



غرداية في: 2026/06/15

شهادة تصحيح

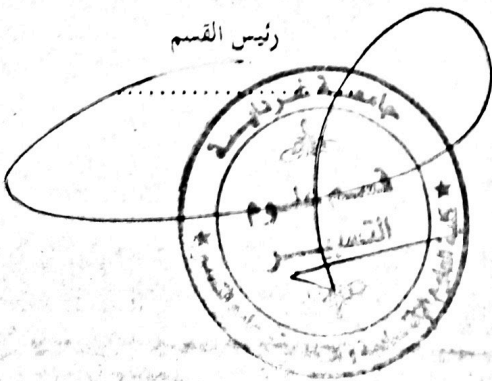
يشهد الأستاذ (ة): برجيجان نور الدين الصفة في لجنة المناقشة: مستشار
بصفته عضوا في لجنة مناقشة؛

الطالب (ة): عبد الحليم زكريا
و الطالب (ة): /

شعبة: علوم التسيير تخصص: إدارة أعمال سياحية
بعنوان: واقع وآفاق التنمية السياحية بولاية عنبر داية

تاريخ المناقشة: 03 جوان 2026
أن الطالب (ة) / الطلبة، إلتمز (ت) / و بجميع الملاحظات المقدمة من طرف اللجنة وأن المذكرة قابلة للإيداع النهائي.

رئيس القسم



إمضاء الأستاذ(ة) المكلف(ة) بتابعة التصحيح

برجيجان نور الدين

اسم



جامعة غرداية
كلية علوم الاقتصاد والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التسيير
ميدان العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية والتسيير
شعبة: العلوم التسيير
اختصاص إدارة أعمال سياحية
مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر مهني
بعنوان:

واقع وآفاق تنمية السياحة بولاية غرداية
تحليل مؤشرات الطلب والعرض السياحي من سنة
2024-2015

من إعداد الطالب: عمير زكرياء
أمام اللجنة المكونة من السادة:

الاسم وللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
بلعور سليمان	أ.د	غرداية	رئيسا
برهان نور الدين	أ	غرداية	مشرفا ومقررا
بن حمدون عبد الله	د	غرداية	مناقشا

السنة الجامعية: 2025-2026

جامعة غرداية
كلية علوم الاقتصاد والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التسيير



ميدان العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية والتسيير
شعبة: علوم التسيير

اختصاص إدارة أعمال سياحية
مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر مهني
بعنوان:

واقع وآفاق تنمية السياحة بولاية غرداية
تحليل مؤشرات الطلب والعرض السياحي من سنة
2024-2015

من إعداد الطالب: عمير زكرياء
أمام اللجنة المكونة من السادة:

الاسم وللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
بلعور سليمان	أ.د	غرداية	رئيسا
برهان نور الدين	أ	غرداية	مشرفا ومقررا
بن حمدون عبد الله	د	غرداية	مناقشا

السنة الجامعية: 2025-2026

الاهداء

أهدي هذا العمل الى من علمتني الصبر والإصرار

على النجاح أُمي الحنونة

والي من زودني بسلاح العزيمة والمثابرة أبي العزيز والي كل من

هو غالي علي قلبي زوجتي العزيزة وبناتي، اخوتي الأعزاء

جميع الأهل والأقارب

جميع الأصدقاء، أساتذتي الكرام،

ومن جمعني معهم طريق العلم والمعرفة .

الشكر وتقدير

الحمد والشكر لله عز وجل على توفيقني في هذا العمل.

والشكر الموصول الى كل من لم ييخل علي بتوصياته وملاحظاته التي أنارت

طريقي لاستكمال هذا العمل، وأيضا لمن

شجعني على مواصلة عملي رغم الصعوبات والعراقيل،

وللذين كانا ملهمان لي طوال دراستي الجامعية،

أخص بالذكر أستاذي الفاضلين:

برهان نور الدين* و *ثامر بشير

جزاهما الله كل خير .

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص واقع التنمية السياحية بولاية غرداية من خلال سنة الدراسة المحصورة بين سنة 2015 وسنة 2024، لتقييم كفاءة القطاع وأدائه الاقتصادي، وذلك من خلال تحليل مؤشرات العرض والطلب لنفس الفترة، وبالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي.

أظهرت النتائج أن الولاية تتميز بتنوع وثراء سياحي متميز و الذي يتجسد في مختلف المقومات السياحية مثل (القصور والصناعات التقليدية وغيرها..) والنمط العمراني الفريد، مدعوما بنمو كمي في الحظيرة الفندقية الكلاسيكية وزيادة ملحوظة في عدد وكالات السياحة والأسفار. غير أن هذا التنوع الفريد لم يترجم بعد إلى أداء سياحي فعال ومستدام، إذ كشفت النتائج عن وجود فجوة هيكلية وموسمية بين مؤشرات العرض والطلب، ونسب إشغال فندقي ضعيفة، فضلا عن هشاشة في منظومة المشاريع الاستثمارية. وبناء على ذلك خلصت الدراسة على أن تطوير السياحة في ولاية غرداية يستدعي تدخلاً ذكياً وتنسيقاً متكاملًا بين الدولة والقطاع الخاص، من خلال وضع خارطة طريق مستقبلية للتنمية وتأمين الهوية المحلية، وتوجيه الاستثمارات نحو الإيواء البديل (كدور الضيافة التقليدية)، ورفع كفاءة استغلال المقومات المتاحة .

الكلمات المفتاحية: تنمية مستدامة، طلب سياحي، عرض سياحي، سياحة، ولاية غرداية.

Russiem:

This study aimed to diagnose the reality of tourism development in the Wilaya of Ghardaia during the period from 2015 to 2024, to evaluate the sector's efficiency and economic performance. This was achieved by analyzing supply and demand indicators for the same period, relying on the descriptive-analytical approach.

The results revealed that the Wilaya is characterized by a distinct tourism diversity and richness, embodied in the globally classified Ksours of M'zab Valley, oases, thermal springs, traditional crafts, and a unique architectural style. This is further supported by quantitative growth in the classic hotel infrastructure and a noticeable increase in the number of

tourism and travel agencies. However, this unique diversity has not yet translated into an effective and sustainable tourism performance. The findings revealed a structural and seasonal gap between supply and demand indicators, weak hotel occupancy rates, as well as fragility in the investment projects system. Accordingly, the study concluded that developing tourism in the Wilaya of Ghardaia requires smart intervention and integrated coordination between the state and the private sector, through establishing a future roadmap to develop and valorize the local identity, directing investments toward alternative accommodation (such as guesthouses), and increasing the efficiency of utilizing available potentials.

Keywords: Sustainable Development, Tourism Demand, Tourism Supply, Tourism, Wilaya of Ghardaia.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتويات
I	إهداء
II	الشكر والتقدير
III	ملخص
IV	فهرس المحتويات
أ-د	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق
2	تمهيد:
3	المبحث الأول: تعريف التنمية السياحية المستدامة
3	مطلب الأول: ماهية وأهداف التنمية السياحية المستدامة
4	مطلب الثاني: مناهج ومتطلبات التنمية السياحية
8	مطلب الثالث: المعوقات تنمية السياحية المستدامة
9	المبحث الثاني: مؤشرات العرض والطلب السياحي
9	المطلب الأول: تعريف الطلب السياحي ومحدداته
15	المطلب الثاني: العرض السياحي ومكوناته
17	المطلب الثالث: تحليل العلاقة بين العرض والطلب السياحي.
19	المبحث الثالث: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وآفاق التنمية السياحية المستدامة 2030
20	المطلب الأول: المرتكزات الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030 وأبعاده الوطنية
22	المطلب الثاني: المخطط الولائي للتنمية السياحية لولاية غرداية (SDATW)
24	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: مذكرة التحليلية لمؤشرات القطاع السياحي بولاية غرداية (2015-2024)
26	تمهيد
27	المبحث الأول: الإطار المنهجي ومنهجية جمع البيانات الإحصائية

27	المطلب الأول :منهجية الدراسة
27	المطلب الثاني :مصادر البيانات
28	المطلب الثالث :متغيرات مذكرة
29	المبحث الثاني: تحليل واقع العرض السياحي في ولاية غرداية
29	المطلب الأول :العرض السياحي الهيكلي
31	المطلب الثاني :العرض السياحي الجذبي
35	المطلب الثالث :العرض السياحي المتخصص والسائد
38	المبحث الثالث: تحليل تطور الطلب السياحي واتجاهاته (2015-2024)
38	المطلب الأول :تحليل حركة التدفق السياحي
39	المطلب الثاني :تحليل "الليالي السياحية" ومعدلات الأشغال
41	المطلب الثالث :دراسة أثر المتغيرات الخارجية على الطلب
42	المبحث الرابع: تحليل الفجوة بين العرض والطلب السياحي آفاق التنمية المستقبلية
42	المطلب الأول :تحليل الارتباط بين العرض والطلب
43	المطلب الثاني :آفاق تنمية وتطوير السياحة بولاية غرداية
45	المطلب الثالث :صياغة سيناريوهات التنمية المستقبلية
46	خلاصة الفصل
48	خاتمة
51	المراجع
56	الملاحق

قائمة

الجداول والأشكال والملاحق

قائمة الجداول

الترقيم	العنوان	الصفحة
1	يوضح كيفية حساب المؤشرات الأساسية	15
2	يوضح تطور عدد المؤسسات الفندقية بين 2024/2015	29
3	يوضح تطور عدد وكالات السياحة من 2015 الي 2024	37
4	يوضح تطور التدفق السياحي حسب النزلاء من 2015 الي 2024	38
5	يوضح تحليل الليالي السياحية المقضاة من 2015 الي 2024	39
6	بين نسبة الاشغال وبناء مرافق الايواء من سنة 2024/2015	40
7	يوضح مقارنة بين الفترتين 2024/2020	42

قائمة الاشكال

الترقيم	العنوان	الصفحة
1	يوضح محددات الطلب السياحي	13
2	يوضح تطور عدد المؤسسات الفندقية	29
3	يوضح قدرة الايواء في المؤسسات الفندقية	30
4	يوضح تطور تدفق عدد النزلاء خلال فترة الدراسة 2024/2015	38
5	يوضح عدد الليالي المقضاة خلال فترة الدراسة	39

قائمة الملاحق

الرقم	العنوان	
56	يوضح إحصائيات حول الحرف والصناعات التقليدية	1

مقدمة

أ. توطئة:

تُصنف الصناعة السياحية اليوم كواحدة من أسرع القطاعات نمواً في العالم، نظراً لقدرتها الفائقة على توليد فرص العمل ودفع عجلة التنمية المستدامة. فهي تمثل مورداً اقتصادياً حيوياً يساهم في إدماج الشباب والنساء والعمالة المحلية، لا سيما في المناطق الريفية، فضلاً عن دورها الجوهرى في محاربة الفقر، وتقليص معدلات البطالة، وجذب العملات الصعبة، مما ينعكس إيجاباً على البنى الاجتماعية والثقافية للمجتمعات.

وتنفرد الجزائر بمقومات سياحية استثنائية نابعة من موقعها الاستراتيجى الرابط بين القارة الإفريقية وحوض المتوسط، وما يترتب عليه من تنوع مناخى وبيئى وجغرافى مذهل. هذا التنوع جعل من الجزائر مخزناً طبيعياً لكافة أنماط السياحة، بدءاً من السياحة الثقافية والتاريخية و السياحة الساحلية و الجبلية و البيئية وصولاً إلى الصحراوية، الحموية، مما يمنحها ميزة النشاط السياحي على مدار فصول السنة.

ورغم هذا الثراء، إلا أن الارتكان التاريخى لعائدات المحروقات منذ الاستقلال أدى إلى تهميش نسبي للقطاع السياحي، الذي لم يحظَ بالدعم الكافى ليتبوأ مكانته كرافد أساسى للتنمية. غير أن السنوات الأخيرة شهدت تحولاً جذرياً في الرؤية السياسية للدولة، حيث ظهر توجه جاد نحو النهوض بهذا القطاع عبر إنشاء أقطاب سياحية متخصصة واعتماد مخططات طموحة لتهيئة الأقاليم. ويهدف هذا التوجه إلى استعادة بريق الوجهة الجزائرية، وتحفيز الاستثمار والتنافسية، وفتح آفاق واعدة أمام الشباب لتطوير القرى السياحية، وذلك ضمن استراتيجية وطنية شاملة تهدف إلى تحقيق التنوع الاقتصادى وضمان تنمية مستدامة بعيداً عن تقلبات أسواق الطاقة."

حيث تُعد السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية التي ساهمت في تطور التنمية السياحية. وذلك من خلال توفير فرص العمل وتنويع مصادر الدخل. إذ تزخر الجزائر عموماً، ولاية غرداية خصوصاً، بمقومات سياحية هامة تجمع بين التراث الثقافى والطابع العمرانى الفريد، مما يجعلها وجهة سياحية متميزة. ورغم كل هذه المقومات، لا يزال القطاع السياحي في ولاية غرداية يواجه عدة تحديات تحدّ من تطوره، سواء من حيث ضعف البنية التحتية أو نقص الترويج السياحي.

ب. طرح الإشكالية:

على ضوء ما سبق تظهر ملامح إشكالية دراستنا من خلال السؤال الرئيسى التالى:

ما واقع التنمية السياحية في ولاية غرداية في ظل سنة 2015 الى 2024 في ضوء مؤشرات قياس العرض والطلب، وما هي الآفاق الاستراتيجية المقترحة لتفعيل القطاع السياحي بالولاية؟

التساؤلات الفرعية للدراسة:

- ما هو الإطار المفاهيمي والنظري للعرض والطلب السياحي والتنمية السياحية المستدامة؟
- ما هو واقع مؤشرات العرض السياحي (الحظيرة الفندقية، وكالات السفر، طاقات الإيواء) في ولاية غرداية خلال الفترة (2015-2024)؟
- كيف تطورت مؤشرات الطلب السياحي (تدفقات السياح، الليالي السياحية، نسب الإشغال) في الولاية خلال نفس الفترة؟
- ما هي طبيعة وحجم الفجوة السياحية (الهيكيلية والموسمية) المكتشفة، وما هي التوجهات الاستراتيجية والبدائل الاستثمارية المقترحة لتنمية القطاع مستقبلاً؟

ت. الفرضيات:

- ✓ **الفرضية الأولى:** يرتبط نجاح التنمية السياحية المستدامة بمدى وجود تكامل وتوازن مرن بين مؤشرات العرض السياحي ومؤشرات الطلب السياحي.
- ✓ **الفرضية الثانية:** يشهد العرض السياحي في ولاية غرداية نمواً كمياً في المنشآت القاعدية، إلا أنه لا يزال بحاجة إلى تنوع نوعي يواكب المعايير الدولية.
- ✓ **الفرضية الثالثة:** يتسم الطلب السياحي في المنطقة بالارتباط الوثيق بالمواسم السياحية (الموسمية)، مع سيطرة واضحة للسياحة الداخلية على حساب السياحة الدولية في السنوات الأخيرة.
- ✓ **الفرضية الرابعة:** تؤدي الفجوة الهيكلية والنوعية بين العرض المتاح والطلب الفعلي إلى ضعف الكفاءة الاقتصادية للقطاع، ويمكن إحتواء هذه الفجوة عبر توجيه الاستثمارات المستقبلية نحو "الإيواء البديل" (مثل دور الضيافة في القصور) وتفعيل السياحة الحموية صيفاً.

ث. مبررات اختيار موضوع البحث:

- تتمثل الأسباب والدوافع التي أدت إلى اختيار هذا الموضوع للدراسة فيما يلي:
- ✓ المكانة العالمية لصناعة السياحة: التوجه الدولي المتزايد نحو تعزيز السياحة كصناعة استراتيجية حديثة، تساهم بفعالية في دعم قاطرة التنمية المستدامة للدول.
- ✓ كوني ابن المنطقة وأدرك جيداً المؤهلات والمقومات السياحية التي تزخر بها ولايتي، وكذا قدرتها على تنشيط السياحة الصحراوية.

✓ تنوع الموارد الاقتصادية لولاية غرداية: امتلاك الولاية لمؤهلات سياحية معتبرة تؤهلها لتكون ركيزة أساسية في تنوع مصادر الدخل ، وخلق بدائل اقتصادية أخرى.

✓ دعم التوجهات الاستراتيجية للدولة :مواكبة الرؤية الجديدة للسلطات الجزائرية التي تضع النهوض بالقطاع السياحي ضمن أولوياتها، بهدف تحسين صورة الجزائر دولياً وتحويلها إلى وجهة سياحية رائدة وجذابة.

ج.أهداف المذكرة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التالية:

- تقديم صورة دقيقة وشاملة لواقع القطاع السياحي في ولاية غرداية، باستخدام لغة الأرقام والمؤشرات الإحصائية الموثقة.
- فهم تطور النشاط السياحي عبر عقد من الزمن (2015-2024)، وذلك لرصد نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات التي واجهت القطاع.
- وضع رؤية مستقبلية (آفاق) لتطوير السياحة في المنطقة، مبنية على معطيات واقعية وتوجهات الاستدامة والرقمنة.
- تزويد صناع القرار في مديرية السياحة والمستثمرين بقاعدة بيانات دقيقة تساهم في رسم الخطط الاستراتيجية وتعزيز الجاذبية الاستثمارية للولاية.

ح.أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من اعتبارات علمية وعملية بالغة الأهمية، وتتجلى في النقاط التالية:

- **الأهمية العلمية (النظرية):** تساهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة الجامعية والأدبيات الاقتصادية التي تبحث في آليات قياس مؤشرات العرض والطلب السياحي، خاصة وأنها تربط الجانب النظري بالتطبيق على منطقة جغرافية متميزة.
- **الأهمية العملية (التطبيقية):** توفر الدراسة تشخيصاً إحصائياً وميدانياً حديثاً لواقع قطاع السياحة بولاية غرداية على مدار عشر سنوات كاملة (2015-2024)، مما يتيح لصناع القرار والمستثمرين في مديرية السياحة والقطاع الخاص معطيات واضحة حول الفجوات الحالية.
- **إبراز الهوية السياحية للمنطقة:** تكمن الأهمية في تسليط الضوء على ولاية غرداية كقطب سياحي ذي خصوصية ثقافية وعمرانية (تراث عالمي).

خ.حدود الدراسة:

لكي يتسم البحث بالدقة العلمية، تم حصر الدراسة ضمن الحدود المنهجية التالية:

- **الحدود الموضوعية:** اقتضت الدراسة على تحليل مؤشرات العرض السياحي (الحظيرة الفندقية، وكالات السياحة والأسفار، طاقات الإيواء) ومؤشرات الطلب السياحي (تدفقات السياح، الليالي السياحية، نسب الإشغال) وتحليل الفجوة والموسمية بينهما.
- **الحدود المكانية:** أجريت الدراسة التطبيقية والميدانية في ولاية غرداية.
- **الحدود الزمنية:** تغطي الدراسة السلسلة الزمنية الممتدة من سنة 2015 إلى سنة 2024، وهي فترة ثرية جداً تعكس التغيرات السياحية ما قبل وخلال وما بعد جائحة كورونا (Covid-19)

د. منهج البحث والأدوات المستخدمة:

في دراستنا هذه اخترنا المنهج الوصفي والمنهج التحليلي الذي من خلاله وضعنا مفاهيم حول السياحة كذا تشخصنا لواقع قطاع السياحي في الولاية وتحليل أبرز المعطيات والبيانات الإحصائية المستقاة من الهيئات الرسمية (المديرية الولائية للسياحة).

ذ. صعوبات البحث:

رغم المجهودات المبذولة لإخراج الدراسة في شكلها الأكاديمي المطلوب، إلا أن البحث واجه بعض الصعوبات والمثبطات الميدانية، ومنها:

- **صعوبة الحصول على بيانات إحصائية دقيقة ومحينة لسنوات (2023-2024)** نظراً لتأخر صدور بعض التقارير السنوية الرسمية، مما تطلب جهداً إضافياً وتواصلاً مستمراً مع المصالح المحلية بمديرية السياحة لاستيفائها.
- **واجه الباحث صعوبة في تجميع وتحليل البيانات الخاصة بالإيواء غير الرسمي أو دور الضيافة التقليدية لعدم خضوع بعضها للإحصاء الكلاسيكي الدقيق.**
- **قلة الدراسات الأكاديمية الجزائرية التي تناولت مشكلة "الموسمية" الحادة في سياحة الواحات والجنوب بشكل عام.**

ر. هيكل الدراسة:

حيث تطرقنا في دراستنا هذه الى محاولة تقسيمها الى فصلين حيث يحتوي كل منها على ثلاث مباحث، وكذا تقسم المباحث الى ثلاث مطالب للتحديث أكثر حول الموضوع.

ز. أنموذج الدراسة:

بهدف تشخيص الفجوة السياحية واستشراف آفاق التنمية، يقوم أنموذج الدراسة على علاقة ترابطية بين المتغيرات التالية:

- المتغير المستقل الأول (مؤشرات العرض السياحي): ويضم (عدد الفنادق، طاقة الإيواء والأسرة، عدد وكالات السياحة والأسفار، هياكل الاستقبال التقليدية والحموية).
- المتغير المستقل الثاني (مؤشرات الطلب السياحي): ويضم (عدد السياح الوافدين - محليين وأجانب -، عدد الليالي السياحية المحققة، معدلات ونسب الإشغال الفندقية).
- المتغير التابع (واقع التنمية السياحية والآفاق المستقبلية).

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية

ومؤشرات السوق

تمهيد:

تعد التنمية السياحية المستدامة نموذجاً اقتصادياً حديثاً يهدف إلى تلبية احتياجات السياح والمجتمعات المحلية مع ضمان حماية الموارد الطبيعية والثقافية للأجيال القادمة. فهي لا تكتفي بتحقيق العوائد المالية، بل تسعى إلى إيجاد توازن دقيق بين النمو السياحي والحفاظ على البيئة والهوية الأصيلة للمناطق.

ومن خلال تبني استراتيجيات تعتمد على الرقمنة والابتكار، تساهم السياحة المستدامة في تعزيز الاقتصاد المحلي وتطوير البنية التحتية دون المساس بالتوازن الإيكولوجي، مما يجعلها ركيزة أساسية لتحقيق الرفاه الشامل والمستمر. ومنه ثم تناول ثلاث مباحث في هذا الفصل:

- المبحث الأول: ماهية التنمية السياحية المستدامة.
- المبحث الثاني: مؤشرات العرض والطلب السياحي.
- المبحث الثالث: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وآفاق 2030 كإطار للإستدامة السياحية المحلية

المبحث الأول: تعريف التنمية السياحية المستدامة.

ان مفهوم التنمية المستدامة يعتبر منهجا وأسلوبا نُهضت من خلاله العديد من المؤسسات السياحية العالمية من خلال تطبيق مناهجه بدقة وتركيز، ولهذا سنتطرق في هذا المبحث إلى مفاهيم عامة حول التنمية السياحية المستدامة أبعادها وأهدافها ومتطلباتها، وأخيرا معوقاتهما.

المطلب الأول: ماهية وأهداف التنمية السياحية المستدامة.

أولاً: ماهية التنمية السياحية مستدامة.

1- تعني تحقيق الرفاهية للأجيال الحالية التي تأتي من السياحة مع عدم الإضرار بحصة الأجيال القادمة من هذه الرفاهية، ونعني بالأجيال الحالية والقادمة كلا من السائح والسكان المحليين في مناطق الهدف السياحي التي تتوفر فيها الموارد المختلفة¹.

2- هي كل عملية تقوم بمبدأ إشباع حاجات السائحين الجسدية والنفسية والحصول على متطلباتهم دون الإخلال المساس بحقوق الأجيال القادمة².

3- هي بالأسلوب الذي يحقق احتياجات الحاضر بحيث لا تتسبب في إفساد أو تغيير البيئة الطبيعية أو المصنوعة، وبما يؤكد استمرار تحقيقها لاحتياجات الأجيال القادمة³.

4- كما عرفت منظمة السياحة على أنها تلك التنمية التي تلبي احتياجات السياح والمواقع في الدول المضيئة إلى جانب حماية حق الأجيال القادمة للاستمتاع بهذه المواقع مستقبلاً. أي أنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ويتحقق معها التكامل الثقافي مع العوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة⁴.

ثانياً: أهداف التنمية السياحية المستدامة:

تتمثل أهم أهداف التنمية السياحية المستدامة في⁵:

1 - أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية: المراكز - الآليات - المعايير، ط1، دار راية للتوزيع والنشر، عمان، 2009، ص 137.

2 - نهي إبراهيم خليل، البيئة والتنمية المستدامة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 48.

3 - صليحة عشي، "دور التنمية السياحية المستدامة في حماية البيئة"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، ع 1، 2009، ص 57.

4 - عاطف السيد، بالصناعات الصغيرة (الصناعات الصغيرة ودورها في التنمية الاقتصادية والسياحية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2007، ص 15).

5 - محمد إبراهيم عراقي، فاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية - دراسة تقييمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية -، ورقة بحثية، ورشة عمل السياحة الإسكندرية، مصر، 2007 تاريخ الزيارة، 2011/03/29، ص 05، عن موقع:

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

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

- 1- حماية البيئة وزيادة التقدير والاهتمام بالموارد الطبيعية والمورثات الثقافية للمجتمع.
- 2- مقابلة الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري والارتقاء بالمستويات المعيشية.
- 3- تحقيق العدالة على مستوى الجيل الواحد وكذلك بين الأجيال المختلفة من حيث الحق في الاستفادة من الموارد البيئية وتوزيع الدخل...إلخ.
- 4- خلق فرص جديدة للاستثمار وبالتالي فرص عمل ودخول جديدة وتنوع الاقتصاد.
- 5- زيادة عوائد الحكومة من خلال فرض الضرائب على مختلف النشاطات السياحية.
- 6- تحسين البنية الأساسية والخدمات العامة في المجتمعات المضيفة.
- 7- خلق أسواق جديدة للمجتمعات المحلية.
- 8- الارتقاء بمستوى تسهيلات الترفيه وإتاحتها للسياح والسكان المحليين على حد سواء.
- 9- الارتقاء بالوعي البيئي والقضايا البيئية لدى السياح والعاملين والمجتمعات المحلية.
- 10- مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ قرارات التنمية السياحية وبالتالي خلق تنمية سياحية مبنية على المجتمع.
- 11- التشجيع على الاهتمام بتأثيرات السياحة على البيئة والمنظومة الثقافية للمقاصد السياحية.
- 12- إيجاد معايير للمحاسبة البيئية والرقابة على التأثيرات السلبية للسياحة.
- 13- الاستخدام الفعال للأرض وتخطيط المساحات الأرضية بما يتناسب مع البيئة المحيطة.

المطلب الثاني: مناهج ومتطلبات التنمية السياحية المستدامة

أولاً: مناهج التنمية السياحية

تتمثل مناهج التنمية السياحية المستدامة في المنهج الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المنهج الحيوي، منهج رأس المال والتي سنستعرض كل واحد منها كالاتي:¹

1- البعد الاقتصادي:

يتضمن دراسة العلاقات المتبادلة ما بين الأركان الثلاث، وخدمة لهذا المنهج أصدرت اللجنة الإنمائية للأمم المتحدة صياغة أولية لدليل السياحة البيئية والاقتصادية المتكاملة عام 1993 ليقوم بمهمة تقييم الأركان الاقتصادية والبيئية المجتمعة في مفهوم التنمية لكن في غياب لمنهج الاجتماعي الذي لم يعطى له وزن لازم لكن في عام 2000 تحت

¹ - إبراهيم بظاظو، السياحة البيئية وأسس استدامتها، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص.154، 155.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

نفس المسمى وبإضافة دليل عملي بحيث يوفر هذا المنهج خطوة في مجال السياسات، إلا أن أحدث إصدار موسع لهذه الصياغة ظهر عام 2003 الدليل البيئي فيما بعد.

ويتوقف تحقيق البعد الاقتصادي على العناصر التالية¹:

- أن نصيب الفرد من الموارد الطبيعية في البلدان الصناعية يتجاوز بشكل كبير ما يحظى به سكان البلدان النامية
- تغير أنماط الاستهلاك وتحسين كفاءة استغلال الموارد الطبيعية خاصة بالنسبة للدول المتقدمة.
- قيام الرئيس في اسهام في حل مشكلات التلوث العالمي، وبالتالي فهي مطالبة أكثر بتبني التنمية المستدامة وقيادتها خاصة تمتلك الموارد المالية والتقنية والبشرية الكفيلة باستخدام تكنولوجيات أنظف.

2-البعد الاجتماعي :

من أجل تحقيق معدلات نمو مرتفعة يجب المحافظة على استقرار معدل نمو السكان حتى لا تفرض ضغوطات شديدة على الموارد الطبيعية، ووقف تدفق الأفراد إلى المدن من خلال تطوير مستوى الخدمات الصحية والتعليمية في الأرياف، وتحقيق أكبر قدر من المشاركة الشعبية في التخطيط للتنمية،² ويتحقق البعد الاجتماعي بتحقيق العناصر التالية³:

- النمو السكاني السريع يحدث ضغوطا حادة على الموارد الطبيعية وعلى قدرة الحكومات في توفير الخدمات، إن لتوزيع السكان أهمية خاصة، ذلك أن الاتجاهات الحالية نحو توسع المناطق الحضرية لاسيما المدن الكبيرة لها عواقب بيئية وخيمة، فالمدن تقوم بطرح النفايات والمواد الملوثة ذات الانعكاسات السلبية على الإنسان وعلى النظم الطبيعية. ومن هنا فالتنمية المستدامة تعني النهوض بالتنمية الريفية وإبطاء حركة الهجرة إلى المدن، والاعتماد على التكنولوجيات الحديثة للتقليل من الآثار البيئية للمدن الكبرى.

- التنمية المستدامة على الاستخدام الكفء للموارد البشرية، وذلك بتحسين التعليم والخدمات الصحية، بمعنى آخر إعادة توجيه الموارد أو إعادة تخصيصها لضمان الوفاء بالاحتياجات البشرية الأساسية كالقراءة، الكتابة، الرفاه الاجتماعي وحماية التنوع الثقافي والاستثمار في الرأسمال البشري.

- إن التنمية البشرية تتفاعل تفاعلا قويا مع الأبعاد الأخرى للتنمية المستدامة، فحصول الناس على ما يلزمهم من

¹ - مصطفى قريد، سمير بوعافية، مساهمة استراتيجية الإنتاج الأنظف في تحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الوطني الخامس حول اقتصاد البيئة وأثره على التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، أكتوبر، 2008 ص-6..

² - سيا قاسمي، التنمية المستدامة بين الحق في استغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، الملتقى الدولي الثاني حول السياسات والتجارب التنموية بالوطن العربي والمتوسطي، الجمعية التونسية للتوسطية للدراسات التاريخية والاجتماعية والاقتصادية، تونس، أبريل، 2012 ص.10

³ - مصطفى قريد وسمير بوعافية، مرجع سبق ذكره، ص6. و سناء حم عيد، استراتيجية الطاقة المتجددة في الجزائر ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2013، ص34.

غذاء وتمتعهم بمستوى تعليمي وصحي جيدين سينعكس بالتأكيد على أدائهم لواجباتهم وأعمالهم وزيادة وعيهم بأهمية القضايا البيئية.

3- البعد البيئي:

يتمثل البعد البيئي للتنمية المستدامة في الحفاظ على الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل، والتنبؤ بالآثار التي يمكن أن تسببها عملية التنمية للنظم البيئية، والعمل على تجنبها وتخفيف حدتها وفيما يلي أهم عناصر البعد البيئي¹:

- كما أن الإفراط في استخدام الأسمدة والمبيدات يؤدي إلى تلوث المياه السطحية والمياه الجوفية. إضافة للضغط البشرية والحيوانية، فإنها تضر بالغطاء النباتي والغابات، وهناك مصائد كثيرة للأسماك يجري استغلالها بكثافة، وهو ما تعمل التنمية المستدامة على تجنبه والحد منه.

- يجب حماية وصيانة الموارد الطبيعية اللازمة لإنتاج مختلف المواد خاصة في ظل تزايد الاحتياجات وكثرتها وهو ما يتطلب حماية التربة، حماية الأراضي المخصصة للأشجار وحماية مصائد الأسماك، وذلك عن طريق استحداث وتبني ممارسات وتكنولوجيات تسمح باستغلال هذه الموارد بكثافة أكبر.

- تعمل التنمية المستدامة على تحقيقه من خلال وضع حد للاستخدامات المبددة وتحسين كفاءة شبكات المياه؛ خاصة مع قلة إمدادات المياه في بعض المناطق إضافة لتلوث المياه السطحية والمياه الجوفية بالنفايات الصناعية، الزراعية والبشرية

4- البعد الحيوي:

يرى بعض الباحثين في البعد الحيوي أن استدامة الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية ترتبط أساساً بالاستدامة البيئية؛ إذ يُنظر إلى هذا البعد بوصفه تعبيراً عن قدرة النظام الحيوي في الموقع على الاستجابة الإيجابية للتغيرات. ويعني ذلك أن العنصر الجوهري الذي ينبغي ضمان استمراريته هو مرونة الأنظمة الحيوية في التكيف مع المؤثرات الخارجية. ويتطلب تحقيق ذلك الحفاظ على صحة هذه الأنظمة، باعتبارها شرطاً أساسياً لمرونتها، ومن ثم لدعم استدامة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية. كما أن مفهوم "صحة الأنظمة الحيوية" يُعد تعبيراً مجازياً مستمدًا من علوم الصحة الإنسانية، ويمكن فهمه باعتباره موردًا يمكن هذه الأنظمة من التكيف والتطور في مواجهة الظواهر المتغيرة داخل الموقع السياحي.

5- بعد رأس المال:

¹ - مصطفى فريد وميمر بوعافية، مرجع سبق ذكره، ص 7-8.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

يعتبر منهج رأس المال، المنهج الثالث لدراسة مناهج التنمية السياحية المستدامة من أقرب المناهج للاقتصاديين، رغم أنه يتخطى كثيرا مجال اهتماماتهم، حيث يستبعد هذا المنهج مفهوم رأس المال من علم الاقتصاد، ثم يقوم بتوسيع هذا التعريف ليشمل كثيرا من الاعتبارات الملائمة لدمومة التنمية السياحية. ورغم ما يواجهه من اختلاف ما بين الاقتصاديين على مفهوم التنمية السياحية المستدامة إلا أنه يوجد اتفاق أساسي على تغطية واحدة وهي أن التنمية السياحية المستدامة مرتبطة ارتباطا وثيقا بمفهوم الدخل السياحي.

والمقترحات التي يقدمها الدليل لقياس رأس المال الطبيعي تتم الإشارة إلى رأس المال المنتج في إطار الدليل البيئي ضمن آيتين، الأولى في حسابات الأصول حيث تعالج الموارد الطبيعية باعتبارها رأس مال منتج. والثانية في حسابات حماية البيئة وإدارة الموارد حيث يتم تقدير رأس المال المنتج المستخدم للأغراض البيئية في الموقع السياحي.

ثانيا: متطلبات التنمية السياحية¹

تشير الأدبيات إلى أن نظريات وفلسفات التنمية السياحية المستدامة تظل على هيئة مسلمات إذا لم تعطى أو تتوفر لها مقومات تطبيقها عند تنفيذ مخططات التنمية السياحية.

وعلى الرغم من الصعوبات التي تواجه تطبيق التنمية السياحية المستدامة، إلا أنه لا يوجد خلاف على أهمية تبني مبادئ الاستدامة ومن الأهمية بمكان تبني أدوات لتحقيقها.

ويعتبر مفهوم أفضل ممارسة لإدارة بيئية بمثابة الأسلوب الأمثل للاستجابة للتغيير وما يتطلبها من إعادة هيكلة للعمليات المختلفة، كما أنه يعتبر الإطار الشامل الذي يقدم المعايير البيئية المختلفة التي من خلالها يتم تحقيق الجودة البيئية والارتقاء بمستوى التخطيط والتنمية في المناطق السياحية².

ويهدف مفهوم أفضل ممارسة لإدارة البيئة إلى:

- الاستخدام الرشيد للموارد الطبيعية مثل الأرض والتربة والطاقة والمياه وغيرها.
- العمل على خفض نسب التلوث بأشكاله المختلفة، الصلبة والسائلة والغازية.
- الحفاظ على التنوع البيولوجي من خلال حماية النباتات والحيوانات والنظام الإيكولوجي والحفاظ على المناطق ذات الحساسية العالية.

- المشاركة المحلية لكافة طوائف المجتمع في عمليات التنمية.

¹ - حمد إبراهيم عراقي، فاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية-دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية-، ورقة بحثية، ورشة عمل السياحة الإسكندرية، مصر، 2007 تاريخ الزيارة، 2011/03/29 ص06 عن موقع http://www.seyouf.org/db_bin/evd_evd_pdf_2.pdf?PHPSESSID

² - حمد إبراهيم عراقي، فاروق، مرجع سابق، ص 08.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

- استخدام العمالة والمنتجات المحلية.

- التقليل من المواد الكيماوية الملوثة للتربة.

- وضع سياسة تراعي الشروط البيئية في كافة مراحل التنمية السياحية.

- الأخذ في الاعتبار شكاوى السائحين.

وهناك مداخل عديدة لمفهوم أفضل ممارسة لإدارة البيئة وهي:

■ **المدخل الاقتصادي** : غرامات للمؤسسات الملوثة للبيئة .

■ **المدخل القانوني والإداري** : التشريعات والتعليمات المتعلقة باستخدام الموارد السياحية فضلا عن توفير الهيكل

الإداري الذي يحقق ذلك.

■ **المدخل الفني**: استخدام التكنولوجيا الصديقة للبيئة في إدارة العمليات السياحية.

■ **المدخل الثقافي** : مثل قياس اتجاهات المجتمعات المضيفة تجاه السياحة.

مما تقدم يتضح لنا أن مفهوم أفضل ممارسة لإدارة بيئة يعتبر الطريقة المثلى لبقاء المناطق السياحية في المنافسة بكفاءة

مع المحافظة على الموارد الطبيعية والتي بمثابة عوامل الجذب الأساسية في السياحة.

ويمكن القول بأن تبني أي مدخل من مداخل هذا المفهوم - الاقتصادي أو الفني أو القانوني أو الثقافي ، سوف يتوقف

على مدى ملاءمته للمرحلة التي تمر بها المنطقة السياحية في دورة حياة منطقة الجذب السياحية الواحدة.

المطلب الثالث: معوقات التنمية السياحية المستدامة¹

1.4. معوقات التنمية السياحية في الجزائر :أهم ما يعيق التنمية السياحية في الجزائر

- النقص الملحوظ في العمل المؤسسيات للسياحة، إذ أن عدم تواجد تنظيم هيكلي للسياحة قادر على مواجهة

التحديات والاستفادة من الفرص يعتبر عائقا أساسيا في تقدمه، ويجعل هذا النشاط ضعيفا وبالتالي العائد متواضعا

- ارتفاع تكاليف الاستثمار ونقص الموارد المالية لدى المستثمرين المحليين، بسبب قلة المداخل وعدم قدرتهم على

الحصول على قروض من البنوك، بسبب ارتفاع نسب الفائدة على القروض، حيث تصل هذه النسبة أحيانا إلى

12% مما يخلق صعوبات في اقتناء القروض، وهذا في حد ذاته يعتبر تثبيطا للمشاريع الاستثمارية.

- عدم تحسين البنية التحتية الأساسية، كون قطاع السياحة يعتبر قطاعا أفقيا يحتاج إلى تداخل مختلف القطاعات ،

خاصة قطاع الأشغال العمومية المسؤول عن تحسين البنية التحتية، ولهذا فالأولوية يجب أن تمنح لتوفير وتأهيل الهياكل

¹ - معطى الله، رشيد؛ وآخرون، (مؤشرات التنمية المستدامة). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية 2012، ص 24.

قبل الحديث عن الخدمات الأساسية من تكوين وإعلام واتصال وغيرها.

- ارتفاع أسعار الغرف الفندقية، فمثلا سعر الغرفة الواحدة في فندق مصنف خمس نجوم يفوق

10000 دج، وهذا سعر مرتفع بدون الحديث عن تكاليف الإطعام والترفيه وغيرها¹.

- غياب خطة سياحية مرجعية ، أي عند التخطيط لإنشاء منطقة سياحية ما دون إرفاقه بخطة متكاملة بكامل المنطقة هذا يعيق الاستثمار، فمثلا عدم معرفة مصير الأرض المجاورة لمشروع الاستثمار السياحي هذا يؤدي إلى تردد المستثمر في انجاز أي مشروع.

- نقص المراكز والمرافق التعليمية والتدريبية لتأهيل اليد العاملة المتخصصة والعاملة في قطاع السياحة ، حيث تشير دراسات المنظمة العالمية للسياحة أن نسبة العمالة غير المؤهلة في القطاع السياحي الجزائري تقدر بـ 66% من مجموع المشغلين، في حين تسمح المقاييس العالمية ما نسبته 20% لهذا الصنف من العمالة.

- المنافسة الشديدة من البلدان المجاورة - تونس، المغرب، اسبانيا - لاستقطاب أكبر عدد من السياح إلى بلدانهم، بتوفير جملة من الأنشطة السياحية التي تلي حاجيات السائح المختلفة، فغياب مثل هذه المنافسة لدى الطرف الجزائري أعاق نمو وتطور القطاع السياحي في الجزائر.

- عدم الاستقرار الأمني والسياسي الذي يؤثر سلبا على قدوم السياح ، وفي نفس الوقت يعيق تطور قطاع السياحة.

- البيروقراطية والتعقيدات الإدارية التي يصطدم بها كل من أراد الاستثمار في هذا القطاع.

المبحث الثاني: مؤشرات العرض والطلب السياحي

يعتبر مؤشر العرض والطلب السياحي مؤشر يوضح علاقة بينهما من خلال اظهار علاقة التي تربطهما في القطاع سياحي او غيره.

المطلب الأول: مفهوم الطلب السياحي ومحدداته

1 -تعريف الطلب السياحي:

يُعرف الطلب عموماً على سلعة أو خدمة معينة بأنه "تلك الكمية من السلع أو الخدمات التي يرغب المشتري في الحصول عليها نظير سعر وزمن معينين"، وهذا يعني بشكل عام أن الطلب يمثل الرغبة والقدرة على الشراء تحت

¹ - معطى الله، رشيد؛ وآخرون، (مؤشرات التنمية المستدامة)، مرجع سابق، ص 26

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

ظروف وشروط محددة، فالطلب وفقاً لمفهومه الاقتصادي إذ يمثل "مجموع رغبات الأفراد وقدراتهم على شراء كميات مختلفة من السلع والخدمات عند مستويات أسعار مختلفة، وخلال فترات زمنية معينة"¹.

قد يتبادر إلى الأذهان للوهلة الأولى أن تعريف الطلب السياحي أمر يسير وبسيط، غير أنه على العكس من ذلك تماماً، حيث ونظراً للطبيعة المعقدة والمتشابكة لصناعة السياحة فإنه يصعب ويتعقد إيجاد تعريف موحد للطلب فيها، ويختلف الطلب في السياحة عن غيره الموجه لشراء واقتناء سلع وخدمات أخرى، وذلك لوجود عوامل مختلفة تؤثر على سلوك السياح كتوفر وقت فراغ للقيام برحلة سياحية، ومستوى للدخل يكفل القدرة على شراء هذه الرحلة، إضافة إلى مجموعة من المؤثرات الأخرى التي تدفع بالطلب لأن يكون مجموعة غير متجانسة من الأفراد الذين يريدون السفر والحصول على خدمات سياحية ترضي احتياجاتهم.

وقد جاءت الأدبيات السياحية بعدة تعاريف للطلب السياحي، تقول أنه:

- "اتجاهات السياح لشراء منتج سياحي معين، أو زيارة منطقة ما أو دولة سياحية، قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والقدرات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة"².
- "السوق السياحي المرتقب الذي تهدف إلى إثارته، وتنشيطه جميع الدول السياحية من مختلف أنحاء العالم لتحقيق أكبر حركة سياحية قادمة منه"³.
- الطلب السياحي هو "قياس لمدى استخدام السياح للسلع والخدمات"⁴.
- يقول (Pearce, 1995) أنه "العلاقة بين دافع الأفراد للسفر وقدرتهم للقيام بذلك"⁵.
- ورأى (Cooper & al, 1998) أنه "مجموع السلع والخدمات التي يكون الأفراد السياح على استعداد لشرائها عند أسعار معينة، خلال فترة إقامتهم"⁶.

¹ - Victor T.C. Middleton & Jackie Clarke (2001), Ibid, P04.

² - صبري عبد السمیع، التسويق السياحي والفندقي: أسس عملية وتجارب، بحوث ودراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص 103.

³ - صبري عبد السمیع مبروك، التنمية السياحية: المبادئ، المقومات، المعوقات، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2011، ص 104.

⁴ - Douglas C. Frechtling (2001), "Forecasting tourism demand methods and strategies", Published by Butterworth-Heinemann, P04.

⁵ - Page, S. J. (2007). *Tourism Management: Managing for Change*. (2nd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann, p.

67

⁶ - Stephen J. Page (2007), Ibid, P67.

• أما (Mathieson & Wall, 1995) عرفوه على أنه "العدد الإجمالي للأشخاص الذين يسافرون، أو يرغبون في السفر، لاستخدام المرافق السياحية والخدمات في أماكن بعيدة عن أماكن عملهم وإقامتهم"¹. وفقاً لجميع التعاريف السابقة يمكن القول إن الطلب السياحي "يمثل مجموع الأفراد الفاعلين والمحتملين الراغبين في القيام برحلات سياحية، واقتناء السلع والخدمات السياحية المعروضة في الوجهة المقصودة لإشباع حاجياتهم ورغباتهم وطموحهم".

وعليه تمارس الدول المستقبلية للسياح جهوداً عظيمة، واهتماماً بليغاً للتعرف على الطلب السياحي المتاح في أسواقها الداخلية، وفي أسواق الدول المصدرة له، وقياسه قياساً عملياً باعتبار ذلك أحد أهم العناصر الأساسية التي تضمن وضع خطط وبرامج سياحية فعالة.

2- محددات الطلب السياحي:

يرى (Song, 2009) أنه إضافة إلى وجود الدافع القوي، والوقت لازم للقيام بالسياحة، فإن الأفراد يتأثرون بمجموعة من المتغيرات التفسيرية والتي يمكن أن تسيطر على تحديد مستويات الطلب السياحي في الأسواق، وغالباً ما تستعمل الدراسات المتعلقة بهذا الجانب نماذج تفسر حركات الطلب السياحي ب²:

* **الدخل**: تعد الإمكانات المادية المتمثلة بعامل الدخل من الشروط الأساسية لتحقيق الطلب السياحي، فالوضع الاقتصادي للفرد يؤثر في نمط سلوكه الاستهلاكي، واختياراته السياحية. ولذلك يعتبر الدخل من العوامل الأكثر أهمية في تفسير اتجاهات الطلب، وذلك بما يلعبه من دور في تحديد السلوكيات الاستهلاكية كونها لا تتحقق بمجرد توافر الرغبة، ولكن تقترن بالقدرة الشرائية أيضاً.

* عدد السكان:

تنعكس ظاهرة النمو الديمغرافي التي يشهدها العالم على حجم الطلب، حيث تشير أغلب الدراسات أن الطلب السياحي سيرتفع نسبياً في علاقة طردية مع عدد السكان، فكلما زاد حجم السكان زاد الطلب السياحي والعكس صحيح فلو أخذنا بلدين متشابهين بجميع الموصفات والإمكانات المادية، المستوى الثقافي وغيرها من مقومات السياحة، فيما عدا اختلاف في حجم السكان فإنه من المؤكد أن البلد الذي عدد سكانه أكبر سيكون الطلب على السياحة فيه أكبر، نظراً لمشاركة أفراداه في تنشيط السياحة الداخلية وقد لا يكون الحال كذلك في بعض البلدان الأخرى.

* الأسعار وتكاليف الرحلة السياحية:

¹ - Stephen J. Page (2007), Ibid, P67

² - 1 Haiyan Song & al (2009), "The Advanced Econometrics Of Tourism Demand", Published by Routledge, First Publication, P 03.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

يمثل مستوى الأسعار العام في الوجهة السياحية، بما في ذلك كافة المنتجات والخدمات التي يمكن أن يقتنيها السائح في رحلته، وتعتبر الأسعار من بين أهم المحددات تأثيراً في مستويات الطلب السياحي، وهي في الغالب ذات علاقة عكسية به، فكلما انخفضت الأسعار يزداد الطلب السياحي.

*الأذواق:

تعتبر أذواق السياح مصدراً لتحديد سلوكياتهم، وقد تكونت هذه الأذواق نتيجة لبعض التغيرات الاجتماعية والاقتصادية لعالم اليوم، فارتفاع المستوى المعيشي والتعليمي مثلاً له قدرة كبيرة في تحديد هذه الأذواق، ويرتبط هذا المفهوم ارتباطاً وثيقاً بالطلب على الوجهة أو المقصد السياحي كونه عنصراً هاماً في اختياره، غير أن هذه الأذواق يمكن أن تتغير نتيجة لبعض الممارسات التحفيزية.

*التسويق:

يعتبر استخدام التسويق والمفاهيم المرتبطة به إضافة قوية لصناعة السياحة، حيث يعود إليه الفضل في اكتشاف وجذب الأفراد المحتملين في الأسواق السياحية، وهو ما انعكس على مستوى الطلب في بلدان متقدمة تنتهج فلسفة ونمطاً إدارياً تسويقياً، مبني على اكتشاف الحاجات المكتومة داخل الأفراد والسعي لتوفير المنتجات التي من شأنها إرضاء هؤلاء السياح بأقصى المستويات وفقاً للموارد المتاحة، مع الحفاظ على سلامة تلك الموارد، مستعملاً في ذلك أدوات مختلفة كالترويق لهذه المقاصد وخلق صورة جذابة لها في أوساط السياح المحتملين في الأسواق المحلية والخارجية. غير أن هذه العملية من شأنها أن تكلف خزائن المنظمات والهيئات الناشطة في صناعة السياحة مبالغ باهظة، إلا أنه لا بد منه، فوفقاً لظروف المحيط العالمي يتوجب تبني هذا الفكر وإدماجه فلسفته عبر كافة الأنشطة والعمليات، للوصول إلى الأهداف المسطرة وتحقيق الأرباح من خلال خدمة السياح والتطلع إلى تلبية متطلباتهم.

*التوقعات واستمرار العلاقة:

تسهم جودة الخدمات السياحية المطروحة في المقصد السياحي، ومدى قدرتها على إرضاء توقعات السياح عاملاً هاماً في الحفاظ عليهم وجذب الآخرين منهم، فالسائح يظل وفياً لوجهة كانت بمستوى توقعاته ولم تخيبه، وعليه يمكن أن يستمر في التردد عليها، رافعاً بذلك مستوى الطلب على هذه الوجهات.

تعتبر العوامل السابقة من أبرز المحددات المفسرة لسلوك الطلب السياحي في الأسواق المحلية والدولية، والتي يجب لأي نشاط سياحي أن يولي لها الاهتمام الكبير، فإهمال أي عنصر من العناصر السابقة يمكن أن يؤدي إلى فشل المخططات والاستراتيجيات المتبعة.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

يوضح الشكل (1) المحددات الأساسية للطلب السياحي تنقسم إلى ثلاث أقسام هي¹:

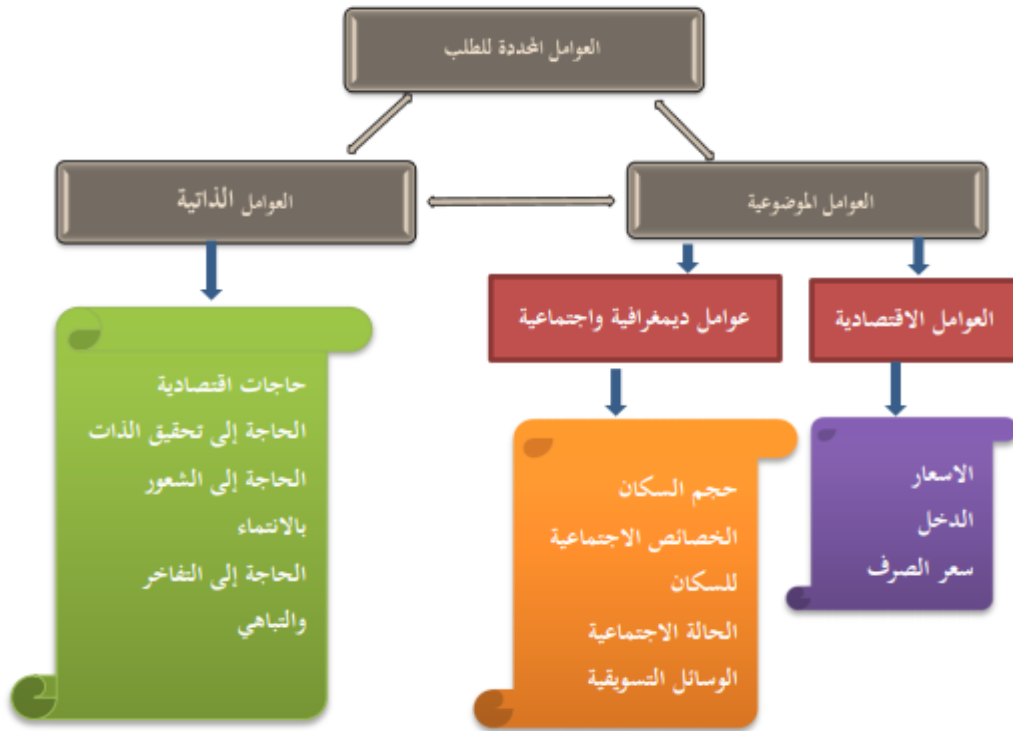
1. المحددات الاقتصادية.

2. المحددات الاجتماعية – النفسية.

3. محددات خارجية تتعلق ببيئة الأعمال.

حيث بينت تلك مذكرة السياق العام للطلب على السياحة وكذا العوامل المؤثرة فيه، من أجل توضيح مدى تعقيده. غير أنها لم تفسر بالشكل الكافي لماذا يقرر الأفراد المشاركة في أشكال محددة من السياحة ويفضلونها على أنواع أخرى، أي أنها أهملت العوامل المؤثرة في سلوك المستهلكين السياحيين.

شكل رقم 1: محددات الطلب السياحي



المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على (عبيدات، 2000)

ثانيا: مؤشرات قياس الطلب السياحي

تعد مؤشرات قياس الطلب السياحي الأدوات الإحصائية والكمية التي تسمح للدول والمؤسسات بتحليل حجم الحركة السياحية، واتجاهاتها، وتوقع سلوك السياح مستقبلاً. تنقسم هذه المؤشرات عادةً إلى ثلاث مجموعات رئيسية:

¹ - Chris Ryan (2005), "Recreational Tourism demand and impacts", Published Channel View Publications, First Published, P 33.

1- المؤشرات الكمية (حجم التدفق):¹

وهي المؤشرات التي تركز على "الأعداد" وتعطي صورة عامة عن كثافة الإقبال:

- عدد السائحين الوافدين: هو المؤشر الأكثر شيوعاً، ويقاس إجمالي عدد الأشخاص الذين زاروا وجهة معينة خلال فترة زمنية (شهر، سنة).
- عدد الليالي السياحية: وهو مؤشر أكثر دقة من عدد الوافدين، لأنه يقيس مدة الإقامة (إجمالي عدد السائحين $\times$ متوسط مدة إقامتهم).
- معدل مدة الإقامة: ويُحسب بقسمة إجمالي عدد الليالي السياحية على إجمالي عدد السائحين. يعكس هذا المؤشر مدى جاذبية الوجهة وقدرتها على استبقاء السائح لفترة أطول.

2- المؤشرات النقدية (الإنفاق السياحي):

تركز هذه المؤشرات على الجانب الاقتصادي، وهو جوهر العملية التنموية:

- إجمالي الإيرادات السياحية: مجموع ما أنفقه السياح الدوليون والمحليون داخل الدولة (تشمل السكن، الطعام، النقل، والترفيه).
- متوسط إنفاق السائح: ويُحسب بقسمة إجمالي الإيرادات على عدد السياح. يساعد هذا المؤشر في تحديد "نوعية" السياح المستهدفين (سياحة النخبة مقابل السياحة الجماعية).
- نصيب السياحة من الناتج المحلي الإجمالي (GDP): يقيس مدى مساهمة الطلب السياحي في تحريك عجلة الاقتصاد الوطني.

3- المؤشرات النوعية والاجتماعية:²

وهي مؤشرات حديثة ترتبط أكثر بالاستدامة وجودة التجربة:

- معدل العودة (Repesât Visité Rate): يقيس نسبة السياح الذين زاروا الوجهة أكثر من مرة، وهو مؤشر قوي على الرضا والولاء.
- كثافة الطلب السياحي: نسبة عدد السياح إلى عدد السكان المحليين. هذا المؤشر مهم جداً في "التنمية المستدامة" لتجنب ظاهرة الاكتظاظ التي قد تضر بالبيئة أو تزعج المجتمع المحلي.

¹ - محمد الصيرفي، الإحصاء السياحي، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط1، 2007. ص 54.

² - صلاح الدين عبد الوهاب، التنظيم السياحي: السياسات السياحية - التخطيط السياحي - التسويق السياحي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990. ص 118.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

- معدل إشغال الفنادق: يقيس النسبة المئوية للغرف المشغولة مقارنة بالطاقة الاستيعابية الكلية، وهو يعكس مدى كفاءة استغلال البنية التحتية.

جدول رقم 1: كيفية حساب المؤشرات الأساسية

المؤشر	معدل الحساب	الاهمية
متوسط الإقامة	عدد الليالي السياحية / عدد السائحين	قياس مدى جاذبية الخدمات والبرامج
معدل الإشغال	(عدد الغرف المباعة / عدد الغرف المتاحة) $\times 100$	قياس كفاءة الاستثمار الفندقية
الميل للسياحة	(عدد الرحلات السياحية / إجمالي السكان) $\times 100$	قياس مدى تحول السياحة لثقافة لدى المجتمع

تساعد هذه المؤشرات في دراسة "الطلب السياحي" ليس فقط كأرقام، بل كظاهرة اقتصادية واجتماعية تتطلب تخطيطاً دقيقاً لضمان استدامتها وحماية الموارد من الاستنزاف.

المطلب الثاني: ماهية ومكونات العرض السياحي

أولاً: تعريف العرض السياحي:

حيث عرف الباحثون العرض على أنه كمية السلع والخدمات التي بالإمكان تقديمها في السوق في وقت معين وبسعر محدد، أما بالمفهوم المختصر على أنه¹: مجموع السلع والخدمات السياحية المقدمة في السوق بسعر محدد، أو هو مجموعة من العناصر: سلع مادية وخدمات غير مادية (مناخ، ثقافة، قيم معنوية... الخ) القادرة على إشباع طلب المستهلكين". كما عرفه الدكاترة والخبراء على أنه²: كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين، وكل الخدمات والبضائع التي قد يحتتمل أن تغري الناس لزيارة بلد معين".

كما يعرف على أنه³: "تلك المجموعات من الخدمات المقدمة للسياح أثناء تنقلهم، إقامتهم وتجوّاهم". ومن خلال هذه التعاريف نستشف أن العرض السياحي يتكون من عناصر عديدة كالنقل، الإيواء، الترفيه وخدمات أخرى كثيرة؛ ويتميز العرض السياحي بعدم قابليته للتخزين والنقل، أي أنه يستهلك في مكان تواجد.

1- مكونات العرض السياحي:

¹ - Tessa Ahmed: *Economie touristique et aménagement du territoire*. OP CIT. P32

² - مثني طه الدوري وإسماعيل محمد علي الدباغ، *اقتصاديات السفر والسياحة*، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان (الأردن)، 2005، ص 50.

³ - Lanquer Robert: *Le Tourisme Internationale, série que sais-je N°: 1694*, PUF, Paris, France, 1981, PP 39, 40.

يختلف العرض في المكان والزمان مما يزيد عملية تحديد مكوناته، ومن هنا حدث اختلاف في الآراء والدراسات حوله، ومنه حصرناه في تصنيفين للمنتج (العرض) السياحي:

تصنيف: Robert Lanquar

تم تصنيفها الى:

- مجموعة التراث: الموارد الطبيعية، الثقافية، الصناعية والتاريخية
- مجموعة التجهيزات: وسائل النقل المختلفة، وسائل الإيواء، المطاعم، التجهيزات الثقافية، الرياضية والترفيهية.
- مجموعة الإجراءات الإدارية: المتعلقة بتسهيلات عمليات التنقل.

تصنيف المنظمة العالمية للسياحة: OMT

صنفت المنظمة العالمية للسياحة المنتج السياحي في سبعة عناصر هي:

- التراث الطبيعي.
- التراث الطاقوي.
- التراث البشري.
- الجوانب الاجتماعية.
- الأنشطة الاقتصادية والمالية؛ وسائل الخدمات.

ثانيا: مؤشرات قياس العرض السياحي

تعتبر مؤشرات قياس العرض السياحي الأداة الأساسية لتقييم قدرة الوجهة السياحية على استيعاب السياح وتقديم خدمات ترقى لتوقعاتهم. فيما يلي تفصيل لهذه المؤشرات مقسمة حسب الفئات التي طلبتها، مع المراجع الأكاديمية المناسبة¹:

1- مؤشرات طاقة الإيواء (Accommodation Capacity)

تقيس هذه المؤشرات الحجم الإجمالي للبنية التحتية المتاحة للسكن السياحي:

- إجمالي عدد الوحدات الإيوائية: (فنادق، قرى سياحية، إقامات سياحية).
- الطاقة الاستيعابية القصوى: تقاس بعدد الغرف (Rooms) أو عدد الأسرة (Beds) المتاحة.
- كثافة الإيواء: نسبة عدد الأسرة إلى مساحة المنطقة السياحية (مؤشر مهم للاستدامة البيئية).

¹ - محمد الصيرفي، الإحصاء السياحي مرجع سابق، ص 62.

2- مؤشرات الكفاءة التشغيلية (Operational Efficiency)¹

تقيس مدى نجاح الإدارة في استغلال الموارد المتاحة وتحقيق العوائد:

- معدل إشغال الغرف: (Occupancy Rate) (عدد الغرف المشغولة / عدد الغرف المتاحة) $\times 100$.
- متوسط مدة الإقامة: (ALOS) إجمالي الليالي السياحية / إجمالي عدد السياح الوافدين.
- معدل دوران الغرف: يقيس عدد المرات التي تم فيها بيع الغرفة الواحدة خلال فترة معينة.

3- المؤشرات المالية للعرض (Financial Indicators)

تركز على الربحية والجدوى الاقتصادية للمنشآت السياحية:

- متوسط سعر الغرفة: (ADR) إجمالي إيرادات الغرف / عدد الغرف المباعة فعلياً.
- العائد لكل غرفة متاحة: (RevPAR) إجمالي إيرادات الغرف / إجمالي عدد الغرف المتاحة (وهو أدق مؤشر للأداء المالي الفندقية).
- معامل الأهمية الاقتصادية: نسبة مساهمة العرض السياحي في القيمة المضافة للاقتصاد المحلي.

4- مؤشرات تقييم جودة العرض السياحي (Quality Indicators)

ترتبط بمدى رضا السائح ومدى مطابقة الخدمة للمعايير:

- معدل الشكاوى/الرضا: يُقاس من خلال استطلاعات الرأي أو تقييمات المنصات الرقمية.
- معيار التصنيف: (Star Rating) مدى التزام المؤسسات بالمعايير الدولية للجودة (النجوم).
- معدل تكرار الزيارة: (Repeat Visitation) يعكس جودة التجربة السياحية التي قدمها العرض.

المطلب الثالث: تحليل العلاقة بين العرض والطلب السياحي

لتحليل العلاقة بين العرض والطلب السياحي بعمق أكاديمي، يجب ربط المفاهيم الاقتصادية بالواقع السياحي الميداني. إليك تفصيل دقيق للمحاور الثلاثة مع المراجع المناسبة لكل جزئية:

أولاً: محددات مرونة العرض والطلب السياحي²

المرونة (Elasticity) هي مقياس درجة استجابة أحد المتغيرات (الطلب أو العرض) للتغير في متغير آخر (السعر، الدخل، أو عوامل أخرى).

¹ - محمد الصيرفي، الإحصاء السياحي مرجع سابق، ص 65.

² - مثني طه؛ الدباغ، إسماعيل محمد علي، مرجع سابق، ص 168-172.

1-محددات مرونة الطلب السياحي:

- المرونة الدخلية: السياحة "سلعة كمالية"، لذا فإن الطلب عليها يتأثر بقوة بتغير الدخل المتاح للإنفاق. في فترات الرواج الاقتصادي، يرتفع الطلب بنسبة تفوق نسبة زيادة الدخل.
- المرونة السعرية: يتأثر السائح بتكلفة الرحلة الإجمالية. وجود "وجهات بديلة (Substitutes)" بأسعار أقل يجعل الطلب شديد المرونة.
- عامل الوقت: الطلب السياحي مرناً جداً زمنياً؛ فالسائح يمكنه تأجيل رحلته أو تقديمها بناءً على الظروف المحيطة.

2-محددات مرونة العرض السياحي:

- الجمود المكاني والزمني: العرض السياحي يتميز بـ "الصلابة"؛ فالفندق ثابت في مكانه ولا يمكن نقله لوجهة أخرى إذا قل الطلب، كما أن الخدمة السياحية "سلعة فانية (Périssable)" لا يمكن تخزينها لبيعها غداً.
- الفترة الزمنية للإنتاج: العرض غير مرناً في الأجل القصير (بسبب الوقت اللازم للإنشاءات)، ولكنه يصبح مرناً في الأجل الطويل مع زيادة الاستثمارات وبناء منشآت جديدة.

ثانياً: الفجوة بين العرض والطلب السياحي

تحدث الفجوة السياحية عندما يفشل السوق في الوصول إلى "نقطة التوازن"، ولها ثلاثة أشكال رئيسية:

1-الفجوة الكمية: (Quantitative Gap)¹

- فائض الطلب: يؤدي إلى استنزاف الموارد الطبيعية والضغط على البنية التحتية، وهو ما يتنافى مع مبادئ "التنمية المستدامة".
- فائض العرض: يؤدي إلى "حرب أسعار" بين الفنادق وتدني المداخليل الاقتصادية، مما يعطل استمرارية المشاريع.

2-الفجوة النوعية: (Qualitative Gap)

- تحدث عندما يوفر العرض خدمات لا تتناسب مع أذواق وتوقعات الطلب (مثلاً: توفير سياحة فاخرة في منطقة يطلب فيها السياح سياحة استكشافية أو بيئية).

3-الفجوة الموسمية: (Seasonal Gap)

¹ - الصيرفي، محمد. (2007). الإحصاء السياحي. الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، ص 94-101.

- وهي أخطر الفجوات في السياحة؛ حيث يتركز الطلب في ذروة قصيرة (Peak Season) تاركاً العرض معطلاً ومحملاً لتكاليف صيانة عالية في موسم الركود.

ثالثاً: نظرية الفجوة السياحية (Tourism Gap Theory)

تُعرف أكاديمياً بنموذج "Servqual" أو نموذج الفجوات الخمس (Gap Model)، وهي أداة تشخيصية لجودة العرض السياحي.

أبعاد الفجوة وفقاً للنظرية:

- 1- فجوة المعرفة: عدم إدراك الإدارة السياحية لما يتوقعه السائح فعلياً.
- 2- فجوة المعايير: وضع معايير خدمة لا تلبي التوقعات (بسبب ضعف التخطيط).
- 3- فجوة الأداء: الفرق بين معايير الخدمة الموضوعة وبين ما يقدمه الموظف فعلياً (بسبب نقص التدريب).
- 4- فجوة الاتصال: عندما تبالغ الإعلانات في تصوير الوجهة بما يفوق واقعها.
- 5- فجوة السائح (الفجوة الكبرى): وهي النتيجة النهائية، وتتمثل في الفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة.

المبحث الثالث: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وآفاق 2030 كإطار للاستدامة السياحية المحلية

يمثل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وآفاق 2030 (SDAT) المرجعية الاستراتيجية الأساسية لسياسة التي

تبنتها الجزائر وهو جزء لا يتجزأ من مخطط الوطني لتهيئة الاقليمي لآفاق 2030 (SDAT) والذي تم اقراره

بموجب بالقانون رقم 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001¹.

حيث تمثلت أهدافه الأساسية الإستراتيجية السياحية إلى تحقيق ثلاث نقاط مهمة²:

- تطوير التوازنات الاقتصادية الكاملة.

- تعزيز الانفتاح والتبادل.

- تحقيق تكاملات مع القطاعات الأخرى.

المطلب الأول: المرتكزات الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2030) وأبعاده الوطنية

تشكل الآليات الخمسة الطريق السريع لإنعاش السياحة في الجزائر مما يدعو إلى إعادة الاعتبار للدور الذي يتعين على السياحة أن تلعبه لكسب رهانات التنمية المستدامة، وتتمثل الديناميكيات الخمس في:

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد، 77 الصادرة بتاريخ 15 ديسمبر 2001، ص 18.

² - Ministère de l'aménagement du Territoire de l'environnement et du tourisme, SDAT, audit du tourisme Algérien, Livre 01, 2008, p 8

1-مخطط وجهة الجزائر:

تطمح السياحة الجزائرية أن تكون ممثلة في المواقع الرئيسية الموردة للزبائن من جهة، وإحداث تعاون بين كل الطاقات الاجتماعية والمهنية على أساس استراتيجية تسويق فعالة من جهة أخرى وفي هذا الإطار فإن سياسة تنمية السياحة لآفاق عام 2030 ترمي إلى خلق وجهة سياحية تكون منافسة على المستوى الدولي وقادرة على تلبية الاحتياجات الوطنية في التسلية وراحة ومنتجة اقتصاديا واجتماعيا.¹

2-المحاور السياحية المميزة:

هي المنطق الثقافي الإقليمي (خصائص وميزات الإقليم) والمنطق التجاري مع الأخذ بعين الاعتبار متطلبات السوق، يمكن لرقعته أن تدمج عدة مناطق للتوسع السياحي.²

وقد حدد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة آفاق 2030 سبعة أقطاب سياحية للامتياز سوف تقام على مناطق التوسع السياحي السابقة الذكر وهي:

1-القطب السياحي للامتياز شمال-شرق (POT-N.E): عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة تبسة، سوق أهراس.

2-القطب السياحي للامتياز شمال-وسط : (POT-N.C) الجزائر، تيبازة، بومرداس البلدية، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي زوز، بجاية.

3-القطب السياحي للامتياز شمال-غرب (POT-N.O) : مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.

4-القطب السياحي للامتياز جنوب-شرق (POT-S.E) :الواحات: غرداية، بسكرة، الواد، المنيعه.

5-القطب السياحي للامتياز جنوب-غرب (POT-S.O) : توات (القرارة)، طرق القصور: أدرار، تيممون، بشار.

6-القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير (POT-G.S) : طاسيلي ناجر: إليزي، جانيت.

7-القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير (POT-G.S) : الأهقار: تمنراست.

ويتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات أو قر سياحية بالإضافة إلى فنادق السلسلة ومجموعة من الفنادق العادية المصنفة وغير المصنفة ويهدف المخطط إلى التعريف بكل قطب من خلال موضوع رئيسي ومسطر

¹ -Ministère de l'aménagement du Territoire de l'environnement et du tourisme, SDAT, Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, livre 02, 2008; p 22.

² -Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, IBID, p 08.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

يحدد هويته ويمنحه صورته وعلامته المميزة فكل منها يتميز بخصائص معينة، ومركبات تستدعي وضعها في تكامل ووفقا لقدراتها، بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن من خلال توفير منتجات سياحية متعددة ومتنوعة يسمح ذلك لبروز تنوع سياحي على كافة الإقليم السياحي وعليه فإن الأقطاب السبعة للامتياز تهدف إلى الرفع من سهولة الوصول والانتشار السياحي في كافة التراب الوطني.

3- مخطط النوعية السياحية:

- مخطط النوعية السياحية يرمي إلى تطوير العرض السياحي الوطني، ويرتكز على التكوين والتعليم، كما يدمج تكنولوجيات الإعلام والاتصال تماشيا مع تطور السياحة في العالم، يهدف إلى:¹
- الشروع في مخطط للنوعية السياحية مع الطموح لإقامة علامة تجارية فريدة من نوعها، ما يمثل حصيلة النهج النوعي.
 - السعي الجاد إلى تحسين النوعية والعرض السياحي وتشجيع ترويجه في الجزائر وخارجها.
 - بعث ديناميكية لإعادة تأهيل وترويج الوجهة السياحية الجزائرية.
 - منح رؤية جديدة للمحترفين.
 - حث المتعاملين في السياحة بالتعامل بإجراءات النوعية.
 - أما إجراءات وآليات تنفيذ مخطط نوعية السياحة فتتمثل في:
 - الإعلان عن أهداف مسعى مخطط نوعية السياحة، وتحديد التزاماته.
 - يعتبر التدريب حجر الزاوية في المخطط السياحي للنوعية، فلاستجابة للأهداف المادية والنقدية المسيطرة مخطط الأعمال لآفاق، 2030 أصبح تكوين المورد البشري أمرا ضروريا، وقد حددت ثلاثة أهداف استراتيجية للتكوين، قصد تحضير الجزائر سياحيا، متمثلة:

- 1- تعزيز القدرات التنظيمية، الكفاءات، احترافية القيادات والمؤطرين في المدارس السياحية.
- 2- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، تأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياح
- 3- عداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي، اعتماد التصديق والتسجيل الرسمي.

4- مخطط الشراكة العمومية - الخاصة:

لا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي والخاص، ويمكن التحدث عن الشراكة العمومية - الخاصة عندما يعمل ويتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة بأكثر فعالية للطلب السياحي

¹ - Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, IBID, p 47.

الكلية وعن طريق تقسيم الموارد، الأخطار والأرباح، ويسعى مخطط الشراكة العمومية - الخاصة إلى وصل الشبكة السياحية وجعلها منسجمة من خلال استراتيجية التجميع بربط الشركاء ومختلف الفاعلين العاملين في شبكة الإنتاج وتوزيع المنتج السياحي كأصحاب الفنادق، الوكالات السياحية، البنوك، المرشدين السياحيين... الخ.

5- مخطط تمويل السياحة:

أخذا بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها تتطلب استثمارات كبيرة من جهة وكونها ذات عوائد بطيئة من جهة آخر فإن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية جاء بمخطط تمويل السياحة في الجزائر والذي يهدف إلى ¹:

- حماية ومراقبة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة.
- السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف عن العمل.
- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية.
- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية.

المطلب الثاني: مخطط التهيئة السياحية لولاية غرداية (SDATW)

لقد تم استخدام جميع الجهات الفاعلة على تطوير استراتيجية للنهوض بالسياحة من خلال الاستجابة إلى هذه المخططات في ولاية وتفعيل هاته المنطقة من خلال مراعاة:

- الخصائص المميزة للعرض السياحي للوجهة " غرداية " و المنافسين الرئيسيين.
- طبيعة الطلب المتزايد للعملاء و التي تشكل جميعها فرصا لتنمية مهمة جدا للسياحة في ولاية غرداية.
- التوجهات المحددة و المرتبطة أساسا بالاستراتيجية PAW ، SRAT ، SDAT،
- و SNAT و بالتالي اختارت سلطات الولاية تطوير خطة رئيسية للتنمية السياحة بالولاية (SDATW) و التي تهدف إلى إن تصبح إطار مرجعي لسياسة و استراتيجية التنمية السياحة في هذا الإقليم لعشرين سنة القادمة.

على مستوى ولاية غرداية تم رسم استراتيجية عمل وفق الآليات الخمس للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية بالولاية كما يلي ²:

1- الخطوات المستخرجة للمخطط العملي SDATW :

1-1- تحيين واجهة الولاية و الترويج لها:

- ترويج للمنتج السياحي من خلال المجالات المكتوبة و المؤلفات المسموعة.

¹ - Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, IBID, p 75.

² - محمد دواوي، آليات التسويق السياحي ودورها في ترقية الصناعات التقليدية - دراسة حالة ولاية غرداية، 2019 ص 423.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

- اعداد منصة او موقع الكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي للتشهير والترويج.
- ترويج سينمائي من خلال عمل مقاطع مصورة تبرز مقومات السياحة للولاية.

1-2- تنمية المحاور السياحية المتميزة للاستثمار السياحي:

- المصادقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي زلفانة 02.
- الانطلاق في دراسة مخطط التهيئة السياحية لمنطقتي التوسع السياحي زلفانة 01 و القرارة 02.
- اقتراح إنشاء مناطق للتوسع السياحي جديدة في كل من المنبعة ، حاسي القارة متليلي الشعانبة، منصوره، غرداية.

1-3- مخطط تحسين جودة السياحة:

- تجديد وإعادة برمجة تصنيف المؤسسات الفندقية.
- تحسين جودة المخطط بعمليات الانخراط.
- تسهيل إعطاء رخص للوكالات سياحية

1-4- عدم وجود مخطط التعاون بين العام والخاص

1-5- مخطط تسهيل إجراءات التمويل البنكية:

- تسهيلات وقروض بنكية لفائدة الاستثمار السياحي.

خلاصة الفصل:

نستنتج مما تقدم أن السياحة قد تحولت من مجرد نشاط ترفيهي عابر إلى نموذج تنموي مستدام يتجاوز الأهداف الآنية، ليصبح ضرورة إنسانية واقتصادية تهدف إلى تحقيق التوازن بين متطلبات الرفاهية البشرية وحماية النظم البيئية. ولم يعد تأثيرها مقتصرًا على الجوانب المادية، بل امتد ليشمل تعزيز العدالة الاجتماعية والحفاظ على الموروث الثقافي كجزء أصيل من جودة الحياة المعاصرة.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية ومؤشرات السوق

كما يتضح أن السياحة المستدامة لم تعد قطاعاً منعزلاً، بل هي منظومة متكاملة وشاملة تقوم على التفاعل الرشيد مع الموارد الطبيعية والبشرية. هذا التشابك العميق بين الأنشطة الخدمية والإنتاجية يمنحها هوية اقتصادية متفردة، تجعل منها صناعة قادرة على الصمود أمام المتغيرات، ورهاناً حقيقياً لتحقيق تنويه متوازنة تضمن حقوق الأجيال القادمة في الثروات السياحية والبيئية".

وباعتبار السائح هو الركيزة الأساسية والمنطلق الجوهرى في المنظومة السياحية، فإن تحليل 'الطلب السياحي' أضحي من الأولويات القصوى لخبراء الصناعة عالمياً.

إذ يدرك القائمون على هذا القطاع أن نجاح أي استراتيجية سياحية مرهون بمدى قدرتها على استقطاب السياح، رغم ما يكتنف هذه العملية من تعقيد ناتج عن تداخل الرغبات البشرية، والميول النفسية، والمؤثرات المتعددة التي ترسم في نهاية المطاف ملامح الرحلة السياحية وتحدد وجهتها

الفصل الثاني:

المذكرة الميدانية

تمهيد:

في هذا الفصل سوف نتطرق الى دراسة تحليلية لمؤشرات قطاع السياحة في ولاية غرداية (2015-2024) من خلال تحليل مؤشرات الطلب والعرض السياحي حيث قسمنا الفصل الى أربع مباحث وهي كالتالي:

- المبحث الأول: الإطار المنهجي ومنهجية جمع البيانات الإحصائية.
- المبحث الثاني: تحليل واقع العرض السياحي في ولاية غرداية.
- المبحث الثالث: تحليل تطور الطلب السياحي واتجاهاته (2015-2024).
- المبحث الرابع: تقييم الفجوة السياحية وآفاق التنمية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي ومنهجية جمع البيانات الإحصائية

يعد هذا المبحث حجر الزاوية في الدراسة التطبيقية، حيث نتقل من الإطار النظري العام للسياحة إلى تحليل واقعي لولاية غرداية، باعتبارها قطبًا سياحيًا صحراويًا بامتياز.

المطلب الأول: منهج الدراسة

لتحقيق أهداف البحث، تم الاعتماد على المقاربات المنهجية التالية:

1- **المنهج الوصفي التحليلي**: من خلال وصف المقومات السياحية لولاية غرداية وتحليل البيانات الإحصائية الخاصة بتطور القطاع من سنة 2015 إلى 2024.

2- أدوات جمع البيانات:

- **الملاحظة الميدانية**: لمعينة وضعية القصور والمنشآت الفندقية في سهل ميزاب.
- **المقابلة**: و التي تم إجراؤها مع مسؤولي مديرية السياحة أو أصحاب دور الضيافة بغرداية.
- **التحليل الإحصائي**: استخدام الجداول والرسوم البيانية لتبيان اتجاهات النمو السياحي.

المطلب الثاني: مصادر البيانات (2015 – 2024)

اعتمدت المذكرة في جمع بياناتها المتعلقة بولاية غرداية على:

- **المصادر الرسمية**: التقارير السنوية الصادرة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية.
- **الهيئات المتخصصة**: بيانات الديوان الوطني للإحصاء (ONS)، وتقارير ديوان حماية سهل ميزاب وترقيته (OPVM).
- **المصادر الرقمية**: الإحصائيات المستقاة من المنصات الرسمية للوزارة الوصية، خاصة فيما يتعلق ببيانات "تأشيرة التسوية" للفترة (2022-2024).

المطلب الثالث: متغيرات الدراسة

يتم تفسير هذه المؤشرات في ولاية غرداية وفق الآتي:

أولاً: مؤشرات العرض السياحي (Tourisme Supply)

تتمتع ولاية غرداية بعرض سياحي متنوع وفريد يفسره ما يلي:

- **المقومات التراثية والثقافية:** وتتمثل في قصور "ميزاب" الخمسة، نظام الري التقليدي والساحات العتيقة (سوق غرداية)، وهي العمود الفقري للجذب السياحي.
- **المباني الإيوائية:** نلاحظ تحولاً نوعياً من الفنادق التقليدية إلى "دور الضيافة" داخل الغابات والقصور، مما يوفر تجربة سياحية أصيلة للسائح.
- **الصناعة التقليدية:** تعتبر غرداية قطباً للصناعات الحرفية (الزربية، النحاس، الملابس التقليدية)، وهو عنصر مكمل للعرض السياحي يساهم في زيادة دخل الولاية.

ثانياً: مؤشرات الطلب السياحي (Tourisme Demande)

يتم قياس رغبة السياح في زيارة غرداية من خلال:

- **حجم التدفقات السياحية:** رصد تطور عدد الوافدين؛ حيث شهدت الفترة (2015-2019) نمواً مستقرًا، تلاه تراجع حاد في (2020-2021) بسبب الجائحة، ثم انتعاش قوي في (2023-2024).
- **معدل الليالي المقضاة:** يفسر هذا المؤشر مدى قدرة الولاية على الاحتفاظ بالسائح لأطول فترة ممكنة، ويرتبط ذلك ببرامج الرحلات المنظمة (Circuits Touristiques).
- **هيكل السياح:** تنقسم إلى سياحة داخلية (عائلات وطلبة في العطلة) وسياحة أجنبية (وفود تهتم بالتراث المعماري والأثرولوجيا).

المبحث الثاني: تحليل واقع العرض السياحي في ولاية غرداية

المطلب الأول: العرض السياحي الهيكلي

1- الهياكل الفندقية:

تشكل البنية التحتية لقطاع الإيواء في ولاية غرداية من نسيج فندقي متكامل، يشمل 33 فندقاً مدعومة بـ 57 مرقداً فندقياً، وتوزع هذه الحظيرة جغرافياً لتغطي مختلف البلديات، متبينة أنماطاً معمارية تراوح بين الحداثة الحضرية والأصالة الصحراوية، مما يعزز من جاذبية الولاية كوجهة سياحية رائدة ويمكن توضيح تطورها حسب السنوات التالية:

جدول رقم 2: تطور عدد المؤسسات الفندقية بين 2015/2014 و 2024/2023

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
عدد المؤسسات الفندقية	24	24	27	32	33	33	34	34	32	33
قدرة الإيواء/السريـر	1761	1761	2167	2395	2427	2427	2974	2947	2739	2789

المصدر: مديرية الصناعة التقليدية والسياحية

شكل رقم 2: تطور عدد المؤسسات الفندقية

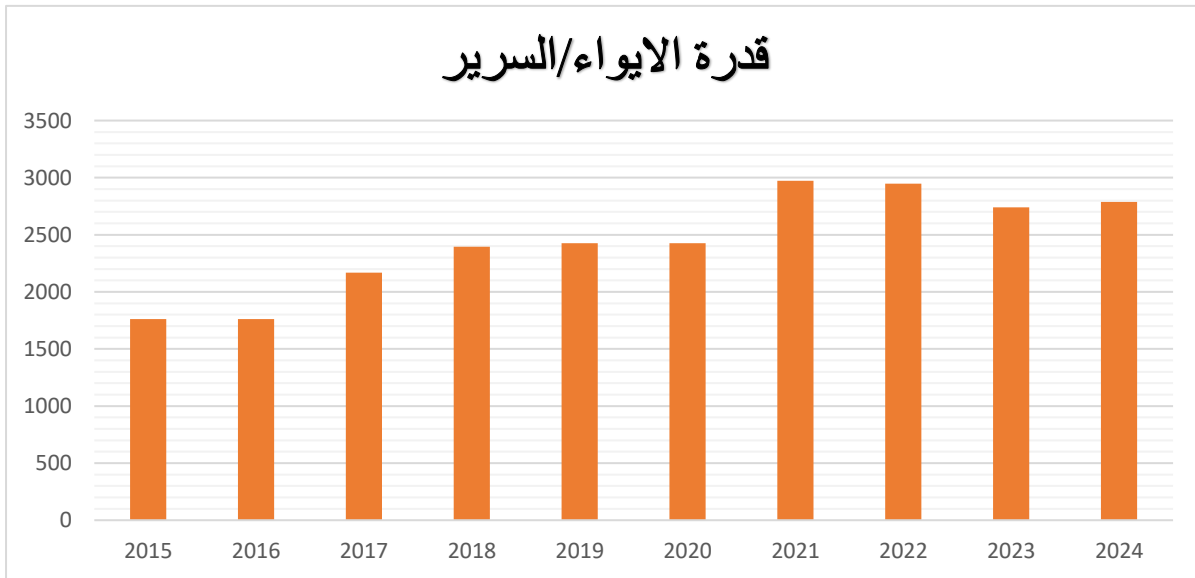


المصدر: اعداد الطالب اعتمادا على معطيات مديرية السياحة

شهد قطاع الإيواء السياحي بالولاية كما هو موضح في الجدول أعلاه عدة تغيرات في فترة الدراسة ، لاحظنا ارتفاعا في سنة 2015 بـ 24 مؤسسة إلى 33 في سنة 2024 بزيادة قُدّرت بـ 9 فنادق خلال عشر سنوات، وبنسبة نمو قاربت 37.5% ، كما سُجلت زيادة ملحوظة في عدد الفنادق سنة 2017 بدخول 03 مؤسسات جديدة، تلتها قفزة نوعية سنة 2018 بدخول 05 فنادق دفعة واحدة .ورغم هذا المسار التصاعدي كما بين الجدول، وجود تغير في النسب خلال السنوات (كانخفاضه الطفيف سنة 2023 ليصل إلى 32 مؤسسة)، قبل أن يعاود الارتفاع مجدداً إلى 33 مؤسسة في عام 2024".

هذا النمو يعكس توسعاً كبيراً في البنية التحتية السياحية للولاية وهذا قد يعود إلى دخول مشاريع استثمارية كبرى حيز الخدمة أو تقنين العديد من دور الضيافة التي كانت تعمل خارج الإطار الرسمي سابقاً، كما يدل هذا التطور ايضا على تعزيز القدرة الاستيعابية لمواكبة النمو في عدد السياح، كما يعكس جهود السلطات المحلية في دعم الاستثمار السياحي وتحسين جودة الخدمات، بما يتماشى مع الخصوصيات المنطقة الثقافية والصحراوية.

شكل رقم 3: قدرة الايواء في المؤسسات الفندقية



المصدر: اعداد الطالب اعتمادا على معطيات مديرية السياحة

وفيما يتعلق بقدرة الإيواء فقد شهدت هي ايضا ارتفاعا مستمرا، حيث سجلت خلال سنة 2015 / 1761 سرير وارتفعت خلال سنة 2024 سجلت 2789 سرير خلال سنوات الدراسة بنسبة 58.37% بينما سجلت سنة 2021 زيادة في عدد الأسرة، حيث لاحظ 2947 سريرا مقارنة بـ 2427 سريرا سنة 2020 أي بزيادة تقدر بحوالي 520 سريرا و بنسبة قدرها 21.4% خلال سنة واحدة ، ويعود ذلك لعودة نشاط بعض الفنادق المغلقة

كإعادة وضع فندق مزاب حيز الاستغلال سنة 2021، لتتدعم القدرات بزيادة 350 سرير وهذا ما يدل على الجهود الكبيرة من أجل توفير تنمية سياحية مستدامة.

2- المخيمات:

إلى جانب الفنادق، تتوفر الولاية على مرافق إيواء متنوعة كالمخيمات أو ما يعرف ببيوت الشباب التي تساعد في امتصاص العجز والنقص الواقع في الولاية وهو كالتالي:

- بيوت الشباب :تضم 8 مؤسسات بطاقة استيعاب تصل إلى 2367 مشاركا.
- بيوت الشباب المخصصة لاستقبال الوفود :تضم مؤسستين (2) بقدرة استيعاب تبلغ 65 سريراً.

ورغم الأهمية البالغة التي تقوم بها بيوت الشباب والمخيمات، إلا أن هناك سوى مخيمين في الولاية وهما (مخيم تازربيت ومخيم وادي ميزاب)، وكلاهما مغلق في الوقت الراهن وفي المقابل، يتواجد مخيمان آخران في طور الإنجاز بكل من "المنبعة" و"زلفانة".

المطلب الثاني: العرض السياحي الجذبي

1- القصور والمواقع التاريخية والطبيعية:

إن كل منطقة من الولاية لها ميزات مقومات سياحية هامة و متنوعة، الشيء الذي يعتبر مكسبا يدعم التنمية السياحية المحلية ويعطيها مؤهل كبير لتكون مرفقا سياحيا هام.

- المنصورة:

تتميز هذه الدائرة ذات الطابع الفلاحي بمناظر طبيعية رائعة أضفت عليها بساتين النخيل و الجبال الرملية المترامية الأطراف رونقا و جمالا.

- زلفانة:

تبعد بحوالي 75 كلم عن عاصمة الولاية ، وقد أنشئت عقب إنجاز بئر ارتوازي من طرف الإدارة الفرنسية سنة

1913، وذلك تزامناً مع إنجاز الطريق الوطني رقم 11. تتميز المنطقة بغابات النخيل وبساتينها الجميلة

تتوفر منطقة زلفانة على عدة مقومات سياحية تجعلها وجهة مميزة في الجنوب الجزائري، حيث تتميز بواحاتها الواسعة وغابات النخيل التي توفر مناظر طبيعية جميلة ومناخاً معتدلاً داخل الواحة، إضافة إلى البساتين المتنوعة التي تعكس النشاط الفلاحي التقليدي بالمنطقة. كما تتمتع بطابع صحراوي هادئ يجذب الباحثين عن الراحة والاستجمام، خاصة مع مشاهد الغروب الخلابة والرمال الممتدة. وتُعد الحمامات المعدنية من أهم عناصر الجذب السياحي في

زلفانة، لما لها من خصائص علاجية تساعد على الاسترخاء وعلاج بعض الأمراض الجلدية والروماتيزم، مما يجعلها مقصدًا للسياحة العلاجية. ويعزز من جاذبيتها كذلك الطابع العمراني التقليدي المبني بالطين، إلى جانب العادات والتقاليد الأصيلة وكرم الضيافة الذي يشتهر به سكان المنطقة، مما يمنح الزائر تجربة سياحية متكاملة تجمع بين العلاج والطبيعة والثقافة.

- متليلي الشعانية:

تبعد بحوالي 40 كلم جنوب مدينة غرداية، وبها معالم تاريخية من بينها قصر متليلي الشعانية، الذي يعتبر من القصور القديمة، يتميز بطابعه المعماري الفريد، هذا إلى جانب متحف المجاهد و ضريح سيدي الحاج أحمد بحوص، مقام سيدي مول النوار ومقام سيدي الشيخ. وتشتهر المنطقة بإحياء عيد المهري في ربيع كل سنة و بصناعاتها التقليدية المتنوعة (الزربية، الجلود، النقش على الكرناف).

-ضاية بن ضحوة:

تبعد 10 كلم عن مقر الولاية، تتواجد في مجرى وادي ميزاب، و تتميز بواحات نخيلها و بساتينها الجذابة، قصرها القديم، والنقوش الحجرية، وتشتهر بصناعاتها التقليدية (الزربية).

-القرارة:

تبعد البلدية 110 كلم عن عاصمة الولاية تتميز بنفس النمط المعماري لقصور وادي ميزاب، و تمتاز بمسجدها العتيق الذي تعلوه مأذنة هرمية الشكل، كما تشتهر بسوقها التقليدي و بواحاتها الفسيحة و تشتهر بسد الفوساعة الذي أنجز سنة 1710 م، و صنف كتراث وطني سنة 1998م.

- بريان:

أنشئت مدينة بريان في أوائل القرن الحادي عشر و تبعد بـ 40 كلم عن مقر الولاية. وتتميز المدينة بقصرها الذي يعد معلما تاريخيا هاما تحيط به الأبراج الثلاثة: برج الخبزي، برج بن علال، برج الزوخ، كما أن لها سور دفاعي ومعالم تاريخية بارزة: مسجد سيدي سماحي وساحة السوق بالإضافة إلى الآبار التقليدية¹

- قصور وادي ميزاب :

1-قصر العطف:

تأسس قصر العطف سنة 1012 وقد كان المحطة الأولى لانطلاق حركة عمرانية عبر وادي مزاب مبنية على أسس وقواعد عمرانية فريدة من نوعها يشتهر ببعض المصليات الجنائزية كمصلى عمي إبراهيم.

2-قصر بنورة:

¹ - مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية غرداية: " مونوغرافيا إمكانات ولاية غرداية في السياحة والصناعات التقليدية 2010.

تأسس قصر بنورة سنة 1046م يشتهر بمسجده العتيق وبواجهته الدفاعية ومساكنه المحصنة وهو محاط بسور دفاعي تتخلله أبراج دفاعية يتوسط القصر مسجد قديم تعلوه مئذنة هرمية الشكل ذات قاعدة مربعة وبعض المصليات الجنائزية.

3- قصر بني يزقن:

تأسس قصر بني يزقن سنة 1347م يمتاز بمسجده العريق الذي لا يزال على نمطه المعماري المتميز كما يمتاز بنظامه الدفاعي من خلال سوره الذي يحيط بكامل القصر حيث يبلغ طوله 2500م ويصل ارتفاعه إلى 3 أمتار يتخلله أبراجا للمراقبة أهمها برج بوليلة وبرج بادحمان ومدخلين رئيسيين هما الباب الشرقي والباب الغربي.

4- قصر غرداية:

تأسس سنة 1048 وهو عاصمة وادي مزاب وهو القصر الأهم من ناحية الهياكل الاجتماعية والاقتصادية يشتهر بساحة سوقه وبعض المصليات الجنائزية كمصلى عمي سعيد ومصلى بابا وجمة.

5- قصر مليكة:

يتميز قصر مليكة عن بقية القصور بموقع ساحة السوق بمحاذاة المسجد العتيق وقد يكون هذا راجع لانبساط القصر فوق جبل مرتفع. و يعود تأسيس القصر الى سنة 1350م تحيط به بنايات تحصينية على الواجهة و تتخلله عدة أبواب أشهرها باب بنطراشو باب اميدول و غيرها.

6- قصر متليلي:

تأسس خلال القرن الرابع عشر ميلادي و يتربع حاليا على مساحة تقدر بنحو 8.5 هكتار ، يشتهر بمسجده العتيق ، ساحة السوق ، زاوية الشيخ قدور و زاوية الشيخ سيدي الحاج بوحفص ، و قد صنف هذا القصر كتراث وطني سنة 1982م.

7- قصر القرارة:

تأسس سنة 1630م ، يتميز بنفس النمط المعماري لقصور وادي ميزاب ، و تمتاز القرارة بمسجدها العتيق الذي تعلوه مئذنة هرمية الشكل كما تشتهر بسوقها التقليدي و بواحاتها الفسيحة و تشتهر بسد الفوساعة الذي أنجز سنة 1710م ، و صنف كتراث وطني سنة 1998م.

8- قصر بريان:

تأسس سنة 1690م فوق هضبة صخرية على مساحة تقدر بنحو 27 هكتار و يشرف على وادي السودان و وادي بالوح ، يتميز بنفس النمط المعماري لقصور وادي ميزاب من مساجد قديمة و ساحة سوق تقليدية ، و قد صنف هذا القصر كتراث وطني سنة 1998م.

المطلب الثالث: العرض السياحي المتخصص والسائد

أولاً: العرض السياحي المتخصص

السياحة الحموية (المحطات المعدنية) تعد ولاية غرداية قطباً هاماً للسياحة الحموية في الجزائر، حيث توفر مياهاها الجوفية خصائص علاجية فريدة، وتتمثل أهم هذه المحطات فيما يلي:

1- محطة زلفانة المعدنية (القطب الحموي الأول):

تعتبر زلفانة الوجهة الأكثر شهرة، حيث تقع على بعد حوالي 70 كلم من مقر الولاية.

- الخصائص الفيز وكيميائية: تمتاز مياهاها بدرجة حرارة ثابتة تصل إلى 45°C ، وهي غنية بـكلور الصوديوم وبيكربونات الكالسيوم.

- الاستخدامات العلاجية الموسعة *: الأمراض الجلدية: فعالة جداً في علاج الإكزيما، وحبّة الجلد المزمنة، والصدفية بفضل ملوحتها المعتدلة.

- الجهاز الحركي: تُستخدم في إعادة التأهيل الحركي وعلاج الروماتيزم المفصلي، والتهاب المفاصل (Arthritis).

- الجهاز العصبي: تساعد في علاج القلق والتوتر العضلي العصبي (بفعل تأثير المياه الدافئة على استرخاء الأعصاب).

- الجهاز التنفسي: تساعد الاستنشاقان البخارية للمياه في تفتيح المسالك التنفسية وتخفيف حدة الربو والحساسية.

2- محطة "فوسة" بالقرارة:

تعتبر من المحطات الواعدة التي يقصدها الزوار لخصائصها الاستشفائية المتميزة.

- الخصائص الفيز وكيميائية: تنبع مياهاها بدرجة حرارة تبلغ 41°C ، وتصنف ضمن المياه "الكلوروسودية" (الغنية بكلور الصوديوم).

- الاستخدامات العلاجية الموسعة:

- أمراض الأنف والأذن والحنجرة (ENT): تشتهر هذه المحطة بقدرتها على علاج التهابات الجيوب الأنفية المزمنة ومشاكل الأذن الوسطى.

- الجهاز التنفسي: تعمل المياه المعدنية على تحسين أداء الرئتين وتخفيف حدة النزلات الشعبية.
- الجلد والأعصاب: توفر تأثيراً مهدئاً للأعصاب الطرفية وتساعد في تجديد خلايا البشرة وعلاج الالتهابات الجلدية المختلفة.

ثانياً: العرض السياحي الساند

1-المنتج التقليدي:

يعتبر المنتج التقليدي لكل ولاية دليل على أصالة المنطقة حيث تسخر ولاية غرداية بمختلف صناعات تقليدية وفنية متنوعة كالغزل والنسيج وصناعة الجلود والدباغة والنقش على النحاس وأعمال الحدادة والنجارة وصناعة السلال والتطريز على النسيج وصياغة المجوهرات. ونبداً بإنتاج الفرش والزرابي وبعض الألبسة ذات الجودة العالية من مادة الصوف، والمتميزة من حيث العناصر الزخرفية المستوحاة من الرصيد الفني البربري المحلي وتتصدر هذه الصناعات الفنية صناعة الزرابي ذات الألوان الزاهية والأشكال والرسومات المعبرة التي تزيد من القيمة التاريخية للولاية وذلك من خلال ما تحتويه من رموز ودلالات لها بعد ثقافي تقليدي كما أن لكل قصر من قصور غرداية رسوم ودلالات خاصة به، يمكن أن تكون مختلفة كما يمكن أن تكون متشابهة في المقياس ومنها:

- منتجات ميزابية الصوفية مثل (مثل زربية غرداية والكدورة الميزابية، النيل، الخ.
- زربية وحبل متليلي الشعانبة. المنبوعة- ضاية بن ضحوة
- ويجد الزائر المنطقة - كهذايا تذكارية- مجموعة من الأعمال الفنية المشكّلة من مواد مختلفة أبدعتها أنامل الحرفيين، مستوحاة من التراث الأصيل للمنطقة وطبيعتها الخلابة ليدعوا لوحات وقطعا جميلة مشكّلة مواد بسيطة كالطين والرمل ومشتقات النخيل ووبر الأنعام.¹

2-الوكالات السياحية:

إن الدور الكبير الذي تقوم به الوكالات السياحية يعتبر محرك أساسي في سياحة حيث تطور تطوراً بارزاً، كما يوضحه الجدول التالي²:

1 - مديرية الصناعات التقليدية ولاية غرداية.

2 - القانون رقم 99-06 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق لـ 04 أفريل سنة 1999 يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار.

جدول رقم 3: تطور عدد وكالات السياحة (2024/2015)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
العدد	22	27	28	32	35	35	29	29	39	45

المصدر: التقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية، 2025.

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا هنالك تطور في عدد وكالات خلال الفترة الدراسة حيث وصل الي (45) وكالة سياحية سنة 2024 أي مقارنة بسنة 2015 التي كانت 22 أي بنسبة زيادة قدرها 104 % حيث لاحظنا في هذه سنة 2021 انخفاض في عدد وكالات، وذلك بسبب جائحة كورونا ليعود النهوض من جديد في سنة 2023 بتسجيل دخول (10) وكالات سياحية دفعة واحدة قيد الاستغلال، نظرا لدخول فترة تعافي من ازمة التسهيلات الممنوحة من وزارة السياحة.

3-مرشدين سياحيين:

شهدت وظيفة الدليل السياحي الوطني والمحلي خلال الفترة الممتدة بين 2015 و 2024 تطورا من خلال مساهمة هؤلاء في ربط ولاية غرداية بالمسارات السياحية الوطنية الكبرى، والمحلية بالولاية خاصة باعتبارهم حلقة الوصل الأساسية بين السائح والبيئة الحضرية والاجتماعية للقصور العريقة بالولاية بل امتد لإنعاش التنمية الاقتصادية المحلية عبر توجيه السائح نحو حركية أسواق الصناعات التقليدية (كالزراي والتحف) والمساهمة الفعالة في سد الفجوة بين قدرات العرض الإيوائي والطلب السياحي المتنامي بالمنطقة". حيث يتواجد بالولاية دليل سياحي وطني واحد ومحلي واحد أيضا خلال فترة الدراسة .

لكن في سنة 2026 قامت مديرية السياحة بالتنسيق مع قطاع التكوين المهني بالمصادقة على كفاءات مكتسبة في الارشاد السياحي ومرافقة السياح لـ 36 ناشطا كمرشد سياحي، والذين اخضعوا لدورات تكوينية واختبارات ومقابلات من طرف مختصين ، الـ 36الذين كانوا ينشطون في الولاية بدون اعتماد او رخصة ، تم منحهم شهادات تأهيلية لممارسة هذا النشاط، في حين صدور بطاقات رسمية لهم لمزاولة نشاطهم بصفة رسمية ومرخصة.

المبحث الثالث: تحليل تطور الطلب السياحي واتجاهاته (2015-2024)

يُعرف الطلب السياحي بأنه مجموع السلوكيات الاستهلاكية للسياح تجاه مختلف المرافق والخدمات (كالإقامة، والإعاشة، والنشاطات الإرشادية) في حيز مكاني وزماني محدد ويمثل هذا الطلب المتغير الأساسي لقياس حيوية القطاع السياحي، وهو ما سنفصله عبر المحاور التحليلية التالية:

المطلب الأول: تحليل حركة التدفق السياحي

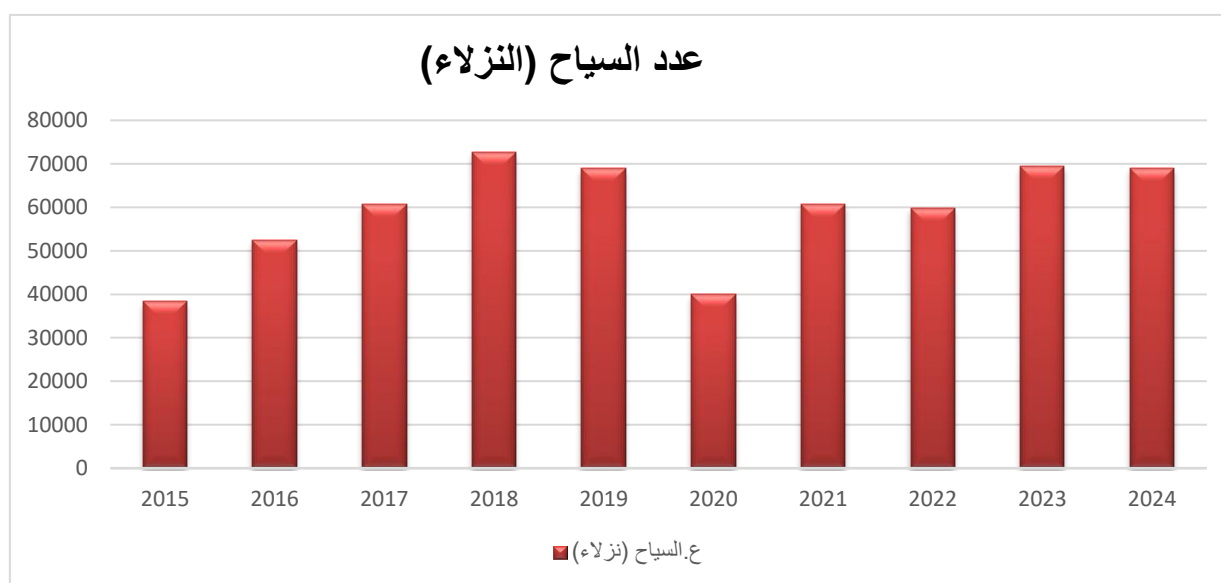
لاحظنا في المدة محل الدراسة، أن هناك حركة في نسب تدفق السياح سواء أجنبي أو محلي بولاية غرداية:

جدول رقم 4: تطور التدفق السياحي حسب النزلاء من 2015 إلى 2024

السنة التدفق	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ع.السياح (نزلاء)	38343	52422	60638	72755	69007	39987	60726	59853	69469	69090
م. اليومي نزيل/يومي	105	144	166	199	189	109	166	163	190	189

المصدر: التقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية، 2025.

شكل رقم 4: تطور تدفق عدد النزلاء خلال فترة الدراسة :



تبين الأرقام من خلال الشكل أن عدد النزلاء بولاية غرداية في تزايد مستمر حيث انتقل من 38383 سائح سنة 2015 إلى 69090 سائح سنة 2024 أي بنسبة زيادة قدرها، 80 % مع تسجيل انخفاض كبير في عدد النزلاء سنة 2020 حيث بلغ 39987 سائح مقارنة بسنة 2019 وبنسبة، 72.6 % بسبب جائحة كورونا والإغلاق شبه الكلي للمؤسسات الفندقية، ليتعافى القطاع وبوتيرة سريعة سنة 2021 سنة ليبلغ من جديد 60726 سائح وبنسبة زيادة 52 % ليقارب التدفق السياحي المعهود قبل الجائحة ويصل إلى 69090 سنة 2024.

المطلب الثاني: تحليل "الليالي السياحية" ومعدلات الإشغال

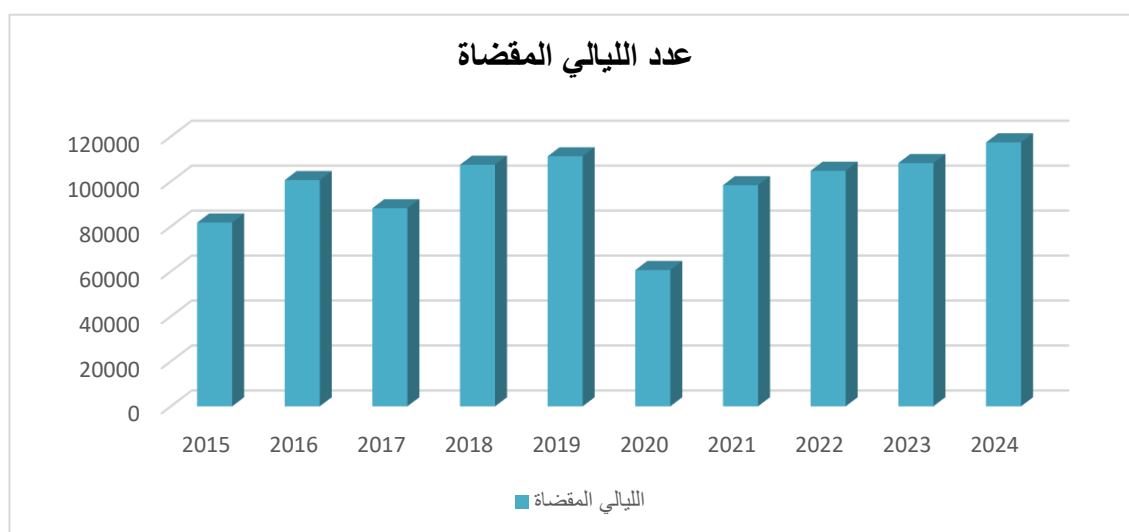
شهدت فترة الدراسة، تدفقا معتبرا للسياح الوطنيين والأجانب حسبما يُظهره لنا الجدول التالي تحليل الليالي السياحية المقضاة للسياح الوطنيين والأجانب بولاية:

الجدول رقم 5: تحليل الليالي السياحية المقضاة من 2015 إلى 2024

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
الليالي المقضاة	81733	100633	88118	107463	111206	60617	98361	104776	108205	117409
المعدل اليومي ليلة/يومي	224	276	241	294	304	166	270	287	296	322

المصدر: التقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية، 2025.

شكل رقم 5: عدد الليالي المقضاة خلال فترة الدراسة:



من خلال ملاحظة الشكل التالي تبين لنا أن عدد الليالي المقضاة ،فقد ارتفع من 81733 ليلة سنة 2015 الى 117409 ليلة سنة 2024 أي بنسبة زيادة جد معتبرة قدرها 44 % و على الرغم من الانتكاسة التي سجلها القطاع خلال جائحة كورونا سنة 2020 حيث انخفض عدد الليالي المباعة إلى 60617 ليلة و بنسبة انخفاض كبيرة قدرها 83% مقارنة بالسنة التي قبلها (أي قبل الجائحة) فقد تعافى القطاع تدريجيا سنة 2021 و يستمر في الزيادة في عدد الليالي المباعة ليتجاوز و لأول مرة سنة 2024 المعدلات المسجلة قبل الجائحة نتيجة رفع كل القيود الصحية المفروضة على السفر.

أما بالنسبة اتجاهات الاشغال الفندقية التي شهدتها فترة مذكرة من 2015 الى 2024 حيث يعتبر معدل الإشغال الفندقي أحد أهم المؤشرات القياسية في صناعة السياحة، حيث يقيس مدى كفاءة الفنادق في استغلال طاقتها الاستيعابية خلال فترة زمنية محددة، ومن خلال الجدول التالي سوف نظهر معطيات تطور نسبة الإشغال الفندقي بالولاية:

الجدول رقم6: تطور نسبة الإشغال الفندقي ولاية غرداية من 2015 إلى 2024

السنة التدفق	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
قدرات الايواء السنوية	642765	642765	790955	847175	885855	885855	1075655	1075655	999735	1017985
الليالي المباعة سنويا	81733	100633	88118	1074663	111206	60617	98361	104776	108205	117409
ن.الاشغال %	12.7	15.7	11.14	12.30	12.55	6.84	9.14	9.74	10.82	11.53

يكشف تحليل معطيات الجدول أعلاه والمتعلقة بقدرة الإيواء السنوية، والليالي المباعة، ونسب الإشغال خلال الفترة الدراسة 2024/2015 الى ملاحظة مدى تطور القطاع الفندقي وقدرته على التفاعل مع التغيرات السياحية ونحن سوف نركز على نسبة الاشغال الفندقية من خلال معطيات الجدول لنرى مدى حجم تقدم او بالمعني اخر مدى استخدام القدرات المتوفرة لمواكبة تدفق السياحي ومدى استعاب المؤسسات الفندقية وبهد الصدد سوف نقوم بتحليل المعطيات لمعرفته:

كما لاحظنا في نمو العرض لم يكن مرفوق بنمو في الطلب، وهو ما أوضحته مؤشرات الإشغال الايواء، حيث أشارت البيانات أن نسب الإشغال بقيت بعيدة عن نسب المتعارف عنها دولياً والتي قدرت (65% - 80%) وهذا المستوى يخبرنا على قيمة توازن جيد بين العرض والطلب، حيث و تراوحت بين (6.84%) أي مستوى في سنة 2020 و(15.7%) أعلى مستوى في سنة 2016 و هذا يظهر من خلال الزيادة الكبيرة في قدرات الإيوائية مع انه لم يحقق نمو مماثل في الطلب، مما أدى إلى تدني نسب الإشغال خاصة بعد سنة 2017.

ومنه يتضح من خلال المؤشرات الموجودة في الجدول أن هناك فجوة بين العرض والطلب في مجال الفنادق مما أدى إلى عدم ترجمة نسبة الإشغال ومنه يظهر انعكاسات في القطاع.

المطلب الثالث: دراسة أثر المتغيرات الخارجية على الطلب

في هذا المطلب سوف نتطرق إلى تحليل أثر المتغيرات الخارجية على الطلب السياحي في فترة جائحة كورونا (COVID-19) وفترة التعافي اللاحقة، ومنه قمنا بتفكيك هذه المطلب إلى محطتين رئيسيتين تمثلان صدمة حادة للقطاع (فترة الجائحة) ثم ارتداداً قوياً ونموً جديداً (فترة التعافي):

1-مرحلة جائحة كورونا (الصدمة والانكماش) (2020 -2021): جائحة كورونا تمثل هذه الفترة أزمة غير

مسبوقة في تاريخ السياحة الحديث، حيث تحول القطاع من النمو الاقتصادي إلى الركود التام بسبب متغيرات خارجية قسرية تمثلت في:

- القيود والإغلاقات: حيث فرض قيود السفر الدولية، غلق الحدود، وإجراءات الحجر الصحي أدت إلى شلل شبه كامل لحركة السياح.

- سلوك المستهلك السياحي: سيطر الخوف والقلق الصحي على السياح مما أدى إلى إلغاء الحجوزات وتراجع حاد في الطلب على الطيران الدولي، الفنادق، والخدمات الإرشادية.

- التحول نحو السياحة الداخلية: كبديل للسياحة الدولية المنهارة انتعشت السياحة المحلية أو الداخلية في العديد من الدول كآلية دفاعية لتخفيف الخسائر.

مخلفات الاقتصادية: انهيار إيرادات المؤسسات السياحية وتسريح العمالة وإفلاس بعض الشركات الصغيرة والمتوسطة.

2-مرحلة التعافي والارتداد (2022 -2024): ما بعد الجائحة شهدت هذه الفترة عودة تدريجية لنشاط السياحي، مدفوعة برغبة قوية في السفر وتغيرات في نمط الطلب:

-رفع القيود وحملات التطعيم: ساهم التلقيح الواسع وفتح الحدود تدريجياً في إعادة الثقة للمسافرين.

-ظاهرة "سياحة الانتقام" (Revenge Tourism): برز مصطلح سياحة الانتقام كمتغير سلوكي ونفسي مهم، حيث أقبل الأفراد بكثافة على السفر لتعويض سنوات الإغلاق والحرمان، مما أحدث طفرة مفاجئة وسريعة في الطلب.

-تغير أولويات السياح: زاد الطلب على السياحة البيئية، السياحة الريفية، والأنشطة في الهواء الطلق بدلاً من الأماكن المكتظة، كما زاد الاهتمام بمعايير السلامة والصحة.

-التحول الرقمي المستدام: اعتماد أكبر على التقنيات الرقمية (الحجز الإلكتروني، الدفع اللاملامسي، الجولات الافتراضية) كاستجابة لمتطلبات الجائحة، والتي استمرت كجزء أساسي من الخدمات السياحية بعد التعافي.

ومنه سوف نبسط هذه المرحلتين في مخطط توضيحي لمسار الطلب السياحي من سنة 2020 الى 2024 من جدول مقارنة:

جدول رقم 7: يوضح مقارنة بين الفترتين 2024/2020

وجه مقارنة	فترة جائحة كورونا 2020-2021	فترة التعافي 2022-2024
حجم الطلب	انخفاض حاد وتاريخي (قريب من الصفر في بعض الفترات)	نمو متسارع وعودة لمستويات ما قبل الجائحة أو تجاوزها
نوع السياحة السائد	السياحة الداخلية والمحلية	عودة السفر الدولي القصير ثم الطويل وبرزت سياحة الطبيعة
الدوافع السلوكية	خوف، السلامة الصحية، والالتزام بالقوانين	"سياحة الانتقام" البحث عن الرفاهية النفسية وتغيير الأجواء
الاعتماد التكنولوجي	بداية فرض الحلول الرقمية للضرورة الصحية	نضج الرقمنة وتحولها إلى جزء أساسي من تجربة المستهلك

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على معطيات

المبحث الرابع: تقييم الفجوة السياحية وآفاق التنمية

المطلب الأول: تحليل الارتباط بين العرض والطلب

بناءً على المقارنة التحليلية بين مؤشرات العرض الفندقي والطلب السياحي في ولاية غرداية، نخلص إلى أن العلاقة بينهما ليست علاقة توازن طردي مستدام، بل تحكمها فجوة هيكلية مزدوجة:

1. فجوة زمنية (موسمية): تتأرجح بين عجز حاد في استيعاب تدفقات الشتاء والربيع، وفائض راكد ومكلف اقتصاديًا في فصل الصيف، وهو ما لاحظناه في عدد فنادق القليل مقارنة بعدد سياح كثير خاصة في فترات الموسمية الحادة أي في أشهر (أكتوبر الي أبريل) أما في مواسم أخرى في أشهر (ماي الي سبتمبر) فيحدث ركود كبير في عدد سياح

2. فجوة نوعية (هيكلية): تتمثل في عدم توافق طبيعة الهياكل الفندقية الحديثة المعروضة مع التوقعات الثقافية والبيئية للسياح الوافدين الذين يفضلون الإقامة التقليدية ودور الضيافة، أي بمعنى معظم السياح يردون فنادق تقليدية ومخيمات قديمة لولاية لذلك لا يلبي رغبة سائح مما يخلق نوع من عدم استهلاك أماكن الايواء الحديثة التي كلفت خسائر كبيرة.

3. أما النقطة الثالثة تتمثل في فجوة ضعف قدرة العرض والاستجابة من خلال انخفاض نسبة الاشغال الفندقية من بناء أو توسعة التي تتطلب وقت أطول وسنوات من خلال إجراءات إدارية كثيرة وغيرها، مما لا يسمح بتلبية ومواكبة فائض السياح خاصة في المواسم المناسبة.

ومنه نستنتج أن نمو عدد الفنادق في ولاية غرداية لا يتماشى كما وكيفا مع حركية الطلب السياحي، ويكمن الاختلال في عشوائية العرض الذي يركز على الفنادق الكلاسيكية ويهمل الإيواء البديل (دور الضيافة)، بالإضافة إلى عجز العرض عن التكيف مع موسمية الطلب مما يوجب وضع استراتيجية جديدة لتنويع العرض السياحي خارج أوقات الذروة وتوجيه الاستثمارات نحو العقار السياحي التقليدي الذي أصبح في طلب متزايد من قبل السياح. مما يستوجب على صناع القرار تجميد الدعم للفنادق الكلاسيكية الوحيدة، وتوجيه الاستثمار استراتيجيا نحو الإيواء البديل والرقمنة لتوزيع الطلب على مدار السنة.

المطلب الثاني: آفاق تنمية وتطوير السياحة بولاية غرداية

من خلال نتائج التشخيص الإحصائي للمطلب الأول من حيث نقاط الاختلال بين العرض والطلب السياحي بولاية، يتضح أن رسم معالم الآفاق التنموية لولاية غرداية لا يتطلب مجرد زيادة كمية في عدد الأسرة، بل يستلزم إعادة صياغة استراتيجية للمنتج السياحي ككل.

وتتمحور هذه الآفاق حول الانتقال نحو الفنادق البديلة وتأمين العمق التراثي والحموي للولاية، تماشيا مع الرؤية الاستراتيجية للجزائر آفاق 2030، من أجل وضع رؤية مستقبلية لتطوير ولاية بناء على أرقامها الحقيقية وميزة التي تتمتع بها ولاية ومنه ثم تنظيمها وفق أربع محاور أساسية:

1- آفاق ترقية وتطوير الإيواء البديل (علاج الاختلال الهيكلي)

بما أن الأرقام أثبتت أن الفنادق الكلاسيكية لا تلبي رغبة السائح بالكامل، فإن الآفاق تتطلب:

- تسهيل ودعم "دور الضيافة: (Maisons d'hôtes) "وضع تسهيلات إدارية وتشريعية للمواطنين في قصور غرداية السبعة (بني يزقن، العطف، مليكة...) لتحويل وتجهيز منازلهم التقليدية إلى دور ضيافة سياحية معتمدة، مما يرفع طاقة الاستيعاب دون تشويه النمط العمراني لتلبية رغبة السائح.

- تطوير "الإقامات الواحاتية والمخيمات": تشجيع الاستثمار في مساحات مرنة (مثل غابات النخيل في متليلي أو العطف) لإنشاء بنية تحتية خفيفة وصديقة للبيئة (مخيمات ذات جودة عالية) تمتص ضغط التدفقات في مواسم الذروة، من أجل امتصاص فائض السياح في فترات الذروة تغطية عجز الايواء.

2-آفاق معالجة "الموسمية الخائقة" (توزيع الطلب على مدار السنة)

لمواجهة ركود الصيف واكتظاظ الشتاء، تشمل الآفاق آليات لضمان استمرارية النشاط:

- تفعيل السياحة الحموية (محور زلفانة): استغلال منطقة التوسع السياحي بزلفانة (التي تتوفر على المياه الحموية) لإنشاء محطات علاجية حديثة تسوق في فترات الخريف والربيع، لربط السياحة الثقافية (في القصور) بالسياحة العلاجية، لقضاء على فترة الركود لتفادي خسائر.

- تطوير أجندة تظاهرات ممتدة: من خلال عدم حصر المهرجانات في أسبوع واحد (مثل عيد الزربية)، بل توزيع الأنشطة الثقافية، التجارية، والرياضية (مثل ماراثون الكثبان أو رالي الدراجات) على مدار أشهر السنة لتوزيع الجاذبية السياحية زمنيا. أي استغلال المناسبات والمهرجانات التي تتمتع بها الولاية وتقسيمها على كامل السنة لتفادي الفائض وخسائر المادية.

3-تنمية وتهيئة "مناطق التوسع السياحي (ZET)"

الولاية تتمتع وعاء عقاري يتمتع بخصائص سياحة جيدة يجب تفعيلها بناءً على المخططات المصادق عليها:

- تحرير العقار السياحي وبقية المناطق المقترحة: الإسراع في منح رخص الاستثمار بالقطع الأرضية المهيأة، وتوجيه المستثمرين نحو مشاريع ذات قيمة مضافة (مدن ترفيهية، مراكز الحرف والصناعات التقليدية، وقرى سياحية متكاملة) بدلاً من الفنادق المجردة.

- إدراج التجهيزات التكميلية: الفنادق لوحدها لا تكفي الآفاق تتطلب إنجاز مرافق مرافقة (مطاعم تقليدية مصنفة، مساحات ترفيه عائلية، مكاتب إرشاد سياحي ذكية).

4-تطوير المزيج التسويقي السياحي وبناء "العلامة التنافسية"

غرداية ليست مجرد مكان للزيارة، بل هي تجربة ثقافية فريدة ومحطة هامة في الجزائر:

- الاستثمار في تكوين العنصر البشري: تأهيل الشباب المحلي كمرشدين سياحيين محترفين ملمين بالتاريخ واللغات، ورفع مستوى الخدمات الفندقية (Hospitalité Management) في المنشآت المتوفرة بالولاية.

- التسويق الرقمي الموجه: بناء هوية بصرية وعلامة تجارية لغرداية (Ghardaïa Brand) وتسويقها دوليا ومحليا عبر منصات التواصل الاجتماعي كـ "عاصمة للعمارة المستدامة والتراث الإنساني العالمي" (المصنف لدى اليونسكو).

المطلب الثالث: صياغة سيناريوهات التنمية المستقبلية

في هذا المطلب سنحاول وضع خطة عمل مستقبلية "خارطة طريق" مرنة أمام صناع القرار، بناءً على الاختلالات التي تم التطرق إليها في المطلب الأول (الموسمية والخلل الهيكلي) والآفاق التي وضعناها في المطلب الثاني، والذي يفرض تدخل الجيد للدولة والخواص وعليه سنقوم بتصميم خطة مستقبلية للسياحة في ولاية غرداية حتى عام 2030.

أ- تعزيز الرقمنة السياحية (علاج معضلة الموسمية والتسويق) وذلك من خلال:

- إنشاء منصة رقمية موحدة لولاية غرداية منصة تتيح "الزيارة الافتراضية" للقصور، وحجز الإقامة التقليدية ودور الضيافة مباشرة من خلال المنصة.

- التحليل الذكي للبيانات (Big Data) استخدام البيانات الرقمية لتوقع فترات الذروة وتوجيه السياح نحو مسارات بديلة (مثل توجيه الوفود نحو حدائق المفتوحة في العطف أو المزارع السياحية في سبب ولفحل لمنع الاكتظاظ في بني يزقن) في فترات الذروة.

- بطاقة السائح الرقمية (Digital Tourist Pass) تطبيق عبر الهاتف يتيح للسائح دفع رسوم الدخول للقصور، حجز دليل سياحي، وشراء المنتجات التقليدية إلكترونياً، مما يرفع من جودة التجربة السياحية لتجنب أي جائحة تصيب البلاد.

ب- تنويع العرض السياحي (تفتيت التركيز على السياحة الثقافية الكلاسيكية) من:

- السياحة البيئية (Eco-tourism) الاستثمار في واحات النخيل ونظام تقسيم المياه التقليدي وتطوير مخيمات واحاتية صديقة للبيئة تعتمد على الطاقة الشمسية، لجذب محبي الطبيعة والاسترخاء خاصة في مواسم التي تصيب البلاد بأي جائحة مثل جائحة كورونا.

- سياحة المؤتمرات والعمل (MICE) استغلال هدوء الولاية وجاذبيتها لغرض احتضان الندوات، ورشات العمل، والملتقيات الوطنية والدولية للشركات والمؤسسات، بعمل اتفاقيات مع جامعات ومعاهد وغيرها، لاستغلالها في عقد ندواتها، خاصة في فترات الخريف والربيع لإنعاش الفنادق الكلاسيكية المتوفرة.

- السياحة العلمية والبحثية: غرداية تُعد "مختبراً مفتوحاً" وأيضاً متال حي في النمط العمراني القديم (الهندسة المعمارية) المستدامة، علم الاجتماع، والري التقليدي. يمكن تنسيق اتفاقيات بين مديرية السياحة والجامعات والمعاهد

والمدارس الخاصة (الوطنية والدولية) لتنظيم رحلات استكشافية ومخيمات صيفية علمية للطلبة والباحثين، لتعزيز ثقافة التراث التاريخي والعمراني التي تتمتع به الولاية، ويعتبر حل بسيط لتجنب الركود في فترات الموسمية الحادة.

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل حاولنا من خلال الدراسة التحليلية لواقع وآفاق الحركة السياحية بولاية غرداية ان نستنتج مجموعة من الاستنتاجات الاستراتيجية التي توضح طبيعة الفجوة السياحية الموجودة في الولاية وكيفية معالجتها مستقبلياً، وتشكل أبرز هذه النتائج فيما يلي:

- (تشخيص الاختلال الهيكلي والموسمي): أثبتت المقارنة التحليلية بين مؤشرات العرض والطلب السياحي في الولاية أن نمو عدد المياكل الفندقية لا يتناسب طردياً ولا نوعياً مع حجم التدفقات السياحية؛ حيث تعاني الولاية من فجوة زمنية حادة تتأرجح بين عجز إيوائي خانق في مواسم الذروة (الشتاء والربيع) وركود اقتصادي مكلف في فصل الصيف، بالإضافة إلى فجوة نوعية تتمثل في تركيز الاستثمارات على الفنادق الكلاسيكية المقيدة، مقابل شح كبير في "الإيواء البديل" (كدور الضيافة والإقامات التقليدية) التي تشهد طلباً متزايداً من السياح الباحثين عن التجربة الأصيلة.

- (الآفاق التنموية المتاحة): إن تجاوز هذه الفجوة يتطلب الانتقال بالمنتج السياحي لولاية غرداية من طابعه العفوي والموسمي إلى قالب استراتيجي منظم، وتتحدد آفاق التطوير في تفعيل وتأهيل مناطق التوسع السياحي (ZET)، وتقنين وتوسيع شبكة دور الضيافة داخل القصور الثمانية، وتثمين السياحة الحموية بزلفانة لضمان استمرارية النشاط على مدار السنة، تماشياً مع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2030).

- (خارطة الطريق والاستشراف): لتجسيد هذه الآفاق تم صياغة سيناريوهات مستقبلية توجت بـ "خطة عمل مقترحة" تركز على ركيزتين (تعزيز الرقمنة السياحية عبر منصات وأنظمة حجز ودفع ذكية ترفع من مرونة القطاع، وتنويع العرض السياحي من خلال دمج أنماط جديدة كالسياحة البيئية في الواحات، وسياحة المؤتمرات لاستقطاب قطاع الأعمال، والسياحة العلمية الموجهة للباحثين كحل عبوري لكسر الركود الصيفي).

وفي المحصلة، يظل قطاع السياحة في ولاية غرداية مورداً اقتصادياً بديلاً وواعداً، شريطة تحويل نقاط الاختلال المرصودة إلى فرص استثمارية ذكية تركز على الرقمنة والاستدامة وثقافة الإيواء البديل.

خاتمة

خاتمة:

إن الدراسة التحليلية لواقع السياحة بولاية غرداية في السنوات المبينة 2024/2015 أدت الى أن نمط السياحة يعتبر من الركائز المهمة في الجانب الوطني عامة والمحلي خاصة، وبالأخص من المقومات التي تسخر بها الولاية من مختلف المقومات التاريخية والعمرانية والصناعات التقليدية، ومما تم التطرق اليه في الدراسة اتضح لنا أن الولاية تعتبر موروثا حقيقيا كبيرا وهاما من خلال قصورها التقليدية القديمة والمصنفة ضمن التراث العالمي وكذا، الواحات الكبيرة، ونظام تقسيم المياه القديم، واجود أنواع الصناعات التقليدية المختلفة، وبالإضافة الى التظاهرات والمهرجانات السياحية والثقافية، من جهة أخرى.

أما من حيث الصيغة المنهجية تضمنت الدراسة التنوع في الوصف والتحليل في نفس الوقت، مدعمة بمعطيات ومؤشرات حديثة استنبطت من إحصائيات من مختلف المديريات المختصة في مجال السياحة والصناعة التقليدية، وهو ما مكننا من رؤية واقع العرض السياحي من خلال الهياكل الفندقية، وقدرات الإيواء، ووكالات الأسفار، والمرشدين السياحيين ومن جهة أخرى لجانب تحليل الطلب السياحي عبر مؤشرات التدفق السياحي، والليالي المقضاة، وكذا نسب الإشغال الفندقي.

حيث اظهرت النتائج، أن هناك تطور تدريجي في عدد المؤسسات وقدره الإيواء، وتضاعف في عدد وكالات السياحة والأسفار في فترة الدراسة، مع ارتفاع مستمر في عدد النزلاء والليالي المقضاة، ولكن في فترة جائحة كوفيد- أوضحت لنا بعض التغيرات من خلال الأرقام أن هناك خلل في متغيرات الطلب والعرض السياحي، والتي لاحظناها في نسب الاشغال المتدهورة، وضعيفة مقارنة بالتدفق السياحي، وغياب في تنوع أنماط الإيواء، وتأخر في مشاريع البناء.

وفي الاخير، يمكن أن نقول ان ولاية غرداية تتمتع بمقومات سياحية يمكنها من التحول الى منتج متميز، غير أن هذا يواجه مشاكل وتحديات كبيرة، لذلك حاولنا ان نستخلص بعضا من التوصيات التي تساعد في نهضة هذا القطاع السياحي في الولاية وذلك من خلال:

- الاقتراحات والتوصيات:

- محاولة عمل تنويع في نمط الايواء من خلال التحول من النمط الكلاسيكي الى النمط التقليدي.
- العمل على استغلال الرقمنة في مجال السياحة لتسهيل خدمات ربح الوقت وتفاذي الأزمات خاصة في الفترات الحادة والمناسبات.
- ضرورة الحرص على توعية المواطنين بالاهتمام أكثر بمعرفة الموروث الثقافي للمنطقة والتمسك به وبالمعتقدات التاريخية .

- الحرص على اشهار المنتج المحلي السياحي عبر مختلف وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي.
- الحرص الشديد على الاهتمام بنوعية الخدمات المطلوبة من خلال عمل وبرمجة دورات تعليمية في هذا مجال.
- أفاق الدراسة :

1-آفاق تطوير القطاع السياحي بولاية غرداية (الرؤية المستقبلية)

بناءً على تشخيص الواقع والتحديات التي تواجه السياحة في ولاية غرداية، تتحدد آفاق الدراسة في المسارات الاستراتيجية التالية التي من شأنها تحويل القطاع من مرحلة "التسيير التقليدي" إلى مرحلة "الاستثمار السياحي التنافسي":

2-التحول نحو اقتصاد السياحة التشاركية والتقليدية:

إن الانتقال من نمط الإيواء الكلاسيكي (الفنادق التقليدية) نحو "الإيواء التقليدي الأصيل" (استغلال البيوت المشابهة للقصور القديمة) لا يمثل مجرد خيار معماري، بل هو استراتيجية لإطالة مدة إقامة السائح وتعميق تجربته الثقافية. الآفاق هنا تكمن في:

- تقنين وتنظيم صيغة "الإقامة لدى الساكن" لضمان معايير الجودة والنظافة.
- تحويل المنازل القديمة المهجورة إلى "دور ضيافة (Guesthouses)" ذات طابع تراثي يحافظ على الهوية الميزابية.

3- الرقمنة كرافعة للتميز التشغيلي:

- تجاوزاً للازدحام في المواسم الحادة والمناسبات، يكمن الأفق في "الرقمنة الشاملة للمسار السياحي":
- إطلاق منصة رقمية موحدة للولاية تُتيح الحجز الآني، عرض المسالك السياحية، ومعلومات لحظية عن ضغط المواقع لتفادي الاكتظاظ.
 - تفعيل نظام (Smart Tourism) لربط الخدمات (نقل، إ طعام، مبيت) في حزمة واحدة تقلل وقت الانتظار وتحسن رضا السائح.

المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

- 1- أبو رمان، حماد عبد القادر، مبادئ التسويق السياحي، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
- 2- بظاظو، إبراهيم، السياحة البيئية وأسس استدامتها، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 3- خليل، نهي إبراهيم، البيئة والتنمية المستدامة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
- 4- الدوري، مثنى طه؛ الدباغ، إسماعيل محمد علي، اقتصاديات السفر والسياحة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2005.
- 5- السيد، عاطف، الصناعات الصغيرة ودورها في التنمية الاقتصادية والسياحية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2007.
- 6- الصيرفي، محمد، الإحصاء السياحي، ط1، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007.
- 7- عبد السميع، صبري، التسويق السياحي والفندقي: أسس عملية وتجارب، بحوث ودراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006.
- 8- عبد الوهاب، صلاح الدين، التنظيم السياحي: السياسات السياحية - التخطيط السياحي - التسويق السياحي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990.
- 9- مبروك، صبري عبد السميع، التنمية السياحية: المبادئ، المقومات، المعوقات، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2011.
- 10- معطى الله، رشيد؛ وآخرون، مؤشرات التنمية المستدامة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012.
- 11- ملوخية، أحمد فوزي، التنمية السياحية: المرتكزات - الآليات - المعايير، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

ثانياً: المذكرات والرسائل الجامعية:

- 12- حم عيد، سناء، استراتيجية الطاقة المتجددة في الجزائر ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2013.
- 13- دواوي، محمد، آليات التسويق السياحي ودورها في ترقية الصناعات التقليدية - دراسة حالة ولاية غرداية، 2019.

ثالثاً: المجلات والدوريات العلمية:

- 14- عشي، صليحة، "دور التنمية السياحية المستدامة في حماية البيئة"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، العدد 1، 2009.
- 15- قاسمي، سيا، "التنمية المستدامة بين الحق في استغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية"، الملتقى الدولي الثاني حول السياسات والتجارب التنموية بالوطن العربي والمتوسطي، الجمعية التونسية المتوسطة للدراسات التاريخية والاجتماعية والاقتصادية، تونس، أبريل 2012.
- 16- قريد، مصطفى؛ بوعافية، سمير، "مساهمة استراتيجية الإنتاج الأنظف في تحقيق التنمية المستدامة"، الملتقى الوطني الخامس حول اقتصاد البيئة وأثره على التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة، أكتوبر 2008.

رابعاً: القوانين والنصوص التشريعية والوثائق الرسمية:

- 17- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77، الصادرة بتاريخ 15 ديسمبر 2001.
- 18- القانون رقم 99-06 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق لـ 04 أبريل سنة 1999، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار.

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية (Ouvrages en Langues Étrangères)

- 19- Ahmed, Tessa. *Economie touristique et aménagement du territoire*.
- 20- Frechtling, Douglas C. (2001). *Forecasting tourism demand methods and strategies*. Published by Butterworth-Heinemann.
- 21- Lanquer, Robert (1981). *Le Tourisme International*. Série Que sais-je N° 1694, PUF, Paris, France.
- 22- Middleton, Victor T.C. & Clarke, Jackie (2001).

- 23- Ministère de l'aménagement du Territoire de l'environnement et du tourisme, SDAT (2008). *Audit du tourisme Algérien*, Livre 01.
- 24- Ministère de l'aménagement du Territoire de l'environnement et du tourisme, SDAT (2008). *Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires*, Livre 02.
- 25- Page, Stephen J. (2007). *Tourism Management: Managing for Change*. (2nd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- 26- Ryan, Chris (2005). *Recreational Tourism demand and Impacts*. Published by Channel View Publications, First Published.
- 27- Song, Haiyan & al (2009). *The Advanced Econometrics Of Tourism Demand*. Published by Routledge, First Publication.

