لتحقيق التنمية المستدامة.
- حماية النظم الإيكولوجية البرية وترميمها وتعزيز إستخدامها على نحو مستدام وإدارة الغابات، على نحو مستدام، ومكافحة التصحر ووقف تدهور الأراضي وعكس مساره، ووقف فقدان التنوع البيولوجي.
- التشجيع على إقامة مجتمعات مسالمة وشاملة للجميع من أجل تحقيق التنمية المستدامة، وإتاحة إمكانية وصول الجميع إلى العدالة.
- بناء مؤسسات فعالة وخاضعة للمساءلة وشاملة للجميع على جميع المستويات.
- تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل تحقيق التنمية المستدامة.

رابعاً: ماهية السياحة المستدامة

تعددت تعريف وأدوار السياحة المستدامة نظراً للأهمية التي تلعبها على مختلف المستويات الإقتصادية والإجتماعية والبيئية.

1-تعريف السياحة المستدامة: إرتبط مفهوم الإستدامة بشكل وثيق بالأنشطة السياحية المختلفة، إذ تمثل صناعة السياحة إحدى الدعامات الرئيسية لدعم الإقتصاد الوطني وبذلك تعد قوه إقتصادية وإجتماعية لا يستهان بها في العالم، ومع توجه العالم إلى القرن الحادي والعشرين ظهر مفهومان رئيسيان في مجال ترشيد السياحة: الأولى تدعو إلى مسؤولية أكبر تجاه إحترام سكان مكان القصد وثقافتهم، والثانية تدعو إلى مسؤولية أكبر تجاه السياح،³⁰ جاء تعبير الإستدامة في التنمية السياحية لأول مرة في تقرير مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية عام 1987 (هيئة ترونتلاند للتنمية المستدامة) بأنها التنمية التي تلبي إحتياجات الجيل الحالي دون

³⁰ أماني رضا، مرجع سبق ذكره، ص: 55.



الإضرار بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية إحتياجاتها الخاصة،³¹ والسياحة المستدامة هي مفهوم حصل على إهتمام متزايد منذ الثمانينيات، وبالرغم من أن هذا مفهوم تتم مناقشته مع الإعتبار للبيئة المادية، فإن هذه التعريفات أيضا تشمل البيئة الإجتماعية والثقافية للمقاصد السياحية، كما أن منظمات ومنها برامج الأمم المحددة للبيئة إستخدمت وإعتمدت هذا المفهوم الذي طور بواسطة منظمة السياحة العالمية،³² وتركز السياحة المستدامة على كفاءه إستغلال وإدارة الموارد بحيث تلبى الإحتياجات الإقتصادية والإجتماعية والبيئية، على أن تتم عملية تنميتها مع المحافظة على الخاصية التراثية والثقافية وأنظمة دعم الحياة الطبيعية في البلد المضيف.³³

فقد عرفت المنظمة العالمية للسياحة السياحة المستدامة كما يلي: السياحة المستدامة هي التي تلبى إحتياجات السياح والمواقع المضيفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل، أي أنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيه متطلبات المسائل الإقتصادية والإجتماعية والثقافية، ويتحقق مع التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة،³⁴ المقصود بالإستدامة السياحية هو إستمرار السياحة في المنطقة السياحية إلى مدة طويلة جدا ولأجيال عديدة دون أن تتسبب في تدمير البيئة.³⁵

من خلال ما سبق نستنتج أن السياحة المستدامة تركز على تلبية إحتياجات السياح سواء في الداخل أو الخارج وتلبية حاجاتهم ورغباتهم دون الإضرار بالمحيط البيئي والإجتماعي للمناطق المستضيفة لمدة طويلة جدا وتعمل على سلامة الموارد الطبيعية والإيكولوجية للأجيال القادمة.

2- أهمية السياحة المستدامة : تكمن أهمية السياحة المستدامة فيما يلي:³⁶

- تساعد السياحة المستدامة على وضع تصور واضح مبني على فهم أفضل للمقومات السياحية البيئية والطبيعية والثقافية والإنسانية، تضمن السياحة المستدامة توزيع عادل للفوائد والكلف، وتولد السياحة وظائف محلية بشكل مباشر في قطاع السياحة وبشكل غير مباشر في عدد من القطاعات الداعمة والمعنية بإدارة الموارد إضافة إلى تعزيز السياحة في القطاعات المحلية المربحة كالفنادق وغيرها من أماكن الإقامة والمطاعم وغيرها من خدمات الطعام ونظم النقل والأعمال اليدوية وخدمات الدليل السياحي.

- تشجع السياحة المستدامة على التقدير الذاتي للجماعات المستدامة، وتسعى بفهم أكبر وتواصل أفضل بين شعوب من خلفيات مختلفة، وإظهار أهمية الموارد الطبيعية والثقافية بالنسبة إلى الرفاه الإقتصادي والمجتمعات المستدامة، ويمكن أن تساعد على الحفاظ على هذه الموارد مع إمكانية مراقبة السياحة المستدامة.

- لا شك في أن السياحة المستدامة مجال واسع لم يحدد بشكل جيد، وهو يتضمن الكثير من عناصر نظام السياحة، وهناك العديد من الجهات المهمة بعملية إتخاذ القرارات المتعلقة بالسياحة المستدامة، أما المفتاح لهذه

³¹ الجمعية العامة للأمم المتحدة، على الرابط الإلكتروني: <https://www.un.org/ar/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>، 2020/05/02، 22:00.

³² أماني رضا، مرجع سبق ذكره، ص: 55.

³³ مصطفى يوسف كافي، السياحة البيئية المستدامة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2014، ص: 91.

³⁴ صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة دليل الأجهزة المحلية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سوريا، 2004، ص: 23.

³⁵ محمد الصيرفي، السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2008، ص: 233.

³⁶ مصطفى يوسف كافي، السياحة البيئية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 93-94.



المبادئ فهو أنه يمكن للسياحة المستدامة أن تطل الإهتمام التجاري للشركات إضافة إلى أن مسؤولية السياحة المستدامة تقع على عاتق القطاع الخاص والقطاع العام معا.

- تسعى السياحة المستدامة إلى إشراك كل شرائح المجتمع في إتخاذ القرارات بما فيها السكان المحليين، وذلك لتتعايش السياحة مع مستهلكين آخرين للموارد، تدمج بين التخطيط وتقسيم المناطق مما يضمن تنمية سياحية ملائمة لتحمل قدرة النظام البيئي، وتحسين وسائل النقل والتواصل المستدامة وغيرها من البنى التحتية الأساسية وتنشئ السياحة مرافق للإستجمام التي يمكن للمجتمعات المحلية المستدامة أن تستعملها، إضافة إلى الزائرين المحليين والدوليين كما أنها تشجع على المحافظة على المواقع الأثرية والمباني والمناطق التاريخية وتساهم في تكاليف الحفاظ عليها.

- إن إستدامة السياحة البيئية هي إلترام أخلاقي وأدبي أكثر منها إلترام قانوني تعاقدية تعاهدي وهو إلترام فاعل ليس فقط على مستوى الفرد السائح أو على مستوى الشركة والمنظمات لها أعلى مستوى الدولة المستضيفة، ولكن على مستوى العالم ككل.

المطلب الثاني: السياحة المستدامة

لقد خلف التطور المتسارع للسياحة ظهور العديد من المشاكل في مختلف المجالات خاصة في المجال البيئي والإجتماعي، مما دفع بالعديد من الدول للبحث عن بديل للسياحة التقليدية يرتكز على الإستمرارية من خلال الإستخدام الأمثل للموارد الطبيعية في قالب يتداخل فيه البعد البيئي، البعد الإجتماعي والبعد الإقتصادي.

أولاً: أبعاد السياحة المستدامة

تتضمن السياحة المستدامة أبعاد تتمثل فيما يلي:

1- البعد الإقتصادي: بإعتباره هو محرك التنمية إلا أنه لا يمكن بناء هذه التنمية دون موارد طبيعية وبشرية، ولهذا جاء تصور للتنمية المستدامة بإدخال التكاليف البيئية والإجتماعية في الحسابات الإقتصادية، أي أن التنمية أصبحت تأخذ في الإعتبار المتغيرات البيئية (نظام الإدارة البيئية، التقييم النقدي للأضرار البيئية ... إلخ) والمتغيرات الإجتماعية كالحق في السكن، وذلك من أجل التخلص من الأساليب التنموية السابقة (الإقتصادي المصنع) التي كانت لتحقيق الرفاه الإقتصادي حاملة معها الكوارث الطبيعية والبشرية نتيجة التلوث البيئي.³⁷

2- البعد البيئي: إن السياحة ذاتها كمنشآت يمكن أن يترتب آثارا سلبية تؤدي إلى تدهور هذه الموارد بل وتدميرها في بعض الأحيان وكأن السياحة تقتل نفسها، ولا يقتصر البحث في الآثار البيئية للسياحة على آثارها بالنسبة للموارد الطبيعية بل يمتد ليشمل آثارها بالنسبة للبيئة الحضارية والتاريخية وهما من صنع الإنسان نفسه، وإذا كانت تتماشى التنمية السياحية مع الحفاظ على العمليات البيئية الأساسية والتنوع البيولوجي والموارد البيولوجية داخل المواقع السياحية.³⁸

3- البعد الإجتماعي الثقافي: فالسياحة من حيث إنتقال مجموعات من الناس عبر حدود الدول وهم ذوي لغات وثقافات مختلفة وبيئات متباينة ولديهم دوافع متفاوتة للسفر ويدينون بمبادئ وعادات وإتجاهات إجتماعية ونفسية

³⁷ مصطفى يوسف كافي، إقتصاديات البيئة والعولمة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2014، ص ص: 93-94.

³⁸ إبراهيم بظاظو، مرجع سبق ذكره، ص: 198.



تختلف من دولة إلى أخرى بل وتختلف من شخص إلى شخص، فضلا عن خضوعهم لتقاليد مستمدة من دياناتهم ومن طرق حياتهم، يجعل من الإختلاط بينهم وبين شعوب الدولة المستقبلية أرضا خصبة لنمو أكبر قدر من الإحتكاك الحضاري والإجتماعي والنفسي بين الناس.³⁹

ثانيا: أهداف السياحة المستدامة

من بين أهم أهداف السياحة المستدامة ما يلي:⁴⁰

- إن السياحة المستدامة تضع في إعتبارها نوعا جديدا من العدالة والمساواة، ألا وهو المساواة بين الأجيال في التمتع بالموارد الطبيعية.
- السياحة المستدامة وتتميتها تعني الإعتماد على الطبيعة والحفاظ على الأنظمة البيئية الموجودة وليس العمل على إستغلال مقوماتها.
- تهدف إلى التقليل من التلوث البيئي لتجنب تكلفة الأضرار البيئية الطويلة المدى لتحسين جودة السياحة.
- تحقيق التنوع الطبيعي والإجتماعي والثقافي بقاعدة متينة، وصيانة الأصالة الثقافية والتماسك الإجتماعي.
- تحسين نوعية الحياة للمجتمع المضيف وتقديم نوعية عالية من المعلومات والخبرات بالشكل المناسب لهم.
- خلق فرص جديدة للإستثمار وبالتالي خلق فرص عمل جديدة وتنوع الإقتصاد، وزيادة الدخل القومي، وتحسين البنى التحتية والخدمات العامة في المجتمعات المضيفة، وتلبية الإحتياجات الأساسية للعنصر البشري والإرتقاء بالمستويات المعيشية، والإستخدام الفعال للأرض وتخطيط المساحات الأرضية بما يتناسب مع البيئة المحيطة.

ثالثا: التنمية السياحية المستدامة

لقد تعددت تعاريف التنمية السياحية بتعدد آراء المفكرين وما إشتملت عليه من مرتكزاتها المختلفة.

تعريف التنمية السياحية المستدامة: نقصد بالتنمية السياحية المستدامة التنمية التي تلبى إحتياجات السياح، والمواقع المضيفة، إلى جانب حماية، وتوفير الفرص للمستقبل، كما أنها تمثل جملة من القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد، بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسائل الإقتصادية، والإجتماعية، والثقافية، ويتحقق مع التكامل الثقافي، والعوامل البيئية، التنوع الحيوي، ودعم نظم الحياة،⁴¹ وعرفت أيضا بأنها تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة ومخططة داخل الدولة ككل أو داخل أي إقليم من الدولة، تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية،⁴² وتعرف التنمية السياحية المستدامة على أنها نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الإقتصادي والإجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية.⁴³

³⁹ أحمد، منال شوقي عبد المعطي، مرجع سبق ذكره ، ص: 102.

⁴⁰ محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الاولى، مصر، 2009، ص: 192.

⁴¹ سمر رقي الرحبي، مرجع سبق ذكره، ص: 123.

⁴² محمد إبراهيم عراقي، فاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة-دراسة تقييمية-، المعهد العالي للسياحة والفندقة والحاسب الآلي، مصر، الإسكندرية، 2007، ص: 04.

⁴³ صالح زين الدين، دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، كلية الحقوق -جامعة طنطا-، مصر، 26-28 أفريل 2016، ص: 13، على الرابط الإلكتروني:

<http://kw.tanta.edu.eg/files/%D8%A3.%D8%AF%20%D8%B5%D9%84%D8%A7%D8%AD%20%D8%B2%D9%8A>

، 12:00، 2020/05/03، %D9%86%20%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%8A%D9%86.pdf



يعبر إصطلاح التنمية السياحية المستدامة، عن عملية التطوير المركبة والمستمرة، التي تهدف إلى تلاقي الصراع الدائري حول إستغلال الموارد (الطبيعية والثقافية والتراثية والحضرية) المتاحة، أثناء تلبية إحتياجات كل من السائحين الزائرين، والسكان المحليين، والمنظمين السياحيين، والهيئات الحكومية المعنية خلال الممارسات الحالية للنشاطات والأنماط والمشروعات التنموية السياحية المختلفة.⁴⁴

من خلال ما سبق نستنتج أن التنمية السياحة المستدامة حلقة وصل بين السياح والمجتمع المضيف وتهدف إلى الحفاظ على الموارد المتاحة عند تلبية الإحتياجات.

1- المرتكزات الأساسية التي تقوم عليها التنمية السياحية المستدامة: من بين أهم المرتكزات الأساسية التي تقوم عليها التنمية السياحية المستدامة نجد ما يلي:⁴⁵

- إختيار المكان المناسب من خلال الدراسة الكاملة للأماكن السياحية.
- المحافظة على عناصر الجذب الطبيعية كمصدر مهم للجذب السياحي.
- تحقيق فوائد للمجتمع.

وعلى ضوء ذلك يمكن توضيح الإختلافات بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة في الجدول رقم(01) التالي:⁴⁶

الجدول رقم(01): الإختلافات بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية السياحية التقليدية

التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية مستدامة
01	تنمية سريعة
02	تنمية تتم على مراحل
03	ليس لها حدود
04	قصره الأجل
05	طويلة الأجل
	سياحة الكيف (النوع)
	إدارة عمليات التنمية في الخارج
	إدارة عمليات التنمية عن طريق السكان المحليين

المصدر: محمد فريد عبد الله وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة،

دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص: 29.

من خلال الجدول رقم(01) نلاحظ أن هناك إختلافا جوهريا بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية السياحية التقليدية فهذه الأخيرة تتميز بالسرعة، لا تحكمها حدود معينة، تعمل على المدى القصير، تهتم بالكم على حساب الكيف وتدار عملياتها من خلال السياح الوافدين من الخارج، عكس التنمية السياحية المستدامة التي تتم عبر مراحل، لها حدود معينة، تتميز بالإستدامة من خلال العمل على المدى الطويل، تهتم بالتنوع بالإضافة إلى أن عملياتها تدار إنطلاقا من السكان المحليين.

كما يمكن توضيح الإختلافات في الإستراتيجيات في الجدول رقم(02) التالي:

⁴⁴ مصطفى أحمد السيد مكاي، ثنائيه السياحة ونخيل التمر في بعض الدول العربية-مدخل إستراتيجي لتطوير العلاقات التشابكية المستدامة بأساليب تخطيطية ذكية-، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2017، ص: 40.

⁴⁵ محمد شبيب الخصاونة، زياد محمد المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص: 47-49.

⁴⁶ محمد فريد عبد الله وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص: 29.



الجدول رقم(02): الإستراتيجيات بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة

التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية مستدامة
01	تنمية بدون تخطيط
02	تخطيط أولاً ثم تنميه بعد ذلك
03	تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة
04	تخطيط شامل متكامل
05	التركيز على إنشاء الوحدات
06	مراعاة الشروط البيئية في البناء والتخطيط الأرض
07	مباني حضرية تقليدية
08	أنماط معمارية محلية
09	برامج خطط المشروعات
10	برامج خطط مبنية على مفهوم الإستدامة

المصدر: محمد فريد عبد الله وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة،

دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص: 30.

من خلال الجدول رقم(02) يلاحظ أن هناك إختلاف كبير بين إستراتيجية كل من التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة، فالأولى إستراتيجيتها غير مخطط لها وإن وجدت تكون الإستراتيجية جزئية وفي قطاعات منفصلة، تركز على إنشاء الوحدات، تعتمد على تشييد مباني حضرية تقليدية كما أنها لا تعتمد على المعايير البيئية والإجتماعية في إعداد برامج خطط المشروعات، أما بالنسبة للتنمية السياحية المستدامة فهي تعتمد على المرحلة من خلال التخطيط ثم التنمية، وترتكز على التخطيط الشامل لجميع القطاعات، وتراعي الشروط والسلامة البيئية والأنماط المعيارية المحلية في البناء، كما أنها تركز على الإستدامة في وضع برامج الخطط.

وأيضاً يمكن توضيح مواصفات السائح في الجدول رقم(03) التالي:

الجدول رقم(03): مواصفات السائح

التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية مستدامة
01	مجموعات وأعداد كثيفه من السياح
02	حركة الأفراد المجموعات صغيرة
03	فترات الإقامة قصيرة
04	فترات إقامة طويلة
05	ضوضاء وأصوات مزعجة
06	رزلة وهلوع في الأداء
07	في الغالب زيارة واحدة للمكان
08	إحتمال تكرار الزيارة مرة أخرى للمكان
09	مستويات ثقافيه مختلفة
10	مستوى عالي من الثقافة والتعلم

المصدر: محمد فريد عبد الله وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة،

دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص: 30.

من خلال الجدول رقم(03) يلاحظ أن هناك إختلاف جذري بين مواصفات السائح في كل من التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة، ففي الأولى السواح عادة ما يتجولون بأعداد كثيفة وفي مجموعات، فترات إقامتهم تكون لمدة قصيرة، يغلب عليهم الضوضاء والأصوات الصاخبة، زيارتهم للمكان الذي يقومون بزيارات لا تتكرر عادة كما أن مستوياتهم الثقافية تكون ضعيفة غالباً، أما بالنسبة للتنمية السياحية المستدامة فالسواح يتجولون في مجموعات قليلة العدد، إقامتهم تمتد لفترات طويلة، يتمتعون بالهدوء والرزانة، عادة ما تتكرر زيارتهم للأماكن التي يزورونها كما أنهم غالباً ما يتميزون بمستوى عالي من العلم والثقافة.



2- أهمية التنمية السياحية المستدامة: تبرز أهمية التنمية السياحية المستدامة فيما يلي:⁴⁷

- تتجلى هذه الأهمية أيضا في مدى نجاح مشاريعها وبرامجها التنفيذية، على إيجاد قيم مضافة ملموسة، وذات تأثير واضح وسريع ناجم عن إستخدام الموارد الطبيعية، وتحسين إنتاجيتها الكلية، على المستويين القطاعي والإقتصادي، وبما يسهم في تعزيز العلاقات التشابكية بين القطاعات الإقتصادية المختلفة التي تستثمر هذه الموارد الطبيعية.

- فلسفة التنمية السياحية المستدامة، تكمن في قدره الهيئات الحكومية المعنية بالتنمية السياحية في الدولة، على تأصيل مبادئ وقيم العدالة والمساواة بين الأجيال والقطاعات المختلفة في الإستفادة والتمتع بإستخدام هذه الموارد، لجعلها موارد سياحية إنتاجية مستدامة.

- تتميز التنمية المستدامة السياحية، بتبني الأدوات والممكنات التي تؤدي إلى إدارة جميع الموارد الطبيعية بالطريقة الرشيدة والملائمة.

المطلب الثالث: التنمية السياحية المستدامة

تعتبر التنمية السياحية المستدامة المحور الأساسي في إعادة التقييم لدور السياحة في المجتمع، ورهان أساسي بين الدول لمواجهة تفاقم المشاكل الإجتماعية والتدهور البيئي التي أهملتها المفاهيم التنموية السابقة، من خلال تقوية العمل بمبادئ التنمية السياحية المستدامة وتوفير متطلباتها وأركانها من أجل تحقيق أهدافها.

أولا: أهداف التنمية السياحية المستدامة

هناك أهداف إقتصادية وإجتماعية وبيئية يمكن إجازها فيما يلي:⁴⁸

1- أهداف إقتصادية: تتلخص فيها مساهمة السياحة والترويج في الرخاء الإقتصادي الذي يضم عناصر كثيرة من العمالة الكاملة، والتنمية الإقتصادية الإقليمية، والمحلية، وتحسين ميزان مدفوعات.

2- أهداف إجتماعية وحضارية: وتتمثل في النمو الإجتماعي، والحضري للمواطنين، ورفع مستوى وعيهم وتعليمهم، وتوعيتهم بتاريخ بلدهم، وتعظيم فرص التمتع بالسفر، والسياحة، والترويج.

3- أهداف بيئية: العمل على حماية البيئة كسبيل رئيسي من سبل التنمية المستدامة، ويكون ذلك عن طريق الإستخدام الأمثل للموارد الطبيعية، وتفاذي أسباب التلوث وحماية البيئة الطبيعية عن طريق الإلتزام بالطاقة الإستيعابية القصوى للمناطق السياحية والحفاظ على موارد التراث القومي.

ثانيا: مبادئ التنمية السياحية المستدامة

يمكن تلخيص مبادئ التنمية السياحية المستدامة في النقاط التالية:⁴⁹

- الإستخدام المحافظ والمستدام للطبيعة، على المدى الطويل للموارد الطبيعية والبشرية.
- ينبغي دمج التخطيط والتنمية وتطبيق السياحة في إطار إستراتيجيات التنمية المستدامة.

⁴⁷ مصطفى أحمد السيد مكاي، مرجع سبق ذكره، ص: 41-42.

⁴⁸ محمد فريد عبد الله وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 34.

⁴⁹ ريتشارد شارپلي Richard Sharpley، التنمية السياحية والبيئة ما بعد الإستدامة، ترجمة محمد طالب السيد سليمان، طلال نزاف عامر، دار الكتاب الجامعي، العين، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2012، ص: 92.



- يجب أن توفر السياحة نطاقا واسعا من الأنشطة الإقتصادية المحلية.
- يجب القيام بالبحوث في كل مراحل التنمية السياحية وتفعيلها لرصد الآثار وحل المشكلات.
- ينبغي على كافة المنظمات والأفراد إحترام الثقافة البيئية الأساسية للمقصد السياحي.
- يتوجب على الوكالات والمنظمات والشركات والأفراد التعاون، والعمل جنبا لجنب.
- ينبغي التطلع إلى إشراك المجتمعات المحلية بعمليات التخطيط والتنمية.
- يجب توعية كل أصحاب المصالح المتعلقة بالسياحة إلى الحاجة لتطوير أشكال أكثر إستدامة للسياحة.

ثالثا: متطلبات تنمية السياحة المستدامة

تشمل متطلبات تنمية السياحة المستدامة ما يلي:⁵⁰

- وضع سياسة هادفة.
- إرشادات تعليمية تثقيفية وبيئية تقدم للسائح أو الزائر.
- توفير برامج تدريبية على مستوى عال للعاملين فيما يتعلق بالنواحي البيئية مع مشاركة المجتمع المحلي في عملية التخطيط والتشغيل.
- تخصيص نسبة من الأرباح للإنفاق على المشروعات في المجتمع المحلي المحيط.
- القيام بأبحاث مستمرة حول تحليل الآثار المختلفة المتوقعة للمشروعات السياحية وتصميم التسهيلات المختلفة وذلك للتأكيد على أن التنمية تتم بأسلوب متوافق مع البيئة.
- الإستفادة من خبرات المنظمات غير الحكومية في مجال حماية البيئة.
- الأخذ في الإعتبار وضع مقاييس للتخطيط وتحقيق الحماية المناسبة للموارد وعدم الإضرار بالبيئة.
- تعاون مشروعات حماية البيئة في المجتمع وذلك بإتاحة الفرصة للتفاعل ما بين السائح والمجتمع المضيف.
- توفير معايير وبرامج يتم من خلالها تحديد المرحلة التي تهتم بها التنمية والمتطلبات اللازمة لهذه المرحلة.
- إعداد برنامج للتنمية السياحية المستدامة في المقصد السياحي.
- تزويد البنية الأساسية بما يتناسب مع الطاقة الإستيعابية بها.

المبحث الثالث: تقييم التنمية السياحية المستدامة وعوامل نجاحها

تعتبر التنمية السياحية المستدامة أحدث ما ظهر من أنواع التنمية، فهي متغلطة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون مقوماتها متطابقة مع مقومات التنمية الشاملة، والتي تحكمها عدة قواعد وإعتبرات يجب توفيرها ومراعاتها، كما أن تطبيق أي خطة للتنمية السياحية يتطلب تحديد المشاكل والصعوبات التي تعرقل الوصول إلى تنمية سياحية مستدامة من خلال وضع البرامج والآليات اللازمة لتجسيدها ميدانيا، والبحث عن الحلول البديلة في حالة حدوث خلل، وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطالب الثلاثة التالية:

- ❖ محفزات التنمية السياحية المستدامة؛
- ❖ عوامل نجاح التنمية السياحية المستدامة ومزاياها في المغرب العربي؛

⁵⁰ محمد شبيب الخصاونة، زياد محمد المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 44-45..



❖ معوقات زيادة الأعمال والإستثمار السياحي؛

المطلب الأول: محفزات التنمية السياحية المستدامة

إن نجاح برنامج التنمية السياحية المستدامة مرهون بتوفير مجموعة من المحفزات والبحث عن الحلول البديلة الكفيلة بتقادي المشاكل والعراقيل التي قد تعترض تنفيذه والتخفيف من الآثار السلبية لها على المشروعات المقاولاتية السياحية بإعتبارها الحلقة الأهم في التنمية السياحية.

أولاً: التعليم والتدريب

من خلال تطوير مناهج التعليم وتوجيهها نحو تعزيز وتشجيع زيادة الأعمال، وتنمية مهارات التفكير الإيجابي والإبداعي والإبتكاري، والتوسع في برامج التدريب التي من شأنها تنمية وتطوير الذات، وبناء القدرات الشخصية واكتساب مهارات العمل الأساسية، مثل: مهارات الإتصال، إعداد خطط العمل، بناء فرق العمل، مبادئ التسويق، مبادئ المحاسبة المالية، وخدمات العملاء وغير ذلك.

ثانياً: التوجيه والإرشاد الدائمين

ويتمثلان في توسيع قاعدة التوجيه والإرشاد من خلال ربط الرياديين ببرامج تحفيز الأفراد والمؤسسات، وتأسيس مراكز بحوث تسهم في إعداد دراسات جدوى ودراسات إستطلاعية وإستكشافية تبصر الرياديين بالمشروعات المجدية وتوجيههم إليها، والربط بين مراكز البحوث وحاضنات المشاريع الريادية للشباب.

ثالثاً: التمويل

ويتم من خلال التوسع في إستحداث أنظمة تمويل غير تقليدية تلأئم المشروعات الناشئة كشركات رأس المال والجريء، وإنشاء شركات مع مؤسسات القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني، لتوفير القروض الميسرة وذات الفائدة البسيطة، التي لا تتقل كاهل المقترض المؤسس لمشروع ريادي.

رابعاً: التمكين

وذلك من خلال تيسير وتذليل الإجراءات الحكومية الخاصة بتأسيس المشروعات الناشئة ومزاولة نشاطها عن طريق تأسيس مراكز الخدمة الموحدة، البوابات الإلكترونية وغير ذلك مما يضمن تسهيل إقامة المشاريع، وتهيئة البنية التحتية المادية والمعلوماتية والمؤسسية الداعمة لرواد الأعمال، توفير شبكة معلومات كافية عن مجالات زيادة الأعمال والمشاريع الإبتكارية وتضيف الدراسة بعض العناصر التي تزيل المعوقات التي تعيق الريادي عن تأسيس مشروعه.⁵¹

خامساً: تطوير المصادر البشرية العاملة في صناعة السياحة والفنادق

إن صناعة السياحة والفنادق مثل صناعة الخدمات تعتمد اعتماداً كلياً على العنصر البشري، وأن كل شخص يعمل في مجال السياحة أو الفنادق يعتبر ممثل وسفير لبلده إذن اعتماد هذه الصناعة بالدرجة الأولى على العنصر البشري، العنصر البشري في صناعة السياحة والفنادق يحتاج إلى كادر متخصص مدرب تدريباً

⁵¹ مجلة كلية التربية، الوعي بثقافة زيادة الأعمال لدى طلاب جامعة نجوان وإتجاهاتهم نحوها -دراسة ميدانية-، جامعة الأزهر، الجزء الثاني، العدد 162، مصر، 2015، ص ص: 629-630، على الرابط الإلكتروني:

https://jsrep.journals.ekb.eg/article_27350_4549cbb79f8f022ebad0a081761f4602.pdf, 2020/05/02, 12:12.



كاملا ويحتاج إلى الخبرة والكفاءة الأكاديمية ضمن هذا يجب الإهتمام بالمدارس والمعاهد والكليات والجامعات التي تدرس مواد السياحة والفنادق، أو فتح كليات ومعاهد وجامعات تخرج كادر سياحي مثقف ومدرب ومؤهل للعمل في المجال السياحي.

سادسا: تشجيع الإستثمار في صناعة السياحة والفنادق

وذلك عن طريق إعفاء شركات الإستثمار السياحي والفندقي من الضرائب في بداية إفتتاح المشاريع وتسهيل إجراءات الجمارك بالنسبة للأجهزة والمعدات التي يحتاجوها في منشأتهم، تقديم القروض الطويلة الأجل بالنسبة لشركات الإستثمار السياحية والفندقية المحلية وإعفاؤها من الضرائب، وضع قانون للإستثمار السياحي والفندقي بحيث يكون بسيط وواضح لكل الشركات وتسهيل إجراءات تسجيل هذه الشركات وحتى تتم مراقبة أعمالها من قبل جهة مختصة واحدة منعا للإزدواج في عمليات الرقابة عليها.

سابعا: تبسيط الإجراءات الجمركية لدخول البضائع التي يحتاجها السواح وكذلك حاجات السواح

تبسيط أو تخفيض الإجراءات الجمركية للبضائع التي يحتاجها السواح أو البضائع التي تحتاجها صناعة السياحة مثل الأجهزة في الفنادق والأثاث ... إلخ وهذا بدوره يخفض من أسعار الإقامة في الفنادق والمنشآت السياحية الأخرى، وكذلك تبسيط وتخفيض الإجراءات الجمركية لحاجات السواح التي يجلبونها معهم لغرض الأعمال وليس البيع مثل أجهزة الكاميرات الفيديو أو التلفون النقال أو بعض أجهزة التصوير ... إلخ.

ثامنا: تطوير قطاع النقل السياحي

يجب الإهتمام بقطاع النقل السياحي إهتماما كاملا، يجب التركيز على الطائرات وأنواعها ومدى ملائمتها للطيران ومحاولة تطوير أسطول النقل الجوي، وكذلك النقل البحري إن وجد والنقل البري بالنسبة للباصات السياحية الكبيرة والمتوسطة والصغيرة، ويجب وضع قانون واضح لها ومراقبتها بدقة لغرض منعهم من إستغلال السواح وخاصة بالنسبة للنقل البري السياحي، تشريع قانون للنقل السياحي الداخلي بالنسبة للباصات من حيث متانتها ووسائل الأمان لها وعدد المقاعد وسعة المقعد الواحد وعدد الركاب وتجهيزها بوسائل التدفئة والتبريد.

تاسعا: القضاء على السوق السوداء في التعامل بالعملة الصعبة

التعامل في السوق السوداء بالعملة الصعبة يؤدي إلى ضعف ثقة السائح بالبلد ويؤدي بالسائح بالإلتفاف على القانون وهذا بدوره يضعف القيمة الحقيقية للسياحة، فيجب تنظيم ومراقبة التعامل بالعملة الصعبة وبصورة قانونية وواضحة لغرض القضاء على السوق السوداء التي بدورها تهدم الإقتصاد الوطني وتقضي عليه.

عاشرا: تنشيط السياحة

مهمة تنشيط السياحة تقع بالدرجة الأولى على الأجهزة الحكومية والدرجة الثانية على القطاع الخاص، فيجب على الدولة إستحداث جهاز إداري حكومي مدرب ومؤهل لغرض القيام بمهمة تنشيط السياحة في البلد وإعطائه صلاحيات واسعة وموازنة خاصة ويكون له شخصية قانونية مستقلة، ويتم تنشيط السياحة عن طريق: إقامة المهرجانات الثقافية والرياضية والفنية، إقامة المسابقات الدولية، إقامة المعارض الدولية، أي نشاطات أو أفكار أخرى من شأنها زيادة الطلب السياحي للبلد.



إحدى عشر: نشر الوعي السياحي

يتم نشر الوعي السياحي بواسطة الطرق التالية:

1- تثقيف السواح: يتم تثقيف السواح بوسائل الإعلان والترويج، والإهتمام بإصدار النشرات والكتيبات والخرائط السياحية ويجب أن تكون تلك المنشورات والنشرات والكتيبات والخرائط واضحة وصحيحة وسهلة الحصول عليها، إما عن طريق وكلاء السفر أو الشركات السياحية أو مكاتب السياحة الوطنية وكذلك يجب توزيع هذه المنشورات إلى السواح مجاناً عند دخولهم البلد عن طريق المطارات أو الموانئ أو الحدود البرية.

2- تثقيف العاملين بالسياحة: ويتم عن طريق إدخال العاملين بالسياحة لدورات تثقيفية وتعليمية ودورات خاصة لغرض إكتساب مهارات أكاديمية وفنية والإطلاع على تجارب الدول المنافسة والدول المتقدمة سياحياً أو الدول المشابهة من حيث الخدمات السياحية، وهنا أيضاً يتم التركيز على الجامعات والكليات والمعاهد ... إلخ.

3- تثقيف مواطني البلد: ويتم عن طريق عقد الندوات والدراسات تبين للمواطنين أهمية السياحة والسواح في تطوير البلد وإستفادة المواطن العادي من السياحة ويتم هذا عن طريق وسائل الإعلام، وكذلك إدخال مادة السياحة ضمن مناهج التدريس في المدارس والجامعات أو تكون على شكل فصول معينة لبعض المواد.

إثنى عشر: تسهيل إجراءات الحصول على سمة دخول

تقليل القيود والإجراءات وتسهيلها لغرض الحصول على الفيزا السياحية وخاصة بالنسبة للسفريات السياحية المنظمة، وإمكانية إصدار الفيزا السياحية من مراكز الحدود البرية والبحرية والجوية، لأن تعقيد وصعوبة إجراءات الحصول على الفيزا تؤدي إلى السواح في البحث عن بلد بديل آخر لا يوجد لديه قيود أو إجراءات صعبة للحصول على الفيزا.

ثلاثة عشر: تشريع قانون السياحي

إن السياحة تحتاج إلى قانون منظم وواضح يحمي السائح والمواطن من الغش والخداع والإستغلال، لأن السياحة كما ذكرنا سابقاً هي بيع وعود وأحلام وإن الغش فيها كثير، فيجب إصدار تشريعات سياحية قانونية تنظم هذه العملية، وتبدأ هذه التشريعات في إنشاء قانون فندقي واضح ومحدد يحمي السواح وإنشاء قانون الوكلاء السفر والشركات السياحية حتى تحمي المواطنين والسواح من الغش في الإعلان والخدمات بالنسبة للسفريات السياحية المنظمة الجماعية والسفريات الفردية، وإنشاء قانون يحمي السائح من الغش أو الخداع الذي قد يحصل في بعض الأحيان.

أربعة عشر: الإهتمام بالتسويق والإحصاء السياحي

هذا الموضوع يحتاج إلى دراسات وبحوث كثيرة لغرض تطوير الجهاز التسويقي والإحصائي بالبلد، بالنسبة للإحصاء السياحي يجب أن يكون من مهمة الدولة لأنه يعتبر جهاز مركزي له سلطة وصلاحيات وشخصية قانونية وأجهزه حديثة كما ذكرنا سابقاً لغرض السيطرة على الإحصاء السياحي بطريقة كاملة وصحيحة، لأن كل المعلومات التي تعتمد عليها الخطة التسويقية للبلد تؤخذ من جهاز الإحصاء السياحي، فإن كانت المعلومات المقدمة غير دقيقة وغير واضحة بالتأكيد سوف تكون الحملة التسويقية غير دقيقة وغير واضحة.



خمسـة عشر: تخصيص جزء من إيرادات السواح لتنمية الموارد السياحية

يجب تخصيص جزء من إيرادات السواح والسياحة لتنمية الخدمات والموارد السياحية والعناية بها لغرض تطويرها من أجل تقديم خدمات متطورة وحديثة للسواح بصورة مستمرة.⁵²

المطلب الثاني: عوامل نجاح التنمية السياحية المستدامة ومزاياها في المغرب العربي

أصبحت التنمية السياحية المستدامة ضرورة ملحة وحتمية للوصول إلى تحقيق الأهداف وتطوير وتنمية المشاريع السياحية من خلال الإستغلال الأمثل للموارد المتاحة عن طريق وضع مخططات وبرامج سياحية واضحة المعالم ودقيقة بالإضافة إلى توفير العوامل المساعدة على نجاحها.

أولاً: عوامل نجاح التنمية السياحية المستدامة

يعتمد نجاح وإزدهار السياحة على مجموعة من العوامل تتمثل فيما يلي:⁵³

1- العمل على تشجيع إقامة السواح في بلد ما لفترة أطول: ويتم ذلك عن طريق إعطاء تخفيض معين للسائح الذي يبقى في الفندق لفترة تزيد عن خمسة أيام أو أسبوع، مثلاً السائح الذي يحجز بالفندق لمدة خمسة أيام متتالية إعطائه اليوم السادس مجاناً أو بتخفيض 50% والسائح الذي يبقى أسبوعاً بالفندق يعطى يومين إضافيين مجاناً وهكذا... إلخ، زيادة وتطوير الخدمات السياحية المساندة، وزيادة وتنوع الرحلات والبرامج السياحية داخل البلد، وأيضا إعفاء السائح من بعض الرسوم في حالة بقاءه فترة أطول بالبلد، وإنشاء فنادق بمختلف المستويات وليست ذات درجات ممتازة فقط، إن إطالة فترة بقاء السائح معناه مصاريف السواح تزداد وهذا يؤدي إلى فائدة البلد أكثر لهذا السبب تسعى أغلب دول العالم لإطالة فترة بقاء السواح في بلدانهم أطول فترة ممكنة لأنه كل يوم يبقى السائح أكثر معناه مصاريف الإقامة أكثر، طعام، خدمات... إلخ.

2- تطوير وسائل السلامة والأمن: يتم عن طريق إصدار قانون معين يحدد إجراءات السلامة على طرق المواصلات في وسائل النقل البرية والبحرية والجوية، وكذلك العمل على التقليل من الجرائم وتوفير الأمن في المجتمع لأن السواح بصورة عامة لا يفضلون الذهاب إلى بلد ما لا تتوفر فيه إجراءات سلامة ووسائل النقل أو لا تتوفر فيه الأمن الداخلي.

3- الإنفتاح على الأسواق التجارية ودعم القطاع الخاص والتجارة الحرة: الدولة دائماً لا تنجح من إدارة المنشآت السياحية ويجب إعطاء إدارة المنشآت السياحية والفندقية إلى القطاع الخاص ولكن تبقى تحت إشراف الحكومة في المراقبة والمتابعة منعا من إستغلال السواح ورفع الأسعار بصورة غير طبيعية.

4- تحسين وتوسيع الهيكل الأساسي للخدمات السياحية عن طريق زيادة إستيعاب المطارات والموانئ ومراكز الحدود البرية وتحسين أجهزة السيطرة على الحركة الجوية والبرية والبحرية: يجب أن تتوفر الخدمات السياحية الضرورية في مراكز الحدود سواء كانت برية أو بحرية أو جوية، لأن مراكز الحدود مهمة جداً لأنها تعطي الإنطباع الأول لدى السائح عن البلد الذي يزوره فالمقابلة اللطيفة وتسهيل إجراءات الدخول بدون مشاكل وبدون تعطيل وكذلك ديكورات المراكز ومدى توفر المطاعم والخدمات السياحية المساندة فيها يعطي شعور للسواح

⁵² ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، 2013، ص ص: 201-206.

⁵³ ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، 2013، ص ص: 200-207.



بالراحة ومدى إهتمام الدولة بالسائح، فالسائح الذي يقضي ساعتين أو ثلاثة في مراكز الحدود في إجراءات الدخول أو التفتيش بالتأكد أنه سوف لا يزور البلد مرة ثانية أو لا ينصح أصدقائه أو أهله بزيارة هذا البلد، ونفس الحالة بالنسبة للسائح الذي لا يجد سيارة تكسي أو نقل إلى مركز المدينة أو الفندق الذي حجز به، لهذا السبب يجب ترويض المراكز الحدودية بالخدمات السياحية المساندة ومراكز معلومات سياحية، كذلك تطوير أجهزة السلامة والمراقبة البرية والجوية والبحرية، وكذلك إصدار التشريعات الخاصة التي تمنع تلوث البيئة التي قد تحدث نتيجة التوسع في الإستثمار السياحي والفندقي.

5- إنشاء مراكز سياحية وطنية: ويجب على الدولة التي ترعى صناعة السياحة إنشاء مراكز سياحية وطنية في مراكز الحدود وأماكن تجمع وتواجد السواح وفي مراكز المدن التجارية لغرض تقديم خدمات إلى السواح وتكون الخدمات كما يلي: توفر الكتيبات والمنشورات السياحية التي توزع مجانا والتي تشارك في إصدارها وطبعها الشركات والفنادق والمطاعم التي تعلن عن خدماتها في هذه المنشورات، توفر خدمات الحجز المركزي للفنادق والمطاعم والمسارح والسينمات والنقل السياحي والخدمات السياحية الأخرى، تقديم النصائح والإستشارة للسواح في كافة المجالات سواء كانت سياحية أم غير سياحية، أي خدمات قد يحتاجها السواح.

6- تأسيس جهاز متكامل لتشجيع ومساندة صناعة السياحة بما يلائم متطلبات البيئة: يجب أن يتم تأسيس جمعية أو منظمة حكومية تعتنى بشؤون التنمية السياحية ولكن ليس على حساب تدهور البيئة الطبيعية من خلال إنقراض بعض الحيوانات أو الطيور أو الأسماك النادرة وتلوث الطبيعة بأشكالها المختلفة وإنشاء محميات طبيعية لها، لهذا يجب العمل على حماية البيئة والثروات الطبيعية من التلوث نتيجة توسع صناعة السياحة.

ثانيا: مزايا التنمية السياحية المستدامة في دول المغرب العربي

لقد تباينت الآثار المترتبة عن التنمية السياحية المستدامة في دول المغرب العربي بين إيجابية وسلبية من بلد لآخر تبعا للأهمية والمكانة التي يحتلها هذا القطاع في إقتصاديات هذه البلدان وأيضا حسب تباين الأنشطة والمقومات والأنماط السياحية المتبعة فيها، ولعل أبرز المزايا التي تحققها التنمية السياحية المستدامة للدول المغربية نجد ما يلي: ⁵⁴

- إن السياحة صناعة تصديرية تسلم في المقصد السياحي بصورة مباشرة، دون تحمل أي نفقات نقل أو تخزين، وبذلك تحقق توازن في ميزان المدفوعات في الدول ذات المقاصد السياحية.
- المساعدة في جلب الإستثمارات المحلية والأجنبية.
- تحقق تدفق للعملة الأجنبية.
- تساعد التنمية السياحية المستدامة في تحسين البنية التحتية وكذا الخدمات السياحية من مختلف الأنواع.
- الإرتقاء بآماكن الإيواء السياحي والفندقي من مختلف الدرجات من خلال التركيز على المقاصد السياحية ذات الخصوصيات الطبيعية والثقافية.
- المساعدة في جذب السائحين لأنواع متعددة للسياحة من خلال الإدارة الفعالة للموارد السياحية المتاحة وخلق أنماط جديدة للسياحة.

⁵⁴ فؤاد بن غضبان، مرجع سبق ذكره، ص: 140.



- المساعدة في زيادة الدخل الوطني للدول ذات المقاصد الجاذبة بكثافة للسائحين من مختلف الجنسيات.
- العمل على زيادة أعداد السائحين وبالتالي عدد الليالي السياحية ومن ثم زيادة الإنفاق السياحي وبالتالي زيادة الموارد وتحسين ميزان المدفوعات.
- الإستغلال الأمثل للبيئة الطبيعية كما هو الحال في مناطق المحميات الطبيعية كنمط من أنماط السياحة البديلة أو المتوافقة مع البيئة، وبالتالي حماية وصيانة البيئة وإستخدامها إستخداماً أمثل.
- تنشيط الصناعات الشعبية أو التقليدية بإستخدام الموارد المحلية خصوصاً، وأن هذه المنتجات تعتبر منتجات فنية ثقافية يقبل عليها السائح.
- كما أن التنمية السياحية تساعد في تنشيط حركة النقل السياحي والإيواء السياحي والصناعات المرتبطة بالقطاع السياحي.

وللتنمية السياحية المستدامة مزايا أخرى نذكرها فيما يلي:⁵⁵

- زيادة المساهمة في التشغيل وإتاحة فرص العمل وزيادة المساهمة في الدخل القومي.
- تعظيم دور القطاع السياحي في التنمية المستدامة.
- تقوية التنمية السياحية المستدامة في تنمية الأقاليم والمجتمعات المحلية إقتصادياً وإجتماعياً وزيادة دورها التنموي وزيادة الوعي السياحي وإنتشار ثقافة السياحة لدى المواطنين.
- إكتشاف الإمكانيات والمقومات السياحية في هاته الدول، ومحاربة الفقر.
- زيادة القدرة التنافسية للخدمات والمنتجات السياحية ورفع مستوى الجودة لديها.
- بناء القدرات للعاملين في مختلف مجالات العمل السياحي من خلال التدريب الموجه للسياحة.
- الإستخدام الأمثل للموارد السياحية وزيادة نوعية الإنتاج وتقليل الهدر في إستخدام تلك الموارد وإستغلال هذه الموارد في منتجات سياحية فعالة، وتطوير ودعم منظمي الرحلات لتسويق المنتجات السياحية المختلفة.
- حماية وتطوير المواقع الأثرية والتاريخية والدينية للتنمية السياحة المستدامة من خلال الشركات السياحية وتخصيص الأراضي السياحية وعمل شركات التمويل والتطوير العقاري لتنمية البنية التحتية لها من خلال توعية المجتمعات من خلال برامج إعلامية تحسن نظرة المجتمعات للسياحة.
- إعداد الدراسات والأبحاث الإحصائية والإقتصادية للحفاظ على ثقافة المجتمعات المحلية، ورصد الأثر الإقتصادي والبيئي للتنمية السياحية، إضافة إلى بناء آلية للتعاون بين المنظمات والهيئات الحكومية والغرف التجارية والجمعيات المهنية لدعم صناعة السياحة بما يضمن مشاركة أصحاب الأعمال في تخطيط وتنمية السياحة بشكل فاعل ويذلل ما قد ينشأ من عقبات يواجهها القطاع السياحي الخاص.
- تدعيم شبكة البنية التحتية الحالية للدول بما يتناسب مع إحتياجات المواقع السياحية شاملة جميع أشكال هذه البنية من طرق ومطارات داخلية وكهرباء ومياه وغيرها.

⁵⁵ ابراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية-تطبيقات على الوطن العربي-، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010 ، ص ص:



- الإلتزام بالمبادئ الأساسية للتنمية المستدامة والمحافظة على المقومات البيئية وعلى التراث الطبيعي والحضاري، وترسيخ قيم التعاون والتعارف بين الدول والشعوب والمحافظة على الحرف اليدوية الموجودة، ودعم تنشيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتنشيط تلك الحرف، ودعم تنمية شراكة التنمية السياحية لتطوير صناعة السياحة من خلال الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص لتطوير مفاهيم تخدم السياحة بما ينسجم مع متطلبات كل بلد.

- إعتداد قطاع السياحة كأداة فاعلة لتحسين دخل المواطن والحد من الفقر والبطالة وتفعيل مشاركة المجتمعات المحلية ودمجها في عملية التنمية السياحية المستدامة.

وهناك مزايا للتنمية السياحية المستدامة لا تقل أهمية عما تم ذكره نوجزها فيما يلي:⁵⁶

- تساعد السياحة في زيادة النشاط الإقتصادي نتيجة الزيادة المترتبة عن السياحة في الدخل للأسر والأفراد.
- تشكل السياحة قطاعا تصديريا يحضر المستهلك إليه دون الحاجة إلى العمليات التجارية الدولية.
- تعمل السياحة على زيادة التنمية في المناطق التي لم تستغل سياحيا، فتتجه السياحة إلى المناطق ذات الخصائص الطبيعية، والمناخية الفريدة والتي غالبا ما تكون محرومة من العمران.
- تساهم التنمية السياحية على زيادة الإنتاج والإستهلاك على حد سواء وبهذا تميل الأسعار إلى الإرتفاع نتيجة إرتفاع مستوى المعيشة وزيادة الطلب على أنواع من الخدمات والسلع.

- تساهم السياحة في زيادة فرص الإستثمار الوطني والأجنبي.

المطلب الثالث: معوقات ريادة الأعمال والإستثمار السياحي

إن نجاح أي خطة تنمية سياحية يتطلب تحديد المشاكل التي تعوق تنمية الصناعة السياحية وتأثر عليها إما بصفة دائمة أو مؤقتة من أجل مواجهتها أوتفاديها، كما أن قيام الدولة بإدراج مشاريع إستثمارية سياحية جديدة ضمن خطط التنمية يجب أن يسبق بإجراء دراسة شاملة للتعرف على الصعوبات المعوقات التي يمكن أن تحول دون ترجمتها على أرض الواقع وتحد من فعاليتها.

أولا: المعوقات المرتبطة بريادة الأعمال

وتتمثل في التحديات التي تواجه ريادة الأعمال فيما يلي:⁵⁷

- 1- القيم الإجتماعية السائدة: والتي تسهم بدور كبير في تكوين المنظومة الإقتصادية والإجتماعية والثقافية للمجتمعات، حيث تمثل القيم الإجتماعية الإطار المرجعي للسلوك الفردي، والدافعة للسلوك المجتمعي، وتحتاج ثقافة ريادة الأعمال إلى أنماط سلوكية جديدة، وبالتالي تحتاج إلى قيم جديدة تدفعها إلى الطريق الصحيح.
- الموروث الثقافي المجتمعي في الدول العربية، والذي يشجع الأفراد على التمسك بالوظائف الحكومية بإعتبارها أكثر أمانا وراحة، وليس فيها تحمل للمسؤولية، وحب التبعية والخوف من التجديد والتغيير والإبتعاد عن المخاطرة.

⁵⁶ مصطفى يوسف كافي، هبة كافي، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2016، ص: 38.

⁵⁷ مجلة كلية التربية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 628-629.



- عدم الإعتراف بأهمية وضرورة دور المرأة في المجتمع، مما ينتج عنه تعطيل وهدر نصف طاقات المجتمع، إضافة إلى عدم إحترام وتقدير قيمة الوقت.
- 2- معوقات إدارية وقانونية:** وتظهر في تعقيد الإجراءات والإستغراق في الروتين، والبطء الشديد في إصدار القرارات، وسيادة اللامبالاة والسلبية، وسيطرة العوامل الشخصية على علاقات العمل الرسمية، والقصور في وفرة الكفاءات الإدارية.
- عدم توافر المعلومات اللازمة لإقامة المشاريع، والحساسية الزائدة تجاه البوح بأي معلومات رسمية من أجهزة الدولة للأفراد أو المؤسسات.
- 3- الخوف من التجديد والتغيير:** حيث يخشى كثير من الأفراد أن يتحملوا مسؤولية وأعباء التجربة الجديدة، بحجة أنهم لا يعرفون تبعاتها ولا نتائجها، ولا تسهم خبراتهم السابقة في تشجيعهم على الإقدام على خوض التجربة وتنفيذ المشاريع الجديدة.
- عدم توافر القيادات النوعية القادرة على تحفيز وتشجيع الأفراد والجماعات وإثارة همهم نحو تحقيق هدف مشترك جديد وإبداعي، وحثهم على إستخدام الموارد المتاحة بصورة أفضل لتحسين مستواهم.
- عدم توافر الأجهزة التكنولوجية التي يمكن إستخدامها لإحداث تغيير في قيم المادة والسلوك من حالة حاضرة إلى حالة مستقبلية.
- صعوبة إحداث تغيير في بعض أنماط الشخصية العربية مثل: الإنعزالية والتواكل وعدم إحترام قيم العمل، خاصة اليدوية منها.
- 4- المعوقات المرتبطة بالتعليم:** والتي تواجه الأفراد في إتجاههم لريادة الأعمال، وتتمثل هذه المعوقات في عدم الإهتمام بنشر ثقافة ريادة الأعمال في المؤسسات التعليمية، وعدم وجود برامج تدريبية مكاملة للتعليم الجامعي، وعدم تشجيع التعليم المستمر، بجانب الإهتمام بالأبحاث والدراسات العلمية كوسيلة للترقيات فقط، وعدم الإهتمام بها لتطوير وتقدم ونهضة الدولة، وقصور في التعليم القائم علي الإبداع والإبتكار والتحليل والربط، والفجوة الكبيرة بين ما يتم تدريسه من مقررات في المؤسسات التعليمية، وما يطلبه سوق العمل، بالإضافة إلى ضعف مخصصات البحث العلمي، وعدم الإهتمام به، وغياب الدعم المقدم للطلاب الموهوبين والمبدعين، وعدم تشجيعهم على تنفيذ أفكارهم ومقترحاتهم المبتكرة، وعدم إهتمام الدولة بتشجيع ريادة الأعمال، وتشجيع الخريجين للإتجاه ونحوها، ومساعدتهم وتوفير متطلبات تنفيذ مشروعاتهم.⁵⁸
- ضعف الوعي بأهمية ودور المشاركة بين الأفراد في تحقيق الأهداف، وعدم توافر الرغبة والقناعة لدى الشباب بأهميتها منذ الطفولة، في مراحل الدراسية الأولى إمتدادا إلى تخرج الفرد من الجامعة ويزاول عمله الخاص به. وهناك بعض المعوقات المرتبطة بالتعليم والمتمثلة في الآتي:⁵⁹

⁵⁸ بسام سمير الرميدي، تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدي الطلاب، مجلة إقتصاديات المال والأعمال، العدد السادس، مصر، 2018، ص: 376، على الرابط الإلكتروني: <http://www.centre-univ-mila.dz/fbej/pdf/6eme-edit/24.pdf>، 2020/05/04، 16:30.

⁵⁹ مجلة كلية التربية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 628-629.



- القصور في دعم الموهبة وإستكشاف الرواد وإحتضانهم وتبني مشروعاتهم ومخترعاتهم، وتوفير القروض اللازمة لإقامتها.
 - قصور مخصصات البحث العلمي في الدول العربية والنظر إلى الأبحاث بأنها ليست ذات جدوى.
 - ضعف التركيز على نشر ثقافة ريادة الأعمال داخل البيئات التعليمية، خاصة الجامعية منها.
 - غياب التعلم التطبيقي والتخصصات المتداخلة، ما أحدث فجوة بين إحتياجات التنمية وسياسات التعليم العالي بالجامعات والمعاهد.
 - غياب التعلم القائم على الإبتكار والإبداع والنقد، والإستنتاج والإستنباط والإستقراء.
 - البرامج التدريبية المكملة للتعليم الجامعي أو ما يسمى بالتعليم المستمر.
 - وأخيرا تضيف الدراسة، نمطية البحوث والدراسات العلمية وإتخاذها سبيلا للحصول على الدرجات العلمية فحسب، وليست سبيلا للتطوير والتقدم ونهضة المجتمع، بالإضافة إلى دور الدولة السلبي في تشجيع الأعمال الريادية، وتبني أصحابها وتيسير عملية التسويق لمنتجاتهم، فالريادي يحتاج بدرجة كبيرة إلى من يسوق له منتجاته التي يفترض أن تكون شريان مشروعه الذي يضمن له ديمومة الحياة والإستمرارية.
- ثانيا: معوقات الريادة من منظور الإبداع:**

وتتمثل معوقات الريادة من منظور الإبداع في الآتي:⁶⁰

- 1- **عدم كفاية المعرفة والتعلم:** يتمثل الريادي في تحويل المعرفة والمهارات الريادية من خلال التعليم الرسمي وغير الرسمي، ولا يعني التعليم الريادي فقط بتطوير ريادة الأفراد والتطوير الذاتي للموظفين بل في الوقت ذاته بتزويدهم بالإتجاهات والإبتكار والإبداع والمهارات اللازمة للتعامل مع عدم تأكد المسارات الوظيفية.
- 2- **ندرة وجود القدوة:** إذ أن القدوة هم أفراد من خلال إتجاهاتهم وسلوكهم وقدرتهم على العمل والمصادقية يتم بكسب الخبرة وخلق مسار القيمة وتحقيق الريادة.
- 3- **ضعف البيئات التمكينية للريادة:** يعد عدم الإستعداد للمجازفة واحدة من المعوقات التي تحول نجاح أية منظمة إذ يمنع الخوف من الفشل وإحراج الأفراد من إكتشاف الأفكار والمغامرة في مرحلة التنافس، وعندما تكون البيئة أكثر ملاءمة تشجع في تبني الريادة وبالمقابل وفي بعض الأحيان لا توفر البيئة الأمن والإستقرار للريادي في المعوقات الإقتصادية والمالية قد تواجه المنظمة صعوبات في الحصول على الأموال اللازمة لتمويل المنظمة مما يشكل ذلك عائقا في تعطيل الأفكار والمشاريع المهمة وقدرة المنظمة في مواكبة التطورات الحديثة.
- 4- **ضعف شبكات الأعمال ذات العلاقة:** يحتاج العمل إلى المال، مثلما يحتاج إلى الأفكار، وفي هذه الحالة نحتاج لوجود شراكات وشبكات الأعمال لتحقيق ذلك إلا أنه في الواقع من الصعب جدا إيجاد شريك يسهم على نحو واضح في تحقيق الريادة.
- 5- **المعوقات التنظيمية:** إنشاء بيئة عمل داعمة للريادة يتطلب خلق مجموعة واسعة من السياسات الداعمة فيما يتعلق بالسياسة النقدية والمالية والأسواق المالية والضرائب والمنافسة لكن في بعض الأحيان قد يكون من

⁶⁰ Rahmawati Feby, Hasyati Absharina, Yusran Husna Leila, **The obstacles to be Young Entrepreneur, The International Conference on Business and Management, Phuket – Thailand, 2012, p: 463.**



الصعب تنظيم مجموعة متنوعة من الإجراءات والمتطلبات للمنظمات الريادية المحتملة وقد توضع إجراءات والتي من شأنها تؤدي إلى إعاقة ظهور المنظمات الريادية.

ثالثاً: معوقات الإستثمار السياحي

تتجسد العوامل المعيقة للإستثمار السياحي فيما يلي:⁶¹

1- ضعف الإستقرار السياسي والأمني: الناتج عن التهديدات الأمنية والتغيرات الحكومية المتتالية وما نتج عنه من تغيير في السياسات والقوانين والتوجهات الإقتصادية والسياسية، وخاصة تلك المتعلقة بالإستثمار والتجارة الخارجية، إضافة إلى إنعدام الأمن في معظم المناطق السياحية وخاصة عبر الطرق والمناطق الجبلية والغابية والقطارات، وهذا ما يؤثر سلباً على جاذبية البلد وقطاع السياحة للإستثمارات أو للسياح.

2- العراقيل الإدارية والبيروقراطية: ومن بين أهم المشاكل التي تواجه النمو والنجاح في إستقطاب الإستثمارات في قطاع السياحة وتعيق ظهور ونمو المؤسسات في هذا الميدان، تلك العراقيل الإدارية المتعلقة بعملية بدء النشاط التجاري وتأجيل الملكية والحصول على الائتمان وضعف حماية المستثمرين.

3- عدم الإستقرار الإقتصادي: والذي يظهر من خلال إرتفاع معدلات التضخم وتدني قيمة العملة الوطنية مقابل العملات الأجنبية، فإرتفاع معدل التضخم يؤثر سلباً على نشاط المؤسسات نتيجة تغيير في أسعار وتكاليف الإستثمار الناتجة عن إرتفاع تكاليف المواد الأولية، مما يجعل هذه المؤسسات مضطرة إلى رفع أسعار الخدمات السياحية الأمر الذي يؤثر على القيمة المقدمة للزبون ومن ثم التأثير على رضاه.

4- عدم ملائمة ثقافة المجتمع مع الإستثمار السياحي: حيث يتميز المستهلك بميله وتفضيله للمنتجات تعكس ثقافة ذلك المجتمع، مما يجعل المؤسسات تواجه صعوبة تسويق منتجاتها، إضافة إلى إنتشار السوق السوداء، كما أن تفضيل وميل الأفراد سواء في الداخل أو الأجنبي إلى تفضيل كل ما هو أجنبي يدفع بالكثير إلى الهجرة أي تفضيل المواقع والمؤسسات السياحية الأجنبية والترويج لها.

5- ضعف الائتمان المصرفي: تواجه الإستثمارات المختلفة مشكلة إنحصر مصادر التمويل بسبب تقلص نفقات الدعم المالي للحكومة الناتج عن الظروف الإقتصادية الصعبة التي تمر بها تلك البلدان، أو بسبب ضعف طاقة المؤسسات المالية والمصرفية والخدمات التي تقدمها من حيث الجودة والنوعية والكمية، كما أنها غير مستجيبة ومتكيفة مع المستجدات العصرية والحاجات والمتطلبات السياحية، ورغم التسهيلات المالية والقروض التي تقرها وتخصصها تلك الدول للإستثمارات السياحية.

6- صعوبة الحصول على العقار السياحي والتجهيزات الرأسمالية الضرورية: رغم أن الدولة أقرت جملة من القوانين لتأهيل الحصول على العقارات، إلا أن مشاكل أخرى كالبيروقراطية والفساد الإداري يحول دون ذلك، إضافة إلى أن تدني إحتياطات الدولة من العملة الصعبة يضعف قدرتها على توفير التجهيزات الرأسمالية الضرورية خاصة وأنها تعتمد في معظمها على المستوردة منها.

⁶¹ عبد الله قش، خنتار نوال، متطلبات تعزيز دور المقاولاتية في ترقية الإستثمار السياحي بالجزائر، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، المجلد 08، العدد 03، 2019، ص ص: 228-234، على الرابط الإلكتروني: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/222/8/3/93276>



- 7- **ضعف القدرة على الإبداع والإبتكار والتجديد:** وعدم الإهتمام به مما يجعل المؤسسات السياحية أقل قدرة على التكيف ومواكبة التغيرات والتطورات البيئية وخاصة تلك الناتجة عن تغير حاجات ورغبات ومتطلبات وأذواق السياح وتنوعهم الثقافي.
- 8- **الفساد الإداري:** يعتبر من بين أهم العوامل المؤثرة سلبا على نشاط المؤسسات الإقتصادية والمشاريع الإستثمارية بشكل عام وتلك الناشطة في قطاع السياحة هو الفساد بمختلف أنواعه.
- 9- **ضعف البنية التحتية:** وتشمل الطرقات والموانئ والإتصالات والتعليم والصحة، إذ تلعب دورا هاما في جلب الإستثمارات السياحية وتوسعها خاصة أن هذه الأخيرة عادة ما تكون في مناطق معزولة، والنقص من هذه الناحية يمنع دخول المستثمرين الصغار.
- 10- **إرتفاع درجة المخاطرة:** وذلك نتيجة إرتفاع درجة التغير والتعقد البيئي الذي يؤثر سلبا على إمكانية التنبؤ والتوقع ومن ثم عدم القدرة على إتخاذ القرار الإستثماري السليم، وإرتفاع هذه الدرجة مرده إلى عدم الإستقرار السياسي والإقتصادي والأمني كما تم توضيحه سابقا.



خلاصة الفصل الثاني

أصبحت صناعة السياحة في وقتنا الحالي من الصناعات الرائدة عالميا من حيث تحقيق أسرع معدلات النمو فضلا عن علاقاتها التشابكية الأمامية والخلفية مع كثير من قطاعات النشاط الإقتصادي، الشيء الذي زاد من رغبة الدول في تطوير وترقية هاته الصناعة من خلال الإجتهد في وضع برامج تنموية مختلفة هدفها تحقيق تنمية سياحية حقيقية من خلال توفير متطلباتها وشروط نجاحها للإستفادة من مدخلاتها سيما الإقتصادية منها بإعتبارها مصدرا أساسيا للتنمية الإقتصادية.

لم يعد إهتمام الدول في وقتنا الحالي منصبا على الإستغلال المكثف والعشوائي للمقدرات الوطنية وإقتصار الإستفادة منها على الجيل الحالي فقط بل أصبح يتعداه إلى البحث في كيفية الوصول للإستغلال العقلاني والأمثل لهذه الثروات دون المساس بحقوق الأجيال القادمة، من هنا باتت الغاية التي تنشدها الكثير من الدول هي الوصول إلى الإستغلال الكفء للمقومات السياحية التي تملكها من خلال الإجتهد لتحقيق التفاعل المطلوب بين مختلف العناصر والمكونات السياحية وتوفير الأسباب والعوامل المساعدة على نجاح الأنشطة السياحية بإختلاف أقسامها وإستدامتها.

لقد أدى التطور المتسارع لقطاع السياحة وتسجيل مكاسب ووفرات متواصلة في المداخل السياحية بالدول إلى السعي لمحاولة النهوض بالقطاع السياحي وجعله قائدا للتنمية من خلال إتباع برامج تنموية ركزت على الجانب الإقتصادي وأغفلت الجوانب البيئية والإجتماعية مما نتج عنه آثار سلبية على البيئة والمجتمع ومختلف عناصر الجذب السياحي على حد سواء، من هنا بات ضبط وتوجيه النشاطات السياحية ضرورة حتمية من أجل الحد من هذه الآثار السلبية والوصول إلى تنمية سياحية مستدامة والتي أصبحت هدفا للدول لما لها من دور هام في المحافظة على الموارد الطبيعية والثقافية ومراعاتها للأبعاد الثلاثة الإقتصادية والإجتماعية والبيئية.

الفصل الثالث:

الإستثمار السياحي في الجزائر والمغرب
لتحقيق التنمية السياحية



تمهيد

لقد سعت الجزائر وإدراكا منها للدور الحيوي الذي يمكن أن يلعبه القطاع السياحي في خلق الثروة وتنويع إيراداتها وتحقيق الإقلاع الإقتصادي المنشود إلى إستغلال وتثمين ما تملكه من إمكانيات طبيعية ومواقع سياحية وبنية تحتية معتبرة وإرث ثقافي وحضاري متنوع قادر على جعلها قبلة للسواح الأجانب، من خلال طرح العديد من السياسات والبرامج المدروسة على المدى القصير والمتوسط والطويل والتي كان الهدف منها النهوض بقطاع السياحة وتطويره ومعالجة المشاكل التي كانت سببا في تخلفه ومن ثم بناء صناعة سياحية مستدامة كان آخرها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 الذي وضع التصور العام لتنمية القطاع السياحي وإستدامته من خلال تنفيذ مجموعة من الحركات للوصول إلى الأهداف المنشودة.

تعتبر السياحة قطاعا إستراتيجيا هاما في الإقتصاد المغربي ومساهما فاعلا في دعم وتسريع التنمية الإقتصادية قياسا بما تتركب عليه المملكة من عوامل جذب سياحي متنوعة طبيعية وحضارية وتاريخية بالإضافة إلى وجود بنية تحتية مقبولة من شأنها أن تجعل منها بلدا سياحيا بإمتياز وقطبا سياحيا عالميا، من هنا بات تطوير القطاع السياحي في المغرب يحتل أولوية أجنده سياساتها التنموية من خلال صياغة وتنفيذ العديد من الخطط والإستراتيجيات التي تمكنها من تنمية القطاع السياحي، كان أحدثها إستراتيجية تنمية السياحة رؤية 2020 التي تعتبر إمتداد لرؤية 2010 والتي عكست إرادة السلطات في المغرب لتثمين الإمكانيات المادية والثقافية والتاريخية ووضعها في خدمة الصناعة السياحية والعمل على إستدامتها.

ولتقييم مدى تقدم وفعالية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 وإستراتيجية تنمية السياحة رؤية 2020 في كل من الجزائر والمغرب على التوالي في تحقيق التنمية السياحية لا بد من القيام بدراسة علمية يتم من خلالها قياس مجموعة من المؤشرات السياحية بالإستناد على الإحصائيات والبيانات الرسمية التي توفرها مختلف المواقع الرسمية والمنظمات سواء كانت محلية أو دولية قبل الحكم عليها بالفشل أو النجاح ومن ثم القيام بتشخيص أسباب الفشل ومعالجتها وتثمين عوامل النجاح، كما أن نجاح التنمية السياحية يبقى مرهون بمدى العناية التي يوليها كلا من البلدين لترقية الإستثمار السياحي لما له من مزايا إيجابية على مختلف المجالات الإقتصادية والإجتماعية والبيئية من خلال العمل على توفير الشروط والبيئة الملائمة له وتذليل كافة المشاكل والعراقيل التي تعترضه، وعليه سيتم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث الثلاثة التالية:

- ❖ واقع التخطيط السياحي للتنمية السياحية في الجزائر؛
- ❖ واقع التخطيط السياحي للتنمية السياحية في المغرب؛
- ❖ فعالية الإستثمار السياحي في الجزائر والمغرب من خلال أهم المؤشرات.



المبحث الأول: واقع التخطيط السياحي للتنمية السياحية في الجزائر

تزرخ الجزائر بمجموعة من المقومات السياحية، إختلفت وتنوعت بين المقومات الطبيعية من موقع جغرافي ومناخ وتضاريس، ومقومات مادية متنوعة، حيث شكلت القاعدة الأساسية للسياحة الجزائرية، والتي أدت إلى التفكير عن كيفية النهوض بقطاع السياحة وتطويره من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 الذي وضع التصور العام لتنمية القطاع السياحي وإستدامته بتنفيذ مجموعة من الحركات للوصول إلى الأهداف المنشودة، وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطالب الثلاثة التالية:

◀ المقومات السياحية في الجزائر؛

◀ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة في الجزائر آفاق 2030؛

◀ مراحل تنفيذ، وتقييم المخطط التوجيهي آفاق 2030؛

المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر

تعتبر الجزائر من الدول التي تملك إرثا تاريخيا وحضاريا ومن أهم المواقع التاريخية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر، كما أن موقعها الجغرافي ميزها منذ العهد الفينيقي والحضارات التي مرت عليها تركت بصمات تاريخية راسخة، إضافة إلى البنى التحتية والتي تعتبر أساس التنمية وعمودها الفقري.

أولا: الموقع الجغرافي للجزائر

يعد عنصر جذب سياحي من حيث التضاريس والمناخ والطبيعة، ويقصد بالموقع الجغرافي في قربه من مناطق الطلب السياحي مما يشجع السياح على إرتياده نظرة لقربه لهم وقلة التكاليف،¹ تتوفر الجزائر على مقومات متنوعة تتمثل في الشريط الساحلي الذي يمتد على طول 1600 كلم،² ويمنح الجزائر شرفة حقيقية على البحر الأبيض المتوسط من خلال 611 شاطئ منها 404 مخصصة للسباحة و 207 غير مرخصة،³ وتبلغ الحدود البرية مع دول الجوار: 6734 كلم ودول الحدود (07): ليبيا 989 كم، مالي 1359 كلم، موريتانيا 460 كلم، المغرب 1900 كلم، النيجر 951 كلم، تونس 1034 كلم، الصحراء الغربية 41 كلم،⁴ المطالبات البحرية: البحر الإقليمي 12 ميل بحري، أما منطقة الصيد الحصرية 32-52 ميل بحري،⁵ المنطقة الاقتصادية الخالصة 200 ميل بحري،⁶ وتتميز الجزائر بثلاثة أنواع من المناخ: مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب، مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا، مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات كما تتربع

¹ نبيهة صالح السامرائي، علم النفس السياحي مفاهيم وتطبيقات، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2017، ص: 23.

² Ministry of Industry and Mines, National Agency of Investment Development -Andi-, **Algeria in brief**, Link: <http://www.andi.dz/index.php/en/connaitre-l-algerie/l-algerie-en-bref>, 12/04/2020, 20:25.

³ وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية 2018، على الرابط الإلكتروني: <http://www.mtatf.gov.dz/wp-content/uploads/2019/12/Tableau-de-bord-annuel-2018.pdf>, 2020/05/03، 13:50.

⁴ Index mundi, land_boundaries, **Algeria Land boundaries**, Link: https://www.indexmundi.com/algeria/land_boundaries.html, 12/04/2020, 20:25

⁵ Central Intelligence Agency (CIA), **The World Factbook-Algeria**, Link: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ag.html>, 12/05/2020, 20:35

⁶ مرسوم رئاسي رقم 16-96 مؤرخ في 20 مارس 2018، يؤسس منطقة اقتصادية خالصة عرض السواحل الجزائرية، الجريدة الرسمية عدد 18، صادرة في 21 نوفمبر 2018، على الرابط الإلكتروني: <https://www.joradp.dz/FTP/JO-ARABE/2018/A2018018.pdf>



الجزائر على أربع أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الإمتداد، حيث تمتد أرض الجزائر على مساحة تقدر بـ 2.381.471 كلم²،⁷ وهي أكبر دولة في العالم العربي وأفريقيا،⁸ تميزها في الشمال سهول التل الجزائري، ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية من الغرب إلى الشرق، تندرج به عدة جبال كجبال تلمسان، تسالة، بني شقران، الونشريس، الأطلس البلدي، جرجرة، الحضنة إلخ تتخلل هذه الجبال منابع مائية وحيوانات وطيور مختلف الأشكال والألوان، مما يؤهل هذا المنتج السياحي ليرقى إلى مستوى الطلب عليه وتلبية رغبات هواة السياحة الترفيهية والجبلية، أما جنوب الجزائر فيمثلها الأطلس الصحراوي، ويظهر في الصحراء الجزائرية الممتدة على مساحة شاسعة تشكل أكثر من 80% من المساحة الكلية للبلاد (2 مليون كلم)، وتحتوي على واحات متناثرة، تتميز بغابات النخيل وتربة خصبة وكثبان رملية وهضاب صحية وسهول حجرية ومن هذه المناطق بسكرة، غرداية، أدرار، وادي سوف، عين صالح، ورقلة، تقرت، جانت ... إلخ،⁹ كما يعتبر المنتج السياحي الصحراوي، من أكثر المنتجات التي حظيت بإهتمام السلطات الجزائرية، نظرا لشساعة هذا المنتج وتنوعه.

ثانيا: الحظائر الوطنية

أصبح موضوع الحظائر الوطنية من المواضيع الحساسة التي تشغل حيز واسعا من الإهتمام سواء على المستوى المحلي أو الوطني للدور الذي تلعبه في صناعة السياحة، الأمر الذي دفع المشرع الجزائري إلى وضع ترسانة قانونية معتبرة المصادر بدايتها كانت بإصدار أول قانون مستقل بحماية البيئة وهو القانون 83-03،¹⁰ المتعلق بحماية البيئة، حيث تناول مصطلح المحميات الطبيعية والحظائر الوطنية وبين إجراءات تصنيفها والآثار المترتبة عن هذه العملية، كما صدرت قوانين ذات صلة بالبيئة منها قانون 84-12،¹¹ والمتعلق بالنظام العام للغابات، وفي نفس السياق صدر أول مرسوم تنفيذي رقم 83-458،¹² الذي يحدد القانون الأساسي النموذجي للحظائر الوطنية، وبعد ذلك تم الإدماج الفعلي للحظائر الوطنية ضمن المجالات المحمية في إطار التنمية المستدامة ذلك بموجب قانون 11-02،¹³ ويمكن تصنيف الحظائر الوطنية بإعتبارها أملاك تابعة للدولة حسب موقعها الجغرافي إلى حظائر وطنية ساحلية وحظائر وطنية داخلية وأخيرا الحظائر الوطنية الصحراوية، وعليه يمكن توضيح ذلك في الجدول رقم (04) التالي:

⁷ حسام الدين جاد الرب، جغرافية الوطن العربي، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، 2011، ص: 271-272.

⁸ Maps of world, Algeria Map, Link: <https://www.mapsofworld.com/algeria/>, 12/05/2020, 20:15.

⁹ محمد الهادي لعروق، أطلس الجزائر والعالم، دار الهدى، الطبعة الجديدة، الجزائر، دون سنة، ص: 12-14.

¹⁰ قانون رقم 38-03، مؤرخ في 05 فيفري 1983، يتعلق بحماية البيئة، الجريدة الرسمية عدد 06، صادر في 08 فيفري 1983 (ملغى)، على الرابط

الإلكتروني: <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

¹¹ قانون رقم 84-12، مؤرخ في 23 يونيو 1984، يتعلق بالنظام العام للغابات، الجريدة الرسمية عدد 26، صادر في 26 يونيو 1984، معدل ومتمم بقانون

رقم 91-20 مؤرخ في 30 ديسمبر 1991، الجريدة الرسمية عدد 62، صادرة في 26 يونيو 1984، على الرابط الإلكتروني:

<https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

¹² مرسوم تنفيذي رقم 83-458، مؤرخ في 23 يونيو 1983، يحدد القانون الأساسي النموذجي للحظائر الوطنية، الجريدة الرسمية عدد 31، صادر في

26 يوليو 1983، ملغى بالمرسوم التنفيذي رقم 13-374، مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد القانون الأساسي للحظائر الوطنية التابعة للوزارة المكلفة

بالغابات، الجريدة الرسمية عدد 57، صادرة في 13 نوفمبر 2013، الرابط: <https://www.joradp.dz/FTP/JO-ARABE/2013/A2013057.pdf>

¹³ القانون رقم 11-02، مؤرخ في 17 فبراير 2011 يتعلق بالمجالات المحمية في إطار التنمية المستدامة، الجريدة الرسمية عدد 13، صادرة في 28

فبراير 2013، على الرابط الإلكتروني: <https://www.joradp.dz/FTP/JO-ARABE/2011/A2011013.pdf>



الجدول رقم(04): قائمة الحضائر الوطنية بالجزائر

تاريخ التصنيف ضمن الترات العالمي	الحضائر الوطنية			اسم الحضيرة
	الحضائر الوطنية الساحلية			
	المرسوم التنفيذي	المساحة	الموقع	
1990	رقم 83-462	76384 هكتار	الطارف	القالبة
2004	رقم 84-327	2080 هكتار	بجاية	قورلية
2004	رقم 84-328	6235 هكتار	جيجل	تازة
الحضائر الوطنية الجبلية (الداخلية)				
2016	رقم 93-117	8224 هكتار	تلمسان	تلمسان
2003	رقم 83-461	26587 هكتار	البليدة والمدية	الشريعة
2015	رقم 84-326	2650 هكتار	باتنة	بلزمة
	رقم 83-459	3424 هكتار	تيسمسيلت	ثنية الحد
1997	رقم 83-460	18550 هكتار	تيري وزو والبويرة	جرجرة
الحضائر الوطنية الصحراوية				
1987	رقم 87-232	450000 هكتار	تمنراست	الأهقار
1986	رقم 87-89	7200000 هكتار	جانيت واليري	التاسيلي

Source: Administration des Forêts, Parcs Nationaux, Link:

<http://www.dgf.org.dz/fr/structure/parcs-nationaux>, 19/05/2020, 20:10.

ثالثا: المناطق الحموية في الجزائر

تعتبر الجزائر واحدة من أبرز نقاط الجذب السياحي نظرا لما تتمتع به من كنوز سياحية متعددة، ومن أهمها السياحة الحموية حيث الحضارات المتعاقبة التي تركت بصمتها للزمن الحالي إضافة إلى مواردها الطبيعية الهائلة الأمر الذي دفع المشرع الجزائري إلى وضع قوانين لتنظيمها وحمايتها بدايتها كانت بإصدار أول مرسوم تنفيذي رقم 94-41،¹⁴ يتضمن تعريف مياه الحمامات المعدنية وتنظيم حمايتها وإستعمالها وإستغلالها، ثم أصدر مرسوم تنفيذي رقم 07-69،¹⁵ يحدد شروط وكيفيات منح إمتياز إستعمال وإستغلال المياه الحموية، ويمكن الإعتماد عليها لبناء سياحة حموية وعليه يمكن توضيح ذلك في الجدول رقم(05) التالي:

الجدول رقم(05): جدول تلخيصي للسياحة الحموية نهاية سنة 2018

مشاريع متوقفة	مشاريع في طور الإنجاز	المؤسسات الناشطة				العدد		سنة 2018
		مركز العلاج بمياه البحر		مركب حموي		منح إستغلال	المنابع الحموية	
		خاصة	عمومية	خاصة	عمومية			
16	37	01	02	15	08	79	282	

¹⁴ قانون رقم 94-41، مؤرخ في 29 يناير 1994، يتضمن تعريف مياه الحمامات المعدنية وتنظيم حمايتها وإستعمالها وإستغلالها، الجريدة الرسمية عدد 07، صادر في 06 فيفري 1994، على الرابط الإلكتروني: <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

¹⁵ قانون رقم 07-69، مؤرخ في 19 فبراير 2007، يحدد شروط وكيفيات منح إمتياز إستعمال وإستغلال المياه الحموية، الجريدة الرسمية عدد 13، صادرة في 21 فبراير 2007، على الرابط الإلكتروني: <https://www.joradp.dz/FTP/jo-arabe/2007/A2007013.pdf>

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، على الرابط الإلكتروني: <http://www.mtatf.gov.dz/wp-content/uploads/2019/12/Tableau-de-bord-annuel-2018.pdf>

رابعاً: البنى التحتية للنقل

يعتبر النقل واحد من الركائز الأساسية للتنمية القطاع السياحي لأي بلد، وتحتوي الجزائر على مختلف أنواع النقل سواء البري أو الجوي أو البحري كآلاتي:

1- النقل البري: تعتبر شبكة الطرق الجزائرية واحدة من أكبر الشبكات الأكثر كثافة في القارة الإفريقية، حيث يقدر طولها بـ 127000 كلم من الطرق، منها ما يفوق 96000 كلم معبدة وأكثر من 10102 هيكلم تعد منها 3478 على الطريق السيار شرق غرب، إن شبكة الطرق الجزائرية في تطور مستمر بفضل برنامج تحديث الطرقات السريعة، نذكر منها إنجاز الطريق السيار شرق غرب الذي يبلغ 1216 كلم منها 1100 كلم مستغلة حالياً لحركة المرور، والإطلاق القادم لمشروع إنجاز الطريق السيار للهضاب العليا بطول 1.020 كلم.¹⁶

2- النقل الجوي: يتكون أسطول الجوي للجزائر من 56 طائرة عصرية متوسط عمرها 11 سنة،¹⁷ ويوجد بالجزائر 157 مطارا حسب إحصائيات 2017 وتحتل بذلك المرتبة 36 منها 18 مطار دولي والباقي إما داخلي أو جهوي أو خاص، أهمها مطار هواري بومدين الدولي، وتعد شركة الخطوط الجوية الجزائرية هي المشرفة على النقل الجوي، بالإضافة إلى مساهمة شركة طيران الطاسيلي في نقل عمال سوناطراك.¹⁸

3- الموانئ: يبلغ طول الخط الساحلي للجزائر 1280 كلم، والبنية التحتية للموانئ التي تضم خمسة وأربعين (45) ميناء في الخدمة، بما في ذلك: 11 ميناء تجاري مختلط (التجارة والصيد والهيدروكربونات)، 2 ميناء متخصص في الهيدروكربونات (سكيكة الشرقية وبيتوية)، 31 مرفأ ومأوى للصيد، ستة منها داخل الموانئ التجارية، 1 مارينا في سيدي فرج، 200 مصباح إشارة بحرية.¹⁹

4- السكك الحديدية: تولى الشركة الوطنية للسكك الحديدية إدارة الشبكة في الجزائر والتي يبلغ طولها 4498 كلم وتغطي 30 ولاية،²⁰ منها 3209 كلم خطوط قياسية دولية، 300 كلم خطوط مكهربة والباقي خطوط ضيقة.²¹

خامساً: المعالم السياحية في الجزائر

تعتبر الجزائر من الدول التي تملك إرثا تاريخيا وحضاريا ومن أهم المواقع التاريخية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر، كما أن موقعها الجغرافي ميزها منذ العهد الفينيقي والحضارات التي مرت عليها تركت بصمات تاريخية راسخة في كل من وهران والجزائر العاصمة، قسنطينة، تبسة، بوسعادة، غرداية وسوق أهراس على آثار تاريخية، ومن الآثار المصنفة عالميا يمكن توضيحها في الجدول رقم (06) التالي:

¹⁶ وزارة الأشغال العمومية والنقل، شبكة الطرق الجزائرية، على الرابط الإلكتروني: <http://aaca.mtpt.gov.dz/mtpt2019/?p=786>

18:05، 2020/05/23

¹⁷ Air algerie, **Our fleet**, Link: <https://airalgerie.dz/en/travel-experience/our-fleet/>, 23/05/2020, 20:05.

¹⁸ Central Intelligence Agency (CIA), **The World Factbook-ALGERIA-**, Link: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ag.html>, 23/05/2020, 20:10.

¹⁹ Ministère des travaux publics et des transports, Link: http://aaca.mtpt.gov.dz/mtpt2019/?page_id=298, 20/05/2020, 19:05.

²⁰ Société nationale des transports ferroviaires, **Découvrez Nos Trains**, Link: <https://www.sntf.dz/>, 23/05/2020, 20:30.

²¹ ريهام يسرى السيد، أسس صناعة السياحة، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2020، ص: 267.



الجدول رقم(06): قائمة المواقع الأثرية المصنفة عالميا بالجزائر

تاريخ التصنيف ضمن الترات العالمي	المواقع الأثرية			إسم الموقع الأثري
	تاريخ الانشاء	الحقبة الزمنية	الموقع	
1980	1007	الحمانيين	المسيلة	قلعة بني حماد
1982	6100ق م-1000ق م	العصر الحجري الحديث	جانيت واليزي	طاسيلي ناجر
1982	98-96م	الرومان	سطيف	جميلة
1982	قرن 5 ق م	الفينيقيون	تيازة	تيازة
1982	100م	الرومان	باتنة	تيمقاد
1982	5000ق م	البرونز	غردلية	وادي مزلب
1992	قرن 6 ق م	البونيقية، النوميبيية والرومانية	الجزائر	قصة الجزائر

Source: United Nations Educational Scientific and Cultural Organization, World Heritage Convention, Algeria, Link: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/dz>, 23/05/2020, 16:35.

المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر آفاق 2030

يعتبر المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030 (SDAT) مرجعاً لسياسة جديدة تبنتها الدولة الجزائرية ويعد جزءاً من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق 2030 (SNAT) فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل تحقيق توازن ثلاثي يشمل الرقي الإجتماعي والفعالية الإقتصادية والإستدامة البيئية، ولهذا السبب وفي إطار التنمية المستدامة، تعطي الدولة توجيهات إستراتيجية للتهيئة السياحية في كافة التراب الوطني.

أولاً: الآليات الخمس لتطوير السياحة آفاق 2030

يتمثل الرهان في ملائمة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مع جميع مراحل تطوره (الإعداد والإنجاز، والمتابعة) من طرف الفاعلين، والمتعاملين المركزيين، والمحليين في السياحة على مختلف المستويات (الإطارات الفندقية، وأصحاب المطاعم، ووكالات الأسفار، والمرشدين المتعاملين والجمعيات)، ويتطلب إنجاز المخطط المرور بخمس مراحل نذكرها كالتالي:

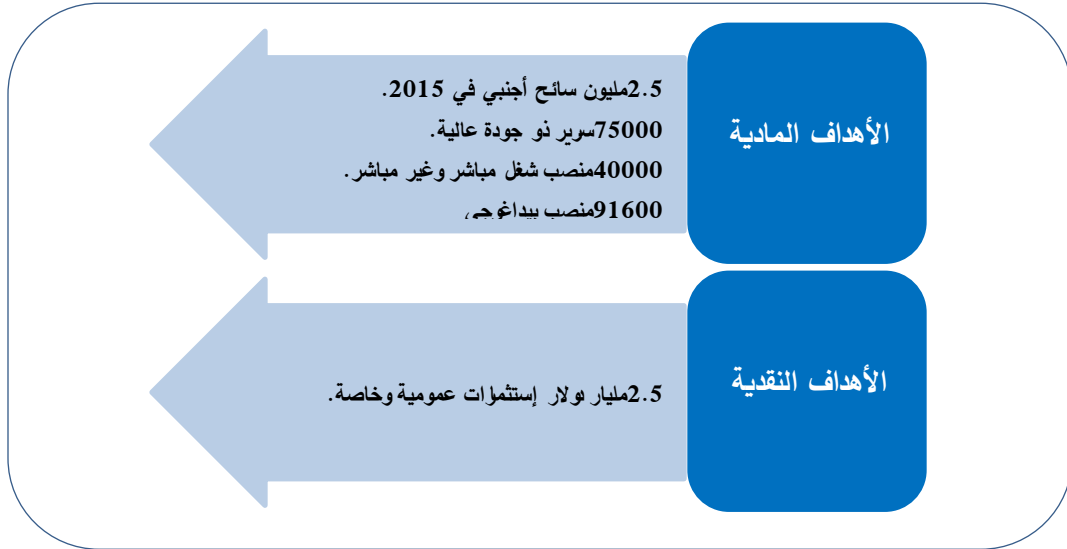
- تشخيص الإتجاهات العالمية، والإشكاليات والرهانات.
- تحديد التوجيهات الإستراتيجية.
- تحديد الخطوط التوجيهية (الآليات الخمسة).
- برامج العمل ذات الأولوية (الإنطلاقة 2008-2015) (مخطط التهيئة السياحية).
- تحديد إستراتيجية الإنجاز والمتابعة.

من أجل تحديد التوجيهات الإستراتيجية، يفترض تحديد الأهداف بكل دقة، وقد تم تعريف الأهداف المادية، وتحديد الميزانية المطلوبة لتحقيق الغاية المرجوة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

ثانيا: تحديد الأهداف

يهدف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، إلى ضمان الإنطلاق السريع للسياحة الجزائرية، ولهذا الغرض ركز في مخطط الأعمال، على الأهداف المادية والنقدية للمرحلة الأولى (2008-2015) كما هو مبين في الشكل رقم (04) التالي:

الشكل رقم(04): الأهداف المادية والنقدية للمرحلة الأولى (2008-2015)



Source: Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, **Schema directeur d'aménagement touristique-"SDAT 2025"-, Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires**, Livre 2, 2008, p: 17.

يبين الشكل رقم(04) الأهداف المادية الأولى في تسجيل 2.5 مليون سائح وإنجاز 75000 سرير ذو جودة عالية منها 40000 سرير مبرمجة في الأقطاب السياحية ذات الأولوية بمقياس دولي (30000 سرير على المدى القصير، و10000 سرير على المدى المتوسط، وإنشاء 400000 منصب شغل (بشكل مباشر وغير مباشر) وفتح 91600 مقعدا بيداغوجيا كذلك تم تحديد الإستثمارات العمومية والخاصة قصد تحقيق هذه الأهداف.

ثالثا: بيان خطة الأعمال بالأرقام

يبين الجدول رقم(07) التقديرات المالية لتغطية الميزانية المقدرة للفترة (2007-2015):

الجدول رقم(07): التقديرات المالية لفترة (2007-2015)

المضاعف	2015	2007	السنة
1.47 X	2.5 مليون	1.7 مليون	عدد السواح
159869 X 1.8	75000 سرير فخم	84869 يعاد تأهيلها	عدد الأسرة
1.3 X	3 %	1.7 %	المساهمة في الناتج المحلي الخام مقدرة
09 إلى 07 X	بين 15 إلى 20	2.5	إيرادات (مليون دولار)
2 X	400000	200000	مناصب شغل (مباشر وغير مباشر)
142800	91600	5120	التكوين مقاعد بيداغوجية

المصدر: المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة، التقديرات المالية،

الكتاب الثاني، 2008، ص: 18.



من خلال الجدول رقم(07) يلاحظ أن الجزائر تطمح خلال 08سنوات إلى مضاعفة قدراتها وهذا ما يبين ويؤكد على إهتمام الدولة بتنمية القطاع السياحي، لكن بالرغم من هذا لا يزال الطموح أكبر من المخصصات بالمقارنة مع دول الجوار التي تمتلك أقل قدرات وأقل إمكانيات، فنجد مثلا تونس تطمح إلى توافد 10ملايين سائح في 2015 في حين الجزائر تطمح إلى 2,5مليون سائح آفاق 2015، أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكانت بمعدل تطور الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9مرات أضعاف مقارنة بسنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعدا بيداغوجيا.

رابعا: تحديد المشاريع ذات الأولوية للمرحلة الأولى (2008-2015)

تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في المخطط التوجيهي، فمنها الجاري إنجازه أو ما هو قيد دراسة كالآتي:²²

- 1- سلسلة فنادق: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر ب 29386سرير .
- 2- ثلاثة وعشرون قرية سياحية متميزة، وأرضيات جديدة مدمجة، ومخصصة للتوسع السياحي.
- 3- خمس حظائر بيئية وسياحية: تتمثل في حديقة دنيا بارك عناية، وحديقة دنيا بارك قسنطينة، وحديقة دنيا بارك بالجزائر العاصمة، وحديقة دنيا بارك بوهران، وحدائق الواحات.
- 4- ثلاث مراكز للعلاج، والصحة والرفاهية: حمام قرقور(سطيف)، حمام ملوان(بلدية) حمام الشريعة(البلدية).
- 5- إطلاق 80مشروع سياحي في 6أقطاب سياحية بإمتمياز: يتوقع إنجاز 5986سرير و8000منصب شغل في الأفق والجدول رقم(08) يوضح عدد المشاريع الخاصة بكل قطب:

الجدول رقم(08): عدد المشاريع في الأقطاب السياحية للإمتمياز

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية بإمتمياز
23	الشمال الشرقي
32	شمال الوسط
18	الشمال الغربي
04	الجنوب الغربي "الواحات"
02	الجنوب الغربي "توت - قوررة"
01	الجنوب الكبير "الأهقار"
00	الجنوب الكبير "الطاسيلي"
80	المجموع

المصدر: المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة، عدد المشاريع في الأقطاب السياحية للإمتمياز، الكتاب الثاني، 2008، ص: 18.

²² Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Op.Cit, Livre 2, p : pp: 18-19.

من خلال الجدول رقم(08) يلاحظ أنه تم إطلاق أكبر عدد من المشاريع في قطب شمال الوسط32، ويليه قطب الشمال الشرقي23، وهذا يعكس الإهتمام بالسياحة الشاطئية لأن معظم المشاريع مخصصة للمناطق الشمالية، وحصّة الجنوب من المشاريع تكاد تكون معدومة، ففي قطب الجنوب الكبير الأهمّار مشروع 01 فقط، أما بالنسبة لطاسيلي، لم يتم إطلاق المشاريع فيها بعد.

خامسا: أهم شروط الترقية السياحية التي وضعها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

قدم المخطط ثلاثة شروط ضرورية لنجاح الترقية السياحية في الجزائر بيانها كالتالي:²³

1-الإعتراف: بأن السياحة أولوية وطنية وتقوم على إلتزام سياسي لمنظور آفاق 2030.

2-المعرفة الإستراتيجية: من خلال القيام بالفحص والمعرفة، لنقاط القوة والضعف، كشرط مسبق للإستراتيجية.

3-المقاربة الشاملة لفائدة تحديد إستراتيجية للعمل: تمثل مجمل مشروع المخطط، وقد حدد المخطط

التوجيهي للتهيئة السياحية، جملة من الأهداف تدور أساساً حول تشجيع، ودعم الإستثمار من أجل تعزيز القدرة الإيوائية، كماً ونوعاً، وتحسين جودة العروض السياحية، ونوعية الخدمات التي يعرضها المتعاملون سواء في مجال الفندقية أو الأسفار، أو تأهيل الموارد البشرية، إضافة إلى تهيئة المقصد السياحي وتعزيز الحلقة السياحية.

سادسا: أهمية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030

إن وعي الجزائر بمسألة التنمية السياحية كناقل للتنمية الإقتصادية، والإجتماعية يتطلب الحاجة إلى تطوير إطار إستراتيجي، بدعم الأهداف الواردة في هذا المخطط، وتسعى الإستراتيجية السياحية من خلال هذا المخطط إلى تحقيق ثلاث نقاط مهمة:

- تحسين التوازنات الإقتصادية الكلية: التشغيل، الميزان التجاري والمالي، والإستثمار.

- توسيع الآثار المترتبة عن هذا القطاع إلى القطاعات الأخرى: الفلاحة، الصناعة، النقل ... إلخ.

- المساهمة في المبادلات، والإنتفاع على الصعيد الوطني والدولي.

وتسعى هذه السياسة إلى إعادة تنظيم هيكل الإدارة، والمصالح المشرفة على التنظيم السياحي، في إطار

إستراتيجية وطنية، تعتمد على إشراك جميع الفاعلين في المجال وتهدف إلى ما يلي:

- السهر على سير توجيهات المخطط الوطني للتهيئة السياحية، ومتابعة تطبيقها خلال جميع المراحل.

- تحديث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كل 05سنوات، ومدى تلاؤمه مع قدرات البلاد، والسوق الدولية.

- تحديد الأهداف لكل متعامل في الأقطاب السياحية المقترحة.

سابعاً: أهداف المخطط التوجيهي 2030

هناك خمسة أهداف كما يلي:²⁴

1- جعل السياحة إحدى محركات النمو الإقتصادي: من خلال:

- تنظيم العرض السياحي بإتجاه السوق الوطنية.

²³ Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme-Schema directeur d'aménagement touristique "SDAT 2025"-، Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, Livre 1, 2008, pp : 22-26.

²⁴ Ibid, Livre 1, pp :22-23.



- الترويج للسياحة في الجزائر، وجعلها وجهة سياحية بإمتياز، ومنازة في حوض المتوسط قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة، وبصورة أساسية في الإقتصاد العام للبلاد.

2- **الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى:** (الفلاحة، البناء والأشغال العمومية الصناعة التقليدية، الخدمات) من خلال النظر إلى السياحة في إطار مقاربة عرضية، تشمل مختلف العوامل (النقل التعمير، والبيئة التنظيم المحلي، والتكوين) تأخذ بعين الإعتبار منطق جميع المتعاملين الخواص (وأياضا الأجانب) والعموميين.

3- **التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة:** سيشمل دمج مفهوم الإستدامة في جميع أنحاء سلسلة التنمية السياحية.

4- **ثمين التراث التاريخي، الثقافي، والشعائري:** يرتبط الإقتصاد السياحي إرتباط متين مع الإقليم، المعبر عن التاريخ والتنوع الثقافي، وتعتبر العناصر التأسيسية للتراث الإقليمي (الإنسان، والطبيعة، والمناخ التاريخ ... إلخ) وتشكل صورته، وجاذبيته، وموقعه وإنتاجه، وأمام الأولوية المستهدفة للسياحة، وخاصة في المناطق الإقتصادية الهشة، التي تكمن في إنشاء وظائف وفي مضاعفة التدفقات المالية وفي الإبقاء وخلق خدمات أمام إستراتيجية تنمية مستدامة تدمج الإهتمام بالحفاظ على التراث التاريخي والثقافي وإنعاشه.

5- **التحسين الدائم لصورة الجزائر:** من خلال تغيير الذهنيات والتصرفات، لبناء ثقافة سياحية جديدة ودائمة في الجزائر، خاصة وأن هذا القطاع في حاجة إلى تصورات، وسلوكات جديدة، تمكن من إعطاء صورة لائقة ولامعة للقطاع، ويرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون، في السوق الجزائرية ضمن منظور يجعل منها سوقاً هامة وليست ثانوية، بما في ذلك مجموعة المواد، والطاقات المتاحة، والتي تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين.

ثامنا: الحركيات الخمس للتفعيل السياحي للجزائر

تشكل الحركيات الخمسة الطريق السريع، والمستدام لإنعاش السياحة، مدعومة بعودة الجزائر إلى الساحة الدولية، وثمانين موقعها الإستراتيجي، مما يدعو إلى إعادة الإعتبار للمكان، والدور الذي يتعين على السياحة أن تلعبه ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، وتتمثل فيما يلي:²⁵

1- **مخطط الجزائر الوجهة:** في هذا الإطار فإن سياسة تنمية السياحة لآفاق عام 2030 ترمي إلى وضع بنية وجهة سياحية تكون منافسة على المستوى الدولي، وقادرة على تلبية الإحتياجات الوطنية كالراحة، ومنتجة إقتصاديا، وترقية صورة الجزائر مسألة أساسية، لتصبح وجهة سياحية كاملة، وإعطاء صورة شاملة وجذابة.

2- **الأقطاب السياحية للإمتياز:** تتمحور حول العناصر التي يوضحها الجدول رقم(09) التالي:

الجدول رقم(09): الطاقة الفندقية للأقطاب السبعة

عدد الأسرة للقرى السياحية	عدد القرى السياحية	عدد الأسرة للفنادق من جميع الأصناف	القطب السياحي للإمتياز
39849	11	9295	القطب السياحي شمال وسط
7378	3	5965	القطب السياحي شمال شرق
6852	4	10146	القطب السياحي شمال غرب

²⁵ Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Op.Cit, Livre 2, p :22.

92	1	2092	القطب السياحي جنوب شرق الوحات
		1513	لقطب السياحي جنوب غرب توات الوحات
		150	القطب السياحي الجنوب الكبير الطاسلي
		225	القطب السياحي الجنوب الكبير اهقار
		29368	إجمالي الأسرة (فناق)
54171			إجمالي الأسرة (قرى)
	83557		إجمالي الأسرة (فناق+قرى)

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الأقطاب السياحية السبعة إمتياز،

الكتاب الثالث، 2008، ص: 05.

من خلال الجدول رقم(09) يلاحظ أن نصيب الأقطاب الشمالية يحظى بحصة الأسد فيما يخص عدد القرى السياحية، بحيث يقدر العدد بـ 18 قرية، وهذا ما يترجم التركيز على السياحة الساحلية، في حين يلاحظ إهمال المناطق الجنوبية بحيث يكاد يكون نصيبها من القرى السياحية معدوم، وهذا بالرغم من أن مساحة الجنوب تمثل 80% من مساحة الجزائر، بالإضافة إلى المناطق السياحية التي يمكن إن أستغللت إستغلالا رشيدا أن تعود بإيرادات هامة للدخل الجزائري.

3- مخطط نوعية السياحة: إن مخطط النوعية يركز على التكوين، وتعليم الإمتياز كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم، وتهدف هذه الحركة إلى: ²⁶
- تعزيز القدرة التنافسية الوطنية من خلال دمج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية، ومن خلالها تحقيق إحترافية أكبر، وضمان ترويج مميز للمتعاملين المشاركين في المقاربة الخاصة بالنوعية من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات التي تحمل علامة نوعية السياحة الجزائر، عن طريق ضمان أفضل إندماج في القنوات التجارية من خلال وضع أفضل.

- العمل على إستفادة المؤسسات السياحية المشاركة في هذه العملية عن طريق تقديم المساعدة والأدوات اللازمة لتنميتها، بما في ذلك مرافقتها في عمليات الترميم على ترقيات، وإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع والتكوين، وتنمين المناطق السياحية، وخلق إستدامة للعرض السياحي من خلال وضوح الرؤية وتحسين النوعية.

4- مخطط الشراكة العمومية - الخاصة: يهدف كل من القطاعين إلى تحقيق ما يلي:

- يستخدم القطاع العمومي عوائد الرسوم في تطوير خدمات البنية التحتية، بينما القطاع الخاص يقوم بتطوير المرافق والخدمات السياحية، ولكن تبقى مهمة القطاع العمومي التخطيط والرقابة، ويظل التنسيق والتكامل بين القطاع العام والخاص، ضرورياً مع مساهمة المجتمع المحلي، وبعدها يتم تبني الخطة الخاصة بالتنمية السياحية، وتدمج مع خطط القطاعات الأخرى.

- وأيضا تلعب الدولة، والجماعات المحلية دورا ضروريا في المجال السياحي، خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة، ووضع المنشآت كالمطارات والطرق ... إلخ، كما أنها تسهر على النظام العام والأمن، وتدير المتاحف والصروح التاريخية، وتصون الصورة الرفيعة للبلاد، والمواقع بواسطة سياساتها، وعمليات الإتصال.

²⁶ Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Op.Cit, Livre 2, 2008, pp : 47-51.



- ويمكن الحديث عن شراكة عمومية خاصة، عندما يتحرك المتعاملون العموميون، والخواص سوياً للإستجابة بأكثر فعالية للطلب الجماعي، عن طريق تقسيم الموارد، والأخطار والأرباح، وحينها يلعب كل واحد دوره.

5- مخطط تمويل السياحة: تشمل بعض الإجراءات الضرورية نذكر منها:²⁷

- مرافقة المستثمرين المرقين، وأصحاب المشاريع كالمساعدة في أخذ القرار في تقدير المخاطر، وفي تمويل عتاد الإستغلال، وإنشاء أداة جديدة متمثلة في بنك الإستثمار الذي يهدف إلى تشجيع الإستثمار بالسماح للمتعامل المبدع بتقليل المخاطر أي بتحديد شروط إستمرارية المشروع.

- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية، ومنح الحسم، والتمديد في مدة القرض.

والإطار الذي يعمل به مخطط التمويل هو بنك الإستثمار المستقبلي الذي يهدف إلى:

- إجراءات الدعم، والإلزام بالإكتتاب في مخطط نوعية السياحة (PQT) Plan Qualité Tourisme.

- المساعدة في إتخاذ القرار والمساعدة على تقييم المخاطر.

- يضع بنك الإستثمار أو البنك التجاري، التمويل الأكثر تكيفا مع التأخير، وتسليم المشاركة ومفهرس في أداء المؤسسة، وفصيلة النشاط، وضرورة منح رؤية للمخطط التوجيهي لتهيئة السياحة حتى يحظى بإهتمام كبار المستثمرين المحليين والدوليين، كما يقدم بنك الإستثمار، الهندسة الأولية لإطلاق المشاريع بالتكفل بكل أو جزء من الدراسات ويتم الدعم المالي بالتمويل بنسبة 80% لدراسة سقفها 500000 دينار جزائري.

المطلب الثالث: مراحل تنفيذ، وتقييم المخطط التوجيهي آفاق 2030

تنفيذ المخطط التوجيهي يتم عبر ثمانية مراحل كالتالي:²⁸

أولاً: وضع هيكل القيادة

تمثل هذه المرحلة خارطة الطريق، لتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT، وتحدد إطار التنفيذ، والترتيبات التنظيمية، والنشاطات التي يتعين القيام بها، وكذلك المدة الزمنية، ويكلف مدير الهيئة ومختلف الرؤساء، بالمهام وينظم إجتماع الإنطلاق من أجل:

- تحديد البرنامج التقديري لإنجاز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

- تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وشرح أهدافه ومحتواه.

- توضيح أدوار كل متدخل.

- تحديد طريقة سير الهيئة.

- جدولة إجتماعات العمل.

ثانياً: تنظيم ورشات العمل لكل مشروع

تعتبر هذه المرحلة مرحلة التنظيم، بحيث يتمثل هدف ورشات العمل في جمع كل أعضاء الخلية للعمل حول مشروع محدد، وتحديد الطريقة العملية المناسبة، وتعالج ضمن الورشات مختلف الإشكاليات التالية: الفروع العقارية، والهياكل المالية، وفيما بين القطاعات، والمتعلقة بكل مشروع ذي أولوية، بحيث يتم التطرق لكل

²⁷ Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Op.Cit, Livre 2, 2008, pp : 58-60.

²⁸ Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Op.Cit, Livre 4, 2008, pp : 32-35.



مشروع من مختلف أوجه موضوعاته، والتي تكون عبارة عن الإيواء والإطعام والتجهيزات السياحية والتسليّة، والترقية والإتصال، وطريقة التسيير بالإضافة إلى المقاربة العمرانية.

ثالثا: تعريف الإستراتيجية وفقاً لكل قطب سياحي

في هذه المرحلة، يحدد كل مكلف بمهمة محلية مراحل تنفيذ المخطط على مستوى قطبه، بناء على ما تم تحديده في المرحلة الثانية، وهكذا ستبرز أولويات التدخل، كما حددها مختلف الورشات، والتي تخص القطب السياحي الذي يتولى التكفل به، ويقوم بإعداد رزنامة تقديرية، وتحديد مختلف الدراسات لإنجاز الأقطاب.

رابعا: إنطلاق المرحلة قبل العملية للمخطط

يتم في هذه المرحلة إجتماع إتصالي مع ممثلي القطاعات الأخرى، الفاعلين المعنيين بكل مشروع وممثلي مختلف الفروع، والشروع في الدراسات، ومتابعتها، بالإضافة إلى وضع المرصد وأداة المتابعة، وتقييم الأقطاب السبعة السياحية للإمتياز، والبحث عن المستثمرين.

خامسا: إنطلاق أول الورشات والمفاوضات

الورشات الأولى، هي الورشات ذات الأولوية، لكنها الورشات التي لا تعترضها صعوبات خاصة العقار أو إعادة تأهيل المنشآت الموجودة وتتم من خلال:

- تنظيم مسابقات التحكم في الأعمال.
- إختيار مقدمي الخدمات.
- إنطلاق الورشات.
- دراسات التنفيذ.

وبمجرد إنطلاق الورشات الأولى، يتم الشروع في المفاوضات الضرورية، لتنفيذ المشاريع الأخرى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، (إشتراك القطاعات الأخرى عن طريق إقتناء العقار، والبحث عن التمويل، ودعم المرافقة، بالإضافة إلى التعرف على الشركاء).

سادسا: وضع إستراتيجية للترقية والإتصال

ترتبط الحركة السياحية إلى حد كبير، بالصورة الذهنية حول المقصد السياحي، تلك الصورة التي يشكلها الإعلام بدرجة ملحوظة، بحيث يستوجب محور الإعلام السياحي توفر المعلومات حول المقاصد بصورة جذابة، وحقيقية ومحدثة، كإختيار صيغ الخطاب الإعلامي الملائم للأسواق، والفئات السياحية المختلفة، وكذلك يتطلب الإلحاح في تقديم الصورة الجاذبة للمقصد بأساليب متنوعة ومدروسة، وتقديم صورة شاملة للمجتمع المحلي المحيط بالمقصد من حيث قيمه، وعاداته، وتقاليده وثقافته، وعلى الأخص ما يدل فيها على الإنفتاح على شعوب العالم، وترحيبه وتفهمه للتنوع الثقافي لديهم.

سابعا: إطلاق مخطط نوعية السياحة

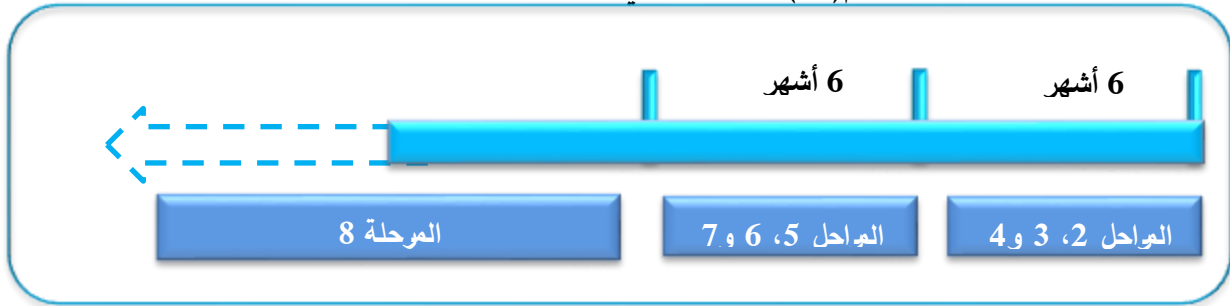
يتم تجسيد مخطط نوعية السياحة، بمعرفة المؤسسات الفندقية (فنادق، ومخيمات ... إلخ) أصحاب المطاعم، والدواوين السياحية المحلية، وكالات السياحة والسفر والناقلين، وتشمل عملية (مخطط نوعية السياحة) 20% من الحظيرة الفندقية (200 وحدة، مصنفة أو يعاد تصنيفها) وبواسطة تنشيط الهيئات النقابات المهنية

(الإتحادية الوطنية للفندقين، جمعية أصحاب المطاعم) كما تدعم أيضا بواسطة: عصرنة المؤسسات السياحية، التصنيف القانوني، مخطط التكوين.

ثامنا: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

إن إنجاز المشاريع المدعومة بمختلف الإجراءات المرافقة، يكون بالإرتكاز على مخططات العمل المحدد في المرحلتين الثانية والثالثة، وتقييم سير العمل من خلال عقد إجتماع كل ستة أشهر، للتعرف على درجة تقدم المشاريع وإحصاء الانحرافات، وإعادة ضبط طريقة العمل الضرورية، ومن أجل إنجاز وتنفيذ المخطط التوجيهي كان لابد من وضع جدول زمني لكل مرحلة من مراحل المخطط، الموضح في الشكل رقم(05) التالي:²⁹

الشكل رقم(05): الجدول الزمني لكل مرحلة من مراحل المخطط



المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الجدول الزمني لكل مرحلة من مراحل المخطط، الكتاب الرابع، 2008، ص: 36.
من جوان 2007 وتم في هذه الفترة:

- تجسيد مسار إعادة تكييف الإستراتيجية من خلال عقد الجلسات الوطنية.
- إطلاق مخطط تكوين ومدارس تكوين في السياحة.
- تحويل الأقاليم إلى أقطاب سياحية.

ومن أكتوبر 2007 إلى غاية جوان 2008 تم:

- الشروع في ترتيبات الإستقبال في الأرضيات الكبرى لدخول التراب الوطني.
- دراسة وتيرة التقدم في بلوغ أهداف المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة.
- تعزيز أعمال تنفيذ المخطط والمرافقة المالية.
- وضع إستراتيجية لتسويق وجهة الجزائر.
- إطلاق مخطط نوعية سياحية.

وإلى غاية ديسمبر 2007 تم:

- إرساء الأسس الجديدة للإستراتيجية السياحية.
- تجسيد الإطار الجديد للعمل السياحي.

ومن ديسمبر 2007 إلى غاية 2015 سيتم:

- إنطلاق مفاوضات الشروع في إنجاز القرى السياحية بإمتمياز.
- تعريف وتحديد الأقطاب والقرى السياحية بإمتمياز.

²⁹ Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Op.Cit, Livre 4, 2008, pp : 36-39.



- الإطلاق المتزامن للحركات الخمس.

- إطلاق الإستثمار السياحي.

من 2015 إلى غاية 2030 سيتم تعزيز سياسة التحول السياحي للجزائر، وتجسيد المخطط التوجيهي، ويتم تسيير متابعة المشاريع من خلال اللجنة الوطنية للقيادة لضمان المطابقة، والتصديق على مراحل الإنجاز بالنظر لإلتزامات مكتب التسيير بسمعة دولية، والوساطة بين القوى العمومية والمستثمرين ومكتب متخصص للإستشارة في المنازعات وإعداد دليل بالشروط المطبقة على المشاريع.

المبحث الثاني: واقع التخطيط السياحي للتنمية السياحية في المغرب

يعتبر المغرب العربي من الدول العربية التي عرفت تجربة سياحية ناجحة، نظرا لتمتع السياحة المغربية بمجموعة من المقومات الطبيعية والتاريخية والمادية، هذه الإمكانيات ساعدت المغرب على أن يكون بلدا سياحيا يستقطب السياح من وجهات متعددة ليحتل القطاع أولوية السياسات التنموية من خلال صياغة وتنفيذ العديد من الخطط والإستراتيجيات أبرزها رؤية 2020 التي تعتبر إمتداد لرؤية 2010 والتي عكست إرادة السلطات في المغرب لتثمين الإمكانيات المادية والثقافية والتاريخية ووضعها في خدمة الصناعة السياحية والعمل على إستدامتها، وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطالب الثلاثة التالية:

◀ المقومات الطبيعية في المغرب؛

◀ المقومات الحضارية والتاريخية والبنية التحتية في المغرب؛

◀ إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب رؤية 2020؛

المطلب الأول: المقومات الطبيعية في المغرب

تمتلك المملكة المغربية العديد من المقومات السياحة التي جعلتها تثبت نفسها كوجهة سياحية عالمية، بداية من موقعها الجغرافي الممتاز والذي يطل على المحيط الأطلسي والبحر المتوسط، والمناظر الطبيعية الفريدة، وتتميز السياحة في المغرب بالتنوع بتنوع تضاريسها.

أولا: الموقع الجغرافي للمملكة المغربية

تقع المملكة المغربية في الركن الشمالي الغربي من القارة الإفريقية وتطل على البحر الأبيض المتوسط شمالا والمحيط الأطلسي، يحدها الجزائر والصحراء الغربية، كما أنها لا تزال تشترك في الحدود مع منطقتين تعتبران جزءا من إسبانيا - سبتة ومليلية، وهي واقعة بين خطي عرض 24 و36 شمالا وبين خطي الطول 2 و11 غربا، يتميز الساحل المغربي بمناخ البحر الأبيض المتوسط الدافئ، ويعتدل على الساحل الشرقي، أما المناطق الداخلية فيسود فيها مناخ قاري أكثر حرارة وجفافا، وفي جنوب البلاد يسود جو حار وجاف طوال معظم أيام السنة، وأشد ما يكون الليل برودا في شهري ديسمبر وجانفي، وتسقط الأمطار من نوفمبر إلى مارس في المناطق الساحلية، ويكون المناخ جافا في معظمه مع إرتفاع درجات الحرارة في الصيف، أما الجبال فيسودها مناخ أكثر برودة،³⁰ وتبلغ الحدود البرية مع دول الجوار: 2362.5 كلم ودول الحدود(04): الجزائر 1900 كلم،

³⁰ ابراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية - تطبيقات على الوطن العربي - مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010، ص: 505.



الصحراء الغربية 444 كلم، إسبانيا (سبتة) 8 كلم، إسبانيا (مليية) 10.5 كلم،³¹ المطالبات البحرية: البحر الإقليمي 12 ميل بحري، المنطقة المتاخمة 24 ميل بحري، عمق الإستغلال 200م،³² المنطقة الإقتصادية الخالصة 200 ميل بحري.³³

ثانيا: التضاريس

ينقسم المغرب إلى خمسة أقاليم رئيسة وهي كما يلي:³⁴

1- الأراضي الساحلية المنخفضة: تقع على إمتداد ساحل البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي وترتفع بالتدريج من الساحل الأطلسي مكونة هضبة تمتد بإتجاه الجبال وتتعدد الأنهار الضحلة في هذه المناطق، تنقسم الجبال في المغرب إلى سلسلتين: الأولى ساحلية بجوار ساحل البحر الأبيض المتوسط وتعرف باسم جبال الريف، والثانية إلى الداخل قليلا وتعرف باسم جبال الأطلس وتنقسم الأخيرة إلى ثلاث سلاسل متميزة هي: الأطلس الكبير والأطلس المتوسط والأطلس الصغير (أو الصحراوي) وتقطع هذه الجبال أودية عميقة خصبة.

2- جبال الريف: تقع جبال الريف شمال المغرب وتمتد بمحاذاة ساحل البحر الأبيض المتوسط على شكل قوس واسع من مضيق جبل طارق حتى نهر ملوية وتبلغ 2456 مترا في الوسط و1800 متر في الشرق ثم تضيق في الغرب قبل أن تتحد طبقاتها نحو البحر ويعتقد أن هذه السلسلة جزء من جبال سيرانيفادا في إسبانيا وأنها كانتا ملتصقتين قبل تكوين مضيق جبل طارق والساحل بجوار هذه الجبال صخريا مرتقعا وكثير الرؤوس.

جبال الأطلس الداخلية تخترق وسط المغرب من الجنوب الغربي إلى الشمال الشرقي وتنقسم إلى:

1-2- الأطلس الصغير أو الأطلس الصحراوي: تمتد جنوب الأطلس الكبير وتشرف بسفوحها على سهل وادي درعة وبسفوحها الغربية على سهل وادي سوس وأعلى قممها جبل سيروا 3304 متر كما تتميز سفوحها الغربية بأنها مغطاة بالحشائش والغابات أما الجنوبية فهي شبه جرداء.

2-2- الأطلس الكبير: سلاسل شامخة تمتد من أكادير على المحيط الأطلسي في إتجاه الشمال الشرقي وأعلى قممها جبل توبقال 4165 متر ويقع جنوب مدينة مراكش أعلى قمة جبلية في الوطن العربي وتنقسم هذه السلسلة بدورها إلى كتلتين منفصلتين عن بعضها بواسطة ممر تلوين والكتلة الغربية أكثر إرتقاعا من الشرقية.

2-3- الأطلس المتوسط: يوجد في شمال الأطلس الكبير حيث يفصلهما وادي سهل ملوية وأشهر جبالها جبل بويبلان 3190 مترا فوق مستوى سطح البحر وجبل بوناصر 3326 مترا وتكثر بها البحيرات الجبلية والشلالات وتمتد على شكل قوس من الشمال الشرقي إلى الجنوب الغربي وتقترب من سلسلة جبال الريف شرقا، بحيث

³¹ Index mundi, World Factbook Central Intelligence Agency (CIA)-Morocco-, Link: https://www.indexmundi.com/morocco/land_boundaries.html, 15/05/2020, 21:35.

³² Central Intelligence Agency (CIA), The World Factbook-Morocco-, Link: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mo.html>, 17/05/2020, 21:15.

³³ Organization of Economic Cooperation & Development (OECD), exclusive economic zone (eez), Link: https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=884&fbclid=IwAR1GD9btO6L26cervodsngqRD0wSwmgEJobX7X0_cYS4LKVbJpoCho7y45-j4, 17/05/2020, 21:20.

³⁴ ابراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية - تطبيقات على الوطن العربي-، مرجع سبق ذكره، 2010، ص ص: 506-508.



يفصلهما ممر تارة، كما تتصل بجبال الأطلس الكبير من الجنوب وتعد هذه الجبال بمثابة خزان مياه بالنسبة للمغرب حيث تتبع منها كل الأنهار المهمة في البلاد.

ثالثا: السهول

تقع بين جبال الأطلس بأقسام المختلفة وهي سهول مرتفعة ذات تربة خصبة مثل سهل الحوز وتادلة وسائس والشاوية ودكالة وعبدة، كما تحف بالساحل الأطلسي بعض السهول الفيضية الخصبة، يفصل بين بعضها البعض منطقة سبخات ومستنقعات، بينما تقع الصحراء إلى الشرق والجنوب من جبال الأطلس وهو إقليم جاف مجرد يغطيه الحصى والرمال والفتات الصخرية والواحات المتناثرة، ويوجد في المغرب شبكة نهريّة مهمة حيث يعد المغرب من أغنى الدول العربية من حيث المياه وتتكون هذه الشبكة من الروافد المائية الجبلية التي تنحدر من المحيط الأطلسي والبحر الأبيض المتوسط وتتبع من جبال الأطلس المتوسط بصفة عامة وتنحدر أنهار المغرب جميعا نحو المحيط الأطلسي عدا نهر ملوية الذي يصب في البحر الأبيض المتوسط ونهر درعة الذي يصب في الصحراء وتفيض أنهار المغرب في فصل الشتاء وفي مطلع الربيع ومن أهم الأنهار في المغرب نهر سبو ونهر أم الربيع أفضل أنهار المغرب جريانا ثم نهر أبو رقراق ونهر درعة ونهر سوس ونهر ملوية وتتفق أنهار المغرب جميعا في سمة واحدة هي أنها أنهار سلسلية متدفقة الجريان، أما سيول الريف فتفيض في أشهر الخريف كما تفيض في الربيع بعد أن تذوب الثلوج في الجبال.

رابعا: المناخ

يخضع المغرب لمناخ معتدل إلى صحراوي، تتركز أمطاره في شهور السنة من الخريف إلى الربيع، إن إمتداده على خطوط العرض، وأهمية واجهاته البحرية، وقوة تضاريسه، كلها عوامل تساهم في التنوع المناخي الكبير السائد بين جهات البلاد، فمتوسط التساقطات السنوية يتراوح من أقل من 25 ملم في الصحراء إلى ما فوق 1200 ملم في بعض أجزاء الريف، وفي المناطق الداخلية فتتراوح بين 600 ملم إلى 1200 ملم شمال الأطلس المتوسط وغرب الأطلس الكبير، وبوجه عام يمكن التمييز بين نوعين من المناخ على المستوى الحراري في النطاق الصحراوي والجاف ونصف الجاف، والتي يميزها مناخ قاري داخلي، بارد شتاء وجد حار صيفا، ففي الصيف ترتفع الحرارة إتجاه الداخل بشكل مفاجئ، ذلك أن متوسطات جويلية تتجاوز 27°م وتصل المتوسطات النهارية إلى ما يفوق 38°-40°م، أما متوسطات الدنيا للصيف فهي في حدود 16°-20°م، ويبلغ المدى الحراري اليومي 10°م شتاء، و16°-18°م في الصيف إرتباطا بالتأثير التضاريسي، وفي المناطق الرطبة وشبه الرطبة، والتي يميزها مناخ معتدل ساحلي ذو مدى حراري ضعيف تسير منحنيات التسوية الحرارية بشكل مواز للساحل، ودرجات الحرارة الدنيا المطلقة لا تنزل إلى الصفر، فمتوسط حرارة الشتاء يستقر عند 13,5°م في الصويرة، أما متوسطات الحرارة الصيفية فهي أكثر تنوعا (19,9°م في الصويرة و23°م في طنجة)، تتميز الفصول بكونها أكثر وضوحا مما هي عليه في أوروبا فالصيف أطول وأكثر جفافا، لكن قد تتخلله بعض العواصف المطرية، أما الشتاء فهو متقطع، تتخلله فترات جفاف ضد إعصاره.³⁵

³⁵ رشيد ركالة، محمد الرفاص، أطلس المغرب، إصدارات جاكوار، الطبعة الأولى، فرنسا، 2003، ص ص: 15-16.



المطلب الثاني: المقومات الحضارية والتاريخية والبنية التحتية في المغرب

شهدت المملكة المغربية إزدهارا متكاملا على مر الزمان، حيث كانت الحضارة الأكثر تفتحاً وتحضراً، وما يؤكد صدق ذلك ما تركته الحضارات من آثار وتقاليد وتراث ثقافي وروحي، ناهيك على ما تمتلكه المملكة من بنى تحتية ذات جودة عالية والتي تعتبر العمود الفقري وشريان الحياة لجميع أنشطة الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياحية في المجتمعات المتحضرة.

أولاً: المقومات الحضارية والتاريخية في المغرب

يشكل التراث التاريخي المادي وغير المادي أحد أهم عناصر المعادلة السياحية لأي بلد، ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بالحضارات التي تعاقبت على المنطقة لذلك سنحاول تلخيص أهم المحطات التاريخية للمغرب بغية تفسير الكم الهائل والمتنوع من التراث الثقافي الذي يحتضنه هذا البلد العريق، حيث عرف المغرب خلال فترات ما قبل التاريخ تعاقب عدة حضارات من ضمنها الحضارة الأشولية التي تعد لحوالي 700 ألف سنة في العصر الحجري القديم، الحضارة الموسستيرية والعاتيرية في العصر الحجري الأوسط والحضارة الإيبروموريسية في العصر الحجري الأعلى، تليها الحضارة الجرسية وحضارة عصر البرونز في عصر المعادن حوالي 3000 سنة قبل الميلاد، وترجع النصوص القديمة تواجدها الفينيقيين إلى نهاية القرن 12 قبل الميلاد، تليها الفترة البونيقية حسب المخطوط المحفوظ في هايدلبرغ ثم الفترة الموريتانية وأخيراً الفترة الرومانية التي إنتهت مع بداية القرن الخامس الميلادي، بإعتناق المغاربة للإسلام ظهرت أول دولة إسلامية بالمغرب في دولة الأدارسة سنة 788م، تليها دولة المرابطين وعاصمتها مراكش سنة 1069م، ومع بداية القرن 12م إستطاع الموحدون بقيادة عبد المومن بن علي من السيطرة على المغرب بحلول سنة 1147م مؤسساً بذلك أكبر إمبراطورية بغرب المتوسط منذ الإمبراطورية الرومانية، الذين تم الإطاحة بهم من قبل المرينيين الذين إستمر حكمهم لمدة قرنين من الزمن، تلتها الدولة السعدية التي إنطلقت بحركة الشرفاء السعديين من جنوب المغرب، شكل القرن 19 منعطفاً خطيراً في تاريخ المغرب حيث إزدادت الأطماع التوسعية الفرنسية للمغرب بعد إحتلالها للجزائر سنة 1830، إلى أن تم فرض الحماية على المغرب سنة 1912 من خلال جعل أراضيه تحت سيطرة فرنسا وإسبانيا، وتم الإستقلال سنة 1956 سنوضح من خلال الجدول رقم(10) بعض الإكتشافات التي تعود لعصور مختلفة:

الجدول رقم(10): أهم المواقع التاريخية بالمغرب

الحقبة الزمنية	الموقع	المواقع التاريخية
الحضارة الأشولية	الدار البيضاء	مقالع طوما
الحضارة الموسستيرية	بين أسفي ومراكش	جبل يعود
العصر الحجري الأعلى	وجدة	مغارة تافوغالت
القرن 2 ق م	جنوب غرب تطوان	موقع تمودة
القرن 3 ق م	طنجة	موقع كوطا
القرن 1 ق م	شمال مدينة أصيلا	موقع الأقواس
الفترة الفينيقية	شمال شرق مدينة العرائش	موقع ليكسوس
العهد الإسلامي	بين طنجة وتطوان	موقع القصر الصغير



المصدر: وزارة الثقافة والشباب والرياضة، التراث المادي واللامادي، على الرابط الالكتروني:

<https://www.minculture.gov.ma/>، 2020/05/16، 18:05.

ورث المغرب من ماضيه تراثا ثقافيا معترفا بتنوعه وغناه على المستوى العالمي، نحاول ذكر بعض

الممتلكات الثقافية المسجلة على قائمة التراث العالمي من خلال الجدول رقم(11) التالي:

الجدول رقم(11): الممتلكات الثقافية بالمملكة المغربية المسجلة كتراث عالمي

الممتلكات الثقافية	الحقبة الزمنية	تاريخ التسجيل كثرات عالمي
المدينة العتيقة لفاس	القرن 9م	1981
المدينة العتيقة لمراكش	1071-1072	1985
قصر آيت بن حدو	/	1987
المدينة التاريخية لمكناس	القرن 11م	1996
الموقع ويلي الأثري	القرن 3 ق م	1997
المدينة العتيقة لتطوان	القرن 18	1997
المدينة العتيقة للصويرة	القرن 17	2001
ساحة جامع الفنا	1071	2001
المدينة البرتغالية مازاغان	1514	2004
موسم طانطا(تراث غير مادي)	تجمع سنوي لعدة آلاف من الرحل	2005

المصدر: وزارة الثقافة والشباب والرياضة، التراث المادي، على الرابط الالكتروني:

<https://www.minculture.gov.ma/>، 2020/05/15، 13:05.

1- المحميات الطبيعية في المملكة المغربية: تتوفر المملكة على تراث طبيعي غني بالأنواع النادرة والأنظمة

البيئية الطبيعية وبمناظر ذات قيمة عالية وجبت المحافظة عليها وصونها، ولقد إهتمت السلطات المغربية دائما

بإحداث تدريجي لمنترهات وطنية وعيا منها بأهمية صون هذا التراث الطبيعي أهمها قانون 07-22 يتعلق

بالمناطق المحمية،³⁶ ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول رقم(12) التالي:

الجدول رقم(12): المحميات الطبيعية في المملكة المغربية

تاريخ التصنيف ضمن التراث العالمي	المحميات الطبيعية المغربية		إسم المحمية
	المساحة	الموقع	
1998	3ملايين هكتار	جنوب غرب المغرب	المحيط الحيوي لأركان
2000	8ملايين هكتار	شرق المغرب	المحيط الحيوي لولحات الجنوب المغربي
2006	مليون هكتار	شمال المغرب (الريف الغربي)، وجنوب إسبانيا(إقليم الأندلس)	المحيط الحيوي للربط القاري عبر المتوسط
2016	1375000 هكتار	جبال الأطلس المركزية	المحيط الحيوي للأرز

Source: UNESCO, Man and Biosphere Programm, Atlas Cedar (Cèdre de l'Atlas), Link:

<http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/arab-states/morocco/>, 22/05/2020, 20:35.

³⁶ ظهير شريف رقم 10-123-1 صادر في 3 شعبان 1431 (16 يوليو 2010) بتنفيذ القانون رقم 07-22 المتعلق بالمناطق المحمية، الجريدة

الرسمية 5861 بتاريخ 2 غشت 2010، الرابط: <https://www.environnement.gov.ma/arabe/PDFs/textes/dahir123.pdf>

2- المناطق الحموية في المغرب: تشتهر المملكة المغربية بتوفر مقومات السياحة العلاجية بها، وتنتهياً عدة مواقع سياحية لجذب ملايين السياح المحليين والأجانب من شتى بلدان المعمورة، قصد العلاج من بعض الأمراض التي لا يجدون لها علاجاً علمياً ومنها رمال منطقة "مرزوقة"، ومنابع مياه "سيدي حرازم"، وحمامات "مولاي يعقوب" وغيرها من المواقع السياحية الشهيرة.

ثانياً: مقومات البنية التحتية والخدمات في المغرب

تمتلك المملكة المغربية بنية تحتية لا بأس بها، وهي في تطور دائم، إضافة إلى شبكة المواصلات التي ما فتئت تتوسع يوماً بعد آخر تماشياً مع النمو الإقتصادي والسياحي للبلاد.

1- السكك الحديدية: يتولى المكتب الوطني للسكك الحديدية منذ سنة 1963 إدارة الشبكة المغربية،³⁷ التي يبلغ طولها 2110 كلم منها 699 سكك مكهربة بطول 1287 كلم (699 كلم ذات إتجاهين أو أكثر و588 كلم سكك رئيسية منفردة) والباقي (1410 كلم ذات إتجاهين أو أكثر و699 كلم سكك رئيسية منفردة)، أما فيما يخص المعدات المتحركة فقد عمل المكتب الوطني للسكك الحديدية على شراء وإعادة تأهيل أسطوله ويتكون الأسطول المغربي من حيث عدد القاطرات والمعدات المحركة حسب إحصائيات 2018 من: المعدات المحركة بمجموع 234 قاطرة عدد القاطرات حسب طاقة القطر 234، عربات نقل المسافرين بمجموع 594 قاطرة بسعة 42453، عربات نقل البضائع بمجموع 5498 قاطرة بسعة 314203 طن،³⁸ ويوجد بها 819 منشآت فنية، حيث تصل سرعة القاطرات بهذه الخطوط إلى 160 كيلومتر في الساعة، وترتبط هذه الخطوط بين الجنوب (مراكش) والشرق (وجدة) مع باقي الشبكة الوطنية إلى طنجة، آسفي، وادي زم، الجديدة وبوعرفة.³⁹

2- البنية التحتية للنقل: تهدف إستراتيجية الحكومة المغربية للفترة 2017-2021 إلى تعزيز الإنجازات ومواصلة تحقيق العديد من المشاريع المهيكلية لمجال البنيات التحتية للنقل نذكر منها: الطرق السيارة 1800 كلم، الشبكة الطرقية 57334 كلم منها 1080 كلم طرق سريعة، الطرق الوطنية 15782 كلم، الطرق الجهوية 11157 كلم، الطرق الإقليمية 30395 كلم، المنشآت الفنية 9400 منشأة.

3- الموانئ: يبلغ طول الخط الساحلي للمملكة المغربية 3500 كلم، والبنية التحتية للموانئ التي تضم أربعين (40) ميناء في الخدمة، ويتكون قطاع الموانئ من:⁴⁰ 13 ميناءاً للتجارة المتعددة الوظائف، و 10 موانئ للصيد ذات الطابع الجهوي، 10 موانئ للصيد ذات الطابع المحلي، 07 موانئ للترفيه، وتتمثل الخصائص الرئيسية للبنية التحتية للموانئ كما يوضحه الجدول رقم (13) التالي:

³⁷ ريهام يسرى السيد، مرجع سبق ذكره، ص: 267.

³⁸ Annuaire Statistique du Maroc, année 2018, pp : 213-215, Link : <https://www.hcp.ma/file/211486/>, 24/05/2020, 09:00.

³⁹ وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك والماء، السكك الحديدية والنقل السككي، المملكة المغربية، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.equipement.gov.ma/AR/ferroviaire/StrategieONCF-ar/Pages/cadre-et-programme-ONCF.aspx>

2020/05/24، 10:30.

⁴⁰ وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك والماء، المخطط الإستراتيجي 2017-2021، المملكة المغربية، ص: 21، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.equipement.gov.ma/AR/ministere/Strategie/Documents/MELTLE-strategie-ar-2017-2021-13032019.pdf>

2020/05/24، 10:30.



الجدول رقم(13): الخصائص الرئيسية للبنية التحتية للموانئ

نوع الطائرة	طول الحواجز	طول الأرصفة	طول الحواجز	طول الأرصفة
	موانئ الوجهة المتوسطية	موانئ الوجهة الأطلسية		
المجموع	16850	14752	46301	33155,4
مجموع الأرصفة	47907,4			
مجموع الحواجز	63151			

المصدر: وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك والماء، البنيات التحتية المينائية، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.equipement.gov.ma/AR/maritime/ports/PatrimoinePortuaireEtMaritime/Pages/Infrastructures-portuaires-et-maritimes.aspx>, 23/05/2020, 22:30.

4- النقل الجوي: يتكون أسطول المملكة المغربية الجوي من 62 طائرة،⁴¹ وتشرف عليها شركة الخطوط الملكية المغربية وشركة الخطوط العربية المغرب وتستجيب لمعايير الأمان الدولية، يوجد بالمملكة المغربية 55 مطارا حسب إحصائيات 2017 وتحتل بذلك المرتبة 84 دوليا،⁴² منها 19 مطار دولي 03 مطارات رئيسية،⁴³ والباقي إما داخلي أو جهوي أو خاص.

المطلب الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب رؤية 2020

لقد وضعت الحكومة المغربية في إطار إستراتيجياتها السياحية للألفية الجديدة، ولعهد جديد يمتد إطاره الزمني على عشرية كاملة 2010-2000 ثم مواصلة ذلك والإستمرارية لرؤية أخرى جديدة تمتد لآفاق 2020 من أجل الرفع من حجم النشاط السياحي على عديد المستويات والأهداف، إنطلاقا من المكتسبات المحققة وكذا إستخلاص وتقييم إستراتيجية السياحة آفاق 2020، وسعيا منها في مواصلة تطوير القطاع السياحي، سطرت الحكومة المغربية رؤية جديدة من أجل الرفع من مستوى النشاط السياحي في البلاد تمثلت في إستراتيجية السياحة لآفاق 2020.

أولا: المحاور الأساسية لتنفيذ رؤية 2020

لقد راهنت الحكومة المغربية على القطاع السياحي من أجل جعل المغرب من بين أحسن الوجهات السياحية على الصعيد العالمي، وسطرت بذلك مجموعة من الأهداف الكمية نذكرها فيما يلي:⁴⁴

1- الأصالة: رسخت السياحة المغربية إزدهارها وتموقعها منذ عدة عقود بإعتمادها على الأصالة، وقد سمح هذا الإختيار بتميز تنافسية المغرب وتموقعه مقارنة مع الوجهات المنافسة المباشرة التي إرتكزت في معظمها على السياحة المكثفة، وستعزز رؤية 2020 هذا الإختيار التاريخي من خلال منهجية إستباقية مبتكرة تحافظ وتعزز التراث الثقافي والطبيعي للمملكة المغربية.

⁴¹ African Airlines Associations-AFRAA-, Association des compagnies aériennes africaines, Annual report 2019, p: 64, Link: https://www.afraa.org/wp-content/uploads/2019/11/Annual-Report_2019.pdf

⁴² Central Intelligence Agency (CIA), The World Factbook-MOROCCO-, Link:

<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/mo.html>, 23/05/2020, 22:30.

⁴³ المندوبية السامية للتخطيط، مرجع سبق ذكره، ص: 219، على الرابط الإلكتروني: <https://www.hcp.ma/file/211486>، 2020/05/24، 10:30.

⁴⁴ وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والإقتصاد الإجتماعي، رؤية 2020، على الرابط الإلكتروني:

<https://www.tourisme.gov.ma/ar/node/191>، 2020/05/24، 10:30.



2- الإستدامة: ستضع رؤية 2020 التنمية المستدامة في قلب طموحها، وذلك مواكبة للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد، فالمغرب الذي تمكن من الحفاظ على موارده وأصالته يتوفر في هذا الصدد على إمكانيات حقيقية وكبيرة، تسمح له بالتموقع والتميز في محيط يعرف بحدة التنافسية والتغير المستمر.

3- التنوع: إن التنوع أهم ميزة للسياحة بالمغرب حيث تشهد تنوعا في المناطق والمناظر الطبيعية وأيضا في الثروات الطبيعية والنظم الايكولوجية وتنوع الثقافات والتأثيرات (الإفريقية والأوروبية)، وبذلك ستعزز رؤية 2020 هذا التنوع من خلال سياسة طموحة لتهيئة التراب الوطني.

4- الجودة: سيظل تطوير الطاقة الإيوائية الجديدة هدفا إستراتيجيا لرؤية 2020 التي ستسهر على تحسين القدرة التنافسية لجميع حلقات السلسلة السياحية، وخاصة ترسيخ ثقافة حقيقية لجودة الخدمات السياحية وتطوير عرض مبتكر في مجال التنشيط السياحي.

5- الطموح: في سنة 2020، سيكون المغرب ضمن الوجيهات العالمية العشرين المفضلة للسياح وسيفرض نفسه كمرجع للتنمية المستدامة في الحوض المتوسطي.

ثانيا: الأهداف العامة للإستراتيجية السياحية في المغرب آفاق 2020

ترمي الإستراتيجية السياحية الجديدة إلى مضاعفة حجم القطاع السياحي وذلك عن طريق:⁴⁵

- مضاعفة الطاقة الإيوائية بإحداث 200000 سرير جديد، 150000 منهم في الفنادق و5000 في مؤسسات مماثلة، من أجل توفير تجربة سياحية غنية وشاملة للسياح.
- مضاعفة عدد السياح الوافدين من خلال مضاعفة الحصة من الأسواق الأوروبية الرئيسية وجذب مليون سائح من الأسواق النامية.
- زيادة عدد المسافرين المحليين بثلاثة أضعاف وتشجيع السياحة المحلية.
- خلق 470000 منصب عمل مباشر جديد في مجموع الأقاليم السياحية في البلاد.
- زيادة الإيرادات السياحية من أجل الوصول إلى 140 مليار درهم.
- رفع نسبة الناتج المحلي الإجمالي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الوطني بنقطتين من أجل الوصول إلى ما يقارب 150 مليار درهم، مقابل 60 مليار المسجلة حاليا.

ويمكن تلخيص كل من الأهداف النقدية والكمية آفاق 2020 من خلال الجدول رقم (14) التالي:

الجدول رقم (14): الأهداف الكمية والنقدية "آفاق 2020"

السنة	القيمة المحققة في 2010	القيمة المستهدفة في 2020
عدد الوافدين	9.3 مليون سائح	20 مليون سائح
الإيرادات السياحية السنوية	56.10 مليار درهم	140 مليار درهم
عدد الأسرة في الفنادق المصنفة	174.180 سرير	200 ألف سرير جديد
عدد الليالي السياحية (المبيتات)	18 مليون ليلة	54 مليون ليلة
عدد الوظائف المستحقة (مباشر وغير مباشر)	450 ألف منصب عمل	915 ألف منصب عمل

⁴⁵ Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière, vision strategique de developpement touristique « VISION 2020 », 2010, pp : 07-08, Link: <https://www.fnih.ma/download/CPN-VISION%202020.pdf>, 24/05/2020, 00:00.



نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (GDP)	% 1.7	% 1.7
التكوين	12.300 شاب	130.000 شاب

المصدر: المجلس الإقتصادي والإجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، 2015، ص: 12-13، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.cese.ma/Documents/PDF/Saisines/2015/S-16-2015-projet-de-loi-80-14/Avis-S-16-2015-VA.pdf>

ثالثا: أدوات وآليات تنفيذ رؤية 2020

من أجل تحقيق هذه الأهداف، تركز رؤية 2020 على تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص مع تركيز الجهود على أربعة محاور رئيسية:⁴⁶

1- تقسيم البلاد إلى مقاطعات سياحية الجهوية: يتضمن هذا المحور تقسيم التراب الوطني إلى ثماني مناطق سياحية كبرى وهي كما يلي:

1-1- المنطقة الشمالية: يدور عرض هذه المنطقة حول السياحة الثقافية والشاطئية حيث يرتقب زيادة الطاقة الإستيعابية لتتجاوز 43000 سرير بحلول عام 2020 فيما يسجل عدد السياح 2,7 مليون سائح، وبذلك ستساهم الجهة بـ 20,7 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام وبخلق 128020 منصب شغل.

1-2- منطقة الأطلس والأودية: تركز هذه الجهة على القطب السياحي المتمثل في ورزازات والذي يشمل الوديان والواحات والأطلس الكبير، ويدور عرض هذه المنطقة حول السياحة البيئية والتنمية المستدامة، ويرتقب زيادة الطاقة الإستيعابية لتتجاوز 26000 سرير لتلبية طلب حوالي 1,9 مليون سائح إضافة إلى 388000 مسافر محلي، وبذلك تراهن الجهة على تحقيق مداخيل تفوق 13 مليار درهم.

1-3- المنطقة الأطلسية الوسطى: تشمل هذه الوجهة الدار البيضاء والرباط والجديدة حيث يتمحور عرضها حول سياحة الأعمال والترفيه، ويرتقب تحقيق طاقة إستيعابية تصل إلى 39300 سرير بحلول عام 2020 فيما سيسجل عدد السياح 3,8 مليون سائح، كما يتوقع تحقيق مداخيل تقدر بحوالي 24,1 مليار درهم مما يمكن الجهة من أن تساهم بـ 29,1 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام.

1-4- المنطقة الأطلسية الجنوبية الكبرى: ستركز هذه الجهة حول الداخلة وعروض مندمجة للسياحة الطبيعية والرياضة وبالتالي، سيتم إنشاء 3800 سرير جديد مما من شأنه خلق عائدات تقدر بحوالي 819 مليون درهم وبذلك ستساهم الجهة بحوالي 924 مليون درهم كنتاج سياحي داخلي خام وبخلق 5600 منصب شغل.

1-5- منطقة المغرب الوسطى: تم تشكيل هذا المجال من منطلق التكامل بين مواقع مكناس وفاس وإفران، ويرتقب زيادة الطاقة الإستيعابية لتتجاوز 36000 سرير بحلول عام 2020 فيما سيسجل عدد السياح 2,7 مليون سائح إضافة إلى 707000 مسافر محلي، وبذلك ستراهن الجهة على تحقيق مداخيل تفوق 19 مليار درهم لتساهم بحوالي 30 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام.

⁴⁶ وزارة الإقتصاد والمالية، القطاع السياحي- رؤية إستراتيجية متجددة-، مجلة المالية، العدد 15، يونيو 2011، ص: 5-6، على الرابط الإلكتروني:

http://www.finances.gov.ma/Maliya%20tawassol/file_130711_105140442.pdf



1-6- منطقة المغرب المتوسطي: يتمحور هذا العرض حول مواقع السعيدية ومرشিকা وكالا إيريس، ووفقا للتوقعات الإستراتيجية، يرتقب تطوير الطاقة الإستيعابية بحوالي 27300 سرير لتغطية 921000 سائح، كما يتوقع أن تداخل مداخل تقدر بـ 6 مليارات درهم، وبذلك ستساهم الجهة بـ 7,2 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام.

1-7- منطقة مراكش والأطلسي: تغطي هذه المنطقة كلا من مراكش وتونقال والصويرة، ويستهدف تحقيق طاقة إستيعابية تقدر بحوالي 86000 سرير بحلول 2020 فيما سيحل عدد السياح 3,6 مليون سائح إضافة إلى 1,4 مليون مسافر محلي، وهذا من شأنه تحقيق مداخيل تصل إلى 26,2 مليار درهم.

1-8- منطقة سوس والصحراء الأطلسية: إبتداء من أكادير، يغطي هذا المجال كل المناطق الداخلية لتمتد إلى العيون عبر كلميم، وسيتم إنشاء ما يقرب من 110000 سرير لإستيعاب ما يقرب 4 ملايين سائح ومليون مسافر محلي، وهذا من شأنه تحقيق مداخل تقدر بـ 28 مليار درهم، وبذلك ستساهم الجهة بـ 29,4 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام وبخلق 181000 منصب شغل، وعلى ضوء ذلك يمكن توضيح تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود في الجدول رقم (15) التالي:

الجدول رقم (15): أهم مؤشرات رؤية 2020

السنة	2010	2015	2020
الطاقة الإيوائية	178000	256400	372300
عدد السياح الغير المقيمين بالآلاف	9200	13711	20000
عدد الرحلات المحلية (إقامات في مؤسسات الإيواء السياحي المصنفة)	1850	3930	5752
العائدات السياحية لغير المقيمين (بملايين الدراهم)	56000	85000	138000
النتائج الداخلي الخام السياحي المباشر (بملايين الدراهم)	59900	93493	148518
فرض الشغل ناتجة مباشرة عن تلتشاط السياحي	449283	645147	914706

المصدر: المجلس الإقتصادي والإجتماعي والبيئي، رأي المجلس الإقتصادي والإجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 80 - 14 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية، 2015، ص: 13، على الرابط الإلكتروني: <http://www.ces.ma/Documents/PDF/Saisines/2015/S-16-2015-projet-de-loi-80-14/Avis-S-16-2015-VA.pdf>

2- التنوع والإستدامة: يتضمن هذا المحور تسريع الأوراش الإستراتيجية الموجودة (برنامجي «RUZA2020» و«بلادي») وتدعيم الإستثمارات الهادفة إلى تثمين التراث والثقافة برنامج «التراث والموروث» وتنوع العرض السياحي من منتجات التنشيط الثقافي (برنامج «التنشيط والترفيه») وتثمين مجمل الموارد الطبيعية والثقافية (برنامج «البيئة والخضرة») وأخيرا تشجيع المنتجات السياحية ذات القيمة المضافة العالية (برنامج «السياحات ذات الطابع المحلي التي لها قيمة مضافة»).

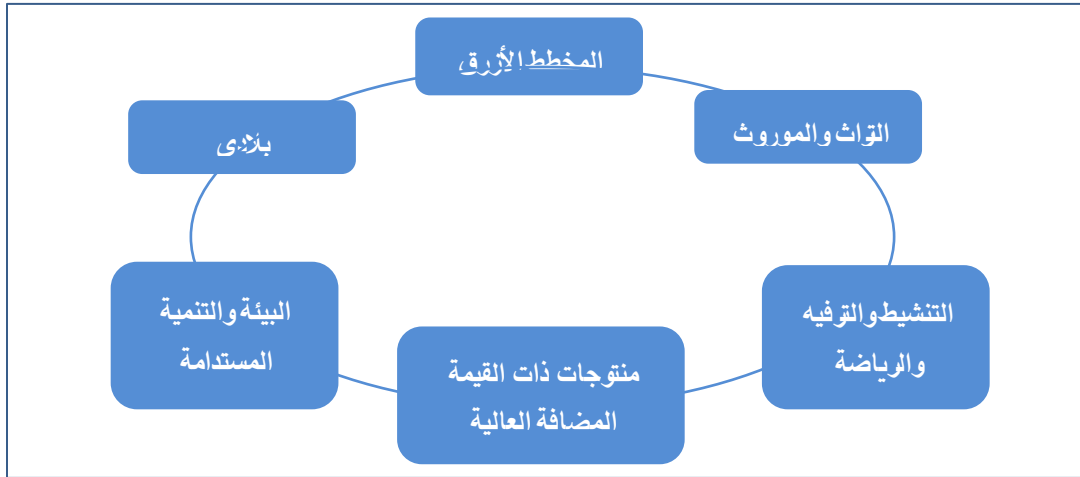
3- تمويل الإستثمارات السياحية: يتضمن هذا المحور إنشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية يبلغ رأسماله المستهدف حوالي 100 مليار درهم ورصد إعانات لدعم الإستثمار وتوجيهه إلى المناطق التي تعرف ضعفا في مؤشرات التنمية وكذا تعبئة 24 مليار درهم التمويل البنكي لدعم المشاريع الإستراتيجية في إطار «رؤية 2020».

4- التكوين: يتضمن هذا المحور إنشاء مدرسة للإمتياز في مجال التدبير الفندقي بشراكة مع المدرسة الفندقية بلوزان وإنشاء مركز للبحث والتنمية السياحية المستدامة وذلك بشراكة مع جامعتي «هارفرد» و«تورونتو».

ثالثا: البرامج السياحية المرافقة لرؤية 2020

في إطار تنفيذ أهداف الرؤية الإستراتيجية للسياحة المغربية أفق 2020، تم تحديد ستة برامج مهيكلة تتمحور حول الثقافة والشواطئ والطبيعة، وتركز هذه البرامج على السياحة المستدامة وعلى تحقيق قيمة مضافة عالية بالإضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية الموجهة للمغاربة المقيمين في الداخل وعليه تمكن البرامج الهيكلية لتطوير العرض السياحي من خلال الشكل رقم (06) التالي:

الشكل رقم(06): البرامج الهيكلية لتطوير العرض السياحي



المصدر: من اعداد الطالبان بناء على المعلومات السابقة

تهدف هذه البرامج لبروز العرض السياحي متنوع ذو جودة من خلال سياسية تهئية مندمجة تتمحور:⁴⁷

- إثراء العرض الثقافي من خلال تثمين الموروث المادي وغير المادي.
- تعزيز العرض الشاطئي للمملكة المغربية بالساحلين المتوسطي والأطلسي، وذلك من خلال إتمام مشاريع المخطط الأزرق وتطوير منتجات جديدة بجنوب أكادير.
- تطوير عرض أخضر طبيعي إضافي عبر منتجات مبتكرة متميزة فيما يخض التنمية المستدامة.
- عرض أنشطة ثقافية وترفيهية دولية لتعزيز جاذبية الوجهات السياحية مستوحاة من أكبر المراجع العالمية وخلق مدن متكاملة للترفيه.
- الإستجابة إلى تطلعات المغاربة من خلال إنشاء مجموعة من المنتجات الخاصة بالسياحة المحلية.
- مواقع تجارية صغيرة ذات قيمة مضافة عالية ذات صلة بسياحة الأعمال، الرفاه والصحة.

المبحث الثالث: فعالية الإستثمار السياحي في الجزائر والمغرب من خلال أهم المؤشرات

تولي الكثير من الدول أهمية بالغة لتنشيط الإستثمار السياحي لما له من دور في تحقيق التنمية السياحية وما له من تأثيرات إيجابية على الحياة الإقتصادية والإجتماعية، من خلال العمل على توفير بيئة أعمال ملائمة وتقديم عديد الحوافز والتسهيلات لما لها من دور في جذب وإستقطاب المزيد من الإستثمارات والعمل على تشخيص العراقيل التي تواجهه والقضاء عليها، كما أن نمو القطاع السياحي يبقى مرهون أيضا بقياس مدى

⁴⁷ وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والإقتصاد الإجتماعي، إستراتيجية السياحة بالمغرب، على الرابط الإلكتروني:

<https://mtataes.gov.ma/ar/>، 2020/05/15، 14:10.

التطور والتحسن المستمر الذي تحققه مختلف المؤشرات السياحية الكلية، وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطالب الثلاثة التالية:

◀ تطور المؤشرات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2011-2018)؛

◀ تطور المؤشرات السياحية في المغرب خلال الفترة (2011-2018)؛

◀ دور المشاريع السياحية في تحقيق التنمية السياحية في الجزائر والمغرب؛

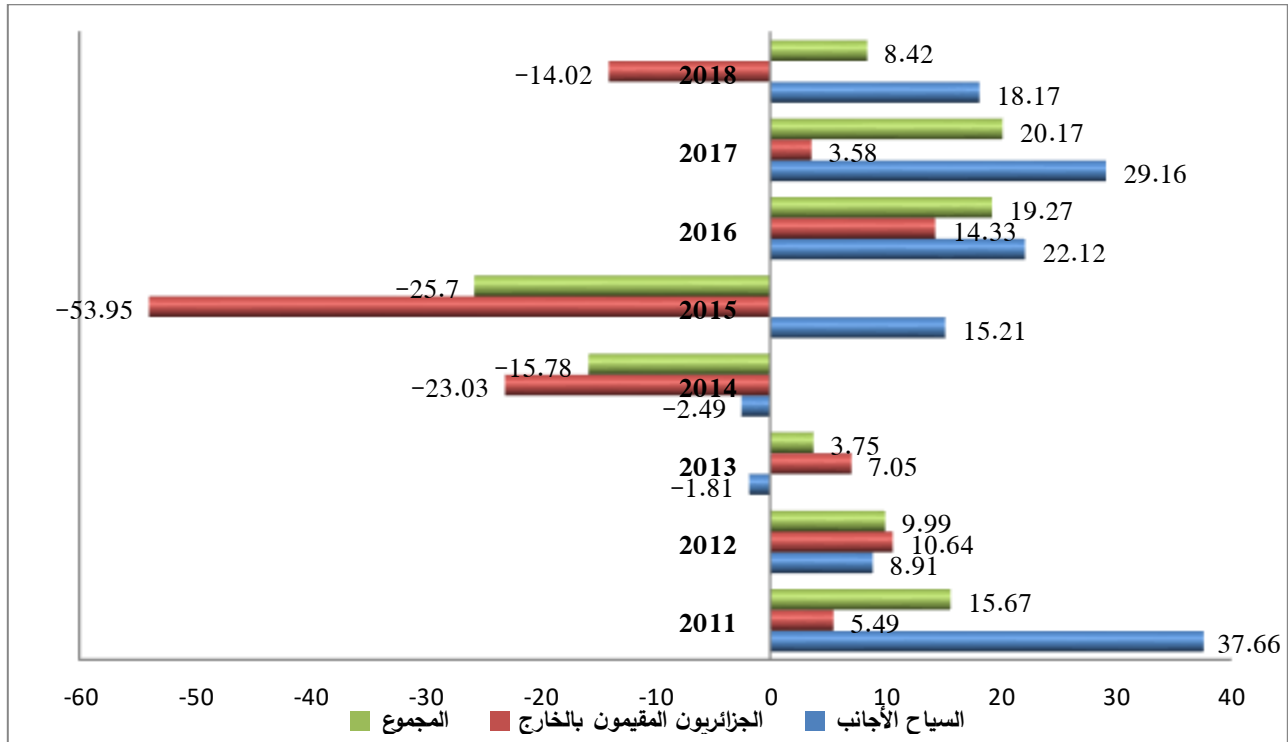
المطلب الأول: تطور المؤشرات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2011-2018)

تعتبر الجزائر من الدول التي أولت إهتماما بغية النهوض بالقطاع السياحي من خلال العديد من الإستراتيجيات إلا أنها لم ترقى بالسياحة إلى مصف الدول السياحية وبقيت إنجازاته جد محدودة كما أن الأهمية الإقتصادية للسياحة فيها بقيت متواضعة، وهو ما عكسته الديناميكية المتواضعة لأغلب المؤشرات السياحية.

أولا: تطور الوافدين عبر الحدود الجزائرية

تشير التقارير أن حصة الجزائر من السياحة الدولية لا تزال ضعيفة مقارنة بدول الجوار، وبما أن أهم مؤشر حقيقي يبرز مكانة القطاع السياحي في العالم هو عدد السياح، فحصة الجزائر من السياحة العالمية ضعيفة جدا، فقد بلغ عدد السياح سنة 2018 نحو 2657113 سائح، في الوقت الذي كان فيه عدد السياح في العالم يقارب 1409 مليون سائح، أي بنسبة 0.19% من السياحة العالمية، وعليه يمكن توضيح تطور عدد الوافدين بمراكز الحدود الجزائرية خلال فترة الدراسة من 2011 إلى 2018 من خلال الشكل رقم (07) التالي:

الشكل رقم (07): تطور معدل التدفقات السياحية للوافدين عبر الحدود الجزائرية (2011-2018)



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، ملخص التدفقات السياحية-الجزائر-، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.mtatf.gov.dz/wp-content/uploads/2018/07/synth%C3%A8se-flux-2013.ppt,2014,2015,2016,2017,2018>.

والديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام، بناء على نشرية المعطيات الإحصائية لسنة 2015-2018، على الرابط

الإلكتروني: <http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tour07-11.pdf,2014-2015,2015-2016,2016-2017,2017-2018>.



يمثل الشكل رقم(07) تطور معدل تدفق السواح عبر الحدود الجزائرية بالنسبة للسياح الأجانب والجزائريين المقيمين بالخارج خلال الفترة (2011-2018)، حيث يلاحظ أن معدل تدفق السواح عرف نموا إيجابيا خلال بداية فترة الدراسة إلى غاية سنة 2013 نتيجة تبنيني إستراتيجية جديدة للمخطط التوجيهي للتنمية السياحية والذي كان يهدف إلى تجاوز 2.5 مليون سائح على المدى المتوسط سنة 2015، لتعرف تراجعاً ملحوظاً خلال السنّي الموليتين وهنا نشير أن الإنخفاض الكبير سنة 2015 الجزائريين المقيمين بالخارج والذي وصل إلى نسبة (53.95%) نتيجة الأزمة المالية العالمية التي مست أغلب الأسواق المصدرة للسواح وظهور وجهات سياحية أخرى منافسة، ليعرف معدل تطور التدفقات البشرية نموا إيجابيا خلال الثلاث سنوات الأخيرة لفترة الدراسة مع تسجيل تراجع عدد السياح الأجانب سنة 2018 بنسبة 14.02% نتيجة المنافسة التي تشهدها السوق السياحية، الملاحظ أيضاً تفوق عدد الجزائريين المقيمين بالخارج على عدد السواح الأجانب خلال أغلب فترات الدراسة وهذا راجع إلى نقص الإهتمام بالقطاع السياحي والترويج له وكذا نوعية الخدمات السياحية المقدمة والتي تأثر على وجهة السواح الأجانب.

ثانيا: تطور التدفقات السياحية النقدية خلال الفترة (2011-2018)

نمو الإيرادات السياحية لأي دولة يعود إلى تفاعل جملة من العوامل ومن أهمها نمو عدد السياح الدوليين وإلى فترة مكوث السائح في منطقة زيارته وإلى تغير الأسعار خلال فترة الزيارة وأيضاً تطور المنتجات السياحية وتطور مستوى صناعة السياحة وخاصة ما يتعلق منها بتطور الفنادق ونوعية خدماتها المقدمة للضيوف يمكن توضيح التطورات المتعلقة بالإيرادات السياحية من خلال الجدول رقم(16) التالي:

جدول رقم(16): تطور الإيرادات السياحية للجزائر خلال الفترة (2011-2018)

الوحدة : مليون دولار أمريكي

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الإيرادات	208.3	196,4	230,3	258,3	303,7	205,6	140,5	250
السياحية	-4.93	-5.71	17.26	12.16	17.58	-32.30	-31.66	77.94

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية، على الرابط:

<http://www.mtaf.gov.dz/wp-content/uploads/2018/07/Tableau-de-bord-tourisme-et-artisanat-2013.docx>, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.

والديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام، بناء على نشرية المعطيات الإحصائية لسنة 2015-2018، على الرابط

الالكتروني: <http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tour07-11.pdf>, 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018.

يلاحظ من خلال الجدول رقم(16) أن هناك ضعف كبير وتذبذب في التدفقات النقدية خلال فترة الدراسة حيث تراوح هذا المؤشر بين الإنخفاض تارة والإرتفاع الطفيف تارة أخرى وهذا مرتبط بتذبذب تدفق السواح الأجانب، حيث سجلت أدنى حصيلة لها سنة 2017 بحوالي 140.5 مليون دولار بينما تم تسجيل أكبر حصيلة سنة 2015 بمبلغ قدر بحوالي 303.7 مليون دولار، أما في 2018 فقدت بـ 250 مليون دولار أي بنسبة 79.94% مقارنة بسنة 2017 وهي حصيلة ضعيفة جداً إذا ما قورنت بما تحوزه الجزائر من مقومات سياحية هائلة والسبب عائد إلى عدم إيلاء السلطات الإهتمام الكافي لهذا القطاع وغياب الإرادة الحقيقية في جعله مصدراً حقيقياً للثروة في الجزائر، بالإضافة إلى التذبذب المسجل في عدد السياح الوافدين، ومعدل فترة مكوث

السياح في منطقة زيارتهم وإلى تطور المنتجات السياحية المعروضة وتطور مستوى الصناعة السياحية خاصة ما يتعلق منها بتطور الفنادق ونوعية خدماتها المقدمة للضيوف.

ثالثا: تطور توزيع طاقات الإيواء حسب التصنيف خلال الفترة (2011-2018)

تعتبر الطاقة الفندقية عن القدرة الإستيعابية لمختلف المؤسسات المعدة لإستقبال السياح القادمين إلى الدولة السياحية المضيفة، في الجزائر تتوزع طاقات الإيواء حسب التصنيف إلى ست درجات حسب نوع الخدمة السياحية المقدمة في تلك الفنادق وتشمل أيضا القرى والإقامات السياحية وباقي وحدات الإيواء غير المصنفة (في طور التصنيف)، ومن خلال ذلك يمكن توضيح التطورات المتعلقة بتوزيع طاقات الإيواء حسب التصنيف خلال الفترة من 2011 إلى 2018 من خلال الجدول رقم(17) كالتالي:

الجدول رقم(17): تطور وتوزيع طاقات الإيواء حسب التصنيف في الجزائر خلال الفترة (2011-2018)

عدد الأسرة								السنوات
2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	المؤسسات
54428	52551	52040	74502	46719	46191	90753	33752	المؤسسات المصنفة
64727	59713	55380	54742	52886	52613	6145	58985	بدون تصنيف
119155	112264	107420	102244	99605	98804	96898	92737	المجموع
6.14	4.51	5.06	2.65	0.81	1.97	4.49	-	التباين

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، ملخص التنفقات السياحية-الجزائر-، على الرابط الالكتروني: <http://www.mtatif.gov.dz/wp-content/uploads/2018/07/synth%C3%A8se-flux-2013.ppt,2014,2015,2016,2017,2018>. والديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام، بناء على نشرية المعطيات الإحصائية لسنة 2011-2018، على الرابط الالكتروني: <http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tour07-11.pdf,2014-2015,2015-2016,2016-2017,2017-2018>.

من خلال الجدول رقم(17) يلاحظ أن المؤسسات بدون تصنيف في سنة 2018 إحتلت المرتبة الأولى بنسبة 54.32% من إجمالي مؤسسات الإيواء أي ما يمثل 64727 سريرا وهو مؤشر على ضعف الخدمات الفندقية المقدمة وما ينجر عنه من تأثير سلبي على السياحة الوافدة ومن ثم الإنفاق السياحي وجلب العملة الصعبة، بينما تمثل الفنادق المصنفة من نجمتين إلى خمس نجوم نسبة لا تتعدى 19% وهو ما لا يتماشى مع إستقطاب السياح الأجانب الأكثر إنفاقا سياحي بالرغم من أن تطوير السياحة الوافدة الخارجية يحتل صدارة إهتمامات الدولة في برامجها التنموية السياحية، يلاحظ أيضا أن تطور عدد الأسرة بمختلف تصنيفاتها شهد منحنى تصاعديا خلال جل فترات الدراسة حتى ولو كان طفيفا في بعض الأحيان مثلما حصل سنتي 2013 و2014 حيث تراوح معدل الإرتفاع بين 1.97% و0.81% على التوالي بينما سجل أعلى معدل إرتفاع سنة 2018 بنسبة 6.14% مقارنة بسنة 2017، كما أن إجمالي ما أنجز من أسرة سنة 2015 قدر بـ 102244 سرير أي بعجز قدره 57625 سرير، وبذلك يكون قد أنجز ما نسبته 63.95% من الرقم المستهدف في خطة "أفق 2030" وهي تحقيق 159869 سريرا على المدى المتوسط، أما على المدى الطويل تسعى وزارة السياحة من خلال المخطط إلى مضاعفة الطاقة الإيوائية إلى (1.8 X 159869)، لكن الواقع يحكي عكس ذلك ففي سنة 2018 حققت 119155 سرير، أي بعجز قدره 40714 سرير والذي يخص سنة 2015، وهذا العجز في هياكل الإستقبال أثر على توافد السواح وأدى إلى تراجع كبير في مردودية القطاع السياحي.

رابعاً: تطور عدد الليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة (2011-2018)

يعتمد مؤشر عدد الليالي السياحية بعاملين رئيسيين وهما عدد السياح الوافدين (التدفق البشري)، ومتوسط فترة الإقامة، فكلما كان الطلب السياحي مرتفعاً كلما صاحب ذلك ارتفاع في مستوى التدفقات، وبالنسبة للجزائر فقد كان التدفق البشري ضئيلاً مقارنة بدول الجوار مما أدى إلى انخفاض مماثل في عدد الليالي، حيث بلغ عدد الوافدين 4423684 سائح يقابله 7406470 ليلة بمتوسط مدة الإقامة لم يتجاوز ليلتين في 2017، وعلى ضوء ذلك يمكن توضيح تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي في الجدول رقم (18) التالي:

الجدول رقم (18): تطور عدد الليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة (2011-2018)

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	السنوات	
-	735105	589476	399873	401073	402028	384148	-	الوافدين	مجموع غير
1525358	1146061	992611	839161	837812	994266	936631	845367	الليالي	المقيمين
33.10	15.46	18.29	0.16	-15.74	6.15	10.80	-	تطور الليالي (%)	
-	1.56	1.68	2.10	2.09	2.47	2.44	-	متوسط مدة الإقامة	
-	3688543	3730704	3827683	3772511	3717343	3575355	-	الوافدين	مجموع
6010676	6260409	6283910	6307411	6215932	5926960	5703550	5484105	الليالي	المقيمين
-3.99	-0.37	-0.37	1.47	4.88	3.92	4	-	تطور الليالي (%)	
-	1.70	1.68	1.65	1.65	1.59	1.60	-	متوسط مدة الإقامة	
-	4423684	4320180	4227556	4173584	4119371	3959503	-	الوافدين	المجموع
7536034	7406470	7276521	7146572	7052744	6221234	6640181	6329472	الليالي	العام
1.75	1.79	1.82	1.33	13.37	-6.31	4.91	-	تطور الليالي (%)	
-	1.67	1.68	1.69	1.69	1.51	1.68	-	متوسط مدة الإقامة	

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية، على الرابط:

<http://www.mtatf.gov.dz/wp-content/uploads/2018/07/Tableau-de-bord-tourisme-et-artisanat-2013.docx>, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.

والديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام، بناء على نشرية المعطيات الإحصائية لسنة 2015-2018، على الرابط

الإلكتروني: <http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tour07-11.pdf>, 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018.

الملاحظ من الجدول رقم (18) أن عدد الليالي في الفنادق الجزائرية لم تشهد تطورا ملحوظا، وأن أغلب الحجزات في هذه الفنادق هي للمقيمين الجزائريين مع ضعف إقبال السياح ورجال الأعمال غير المقيمين في الجزائر، وحتى بالنسبة للوافدين للجزائر فهم في أغلبهم من المغتربين الذين يعودون أحيانا إلى الجزائر لقضاء العطلة السنوية التي غالبا ما تكون في فصل الصيف، وهم لا يصرفون أموال كبيرة، حيث يقضون جزء كبيرا من عطلتهم عند عائلاتهم المقيمة بالجزائر، وهناك نسبة من هؤلاء المهاجرين الجزائريين يفضلون قضاء عطلتهم في وجهات غير الجزائر، وهذا لعدم توفر ظروف ملائمة لممارسة السياحة بالجزائر (ارتفاع تذاكر السفر، غلاء أسعار الإقامة بالفنادق، عدم توفر ظروف إستقبال جيدة بالفنادق ... إلخ)، ومن تم يمكن القول أن قطاع السياحة بالجزائر لا يستفيد كثيرا من الجزائريين المقيمين بالخارج، من ناحية أخرى بلغ متوسط مدة الإقامة في هذه الفنادق 3 ليالي بالنسبة لغير المقيمين و2 ليالي بالنسبة للمقيمين خلال فترة الدراسة من 2011 إلى

2018، وهو ما قد يفسر بأن هذه البيئات كانت لرجال الأعمال الذين يزورون الجزائر لفترات قصيرة وأن تسعيرات تلك الفنادق مرتفعة مقارنة بمداخيل شريحة واسعة من الجزائريين.

خامسا: مساهمة السياحة الجزائرية في التشغيل خلال الفترة (2011-2018)

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات الإستراتيجية التي تعتمد بشكل كبير على اليد العاملة، ورغم ذلك فإن قطاع السياحة في الجزائر يشهد إستعابا ضئيلا لليد العاملة رغم أن هذه الأخيرة سجلت تزايدا خلال الفترة 2011 إلى 2018 حيث إرتفعت من 220 ألف عاملا إلى ما يفوق 300 ألف عاملا خلال سنة 2018، وعليه يمكن توضيح عدد العمال في القطاع السياحي ومعدلات البطالة في الجزائر خلال الفترة 2011 إلى غاية 2018 من خلال الجدول رقم (19) التالي:

الجدول رقم (19): تطور عدد العمال في القطاع السياحي ومعدلات البطالة في الجزائر خلال الفترة (2011-2018)

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
عدد العمال	220000	224028	256775	261289	265803	270317	300000	308027
النسبة (%)	3.29	1.83	14.62	1.76	1.73	1.70	10.98	2.68
معدل البطالة	10.0	11.0	9.8	10.6	11.2	10.5	11.7	11.7

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية 2013-2018، على

الرابط الالكتروني: <http://www.mtaf.gov.dz/wp-content/uploads/2019/12/Tableau-de-bord-annuel-2018.pdf>

من خلال الجدول رقم (19) يلاحظ بأن العمالة في القطاع السياحي في الجزائر تزايد أعداده تدريجيا خلال الفترة الدراسة حيث بلغ عدد العمال 220000 عاملا سنة 2011 ليصل إلى 308027 عاملا سنة 2018، وخلال هذه الفترة بلغ عدد العمال بـ 88027 عاملا أي بنسبة 40.01%، وهذا الأخير يعتبر رقم ضئيل وضعيف جدا إذا ما تم مقارنته بالمقومات السياحية في الجزائر، في حين تشهد معدلات البطالة إرتقاعا وإستقرار خلال فترة الدراسة حيث تراوحت ما بين 9 و11%.

المطلب الثاني: تطور المؤشرات السياحية في المغرب خلال الفترة (2011-2018)

تعتبر السياحة في المغرب واحدة من القطاعات الهامة في الإقتصاد، لما تدره من عملة صعبة، ولها تأثير مضاعف على القطاعات الإقتصادية الأخرى، مما جعل المملكة المغربية تولي لها الأهمية الكبرى في مختلف سياساتها التنموية بغية خلق صناعة سياحية قوية وهو ما عكسته الأرقام المعتمدة لأغلب المؤشرات.

أولا: التدفقات البشرية للوافدين للفترة (2011-2018)

يعتبر المغرب من أهم بلدان المغرب العربي إستقبالا للسياح لما يوفره من عوامل مشجعة وما يمتلكه من عناصر جذب سياحي هامة، وعليه يمكن توضيح تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود المملكة المغربية من سنة 2011 إلى غاية 2018 من خلال الجدول رقم (20) التالي:

الجدول رقم (20): التدفقات السياحية للوافدين عبر الحدود المغربية خلال الفترة (2011-2018)



المجموع العام		المغاربة المقيمون بالخارج		السياح الاجانب		
التباين	المجموع	التباين	المجموع	التباين	المجموع	
-	9342133	-	4408250	-	4933883	2011
0.35	9829806	-1.02	4363427	1.57	5011729	2012
7,16	10046264	8,24	4722931	6,21	5323333	2013
2,36	10282944	2,6	4845491	2,14	5437453	2014
-1,03	10176762	3,7	5025058	-5,26	5151704	2015
1,52	10331731	4,05	5228527	-0,94	5103204	2016
9,84	11349344	4,89	5484427	14,92	5864917	2017
8,28	12288708	2,28	5609607	13,88	6679101	2018

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والإقتصاد الإجتماعي، مؤشرات تهم القطاع السياحي، على الرابط

الإلكتروني: <http://mtataes.gov.ma/fr/tourisme/chiffres-cles-tourisme/indicateurs-du-secteur-touristique/#>

Observatoire Marocain du tourisme, **Des chiffres au sens**, Link:

<http://www.observatoiredutourisme.ma/wp-content/uploads/2016/12/Tourisme-en-chiffres-2012.pdf>, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 12/05/2020, 20 :30.

يلاحظ من خلال جدول رقم(20) أن قطاع السياحة عرف خلال السنتين الأخيرتين من فترة الدراسة نوعا من الإنتعاش، حيث إرتفع عدد السياح الوافدين بنسبة 9,84% و 8,28% خلال سنتي 2017 و 2018 على التوالي، فقد حقق المغرب سنة 2018 رقما قياسيا في عدد السياح الوافدين بلغ حوالي 12.3 مليون سائح إلا أن هناك صعوبة في الوصول للنتائج المسطرة فيما يخص مؤشر التدفقات السياحية البشرية والمقدر وفق إستراتيجية التنمية للسياحة "رؤية 2020" ب 20 مليون سائح، حيث تم إستقطاب 12288708 سائح بنهاية سنة 2018 أي بنسبة إنجاز قدرت ب 61,44% من الرقم المستهدف، وعلى العموم شهدت التدفقات البشرية نموا متذبذبا وصل في أقصاه إلى 9,84% عام 2017 حيث لوحظ أن وتيرة نمو أعداد الوافدين من السياح الأجانب تجاوزت منذ سنة 2017 وتيرة تطور أعداد الوافدين من المغاربة المقيمين بالخارج في حين أن العكس هو الذي كان سائدا حتى سنة 2016، كما لوحظ تراجع مؤشر السياحة الوافدة إلى المغرب بشكل ملحوظ عامي 2014 و 2015 حيث سجل أقل نمو ب 1,03% و 1,52% على التوالي، وهذا راجع إلى الظروف الأمنية التي ميزت منطقة المغرب العربي في هاته الفترة وتحذيرات بعض البلدان المصدرة للسياحة من السفر إليها، بالإضافة إلى تقلبات أسعار الصرف في الدول النامية من جهة، ومن جهة أخرى حالة عدم الإستقرار الإقتصادي القائمة في العديد من الدول الأوروبية والتي ألفت بظلالها على حجم الإنفاق للسياح الأوروبيين، وهذا رغم زيادة السياحة العالمية بنسبة 4% حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة.⁴⁸

ثانيا: تطور التدفقات السياحية النقدية للفترة (2011-2018)

سجلت الإيرادات السياحية المحققة في المغرب نموا متذبذبا بين الإرتفاع والإنخفاض خلال العشرية الثانية من تطبيق الخطة الإستراتيجية للسياحة "رؤية 2020" حيث إنتقلت العائدات السياحية من 9101 مليون دولار

⁴⁸ World Tourism Organization (UNWTO), **Global and Regional Tourism Performance**, Link: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>, 15/05/2020, 20:38.



سنة 2011 إلى 9523 مليون دولار سنة 2018 بإرتفاع طفيف، وذلك نتيجة لإنخفاض أعداد السياح الأجانب الوافدين على المملكة المغربية خلال نفس الفترة، ويمكن توضيح تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة 2011 إلى غاية 2018 في الجدول رقم(21) التالي:

جدول رقم(21): الإيرادات السياحية للمملكة المغربية خلال الفترة (2011-2018)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الإيرادات بالدولار أمريكي	9101	8491	8201	9070	7765	7922	9086	9523
معدل النمو السنوي	11.31	-6.70	-3.42	10.60	-14.39	2.02	14.69	4.81

Source: Organisation of Islamic Cooperation (OIC), Statistical, economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC), Link: <https://www.sesric.org/oicstat.php>, 15/05/2020, 20:30.

The World Bank, International tourism, receipts-Morocco-, Link: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2011&locations=MA&start=2011&view=bar>, 15/05/2020, 20:30.

من خلال الجدول رقم(21) يلاحظ أن حجم التدفقات النقدية السياحية خلال فترة الدراسة تميزت بالتذبذب من سنة لأخرى فقد سجلت إنخفاضا متتاليا خلال سنتي 2012 و 2013 بنسب 6.70% و 3.42% على التوالي بعد أن حققت رقم 9101 مليون دولار سنة 2011 لترتفع سنة 2014 إلى حدود 9070 مليون دولار بمعدل نمو بلغ 10.60% لتسجل بعدها أعلى معدل إنخفاض سنة 2015 بنسبة بلغت 14.39%، لتشهد بعد ذلك إرتفاعا خلال الفترة المتبقية وتسجل أعلى رقم تدفقات وصل إلى حدود 9523 مليون دولار سنة 2018 وهو رقم يضل بعيدا عما تطمح المملكة المغربية للوصول إليه من خلال رؤية 2020 وهو تحقيق إيرادات بقيمة (14 مليار دولار) أي بمعدل إنجاز وصل إلى نسبة 68.02%.

ثالثا: تطور الإيواء الفندقي للفترة (2011-2018)

عرفت طاقات الإيواء في المملكة المغربية منى تصاعديا خلال فترة الدراسة حيث قدرت سنة 2011 بـ 187827 سريرا لتبلغ سنة 2018 رقم 261256 سريرا بنسبة إرتفاع قدرت بـ 30.64% خلال فترة الدراسة أي بمتوسط معدل نمو قدر بـ 3.83% وهو معدل ضعيف مقارنة بما تطمح إليه في 2020، ويمكن توضيح تطور طاقات الإيواء في المغرب خلال الفترة 2011 إلى 2018 في الجدول رقم(22) التالي:

الجدول رقم(22): تطور طاقات الإيواء في المغرب خلال الفترة (2011-2018)

البيان	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
فندق (*)	10318	12197	13855	14406	14574	15945	16247	16472
فندق (**)	13405	14063	14643	15246	16092	16025	16212	16564
فندق (***)	26182	27879	28307	29127	30132	32549	33169	34120
فندق (****)	46591	46599	47833	48072	47572	49025	50450	51344
فندق (*****)	30551	32595	32684	33643	35217	37215	39041	33821
الإقامات السياحية RH	15600	15815	17077	20930	22256	21242	22364	23914



20975	20720	20058	22215	20409	20926	20167	20169	النوادي الفندقية HC
30553	29461	27882	26694	23882	22354	20632	17748	دور الضيافة MH
27599	26166	25030	16582	15896	9893	8264	7263	فئات أخرى
261256	253830	244971	233550	221611	207572	198211	187827	المجموع
2.93	3.62	4.89	5.39	6.76	4.72	5.53	-	التباين بين السنوات

Source: Observatoire Marocain du tourisme, Des chiffres au sens, Link:

<http://www.observatoiredu tourisme.ma/wp-content/uploads/2014/05/TBNAT-12-12.pdf>, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 31/05/2020, 16 :45.

يلاحظ من خلال الجدول رقم(22) أن تطور طاقات الإيواء عرف نموا بطيئا ومتذبذبا خلال فترة الدراسة حيث سجل سنة 2012 إرتفاع قدر ب 5.33% مقارنة بسنة 2011 لينخفض سنة 2014 إلى 4.72% ليحقق بعدها أقصى إرتفاع وصل إلى 6.76% في السنة الموالية ليأخذ بعد ذلك منحى تنازليا وصل إلى حدود 2.93% سنة 2018، ويلاحظ أيضا أن طاقات الإيواء تتوزع حسب التصنيف إلى ست درجات حسب نوع الخدمة السياحية المقدمة في تلك الفنادق وتشمل أيضا القرى والإقامات السياحية ودور الضيافة إلا أن معظم الأسرة تتركز في الفنادق المصنفة بنسبة 58.3%، حيث كانت الحصة الأكبر للفنادق ذات 2 نجوم التي وصل عددها إلى 51344 سريرا أي ما يشكل نسبة 19.65% من طاقة الإيواء الإجمالية.

رابعا: تطور عدد الليالي السياحية في المغرب للفترة (2018-2011)

عرفت الليالي السياحية في المغرب تطورا ملحوظا خلال فترة الدراسة، وذلك لما تقوم به السلطات المغربية من مجهودات للرفع من القدرة الإستيعابية للفنادق وزيادة مدة إقامة السواح، حيث بلغ أكبر عدد لليالي السياحية خلال فترة الدراسة (2018-2011) ما يقارب 24 مليون ليلة سنة 2018، وعلى ضوء ذلك يمكن توضيح عدد الليالي السياحية في المغرب خلال الفترة من 2011 إلى 2018 في الجدول رقم(23) التالي:

الجدول رقم(23): تطور عدد الليالي السياحية في المغرب للفترة (2018-2011)

المجموع العام		السياح المقيمون		السياح غير المقيمين		السنة
المجموع	التباين(%)	المجموع	التباين(%)	المجموع	التباين(%)	
16867222	-	4448540	-	12418682	-	2011
17484130	3.66	4936255	10.96	12547875	1.04	2012
19113765	9.32	5182932	5.00	13930833	11.02	2013
19633475	2.72	5307163	2.40	14326312	2.84	2014
18424251	-6.16	5899237	11.16	12525014	-12.57	2015
19250180	4.48	6548398	11.00	12701782	1.41	2016
22100701	14.81	7054950	7.74	15045751	18.45	2017
23953859	8.39	7141653	1.23	16812206	11.74	2018

Source: Observatoire Marocain du tourisme, Des chiffres au sens, Link:

<http://www.observatoiredu tourisme.ma/wp-content/uploads/2014/05/TBNAT-12-12.pdf>, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 31/05/2020, 16 :45.

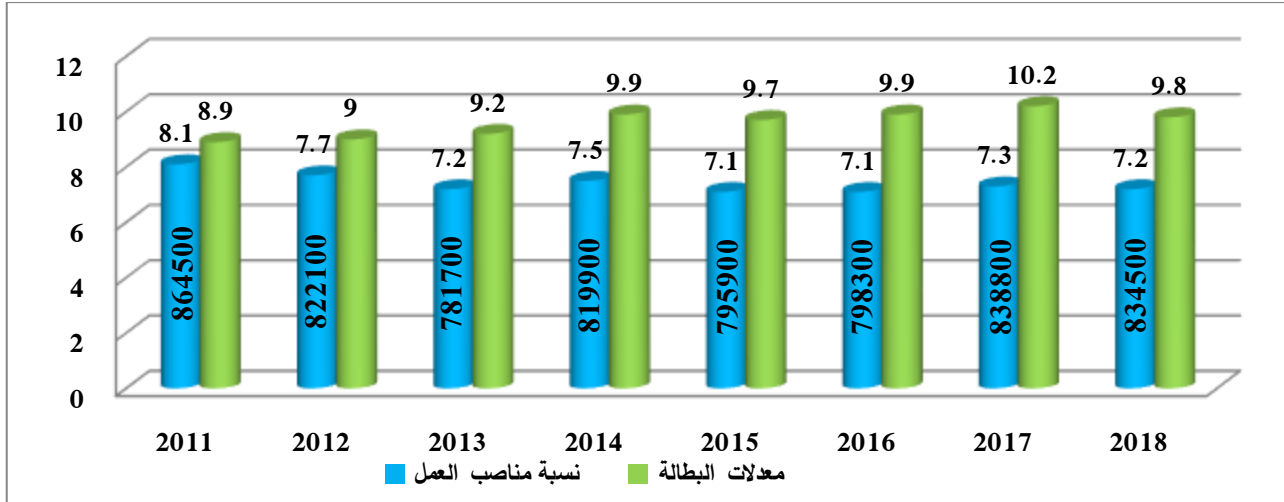


من خلال الجدول رقم(23) والذي يوضح تطور عدد لياالي المبيت في المغرب عرف منحى تصاعديا خلال أغلب فترات الدراسة من 2011-2018 ما عدا سنة 2015 والتي عرفت إنخفاضا قدر بنسبة (6.16%) مقارنة بسنة 2014 أي ما يعادل 1209224 ليلة سياحية، كما أن عدد الليالي السياحية إرتفع من 16867222 ليلة سنة 2011 إلى 23953859 ليلة سنة 2018 أي بنسبة إرتفاع بلغت 42.01% وهو رقم ضعيف مقارنة بما تم التخطيط له "رؤية 2020" ألا وهو الوصول إلى 54 مليون ليلة سياحية بنهاية سنة 2020، يلاحظ أيضا أن عدد الليالي السياحية لغير المقيمين عرفت تفوقا كبيرا على نظيرتها للمقيمين في أغلب فترات الدراسة وصلت إلى حد ثلاثة أضعاف وهذا راجع للأعداد المعتبرة من السواح الأجانب التي يستقطبها المغرب بإعتباره وجهة سياحية مرغوبة عالميا وكذا المجهودات التسويقية التي تقوم بها المملكة المغربية.

رابعا: مساهمة السياحة المغربية في التشغيل خلال الفترة (2011-2018)

تمثل السياحة اليوم أبرز القطاعات القادرة على خلق مناصب الشغل في العالم، لأن الإنفاق على النشاط السياحي يؤثر في كثير من القطاعات في الإقتصاد الوطني، كما أن الوظائف التي توفرها السياحة في أغلبها لا تشترط فيها وجود مهارات خاصة أو مستويات كبيرة، تشير الإحصائيات أن قطاع السياحة في المغرب يحتل المرتبة الثانية كأكبر قطاع توفيراً لفرص عمل حيث سجل حوالي 834500 منصب شغل سنة 2018، وعلى ضوء ذلك يمكن توضيح تطور عدد مناصب العمل في القطاع السياحي ومعدلات البطالة في المغرب خلال الفترة من 2011 إلى غاية 2018 في الشكل رقم(08) التالي:

الشكل رقم(08): تطور عدد مناصب العمل في القطاع السياحي ومعدلات البطالة في المغرب (2011-2018)



المصدر: أطلس بيانات العالم، اليد العاملة في المغرب، على الرابط الإلكتروني:

<https://ar.knoema.com/atlas/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%BA%D8%B1%D8%A8/topics>

.22:10، 2020/05/23

من خلال الشكل رقم(08) والذي يوضح تطور عدد مناصب العمل في القطاع السياحي ومعدلات البطالة في المغرب للفترة (2011-2018) والتي كانت مستقرة خلال فترة الدراسة، يتضح أن تطور عدد مناصب العمل في القطاع السياحي شهد تذبذبا واضحا من سنة لأخرى حيث سجل أعلى رقم سنة 2011 بلغ حوالي 864500 عامل كمؤشر إيجابي للإنتلاق في تجسيد الإستراتيجية "رؤية 2020" ليشهد بعد ذلك إنخفاضا كبيرا ليصل إلى 781700 عامل سنة 2013 ليشهد خلال الفترة الموالية من سنة 2014 إلى سنة 2018 تذبذبا

بين الإنخفاض والإرتفاع وهذا راجع إلى نقص الإستثمارات السياحية والتذبذب الذي شهدته الحركة السياحية في المغرب، ومخلفات الأزمة الإقتصادية التي ألقت بظلالها على إقتصاديات بعض الدول المصدرة للسواح، وكذا الظروف السياسية التي شهدتها المنطقة العربية، وبالتالي فقد حققت نسبت 91.20% بما هو مخطط في رؤية 2020 وهي الوصول إلى 915 ألف منصب عمل.

المطلب الثالث: دور المشاريع السياحية في تحقيق التنمية السياحية في الجزائر والمغرب

لعل الأهمية التي يحتلها الإستثمار السياحي في تحقيق التنمية السياحية هو ما يفرض على الجزائر والمغرب بإعتبارهما دولتان تبحتان عن مكانة مميزة في السوق العالمية للسياحة الإجتهد في توفير البيئة الملائمة والعوامل المحفزة للإستثمار السياحي من خلال تشخيص المشاكل والعقبات التي تعترضه وتحول دون بلوغ أهدافه والعمل على إيجاد الحلول المناسبة لها.

أولا: مقارنة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة (2011-2018)

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة الرئيسية للناتج المحلي الإجمالي في العديد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وتشير إحصائيات منظمة السياحة العالمية إلى أن متوسط المساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10%، إلا أنه يظل تحت المستوى في عدد كبير من الدول من بينها الجزائر عكس المغرب الذي سجل نسبة مساهمة معتبرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي، ويمكن توضيح مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر والمغرب خلال فترة الدراسة من 2011 إلى غاية 2018 من خلال الجدول رقم (24) التالي:

جدول رقم (24): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر والمغرب خلال الفترة (2011-2018)

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
حصة السياحة في الناتج المحلي الخام (%) في الجزائر	1.4	1.4	1.5	1.5	1.3	1.4	1.6	1.7
معدل النمو الاقتصادي في الجزائر	2.8	3.4	2.8	3.8	3.7	3.2	1.3	1.4
عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	40237	52523	65986	74235	82516	88052	51882	67360
عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع السياحة في الجزائر	55	136	121	167	232	298	366	299
نسبة م ص م في قطاع السياحة	0.12	0.25	0.18	0.22	0.28	0.27	0.50	0.47
حصة السياحة في الناتج المحلي الخام (%) في المغرب	7.1	6.9	6.8	6.7	6.5	6.6	6.8	6.9
معدل النمو الاقتصادي في المغرب	5.2	3	4.5	2.7	4.6	1.1	4.2	3
عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	28609	33558	34269	35645	36644	91909	79153	74807
عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع السياحة في المغرب	1001	1107	1233	1425	1575	3690	3957	4512
نسبة م ص م في قطاع السياحة	3.5	3.3	3.6	4	4.3	4	5	6

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية، على الرابط

الإلكتروني: <http://www.mtatf.gov.dz/wp-content/uploads/2018/07/Tableau-de-bord-tourisme-et-artisanat-2013.docx>

2014، 2015، 2016، 2017، 2018، 2020/06/06، 23:35.



المجلس الإقتصادي والإجتماعي والبيئي، التقرير السنوي 2018، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.ces.ma/Documents/PDF/Rapports%20annuels/2018/RA-VA-18.pdf>، 2020/06/07، 9:35.

أطلس بيانات العالم، النمو الإقتصادي، على الرابط: <https://ar.knoema.com/atlas/>، 2020/05/28، 11:27.

Ministère de L'industrie et des mines, **Bulletins d'information statistique de la PME**, Link: http://www.mdipi.gov.dz/IMG/pdf/Bulletin_d_information_statistique_No20.pdf, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 07/06/2020, 18 :00.

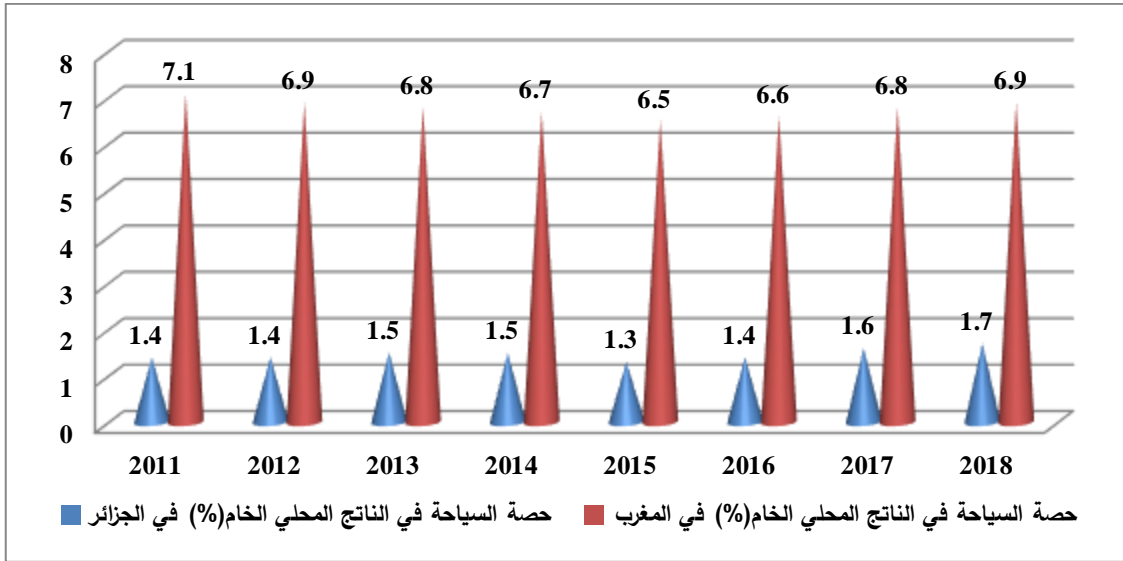
Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale, **Rapport d'activités**, Link: http://www.ompic.ma/sites/default/files/field/rapport_annuel2011.pdf, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 07/06/2020, 00:00.

يلاحظ من خلال الجدول رقم(24) أن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر لم تتعدى 2% طيلة فترة الدراسة وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بما حقته السياحة المغربية من مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة ذاتها وما تحوزه الجزائر من مقدرات سياحية هائلة بقيت غير مستغلة بصورة كبيرة، حيث سجلت أكبر نسبة مساهمة سنة 2018 قدرت بـ 1.7% أما أدنى مساهمة فكانت في سنة 2015 بنسبة 1.3%، هذا الإنخفاض راجع إلى الإعتماد الكلي على إيرادات المحروقات من جهة، وضعف الإستثمارات المسجلة في هذا القطاع من جهة ثانية وإقتصارها على الأنشطة المباشرة كوكالات السياحة والسفر من جهة ثانية، أما في المملكة المغربية فقد كانت مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الخام معتبرة حيث تراوحت بين 6.7% و 7.1% وهي نسبة تتجاوز في بعض الأحيان المعدل العالمي وهو ما يعكس حجم الإهتمام والمكانة التي تحتلها السياحة في الإقتصاد المغربي وفي أجندة إهتمامات السلطات في هذا البلد، وكذا الرغبة في إستغلال وتثمين المقدرات السياحية التي تتمتع بها المملكة المغربية والتي تجسدت من خلال حجم الإستثمارات المسجلة في هذا القطاع، بالإضافة إلى الحملات الدعائية والترويجية الكبيرة التي تقوم بها المملكة المغربية للتعريف بالمواقع السياحية على المستوى الدولي.

يلاحظ من خلال الجدول أيضا أن معدلات النمو الإقتصادي في الجزائر كانت من ضعيفة إلى متوسطة خلال فترة الدراسة (2011-2018) مقارنة بالمملكة المغربية حيث تراوحت بين 1.3% و 3.8% في أحسن الأحوال وهذا راجع للطابع الإقتصادي الريعي وغياب الإستثمار المنتج والفعال الذي من شأنه أن يساعد في زيادة الإنعاش الإقتصادي بينما تراوح معدل النمو الإقتصادي في المغرب بين 2.7% و 5.2% وهو معدل نمو مقبول يعكس فعالية ونجاح السياسة التنموية المتبعة خاصة في المجال السياحي وكذا حجم الإستثمارات المنجزة من خلال الجدول يلاحظ كذلك أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر والمغرب عرفت منحنى تصاعدي متواصل من سنة إلى أخرى خلال الفترة (2011-2018)، حيث قفز عدد المؤسسات المنشأة في الجزائر من 40237 مؤسسة سنة 2011 إلى 67360 مؤسسة سنة 2018 نفس الشيء ينطبق على المغرب الذي إرتفعت فيه عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستحدثة من 28609 مؤسسة سنة 2011 إلى 74807 مؤسسة سنة 2018 وهذا راجع للسياسة المنتهجة في البلدين في هذه الفترة والقائمة على تشجيع الشباب الحامل للمشاريع على تجسيدها من خلال تبسيط إجراءات ومدة التأسيس، التسهيلات في منح القروض ومختلف التحفيزات الجبائية والضريبية، أما بالنسبة لحصة المشاريع السياحية من إجمالي المؤسسات يلاحظ أن هناك تباين وإختلاف كبير بين البلدين فبالنسبة للجزائر حصة المشاريع السياحية لا تكاد تذكر بالمقارنة مع إجمالي

المؤسسات المستحدثة حيث لم يتجاوز عددها في أحسن الأحوال 366 مؤسسة أي بنسبة 0.50% وهذا يعكس المكانة الضعيفة التي يحتلها القطاع السياحي مقارنة بالقطاعات الإقتصادية الأخرى، وكذا الإهمال الكبير الذي يعانيه القطاع من جراء نقص إهتمام السلطات، بينما في المغرب تراوح عدد المشاريع السياحية بين 1001 و4512 مؤسسة أي بنسبة تراوحت بين 3.3% و6% وهي نسبة معتبرة مقارنة بالجزائر إلا أنها تعتبر ضعيفة مقارنة بطموح السلطات في المملكة المغربية وقياسا بالثروات المتنوعة التي تتمتع بها المملكة المغربية ولا تترجم حجم الإهتمام الذي توليه الدولة لهذا القطاع من خلال تشجيع الشباب على الإستثمار في المجال السياحي والرغبة الحقيقية في جعل هذا القطاع مساهما فعالا في تحقيق التنمية الشاملة في هذا البلد.

الشكل رقم (09): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر والمغرب خلال الفترة (2011-2018)



المصدر: أطلس بيانات العالم، النمو الاقتصادي، على الرابط الإلكتروني:

<https://ar.knoema.com/atlas/>، 2020/05/28، 11:27.

من خلال الشكل رقم (09) والذي يمثل مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر والمغرب خلال الفترة (2011-2018) يلاحظ أن هناك تباين واضح في نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي بين البلدين حيث لم تتعدى 1.7% بالنسبة للجزائر في أحسن الأحوال وهو أمر منطقي له علاقة بمعدل النمو السلبي المسجل في نفس الفترة والخاص بتطور عدد السواح وكذا الإيرادات السياحية، أما بالنسبة للمغرب فحصة المساهمة كانت إيجابية إلى حد ما وإقتربت من تحقيق الهدف المسطر في إستراتيجية التنمية السياحية رؤية 2020 حيث تراوحت بين 6.5% و7.1% وهذا راجع للتطور الإيجابي لعدد السواح الوافدين وكذا حجم عائدات القطاع السياحي.

ثانيا: عوائق الإستثمار السياحي في الجزائر والمغرب والحلول المقترحة لتفعيله

لقد أضحى التشخيص الدقيق للمعوقات والعراقيل التي تعترض قيام إستثمار سياحي حقيقي ومبني على أسس متينة أهم المفاتيح في تفعيل دوره في التنمية السياحية.

1- عوائق الإستثمار السياحي في الجزائر: من أهم المشاكل التي تعيق الإستثمار السياحي ما يلي:



- وجود بيئة إستثمارية في الجزائر غير مشجعة على جذب وإستقطاب المستثمرين المحليين والأجانب لا من حيث التحفيزات الجبائية والضريبية من جهة ولا من حيث تعقد وتشعب الإجراءات الإدارية ومركزيتها.
 - مشكل العقار السياحي الذي بات يتقل كاهل المستثمرين خاصة في مناطق التوسع السياحي، ومعاناته من نقص وغياب التهيئة التي تسمح بالإنتلاق في تجسيد المشاريع.
 - غياب نظرة إستشرافية واضحة للإستثمار السياحي في الجزائر سواء من حيث التخطيط أو من حيث إشراك جميع الفاعلين في المشاورات حول الأمور الأساسية والتعامل مع حقائق الميدان من أجل ترقية الإستثمار السياحي وتفعيل دوره في تنمية السياحة.
 - نقص التمويل والذي يعتبر المشكل الرئيسي الذي يؤرق المستثمرين إعتبارا من أن رأس المال هو أحد المقومات الرئيسية للبدء في تحقيق المشاريع.
 - صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والإتصال في قطاع السياحة والتوغل الضعيف لتكنولوجيات الإعلام والإتصال في السياحة وعدم القدرة على الإسغلال الأمثل لمواقع الإنترنت في الترويج لمواقع الجذب السياحي التي تحوزها الجزائر في إستقطاب المستثمرين.
 - عدم إستقرار المنضومة القانونية والتشريعية ونقشي ظاهرة البروقراطية والفساد الإداري مما يساهم في هروب المستثمرين الأجانب.
 - تعارض طريقة تمويل الإستثمار والنشاط السياحي مع طبيعة الإستثمار السياحي، وجود منظومة بنكية تقليدية وخدمات مالية غير مرنة ومتكيفة وعدم ملائمة وضعف وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات.
 - ضعف البنية التحتية للنقل وعدم قدرة خدمات النقل على التكيف مع الطلب، وزادت حدة من خلال التسعير المبالغ فيه إضافة إلى سوء الربط الجوي بإتجاه الجنوب وإنعدام التنسيق في رحلات الربط عند المغادرة بإتجاه الخارج.
 - نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق خاصة، ونقص التأهيل والكفاءة لدى المستخدمين في القطاع السياحي، وغياب تكوين يتلائم والسياحة العصرية.
 - العجز الواضح في تسويق وجهة الجزائر بسبب ضعف الإتصال الداخلي والخارجي، وضعف في التعاون والتنسيق بين مختلف القطاعات والشركات في قطاع السياحة، بالإضافة إلى عدم وجود أدوات للإعلام والتسويق الإستراتيجي للنشاط السياحي، الشيء الذي لم يساعد في جذب المستثمرين.
- 2- عوائق الإستثمار السياحي في المغرب:** على الرغم من المنجزات التي حققتها قطاع السياحة في المغرب إلا أنه لا يزال تعاني من العديد من المعوقات التي تنعكس سلبا على قدرته التنافسية، ويشير تقرير المنتدى الإقتصادي العالمي حول تنافسية قطاع السياحة إلى أن النقائص التي تعترى هذا القطاع تتجلى في ثلاثة مستويات رئيسية مستويات رئيسية:⁴⁹

⁴⁹ المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، التقرير السنوي 2018، المملكة المغربية، ص: 47، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.ces.ma/Documents/PDF/Rapports%20annuels/2018/RA-VA-18.pdf>، 2020/06/10، 14:00.



- البنيات التحتية السياحية والتي يتعين على المغرب بذل المزيد من الجهود للنهوض بها، حيث إنه يحتل المرتبة 80 من أصل 136 دولة.
 - النظافة والصحة وهو عنصر حاسم تعزّيه العديد من أوجه القصور.
 - نقص الموارد البشرية المؤهلة في المهن المرتبطة بالسياحة.
 - وهناك عوائق أخرى واجهت الإستثمار السياحي في المغرب رغم الطفرة النوعية التي حققتها في هذا المجال أهمها:
 - سوء توزيع المشاريع السياحية الناتج عن قلة خبرة القائمين على التخطيط السياحي من خلال عدم التفرقة بين المشاريع السياحية الكبرى وذات الأولوية في الإمتيازات الممنوحة مما ساعد في توجيه المستثمرين نحو المشاريع ذات الرأسمال الصغير والسهلة التجسيد والقليلة المردودية التأثير بالنسبة للإقتصاد كوكالات السياحة والسفر.
 - عدم وجود تخطيط سياحي مبني على أسس علمية مدروسة على المدى القصير والمتوسط والطويل.
 - إفتقار المواقع الثقافية والطبيعية للتهيئة الشيء الذي يجعلها بعيدة عن إهتمامات وأعين أصحاب رأس المال.
 - قلة الخبرة لدى المستثمرين المحليين خاصة في المشاريع السياحية الكبرى وكذا قلة دراسات الجدوى الإقتصادية عن جدوى الإستثمار في مجال القطاع السياحي مما أدى إلى تأخر جذب المستثمرين الوطنيين والأجانب.
 - مشكل الحصول على العقار السياحي وكذا عدم ملائمة القوانين والتشريعات التي تثبت المستثمرين في القطاع السياحي وتحدد حقوقهم والتزاماتهم.
 - عدم وجود نظام جيد للمعلومات والإحصاء السياحي والذي يعتبر أحد الأعمدة التخطيطية التي من شأنها تسهيل عمل القائمين على تخطيط القطاع السياحي والمستثمرين على حد سواء، بالنظر إلى ما يوفره من معلومات وبيانات خاصة بمناطق المؤهلة وذات الأولوية للإستثمار .
 - النقص المسجل فيما يخص تأهيل وتطوير وعصرنة البنية التحتية ممثلة في التسهيلات السياحية الأولية والتسهيلات السياحية المساندة رغم المجهودات التي تبذلها المملكة في هذا المجال.
 - مشكل تمويل الإستثمار السياحي الذي يقف حجر عثرة أمام تجسيد العديد من المشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي، رغم العمل الجبار الذي تقوم به المملكة لحل هذا المشكل أبرزها إنشاء صندوق خاص لتمويل الإستثمار السياحي.
 - عدم كفاية الحوافز الموجهة للمستثمرين سواء تعلق الأمر بالإعفاءات الجبائية والضريبية الموجهة خاصة للإستثمارات السياحية أو النصوص القانونية والتنظيمية المساندة لها.
 - ضعف الثقافة السياحية والوعي السياحي لدى شرائح مهمة من المجتمع المغربي وتراكم المشاكل البيئية.
- 3- الحلول المقترحة لتنفيذ الإستثمار السياحي في الجزائر:** من أبرز الحلول التي يجب إتباعها لتقوية الإستثمار السياحي ما يلي:
- ضرورة إيجاد وخلق مصادر متنوعة لتمويل المشاريع السياحية للحد من مشكل التمويل الذي تعانيه المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة من خلال إقامة بنوك وصناديق خاصة لتمويل الإستثمار في قطاع السياحة.



- التعجيل بحل المشاكل التي تعرقل الإستثمار السياحي وتحد من فعاليته وتؤرق المستثمرين في هذا المجال بدءا بمشكل العقار السياحي وصولا إلى القضاء على كافة أشكال الفساد والبيروقراطية الإدارية والعمل على إستقرار الجهاز الإداري القائم على القطاع السياحي.
 - ضرورة وضع خطة إستراتيجية متكاملة وواضحة المعالم والأهداف تجاه الإستثمار والمستثمرين في القطاع السياحي بإعتباره من القطاعات المهمة التي يجب تنميتها وتطويرها، إذ من المهم في هذه الإستراتيجية تحديد ما هو مطلوب من المستثمر.
 - الإلغاء الفوري للقاعدة (49-51) المطبقة على المستثمرين الأجانب والذي يعتبر بمثابة يد ممدودة وحسن نية تبديه الجزائر تجاههم وتستعيد به ثقتهم.
 - تفعيل دور الأطراف المتداخلة في السياحة من الدولة، الجماعات المحلية، الوكالة الوطنية لترقية الإستثمار، الوكالة الوطنية لتطوير السياحة لما لهذه الأطراف من دور مهم يجب أن تلعبه في تفعيل وترقية الإستثمار السياحي.
 - تقديم حوافز إضافية من شأنها أن تساعد في جذب المستثمرين المحليين والأجانب من خلال تبسيط إجراءات الحصول على المشاريع الإستثمارية، منح تسهيلات للحصول على القروض المالية من البنوك وتقديم المزيد من الإعفاءات الجبائية والضريبية خاصة للمشاريع الإستثمارية السياحية ذات المردودية العالية.
 - العمل على عصرنه وتطوير البنية التحتية والمرافق الضرورية المرتبطة بالسياحة لاسيما ما تعلق توفير الخدمات الأساسية مثل الماء، والكهرباء، والطرق الرئيسية للمشاريع السياحية الإستثمارية.
 - منح ضمانات أكثر للمستثمرين في هذا النوع من الإستثمارات وتوفير الأمن للمشاريع الإستثمارية، وأصحاب رؤوس الأموال لتمكينهم من العمل في ظروف مستقرة.
 - الترويج الإعلامي المكثف لمناطق الجذب السياحي وإبراز ما تزخر به الجزائر من فرص إستثمارية هامة في هذا المجال.
 - العمل على تشجيع قيام المزيد من المقاولات الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي لما لها من دور في تفعيل الإستثمار السياحي وتنمية السياحة.
 - العمل على إنشاء مركز معلومات سياحي يوفر جميع البيانات والمعلومات السياحية مما يساعد في جذب المستثمرين ويسهل عمل المستثمرين في المجال السياحي.
 - العمل على تأهيل العنصر البشري العامل ليلبي إحتياجات سوق العمل في قطاع السياحة من خلال برامج تعليم وتدريب تتلائم ومتطلبات السياحة العصرية.
- 4- الحلول المقترحة لتفعيل الإستثمار السياحي في المغرب:** من بين أهم التوجيهات التي تقدم للمملكة المغربية من أجل دور أفضل للإستثمار السياحي في التنمية السياحية مستقبلا ما يلي:⁵⁰
- الملاءمة المستمرة للعرض مع التغيرات التي يشهدها الطلب.
 - الرفع من جودة الخدمات.

⁵⁰ المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مرجع سبق ذكره، ص: 49.



- تأهيل الرأسمال البشري.
- تبني مقاربة سياحة على مدار السنة وهي وسيلة من شأنها القضاء على إشكالية الطابع الموسمي للنشاط السياحي بالمغرب، وهي سياسة تحاول العديد من البلدان نهجها سيما الهند ونيوزيلندا وجنوب إفريقيا وكينيا وتركيا وبلجيكا وكرواتيا.
- هناك توجيهات أخرى تقدم للمملكة المغربية من أجل دور أفضل للإستثمار السياحي في التنمية السياحية مستقبلا نوجزها فيما يلي:
- العمل على وضع إطار تشجيعي وتحفيزي يتضمن مجموعة إضافية من المزايا والإمتيازات التي من شأنها أن تساهم في جذب المستثمرين المحليين والأجانب بشكل أكبر للإستثمار في قطاع السياحة في المغرب.
- العمل على وضع إجراءات تهدف إلى تحسين مناخ الأعمال أكثر في مجال السياحة، كتسريع إجراءات الحصول العقار وتهيئته وتبسيط إجراءات التأسيسية للمشاريع الإستثمارية وضمان مرافقتها ومتابعتها.
- العمل على مساعدة وتشجيع المقاولات السياحية الصغرى والمتوسطة من خلال وضع آليات محددة للتوجيه والدعم والمرافقة.
- القيام بعملية تخطيط مدروسة للإستثمار السياحي تقوم على إيجاد التوزيع المناسب للمشاريع السياحية عن طريق التفرقة بين المشاريع السياحية في الإمتيازات والإعفاءات الممنوحة على أساس قيمة رأس المال والمردودية والأولوية في التنمية السياحية.
- العمل على خلق مناخ إستثماري يبرز في مقدمته الإستقرار الأمني، وجود أنظمة وقوانين تدعم أكثر عملية الإستثمار وتساعد في إستقطاب المستثمرين وخاصة الأجانب للإستثمار في القطاع السياحي.
- العمل على الإستفادة من الثورة المعلوماتية من خلال خلق قاعدة بيانات شاملة ودقيقة لكافة المعطيات المتعلقة بالبيئة المحيطة بالفرص الإستثمارية السياحية في المغرب وتعد مرجعا للمهتمين بالإستثمار السياحي في المغرب والقائمين على التخطيط السياحي.
- العمل على إيجاد آليات لدعم وتمويل المشاريع السياحية من خلال تشجيع قيام بنوك ومؤسسات مالية متخصصة في تمويل الإستثمار السياحي وتسهيل عملية الحصول على القروض، وتحفيز الإستثمارات عن طريق تخفيض نسبة الفائدة على القروض الموجهة للإستثمارات السياحية.
- العمل على جذب المزيد من المستثمرين المحليين والأجانب وحمايتهم من خلال إستراتيجية وطنية تعنى بجذب والإشراف وتنفيذ الإستثمار السياحي وتقوم على مجموعة متكاملة من التحفيزات المالية، الضريبية والجبائية والقانونية.
- خلق إطار للتنسيق والتعاون بين وزارة السياحة مع القطاعات الإقتصادية ذات الصلة مثل: (وزارة التجارة والصناعة، وزارة المالية، والهيئات الداعمة للإستثمار، والغرف التجارية والصناعية) من أجل دعم الإستثمار وتسهيل عمل المستثمرين في قطاع السياحة.
- العمل على تحيين قائمة للمواقع السياحية المقرر تطويرها والمعدة للإستثمار مرتبة حسب الأولوية وبالتنسيق مع كافة الشركاء والأطراف المتداخلة.



ثالثا: العوامل المساعدة على تشجيع المقاولاتية السياحية في الجزائر والمغرب

تعتبر هيئات الدعم والمرافقة من أهم العوامل والأدوات التي تستخدمها الدولة في تطبيق سياستها المتعلقة بدعم المشاريع المقاولاتية في المجال السياحي، فهيئات الدعم تعمل على دعم حاملي المشاريع وتذليل العراقيل والصعوبات التي تواجههم وذلك من خلال:⁵¹

1- السياق البيئي: تعتبر شبكات النقل البري أداة أساسية من أجل التبادلات الوطنية، الجهوية والدولية، وبالتالي فبدون وجود بنى تحتية فعالة من طرقات وإتصالات فعالة، وبدون تنسيق سياسات تخطيط وتسيير هذه البنى التحتية، يصبح من الصعب تحقيق التبادلات الإقتصادية داخل الأقاليم، كما تشمل هذه البنى التحتية أيضا الطرق، الموانئ، الكهرباء، المياه، الإتصالات، وكذلك التعليم الأساسي والرعاية الصحية، وبالتالي فتعزيز وتسيير هذه البنى التحتية بالشكل الأمثل يعتبر أحد عوامل تحسين الظروف الإقتصادية ويسمح بنجاح الأعمال المقاولاتية.

2- الدعم المالي والإماتيازات الجبائية: يحتاج المقاولون إلى الدعم المالي لأغراض عدة منها تقادي المخاطر، وتجميع رأس المال والضمانات لإبتداء المشروع، وتمويل المشروع، والأخذ بالإعتبار نموه وتطوره مستقبلا، إذ أن الموارد المالية هي من أهم المصادر لنجاح المشروع، ونجد بأن العديد من المقاولين لا يستطيعون إبتداء مشروعهم لأنهم لم يجدوا عونا ماليا بسبب وجود العديد من المعوقات أمامهم، مثل إرتفاع الفوائد عند البنوك المقرضة لهؤلاء المقاولين، بالإضافة إلى ذلك يحتاج المقاولون إلى توفير مختلف الإماتيازات الجبائية والتسهيلات التي من شأنها أن تؤدي إلى تحفيز هؤلاء الشباب إلى إنشاء مؤسسات جديدة في إطار هذه الهيئات، مما يؤدي إلى ترقية الروح المقاولاتية وتزايد عدد المؤسسات الصغيرة.

3- الدعم والمساعدة الإستشارية والفنية للمشروع: يحتاج المقاولين إلى خدمات مساعدة أخرى غير المساعدات المالية مثل إجراء الدراسات عن السوق، إعداد خطة للمشروع الجديد، تسهيل إجراءات عمل المشروع وتسجيله لدى السلطات المختصة، ويقصد بالدعم هنا الدعم الإجتماعي والذي يشمل على كل من الدعم المادي والمعنوي الذي يمكن أن يحصل عليه الشخص، والتسهيلات التي تمنحها الجهات التي تملك حق قبول أو رفض تلك المشاريع.

4- حاضنات الأعمال ومشاغل المؤسسات: تلعب دورا كبيرا في دعم ومساعدة المقاولين والتسهيلات المقدمة لهم مثل: المكاتب المريحة، والتسهيلات المكتبية، ووسائل الإتصال السريعة والفاعلة، وجودة الإستشارات المقدمة لهم والتقييم العميق للبنية التحتية للمشاريع، وهنا يظهر الدور المهم للمقاولين في بناء شبكة من العلاقات الإجتماعية مع الأفراد والمؤسسات المختلفة الموجودة في المجتمع من أجل إنجاح المشاريع التي ينوي القيام بها إذ تقع على المقاولين مسؤولية الإرتباط وتوثيق العلاقات مع هؤلاء الأفراد والمؤسسات الأخرى في المجتمع حتى يتمكن الأفراد الرياديون من الوقوف على مشروعهم والنمو والتوسع فيه.

⁵¹ محمد قوجيل، دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر -دراسة ميدانية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، 2015-2016، على الرابط الإلكتروني:

<https://bu.univ-ouargla.dz/Theses%20DOCTORAT/MED-GOUDJIL-Doctorat.pdf>، 2020/06/10، 15:00.



5- عمليات دعم مختلفة: من بينها:

- عمليات التحسيس والإعلام التي تقوم بها هذه الهيئات في المدارس والجامعات وعن طريق وسائل الإعلام المختلفة، وبالتالي فهي يمكن أن تكون عاملا أساسيا في نشر الثقافة المقاولانية في المجتمع.
- تقديم خدمة تكوين الشباب في مجالات تسيير المؤسسات وكيفية التعامل مع الأسواق وهي عوامل أساسية يحتاج إليها المقاول في مختلف مراحل حياة المشروع.
- توفير شبكات للمقاولين، وكذا العمل مع مختلف المؤسسات العامة والخاصة لتسهيل نشاطات وأعمال المقاولين الجدد.

6- رأس المال المخاطر: تعرف جمعية رأس المال المخاطر الأوروبية (EVCA) رأس المال المخاطر بأنه رأس المال الذي يمول بواسطة وسيط مالي متخصص، مثل شركات رأس المال المخاطر، أو صناديق إستثمار رأس المال المخاطر، لدعم مشروعات ذات مخاطر مرتفعة، من الصعب تمويلها بطرق التمويل التقليدية كالإقتراض، وتتميز بإحتمال نمو قوي وعوائد كبيرة، لكنها لا تضمن تلك العوائد ولا إسترداد رأس المال، ويطلق على رأس المال المخاطر عدة تسميات، مثل رأس المال المغامر، رأس المال الجريء، رأس المال المبادر وغيرها.

ويعد رأس المال المخاطر أحد أنواع التمويل المبني على أساس المشاركة المؤقتة بين الممول وصاحب الفكرة، وينتهي هذا الإستثمار بخروج المستثمر المخاطر من المشروع مع رأس ماله والأرباح، ويعد رأس المال المخاطر كذلك من أنواع التمويل عن طريق حقوق الملكية أو الأسهم الخاصة، ويتم عن طريق تملك حصص وأسهم في مشروعات ناشئة أو قائمة ذات مخاطرة عالية غير مدرجة غالبا في البورصة، ويعد رأس المال المخاطر في الغالب إستثمار طويل الأجل لا تقل مدته في المتوسط عن 7 سنوات، لكن قد يكون متوسط الأجل إذا دخل في تمويل مشاريع في مراحلها النهائية وكانت أسعار أسواق المال تغري بطرح المشروعات للإكتتاب، وأيضا في تمويل المشروعات الصغيرة ذات المخاطرة العالية المرتكزة على أفكار وإختراعات، وتحقق - إذا كتب لها النجاح.⁵²

⁵² محمد سعد الناصر، رأس المال المخاطر نموذج واعد لتمويل المشروعات الريادية في المملكة العربية السعودية، كرسي سابق لدراسات الأسواق المالية الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2012، ص ص: 33-34.



خلاصة الفصل الثالث

لا يختلف إثنان في كون الثروة الطبيعية من موقع جغرافي وتراث ثقافي وتاريخي ومقومات للبنية تحتية التي تتمتع بها الجزائر تعتبر عوامل جذب هامة للسواح ويمكن أن تلعب دورا مهما في النهوض بالقطاع السياحي ومساهما فاعلا في التنمية، من هنا أصبح لزاما على السلطات في الجزائر التوجه إلى الإهتمام بتنظيم وتأطير النشاط السياحي من خلال إعداد وتنفيذ العديد من البرامج لتنمية السياحة كان أهمها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 والذي كان الهدف منه تثمين وإستغلال هاته المقومات من أجل تحسين وجهة الجزائر والعمل على إستدامتها.

لقد سعت المغرب بكل ما أوتيت من قوة لإقامة صناعة سياحية قوية وحجز مكانة ضمن السوق السياحية العالمية بالنظر لما تملكه من مقومات طبيعية وبنوية وتراث مادي وغير مادي والتي تمثل أهم عناصر المعادلة السياحية لأي بلد، من خلال تبني سياسات مدروسة ومتواصلة لفترات زمنية محددة ترجمت وجود إرادة سياسية حقيقية لتطوير القطاع السياحي والتي جاءت كإمتداد لها إستراتيجية تنمية السياحة رؤية 2020 التي إلتزمت بجعل المغرب كوجهة مرجعية في التنمية المستدامة وجعله ضمن الوجهات العشرة الأولى في العالم كهدف. على الرغم من المجهودات المبذولة من طرف السلطات في الجزائر والمغرب لإعطاء دفع للقطاع السياحي والوصول به إلى المستويات الريادية في عملية التنمية إلا أن التأثير الإقتصادي للسياحة ضل يتباين من دولة لأخرى، ففي الجزائر بقيت أغلب الأهداف المسطرة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 حبرا على ورق ولم تلقى طريقها للتنفيذ وهذا راجع لغياب المتابعة والتنفيذ وإنعدام الرغبة الحقيقية من طرف الدولة للنهوض بهذا القطاع وما الوضعية الصعبة التي يعيشها الإستثمار السياحي وما يعانيه من مشاكل وعراقيل لخير دليل على ذلك، في حين نجد أن المغرب نجح إلى حد كبير وبنسب عالية في تحقيق أغلب الأهداف المسطرة في رؤية 2020 وهو ما عكسته الأرقام المسجلة لمختلف المؤشرات السياحية وكذا حجم الإهتمام الذي توليه المملكة للإستثمار السياحي.



الخاتمة العامة



الخاتمة العامة

من خلال ما تم عرضه في موضوع البحث والذي تتمحور إشكاليته حول " إلى أي مدى تساهم المقاولاتية السياحية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر والمغرب؟ " وسيتم عرض العناصر التالية:

1- الملخص

لقد أدى ظهور المقاولاتية إلى تغير وجهة نظر العالم إلى التنمية حيث لم يعد يعتمد على المؤسسات الكبرى والتخطيط المركزي لتحقيق هذه الغاية، بل أصبحت الدول تعتمد على المشاريع الصغيرة التي تركز على الابتكار والإبداع والمخاطرة والسرعة في إقتناص الفرص، والتي يقوم بتجسيدها على أرض الواقع أشخاص لديهم القدرة على خلق أفكار جديدة ومبتكرة ويتمتعون بالروح المقاولاتية، هاته المؤسسات الصغيرة التي لديها القدرة على التطور والنمو من شأنها أن تسهم بفعالية في تحقيق التنمية الإقتصادية والإجتماعية، من هنا أدركت الدول والحكومات ضرورة تشجيع تطبيق المنهج المقاولاتي في جميع القطاعات الإقتصادية حيث جاء تبني أسلوب المقاولاتية في القطاع السياحي كبديل عن الأساليب النمطية التي إتبعنا لتطويره والذي من شأنه أن يعطي روحا ونفسا جديدا للقطاع إذا ما توفرت الظروف والشروط الملائمة لذلك.

لقد تعاضمت أهمية القطاع السياحي كواحد من أهم وأكبر القطاعات الإقتصادية المدرة للثروة والذي أصبح يسهم بشكل فعال في تحقيق مختلف المفاهيم التنموية نتيجة مساهمته في الناتج المحلي، خلق فرص العمل والحصول على العملة الأجنبية مما جعله محل إهتمام الكثير من الدول ويحظى بالكثير من العناية لتنشيطه وتنميته خاصة من طرف الدول التي تمتلك الإمكانيات والمقومات السياحية التي تؤهلها لتصبح رائدة في المجال السياحي، إلا أن التطور المتسارع للصناعة السياحية يفرض على الدول أن تستنسخ أبعاد التنمية المستدامة على القطاع السياحي لتفادي الآثار السلبية التي تنجم عن إهمال الجانب الإجتماعي والبيئي والتركز على الجانب الإقتصادي في العملية التنموية للسياحة.

توصلت الجزائر والمغرب في ظل سعيها لتنوع المصادر لدخلها القومي إلى قناعة مفادها أن السياحة تشكل أحد أهم الفرص للنهوض بالإقتصاد وعاملا مهما لتحريك عجلة التنمية الإقتصادية، حيث بادرتا إلى إطلاق خطط شاملة لتنمية القطاع السياحي تمثلت في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر الذي رسمت معالمه ضمن إستراتيجية عمل تمتد إلى غاية آفاق 2030 وإستراتيجية تنمية السياحة رؤية 2020 في المغرب، حيث ركز كلا البلدين في هذه الخطط على تنمية القطاع السياحي وإستدامته عن طريق إستغلال وتأمين ما يملكانه من مقدرات سياحية وبنية تحتية وتشجيع الإستثمار السياحي، لكن التأثير الإقتصادي للسياحة ومساهمته في التنمية بقي يتباين من دولة لأخرى خاصة بالنسبة للجزائر حيث لم تتعدى حجم التدفقات السياحية النقدية 250 مليون دولار سنة 2018 عكس المغرب الذي تجاوزت فيه قيمة الإيرادات السياحية مبلغ 9.5 مليار دولار في نفس السنة، كما أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لم تتعدى عتبة 1.7% وهي نسبة ضعيفة إذا ما تم مقارنتها بالمملكة المغربية التي بلغت 6.9% للسنة نفسها، بينما بلغت مساهمة القطاع في التشغيل بالنسبة للجزائر 308000 عامل في حين تجاوزت 830000 عامل في المغرب هذا



من جهة، ومن جهة ثانية قدرت نسبة المشاريع السياحية من إجمالي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بـ 0.49% في سنة 2018 وهي نسبة ضعيفة جدا لا يمكن أن تسهم في تحقيق التنمية السياحية في البلاد، على العكس من ذلك بلغت هاته النسبة في المغرب 6% في السنة ذاتها وهي نسبة مقبولة، وهذا التباين ليس بسبب عدم توفر المقومات السياحية وضعف البنية التحتية إنما يرجع إلى مدى توفر رغبة حقيقية للسلطات خاصة بالنسبة الجزائر للنهوض بهذا القطاع وإدراجه كأولوية ضمن أجندة برامجها التنموية وجعله واحد من القطاعات المعول عليها في تحقيق التنمية.

2- إختبار فرضيات الدراسة: بناءا على المعلومات المقدمة في الدراسة تمت الإجابة على فرضية الدراسة التي تتمحور حول: " حققت إستراتيجيات الإستثمار في مشاريع قطاع السياحة في الجزائر والمغرب النتائج والأهداف المخططة للتنمية السياحية في الدولتين" من خلال التالي:

- تم التأكيد على صحة الفرضية نسبيا بالنسبة للمغرب وثبت عدم صحتها بالنسبة للجزائر من حيث تأثير القطاع السياحي على النمو الإقتصادي في الجزائر والمغرب من خلال قياس أثرها على الإيرادات و الناتج المحلي الإجمالي وتطور الطاقة الفندقية ومساهمتها في التشغيل بنسب متفاوتة من دولة إلى أخرى حيث أشارت الإحصائيات التي تم عرضها في هذه الدراسة إلى الأهمية الإقتصادية لقطاع السياحة من خلال مايلي:

- بلغ حجم الإيرادات في الجزائر 250 مليون دولار سنة 2018 وهي نسب ضعيفة جدا إذا ما تم مقارنتها بالإيرادات المحققة في المغرب في نفس السنة والتي بلغت ما يقارب 9523 مليون دولار.

- وصل عدد الأسرة المنجزة فعلا سنة 2018 في الجزائر إلى 119 ألف سرير، بينما فاق عددها 261 ألف سرير في المغرب في نفس السنة.

- الأثر على التشغيل فقد سجلت وضعا إيجابيا في هذا المؤشر مقارنة بما هو مخطط، فبالنسبة للجزائر بلغ عدد مناصب الشغل 308 ألف وظيفة سنة 2018 أما المغرب فوصل إلى ما يفوق 830 ألف وظيفة.

- في الجزائر كانت نسبة تحقيق الأهداف المسطرة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 متواضعة في مجملها حيث:

- بالنسبة لعدد السواح فقد كان الهدف هو الوصول إلى 2.5 مليون سائح سنة 2015 وهو ما لم يتحقق حيث بلغ عدد السواح الذين زاروا الجزائر 1.7 مليون وهو ما يمثل نسبة 61% مما تم التخطيط له على المدى المتوسط، ووصل عددهم إلى 2.65 مليون سائح سنة 2018.

- فيما يخص الإيرادات السياحية سجلت نسبة ضعيفة مقارنة مع ما تم التخطيط له على المدى المتوسط حيث بلغت ما يقارب 300 مليون دولار بينما كان الهدف الوصول إلى إيرادات ما بين 1.5 و 2 مليار دولار سنة 2015، وتراجعت أكثر لتصل سنة 2018 إلى حوالي 250 مليون دولار.

- فيما يخص عدد الأسرة كان الهدف على المدى المتوسط الوصول إلى حوالي 159 ألف سرير بينما ما تم إنجازه فعلا 102 ألف سرير أي بعجز يقدر بـ 57 ألف سرير، بينما بلغ عدد الأسرة في سنة 2018 حوالي 119 ألف سرير.



- أما بالنسبة لعدد الليالي السياحية فقد قدرت سنة 2015 بـ 7146572 ليلة لترتفع سنة 2018 إلى 7536034 ليلة أي بنسبة إرتفاع قارب 6% عما تم التخطيط له على المدى المتوسط.
 - فيما يخص مؤشر تشغيل اليد العاملة المباشرة وغير المباشرة إستطاع القطاع السياحي أن يوفر ما يقارب 265 ألف وظيفة مباشرة وغير مباشرة حسب إحصاءات الديوان الوطني للإحصائيات لسنة 2015 وهو رقم يمثل نسبة 66.22% من الرقم المستهدف والمقدر بـ 400 ألف وظيفة مباشرة وغير مباشرة ووصل إلى حوالي 308 ألف وظيفة مباشرة وغير مباشر سنة 2018.
 - كما بلغت نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي 1.3% سنة 2015 وهاته النسبة لا تتطابق مع الرقم المستهدف في خطة الأعمال على المدى المتوسط والمقدر بـ 3% وبلغت مساهمته في 2018 نسبة 1.7%.
 - أما بالنسبة للمغرب وعلى عكس الجزائر فقد تم تحقيق الأهداف المسطرة في إستراتيجية التنمية السياحية رؤية 2020 بنسب عالية، حيث أن أغلب ما تم إستهدافه أنجز أو قارب على التحقيق:
 - فبالنسبة لعدد السواح كان الهدف من تطبيق إستراتيجية تنمية السياحة رؤية 2020 في المغرب هو الوصول إلى 20 مليون سائح سنة 2020 وهو ما تحقق جزء معتبر منه حيث بلغ عدد السواح أزيد من 12288708 مليون أي بنسبة 61.44% مما هو مستهدف.
 - بالنسبة للإيرادات السياحية سجلت مبلغا يفوق 9.5 مليار دولار سنة 2018 وهو ما يمثل نسبة إنجاز قدرت بـ 68.02% مما تم التخطيط له سنة 2020 وهو الوصول إلى إيرادات تقدر بحوالي 14 مليار دولار.
 - فيما يخص عدد الأسرة كان الهدف الوصول إلى حوالي 200 ألف سرير سنة 2020 وهو الهدف الذي تم تجاوزه حيث بلغ عدد الأسرة المنجزة فعلا ما يقارب 261256 ألف سرير سنة 2018.
 - أما بالنسبة لعدد الليالي السياحية فقد قدرت سنة 2018 بـ 40.55 مليون ليلة لترتفع سنة 2018 بينما كان الهدف هو الوصول إلى 54 مليون ليلة سياحية سنة 2020 أي بنسبة إنجاز تقارب 75% مما تم التخطيط له.
 - بالنسب للهدف الخاص بتشغيل اليد العاملة حيث إستطاع هذا القطاع أن يوفر ما يزيد عن 83 ألف وظيفة مباشرة وغير مباشرة حسب إحصاءات المرصد الوطني للسياحة المغربي لسنة 2018 وهو ما يمثل نسبة 89.62% من الرقم المستهدف والمقدر بـ 915 ألف وظيفة مباشرة وغير مباشرة سنة 2020.
 - كما بلغت نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للمغرب في سنة 2018 نسبة 6.9% وهي تتوافق تقريبا مع ما تم التخطيط له.
- 3- نتائج الدراسة:** من خلال هذه الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج نوجز أهمها فيما يلي:
- 4-1- نتائج الدراسة النظرية:** ويمكن إيجاز أهمها في النقاط التالية:
- المقاولاتية نظام إقتصادي يتميز بالمرونة والتكيف مع كافة الظروف والمستجدات أفكاره ومبادئه قابله للتسيخ في جميع القطاعات الإقتصادية وحتى الحياة العادية للأفراد.
 - يعد الإبداع والإبتكار وتحمل المخاطر والسرعة وإقتناص الفرص من الركائز الأساسية للمقاولاتية والتي لا يمكن ترجمتها على أرض الواقع بينما يمثل المقاول الحلقة الرئيسية لتجسيد الفكر المقاولاتي لما يملكه من المهارات والسمات الشخصية وقدرة على خلق الأفكار المبدعة.



- يعد تطبيق المنهج المقاولاتي في القطاع السياحي بديل عن الطرق التقليدية المتبعة للنهوض بهذا القطاع، والنجاح في ترسيخها مبادئه وأفكاره في الإستثمارات السياحية من شأنه أن يسهم في تحقيق مختلف المفاهيم التنموية السياحية وإستدامتها.

- تلعب التنمية السياحية دورا فعالا في تحقيق التنمية الإقتصادية الشاملة، من خلال المكاسب والعوائد الإقتصادية والإجتماعية التي تدرها والتي يمكن أن تؤثر بشكل مباشر في عملية التنمية الإقتصادية والإجتماعية والبيئية.

- تعتبر السياحة ظاهرة عالمية تساهم في تحقيق التنمية الشاملة وتشمل كل النشاطات المتعلقة بالسفر والسياحة وذلك حسب غرض كل سائح.

- تعد السياحة صناعة قائمة بذاتها تحقق مكاسب إقتصادية وإجتماعية هامة للدول، بتعاظم الدور الذي يلعبه القطاع السياحي في تنشيط مختلف القطاعات والمساهمة في تحقيق التنمية، إزداد سعي الدول وبحثها عن أنجع السبل لتنمية هذا القطاع وإستدامته.

- يعتبر الإستثمار السياحي مساهم فعال والحلقة الأهم في تحقيق التنمية السياحية، بحيث كلما زاد حجم الإستثمار السياحي كلما زاد عدد السواح الوافدين، إرتفعت العائدات السياحية، تعزيز الناتج المحلي الإجمالي، توفير مناصب الشغل والتأثر إيجابا على المقاصد السياحية.

- للسياحة تأثيرات على النواحي الإقتصادية، الإجتماعية، الثقافية والسياسية غير أن تأثيرها الكبير يظهر بوضوح أكبر على الجانب الإقتصادي خاصة فيما يتعلق بالمساهمة في الدخل القومي، خلق الثروة، توفير مناصب الشغل والحصول على العملة الأجنبية.

- ترتبط المقاولاتية بالمجال السياحي بالمشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة والتي يمكن أن تركز على الإبداع والإبتكار والتجديد في أفكار المقاولين بغية تحقيق النجاح في مشاريعهم مهما كان حجمها، وتحقيق نجاح يساهم في دفع عجلة التنمية السياحية.

4-2- نتائج الدراسة التطبيقية: ويمكن إيجاز أهمها في النقاط التالية:

4-2-1- نتائج الدراسة التطبيقية بالنسبة للجزائر

- لم تتمكن من الإستفادة مما تملكه من مقومات سياحة هائلة بالرغم من وضع إستراتيجية للتهيئة السياحية تمتد لآفاق 2030 ووجود ترسانة من النصوص القانونية ووجود الموارد المالية، وهو الشيء الذي يعكس وجود عدة مشاكل، ينبغي مراجعتها وتقويمها عن طريق وضع إستراتيجيات سياحية تحاكي أكثر الواقع الجزائري.

- عجز القطاع السياحي في الجزائر عن تحقيق وثبة حقيقية والقيام بدوره في مجال التنمية وتحريك القطاعات الإقتصادية الأخرى.

- تواضع وضعف مساهمة قطاع السياحة في الجزائر ويظهر ذلك واضحا من خلال المؤشرات الخاصة بإحصاءات 2018 التالية:

- مساهمة القطاع بتشغيل ما نسبته 2.68% من حجم العمالة في الإقتصاد الوطني الجزائري.

- حققت الجزائر إيرادات ضعيفة لم تتجاوز عتبة 250 مليون دولار.



- لم تتمكن الجزائر من رفع قدراتها فيما يخص طاقات الإيواء السياحي والتي بلغت حدود 119 ألف سرير إلى غاية 2015، وهي لا تتوافق مع التقديرات المبرمجة ضمن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة آفاق 2015 المقدره بحوالي 159 ألف سرير.

- بلغت مساهمة القطاع السياحي المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر نسبة 1.7% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بنسبة المساهمة في المغرب.

- بلغت عدد المشاريع الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي 299 مشروع سنة 2018 أي بنسبة 49% من إجمالي مؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستحدثة وهي نسبة ضعيفة جدا ولا تساهم في تحقيق التنمية السياحية. - لم تقوى الجزائر على مواكبة التطورات الحاصلة في الميدان السياحي ولا سيما في جانب اليد العاملة، حيث يلاحظ ضعف مستوى ونوعية التكوين بسبب قلة المؤسسات التعليمية المتخصصة وضعف مستوى التأهيل والتدريب لدى فئة كبيرة من العاملين بالقطاع.

4-2-2- نتائج الدراسة التطبيقية بالنسبة للمغرب

- نجحت المغرب من خلال تنفيذها لإستراتيجية التنمية السياحية آفاق 2020 في إستغلال إمكانياتها ومقوماتها إلى حد كبير لتحقيق الأهداف المسطرة وجعله قفلة للسواح الأجانب ومساهما فاعلا في التنمية المستدامة.

- ساهم القطاع السياحي في تحريك عملية التنمية في المغرب بشكل فعال من خلال مساهمته المعتبرة في الناتج الإجمالي بنسبة 6.9% سنة 2018 وخلق مناصب الشغل وتنشيط باقي القطاعات خاصة الخدمية منها.

- نجحت المغرب نسبيا في تحقيق الأهداف المخططة، وجعل السياحة فيه موردا إقتصاديا مهما، ويرجع السبب في ذلك إلى جودة الخدمات السياحية المقدمة المقدمة وانتشار الثقافة السياحية.

- تواضع مساهمة قطاع السياحة في الجزائر مقارنة بما هو محقق في المغرب، ويظهر ذلك واضحا من خلال المؤشرات الخاصة بإحصاءات 2018 في المغرب التالية:

- بلغت مساهمة قطاع السياحة في التشغيل في المغرب 7.2% من حجم العمالة في الإقتصاد الوطني وهو رقم جيد ويعكس المكانة التي يحتلها القطاع السياحي بين القطاعات الإقتصادية الأخرى في المغرب.

- حققت المغرب إيرادات سياحية معتبرة قدرت بحوالي 9523 مليون دولار سنة 2018 وهي إيرادات معتبرة رغم أنها لا تزال بعيدة عن الرقم المخطط له سنة 2020 المقدر بـ 14 مليار دولار.

- تجاوزت المغرب الرقم المستهدف في الطاقة الفندقية المقدر بـ 200 ألف سرير لسنة 2020 لتصل إلى ما يفوق 261 ألف سرير في سنة 2018، وهو ما يعكس حجم الإهتمام الذي توليه السلطات في هذا البلد لتطوير القطاع.

- بلغت عدد المشاريع الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي 4512 مشروع سنة 2018 أي بنسبة 6% من إجمالي المشاريع وهي نسبة متوسطة يمكن أن تساهم في تحقيق التنمية السياحية لكن ليس بالمستوى الذي تطمح إليه المملكة المغربية.

4- الإقتراحات والتوصيات: في ظل النتائج التي تم التوصل إليها يمكن تقديم بعض الإقتراحات يمكن إيجاز أهمها فيما يلي:



4-1 - الإقتراحات والتوصيات بالنسبة للجزائر:

- ينبغي على السلطات المعنية في الجزائر القيام بعملية تقييم وتحيين دورية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 من أجل تحديد المشاكل والإختلالات، والقيام بمراجعتها وتقويمها في حينها مع الأخذ بعين الإعتبار المستجدات الدولية والإقليمية في هذا المجال ومحاكات الواقع السياحي الجزائري.
- محاولة الإستفادة من التجارب السياحية الناجحة للدول الرائدة في المجال السياحي وكذا الدول التي تتشابه ظروفها الإقتصادية والإجتماعية مع الجزائر على غرار تونس والمغرب.
- العمل على توجيه حاملي المشاريع لخلق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المجال السياحي والعمل على تأهيل هذه المؤسسات حتى تتمكن من تقديم خدمات سياحية تنافسية.
- ضرورة إيلاء العناية الكافية للسياحة الداخلية في الجزائر ومحاولة تقليص تدفق السياح المحليين إلى الخارج.
- ضرورة إيجاد آليات وميكانيزمات حقيقية مبنية على المصالح المشتركة من شأنها تفعيل الشراكة بين القطاع العام والخاص في القطاع السياحي بالجزائر.
- التركيز أكثر على تنوع المنتجات والخدمات السياحية الجزائرية الذي جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 من خلال ترجمة برنامج الأعمال الخاص بمخطط تحسين وجهة الجزائر.
- العناية أكثر بالسياحة الصحراوية بالتركيز على الأقطاب السياحية المحدثة بموجب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 والترويج لها على إعتبار أنها منتج سياحي تفرد فيه الجزائر بمزايا تنافسية هامة مقارنة بباقي الدول المغاربية.
- ضرورة إيجاد مصادر متنوعة لتمويل المشاريع السياحية من خلال تشجيع ظهور بنوك متخصصة في الإستثمار السياحي أو غيرها من مصادر التمويل كالرأس مال المخاطر.
- محاولة التخفيف من حدة العراقيل التي تقف في وجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال السياحة.
- العمل على توفير نظام معلومات سياحي لكافة المتعاملين سواء للقطاع العام والخاص وباقي الشركاء من خلال إنشاء بنك للبيانات والمعلومات السياحية.
- العمل على تثمين الموروث الثقافي والحضاري والتعريف به والترويج له دوليا من خلال إقامة صالونات دولية وملتقيات وندوات والمشاركة في التظاهرات الدولية.
- تفعيل السياحة الإلكترونية والدفع عن طريق الأنترنت والتي أصبحت حتمية في المعاملات الدولية والإستعجال في توفير إطار تنظيمي وقانوني لبيئة الأعمال الإلكترونية مع توفير البنية التحتية اللازمة لها.
- ينبغي على الجزائر الإهتمام بقطاع الصناعات التقليدية لإرتباطها الوثيق بالسياحة والعمل على تشجيعه وترقيته من أجل تثمين ما تزرخ به الجزائر من عادات وتقاليد وجعلها تساهم في ترقية السياحة الجزائرية.
- ضرورة الإهتمام أكثر بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع السياحة من خلال مختلف سياسات وبرامج الدعم والمرافقة من أجل نموها وزيادة عددها لما لها من دور في النهوض وتنمية القطاع السياحي.
- تركيز الجهود على تعميق الوعي السياحي والبيئي عن طريق إدماج مادة الثقافة السياحية في المناهج الدراسية في سن مبكرة والقيام بحملات إعلامية هدفها الترويج لدعم بناء صناعة سياحة مستدامة في الجزائر.



- العمل على تسريع وتيرة إنجاز المشاريع السياحية المتوقفة، وتشديد العقوبات على المستثمرين المتأخرين في إنجاز مشاريعهم دون سبب.

4-2- الإقتراحات والتوصيات بالنسبة للمغرب

- العمل على تشجيع الإستثمار السياحي عن طريق توفير بيئة مشجعة ومحفزة وسن قوانين وتشريعات تدعم أكثر عملية الإستثمار وتساهم في جذب المستثمرين المحليين والأجانب بشكل أكبر للإستثمار في القطاع السياحي المغربي.

- العمل على تشجيع قيام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المجال السياحي من خلال توفير المزيد من الدعم والمرافقة بالإضافة إلى المساندة القانونية.

- ينبغي العمل على تنوع مصادر تمويل المشاريع السياحية في المغرب من خلال تشجيع ظهور بنوك وصناديق خاصة بالإستثمار في القطاع السياحي.

- العمل على إيجاد آليات أكثر مرونة لدعم وتمويل المشاريع السياحية خاصة الصغيرة والمتوسطة منها من خلال تشجيع قيام بنوك صناديق مهمتها تمويل المشاريع السياحية وتسهيل عملية الحصول على القروض.

- العمل على تفعيل السياحة الإلكترونية في المغرب والإستعجال في توفير إطار تنظيمي وقانوني لبيئة الأعمال الإلكترونية.

- ينبغي الإستفادة من الثورة المعلوماتية من خلال إنشاء قاعدة بيانات شاملة لكافة المعطيات المتعلقة بالبيئة المحيطة بالفرص الإستثمارية السياحية في المغرب وجعلها للمهتمين بالإستثمار في المجال السياحي.

- ينبغي الإستفادة من الثورة المعلوماتية من خلال إنشاء قاعدة بيانات شاملة لكافة المعطيات المتعلقة بالبيئة المحيطة بالفرص الإستثمارية السياحية في المغرب وجعلها للمهتمين بالإستثمار في المجال السياحي.

5- آفاق الدراسة: لا شك أنه ورغم الجهد المبذول في إتمام الدراسة فإنه لا يخلو من بعض النقائص بسبب عدم القدرة على الإحاطة بكل شيء بالتفصيل إلا أنه يمكن أن تكون همزة وصل يربط بين دراسات سابقة ودراسات مقبلة تكون كتمهيد لمواضيع أخرى من بينها ما يلي:

- دور الثقافة المقاولاتية في تنشيط المقاولاتية السياحية في الجزائر.

- دور الثقافة السياحية في النهوض بالصناعة السياحية في الجزائر.

- المقاولاتية السياحية كبديل للتنوع الإقتصادي في الجزائر.

- تأثير المقاولاتية السياحية على مختلف القطاعات الإقتصادية في الجزائر.

ثبت المراجع



1- المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب

- 1- أحمد محي خلف صقر، المشروعات الصغيرة الفكرة وآلية التنفيذ، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2020.
- 2- أحمد بن عبد الرحمن الشميمري ، وفاء بنت ناصر المبيريك، مبادئ ريادة الأعمال-المفاهيم والتطبيقات الأساسية لغير المختصين-، نشر وتوزيع العبيكان، الرياض، 2019.
- 3- أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، عبد الرحمن بن أحمد الهيجان، بشرى بنت بدير المرسي غنام، مبادئ إدارة الاعمال - الأساسيات والاتجاهات الحديثة، الطبعة العاشرة، نشر وتوزيع العبيكان، الرياض، 2014.
- 4- أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، وفاء بنت ناصر المبيريك، ريادة الأعمال، نشر وتوزيع العبيكان، الرياض، 2019.
- 5- أماني رضا، الإعلام والسياحة، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الطبعة الأولى، مصر، 2017.
- 6- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية، الطبعة الأولى، الأردن، 2007.
- 7- أحمد محمود مقابلة، اقتصاديات النقل السياحي، مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2015.
- 8- أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية-الأسس و المرتكزات-، دار الراية للنشر و التوزيع، الأردن، 2009.
- 9- إعتامد محمد علام، دنيا مفيد على حسن، ريادة الأعمال والمشروعات الصناعية الصغيرة في الريف-دراسة حالة لقرية مصرية-، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 2019.
- 10- إياد عبد الفتوح النسور، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.
- 11- إبراهيم بظاظو، السياحة البيئية وأسس استدامتها، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010.
- 12- إبراهيم بدران، مصطفى الشيخ، الريادية الإبداع في إنشاء المشاريع، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 13- إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية-تطبيقات على الوطن العربي-، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010.
- 14- آسية محمد ايمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- 15- الدباغ مثنى طه، علي إسماعيل محمد، إقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2000.
- 16- الزهراني عبد الناصر بن عبد الرحمن، قسيمة كباشي حسين، الإستثمار في محافظة العلا، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، السعودية، 2008.
- 17- بلال خلف السكارنة ، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.



- 18- بلال خلف السكارنة، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 19- بلال خلف السكارنة، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، 2010.
- 20- بلال خلف السكارنة، الإبداع الإداري، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2011.
- 21- جليلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية، مصر، 2006.
- 22- حسام الدين جاد الرب، جغرافية الوطن العربي، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، 2011.
- 23- حمزة الجبالي، التنمية المستدامة-إستغلال الموارد الطبيعية والطاقة المتجددة-، دار الأسرة للإعلام ودار عالم الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 24- خليل محمد سعد، الإدارة السياحية، الجنادرية للتوزيع النشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2017.
- 25- خالد مصطفى قاسم، إدارة التنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، الدار الجامعية، مصر، 2017.
- 26- خالد كواش، السياحة -مفهومها، أركانها، أنواعها-، دار التنوير، الجزائر، 2007.
- 27- دلال عبد الهادي، دراسات في أساسيات السياحة، دار الفتح للطباعة والنشر، مصر، 2003.
- 28- داليا محمد تيمور زكي، الوعي السياحي والتنمية السياحية-مفاهيم وقضايا-، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008.
- 29- ديب كمال، أساسيات التنمية المستدامة، دار الخلدونية، الجزائر، 2015.
- 30- رضا محمد السيد، أساسيات الجغرافيا السياحية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2016.
- 31- ريهام يسرى السيد، أسس صناعة السياحة، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2020.
- 32- ريتشارد شاربلي Richard Sharpley، التنمية السياحية والبيئة ما بعد الإستدامة، ترجمة محمد طالب السيد سليمان، طلال نزاف عامر، دار الكتاب الجامعي، العين، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2012.
- 33- رشيد ركالة، محمد الرفاص، أطلس المغرب، إصدارات جاكوار، الطبعة الأولى، فرنسا، 2003.
- 34- زيد منير عبوي، إدارة المنشآت السياحية والفندقية، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 35- زكريا الدوري، أحمد علي صالح، الفكر الإستراتيجي وإنعكاساته على نجاح منظمات الأعمال قراءات وبحوث، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 36- سعاد نائف برنوطي، إدارة الأعمال الصغيرة - أبعاد للريادة -، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.
- 37- سمر رقيقي الرحبي، الإدارة السياحية الحديثة، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 38- صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة دليل الأجهزة المحلية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سوريا، 2004.
- 39- صبري عبد السميع، إقتصاديات صناعة السياحة، دار الهاني للنشر، مصر، 2005.
- 40- طارق كمال، السياحة والبيئة، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، مصر، 2009.



- 41- عبد الله محمد فريد، التخطيط والتنمية السياحية، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2015.
- 42- عبد الله بن عبد الرحمن البريدي، التنمية المستدامة-مدخل تكاملي لمفاهيم الإستدامة وتطبيقها مع التركيز على العالم العربي-، العبيكان للنشر، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، 2015.
- 43- عاطف الأخرص، سمير حمودة، محاسبة المنشآت السياحية، دار البركة، الأردن، الطبعة الأولى، 2001.
- 44- عامر خربوطلي، ريادة الأعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018.
- 45- عثمان محمود، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط سكاني شامل ومتكامل، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، 2003.
- 46- عثمان محمد غنيم وماجدة أبو زنت، التنمية المستدامة-فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها-، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010.
- 47- عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2009.
- 48- عصام حسين الصعدي، نظام المعلومات السياحية، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 49- غضبان فؤاد، الجغرافيا السياحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 50- غادة صالح، إقتصاديات السياحة، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، مصر، 2008.
- 51- فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 52- فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 53- فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد للنشر، الطبعة الثانية، الأردن، 2010.
- 54- فؤاد السيد المليجي، المحاسبة في الأنشطة السياحية والفندقية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2006.
- 55- لمياء السيد حفني، فتحي الشرقاوي، الإتجاهات الحديثة في السياحة، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008.
- 56- محمد الصيرفي، السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2008.
- 57- محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الأولى، مصر، 2009.
- 58- محمد الفاتح محمود المغربي، تسويق الخدمات السياحية، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 59- محمد عبيدات، التسويق السياحي-مدخل سلوكي-، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الثالثة، 2008.



- 60- محمد فريد عبد الله وأخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 61- محي محمد مسعد، الإتجاهات الحديثة في السباحة، الكتاب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008.
- 62- محمد عثمان غنيم، التخطيط السياحي والتنمية، دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2004.
- 63- محمد شبيب الخصاصنة، زياد محمد المشاقبة، التنمية السياحية المستدامة، دار جليس الزمان، الأردن، 2011.
- 64- محمد إبراهيم عراقي، فاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة- دراسة تقييمية-، المعهد العالي للسياحة والفندقة والحاسب الآلي، مصر، الإسكندرية، 2007
- 65- محمد شاهجهان الندوي، السياحة أحكامها وآدابها في ضوء القانون والشريعة-دراسة علمية-، دار الكتب العلمية، لبنان، 2017.
- 66- محمد عمر مؤمن، التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، بدون ذكر البلد، الطبعة الأولى، 2009.
- 67- محمد سعد الناصر، رأس المال المخاطر نموذج واعد لتمويل المشروعات الريادية في المملكة العربية السعودية، كرسي سابك لدراسات الأسواق المالية الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2012
- 68- محمد الموسوي، عبد اللطيف آل عبد الله، إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 69- محمد الهادي لعروق، أطلس الجزائر والعالم، دار الهدى، الطبعة الجديدة، الجزائر، دون سنة.
- 70- مجدي عوض مبارك، الريادة في الأعمال-المفاهيم والنماذج والمداخل المختلفة-، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2009.
- 71- منال شوقي عبد المعطي أحمد، محاضرات في التنمية السياحية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2013.
- 72- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 73- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 74- مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة، دار كنوز للمعرفة العلمية، الأردن، الطبعة الأولى، 2007.
- 75- مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سوريا، 2009.
- 76- مصطفى يوسف الكافي، أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 77- مصطفى يوسف كافي، السياحة البيئية المستدامة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2014.



- 78- مصطفى يوسف كافي، إقتصاديات البيئة والعمولة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2014.
- 79- مصطفى يوسف كافي، إقتصاديات النقل السياحي، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2015.
- 80- مصطفى يوسف كافي، هبة كافي، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد السياحية والمخيمات السياحية، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2016.
- 81- مصطفى أحمد السيد مكاوي، ثنائية السياحة ونخيل التمر في بعض الدول العربية- مدخل إستراتيجي لتطوير العلاقات التشابكية المستدامة بأساليب تخطيطية ذكية-، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2017.
- 82- مدحت أبو النصر، ياسمين مدحت محمد، التنمية المستدامة-مفهومها، أبعادها، مؤشراتها-، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017.
- 83- مرزوق عايد القعيد وآخرون، مبادئ السياحة، دار إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011.
- 84- مجيد السامرائي، الجغرافيا وأفاق التنمية المستدامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 85- نزيه الدباس، إدارة القرى السياحية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، 2007.
- 86- نضال الحواري، ضرار العتيبي، إدارة المشاريع الإنمائية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 87- نائل موسى محمود سرحان، مبادئ السياحة، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 88- نوره جاسر الجاسر، وفاء ناصر المبيريك، النظام البيئي لريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية، كتاب ابحاث المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال-نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط- الثلاثاء 9-11 سبتمبر 2014، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2014.
- 89- نوزاد عبد الرحمن الهيتي، حسن بن إبراهيم المهدي، التنمية المستدامة في دولة قطر-الانجازات والتحديات-، اللجنة الدائمة للإسكان، الطبعة الأولى، قطر، 2008.
- 90- نبيهة صالح السامرائي، علم النفس السياحي مفاهيم وتطبيقات، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2017.
- ثانيا: المذكرات والأطروحات
- 1- محمد قوجيل، دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر-دراسة ميدانية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015-2016.
- 2- عبد القادر هدير، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، ماجستير علوم تسيير تخصص مالية ونقود وبنوك، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006.



ثالثا: المراسيم

- 1- القانون المدني - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية-، عقد المقابلة المادة 549، الباب التاسع العقود الواردة على العمل، الفصل الأول عقد المقابلة، 2007.
- 2- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون رقم 82-11 المؤرخ في 28 أوت 1982 المتضمن القانون الأساسي للحرفي، العدد 35، 1717.
- 3- الجريدة الرسمية للمملكة المغربية، ظهير شريف رقم 1.15.108 صادر في 18 شوال 1436 الموافق لـ 04 أوت 2015 بتنفيذ القانون رقم 80.14 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، عدد 6389 بتاريخ 24 أغسطس 2015.

رابعا: الملتقيات والمؤتمرات

- 1- توفيق خضري، الطاهر بن حسين، المقابلة كخيار فعال لنجاح مؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية -المسارات والمحددات-، الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعه حمة لخضر، الوادي، يوم 5-6 ماي 2013.
- 2- صالح زين الدين، دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، كلية الحقوق -جامعة طنطا-، مصر، 26-28 أبريل 2016.

خامسا: المجلات

- 1- بسام سمير الرميدي، تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدي الطلاب، مجلة إقتصاديات المال والاعمال، مصر، العدد السادس، 2018.
- 2- بلال خلف سكارنة، إستراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية- دراسة ميدانية على شركات الإتصالات في الأردن، مجلة العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة الإسراء الخاصة، العدد 17، 2008.
- 3- حنان بنت عطية الطوري الجهني، الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030-دراسة تربوية ميدانية-، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، العدد 03، رقم 02، 2019.
- 4- سعدي يحيى، العمراوي سليم، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الإقتصادية-حالة الجزائر-، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 36، 2013.
- 5- عبد الله حسون محمد، مهدي صالح دوايدي، إسراء عبد الرحمن خيضر، التنمية المستدامة-المفهوم والعناصر والأبعاد-، مجلة ديالي، العدد 67، 2015.
- 6- عبد الله قلش، خنتار نوال، متطلبات تعزيز دور المقاولاتية في ترقية الإستثمار السياحي بالجزائر، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، المجلد 08، العدد 03، 2019.



- 7- فضيلة بوطورة، زهية قرامطية، نوفل سمايلي، دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية بين الضرورة والأهمية، مجلة الإبداع، المجلد 09، العدد 01، الجزائر، 2019.
- 8- مجلة كلية التربية، الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة نجوان وإتجاهاتهم نحوها-دراسة ميدانية-، جامعة الأزهر، الجزء الثاني، العدد 162، مصر، 2015.
- سادسا: المنشريات
- 1- الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام 2015-2018.
- 2- المندوبية السامية للتخطيط، النشرة الإحصائية السنوية للمغرب، المملكة المغربية، 2018.
- 3- المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 80 - 14 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية، 2015.
- 4- وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك والماء، المخطط الاستراتيجي 2017-2021، المملكة المغربية.
- 5- وزارة الاقتصاد والمالية، القطاع السياحي-رؤية استراتيجية متجددة-، مجلة المالية، العدد 15، 2011.
- 6- وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، ملخص التدفقات السياحية في الجزائر، 2013-2018.
- 7- وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، جدول القيادة لإحصائيات السياحة، 2013-2018.
- 8- وزارة الاقتصاد الامارات العربية المتحدة، دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها دوليا-ضمن سلسلة نشر الوعي السياحي-، الامارات العربية المتحدة، الاصدار الخامس، 2018.
- 9- المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، التقرير السنوي 2018.
- 10- تقرير الأمم المتحدة، تقرير أهداف التنمية المستدامة 2019.

II- المراجع باللغة الأجنبية

أولا: الكتب باللغة الأجنبية

- 1- Alain Fayol et Azzedine tounes, **P'odyssée d'un concept et les multiple, figures de l'entrepreneur**, N° 2.918, fevrier 2007.
- 2- Charles R. Goeldner & J.R. Brent Ritchie, **Tourism - Principles, Practices, Philosophies-**, Published by Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, Published simultaneously in Canada, Eleventh edition, 2009.
- 3- Daft Richard, **New era of managemen**, 9th, South- western, Cengage learning, Australia, 2010.
- 4- Gerry Johnson, Kevan Scholes, **Exploring Corporate Strategy-Text and Cases-**, Upper Saddle Rivver, 2002.
- 5- Graham Dann, **The sociology of tourism-European origins and development-**, Emerald Group Publishing, London, 2009.
- 6- Hervé Devillé, **économie et politiques de l'environnement**, l'Harmattan, Paris, 2010.
- 7- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme- Schema directeur d'amenagement touristique "SDAT 2025"-, **Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires**, Livre 1, 2008.



- 8-** Medina Garrido, José, Salustiano Martínez-Fierro, Jose Ruiz-Navarro, **Cases on Information Technology Entrepreneurship**, IGI Publishing, New York, 2008.
- 9-** Marc J. Dollinger, **Entrepreneurship Strategies and Resources**, 4th Edition, Marsh Publications: Lombard Illinois, USA, 2008.
- 10-** Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme- Schema directeur d'aménagement touristique "SDAT 2025"-, **Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires**, Livre 2, 2008.
- 11-** Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme- Schema directeur d'aménagement touristique "SDAT 2025"-, **Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires**, Livre 4, 2008.
- 12-** Pearson Longman, **Longman Dictionary of American English**, 4th Edition, London-United Kingdom, 2008.
- 13-** Robert D. Hisrich, Michel P. Peters, Dean A. Shepherd, **Entrepreneurship**, Published by McGraw-Hill Education, tow Penn Plaza, New York, 10e, 2017.
- 14-** Rahmawati Feby, Hasyati Absharina, Yusran Husna Leila, **The obstacles to be Young Entrepreneur**, The International Conference on Business and Management, Phuket – Thailand, 2012.
- 15-** Richard Butler, **The Tourism Area Life Cycle -Applicatons and Modifications-**, Vol. 01, Printed and bound in Great Britain by the Cromwell Press, British; 2006.
- 16-** Sarimah Hanim Aman Shah, Abdul Rachid Mohd Ali, **Entrepreneurship second edition**, Oxford Fajar, Kuala Lumpur, Malaysia, 2010.
- 17-** Yvette Lazzeri, **le développement durable du concept à la mesure**, édition l'Harmattan, Paris, 2008.

ثانيا: المذكرات والأطروحات باللغة الأجنبية

- 1-** Nadia Rajhi, **Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur tunisien**, thèse de doctorat, université de Grenoble, 2011.

ثالثا: الملتقيات والمؤتمرات باللغة الأجنبية

- 1-** Observatoire Marocain du tourisme, **Des chiffres au sens**, 2012-2019.
- 2-** Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale, Rapport d'activités, 2012-2018.
- 3-** The Global Entrepreneurship Monitor (GEM), **Global Entrepreneurship Monitor**, Executive Report, 2009.
- 4-** United Nations, World Tourism Organization, **Glossary of Tourism Terms**, Spain, 2008.
- 5-** World Economic Forum, **The Global Competitiveness Report 2009–2010**, by the World Economic Forum, Switzerland, 2009.
- 6-** World economic Forum, **The Travel Tourism & Competitiveness Report 2019**.
- 7-** African Airlines Associations-AFRAA-, Association des compagnies aériennes africaines, **Annual report 2019**.

رابعا: المجلات باللغة الأجنبية



- 1- Eggers, F., Kraus, S., Hughes, M., Laraway, S., & Snyckerski, S., **Implications of customer and entrepreneurial orientations for SME growth**, Management Decision, 51(3), 2013.
- 2- Oviatt, Benjamin M. and McDougall. Patricia P, **Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization Entrepreneurship**, Theory and Practice. Vol. 29, No, (5), 2005, P: 538.
- 3- Sergiu Rusu, Isac Florin Lucian, Milin Ioana Anda , **Entrepreneurship in Tourism - Reasons, Necessary Resources and Impediments**, Article in Ecoforum, Volume 6, Issue 3(13), 2017.

خامسا: المنشريات و الجرائد باللغة الأجنبية

- 1- Kozan, K.M., Oksay, D., & Ozsoy, O, **Growth Plans of Small Business in Turkey- Individual and Environmental Influences-**, Journal of Small Business Management, 44, (1), 2006.
- 2- Karen Yuan Wang., Antoine Hermens., Kai-Ping Huang and John Chelliah, **Entrepreneurial orientation and organizational learning on innovation, SMEs**, Management Discipline Group, University of Technology, Sydney, Australia, The International Journal of Organizational Innovation Vol 7, Num 3, 2015.
- 3- Wolff, J, & pett, T.L, **Small-Firm performance Modeleling the Role of produce and process Improvement**, Journal of Small Business Management, Volume 44, Issue 2, 2006.

III- المواقع الإلكترونية

أولا: المواقع الإلكترونية باللغة العربية

- 1- أطلس بيانات العالم: [/https://ar.knoema.com/atlas](https://ar.knoema.com/atlas)
- 2- وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي: <http://www.mtatf.gov.dz/>
- 3- وزارة الأشغال العمومية والنقل: <http://aaca.mtpt.gov.dz/>
- 4- وزارة الثقافة المغربية، <https://www.minculture.gov.ma/>
- 5- وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك والماء، المملكة المغربية: <http://www.equipement.gov.ma>
- 6- وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الاجتماعي: <https://www.tourisme.gov>

ثانيا: المواقع الإلكترونية باللغة الأجنبية

- 1- Administration des Forêts, Link: <http://www.dgf.org.dz/>
- 2- Air algerie, Link: <https://airalgerie.dz/>
- 3- Central Intelligence Agency (CIA): <https://www.cia.gov/index.html>
- 4- Index mundi, link: <https://www.indexmundi.com/>
- 5- Maps of world, link: <https://www.mapsofworld.com/>
- 6- Ministère des travaux publics et des transports: <http://aaca.mtpt.gov.dz/>
- 7- National Agency of Investment Development -Andi-: <http://www.andi.dz/>
- 8- Organization of Economic Cooperation & Development: <http://www.oecd.org/>
- 9- Organisation of Islamic Cooperation (OIC), **Statistical, economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC)**, Link: <https://www.sesric.org/oicstat.php>
- 10- Société nationale des transports ferroviaires: <https://www.sntf.dz/>
- 11- The World Bank: <https://data.worldbank.org/>
- 12- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Man and Biosphere Programm: <http://www.unesco.org/>



الملاحق

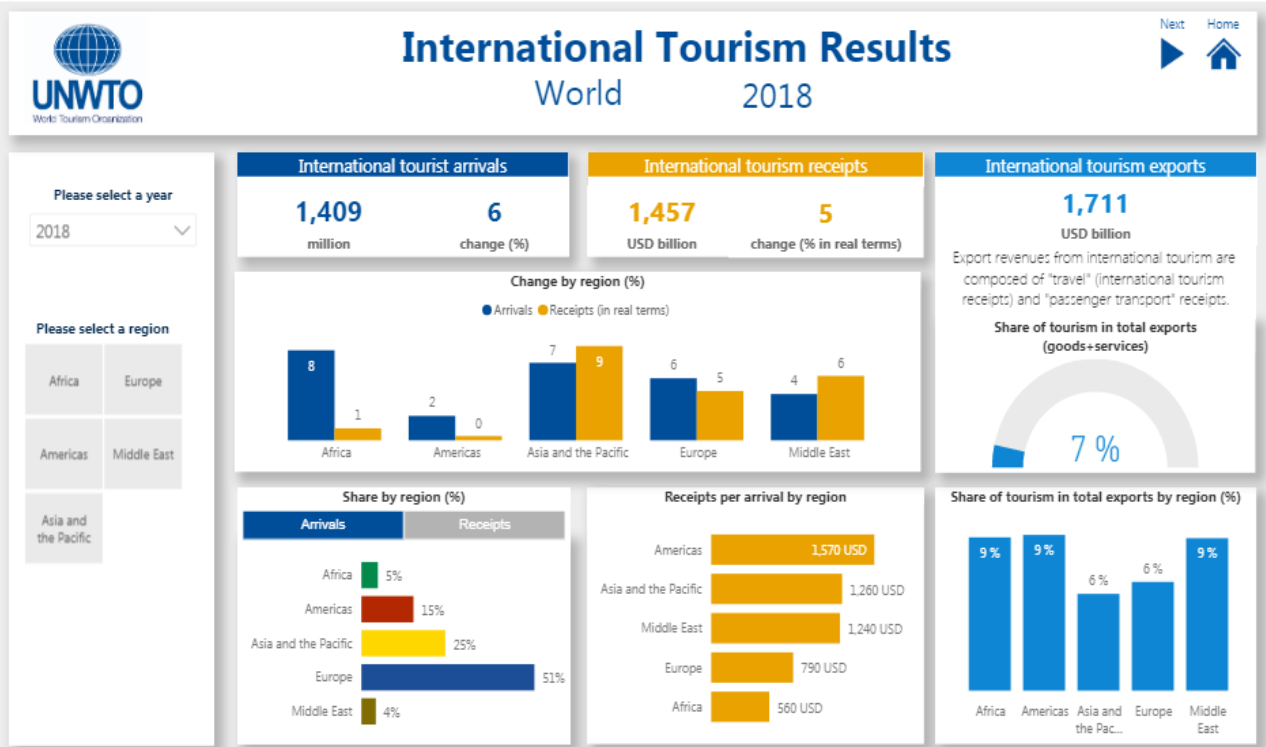
الملحق رقم (01): البنى التحتية للموانئ في الجزائر

مديرية الهياكل الأساسية البحرية
Direction Des Infrastructures Maritimes

Localisation des ports Algériens HORIZON 2015



الملحق رقم (02): نتائج السياحة العالمية بسنة 2014



الملحق رقم (03): نتائج السياحة العالمية لسنة 2018



الملحق رقم (04): نتائج السياحة العالمية لسنة 2018



الملحق رقم (05): عدد السياح الوافدين عبر الحدود الجزائرية (2014-2018)

MOROCCO

Cod. Basic data and indicators	Notes	Units	2014	2015	2016	2017	2018
1. INBOUND TOURISM							
<i>Data</i>							
Arrivals							
1.1 Total	(1)	('000)	10,507	10,542	10,677	11,540	12,489
1.2 Overnight visitors (tourists)		('000)	10,283	10,177	10,332	11,349	12,289
1.3 Same-day visitors (excursionists)		('000)	224	365	345	191	200
1.4 * of which, cruise passengers		('000)	224	365	345	191	200
Arrivals by region							
1.5 Total	(1)	('000)	10,283	10,177	10,332	11,349	12,289
1.6 Africa		('000)	344	355	386	405	439
1.7 Americas		('000)	304	333	379	460	563
1.8 East Asia and the Pacific		('000)	127	118	172	266	306
1.9 Europe		('000)	4,441	4,124	3,931	4,478	5,144
1.10 Middle East		('000)	203	202	212	206	202
1.11 South Asia		('000)	16	18	22	25	23
1.12 Other not classified		('000)	4,848	5,028	5,230	5,487	5,612
1.13 * of which, nationals residing abroad		('000)	4,846	5,025	5,229	5,484	5,610
Arrivals by main purpose							
1.14 Total	(1)	('000)	10,283	10,177	10,332	11,349	12,289
1.15 Personal		('000)	9,766	9,426	9,596	10,086	10,943
1.16 holidays, leisure and recreation		('000)	4,602	4,065	3,928	4,309	5,157
1.17 * other personal purposes		('000)	5,164	5,362	5,658	5,778	5,786
1.18 Business and professional		('000)	517	750	746	1,263	1,346
Arrivals by mode of transport							
1.19 Total	(1)	('000)	10,283	10,177	10,332	11,349	12,289
1.20 Air		('000)	6,950	6,772	6,804	7,619	8,400
1.21 Water		('000)	2,096	2,113	2,198	2,483	2,472
1.22 Land		('000)	1,297	1,291	1,330	1,248	1,418
1.23 railway		('000)
1.24 road		('000)	1,297	1,291	1,330	1,248	1,418
1.25 others		('000)
Arrivals by form of organization of the trip							
1.26 Total		('000)	10,283	10,177	10,332	11,349	12,289
1.27 Package tour		('000)	1,412	1,298	974	933	990
1.28 Other forms		('000)	8,871	8,879	9,358	10,416	11,299
Accommodation							
1.29 Total		('000)	18,349	19,193	18,093	18,983	21,034
1.30 Guests		('000)	132,459	125,470	128,758	132,585	147,898
1.31 Hotels and similar establishments		('000)	4,219	3,676	3,692	4,634	5,359
1.32 Overnights	(2)	('000)	14,416	12,556	12,714	15,057	16,866
Expenditure							
1.33 Total		US\$ Mn	9,070	7,765	7,922	9,086	9,523
1.34 Travel		US\$ Mn	7,384	6,280	6,557	7,494	7,775
1.35 Passenger transport		US\$ Mn	1,686	1,505	1,365	1,592	1,748
Expenditure by main purpose of the trip							
1.36 Total		US\$ Mn	7,984	6,980	6,857	7,494	7,775
1.37 Personal		US\$ Mn	7,052	5,978	6,262	7,157	7,425
1.38 Business and professional		US\$ Mn	332	282	295	337	350
Indicators							
1.39 Average size of travel party		Persons	2.0	2.3	2.2	2.2	2.2
1.40 Average length of stay		Days	7.27	6.39	7.05	7.00	7.40
1.41 Nights		Nights	3.98	3.76	4.03	4.40	4.50
1.42 * For all commercial accommodation services		Nights	3.41	3.41	3.45	4.30	4.50
1.43 * of which, hotels and similar establishments		Days	10.78	9.42	9.64	9.60	10.90
1.44 Average expenditure per day		US\$
2. DOMESTIC TOURISM							
<i>Data</i>							
Trips							
2.1 Total		('000)
2.2 Overnight visitors (tourists)		('000)	23,600
2.3 Same-day visitors (excursionists)		('000)

الملحق رقم (06): عدد السياح الوافدين عبر الحدود المملكة المغربية (2018-2014)

Cod. Basic data and indicators	Notes	Units	2014	2015	2016	2017	2018
1. INBOUND TOURISM							
<i>Data</i>							
Arrivals							
1.1 Total	(1)	('000)	2,301	1,710	2,039	2,451	2,657
1.2 Overnight visitors (tourists)		('000)
1.3 Same-day visitors (excursionists)		('000)
1.4 * of which, cruise passengers		('000)
Arrivals by region							
1.5 Total		('000)	2,301	1,710	2,039	2,451	2,657
1.6 Africa		('000)	542	659	901	1,177	1,429
1.7 Americas		('000)	10	10	12	13	21
1.8 East Asia and the Pacific		('000)	50	75	58	63	85
1.9 Europe		('000)	258	289	311	376	427
1.10 Middle East		('000)	81	50	42	80	57
1.11 South Asia		('000)
1.12 Other not classified		('000)	1,361	627	717	742	638
1.13 * of which, nationals residing abroad		('000)	1,361	627	717	742	638
Arrivals by main purpose							
1.14 Total	(2)	('000)	940	1,083	1,323	1,708	2,019
1.15 Personal		('000)	612	723	942	1,470	1,838
1.16 holidays, leisure and recreation		('000)	612	723	942	1,470	1,838
1.17 * other personal purposes		('000)
1.18 Business and professional		('000)	329	360	380	238	181
Accommodation							
1.31 Hotels and similar establishments		('000)
1.32 Guests		('000)	838	639	983	1,315	1,345
1.33 Total		US\$ Mn	316	347	246	172	..
1.34 Travel		US\$ Mn	258	311	209	141	..
1.35 Passenger transport		US\$ Mn	58	36	37	31	..
Expenditure by main purpose of the trip							
1.36 Total		US\$ Mn	258	311	209	141	..
1.37 Personal		US\$ Mn	258	310	208	140	..
1.38 Business and professional		US\$ Mn	0.1	1	0.6	0.2	..
2. DOMESTIC TOURISM							
<i>Data</i>							
Accommodation							
2.21 Hotels and similar establishments		('000)
2.22 Guests		('000)	6,216	6,307	6,284	6,091	6,221
2.23 Overnights		('000)
3. OUTBOUND TOURISM							
<i>Data</i>							
Departures							
3.1 Total		('000)
3.2 Overnight visitors (tourists)		('000)	2,839	3,638	4,530	5,058	5,610
3.3 Same-day visitors (excursionists)		('000)
Expenditure							
3.4 Total		US\$ Mn	679	762	556	632	..
3.5 Travel		US\$ Mn	608	685	474	580	..
3.6 Passenger transport		US\$ Mn	71	77	82	52	..
Expenditure by main purpose of the trip							
3.7 Total		US\$ Mn	608	684	474	580	..
3.8 Personal		US\$ Mn	503	605	443	542	..
3.9 Business and professional		US\$ Mn	105	79	31	38	..

ALGERIA

الملحق رقم (07): وضعية المشاريع السياحية (2015-2018)

وضعية المشاريع السياحية

مشاريع في طور الإنجاز:

السنة	2015	2016	2017	2018
عدد المشاريع	504	584	764	799
معدل النمو (%)	-	15,87%	30,82%	4,58%
عدد الأسرة	69 138	76 670	101 772	100 866
معدل النمو (%)	-	10,89%	32,74%	-0,89%
عدد العمال	28 835	32 592	44 840	41 879
معدل النمو (%)	-	13,03%	37,58%	-6,60%

المصدر: مديرية الاستثمار السياحي.

مشاريع متوقفة:

السنة	2015	2016	2017	2018
عدد المشاريع	101	119	147	181
معدل النمو (%)	-	17,82%	23,53%	23,13%
عدد الأسرة	8 591	13 397	16 985	19 745
معدل النمو (%)	-	55,94%	26,78%	16,25%
عدد العمال	3 732	5 003	6 978	8 535
معدل النمو (%)	-	34,06%	39,48%	22,31%

المصدر: مديرية الاستثمار السياحي.

مشاريع غير منطوقة:

السنة	2015	2016	2017	2018
عدد المشاريع	607	793	928	1 163
معدل النمو (%)	-	30,64%	17,02%	25,32%
عدد الأسرة	78 813	104 979	129 641	162 774
معدل النمو (%)	-	33,20%	23,49%	25,56%
عدد العمال	29 074	39 502	47 812	61 629
معدل النمو (%)	-	35,87%	21,04%	28,90%

المصدر: مديرية الاستثمار السياحي.

المشاريع المنجزة:

السنة	2015	2016	2017	2018
عدد المشاريع	58	106	107	67
معدل النمو (%)	-	82,76%	0,94%	-37,38%
عدد الأسرة	4 241	9 843	10 162	5 773
معدل النمو (%)	-	132,09%	3,24%	-43,19%
عدد العمال	1 951	5 049	4 476	2 447
معدل النمو (%)	-	158,79%	-11,35%	-45,33%

المصدر: مديرية الاستثمار السياحي.

الملحق رقم (08): وضعية الحظيرة الوطنية للفنادق (2015-2018)

وضعية الحظيرة الوطنية للفنادق

1/ قدرة الايواء حسب فئة التصنيف:

السنة	2015	2016	2017	2018
فندق *5	4 242	6 734	6 734	6 734
فندق *4	1 800	2 810	4 508	4 746
فندق *3	5 829	7 045	5 678	5 886
فندق *2	4 605	4 425	4 565	5 185
فندق *1	11 295	11 295	11 335	11 684
فندق غير مصنف	8 533	8 533	8 533	8 590
إقامة سياحية *2	384	384	384	384
إقامة سياحية *1	313	313	313	313
موتيل نزل طريق *2	93	93	93	93
موتيل نزل طريق *1	30	30	30	30
نزل ريفي *2	16	16	16	16
نزل ريفي *1	20	20	20	20
قرية عطل *3	274	274	274	274
نزل مفروش "وحيدة الصنف"	91	91	91	91
نزل عائلي "وحيدة الصنف"	426	426	426	426
هياكل أخرى موجهة للفندقة	9 381	9 381	9 381	9 786
محطة الاستراحة "وحيدة الصنف"	170	170	170	170
مجموع المؤسسات المصنفة	47 502	52 040	52 551	54 428
مؤسسات فندقية في طريق التصنيف	54 742	55 380	59 713	64 727
المجموع	102 244	107 420	112 264	119 155

المصدر: مديرية مخطط جودة السياحة والضبط.

الملحق رقم (09): التوظيف في قطاع السياحة (2015-2018)

التوظيف في قطاع السياحة (فرع فنادق, المقاهي, المطاعم)

السنة	2014 (*)	2015 (*)	2016 (*)	2017 (*)	2018(*)
عدد العمال	261 289	265 803	270 317	300 000	308 027

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات معدلة في وزارة السياحة
(*) تقدير

الملحق رقم (05): وضعية الحاضرة الفندقية للمملكة المغربية

Evolution de la capacité des EHTC par catégorie

	2010			2011			2012		
	Unités	Chambres	Lits	Unités	Chambres	Lits	Unités	Chambres	Lits
Auberges	66	1 034	2 217	77	1 188	2 536	92	1 342	2 820
Hôtel 1*	177	4 855	9 815	187	5 091	10 326	225	6 027	12 179
Hôtel 2*	184	6 658	13 653	185	6 614	13 537	191	6 822	13 957
Hôtel 3*	180	12 145	24 772	189	12 549	25 580	203	13 761	27 843
Hôtel 4*	169	23 032	46 666	170	23 124	46 846	173	22 942	46 599
Hôtel 5*	63	13 516	28 025	69	14 717	30 461	76	15 788	32 507
RH	104	4 129	11 612	120	5 169	15 632	132	5 373	15 812
HC	38	8 453	19 584	41	8 684	20 046	41	8 682	20 149
MH	993	7 532	15 604	1 116	8 618	17 844	1 337	10 003	20 621
Motels	5	112	260	6	121	290	5	80	180
Pensions	24	461	925	28	512	1 027	46	695	1 358
TOTAL	2 003	81 927	173 133	2 188	86 387	184 125	2 521	91 515	194 025

Source : Ministère du Tourisme

Evolution de la capacité des établissements d'hébergement classés par catégorie

	2013			2014			2015		
	Unités	Chambres	Lits	Unités	Chambres	Lits	Unités	Chambres	Lits
Hôtel 1*	257	6 965	13 950	271	7 192	14 406	276	7 222	14 648
Hôtel 2*	205	7 306	14 960	212	7 455	15 246	224	7 766	15 868
Hôtel 3*	202	13 748	27 825	213	14 391	29 127	224	14 916	30 158
Hôtel 4*	182	23 937	48 575	183	23 731	48 072	187	23 446	47 302
Hôtel 5*	76	15 743	32 320	81	16 371	33 643	86	17 416	35 611
RH	146	5 765	17 250	167	6 978	20 930	180	7 506	22 256
CH	40	9 130	21 519	39	8 760	20 409	40	9 310	21 509
MH	1 454	10 899	22 382	1 549	11 599	23 882	1 783	12 988	26 694
Autres	399	5 389	13 193	483	6 269	15 896	509	6 570	16 582
TOTAL	2 961	98 882	211 974	3 198	102 746	221 611	3 509	107 140	230 628

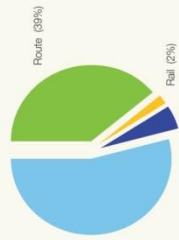
Source : Ministère du Tourisme

EVOLUTION DE LA CAPACITÉ DES EHTC PAR CATÉGORIE

	2016			2017			2018		
	Hôtels	Chambres	Lits	Hôtels	Chambres	Lits	Hôtels	Chambres	Lits
Hôtel 1*	293	7 957	15 945	299	8 109	16 247	305	8 222	16 472
Hôtel 2*	225	7 926	16 025	229	8 020	16 212	232	8 197	16 564
Hôtel 3*	243	16 093	32 549	250	16 429	33 169	259	16 940	34 120
Hôtel 4*	190	24 134	49 025	196	24 721	50 450	204	25 248	51 344
Hôtel 5*	94	18 267	37 215	99	19 176	39 041	101	19 518	39 715
RH	185	6 561	21 242	193	6 865	22 364	207	7 803	23 914
HC	37	8 784	20 058	41	9 064	20 720	48	9 191	20 975
MH	1 859	13 505	27 882	1 976	14 271	29 461	2 049	14 794	30 553
Autres	607	15 076	30 656	649	15 711	32 060	672	16 368	33 493
TOTAL	3 712	115 643	244 971	3 910	119 572	253 830	4 055	123 487	261 256

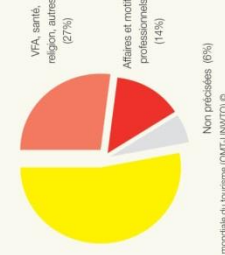
Source : Département du Tourisme

Tourisme récepteur par moyen de transport, 2015* (part)



Source: Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ©

Tourisme récepteur par motif de visite, 2015* (part)



Source: Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ©

Recettes du tourisme international

Le tourisme international représente 7 % des exportations mondiales

Les dépenses d'hébergement, restauration et consommation de boissons, divertissement, achats et autres biens et services des visiteurs internationaux dans les destinations ont atteint 1 260 milliards de dollars des Etats-Unis (1 136 milliards d'euros) en 2015. En termes réels, c'est à-dire en tenant compte des fluctuations des taux de change et de l'inflation, cela donne une augmentation de 4,4 % par rapport à 2014, comparable à la croissance des arrivées internationales.

Les taux de change ont, connu en 2015 des variations d'une ampleur inhabituelle, avec de fortes répercussions sur les recettes touristiques exprimées en dollars (SD) de destinations et de régions connées. En termes réels, les recettes ont augmenté de 8 % dans les Amériques, de 4 % en Asie et Pacifique et au Moyen-Orient, de 3 % en Europe et de 2 % en Afrique.

Du point de vue macroéconomique, les dépenses des visiteurs internationaux tombent dans la catégorie des exportations pour le pays de destination et dans celle des importations pour le pays de résidence du visiteur. Les dépenses des visiteurs, pour le pays de destination, une source d'emplois et de revenus, pour le pays de résidence, sont importantes à l'économie en ce qui concerne les emplois et les revenus et ont un impact positif sur le développement.

En plus des recettes dans les destinations (poste « voyages » de la balance des paiements), le tourisme international a également généré 211 milliards de dollars d'exportations au titre des services de transport international de voyageurs non résidents en 2015. Si l'on fait la somme de ces éléments, la valeur des exportations du tourisme s'est élevée à 1 500 milliards de dollars, soit 4 milliards de dollars par jour en moyenne.

	Recettes (milliards)			Recettes (SD) (milliards)			Recettes (euros) (milliards)		
	2014	2015*	2015*	2014	2015*	2015*	2014	2015*	2015*
Monde	4,3	5,9	5,1	1,309	1,280	1,060	986	1,136	960
Economies avancées ¹	3,6	6,1	4,9	829	774	1,190	624	698	1,070
Economies émergentes ¹	5,4	5,5	5,5	481	486	910	362	438	820
Par régions de l'OMT :									
Europe	1,8	4,1	4,3	513,5	450,7	740	386,6	406,2	670
Europe du Nord	3,3	7,5	6,4	82,5	78,4	1,030	62,1	70,7	930
Europe occidentale	2,7	2,2	3,3	173,7	146,4	810	130,7	131,9	730
Europe centr/orient.	4,3	3,5	-0,9	4,0	58,2	50,1	40,8	45,2	360
Eur. du Sud/méditerr.	-0,3	4,8	6,1	189,2	175,8	780	149,9	158,4	700
- desquels UE-28	1,5	3,8	4,6	427,3	373,4	780	321,6	336,5	700
Asie et Pacifique	7,6	9,3	5,3	420,1	418,3	1,500	316,2	377,0	1,350
Asie du Nord-Est	8,6	10,4	6,1	238,0	236,7	1,670	179,1	213,3	1,500
Asie du Sud-Est	10,9	10,6	2,0	7,8	108,3	1,030	81,4	97,6	930
Océanie	-1,8	2,0	7,2	9,9	41,9	2,940	33,6	37,8	2,660
Asie du Sud	4,9	8,7	8,5	2,5	31,4	1,720	22,1	28,3	1,950
Amériques	4,7	6,7	6,4	288,0	303,7	1,550	216,8	273,7	1,420
Amérique du Nord	5,0	7,4	6,6	225,0	238,5	1,870	169,3	214,9	1,680
Caribbes	1,2	3,7	4,8	2,6	26,7	28,1	1,170	20,1	25,3
Amérique centrale	7,8	7,2	6,2	7,3	11,5	1,120	8,0	10,4	1,010
Amérique du Sud	4,8	3,4	6,2	2,0	25,7	25,6	830	19,3	23,0
Afrique	6,2	2,4	2,4	36,1	33,1	620	27,2	29,8	560
Afrique du Nord	8,2	-2,1	5,2	10,6	8,6	470	8,0	7,7	430
Afrique subsaharienne	5,5	4,2	1,4	19,5	24,5	690	19,2	22,1	620
Moyen-Orient	1,8	-4,6	7,4	4,3	54,4	1,020	38,8	49,0	920

Source: Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ©. Voir page 9 pour les symboles et abréviations.
1. Classification basée sur le Fonds monétaire international (FMI). Veuillez consulter l'annexe statistique du World Economic Outlook (juillet 2016) du FMI, page 150, www.imf.org/external/cta.aspx?cid=29.

Faits saillants OMT du tourisme, édition 2016

lemlc Rqm (11): Eanndat alslalae aldlale

https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418169 - Monday, June 29, 2020 10:15:44 AM - IP Address: 105.107.163.81

Arrlvées de touristes internationaux

Une croissance vigoureuse pour la sixième année consécutive

Les arrivées de touristes internationaux (visiteurs qui passent la nuit) en 2015 ont atteint un total de 1 milliard 186 millions d'arrivées, soit 52 millions de plus que l'année précédente. Cette augmentation de près de 5 % fait de l'année 2015 la sixième année consécutive de croissance supérieure à la moyenne après la crise économique mondiale de 2009, sachant que les arrivées internationales ont progressé de 4 % ou plus chaque année depuis 2010.

La demande a été robuste dans l'ensemble, même si les résultats selon les destinations ont été plus contrastés que d'habitude. Les flux touristiques ont été influencés par trois facteurs principaux en 2015 : les variations d'un ampleur inhabituelle des taux de change ; la baisse des cours du pétrole et d'autres produits de base, qui a accru le revenu disponible des pays importateurs de ces produits ; la demande touristique dans les pays exportateurs ; et les préoccupations croissantes dans le monde concernant la sûreté et la sécurité.

Au niveau des régions de l'OMT, les Amériques et l'Asie et Pacifique ont toutes les deux enregistré près de 6 % de croissance des arrivées de touristes internationaux, l'Europe affichant pour sa part 5 % de croissance. Les arrivées ont augmenté de 2 % au Moyen-Orient alors que le continent a subi une baisse estimée à 3 % imputable surtout à la faiblesse des résultats de l'Afrique du Nord. Au niveau des sous-régions, les meilleurs résultats ont été obtenus par l'Asie du Sud-Est (+8 %), l'Océanie, les Caraïbes, l'Amérique centrale et l'Europe du Nord (affaictant toutes +7 %), suivies de l'Amérique du Nord et de l'Amérique du Sud (+6 % toutes les deux).

	Arrlvées de touristes internationaux (millions)						Part de marché (%)		Variation annuelle (%)		
	1990	1995	2000	2010	2014	2015*	2015*	2015*	13/12	15/114	2005-15*
Monde	435	527	674	809	1,134	1,186	100	4,6	4,2	4,6	3,9
Economies avancées ¹	299	339	424	470	622	663	55,0	4,6	5,7	5,0	3,3
Economies émergentes ¹	136	188	250	339	434	512	45,0	4,6	2,4	4,1	4,6
Par régions de l'OMT :											
Europe	261,5	304,5	386,6	453,2	489,4	580,2	607,7	51,2	4,8	2,3	4,7
Europe du Nord	28,7	36,4	44,8	59,0	62,8	70,8	75,9	6,4	2,4	5,3	7,3
Europe occidentale	106,6	112,2	139,7	141,7	154,4	174,4	180,0	15,2	2,8	2,1	3,2
Europe centr/orient.	33,9	57,9	69,6	95,3	98,9	120,2	126,6	10,7	7,7	-6,2	5,3
Eur. du Sud/méditerr.	90,3	98,0	132,6	156,4	173,3	214,8	225,2	19,0	5,6	6,9	4,8
- desquels UE-28	230,1	265,0	330,5	367,9	384,3	454,1	478,4	40,3	3,9	4,8	5,4
Asie et Pacifique	55,9	82,1	110,4	154,0	205,5	264,3	279,2	23,5	6,9	5,7	5,6
Asie du Nord-Est	26,4	41,3	58,3	85,9	111,5	136,3	142,1	12,0	3,4	7,3	4,3
Asie du Sud-Est	21,2	28,5	38,3	49,0	70,5	97,3	104,6	8,8	11,3	3,0	7,6
Océanie	5,2	6,1	9,6	10,9	11,4	13,3	14,2	1,2	4,6	6,1	7,4
Asie du Sud	3,2	4,2	6,1	8,2	12,1	17,5	18,3	1,5	12,1	9,6	4,4
Amériques	92,8	108,9	128,2	133,3	150,2	181,9	192,6	16,2	3,0	8,5	5,9
Amérique du Nord	71,8	80,5	91,5	89,9	89,5	120,9	127,6	10,8	3,6	9,7	5,5
Caraïbes	11,4	14,0	17,1	18,8	19,5	22,3	23,9	2,0	2,7	5,5	7,4
Amérique centrale	1,9	2,6	4,3	6,3	7,9	9,6	10,3	0,9	2,6	5,6	7,1
Amérique du Sud	7,7	11,7	15,3	18,3	23,2	29,1	30,8	2,6	1,4	7,1	5,8
Afrique	14,8	18,7	26,2	34,8	50,4	55,3	53,5	4,5	4,4	1,1	-3,3
Afrique du Nord	8,4	7,3	10,2	13,9	19,7	20,4	18,0	1,5	5,8	-1,4	-11,7
Afrique subsaharienne	6,4	11,5	16,0	20,9	30,7	34,9	35,4	3,0	3,6	2,7	1,6
Moyen-Orient	9,6	12,7	22,4	33,7	54,7	62,4	53,3	4,5	-2,9	6,7	1,7

Source: Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ©. Voir page 9 pour les symboles et abréviations.
1. Classification basée sur le Fonds monétaire international (FMI). Veuillez consulter l'annexe statistique du World Economic Outlook (juillet 2016) du FMI, page 150, www.imf.org/external/cta.aspx?cid=29.

Faits saillants OMT du tourisme, édition 2016

lemlc Rqm (10): Vool alslalae dl

Les arrivées internationales devaient continuer à augmenter à un rythme soutenu compte entre 3,5 % et 4,5 % à l'échelle mondiale en 2016 d'après les prévisions établies par l'OMT en janvier 2016, lesquelles se fondent sur les tendances actuelles, les perspectives économiques et les facteurs de risque. Au sein de ces prévisions, on estime que ce sont l'Asie et l'Amérique du Nord qui devraient connaître la plus forte croissance (+4,4 % à 4,5 %) et les deux régions de l'Europe (-3,5 % à -4,5 %). Les projections pour l'Afrique et le Moyen-Orient (-2 % à -5 % toutes les deux) sont défavorables, mais avec une plus forte marge d'incertitude et de variation.

Légrément plus de voyages en avion que par des transports de surface

En 2015, un peu plus de la moitié du total des visiteurs qui passent la nuit ont pris l'avion pour rejoindre leur destination (54 %), le reste à l'embarcadour de surface (46 %), à route (69 %), au train (2 %) ou au bateau (5 %). La tendance qui se dessine au fil des années est celle d'une croissance légèrement plus rapide du transport aérien que des transports de surface, si bien que la part du transport aérien augmente progressivement.

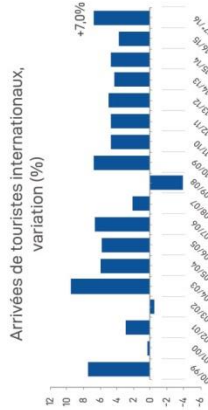
Plus de la moitié des visites pour des motifs de loisirs

Les voyages à des fins de détente, de vacances ou tout autre type de loisirs ont représenté un peu plus de la moitié de toutes les arrivées de touristes internationaux (53 %, soit 632 millions) en 2014. Quelque 14 % des touristes internationaux ont indiqué voyager pour affaires et motifs professionnels tandis que 27 % d'autres voyageraient pour d'autres raisons : visites à des parents et amis, religion/vénerations, traitement médical, etc. Le motif de visite des 6 % restants des arrivées n'était pas précisé.

https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418169 - Monday, June 29, 2020 10:15:44 AM - IP Address: 105.107.163.81

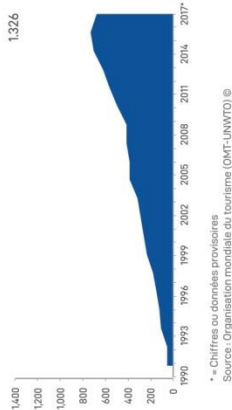
Arrivées de touristes internationaux

Huitième année consécutive de croissance soutenue



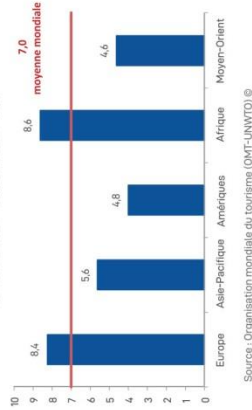
Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ©

Arrivées de touristes internationaux (millions)



*. Chiffres ou données prévisionnelles
Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ©

Arrivées de touristes internationaux, variation par région, 2017 (%)



Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ©

Les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 7,0 % en 2017 : c'est la plus forte hausse depuis la crise économique mondiale de 2009 et largement au-dessus des prévisions à long terme de l'OMT de 3,8 % par an pour la période 2010-2020.

Les destinations à travers le monde ont enregistré un total de 1326 millions d'arrivées de touristes internationaux, soit quelque 86 millions de plus qu'en 2016.

Ces résultats s'expliquent par la demande soutenue de voyages vers les destinations de toutes les régions du monde, y compris le net redressement de celles qui avaient pâti de problèmes de sécurité ces dernières années.

La croissance a été alimentée par la reprise économique mondiale qui s'est traduite par une forte demande de tourisme émetteur dans la quasi-totalité des marchés d'origine.

Le redémarrage de la demande de tourisme émetteur observable au Brésil et en Fédération de Russie après plusieurs années de baisse et la progression constante de l'Inde ont également contribué à la croissance du tourisme récepteur dans de nombreuses destinations.

Par région, l'Afrique et l'Europe ont affiché une croissance supérieure à la moyenne.

Par sous-région, l'Afrique du Nord et l'Europe du Sud et méditerranéenne sont arrivées en tête de la croissance en 2017, du fait de la demande vigoureuse vers les destinations du pourtour méditerranéen.

Le tourisme à l'horizon 2030

Prévisions à long terme – un potentiel de croissance qui reste important

Tourism towards 2030 (Le tourisme à l'horizon 2030) est une publication actualisée de l'OMT sur les perspectives à long terme et l'évolution du tourisme pour les deux décennies comprises entre 2010 et 2030. Elle est le fruit d'un vaste travail de recherche qui s'inscrit dans les prévisions à long terme régulièrement effectuées par l'OMT depuis les années 1990. Cette nouvelle étude succède à la publication Tourisme : horizon 2020, qui est devenue une référence dans le monde pour les prévisions du tourisme international.

Une composante essentielle de cette publication consiste en des prévisions quantitatives sur ce que sera la demande touristique internationale au cours d'une période commençant en 2010, année de référence, et se terminant en 2030. Ces prévisions actualisées sont complétées d'une analyse des facteurs sociaux, politiques, économiques, environnementaux et technologiques qui ont influencé le tourisme dans le passé, et qui devraient agir sur le secteur dans le futur.

Selon ce même rapport, il est écrit que le nombre d'arrivées de touristes internationaux à l'échelle mondiale devrait croître en moyenne de 3,3 % par an de 2010 à 2030. Avec le temps, le rythme de la croissance ralentit peu à peu, de 3,6 % en 2012 à 2,9 % en 2030, mais les chiffres de référence sont en augmentant. En valeur absolue, le nombre d'arrivées de touristes internationaux devrait s'accroître de quelque 45 millions par an, comparativement à une progression moyenne de 28 millions par an pendant la période de 1995 à 2010. Si le rythme de croissance prévu se confirme, le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde atteindra 1,4 milliard en 2020 et 1,8 milliard en 2030.

Le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans les économies émergentes de l'Asie, de l'Amérique latine, de l'Europe centrale et orientale, de l'Europe de la Méditerranée orientale, du Moyen-Orient et

de l'Afrique augmentera deux fois plus vite (+4,4 % par an) que dans les économies avancées (+2,2 % par an). En conséquence, on s'attend à ce que, d'ici 2015, les économies émergentes accueillent plus de touristes que les économies avancées. En 2030, 67 % des arrivées de touristes internationaux concerneront des destinations d'économies émergentes (contre 30 % en 1980) et 43 % des destinations d'économies avancées (contre 70 % en 1980).

Par région, l'augmentation la plus importante sera observée en Asie et Pacifique, où le nombre d'arrivées devrait s'accroître de 331 millions pour atteindre 535 millions en 2030 (+4,9 % par an). Le Moyen-Orient et l'Afrique devraient également voir le nombre d'arrivées plus que doubler pendant cette période, de 61 à 149 millions et de 50 à 134 millions, respectivement. L'Europe et les Amériques connaîtront, en comparaison, des croissances plus modestes, de 47,5 à 74,4 millions et de 150 à 248 millions, respectivement.

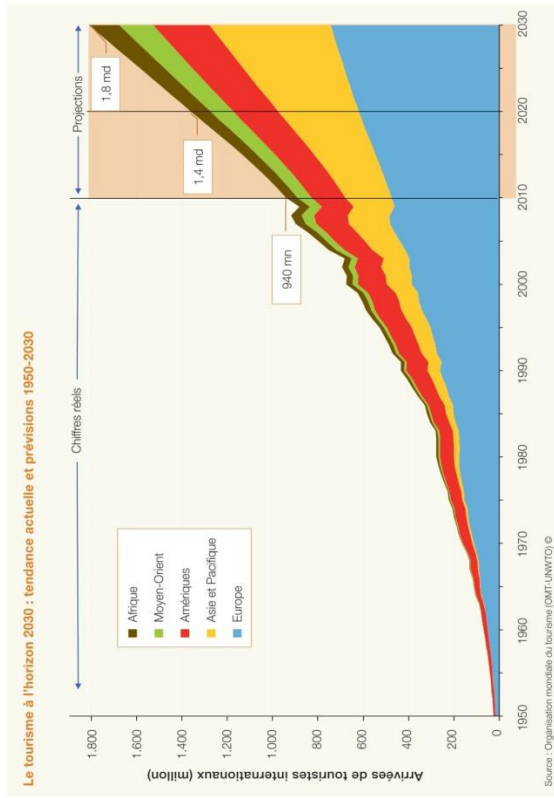
Grâce à une croissance plus rapide que dans les autres régions, on va assister à une augmentation de la part du marché mondial que jouent les régions d'Asie et Pacifique (de 22 % en 2010 à 33 % en 2030), le Moyen-Orient (de 6 % à 8 %) et l'Afrique (de 5 % à 7 %). En conséquence, l'Europe et les Amériques verront leur part du marché mondial diminuer à un peu plus – respectivement de 51 % à 41 % et de 16 % à 14 % – principalement en raison de croissances plus fortes dans les autres continents émergents de l'Amérique du Nord, de l'Europe du Nord et de l'Europe occidentale.

https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418169 - Monday, June 29, 2020 10:15:44 AM - IP Address: 105.107.163.81

الملحق رقم (13): وصول السياح الدوليين) السنة الثامنة على التوالي من النمو المستدام

https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419113 - Monday, June 29, 2020 10:19:46 AM - IP Address: 105.107.163.81

الملحق رقم (12): السياحة بحلول عام 2030



الملحق رقم (14): وصول السياح الدوليين حسب المنطقة (الفرعية)

Arrivées de touristes internationaux par (sous)-région

	Arrivées de touristes internationaux (millions)										Part de marché (%)	Variation (%)		Croissance annuelle moyenne (%)
	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017*	16/15	17/16	2005-17*				
Monde	531	680	809	952	1195	1240	1326	100	3,8	7,0	4,2			
Économies avancées¹	342	430	449	515	655	686	730	55	4,8	6,3	3,7			
Économies émergentes¹	189	250	339	437	540	554	597	45	2,5	7,8	4,8			
Par régions de l'OMT:														
Europe	308,5	392,9	452,7	487,7	605,1	619,5	671,7	51	2,4	8,4	3,3			
Europe du Nord	36,4	44,8	54,7	56,6	69,8	73,8	77,8	6	5,8	5,5	3,0			
Europe occidentale	112,2	139,7	141,7	154,4	181,5	181,6	192,7	15	0,0	6,1	2,6			
Europe centr/orient.	58,9	69,6	95,3	98,6	122,4	127,1	133,7	10	3,8	5,3	2,9			
Eur. du Sud/méditer.	100,9	139,0	161,1	178,1	231,4	237,1	267,4	20	2,4	12,8	4,3			
-desquels UE-28	271,0	336,8	367,5	383,0	478,6	500,4	538,7	41	4,6	7,7	3,2			
Asie et Pacifique	82,0	110,4	154,1	208,2	284,1	304,0	323,1	24	7,7	5,6	6,4			
Asie du Nord-Est	41,2	58,4	85,9	111,5	142,1	154,3	159,5	12	8,6	3,4	5,3			
Asie du Sud-Est	28,5	36,3	49,0	70,5	104,2	110,8	120,4	9	6,3	8,6	7,8			
Océanie	8,1	9,6	10,9	11,5	14,3	15,7	16,6	1	9,7	6,0	3,6			
Asie du Sud	4,2	6,1	8,3	14,7	23,5	25,2	26,6	2	7,0	5,6	10,2			
Amériques	108,9	128,2	133,3	150,4	194,1	203,3	210,9	16	3,7	4,8	3,9			
Amérique du Nord	80,5	91,5	89,9	99,5	127,8	131,5	137,0	10	2,8	4,2	3,6			
Caraïbes	14,0	17,1	18,8	19,5	24,1	25,2	26,0	2	4,7	2,9	2,7			
Amérique centrale	2,6	4,3	6,3	7,8	10,2	10,7	11,2	1	4,1	4,7	4,9			
Amérique du Sud	11,7	15,3	18,3	23,6	31,9	33,9	36,7	3	6,3	8,3	6,0			
Afrique	18,7	24,2	34,8	50,4	53,6	57,7	62,7	5	7,8	8,6	5,0			
Afrique du Nord	7,3	10,2	13,9	19,7	18,0	18,9	21,7	2	5,0	14,9	3,8			
Afrique subsaharienne	11,5	14,0	20,9	30,7	35,6	38,9	41,0	3	9,2	5,5	5,8			
Moyen-Orient	12,7	22,4	33,7	55,4	58,1	55,6	58,1	48	-4,4	4,6	4,7			

* - Chiffres ou données prévisionnelles

¹ Classification d'après le Fonds monétaire international (FMI), cf. annexe statistique des Perspectives de l'économie mondiale du FMI (avril 2016), page 144, à l'adresse www.imf.org/external/rel/ce.aspx?id=29.

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) © (Données collectées par OMT-UNWTO septembre 2018)

الملحق رقم (15): وصول السائحين الدوليين وإيصالات السياحة الدولية حسب بلد المقصد

Série	Recettes du tourisme international (millions \$EU)										Part (%)
	2010	2016	2017*	16/15	17/16	2017*	2010	2016	2017*	2017*	
Afrique	50,426	57,747	62,722	7,8	8,6	100	30,880	33,027	37,320	100	
Afrique du Nord	19,682	18,895	21,777	5,0	14,9	34,6	9,642	9,003	10,009	26,8	
Algérie	2,070	2,039	2,451	19,2	20,2	3,9	220	209	-	-	
Maroc	9,288	10,332	11,349	15	9,8	18,1	6,703	6,549	7,417	19,9	
Soudan	495	800	-	8,0	-	-	94	1,009	1,029	2,8	
Tunisie	7,828	5,724	7,052	6,8	23,2	11,2	2,445	1,236	1,299	3,5	
Afrique subsaharienne	30,743	38,853	41,005	9,2	5,5	65,4	21,218	24,024	27,311	73,2	
Afrique du Sud	8,074	10,044	10,285	12,8	2,4	16,4	9,070	7,910	8,818	23,6	
Angola	425	397	-	-32,9	-	-	719	623	-	-	
Bénin	199	267	-	4,7	-	-	149	133	-	-	
Botswana	1973	152	143	-6,7	-5,9	0,2	72	122	-	-	
Burundi	142	187	-	42,7	-	-	2	2	-	-	
Cabo Verde	336	598	668	15,1	11,6	1,1	278	370	436	1,2	
Cameroun	569	-	-	-	-	-	159	505	-	-	
Comores	15	27	28	13,6	4,5	0,0	35	-	-	-	
Congo	194	211	-	-4,1	-	-	27	-	-	-	
Côte d'Ivoire	2521	1,583	1,800	9,9	13,7	2,9	201	379	-	-	
Djibouti	51	-	-	-	-	-	18	33	-	-	
Érythrée	84	142	-	24,6	-	-	522	346	434	1,2	
Éthiopie	468	871	-	0,8	-	-	74	116	-	-	
Gabon	91	161	-	19,3	-	-	620	846	880	2,3	
Gambie	12	60	-	71,4	-	-	2	16	-	-	
Guinée équatoriale	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Guinée-Bissau	22	-	-	-	-	-	13	19	-	-	
Kenya	1470	1,268	1,364	13,8	7,6	2,2	800	824	926	2,5	
Lesotho	414	-	-	-	-	-	23	48	23	0,1	
Libéria	-	-	-	-	-	-	12	-	-	-	
Madagascar	196	293	255	20,0	-12,9	0,4	309	750	-	-	
Malawi	746	849	-	5,5	-	-	31	26	31	0,1	
Mali	169	173	193	8,8	11,6	0,3	205	200	-	-	
Maurice	935	1,275	1,342	10,8	5,2	2,1	1,282	1,572	1,748	4,7	
Mauritanie	-	-	-	-	-	-	30	23	0,1	-	
Mozambique	1,718	1,639	-	5,6	-	-	108	108	191	0,4	
Namibie	984	1,449	-	5,8	-	-	438	307	188	0,5	
Niger	74	152	-	13,2	-	-	105	77	-	-	
Nigeria	1,555	1,889	-	50,5	-	-	576	1,070	2,569	6,8	
Ouganda	946	1,323	-	1,5	-	-	784	1,040	918	2,5	
R.Dem.Congo	81	351	-	-0,8	-	-	11	4,3	-	-	
Répub.Centr.Africaine	54	-	-	-	-	-	11	-	-	-	
Répub.Unie.Tanzanie	754	1,233	-	11,7	-	-	1,255	2,132	2,339	6,3	
Réunion	421	458	508	7,5	10,8	0,8	392	360	401	1,1	
Rwanda	504	932	-	-5,6	-	-	202	390	438	1,2	
Sao Tomé-et-Prm	8	29	-	13,3	-	-	11	69	66	0,2	
Sénégal	900	-	-	-	-	-	453	-	-	-	
Seychelles	175	303	350	9,8	15,4	0,6	343	414	483	1,3	
Sierra Leone	39	54	-	125,7	-	-	26	41	-	-	
Somalie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Soudan	848	947	921	8,5	-2,7	1,5	51	13	-	-	
Tchad	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Togo	202	338	496	23,8	44,7	0,8	66	-	-	-	
Zambie	815	956	-	2,6	-	-	492	683	653	1,7	
Zimbabwe	2,239	2,168	2,423	5,4	11,8	3,9	634	890	-	-	

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) (d'après les données collectées par OMT-UNWTO septembre 2018)

الملحق رقم (16): النتائج الإقليمية إفريقية

Résultats régionaux

Afrique

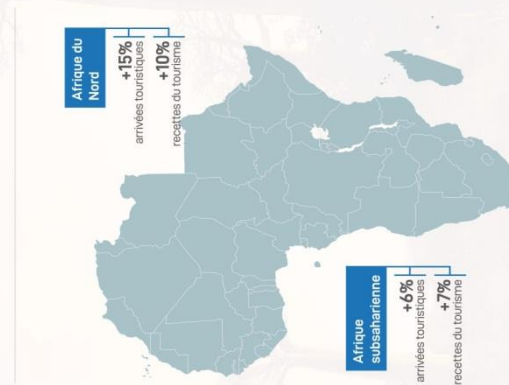
Fort redressement de l'Afrique du Nord qui dope les résultats de la région



D'après les estimations, les arrivées de touristes internationaux en Afrique ont augmenté de 9 % et les recettes ont progressé dans des proportions analogues (+8 %).

Ces résultats trouvent leur origine dans la poursuite du redressement en Afrique du Nord et la croissance robuste dans la plupart des destinations ayant communiqué des données. La Tunisie a connu un net rebond en 2017, avec une hausse de 23 % des arrivées. Quant au Maroc, il a aussi amélioré ses résultats par rapport à l'année précédente, marquée par un tassement de la demande. La hausse de la demande en provenance des marchés émetteurs européens et un environnement plus stable ont contribué aux résultats positifs de la sous-région.

L'Afrique subsaharienne a continué d'afficher des résultats solides dans les grandes destinations : Kenya, Côte d'Ivoire, Maurice et Zimbabwe. La première destination de la sous-région, l'Afrique du Sud, faisait état d'une croissance plus faible des arrivées mais d'une forte augmentation des recettes. Les destinations insulaires Seychelles, Cabo Verde et La Réunion ont toutes affiché une croissance supérieure à 10 % des arrivées, grâce à une meilleure connectivité aérienne.



الملحق رقم (17): المشهد العام اقتصاد قوي يقود نمو السياحة

Le panorama général

Une économie forte qui tire la croissance du tourisme

Un environnement économique favorable

- PIB mondial 2018 = +3,6 %.
- Variations généralement modérées des taux de change.
- Taux d'intérêt bas.

Forte demande de voyages en avion

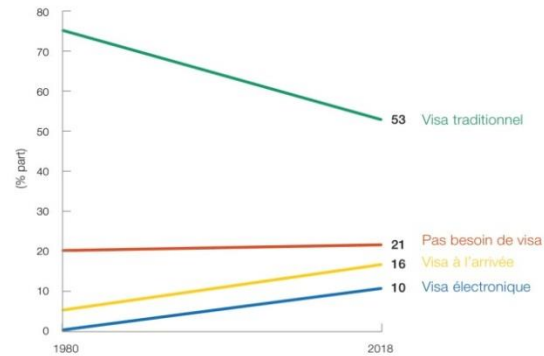
- +6 % de trafic international de passagers mesuré en passagers-kilomètres payants (PKP) d'après IATA.
- Stabilité des prix du carburant et baisse des tarifs (de 60 % par rapport à 1998).
- Ces 20 dernières années, le nombre de paires de villes reliées par des liaisons aériennes directes a plus que doublé, dépassant les 20.000, à un coût chaque fois plus bas.

Des expériences de voyage façonnées par les technologies numériques

- L'intelligence artificielle transforme le tourisme, depuis les assistants virtuels jusqu'aux entreprises capables d'offrir au client des expériences ultra-personnalisées tout en améliorant leur résultat d'exploitation.
- De plus en plus de destinations mesurent le tourisme en temps réel pour mieux gérer les flux de visiteurs.

Des avancées en matière de facilitation des visas

- Développement des visas électroniques et des visas à l'arrivée, recul des visas traditionnels.
- La part de la population mondiale ayant besoin d'un visa traditionnel a été ramenée de 75 % en 1980 à 53 % en 2018.
- Toutefois, la moitié de l'humanité avait encore besoin d'un visa traditionnel en 2018.



Population mondiale et régimes de visa, 1980-2018 (% du total)

Source : UNWTO Visa Facilitation Report (Rapport de l'OMT sur la facilitation de la délivrance des visas), 2018.

Le panorama général

Changements sociétaux

Durabilité et compétitivité vont de pair, à mesure que les destinations et les entreprises gagnent en compétitivité en misant sur l'utilisation rationnelle des ressources, la promotion de la conservation de la biodiversité et les mesures pour faire face aux changements climatiques.

La durabilité, une composante centrale des politiques touristiques dans 101 États membres enquêtés



Source : Baseline Report on the Integration of Sustainable Consumption and Production Patterns into Tourism Policies (Rapport de référence sur la prise en compte des modes de consommation et de production durables dans les politiques de tourisme), 2019.

Tendances de voyage des consommateurs

- **Voyager « pour changer »**
Vivre comme les gens sur place, quête d'authenticité et de Transformation.
- **Voyager « pour montrer »**
Moments, expériences et destinations instagrammables.
- **L'aspiration à une vie saine**
Tourisme pédestre, de bien-être et sportif.
- **Essor de « l'économie de l'accès »**
- **Voyages en solo et voyages multigénérationnels**
avec le vieillissement de la population et les ménages d'une personnes.
- **Plus grande sensibilisation à la durabilité**
Zéro plastique et changement climatique.

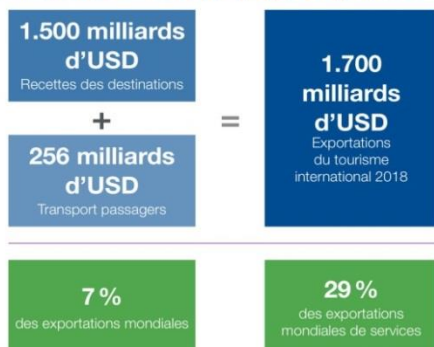
5

Exportations du tourisme international

Une croissance du tourisme plus forte que celle du commerce de marchandises

- 2018 a été marquée par une augmentation de 121 milliards d'USD des recettes d'exportation du tourisme international (voyages et transport de passagers) par rapport à 2017.
- Les recettes d'exportation du tourisme international sont une source majeure de recettes en devises pour de nombreuses destinations à travers le monde.
- Le tourisme est un facteur important de diversification des exportations pour les économies émergentes comme pour les économies avancées, capable largement de réduire les déficits commerciaux et de combler la baisse des recettes d'exportation d'autres biens et services.

Le tourisme, c'est 5 milliards d'USD par jour d'exportations



Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) et Organisation mondiale du commerce (OMC).
Note : Les recettes d'exportation du tourisme international se composent des recettes au titre des « Voyages » (recettes dans les destinations) et au titre du « Transport de passagers », deux éléments de crédits dans la balance des paiements des pays.

Le tourisme arrive en troisième position dans le monde pour les exportations, derrière les produits chimiques et les carburants, mais devant l'industrie alimentaire et l'automobile (2017)



Recettes d'exportation par catégorie de produits, 2017 (en milliards d'USD)
Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) et Organisation mondiale du commerce (OMC).
Note : Le classement des catégories d'exportation de 2018 sera disponible fin 2019.

Pour la septième année consécutive, le total des recettes d'exportation du tourisme international a une croissance supérieure à celle des exportations de marchandises



Recettes d'exportation du tourisme international et exportations de marchandises (% variation)
Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) et Organisation mondiale du commerce (OMC).

الملحق رقم (20): أداء قوي في شمال إفريقيا

Afrique

Une performance robuste en Afrique du Nord

Arrivées de touristes internationaux 2018



67 millions

+7 %

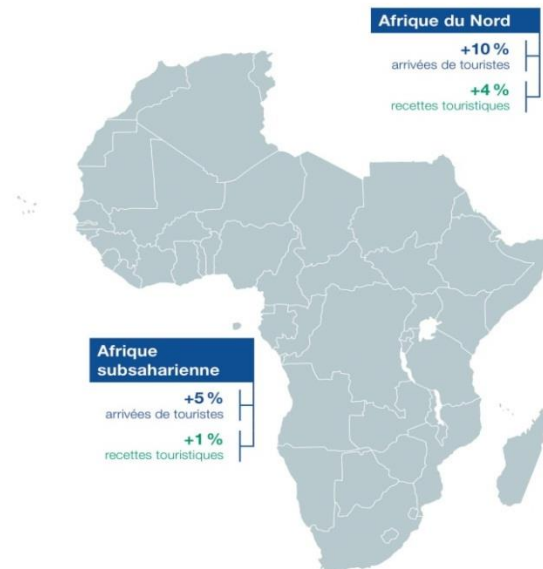


Recettes du tourisme international 2018



38 milliards d'USD

+2 %



- La croissance a été tirée par l'**Afrique du Nord**. La Tunisie a continué de consolider son redressement avec la levée des mises en garde négatives aux voyageurs et la hausse des flux de visiteurs en provenance des marchés émetteurs européens. La plus grande destination de la sous-région, le Maroc, a connu une croissance robuste.
- En **Afrique subsaharienne**, les destinations insulaires de La Réunion, Cabo Verde, Comores, Maurice et Seychelles ont bénéficié d'une croissance vigoureuse. Le Kenya a enregistré des résultats positifs grâce à l'amélioration de la sécurité et de la connectivité aérienne, de même que le Togo, l'Ouganda, la Côte d'Ivoire et le Zimbabwe. La destination la plus visitée de la sous-région, l'Afrique du Sud, a connu une croissance modérée, imputable en partie à la force de la monnaie et à l'épisode de sécheresse au Cap en 2018.

13

الملحق رقم (21): وصول السائحين الدوليين وإيصالات السياحة الدولية (الشرق الاوسط)

Moyen-Orient

Arrivées de touristes internationaux et recettes du tourisme international par pays de destination

Série	Arrivées de touristes internationaux					Recettes du tourisme international (millions d'USD)				
	2010	2017	2018*	Variation (%)	Part (%)	2010	2017	2018*	Part (%)	
Moyen-Orient	56 122	57 743	60 458	4,1	4,7	100	62 150	68 339	73 039	100
Arabie saoudite	10 850	16 109	15 293	-10,7	-5,1	25,3	6 712	12 056	12 038	16,5
Bahreïn	995	4 372	..	9,6	1 362	3 642
Égypte	14 731	8 292	11 346	53,6	36,8	18,8	12 528	7 775	11 815	15,9
Émirats arabes unis	7 432	15 790	15 920	6,2	0,8	25,3	8 577	21 048	21 375	29,3
Irak	1 518	1 660	2 959	1 986	2,7
Jordanie	4 207	3 844	4 150	7,7	8,0	6,9	3 585	4 639	5 249	7,2
Koweït	207	290	313	395	0,5
Liban	2 168	1 857	1 964	10,0	5,8	3,2	7 995	7 511	8 400	11,5
Libye	60
Oman	1 441	2 372	..	1,6	780	1 748
Palestine	522	503	606	25,7	20,5	1,0	667	225	245	0,4
Qatar	1 700	2 256	1 819	-23,2	-19,4	3,0	584	5 971	5 565	7,6
Syrie	8 546	6 190
Yémen	1 025	1 161

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ©

* Dubaï seulement.

Voir encadré à la page 23 pour l'explication des abréviations et symboles utilisés.

* Chiffre provisoire

(d'après les données de l'OMT-UNWTO, juillet 2019)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل ظاهرة المقاوالتية التي أصبحت تطرح نفسها كبديل إستراتيجي وهداف لتحقيق التنمية الشاملة عبر العالم، من خلال الإعتماد عليها كخيار إستراتيجي على المدى المتوسط والبعيد بهدف تحقيق التنمية المستدامة في كل القطاعات بما فيها القطاع السياحي، الذي أصبح يطرح نفسه كبديل يمكن أن يسهم في تحقيق تنمية دائمة على جميع المستويات الإقتصادية والإجتماعية والبيئية إذا ما أستغل بالطريقة المثلى، وقد تم اسقاط الدراسة على واقع الإستثمار في مجال المشاريع السياحية وما وصلت إليه في كل من الجزائر والمغرب، وخلصت الدراسة إلى أن الجزائر والمغرب أولتا إهتماما بالغا بالقطاع السياحي قياسا بما تحوزانه من مقدرات سياحية هامة، من خلال تبني العديد من السياسات الرامية إلى النهوض بالقطاع السياحي وإستدامته، حيث جاء كإمتداد لها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 وإستراتيجية تنمية السياحة رؤية 2020 في الجزائر والمغرب على التوالي، وتوصلت الدراسة إلى أن المقاوالتية نظام إقتصادي يتميز بالمرونة، وتطبيق الفكر المقاوالتية كأسلوب حديث في الإستثمار يمكنه النهوض بالقطاع السياحي، ويمكن إعتبار المغرب قد نجحت إلى حد ما في تحقيق الأهداف المسطرة في رؤية 2020، ولكن سجلنا فشل الجزائر في تحقيق أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، وعليه أوصت الدراسة بضرورة التركيز أكثر على تقييم المخططات التنموية في قطاع السياحة بالجزائر حتى يمكن معالجة الإختلالات السلبية في الوقت المناسب، والوصول إلى الأهداف المخطط من جهة وتشجيع الإستثمار والمشاريع المبتكرة للنهوض بالقطاع .

الكلمات المفتاحية: مقاوالتية، المقاوالتية السياحية، التنمية السياحية المستدامة، الجزائر، المغرب.

Abstract

This study aimed to analyze the entrepreneurial phenomenon that has come to present itself as a strategic and purposeful alternative for achieving comprehensive development across the world, by relying on it as a strategic option in the medium and long term with a view to achieving sustainable development in all sectors, including the tourism sector, which has come to present itself as an alternative that can contribute In achieving lasting development at all economic, social and environmental levels if used in the best way. The study was dropped on the reality of investment in the field of tourism projects and what it reached in both Algeria and Morocco, and the study concluded that Algeria and Morocco attached great importance to the tourism sector in comparison to what they possess of important tourism capabilities, by adopting many policies aimed at promoting the tourism sector as it came as an extension of the guideline plan for the tourism preparation Horizons 2030 and the tourism development strategy Vision 2020 in Algeria and Morocco respectively, and the study concluded that entrepreneurship is an economic system characterized by flexibility, and the application of entrepreneurial thought as a modern method of investment It can advance the tourism sector, and Morocco can be considered to have succeeded to some extent in achieving the objectives outlined in the Vision 2020, but we recorded Algeria's failure to achieve the goals of the guideline for the 2030 tourism development, and accordingly the study recommended that more focus be placed on assessing development plans in the tourism sector in Algeria so that it can Address negative imbalances in a timely manner, And reach the goals planned on the one hand and encourage investment and innovative projects to advance the sector.

Keywords: Entrepreneurial, Tourism entrepreneurship, Sustainable tourism development, Algeria, Morocco.