



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي لميلة
معهد العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المرجع: / 2014

القسم: علوم التسيير

ميدان : علوم اقتصادية، التجارة و علوم التسيير

الشعبة: علوم التسيير

التخصص : مالية و بنوك

مذكرة بعنوان :

دور السياحة في التنمية على المستوى المحلي في الجزائر

دراسة حالة: ولاية ميلة

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير
تخصص "مالية و بنوك"

إشراف الأستاذ (ة):

إعداد الطالب (ة):

برني ميلود

محزم سارة

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	المركز الجامعي لميلة	- حسيني إبتسام
مناقشا	المركز الجامعي لميلة	- بوزاهر صونيا
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي لميلة	- برني ميلود

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

... } وَقُلْ أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا رَسُولَهُ قَسْرًا

وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

{ أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا رَسُولَهُ

سورة التوبة الآية 105.

شكر وعرّفان

إِنِّطلاقا من قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: « مَنْ لَا يَشْكُرُ اللَّهَ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ »

الحمد والشكر لله رب العالمين كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه على توفيقه إيانا لإنجاز هذا العمل،
وندعو الله أن يتقبله منا قبولاً حسناً وأن ينفعنا وينفع المسلمين به.

أتقدم بشكري الجزيل وفائق التقدير والإحترام والعرّفان لمؤطري الأستاذ "برني ميلود" على كافة مساعداته
وتوجيهاته ونصائحه وما بذله من جهود طيبة

جزاه الله خيراً

وفائق التقدير الاحترام للسيد "بوبيدي عبد العزيز" رئيس مصلحة السياحة في مديرية السياحة -لولاية ميله-

وإلى كل من أصحاب الوكالات السياحية: خاصة وكالة "مديحة للسياحة والسفر" ووكالة "زاوي للسياحة والسفر"
ووكالة "فرحات تور للسياحة والسفر" الذين لم يخلوا علي بالمعلومات.

وجزّل الشكر والتقدير إلى كل من مد لي يد العون من قريب أو بعيد، وشكري إلى أساتذة معهد العلوم
الاقتصادية والتسيير .

إهداء

قال تعالى في كتابه الحكيم بعد بسم الله الرحمن الرحيم

****وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا****

إلى من علماني أن الحياة مبدأ، والمبدأ حب والحب عطاء، إلى من أعطاني دون ملل ورباني دون كلل

أهدي ثمرة جهدي هذه إلى والدي أطل الله عمرهما

إلى سندي في الحياة، وإلى من أدعو لهم الثبات إخوتي وأخواتي:

هاجر وزكرياء وحسنا وهيثم

إلى كل أفراد عائلتي

أعمامي وأخوالي

إلى كل صديقاتي: وسام وفوزية وفاطمة وعبلة وإنصاف وسمية وإيمان، هاجر وأمينة

إلى الأستاذ المشرف الذي لم يبخل علي بالتوجيهات الأستاذ: برني ميلود

إلى كل من ساعدني في إنجاز مذكرتي سواء من قريب أو بعيد

إلى الروح التي تسكن جسدي وملاكي الحارس

*****اللهم انفعنا بما علمتنا وعلمنا بما ينفعنا*****

سارة

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
I	شكر وتقدير
II	إهداء
III	فهرس المحتويات
VI	فهرس الجداول
VII	فهرس الأشكال
VIII	فهرس الملاحق
أ - ج	مقدمة
	الفصل الأول: ماهية السياحة وعلاقتها بالإقتصاد
2	التمهيد
3	المبحث الأول: ماهية السياحة
3	المطلب الأول: تعريف السياحة ونشأتها
6	المطلب الثاني: خصائص وأهمية السياحة
12	المطلب الثالث: أنواع السياحة
17	المبحث الثاني: دوافع السياحة، خدماتها ومنشأتها
17	المطلب الأول: دوافع السياحة
19	المطلب الثاني: الخدمات السياحية وأثارها
23	المطلب الثالث: المنشآت السياحية والوسطاء فيها
30	المبحث الثالث: أسس السياحة
30	المطلب الأول: السوق السياحي
38	المطلب الثاني: التسويق السياحي
45	المطلب الثالث: الاستثمار السياحي
47	الخلاصة
	الفصل الثاني: التنمية المحلية ودور السياحة في دعمها
49	التمهيد
50	المبحث الأول: ماهية التنمية الإقتصادية
50	المطلب الأول: مفاهيم حول التنمية الإقتصادية

53	المطلب الثاني: أهداف، أبعاد التنمية الاقتصادية وإستراتيجياتها
57	المطلب الثالث: متطلبات وعقبات التنمية الإقتصادية
62	المبحث الثاني: التنمية المحلية
62	المطلب الأول: مفاهيم حول التنمية المحلية
67	المطلب الثاني: مجالات وإستراتيجيات التنمية المحلية
77	المطلب الثالث: مقومات التنمية والتمويل المحلي لها وعوائقها
86	المبحث الثالث: مساهمة السياحة في التنمية المحلية
86	المطلب الأول: مساهمة السياحة في قضايا التنمية
88	المطلب الثاني: مساهمة السياحة في التنمية المحلية من خلال التشغيل والناجح المحلي
93	المطلب الثالث: دور الموارد السياحية في تحقيق التنمية المحلية وإستغلال الجماعات المحلية لها
95	الخلاصة
	الفصل الثالث: دور النشاط السياحي في التنمية المحلية بولاية ميلة
97	التمهيد
98	المبحث الأول: تقديم عام لولاية ميلة
98	المطلب الأول: موقع الولاية، المعطيات الجغرافية والطبيعية
100	المطلب الثاني: لمحة تاريخية عن الولاية
105	المطلب الثالث: المعطيات الديمغرافية
110	المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي لولاية ميلة
110	المطلب الأول: الموارد والمنشآت السياحية بولاية
124	المطلب الثاني: المشاريع الإستثمارية بولاية
128	المطلب الثالث: البرامج التنموية بالولاية
134	المبحث الثالث: تقييم دور السياحة في تنشيط التنمية المحلية بولاية ميلة
134	المطلب الأول: تقييم دور السياحة في توفير مناصب الشغل بالولاية
136	المطلب الثاني: تقييم دور السياحة في زيادة الإيرادات بالولاية
140	المطلب الثالث: مساهمة السياحة في ترقية النشاط الحرفي بالولاية
143	الخلاصة
	الخاتمة
145	خلاصة عامة

145	نتائج إختبار الفرضيات
146	نتائج الدراسة
146	توصيات الدراسة
147	أفاق الدراسة
168 - 149	الملاحق
178 - 170	قائمة المراجع

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	الفرق بين السائح و غير السائح	4
02	تطور الحركة للطلب السياحي في الجزائر ما بين 1990-2010	32
03	تطور الإيرادات السياحية في الجزائر ما بين 1990-2011	34
04	تطور مفهوم التنمية الاقتصادية	51
05	تطور مساهمة القطاع السياحي في التشغيل بين 1990 و 2011	90
06	نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي 1999 و 2011	92
07	توزيع سكان ولاية ميلة عبر بلدياتها	105
08	توزيع السكان حسب المناطق الحضرية والريفية	108
09	أهم المنابع الحموية بالولاية	116
10	الوكالات السياحية المتواجدة بولاية ميلة	117
11	الفنادق المتواجدة بولاية ميلة	118
12	الفنادق المغلقة والمتوقفة عن النشاط	119
13	الجمعيات المتواجدة بالولاية	119
14	أهم المطاعم بالولاية	120
15	بيوت الشباب المتواجدة بالولاية	120
16	توافد السياح إلى ولاية ميلة	121
17	توزيع جنسيات الأجانب لسنة 2013	123
18	المشاريع السياحية التي في طور الانجاز	125
19	المشاريع السياحية التي لم تنطلق	126
20	المشاريع السياحية المتوقفة	127
21	ملفات المشاريع السياحية المقبولة في إطار طلبات الإستثمار السياحي	130
22	مقارنة مناصب الشغل في قطاع السياحة بمناصب الشغل بمختلف القطاعات الأخرى	134
23	مقارنة الإيرادات المحققة في قطاع السياحة بإيرادات القطاعات الأخرى	136
24	عدد الحرفيين المسجلين في الولاية حسب (السن والجنس، الوسط)	140
25	المناصب المحدثة لمختلف الصناعات التقليدية لسنة 2013	141

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	خصائص السياحة	10
02	أنواع السياحة	16
03	دوافع السياحة	19
04	العلاقة بين مختلف أنواع الطلب السياحي	31
05	تطور الحركة للطلب السياحي في الجزائر ما بين 1990-2010	33
06	تطور الإيرادات السياحية في الجزائر ما بين 1990-2011	35
07	مرونة العرض السياحي	36
08	خصائص التسويق السياحي	39
09	دورة حياة المنتجات السياحية	42
10	إستمرار الحلقة المفرغة	59
11	مصادر الموارد المالية المحلية	82
12	علاقة التنمية بالتمويل المحلي	83
13	تطور مساهمة القطاع السياحي في التشغيل بين 1990 و 2011	91
14	نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي 1999 و 2011	93
15	توزيع سكان ولاية ميلة عبر بلدياتها	107
16	توزيع السكان حسب المناطق الحضرية والريفية	109
17	توافد السياح الجزائريين	122
18	توافد السياح الأجانب	123
19	توزيع جنسيات الأجانب لسنة 2013	124
20	مقارنة مناصب الشغل في قطاع السياحة بمناصب الشغل بمختلف القطاعات الأخرى	135
21	نسبة مساهمة مناصب الشغل في قطاع السياحة بمناصب الشغل في القطاعات الأخرى	136
22	مقارنة الإيرادات المحققة في قطاع السياحة بإيرادات القطاعات الأخرى	139
23	نسبة مساهمة إيرادات المحققة في قطاع السياحة بإيرادات القطاعات الأخرى	139
24	عدد الحرفيين المسجلين في الولاية حسب (السن والجنس، الوسط)	141
25	المناصب المحدثة لمختلف الصناعات التقليدية لسنة 2013	142

فهرس الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	موقع الجغرافي لولاية ميله	149
02	السور البنزطي	150
03	باب البلد	150
04	مسجد سيدي غانم	151
05	عين البلد	151
06	تمثال ملو	152
07	قصر الأغا	152
08	السجن الأحمر	153
09	مشتة سيدي زروق	153
10	منطقة المشيرة	155
11	أبار أغلاد	155
12	مشتة البعالة	156
13	موقع بني هارون	158
14	سد بني هارون	159
15	الحرف التقليدية	160
16	إحصائيات السواح الجزائريين والأجانب	161
17	توزيع مناصب الشغل حسب القطاعات	162
18	إحصائيات القطاع السياحي لسنة 2011-2012-2013	163
19	ملصقة إخبارية لوكالة مديحة للسياحة والسفر	166
20	ملصقة إخبارية لوكالة زاوي للسياحة والسفر	167
21	ملصقة إخبارية لوكالة فرحات تور	168

الملخص:

تعتبر السياحة قطاعا حيويا ومصدر هام لتحقيق الإيرادات المالية خارج قطاع المحرقا، لكن الجزائر لم تصل إلى المستوى المطلوب مقارنة بالمغريات السياحية التي تساعد في تحقيق التنمية الإقتصادية.

وتعتبر ولاية ميلة متحفا مفتوحا على تاريخ البشرية وهذا لما تزخر به من مقومات ومميزات سياحية متنوعة وثرية، إلا أنه لم يتم استغلالها استغلالا كفاءاً، ما أثر سلبا على التنمية المحلية بالولاية خاصة في جانبي التشغيل والإيرادات المحلية.

وفي هذا السياق قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يمكن أن تساهم السياحة في دعم التنمية على المستوى المحلي؟

وخلصنا في نهاية الأمر إلى أن السياحة لها دور فعال في دعم التنمية المحلية إلا أن هناك عراقيل تقف في وجه تطوير هذا القطاع انطلاقا من إعتبار ولاية ميلة نموذجا.

الكلمات المفتاحية: السياحة، السائح، الموارد السياحية، التنمية المحلية، مناصب التشغيل، الإيرادات.

Résumé :

Le tourisme est un secteur vital et une importante source de réaliser des recettes fiscales en dehors du secteur des hydrocarbures, mais l'Algérie n'a pas atteint le niveau requis de tourisme par rapport au tentations touristiques qui l'aider à atteindre le développement économique.

La wilaya de Mila est considérée comme une musée ouverte sur l'histoire de l'humanité et de ce que cette richesse d'ingrédients et propose une variété et richesse de tourisme, mais il n'a pas été exploité efficacement, ce qui a eu un impact négatif sur le développement local, en particulier sur L'exploitation et les revenus locaux.

Dans ce contexte, nous avons lancé la prochaine grande question

Comment peut-on contribuer à soutenir le développement du tourisme au niveau local?

Nous avons conclu à la fin que le tourisme a un rôle efficace dans le soutien du développement local, mais il ya des obstacles qui se dressent face à l'évolution de ce secteur sur la base de l'examen de l'état de Mila comme modèle.

Mots-clés : tourisme, touristique, ressources touristiques, le développement local, les postes d'exploitation, les recettes.

مقدمة

لم تعد السياحة اليوم مجرد نشاط ترفيهي للإنسان ينحصر بين المأكل والمشرب والتنزه فقط، بل أصبحت قطاعا أساسيا يلعب دورا هاما في عملية التنمية، وصارت الكثير من الدول تضع استراتيجياتها التنموية على أساسه. ويعتبر الفرد لبنة أساسية في النشاط السياحي، إذ يلعب الدور الأكبر فيه من خلال وعيه المستمر كعميل أو كمورد ومسوق للخدمة السياحية، فمع تحسن المداخل وتطور وسائل النقل والاتصال زادت الرغبة في التنقل والاكتشاف، فنشطت السياحة على المستوى الكلي وأصبحت تشكل موردا رئيسيا وقطاعا استراتيجيا لاقتصاد الدولة يتضمن التخطيط، الاستثمار، التشييد، التسويق والترويج.

وكما أسلفنا فإن نجاح ونماء هذا القطاع يعتمد على رواج الثقافة السياحية، والتي تؤدي ضمنا إلى استقطاب السواح باستمرار، إضافة إلى الإرث السياحي وما تملكه الدولة من إمكانيات ومواقع سياحية التي تشكل عاملا أساسيا في جلب عدد كبير من السياح.

والجزائر كغيرها من بقية الدول شرعت في عملية إحصاء لثرواتها السياحية من أجل استغلالها وجعلها تساهم في عملية التنمية، وكان ذلك مباشرة بعد صدور الميثاق السياحي سنة 1966 والذي بموجبه تم تحديد الأهداف والوسائل اللازمة للتنمية السياحية، حيث ظهرت السياحة ضمن بيانات الاستثمار في إطار مختلف المخططات التي مرت بها عملية التنمية في الجزائر.

وتعتبر التنمية المحلية هي الإطار الجزئي للتنمية الاقتصادية الشاملة، حيث ترتبط بوجود هيكل تمويل محلي يؤدي إلى تعظيم معدلات التنمية المحلية على مستوى الوحدات المحلية بشكل متزايد ومستمر عبر الزمن، حيث تتطلب عملية التنمية المحلية بطبيعتها تعبئة أكبر قدر ممكن من الموارد المالية المحلية وخاصة الذاتية منها، مما يوجب استغلالا أكفأ للثروات السياحية الموجودة على المستوى المحلي بهدف المساهمة الفعالة في التنمية الاقتصادية الشاملة على مستوى الدولة.

وولاية ميلة من بين ولايات الجزائر التي تتميز بموارد سياحية متعددة ومتنوعة منها الآثار والمعالم التي يمكن الاعتماد عليها كمصدر أساسي لتدعيم التنمية المحلية وذلك بالاستغلال الأمثل والفعال لمواردها والإمكانيات المتاحة لتحقيق نشاط سياحي محلي كفء.

ومن هنا تظهر الإشكالية التي تتمحور حول التساؤل الجوهري التالي :

كيف يمكن أن تساهم السياحة في دعم التنمية على المستوى المحلي ؟

التساؤلات الفرعية

ومن أجل تبسيط الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية التالية :

- 1 ما هو مفهوم السياحة وما هي دوافعها؟
- 2 ما هو مفهوم التنمية المحلية وما هي العوائق التي تعترضها؟
- 3 هل وصلت مساهمة السياحة في تحقيق التنمية بالجزائر إلى المستوى المطلوب؟

- 4 ما هي الإستراتيجية ونوع السياحة الواجب إتباعها لإنجاح التنمية المحلية بولاية ميلة؟ وما هي أكثر المنتجات السياحية إقبالا بالولاية؟
- 5 ما مدى مساهمة السياحة في التنمية المحلية بولاية ميلة؟
- 6 ما هو واقع السياحة بولاية ميلة وما هي أهم المعوقات التي تقف دون تطوير هذا القطاع بالولاية؟

فرضيات الدراسة

- للإجابة عن التساؤلات السابقة الذكر انطلقنا من الفرضيات التالية:
- 1 يعتبر مساهمة السياحة في التنمية بالجزائر في زيادة عبر الزمن.
 - 2 تعتبر السياحة البيئية هي الواجب تنميتها بحكم ما تمتلكه الولاية من سدود ومناطق طبيعية خلابة
 - 3 تعتبر السياحة الحموية أكثر المنتجات إقبالا من طرف السياح بالولاية.
 - 4 تعتبر مساهمة السياحة ضئيلة في التنمية المحلية مقارنة بالمصادر الأخرى.
 - 5 تنقص الوعي السياحي لدى السلطات وسكان الولاية يؤثر على فعالية السياحة في التنمية المحلية.
 - 6 من بين العوائق التي تقف أمام تطوير قطاع السياحة بالولاية هو إنعدام عقار سياحي مهياً ومدرّس لإستقبال إستثمارات سياحية بالولاية.

أهمية الدراسة

يستمد البحث أهميته من خلال الجوانب التالية:

- 1 إعطاء لمحة عن السياحة بولاية ميلة وأهميتها في تحقيق التنمية المحلي.
- 2 أهمية برامج التنمية المحلية في سياسة التنمية.
- 3 لأهمية التي يحضى بها موضوع السياحة والتنمية في العالم باعتباره القطاع الذي يحقق أحسن تنمية معتبرة في العديد من الدول.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1 - توضيح وتحديد مفهوم السياحة ودوافعها
- 2 - معرفة المؤهلات السياحية التي تزخر بها الولاية من أجل إتباع إستراتيجية مناسبة لإنجاح التنمية المحلية بالولاية.
- 3 - محاولة تقييم نشاط قطاع السياحة بالولاية من خلال مدى إسهامها في تحقيق التنمية المحلية.
- 4 - معرفة أكثر المنتجات السياحية إقبالا من أجل تطويرها وتحسينها والحفاظ عليها باعتبارها أكثر منتج يجذب السياح إلى الولاية.
- 5 - معرفة العوائق التي تقف كحاجز أمام تطوير السياحة بالولاية ومحاولة معالجتها.

أسباب اختيار الموضوع

هناك عدة أسباب دفعتنا لدراسة هذا الموضوع، يمكن أن نوجزها فيما يلي:

- 1 إبراز دور السياحة في تحقيق التنمية المحلية.
- 2 زيادة الوعي السياح لدى الأفراد بأهمية هذا القطاع بالولاية.
- 3 التعرف بالقدرات السياحية لولاية ميلة.

منهج الدراسة

من أجل الدراسة المعمقة والتحليل الشامل لمختلف العناصر وتماشيا مع أهداف وأهمية وطبيعة الموضوع سوف نعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتوضيح المفاهيم الأساسية المتعلقة بالنشاط السياحي والتنمية المحلية.

كما سنستخدم على المنهج الإحصائي والمقابلة الشخصية لجمع وتحليل البيانات والإحصائيات السياحية في الجزائر بصفة عامة وولاية ميلة بصفة خاصة، ومدى مساهمة السياحة في التنمية المحلية.

حدود الدراسة

المجال المكاني: تحدد هذه الدراسة في ولاية ميلة.

المجال الزمني: تحليل البيانات والإحصائيات السياحية فترة ما بين 2011 – 2013.

صعوبات الدراسة

من بين الصعوبات التي واجهتنا في دراستنا لهذا الموضوع صعوبة الحصول على المعلومات الإحصائية المتعلقة بالسياحة في الجزائر وخاصة لـ لسنوات الأخيرة، وعدم تعاون بعض أصحاب الوكالات والفنادق بالتصريح بالمعلومات.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: هي عبارة عن رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إقتصاد التنمية، ولقد حملت عنوان " الآثار التنموية للسياحة-دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب-"، من إعداد الطالبة عشي صليحة، جامعة باتنة، سنة 2004/2005.

تمحورت إشكالية البحث حول كيفية النهوض بقطاع السياحة في الجزائر، وجعله يواكب التطور الذي أحرزته على الأقل كل من تونس والمغرب في هذا المجال، مركزة على ما تملكه الجزائر من إمكانيات سياحية لا تقل أهمية على ما هو متاح لتونس والمغرب .
وقد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- تظهر مساهمة قطاع السياحة في الجزائر متدنية وغير ذي قيمة في التنمية الاقتصادية للبلاد، من خلال واقع إيرادات هذا القطاع ومدى مساهمتها في تكوين الناتج المحلي الإجمالي والتي لم تتعد 0.18% خلال الفترة 1991-2001.

- ضعف مساهمة القطاع السياحي في حل مشكل البطالة وإحداث مناصب الشغل في الجزائر ومرد ذلك قلة الاستثمار السياحي الوطني والأجنبي بالإضافة إلى نقص مراكز التكوين والتأهيل مما أدى إلى إفتقار هذا القطاع إلى عمالة متخصصة في هذا المجال.
- إن ضعف القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني الجزائري يعود أساسا إلى إهماله في مختلف برامج التنمية الاقتصادية وإعتباره غير ذي أهمية مقارنة بالقطاعات الأخرى في الإقتصاد وبدلا عن ذلك كان الاعتماد الكلي على قطاع المحروقات والصناعات الثقيلة.

الدراسة الثانية: هي عبارة عن أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم في عوم التسيير شعبة تسيير المؤسسات، ولقد حملت عنوان " الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر"، ولقد أعدت من طرف عامر عيساني، سنة 2009 / 2010، جامعة الحاج لخضر باتنة، تمحورت إشكالية البحث حول ما هي الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية في الجزائر وكيف يمكن الاستفادة من التجربة المصرية والتونسية.

وقد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- غياب سياسة واضحة لخطط الترويج والتسويق السياحي.
- الميزان التجارى السياحي في الجزائر يسجل عجزا هيكليا طيلة فترة الدراسة، والسبب في ذلك ضعف الإيرادات السياحية مقابل النفقات السياحية، مما ترك آثار سلبية رصيد ميزان المدفوعات الجزائر بنسبة تراوحت بين (-0.2 و -0.1) خلال على فترة 2000-2008 في حين كانت أرصدة الموازين السياحة في مصر وتونس موجبة وحقت فوائض معتبرة من النقد الأجنبي في البلدين وكانت نسبة مساهمة الإيرادات السياحية في ميزان المدفوعات خلال عام 2008 حوالي 6.2 % بالنسبة لتونس 4.6 % بالنسبة لمصر.
- تدهور الصناعات التقليدية والحرفية بسبب غياب التأطير ودعم القطاع.
- تواضع وقلة المؤسسات التعليمية وضعف مستوى التأهيل والتدريب لدى نسبة عالية من العاملين بالقطاع وقصور برامج التدريب السياحي والفندقي للنهوض بمستوى الخدمات والتسهيلات السياحية.

الدراسة الثالثة: هي عبارة عن رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في إدارة الأعمال، ولقد حملت عنوان إستراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة، دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل، ولقد أعدت من طرف سمير سالمي أجريت سنة 2011/2012، جامعة فرحات عباس سطيف.

وتتلخص إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: كيف تساهم إستراتيجية ترقية القطاع السياحي من خلال مخططات التهيئة السياحية في تحقيق التنمية المستدامة؟

وقد توصل الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن صناعة السياحة لها دور كبير في تحقيق التنمية المستدامة بفضل أثارها التي تشمل الجوانب الإقتصادية والإجتماعية والبيئية.
- إن إستراتيجية ترقية القطاع السياحي في الجزائر تراعي متطلبات التنمية المستدامة من خلال تشديدها على القوانين والمراسيم المحددة للنشاط في القطاع السياحي ويبقى الخلل الكبير في التطبيق والممارسة العلمية.
- يمكن للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المساهمة في ترقية القطاع السياحي بشكل يؤدي إلى تحقيق التنمية المستدامة وهذا في حالة ما إذا تم تنفيذ المشاريع المدرجة ضمنه وبالتالي يمكن إعتبار كأداة للمساهمة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة.

الدراسة الرابعة: هي عبارة عن رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الإقتصادية تخصص نفوذ وتمويل، ولقد حملت عنوان " تمويل التنمية المحلية من منظور إسلامي مساهمة صندوق الزكاة والوقف"، ولقد أعدت من طرف السبتي وسيلة أجريت سنة 2012/2013، جامعة محمد خيضر بسكرة. وتتلخص إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: كيف يمكن لمؤسستي الوقف والزكاة تمويل التنمية المحلية؟

ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تعتبر التنمية المحلية أحد الأدوات المستخدمة في تحقيق تنمية وطنية شاملة.
- تعتبر جهود المشاركة الشعبية ضرورية في إنجاح برامج التنمية المحلية.
- يوفر صندوق الزكاة موارد مالية معتبرة يمكنها توظيفها في التنمية المحلية.

هيكل الدراسة

بغرض الإجابة على إشكالية البحث واختبار فرضياته تم تقسيم هذه الدراسة إلى مقدمة، ثلاثة فصول أساسية وخاتمة كالتالي:

حيث يتضمن الفصل الأول المعنون بـ : "ماهية السياحة وعلاقتها بالاقتصاد " ثلاث مباحث تتطرق فيها إلى مفاهيم حول السياحة ونشأتها، دوافع السياحة ومنشآت السياحة والوسطاء فيها وأسس السياحة. أما الفصل الثاني المعنون بـ : " التنمية المحلية ودور السياحة في دعمها" فيتضمن ثلاث مباحث الأول ماهية التنمية الإقتصادية والثاني التنمية المحلية أما المبحث الثالث دور السياحة في التنمية المحلية. كما قسم الفصل الثالث المعنون بـ : " دور السياحة في التنمية المحلية لولاية ميلة" إلى ثلاث مباحث تناولت تقديم عام لولاية ميلة، واقع القطاع السياحي بولاية ميلة وتقييم دور السياحة في تنشيط التنمية المحلية بولاية ميلة.

أما الخاتمة فقد تضمنت إجابة عن الإشكالية المطروحة والنتائج المتوصل إليها من خلال البحث إضافة إلى نتائج اختبار الفرضيات ومجموعة من التوصيات المقترحة وآفاق الدراسة.

الفصل الأول:

ماهية السياحة وعلاقتها بالإقتصاد

تمهيد:

تعتبر السياحة ظاهرة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ أن خلق الله الأرض وما عليها، تطوّرت هذه الظاهرة وتغيّرت النظرة إليها في العصر الحديث، حيث أصبحت علما قائما بذاته، إذ أصبحت تشارك في عصرنا الحديث مشاركة هائلة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

إن تحديد مفهوم السياحة يختلف حسب اختلاف التخصصات العلمية للجهات الدارسة لهذه الظاهرة، فكل باحث يركز على جانب معين، وللسياحة خصائص تتميز بها، ولها أنواع متعدّدة تبعا لتعدّد الدوافع، وعليه يتم من خلال هذا الفصل التطرق إلى:

- ماهية السياحة.
- دوافع السياحة ومنشآت السياحية والوسطاء فيها.
- أسس السياحة.

المبحث الأول: مفاهيم حول السياحة ونشأتها

لقد تعددت تعاريف السياحة والسائح وذلك لتغير وجهة نظر الباحثين. وسوف نتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم السياحة والتطور التاريخي وخصائصها وأنواعها.

المطلب الأول: نشأة السياحة ومفهومها

لقد أصبحت السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية ذات أبعاد كثيرة ومهمة، وفي العديد من الدول أصبحت كصناعة لها أسس وقواعد، وعليه سنحاول في هذا المطلب التطرق إلى تعريف السياحة والسائح ونشأتها.

أولاً: تعريف السياحة: هناك عدة تعاريف للسياحة نذكر منها:

- تعرف السياحة على أنها: "مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة لسفر وإقامة مؤقتة بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل"¹.
- عرفها فيغنر (Wegener) على أنها: "جميع أشكال السفر والإقامة للسكان غير المحليين"².
- وعرف كل من العالمين (K. Krapf و W. Hunziker) السياحة على أنها: "تنقل مجموعة من الناس من أماكن إقامتهم المعتادة إلى مكان آخر، شريطة أن تكون إقامتهم ليس بدافع أي نشاط مريح"³.
- وقدم جعفري عام (1988) تعريف بسيط للسياحة هو: "دراسة إنسان بعيداً عن موطنه، ودراسة الصناعة التي تستجيب لحاجات هذا الإنسان ومعرفة تأثيرات الإنسان والصناعة على الدول المضيفة اقتصادياً واجتماعياً وبيئياً"⁴.
- كما رأى Jobber (1905) بأن السياحة: "ظاهرة من ظواهر عصرنا التي تنبثق عن الحاجة المتزايدة لدى الأفراد بالراحة وتغيير البيئة والإحساس بالمتعة من خلال تغيير مكان الإقامة إلى مناطق أخرى لها طبيعتها الخاصة، بالإضافة إلى النمو والتحسين في وسائل النقل والاتصالات ما بين شعوب وجماعات مختلفة من الجماعات الإنسانية وهذا التطور فيها ما هو إلا نتيجة لاتساع نطاق وحجم التجارة والصناعة وذلك على اختلاف أحجامها سواء كانت (كبيرة أو صغيرة)"⁵.
- وفي عام (1932) عرفت لجنة خبراء السياحة لعصبة الأمم بأنها: "النشاط الذي يركز على الأهداف السياحية وبواعثها المتمثلة في المتعة وحضور الاجتماعات ومؤتمرات... الخ"⁶.

¹ فؤاد السيد المليحي، المحاسبة في الأنشطة السياحية والفندقية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية - مصر، 1993، ص 60.

² عثمان محمد غنيم، بنينا نبيل سعد، التخطيط السياحي، ط2، دار صفاء، عمان - الأردن، 2003، ص 23.

³ Pierre py, le tourisme un phénomène économique, édition les études de la documentation française, Paris, 1996, p 9.

⁴ الطائي حميد، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2001، ص 21.

⁵ نعيم الطاهر وسراب الياس، مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2001، ص 29.

⁶ عبد الجبار عبد الله سعيد الصلوي، السياحة في اليمن - الملاحح الراهنة والرؤية المستقبلية -، إصدار وزارة الثقافة والسياحة، صنعاء - اليمن، 2004،

من خلال التعاريف السابقة للسياحة نستنتج أن السياحة عبارة عن مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنتج عن عمليات الانتقال، أي يقوم بها عدد من الأشخاص بتقلهم إلى أماكن خارج مناطق إقامتهم الدائمة لأغراض غير متعلقة بالربح المادي حيث لا تقل المدة عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة.

• **السائح:** هناك عدة تعاريف للسائح نذكر منها:

- يعرف قاموس ليثر السائح على أنه: " المسافر الذي يسافر إلى بلاد غير بلده من اجل حب الإطلاع والفضول" ¹.

- عرف مؤتمر روما العالمي للسياحة الذي انعقد عام 1963 السائح تعريفا محددا فقال: "إن السائح هو من يزور بلدا غير بلده الذي يقيم فيه بصورة دائمة ومعتادة لأي سبب من الأسباب، عدا قبول وظيفة بأجر في البلد الذي يزوره، أي تغيير مكان الإقامة المعتاد لفترة مؤقتة، وبعبارة أوضح تغيير البيئة الاجتماعية لأي غرض غير العمل بأجر" ².

- تعريف لجنة الخبراء الإحصائيين التابعة لعصبة الأمم 1937 السائح: "وقصد به كمبدأ عام أي شخص يسافر لفترة من 24 ساعة أو أكثر إلى بلد غير ذلك الذي يقيم فيه بصفة دائمة، وقد قررت اعتبار بعض الأشخاص مسافرين للأغراض مختلفة وكأنهم سياح وآخرون اعتبرهم غير سياح" ³.
ويبرز ذلك من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (01): الفرق بين السائح وغير السائح.

السائحون	غير السائحين
- للمتعة أو الأسباب خاصة أو للعلاج...الخ - في مؤتمرات أو الممثلين لأي غرض (علميا ، إداريا، سياسيا، دينيا، رياضيا). - لأغراض العمل. - في رحلة بحرية حتى ولو أقاموا أقل من 24 ساعة، ويعتبر هؤلاء مجموعة منفصلة بعرف النظر عن مكان إقامتهم.	- الواصلون بعقد أو بدون عقد لشغل وظيفة أو الالتحاق بأي عمل. - الواصلون لإقامة دائمة. - الطلبة والشباب في بيوت الإقامة بالأجر أو في المدارس الداخلية. - المقيمون في منطقة مجاورة للحدود والأشخاص الذين سيتوطنون في دولة ما ويعملون في دولة أخرى مجاورة لها. -المسافرون الذين يمرون بدولة ما دون توقف حتى ولو أخذت الرحلة أكثر من 24 ساعة.

المصدر: يسري دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية- مصر، 2002، ص 20.

¹ Pierre py, op-cit , p 5.

² محمد فريد عبد الله، التخطيط السياحي وأفاق السياحة المستدامة ، دار المواسم للنشر والتوزيع ، بيروت- لبنان، 2006، ص 44.

³ يسري دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية- مصر، 2002، ص 19.

ثانياً: نشأة السياحة وتطورها

يمكن أن نميز بين أربعة مراحل أساسية مرت بها السياحة عند تطورها وبالتالي يمكن أن نلخصها فيما يلي:

1. مرحلة العصور القديمة:

إن دافع سفر الإنسان القديم الحصول على الطعام والمأوى والبحث على مناخ أفضل، ومع تطور معارف الإنسان وخبرته ظهرت دوافع أخرى كالتجارة ومقايضة السلع وأبسط مثال هو رحلة الشتاء والصيف عند العرب التي كانت تقوم بها قريش بغرض التجارة بينهم وبين بلاد الشام واليمن¹.

كما يشير القرآن الكريم إلى رحلات أخرى منها رحلة سيدنا موسى وخروجه من مصر بعد اضطهاد فرعون له، ومن أهم أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في هذا العصر فكانت تركز على تحقيق الفائدة، حب الاستطلاع، الدافع الديني².

2. مرحلة العصور الوسطى:

كان اتجاه السياحة في تلك العصور يتمحور حول التجارة والحج وطلب العلم وقد كان للمسلمين في الفترة بين القرن الثامن والقرن الرابع عشر دور كبير من تطوير حركة الأسفار، وكانت البلاد الإسلامية آنذاك أكثر البلدان تقدماً، وكانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراءً لذلك فإن تجارة العالم كانت تجري إليها وهو ما جعلها مركزاً للحياة الثقافية والحضارية بشكل ساهم في استقطاب العلماء والمتقنين من كل أنحاء العالم وهو ما دفع بالرحالة العرب إلى القيام برحلات لاستكشاف الحضارات الأخرى، حيث كان من أبرزهم ابن بطوطة الذي وضع كتاباً أسماه "تحفة الانتظار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار" وضمنه رحلاته إلى آسيا وإفريقيا، كما نجد أيضاً الرحالة أبو عبيدة البطري الذي وضع كتاباً عن غرب إفريقيا عنونه باسم "المسالك والممالك". أما على صعيد الرحلات الأوروبية في تلك الفترة فقد قام الإمبراطور الفرنسي "شارل لمان" برحلة إلى بغداد في عصر الخليفة هارون الرشيد عام 797هـ، بعدها قام الإيطالي "ماركو بولو" برحلة إلى الصين انطلاقاً من فلسطين ثم أرمينيا وصولاً إلى بكين³.

3. المرحلة الحديثة:

بعد عصر النهضة وظهور المخترعات وتطورها وتعبيد الطرق وارتفاع مستويات المعيشة للأفراد، أصبح السفر وسيلة للإنسان لتحقيق رغباته ولقد ساد سافريات الإنسان الطابع المادي أي أنه يحاول دائماً الحصول على فائدة أثناء السياحة مما يضاعف متعته أي أن أسفاره أصبحت مركبة مثل أسفار رجال الأعمال مثلاً التي تجمع بين العمل والترفيه.

¹ حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص مالية وبنوك، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2006، ص 36.

² ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، عمان-الأردن، 2008، ص 14.

³ سمير سالم، إستراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة-دراسة مخطط التوجيهي للتنمية السياحية لولاية جيجل -، مذكرة الماجستير في إطار مدرسة دكتوراه في العلوم الاقتصادية والتسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012/2011، ص 4.

وهذه التحركات والأسفار التي قامت عليها صناعة السياحة في العصر الحديث أخذت تشد إنتباه الدول، وبدأت تقدر أحوالها الحضارية والثقافية والاقتصادية والسياسية ونظم الدعاية السياسية لبلاها بصفة رسمية وإمكانات ضخمة.

والجدير بالذكر أن الدول والمنظمات السياحية تعمل على إبراز وتطوير مجالات سياحية تقليدية مثل المجالات الثقافية والترفيهية، كما تعمل على خلق مجالات سياحية لتوسيع نطاق هذه الصناعة والعمل على تنمية أصول سياحية جديدة لم تكن موجودة من قبل¹.

4. المرحلة المعاصرة:

في هذه المرحلة وهي ما بعد الحرب العالمية الثانية إلى وقتنا الحاضر تبلور مفهوم السياحة وكذلك تنوعت أهدافها وتزايدت أعداد السياح بشكل كبير وامتازت حركة السفر ووسائل النقل البرية والبحرية والجوية بكثافة كبيرة².

حيث انعكس هذا إيجابا على تطور الحركة السياحية في العالم وبشكل خاصة في أوروبا، حيث لم تعد السياحة فيها مجرد ظاهرة ذات أبعاد اقتصادية أو اجتماعية بل تطورت وبررت جوانبها الثقافية، الحضارية والسياسية بل تحولت إلى ظاهرة إنسانية متعددة الأبعاد، حيث أنه يمكن القول أن هذه المرحلة هي مرحلة السياحة الشعبية³.

المطلب الثاني: خصائص السياحة وأهميتها

السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر مما يجعلها تتميز بجملة من الخصائص التي تختلف بها عن باقي الأنشطة الاقتصادية أو الخدمية أخرى نظرا لما تتمتع به من الأهمية إقتصادية وإجتماعية وثقافية.

أولا: خصائص السياحة

تهدف السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في الدولة كالشواطئ الرملية والمناخ المعتدل والمناطق الجبلية والقطاعات الجبلية والأماكن الدينية والتاريخية والأثرية وهي بذلك لا تختلف من الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى استغلال الموارد الطبيعية المتاحة كالموارد المعدنية والغابات، ويمكن حصر أهم خصائص السياحة فيما يلي :

1. تتأثر السياحة بعوامل أسعار السفر والخدمات السياحية ومستوي المداخل للأفراد بصورة كبيرة أي تتغير قرارات السياحة وتوجهاتهم التي تحدث في كل من تكاليف أنشطة السياحة ومستوي المداخل، فتزايد تكاليف الرحلة السياحية إلى منطقة أو دولة ينتج عنه ضعف الإقبال على السفر عليها من أجل السياحة أو تناقص

¹ محمد حافظ حجازي، إدارة التسويق السياحي والفندقي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية - مصر، 2007، ص ص 51 - 52.

² حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص 38.

³ عثمان محمد غنيم، بيننا نبيل سعد، مرجع سابق، ص 37.

- عدد الليالي السياحية فيها، وهي نفس النتيجة التي تحدث إذا ما انخفض مستوى الدخل أو تزايدت تكاليف وأعباء المعيشة في دول الطلب السياحي¹.
2. السياحة قطاع من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، كما أنها تؤثر على القطاعات الأخرى حيث يكون تأثيرا مضاعفا بمعنى أن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة، أما أنها تشكل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع².
3. التكاليف العالية بالنسبة إلى العملاء: تتميز المنتجات السياحية عادة بتكاليف عالية نسبيا بالنسبة للمستهلكين، فالذهاب في عطلة والحصول على تذكرة الطائرة أو الإقامة في الفندق تعتبر أنشطة مكلفة، لذلك غالبا ما يأخذ الإنفاق السياحي الحصة الأكبر من إنفاق السياح خلال السنة، وعليه فإن اتخاذ القرار الشرائي حول منتج معين لا يتم إلا بعد تفكير عميق ومقارنة العروض البديلة³.
4. المنتج السياحي منتج مركب فهو مزيج من العناصر المتعددة تتكامل مع بعضها لتشكيل أو تقديم منتج سياحيا، فالمنتج السياحي عبارة عن عوامل جذب طبيعية: (ظروف مناخية، جغرافية وبيئية) وعوامل الجذب تاريخية: (حضارية، دينية وثقافية) بالإضافة إلى البنى الأساسية عامة مثل الطرقات المطارات، وأماكن الإقامة كالفنادق والقرى السياحية ومن خدمات كالمطاعم وأماكن الترفيه وأيضا منشآت لخدمة السائحين من مكاتب سياحية وبنوك. كما يتضمن المنتج السياحي درجة الوعي السياحي لدى مواطني المقصد السياحي متمثلا في حسن المعاملة، والنقض في أي من هذه العناصر السابقة يؤثر على الصورة النهائية للمنتج السياحي، مما يؤدي إلى انخفاض التدفق السياحي إلى البلد المضيف⁴.
5. تعتبر السياحة صادرات غير منظورة: فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر فهي تعتبر واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي (الدولة المضيفة) لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى، التي تتطلب بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها وتكاليف نقلها⁵.
6. إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي المتمثلة في الموارد السياحية (الطبيعية، التاريخية، الأثرية...الخ) لا تباع إلا من خلال السياحة فهذه الموارد لا تذر عوائد بطبيعتها، إلا إذا بيعت في شكل

¹ بهاز الجليلي، مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم علوم الاقتصادية، فرع علوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2008، ص 33.

² حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص 46.

³ سمير سامي، مرجع سابق، ص 13.

⁴ عامر عيسا ني، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة - حالة الجزائر - أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، شعبة تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر - باتنة -، 2009/2010، ص 19.

⁵ بهاز الجليلي، مرجع سابق، ص 34.

منتج سياحي، وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود سلع وخدمات مساعدة التي تتمثل في التسهيلات والتي يمكن تفصيلها في أربع مجموعات¹:

- توفر الهياكل الأساسية: كشبكات النقل، الخدمات المرفقة (المياه، الكهرباء...) وسائل الاتصال، توفر الأمن والاستقرار.

- توفر منشآت الإقامة: الهياكل الفندقية وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية (المخيمات، القرى السياحية... الخ).

- توفر النقل: سواء البري، البحري أو الجوي.

- توفر المنشآت السياحية الترويجية: محلات بيع الهدايا التذكارية والسلع السياحية.

7. عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل إلى مكان آخر مما يؤدي إلى ضرورة أن تكون الأرباح المكتسبة خلال فترة الموسم كافية لمواجهة التراجع خلال الفترات المتبقية من السنة وهذا بسبب الموسمية وقد بذلت محاولات عديدة لمواجهةها نذكر منها²:

- إطالة موسم العطل: توسيعا لفترة النشاط الموسمي من خلال تعديل التوزيع الزمني للطلب السياحي كأن توزع مواعيد العطل بحيث تكون متعاقبة.

- تقرير عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر في السنة: وهو اتجاه قوى في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع وخصوصا الدول التي يسودها شتاء بارد ككندا وشمال الولايات المتحدة الأمريكية.

- تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة الموسمية لإيجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار.

- تغيير حجم ومستوى العرض السياحي بحيث يتفق ومستويات تدفق السياح بمعنى خفض نوعية الخدمات المقدمة خلال فترات انخفاض الطلب السياحي.

8. سهولة الدخول والخروج من الصناعة: تمتاز الأنشطة السياحية في أغلب مجالاتها بتكاليف منخفضة نسبيا مقارنة مع بعض الصناعات التي تتطلب رأس مال كبير وتكاليف عالية، إذ تتعلق التكاليف الأولية في هذه الصناعة بالجانب التسويقي والدعائي، فوكالات السفر مثلا لا تشتري المنتجات التي يقدمها المتعاملين السياحيين مثل الحجز في الفنادق أو تذاكر الرحلات إلا بعد أن يدفع العميل ثمنها وهي ما يشكل سهولة نسبية لمن يريد الاستثمار في القطاع السياحي، أو لمن يريد الانسحاب من هذه الصناعة لأنه لا يتحمل التكاليف العالية المرتبطة بالخروج من السوق مثل ما هو الحال عليه في بعض الصناعات³.

9. السياحة نشاط يتميز بالموسمية: إن الطلب على المنتجات السياحية يتميز بتوزيع مؤقت وغير متكافئ، فخلال السنة قد نسجل ارتفاعا كبيرا في الطلب على هذه المنتجات يستمر لأسابيع أو أشهر بينما نسجل في

¹ بهاز الجبالي، مرجع سابق، ص 34.

² حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص 47.

³ سمير سالم، مرجع سابق، ص 15.

باقي الأشهر طلبا منخفضا، ويسمى الارتفاع المسجل في أوقات معينة من السنة الذروة المؤقتة لأن الطلب السياحي يصل لأعلى مستوياته خلال السنة وهو ما يجعل النشاط السياحي يتصف بالخاصية الموسمية¹.

10. المنتجات السياحية تخدم بعضها البعض: أغلب السياح عند دفعهم لتكلفة رحلتهم السياحية فإنهم يتوقعون الحصول على مجموعة من المنتجات وليس على منتج واحدة فقط، فالسائح يختار، أماكن الجذب في الوجهات السياحية وما يتصل بها من منتجات تتعلق بالإيواء والإطعام وباقي الخدمات المرافقة لها، لأن طلبه لا يتحدد بأحدها فقط وإنما بأغلبها، فكلما كانت تشكيلة المنتجات السياحية المعروضة متنافسة مع بعضها فإن ذلك يؤدي بالسياح إلى تقرير صورة الوجهة السياحية المقصودة²

ويمكن تلخيص خصائص السياحة التي تم التطرق إليها سابقا في الشكل الموالي:

¹ سمير سالمى، مرجع سابق، ص14.

² نفس المرجع، ص14 .

الشكل (01): خصائص السياحة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- بهاز الجيلالي، مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم علوم الاقتصادية، فرع علوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2008، ص33.
- حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص مالية وبنوك، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2006، ص 36.
- سمير سالم، إستراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة-دراسة مخطط التوجيهي للتنمية السياحية لولاية جيجل -، مذكرة الماجستير في إطار مدرسة دكتوراه في العلوم الاقتصادية والتسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012/2011، ص 4.
- عامر عيسا ني، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة- حالة الجزائر - أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، شعبة تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر - باتنة -، 2010/2009، ص 19.

ثانيا: أهمية السياحة

لا تقتصر أهمية السياحة على ما تجلبه من فوائد للفرد، بل تمتد فوائدها إلى المجتمع ككل باعتبار أن السياحة تشكل رافدا للدخل الوطني وتحقيق التوازن في ميزان المدفوعات وتوليدها لفرص عمل جديدة وتنشيط الصناعات والخدمات المختلفة المرتبطة بها والإسهام في تنمية المناطق النائية والريفية، كما أن السياحة تمثل "إحدى وسائل التفاهم والتلاقي الثقافي والحضاري بين الشعوب"¹.

وتعتبر السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر نظرا لما تتمتع به من أهمية في عدة جوانب منها:

1. الأهمية السياسية: وتتمثل في²:

- تؤدي السياحة إلى تحسين العلاقات بين الدول.
- إن النتائج الايجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية.

- يتأثر النشاط السياحي بالظروف السياسية، فانه يؤثر فيها أيضا، ولكن يبقى هذا التأثير ضعيفا ومحددا³.

2. الأهمية الاجتماعية والثقافية: حيث تساهم أهمية السياحة الاجتماعية والثقافية في ما يلي⁴:

- السياحة مطلب اجتماعي نفسي هام من أجل استعادة الإنسان لنشاطه وعودته للعمل بكفاءة من جديد.
- تساهم السياحة في الحد من ظاهرة البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين وتشمل أيضا⁵:
- المساهمة في رفع مستوى المعيشة عن طريق زيادة الدخل.
- ارتفاع الوعي الاجتماعي للسكان بفضل الاحتكاك بالحضارات الأخرى عن طريق السياح.
- كما تساهم على المستوى الفردي في استعادة قوى ونشاط الفرد بتخليصه من ضغوطات الحياة اليومية.
- ويساهم على المستوى الثقافي في تبادل المعارف والتعرف على الحضارات وتاريخ المناطق والشعوب وخصائصهم الاجتماعية والثقافية وعاداتهم.

3. الأهمية الاقتصادية: ويمكن إبرازها من خلال النقاط التالية:

- خلق مناصب عديدة للعمل : وبالتالي رفع المستوى المعيشي للأفراد سواء بالعمل المباشر أو غير المباشر، ويعرف العمل المباشر على انه: "مجموعة الوظائف المقدمة من طرف وحدات الإنتاج السياحي نفسها، كالفنادق والمطاعم والمؤسسات السياحية " أما العمل الغير مباشر فهو "الأعمال الناتجة عن أنشطة أو

¹ عبد الجبار عبد الله سعيد الصلوي، مرجع سابق، ص 17.

² عيسى مرازقية، محمد الشريف شخشاخ، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر -دراسة آلية وفاعلية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر -، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية علوم الاقتصادية والتسيير، يومي 9-10 مارس 2010، ص 6.

³ لرقط فريدة، المزيج التسويقي كأداة للتسيير وجذب السياح-تحليل بعض المؤشرات التطبيقية في الوكالات السياحية بمدينة سطيف-، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة فرحات عباس سطيف، 2001/2000، ص 4.

⁴ بزة صالح، تنمية السوق السياحية بالجزائر-دراسة حالة ولاية المسيلة-، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، قسم التسيير، تخصص علوم التسيير، فرع إستراتيجية السوق، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006، ص 13.

⁵ لرقط فريدة، مرجع سابق، ص 5.

قطاعات لها علاقة أمامية وخلفية مع نشاط السياحة"، ولهذا نجد النشاط السياحي يستطيع أن يوفر عددا كبيرا من مناصب العمل للتقليل من البطالة لأنه معمم للعمل، لكن ما يعيب بعض الوظائف أنها موسمية¹.
- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة².
- تحسين ميزان المدفوعات: السياحة تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، الإيرادات السيادية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى³.

المطلب الثالث: أنواع السياحة

يمكن تصنيف أنواع السياحة إلى عدة أسس ومعايير، حيث تختلف من بلد إلى آخر ومن أهمها:

أولاً: تقسيم السياحة وفقاً للعدد: وتشمل ما يلي:

1. **السياحة الفردية:** وهي سفر الفرد واحد أو أسرة واحدة، حيث أن السائح إما أن يبقى في الفندق أو مع الأصدقاء، وإما الذهاب إلى المطعم أو إعداد وجبات الطعام الخاصة به، هذه الفئة من السياح تتحمل النفقات التي ليس من السهل دائماً إحصائها⁴.
2. **السياحة الجماعية:** وتكون عندما يسافر السياح مع بعضهم جماعياً وضمن برنامج يشمل الأماكن المراد زيارتها ومكان المنام والطعام وغيرها، وهي تنظم عن طريق وكالات السياحة والسفر وتنقسم إلى قسمين⁵:
أ - سياحة غير منظمة: تنظم المجموعة الواحدة برنامج الرحلة لوحدها من حيث مدة الإقامة في المناطق السياحية والإقليمية المنوى زيارتها وتحدد ظروف المبيت والطعام التي تريد استخدامها في الأماكن السياحية أي أنه يكون غير مخطط لها مسبقاً حسب برنامج.
ب - سياحة جماعية منظمة: يكون برنامج الرحلة معد مسبقاً من قبل الشركات السياحية أو الوكالات السياحية والسفر، ومحددة ظروف المنام والطعام وعدد الليالي التي يقضيها السياح والأمكنة المنوى زيارتها.

¹ لرقط فريدة، مرجع سابق، ص 5.

² بزة صالح، مرجع سابق، ص 12.

³ آسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2002، ص 32.

⁴ Yves Tinar, le tourisme économie et management, 2ème édition, édition édition internationale, Paris, 1994, p 30.

⁵ مروان السكر، الإقتصاد السياحي، دار المجدلوي للنشر، عمان - الأردن، 1999، ص 23.

ثانيا: تنقسم السياحة وفقا للغرض: وتشمل ما يلي:

1. **سياحة ترفيهية:** ويتمثل الدافع الأساسي وراءها في رغبة الشخص في الاستمتاع والترفيه عن نفسه، فهذا النمط من السياحة يتضمن ممارسة الهوايات المختلفة على غرار الصيد، الغوص في البحار والتزلج على الثلج¹.
2. **السياحة الرياضية:** أصبحت السياحة الرياضية في العصر الحالي من أهم أنواع السياحة بما توفره من إيرادات هامة، إلى جانب التعريف بمختلف أشكال السياحة الأخرى وباقي القطاعات الأخرى في الدول المصدرة لهذا النوع من السياحة، وتعتمد على مجموعة من النشاطات الرياضية على غرار أنشطة سباق السيارات، التزلج على الثلج وغيرها من الأنشطة الرياضية².
3. **سياحة دينية:** يعرف على أنها ذلك النشاط الذي يقوم على انتقال السياح من مكان إقامتهم إلى أماكن أخرى بهدف القيام برحلات دينية تكون داخل أو خارج البلد لفترة من الوقت³.
4. **سياحة التعليم والتدريب:** يعتبر هذا النوع من السياحة من الأنواع المهمة والقديمة للسياحة، فالسفر لغرض الدراسة والتعلم كان يمارس منذ زمن بعيد وتكون فترة إقامة السائح لهذا الغرض طويلة وتتراوح من أسبوع إلى أشهر ولهذا تكون مصاريف السائح كبيرة⁴.
5. **سياحة الصحة والعلاج:** تساعد السياحة العلاجية على خلق انطباع إيجابي للسياحة خاصة بالنسبة للمرضى الذين يتم معالجتهم بصورة جيدة أو يشفون من أمراضهم وهذا بدوره يشجع على نجاح المنطقة، حيث يمكن أن تصبح من مناطق الجذب السياحي المهمة محليا أو دوليا⁵.
6. **سياحة التسوق:** تهدف سياحة التسوق إلى جذب المستهلكين إلى أسواق معينة بهدف الشراء وقد تخصص شهورا معينة في السنة لهذا الغرض ويعد هذا النوع من السياحة حديثا⁶.
7. **سياحة ثقافية:** هي زيارة السائح لبلاد أجنبية ودراسة شعوبها والخصائص التي تميز هذه الشعوب عن غيرها⁷.

¹ بوفليخ نبيل، تقرورت محمد، دراسة مقارنة لواقع السياحة في الدول شمال إفريقيا -حالة الجزائر، تونس، المغرب -، ملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع وأفاق، مركز الجامعي بويرة، يومي 11-12 ماي 2010، ص 3.

² بوفليخ نبيل، تقرورت محمد، مرجع سابق، ص 3.

³ محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، عمان- الأردن، 2008/2009، ص 60.

⁴ فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2001، ص 96.

⁵ فؤاد رشيد سمارة، مرجع سابق، ص 95.

⁶ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 60.

⁷ مصطفى عبد القادر، مرجع سابق، ص 53.

ثالثا: تقسيم السياحة وفقا لمدة الإقامة: وتشمل ما يلي¹:

1. **سياحة موسمية:** وعادة ترتبط بموسم سياحي معين لا تتم في غيره، مثل السياحة خلال موسم الصيف للاستمتاع بالشواطئ الدافئة أو خلال الشتاء للتزلج على الجليد.
 2. **سياحة لفترة قصيرة :** وعادة تكون لأيام محددة مسبقا ويقضيها السائح وفق إطار معين ونظم مثل مهرجانات السياحة والتسوق ومناسبات الأعياد وحضور المؤتمرات أو المشاركة فيها.
 3. **سياحة عابرة:** وعادة يقوم بها السائح فجأة ودون تخطيط مسبق وبشكل عابر.
- رابعا: تقسيم السياحة وفقا للمكان (الطبيعة الجغرافية): وتشمل ما يلي:

1. **السياحة الشاطئية:** تنتشر هذه السياحة في البلدان التي تتوفر لها مناطق ساحلية جذابة وبها شواطئ رملية ناعمة ومياه صافية خالية من الصخور، وتوجد في كثير من بلدان العالم مثل دول حوض البحر المتوسط ودول بحر الكاريبي².
 2. **السياحة الصحراوية:** وتتمثل هذه السياحة في تنظيم رحلات للذين يزورون البلدان خلال فصل الصيف لزيارة المعالم الصحراوية، يأتي إلى البلدان نوع آخر من السياح لزيارة معالم الصحراء خاصة والتمتع بجوها الجميل خلال فصل الشتاء من سبتمبر إلى أبريل³.
 3. **السياحة الجبلية:** تتمتع الجبال الخضراء بفترتين للسياحة، مما يدفع بالسياح في الصيف للجوء إليها بغية التمتع بجمال الغابات والهواء النقي وفي الشتاء للتزلج على الثلج والتمتع بجمال الطبيعة⁴.
- خامسا: تقسيم وفقا للمناطق الجغرافية:** وتشمل ما يلي⁵:
1. **سياحة خاصة دولية:** وتكون من قبل مواطنين أجنب داخل حدود أخرى، وفي جميع الحالات يتم اختيار الحدود الدولية وصرف العملة الأجنبية خلال فترة السياحة.
 2. **السياحة الداخلية:** تتم من قبل مواطني دولة معينة داخل حدود دولتهم وتتفق فيها العملة المحلية.
- سادسا: تقسيم وفقا للعمر:** وتشمل ما يلي:
1. **سياحة الشباب :** تتعلق بالمرحلة العمرية ما بين 15-21 سنة وتمتاز بالبحث عن الحياة الاجتماعية أو الاختلاط بالآخرين والاعتماد على النفس وينتشر هذا النوع في أمريكا⁶.

¹ عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2010، ص 246.

² فلاح علي، التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي ، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 6، جامعة فارس يحي مدينة- الجزائر، مارس 2012، ص 65.

³ برا نيس عبد القادر، المفاهيم النظرية للسياحة والتسويق السياحي، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة والتسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، يومي 9/10 مارس 2010، ص 9.

⁴ برا نيس عبد القادر، مرجع سابق، ص 9.

⁵ غلام عبد الله، صناعة السياحة في الوطن العربي مفتاح التنمية المستدامة-إشارة لقطاع السياحة في الجزائر -، ملتقى دولي حول إقتصاد السياحة والتنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 9-10 مارس 2010، ص 3.

⁶ أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 41.

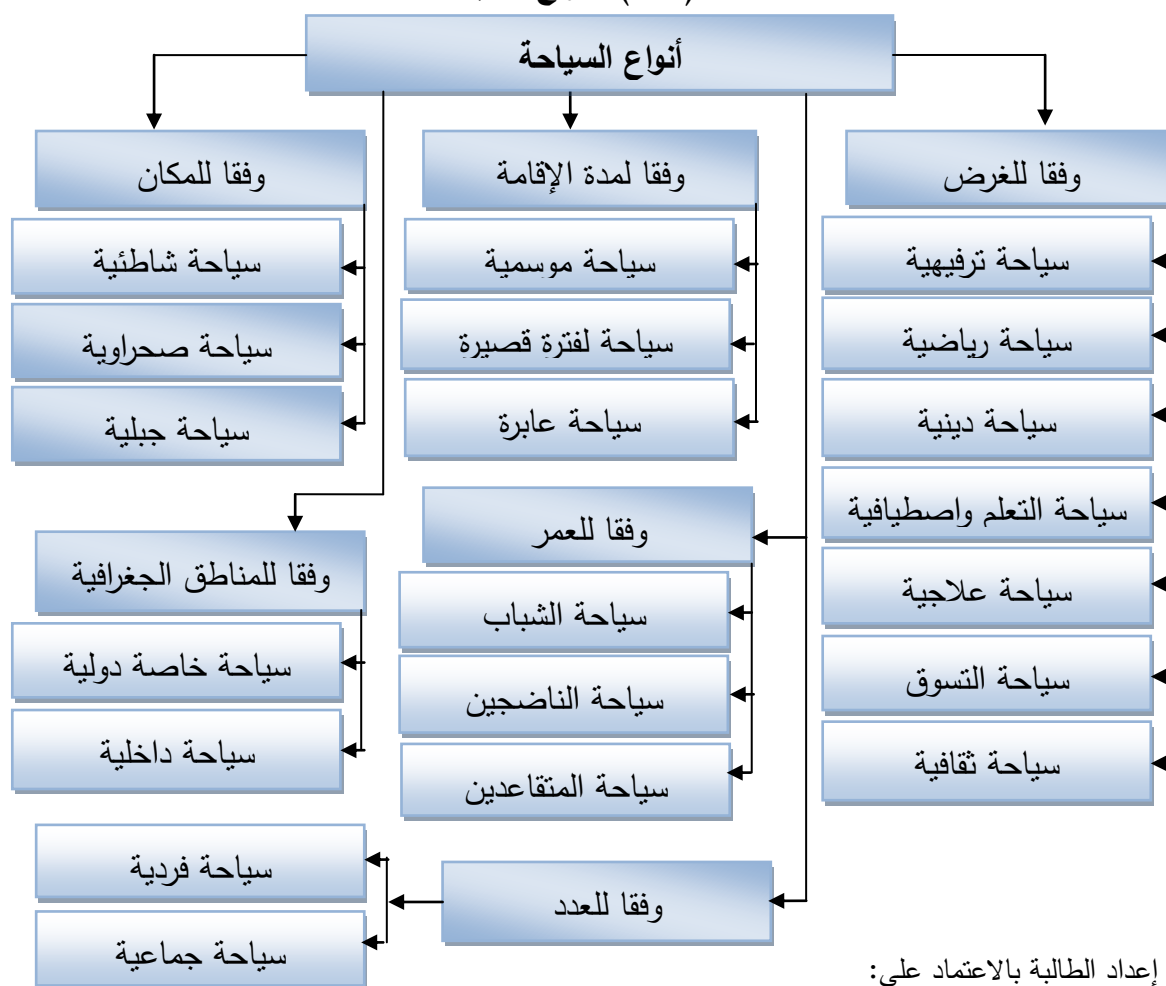
2. **سياحة الناضجين** : وهذا النوع يشمل مرحلة عمرية من 35-55 سنة وهو عبارة عن سياحة استرخاء والهروب من جو العمل الروتيني والإرهاق من العمل ويغلب طابع الراحة والاستجمام والترفيه على هذا النوع من السياحة¹.

3. **سياحة المتقاعدين** : وتخص المتقاعدين وكبار السن قد تكون من أسبوعين إلى شهييين وتمتاز بارتفاع أسعارها وتقديم أفضل الخدمات السياحية وتمتاز هذه الرحلات بأنها ذو فترات طويلة².
يمكن تلخيص أنواع السياحة التي تم ذكرها سابقا في الشكل الموالي:

¹ فؤاد رشيد سمارة، مرجع سابق، ص 106.

² أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 42.

الشكل (02): أنواع السياحة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- yves tinard, **le tourisme économie et management**, 2ème édition, édition édixionce international ,Paris,1994, p 30.

- مروان السكر، **الاقتصاد السياحي**، دار المجدلوي للنشر، عمان- الأردن، 1999، ص، 23.
- بوفليح نبيل، تقرورت محمد ، **دراسة مقارنة لواقع السياحة في الدول شمال إفريقيا -حالة الجزائر، تونس، المغرب** -، ملتقي الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع وأفاق، مركز الجامعي بويرة، يومي 11-12 ماي 2010، ص 3.
- محمد الصيرفي، **مهارات التخطيط السياحي**، المكتب الجامعي الحديث، عمان، 2008-2009، ص 60.
- فؤاد رشيد سمارة، **تسويق الخدمات السياحية**، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2001، ص 96.
- مصطفى عبد القادر ، **دور الإعلان في التسويق السياحي** ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص60.
- عبد الكريم حافظ، **الإدارة الفندقية والسياحية**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 246.
- فلاح علي، **التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي** ، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 6، مارس، 2012، ص 65.
- برا نيس عبد القادر ، **المفاهيم النظرية للسياحة والتسويق السياحي**، ملتقي دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة والتسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، يومي 9/10 مارس 2010، ص 9.
- غلام عبد الله، **صناعة السياحة في الوطن العربي مفتاح التنمية المستدامة-إشارة لقطاع السياحة في الجزائر** -، ملتقي دولي حول إقتصاد السياحة والتنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 9-10 مارس 2010، ص 3.

المبحث الثاني: دوافع السياحة والمنشآت السياحية والوسطاء فيها

تتنوع التعاريف الواردة بشأن السياحة وهذا نظرا لأنواع المختلفة للسياحة وخصائصها، وفي المقابل يجب توفر الدوافع اللازمة بالنشاط السياحي. وكذا وجود المنشآت السياحية اللازمة، وكما أن النهوض بهذا النشاط يتطلب وجود منظمين ووكالات في مجال السياحة لتطوير هذا النشاط. ومن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى دوافع السياحة وأثارها والخدمات السياحية المقدمة وأهم المنشآت السياحية الوسطاء فيها.

المطلب الأول: دوافع السياحة

هناك دوافع مختلفة للسياحة وتختلف من شخص لآخر، حيث يكون مقصد الناس من خلال القيام بالرحلة أو الترفيه عن النفس، ومن أهم هذه الدوافع نذكر ما يلي:

أولاً: دوافع ثقافية، تاريخية، تعليمية: وتتمثل هذه الدوافع في ما يلي¹:

1. مشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية مثل زيارة البتراء، الأهرامات، جرش، مدينة بابل، تدمر... الخ.

2. مشاهدة بعض الأحداث المهمة بالعالم أو حضور مهرجانات أو حفلات ثقافية أو معارض... الخ.

3. الاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على حياتهم وأعمالهم وثقافتهم ونمط حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشاف أشياء جديدة لغرض العلم والثقافة والمعرفة .

4. مشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم مثل زيارة باريس لمشاهدة برج إيفل أو روما لمشاهدة برج بيزا أو تمثال الحرية بنيويورك .

5. معرفة ما يدور من حوادث الساعة والتقدم العلمي أي التعرف على حقيقة ما يدور في الأخبار والحوادث مثل مشاهدة انطلاق المركبات الفضائية... الخ وهذا الدافع يعتبر من أهم مصادر الدعاية حيث نجد أن كثير من المواطنين يتجهون إلى منطقة معينة لمشاهدة حدث علمي جديد.

ثانياً: دوافع دينية: وتضم الدوافع الدينية ما يلي²:

1. السفر بدافع الحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة، القدس، الفاتيكان، وكذلك زيارة الأماكن الدينية المشهورة مثل أضرحة الصحابة أو الجامع الحسيني بالقاهرة، أو زيارة مرقد الإمام عبد القادر الكيلاني ببغداد أو زيارة مرقد الإمام على كرم الله وجهه في النجف وكربلاء... الخ.

2. رحلات العمرة إلى مكة المكرمة وخاصة في رمضان، ويوجد مقترحات أن تنظم المملكة العربية السعودية رحلات منظمة سياحية إلى العمرة وزيارة المدينة المنورة وبعض أضرحة الصحابة.

¹ فؤاد رشيد سمارة، مرجع سابق، ص ص 86 - 87.

² زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي - مرفق بقاموس المصطلحات السياحة والفندقة -، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن،

2007، ص 173.

ثالثاً: دوافع الراحة والاستجمام والترفيه: وتضم ما يلي¹:

1. الهروب المؤقت من الجو الروتيني اليومي للعمل.
2. حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في أماكن هادئة.
3. الترفيه عن النفس.

رابعاً: دوافع عرقية: وتضم ما يلي²:

1. زيارة البلد بتجديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن الميلاد، أو أماكن قضاء الطفولة أو أماكن سكن الأهل، الأصدقاء، الأصدقاء... الخ وهذا الدافع ينشأ بقوة بالنسبة للمغتربين عن بلدهم ويولد لديهم حافز قوي لزيارة بلدهم الأم.

2. الرغبة في زيارة أماكن سبق وأن زارها الأصدقاء في البلد الأم وتركت انطباعاتاً معينة لديهم

خامساً: دوافع صحية: وتتمثل فيما يلي³:

1. السفر بغرض العلاج
 2. السفر بغرض النقااة والاسترخاء
- سادساً: دوافع اقتصادية: وتتمثل فيما يلي⁴:

1. انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السياح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار.
2. فرق العملة في التحويل يؤدي إلى تدفق السياح إلى بلد ما انخفضت عملته لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل.

3. السفر لغرض الأعمال والحصول على الصفقات التجارية بالنسبة لرجال الأعمال .

سابعاً: دوافع رياضية : تكون لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين، أو المشاركة في دورة رياضية أو للممارسة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد⁵.

ثامناً: دوافع أخرى: وتتمثل فيما يلي⁶:

1. المخاطرة أو المغامرة (سياحة الشباب) يمكن أن تدخل ضمنها السياحة الصحراوية.
2. التفاخر والمباهاة وخاصة لبعض المناطق في العالم مثل جزر بحر الكاريبي.
3. تقنية مثلاً شراء سيارة جديدة والرغبة في السفر بها إلى مكان ما أو الرغبة في تجربة وسيلة نقل جديدة ومتطورة مثل الرغبة في السفر في طائرة الكونكورد... الخ
4. التذوق: تذوق الطعام.

¹ سليم محمد خنفر، علاء حسين السرابي، صناعة الفنادق - إدارة ومفاهيم -، دار الجليل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2011، ص 153.

² زيد منير عبوي، مرجع سابق، ص 174.

³ سليم محمد خنفر، علاء حسين السرابي، مرجع سابق، ص 154.

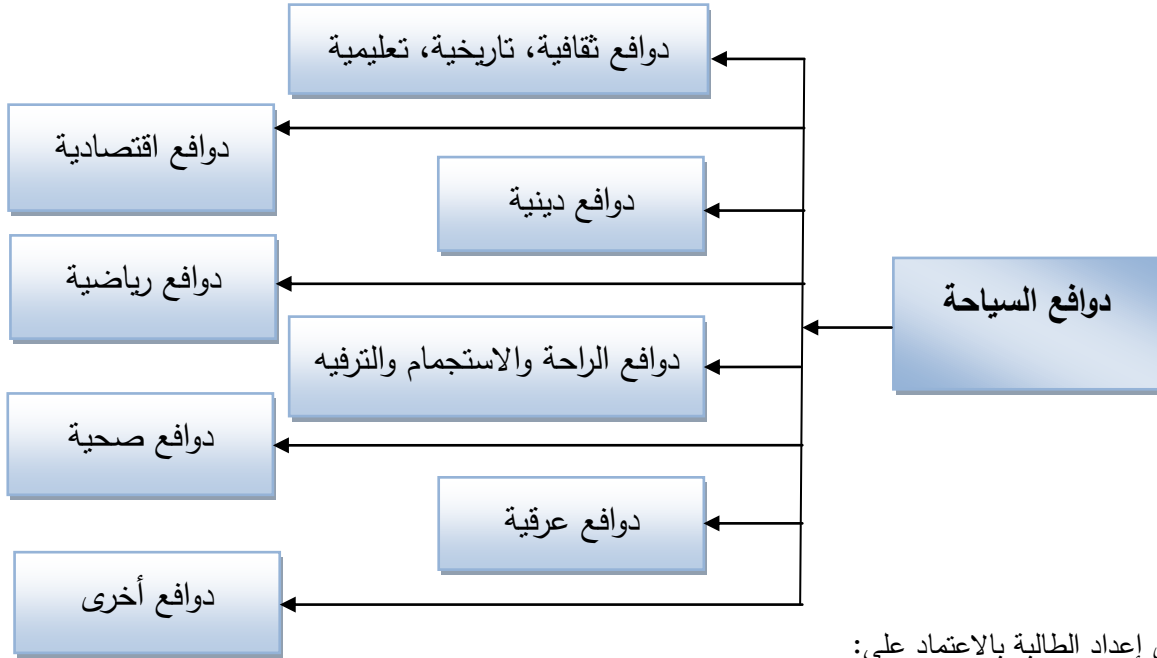
⁴ فؤاد رشيد سمارة، مرجع سابق، ص 88.

⁵ أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2007، ص 35.

⁶ فؤاد رشيد سمارة، مرجع سابق، ص 89.

5. عملية مثلاً دراسة نوعية معينة من الصخور أو دراسة نوعية معينة من التربة...الخ
يمكن تلخيص دوافع السياحة التي تم ذكرها سابقاً في الشكل الموالي

الشكل(03): دوافع السياحة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2001، ص 96.
- زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي-مرفق بقاموس المصطلحات السياحة والفندقة -، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2007، ص 173.
- سليم محمد خنفر، علاء حسين السرابي، صناعة الفنادق-إدارة ومفاهيم-، دار الجرير للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 153

المطلب الثاني: الخدمات السياحية وأثارها

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى الخدمات السياحية، أنواعها وأهم خصائصها وأثار السياحة الإيجابية والسلبية.

أولاً: الخدمات السياحية

تعرف الخدمات على أنها "نشاط أو منفعة أحد الأطراف يمكن أن يقدمه لطرف آخر، يكون غير بالضرورة ولا ينتج عنه ملكية لأي فرد ويمكن أن يرتبط أو لا يرتبط المنتج بمنتج طبيعي"¹.

1. أنواع الخدمات السياحية²:

أ -الإيواء: وتشمل الفنادق، الموتيلات، الشقق الفندقية، المخيمات، البانسيونات...الخ.

¹ جاي ككاند امبولي، كزني موك، بيفيرلي سباركس، ترجمة سرور علي إبراهيم سرور، إدارة جودة الخدمة في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ ، دار المريخ للنشر، القاهرة- مصر، 2007، ص 42.

² ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص 139.

ب الاستجمام: رحلات سياحية طويلة أو قصيرة أو خدمة ترفيهية.

ت النقل: خدمات النقل بكافة أنواعها.

ث خدمات أخرى مكملة.

2. خصائص الخدمات السياحية: وتشمل الخدمات السياحية مجموعة من خصائص وهي¹:

أ - غير ملموسة: أنه لا يمكن الإحساس بها أو تقدير قيمتها بالحواس المادية (بشرية أو غير بشرية) وهي يتعذر اختبارها قبل الحصول عليها واستخدامها.

ب عدم قابلية الفصل: إن إنتاج الخدمة والحصول عليها يتم في مكان واحد، حيث يتم الاتفاق على تقديم الخدمة والحصول على ما يرتبط بها من منفعة في لحظة تفاعل مباشرة بين كل من المنتج والعميل.

ت التغيرية أو التنوعية: إن الخدمات المنتجة لإشباع منفعة واحدة ويشترك في استخدامها عدد من العملاء يتعذر تنميطها، فهناك دائما اختلافات ولو طفيفة من عميل إلى آخر.

ث - غير قابلة للتخزين (الفنائية): فالخدمات لا يمكن تخزينها أو إكسابها منفعة زمنية من التخزين فالمقاعد التي لا يمكن حجزها على رحلة طائرة مجدولة زمنيا لا يمكن تخزينها إلى الرحلة التالية.

ج عدم الامتلاك: إن الخدمة لا تمتلك، أو تنتقل ملكيتها من المنتج إلى العميل عند الاتفاق عليها ولكن استخدامها أو الانتفاع بها قد ينتقل من العميل المباشر إلى عميل آخر وهذا يرجع إلى الخاصيتين الأولى والرابعة فما يقوم العميل بدفعه إلى المنتج لا يتعدى كونه مقابل نقدي عن حقه في الانتفاع بخدمة غير ملموسة وغير قابلة للتخزين.

3. تطور الخدمات السياحية : وبصفة عامة فإن نجاح شركة السياحة وتطوير برامجها السياحية يرتبط بعنصرين أساسيين هما²:

أ -العنصر الأول: توافر مجموعة مناسبة من العوامل التي تجذب السياح إلى المنطقة السياحية، وقد تكون هذه العوامل جغرافية، أو مناخية أو تاريخية...الخ.

ب العنصر الثاني: توافر مجموعة مناسبة من التسهيلات السياحية التي تستطيع الوفاء باحتياجات السائح، وتعمل على استمتاعه بالبرنامج السياحي، مثل تسهيلات الإقامة، والنقل والمواصلات والاتصالات...الخ .

ثانيا: آثار السياحة

إن دور السياحة في النشاط الاقتصادي أصبح ضروري وواقع يقر به المجتمع وعليه فهو كغيره من الأنشطة الاقتصادية الأخرى لها آثار ايجابية وفي الجهة الأخرى لها آثار سلبية .

¹ سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية - مصر، 2002/2001، ص ص 165-169.

² نعيم الطاهر، سراب إلياس، مرجع سابق، ص 251.

1. الآثار الاقتصادية

أ - الآثار الإيجابية: وتتمثل في¹:

- توفير فرص عمل جديدة.
- توفير العملة الصعبة وما ينجم عنه من تحسينات في مستويات المعيشة للمجتمع المحلي.
- زيادة الإيرادات الحكومية في الضرائب والرسوم وما ينجم عنه من تطوير خدمات تحتية ودعم الإقتصاد بشكل عام.

- تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة.
- تنشيط قطاعات التعليم والتدريب في مجال المهن السياحية المختلفة وتوفير فرص عمل كثيرة.

ب - الآثار السلبية: وتتمثل في²:

- يفقد المجتمع المحلي الفوائد الاقتصادية للسياحة إذا كانت المرافق السياحية مملوكة من قبل الغرباء أو إذا كانت معظم المرافق السياحية مملوكة ومدارة من قبل شرائح سكانية معينة تتمتع ببعض الفوائد الاقتصادية، أما باقي المجتمع المحلي فلا يحصل إلا على نسبة قليلة من الفوائد .
- يعمل تركيز النشاطات السياحية في مكان واحد أو عدة أماكن في الدولة أو الإقليم على الأقل وتشتت اقتصادي أي فوارق اقتصادية واجتماعية إذا لم توجد تنمية متخصصة في المناطق الأخرى.
- تساهم السياحة في خلق تشنيت للعمالة إذا كانت السياحة تجذب عدد كبير من العمالة من القطاعات الاقتصادية الأخرى مثل الزراعة والثروة السمكية كونها توفر رواتب أعلى وظروف عمل أفضل.
- استياء السكان المحليين من توفر الوقت الكافي للسياح للمتعة والترفيه وبتزايد هذا الاستياء بوجود فروق في المستويات الاقتصادية بين السياح والسكان المحليين .

2. الآثار الاجتماعية:

أ - الآثار الإيجابية وتتمثل في³:

- ترقية الصناعات التقليدية والتراث الثقافي.
 - دعم العلاقات مع الشعوب الناتجة عن التعارف والاطلاع على الثقافات والحضارات .
- ونجد أيضا⁴:
- دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات، السياح والسكان حيث يتعلم كل منهم من ثقافة الآخر وبالتالي زيادة التفاهم المشترك وتلقى القيم والعادات قبولاً من الجانبين بعد معرفة أصولها وأساسياتها .

¹ منال عبد المنعم مكية، السياحة تشريعات ومبادئ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2000، ص 123.

² سليم محمد خنفر، علاء حسين السرايبي، مرجع سابق، ص 146.

³ برا نيس عبد القادر، مرجع سابق، ص 10.

⁴ سليم محمد خنفر، علاء حسين السرايبي، مرجع سابق، ص 146.

- خلق روح الوحدة بين المجتمعات المختلفة وهذا هدف هام ورئيسي لتطوير السياحة المحلية أو الداخلية في الكثير من الدول بالعالم وبالذات الثاني .

ب الآثار السلبية: تتمثل في¹:

- التقييم الطبقي للمجتمع.
- نشوء عادات استهلاكية قد لا تتناسب مع المستوى المعيشي للمجتمع.
- ونجد أيضا²:

- تزايد الضغط والطلب على الخدمات الأساسية من قبل السياح يدفع السكان المحليين إلى الشعور سلبيا اتجاه السياحة، كذلك يتضايق السياح الداخليين من السياح الأجانب إذا ضاقت عناصر الجذب السياحي في مناطقهم بالسياح الأجانب. وأيضا إذا أغلقت الشواطئ في وجه السكان المحليين وخصصت للسياح الأجانب عندئذ يملك السياح المحليين شعور بالكراهية اتجاه السياح.
- تعديل الفنون التقليدية والصناعات اليدوية لتتناسب وأذواق السياح نتيجة الاستغلال التجاري الزائد، يعكس عدم تفهم وإحساس بقيمة الثقافة المحلية.
- يؤدي تدني الأنماط الثقافية المستوردة نتيجة الاحتكاك بالسياح إلى ضياع الهوية الثقافية للآثار نتيجة سوء استعمال السياح لها.
- يتأثر السكان المحليون من الشباب بالسياح في الملابس وأنماط الحياة والمعيشة دون تفهم لهذه الأنماط مع عدم إمكانية مسايرتها نظرا لغياب القدرة المالية.
- تساهم السياحة في انتشار مشكلات المخدرات، المسكرات، والجرائم بأشكالها رغم أنها قد تكون السبب الرئيسي في تفشي مثل هذه المشكلات.
- ينشأ سوء الفهم والتناقض بين السكان المحليين والسياح نتيجة اختلاف اللغة، العادات، القيم، المعتقدات وأنماط السلوك.

3. الآثار البيئية:

- أ -الآثار الإيجابية: بعد إدراك الدول لأهمية القطاع السياحي ومدى تأثيره الإيجابي في دعم الإقتصاد القومي أصبحت تنظر إلى الميراث السياحي التاريخي والثقافي على أنه ثروة قومية يجب الحفاظ عليها، وهذا أدى بالتالي إلى³:
- خلق حالة من الوعي السياحي البيئي على مختلف المستويات بحيث قامت الدول بسن القوانين للمحافظة على المرافق الأثرية وحمايتها وصيانتها.

¹ برا نيس عبد القادر، مرجع سابق، ص 10.

² سليم محمد خنفر، علاء حسين السرابي، مرجع سابق، ص ص 146 - 147.

³ نفس المرجع، ص ص 148 - 149.

- أنشأت جمعيات تعمل على الاهتمام بالسياحة والثروة السياحية في مختلف جوانبها وعلى تنمية الوعي السياحي لدى المواطنين.

- ظهور محميات طبيعية تهدف للحفاظ على الثروة الحيوانية والنباتية والطبيعية.

ب الآثار السلبية: وتتمثل في¹:

- التلوث الهوائي.
- الإزعاج.
- التلوث المائي.
- تلوث المواقع السياحية.
- إفساد العنصر الجمالي للمواقع السياحية.
- إحداث أزمات مرورية في المناطق السياحية تساعد على انتشار الأمراض والأوبئة.

المطلب الثالث: المنشآت السياحية والوسطاء السياحيون

تحتل المنشآت السياحية على اختلاف أنواعها أهمية كبيرة في الدور التنشيطي للدولة، حيث يلعب وسطاء سياحيين دور كبير في إرشاد السياح وتوجيههم نحو الخدمات التي يرغبونها.

أولاً: المنشآت السياحية ومصادر تمويلها

1. المنشآت السياحية:

المنشآت السياحية هي الأماكن المعدة أساساً لاستقبال السياح وتقديم الخدمات المختلفة من مأكولات ومشروبات والتي يتم استهلاكها في نفس المكان².

2. أنواع المنشآت السياحية:

أ - الفنادق: وتوجد عدة تعاريف³:

ولقد عرف (Webster) الفندق: "بأنها بناية أو بيت كبير يوفر الإقامة والطعام والشراب وخدمات أخرى للمسافرين".

وكما عرفت مجلة السياحة العربية في عددها الصادر في كانون الأول لعام 1972 الفندق السياحي بأنه: "عبارة عن نزل يعد طبقاً لأحكام القانون ليجد فيه النزول المأوى والمأكل والخدمة لفترة معينة لقاء أجر معلوم"⁴.

¹ نعيم الطاهر، سراب إلياس، مرجع سابق، ص 106.

² فؤاد السيد الملبجي، مرجع سابق، ص 47.

³ عاطف الأخرس، سمير حمودة، محاسبة المنشآت السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2001، ص ص 14 - 15.

⁴ ماهر عبد العزيز توفيق، مبادئ إدارة الفنادق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1997، ص 18.

يمكن تعريف الفندق حسب "مارسيل جوتي" الباحث الفرنسي المتخصص في مجال الفنادق فقد عرف الفندقية بأنها: " خدمات تهدف إلى تأمين ظروف ملائمة للإنسان كالنوم والطعام " ¹.

— أنواع الفنادق: وتتمثل في ²:

- الفنادق الموسمية: تقدم خدماتها للنزلاء الذين يأتون لقضاء مواسم معينة كمواسم الصيف أو الشتاء.
- الفنادق العلاجية: تقدم خدماتها للنزلاء الذين يأتون لقضاء فترات من الراحة والعلاج وهذه تخلف طبيعة خدماتها المقدمة للنزلاء من حيث تجهيزات الغرف ونوعية الطعام المقدم...الخ.
- الفنادق الرياضية: تقدم خدماتها للرياضيين وهواة الرياضة ولهذا مواصفات وتجهيزات خاصة تلائم مختلف أنواع الرياضة.
- الفنادق العائمة: تتمثل في الفنادق العائمة في البواخر ويتم تجهيزها بأثاث ملائم وثابت قدر الإمكان حتى لا يتحرك أثناء سيرها في الماء.
- فنادق الكامب تتمثل في المعسكرات وعادة تكون على شكل خيم مجهزة.

— خصائص الفنادق: للنشاط الفندقية مجموعة معينة من الخصائص نوجزها فيما يلي ³:

- موسمية النشاط الفندقية: فهو نشاط غير ثابت الحجم على مدار العام، ففي بعض فصول السنة يزداد الإقبال على الفنادق ويرتفع حجم النشاط، وفي بعض الفصول الأخرى ينخفض الإقبال على الفنادق وينخفض بالتالي حجم النشاط.
- التعامل النقدي السريع: أي أن تعاملات النزلاء مع الفندق تتم نقداً، فالعميل يتعامل مع الفندق لمدة يوم أو عدة أيام محدودة قد لا تتجاوز في كثير من الأحيان أسبوعاً وقبل أن يغادره عليه أن يسدد حسابه.
- تنوع النشاط الفندقية: يقوم الفندق بتقديم خدمات متنوعة لسياح سواء كان ذلك في شكل مبيت أو أطعمة أو حفلات أو ترفيه، حيث أن بعض الفنادق الضخمة أصبحت تشبه إلى حد كبير ما تقوم به المشروعات الصناعية من تحويل المواد الأولية إلى سلع تامة الصنع.
- عدم قابلية الإنتاج للتخزين: ففي المشروعات الصناعية الإنتاج الغير مباعه يمكن تخزينه وبيعه في فترات قادمة، بل قد تعتمد بعض المشروعات لتخزين إنتاجها لفترات قادمة للاستفادة من تغيرات الأسعار وتحقيق أرباح نتيجة لذلك.
- جغرافية النشاط الفندقية: فالنشاط الفندقية يتسم بالجغرافية حيث يرتفع الطلب على الخدمات الفندقية في مواقع معينة بالذات على طول البلاد، كما هو الحال بالنسبة لارتفاع الطلب على خدمات الفنادق في مكة المكرمة والمدينة المنورة بالمملكة العربية السعودية.

¹ محمد أمين محي الدين السيد علي، إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية، دار وائل للنشر، عمان - الأردن، 1998، ص 40.

² أسيا محمد أمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، مرجع سابق، ص 57.

³ محمد نبيل علام، محاسبة المؤسسات الفندقية، دار المريخ للنشر، الرياض المملكة العربية السعودية، 1992، ص ص 19-24.

• **تأثر النشاط الفندقي بأذواق المستهلكين :** عمليا الفندق لا يمكنه أن يختار أو ينتقي نزلاءه من فئة معينة أو طبقة معينة بذاتها، وإنما يحدد النزلاء الذين يرغبون في النزول فيه في ضوء إمكانياتهم المادية، وبذلك فالفندق يستقبل خليطا متنوعا من النزلاء بمختلف عاداتهم ولغاتهم وأذواقهم ولا بد عليه وتلبية رغباتهم المختلفة.

• **الاعتماد بصفة أساسية على العنصر البشري:** النشاط الفندقي باعتباره نشاطا خدميا يعتمد أساسا على العنصر البشري، لهذا لا بد أن تبرز حسن المعاملة، الاستقبال، الأمانة والكفاءة... الخ، هذه الأخيرة لها تأثير كبير وبشكل مباشر في تفضيل النزلاء لفندق على آخر.

ب المطاعم:

يمكن تعريفه أنه: "هو ذلك المكان المهيأ والمعد لتحضير وتقديم الطعام للزبائن خارج مكان سكنهم لأسباب عديدة منها الراحة والاستجمام، أو لإقامة الحفلات والمناسبات لقاء ثمن معين يحدد مسبقا، ويتناسب المكان مع نوع الخدمة ودرجة وطبيعة المطعم"¹.

وتصنف المطاعم السياحية إلى خمسة فئات وهي مطعم خمسة نجوم ومطعم أربعة نجوم، مطعم ثلاثة نجوم، مطعم نجمتان، مطعم نجمة واحدة².

- **وظائف المطاعم:** تتلخص ووظائف المطاعم فيما يلي³:

- إنتاج وتحضير الطعام والشراب إلى الزبائن خارج أماكن سكنهم.
- إنتاج وتحضير وتقديم الطعام والشراب إلى الزبائن في المكان الذي يتفق عليه الزبون مع إدارة المطعم.
- إقامة الحفلات والمناسبات العامة والخاصة.

ت شركات الطيران:

لقد أصبح النقل الجوي له أهمية كبرى، إذ يسمح بإنجاز عملية النقل لمسافات كبيرة في وقت زمني محدد، مما يوفر الجهد والوقت، لذلك ازدادت مشروعات النقل الجوي في العالم بل ظهرت الخطوط الجوية المنتظمة، وتعاطم حجم التبادل سواء الداخلي أو الدولي، وزادت حركة انتقال السياح والمسافرين⁴.

- **وظائف شركات الطيران⁵:**

- تزويد المسافرين بكافة المعلومات التي يطلبونها.
- بيع تذاكر الطيران.
- الحجز في الفنادق.

¹ سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية-دراسة حالة بنك الجزائري، وكالة جيجل-، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، شعبة بنوك وتأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، 2006/2005، ص 47.

² أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، مرجع سابق، ص 92.

³ مروان أبو رحمة، أنس بليل، ريم الحناوي، إدارة المنشآت السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2001، ص 25.

⁴ سعاد صديقي، مرجع سابق، ص 48.

⁵ مروان أبو رحمة وآخرون، مرجع سابق، ص 24.

• تأجير السيارات.

• شحن البضائع بمختلف أنواعها.

3. مصادر تمويل المنشآت السياحية:

تحتاج كل منشأة أو مشروع إلى الأموال من أجل إنشاءها وتطويرها وتحصل على هذه الأموال من مصادر مختلفة هي كما يلي:

أ - التمويل الذاتي : من الضروري أن يقوم صاحب منشأة نفسه أو مشاركوه من الأقارب أو الأصدقاء

بالاستثمار توفيراتهم ومدخراتهم عندما يبدؤون عمل أي مشروع سياحي أو ما إذا رغبوا في التوسع في

منشأة قائمة، ولهذا المصدر حسنة فهو يترك لأصحاب المشروع حرية التصرف بإدارة المنشأة والتفرد

بصافي الربح إذا ما حققت هذه المنشآت نجاحاً. ويعاب عليه محدودية فرص الحصول على أموال في حالة التوسع في العمل¹.

ب الموارد العائلية: من أجل حل مشكلة التمويل لدى الشخص فإنه قد يلجأ إلى أقاربه وأهله الذين يوفر لهم

الأموال التي يحتاجها لإقامة مشروعه، نظراً لما يتميز به هذا المصدر من بساطة وسهولة في الحصول

على الأموال، رغم أنه قد يواجه بعض المشاكل المرتبطة بكيفية تسديدها وإعادتها لهم لأنه إذا لم يحقق

أرباحاً وخسر مشروعه فإن ذلك سوف يجعل أصحاب الأموال يسعون إلى استردادها، وبذلك يتدخلون في

شؤون المنشأة وقد يفرضون قراراتهم على ملاكها، خاصة وأنهم لا تتوافر لديهم الخبرة الكافية لذلك، وقد

تكون هذه القرارات غير صائبة وبالتالي فإنها سوف تؤدي إلى فشل المشروع والتأثير على نجاحه².

ت التمويل من البنوك التجارية : فالبنوك التجارية تلك التي تقوم بقبول الودائع تدفع عن الطلب أو لأجل

محددة، وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطة التنمية، ودعم الاقتصاد

القومي وتباشر تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج بما في ذلك المساهمة في إنشاء

المشروعات، وما تستلزمه من عمليات مصرفية وتجارية ومالية، ووفقاً للأوضاع التي يقرها البنك المركز³.

ويمكن تصنيف القروض التي تمنحها البنوك إلى عدة معايير منها⁴:

• تصنيف القروض وفقاً للمدة: نجد قروض طويلة الأجل وقروض متوسطة، قصيرة الأجل.

• تصنيف القروض وفقاً لنوع الضمان: قروض مضمونة وقروض غير مكفولة بضمان.

- شروط منح القروض : هناك شروط يتم الاتفاق عليها بين الدائن والمدين وذلك تنفيذا لاتفاقية القرض

منها:⁵

¹ أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، مرجع سابق، ص 207.

² سعاد صديقي، مرجع سابق، ص 69.

³ محمود حسين الوادي، حسين محمد سمحان، سهيل أحمد سمحان، النقود والمصارف، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2010، ص 105.

⁴ سعاد صديقي، مرجع سابق، ص 70 - 74.

⁵ أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، مرجع سابق، ص 213.

- سعر الفائدة والعمولة
- الضمانات الواجب تقديمها من قبل المقترض.
- طريقة السداد هل هي شهرية أم سنوية أم دفعة واحدة تستحق في أجل معين وهكذا.

4. بدائل لتمويل المنشأة السياحية:

إن عدم كفاية مصادر التمويل الذاتية وكذا صعوبة الحصول على التمويل من مصادر خارجية بمعنى الحصول على القرض من البنوك ظهرت بدائل جديدة من بينها التمويل الإيجاري.

أ. **تعريف التمويل الإيجاري:** إن كافة المنشآت تمتلك أصول ثابتة تظهر في ميزانياتها العمومية، التي يعد وجودها من الأمور المهمة والأساسية لتمكين المنشأة من القيام بأنشطتها المختلفة، ويمكن الحصول على الأصول الثابتة إما عن طريق شرائها وامتلاكها وإما عن طريق استئجارها لمدة طويلة نسبياً¹.

ب. مزايا وعيوب التمويل²:

– **مزايا التمويل:** إن اختيار أي نوع من الأنواع سوف يسمح لها بالاستفادة من مجموعة من المزايا التي يحققها التمويل الإيجاري للمنشأة ونذكر منها:

- لا تحتاج المنشأة إلى دفع مبالغ كبيرة من أجل اقتناء الأصول وهذا يمكنها من حماية مركزها المالي وقدرتها على السداد.
- يسمح الاستئجار في حالة المباني للمنشأة من تغيير مكانها والانتقال إلى مكان آخر، أما إذا كان المكان مملوكاً فإن ذلك سوف يؤدي إلى اضطرابها ببيع المبنى الحالي بخسارة .
- إذا كان عقد الإيجار يسمح للمنشأة من شراء الأصل المؤجر مستقبلاً، وبذلك يمكن للمنشأة من تجربة الآلة وتحديد إنتاجيتها قبل شرائها خصوصاً إذا كانت الآلة معقدة بطبيعتها.
- يسمح الاستئجار بنقل أعباء التقادم التقنية إلى المؤجر، وهذا يمكن المنشأة المستأجرة من الحصول على أصول حديثة أكثر تطوراً.

– عيوب التمويل:

- صعوبة حساب قسط التأخير عن السداد.
- عدم قدرة المنشأة المستأجرة من إدخال أي تحسينات على الأصل بسبب عدم ملكيتها له.
- إذا كان الأصل مملوكاً مثل المبنى، فإنه يمكن من تجنب مشكلة الاضطراب للانتقال إلى مكان آخر إذا كان الوقت غير مناسب للمشروع، أما إذا كان المبنى مستأجراً فبمجرد انتهاء مدة الإيجار فيتحتم على المنشأة الانتقال ولا يؤخذ بعين الاعتبار ظروف المنشأة .
- إن امتلاك الأصل من الموارد الذاتية دون الحصول على الاستدانة لتمويله يسمح بتقليل المدفوعات الثابتة وهذا يحقق الأمان للمنشأة.

¹ عدنان تايه النعيمي، أرشد فؤاد التميمي، الإدارة المالية – المتقدمة –، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، عمان – الأردن، 2009، ص 350.

² سعاد صديقي، مرجع سابق، ص ص، 82-83.

ثانيا: الوسطاء في مجال السياحة

يتدخل في النشاط السياحي عدة وسطاء نذكر منهم:

1. وكيل السياحة: ويقوم الوكيل بتمثيل المؤسسة الكبرى التي تقدم الخدمة مثل شركة الطيران والفنادق، كما تقوم الوكالات بتنظيم بعض الرحلات السياحية بما يتناسب مع احتياجات المجموعات السياحية المختلفة بالإضافة إلى شرائها الخدمات وفقا لاحتياجات السياح، كما أن الوكلاء لا يتقاضون أجرا من العملاء لأنهم يأخذون عمولة من المؤسسات الكبرى في العادة¹.

إن دور هذه الوكالات يكون واضح من خلال اتصالها المباشر².

أ - أهمية الوكيل السياحي: لقد أثبتت الوكالات السياحية سيطرتها على عملية السياحة وهذا بسبب عدة عوامل³:

- إن الأشخاص الذين يعملون في هذه الوكالات متخصصون في مجال عملهم حيث يقومون بتقديم خدماتهم بشكل محترف للسائح الذي أصبح أكثر وعيا من أسلافه وبالتالي يجب إرضائهم مما يؤدي من تحسين سمعة الشركة وزيادة المبيعات والأرباح للوكالات علاقات متعددة مع المؤسسات الكبرى وبالتالي الحصول على الخدمات بسعر منخفض ومجهود أقل.

- إن كثير من السياح يفضلون الرحلات المتكاملة وذلك لسهولة وملاءمتها لهم ومن الصعب على السائح تنظيم رحلة طويلة خارج البلاد بدون مساعدة وكيل سياحة.

ب مهام وكيل السياحة⁴:

- تحضير برامج ومخططات الرحلة وتوزيعها على السياح لأنه من المعلوم أنهم سوف يستخدمون أكثر من وسيلة مواصلات ليصلوا إلى الهدف.

- الاتصال مع مقدم الخدمات مثل وسائل المواصلات، الفنادق وغيرها وذلك لإعطاء السياح فرصة لاختيار ما يناسبهم ماديا ومعنويا.

- توفير عملة البلد المحلية والشيكات السياحية من أجل تسهيل أمور السياح .

- التأمين سواء كان على الحياة أو على الأمتعة خاصة أثناء السفر .

- تخطيط الرحلة وتكلفتها ويتم هذا بقيام الوكيل بالسفر إلى الأماكن الموجودة في المخططات.

- إدارة التذاكر سواء كانت الجوية أم تذاكر القطارات وغيرها والحصول على مواعيدها .

¹ علاء حسين السراي، سليم محمد خنفر، عبد الله الحجي، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية ، دار الجرير للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2011، ص 182.

² مروان أبو رحمة، أنس بلبل، ريم الحناوي، هديل الحسن، تسويق الخدمات السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2001، ص 35.

³ علاء حسين السراي وآخرون، مرجع سابق، ص 183.

⁴ نفس المرجع، ص 184.

2. منظمو الرحلات السياحية: يختلف منظمو الرحلات السياحية عن باقي الوسطاء بأنه تاجر جملة حيث

يتحمل عمله كثير من المجازفة فهو يقوم بالحجز المسبق في الفنادق نيابة عن السائح¹.

يقوم منظم الرحلات السياحية بشراء، الخدمات السياحية على حسابه الخاص بشكل منفرد ومن ثم يجمعها ليتم بيعها كوحدة واحدة (رحلة سياحية) ويتحمل الوسيط السياحي مسؤولية إيصال هذه الخدمات إلى المستهلكين عن طريق شراء التذاكر وعمل حجوزات الفنادق ويتم تنظيمها لعمل جولات سياحية متكاملة وقد أصبح الآن الفرق واضح بين الوكيل وبين منظم الرحلات السياحية حيث أن السابق هو مجرد بائع للخدمات السياحية بينما اللاحق أصبح مصنف لتلك الخدمات فهو يقوم بتنظيم الرحلات السياحية المتكاملة يقوم ببيعها إما عن طريق مباشرة أو عن طريق الوسطاء ويقوم المنظم بالتنظيم الكامل وتوفير المواصلات والإقامة وزيارة الأماكن الأثرية وأماكن التسلية حيث يتم بيع جميع تلك الخدمات بسعر واحد.

إلا أن الفصل بين عمل الوكيل والمنظم أصبح صعبا إذ أن لهم نفس التقسيم للإدارة فلهم مدير إداري وقسم مبيعات وقسم بحث وتخطيط وقسم مالي، حيث يقوم قسم المبيعات بالترويج بينما يقوم قسم البحث بالبحث عن أفضل الحجوزات والأسعار ويقوم قسم العلاقات العامة بالاتصال مع الوسطاء من أجل المساعدة والحصول على المساعدة الفنية، والشكل التالي يبين التركيب التنظيمي لمنظم الرحلات السياحية².

3. المرشد السياحي: في أثناء توزيعنا للمنتجات السياحية لا يمكننا أن نقلل من أهمية المرشدين السياحيين

حيث أن أداءهم يؤثر على نجاح النشاط السياحي، والهدف الرئيسي منهم هو إرضاء السياح ورغباتهم من خلال خدمة المعلومات الضرورية، العديد من الأماكن السياحية يكون بها تفاصيل تعجز العين عن رؤيتها ما لم يكن هنالك دليل سياحي ليشير لأهميتها، ومن الواجب أن يكون الدليل مدربا بشكل جيد³.

¹ خالد مقابلة، التسويق الفندقية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1998، ص 152.

² علاء حسين السرايبي وآخرون، مرجع سابق، ص 181 - 182.

³ خالد مقابلة، علاء السرايبي، التسويق السياحي الحديث، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2001، ص 212.

المبحث الثالث: أسس السياحة

إن السياحة تتكون من مجموعة من أسس تتكامل فيما بينها من أجل جعلها ذي فعالية. وفي هذا المبحث سنتطرق بالتفصيل إلى هذه الأسس.

المطلب الأول: السوق السياحي

السوق السياحي هو عبارة عن مجموعة من المشتريين المرتقبين الذين يدخلون في عملية التعامل مع البائعين، ويعتمد حجم السوق على عدد الأشخاص ممن لديهم حاجة مشتركة يعرضونها، ولديهم المال أو موارد أخرى تهم الآخرين والذين لديهم الرغبة بعرض هذه المواد مقابل ما يريدونه¹. ومن مكونات السوق السياحي نجد الطلب السياحي والعرض السياحي.

أولاً: الطلب السياحي

1. تعريف الطلب السياحي:

يعرف الطلب السياحي أنه: "هو الطلب على السلع والخدمات السياحية خلال فترة زمنية معينة"². فالطلب السياحي ينشأ نتيجة دوافع نفسية وروحية لدى الشخص، والذي يتأثر بعدد من العوامل منها ارتفاع مستوى المعيشة، تحسين ظروف العمل على المستوى العالمي وما نتج عنها من استفادة القوة العاملة بالعطل وأوقات الفراغ، التطورات التكنولوجية لوسائل النقل والاتصال، وعوامل أخرى ساهمت في نمو الطلب السياحي العالمي³.

2. أنواع الطلب السياحي: ويتميز بثلاث أنواع هي⁴:

- **الطلب السياحي العام** : هو الطلب العام على إجمالي الخدمات السياحية بشكل عام بصرف النظر عن الوقت والنوع والمدة، ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها.
 - **الطلب السياحي الخاص** : يرتبط هذا النوع من الطلب السياحي ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته ويختص هذا النوع بإشباع تلك الرغبات.
 - **الطلب السياحي المشتق** : يرتبط هذا النوع من الطلب بالخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران أو الوكالات السياحية.
- والشكل التالي يوضح العلاقة بين مختلف أنواع الطلب السياحي.

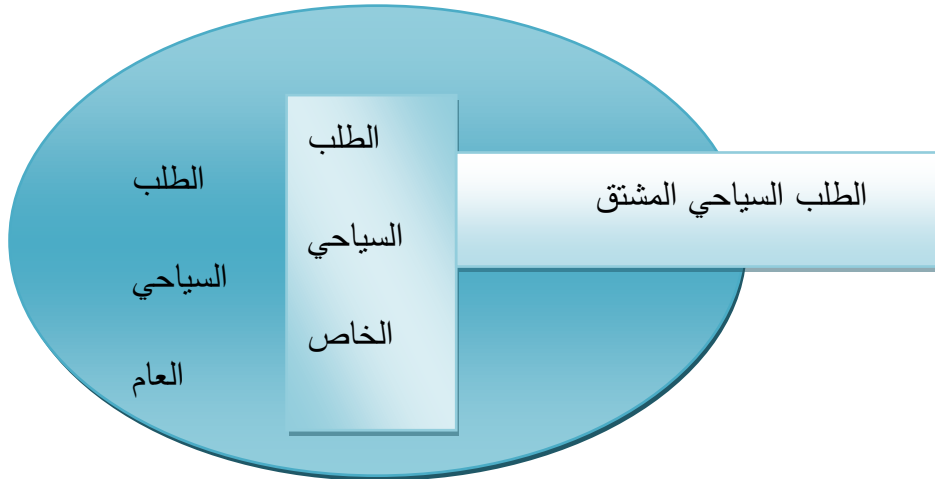
¹ الطائي حميد عبد النبي، مدخل إلى السياحة والسفر والطيران، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2003، ص 129.

² لرقط فريدة، مرجع سابق، ص 9.

³ عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة - دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب -، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص اقتصاد تنمية، جامعة باتنة، 2004/2005، ص 14.

⁴ بزة صالح، مرجع سابق، ص 20.

الشكل(04): العلاقة بين مختلف أنواع الطلب السياحي.



المصدر: بزة صالح، تنمية السوق السياحية بالجزائر-دراسة حالة ولاية المسيلة -، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، تخصص علوم التسيير، فرع إستراتيجية السوق، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006، ص 21.

من خلال الشكل نلاحظ أن العلاقة بين أنواع الطلب السياحي هي متكاملة فيما بينها حيث نجد أن الطلب السياحي المشتق يمثل الخدمات المكملة للبرنامج السياحي المقدمة في طلب السياحي الخاص وأن الطلب السياحي العام يمثل إجمالي الخدمات السياحية المقدمة في كليهما.

3. خصائص الطلب السياحي: يتميز الطلب السياحي بعدة خصائص منها¹:

- **المرونة:** يعتبر الطلب السياحي عالي المرونة اتجاه التغير في الأسعار أي كلما انخفضت الأسعار في منطقة ما زاد تدفق السياح إليها والعكس صحيح. لكن هناك بعض المناطق الراقية الأمر فيها يختلف، أي كلما انخفضت الأسعار قل تدفق السياح وهذا راجع إلى أن هذه المناطق مخصصة للطبقة الراقية من السياح الذي يفضلون مناطق مميزة من أجل التباهي.
- **الحساسية:** يعتبر الطلب السياحي عالي الحساسية اتجاه التغيرات الاجتماعية والسياسية والأمنية خاصة في البلدان غير المستقرة سياسيا وأمنيا والتي تتعرض لاضطرابات سياسية لا تستطيع جذب سياح إليها حتى وإن كانت أسعارها منخفضة.
- **الموسمية والمنافسة:** والمقصود عدم سيادة المنافسة الصافية حيث نلاحظ أن الدول التي تمتلك أثارا قديمة أو مقومات سياحية طبيعية يكون من الصعب منافستها من قبل الدول التي لا تمتلك هذه مقومات.
- **عدم التكرار:** أي أن السائح نادرا ما يقوم بزيارة المنطقة نفسها التي زارها من قبل.
- **التوسع:** هذا وقد زاد الطلب السياحي في السنوات الأخيرة من خلال التطور التكنولوجي وتطور وسائل الاتصالات ونقل المعلومات والتطور الاقتصادي وخاصة زيادة الدخل.

¹ سراج إلياس، حسن الرفاعي، محمود الديماسي، حسين عطير، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2002، ص ص

4. العوامل التي تحدد تشكيل الطلب السياحي : الطلب السياحي يتشكل تحت تأثير عدة عوامل مختلفة الأشكال ومن هذه العوامل ما يلي¹:

- عوامل طبيعية.
- عوامل اجتماعية واقتصادية.
- عوامل سياسية.
- عوامل جغرافية وغيرها من العوامل.

5. تطور الحركة السياحية: عادة ما تقاس الحركة السياحة بالسياحة الخارجية وذلك لأنها تعتبر الأهم والأكثر تأثيرا على إيرادات الدولة من جهة، ولأنه يصعب تتبع حركة السياح الداخلية من جهة ثانية.

أ -تطور حركة الطلب السياحي في الجزائر : ويمكن تتبع حركة السياحة في الجزائر من خلال الجدول التالي:

الجدول(02): تطور الحركة للطلب السياحي في الجزائر ما بين 1990-2010

الوحدة: سائح

السنة	1990	1991	1992	1993	1994	1995
عدد السياح	1336918	1193210	1119548	127545	804713	519576
السنة	1996	1997	1998	1999	2000	2001
عدد السياح	604968	934752	678448	755286	865984	901416
السنة	2002	2003	2004	2005	2006	2007
عدد السياح	988060	1166287	1233719	1443090	1637582	1743084
السنة	2008	2009	2010			
عدد السياح	1771749	1911506	2070496			

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

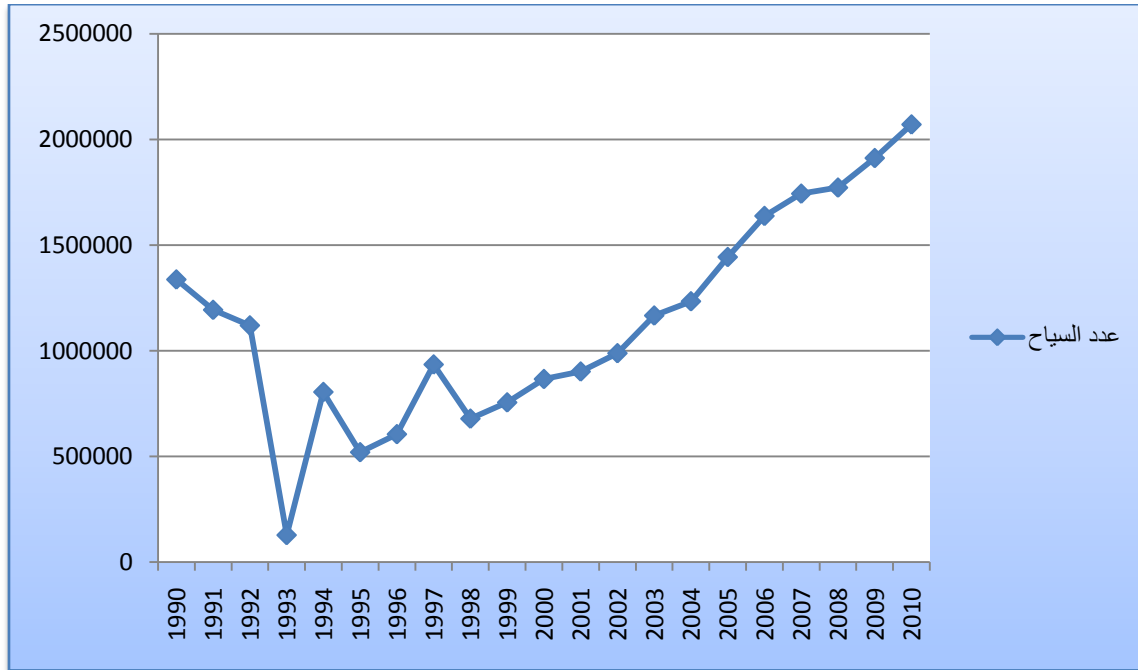
- خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، سطيف- الجزائر، ص232.

- سمير سالمي، إستراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة-دراسة مخطط التوجيهي للتنمية السياحية لولاية جيجل -، مذكرة الماجستير في إطار مدرسة دكتوراه في العلوم الاقتصادية والتسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012/2011، ص 98.

¹ - مروان سكر، مرجع سابق، ص 117.

نلاحظ من الجدول السابق أن أقل عدد من السياح كان في سنة 1993 حيث نجد أنه من سنة 1991 إلى سنة 1998 قد عرفت هذه الفترة انخفاضا وإضطرابا في حركة السياح وهذا بسبب الأوضاع الأمنية التي مرت بها الجزائر في تلك الفترة، ونجد أعلى عدد من السياح سنة 2010 .
حيث نجد أن الجزائر تبقي كل البعد عن ما تحققه تونس من توافد السياح حيث حققت سنة 2008 ما يقارب 7.05 مليون سائح¹.

الشكل (05): تطور الحركة للطلب السياحي في الجزائر ما بين 1990-2010



نلاحظ من خلال الشكل تطور الحركة للطلب السياحي في الجزائر ما بين 1990-2010 حيث نجد إنحدارا في المنحني ما بين الفترة 1990 إلى 1992، لكن سنة 1993 شهدت إنحدارا شديدا مقارنة بالسنة الفارطة، من سنة 1998 نجد زيادة مستمرة في منحني وهذا راجع إلى زيادة السياح المتوافدين إلى الجزائر.

¹ عامر عيساني، مرجع سابق، ص 256.

ت. تطور الإيرادات السياحية في الجزائر: يمكن تتبع حركة تطور الإيرادات من خلال الجدول

الجدول(03): تطور الإيرادات السياحية في الجزائر ما بين 1990-2011

الوحدة: مليون دولار

السنة	1990	1991	1992	1993	1994	1995
الإيرادات	105	83.9	74.4	72.8	49.5	32.7
نسبة التغير %	-	20.09-	11.32-	2.15-	32-	33.93
السنة	1996	1997	1998	1999	2000	2001
الإيرادات	45.8	28.8	74	80	102	100
نسبة التغير %	40.06	73.11	156.94	8.10	27.5	1.96-
السنة	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الإيرادات	110	112	178.5	184.3	241.2	218.9
نسبة التغير %	10	1.81	59.37	3.24	30.87	9.24-
السنة	2008	2009	2010	2011		
الإيرادات	324.5	266.4	219.1	208.3		
نسبة التغير %	48.24	17.90-	17.75-	4.92-		

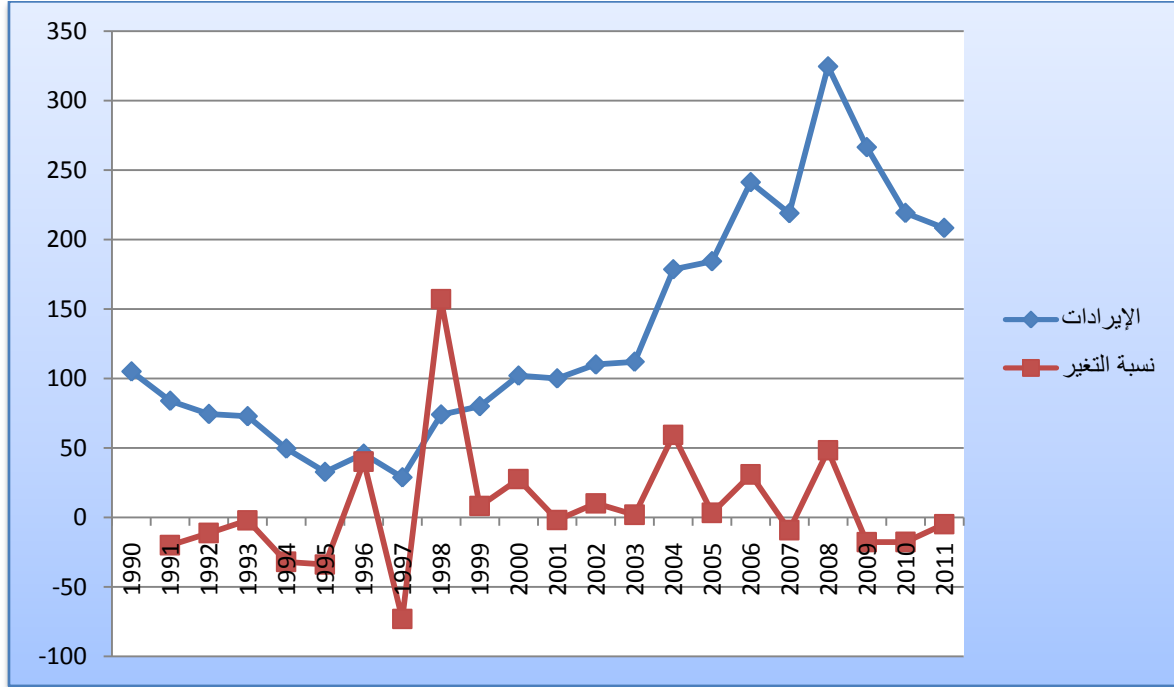
المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- office national de statistiques, l'Algérie en quelques chiffres , résultats : 2001, N :31.p33
- office national de statistiques, l'Algérie en quelques chiffres , résultats : 2001,éducation : 2003, N :32.p42
- office national de statistiques, l'Algérie en quelques chiffres , résultats : 2003,éducation : 2005, N :.34.p42
- office national de statistiques, l'Algérie en quelques chiffres , résultats : 2004,éducation : 2005, N :35.p41
- office national de statistiques, l'Algérie en quelques chiffres , résultats : 2005,éducation : 2006, N :36.p41
- office national de statistiques, l'Algérie en quelques chiffres , résultats :2006_2008, éducation : 2009, N :39 p44.
- office national de statistiques, l'Algérie en quelques chiffres , résultats :2007_2009, éducation : 2010, N :40p 44
- www.ONS.dz/IMG/pdf/tour 07-11. pdf; 03/02/2014 ; 23: 20.

من خلال الجدول نلاحظ أن الإيرادات السياحية في الجزائر كانت متذبذبة في الفترة ما بين 1990 و 1997 حيث وصلت 1997 إلى أدنى حدودها حيث بلغت إلى 28 مليون دولار، حيث بلغت إلى قيمة لها في سنة 2008 حيث قدرت بـ 324.5 مليون دولار بينما شهدت الفترة 2009-2011 تراجع في الإيرادات رغم الزيادة في عدد السياح المتوافدين.

لكن الجزائر لم تصل إلى المستوى المطلوب مقارنة بجارتها تونس التي حققت سنة 2008 ما يقدر 2.932 مليار دولار¹.

الشكل (06): تطور الإيرادات السياحية في الجزائر ما بين 1990 إلى 2011.



من خلال الشكل نلاحظ أن الإيرادات السياحية في الجزائر غير مستقرة حيث شهدت إنحدارا في المنحني 1999 إلى 1995، لكن بعد سنة 1998 شهدت نسبة تغير كبيرة قدرت بـ 156.94 % وبعد ذلك عرفت زيادات طفيفة كانت متذبذبة في الفترة ما بين 1997 إلى سنة 2006 وفي سنة 2007 كان إنخفاض في إيرادات بنسبة تغير -9.24% وفي سنة 2008 شهدت أعلى نسبة بنسبة تغير قدرت بـ 48.24% مقارنة بالسنة الفارطة، وبعدها شهد المنحني انخفاضا بسبب تراجع الإيرادات في تلك الفترة.

ثانيا: العرض السياحي

1. تعريف العرض السياحي:

العرض السياحي هو عبارة عن شكل لظهور إنتاج البضائع والخدمات السياحية في السوق والتي هي موجهة لإشباع الطلب السياحي وللعرض السياحي علاقة كمية ونوعية، فالعلاقة الكمية للعرض تشمل كل من حجم البضائع والخدمات والتي في لحظة معينة ممكن أن تصرف في السوق أما العلاقة النوعية للعرض مرتبطة بشكل ظهور العلاقات الاقتصادية بين منتجي البضائع والخدمات السياحية أثناء عملية التداول².

¹ عامر عيساني، مرجع سابق، ص 258.

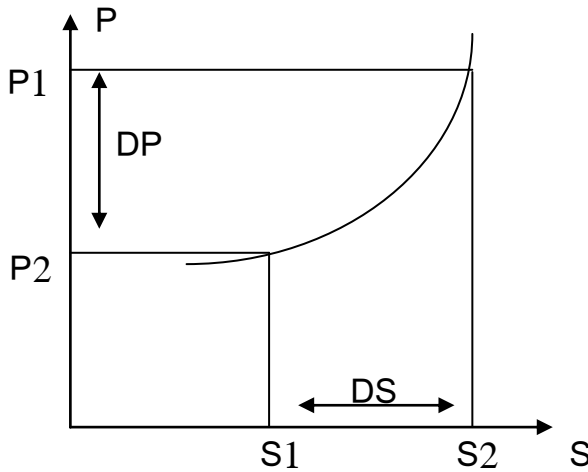
² مروان سكران، مرجع سابق، ص 121.

يعرف العرض السياحي على أنه خليط من العناصر غير المتجانسة التي توجد مستقلة عن بعضها البعض لتشكل العرض السياحي الوطني أو الدولي¹.

2. خصائص العرض السياحي: يتكون العرض السياحي من مجموعة من الخصائص هي:

- يعتمد العرض بشكل كبير على عنصر العمل: بنسب تفوق عرض الأنشطة الزراعية والصناعية وهذا ما تؤكدته نظرية "فور ستيه" حيث يمتاز النشاط السياحي كونه نشاط خدمي بصعوبة إحلال الماكنة محل عنصر العمل ويبقى استخدام الماكنة محدود جدا في عملية تقييم الخدمات السياحية².
- عرض سياحي غير قابل للنقل: أي أن السائح هو الذي ينتقل إلى الدولة السياحية (المقصد السياحي) حتى يستطيع الاستمتاع بالمغريات السياحية المعروضة بها³.
- عرض سياحي غير قابل للتخزين: حيث يكون تقديم الخدمات على مدار اليوم أو الساعة وغالبا ما تقدم على مرأى السائح، وبالتالي فإن إمكانية حجب المنتجات الرديئة عن المستهلك غير متاحة مثل ما هو الحال عليه بالنسبة للسلع المادية⁴.
- عرض سياحي غير مرن: يكون العرض السياحي في الظروف الاعتيادية عرضا غير مرن. ويمكن التعبير عن ذلك بالمخطط التالي :

شكل(07): مرونة العرض السياحي



P: أثمان العرض السياحي
 DP: التغير النسبي في أثمان
 S: الكميات المعروضة
 DS: التغير النسبي الكميات المعروضة

المصدر: بزة صالح، تنمية السوق السياحية بالجزائر-دراسة حالة ولاية المسيلة-، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، قسم التسيير، تخصص علوم التسيير، فرع إستراتيجية السوق، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006، ص 21.

¹ عشي صليحة، مرجع سابق، ص 15.

² بزة صالح، مرجع سابق، ص 16.

³ عامر عيسا ني، مرجع سابق، ص 29.

⁴ سمير سالم، مرجع سابق، ص 29.

من الشكل نلاحظ أن : $DP > DS$ أي أن التغير النسبي في الكميات المعروضة أقل من التغير النسبي في الأثمان، وهكذا يتضح إن درجة استجابة المنتج في النشاط السياحي للتغيرات في أثمان الخدمات السياحية تكون ضخمة جدا على الأقل في الأمد القصير ويعزى سبب ذلك إلى العوامل التالية:

- عامل الوقت، كثافة رأس المال الثابت، العامل الطبيعي، عدم القابلية على التخزين، عدم القابلية للنقل¹.
- العرض السياحي هو عرض خدمات: عادة ما يشتري السائح مجموعة من الخدمات تشكل منتج سياحي متمثلة في خدمات النقل، خدمات الإيواء، الإطعام...².
- تعدد المنتجين الذين يشاركون في القطاع السياحي: وهذه خاصية المنشآت نظرا للطبيعة المركبة للعرض السياحي إذ يساهم في تقديم المنتجات السياحية عدد كبير من المتعاملين سواء من داخل القطاع السياحي نفسه كأصحاب الفنادق والمطاعم أو خارج القطاع مثل محطات التزويد بالكهرباء والغاز. حيث تعمل هذه الخدمات على تدعيم القطاع السياحي³.

3. العوامل التي تؤثر في تشكيل العرض السياحي: وتتمثل هذه العوامل في⁴:

- العامل الرئيسي الذي يحدد حجم وتركيب العرض السياحي هو تطور قوى الإنتاج على أساس المنجزات العلمية المتطورة عند إنتاج الخدمات والبضائع التي تلي الطلب السياحي .
- وعامل آخر مهم له معنى في حجم تركيب العرض هو حالة الطلب السياحي كمعبر لوجود الحاجة من السياحة .
- العامل الثالث الذي له أهمية ويؤثر على العرض هو أسعار السوق السياحي والذي من خلاله يوجد إمكانية تصريف البضائع والخدمات بأعلى سعر ممكن وهناك عوامل أخرى تؤثر على العرض السياحي هي:
- عوامل سياسية.
- نزاعات حربية.
- عوامل ذات طبيعة مناخية.
- عوامل اقتصادية.
- عوامل توحد البائعين في مجموعات واحدة وتكون احتكاكات

¹ بزة صالح، مرجع سابق، ص 17-18.

² سمير سالمي، مرجع سابق، ص 28.

³ نفس المرجع، ص 28.

⁴ مروان سكران، مرجع سابق، ص 124.

المطلب الثاني: التسويق السياحي

في هذا المطلب سوف نتطرق إلى مفهوم التسويق السياحي وأهدافه. بالإضافة إلى دراسة عناصر المزيج التسويقي السياحي.

أولاً: تعريف التسويق السياحي وخصائصه ووظائفه

1. تعريف التسويق السياحي:

يقصد بالتسويق ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به الهيئات والمؤسسات داخل الدولة وخارجها، للتعرف على الأسواق السياحية الحالية والمحتملة والتأثير فيها لتنمية الحركة السياحية الدولية القادمة منها¹. ويتضمن التسويق السياحي تسويق المنتج السياحي والتعريف به، داخليا وخارجيا في سوق السياحة العالمية، عبر قنوات منظمة من أجل إثارة الدوافع المختلفة لدى السائحين، لرفع حجم الطلب على المنتج السياحي للدول المصدرة للسائحين وإحداث نمو في الحركة السياحية الدولية. وفي الواقع فإن عملية تنشيط التسويق السياحي تتوقف على مدى قوة المنتج السياحي، دور الإعلام في التعريف بمقومات الدولة السياحية، إلى جانب الظروف الأمنية والسياسية في الدولة المصدرة للسياحة والدولة المستوردة لها².

2. وظائف التسويق السياحة: وتتمثل فيما يلي³:

- **الاتصال:** وهي عملية إقناع الزبائن بأن الخدمات السياحية تتلاءم مع رغباتهم، وهذا بإتباع عدة وسائل مختلفة.
- **التنمية:** عن طريق تخطيط والتنمية الجديدة والتي قد تسمح بإعطاء إمكانيات البيع.
- **المراقبة:** تمكننا من الاستعمال الفعال للإمكانيات السياحية المتاحة من خلال استعمال تقنيات مختلفة.
- 3. **خصائص التسويق السياحي:** يمكن تلخيص خصائص التسويق السياحي فيما يلي⁴:
 - يقوم التسويق السياحي على إثارة الرغبات لدى السياح المرتقبين من شتي أنحاء العالم من أجل زيارة دولة أو منظمة معينة لغرض من أغراض السياحة.
 - التسويق السياحي في الدولة المستقبلية للسياح يعتمد علي العرض السياحي الذي يتصف مكوناته بقلّة المرونة وعدم القابلية للتغيير.
 - يعتمد التسويق السياحي على المقومات والخدمات السياحية من خلال التعريف بالمعالم والمناطق السياحية وعرض جودة الخدمات وهذا ما يؤدي إلى زيادة معدل الحركة السياحية سنويا.

¹ عشي صليحة، مرجع سابق، ص 17.

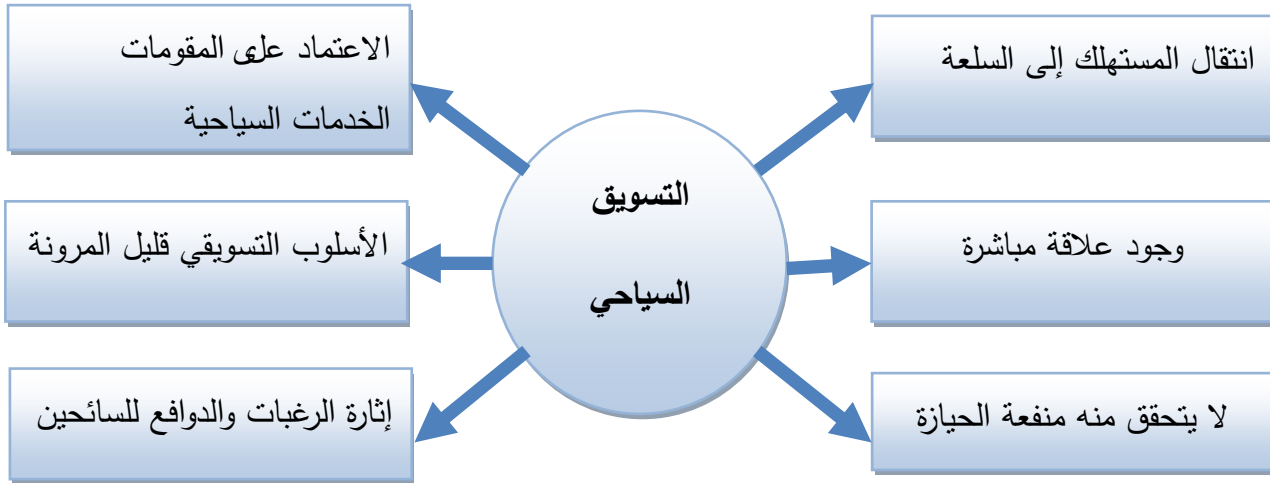
² بوقليح نبيل، تقرورت محمد، مرجع سابق، ص 3.

³ تومي ميلود، خريف نادية، دور التسويق الالكتروني للسياحة في تنشيط صناعة السياحة، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 10/9 مارس 2010 ص 5.

⁴ بهاز الجليلي، مرجع سابق، ص ص 48 - 49.

- التسويق السياحي لا يتحقق منه منفعة الحيازة ذلك أن السلعة السياحية لا تخضع لحيازة شخص معين بذاته ولا تنتقل إليه مقابل ما يقوم بدفعه من مال كثر لها أو غير ذلك، كما يمكن أن يستخدمها أو يتمتع بها أكثر من شخص واحد ولفترة محددة.
 - التسويق السياحي يعتمد على وجود علاقة مباشرة بين الشركة السياحية التي تقدم الخدمة والعمل الذي يشتريها.
 - التسويق السياحي لا يتحقق منه منفعة زمنية لأن السلعة السياحية أو المنتج موجود بطبيعته في الدول في كل وقت ومكان وبذلك فإن العمليات التسويقية له يمكن أن تتم في أي وقت.
- والشكل التالي يوضح خصائص التسويق السياحي.

الشكل (08): خصائص التسويق السياحي



المصدر: بهاز الجبالي، مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة ، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم علوم الاقتصادية، فرع علوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2008، ص 50.

4. أهداف التسويق السياحي: وتتمثل في النقاط التالية¹:

- **إرضاء السياح:** إننا نعتبر التسويق هو عملية إرضاء للسياح وفي هذا الوضع فإن الهدف الأساسي من تطبيق مبادئ التسويق في تقديم الخدمات السياحية هو إرضاء المستهلكين.
- **جعل الاقتصاد التشغيلي ممكنا:** وهذا بالاستغلال الأمثل للمواد، إن التقدير لتوقعات المستهلكين يجعل من الممكن إدارة الموارد والعرض السياحي بما يتناسب مع الطلب. وهذا يقلل من الاستغلال غير الأمثل للموارد، لذا فالتسويق المبني على أساس التقدير السليم لحاجات وتوقعات السياح يجعل من السهل تنظيم أعمال ونشاطات المؤسسات السياحية بما يتناسب مع ذلك.

¹ علاء حسين السراي وآخرون، مرجع سابق، ص ص 17 - 18.

— **تحقيق أرباح:** إن من أهداف التسويق السياحي مساعدة المؤسسة في تحقيق الأرباح، وبدون شك فإن هذا هدف طويل الأمد، في حين يعتبر الاقتصاد في التشغيل، والتوسع في حجم السوق، وإعطاء صورة جديدة عن المؤسسة السياحية كلها أمور ضرورية لتحقيق الأرباح.

— **إبراز صورة واضحة:** إن هدف التسويق السياحي هو مساعدة المؤسسة في إبراز صورة واضحة وأن مبادئ التسويق السياحي الحقيقي تعتبر مؤثرة في خلق أو التخلص من الانطباعات لدى السياح في الأسواق المستهدفة.

— **التفوق على المنافسة:** إن هذا الهدف مهم للتسويق السياحي واليوم يعتبر التنافس أكثر حدة وتأثيراً مما سبق، إن الممارسات التسويقية تسهل إتباع إستراتيجية مناسبة حيث يتم انجاز أهداف المؤسسات بمساعدة القرارات التسويقية ومن خلال ذلك فإنه غالباً ما تتجه المؤسسة السياحية في جعل منتجاتها في المركز الرائد مما يجعل من الصعب على المنافسين دخول الأسواق السياحية أو المنافسة فيها.

ثانياً: المزيج التسويقي : يتطلب التسويق السياحي دراسة عناصر المزيج التسويقي والتي يمكن للمنظمة السياحية الموجودة أن تستخدمها لبلوغ أهدافها السياحية وتمثل هذه عناصر في:

1. المنتج السياحي:

لا يخرج المنتج السياحي في صورته النهائية القابلة للاستهلاك إلا نتيجة لتكامل المقومات السياحية للدولة مع مجموعة من الخدمات الأخرى المكمل، ويستطيع المستهلك للمنتج السياحي أن يعظم منفعة عن طريق الانتفاع من بين التوليفات المختلفة التي يعرض بها هذا المنتج، وذلك في حدود رغباته وقدرته على الدفع ويشمل المنتج السياحي بالإضافة إلى المقومات السياحية الطبيعية للدولة، كافة نواتج خدمات الفنادق، ونواتج أنشطة المطاعم...¹.

المنتج يتضمن المدى، الجودة، اسم المنتج، خط المنتج، الضمان للمنتج، خدمات ما بعد البيع، مستوى المنتجات أو عمق المنتجات، الصورة الذهنية، التنوع، خدمة العميل، الاستخدام، توفر المنتج². ولهذا يمكن القول أن المنتج السياحي هو أساس إستراتيجية التسويق السياحي³.

أ - **خصائص المنتج:** وتتمثل في⁴:

— أسعار المنتجات غير مرنة ولا تتغير بمقادير كبيرة تقلبات مثل الطلب في الأجل القصيرة المتوسطة بالمقارنة مع السلع الاستهلاكية.

— إن المنتجات السياحية ليست خدمة واحدة منفردة بل تشتمل على عدد من الخدمات الفرعية المتكاملة.

¹ بن سماعيل حياة، السبتي وسيلة، دور السياحة العربية في التنمية الاقتصادية ، ملتقى دولي حول الاقتصاد السياحي والتنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية علوم الاقتصادية والتجارة والتسيير، يومي 10/9 مارس 2010، ص 6.

² تومي ميلود، خريف نادبة، مرجع سابق، ص 8.

³ فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2009، ص 282.

⁴ عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي - دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية -، دار الراية، عمان - الأردن،

- إن المنتج السياحي يمتاز بأنه إنتاج لمنتجات سياحية متطابقة.

ب دورة حياة المنتج:

لكل سلعة دورة حياة معنية وتتألف هذه الدورة بصفة عامة من المراحل التالية:

- **تقديم المنتج (مرحلة النمو المبكر):** في هذه المرحلة تكون الخدمة في تطور مستمر بحيث يبدأ السياح

بالسماع عن منطقة ما، أو مشاهدة صورة لهذه المنطقة وذلك من خلال الاستخدام المكثف لوسائل الإعلان المختلف بحيث يتم إعطاء تفاصيل أكثر عن هذه المنطقة حيث يبدأ بالتدفق لزيارة هذه المنطقة وهنا تبدأ الخدمات بالتوسع والازدهار بحيث تكون المنافسة ضعيفة وتكون الأسعار مرتفعة وتبدأ حصة السوق من السياح تزداد¹.

- **مرحلة النمو السريع:** في هذه المرحلة المكان أو المنطقة السياحية تكون معروفة لدى السياح مما يؤدي إلى زيادة الأرباح وهنا تبدأ الخدمات بالتوسع وتزداد المنافسة مما يتطلب التركيز على الإعلان بشكل أكبر².

- **مرحلة النضوج:** تزداد مبيعات المنتج خلال هذه المرحلة ولكن بمعدلات أقل من المعدلات في المرحلة السابقة وتقل بالتالي أرباح الشركات المنتجة والموزعة وتزداد حدة المنافسة بين الشركات المنتجة التي قد تأخذ شكل المنافسة السعرية³.

- **مرحلة التشبع:** تزداد حدة الخصائص السابقة في هذه المرحلة، وتقل خلال هذه المرحلة الفرص البيعية الجديدة في السوق مما يؤدي إلى زيادة أهمية المبيعات بهدف استبدال الوحدات المباعة المستهلكة بوحدة جديدة، وتتأثر كثيرا بالتغيرات في الظروف الاقتصادية العامة في السوق ويحتاج المنتج إلى الاستعانة بالموزعين الأكفاء لتوزيع السلعة خلال هذه المرحلة⁴.

- **مرحلة الانخفاض:** تتخفف المبيعات خلال هذه المرحلة نتيجة لتقدم المنتج ويمكن مواجهة ذلك عن طريق تطوير المنتج كأنه منتج جديد في مرحلة التقديم فالنمو... الخ، أو إعادة النظر في البرنامج التسويقي بهدف زيادة فاعليته، أو التقليل من الأشكال المنتجة بهدف تقليل النفقات وزيادة النفقات المشروع بهدف تحقيق أرباح خلال الفترة المتبقية من عمر المنتج أو التوقف عن إنتاجه كلية. أو التركيز على إنتاجها لفئة محددة من المتلقين⁵.

وفيما يلي المنحصر البياني الذي يمثل دورة حياة المنتجات السياحية:

¹ بزة صالح، مرجع سابق، ص 32.

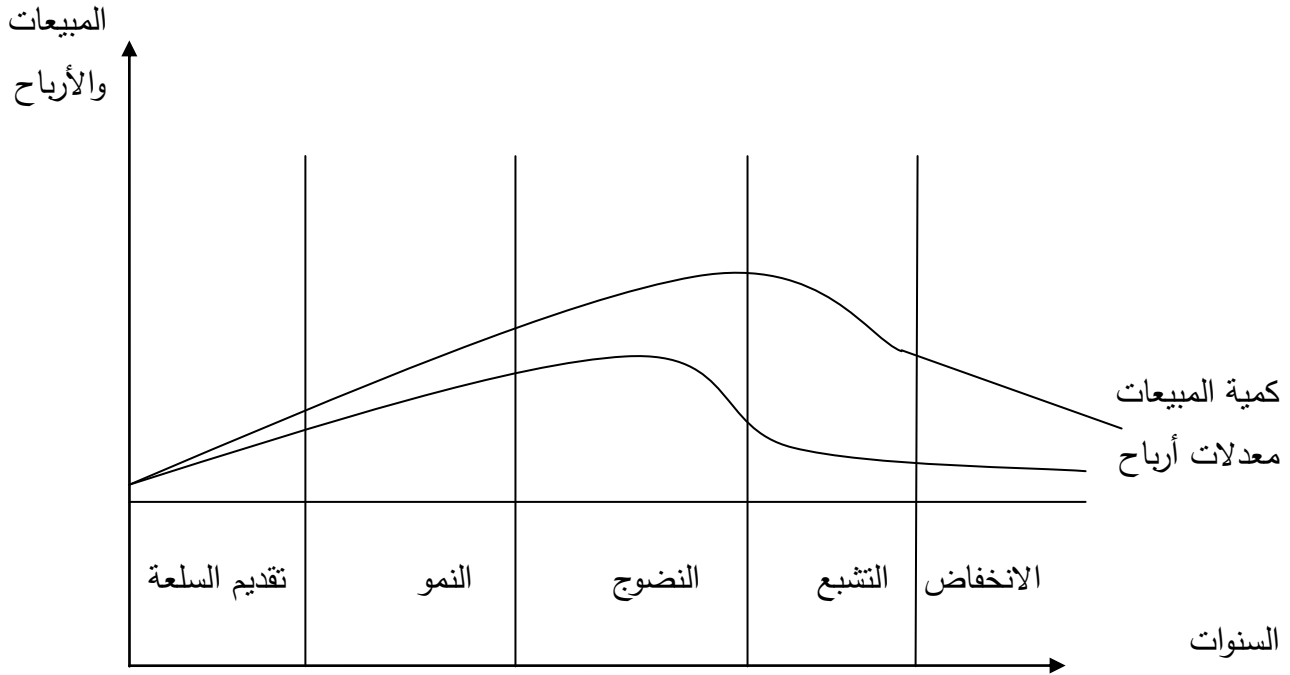
² نفس المرجع، ص 32.

³ محمد حافظ الحجاري، مرجع سابق، ص 70.

⁴ نفس المرجع، ص 71.

⁵ نفس المرجع، ص 71.

الشكل (09): دورة حياة المنتجات السياحية.



المصدر: محمد حافظ حجازي، إدارة التسويق السياحي والفندقي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية - مصر، 2007، ص70.

2. التسعير:

عندما ينظر إلى سياسة التسعير من وجهة نظر المنظمة السياحية يمكن تعريفها كما يلي:
إنها تساعد على توجيه المركز السياحي في المنطقة لتقرير مدى الأسعار العلمية القابلة للتطبيق ووضع الأهداف لغرض تحقيقها عن طريق الأسعار وترشيح ما إذا كانت الأسعار ستستخدم كعنصر ايجابي أو سلبي في المزيج ووضع السياسات لتوجيه قرارات التسعير¹.

أ -العوامل المؤثرة في التسعير: وتتمثل في ما يلي²:

- العوامل الداخلية: وتتمثل فيما يلي:

- **المنتج:** في الصناعة السياحية نجد مزيجاً من المنتجات المختلفة حيث نجد معظم المنتجات متجانسة، فأسعار الإجازات المنخفضة تستقطب السياح في صناعة السياحة لذلك على المسوقين أن يحافظوا على التوازن بين الأسعار والتنوعية.
- **التوزيع:** يجب على المؤسسة السياحية أن تتوقع التحكم بتكاليف التوزيع بالشكل الأمثل، بما أن صناعة السياحة متشعبة الجوانب فمن الصعوبة على المسوقين فرض الأسعار المناسبة.

¹ زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقات، دار المناهج، عمان - الأردن، 2003، ص 268.

² علاء حسين السراي وأخرون، مرجع سابق، ص ص 157 - 159.

- **الترويج:** إستراتيجية التوزيع تعتبر مهمة في اتخاذ قرار صائب وهذا يتطلب من المؤسسة السياحية عمل تعديلات على موازنة وأساليب ووسائل الترويج بما يتناسب مع دورة المنتج.
- **العوامل الخارجية:** تتمثل في ما يلي:
 - **المنافسة:** المنتج يعتبر مميز إلى حد يمكن بيعه بسعر أعلى أو أقل من المنافسين دون أن يحدث تغير في أسعارهم. على المسوقين الأخذ بعين الاعتبار مواقف وسلوك المنافسين.
 - **الظروف الاقتصادية:** هذا عامل يصعب السيطرة عليه حيث أن صحة الإقتصاد له أثر على السياحة حيث لا يستطيع السياح أن يسيطروا على النواحي السلبية والإيجابية في الإقتصاد.
 - **الأنظمة الحكومية:** تعتبر القوانين والأنظمة والتشريعات التي تحكم الصناعة أو الإقتصاد لا يمكن أن تخترق من قبل مؤسسة إنتاجية حيث أن أسعار الطعام والشراب في المطاعم والرسوم المدفوعة من قبل السائح تؤكد أن الأنظمة والتشريعات تعتبر أحد محددات صنع القرار.
 - **سلوك السائح:** يعتبر سلوك السائح يؤثر على قرار الأسعار وأكبر مثال على ذلك الأسعار المنخفضة الخاصة بالمجموعات السياحية والمؤتمرات والحفلات والسياح المتكررين.
 - **الاعتبارات التنظيمية والتشريعية :** على المسوقين أن يتذكروا أن هناك قوانين وأنظمة وأعراف يجب عليهم الالتزام بها حيث نجد أن بعض المنظمات الحكومية وشبه حكومية وتلك في القطاع الخاص لها دور تشريعي وتنظيمي ورقابي من حيث فرض أسعار معينة وشروط معينة للسلع والخدمات السياحية.
 - **الاعتبارات الأخلاقية:** يجب على الشركة أن تأخذ بعين الاعتبار أن هدفه ليس تحصيل الأرباح بقدر ما هو تقديم الخدمات للجمهور وهذه الصورة التي تتكون لدى السائح تؤثر على قرارات الأسعار.
 - **التفاعل بين الأسعار والطلب :** من الضروري للمسوقين أن يفهموا العلاقة بين السعر والطلب وكيفية تجاوب العميل مع المنتج بمختلف الأسعار بالإضافة إلى أن يكونو مدركين للطلب الإجمالي والذي يكون مجمل طلبات الأفراد.
 - **الطلب الفردي:** إن الفرد المستهلك يستطيع أن يحكم على المنتج من خلال سعره فإذا أراد المستهلك أن يقارن منتج بآخر فالسعر يجب أن لا يكون غالي جدا أو رخيص جدا.
 - **الطلب الكلي:** هي مجموعة الطلبات الفردية وهي تتغير وفقا لأسعار السوق ومتطلباته مثل توفر المنتج والإقناع بالشراء ومستوى المنافسة.

3. التوزيع:

ويتضمن: الموقع، القدرة على التواصل، المنافع الزمنية والمكانية والشكلية والتملكية، قنوات التوزيع، تغطية التوزيع، إسناد المبيعات، عدد أعضاء القناة، تجزئة القنوات، القدرة على الوصول إلى المنتج¹.

¹ تومي ميلود، مرجع سابق، ص 8.

إن غالبية الخدمات يتم إنتاجها وشراؤها معا لذا فإن التوزيع المباشر هو الطريقة الأكثر شيوعا في حالة الخدمات، يصعب إن لم يكن مستحيلا، توظيف الوسطاء التجاريين نظرا لسرعة تلف الخدمات وصعوبة أو استحالة فصل الخدمة عن منتجها كما هو في حالة خدمات الصيانة مثلا: فهناك خيارات أخرى مثل توظيف أو استخدام وسيط أو وكيل كما هو الحال في الصناعة الفندقية حيث يمكن استخدام خدمات وكلاء السياحة والسفر وكذلك يتوفر خيار ثالث في مجال توزيع الخدمات من خلال استخدام أكثر من وسيط لتوفير الخدمات بشكل أسهل وأيسر للعملاء¹.

- **قنوات التوزيع السياحي** : تعتبر قنوات التوزيع هي مكاتب سياحية وهناك أساليب رئيسية في التوزيع السياحي هي²:

- **التوزيع المباشر للخدمة السياحية**: هنا تتم المكاتب بالاتصال بشكل مباشر بالسياح من خلال فروعها مندوبيها من أجل إقناعهم بالتعاقد على برامج المكاتب السياحية.
- **أسلوب التوزيع غير المباشر للخدمة السياحية** : في هذا الأسلوب تعتمد المكاتب السياحية على الوسطاء في توزيع خدماتها نظرا لاتساع السوق السياحي.

4. الترويج:

إن الترويج السياحي هي عملية إدارية لتسويق المنتج السياحي، ويقوم بدور مزدوج فهو يكمل العرض السياحي من خلال دوره في النقل صورة مجسدة وحية للجوانب الايجابية في مقومات ومكونات العرض خاصة أو المنتج السياحي يعتبر سلعة أو خدمة غير محسوبة مباشرة عند السائح في حالة الترويج لها³.

- **المزيج الترويجي**: يتكون المزيج الترويجي من مجموعة من المكونات التي تتفاعل وتتكامل معا لتحقيق الأهداف الترويجية الموضوعة وهو يتكون من الإعلان والبيع الشخصي وترويج المبيعات والدعاية والنشر والعلاقات العامة والإعلام⁴.

حتى تكون عناصر المزيج التسويقي ذات أهمية تضيف ثلاثة عناصر لتصبح 7p وهم⁵:

1. **الأفراد**: يعتبر الأفراد الذين يقدمون الخدمات جزءا لا يتجزأ من الخدمة نفسها ولهم تأثير مباشر على طبيعة الخدمة ومدى رضى العملاء واقتناءهم لها، حيث تولي إدارة الفندق أهمية خاصة لاختيار وتوظيف الأفراد ذوي الكفاءة والمهارات المتميزة وكذلك التدريب والتنمية الإدارية المستمرة لهم.

¹ خالد مقابلة، مرجع سابق، ص 19.

² فريد كورتل، مرجع سابق، ص 286.

³ عبد الجبار عبد الله سعيد الصلوى، مرجع سابق، ص 105.

⁴ محمد الصيرفي، تنشيط المبيعات السياحية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 101.

⁵ خالد مقابلة، مرجع سابق، ص 20 - 21.

2. **الدليل المادي:** ويشتمل هذا العنصر على البيئة المادية كالأثاث والسلع التسهيلية التي تساعد في إمكانية تقديم الخدمة، مثل سيارات الأجرة وكذلك الشواهد الملموسة مثل استخدام الإشارات والملصقات من قبل خطوط الطيران.
3. **العملية:** سلوك الأفراد والجماعات في تنظيمات الخدمات هي عملية أساسية، كذلك هي في أهمية العملية أو الكيفية التي يتم بها تقديم الخدمة أي كيف يقوم النظام المتكامل بعمل السياسات والإجراءات المتبعة، درجة تدخل العملاء في إنتاج الخدمة.

المطلب الثالث: الاستثمار السياحي

في هذا المطلب سيتم التطرق إلى تعريف الاستثمار خصائصه والعوامل المؤثرة ومعوقاته.

1. تعريف الاستثمار السياحي:

يعتبر الاستثمار هو تضحية بالموارد التي يستخدمها في الحاضر، على أمل الحصول في المستقبل على إيرادات، أو فوائد خلال فترة زمنية معينة، حيث أن العائد الكلي يكون أكبر من النفقات الأولية للاستثمار¹. ويمكن تعريفه على أنه: "توظيف الأموال بهدف تحقيق العائد أو الربح أو بمعنى آخر اكتساب الموجودات المادية والمالية، الأولى تتمثل في الأراضي، الآلات، المعدات... الخ، أما الثانية فتتمثل في النقود، الودائع تحت الطلب، أسهم، سندات... الخ².

2. خصائص الاستثمار السياحي: ويتمثل في³:

- تمثل الأصول الثابتة نسبة مرتفعة من إجمالي الأصول.
- ارتفاع نسبة المكون الأجنبي في الاستثمار السياحي، لان اغلب احتياجات الاستثمار السياحي تكون مستوردة تعتمد على العملة الصعبة.
- ارتفاع تكاليف التأسيس وهي التكاليف الاستثمار أو الرأسمالية.
- فترة استرداد المشروع تكون قصيرة.
- مصادر التمويل تكون معظمها أجنبية وطويلة الأجل.
- التكامل مع أوجه الاستثمار الأخرى، سواء مشروعات ببنية أساسية أو غيرها، فلا بد من وجود تكامل بين القطاع السياحي والمشروعات الأخرى.
- الاستثمار السياحي مرتبط بالخطة العامة للتنمية وعلاقة ذلك بالموسمية التحصيل للإيرادات السيادية وإمكانية التنفيذ خاصة في المشروعات السياحية المملوكة للقطاع العام.

¹ عبد القادر بابا، سياحة الاستثمارات في الجزائر والتحديات التنموية في ظل التطورات العالمية الراهنة ، أطروحة دكتوراه الدولة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص التخطيط، جامعة الجزائر، 2003/2004، ص 35.

² حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص 22.

³ حميد عبد العظيم، اقتصاديات السياحة مدخل نظري وعلمي متكامل، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة- مصر، 1996، ص ص 91-92.

3. العوامل المؤثرة على الاستثمار العام: وتتمثل في¹:

- أسلوب تحليل التكلفة والمنفعة في دراسة جدوى المشروعات الاستثمارية الحكومية الكبيرة، لكن الكثير من المشروعات والقرارات الاستثمارية تتم دون إجراء هذا التحليل وغالبا ما تقرر الحكومة تنفيذ المشروعات الاستثمارية وفق أولويات سياحية معينة تعكس اهتمام الحكومة أو سعي الأحزاب لكسب نفوذ سياسي على مستوى الدولة أو في مناطق معينة من الدولة.
- تأثير بعض المشروعات الاستثمارية بمصالح مجموعات معينة أو جماعات الضغط، ذلك أنه كثيرا ما يتم وصف الطرق كسب لرضا جماعة معينة تحت ضغط مجموعة معينة من الأفراد أو المناطق ممن يملكون نفوذا سياسية يمكنهم من إصدار قرارات حكومية أو تشريعات برلمانية تحقق مصالحهم.
- كذلك تغير الأحزاب الحاكمة تؤثر على قرارات الاستثمار الحكومية.
- أسباب أمنية وسيادية تفرضها الظروف العالمية.

4. معوقات الاستثمار السياحي: من أهم معوقات الاستثمار في مجال السياحة ما يلي²:

- النقص الملحوظ في العمل المؤسساتي للسياحة كصناعة متطورة على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي.
- نقص في الموارد المالية لدى المستثمرين المحليين بسبب ضالة المداخل وعدم القدرة على الحصول على قروض من البنوك.
- تأشيرات الدخول تشكل بعض التعقيدات المعيقة للسياحة.
- عدم تأهيل القوى البشرية.
- عدم تحسين البنية الأساسية أو انعدامها.
- ارتفاع الأسعار وعدم الاستقرار الأمني والسياسي.
- عدم توافر خطة سياحية مرجعية بمعنى أن قيام منطقة سياحية دون خطة متكاملة تعيق وتؤخر الاستثمار.

¹ محمد البناء، اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ، زهراء الشرق، القاهرة- مصر، 1998، ص ص 127 - 128.

² حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص ص 77 - 78.

خلاصة الفصل:

لقد شهدت السياحة تطورات سريعة ومستمرة تبعا لتطور الحياة وأساليبها ونظمها، والتطور العلمي والتكنولوجي، مما أدى إلى ازدياد أهميتها، فهي عبارة عن نشاط متعدد يعرف بكافة العوامل والظواهر الخاصة بالسفر والإقامة خارج مقر الإقامة المعتاد لأسباب متعددة، وتتميز بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من الأنشطة، التي من خلالها تعددت أنواعها وأنماطها.

إضافة إلى ذلك فإن الحركة السياحية شهدت نموا سريعا في الآونة الأخيرة، وقد أصبح ينظر للسياحة كقطاع اقتصادي له دوره في التنمية الاقتصادية إلى جانب قطاعات النشاط الاقتصادي الأخرى لذلك فإن أغلبية الدول السائرة في طريق النمو تعتبرها قطاع إنتاجي له أهميته التجارية والاقتصادية.

الفصل الثاني:

التّمية المحليّة ودور السياحة في دعمها

تمهيد

تعتبر التنمية الاقتصادية بمفهومها الشامل عملية تخص جميع مستويات الحياة ومجالاتها ، والتي تنطلق من تحقيق الزيادة في معدلات التنمية المحلية، من منظور أن هذه الزيادة تؤدي إلى رفع المستوى المعيشي. ولتحقق التنمية المحلية أهدافها فلا بد أن يتوفر لها تمويل محلي من الموارد المالية سواء الذاتية أو الخارجية، ويعتبر قطاع السياحة له مساهمة ودور مهم في دعم التنمية المحلية من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية خاصة في خلق فرص عمل والقضاء على البطالة في زيادة إجمالي الناتج المحلي، إضافة إلى جذب المستثمرين والمشاريع الاستثمارية المحلية. وعليه سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى ما يلي:

- ماهية التنمية الاقتصادية
- التنمية المحلية
- دور السياحة في التنمية المحلية

المبحث الأول: التنمية الاقتصادية

تعتبر التنمية الاقتصادية هدف من أجل الوصول للتغيير الاقتصادي والحضاري وهي بذلك تتعلق بالسياسات التي توضع لعلاج مشكلات الفقر والتخلف حتى يتزايد معدل الرفاه الاقتصادي أي أنها تهدف للوصول إلى رفع مستوى الدخل الحقيقي للأفراد من أجل إشباع أكبر قدر ممكن من الحاجات المادية.

المطلب الأول: مفاهيم حول التنمية الاقتصادية

لقد اختلفت تعاريف التنمية الاقتصادية باختلاف وجهات نظر الكتاب، وجود فروقات بين التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي.

أولاً: مفهوم التنمية الاقتصادية

حظي موضوع التنمية باهتمام كبير خاصة من جانب المهتمين بالدراسات الإنسانية حيث تم تعريف التنمية على أنها:

- إحداث تغيرات في جميع مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لتكون في مستوى تطلعات هذه الشعوب¹.

- حيث أن الدكتور علي الدين هلال عرفها بأنها: "زيادة الإنتاج" بحث أن الزيادة في الإنتاج هو هدف التنمية في مرحلة معينة، ومن الخطأ اعتباره الهدف الوحيد للتنمية².

ويعرف النمو الاقتصادي بأنه: "زيادة الدخل الأهلي الحقيقي التي تجسدت بمرور الزمن على كثير من المجتمعات الاقتصادية. فتزايد المعرفة الإنسانية وتراكم رأس المال من جهة أخرى، كلها أسباب تؤدي إلى نمو المجتمعات نموا طبيعيا"³.

ويشير عبد القادر عطية أن "النمو الاقتصادي يعني حدوث زيادة مستمرة في متوسط الدخل الفردي الحقيقي مع مرور الزمن حيث أن متوسط الدخل الفردي يمثل نسبة الدخل الكلي إلى عدد السكان، أي إنه يشير لنصيب الفرد في المتوسط من الدخل الكلي للمجتمع وهذا يعني أن النمو الاقتصادي لا يعني مجرد حدوث زيادة في الدخل الكلي أو الناتج الكلي وإنما يتعدى ذلك ليعني حدوث تحسن في مستوى معيشة الفرد ممثلاً في زيادة نصيبه من الدخل الكلي"⁴.

¹ خبابة عبد الله، بوقرة رابح، الوقائع الاقتصادية-العولمة الاقتصادية-التنمية المستدامة -، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية- مصر، 2009، ص 323

² هشام مصطفى الجمل، دور الموارد البشرية في تمويل التنمية ، دار الفكر الجامعي الإسكندرية- مصر، 2005، ص 18.

³ عبد الحميد محمد القاضي، دراسات في التنمية والتخطيط الاقتصادي ، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية- مصر، 1972، ص 75.

⁴ إسماعيل محمد بن قانة، اقتصاد التنمية-نظريات ونماذج واستراتيجيات-، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2012، ص 10 .

ثانيا: تطور مفهوم التنمية: مر تطور مفهوم التنمية الاقتصادية بالمراحل التالية:

الجدول (04): تطور مفهوم التنمية الاقتصادية

الفترة الزمنية	مفهوم التنمية
بعد الحرب العالمية الثانية	يتمثل في النمو السريع للدخل، وأصبح مؤشر الدخل يستخدم بكثرة للتعبير عن التنمية، لأنه يأخذ قدرة المجتمع على زيادة الإنتاج بمعدلات تفوق معدلات نمو السكان، وأن معدل نمو الدخل الحقيقي يتسبب بشكل عام في تحسن مستوى المعيشة.
عقد الستينات	تغير مفهوم التنمية وإستمرت مظاهر التخلف الاقتصادي حتى بعد نيل البلدان النامية استقلالها، وبعد أن حققت معدلات عالية نسبيا في الناتج القومي، فقد كشفت التجارب العملية قصور مفهوم التنمية التقليدي والذي ظهر في البلدان المتقدمة، والذي يحصر مفهوم التنمية في مجرد النمو الاقتصادي السريع وذلك بسبب استمرار مشكلات البطالة والفقر وسوء توزيع الدخل، كما أن النمو السريع الحاصل في بعض البلدان لم يساعد على تحسين وضعها في النظام الاقتصادي العالمي.
عقد السبعينات	أعيد تعريف التنمية ليعني التقليل من الفقر وعدم المساواة والقضاء على البطالة ضمن إقتصاد يستمر بالنمو. وأدركت العديد من الجهات المعنية بالتنمية بأن التنمية ليست قضية اقتصادية فحسب بل أنها مرتبطة بالأفكار السياسية حيث أكدت بأن تحدي التنمية يعني تحسين نوعية الحياة والتي تتضمن أكثر من مجرد ارتفاع الدخل لتشمل مستوى تعليمي أفضل، ومستوى أعلى من الصحة والتغذية، وفقر أقل، وبيئة أنظف وتكافؤ الفرص وحرية فردية أكبر، وحياة ثقافية أغنى
عقدي الثمانينات والتسعينات	خلال هذين العقدين ظهر مفهوم التنمية البشرية والتنمية المستدامة والتنمية المستقلة والشاملة. حيث أن في بعض الدول النامية التي شهدت نموا متواضعا في الدخل القومي، حققت تقدما جيدا في عدد من المجالات المتصلة بإشباع الاحتياجات الأساسية، فهي لديهم ليس مرهونا بتحقيق معدلات عالية للنمو في الدخل وحسب بل بسياسات توزيع الدخل، والسياسات الرامية بشكل مباشر إلى تخفيف حدة الفقر.

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- مدحت القرشي، التنمية الاقتصادية -نظريات والسياسات وموضوعات-، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2007، ص ص 125-127.
- نزار سعد الدين العيسى، إبراهيم سليمان قطف، الاقتصاد الكلي-مبادئ وتطبيقات-، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2006، ص ص 311- 312.

ثالثا: تعريف التنمية الاقتصادية: تعرف التنمية الاقتصادية على أنها:

- هي عملية نقل الاقتصاد القومي من حالة التخلف إلى حالة التقدم أو بمعنى أدق هي عملية الانتقال من الوضع الاجتماعي المتخلف إلى الوضع الاجتماعي المتقدم¹.
- التنمية الاقتصادية تنصرف في جوهرها إلى زيادة الطاقة الإنتاجية للاقتصاد، وهي غاية تستهدفها المجتمعات المتقدمة والمتخلفة على حد سواء².
- التنمية الاقتصادية تعني تغيير كمي ونوعي نحو الأحسن في مستوى الحياة عن طريق زيادة الدخل الفردي والقومي، أو عن طريق تحسين ظروف الحياة وضرورتها بطريقة تقود إلى مستوى أفضل من الحياة³.
- فقد عرفها "ماتير بالدوين" بأنها عبارة عن: " عملية يتم من خلالها زيادة الدخل القومي الحقيقي، خلال فترة زمنية طويلة"، حيث يلاحظ أن هذا التعريف تضمن ثلاثة أركان، الأول أن التنمية هي عملية وليست حدثا جاريا تؤدي بالتالي إلى زيادة الناتج القومي الصافي، كما إنها تتم خلال فترة زمنية طويلة وليس مباشرة إضافة إلى أنها تعني إجراء تغييرات جذرية في البنى الاقتصادية⁴.
- من خلال التعاريف السابقة يمكننا أن نعرف التنمية الاقتصادية على أنها: عملية من خلالها تتحقق الزيادة في دخل الفرد خلال فترة زمنية طويلة، إضافة إلى إحداث تغيير في توزيع الدخل لصالح الفقراء وبالتالي الانتقال من حالة التخلف إلى التقدم.

رابعا: الفرق بين التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي

- يستخدم بعض المؤلفين كلمة "نمو" و"تنمية" بلا تفرقة أو تمييز، في حين أن البعض الآخر يفرق بين المفهومين. حيث يتم استخدام كلمة النمو في معنى محدود نسبيا، لتحديد المراحل التي تمرّج خلالها تدريجيا العلوم وفنون الصناعة الحديثة في مختلف قطاعات الاقتصاد وقطاعاته الفرعية، والنمو يحدث في الغالب عن طريق التطور البطيء⁵.
- والنمو يشير إلى عملية الزيادة الثابتة أو مستقرة التي تحدث في جانب معين من جوانب الحياة، أما التنمية فعبارة عن تحقيق زيادة سريعة تراكمية ودائمة عبر فترة من الزمن⁶.

¹ عمرو محي الدين، التنمية والتخطيط الاقتصادي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت-لبنان، 1972، ص 208.

² عبد الحميد محمد القاضي، مرجع سابق، ص 76.

³ صفاء الدين محمد عبد الحكيم الصافي، حق الإنسان في التنمية الاقتصادية وحمايته دوليا، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2005، ص 123.

⁴ محمود حسين الوادي، أحمد عارف العساف، الاقتصاد الكلي - تحليل نظري وتطبيقي -، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2007، ص ص 262 - 263.

⁵ سيمون كوزنت، الاقتصاد بين التنمية والتخلف، دار الكتاب الحديث، القاهرة - مصر، 2011، ص 16.

⁶ محمد شفيق، دراسات في التنمية الاقتصادية، دار الهناء للطباعة، إسكندرية - مصر، 2009، ص 18.

ويعني النمو الاقتصادي زيادة الناتج القومي الصافي بينما تتضمن التنمية إضافة إلى ذلك تغيرات أساسية في النظام الاقتصادي والاجتماعي والسياسي¹.

فالتنمية تؤدي إلى زيادة نصيب الفرد من الدخل القومي والنمو الاقتصادي ينبغي أن يكون أعلى من معدل الزيادة السكانية، لأن ذلك يؤدي إلى رفع مستوى معيشة الأفراد² فإذا ازداد الدخل القومي الحقيقي مثلاً بمعدل 8 ٪ وكان معدل زيادة السكان 3 ٪ فإن نصيب الفرد من الدخل القومي سيزداد بمعدل 5 ٪ سنوياً³.

المطلب الثاني: أهداف، أبعاد التنمية الاقتصادية وإستراتيجياتها

في هذا المطلب سنتطرق إلى أهم الأهداف التي تسعى التنمية الاقتصادية لتحقيقها، وأبعادها والإستراتيجيات الملائمة لها.

أولاً: أهداف التنمية الاقتصادية

إن للتنمية الاقتصادية أهمية كبيرة في حياة الفرد لما تحقّقه من أهداف إقتصادية وإجتماعية وسياسية ومن أهمها ما يلي⁴:

- زيادة الدخل الحقيقي.
- توفير فرص عمل للمواطنين.
- تحسين المستوى المعيشي والصحي والتعليمي والثقافي لأفراد المجتمع.
- تقليل الفوارق الاجتماعية والاقتصادية بين طبقات المجتمع
- إجراء تغيرات جذرية في بنية الاقتصاد القومي.

ثانياً: أبعاد التنمية الاقتصادية

إن التنمية الاقتصادية تتضمن أبعاداً مختلفة ومتعددة تتمثل فيما يلي⁵:

1. **البعد المادي للتنمية:** إن المفهوم المادي للتنمية الاقتصادية يبدأ بتراكم قدر من رأس المال، الذي يسمح بتطوير التقسيم الاجتماعي للعمل، أي التحول من الصناعة اليدوية إلى الصناعة الآلية، وعلى النحو الذي يحقق سيادة الإنتاج السلعي، وتكوين السوق الداخلية، وهذا ما يعرف بجوهر التنمية. فالبلدان المتخلفة تحتاج إلى تحقيق عدد من العمليات لكي تحقق التنمية وهذه العمليات هي:
 - تحقيق التراكم الرأسي.

¹ حربي محمد موسى عريقات، مبادئ الاقتصاد - التحليل الكلي - دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2006، ص 265.

² عمر صخري، التحليل الإقتصادي الكلي - الاقتصاد الكلي -، ط 6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 12.

³ حربي محمد موسى عريقات، مرجع سابق، ص 265.

⁴ عصام عمر مندور، التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتغيير الهيكلي في الدول العربية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية - مصر، 2011، ص 43.

⁵ مدحت القرشي، مرجع سابق، ص ص 131 - 134.

- تطوير التقسيم الاجتماعي للعمل.

- سيادة الإنتاج السلعي.

- عملية تكوين السوق القومية.

وقد ارتبط مفهوم التنمية بالتصنيع ارتباطاً وثيقاً. ذلك لأن عملية التصنيع تؤدي إلى تنويع الهيكل الإنتاجي، ولهذا فإن التنمية هي المفهوم الشامل والواسع لعملية التصنيع. والمعلوم أن عملية التصنيع تتطلب إحداث جملة عوامل أهمها ثروة وتهيئة قاعدة الصناعة، وارتفاع مستوى التراكم الرأسمالي، وخلق الأطر الملائمة لإحداث التغير في البنيان الاجتماعي.

2. البعد الاجتماعي للتنمية: لا شك أن الجانب الاقتصادي للتنمية ذو صلة وثيقة بجوانب الحياة الأخرى في

المجتمع وهي الجوانب الاجتماعية والثقافية والسياسية. وقد ترتب على توسيع مفهوم التنمية أمران: الأول المرادفة بين التنمية والتحديث. والتحديث هو عملية التحول نحو الأنماط من الأنظمة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تطورت في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية بين القرنين السابع عشر والتاسع عشر. وإن المفهوم الجديد للتنمية على وفق هذا المنظور تعبر عنه مؤشرات مادية وغير مادية تشمل التقدم التكنولوجي السريع وزيادة الإنتاج المادي وارتفاع معدلات الإنتاجية وسرعة الانتقال الجغرافي وسرعة الاتصال وزيادة السكان وزيادة التحضر وزيادة الخدمات الإنتاجية والاجتماعية وإعادة تأهيل المهارات الفردية وإعادة تشكيل الأنظمة الاجتماعية والقيمية بهدف التكيف مع متطلبات المجتمع الجديد. والثاني تحقيق التنمية بالانتشار، حيث تشع رياح التغير من البلدان المتقدمة من خلال التكنولوجيا ورأس المال والمهارات والقيم والتغيرات في الأنظمة القائمة. أما جوانب البعد الاجتماعي للتنمية فتتمثل في تغيرات في الهياكل الاجتماعية وإتجاهات السكان والمؤسسات القومية وتقليل الفوارق في الدخل واجتثاث الفقر المطلق. وقد تغيرت النظرة إلى الفقر في عقد الستينات وأصبح ينظر لها بأنها مرتبطة بالبطالة، وأصبح هدف التنمية إشباع الحاجات الأساسية. وبهذا تغيرت فلسفة التنمية من كونها مستندة إلى النمو إلى الفهم المستند إلى الحاجات الإنسانية وبذلك أصبحت التنمية هي تنمية الإنسان.

3. البعد السياسي للتنمية: إن انتشار فكرة التنمية عالمياً جعل منها إيديولوجية، وحلت معركة التنمية محل

معركة الاستقلال. إن التنمية تشترط التحرر والاستقلال الاقتصادي. ويتضمن البعد السياسي للتنمية التحرر من التبعية الاقتصادية إلى جانب التبعية الاستعمارية المباشرة. فإذا كان الواقع قد فرض على البلدان النامية الاستعانة بالمصادر الأجنبية من رأس المال والتكنولوجيا، إلا أن هذه المصادر يجب أن تكون مكملة للإمكانيات الداخلية بحيث لا تقود إلى السيطرة على اقتصاديات البلدان النامية.

4. البعد الدولي للتنمية: إن التنمية والتعاون الدولي في هذا المجال قد فرضت نفسها على المجتمع الدولي

وقادت إلى تبني التعاون على المستوى الدولي وإلى ظهور الهيئات الدولية، كالبنك الدولي وصندوق النقد الدولي. ولهذا فقد أطلقت الأمم المتحدة في عام 1961 تسمية عقد التنمية الأول والذي استهدف تحقيق

معدل للنمو الاقتصادي يبلغ 7٪. كما شهد عقد الستينات نشأة منظمة (GATT) أي الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفات الجمركية، وكذلك نشأة منظمة الاونكتاد (UNCTAD) أي مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية. وتهدف هذه المنظمات جميعها إلى تحقيق علاقات دولية أكثر تكافؤاً. ثم جاء عقد التنمية الثاني للفترة 1970-1980، مستهدفاً معدلاً سنوياً للنمو يبلغ 6٪. إلا أن مساعي كل هذه الجهات والمنظمات لم تفلح في تحقيق أهدافها الأساسية من وجهة نظر البلدان النامية، ولهذا تجد بأن التفاوت في الدخل فيها بين البلدان الغنية والفقيرة يزداد على مر الزمن.

5. البعد الحضاري للتنمية: يعتبر البعض بأن التنمية بمثابة مشروع نهضة حضارية. فالتنمية ليست مجرد عملية اقتصادية تكنولوجية، بل هي عملية بناء حضارية تؤكد فيه المجتمعات شخصيتها وهويتها الإنسانية.

ثالثاً: استراتيجيات التنمية الاقتصادية

إن إستراتيجية التنمية الاقتصادية تهدف إلى إجراء تغييرات جذرية في البنى والهياكل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية القائمة من أجل تغيير الوضع القائم نحو الأفضل. ومن خلال هذا نجد أن هناك إستراتيجيتان للتنمية الاقتصادية هما¹:

1. إستراتيجية النمو المتوازنة: إن هذه الإستراتيجية تعالج مسألتين أساسيتين تعاني منها الاقتصاديات النامية هما:

- الحلقة المفرغة للفقر التي صاغ مضمونها (نيركسي) وبالشكل التالي: "إن التراكم الرأسمالي غير ممكن بدون توفر حد معين للدخل، لذا يجب أن يتركز اهتمام هذه الدول بزيادة مستوى الدخل كخطوة أولى من أجل تحقيق عملية التنمية".
- ضيق السوق المحلية بسبب انخفاض مستوى الدخل، وما يترتب عليه من انخفاض الطلب، وعادة فإن ضعف الطلب يكون حافزاً على ضعف الاستثمار في هذه الدول، لذا يرى (نيركسه) بأن أي تنمية تكون غير ممكنة في هذه الظروف ما لم يؤمن مستوى معين من الطلب الفعال.
- كما يرى أن إستراتيجية التنمية المتوازنة تهدف أساساً إلى:
- توسيع جميع القطاعات الاقتصادية نظراً لتداخل وتشابك هذه القطاعات، وهذا يعني أن أي تطور في أي قطاع لابد أن يقود إلى تطور القطاع الآخر.
- التصنيع أمر لابد منه بالنسبة للدول النامية باعتباره الوسيلة التي يمكن من خلالها تجاوز جميع أشكال التخلف، وخاصة التصنيع المفتوح على العالم المتقدم والقائم على أساس الصناعات الاستهلاكية وذلك انطلاقاً من ضرورة التوازن ما بين النمو في القطاع الصناعي، والنمو في القطاع الزراعي.

¹ محمود حسين الوادي، أحمد عارف العساف، الإقتصاد الكلي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2009، ص ص 304-309.

- ضعف الحافز على الاستثمار نتيجة لضعف الطلب وضيق السوق المحلية وتعتبر العقبة الأساسية التي تواجه عملية التصنيع في البلدان النامية.
 - ضرورة العمل على توسيع السوق المحلية من خلال إعطاء أهمية أكبر لتوسيع الصناعات الرائجة خاصة في المدى القصير والتي يكون هناك طلب محلي على منتجاتها.
 - وقد واجهت هذه الإستراتيجية العديد من الانتقادات على الرغم من ما قدمته من أفكار في مجال التنمية الاقتصادية ومن أهم هذه الانتقادات ما يلي¹:
 - انتقدت إستراتيجية النمو المتوازن في عدم واقعية افتراضاتها الخاصة بجانب العرض: حيث تفترض هذه الإستراتيجية مرونة كبيرة لغرض عنصر العمل الذي يتم توفيره من خلال القطاع الزراعي وتوفير مرونة كبيرة في عرض رأس المال اللازم لهذه البرامج الاستثمارية الضخم الذي يمكن توفيره بصورة أساسية من المصادر المحلية دون التأثير على سعر الفائدة الاستثمارية.
 - انتقدت هذه الإستراتيجية في عدم واقعتها لظروف الدول النامية: حيث تتطلب ضرورة توافر موارد ضخمة لازمة لتنفيذ برامجها الاستثمارية
 - لم تأخذ هذه الإستراتيجية بعين الاعتبار في أنها سوف تؤدي إلى عزل الدول النامية عن الاقتصاد الدولي ويكون ذلك نتيجة لتركيزها على التنمية من أجل السوق المحلي وليس التوجه إلى الخارج. ولكن هذا الانتقاد ضئيل الأهمية لأن (نيركسه) يحرص على المحافظة على النظام الدولي وعلى تقسيمه للعمل.
 - حيث انتقدها البعض على أنها لا تسهم في عمليات الإنماء طويلة الأجل وذلك بسبب تأجيل إنماء صناعات السلع الإنتاجية لحساب دفعة قوية في إنشاء الصناعات الاستهلاكية الخفيفة ويشير بعض النقاد أن بعض الدراسات الاقتصادية تشير إلى أن هذا ليس بالأسلوب الأمثل في الأجل الطويل لأن هذا أسلوب سوف يؤدي في الأجل الطويل إلى زيادة الاستهلاك على حساب الادخار.
 - انتقدت هذه الإستراتيجية في أنها يترتب عليها زيادة معدلات التضخم لأنها تتطلب موارد أكثر مما هو متاح لأكثرية الدول النامية.
- 2. إستراتيجية التنمية غير المتوازنة:** يعتبر الاقتصادي "ألبر تهير شمان " أول من اقترح هذه الإستراتيجية والتي استوحاها من النقد الشديد الذي وجهه هو والعديد من الاقتصاديين الآخرين إلى الإستراتيجية السابقة حيث يرى من إمكان تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال خلق ظروف وحالات عدم التوازن في الاقتصاد، وهذا يعني أن هذه الإستراتيجية تؤكد وبشكل خاص على العوامل الديناميكية في عملية التنمية الاقتصادية وإلى ضرورة استثمار نسبة عالية من الإذخارات في مشاريع تنموية معينة.

¹ محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، التنمية الاقتصادية بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية- مصر، 2007، ص ص 178-181.

كما يرى أن إستراتيجية التنمية المتوازنة لن تحقق نمو الدخل القومي، وإنما ذلك يتحقق فعليا نتيجة عدم توازن الاقتصاد الناجم عن الاختلالات التي تظهر فيه والتي من شأنها زيادة قوة الاقتصاد القومي الأمر الذي يؤدي إلى التنمية. وعلى هذا الأساس يرى أن السياسة التنموية المثلى والحكيمة تتمثل في الاستفادة من الآثار الاقتصادية الناجمة عن عدم التوازن¹.

المطلب الثالث: متطلبات وعقبات التنمية الاقتصادية

إن التنمية الاقتصادية تتطلب العديد من المتطلبات الضرورية لانجاز مهامها، إلى أنها تتعرض لعقبات تؤثر سلبيا على النمو الاقتصادي، وسنحاول في هذا المطلب التطرق لأهم متطلبات التنمية والعراقيل التي تواجهها.

أولا: متطلبات (مستلزمات) التنمية الاقتصادية

إن التنمية الاقتصادية تتطلب من أجل تحقيقها العديد من المستلزمات والتي من أبرزها ما يلي²:

- 1. تكوين رأس المال :** إن النظرية الاقتصادية ركزت في معظم ما يتصل منها بالتنمية على أهمية عملية تكوين رأسمالية في تحقيق التنمية، والتي تتمثل برأس المال المادي الذي تمثله كافة الأصول الرأس مالية والتي تستخدم لأغراض إنتاجية، وعملية تكوين رأس المال تتحقق من خلال الاستثمار، والذي يتطلب توفير قدر مناسب من الإدخارات الحقيقية والتي ينبغي توجيه استخدامها في الاستثمار بدلا من توجيهها إلى نحو الاستهلاك وكذلك ضرورة وجود قدر من الإدخارات النقدية اللازمة لتمويل عملية التكوين الرأسمالي التي يمثلها الاستثمار.
- 2. الموارد الطبيعية:** تعتبر الموارد الطبيعية عاملا مهما يمكن أن يساعد على تحقيق التنمية في حالة وجودها من ناحية، وفي حالة توفر الموارد الأخرى التي تتيح استخدامها وبالذات ما يتصل منها بالموارد البشرية المتطورة والمتصلة بتوفر قدرات إدارية وتنظيمية ومهارات لدى العاملين.
- 3. التكنولوجيا:** هي الجهد المنظم الذي يتضمن استخدام نتائج البحث والتطوير العلمي في تطوير أساليب ووسائل أداء العمليات الإنتاجية بمعناها الواسع الذي يشمل الخدمات والنشاطات كافة، والذي يفترض في كونها أكثر جدوى للاقتصاد والمجتمع وأفراده، حيث تكمن أهمية التكنولوجيا في التنمية تبرز في إسهامها فيما يلي:
 - زيادة القدر المتاح من الموارد الطبيعية الموجودة عن طريق اكتشاف وإضافة موارد جديدة من خلال ابتكار وسائل فعالة أكثر قدرة على الكشف عن ما هو موجود في هذه الموارد.
 - إضافة استخدامات جديدة للموارد الاقتصادية تسمح بزيادة القيمة الاقتصادية للموارد، أي زيادة درجة الانتفاع الاقتصادي من هذه الموارد.

¹ matouk Belattaf, **economie du développement**, office des publications universitaires ben- aknoun Alger, 2010, p 114.

² فليح حسين خلف، الاقتصاد الكلي، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2007، ص ص 466 - 475 .

- ابتكار وسائل وطرق إنتاجية تتيح الإحلال بين الموارد بالشكل الذي يقلل من استخدام الموارد النادرة بزيادة استخدام الموارد المتوفرة، وبالشكل الذي يقود إلى زيادة الإنتاج من خلال ذلك.
- زيادة إنتاجية الموارد الموجودة أي تحقيق الاقتصاد في استخدام الموارد المتاحة في العمليات الإنتاجية، من خلال التوصل إلى استتباب أساليب إنتاجية تضمن الكفاءة الإنتاجية، وبما يحقق الزيادة في إنتاج الموارد.
- اكتشاف طرق ووسائل إنتاج جديدة ومن خلال التطور التكنولوجي وبالشكل الذي يتيح زيادة الإنتاج وتحسين نوعيته، إضافة إلى تقليل الكلفة لتحقيق الكفاءة.

4. الموارد البشرية: تؤدي الموارد البشرية دوراً مهماً في عملية التنمية، ويتأتى ذلك من الإنسان هو غاية التنمية، ووسيلتها، والهدف النهائي لعملية التنمية يتمثل في إسعاد الإنسان وتحقيق رفاهيته ورفع مستوى معيشته عن طريق الارتقاء بمستوى دخله الحقيقي، ورفع مستوى نواحي حياته الأخرى، وذلك من خلال زيادة الإنتاج وتطويره، وضمان توزيعه بصورة عادلة، أما كون الإنسان وسيلة التنمية فينتأى من أن التنمية توضع وتصمم وتنفذ وتعطي ثمارها من خلال النشاط الإنساني، وأنه من المستحيل تصور حصول التنمية بدون الاعتماد على الإنسان كمصمم، ومنفذ لها، وبالتالي كمنتفع منها.

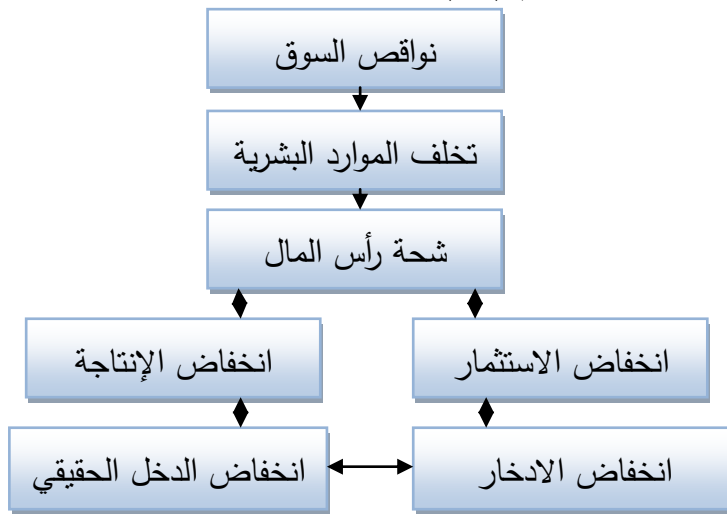
ثانياً: عقبات التنمية الاقتصادية

هناك عدة عقبات تتعرض لها التنمية الاقتصادية وخاصة الدول المتخلفة ونوجزها بما يلي¹:

1. **عقبات إقتصادية:** وتتمثل هذه العقبات في:
 - **الحلقات المفرغة:** والتي تشير إلى أن الدول المتخلفة لا تواجه عقبات منفصلة بل أنها تواجه عقبات تتبادل التأثير فيما بينها، حيث أن عقبة من العقبات تؤثر وتتأثر بالعقبات الأخرى، أي أن كل عقبة من هذه العقبات هي سبب في الوقت نفسه مع العقبات الأخرى، وما يزيد من حدة هذه العقبة هو النمو السكاني المرتفع الأمر الذي من شأنه الإبقاء على حالة الانخفاض في المستويات الاقتصادية.

¹ علاء فرج الطاهر، التخطيط الإقتصادي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2011، ص ص 112 - 113 .

شكل رقم (10): استمرار الحلقة المفرغة



المصدر: علاء فرج الطاهر، التخطيط الإقتصادي، دار الرأية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2011، ص 112.

وتشير هذه الحلقة إلى أن الدول المتخلفة تعاني من عقبات عديدة تعترض عملية التنمية فيها ومن أبرزها نواقص السوق (محدودية السوق)، التخلف في الموارد الطبيعية والتخلف البشري، وشح رأس المال. ويترتب عنها تراجع مستوى الاستثمار المترتب عليه انخفاض في الادخار ونقص إنتاجية عوامل الإنتاج والمترتب عليها انخفاض في الدخل الحقيقي.

- **محدودية حجم السوق** : إن سياسة الإقتصاد الحر تعتمد على آلية السوق أساسا في القيام بالنشاطات الإقتصادية وفي تطويرها، غير أن السوق في الدول النامية تعترضه عقبات كثيرة تبعده عن النموذج النظري له وهو سوق المنافسة التامة إلى حد كبير، ذلك أن جمود عناصر الإنتاج وعدم مرونة الأسعار وقلة التخصص، كلها عوامل تؤدي إلى إعاقة الإستخدام الكامل للموارد الإقتصادية المتاحة، إضافة إلى هذا فإن وفرة الحجم في الصناعة مظهر رئيسي في التنمية الإقتصادية وعليه فإن حجم السوق يجب أن يكون كافيا ليستوعب الحجم الكبير من الإنتاج وبالتالي فإن محدودية حجم السوق في العديد من البلدان النامية يعتبر عقبة في طريق التنمية¹.

- **قيد الصرف الأجنبي** : يؤكد العديد من الإقتصاديين أمثال (SINGER, Myint, A. Lewis) وغيرهم بأن قوى توازنية معينة تعمل في الإقتصاد الدولي أدت إلى ذهاب منافع التجارة الدولية للدول المتقدمة، الأمر الذي يقود إلى ظهور قيد الصرف الأجنبي، وحتى عند إنفتاح الدول النامية على التجارة الدولية وإزدهار تجارتها بشكل لافت. إلا أن ذلك لم يساهم في تنمية إقتصادياتها، وفي خلال فترات الركود الإقتصادي العالمي فإن نسبة التبادل تميل في غير صالح البلدان النامية وبالتالي تتخفف حصيلتها من العملات الأجنبية كما يؤثر

¹ محمود حسين الوادي، أحمد عارف العساف، التخطيط والتنمية الإقتصادية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2011، ص 211 .

ذلك على ميزان مدفوعاتها، ولهذا فإن غالبية الدول النامية تعاني من شح في الصرف الأجنبي مما يؤثر سلباً على التنمية الاقتصادية وبالتالي يمثل عقبة في طريقها¹.

- **محدودية الموارد البشرية** : تعتبر عدم كفاية الموارد البشرية وكذلك عدم ملائمة هذه الموارد عقبة أمام عملية التنمية الاقتصادية في البلدان النامية، حيث ينعكس ذلك في عدم تحقق معدلات نمو مرتفعة وكذلك في انخفاض مستوى الإنتاجية وضعف حركة عوامل الإنتاج، وإن النذرة النسبية في المهارات والتخصصات المهنية المختلفة تقف عائقاً بوجه تحقيق التنمية وتوسيع الإنتاج وتنويعه وبسبب المشكلات المتعلقة بنذرة المهارات والمعرفة الفنية فإن البلدان النامية لا تستطيع استغلال رأس المال بالمستوى المطلوب، وعليه فإن محدودية الموارد البشرية كما ونوعاً تمثل قيداً على التنمية الاقتصادية².

- **نقص الإدخار** : الإدخار هو ذلك الجزء من الدخل الذي يحتفظ به الأفراد، وبما أن الدخل القومي في الدول النامية منخفض، فإن هذا يترتب عليه انخفاض متوسط الدخل الذي يحصل عليه الفرد في هذه الدول وبالتالي فإن ذلك يؤدي إلى ارتفاع الميل إلى الاستهلاك وانخفاض الميل إلى الإدخار وهو ما يقود إليه ذلك من انخفاض الإدخارات المتاحة في البلدان النامية التي يمكن أن تتجه إلى تكوين استثمارات منتجة تساهم في تحقيق التنمية³.

2. العقبات الاجتماعية: تتمثل هذه العقبات في ما يلي⁴:

- **التنظيم** : إن مفهوم المنظم والتنظيم طوره الاقتصادي الألماني (Schumpeter) والمنظم هو الشخص الذي يستخدم الاكتشافات الفنية أو الطريقة الجديدة للإدارة ويطبقها بشكل عملي في مصنعه وعمله، وهو الشخص الذي يحول الاختراع إلى ابتكار من خلال تطبيق الاختراع بشكل عملي، وبذلك يؤثر على مسار التنمية. إذن هو الشخص الذي يملك التصور والإدراك الكافي ليرى إمكانية تحقيق الربح من خلال الابتكار، لذلك اعتبر أحد عوامل الإنتاج الأربعة، وهو يتحمل المخاطر وعدم اليقين وهو بمثابة قائد اقتصادي، والبلدان النامية بطبيعة الحال تفتقر إلى المنظم وذلك بسبب العوامل العديدة التي تزيد من المخاطر، وعدم اليقين مثل صغر حجم السوق وتدني مستوى رأس المال، وتخلف التكنولوجيا وغياب الملكية الفردية وشح المهارات وعدم توفر المواد الخام بالكمية أو النوعية المطلوبة، ولهذه الأسباب فإن البلدان النامية تفتقر للمنظمين الرواد، الأمر الذي يشكل عقبة أمام عملية التنمية.

- **دوافع التنمية** : إن توفر الدوافع أمر ضروري لتحقيق أهداف التنمية، لأنها هي التي تدفع الإنسان للعمل والجد للوصول إلى تحقيق الأهداف، ولهذا فإن أهمية توفر الدوافع أمر حاسم في عملية التنمية الاقتصادية

¹ مدحت القرشي، مرجع سابق، ص 154.

² نفس المرجع، ص 155.

³ أحمد عارف العساف، محمود حسين الوادي، مرجع سابق، ص 225 .

⁴ مدحت القرشي، مرجع سابق، ص ص 156 - 157 .

لدى البلدان النامية، وتجدر الإشارة إلى أن سبب بروز العدد الكبير نسبيا من المنظمين لدى الأقليات في المجتمعات هو وجود الدوافع القوية لديهم لتحقيق شيء ما من أجل التميز

3. عقبات حكومية: وتتمثل العقبات الحكومية في ¹:

- **الإستقرار السياسي**: يتعين على الحكومة أن توفر بيئة مستقرة للمنشآت الإنتاجية سواء كانت عامة أو خاصة، وإذا كان عدم الإستقرار السياسي هو السائد فالنتيجة هي انعدام أو ضعف الإستثمار في الإقتصاد المحلي وبالتالي توجيه الثروات الشخصية نحو البنوك الأجنبية وعليه فإن عدم توفر الإستقرار السياسي يعد عقبة في طريق التنمية.

- **الإستقلال السياسي**: يعد الإستقلال السياسي أمر ضروري لتحقيق النمو الاقتصادي، لأن وجوده يمكن البلد من رسم السياسات الإقتصادية الملائمة لمصلحته. وبالتالي انعدام الإستقلال السياسي يعد عقبة في طريق التنمية.

- **الدعم الحكومي للتنمية**: إن القرار الخاص بتحقيق التنمية الاقتصادية يتضمن خيارات صعبة أو مقايضات وعليه فإن تحقيق عملية التنمية في البلدان النامية يتطلب استعداد ورغبة من طرف الحكومة في إتخاذ القرارات والسياسات المطلوبة للتنمية، وعند غياب تلك الرغبة أو الدعم سوف يمثل عقبة أخرى في طريق تحقيق التنمية.

4. **عقبات دولية**: يؤكد العديد من الإقتصاديين بأن العقبة الرئيسية للتنمية اليوم تتمثل في العوامل الخارجية أكثر منها في العوامل الداخلية، وذلك لأن وجود البلدان الصناعية المتقدمة يخلف ضغوطا دولية تؤدي إلى إعاقة مساعي التنمية والنمو لدى البلدان النامية الفقيرة، ورغم أن البعض يعترف بتحقيق بعض المكاسب من طرف الدول الفقيرة في مجال التجارة كتصدير بعض المنتجات لصالح البلدان الغنية وكذا إمكانية إستفادة الدول النامية من تجارب الدول الغنية في مجالات العلم والتكنولوجيا، إلا أن البعض يقول أنه مثل هذه الاستفادة لن تتحقق وأن البلدان الغنية تخلق العقبات أمام التنمية وتطور البلدان النامية ².

¹ مدحت القرشي، مرجع سابق، ص ص 158 - 157 .

² نفس المرجع، مرجع سابق، ص 159 .

المبحث الثاني: التنمية المحلية

تعتبر التنمية المحلية عنصرا مهما لتحقيق تنمية وطنية شاملة ومتكاملة، حيث ازداد اهتمام مختلف الدول سواء النامية أو المتقدمة بالتنمية المحلية، وهذا لتلبية الحاجات الأساسية للمجتمع، إن إتباع التنمية المحلية كأسلوب للعمل يقتضي استيعاب مفهومها والوقوف على مبادئها وركائزها ومختلف عناصرها.

المطلب الأول: مفاهيم حول التنمية المحلية

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى التعريف بالتنمية المحلية إضافة إلى الركائز والأهداف والدوافع التي تقوم عليها التنمية المحلية.

أولا: مفهوم التنمية المحلية: هناك عدة تعاريف للتنمية المحلية نذكر منها:

- المقصود بهذا المفهوم بشكل مبسط هو مدى تأثير مشروعات وبرامج التنمية على المجال الجغرافي الأصغر الذي يعيش فيه السكان، سواء إن كانت تلك المشروعات والبرامج ذات طابع قومي، مثل إنتاج البترول، إقامة السدود أو الصناعات والمشاريع الزراعية القومية أو ذات طابع إقليمي مثل مشروعات البنيات التحتية أو الخدمات بمختلف أشكالها. يتم الاهتمام في هذا المجال بالمرجات المحلية والآثار الثانوية للمشروعات والبرامج التنموية التي تعتبر في غاية الأهمية للوسط المحلي¹.
- كما عرفها (José Arocena) بأنها: "تجنيد السكان لأجل تحسين المحيط الذي يعيشون فيه مع توفير قنوات دعم تنمي عمل الفاعلين المحليين وتظافر جهودهم لخدمة المجتمع المحلي"².
- كما يعرفها الأستاذ ارتر دونهام (Arthur Dunham): "ما هي إلا نشاط منظم لغرض تحسين الأحوال المعيشة في المجتمع وتنمية قدراته على تحقيق التكامل الاجتماعي والتوجيه الذاتي لشؤونه، ويقوم أسلوب العمل في هذا الحقل على تعبئة وتنسيق النشاط التعاوني والمساعدات الذاتية للمواطنين ويصحب ذلك مساعدات فنية من المؤسسات الحكومية والأهلية"³.
- تعريف الأمم المتحدة: "التنمية المحلية هي العمليات التي يمكن بها توحيد جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية ولمساعدتها في الاندماج في حياة الأمة والمساهمة في تقدمها بأقصى قدر ممكن"⁴.

¹ حسين بشير محمد، التنمية المحلية - مفهوم والخيارات -، مجلة الوسط الاقتصادي، الخرطوم، 18 مارس 2010، ص 1 .

² علوني عمار، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية المحلية ، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 10، سطيف - الجزائر، 2010، ص 186 .

³ حسين عبد القادر، الحكم الراشد في الجزائر وإشكالية التنمية المحلية ، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية تخصص الدراسات الأورو متوسطية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011/2012، ص 54 .

⁴ عبد السلام لعياضي، التنمية المحلية والفوارق المجالية في إقليم شلغوم العيد -الفاعلون والبرامج - مذكرة ماجستير في التهيئة العمرانية، كلية علوم الأرض والجغرافيا والتهيئة العمرانية، قسم التهيئة العمرانية، جامعة منتوري بقسنطينة، 2010، ص 11 .

هناك مبادئ عامة تتصل بقضية التنمية ذاتها كعملية تكاملية بحيث إن لم تتوافر هذه المبادئ أو أهمل بعضها فقدت التنمية ركائز تحقيق أهدافها الكاملة، ومن بين هذه المبادئ نذكر:

- **مبدأ الشمول** : ويتجلى طابع الشمولية للتنمية كونها تتضمن كافة الاحتياجات البشرية بمعنى توفير ضروريات الحياة من مأكّل وملبس ومسكن ونقل وتعليم وصحة وغيرها من الحاجات التي تساعد الإنسان على تطوير طاقاته والمساهمة في المجهود الاجتماعي¹.
- **مبدأ التوازن** : يعني الاهتمام بجوانب التنمية حسب حاجة المجتمع فكل مجتمع احتياجات تفرض وزنا خاص لكل جانب منها فمثلا في المجتمعات الفقيرة تحتل قضايا التنمية الاقتصادية فيها وزنا أكبر بالنسبة للقضايا الأخرى، ما يجعل تنمية الموارد الإنتاجية هي الأساس المستهدف من التنمية والقضايا الأخرى بمثابة فروع منها².
- **مبدأ التنسيق** : يهدف هذا المبدأ إلى توفير جو يسمح بتعاون جميع الأجهزة القائمة على خدمة المجتمع وتضافر جهودها وتكاملها بما يمنع ازدواج الخدمة أو تضاربها وتداخلها مما يهدر الجهود وزيادة التكاليف³.
- **مبدأ التكامل** : لا يمكن أن تؤدي الوظائف على الوجه المرجو منها إلا بتكامل الجوانب المادية والبشرية وهذا يكون بتحقيق جهاز يشتمل على كل المتغيرات الضرورية لأداء المهام ذات الطبيعة المتكاملة⁴.
- ويتم إسناد برامج التنمية المحلية إلى الجماعات المحلية التي لها دور في نجاحها، وتتمثل الجماعات المحلية فيما يلي:
- **الولاية**: ويعرفها قانون 09/90 بأنها: جماعة عمومية إقليمية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتشكل مقاطعة إدارية للدولة.
- تنشأ الولاية بقانون ويحدد اسم الولاية ومركزها الإداري، والتعديل في حدودها الإقليمية يتم بموجب مرسوم يصدر بناء على تقرير وزير الداخلية وباقتراح من المجلس الشعبي الولائي⁵.
- ويمر إنشاء الولاية بثلاث مراحل هي⁶:
- مرحلة التقرير : يتم فيها اتخاذ القرار النهائي المتعلق بإنشاء الولاية.
- مرحلة التحضير : يتم فيها تحضير كل الوسائل المادية والبشرية لتنفيذ قانون إنشاء الولاية.

¹ الطيب داودي، الإستراتيجية الذاتية لتمويل التنمية الاقتصادية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2008، ص 42 .

² محمد عبد الفتاح محمد، تنمية المجتمعات المحلية - من منظور الخدمة الاجتماعية -، المكتب الجامعي الحديث، عمان - الأردن، 2008، ص 50.

³ محمد عبد الفتاح محمد، مرجع سابق، ص 50.

⁴ إدريس عزام، مشكلات إدارة التنمية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوزيعات، القاهرة - مصر، 2010، ص 13.

⁵ بسمة عولمي، تشخيص نظام الإدارة المحلية في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد 4، الشلف - الجزائر، جوان 2006، ص ص 262 - 269 .

⁶ السبتي وسيلة، تمويل التنمية المحلية في إطار صندوق الجنوب - دراسة واقع المشاريع التنموية في ولاية بسكرة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص نقود وتمويل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2005، ص 93.

• مرحلة التنفيذ : وهي المرحلة العملية حيث تدخل في حيز التنفيذ والتطبيق. إن عملية التنفيذ تتصف بالاستمرارية لذا يجب أن تكون هناك متابعة ورقابة مستمرة لوسائل التنفيذ لكي يتم تحقيق الأهداف المرجوة من إنشاء الولاية.

وتنص المادة 08 من قانون الولاية بأن الولاية تقوم على هئتين: المجلس الشعبي الولائي والوالي. تعمل الولاية على تحقيق التنسيق والتعاون بين وظائف واختصاصات البلديات وبين مهام السلطة المركزية في الدولة وتقوم بتحقيق التوازن بين المصلحة المحلية الإقليمية والمصلحة العامة في الدولة.

- **البلدية:** ويعرفها قانون 08/90 بأنها: الجماعة الإقليمية الأساسية وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتحدث بموجب القانون، وللبلدية إقليم واسم ومركز.

يتم إنشاء البلدية وتعيين حدودها الإدارية بموجب مرسوم يصدر من طرف رئيس الجمهورية بناء على قرار من وزير الداخلية والجماعات المحلية كما أن تغيير اسم البلدية أو تعيين مقرها أو تحويله يتم بموجب مرسوم يتخذ بناء على قرار من وزير الداخلية وبعد استطلاع رأي الوالي، وباقتراح من المجلس الشعبي البلدي. فيما يخص ضم أو فصل بلدية أو عدة بلديات عن بلدية واحدة يتم بناء على قرار من وزير الداخلية بالإجماع مع والي الولاية والمجلس الشعبي البلدي¹.

تنص المادة رقم 13 من القانون البلدي على أن هئتا البلدية هما المجلس الشعبي البلدي ورئيس المجلس الشعبي البلدي.

إن للبلدية دور هام في مجال التنمية المحلية، حيث منحت كافة الصلاحيات التي تجعل منها أداة لخدمة المواطن وهذا لن يتأتى إلا إذا كانت البلدية متكاملة من حيث مواردها المادية والبشرية ونركز على الموارد المادية التي تعتبر ضرورية لتمويل برامج التنمية المحلية².

ثانيا: أهداف التنمية المحلية: من أهم أهداف التنمية المحلية ما يلي:

- إشباع الحاجات الأساسية للأفراد: للفرد إحتياجات أساسية والتي بدونها تصعب الحياة كالأكل والسكن واللباس والعلاج والحماية (الأمن الداخلي والدفاع الخارجي)، هو واجب على الدولة لتحقيق استقرار أفراد وإزالة الفوارق الاجتماعية بين المواطنين، وتسعى التنمية في هذه الحالة إلى توفيرها أو التخفيف من حدتها³.
- تحقيق الذات وتأكيد الشعور بالانتماء للإنسانية: هي شعور الإنسان أنه إنسان وليس مجرد هدف لخدمة الآخرين وأن يشعر أن له كيان محترم. لكن القيم الغربية قد تخل بدرجة أو بأخرى بما هو ذو قيمة ولهذا لقد أصبح الرخاء الاقتصادي والمادي الوجه المحبب للشعور باحترام بين الآخرين وهذا لأهمية المادة السائدة

¹ بسمّة عولمي، مرجع سابق، ص 268 .

² الهبتي وسيلة، مرجع سابق، ص 96 .

³ رمزي علي إبراهيم سلامة، اقتصاديات التنمية، منشأة المعارف، الإسكندرية- مصر، 1986، ص 128 .

- فأصبحت مؤشرا للمكانة الاجتماعية، والحقيقة إن المكانة تأتي بتحقيق الذات وتكون بالعمل الذي يشعره بالاعتزاز والانتماء للمجتمع المحلي والولاء للإنسانية¹.
- رفع المستوى المعيشي: يعبر تنوع الأنشطة وتنوع موارد وطاقات المجال الجغرافي مما يحدث تغير نوعي في حياة المنطقة يمكن رؤيته من خلال مستوى المعيشة وتطور البيئة الحياتية اليومية وتحسن مستوى الخدمات بفك كذلك العزلة عن المناطق النائية ويساهم في دمجها في الاقتصاد القومي².
 - تقليل التفاوت بين الأفراد: إن التمييز والتفاوت بين الأفراد في مجتمعنا هو راجع في الأساس إلى نصيب الفرد من الدخل والثروة وهذا ما يؤدي إلى تفاوت والشعور بعدم العدالة الاجتماعية مما يولد في المجتمع طبقات مختلفة، ولهذا يعد من بين الأهداف التي يجب أن تسعى التنمية المحلية إلى تحقيقها بوسيلة أو أخرى³.
 - تحديث بنية التنمية الريفية: ويكون بإدخال التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج وتحديث بنيات الري وبناء القدرات وزيادة الإنتاجية بإدخال المكننة والإرشاد الزراعي، يحول ذلك المجتمعات القروية المعزولة إلى مجتمعات زراعية حديثة⁴.
 - زيادة الدخل المحلي: إن زيادة الدخل هو جد مهم لأية تنمية وبعد عصب التنمية ومحركها الأساسي تلك المداخل التي على أساسها يتم برمجة مشاريع وإقامة خطط، لذلك الدخل المحلي مرتبطا بمدى توفر رؤوس الأموال والكفاءات التي تساهم بدورها بتحقيق نسبة أعلى للزيادة في الدخل الحقيقي المحلي⁵.
 - إتاحة الحرية والقدرة على الاختيار: إن التنمية المحلية تسعى لبلوغ التحرر من قهر الظروف البيئية والثقافية للإنسان، والتحرر من العادات والتقاليد والمعتقدات التي تقف عائقا في طريق التنمية والقدرة على تجاوز العوائق الفكرية والإنسانية لتحقيق حياة أفضل⁶.

¹ رمزي علي إبراهيم سلامة، مرجع سابق، ص ص 128-129.

² حسين بشير محمد، مرجع سابق، ص 2.

³ محمد بالخير، التنمية المحلية وانعكاساتها الاجتماعية- دراسة ميدانية لولاية تمنراست-، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع التنظيم والعمل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2004/2005، ص 41.

⁴ حسين بشير محمد، مرجع سابق، ص 2.

⁵ محمد بالخير، مرجع سابق، ص 41.

⁶ نفس المرجع، ص 41.

ثالثاً: دوافع التنمية المحلية

يمكن تلخيص أهم الدوافع الكامنة وراء الاهتمام المتزايد في التنمية المحلية بما يلي¹:

- 1 أسباب فكرية وسياسية وثقافية مترابطة: تتمثل في زيادة الوعي العام للناس في المجتمعات المعاصرة حيث أدت الجهود التعليمية المختلفة ووسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الواسع والانفتاح والتفاعل الفكري والثقافي إلى وعي الجماهير بحقوقهم ومطالبها ضمن معايير العدالة والمساواة والتوازن.
- 2 أسباب عملية عديدة تتضمن جوانب اقتصادية وإدارية واجتماعية وبيئية وأهمها ما يلي:
 - الهجرة الداخلية من المحليات إلى التجمعات السكانية المركزية والكبرى وما رافق ذلك من آثار سلبية مثل ازدحام المدن وتفريغ الريف...الخ.
 - الاستفادة من المصادر والثروات المحلية في مجالات عديدة مثل الزراعة والمياه والسياحة وغيرها من المصادر وتوجيهها لخدمة التنمية القومية الشاملة.
 - تعزيز المشاركة الشعبية في التنمية وتفعيل دور المواطنين في كافة المناطق في الإسهام في الجهود التنموية تخطيطاً وتنفيذاً.
 - التوجه نحو اللاتركيز واللامركزية الإدارية بحيث تتطور كافة المناطق المحلية والمركزية بشكل متقارب نسبياً ويسمح بتقديم الخدمات العامة بسرعة وفعالية وكفاءة.
 - تعزيز الاستقرار والوحدة والقوة والتعاون والانسجام العام على المستوى الوطني بشكل يسهم في تحقيق الأمن الداخلي ويعزز قدرات الدفاع الخارجي.

رابعاً: ركائز التنمية المحلية

للتنمية المحلية ركائز هامة تقوم عليها لضمان تحقيق البرامج التنموية تتمثل في المشاركة الشعبية وتكامل مشروعات الخدمات وتحقيق المشروع التنموي لنتائج ملموسة تعود بالنفع على أفراد المجتمع المحلي والاعتماد على الموارد المالية والبشرية المحلية.

1. **المشاركة الشعبية**: يتطلب تحقيقها بشكل فعال توفير شكل مناسب من أشكال اللامركزية التي تمكن الهيئات الرسمية والشعبية والأهلية والسكان بشكل عام من المشاركة في خطوات إعداد وتنفيذ ومتابعة خططها².

¹ نائل عبد الحافظ العوالمه، إدارة التنمية - الأسس، النظريات، التطبيقات العلمية -، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2009، ص ص 153-155.

² عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنت، التنمية المستدامة - فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها -، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2007، ص 29.

2. **تكامل المشروعات والخطط:** بحيث تتناول الدراسة الوظيفية الاجتماعية للتخطيط الاقتصادي للمجتمع وليس بنظرة ضيقة لمسائل التنمية بل نتصور أبعادها الشاملة وأسلوب التنفيذ الجمالي المتكامل¹.
3. **الإسراع في الوصول إلى النتائج :** ويقصد بهذا أن تتضمن برامج التنمية خدمات سريعة كالخدمات الطبية والإسكان وغيرها، وإذا حدث وبدأ المخطط بوضع مشروعات إنتاجية في خطته الإنمائية فيجب اختيار تلك المشروعات ذات العائد السريع وقليلة التكاليف ما أمكن والتي تسد في الوقت نفسه حاجة قائمة والسبب في ذلك هو كسب ثقة أفراد المجتمع بأن هناك فائدة أو منفعة ملموسة يحصلون عليها جزاء إقامة مشروع ما في مجتمعهم، إذًا فالثقة مطلب ضروري وجوهري في فعالية برامج التنمية المحلية².
4. **الاعتماد على الموارد المحلية للمجتمع:** سواء كانت مادية أو بشرية، ويؤدي ذلك إلى نفع اقتصادي من حيث التقليل من تكلفة المشروعات ويعطيها مجالات وظيفية أوسع³.

المطلب الثاني: مجالات وإستراتيجيات التنمية المحلية

حيث سنتطرق هنا إلى مجالات التنمية وأهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها وأهم البرامج والتطلعات التنموية.

أولاً: مجالات التنمية

إن التنمية المحلية تشمل جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية والإدارية وغيرها ومن أهمها:

1. **التنمية الإدارية:** هي طريقة منظمة لإحداث التغيير الضروري في جهة ما أو مؤسسة ما أو منظمة ما عن طريق التدخل في كيفية عملها أو آلية سير العمل، بغية تمكينها من تبني إستراتيجية للرد على المتغيرات والسيطرة عليها والتأثير فيها والتلاؤم معها⁴.
- وينظر إلى التنمية على أنها نشاط مخطط ومستمر وهادف يرمي إلى تطوير السلوك الإداري ورفع قدرات المديرين بالمنظمة من خلال المعارف والمهارات التي يكسبونها من خلال برنامج التنمية الإدارية⁵.
- أ. خطوات التنمية الإدارية⁶:**

الخطوة الأولى: تحديد الحاجة للبرنامج: ويساعد في تحديد الحاجة دراسة أهداف وخطط الشركة المستقبلية، بالإضافة إلى تحليل مخزون القوى العاملة وخاصة فئة المدراء. وعن طريق هذه الدراسة نستطيع اكتشاف

¹ لبلع أمال، آلية التسيير الحضري والتنمية المحلية - حالة مدينة بسكرة -، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية، كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر - بسكرة-، 2004/2003، ص 70.

² السبتي وسيلة، مرجع سابق، ص 28.

³ لبلع أمال، مرجع سابق، ص 70.

⁴ هشام حمدي رضا، الإصلاح الإداري، دار الزاوية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2011، ص 59.

⁵ أنيس عبد الباسط عباس، تخطيط والتنمية القوى العاملة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2011، ص 138.

⁶ إبراهيم عباس الحلبي، تنمية الموارد البشرية وإستراتيجيات تخطيطها، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 2013، ص ص 126 - 131.

مواطن القوة والضعف في القدرات الإدارية المتوافرة وسبل معالجتها وذلك عن طريق تطوير البرامج المناسبة لذلك.

الخطوة الثانية: هي تحديد أسلوب التنمية الإدارية للبرنامج المقترح ويمكن تصنيف هذه الأساليب كما يلي:

- **أساليب التنمية الإدارية أثناء العمل:** وتشمل هذه الأساليب
 - الإشراف والإرشاد: يتضمن هذا الأسلوب قيام أحد المدراء بتولي مهمة الإشراف على مدير آخر ومساعدته في تطوير مهاراته الإدارية.
 - التكليف: ويقوم المدير المتدرب هنا بممارسة عمل المدير الأساسي لفترة أو قد يعين مساعدا له بحيث يستطيع أن يطور قدراته من خلال ممارسته للعمل مع المدير الأصلي.
 - تبديل الأعمال: يتضمن هذا الأسلوب تعرض الفرد لخبرات مختلفة عن طريق قيامه بالتعرف على مهام الأعمال المختلفة بالمنظمة. ويتم ذلك عن طريق تبديل الأعمال، حيث يمكث الفرد فترة زمنية معينة بكل عمل ومن ثم يتم نقله إلى عمل آخر على أساس مدروس.
 - مهام اللجان: وهنا يعين الفرد بلجان تتخذ قرارات بمواضيع مختلفة ومحددة. وكلما زاد اشتراكه بهذه اللجان ازداد تعرضه لخبرات مختلفة وبالتالي تحسين قدراته الإدارية.

- **التنمية الإدارية خارج العمل:** وتشمل ما يلي:

- التدريب الحساس: ويدعى أيضا العلاقات التبادلية والتدريب في المختبر، يعتبر هذا الأسلوب أحد الطرق المستخدمة في تغيير سلوك الأفراد من خلال التفاعل الجماعي للمشاركين
- تحليل العلاقات العامة: يهدف هذا الأسلوب إلى تحسين فهم الأفراد لأنفسهم وللآخرين من ناحية السلوك والعلاقات الشخصية المتداولة وهذا بدوره يحسن عملية الاتصال وفعالية التواصل ويطور قدرات الأفراد القيادية.

ب. مقومات التنمية الإدارية : تحتاج عملية التنمية الإدارية إلى مجموعة مترابطة ومتكاملة من المقومات

اللازمة لنجاحها وتحقيق أهدافها. وتتلخص أهم هذه المقومات بما يلي¹:

- إتباع الأسلوب العلمي والمنظم والمدرّس في التخطيط الشامل للتنمية الإدارية بمختلف أبعادها الهيكلية والإنسانية والوظيفية والتشريعية بشكل يقوم على التكامل والتوازن في الاهتمام في هذه الأبعاد وغيرها.
- الوعي الاجتماعي بأهمية التنمية الإدارية وتأثيرها الإيجابي على التنمية القومية الشاملة، وهذا يتضمن قبول المجتمع بالتغيير والانتقال من النمط الإداري التقليدي إلى نمط متقدم يقوم على الجدارة والتنافس والرسمية والموضوعية وغيرها من أسس الإدارة المعاصرة.

¹ نائل عبد الحافظ العوامله، مرجع سابق، ص ص 60 - 61.

- الانفتاح الإيجابي في تبادل الخبرات العلمية والتطبيقية في مجال الإدارة على مختلف المستويات المحلية والدولية.
- الاعتماد على الدراسات والبحوث العلمية وتطبيقها في مجال الإدارة نظرا للترابط الحيوي والوثيق بين فكرة الإدارة وممارستها.
- مراعاة الظروف البيئية والخصوصيات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإدارية لكل مجتمع ونظامه الإداري.
- توفير كافة مستلزمات التنمية الإدارية ومتطلباتها الأساسية، وأهمها ما يلي:
 - نظام متكامل وحديث للمعلومات الإدارية.
 - وجود نظام رقابة ومتابعة متكامل ومستمر وفعال.
 - تخصيص مصادر مالية كافية وملائمة لتنفيذ التنمية الإدارية.
 - تحديث التشريعات وإزالة كافة العقبات والمعوقات التشريعية.
 - اختيار العناصر البشرية المسؤولة عن خطط التنمية الإدارية وتنفيذها ومتابعتها بناء على أساس الموضوعية والجدارة والقوة والأمانة.
- ت. إستراتيجيات التنمية الإدارية: يمكن أن تستند نشاطات وجهود التنمية الإدارية إلى إستراتيجية أو أكثر من الاستراتيجيات التالية¹:
 - القوة: وتقوم هذه الإستراتيجية على فرص التغيرات التي تتطلبها عملية التنمية الإدارية، وإلزام الأفراد والجهات المعنية بضرورة استخدام القيادة السياسية والإدارية نفوذها ومصادر قوتها وتأثيرها في هذا الموضوع.
 - الإقناع أو البيع: التغيرات للجهات المعنية بها. وفي هذه الحالة تقوم الجهات العليا بالتخطيط للتغيرات واتخاذ القرارات بشأنها تماما مثل الإستراتيجية الأولى، ولكن الاختلاف ينحصر في كيفية الحصول على التزام الجهات المعنية بها. حيث تعتمد إستراتيجية الإقناع أو البيع على توضيح أهمية التغيرات وطبيعتها الإيجابية وفوائدها مما يولد القناعة بها لدى الجهات المنفذة لها.
 - التوعية والتثقيف بأهمية التنمية الإدارية عموما ودورها في التنمية القومية الشاملة من خلال وسائل الاتصال الإداري وال جماهيري، وهذا يتضمن تنشئة الأجيال وتعريفهم بأهمية الإدارة ودورها الحيوي في إنجاز الأهداف الكبرى وغيرها.

¹ نائل عبد الحافظ العوالمه، مرجع سابق، ص ص 65 - 66.

- المشاركة: وتقوم على العمل التعاوني والجماعي والانفتاح بين مختلف الجهات المعنية بالتغيرات المصاحبة للتنمية الإدارية سواء أكانت جهات تخطيط أم تنفيذ أم متابعة أم رقابة أم معلومات وغيرها. حيث تعطي المشاركة شعورا بالمسؤولية وتحفز التعاون والتنفيذ.
- الإستراتيجية متعددة الأبعاد أو الموقفية وهي التي تقوم على اختيار وتبني إستراتيجية أو أكثر وفقا للموقف والظروف المحيطة بالتغير والتنمية الإدارية، وهذه الإستراتيجية تتصف بالمرونة واتخاذ القرار الفعال والملائم بخصوص جهود التنمية الإدارية.

ث. معوقات التنمية الإدارية: توجد عدة معوقات للتنمية الإدارية منها¹:

- إنعدام التنسيق والتوجيه بين الأجهزة الإدارية خاصة في تسيير العمليات الإدارية، الأمر الذي يؤدي إلى وجود ازدواجية وعدم وضوح في الأنشطة والعمليات الإدارية.
- عدم وجود الوعي والإدراك الكامل لمفهوم عملية التنمية الإدارية.
- عدم توفر الموارد المادية، وهذه المشكلة تواجه كل الأبعاد التنموية إضافة إلى النقص الواضح في الإمكانيات الفنية والتكنولوجية.

2. التنمية الاجتماعية : إن جوهر التنمية الاجتماعية هو العنصر الإنساني حيث يتم التركيز على قواعد

- مشاركة الفرد في التفكير والإعداد وتنفيذ البرامج والمشروعات الرامية للنهوض به وزيادة معدل الرفاهية لأفراد المجتمع والاهتمام بخلق الثقة في فاعلية برامج التنمية التي تنحصر في مجموعات ثلاث هي²:
 - مجموعة الخدمات ذات الصلة الحيوية الدائمة بالمجتمع والتي تشخص حياة هذا المجتمع ونظامه الإنتاجي سواء الزراعي أو الصناعي أو غير ذلك.
 - مجموعة الخدمات التدميمية التي تعمل على الإعداد للمستقبل مثل الخدمات التعليمية والصحية وغير ذلك.
 - مجموعة الخدمات العامة للتنمية التي تعتبر الهياكل الأساسية للمشروعات مثل السكك الحديدية والطرق وشبكات المياه والكهرباء والصرف الصحي... إلخ التي تعتمد عليها المشروعات المقترحة للتنمية.
- وهذه المجموعات الثلاثة تعمل ككل متكامل ولا يمكن أن تتم عملية التنمية من خلال وجود إحداها من دون الأخرى.

أ. أهمية التنمية الاجتماعية : للتنمية الاجتماعية أهمية خاصة وضرورية حيوية لكل من الأفراد والمجتمع نفسه والتي تتمثل في الاعتبارات التالية³:

¹ مرسى اللوزي، التنمية الإدارية، ط 2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2003، ص 86.

² رواء زكي يونس الطويل، التنمية المستدامة والأمن الاقتصادي في ظل الديمقراطية وحقوق الإنسان، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2010، ص 145.

³ جمال حلاوة، علي صالح، مدخل إلى علم التنمية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2010، ص ص 146 - 147.

- يشعر الأفراد في ظل التنمية والانتعاش الاجتماعي شعورا حقيقيا بوجود الدولة، حيث أن الرعاية تساهم في تحقيق المجتمع أو الدولة، وهي تؤكد في نفوس الأفراد الشعور بالوجدان الجماعي أو المشاركة الوجدانية الجماعية.
- تظهر أهمية التنمية الاجتماعية في تحقيق وتأمين المجتمع أو الدولة وضمان استقراره وعدم جنوحه إلى الانحراف أو الاتجاه نحو المبادئ الهدامة التي من شأنها أن تشيع الفرقة بين أفرادها وتحقق في النهاية وحدة المجتمع المادية والمعنوية.
- تعتبر التنمية والانتعاش الاجتماعي عاملا من عوامل تحقيق الارتقاء بالإنسانية ومعاييرها وتقريب وجهات النظر بين أفراد الدولة الواحدة بل تحقيق التقارب الاقتصادي.
- ب. **أهداف التنمية الاجتماعية:** يمكن إجمال أهداف التنمية الاجتماعية بالنقاط التالية¹:
 - إن الهدف النهائي للتنمية هو تحسين مستوى الإنسان بما يوسع قاعدة الانتفاع من الخدمات.
 - محاربة المزايا السلبية التي لا مبرر لها، وكذلك العدالة في امتلاك الثروة التي يتمتع بها البعض دون غالبية السكان.
 - إن التنمية تعمل على استغلال الموارد المتاحة والتي يمكن إتاحتها.
 - إن التنمية الاجتماعية تعمل على دفع الأفراد والجماعات والمجتمعات بالاستمرار لتحقيق التقدم الاجتماعي والاقتصادي.
 - إن التنمية الاجتماعية هو عملية تغيير مقصود وموجه نحو إشباع الحاجات الإنسانية.
- ت. **مبادئ التنمية الاجتماعية:** وتتمثل في ما يلي²:
 - إشراك أعضاء البيئة المحلية في التفكير والعمل لوضع وتنفيذ برامج التنمية: وذلك عن طريق إثارة الوعي إلى مستوى أفضل من الحياة يتخطى الحدود التقليدية وعن طريق إقناعهم بالحاجات وقدرتهم على استعمال الآلات الحديثة في الإنتاج وتوعيدهم على أنماط جديدة من العادات الاقتصادية والاجتماعية.
 - تكامل مشروعات الخدمات والتنسيق بين أعمالها بحيث لا تصبح متكررة أو متضادة: لابد من إحداث هذا التكامل بين المشروعات وذلك لأنها أقيمت أساسا من أجل مشكلات فيجب مواجهة هذه المشكلات بخطة متكاملة. وهذا المبدأ يشير إلى تحقيق أولي في الدراسات الاجتماعية وهي مبدأ تكامل اجتماعي فهي تعتمد على بعضها البعض وتبادل التأثير والتأثر.
 - مبدأ المساعدة الذاتية: يعتمد مبدأ المساعدة الذاتية أساسا على إتاحة الفرصة لأعضاء المجتمع لمساعدة أنفسهم بالاعتماد على الذات استشارتهم لتنمية المجتمع، وهذا لا يتحقق إلا في إطار مجتمعهم المحلي

¹ جمال حلاوة، علي صالح، مرجع سابق، ص ص 154 - 155.

² نفس المرجع، ص ص 150 - 151.

بحيث يكون الهدف تنمية ذاته فتنمية المجتمع تعتمد أساسا على مجهودات أفرادها، إضافة إلى الممارسة الديمقراطية. ويعتمد نجاح عملية المساعدة الذاتية على مدى مساهمات الحومة والهيئات الأهلية.

- مبدأ الوصول إلى نتائج مادية محسومة: يهدف إلى كسب ثقة أبناء المجتمع، والثقة هي رأس المال في أي مجتمع وتعطي فائدة أو منفعة محسومة يحصلون عليها جراء مشروع اجتماعي أو اقتصادي في مجتمعهم.
- مبدأ الاعتماد على الموارد المحلية: تركز التنمية الاجتماعية على الاهتمام بالموارد المحلية للمجتمع سواء كانت مادية أو بشرية، ويؤدي ذلك بالطبع إلى نفع اقتصادي حيث أنه يقلل من تكلفة المشروعات ويعطيها مجالا وظيفيا أوسع.

- مبدأ تغذية الاحتياجات: تهدف التنمية عموما إلى إشباع مطالب وحاجات الإنسان الأساسية والتي تتمثل في الحاجات البيولوجية والحاجات النفسية، والحاجات الاجتماعية والاقتصادية، ويتم إشباع هذه الحاجات الأساسية من خلال التنظيم والمؤسسات الاجتماعية التي تقوم في المجتمع وما يصاحبها من قيم ومعايير تحدد نوع العلاقات التي تسود بين أفراد المجتمع وحاجاتهم.

ث. **معوقات التنمية الاجتماعية:** وتتمثل المشاكل التي تواجهها فيما يلي¹:

- غياب المنظمين والإداريين الأكفاء، لأن هذه الفئات هي صاحبة القرار الاستثماري والإبتكاري والإبداعي.
- الزيادة السكانية الكبيرة في عدد السكان والناجمة عن تحسين مستوى الخدمات الصحية دون أن يصاحب ذلك تنظيم للنسل وتحديد معدلات النمو.
- انتشار الأمراض والأمية والفقر، وإنخفاض المستوى الصحي، من خلال مقارنة عدد الأطباء بالنسبة للمواطنين.
- القيم الاجتماعية البالية والسائدة في المجتمعات، خاصة النامية منها، تلك القيم التي تخلق عقبات في سبيل التنمية، وكذلك العلاقات القبلية والعائلية السائدة.

3. **التنمية البشرية:** حيث انتهجت التنمية إلى التركيز على العنصر البشري عن طريق تنمية الموارد البشرية،

على أساس أن البشر هم ركيزة تقدم الدول وليس الموارد الطبيعية. والدليل على ذلك اليابان².

عرف تقرير الأمم المتحدة عام 1990 التنمية البشرية على أنها: "عملية توسيع نطاق خيارات البشر. والدخل هو أحد تلك الخيارات لكنه ليس الخيار الوحيد. إذ أن التنمية تعني أن يتمتع الناس بحياة طويلة وصحية وخلاقة"³.

¹ مرسى اللوزي، مرجع سابق، ص 84.

² سعد طه علام، التنمية والدولة، دار طبية للنشر والتوزيع والتجهيزات العلمية، القاهرة - مصر، 2003، ص 110.

³ علي العطار، التنمية الاقتصادية والبشرية، دار العلوم العربية للطباعة والنشر، بيروت - لبنان، 2005، ص 108.

وقد عرفت التنمية البشرية في تقارير الأمم المتحدة بأنها: "عملية توسيع الخيارات المتاحة للناس، وهي بلا حدود وتتغير بمرور الوقت ومن أهم هذه الخيارات¹:

- العيش في حياة طويلة وصحية.

- الحصول على معارف.

- الحصول على الموارد الضرورية لتوفير مستوى المعيشة المناسب.

وللتنمية البشرية جانبين أحدهما مادي والآخر معنوي حيث أن هذين الجانبين لا بد أن يسيرى معا، ليحققا للإنسان الإحساس بإنسانيته ويحققا للأمة أهدافها في التوازن²:

- يمثل الجانب المادي في تطوير المنظومة التعليمية بجانبها (الجامعي وما قبل الجامعي) وتطوير البحث العلمي وجودة الإدارة الحديثة والثقافة العلمية والتدريب .

- ويمثل الجانب المعنوي في تفعيل المواطنة، تجديد الخطاب الديني، الفن، الثقافة.

أ. **أهداف التنمية البشرية:** من خلال ماهية التنمية البشرية، فيمكن تحديد الهدف الرئيسي الذي تسعى إليه، وهو إزالة جوانب الضعف والقصور في أداء وسلوك الأفراد، أو بمعنى آخر زيادة تنمية الأفراد من خلال تطوير وتحسين قدراتهم ومواهبهم من علوم جديدة وغيرها، وعلى ضوء الهدف العام فهناك أهداف أخرى من أهمها³:

- إكساب الفرد مهارات ومعلومات وخبرات تتقصه.

- إكساب الفرد أنماطا واتجاهات سلوكية جديدة لصالح العمل.

- تحسين وصقل المهارات والقدرات الموجودة لدى الفرد.

4. **التنمية الاقتصادية:** تقدم المجتمع عن طريق إستنباط أساليب إنتاجية جديدة أفضل ورفع مستويات الإنتاج من خلال إنماء المهارات والطاقات البشرية وخلق تنظيمات أفضل، هذا فضلا عن زيادة رأس المال المتراكم في المجتمع على مر الزمن⁴.

¹ جمال حلاوة، علي صالح، مرجع سابق، ص 198.

² نجمة المسلمي، خريطة التنمية البشرية ومتطلبات التغيير، دار الكتاب الحديث، القاهرة- مصر، 2012، ص 10.

³ جمال حلاوة، علي صالح، مرجع سابق، ص 199.

⁴ محمد عبد العزيز عجمية، محمد علي الليثي، التنمية الاقتصادية- مفهوما، نظرياتها، سياساتها -، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية - مصر، 2001، ص 20.

ثانيا: البرامج والتطلعات التنموية¹

1. البرامج التنموية: وتنقسم إلى:

أ. **برامج التجهيز:** حسب ما قضت به المادة 05 من المرسوم رقم 81 / 380 هناك نوعين من المخططات تقوم بها الجماعات المحلية في مجال التنمية احدهما بلدي يتم على مستوى البلدية PCD والآخر قطاعي يتم على مستوى الولاية PSD. وسنوضح كلا المخططين .

- **المخطط البلدي للتنمية:** هو عبارة عن مخطط شامل للتنمية في البلدية وهو أكثر تجسيدا للمركزية على مستوى الجماعات المحلية ومهمته توفير الحاجات الضرورية للمواطنين ودعمها للقاعدة الاقتصادية ومحتوى المخطط عادة يشمل التجهيزات الفلاحية والقاعدية وتجهيزات الانجاز والتجهيزات التجارية وتنص المادة 86 من القانون رقم 08/90 على انه على البلدية إعداد مخططاتها والسهر على تنفيذها، وتسجيل المخطط البلدي للتنمية يكون باسم الوالي بينما يتولى رئيس المجلس الشعبي البلدي السهر على تنفيذه ويشترط في هذا المخطط أن يكون متماشيا مع المخطط القطاعي للتنمية وكذا المخطط الوطني للتنمية.

- **المخطط القطاعي للتنمية :** هو مخطط ذو طابع وطني حيث تدخل ضمنه كل استثمارات الولاية والمؤسسات العمومية التي تكون وصية عليها ويتم تسجيل هذا المخطط باسم الوالي والذي يسهر على تنفيذه كذلك.

ويكون تحضير المخطط القطاعي للتنمية بدراسة اقتراحات مشاريعه في المجلس الشعبي الولائي والذي يصادق عليه بعد ذلك، ثم تكون دراسة الجوانب التقنية من طرف الهيئة التقنية بعد إرسال المخططات لها.

ب. البرامج المرافقة والمدعمة للإصلاحات الاقتصادية

وهي برامج تستجيب لوضعيات معينة، فهي بذلك ترمي إلى التكفل بتلك الوضعيات لتجاوزها من أهم هذه البرامج :

- **برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي :** هو برنامج بادر به رئيس الجمهورية يمتد على مدى أربع سنوات (2001-2004) ويتمحور حول الأنشطة المخصصة لدعم المؤسسات والأنشطة الزراعية المنتجة وغيرها وإلى تعزيز المرافق العمومية في ميدان الري والنقل والمنشآت القاعدية وتحسين ظروف المعيشة والتنمية المحلية وتنمية الموارد البشرية.

- **برنامج صندوق الجنوب:** هو برنامج يهدف إلى التكفل بالعجز في ميدان التجهيزات الأساسية بالمناطق الجنوبية بالوطن لتجاوز التخلف الذي تعانيه في هذا المجال مقارنة بالمناطق الشمالية من الوطن.

¹ موسى رحمان، وسيلة السبتي، واقع الجماعات المحلية في ظل الإصلاحات المالية وآفاق التنمية المحلية، الملتقى الدولي في تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر - باتنة -، 1 و 2 ديسمبر 2004، ص ص 8 - 9.

- **الصناديق الخاصة:** تهدف هذه الصناديق إلى التكفل بالعجز في ميدان التجهيزات عبر ولايات الوطن المختلفة بالمقارنة مع ولايات أخرى.

بالإضافة إلى صناديق أخرى نذكر منها: الصندوق الوطني للضبط والتنمية الفلاحية وصندوق الكوارث الطبيعية... الخ.

2. **التطلعات التنموية:** إن الهدف الأول والأساسي للتنمية المحلية يتمثل في رفع وتحسين وترقية المستوى

المعيشي للمواطن، وهذا لن يحدث إلا بوجود آفاق وتطلعات تنموية على المستوى المحلي تتمثل في تدعيم الاستثمار المحلي وتفعيل دور المواطنين في التنمية المحلية.

أ. **تدعيم الاستثمار المحلي:** يعد الاستثمار المباشر أحد أشكال الاستثمار المحلي ويهدف هذا الاستثمار إلى تراكم الثروات وخلق فرص أكثر من مناصب العمل ويرتبط هذا النوع من الاستثمار بميادين متعددة منها الاستثمار المالي والأسواق المالية والتي تتعلق بشراء عدد من السندات بنسبة فائدة مضمونة.

إن تجربة الاستثمار المالي للجماعات المحلية لم تطبق في الجزائر بسبب نقص الخبرات والتجارب في هذا الميدان، إلا أنه في ظل الإصلاحات الجارية والتي تمس القطاع المصرفي ومع تبادل الخبرات الدولية فإنه يمكن الدخول في هذا النوع من الاستثمار بشكل مباشر إيجابي وفعال يخدم أهداف التنمية ويرقيها يحقق مكاسب وموارد مالية تمكن الجماعات المحلية من تحقيق مختلف البرامج التنموية كذلك بإمكان الجماعات المحلية الدخول في شراكة مع متعاملين آخرين عموميين كانوا أم خواص وذلك في إطار مشروع تحدد فيه حقوق وواجبات كل طرف في عقد الشراكة على أساس دفتر الشروط أو الأعباء.

كما يمكنها إنشاء شركة تكون فيها هي المسير والمالك الوحيد وتحمل جميع المسؤوليات والأعباء والمخاطر التي تلقى على عاتقها، كما يمكن أن تكون الجماعات المحلية مساهما في شركة ما سواء عند تأسيسها أو عند افتتاح رأسمالها للجمهور وفي هذه الحالة فإن الجماعة المحلية تصبح مسؤولة بحسب أهمية الأسهم التي ساهمت بها في رأسمال الشركة.

إن قانون الاستثمار 93-12 أعطى للاستثمار المحلي دورا هاما في تحقيق التنمية المحلية ويتجلى ذلك من خلال إنشاء هيئات مختصة مثل لجنة المساعدة من أجل ترقية وتحديد الاستثمارات على المستوى المحلي والوكالة الوطنية لترقية الاستثمارات على المستوى الوطني حيث تتكفل هاتين الهيئتين بما يلي:

- تشجيع ومساعدة المستثمرين في تنفيذ مشاريعهم الاستثمارية.
- ضمان ترقية الاستثمارات.
- توفير وإحاطة المستثمرين بمختلف المعلومات الضرورية " الاقتصادية، التقنية، التشريعية، التنظيمية " والمتعلقة بمجال استثماراتهم وطرق استفادتهم من التسهيلات المتوفرة.

- تحديد المشاريع التي تعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني أو المحلي، إن الاستثمار المحلي يعد أحد دعائم التنمية المحلية في حالة ما إذا تدخلت الجماعات المحلية في تربيته وتدعيمه بشكل فعال وناجح وفي ظل ما تقتضيه متغيرات اقتصاد السوق والعولمة وحرية التجارة والمنافسة الاقتصادية.

ب. تفعيل القاعدة في التنمية المحلية : لكي تتحقق التنمية المحلية وبالتالي التنمية الشاملة للوطن لابد من المرور الحتمي بالقاعدة وذلك بالقرب من المواطن والتعرف أكثر على تطلعاته وحاجاته. تحتاج الدول النامية دعما لاقتصاديات التنمية الاقتصادية إن تساهم جهود الأفراد لاستكمال التقدم الاقتصادي ودفعه لتحقيق المستوى المطلوب الوصول إليه.

ولهذا لابد من تكثيف سياسة الاتصال مع المواطنين وإشراكهم في القرار المحلي، كما يجب أن تمنح الجماعات المحلية إمكانيات حقيقية لاستعمال قدراتها واحتياجاتها وإمكانيات المواطنين قصد إشراكهم في الأعمال المسطرة ومن ثمة فإنه يمكن التفكير مستقبلا في جعل الجماعات المحلية وبالخصوص البلديات عبارة عن مؤسسات يترأسها رئيس مجلس شعبي بلدي والذي يعكس رغبات المواطنين فيها ويقوم بتسييرها موظفوها بالاشتراك مع مواطنيها. بحيث يسعون كلهم وجماعيا إلى تحقيق أهداف مشتركة تصبوا كلها إلى تحقيق الصالح العام وتلبية حاجات المواطن.

ثالثا: استراتيجيات وسياسات التنمية المحلية

يمكن للتنمية أن تقوم على واحدة أو أكثر من إستراتيجيات والسياسات التي توجه السلوك والجهد التنموي في مختلف المجالات وعلى كافة المستويات المحلية والقومية، وتتبنى السياسات والاستراتيجيات الملائمة من البيئة المحيطة والبرامج التنموية، وبالتالي لابد من تبني الاستراتيجيات والسياسات التنموية الملائمة للظروف البيئية المحلية والقومية المترابطة وفيما يلي بعض الاستراتيجيات أو السياسات:

1. التخطيط المركزي والتنفيذ المحلي حيث تتبنى هيئة مركزية أو وزارة ما، تحدد هذه مركزية القرارات التخطيطية وحجم الاستثمارات وتوزيعها على قطاعات، حيث أن هذه المركزية لا تكون لها سلطة على الهيئات التنفيذية، حيث تأخذ المشاكل والمعوقات في شكل مرن مما يجعل عملية الاتصال ضرورية للإنجاز الفعلي للتنمية المحلية¹.
2. المشاركة المتوازنة في الجهود التنموية وبمختلف مراحل التخطيط والتنفيذ والمتابعة والتقييم والرقابة المستمرة، وقد تكون هذه الاستراتيجيات ملائمة في حالة توفر إمكانيات محلية جيدة بما فيها القدرات البشرية والوعي الاجتماعي السياسي وتوفر المصادر المالية وغيرها².

¹ محمد بالخير، مرجع سابق، ص 47.

² نائل عبد الحافظ العوالم، مرجع سابق، ص 158.

3. اللامركزية في التخطيط وهو تخطيط ثنائي بين هيئتين في اتخاذ القرارات وتقديم الاستثمارات، فالهيئة الأولى تعد التخطيط والهيئة الثانية تنفذ الخطة التنموية، وإن التخطيط الناجح هو أن ينشأ بين الهيئتين تكامل واقعي ميداني حتى لا تفشل التنمية المحلية وتكون ذات نجاح إداري¹.

المطلب الثالث: مقومات التنمية والتمويل المحلي لها وعوائقها

للتنمية المحلية أهداف عديدة تدور معظم برامجها حول تحسين الظروف الاقتصادية من أجل رفع المستوى المعيشي للأفراد، وهي تلزمها مقومات وتمويل من أجل تمويل تطلعاتها غير أن هناك مجموعة من العوائق تعترض تحقيق التنمية المحلية.

أولاً: مقومات التنمية المحلية

تتطلب التنمية المحلية الناجحة مجموعة من المقومات التي تلزم لتحقيق الأهداف التنموية وتترجم الطموحات إلى واقع ملموس. ومن أهم مقومات التنمية المحلية ما يلي²:

1. تبني القيادة الإدارية والسياسية في الدولة السياسية ثابتة ومدرسة في مجال التنمية المحلية وربطها بفعالية وملائمة مع التنمية الوطنية الشاملة. فوجود مثل هذه السياسة العليا هو أمر حيوي حاسم في الدولة النامية وبدونه قد تبقى الجهود عند حدودها الدنيا.
2. وجود إدارة شعبية مخلصه تقوم على الإيمان بالأرض والعمل المنتج من أجل تدعيم البنيان الذاتي القائم على استثمار الجهود والإمكانات المحلية بواسطة السكان المحليين وتعاونهم مع السلطات المركزية في الدولة.
3. توفر الإمكانيات والمدخلات المحلية وغيرها التي تلزم من أجل تنفيذ البرامج المحلية وتحقيق أهدافها التنموية، وتشمل هذه الإمكانيات ما يلي:
 - توفر مصادر التمويل الكافية من مختلف الجهات المحلية والمركزية وغيرها.
 - توفر العناصر البشرية المؤهلة من السكان المحليين.
 - توفر الإمكانيات التكنولوجية والأجهزة والمعدات المساندة والتي تلزم في المجالات التنموية المختلفة وخصوصاً الزراعة والصناعة والحرف وغيرها.
 - وجود الإطار التشريعي الملائم لتعزيز جهود التنمية.
 - توفر المواد الخام المحلية واستغلالها بالطريقة الملائمة.
4. ربط المستويات التنموية المختلفة ببعضها البعض ضمن إطار نظامي موحد ومفتوح.
5. الاتصال والإعلام التنموي في مجال الفرص والمحددات

¹ محمد بالخير، مرجع سابق، ص ص 47-48.

² نائل عبد الحافظ العواملة، مرجع سابق، ص ص 156-157.

ثانيا: التمويل المحلي

1. تعريف التمويل المحلي: يعتبر التمويل المحلي بأنه كل الموارد المالية المتاحة والتي يمكن توفيرها من مصادر مختلفة التمويل التنمية المحلية على مستوى الوحدات المحلية بالصورة التي تحقق أكبر معدلات لتلك التنمية عبر الزمن وتعظم استقلالية المحليات عن الحكومة المركزية في تحقيق التنمية المنشودة¹. ولتنمية الموارد المالية فإنه يجب توسيع سلطات الوحدات المحلية في الحصول على إيراداتها الذاتية وأن يكون لكل منها موازنة مستقلة يتم إعدادها على المستوى المحلي وترشيد الإنفاق العام وتطوير القدرات الفنية والإدارية للعاملين وإعداد الدراسات الفنية والاقتصادية وتهيئة المناخ المناسب للاستثمار وتنظيم الجهود الذاتية الخاصة بالأفراد والقطاع الخاص ودعم اللامركزية المالية من خلال توسيع صلاحيات الوحدات المحلية في فرض الضرائب والرسوم في إطار ضوابط مركزية².

2. شروط التمويل المحلي: للموارد المالية المحلية شروط معينة لا بد من توافرها، ومن أهمها:

- أ. **محلية المورد:** يقصد بمحلية المورد أن يكون وعاء المورد بالكامل في نطاق الوحدة المحلية التي تستفيد من حصيلة هذا الوعاء، وأن يكون هذا الوعاء متميزا بقدر الإمكان عن أوعية الموارد المركزية³.
- ب. **ذاتية المورد:** يقصد بذاتية المورد استقلالية الهيئات المحلية في سلطة تقدير المورد في حدود معينة أحيانا، وربطه وتحصيله حتى تتمكن من التعريف بين احتياجاتها المالية وحصيلة الموارد المتاحة لها. ويمكن تصنيف الموارد المالية المتاحة للمحليات إلى موارد ذاتية مطلقة، وموارد ذاتية نسبية وموارد خارجية. ولا يوجد خلاف على اعتبار الإعانات الحكومية موارد خارجية، ولا على تمتع موارد الرسوم والأثمان والإيجارات بدرجة كبيرة من الذاتية وأما الضرائب المحلية والقروض فيتفاوت معدل ذاتيتها من دولة لأخر⁴.
- ت. **سهولة تسير المورد:** يقصد بسهولة تسير المورد سهولة تقديره وكيفية تحصيله وكذا تكلفة تحصيله.....الخ⁵.

3. مصادر الموارد المالية المحلية: وتنقسم موارد تمويل الإدارة المحلية إلى قسمين رئيسيين: هما الموارد المحلية الذاتية والموارد المحلية الخارجية.

¹ عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الدار الجامعية، الإسكندرية- مصر، 2001، ص 22.

² السبتي وسيلة، مرجع سابق، ص 50.

³ حياة بن إسماعين، وسيلة السبتي، التمويل المحلي للتنمية المحلية- نماذج من اقتصاديات الدول النامية -، ملتقى دولي حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات -دراسة حالة الجزائر والدول النامية-، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 21 و 22 نوفمبر 2006، ص2.

⁴ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 65.

⁵ حياة بن إسماعين، وسيلة السبتي، مرجع سابق، ص 2.

أ. **الموارد المحلية الذاتية:** تنقسم الموارد المحلية الذاتية إلى عدد من الموارد الفرعية والتي تعتمد عليها النظم المحلية ذاتيا في تمويل التنمية المحلية، هذه الموارد الذاتية تختلف في تنوعها ومقدارها من بلد إلى آخر بحكم الإمكانيات المالية المتوفرة لديه وبحكم الأنظمة الاقتصادية المتبعة¹، على أن أهم هذه الموارد هي:

- **الضريبة المحلية:** تعرف الضريبة العامة بأنها فريضة مالية يدفعها الفرد جبرا إلى الدولة أو إحدى الهيئات العامة المحلية بصورة نهائية مساهمة منه في التكاليف والأعباء دون أن يعود عليه نفع خاص مقابل دفع الضريبة².

أما الضرائب المحلية فهي كل فريضة مالية تتقاضاها الهيئات المحلية على سبيل الإلزام في نطاق الوحدة الإدارية التي تمثلها دون مقابل معين بقصد تحقيق منفعة عامة.

وبالتالي يتضح أن الضريبة المحلية تدفع في نطاق الوحدة المحلية إلى المجالس المحلية من قبل أفراد الوحدة المحلية أو المجتمع المحلي على عكس الضريبة العامة التي تدفع إلى الهيئات العامة للدولة من قبل جميع مواطني وأفراد الدولة مساهمة في الأعباء العامة، وبهذا فإن مواصفات الضريبة المحلية تتلخص في ضرورة أن تتحقق القواعد العامة للضريبة التي من أهمها تحقيق العدالة والمساواة في التضيحية بالإضافة إلى محلية الوعاء وسهولة تقدير الضريبة المحلية لتتمكن المجالس المحلية من تخطيط مشروعاتها ووضع موازاناتها تبعا للتقديرات المتوقعة لحصيلة الموارد المقدرة لها³.

- **الرسوم المحلية:** يتم تحصيل الرسوم المحلية مقابل خدمات تؤديها الإدارة المحلية للمواطنين حيث تعود بالنفع والفائدة على دافعي هذه الرسوم، وتشكل حصيلة هذه الرسوم موارد عامة للإدارات المحلية.

للوحدات المحلية حق تحصيل نوعين من الرسوم: رسوم محلية عامة وهي رسوم تفرض بقوانين وقرارات وزارية وليست محلية، ورسوم ذات طابع محلي وتفرض بقرارات محلية يصدرها المجلس الشعبي المحلي ويوافق عليها مجلس الوزراء.

ويتمثل النوع الأول في رسوم التراخيص للمجالات الصناعية والتجارية والعامة ورسوم التفتيش المقررة عليها ورسوم النظافة، أما النوع الثاني فيتمثل في رسوم رخص المحاجر وحصيلة رسومات مبيعات الرمل ومختلف الأحجار المستخرجة من المحاجر والمناجم ورسومات استهلاك المياه والكهرباء والغاز.....الخ⁴.

¹ السبتي وسيلة، مرجع سابق، ص 60.

² سوزي عدلي ناشد، المالية العامة - النفقات العامة، الإيرادات العامة، الميزانية العامة -، منشورات الحلبي الحقوقية، 2009، بيروت - لبنان، ص 117.

³ السبتي وسيلة، مرجع سابق، ص 60.

⁴ نفس المرجع، ص 61.

- إيرادات الأملاك العامة للهيئات المحلية:

يقصد بالإيرادات العامة كأداة مالية هي مجموعة الدخول التي تحصل عليها الدولة من المصادر المختلفة من أجل تغطية نفقاتها العامة وتحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي¹.
يوجد أنواع من الإيرادات التي تتولد منها أملاك الهيئات العامة مثل الإيجارات التي تحصل عن طريق تقويم خدمة السكن لمحدودي الدخل في شكل إقامة أو تشييد مساكن أو تأجيرها بإيجارات ملائمة لمحدودي الدخل فأصبحت بذلك هذه الإيجارات موردا هاما للمحليات. سواء أكانت ناتجة عن تأجير المرافق العامة المحلية أو تشغيلها أو إدارتها مباشرة لقاء أثمان محدودة تعود على المجالس المحلية لدى البنوك أو المقدمة لبعض الهيئات المحلية كقروض².

ب. الموارد المالية الخارجية: إن التأكيد على أهمية الموارد المالية المحلية في دعم الاستقلال الإداري

للمحليات لا يعني تغطية كافة نفقات مشروعات التنمية المحلية من الموارد الذاتية لأن ذلك قد يبطئ من معدلات التنمية المطلوبة ولذلك فإنه يتم اللجوء إلى الموارد المالية الخارجية³.

- الإعانات الحكومية: غالبا ما تضطر الدولة إلى منح مساعدات مالية إلى الهيئات العمومية والوحدات

المحلية والهيئات الخاصة، وفي بعض الأحيان بدون أن تحصل الدولة على مقابل أي بدون أن تلزم المستفيدين برد هذه المساعدات لا نقديا ولا عينييا.

وتسمى هذه المساعدات المالية الموجهة لتغطية نفقات التنمية المحلية بالإعانات، وتؤدي هذه الإعانات أهدافا اقتصادية وأخرى اجتماعية تتمثل في تعميم الرخاء في مختلف مناطق الدولة، وإذابة الفوارق بين المناطق الفقيرة والناثية والمناطق الغنية.

إن الإعانات الحكومية غالبا ما تتضمن شروطا تقيد حرية واستقلال المجالس المحلية إذ أنها توجب في كثير من الأحيان خضوع الإدارة المحلية عند إنفاقها الإعانات الحكومية إلى رقابة مالية من الهيئات المركزية⁴.

- القروض: يعرف القرض العام بأنه دين مستحق على الدولة يصدر بموجب قانون تتعهد به بسداد أصل وفوائده بشروط محددة نتفق عليها⁵.

تستعمل القروض في تمويل المشروعات الاستثمارية التي تنشأ على مستوى المحليات وتعجز موارد الميزانية على تغطية نفقاتها، ولا يجوز عادة للمجالس المحلية على مستوى المحليات أن تلجأ إلى عقد قروض دون إذن من الحكومة.

¹ محرز محمد عباس، اقتصاد المالية العامة، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 115.

² السبتي وسيلة، مرجع سابق، ص 62.

³ نفس المرجع، ص 63.

⁴ حياة بن اسماعين، وسيلة السبتي، مرجع سابق، ص 5.

⁵ محمد طاقة، هدى العزاوي، إقتصاديات المالية العامة، ط 2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2010، ص 148.

وهذا النوع من القروض عادة ما يكون بفائدة بسيطة ومدة القرض تعتمد على طبيعة المشروع المراد إنفاق قيمة القرض عليه¹.

- التبرعات والهبات²:

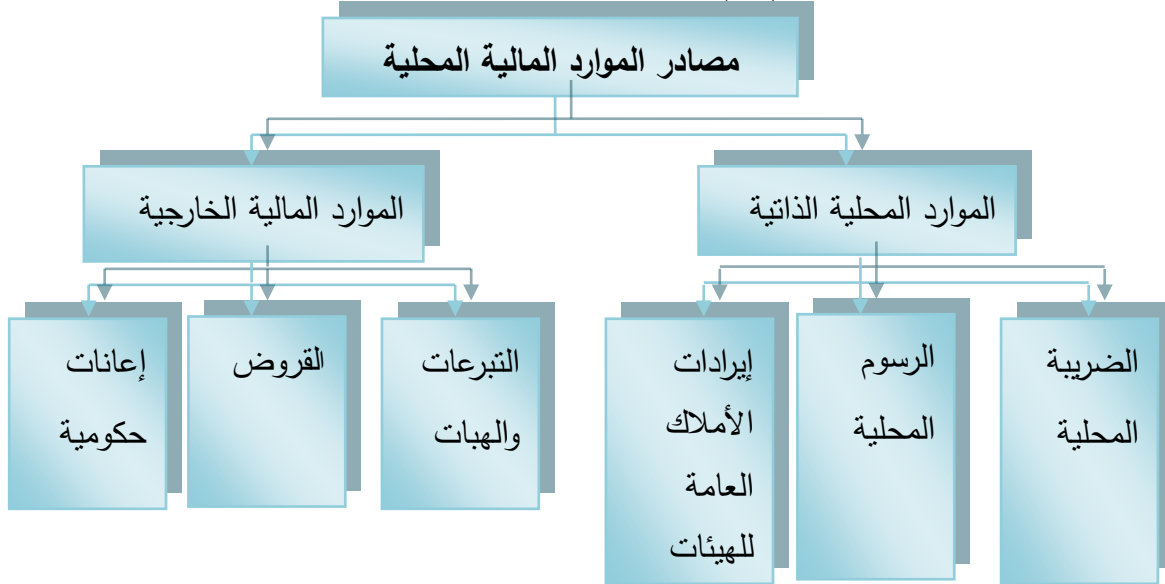
تعتبر التبرعات والهبات موردا من موارد المجالس المحلية وتتكون حصيلتها مما يتبرع به المواطنون إما مباشرة إلى المجالس المحلية أو بشكل غير مباشر للمساهمة في تمويل المشاريع التي تقوم بها، وكذلك قد تكون نتيجة وصية تركها احد المواطنين بعد وفاته في حالة انعدام الورثة أو هبة يقدمها أحد المغتربين لتخليد اسمه في بلده. وتنقسم هذه التبرعات إلى قسمين:

- تبرعات مقيدة بشرط عدم قبولها إلا بموافقة السلطات المركزية.
 - تبرعات أجنبية لا يمكن قبولها إلا بموافقة رئيس الجمهورية سواء أكانت من هيئات أو أشخاص أجانب.
- تشكل هذه الموارد المالية الذاتية والخارجية للمحليات مصادر التمويل المحلي الموجه لتحقيق معدلات متزايدة في التنمية المحلية لتحقيق مستوى أفضل من المعيشة لأفراد الوحدات المحلية، وهذه الموارد المالية المحلية الذاتية والخارجية تختلف من دولة لأخرى حسب النظام المحلي المتبع لكل دولة.

¹ حياة بن اسماعين، وسيلة السبتي، مرجع سابق، ص 5.

² نفس المرجع، ص 6.

الشكل (11): مصادر الموارد المالية المحلية.



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- سوزي عدلي ناشد، المالية العامة - النفقات العامة، الإيرادات العامة، الميزانية العامة - منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت - لبنان، 2009، ص 117.
- محرز محمد عباس، اقتصاد المالية العامة، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 115.
- محمد طاقة، هدى العزاوي، إقتصاديات المالية العامة، ط 2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2010، ص 148.
- حياة بن اسماعين، وسيلة السبتي، التمويل المحلي للتنمية المحلية - نماذج من اقتصاديات الدول النامية -، ملتقى دولي حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات -دراسة حالة الجزائر والدول النامية-، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 21 و 22 نوفمبر 2006، ص ص 2-6.
- السبتي وسيلة، تمويل التنمية المحلية في إطار صندوق الجنوب -دراسة واقع المشاريع التنموية في ولاية بسكرة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص نقود وتمويل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2005، ص ص 60-62.

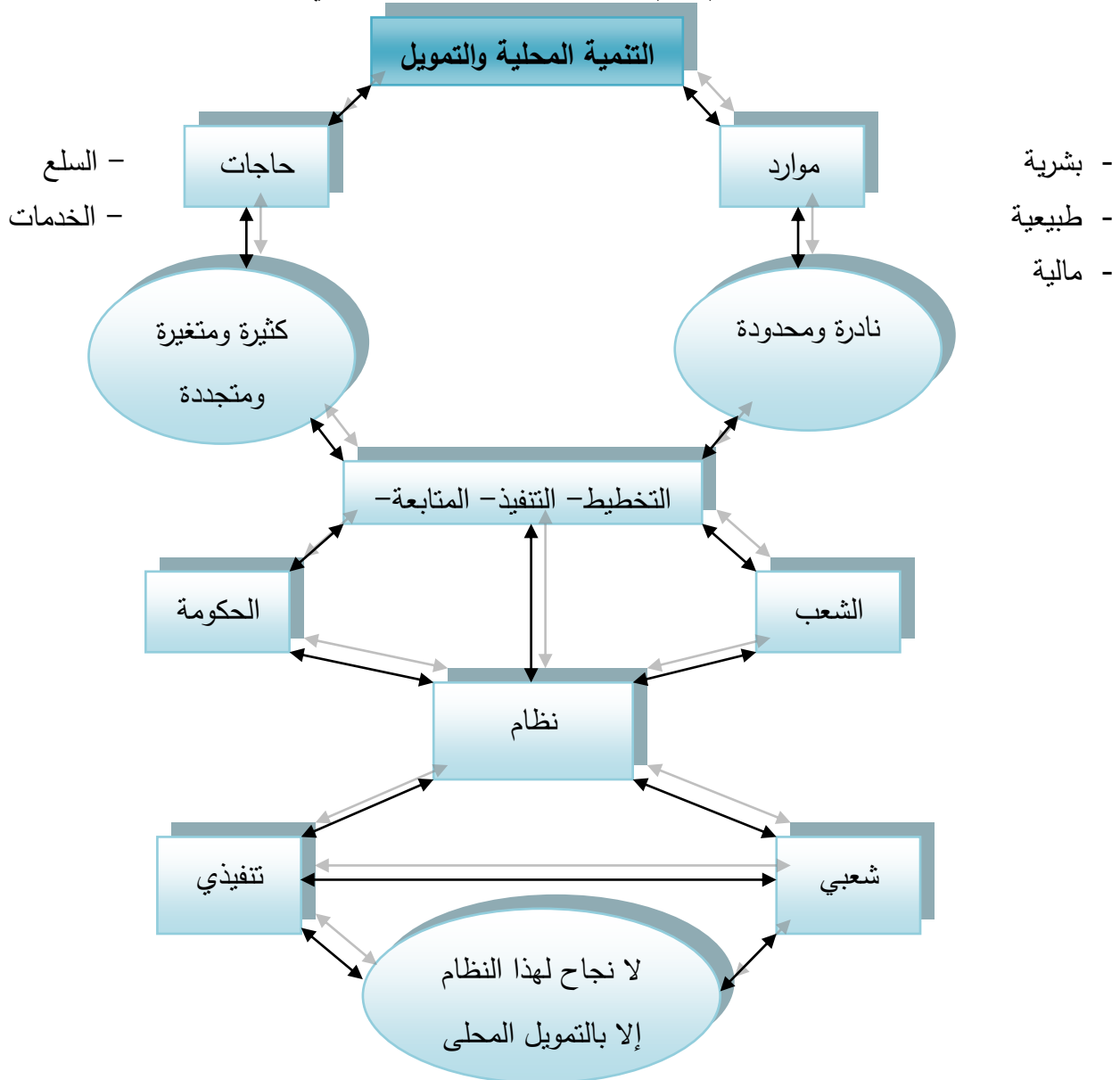
يمثل الشكل السابق مصادر الموارد المالية المحلية والمتمثلة في موارد محلية ذاتية وموارد محلية خارجية، فالموارد الذاتية هي تلك الناتجة عن الضرائب والرسوم المحلية الأصلية، وإيرادات الأملاك العامة للهيئات المحلية. أما الموارد الخارجية فهي الناتجة عن الإعانات الحكومية والقروض والتبرعات والهبات التي تقدمها الدولة لوحداتها المحلية.

4. علاقة التنمية المحلية بالتمويل المحلي : لا يمكن تحقيق تنمية محلية بأكبر معدلات ممكنة دون تمويل محلي قوي، لذلك فالحاجة ماسة إلى الموارد المالية بشكل مستمر ومتزايد ومتجدد¹.

¹ جمال لعمارة، دلال بن طيبي، مسعودة نصبة، الزكاة وتمويل التنمية المحلية، ملتقى دولي حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات -دراسة حالة الجزائر والدول النامية-، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 21 و 22 نوفمبر 2006، ص 5.

لعل التأمل في مفهوم التنمية المحلية بعمق ونظرة تحليلية أعمق، فإن ذلك يكشف بوضوح عن مبدأ جوهري أساسي تقوم عليه التنمية المحلية وهو مبدأ "ديمقراطية التنمية المحلية" عملاً بالمبدأ القابل أن الجماعة تخدم نفسها بنفسها وفقاً لإمكاناتها ومن ناحية أخرى فإن التنمية المحلية تقوم على جانبين أساسيين هما الموارد الذاتية التي تعظمها جهود المشاركة الشعبية والجهود الحكومية المتمثلة في الموارد المحلية الحكومية. كما تقوم التنمية المحلية على دعم مبدأ المشاركة في التنمية تحت مبدأ ديمقراطية التنمية المحلية¹. ويمكن إيضاح ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل (12): علاقة التنمية بالتمويل المحلي



المصدر: عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الدارة الجامعية، الإسكندرية- مصر، 2001، ص 17 .

¹ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 16.

من خلال الشكل نلاحظ أن التنمية المحلية تتبع من وجود موارد نادرة ومحدودة، وحاجات كثيرة ومتغيرة ومتجددة، وهو ما يتطلب وجود إدارة للتنمية المحلية تتميز بالكفاءة والفعالية، وتتطوى بالتالي على التخطيط للتنمية المحلية بما في ذلك إعداد المجتمع المحلي لتقبل الخطة، والمسح الشامل لاحتياجات هذا المجتمع وموارده الأساسية، مما ينبغي ذلك من ضرورة توافر البيانات الضرورية، ثم الرقابة وتحديد ما إذا كانت أهداف تلك الخطة قد تحققت بنسبة 100 % أم أقل أم أزيد من ذلك على أساس مراجعة تلك الأهداف دائماً وبالشكل الذي يمكن من الإعداد لبدء خطة تنمية محلية جديدة.

ويلاحظ أن عملية التنمية المحلية تقوم على الشعب والمجتمع المحلي ومشاركته الشعبية وعلى الحكومة الممثلة في الإدارة المحلية والأجهزة التنفيذية ويكونان الإثنان نظاماً يسمى نظام الإدارة المحلية بشقيه الشعبي والتنفيذي، وهذا النظام المشار إليه ينطوي إذن على جهود شعبية وتكشف عن تمويلات للتنمية المحلية يقوم على تعبئة الجهود والموارد المحلية بأقصى جهد ممكن ليكون تدفقاً جنبا إلى جنب مع الجهود التنفيذية الحكومية التي تسفر عن تدفقات من الموارد المالية المحلية المخصصة في الموازنة المحلية وتمثل هيكل التمويل المحلي الرسمي الذي لا يعظم عائد التنمية المحلية إلا إذا كان هناك تمويلاً متزايداً مع الجهود الشعبية الذاتية النابعة من المشاركة الشعبية في التنمية المحلية.

ولا نجاح لنظام الإدارة المحلية بشقيه الشعبي والتنفيذي الحكومي إلا إذا كان هناك هيكل للتمويل المحلي يعبر بوضوح عن ذلك الوضع ويعمق فلسفة هذا النظام بل يؤدي إلى نجاحه واستمراره بفعالية وكفاءة¹.

ثالثاً: عوائق التنمية المحلية

للتنمية المحلية أهداف عديدة حيث تدور معظم برامجها حول تحسين الظروف المادية والاقتصادية من أجل رفع مستوى معيشة الأفراد في المجتمعات المحلية، غير أن هناك مجموعة من العوائق تعترض تحقيق التنمية المحلية يمكن تصنيفها في العوامل التالية²:

1. عوامل ديمغرافية: يعتبر النمو الديمغرافي معوقاً من معوقات التنمية على أساس حالة عدم التوازن التي

تبدو واضحة بين حاجات السكان والموارد الاقتصادية، أي أن زيادة السكان بالنسبة للطاقة الإنتاجية تقف عقبة في سبيل زيادة مستوى رفاهية أفراد المجتمع.

2. عوامل اجتماعية: وتتمثل في النظم الاجتماعية السائدة مثل نظام الملكية الفردية الذي قد يتعارض مع

تطبيق أنماط التغير والتحضر بالإضافة إلى اعتقاد المجتمعات بأن التغيرات الجديدة تهدد استقرارهم وتفكك وحدتهم مما يجعل الكثير يقف في وجه التغير.

¹ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 18.

² السبتي وسيلة، تمويل التنمية المحلية من منظور إسلامي مساهمة صندوق الزكاة والوقف، رسالة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وتمويل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013/2012، ص ص 46 - 47.

3. **عوامل ثقافية:** تتمثل معظم هذه العوائق في التقاليد السائدة في المجتمع نتيجة تمسك الأفراد بهذه التقاليد ورفضهم للتغيير والتعديل، كذلك المعتقدات السائدة تعرقل برامج التنمية، حيث يقف أفراد المجتمع في وجه التغيرات الحديثة لاعتقادهم بأنها تضرهم ولا تنفعهم.
4. **عوامل نفسية:** إن قبول أو رفض التجديدات التي تطرأ على المجتمعات تعتمد على العوامل النفسية ويتوقف إدراك الجديد وكيفية ظهوره وانتشاره على الثقافة السائدة، أن يختلف أفراد المجتمع في إدراكهم للجديد باختلاف الثقافات.
5. **عوامل تكنولوجية:** يتوجب على الدول النامية بذل جهود مضاعفة لزيادة مستوى إنتاجها وهذا لا يتم إلا باستخدام التكنولوجيا الحديثة والمتطورة وإخضاعها للبرامج التنموية.
6. **عوامل إدارية:** إن إدارة التنمية عملية غاية في الصعوبة تحتاج إلى قيادات واعية ومدربة وقادرة على اتخاذ القرارات الهادفة، حيث يمكن أن تماطل الإدارة فيعم الكساد وتقل الموارد وتهبط معدلات الدخل، ويدخل في كنف المعوقات الإدارية:
 - تخلف الأجهزة الإدارية القائمة التي تتسم بالتعقيدات الروتينية والبطء في اتخاذ القرارات وانتشار اللامبالاة والسلبية.
 - صعوبة التنسيق بين الوحدات الإدارية وبينها وبين الأجهزة التقليدية.
 - عدم توفر القيادة الإدارية المتطورة المؤمنة بالتغيير.
7. **عوامل مادية:** إن عدم توافر التمويل الكافي لإقامة القواعد الأساسية للتنمية يعتبر من أهم العوائق التي تشغل المحليات نظرا للفقير الشديد الذي تعانيه، لذلك نجدها تعتمد بدرجة عالية على المعونات من الحكومة المركزية.
8. **عوامل تخطيطية:** إن تخطيط وتنفيذ برامج التنمية قد يكون معوقا في حد ذاته من معوقات التنمية إن لم يتفق تخطيط مشروعات وبرامج التنمية وحاجات المجتمع نظرا لاختلاف المناطق والأقاليم في مواردها وظروفها وحاجات أفرادها.

المبحث الثالث: مساهمة السياحة في التنمية المحلية

للسياحة دور أساسي في اقتصاديات الدول، لما لها من أهمية في زيادة إجمالي الناتج المحلي وما تحقّقه من فرص للعمل إضافة إلى جذب المستثمرين والمشاريع الاستثمارية المحلية إلى غير ذلك. والجزائر كغيرها من الدول التي تزخر بالعديد من المقومات والإمكانات التي تدفعها للاستثمار في المجال السياحي لما له من أهمية ومساهمة إيجابية في الاقتصاد الوطني.

المطلب الأول: مساهمة السياحة في قضايا التنمية

رغم تباين الآثار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لصناعة السياحة في الجزائر تباين أنواعها وأنشطتها المختلفة إلا أن الدلائل العلمية وتجارب الدول تشير إلى التزايد الملحوظ في الدور الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في قضايا التنمية بمفهومها الشامل وقد ترجم الاهتمام الشديد بقطاع السياحة في الكثير من دول العالم في شكل تشجيع الاستثمارات الأجنبية وإعطاء المزيد من الحريات للقطاعين العام والخاص بمزاولة العديد من الأنشطة وإنشاء المشروعات السياحية.

هذا بالإضافة إلى التسهيلات المتنوعة كإعفاءات الضريبة أو التخفيض منها وخاصة الصناعات التقليدية وكذلك المساعدات الجمركية والتسهيلات التي يتلقاها أصحاب السياحة العمومية والخواص والأجانب وكذلك مساهمة الدولة في تكاليف إنشاء الخدمات اللازمة للمشروعات السياحية كتمهيد الطرق في الأماكن السياحية الوعرة المسالك وكذلك إنشاء الشبكات الخاصة بالكهرباء والمياه والاتصالات وغيرها¹.

ويمكن تلخيص الآثار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للسياحة وفقا للمحاور الآتية:

أولاً: تدفق رؤوس الأموال الأجنبية : من الممكن أن يساهم القطاع السياحي بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة فكما هو الحال في معظم الدول النامية. فإذا كان من المسلم به أن الجزائر تمتلك من الموارد والمقومات السياحية التاريخية والطبيعية والتي أيضا تتوفر على ساحل طوله 1200 كلم، فإن الاستغلال الجيد لمثل هذه المزايا سياحيا من الممكن أن يحقق تدفقا نقديا للنقد الأجنبي.

ويمكن تلخيص بعض أنواع التدفقات من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي:

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة (بناء الفنادق، القرى السياحية .. الخ).
- المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلاد.
- فروق تحويل العملة.

¹ أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، ط 2، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية- مصر، 1999، ص 16.

- الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية (الأساسية والتكميلية) بالإضافة إلى الإنفاق على طلب السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات إقتصادية أخرى.
- الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين .

ومنه يجب الأخذ بعين الاعتبار الآثار السلبية الناجمة عن تحولات الأرباح ودخول العاملين الأجانب إلى الجزائر والمرتبطة بمثل هذه المشروعات في نفس الوقت من الممكن تطبيق بعض السياسات التي تحد من معدل أو مقدار التحولات إلى الخارج بالإضافة إلى هذا فإن إسهام الشركات الأجنبية في مقدار ما تحققه من تدفق لرؤوس الأموال الأجنبية يتوقف على عدد من العوامل الأخرى منها على سبيل المثال حصة الشركات الأجنبية في رأس مال المشروع السياحي، حجم الأموال المقترضة من داخل الدولة، حجم الأرباح التي أعيد استثمارها بالمقارنة بالتي تم تحويلها للخارج وغيرها ¹.

ثانيا: نقل التقنيات التكنولوجية : تعتبر عملية التكنولوجيا خاصة عن طريق الشركات الأجنبية . من احد الموضوعات المثيرة للجدل ويدور هذا الجدل حول عدد المحاور الرئيسية مثل²:

1. مدى ملائمة المستوى التكنولوجي الذي تجلبه الشركات الأجنبية مع التغيرات البيئية داخل الدولة مثل مدى توافر المهارات اللازمة لتشغيل الأجهزة أو المعدات والأنظمة المختلفة للإنتاج، طرق تقديم وتسويق المنتج ومدى تلاؤمها مع المعتقدات والقيم الثقافية والروحية ...) .
 2. تكلفة التكنولوجيا الآثار المرتقبة على العمالة وميزان المدفوعات ... الخ.
 3. الآثار السلبية على المشروعات الوطنية.
- ويمكن القول بصفة مبدئية إن السماح للشركات الدولية بالدخول في مشروعات الاستثمار السياحي يمكن أن يحقق درجة التقدم التكنولوجي بالجزائر لأن إذا نظرنا إلى اليد العاملة المستخدمة في قطاع السياحة وبالأخص الفنادق هي يد عاملة غير مكونة في أغلبها تكوينا عاليا في تقنيات السياحة. ويمكن أن تستفيد الجزائر من خلال الشركات الأجنبية المستثمرة من العديد من الطرق منها:
1. نقل فنون وطرق تسيير الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية.
 2. إدخال تجهيزات (الآت، معدات...) جديدة يمكن إستخدامها إما في تسهيل تقديم الخدمات السياحية بأنواعها المختلفة أو إنتاج سلع صناعية للأغراض السياحية بالإضافة إلى الخدمات المرفقية المختلفة.
 3. تطوير وتحسين طرق العمل الحالية في الأنشطة السياحية بالإضافة إلى برامج التدريب للقوى العاملة.
 4. القيام ببحوث التنمية والتحديث في المجالات المختلفة للنشاط السياحي .

¹ مباركة بلالطة، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية فرع التخطيط والتنمية، كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ، 2001/2002، ص 30.

² أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 18.

وهناك عدد آخر من المزايا الناجمة عن وجود مثل هذه الشركات الأجنبية في طرق بيع الخدمات السياحية، أو في تطبيق نظم الإدارة الحديثة ، يضاف إلى هذا وجود الشركات الأجنبية يمكن أن يدفع الشركات الوطنية على تحديث وتطوير أنظمتها الحالية حتى تستطيع الاستمرار في سوق الخدمة.

ثالثا: العمالة: إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية وكذلك المشروعات الأخرى المرتبطة بها (مرفقيه، خدمات تكميلية وأساسية، وصناعات في خدمة السياحة) سواء كان عن طريق مساهمة رأس المال الأجنبي أو الوطني أو الاثنين معا يساعد في خلق العديد من فرص العمل الجديدة، وفي هذا الخصوص فانه لا يمكن تجاهل الآثار المباشرة (المرتبات المدفوعة مثلا) وغير المباشرة (مثل الأثر على المضاعف والآثار السياسية الأخرى) الناجمة عن زيادة فرص العمل وانخفاض البطالة في المجتمع الجزائري الذي يتزايد فيه حجم السكان، كما يترتب على زيادة فرص العمل أيضا ارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية وغير ذلك من الآثار أو المنافع الأخرى. إن انخفاض معدل البطالة يمكن أن يؤدي إلى تحقيق درجة عالية من السلام الاجتماعي ويزيد ثقة الجماهير في القيادة¹.

المطلب الثاني: مساهمة السياحة في التشغيل والناتج المحلي الإجمالي

تلعب السياحة دور كبير في خلق مناصب شغل والتقليل من البطالة والزيادة في الناتج المحلي الإجمالي الذي يؤدي إلى تحسين الظروف المعيشية.

أولا: مساهمة السياحة في التشغيل

باعتبار السياحة قطاع متعدد ومتشعب النشاطات والفروع، ولها علاقات عديدة مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأخرى، فهي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة تعمل في خلق العديد من مناصب العمل بالمنطقة التي تنشأ فيها المرافق أو المركبات السياحية (الفنادق مثلا) أو المرافق المكملة لها، فإن عملية إنجاز مشروع فندق مثلا بجميع مراحله تتطلب العديد من الموظفين والباحثين المختصين والخبراء والعمال البسطاء وذلك من الدراسة الأولية إلى عملية الانجاز إلى عملية التهيئة وعملية التأثيث والتجهيز الداخلي للفندق، وهذا ما يؤدي إلى إتاحة فرص عمل غير مباشرة عن طريق استعمال منتجات القطاعات الأخرى. إن السياحة نشاط يعتمد على اليد العاملة بالدرجة الأولى لأن إقامة سياحة يتطلب إنشاء فنادق ومرافق عامة وتوفير وسائل نقل وهذا يحتاج إلى يد عاملة معتبرة وتشغيل نسبة كبيرة من الأفراد وخاصة الشباب منهم مما يساهم في تخفيض نسبة البطالة في البلد السياحي.

¹ أحمد ماهر ، مرجع سابق، ص 20.

ولا شك أن ازدياد حجم الحركة السياحية يساهم في تحسين دخول المواطنين خاصة التجار الحرفيين وأصحاب الفنادق أو المطاعم لان السائح أثناء إقامته يستهلك عدة مواد ، مما يعود بالأرباح للتجار والمنتجين مما يساهم في تحسين مستوى معيشتهم وزيادة تشغيل اليد العاملة المؤهلة مثل التي تقوم بعملية تكوين في المراكز المهنية. إن إهتمام أي بلد بالسياحة يدفعه إلى العمل على النهوض وتطوير المناطق السياحية وذلك لكسب ود السائحين وذلك لان السياحة توفر فرص تبادل المعارف والأذواق والفنون فيما يكفل الاستفادة من مظاهر التقدم وتحقيق الرقي الفني والحضاري في إمكانيات الاقتصاد الوطني.

تلعب الحرف والهوايات دورا هاما في السياحة حيث تجلب مداخل معتبرة عن طريق بيع التحف والهدايا التذكارية التي يصنعها الحرفيون، أما الهوايات مثل المسرح الغناء والرقص الشعبي فهي وسيلة فعالة لجلب السواح إلى البلد وكذلك خلق مناصب شغل جديدة¹.

فالسياحة إذا تخلق مناصب عمل بداية من الدراسة الأولية إلى عملية البناء والتهيئة وحتى تأثيث المنشآت السياحية وتجهيز المشاريع ويعمل قطاع السياحة على خلق ثلاث أنواع من اليد العاملة هي:

- **العمالة المباشرة :** وهي مجمل مناصب الشغل المنشأة من طرف الوحدات السياحية بحد ذاتها كالعاملين في الفنادق والمطاعم والوكالات السياحية والتسويق السياحي والنقل والتنظيم السياحي وتكون هذه الفئة من اليد العاملة الأكثر في القطاع السياحي.

- **اليد العاملة الغير مباشرة :** إنشاء الوحدات السياحية يؤثر بالضرورة على قطاعات أخرى كالبناء والأثاث من خلال زيادة الطلب عليهما وبالتالي محاولة زيادة الإنتاج في هذه القطاعات والذي يكون سببا في طلب يد عاملة أخرى وبالتالي كان القطاع السياحي سبب ولو غير مباشر في توظيفها ومنه أن قطاع السياحة له مساهمة في تشغيل يد عاملة غير مباشرة.

- **اليد العاملة المحرصة :** وهي مجمل مناصب الشغل المنشأة في قطاعات بعيدة نوعا ما عن القطاع السياحي غير أنها تنتج سلع وخدمات تستهلك من قبل السياح كالسلع الزراعية والصناعة الغذائية والتعليم... الخ²:

ومن جهة أخرى فان القطاع السياحي يحتوي على مجموعتين من العمل مصنفة حسب المدة³:

- **العمل الدائم:** تكون مدته طوال السنة.

- **العمل الموسمي:** ويحتوي على:

¹ مباركة بلالطة، مرجع سابق، ص 34.

² مسكين عبد الحفيظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحة-، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية، جامعة منتوري بقسنطينة، 2010/2009، ص 61.

³ مباركة بلالطة، مرجع سابق، ص 35.

الفصل الثاني — التنمية المحلية ودور السياحة في دعمها

- عمل يخص موسما واحد من (4 إلى 6 أشهر) إما في فصل الشتاء أو في فصل الصيف حسب المنطقة.
 - عمل يخص فترة قصيرة (من 15 يوما إلى 30 يوما).
- وحسب مسؤولي وزارة السياحة في الجزائر فإن عدد مناصب الشغل يمكن تقديره بالعلاقة التالية:

$$\text{عدد المناصب المحدثة} = \text{عدد الأسرة} \times 0.5$$

أي أن عدد المناصب المحدثة في المشاريع السياحية هو نصف عدد الأسرة

الجدول رقم (05): تطور مساهمة القطاع السياحي في التشغيل بين 1990 و 2011

الوحدة: عامل

السنة	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
عدد العاملين	10897	7723	8522	10807	11437	12067	82000	95000	100000
نسبة التغير %	—	-29.12	10.34	26.81	5.82	5.50	579.53	15.85	5.26
السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
عدد العاملين	103000	165000	172000	193900	204400	320000	370000	396000	396000
نسبة التغير %	3	60.19	4.24	12.32	5.41	56.55	15.62	7.02	0

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- وزارة السياحة - مديرية الإحصائيات -

<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/emploi.pdf> 05/10/2012, 21:37.

- خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، ص 234.

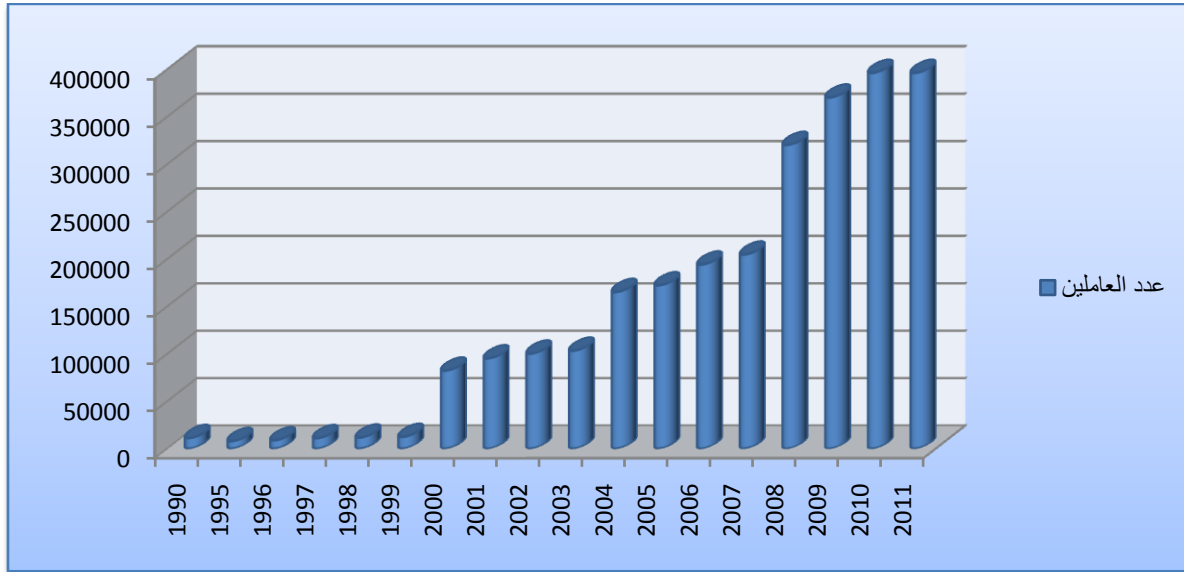
- رزيق كمال، بوكبوس مريم، الاستثمارات السياحية كأداة لتنمية السياحة في الجزائر، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، يومي 26 و 27 فيفري 2013 ص 5.

نلاحظ أن فرص التشغيل في القطاع السياحي تعرف تزايدا عبر الزمن حيث نجد تراجع في فرص التشغيل من سنة 1990 إلى 1995 حيث انخفض هذا العدد من 10897 عامل إلى 7723 عامل في سنة 1995 أي سجل انخفاضا بنسبة 29,12 % وهذا الانخفاض سببه هو الظروف الصعبة التي مرّت بها الجزائر في تلك الفترة.

خلال سنوات الألفينات نلاحظ أن اتجاه التشغيل في القطاع السياحي في تزايد عبر الزمن وكانت سنة 2004 السنة الذهبية للتشغيل في القطاع السياحي حيث زاد هذا العدد من 103000 عامل سنة 2003 إلى 165000 عامل سنة 2004 أي بمعدل نمو وصل إلى 60,19 %.

وقد وصل عدد عمال القطاع السياحي الجزائري سنة 2010 إلى 396000 عامل مقارنة بسنة 2009 إلى 370000 عامل أي بمعدل نمو وصل إلى 7.02 %. وبقي هذا العدد ثابت في سنة 2011.

الشكل (13): تطور مساهمة القطاع السياحي في التشغيل بين 1990 و 2011



نلاحظ أن فرص التشغيل في القطاع السياحي تعرف تزايدا عبر الزمن خاصة خلال سنوات الألفيات حيث نجد عدد العمال خلال سنتي 2010 و 2011 يبقي هذا العدد ثابت.

ثانيا: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي

إن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي وبالاعتماد على ناتج المطاعم والفنادق، التي تعتبر المطاعم والفنادق معبرة عن النشاط السياحي.

حيث يميل الباحثون إلى الاعتراف بأن السياحة تدعم الناتج المحلي الإجمالي وذلك للاعتبارات التالية¹:

- أن السياحة تعتبر من الأنشطة التي لا تتطلب معدلا كبيرا من النقد الأجنبي اللازم لاستيراد المعدات والتجهيزات، بالمقارنة مع القطاع الصناعي، فمثلا إذا كان المصنع يحتاج إلى نقد أجنبي تبلغ نسبته 50 % في متوسط إجمالي الاستثمارات، فإن المشروع السياحي لا يتطلب إلا نصف هذه النسبة فقط. وهذا يدعو إلى إعطاء الأولوية للقطاع السياحي في خطط التنمية المحلية والقومية.

¹ محمد شوقي أحمد شوقي، تقويم دور السياحة الداخلية كأحد مصادر التمويل الذاتي للمحليات مع التطبيق على محافظة الشرقية ، مجلة البحوث التجارية، جامعة الزقازيق - مصر، 1989، ص 101.

- إن الحاجة إلى استخدام التكنولوجيا المتقدمة تكون بدرجة أقل في القطاع السياحي عنه في القطاع الصناعي، وهنا يكون إعتداد الدولة على الخارج بدرجة أقل وبالتالي التخلص من التبعية التكنولوجية وما تسببه من مشكلات.

- إن نصيب العامل من الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي يكون أقل مقارنة بالقطاع الصناعي مع ما هو معروف من ندرة الموارد الاستثمارية التي ينبغي الحرص على ترشيدها إستخدامها خاصة في الدول النامية. ويوضح الجدول التالي مساهمة السياحة في الناتج الإجمالي.

الجدول رقم (06): نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي 1999 و 2011

السنة	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
نسبة %	1.8	1.4	1.6	1.6	1.7	1.8	1.7	1.02	1.7
السنة	2008	2009	2010	2011					
نسبة %	2.05	2.3	2.3	2.3					

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- وزارة السياحة-مديرية الاحصائيات- <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/pib.pdf> 05/10/2012, 37:21

- رزيق كمال، بوكبوس مريم، الاستثمارات السياحية كأداة لتنمية السياحة في الجزائر ، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، يومي 26 و 27 فيفري 2013 ص 5.

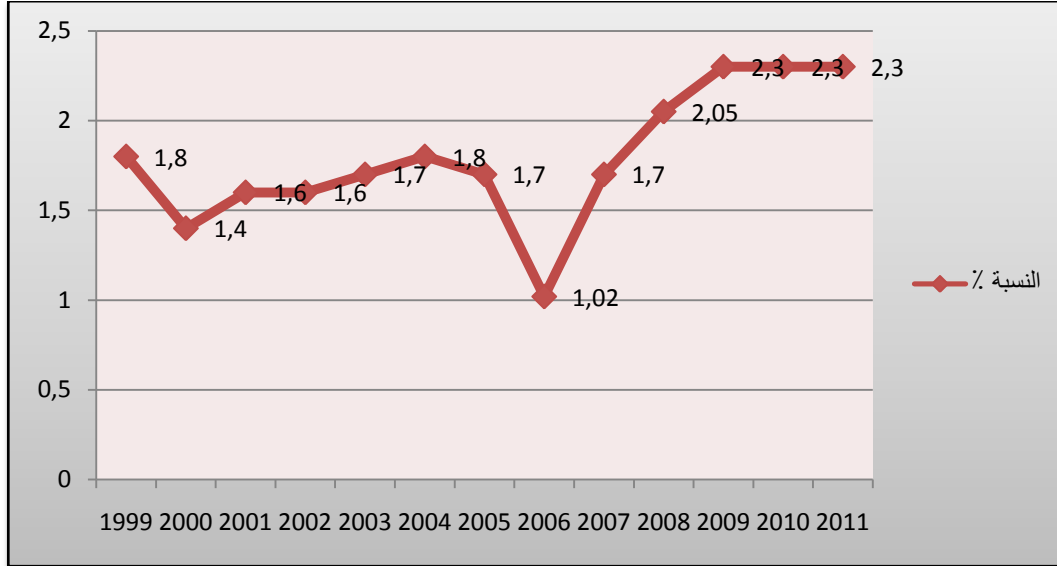
حيث يلاحظ أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي ضعيفة جدا ، حيث كانت نسبة مساهمة السياحة في 1999 تقدر ب 1.8 % ثم شهدت هذه النسبة انخفاضا في سنة 2000 حيث قدرت ب 1.4 % وهذا بسبب الظروف الصعبة التي كانت تمر بها الجزائر خلال فترة التسعينات. بداية من 2001 يلاحظ انتعاش في ناتج المحلي، حيث قدر في سنة 2001 ب 1,6 % وصولا إلى 1.8 % في سنة 2004.

يلاحظ من الجدول تراجع في الناتج المحلي الإجمالي خلال سنة 2005 و 2006 حيث قدرت ب 1.7 % و 1.02 % على التوالي. كما عرفت سنة 2008 عرفت تسجيل نمو أكبر مقارنة مع السنوات السابقة حيث بلغت نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي 2.05 %.

كما أن مساهمة السياحة في الناتج المحلي بقيت ثابتة في الفترة 2009 إلى 2011 بقيت في حدود 2,3 % رغم أن عدد السياح الوافدين في ارتفاع مستمر وكذا عائدات السياحة خلال هذه الفترة. لكن رغم الزيادة في

المساهمة خلال السنوات إلى أن نسبتها تبقي ضعيفة مقارنة بجارتها تونس التي وصلت سنة 2008 نسبة 9.14%¹ بالمقابل كانت بالجزائر 2.05%.

الشكل (14): نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي بين 1999 و 2011



شهدت نسبة المساهمة انخفاضا في سنة 2000 مقارنة بسنة 1999 لكن من بداية 2001 إلى سنة 2004 يلاحظ انتعاش في ناتج المحلي، لكن خلال سنة 2006 عرف الناتج المحلي انخفاضا شديدا وبعد هذه السنة عرفة زيادة مستمرة حتى سنة 2009 إلى سنة 2011 عرفت إستقرار وثبات في ناتج المحلي الإجمالي.

المطلب الثالث: دور الموارد السياحية في تحقيق التنمية المحلية وإستغلال الجماعات المحلية لها

إن تطبيق اللامركزية في تسيير شؤون الدولة وهذا يجعل للجماعات المحلية دور كبير في تجسيد طموحات أفراد المجتمع من خلال الاهتمام بتطلعاته وظروفه في ظل واقعه المحلي وانطلاقا من ما يملكه من موارد حيزه المحلي.

وتأتي الجماعات المحلية أساسا من البلدية في ولوجها إلى الاهتمام والسعي وراء تحقيق تنمية محلية وهذا باجتماع عدة عناصر وشروط إنسانية، كذلك انطلاقا من العنصر البشري فالمادي والمالي وإذا كان العنصر البشري يتم اختياره وفق ضوابط سياسية وإدارية وكذلك معرفية محددة فإن الجانب المالي فهو العنصر الأساسي الدافع للعنصر البشري لترسيم وتنفيذ مختلف الخطط الموضوعة وسعي الجماعات المحلية إلى البحث وإيجاد مصادر تمويل مختلفة وفق ما تزخر به المنطقة في شتى القطاعات

¹ عشي صليحة، الأداء والأثر الإقتصادي والإجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب ، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية، تخصص إقتصاد التنمية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر -باتنة-، 2010/2011، ص 151.

الاقتصادية من صناعة وزراعة وصيد بحري وقد تتجاوز حيث تلعب السياحة دورا هاما يجعل للجماعات المحلية مصدرا هاما لتمويل مختلف مشاريع التنمية وهذا يقف على ما تملكه هذه المناطق من مواقع سياحية تستقطب السياح داخليا وخارجيا.

ونظرا لهذا الاعتبار الهام فاشترك الفرد وإحساسه بمسؤوليته الكبيرة ومساهمته الفعالة في تحقيق هذا المبتغى والمتمثل في كسب عدد أكبر من السواح، ينبغي أن تولد لدى الفرد الثقافة السياحية بالمحافظة على الإرث الكبير وكذلك كيفية خدمة السائح.

وهذا طبعا خدمة للمصالح التنموية المختلفة وتماشيا مع أهداف الدولة المسطرة في ظل هدف سامي هو بلوغ تنمية مستدامة والدور الكبير للجماعات المحلية للمجتمع وكذلك في ظل التحولات الاقتصادية في العالم والجزائر في ظل انتهاج الاقتصاد الحر وإعطاء أكثر مجال للمنافسة والتركيز على الفرد في تحقيق التنمية¹.

¹ زيد سليمان عوي، السياحة في الوطن العربي - دراسة لأهم المواقع السياحية العربية - ، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2007، ص 250.

خلاصة الفصل:

تعتبر التنمية الاقتصادية تحول شامل لكافة أجزاء النظام الإقتصادي، وذلك من خلال إحداث تغيير وتطوير في هيكل وبنیان الاقتصاد القومي، وهذا بتحقيق الأهداف التي تسعى التنمية الاقتصادية لتحقيقها بأبعادها والإستراتيجيات الملائمة لها. وتساهم التنمية المحلية في التنمية على المستوى الوطني بإعتبارتها أداة من أدوات ترقية وتحسين الإطار المعيشي للمواطنين وذلك بإتباع سياسات واستراتيجيات معينة لانجاز مختلف البرامج التنموية، مع ضرورة توفر التمويل المحلي لها. حيث تلعب السياحة دور مهم في التنمية المحلية من خلال تحسين المستوى المعيشي بتوفير مناصب الشغل وإنخفاض البطالة وزيادة الناتج المحلي الإجمالي.

الفصل الثالث:

دور النشاط السياحي في دعم التنمية المحلية بولاية ميلة

تمهيد:

ميله هي إحدى ولايات الشمال الشرقي بالجزائر ذات عدة ميزات سياحية، إن الحديث عن ميله السياحية حديث عن ولاية عذراء لا زالت لم تتكشف عن جميع مواردها المتعددة والمختلفة ، تعتبر مدينة ميله من أقدم المدن النوميديه يتجلى هذا في بناءاتها القديمة التي تذكرنا بالآثار الرومانية ، وذلك إبتداء من الرومان وما تركوه خاصة وسط مدينة ميله مرورا بالحضارة الإسلامية عبر مسجد أبو المهاجر، على الرغم من ذلك فهي تعاني من الإهمال وهذا ما أثر سلبا على القطاع السياحي ككل للولاية هذا الوضع لأبد أن يكون نتيجة لبعض العقبات والعراقيل. وعليه يتم من خلال هذا الفصل التطرق إلى:

- تقديم عام لولاية ميله
- واقع القطاع السياحي بولاية ميله
- تقييم دور السياحة في تنشيط التنمية المحلية بولاية ميله

المبحث الأول: تقديم عام لولاية ميله

إن البحث في تاريخ ميله العتيق يكشف لنا عن أهمية هذه الولاية وحضاراتها المتعاقبة إضافة إلى ما تتميز به الولاية من فضاء جغرافي متنوع ومناخ يختلف باختلاف تضاريسها فهي ولاية فلاحية بالدرجة الأولى، وعليه سنحاول في هذا المبحث التطرق إلى موقع الولاية والمعطيات الجغرافية للولاية، لمحة تاريخية للولاية، التنوع الديموغرافي.

المطلب الأول: موقع الولاية، المعطيات الجغرافية والطبيعية

يتميز موقع الولاية بأهمية كبيرة حيث يعتبر منطقة جبلية وعرة وهي محصنة طبيعيا وهي تعد من المراكز العسكرية الرومانية الهامة، وعليه سنحاول في هذا المطلب التطرق إلى موقع الولاية وتضاريسها الجغرافية والمناخ السائد في الولاية.

أولا: موقع الولاية

تقع ولاية ميله بالشمال الشرقي للجزائر، ويبعد مقر الولاية بمسافة 50 كلم عن قسنطينة و 100 كلم عن جيجل و 450 كلم الجزائر العاصمة وتحدها الولايات التالية¹:

- من الشمال ولاية جيجل
- من الشمال الشرقي ولاية سكيكدة
- من الغرب ولاية سطيف
- من الشرق ولاية قسنطينة
- من الجنوب الشرقي ولاية أم البواقي
- من الجنوب ولاية باتنة

هذا التموضع يعطيها قرب من مطارات قسنطينة وجيجل وباتنة، وموانئ جيجل وسكيكدة، ومحطات السكك الحديدية لقسنطينة وسكيكدة. هذا التواصل بالطرق يعتبر كميزة مهمة لأنها تسهل الدخول إلى ميله حتي من الخارج. (الملحق 01)

- تقدر مساحتها الإجمالية بـ 3480.54 كلم²
- أخذت ميله إنفصال إداري عام 1984 وتتكون من:

- 13 دائرة
- 32 بلدية

¹ Monographie touristique mila, Direction du tourisme de la wilaya de mila, pp 6-8.

ثانيا: المعطيات الجغرافية والطبيعية

تتميز ولاية ميله بتضاريس ومناخ مختلف في كل مناطقها وتتسم بعدم التجانس ويتم توضيحها فيما يلي:

1. التضاريس:

تتميز تضاريس ولاية ميله بالإختلاف والتعدد فيجد الزائر لها¹:

أ. **منطقة جبلية في الشمال** : تتكون هذه المنطقة من سلسلة متتالية من الجبال (السلسلة الجبلية التلية) موزعة على مناطق بلديات كل من حمالة، الشيقارة، ترعي بينان، أعميرة أراس، تسالة لمطاعي، مينار زارزة وتسدان حدادة ومن أهم القمم الجبلية في هذه المنطقة مايلي:

- جبل تامز قيدة 1600م

- جبل مسيد عيشة 1400م

- جبل زواغة 1300م

- جبل بوعرفون 1300م

ب. **منطقة هضاب وسهول داخلية**: تتكون هذه المنطقة من الجهة الوسطى لسلسلة الهضاب التلية الجنوبية

التي تغطي كامل مساحة دوائر كل من فرجيوة، واد النجاء، وبلدية الفرارم فوثة وتتشكل من:

- السهول الداخلية المجاورة للجبال الواقعة بمنطقة فرجيوة وواد النجاء بمتوسط ارتفاع 400 م.

- الهضاب الواقعة بشرق الولاية والمحادية من الشمال لمنطقة الجبال.

- في الجنوب هناك منطقة الهضاب العليا المكونة لسلسلة جبلية غير منتظمة.

- إن منطقة السهول العالية التي تشكل في الشمال الغربي للولاية امتدادا للسلسلة التلية توجد في كل من

فرجيوة، واد النجاء وتمتد حتى بلدية دراجي بوصول وكذلك منطقة سيدي خليفة وعين التين.

- بلدية ميله تتكون من مجموعة من الهضاب المنخفضة (من 500 م إلى 600 م ارتفاع)، وبعض الجبال

المتناثرة كجبل لكحل، جبل بوشارف، جبل واكسين، وسلسلة جبال بلدية أحمد راشدي.

ت. **منطقة الهضاب العليا الجنوبية** : تتميز بمنحدرات سهلة نوعا ما (أقل من 12.5 %) والتي تغطي تقريبا

كامل تراب دائرة شلغوم العيد والهضاب الشاسعة المشهورة بزراعة الحبوب لكل من دائرة تاجنانت ودائرة

التلاغمة يتراوح متوسط ارتفاع هذه الهضاب ما بين 800 و 900 م كما تشمل المنطقة عدة سلاسل جبلية

منعزلة أهمها :

- كاف لبيض 1408م

- جبل لحمام 1237م.

- جبل تاريولت 1285م

- جبل قروز 1187م.

¹ مديرية السياحة لولاية ميله

- كاف إيسراين 1276م
- جبل مزبوت 1127م.
- جبل غزور 1271م
- جبل تركية 1066م.

2. المناخ:

يتميز مناخ ولاية ميله بصيف جاف وحار وشتاء بارد ورطب. وتقدر نسبة تساقط الأمطار بـ 700 مم سنويا على مستوى المنطقة الجبلية، و 350 مم سنويا بالجنوب وتتراوح ما بين 400 إلى 600 مم سنويا بالمنطقة الوسطى¹.

المطلب الثاني: لمحة تاريخية عن الولاية²

يعود تعمير منطقة ميله إلى ما قبل التاريخ حيث مرت بعدة عصور وحضارات مختلفة نوجزها فيما يلي:

1 تأسيس ولاية ميله:

هي من المدن العريقة في الشرق الجزائري والتي لم يتغير موضعها بتغير الديانات والعناصر الطبيعية والحضارات التي مرت بها فقد كانت مثل غيرها من المدن المجاورة لمدينة سیرتا، حيث تدور في فلكها وتعتبر في نفس الوقت الخط الأمامي والعميق والإستراتيجي لها. حيث برزت ميله في العهد النوميدي كأحدى أهم المدن التابعة لماسينيسا، أما في القرن الثالث ميلادي فقد ظهر إسم ميلاف لأول مرة في كتابات القديس سيبيريان أثناء المجمع الكنسي الذي عقد بقرطاج في سنة 256 م، وفي سنة 360 م اشتهرت المدينة من خلال الصراع بين القديس أوبتا والقديس أوغسطين ضد القديس دوناتوس أو المذهب الدوناتى المناهض للكنيسة الكاثوليكية. أما عن التسمية فقد عرفت مدينة ميله في القديم بعدة أسماء، وقد ورد ذكرها من الناقشات الأثرية بعدة تسميات. أما عن أصل التسمية فقد اختلفت الآراء والتأويلات بشأنها، ولكن اتفق بعض الباحثين على أن أصلها أمزيغي.

- ميلاف (MILEV): وهي كلمة بونيقية تتكون من جزأين: MIL ألف الينبوع أو الماء، (EV) وهذه الكلمة تعني الألف ساقية أو الأرض المسقية.
- ميلو (MILO): تعني الظل في اللغة الأمزيغية.
- ميديوس (MEDIUS): تعني المنطقة الوسطى، وهي مشتقة من موقعها الجغرافي، حيث تتوسط أهم المدن القديمة (سیرتا، روسيكادا، أجيجيلي، ستيفيس).
- ميلاح (MILAH): أطلق عليها هذا الإسم من طرف العرب الفاتحين وهو تحريف للإسم الروماني ميلاف (MILEV) أو تعريبا له، وذلك لتسهيل نطقها.

¹ Monographie touristique mila, op-cit, p 8.

² مديرية الثقافة لولاية ميله.

- ميله (MILA): أطلق عليها في فترة الإستعمار الفرنسي اختصارا لنطقها ويعني التفاحة.

2- مدينة ميله عبر العصور القديمة (قبل الفتح الإسلامي):

إن النقوش البونية والليبية المزدوجة التي اكتشفت في ميله تدل على وجود استقرار بشري مبكر قبل الاحتلال الروماني لبلاد المغرب، فقد عرفت مدينة ميله حضارات مختلفة وعناصر بشرية متنوعة، إذ سكنها النوميديون فمن الممكن أن تكون ميله تابعة إداريا وسياسيا إلى نوميديا وإلى عاصمتها مدينة "سيرتا" وقد استفادت مدينة ميله من تأثيرات الحضارة النوميديّة والبونيقية في نمط البناء العمراني لمجاورتها لها، ولعل هذه المدينة كانت قرية صغيرة أو قلعة عسكرية أمامية مع تيديس وهو الشيء الذي زاد من أهميتها كقلعة عسكرية ومكانة اقتصادية تدافع عن المملكة، وهي تعد محطة رئيسية للقوافل التجارية المارة إلى عاصمة الإقليم وسوقا لها. أحلت الرومان مدينة قسنطينة سنة 112 ق م وامتد النفوذ إلى المناطق المجاورة ومنها مدينة ميله التي أصبحت قاعدة هامة لحماية مدينة سيرتا من الثورات المحلية والهجمات الخارجية، ويقول المؤرخ والرحالة الروماني "يوليوس" كانت ميلاف في أول الأمر قلاعا حربية للدفاع عن سيرتا ثم أخذت في التوسع إلى أن أصبحت في عهد "تراجان" شبيهة سيرتا، وقد شيد بالمدينة واحدة من أقدم الكنائس في الجزائر. و بعد إنحطاط الدولة الرومانية وإنشقاقها وزحف الوندال إلى بلاد المغرب ومكثوا في الإقليم الشرقي حوالي قرنا من الزمن ويحتمل أن ميلاف أخضعت سنة 445م من طرف القائد الوندالي "بليزار" الذي جعلها مركزا لمراقبة باقي الأقاليم المجاورة.

استولى البيزنطيون على المدينة ما بين سنتي (539، 540)م، ونظرا لأهميتها الدينية والإستراتيجية جعلوا منها المدينة القلعة، حيث قام القائد "سولمون" ببناء السور المحيط بالمدينة ودعمه بأربعة عشر برجاً للمراقبة، وضم أهم معالم المدينة، وقد كان للمدينة في العهد البيزنطي دور ديني بالغ الأهمية (ville évêché) أي أن القديس أو الراهب هو السلطة الحاكمة في المدينة وأستمر ذلك حتى الفتح الإسلامي سنة (647م، 55هـ).

3. في العهد الإسلامي:

لقد كان دخول مدينة ميله إلى حظيرة العروبة والإسلام على يد "أبو المهاجر دينار" (55، 62) هـ (675، 681)م الذي تقلد إدارة ولاية المغرب وقيادة الجيش فيه، سنة (55هـ، 675م) وهذا ما أقره المؤرخ المصري أبو المحاسن ابن تغري بردي (874هـ، 1469م) صاحب كتاب " حسن المحاضرة في ملوك مصر والقاهرة " حيث حدد في كتابه إسم القائد الذي فتحها بعد توليه من طرف الخليفة "معاوية بن أبي سفيان" سنة (14، 61) هـ (661، 681)م، وإبعاد عقبة بن نافع الفهري عن ولاية إفريقيا، حيث دخل أبو المهاجر دينار إلى المغرب سنة (55هـ، 675 م)، وبعد دخوله إلى القيروان قام مباشرة بسجن عقبة بن نافع، بعد إخلائه للقيروان بدأ في فتوحاته إلى المغرب من بلاد كتامة (الشرق الجزائري) مروراً بتبسة وقالمة ووصولاً إلى ميله التي فتحها سنة (59هـ، 679م) وحول إليها إقامته ومركز قيادته وصارت عاصمة الولاية المغربية مدة سنتين، فأصبحت ميله مركزاً لنشر الدين الإسلامي، حيث شيد بها دار الإمارة ومسجداً للمسلمين عرف بمسجد سيدي غانم (أبي المهاجر دينار)، والذي يعد أول مسجد في الجزائر.

الفصل الثالث _____ دور النشاط السياحي في التنمية المحلية بولاية ميلة

عزل الفاتح " أبو المهاجر دينار " بعد وفاة الخليفة "معاوية بن أبي سفيان" سنة (62هـ، 68 م)، وأعيدت الولاية إلى عقبة بن نافع مجددا من طرف هذا الأخير، وأصبح واليا على المغرب للمرة الثانية. ونظرا لعدم إتفاق القائدين على سياسة واحدة، حيث أن أبو المهاجر اتبع سياسة التقرب من أهل البلاد، بينما عقبة إتبع أسلوب الصرامة مما تسبب في تعثر الفتح وإستشهاد القائدين الخليلين في منطقة "تهودة"، على يد كسيلة بمساعدة الروم وذلك سنة (46هـ، 683م).

و خلال الفتح الإسلامي شهدت ميلة توسعا حضاريا تميز بتدعيم بستة بوابات: البوابة الشرقية المسماة باب العروس أو باب الفتح، بجانب المسجد المحادي لمقر الإمارة تم انجاز نبع مائي عرف بتسمية "نبع البلاد" بقيت مياهه جارية إلى يومنا هذا.

4. في عهد الولاة:

صارت ميلة في عهد الولاة مقرا إداريا وعسكريا ملحقا بالقيروان وكان المذهب السني السائد في المنطقة خلال القرن الثاني هجري والثامن ميلادي. أما المذاهب الأخرى فوردت إليها مع النازحين من المشرقيين وخاصة منهم الخوارج الصوفية والإباضية الذين استقروا بالمغرب الأقصى والأوسط عن الخلافة الأموية بعد ثورة مسيرة المدغري سنة (122هـ، 739م)، مما أدى عبد الرحمن الفهري بن حبيب إلى محاربة الخوارج سنة (131هـ، 745م) وإبعادهم عن منطقة "تهودة"، وذلك بتعيين عمال أكفاء في مناطق مهمة غرب إفريقيا وكان "مصال بن حماد" قائدا على مدينة ميلة، فتصدى للخوارج وحاربهم وأجبرهم على دفع الضرائب، وخلال النصف الثاني من القرن الثاني هجري (نهاية القرن الثامن ميلادي)، ثار بعض القادة الخرسنيين ضد السلطة في القيروان بقيادة "عبد الله بن الجارود" المعروف بـ "عبدويه" فانصر على جند تونس وغيرها من مدن إفريقيا، وكان صاحب ميلة حينها القائد "مالك بن المنذر الكلبي" الذي هب لنجدة القيروان بجيش جمعه من قبيلة كتامة فاستولى على تونس وعندما علم "ابن الجارود" تقدم نحو تونس وخاض مع صاحب ميلة معركة اقتتلا فيها قتلا شديدا كان النصر فيها "لأبن الجارود"، وكان والي طبة حينذاك يتربقب الأحداث وعند إنهزام جيش ميلة بقيادة "مالك بن المنذر" تقدم نحو القيروان للدفاع عنها والتصدي "لأبن الجارود"، فتمكن من هزيمته وتحرير النصر للقيروان وتضاعف اهتمامهم بها فأحدثوا تنظيما إداريا جديدا لإفريقية حيث أصبحت "طبة" عاصمة لولاية شاسعة وصارت مدينة ميلة ضمن إقليم الزاب تابعة إداريا إلى مدينة "طبة".

5. في عهد الأغالبة والفاطميين:

عند حكم الأغالبة لمدينة ميلة فقدت هذه الأخيرة أهميتها السياسية وأصبحت في ظل حكمهم جزءا من إقليم الزاب، وفي سنة (288هـ، 900م) دخل أبو عبيد الله الشيعي بلاد كتامة وعرف من شيوخها أنها تتمتع باستقلالية في تسيير شؤونها، وأن صلتها بالسلطة في القيروان كانت ضعيفة فشجعه في ذلك على الاستقرار في أرض كتامة في فج "الأخيار" أو "إكجان"، وحين أصابه المرض نصحه الأطباء بالتنقل إلى ميلة للعلاج بمياه حماماتها، التي بها نبع له ميزة الشفاء من الحمى، الذي عرف بعين الحمى، كما وجد بها نبع آخر يسمى "عين أبي السباع" وعندما نزل أبي عبد الله بها فترة جعلت صاحب المدينة الحاكم الأغلبي (261، 289) هـ (902،

876م "موسى بن العباس بن عبد الصمد" يتخوف من نشره المذهب الشيعي بها وبأرض كتامة، فسعى إلى القبض عليه وتسليمه إلى الحاكم الأغلي بإفريقية "أبي عبد الله إبراهيم بن أحمد"، ولكن نشاطه ازداد انتشارا في أرض كتامة ومعها ميلة، إلى أن أصبح يشكل خطرا عليهم فاتحدوا فيما بينهم، فقاتلهم وزحف إلى ميلة وقاتل أهلها وأخذ أرضها وكان ذلك سنة (290 هـ، 903م)، فعين عليها واليا جديدا يسمى أبو يوسف مكنون بن ضارة الأوجاني أو الإكجاني"، ثم توجه إلى قاعدته بتازروت، ولما سمع زيادة الله الأغلي جهز جيشا واتجه نحو تازروت فوجدها خالية، فأمر بتهديمها وإحراقها ثم توجه إلى ميلة فوجدها كذلك فعسكر الجيش الأغلي بها، ثم واصل سيره إلى إكجان أين حوَصِر من طرف الكتاميين فهزم الجيش الأغلي، ومنذ ذلك الحين توالى الهزائم على الأغلبية، وزادت إنتصارات الفاطميين إلى أن دخل الداعية إلى القيروان وراقدة العباسية وأسقط الدولة الأغلبية سنة (298 هـ، 908م).

6. في عهد الزيريين:

بعد إنتقال الخليفة المعز لدين الله الفاطمي (352 هـ-953م / 365 هـ-975م) إلى مصر سنة (361 هـ-971م)، ترك ولاية المغرب إلى بلكين بن زيري، وذلك بعد أن قضى الفاطميون نحو ستين سنة في بلاد المغرب يوسعون رقعة أملاكهم ينشرون مذهبهم ويبثون بدعوتهم، حيث تذكر المصادر أن سكان ميلة قاموا بثورة ضد الحاكم الزيريين المنصور ابن أبي الفتح سنة (378 هـ-988م)، وإمتنعوا عن دفع الضرائب وكان ولائهم ضعيف لأن كتامة ترى أن الحكم أحق إليها من الزيريين الصنهاجيين باعتبارهم ساهموا في بناء الدولة الفاطمية وأصحاب إنتصاراتهم في المشرق والمغرب، فزحف إليهم الحاكم بجيش كبير أرعب أهل كتامة ولكنه أوقف الزحف، واتخذ قرار تهجير الأهالي وطردهم إلى "باغاي" قرب مدينة خنشلة الحالية، وبقيت ميلة خالية من السكان لفترة من الزمن، وفقدت أهميتها السياسية والعسكرية، ثم أعيد إعمارها وأصبحت تخضع لحاكم قسنطينة، وقد قال الرحالة العبدري: " وكفى ببلاد خلاء وفناء، ألا يوحى ما يوصف إلا ماء وبناء "، أما ليون الإفريقي فقد لاحظ ظاهرتين هما تناقض عدد السكان وتأخرهم من جراء جور الحكام.

7. في العهد الحمادي:

منذ الفترة (5 هـ، 11م) رجع إليها رونقها في العهد الحمادي، حيث إزدهرت وتطورت بتطور عمرانها إثر إهتمام الحكام بها فصارت مقرا رئيسا للحاكم الحمادي، وساعدها في ذلك أراضيها الخصبة وموقعها الرابط بين المدن الساحلية والداخلية وقد وصفها البكري بقوله: "من غرر مدن الزاب"، وعنها قال الإدريسي " أشجارها وفواكهها كثيرة ومياها غرة وأهلها أخلاط البربر جملة، والعرب تحكم بخارجها ". حوصرت مدينة ميلة من طرف بني هلال، وقد هوجمت عدة مرات إلا أنها استطاعت التصدي لهم وردهم على أعقابهم وذلك بفضل سكانها، فلم يستطع هؤلاء الأعراب إقتحام المدينة لكنهم تمكنوا من السيطرة على الأقاليم المجاورة لها والإستلاء على معظم الممتلكات وأراضي الدولة الزيرية لما عرفت الأراضي الكتامية صراعا بين حماد (398، 419 هـ) (1007، 1028 م) والمعز بن باديس (406، 453 هـ) (997، 1015 م)، حيث

الفصل الثالث _____ دور النشاط السياحي في التنمية المحلية بولاية ميلة

إستطاع المعز إستعادة قسنطينة وتيديس وميلة وسطيف سنة (408، 999 م، ولكن سرعان ما إستعاد حماد هذه المناطق خلال القرن الخامس هجري والحادي عشر ميلادي. لقد تميزت منطقة ميلة في هذه الفترة بنهضة إقتصادية وذلك راجع إلى خصوبة أراضيها ووقوعها على الطرق التجارية.

8. في عهد الموحدين (524، 558هـ) (1130، 1163 م):

قامت دولة الموحدين على يد الفقيه "أبو عبد الله محمد بن تومرت" بالمغرب الأقصى وانتشرت دعوته في مناطق عديدة في المغرب الأوسط، وكان عندما يقيم في كل مدينة يمر بها بالتدريس والامر بالمعروف والنهي عن المنكر، كما تمكن خليفته " عبد المؤمن بن علي " من بسط نفوذه وسلطانه بواسطة قواته العسكرية إلى الحواضر المغربية الكبرى مثل تلمسان، الجزائر، بجاية، ولا يستبعد أن يكون قد توجه إلى مدينتي سطيف وميلة، قبل أن يستولي على مدينة قسنطينة سنة (548هـ، 1154م)، ولعل هذه الأخيرة كانت في هذه الفترة ذات أهمية معتبرة وأن دورها كعاصمة للإقليم بدأ يعود إليها بالتدرج، وبالتالي صارت ميلة بدرجة أقل منها إداريا وعسكريا ولم يكن لها دور بارز لكنها كانت تتأثر بالوقائع التي تحدث حولها خاصة في مدينة قسنطينة، كالحروب التي شنت ضد الموحدين، وظلت مدينة ميلة تحت الحكم الموحي ما يفوق السبعين سنة إلى أن هزم المسلمون في الأندلس "معركة العقاب" سنة (609هـ، 1212م)، وضعفت الدولة الموحدية بسبب وفاة الحاكم "يعقوب المنصور" فانقسم المغرب إلى ثلاثة دويلات:

- الدولة الحفصية وعاصمتها تونس سنة (625هـ، 1227م).
- الدولة الزيانية وعاصمتها تلمسان سنة (633هـ، 1235م).
- الدولة المرينية وعاصمتها فاس سنة (668هـ، 1267م).

9. في العهد الحفصي:

بعد إنقسام المغرب الإسلامي إلى ثلاثة دويلات، كانت مدينة ميلة ضمن الإقليم الإفريقي الخاضع للدولة الحفصية، وكانت ميلة في هذه الحقبة من المدن التي تدور في فلك مدينة قسنطينة.

10. في العهد العثماني:

بعد إعلان الجزائر تبعيتها للخلافة العثمانية سنة (913هـ، 1516م) شهدت تغيرات إدارية، حيث أصبحت ميلة تابعة إلى بايلك الشرق، تخضع لسلطة داي قسنطينة، وتذكر المصادر أنها كانت تلعب دورا إقتصاديا هاما، فهي مخزن الداي.

وقد عمل العثمانيون على إصلاح مبانيها ومساجدها كالرحمانية، والقصبة، والأسوار، والقلاع، وتجديد مجاري وسدود المياه، وتميز عمرانها في هذا العهد بجمعه بين الطابع العربي الإسلامي التركي، وفي حين عرفت التجارة والزراعة والصناعات والفنون ازدهارا خاصا بهذا العهد أيضا، وتضم عدة معالم تعود إلى فترة الحكم العثماني ولعل أهمها قصر الآغا بـ"فرجيوة" ومسجد سيدي بويحي.

المطلب الثالث: المعطيات الديموغرافية

سنحاول في هذا المطلب التطرق إلى توزيع السكان الولاية عبر البلديات وحسب الريف والحضر وحسب الفئات العمرية.

أولاً: توزيع سكان ولاية ميله عبر بلدياتها

يتوزع سكان ولاية ميله عبر 32 بلدية وموزعة بأعداد متفاوتة بين الجنسين (ذكور وإناث) وذلك حسب الجدول التالي:

جدول رقم (07): توزيع سكان ولاية ميله عبر بلدياتها

بما في ذلك		المجموع	البلدية
الإناث	الذكور		
36140	36097	72237	ميلة
4171	4287	8458	عين التين
2616	2551	55167	سيدي خليفة
22134	22437	44571	القرارم قوقة
5975	5907	11882	حمالة
12222	12345	24567	سيدي مروان
7723	7939	15662	شيقارة
10311	10647	20958	واد النجاء
8445	8692	17137	احمد راشدي
9246	9505	18751	زغاية
14235	14459	28694	الرواشد
4925	5015	9940	تبيرقنت
12426	12421	24847	ترعي بابنان
10382	10064	20446	اعميرة اراس
8355	8281	16636	تسالة لمطاعي
26651	26684	53335	فرجيوة
6260	6531	12791	يحي بني قشة
8963	9200	18163	تسدان حدادة
11802	12195	23997	مينار زارزة
10671	10988	21659	بوحاتم

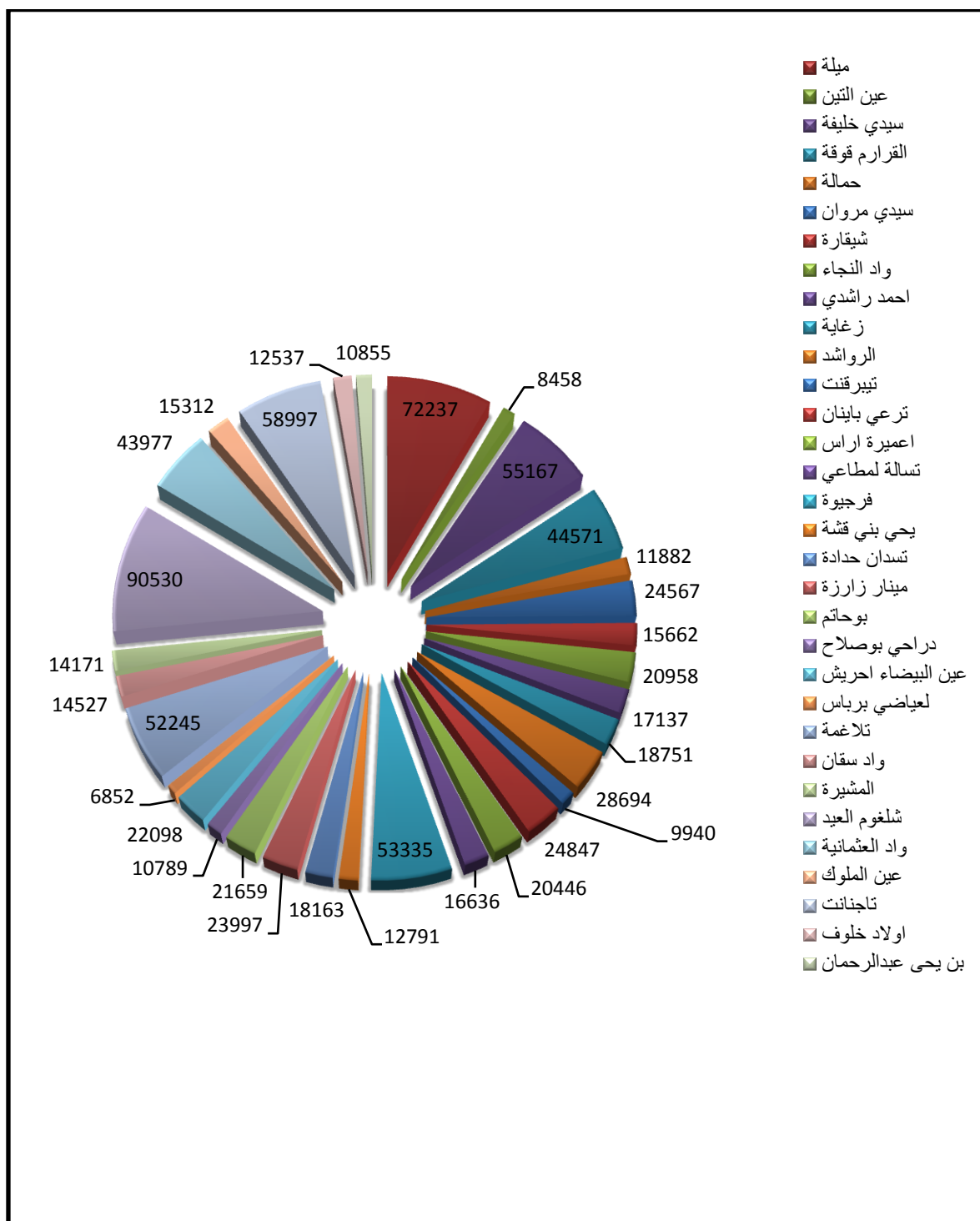
5398	5391	10789	دراحي بوصلاح
10826	11272	22098	عين البيضاء احريش
3375	3477	6852	لعياضي برباس
25271	26974	52245	تلاغمة
7187	7340	14527	واد سقان
7047	7124	14171	المشيرة
45030	45500	90530	شلغوم العيد
21936	22041	43977	واد العثمانية
7443	7869	15312	عين الملوك
29274	29723	58997	تاجنانت
6162	6375	12537	اولاد خلوف
5312	5543	10855	بن يحيى عبدالرحمان
407914	414874	822788	مجموع الولاية

المصدر: DPSB

(DIRECTION DE LA PROGRAMMATION ET SUIVI BUDGETAIRES DE LA WILAYA DE MILA)

من خلال الجدول نلاحظ أن إحصائيات توزيع السكان عبر البلديات خلال 2012/12/31، حيث يقدر المجموع الكلي لسكان الولاية بـ 822788 نسمة حيث تنقسم إلى 414874 نسمة من الذكور و 407914 من الإناث.

الشكل (15): توزيع سكان ولاية ميلة عبر بلدياتها



من خلال الشكل نلاحظ أن إحصائيات توزيع السكان عبر البلديات حيث تختلف الكثافة السكانية من بلدية إلى أخرى إذ تتمركز أكبر نسبة من السكان في بلدية شلغوم العيد تليها بلدية ميلة. وأقل حيز تأخذه بلدية لعياضي بارياس.

ثانيا: توزيع السكان حسب المناطق الحضرية والريفية

يتوزع سكان ولاية ميلة حسب المناطق الحضرية والريفية وموزعة بأعداد متفاوتة والجدول التالي يوضح ذلك:

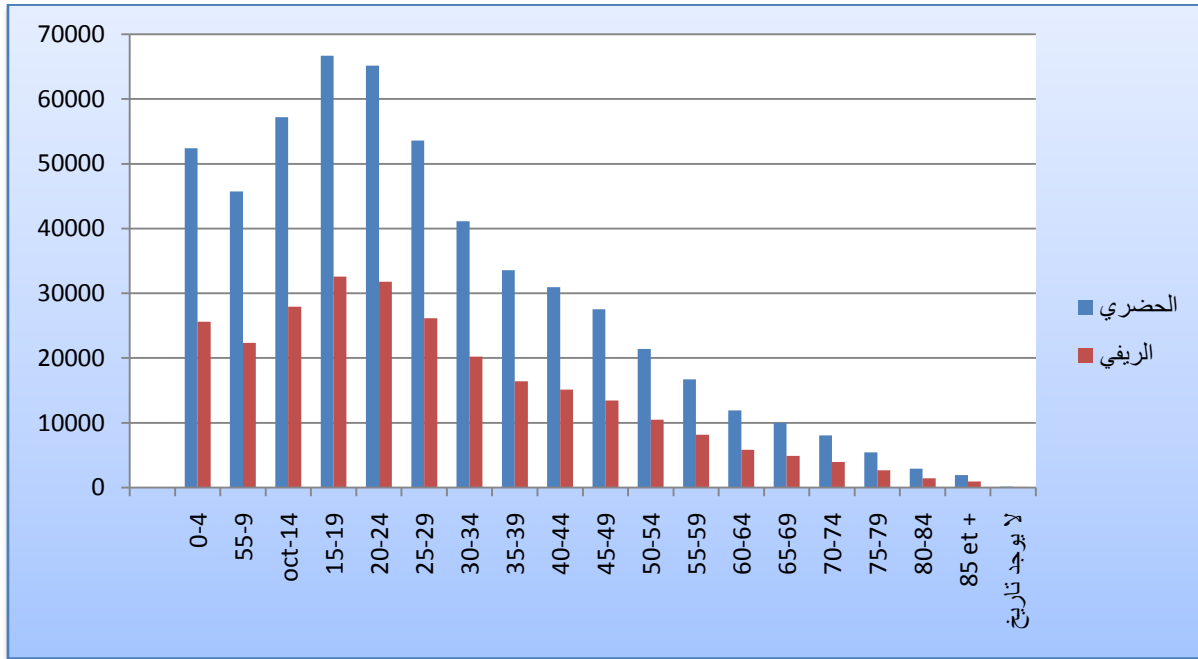
الجدول (08): توزيع السكان حسب المناطق الحضرية والريفية (الجنس والفئات العمرية)

الريفي			الحضري			الفئات العمرية
المجموع	إناث	ذكور	المجموع	إناث	ذكور	
25592	12497	13095	52409	25593	26816	0-4
22321	10975	11346	45710	22475	23235	5-9
27936	13686	14250	57207	28026	29181	10-14
32553	16134	16419	66666	33041	33625	15-19
31807	15681	16126	65135	32112	33023	20-24
26159	12882	13277	53567	26379	27188	25-29
20230	10135	10095	41126	20754	20672	30-34
16397	8318	8079	33580	17035	16545	35-39
15118	6743	7475	30960	15652	15308	40-44
13452	6795	6657	27548	13916	13632	45-49
10464	5241	5223	21429	10732	10697	50-54
8162	3997	4165	16712	8184	8528	55-59
5829	2916	2913	11936	5971	5965	60-64
4885	2502	2383	10003	5123	4880	65-69
3939	1912	2027	8066	3915	4151	70-74
2661	1306	1355	5450	2676	2774	75-79
1426	688	738	2919	1408	1511	80-84
948	485	463	1939	992	947	85 et +
81	53	28	166	108	58	لا يوجد تاريخ
269956	133844	136112	552832	274094	278738	المجموع

المصدر: DPSB

من خلال الجدول نلاحظ إحصائيات توزيع السكان حسب المناطق الحضرية والريفية خلال 2012/12/31، وتختلف الكثافة السكانية بين الريف والحضر إذ تتمركز أكبر نسبة من السكان، في الحضر بـ: 552832 نسمة وفي الريف بـ 269956 نسمة، حيث نجد أكثر نسمة من الذكور والإناث يتمركزون في الحضر وهذا راجع بقربها من المرافق الاجتماعية.

الشكل (16): توزيع السكان حسب المناطق الحضرية والريفية



من خلال الشكل نلاحظ إحصائيات توزيع السكان حسب المناطق الحضرية والريفية خلال 2012/12/31، وتختلف الكثافة السكانية بين الريف والحضر إذ تتمركز أكبر نسبة من السكان في المناطق الحضرية في الفترة ما بين 15-19 و 20-24 سنة، حيث تقدر الكثافة السكانية في الحضر بـ 552832 نسمة وفي الريف بـ 269956 نسمة.

المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي لولاية ميلة

تعتبر ولاية ميلة محطة لعدة حضارات متعاقبة وتاريخها يشهد على ذلك، حيث تعتبر الموارد التي تزخر بها جاذبة للسياح، فالمنشآت السياحية وما تقدمه من خدمات هي تكملة لما تقدمه هذه الموارد، هذا ما يجعل للولاية برامج تنمية تبني عليها آفاقها المستقبلية وكل هذا سنتطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: الموارد والمنشآت السياحية بالولاية

إن ولاية ميلة تزدهر بموارد سياحية هائلة جعلتها تحتضن أكبر سد في الجزائر مما جعلها عاصمة المياه وتتنوع الآثار فيها من بيزنطية، رومانية، وإسلامية تتربع على جميع أنحاء الولاية، كما يوجد بالولاية منشآت سياحية متنوعة منها الفنادق والحمامات وغيرها.

أولا: الموارد السياحية بولاية ميلة

1. **الصور البيزنطي:** بني هذا السور من طرف القائد سولومون (539-540م) في عهد الإمبراطور جستنيانوس، بلغ طوله 1200 متر وتجاوز عرضه 2.5م أما إرتفاعه فقد بلغ في أقصاه 7م دعم السور بـ 14 برجاً للمراقبة، اثنان عند المدخل الرئيسي والبقية بنيت كنبرات وسط الجدران كما إحتوى السور على أربعة أبواب باب الريبوس في الجهة الشرقية، باب الحديد في الجهة الجنوبية وباب البلد في الجهة الشمالية وهو المدخل الرئيس للمدينة وفي الجهة الغربية باب الجامع¹. (الملحق 02) و(الملحق 03)
2. **مسجد سيدي غانم:** يقع المسجد في الجهة الشرقية لمدينة ميلة القديمة، ويعرف هذا المكان اليوم بالثكنة. قام بتأسيس مسجد سيدي غانم القائد أبو المهاجر دينار المصري الأصل أثناء إقامته بمدينة ميلة (59هـ، 679 م) ويعتبر المسجد أقدم مسجد في الجزائر والثاني في المغرب العربي بعد القيروان². (الملحق 04)
3. **العين الرومانية عين البلد:** يرجع تاريخ بنائها إلى القرن الأول للميلاد، وقد ذكرها البكري في وصفه للمدينة بإسم عين أبي السباع وأنها تتبع من جبل يدعى " مارشو"³. (الملحق 05)
4. **تمثال ملو:** تمثال كبير من الرخام الأبيض كتلة واحدة. إختلفت الآراء حول هوية التمثال فتعددت الأقوال والنظريات ولكن الإعتقاد السائد حول أن التمثال يعود إلى آلهة وثنية محلية⁴. (الملحق 06)
5. **قصر الآغا:** يقع قصر الآغا أو جنان الحاكم في مركز مدينة فرجوة التابعة لولاية ميلة، يرجع بناؤه إلى العهد التركي سنة 1834، بناه الحاج أحمد بوعكاز قائد منطقة فج أمزالة سنة 1834، الذي كان تابعا لبابليك الشرق في عهد أحمد باي وأثناء الإستعمار الفرنسي أصبح القصر مقرا للحاكم العام لفج أمزالة، وقد

¹ مديرية الثقافة لولاية ميلة

² نفس المرجع.

³ نفس المرجع.

⁴ نفس المرجع.

عرف القصر ترميمات كبيرة سنة 1929، صنف ضمن التراث الوطني سنة 1998، المساحة المبنية هي 800 م² ومساحة الحديقة 2000 م² المساحة الإجمالية 2800 م² ¹ (الملحق 07)

6. **السجن الأحمر** : بقايا تاريخية من الحقبة الإستعمارية 1955، مساحتها 200 م²، يوجد فيه جانبين الأول الإدارة والثاني عبارة عن سجن وهو مؤلف من طقمين، الأول ثلاث خلايا للمحكوم عليهم. وثمانية خلايا للمحولين وتسعة خلايا للسجناء، والثاني أربعة خلايا للتعذيب وأربعة خلايا للخطرير² (الملحق 08)

7. **مشتة سيدي زروق** : تقع في بلدية الرواشد منطقة سيدي زروق حيث يرجع تاريخ الموقع إلى الفترة الرومانية، وبالتحديد الفترة الرومانية المتأخرة (ق 4م) وهذا استنادا إلى قطعة الفخار السيجيلي التي عثر عليها بالموقع، إضافة إلى أن أسلوب الصنع يشبه طراز اللوحات الفسيفسائية المعروفة خلال هذه الفترة وهي ثلاثة لوحات وهي كما يلي ³:

أ. **اللوحه الفسيفسائية رقم 01**: لوحة غير كاملة، مشهدها الرئيسي متكون من تمثيل لحصانين وشخصين مع كتابة لاتينية على مستويين نجدها فوق الحصان الذي يزين الجهة السفلى للوحة، أما الإطار الخارجي للوحة متكون من زخارف نباتية وهندسية تليها حافة خارجية متكونة من مكعبات سوداء وبيضاء، تقدر المساحة بـ 4.82 متر.

ب. **اللوحه الفسيفسائية رقم 02**: لوحة فسيفسائية هندسية ونباتية كاملة، يتكون مشهدها الرئيسي من مربعات مملوءة بأشكال هندسية تمثل أمواج ومعينات تتخللها أربعة أزهار السوسن إثنان منها محور. الإطار الخارجي للوحة: بداخله جديلة زخرفيه مساحتها 12.39 متر.

ت. **اللوحه الفسيفسائية رقم 03**: تمثل محارة كاملة، يتكون مشهدها الرئيسي من جزأين: العلوي عبارة عن محارة حافتها تمثل أمواج، والسفلي يتكون من أشكال هندسية، معينات تتخللها أزهار السوسن إثنان منها محور، وأزهار بثمان بتيلات. مساحتها 30.1 متر. (الملحق 09)

8. **مغارات**: تجدر الإشارة إلى وجود عدة كهوف على المستوى البلديات ومنها⁴:

أ. **مغارة دار الظلام** : تقع في بلدية فرجيوة تعتبر مغارة ذات مقاسات كبيرة مدخلها 6.5 م إرتفاعها 60 م وعرضها حوالي 25م يحتمل إن الرومان استعملوها وهذا لوجود قطع من الفخار موزعة في أرضيتها.

ب. **مغارة جبل فلتان** : توجد ببلدية واد سقان وهي تعود لفترة ما قبل التاريخ أكتشفت من طرف دوبريج سنة 1913 م المغارة عرضها 4م والارتفاع 3م عثر على بعض الأدوات الحجرية تعود إلى العصر الأولى.

¹ مديرية الثقافة لولاية ميله.

² Monographie touristique mila, op-cit , p70

³ مديرية الثقافة لولاية ميله.

⁴ الدليل السياحي لولاية ميله، مديرية السياحة لولاية ميله، ص 8.

9. **المشيرة:** يروي بأن مشيرة تخفي في طياتها مدينة رومانية بأكملها غير أن أهميتها لاتزال مجهولة وهذه الآثار في الهواء الطلق يمكن لعامة الناس رؤيتها هذا ما يشجع السياحة ومن أهم هذه المناطق نجد¹:
- أ. **مشتة بوتخمان:** مدينة أثرية رومانية مهمة جدا في التاريخ القديم، تتربع على مساحة حوالي 20 هكتارا، اكتشفت المدينة لأول مرة من طرف فيرود Feraud سنة 1864. وأهم ما هو بارز في الموقع ما يلي:
- محطة تعود إلى ما قبل التاريخ تتمثل في حلزونية تقع على ضفاف واد المشتة تضم الكثير من الصناعة الحجرية الصوانية.
 - بنايات وأثار عمرانية كبيرة، معاصر زيتون، مقبرة في الجنوب الغربي، بقايا أعمدة وتيجان والمسكوكات البرونزية.
 - عدد من المعالم المسيحية أهمها 06 كنائس.
- ب. **عين مشيرة:** موقع اثري مهم يحتوي على العديد من العناصر الأثرية المختلفة. يعود أصل التسمية أنها مشتقة من الكلمة البربرية مشارة والتي تعني الزاهية أو المبتهجة يقع الموقع جنوب بلدية المشيرة على تلال السفح الشمالي الغربي لجبل غرور يضم الموقع عدد من المجموعات الأثرية.
- ت. **مشتة بن عيسى:** أثار لأسس بنايات رومانية من الحجارة المصقولة كبيرة الحجم تقع جنوب مشته المحارزة 500 م شمال مشته بن عيسى اكتشفت سنة 2003. (الملحق 10)
- ث. **آبار أغلاد:** عبارة عن بئرين يرجعان للفترة الرومانية، يتميزان بطابع معماري جميل يعكس الدوق الرفيع للمهندس الروماني، وكذا الاهتمام البالغ الذي كانت توليه الإمبراطورية الرومانية لنظام الري في ذلك الوقت. البئران ذا شكل أسطواني، مبنيان بحجارة صقلت بدقة وعناية ينتهيان بسقف على شكل قبة. فيهما فتحة على شكل نافذة مستطيلة تنتهي بساكف مقوس. فتحة كلا البئرين تتجهان ناحية الشمال، البئران قطرها 0.80م وعمقهما حوالي 7م. (الملحق 11)
10. **مشتة البعالة:** تقع مشتة لبعالة على بعد حوالي 3 كلم غرب منطقة بومالك ببلدية واد العثمانية ولاية ميله وهي مجموعة من الآثار الرومانية الهامة منحوتة في الصخور، تتوزع على ضفتي وادي البعالة يتربع على مساحة معتبرة تقدر بحوالي 6 هكتارات، وتتكون المشتة من أربعة أقسام وهي²:
- القسم الأول:** يقع شمال غرب المشتة تقريبا على الهضبة حيث نلاحظ إثنا عشر ثقب منحوتة على طول الصخر قطرها حوالي 20سم.
- القسم الثاني:** يتكون من حوضين للسباحة منحوتين في صخر، الحوض الكبير مساحته 4*35.5 م بأربعة فتحات تطل على الواد ويمكن النزول إلى الحوض بواسطة درجين منحوتين في نفس الصخر، أما الحوض الصغير لا يتجاوز طوله 2م، توجد أمامه غرفة مستطيلة مبلطة بفسيفساء لا تزال بعض الآثار منها.

¹ مديرية الثقافة لولاية ميله.

² مديرية السياحة لولاية ميله.

القسم الثالث : هو مخطط محادي لأحواض السباحة وعند بداية الصخر المتكون من الحجارة الصلبة طوله حوالي 20م وعرضه 6م، منحوتة في الصخر وهناك رواق 20م وعرضه 6 أمتار ويمكن الدخول إليه بواسطة درجين منحوتين في نفس الصخر يوصلان إلى منصة صغيرة غير مغطاة.

القسم الرابع : وهي مماثلة للقسم الثالث والثاني ولكن على الضفة الأخرى من الواد توجد منصة دائرية مدخلها الرئيسي عبارة عن مدخنة فوقها يوجد سرداب يقود إلى العديد من الغرف المنحوتة داخل الجبل. حيث تكمن أهمية الآثار في أنها تغطي مساحة كبيرة تعطي صورة كاملة وشاملة لحالة الرخاء والإزهار الذي ساد في تلك الفترة. يتربع على مساحة معتبرة ويمتد على ضفتي نهر البعالة.

أهم خصوصية للموقع أن كل البنايات والأحواض والمساح والمجاري المائية والنقائش منحوتة في الصخر المتواجد على امتداد ضفتي النهر حيث استغلت تلك الصخور ونحتت وجعلت مكان للراحة والاستجمام، حيث توجد العديد من العيون والينابيع بالمكان.

تقنية النحت التي تدل على عظمة الحرفيين في تلك الفترة وطريقة نحتهم للصخور جعل المكان تحفة فنية رائعة. لا يمكن رؤية الموقع من بعيد إلا إذا تم الولوج إلى ضفة النهر.

كثرة المغارات والغرف المنحوتة بها. ثراء الموقع من الناحية المعمارية الفنية من النحت والنقش على الصخور، الفسيفساء... الخ وهذا ما يدل على أن المكان كان مخصص لفئة أو طبقة معينة من المجتمع كمكان للراحة والاستجمام والتعب بعيدا عن المدن. (الملحق 12)

11. موقع بني هارون : يتواجد موقع بني هارون في بلدية حمالة دائرة قارم قوقة فيبعد عن موقع الولاية بـ 15 كلم هذا الموقع الخلاب يحتوي على عدة مواقع جميلة من شأنها أن تصنع بهجة الزائرين، وتدعمه منطقة التوسع السياحي ذات مساحة تتعدى 1000 هكتارا مؤهلة لاستقبال كل أنواع المشاريع السياحية¹. (الملحق 13)

12. موقع مارشو : يتكون هذا الموقع الخلاب من بساتين تغطي التلال في بلدية ميله ويتميز بمنابعه الباردة صيفا والدافئة شتاء. وكما تدعمه منطقة التوسع السياحي بمساحة تفوق أكثر من 70 هكتارا مبرمجة².

13. موقع تسادن : تعرف منطقة تسادن بمناظر طبيعية تضاريس ومواقع متنوعة ومتفاوتة الجمال، يكتشف الزائر لهذا الموقع: منطقة جبلية غابية، سهول، سفوح جبلية، مسطحات مائية وكل هذا في طبيعة ساحرة عذراء لا تزال على هيئتها الأصلية وتكسو قممها العالية الثلوج في فصل الشتاء ويتراوح إرتفاع جبال المنطقة ما بين 812م إلى 1626م.

كما تتربع على هذا الموقع غابة متكونة من أشجار الفلين (فلين زان وأفار) التي تشغل مساحة قدرها 1049 هكتارا وأشجار البلوط التي تشغل مساحة قدرها 1022 هكتارا.

¹ الدليل السياحي لولاية ميله، مرجع سابق، ص 4.

² نفس المرجع، ص 4.

كما تختص هذه الغابة الأصناف الحيوانية التالية¹:

- الخنزير البري - الحجل - الأرنب البري - الأرنب - السمان - اللقلق - الأطرغلة - الدوري - الحسون (نقار الشوك)

14. **سد بني هارون** : إن سد بني هارون الواقع في بلدية حمالة يعكس على المنطقة طابعا مميزا وساحرا نظرا لإحاطته بالعديد من المناطق السياحية الرائعة والمؤثرة على معنويات الزائر بصفة عفوية فضلا عن توفير وسائل الراحة والإسترخاء ، كما تقام تظاهرات الزوارق الشراعية في السد مما يعطي للموقع أهمية أكبر . (الملحق 14)

ومن أهم النشاطات السياحية التي يمكن ممارستها بعين المكان هي:

- الصيد المائي: نشاطات رياضية كزوارق المتعة والألواح الشراعية، الترحلق المائي والصيد البري والسباحة.
 - وتتربع على ضفاف السد غابة كثيفة تؤهل لجملة من النشاطات الترفيهية منها²:
- تجول المشاة، الفروسية، ركوب الدراجات، المشي الرياضي، تنس

15. الزوايا:

أ. **الزاوية الرحمانية** : تقع في الجهة الجنوبية الشرقية لمدينة ميلة، شرق مسجد أبو المهاجر دينار وخلف مدرسة ابتدائية. تأسست الزاوية سنة 1208 هـ الموافق 1806م من طرف الحاج محمد بن قادة وسميت بهذا الاسم نسبة إلى مؤسس الطريقة الرحمانية محمد بن عبد الرحمان الأزهري. تضم الجهة الشمالية الشرقية للزاوية ضريح به تابوتان خشبيان :

- التابوت الأول: للسيد الخوجة بن إبراهيم المتوفى 15 ذي القعدة 1305 هـ.
- التابوت الثاني: للولي الصالح علي القمري المتوفى 02 جمادى 1285 هـ³

ب. **الزاوية الحنصالية**: تقع في الجهة الشمالية الشرقية لمدينة ميلة، تبعد عن باب البلد بحوالي 100 م، يتم الدخول إلى الزاوية عبر مدخلين، المدخل الرئيسي بالجدار الشمالى ذو شكل مستطيل بمصراعين يعلوه قوس دائري، والآخر في الجدار الغربي وهو مستحدث.

نلج من المدخل الرئيسي إلى رواق طويل في نهايته توجد الميضأة وعلى يساره بيت الصلاة عبارة عن قاعة مستطيلة الشكل ذات أعمدة مربعة. أجزاء الزاوية الداخلية مستحدثة⁴.

ت. **زاوية سيدي عزوز** : من خلال لوحة رخامية مستطيلة الشكل داخل قاعة الصلاة تبين أن الزاوية تم بناؤها سنة 1015 هـ الموافق 1591م وتضم حاليا ضريحا يحمل اسمها⁵

¹ الدليل السياحي لولاية ميلة، مرجع سابق، ص 5.

² نفس المرجع، ص 10.

³ مديرية الثقافة لولاية ميلة.

⁴ نفس المرجع.

⁵ نفس المرجع.

ث. **الزاوية الحملوية** : تقع بالجهة الشمالية الشرقية لبلدية واد سقان زاوية ترجع للفترة العثمانية تنقسم الزاوية إلى ثلاثة أقسام¹:

- الكتلة السكنية: إتخذت شكلا مستطيلا فتحت بها ستة مداخل، ثلاثة منها متصلة بالصحن، إحداهما في الجدار الشرقي وبابان في الجهة الشمالية. أما الأبواب الثلاثة الباقية في الواجهة الشرقية.
- المزار: مشابه لمزار المقر الأول، مربع الشكل مغطى بسقف هرمي.
- مكان إقامة الولي: عبارة عن غرفة مستطيلة الشكل مغطاة بسقف من القرميد.

ج. زاوية سيدي خليفة (سيدي الشيخ الحسين)

تقع بالجهة الغربية الجنوبية لبلدية سيدي خليفة زاوية، ترجع للفترة العثمانية، أسست هذه الزاوية من طرف الشيخ سيدي الحسين بن سيدي الصالح بن محمد عبد الله سيدي محمد وذلك تقريبا في سنة 1220هـ/1806 م. الزاوية عبارة عن مبنى من طابقين لها أربعة مداخل، إثنان بالجهة الشرقية أحدهما المدخل الرئيسي للزاوية ذو مصرعين أما المدخل الثاني ذو مصرعين يؤدي إلى قاعة كبيرة (دار الضياف). المدخل الثالث بالجهة الشمالية ذو مصرعين يؤدي إلى غرفة صغيرة مربعة، أما الرابع بالجهة الغربية بمصرع واحد. إتخذ صحن الزاوية شكلا غير منتظم، كما ضم الطابق الأرضي لها على: بيت الصلاة، غرفتين، مزار، مخزن، ميضأة، دار الضياف (جناح الإستقبال)².

16. **الحرف التقليدية**: تتميز ولاية ميله بمهارات عالية في بعض النشاطات التقليدية ومن بينها: الفخار، النحاس، اللباس التقليدي والحلي التقليدي، الأثاث التقليدية وإنجاز الخزارف السقفية، السلالة (تخصص في الإنتاج الفني المتنوع مثل السلالات والقفاف والكراسي والصحن، ... إلخ). كما تشتهر ولاية ميله بتحضير الكسكي المعروف بالمحور وبهذه المناسبة يقام مهرجان سنوي، كما يعرف بأنواع أخرى من أطباق التقليدية المميزة منها: الشخشوخة، التريدة، البراج، الغرايف، الرفيس، الطمينة، العيش المعروف ببركوكس ...³ (الملحق 15)

ثانيا: المنشآت السياحية

توجد بالولاية مجموعة من المنشآت السياحية منها الحمامات والفنادق والوكالات السياحية... إلخ.

1. الحمامات:

تتوفر الولاية على 13 حمام مستغل موزع على كامل تراب الولاية وتوجد منابع غير مستغلة وتتميز بخصائص متنوعة والجدول التالي يوضح ذلك:

¹ مديرية الثقافة لولاية ميله.

² نفس المرجع.

³ الدليل السياحي لولاية ميله، مرجع سابق، ص 12.

الجدول (09): أهم المنابع الحموية بالولاية

الرقم	تسمية لمؤسسة	البلدية	صاحب المؤسسة	نسبة التدفق	درجة حرارة
01	منبع بني هارون	بلدية حمالة	بوقزولة حسان وبوطيبة أحمد	46 ل/ثا	42°
02	حمام أولاد بوحامة	بلدية ميلة	بوقليع عبد الله	1.41 ل/ثا	44°
03	حمام أولاد عاشور	العياضي بارياس	العياضي بارياس	7.5 ل/ثا	39°
04	منبع بني قشة	يحي بني قشة	لمرس صالح	2 ل/ثا	55°
05	حمام أولاد عيسى	التلاغمة	جالي ميلود	5.7 ل/ثا	53°
06	حمام التلاغمة	التلاغمة	منشار علي	10 ل/ثا	52°
07	حمام الصفصاف	التلاغمة	بلال موني زوجة لفحل ميلود	10 ل/ثا	50°
08	حمام الأخوة شاوش	التلاغمة	شاوش عبد الحكيم	10 ل/ثا	50°
09	حمام أولاد جالي	التلاغمة	منشار عمار	10 ل/ثا	52°
10	حمام منن	التلاغمة	بن أحمد عثمان	14 ل/ثا	53°
11	حمام الشفاء	وادي العثمانية	رنجي ابراهيم	16 ل/ثا	80°
12	حمام الإخوة مناصر	التلاغمة	مناصر بوخميس	10 ل/ثا	52°
13	حمام التوامة	عين الملوك	سعدون فوضيل	08 ل/ثا	60°

المصدر: مديرية السياحة

حمام بني هارون وحمام بني قشة متوقفان وسوف يحولان إلى مشروع محطة حماوية وهي في طور الإنجاز.

- المنابع الغير مستغلة

- منبع قردة ببلدية تبرقنت.
- منبع أولاد الغول ببلدية تسالة امطاعي.
- منبع عين التين ببلدية عين التين.
- منبع بو عريبية ببلدية فرجيو.
- منبع قريصة ببلدية وادي النجاء.
- منبع قروز ببلدية وادي العثمانية.
- منبع دار الشيخ.
- توصلت التحاليل العلمية التي أجريت لهذه المياه إلى جملة من الفوائد العلاجية وهي:¹
- آثار الصدمات العظمية والمفصلية والجراحة العصبية.

¹ الدليل السياحي لولاية ميلة، مرجع سابق، ص 9.

- داء المفاصل المنحلة.
- أمراض الجهاز الهضمي.
- أمراض الجهاز البولي.
- التهابات الأذن والأنف والحنجرة والأمراض التنفسية.
- عوارض نمو الطفل.
- الأمراض الجلدية.
- أمراض القلب.
- بطئ في النمو.

2. الوكالات السياحية:

حيث تضم ولاية ميله سبعة وكالات سياحية نلخصها في الجدول التالي:

جدول رقم (10): الوكالات السياحية المتواجدة بولاية ميله

الرقم	اسم الوكالة	صاحب الوكالة	العنوان	الهاتف والفاكس
01	وكالة دحماني سفريات وخدمات	دحماني عز الدين	حي سيدي بويحي-ميله	031.57.38.84
02	وكالة مديحة للسياحة والسفر	بن زرافة حسين	21 شارع بن التونسي - ميله-	031577450 031573044
03	وكالة سيفاتي للسياحة والسفر	شرفي محمد يزيد	03 حي بن صالح - ميله-	031575284
04	وكالة زاوي للسياحة والسفر	زاوي عبد اللطيف	بلدية وادي النجاء - ميله-	031567328
04	فرع وكالة موندال تور	بن موناخ عمار	01 نهج بويوسف الشريف - بلدية فرجيوة-	031595173
06	وكالة فرحات تور	بوسعيد عبد الحفيظ	حي 80 مسكن تساهمي عمارة 05 رقم 71-فرجيوة-	/
07	فرع وكالة مديحة للسياحة والسفر	بن زرافة بشير	حي السوق رقم 14 الطابق الأرضي-شलगوم العيد-	/

المصدر: مديرية السياحة

الفصل الثالث _____ دور النشاط السياحي في التنمية المحلية بولاية ميلة

إن الوكالات السياحية المتواجدة بالولاية أغلب نشاطها يتمحور في تقديم خدمات الحج والعمرة وكالة موندريال تور تم غلقها في سنة 2014. وتوجد وكالتين جديدتان هما:

- وكالة يرجانة للسياحة والسفر ب ميلة.
- فرع وكالة خادري للسياحة والسفر ب تاجنانت.

3. الفنادق:

يوجد على مستوى ولاية ميلة 5 فنادق يتم توضيحها في الجدول التالي: بقدرة إيواء إجمالية تقدر بـ 232 سرير و 108 غرفة والتي ساهمت هذه الفنادق بتوفير العديد من مناصب الشغل وتوفير الخدمات المقدمة للقاطنين بها وهي :

جدول رقم (11): الفنادق المتواجدة بولاية ميلة

الرقم	أسم الفندق	صاحب الفندق	العنوان	عدد الغرف	عدد الأسرة
01	فندق السلام	بوناموس اسماعيل	حي 500 مسكن-ميلة-	38	68
02	فندق الرمال	زواوة محمد	الطريق الوطني رقم: 05- شلغوم العيد-	40	80
03	نزل سيدي بوزيد	جاد ادريس	الطريق الوطني رقم: 05- شلغوم العيد-	10	24
04	فندق المبروك	قوميدي مبروك	شارع المحطة-تاجنانت-	10	35
05	فندق السفير	عباس صالح	الطريق الوطني رقم: 05- شلغوم العيد-	10	25
المجموع				108	232

المصدر: مديرية السياحة

من خلال الجدول نجد أن الفنادق الخمسة تقدر قدرة إيواء إجمالية تقدر فيها بـ 232 سرير و 108 غرفة، لكن ولا واحد من هذه الفنادق مصنف.

- عملية التصنيف:

- تم إنشاء اللجنة الولائية لتصنيف المؤسسات الفندقية بتاريخ 28 ديسمبر 2011.
- تم تنصيب اللجنة الولائية لتصنيف المؤسسات الفندقية بتاريخ 26 مارس 2012.
- تم مراسلة وتحسيس أصحاب المؤسسات الفندقية منذ تاريخ إنشاء اللجنة إلى غاية يومنا هذا من أجل ضرورة تصنيف الفندق والاسراع في إستكمال ملفات التصنيف.

الفصل الثالث _____ دور النشاط السياحي في التنمية المحلية بولاية ميله

- **ملاحظة:** يعود سبب التأخر في عملية التصنيف إلى نقص في ملفات التصنيف وخاصة شهادة مطابقة البيانات نظرا لعدم الفصل فيها بعد من قبل لجنة الدائرة المختصة طبقا للقانون رقم 15/08 المتعلق بمطابقة البيانات.

الجدول رقم (12): الفنادق المغلقة والمتوقفة عن النشاط

الرقم	اسم الفندق	عدد الغرف	عدد الاسرة	تاريخ الغلق	سبب الغلق
01	فندق السعادة	13	58	11 مارس 2010	أعمال الترميم
02	فندق الأمير	13	31	16 سبتمبر 2009	تم إدانة صاحبه والحكم عليه بالسجن وغلق المؤسسة
المجموع		26	89		

المصدر: مديرية السياحة

من خلال الجدول نجد الفندقين متوقفين عن النشاط هذا يؤثر سلبا على قدرة الإيواء بـ 89 سرير، وتقل أيضا من مناصب الشغل وهذا يؤثر على التنمية بالولاية.

4. الحركة الجموعية:

إن للحركة الجموعية دور فعال في ترقية السياحة والنشاط السياحي على المستوى المحلي لكن هذا ما لا تتوفر عليه الولاية حيث أن النشاطات الجموعية بالولاية ضعيفة حيث أنها تقتصر على وجود جمعيتين فقط كما يبين الجدول التالي:

الجدول (13): الجمعيات المتواجدة بالولاية

إسم الجمعية	تاريخ الاعتماد	إسم ولقب صاحب الجمعية	العنوان ورقم الهاتف
جمعية سياحة الشباب جسور	1997/11/11	سوفي بوزيان	الحي الإداري بلدية التلاغمة 031.56.14.91
جمعية ميلاف السياحية	2001/10/06	بوسبة محمد الصغير	مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية 0775.10.99.82
جمعية سيدي محرز للسياحة والترقية	2009/11/25	بوشحيمة عبد الحليم	بلدية عين البيضاء احريش

المصدر: مديرية السياحة

الفصل الثالث _____ دور النشاط السياحي في التنمية المحلية بولاية ميلة

بالإضافة إلى وجود جمعيتين قيد الإنشاء وهما:

- جمعية تادلاوت للسياحة بلدية وادي النجاء.
- جمعية الأمل للسياحة بلدية دراحي بوصلاح.

5. المطاعم:

يوجد على مستوى الولاية عدد كبير من المطاعم حيث تقدر بحوالى 321 مطعم وأكثرها المطاعم الشعبية، حيث توجد أربعة مطاعم أكثر إقبالا أكثر تنظيما ويتم توضيحها في الجدول التالي:

الجدول (14): أهم المطاعم بالولاية

الهاتف	عنوان	التسمية
0661692334 0770325197	الطريق الوطني رقم 27- حمام بني هارون	مطعم ومقهى الريم الجميل
0770363838	شارع أول نوفمبر-ميلة	مطعم بودودو
0773365078	حي بوالطوط-ميلة	مطعم السطح الكبير
0778061027	حي زغودود علي-ميلة	مطعم عمي جلول

المصدر: الدليل السياحي لولاية ميلة، مديرية السياحة لولاية ميلة، ص 14.

هذه المطاعم تم إنتقائها من طرف مديرية السياحة، وهي كلها غير مصنفة.

6. بيوت الشباب:

توجد بولاية ميلة 05 بيوت شباب أربعة منها في الخدمة وواحدة في طريق الانجاز، ويتم توضيحها في الجدول التالي:

الجدول (15): بيوت الشباب المتواجدة بالولاية

الرقم	بيت الشباب	قدرة الإستعاب	بطاقات الانخراط
01	بيت الشباب ميلة	50 سرير	550
02	بيت الشباب شلغوم العيد	50 سرير	280
03	بيت الشباب فرجوة	70 سرير	189
04	بيت الشباب تاجنانت	50 سرير	175
المجموع		220 سرير	1194

المصدر: مديرية الشباب والرياضة

الخدمات المقدمة من قبل هذه البيوت¹:

- الأنترنت.
- ألعاب فكرية وترفيهية.
- سياحة (الأماكن الأثرية واستكشافية).
- التكوين.
- سهرات فنية (عروض مسرحية وموسيقية).
- دورات رياضية.

ثالثا: توافد السياح إلى ولاية ميلة : في الجدول التالي نلخص السواح المتوافدين إلى الولاية عبر كل الهياكل السليحية بالولاية.

الجدول (16): توافد السياح إلى الولاية

إجمالي السياح	بيوت شباب	قطاع السياحة	حمامات	الفنادق	السنة	
138995	19963	119032	105580	13452	2011	الجزائريين
260449	12863	247586	234908	12678	2012	
284923	19226	265697	252912	12785	2013	
1171	/	1171	/	1171	2011	الأجانب
922	/	922	/	922	2012	
1264	/	1264	/	1078	2013	

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- الملحق 16.
- ديوان الشباب والرياضة

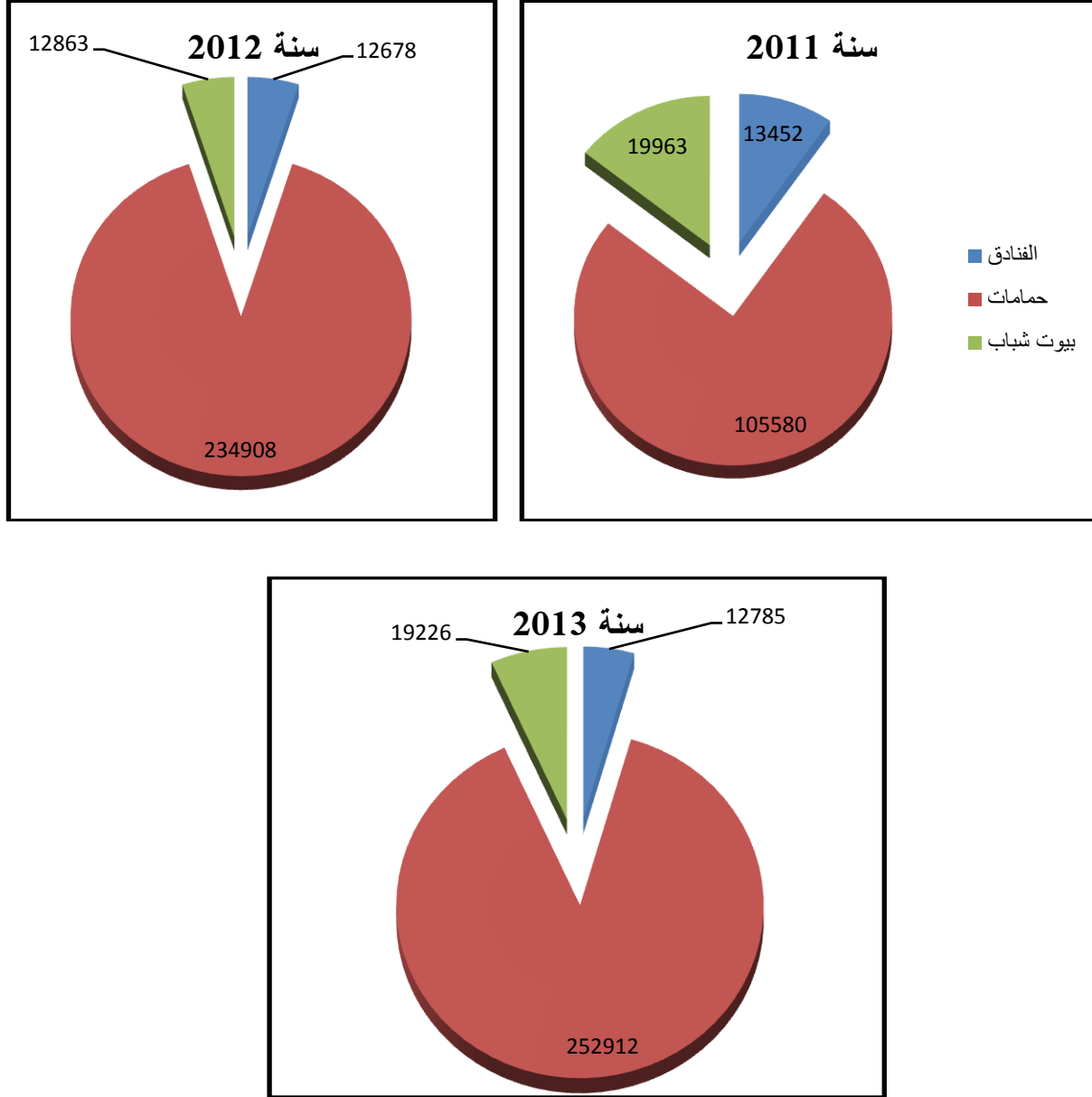
من خلال الجدول نلاحظ توافد السياح إلى الولاية خلال السنوات الثلاثة كان بالنسبة لسواح الجزائريين في تزايد مستمر عبر السنوات الثلاثة فبلغت نسبة التغير من سنة 2011 إلى 2012 بـ 87.38% ومن سنة 2012 إلى 2013 بـ 9.39% ، لكن توافد السواح الأجانب كان متقلبا، حيث شهدت سنة 2012 إنخفاض في عدد السواح مقارنة بسنة 2011 حيث بلغ نسبة التغير للسياح بـ -21.26%، لكن شهدت سنة 2013 زيادة حيث بلغت 37.09% من السواح الأجانب، وهذا راجع إلى سوء الأوضاع الأمنية الغير مستقرة في البلدان المجاورة خاصة في تونس وسوريا بالمقابل وجود إستقرار أمني نسبي في الجزائر، وترجع الزيادة في سنة 2013 أيضا

¹ مديرية الشباب والرياضة

الفصل الثالث _____ دور النشاط السياحي في التنمية المحلية بولاية ميله

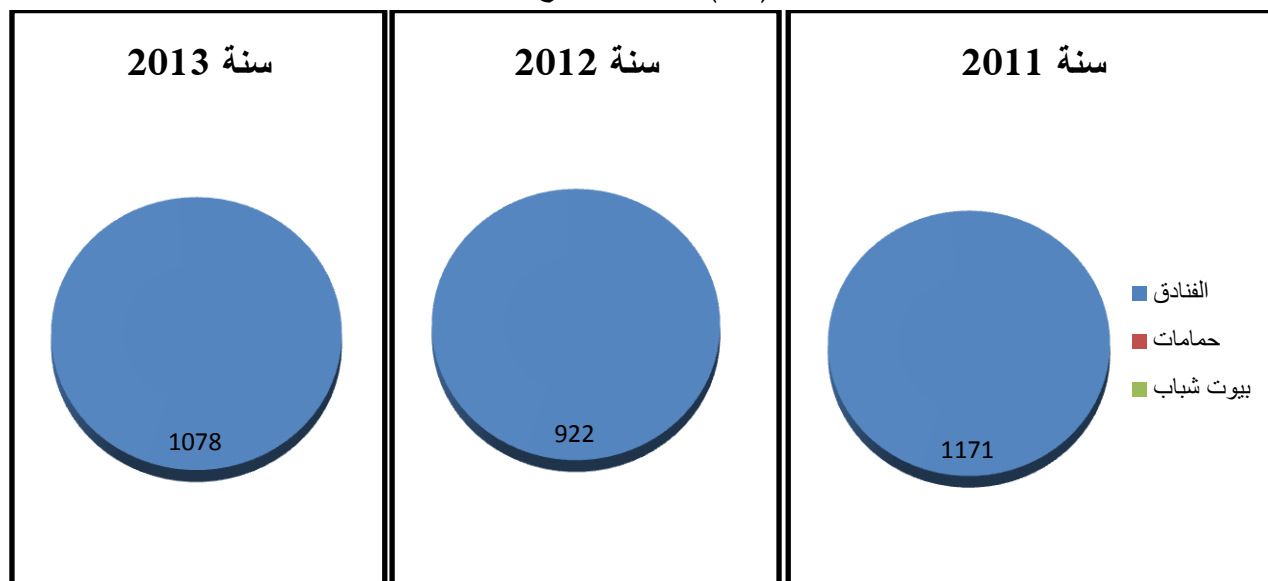
إلى تنظيم الولاية مسابقة الزوارق الشراعية وهذه المسابقة وهذه المسابقة تقام في سد بني هارون وهي تساهم في جذب السواح إلى الولاية.

الشكل (17): توافد السياح الجزائريين



نلاحظ من خلال أشكال أن توافد السياح الجزائريين خلال السنوات الثلاثة متجهين نحو الحمامات وهذا لما تمتاز به من منافع صحية، تليها بيوت الشباب حيث تستقطب أغلبية السياح الشباب وبما تمتاز به من أسعار المبيت المنخفضة والبرامج المقدمة من قبل بيوت الشباب.

الشكل (18): توافد السياح الأجانب



نلاحظ من خلال الشكل توافد السياح الأجانب إلى الولاية خلال السنوات الثلاثة، حيث كان تركز السواح في الفنادق في كل سنة دون الهياكل الأخرى.

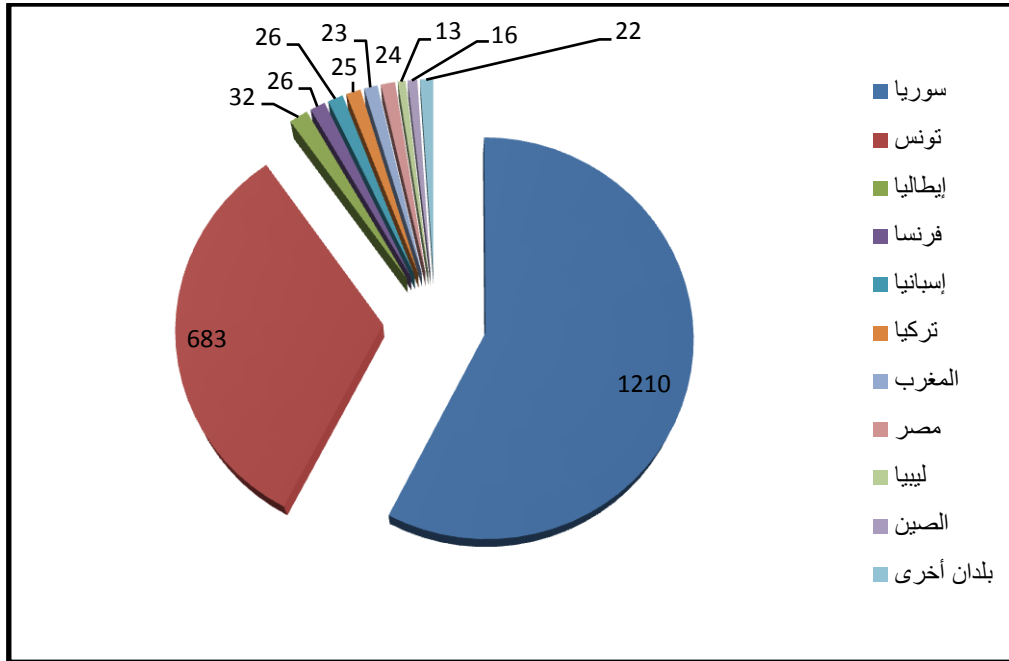
الجدول (17): توزيع جنسيات الأجانب لسنة 2013

المجموع	الليالي	الوافدين	البلد
1210	587	623	سوريا
683	339	344	تونس
32	14	18	إيطاليا
26	10	16	فرنسا
26	12	14	إسبانيا
25	12	13	تركيا
23	12	11	المغرب
24	14	10	مصر
13	07	06	ليبيا
16	11	05	الصين
22	10	12	بلدان أخرى

المصدر: مديرية السياحة

من خلال الجدول نلاحظ جنسيات السياح الأجانب حيث نجد أن أكثر السواح المتوافدين إلى الولاية هم من أصل سوري حيث قدر عددهم بـ 1210 سائح وأقل عدد من السواح هم من ليبيا بعدد قدر 13 سائح.

الشكل (19): توزيع جنسيات الأجانب لسنة 2013



من خلال الشكل نلاحظ أن أكثر المتوافدين إلى الولاية من سوريا وتونس وهذا راجع بسبب الحروب التي شهدها هذه خلال هذه الفترة.

المطلب الثاني: المشاريع الإستثمارية بالولاية

تتوفر الولاية على عدة مشاريع سياحية في طور الإنجاز والمشاريع المصادق عليها ولم تتطلق، مشاريع المتوقفة وهذا ما يتم توضيحه في ما يلي:

أولاً: المشاريع الاستثمار السياحية الخاص -المشاريع السياحية التي في طور الانجاز-

وهي عبارة عن مشاريع فنادق، تهيئة فندق، تهيئة نزل ومحطات حموية ويتم إيجازها في الجدول التالي:

الجدول (18): المشاريع السياحية التي في طور الانجاز

الرقم	صاحب المشروع	المشروع	عدد العمال	عدد الأسرة	العنوان	نسبة تقدم الأشغال	المبلغ المقترح (دج)
01	خلاف خلاف	فندق	15	56	شلغوم العيد	البناء 95% التجهيز 00%	40.000.000.00
02	بوناموس إسماعيل	تهيئة فندق	106	106	ميلة	33%	22.000.000.00
03	حاج عزام رشيد	تهيئة نزل	15	34	الطريق الوطني رقم: 05 تجنانت	البناء 90% التجهيز 100%	5.850.000.00
04	بوقزولة حسان وبوطيبة أحمد	محطة حموية	45	106	بني هارون بلدية حمالة	15%	62.505.000.00
05	مجدوب الطيب وعبد الحميد	فندق	15	72	بلدية قرارم	75%	233.472.154.50
06	بن عميرة فرحات	فندق	101	124	ميلة	65%	212.212.260.00
07	عمراني مصباح	فندق	24	73	تاجنانت	45%	59.992.840.00
08	بن حمو الطاهر	فندق	30	168	شلغوم العيد	55%	450.00.000.00
09	بوصفصاف علي	فندق	30	64	فرجيوة	البناء 100% التجهيز 00%	/
المجموع			381	803			1.086.032.254.50

المصدر: مديرية السياحة

هذه المشاريع سوف يدخل معظمها في الخدمة سنة 2015 و 2016 كأقصى حد إن لم تعترضها مشاكل قاهرة، وستكون بالتالي نقطة البداية أو الإنطلاق في تنمية سياحية حقيقية بالولاية.

ثانيا: المشاريع السياحية التي لم تنطلق (مصادق عليها من طرف الوزارة)

وهي عبارة عن مشاريع فنادق ومحطات حموية ويتم إيجازها في الجدول التالي:

الجدول (19): المشاريع السياحية التي لم تنطلق

الرقم	صاحب المشروع	المشروع	عدد الأسرة	العنوان	ملاحظات
01	لمرس صالح	محطة حموية	68	مشتة الشوارة بلدية يحي بني قشة	في أنتظار رفع تحفظات ملف طلب رخصة البناء
02	الإخوة شادي	فندق	40	التلاغمة	رفض مديرية الفلاحة الموافقة على رخصة البناء لكون قطعة الأرض خارج المحيط العمراني
03	الإخوة بوغرزة	فندق	142	شلغوم العيد	لا يوجد أي تواصل بين المستثمر والمدير ومصالح البلدية
04	سعدون فوضيل	محطة حموية	72	عين الملوك	رفض رخصة البناء لعدم امتلاكه لعقد الملكية
05	منشار عمار	محطة حموية	48	التلاغمة	نقص الغلاف المالي
532					مجموع الأسرة

المصدر: مديرية السياحة

من خلال الجدول أن هذه المشاريع متحصلة على الموافقة لكن تواجهها مشاكل من أجل الإنطلاق في المشاريع، حيث يمكن لها توفير 532 سرير كما يمكن أن توفر مناصب شغل تساعد في التقليل من البطالة.

ثالثا: المشاريع السياحية المتوقعة

وهي عبارة عن مشاريع فنادق، مركبات حموية ونزل ويتم إيجازها في الجدول التالي:

الجدول (20): المشاريع السياحية المتوقعة

الرقم	صاحب المشروع	المشروع	عدد الأسرة	العنوان	نسبة تقدم الأشغال	كلفة المشروع (دج)	ملاحظات
01	بوقلع عبد الله	مركب حموي	44	ميلة	60%	548.040.000.00	رفض طلب رخصة إتمام البناية من طرف لجنة مطابقة البناءات
02	يحي مبروك	فندق	65	فرجيوة	65%	324.696.118.50	متوقف مؤقتا
03	بخوش الشريف	فندق	22	تاجنانت	95%	8.840.000.00	في انتظار الموافقة المبدئية على مخططات توسيع فندق من طرف الوزارة
04	بوالصوف رايح	نزل طريق	19	زغاية	60%	34.046.576.46	في انتظار رفع تحفظات لجنة مطابقة البناءات لملف طلب رخصة إتمام البناية
مجموع الأسرة		172		915.622.634.96			

المصدر: مديرية السياحة

من خلال الجدول نجد أن هناك أربعة مشاريع سياحية متوقعة هذا التوقف يؤثر على التنمية المحلية بالولاية.

المطلب الثالث: البرامج التنموية بالولاية¹

إن كل ما تمتاز به الولاية من مؤهلات سياحية من طبيعية وأثرية هذا يجعلها تطمح لأفاق مستقبلية للنهوض بالتنمية السياحية رغم هذه المؤهلات توجد هناك صعوبات تقف أمام تطوير القطاع السياحي بالولاية.

أولاً: التطلعات المستقبلية ومناطق التوسع السياحي

1. التطلعات المستقبلية: إن أفاق تنمية القطاع السياحي بولاية ميلة مرتبطة أساساً بإستراتيجية الدولة لتطوير وتنمية قطاع السياحة، هذه الإستراتيجية التي بدأت تتضح معالمها في السنوات الأخيرة وعلى الخصوص في سنة 2008 بظهور برنامج الوزارة المعنية والمتمثل في جعل الجزائر وجهة سياحية أوروبية ومتوسطة وحتى عالمياً وذلك من خلال إنجاز المخطط الوطني للتهيئة السياحية الذي ستنبثق منه المخططات الولائية للتهيئة السياحية، هذا المخطط الذي قسم الجزائر إلى أقطاب سياحية ممتازة وأقطاب سياحية بدرجة ثانية أو ثانوية. وقد إستفادت ولاية ميلة في إطار هذا البرنامج مثلها مثل باقي الولايات من عملية دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية في سنة 2010، لكن وللأسف فإن إنطلاقة هذه الدراسة لم تبدأ إلا في أواخر سنة 2013 وستنتهي الدراسة في أواخر سنة 2014.

هذا المخطط سيكون بمثابة خارطة طريق أو دليل للتنمية والتهيئة السياحية بصفة عامة لكل مناطق الولاية، وفي حالة إنجازه بالطريقة اللازمة سوف يفتح المجال للإستثمار السياحي الحقيقي بالولاية. وتتفida لنفس الإستراتيجية وفي إطار برامج أخرى، إستفادت ولاية ميلة من عدة مشاريع عمومية خاصة بالتنمية السياحية، سيكون لها الأثر الإيجابي مستقبلاً في بعث التنمية المحلية بصفة عامة والسياحية على وجه الخصوص بالولاية وتتمثل هذه المشاريع في ما يلي:

- دراسة وتجهيز مركز للإعلام والتوجيه السياحي ببلدية تاجنانت، الذي تم إنجازه في سنة 2009 ولا ينقصه اليوم سوى التجهيز ووضعه فيما بعد في الخدمة.
- دراسة إنجاز وتجهيز مركز للإعلام والتوجيه السياحي بميلة، لم ينطلق لتعذر الحصول على العقار الذي سيقام عليه المشروع.
- دراسة التهيئة لموقع طبيعي لمنطقة بني هارون الدراسة منحت لمكتب دراسات في جانفي 2014. بالإضافة إلى هذه المشاريع العمومية تحصل قطاع السياحة لولاية ميلة في سنة 2014 على الموافقة على عدة مشاريع جد هامة وهي:
- دراسة من أجل تحديد، تصنيف وإنشاء ثمانى مناطق للتوسع السياحي، أهمها منطقة بني هارون لقربها من سد بني هارون ببلدية حمالة.
- دراسة التهيئة لمحطتين مناخيتين لكل من بلديتي تسالة لمطاعي وتسدان حدادة.

¹ مقابلة مع رئيس مصلحة السياحة في مديرية السياحة لولاية ميلة.

الفصل الثالث _____ دور النشاط السياحي في التنمية المحلية بولاية ميلة

- دراسة هيدرو جيولوجية لطبقة المياه الجوفية الحموية بمشتة السمارة ببلدية التلاغمة أين توجد مجموعة من الحمامات التقليدية المستغلة حالياً.
- دراسة تهيئة لموقع طبيعي (غابة تادرار ببلدية القرام قوقة).
- إن هذه المشاريع سيكون لها دور كبير في تنمية وتطوير قطاع السياحة بولاية ميلة شريطة إنجازها في الأجل المحددة لها، حيث أنها ستقضي تماماً على مشاكل كبيرة وخاصة مشكل ندرة العقار السياحي بالولاية أو إنعدامه تماماً، لأن عدم وجود مخطط توجيهي للتهيئة السياحة بالولاية، وإنعدام مناطق التوسع السياحي مدروسة ومهيئة لإستقبال مشاريع سياحية حتي الآن معناه إنعدام العقار المخصص للإستثمار السياحي تماماً، لكن إنجاز المشاريع السالفة الذكر يؤدي إلى إنعاش الإستثمار السياحي بالولاية وبالتالي إلى تنمية سياحية محلية.
- بالإضافة إلى ماسبق ذكره فإن هناك برنامج سياحي محادي تتبناه ولاية ميلة والمتمثل في إنشاء إستثمارات سياحية في إطار اللجنة الولائية للمساعدة على تحديد الموقع وترقية الإستثمار وضبط العقار C.A.L.P.I.R.E.F وخاصة حول سد بني هارون وسد قرروز، منها:
- حديقة تسلية وتربية المائيات وتربية الطيور علي ضفاف سد بني هارون في الجهة التابعة لبلدية الشيفارة،
- مركب سياحي ورياضي بالقرب من سد بني هارون بين بلديتي سيدي مروان وقرام قوقة.
- هذه اللجنة التي منحت الموافقة المبدئية على مشاريع سياحية هامة حول ضفاف هذين السدين ومن بين أهم هذه المشاريع ما يلي:

الجدول (21): ملفات المشاريع السياحية المقبولة في إطار طلبات الإستثمار السياحي

الرقم	لقب وإسم المستثمر	تسمية المشروع	مكان المشروع	المبلغ الإجمالي للمشروع (دج)	عدد العمال	أجل الإنجاز
01	بوراس مراد	فضاء للراحة والتسلية	مارشو-ميلة-	283.403.250.00	30	18 إلى 24 شهر
02	الإخوة بولعراس	حظيرة تسلية	مارشو-ميلة-	863.878.000.00	186	36 شهر
03	Mustunbul générale construction	مركب حماوي سياحي وعلمي	منطقة حمام قروز وادي العثمانية	700.000.000.00	420	36 شهر
04	لعاببي عبد الحفيظ وعبادي فتيحة	مركب حموي	منطقة حمام قروز وادي العثمانية	300.000.000.00	44	/
05	سابغي طارق وعليوات بوبكر	حظيرة تسلية متعددة الخدمات	الطريق السيار شرق-غرب وادي العثمانية	273.500.000.00	1500	07 سنوات
06	حايبي أحمد وبوجلal عبد العزيز	مركب سياحي	شलगوم العيد	280.000.000.00	100	18 شهر
07	أيت جودي أوفلة عز الدين	مجمع سياحي	فرضوة-سيدي مروان	360.300.000.00	110	30 شهر
08	صيد عمر	حديقة تسلية ومركب سياحي	الشيقرة	240.000.000.00	200	03 سنوات
09	زبيش علي	مسبح وفندق	تاجنانت	220.000.000.00	60	24 شهر
10	مجمع خرفية الجزائر	مركب سياحي	شرق-غرب وادي العثمانية	23.000.000.000.00	1500 إلى 2300	24 إلى 48 شهر
المجموع				26.521.081.250.00	4150	

المصدر: مديرية السياحة

إن هذه المشاريع التي هي من الآن في مرحلة إعداد المخططات اللازمة لها والملفات الخاصة برخص البناء وغير ذلك من الإجراءات الإدارية والتقنية اللازمة لتسمح في المستقبل من إعطاء دفعة قوية لقطاع السياحة بصفة خاصة والتنمية المحلية بصفة عامة في الولاية.

2. مناطق التوسع السياحي: تم إقتراح ثمانية مناطق توسع سياحي على مستوى الولاية تمثلت في:

1. منطقة التوسع السياحي بني هارون ببلدية حمالة بمساحة 1000 هكتار.
2. منطقة التوسع السياحي مارشو ببلدية ميله بمساحة 52 هكتار.
3. منطقة التوسع السياحي المجلس السطاح + مرج الصغير ببلدية تسدان حدادة بمساحة 60 هكتار.
4. منطقة التوسع السياحي كدية المقتيلة ببلدية التلازمة بمساحة 50 هكتار.
5. منطقة التوسع السياحي حمام قرور ببلدية وادي العثمانية بمساحة 1.5 هكتار.
6. منطقة التوسع السياحي واشناك ببلدية تسعدان لمطاعي بمساحة 500 هكتار.
7. منطقة التوسع السياحي فج فدلوس ببلدية تسالة لمطاعي بمساحة 60 هكتار.
8. منطقة التوسع السياحي عين أحمد ببلدية مینار زارزة بمساحة 500 هكتار.

ثانيا: تحديد السياحة الواجب تنميتها والهدف من ترقية السياحة بالولاية

1. تحديد السياحة الواجب تنميتها: إن أنواع السياحة الواجب تطويرها وإستغلالها بطريقة تسمح لهذا القطاع

أن يلعب دورا هاما في التنمية المحلية لهذه الولاية، يجب أن تكون مرتبطة مباشرة بالمؤهلات السياحية الطبيعية، الثقافية والإقتصادية التي تملكها هذه الولاية. وأن تتجه الولاية لتنمية سياحتها إستراتيجية التنوع السياحي نظرا لتنوع الموارد السياحية بها

بما أن مؤهلات الولاية في مجال السياحة تتلخص أساسا في ثلاث محاور وهي المؤهلات الطبيعية المرتبطة بالثروة الغابية والمناطق المرتفعة والمناطق الطبيعية الخلابة والطابع الريفي الفلاحي للولاية، الثروة الحموية والمتمثلة في عدد هائل للمنايع و الأبار الحموية المتواجدة بالولاية أكثر من 14 منبع وبئر حموية - 11 عشر منها مستغلة كحمامات تقليدية-، المؤهلات الثقافية الأثرية والتاريخية، حيث تزخر الولاية بالعديد من الآثار الرومانية والإسلامية والمعالم التاريخية التي تعود إلى الحقبة الإستعمارية وقد تم التطرق إليها سابقا وبالنظر إلى كل هذه المؤهلات يمكننا تطوير ثلاث أنواع من السياحة هي:

- **السياحة المناخية والترفيهية:** وذلك باستغلال المناطق الطبيعية الخلابة والغابات والمرتفعات وكذلك سد بني هارون من أجل إنجاز محطات مناخية للتنزه والإستجمام بالمرتفعات، حدائق تسلية وترفيه على ضفاف سد بني هارون، موانئ للتسلية بالسد، لإستغلال سطح مياه السد من أجل خلق أنشطة رياضية مائية كرياضة القوارب الشراعية والتنزه عن طريق اليخوت...إلخ.

- **السياحة الحموية العلاجية:** إن الثروة الحموية التي تمتلكها الولاية كثيرة وذات جودة عالية تؤهلها في

المستقبل لتصبح قطبا من أقطاب السياحة الحموية العلاجية بالجزائر، وذلك بإنجاز مركبات ومحطات حموية علاجية عصرية ذات مستوى عالي في مكان الحمامات التقليدية المتواجدة الآن، إستغلال المنايع

الحموية الغير المستغلة حاليا في خلق مشاريع جديدة لمركبات ومحطات حموية عصرية تشمل على كل المرافق الضرورية (أماكن للعلاج بالمياه الحموية، فنادق، مطاعم ومساحات خضراء مساحات للعب، قاعات للرياضة وإسترجاع اللياقة البدنية...إلخ.

- **السياحة الثقافية :** نظرا لتوفر المؤهلات الثقافية بولاية ميله وتنوعها، كذلك أثار رومانية مصنفة كثرات وطني (مدينة ميلاف، ميله القديمة) وأثار رومانية أخرى منتشرة هنا وهناك بعضها مقترح للتصنيف مستقبلا، أثار بيزنطية وأخرى إسلامية ومعالم تاريخية تعود لثورة التحرير (سجن الأغا ببلدية فرجية) كل هذه المؤهلات لو يتم إستغلالها مستقبلا وذلك بتهيئة محيطها وترميم وإعادة الإعتبار لبعضها وخاصة مسجد سيدي غانم وكذلك إنجاز متاحف أثرية وتاريخية فإننا بذلك سنؤسس لصناعة سياحية ثقافية بأتم معنى الكلمة.

2. **الهدف من ترقية السياحة بالولاية :** إن الهدف من أي تنمية هو التطوير من أجل الوصول إلى الأحسن والتنمية المحلية بصفة عامة تساهم حتما في التنمية الإقتصادية الشاملة. ولأن ولاية ميله تمتلك من المؤهلات الطبيعية، الثقافية التاريخية والسياحية والتي سبق وأن ذكرناها ما يؤهلها للقيام بتنمية سياحية محلية سيكون لها دور كبير في التنمية المحلية. ولأن الولاية تتميز بالطابع الفلاحي المحض إلى جانب إمكانيات تطوير قطاع السياحة، فإن التنمية السياحية ستدفع بالضرورة إلى تطوير القطاع الفلاحي، إن المنتجات الفلاحية المتنوعة وذات الجودة العالية شيء ضروري من أجل تلبية حاجات المطاعم السياحية مثلا كما أن الصناعة الغذائية المرتبطة بالفلاحة ستتطور كذلك لتلبية الطلب عليها الذي سيكون جراء تنمية السياحة. وللتنمية السياحية في ولاية ميله أهداف هامة أخرى أهمها:

- خلق مناصب الشغل المباشرة أي المناصب التي ستكون في الأعمال والخدمات السياحية على مستوى الفنادق، المركبات السياحية، المركبات الحموية...إلخ، ومناصب الشغل الغير مباشرة والمتعلقة بالنشاطات المصاحبة للسياحة مثل التجار الذين سيمولون الهياكل السياحية بالمنتجات الغذائية والفلاحية وغيرها.
- تطوير وإنعاش قطاع النقل بهذه الولاية وخلق مناصب شغل كثيرة بهذا القطاع، فالتنمية السياحية ستؤدي بالضرورة إلى حركة سياحية وبالتالي وجود سياح من ولايات أخرى أو من خارج الوطن، هذه الحركة ستدفع لا محالة بالسلطات المعنية بقطاع النقل الى تطوير هذا القطاع بالولاية وتنويعه، النقل البري بأنواعه و لما لا النقل الجوي.
- إن التنمية السياحية المحلية بالولاية هدفها كذلك دفع السلطات المحلية إلى تخصيص أغلفة مالية خاصة بتمويل مشاريع التهيئة المحلية التي لها علاقة مباشرة بالقطاع السياحي، كتهيئة الساحات العمومية، وكذلك خلق مساحات خضراء داخل المدينة.
- كذلك من أهداف التنمية السياحية بولاية ميله تثمين الإرث الثقافي والتاريخي الذي تزخر به الولاية من خلال ترميم وتهيئة المعالم التاريخية والأثرية لإستغلالها في تطوير ما يعرف بالسياحة الثقافية ومن بين أهم

المعالم الأثرية والتاريخية التي تحتاج فعلا إلى ترميم وتهيئة وترميم المدينة القديمة الرومانية (ميلة القديمة أو ميلاف)، مسجد سيدي غانم أو مسجد أبو المهاجر دينار (أول مسجد بني بالجزائر)، وقصر الأغا أو قصر الحاكم ببلدية فرجيوة.

ثالثا: معوقات التنمية السياحية بولاية ميلة

رغم إمتلاك ولاية ميلة لمؤهلات وثروات سياحية طبيعية، ثقافية وتاريخية هامة، إلا أنها غير مستغلة بطريقة عقلانية وعلمية تسمح بتطوير نشاطات سياحية وخلق هياكل سياحية في المستوي، وبالتالي الوصول إلى صناعة سياحية بمعنى الكلمة قادرة على المساهمة الفعلية في التنمية المحلية (الإقتصادية والإجتماعية وحتى الثقافية للولاية)، لكن هذا لم يكن نظرا لتكاتف العديد من العوائق التي حالت دون ذلك، وأهم هذه العوائق ما يلي:

- غياب إستراتيجية وطنية واضحة المعالم لتطوير وتنمية هذا القطاع والدليل على ذلك أن هذا لم تسيره وزارة مستقلة بذاتها إلا في سنة 1994. مثلا ولاية ميلة أنشأت بها بداية من فيفري 1998 مفتشية السياحة والصناعات التقليدية تم إرتقت إلى مديرية في سنة 2002.
- إنعدام عقار سياحي مهيب ومدرّس لإستقبال إستثمارات سياحية بالولاية، فولاية ميلة لا تمتلك حتي يومنا هذا منطقة توسع سياحي واحدة مهيئة لإستقبال المشاريع السياحية.
- نقص فادح في هياكل الإيواء (الفنادق والمركبات السياحية... إلخ) سواء من الناحية الكمية حيث لا توجد إلا (05) خمسة فنادق أو من الناحية الكيفية كل الفنادق الموجودة غير مصنفة واليد العاملة بها غير مؤهلة في المهن الفندقية.
- نقص كبير في عدد الوكالات السياحية (07 وكالات للسياحة والسفر) وإنعدام الإحترافية في عمل هذه الوكالات، حيث أن جلها تعتمد في عملها على رحلات العمرة والحج للبقاع المقدسة ولا تقوم بجلب السواح من خارج الولاية سواء أجانب أم وطنيون من ولايات أخرى.
- بطئ كبير في وتيرة تنمية وتطوير القطاعات الأخرى وخاصة تلك التي لها علاقة مباشرة بقطاع السياحة مثل: النقل والتجارة والصناعات الغذائية، حيث أن الولاية لا تتوفر على محطة للمسافرين بين الولايات ولا على محطة سكة حديدية ولا على مطار ولو داخلي كما أن وضعية شبكة الطرقات بها كارثية هذا بالنسبة لقطاع النقل، أما بالنسبة لقطاع التجارة فيقتصر أساسا على التجارة المحلية، غياب منطقة تبادل تجاري حرة، أما بالنسبة لقطاع الثقافة فكل المعالم الثقافية والتاريخية غير مستغلة كما نلاحظ الإنعدام التام للمتاحف الأثرية بالولاية.
- عدم إهتمام السلطات المحلية (البلديات، الدوائر، الولاية) حيث أننا نلاحظ غياب تام لبرامج تنمية محلية لها علاقة بالسياحة كتهيئة المواقع السياحية والثقافية الأثرية في إطار ميزانية البلديات أو ميزانية الولاية.

المبحث الثالث: تقييم دور السياحة في تنشيط التنمية المحلية بولاية ميلة

تعتبر السياحة إحدى مصادر توفير لمناصب العمل وزيادة في الإيرادات وجذب المشاريع الاستثمارية المحلية، لولاية ميلة بالإضافة إلى مساهمتها في الحفاظ على الحرف التقليدية من الاندثار وهي بدورها تؤدي إلى تخفيف من حدة البطالة بالولاية.

المطلب الأول: تقييم دور السياحة في خلق مناصب الشغل بالولاية

نتناول في هذا المطلب مدى مساهمة مناصب الشغل في قطاع السياحة بولاية ميلة ونسبة مساهمتها في مجموع مناصب الشغل في مختلف القطاعات بالولاية ، مع العلم أن مناصب الشغل في قطاع السياحة مضاف إليها مناصب الشغل في بيوت الشباب لأن هذه الأخيرة غير تابعة لمديرية السياحة إلا أنها نستقطب نوع من السواح وهم الشباب والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (22): مقارنة مناصب الشغل في قطاع السياحة بمناصب الشغل بمختلف القطاعات الأخرى

السنة	2011	2012	2013
الفنادق	*33	*33	*33
وكالات السياحية	**20	**20	**22
الحمامات	59	65	71
المطاعم	399	408	697
بيوت الشباب	34	34	34
مناصب الشغل في قطاع السياحة	545	560	857
مناصب الشغل في مختلف القطاعات بالولاية	30337	31057	37203
نسبة مساهمة قطاع السياحة %	1.79	1.80	2.30

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- مديرية الصناعة والمؤسسة الصغيرة والمتوسطة وترقية الإستثمار لولاية ميلة.
- مديرية السياحة.
- مديرية الشباب والرياضة

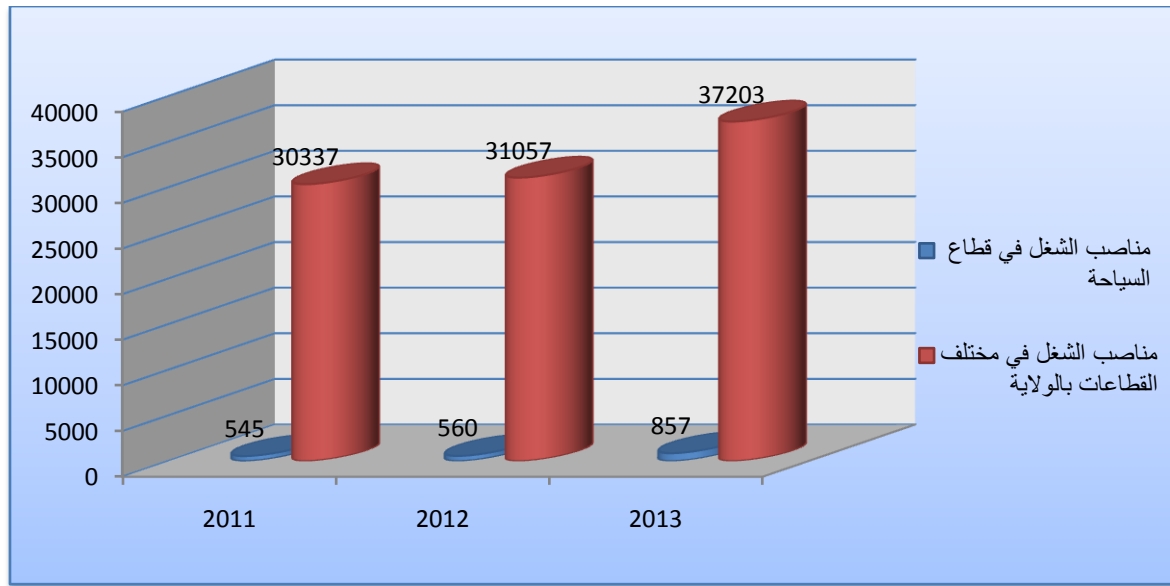
* عدد عمال الفنادق متضمن خمسة (05) عمال فصليين في كل سنة وهذا في فندق الرمال فقط.

** عدد عمال الوكالات يتضمن عاملين فصليين في كل سنة وهذا في وكالة دحماني.

الفصل الثالث دور النشاط السياحي في التنمية المحلية بولاية ميلة

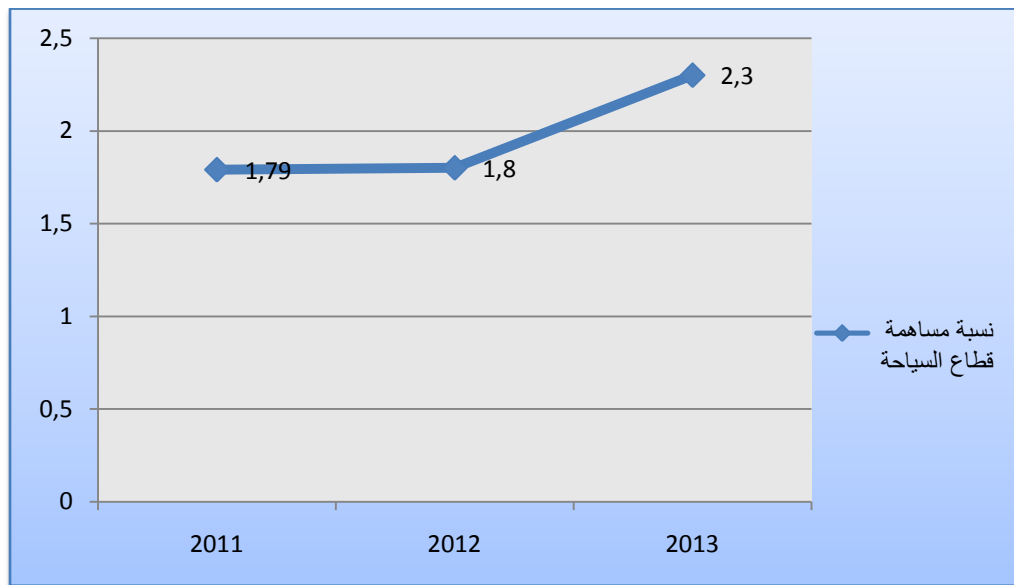
من خلال الجدول نجد أن عدد العمال في زيادة عبر السنوات الثلاثة، حيث أن عدد أكبر من العمال هو متمركز في المطاعم حيث يقدر في سنة 2013 بـ 697 عامل تليها الحمامات بـ 71 عامل، بينما نجد عدد العمال في الفنادق وبيوت الشباب هو ثابت خلال السنوات الثلاثة وبالمقابل نجد عدد العمال في مختلف القطاعات في زيادة عبر السنوات الثلاثة. حيث نجد أن نسبة مساهمة السياحة خلال السنوات الثلاثة حيث بلغ سنة 2013 أعلى نسبة قدرت بـ 2.30٪ لكن تبقى هذه المساهمة ضعيفة جدا. وهذا راجع إلى ضعف في القطاع السياحة رغم أن توافد السياح في تزايد.

الشكل (20): مقارنة مناصب الشغل في قطاع السياحة بمناصب الشغل بمختلف القطاعات الأخرى



نلاحظ من خلال الشكل أن مناصب الشغل التي يوفرها قطاع السياحة بالولاية كان أكبر في سنة 2013 حيث وصلت إلى 857 عامل مقارنة بسنوات 2012 و 2011 التي وصلت على التوالي 560 و 545 عامل. لكن بمقارنة مع عدد العمال في باقي القطاعات فهذا العدد يعتبر قليل جدا وهذا راجع خاصة إلى نقص في طاقات الإيواء مثل الفنادق.

الشكل (21): نسبة مساهمة مناصب الشغل في قطاع السياحة بمناصب الشغل في القطاعات الأخرى



من خلال الشكل نلاحظ زيادة في نسبة المساهمة خلال السنوات الثلاثة حيث كانت زيادة ملحوظة من سنة 2012 إلى سنة 2013.

المطلب الثاني: تقييم دور السياحة في زيادة الإيرادات بالولاية

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى الإيرادات المحققة في قطاع السياحة بالولاية ونسبة مساهمتها في مجموع الإيرادات المحققة في مختلف القطاعات بالولاية ويتم توضيحها في الجدول التالي:

الجدول (23): مقارنة الإيرادات المحققة في قطاع السياحة بإيرادات القطاعات الأخرى

الوحدة: مليار دينار جزائري

السنة	الفنادق	وكالات السياحة	حمامات	الإيرادات قطاع السياحة	إيرادات الولاية	نسبة المساهمة %
2011	0.032	0.006	0.003	0.040	470.812	0.008
2012	0.032	1.515	0.007	1.554	457.262	0.33
2013	0.027	3.217	0.008	3.252	436.951	0.74
	المجموع			4.846	1365.025	0.36

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- مديرية السياحة.
- وكالات السياحة بالولاية
- ولاية ميله

الفصل الثالث _____ دور النشاط السياحي في التنمية المحلية بولاية ميله

نلاحظ من خلال الجدول أنه في سنة 2011 كانت الفنادق تحقق أكثر إيرادات مقارنة بالوكالات والحمامات لكن خلال سنتي 2012 و 2013 أصبحت الوكالات تحقق أكثر الإيرادات وهذا لتزايد السياح وذلك بالإتجاه نحو العمرة خاصة، ونجد أن نسبة مساهمة قطاع السياحة في إيرادات الدولة تكاد تتعدم في سنة 2011 حيث بلغت 0.008 % وبلغت أقصاها في سنة 2013 بـ 0.74% لكن هي تبقى ضعيفة.

1. الفنادق:

- حساب متوسط السعر في الفنادق

- فندق الرمال: سعر الغرف من 2000 إلى 3600 متوسط السعر الغرف هو 2800 دج.
- فندق السلام: سعر الغرف من 1500 إلى 3000 متوسط السعر الغرف هو 2250 دج.
- نزل سيدي بوزيد: سعر الغرف هو 3000 دج.
- فندق المبروك: سعر الغرف هو 1000 دج.
- فندق السفير: سعر الغرف هو 2500 دج.

- حساب إيرادات الفنادق لسنة 2011:

- فندق الرمال: $2800 * 5350 = 14980000$ دج.
 - فندق السلام: $2250 * 3895 = 8763750$ دج.
 - نزل سيدي بوزيد: $3000 * 1172 = 3516000$ دج.
 - فندق المبروك: $1000 * 4360 = 4360000$ دج.
 - فندق السفير: $2500 * 65 = 162500$ دج.
- إيرادات التي تحققها الفنادق في سنة 2011 هي: **31782250 دج أي 0.032 مليار دينار جزائري.**

- حساب إيرادات الفنادق لسنة 2012:

- فندق الرمال: $2800 * 4203 = 11768400$ دج.
 - فندق السلام: $2250 * 3804 = 8559000$ دج.
 - نزل سيدي بوزيد: $3000 * 2731 = 8193000$ دج.
 - فندق المبروك: $1000 * 3826 = 3826000$ دج.
 - فندق السفير: $2500 * 100 = 250000$ دج.
- إيرادات التي تحققها الفنادق في سنة 2012 هي: **32596400 دج أي 0.032 مليار دينار جزائري.**

- حساب إيرادات الفنادق لسنة 2013:

- فندق الرمال: $2800 * 3634 = 10175200$ دج.
- فندق السلام: $2250 * 4189 = 9425250$ دج.
- نزل سيدي بوزيد: $3000 * 1394 = 4182000$ دج.
- فندق المبروك: $1000 * 2888 = 2888000$ دج.

• فندق السفير: $175 * 2500 = 437500$ دج.

إيرادات التي تحققها الفنادق في سنة 2013 هي: 27107950 دج أي 0.027 مليار دينار جزائري

2. الوكالات السياحية:

- إيرادات الوكالات السياحية لسنة 2011:

- وكالة مديحة للسياحة والسفر: 5183000 دج

- وكالة زاوي للسياحة والسفر: 350000 دج

مجموع إيرادات الوكالات السياحية لسنة 2011 هي: 5533000 دج أي 0.006 مليار دينار جزائري.

- إيرادات الوكالات السياحية لسنة 2012:

- وكالة مديحة للسياحة والسفر: 10670000 دج.

- وكالة زاوي للسياحة والسفر: 4350000 دج.

- وكالة فرحات تور للسياحة والسفر: 150000000 دج.

مجموع إيرادات الوكالات السياحية لسنة 2012 هي: 1515020000 دج أي 1.515 مليار دينار جزائري.

- إيرادات الوكالات السياحية لسنة 2013:

- وكالة مديحة للسياحة والسفر: 11670000 دج.

- وكالة زاوي للسياحة والسفر: 5700000 دج.

- وكالة فرحات تور للسياحة والسفر: 3200000000 دج.

مجموع إيرادات الوكالات السياحية لسنة 2013 هي: 3217370000 دج أي 3.217 مليار دينار جزائري.

3. الحمامات المعدنية:

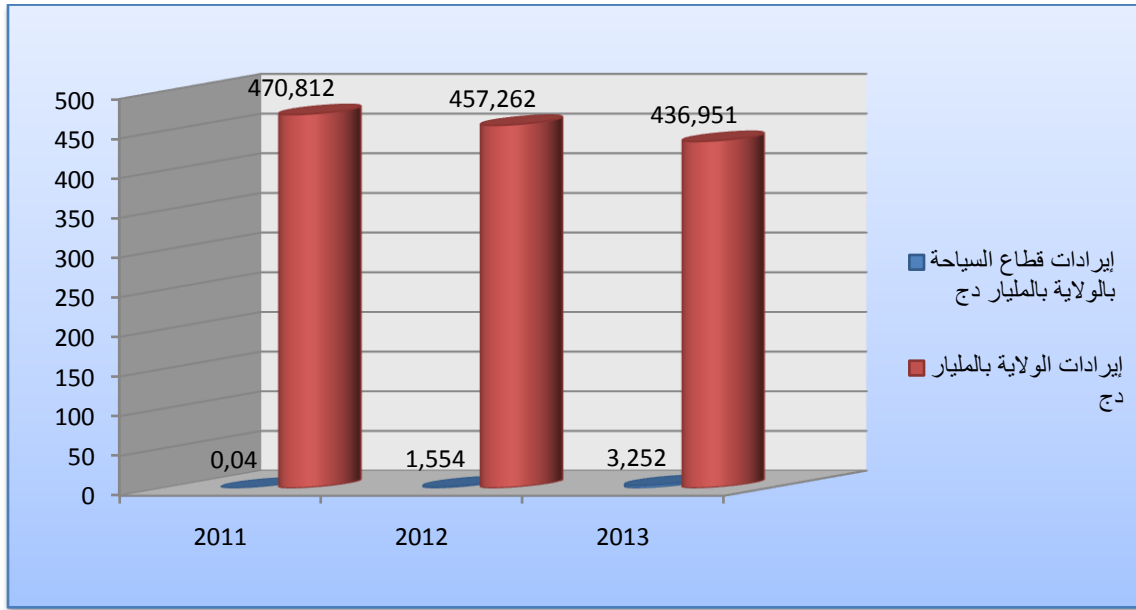
المتوسط المعمول به هو مؤخود من مديرية السياحة

- إيرادات الحمامات المعدنية لسنة 2011: $105580 * 30 = 3167400$ دج أي 0.003 مليار دينار جزائري.

- إيرادات الحمامات المعدنية لسنة 2012: $234908 * 30 = 7047240$ دج أي 0.007 مليار دينار جزائري.

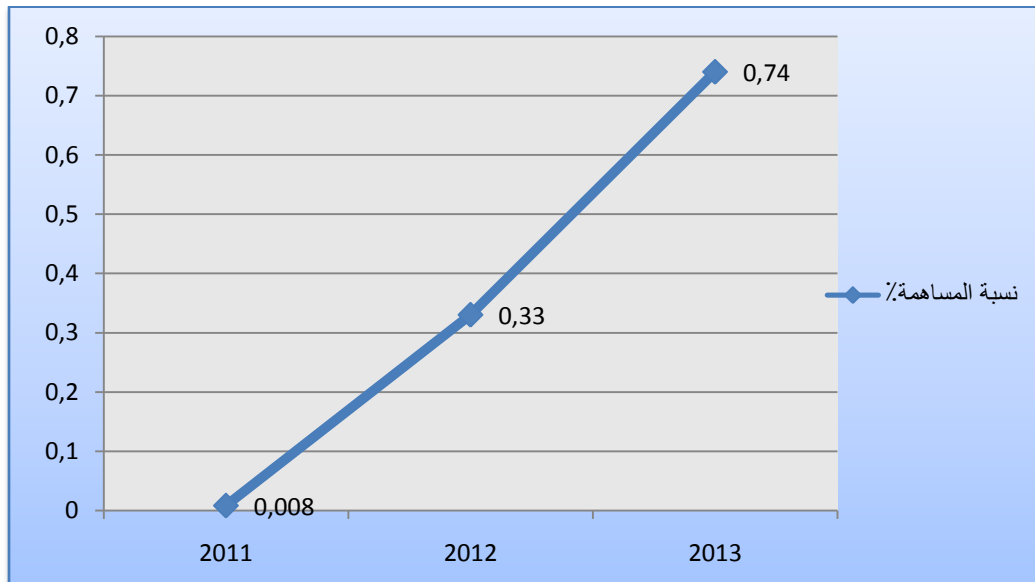
- إيرادات الحمامات المعدنية لسنة 2013: $252912 * 30 = 7587360$ دج أي 0.008 مليار دينار جزائري.

الشكل (22): مقارنة الإيرادات المحققة في قطاع السياحة بإيرادات القطاعات الأخرى



من خلال الشكل نجد أن هناك زيادة في إيرادات قطاع السياحة عبر السنوات الثلاثة وهذه الزيادة مرتبطة بزيادة السياح في هذه الفترة حيث حققت في سنة 2013 أعلى قيمة قدرت ب 3.320 مليار دينار جزائري.

الشكل (23): تطور نسبة الإيرادات المحققة في قطاع السياحة خلال الفترة 2011 - 2013



من خلال الشكل نلاحظ تطور سريع في نسبة الإيرادات المحققة في قطاع السياحة، رغم هذه الزيادة إلى أنها تبقى ضعيفة جدا مقارنة بالقطاعات الأخرى.

المطلب الثالث: مساهمة السياحة في ترقية النشاط الحرفي بالولاية

إن السياحة تلعب دور مهم في ترقية النشاط الحرفي والتعريف بالصناعات التقليدية حيث تساهم في توفير فرص عمل، حيث يتم تصنيف الحرفيين المسجلين في الصناعات التقليدية حسب الجنس والسن، الوسط وحسب الدوائر حيث يتم تلخيصها في الجدول التالي:

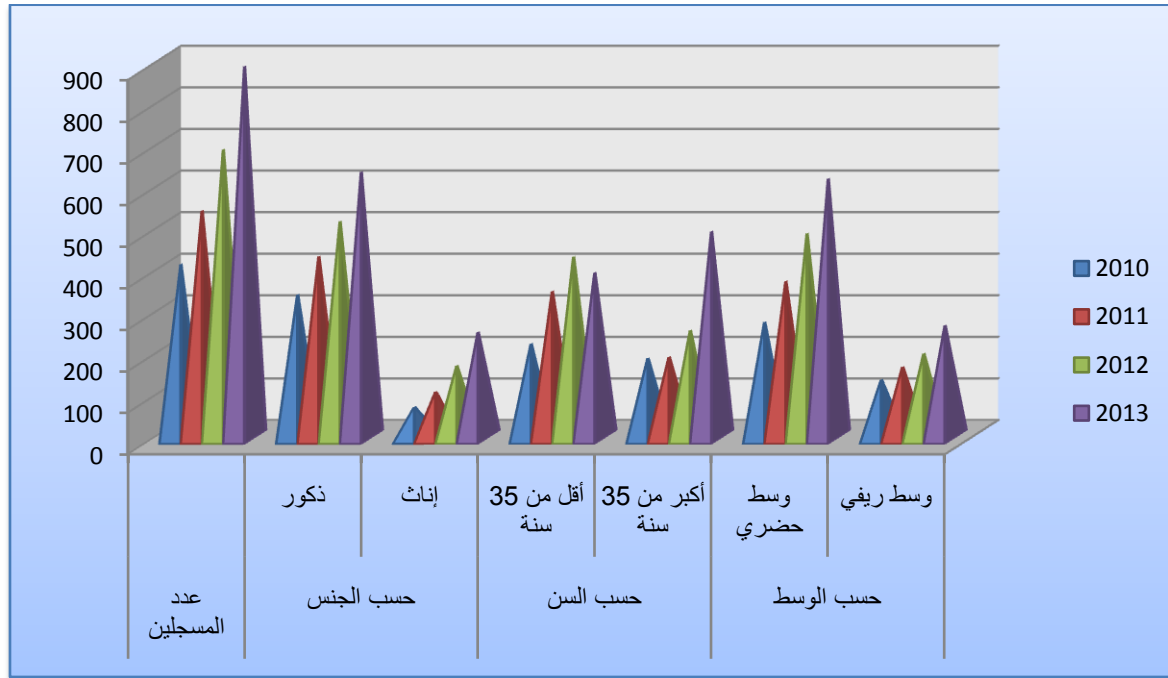
الجدول (24): عدد الحرفيين المسجلين في الولاية حسب (السن والجنس، الوسط)

السنة	عدد المسجلين	حسب الجنس		حسب السن		حسب الوسط	
		ذكور	إناث	أقل من 35 سنة	أكبر من 35 سنة	وسط حضري	وسط ريفي
2010	417	344	73	226	191	278	139
2011	546	436	110	352	194	376	170
2012	693	520	173	435	258	491	202
2013	893	639	254	397	496	623	270
المجموع	2549	1939	610	1410	1139	1768	781

المصدر: دار الصناعات التقليدية لولاية ميلة

نلاحظ من خلال الجدول إرتفاع ملحوظ في عدد مسجلين في السنوات الثلاثة وهذا يعود إلى الإستقرار الذي تعيشه الجزائر وكذا السياسة الرشيدة للوزارة الوصية من خلال برامج تنمية قطاع الصناعة التقليدية عن طريق غرفة الصناعة التقليدية والحرف التي عملت جاهدة على مراقبة الحرفي وتشجيعه، والإستفادة من أجهزة الدعم ، حيث نجد أن عدد الذكور المسجلين أعلى من عدد الإناث حيث وصلت حسب التوالي 1939 و 610 مسجل، وأن مسجلين أقل من 35 سنة أكبر من المسجلين أكبر من 35 سنة، وأغلبية المسجلين يتمركزون في الوسط الحضري حيث وصلت نسبة المتمركزون في هذا الوسط 1768 مسجل.

الشكل (24): عدد الحرفين المسجلين في الولاية حسب (السن والجنس، الوسط)



نلاحظ من خلال الشكل أنه خلال سنة 2013 شهدت زيادة عدد الحرفين حسب كل من الجنس والوسط، لكن عدد الحرفين المسجلين حسب السن أقل من 35 سنة إنخفاض مقارنة بسنة 2012.

الجدول (25): المناصب المحدثّة لمختلف الصناعات التقليدية

المحاور	التسجيل لسنة 2011	المناصب المحدثّة لسنة 2011	التسجيل لسنة 2012	المناصب المحدثّة لسنة 2012	التسجيل لسنة 2013	المناصب المحدثّة لسنة 2013
صناعة التقليدية الفنية	112	414	183	677	299	1106
صناعة التقليدية لإنتاج المواد	171	427	199	497	192	480
صناعة التقليدية لإنتاج الخدمات	263	499	311	590	402	763
المجموع	546	1340	693	1764	893	2349

المصدر: دار الصناعات التقليدية لولاية ميلة

من خلال الجدول نلاحظ أغلبية المسجلين خلال السنوات الثلاثة مسجلين في صناعة التقليدية لإنتاج الخدمات رغم هذا فهي لا توفر مناصب شغل بالقدر الذي توفرها صناعات التقليدية الفنية.

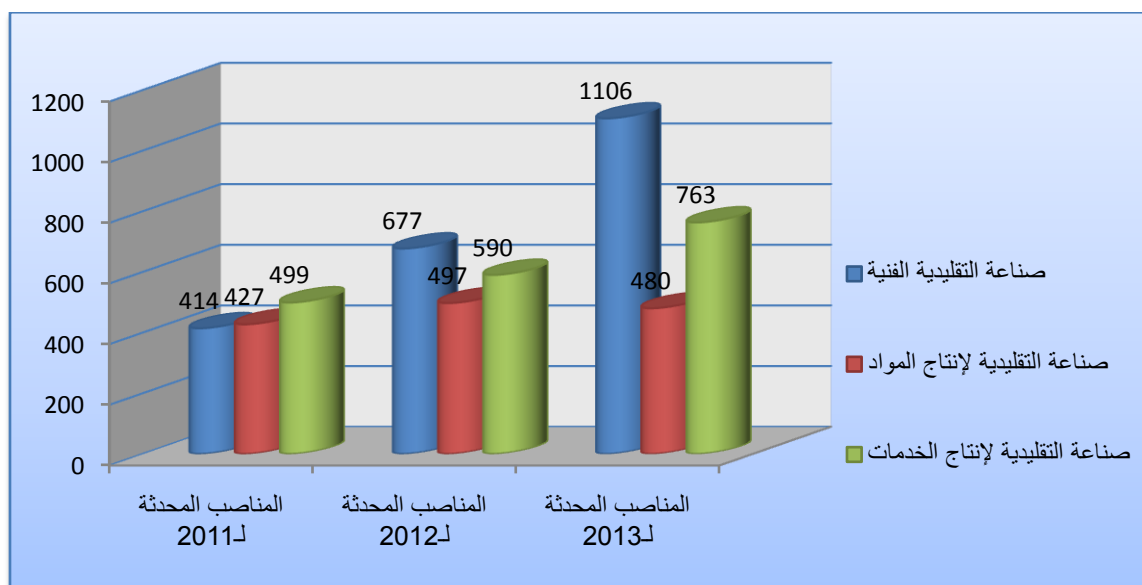
يتم حساب المناصب المحدثّة بضرب التسجيل في معامل كل محور مثل:

معامل الصناعات التقليدية الفنية هو 3.7 حيث $1106 = 3.7 * 299$

معامل صناعة التقليدية لإنتاج المواد هو 2.5 حيث $480 = 2.5 * 192$

معامل صناعة التقليدية لإنتاج الخدمات هو 1.9 حيث $763 = 1.9 * 402$

الشكل (25): المناصب المحدثّة لمختلف الصناعات التقليدية لسنة 2013



نلاحظ من خلال الشكل أن عدد المناصب المحدثّة في زيادة عبر السنوات الثلاثة، حيث نجد أنه في سنة 2011 عدد المناصب المحدثّة أكثر في صناعات التقليدية لإنتاج الخدمات مقارنة بالصناعات الأخرى، لكن في سنة 2012 و 2013 كان الإتجاه الأكبر نحو الصناعات التقليدية ية الفنية حيث وصلت على التوالي 677، 1106 منصب عمل، فيساهم قطاع الصناعة التقليدية والحرف لسنة 2013 في توفير 2349 منصب عمل هذا ما يبين أهمية القطاع في خدمة الإقتصاد خاصة في ترقية الإنتاج وتلبية حاجيات المجتمع.

خلاصة الفصل

ولاية ميلة إحدى ولايات الشمال الشرقي بالجزائر، تزخر بمقومات ومميزات سياحية متنوعة، فهي تحتضن أكبر سد في الجزائر هذا ما منحها لقب عاصمة المياه حيث تمون (06) ولايات، وتزخر بطبيعة خلابة وأثار بيزنطية ورومانية، إسلامية، ورغم المقومات الطبيعية التي تتوفر عليها الولاية إلى أن المنشآت السياحية قليلة وتقدم خدمات ذات جودة أقل، هذا ما يؤثر سلبا على مساهمة قطاع السياحة في التنمية المحلية بالولاية من حيث التشغيل والإيرادات المحققة فهي تعتبر ضعيفة جداً. وهذا راجع إلى الفنادق والمطاعم غير مصنفة، كما أن الوكالات السياحية تقتصر خدماتها تقريبا على العمرة والحج إلى البقاع المقدسة فقط كل هذه تعتبر نقاط ضعف وعراقيل تقف أمام مساهمة قطاع السياحة في التنمية المحلية بالولاية.

الخلاصة

تؤدي السياحة دورا فعالا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول ويتجلى ذلك من خلال آثارها الإيجابية المتمثلة في توفير فرص العمل وتحقيق الإيرادات كما أنها مجال واسع لجذب رؤوس الأموال الأجنبية حيث أنها تساهم بشكل غير مباشر في تحريك القطاعات الاقتصادية الأخرى.

وتمتاز الجزائر تمتاز بمقومات سياحية متنوعة وثرية في معظم مدنها وولاياتها، ف ولاية ميلة هي من إحدى الولايات التي تتميز بموقع إستراتيجي جيد وموارد سياحية متنوعة منها التاريخية والثقافية والدينية والطبيعية، فهذا يؤهلها لأن تكون قطبا سياحيا. وهذا من خلال الحفاظ على الآثار بالولاية وحماية المعالم السياحية والتعريف بها من خلال الترويج المناسب والفعال للمنتج السياحي من أجل جذب السياح لاكتشاف المعالم بالولاية.

لكن رغم ما تتميز به ولاية ميلة من مقومات سياحية إلى أنه تعاني من نقص في طاقات الإيواء والإطعام بالإضافة إلى مشاكل في قطاع النقل الذي يعتبر أساسي من أجل إنجاح السياحة بالولاية.

نتائج إختبار الفرضيات

- أثبتت الدراسة صحة الفرضية الأولى لأن السياحة بالجزائر في تطور عبر الزمن لكنها لم تصل إلى المستوى المطلوب مقارنة بالدول المجاورة، حيث وصلت إيرادات القطاع السياحي بالجزائر سنة 2008 إلى 324.5 مليون دولار في المقابل قدرت بتونس 2.932 مليار دولار.
- أثبتت الدراسة خطأ الثانية لأن السياحة الواجب تنميتها بالولاية يمكن حصرها في ثلاثة أنواع: السياحة البيئية وهذا لما تتميز به الولاية من مناطق طبيعية خلابة ووجود سد بني هارون الذي يوفر لها السياحة المناخية والنوع الثاني هو سياحة حموية علاجية لتوفر الولاية على ثروة حموية، أما النوع الثالث هو السياحة الثقافية وهذا لتوفر الولاية على مؤهلات ثقافية متنوعة.
- أثبتت الدراسة صحة الفرضية الثالثة لأن السياحة الحموية أكثر المنتجات إقبالا من طرف السياح وهذا لما تمتاز به الولاية من منابع حموية كثيرة.
- أما فيما يخص الفرضية الرابعة أثبتت الدراسة صحتها حيث أن مساهمة السياحة في توفير مناصب الشغل وزيادة الإيرادات تعتبر ضئيلة جدا مقارنة بالقطاعات الأخرى في التنمية في الولاية ، حيث قدرت نسبة مساهمة خلال سنوات الدراسة الثلاثة ب 0.36%.
- أثبتت الدراسة صحة الفرضية الخامسة حيث يؤثر نقص الوعي السياحي لدى السلطات والسكان بأهمية المؤهلات الموجودة بالولاية وإمكانية إستغلالها سوف يؤثر بالسلب على فعالية السياحة في التنمية المحلية،
- أثبتت الدراسة صحة الفرضية السادسة حيث يعتبر أهم عائق أمام تطوير قطاع السياحة بالولاية هو إنعدام عقار سياحي مهيا ومدرّوس لإستقبال إستثمارات سياحية بالولاية.

نتائج الدراسة

من بين أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي ما يلي:

- السياحة في الجزائر تشكل نسبة مساهمة ضعيفة مقارنة بجارتها تونس.
- تتوفر ولاية ميلة على موارد سياحية متنوعة أثرية وثقافية وهذا راجع إلى تاريخها وتعاقب الحضارات فيها.
- نقص البنى التحتية خاصة الطرق المؤدية إلى المواقع السياحية، حيث لا نقول عن منطقة بأنها سياحية دون توفر شبكة نقل مؤدية إلى المواقع السياحية بالولاية.
- نقص الوعي السياحي لدى السلطات والأفراد وإنعدام الترويج والدعاية للمواقع السياحية المتواجدة بالولاية
- تعتبر مساهمة السياحة في ولاية ميلة في مناصب الشغل والإيرادات ضعيفة جدا مقارنة بالقطاعات الأخرى وهذا راجع إلى نقص في الهياكل السياحية خاصة طاقات الإيواء.
- إنعدام التظاهرات المحلية والوطنية والدولية من أجل التعريف بالمؤهلات السياحية بالولاية.

توصيات وإقتراحات

لإنعاش القطاع السياحي بالولاية يتم إقتراح بعض الحلول الخاصة وتتمثل في:

- تطوير البنى التحتية خاصة بناء الفنادق وهياكل لتسليّة والراحة حيث يساهم في التنمية المحلية من خلال توفير مناصب الشغل والقضاء على البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين
- تشجيع البحث العلمي والتكوين في هذا المجال بتدريسها في الجامعات ومراكز التكوين، والإستثمار فيها خاصة في إدارة الفنادق والطبخ والإستقبال وكل ما يتعلق بالسياحة.
- الإسراع في تجسيد المشاريع العمومية الخاصة بقطاع السياحة وخاصة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية، مناطق التوسع السياحي، تهيئة المواقع الطبيعية والمحطات المناخية وهذا لا يكون إلا بمساعدة الجماعات المحلية بالولاية.
- إنشاء الدواوين أو المكاتب البلدية المحلية للسياحة، هذه الدواوين التي لها طابع جمعي، وبإمكانها من خلال مهامها القانونية خلق نشاط سياحي ببلديات إقامتها والتعريف بالمؤهلات السياحية للبلديات من أجل تثمينها وإستغلالها سياحيا.
- تسجيل مشاريع لإنشاء متحف للأثار بمدينة ميلة، وكذلك ترميم المعالم الأثرية والتاريخية لمسجد سيدي غانم وقصر الأغا، شريطة أن تكون هذه العمليات مبنية على دراسات تاريخية حقيقية ومنجزة من قبل مكاتب دراسات مختصة في هذا المجال، كما أن عمليات الترميم لا بد أن تكون منفذة من قبل مؤسسات مختصة ولها خبرة في مثل هذه المشاريع.
- العمل على مرافقة وتوجيه المستثمرين الخواص في قطاع السياحة من أجل الإسراع في تجسيد المشاريع الإستثمارية للخواص في أقرب الأجل، وخاصة تلك التي في طور الإنجاز من أجل رفع قدرات الإيواء السياحي بالولاية في المدى القريب، وفي المدى المتوسط،

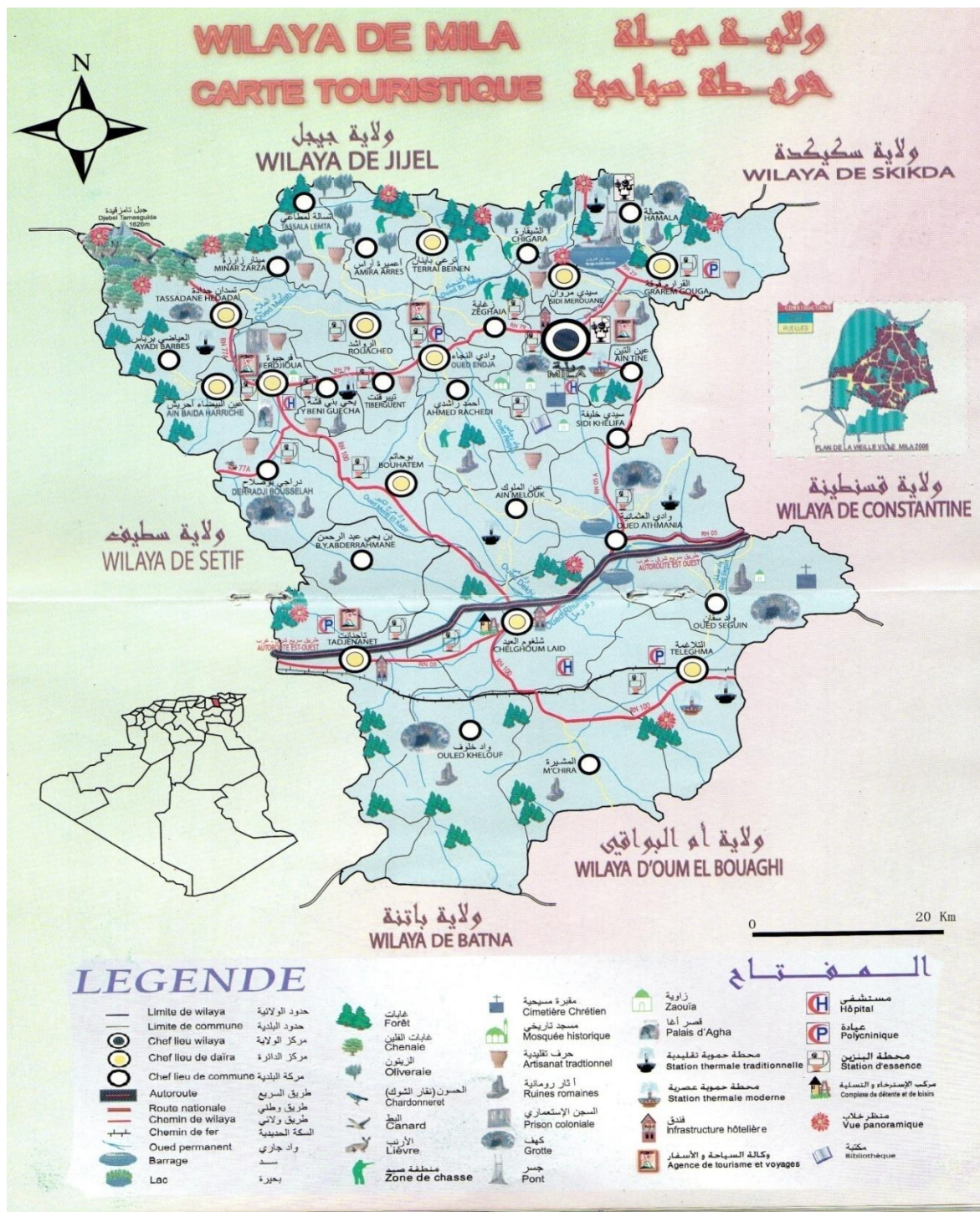
- العمل بالتنسيق مع كافة القطاعات المعنية على رفع العراقيل من أجل إنطلاق المشاريع السياحية المتوقفة بالولاية أي تلك المشاريع السياحية التابعة للخواص والتي إنطلقت في الإنجاز في الماضي وتوقفت لأسباب عديدة ومتنوعة،
 - الإشهار والترويج للمعالم الموجود في ولاية ميلة وطنيا ودوليا هذا يساعد للتعريف بالولاية ومعالمها وجذب السياح إليها.
 - مساعدة المستثمرين الجدد الذين لهم مشاريع سياحية للإنطلاق في إنجاز مشاريعهم التي لم تتطلق بعد، وخاصة تلك الواقعة بمحاذاة سد بني هارون وسد قروز نظرا لأهميتها الكبيرة لأنها ستؤدي إلى ظهور السياحة الترفيهية، الإستجمامية والرياضية بولاية ميلة.
 - تأهيل الحمامات والمحطات الحموية وعصرنتها لتصبح تنافس مثيلاتها في حوض البحر المتوسط.
- مع العلم أن الاقتراحات المقدمة على ضوء العراقيل التي تواجه السياحة في الولاية والنتائج المتوصل إليها من البحث.

آفاق الدراسة

إن أهمية قطاع السياحة والدور الذي يلعبه في تحقيق التنمية هو يعتبر بداية لبحوث أخرى، فإن آفاق الدراسة مستقبلا ستكون: ما مدى نجاح المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لإنعاش السياحة بولاية ميلة؟

الملاحق

الملحق 01: موقع الجغرافي لولاية ميلة



الملحق 02: السور البيزنطي



الملحق 03: باب البلد



الملحق 04: مسجد سيدي غانم



الملحق 05: عين البلد



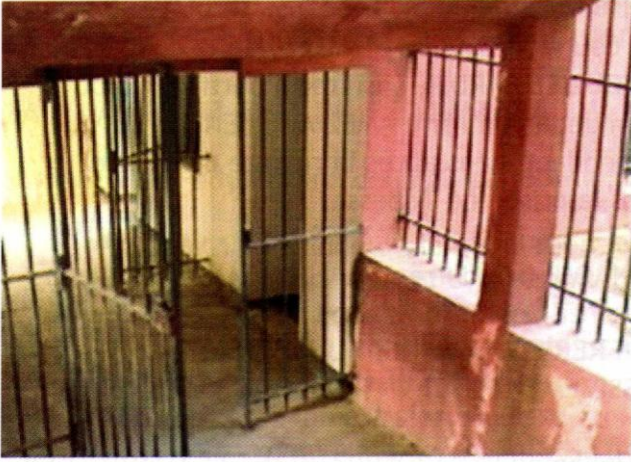
الملحق 06: تمثال ملو



الملحق 07: قصر الأغا

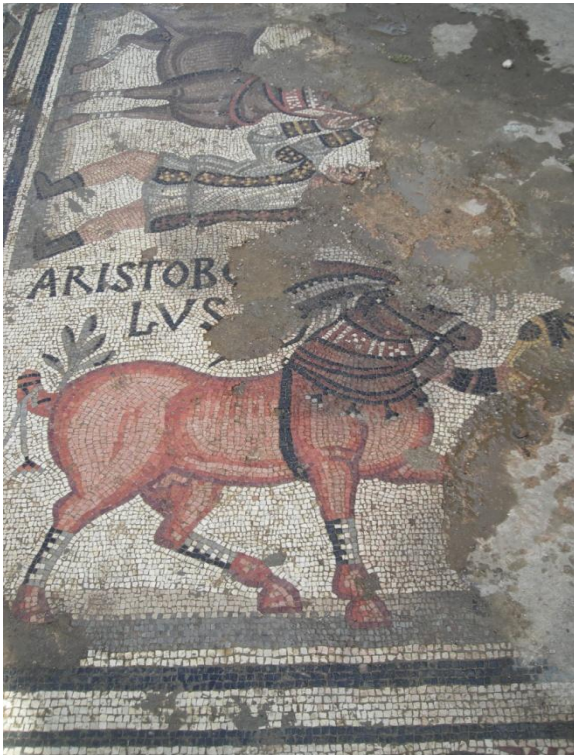


الملحق 08: السجن الأحمر

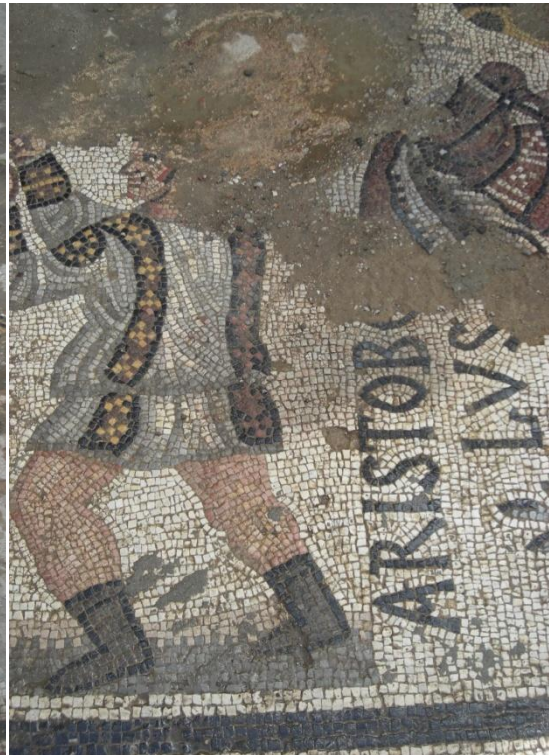


الملحق 09: مشتة سيدي زروق

اللوحة الفسيفسائية الأولى



الشخصية الثانية في المشهد الأول



الشخصية الأولى والكتابة

اللوحة الفسيفسائية الثانية



اللوحة الفسيفسائية الثالثة



الملحق 10: منطقة المشيرة



الملحق 11: أبار أغلاد



الملحق 12: مشقة البعالة



منظر عام للموقع



غرف منحوتة في الصخر



أحواض سباحة منحوتة في الصخر



الرواق



المدخل الرئيسي للسرداب الذي توجد به العديد من الغرف

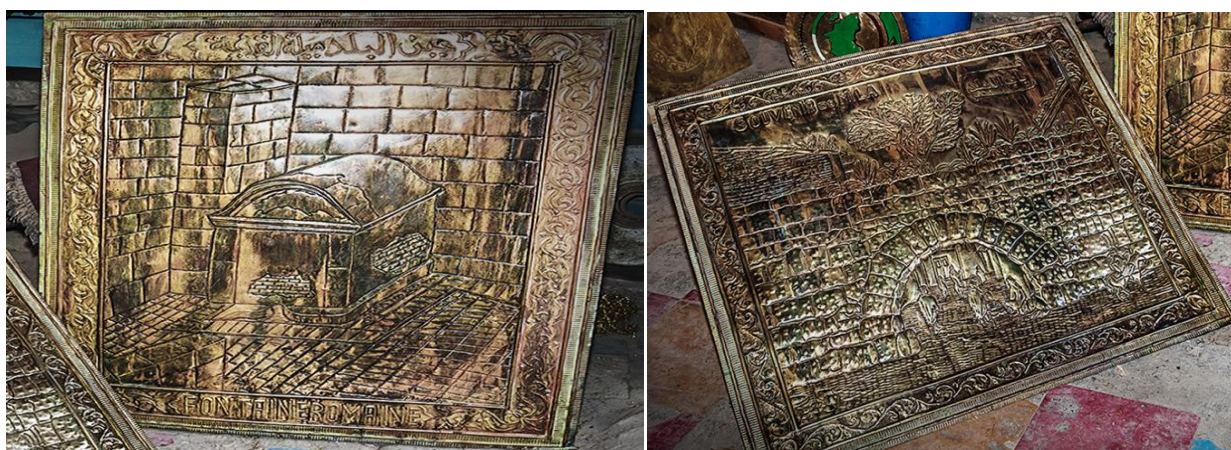
الملحق 13: موقع بني هارون



الملحق 14: سد بني هارون



الملحق 15: الحرف التقليدية



الملحق 16: إحصائيات السواح الجزائريين والأجانب

إحصائيات الفنادق لسنة 2011

المجموع		الأجانب		الجزائريين		المؤسسة الفندقية
الليالي	الوافدين	الليالي	الوافدين	الليالي	الوافدين	
5350	5350	00	00	5350	5350	فندق الرمال
3895	3889	95	95	3800	3794	فندق السلام
1172	884	79	34	1093	850	نزل سيدي بوزيد
4360	4360	967	967	3393	3393	فندق المبروك
65	65	00	00	65	65	فندق السفير
14842	14548	1141	1096	13701	13452	المجموع

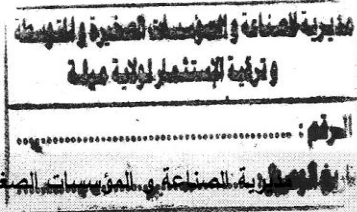
إحصائيات الفنادق لسنة 2012

المجموع		الأجانب		الجزائريين		المؤسسة الفندقية
الليالي	الوافدين	الليالي	الوافدين	الليالي	الوافدين	
4203	4203	171	113	4032	4090	فندق الرمال
3804	4988	135	121	3669	4867	فندق السلام
2731	1550	127	61	2604	1489	نزل سيدي بوزيد
3826	2759	749	627	3077	2132	فندق المبروك
100	100	/	/	100	100	فندق السفير
14664	13600	1182	922	13482	12678	المجموع

إحصائيات الفنادق لسنة 2013

المجموع		الأجانب		الجزائريين		المؤسسة الفندقية
الليالي	الوافدين	الليالي	الوافدين	الليالي	الوافدين	
3634	3128	125	105	3509	3023	فندق الرمال
4189	5166	612	602	3577	4564	فندق السلام
1394	1102	59	43	1335	1059	نزل سيدي بوزيد
2888	4291	258	328	2630	3963	فندق المبروك
175	176	/	/	175	176	فندق السفير
12280	13863	1054	1078	11226	12785	المجموع

الملحق 17: توزيع مناصب الشغل حسب القطاعات



المملكة المغربية - المملكة المتحدة في المقاطعة و ترقية الإستثمار لولاية ميلة

تطور توزيع مناصب الشغل حسب قطاع النشاط لسنوات 2011-2012-2013

النسبة %	2013	النسبة %	2012	النسبة %	2011	مجموع فروع النشاط
						الزراعة
3,39	1259	3,29	1021	3,26	988	الزراعة و الصيد البحري
3.39	1259	3.29	1021	3.26	988	المجموع الجزئي 1
						المحروقات، الطاقة المناجم و المحاجر
0,17	64	0,17	52	0,17	52	المياه و الطاقة
0,03	1	0,00	1	0,00	1	المحروقات
0,13	36	0,13	40	0,13	40	خدمات الأشغال البترولية
3,36	1245	3,36	1045	3,44	1045	المناجم و المحاجر
3.62	1346	3.66	1138	3.75	1138	المجموع الجزئي 2
						البناء والأشغال العمومية
45,39	16888	47,18	14652	47,01	14261	البناء والأشغال العمومية
45,39	16888	47,18	14652	47,01	14261	المجموع الجزئي 3
						الصناعة التحويلية
2,08	739	2,08	647	2,13	647	الحديد والصلب
4,89	1772	4,89	1519	4,91	1489	مواد البناء
1,30	509	1,30	405	1,04	405	الكيمياء، البلاستيك، المطاط
3,65	1284	3,65	1134	3,44	1044	صناعة غذائية
0,26	152	0,26	81	0,27	81	صناعة النسيج
0,00	0	0,00	0	0,00	0	صناعة الجلد
1,73	704	1,73	538	1,76	535	صناعة الخشب والقلين وتحويل الورق
0,03	10	0,03	10	0,32	10	صناعات مختلفة
13,93	5184	13,95	4334	13,88	4211	المجموع الجزئي 4
						الخدمات
2,66	1429	2,66	826	2,49	755	النقل و المواصلات
8,98	3843	8,98	2790	9,07	2752	التجارة
1,42	730	1,42	441	1,42	432	الفندقة و الاطعام
5,70	1837	5,70	1769	5,75	1743	خدمات للمؤسسات
2,03	998	2,03	629	2,03	616	خدمات للعائلات
1,43	455	1,43	443	1,46	443	مؤسسات مالية
1,26	461	1,26	392	1,29	392	أعمال عقارية
8,44	2773	8,59	2622	8,59	2606	خدمات للمرافق الجماعية
33,67	12526	32,07	9912	32,10	9739	المجموع الجزئي 5
100,00	37203	100,00	31057	100,00	9750	المجموع الكلي

الملحق 18: إحصائيات القطاع السياحي لسنة 2011-2012-2013

Tourisme :

1/Hôtel année 2011

Localisation	classement	Nbre de chambre	Nbre de lits	Nbre d'arrivées	Nbre de nuitée	Nbre d'emplois	
						Total	temporaire
El Rhumel / Chelgoum Laid MILA	Non classé	40	64	5350	5350	10	05
Essalem / MILA	Non classé	38	54	3889	3895	05	00
Essaada / MILA	Non classé	Fermé					
El Amir / Tadjnanet MILA	Non classé	Fermé					
El Mabrouk / Tadjnanet MILA	Non classé	11	43	4360	4360	03	00
Sidi Bouzid / Chelgoum Laid MILA	Non classé	10	20	884	1172	05	00
Essafir / Chelgoum Laid MILA	Non classé	10	20	65	65	05	00
TOTAL		109	201	14548	14842	28	05

2/Agence touristiques année 2011

Dénomination	Localisation	Nbre d'emplois	Nbre Touriste
Sifati Tourisme et voyage	MILA	03	160
Mondial Tour Omar	Chlghoum laid MILA	03	140
Madiha Tourisme et voyage	MILA	04	4684
Dahmani Travel Services	MILA	02+02 Saisonnières	797
Fadi Tourisme et voyage	Oued Endja MILA	02	140
Ghalia Tours	Chlghoum laid MILA	02	71
Tidis Tours	Tadjnanet MILA	02	1660
TOTAL	07	18+02 Saisonnières	7652

3/Stations Thermales année 2011

N°	Dénomination	Localisation	Nbre d'emplois	Nbre Touriste
01	Hammam Beni Haroun	Commune de Hamala	04	/
02	Hammam Abdellah	Commune de Mila	05	12480
03	Hammam Ouled Achour	Commune de Laiadi Berbesse	04	4982
04	Hammam Beni Guecha	Commune de Yahia Beni Guecha	03	/
05	Hammam Ouled Aissa	Commune de Teleghma	04	1418
06	Hammam Teleghma	Commune de Teleghma	08	/
07	Hammam Essafsaf	Commune de Teleghma	10	/
08	Hammam freres Chaouch	Commune de Teleghma	06	26050
09	Hammam Ouled Djali	Commune de Teleghma	04	3443
10	Hammam Touema	Commune de Ain Lamlouk	05	3750
11	Hammam Chifaa	Commune de Oued El Atmania	06	53457
	Total		59	105580

1/Hôtel année 2012

Localisation	classement	Nbre de chambre	Nbre de lits	Nbre d'arrivées	Nbre de nuitée	Nbre d'emplois	
						Total	temporaire
El Rhumel / Chelgoum Laid MILA	Non classé	40	64	4203	4203	10	05
Essalem / MILA	Non classé	38	54	4988	3804	05	00
Essaada / MILA	Non classé	Fermé					
El Amir / Tadjnanet MILA	Non classé	Fermé					
El Mabrouk / Tadjnanet MILA	Non classé	11	43	2759	3826	03	00
Sidi Bouzid / Chelgoum Laid MILA	Non classé	10	20	1550	2731	05	00
Essafir / Chelgoum Laid MILA	Non classé	10	20	100	100	05	00
TOTAL		109	201	13600	14664	28	05

2/Agence touristiques année 2012

Dénomination	Localisation	Nbre d'emplois	Nbre Touriste
Sifati Tourisme et voyage	MILA	03	51
Mondial Tour Omar	Chlghoum laid MILA	03	45
Madiha Tourisme et voyage	MILA	04	3477
Dahmani Travel Services	MILA	02+02 Saisonnières	351
Fadi Tourisme et voyage	Oued Endja MILA	02	142
Ghalia Tours	Chlghoum laid MILA	02	02
Tidis Tours	Tadjnanet MILA	02	1200
TOTAL	07	18+02 Saisonnières	5268

3/Stations Thermales année 2012

N°	Dénomination	Localisation	Nbre d'emplois	Nbre Touriste
01	Hammam Beni Haroun	Commune de Hamala	04	/
02	Hammam Abdellah	Commune de Mila	05	36810
03	Hammam Ouled Achour	Commune de Laiadi Berbesse	04	16118
04	Hammam Beni Guecha	Commune de Yahia Beni Guecha	03	/
05	Hammam Ouled Aissa	Commune de Teleghma	04	4314
06	Hammam Teleghma	Commune de Teleghma	08	509
07	Hammam Essafsaf	Commune de Teleghma	10	28700
08	Hammam freres Chaouch	Commune de Teleghma	06	34722
09	Hammam Ouled Djali	Commune de Teleghma	04	3869
10	Hammam Touema	Commune de Ain Lamlouk	05	20481
11	Hammam Chifaa	Commune de Oued El Atmania	06	75620
12	Hammam El Minan	Commune de Teleghma	06	13765
	TOTAL		65	234908

1/Hôtel année 2013

Localisation	classement	Nbre de chambre	Nbre de lits	Nbre d'arrivées	Nbre de nuitée	Nbre d'emplois	
						Total	temporaire
El Rhumel / Chelgoum Laid MILA	Non classé	40	64	3128	3634	10	05
Essalem / MILA	Non classé	38	54	5166	4189	05	00
Essaada / MILA	Non classé	Fermé					
El Amir / Tadjanet MILA	Non classé	Fermé					
El Mabrouk / Tadjanet MILA	Non classé	11	43	4291	2888	03	00
Sidi Bouzid / Chelgoum Laid MILA	Non classé	10	20	1102	1394	05	00
Essafir / Chelgoum Laid MILA	Non classé	10	20	176	175	05	00
TOTAL		109	201	13863	12280	28	05

2/Agence touristiques année 2013

Dénomination	Localisation	Nbre d'emplois	Nbre Touriste
Sifati Tourisme et voyage	MILA	03	420
Mondial Tour Omar	Ferdjioua MILA	03	15
Madiha Tourisme et voyage	MILA	06	2437
Dahmani Travel Services	MILA	02+02 Saisonnières	1017
Fadi Tourisme et voyage	Oued Endja MILA	02	106
Ferhat Tours	Ferdjioua MILA	02	30
Succ MADIHA Tourisme et Voyage	Chlghoum laid MILA	02	441
TOTAL	07	20+02 Saisonnières	4466

3/Stations Thermales année 2013

N°	Dénomination	Localisation	Nbre d'emplois	Nbre Touriste
01	Hammam Beni Haroun	Commune de Hamala	04	/
02	Hammam Abdellah	Commune de Mila	05	35947
03	Hammam Ouled Achour	Commune de Laiadi Berbesse	04	15910
04	Hammam Beni Guecha	Commune de Yahia Beni Guecha	03	/
05	Hammam Ouled Aissa	Commune de Teleghma	04	6082
06	Hammam Teleghma	Commune de Teleghma	08	42925
07	Hammam Essafsaf	Commune de Teleghma	10	42350
08	Hammam freres Chaouch	Commune de Teleghma	06	44225
09	Hammam Ouled Djali	Commune de Teleghma	04	5444
10	Hammam Touema	Commune de Ain Lamlouk	05	6823
11	Hammam Chifaa	Commune de Oued El Atmania	06	78920
12	Hammam El Minan	Commune de Teleghma	06	8902
13	Hammam Freres Mnacer	Commune de Teleghma	06	2886
	TOTAL		71	290414

الملحق 19: ملصقة إخبارية لوكالة مديحة للسياحة والسفر

Vos exigences sont les nôtres

Bienvenue dans notre Agence

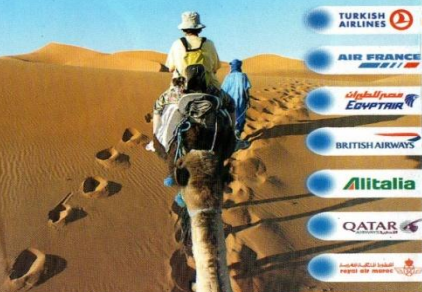
وكالة مديحة للسياحة والسفر
Agence Madiha Tourisme et Voyages

Laissez-nous vous aider à trouver votre

LIEU DE BONHEUR

Voyagez avec Nous

Pour vos voyages d'affaires, vos citytrips ou vos vacances, Vous trouverez conseils et assistance avec notre équipe formée par Amadeus pour effectuer des réservations sur les réseaux national et international avec toutes les compagnies aériennes et maritimes agréées en Algérie.



Notre Mission

Vous avez un projet de voyage en Algérie, MADIHA est là pour vous aider à le concrétiser au meilleur rapport qualité/prix. En demi-pension ou en pension complète, nous vous proposons à votre gré, la visite des lieux qui vous sont chers, la découverte de sites historiques à travers des voyages à la carte ou sur la base d'une maîtrise totale de voyages organisés.

Notre philosophie «engagé et responsable»

Partir avec Madiha, c'est choisir une manière de voyager respectueuse des pays et des hommes, des cultures et des modes de vie... Cet impératif éthique de respect engage l'équipe de notre agence, l'ensemble de nos collaborateurs et de nos partenaires afin que le voyage demeure un instant privilégié de découverte et de rencontre....

21, Rue Bentounssi, Mila 43000, Algérie.
Tél: +213 (0) 31 57 21 36 - 031 57 30 44 - 031 50 54 84
Fax +213 (0) 31 57 74 50
Email : sncamadihatv@hotmail.com
www.madihavoyages.com

Relaxer

Samuser

Famille

Aventures

Découverte

Destinations Internationales

Tourisme national

Voyage au Maroc

Le Maroc est une terre où s'exposent à loisir les caprices de la nature, Couleurs, reliefs, climats, paysages multiples, mais aussi palette humaine ou artistique révélant des contrastes saisissants. Avec Nous, découvrez les merveilles du Maroc et les magnifiques paysages et plages.



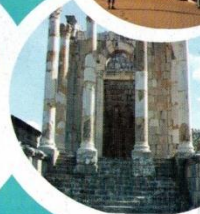
Omra et hadj

Hébergement en chambres (double, triple, quadruple), à proximité des Haramain. Transport aérien, Transfert Aéroport / Hôtel / Aéroport. Assistance et accompagnement, Excursions et visites guidées. Formalité de visas ...



Découvrez l'Algérie

Grâce à nos réceptifs en Algérie accrédités par le Ministère du Tourisme avec lesquels nous travaillons en étroite collaboration, nous vous garantissons des prestations de qualité avec guide francophone, en toute sécurité et avec un encadrement adapté. L'Algérie, de par sa tradition terre d'accueil et carrefour de multiples civilisations qui l'ont traversée, a hérité d'une histoire très riche qui s'exprime par les vestiges qui retracent plusieurs époques et qui révèlent en même temps la confluence de plusieurs occupations. De par l'étendue de son espace terrien et la diversité de ces paysages et de son climat auquel s'ajoute une richesse culturelle exceptionnelle l'ALGERIE reste un pays touristique à voir et à visiter.



Voyage en Egypte

Découvrez l'Egypte en profitant de nos offres sur les billets d'avion pour Le Caire. Vous pourrez réserver votre chambre d'hôtel à Le Caire et même louer une voiture pour mieux découvrir l'Egypte. Vous trouverez un vaste choix d'hôtels au meilleur prix dans différentes villes l'Egypte.



Voyage en Turquie

La Turquie vous séduira par son ensoleillement, son excellente cuisine et son accueil chaleureux. Pour votre voyage en Turquie, Agence Madiha vous propose des destinations, ayant chacune des attraits différents : Pour découvrir toutes les merveilles de ce pays, nous vous avons sélectionné nos meilleurs bons pour votre voyage en Turquie.



الملحق 20: ملصقة إخبارية لوكالة زاوي للسياحة والسفر

وكالة زاوي للسياحة والسفر

الكانن مقرها بطريق فرجيوة / رجاص / ص. ب رقم 28
Tel/Fax: 031 56 73 28 Mob: 0771 22 42 59
Email: Zaoui_lati@hotmail.fr

موقع الوكالة:

تقع وكالة زاوي للسياحة والسفر ببلدية وادي النجاء ولاية ميلنة الكائن مقرها بطريق فرجيوة. تقدم الوكالة خدمات سياحية:

- رحلات سياحية لمختلف البلدان
- تأشيرات
- حجز فنادق
- حجز تذاكر
- عمرة

كما تقدم لكم الوكالة جميع الخدمات السياحية

صور لبلدية رجاص

VISA التأشيرة

- ملف التأشيرة:
- صورتان شمسياتان
- نسخة من جواز السفر (5 صفحات الأولى)
- تأمين السفر
- بطاقة الدعوة
- الكشف البنكي
- شهادة العمل أو عقد العمل
- كشف الراتب (ثلاثة أشهر الأخيرة)
- شهادة التأمين
- السجل التجاري
- التحديث من الصندوق الوطني للعمال الغير أجراء

تتمني لكم الوكالة قضاء وقت ممتع برفقتنا

العمرة

تنظم وكالة زاوي للسياحة والسفر العمرة على مدار السنة وبأسعار مغرية

- عمرة المولد النبوي الشريف
- عمرة شعبان
- عمرة رمضان

(المدة 15 يوم - 21 يوم - شهر)

زيارة للأماكن المقدسة

فنادق راقية وقريبة من الحرم

لاتنطلق والرجوع من مطار قسنطينة

خدمات الوكالة

كما تقدم لكم وكالة زاوي للسياحة والسفر رحلات سياحية لمختلف البلادان.....

الملحق 20: ملصقة إخبارية لوكالة فرحات تور للسياحة والسفر

FTV
Agr N°: 277/12
مخلف رشيد

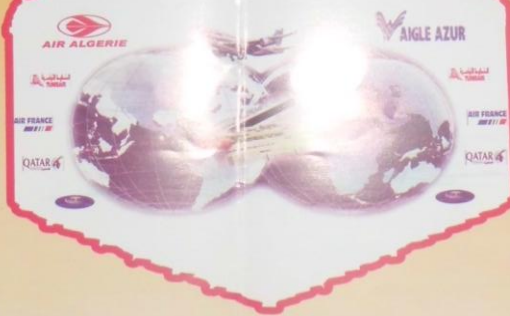
وكالة السياحة والأسفار فرحات تور فرجيوة

تعرض عليكم خدماتها:

عمرة



Billets



تأشيرات ورحلات
الحجز في الفنادق

تذاكر إلى جميع
أنحاء العالم

خدمتكم هدفنا وثقتكم سر نجاحنا

031.59.59.55
0772.46.55.72 0560.02.91.60
0779.33.79.88 0774.90.40.16

حي 80 مسكن تساهمي
محطة المسافرين الغربية - فرجيوة -
E-mail: Ferhat4travels@gmail.com



قائمة المراجع

أولاً: اللغة العربية

1. الكتب

- إبراهيم عباس الحلابي، تنمية الموارد البشرية وإستراتيجيات تخطيطها، دار الفكر العربي، القاهرة - مصر، 2013.
- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، ط2، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية- مصر، 1999.
- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2007.
- إدريس عزام، مشكلات إدارة التنمية ، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوزيعات، القاهرة - مصر ، 2010.
- إسماعيل محمد بن قانة، اقتصاد التنمية-نظريات ونماذج وإستراتيجيات-، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2012.
- آسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2002.
- أنيس عبد الباسط عباس، تخطيط والتنمية القوى العاملة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2011.
- جاي ككاند امبولي، كزني موك، بيفيرلي سباركس، ترجمة سرور علي إبراهيم سرور ، إدارة جودة الخدمة في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ، دار المريخ للنشر، القاهرة- مصر، 2007.
- جمال حلاوة، علي صالح، مدخل إلى علم التنمية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2010.
- حربي محمد موسى عريقات، مبادئ الاقتصاد -التحليل الكلي- دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2006.
- حميد عبد العظيم، اقتصاديات السياحة مدخل نظري وعلمي متكامل، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة- مصر، 1996.
- خالد مقابلة، التسويق الفندقي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 1998.
- خالد مقابلة، علاء السرابي، التسويق السياحي الحديث ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2001.
- خبابة عبد الله، بوقرة رابح، الوقائع الاقتصادية- العولمة الاقتصادية-التنمية المستدامة-، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية- مصر، 2009.
- رمزي علي إبراهيم سلامة، اقتصاديات التنمية، منشأة المعارف، الإسكندرية- مصر، 1986.

- رواء زكي يونس الطويل، التنمية المستدامة والأمن الاقتصادي في ظل الديمقراطية وحقوق الإنسان ، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2010.
- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقات، دار المناهج، عمان-الأردن، 2003.
- زيد سليمان عبوي، السياحة في الوطن العربي- دراسة لأهم المواقع السياحية العربية-، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2007.
- زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي-مرفق بقاموس المصطلحات السياحة والفندقة -، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2007.
- سراب إلياس، حسن الرفاعي، محمود الديماسي، حسين عطير، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2002.
- سعد طه علام، التنمية والدولة، دار طيبة للنشر والتوزيع والتجهيزات العلمية، القاهرة- مصر، 2003.
- سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية - مصر، 2001-2002.
- سليم محمد خنفر، علاء حسين السرابي ، صناعة الفنادق-إدارة ومفاهيم -، دار الجرير للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011.
- سوزي عدلي ناشد، المالية العامة- النفقات العامة، الإيرادات العامة، الميزانية العامة-، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت- لبنان، 2009.
- سيمون كوزنت، الاقتصاد بين التنمية والتخلف، دار الكتاب الحديث، القاهرة- مصر، 2011.
- صفاء الدين محمد عبد الحكيم الصافي، حق الانسان في التنمية الاقتصادية وحمايته دوليا ، منشورات الحلبي الحقوقية،، بيروت- لبنان، 2005.
- الطائي حميد عبد النبي، مدخل إلى السياحة والسفر والطيران، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2003.
- الطائي حميد، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2001.
- الطيب داودي، الإستراتيجية الذاتية لتمويل التنمية الاقتصادية ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2008.
- عاطف الأخرس، سمير حمودة، محاسبة المنشآت السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2001.
- عبد الجبار عبد الله سعيد الصلوي، السياحة في اليمن-الملاحج الراهنة والرؤية المستقبلية -، إصدار وزارة الثقافة والسياحة، صنعاء- اليمن، 2004.
- عبد الحميد محمد القاضي، دراسات في التنمية والتخطيط الاقتصادي ، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية- مصر، 1972.

- عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2010.
- عبد المطالب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الدار الجامعية، الإسكندرية- مصر، 2001.
- عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، ط2، دار صفاء، عمان- الأردن، 2003.
- عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنت، التنمية المستدامة- فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها-، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2007.
- عدنان تايه النعيمي، أرشد فؤاد التميمي، الإدارة المالية-المتقدمة-، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2009.
- عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي -دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية-، دار الراية، عمان- الأردن، 2008.
- عصام عمر مندور، التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتغيير الهيكلي في الدول العربية ، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية- مصر، 2011.
- علاء حسين السرابي، سليم محمد خنفر، عبد الله الحجي، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية ، دار الجريب للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2011 .
- علاء فرج الطاهر، التخطيط الإقتصادي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2011.
- علي العطار، التنمية الإقتصادية والبشرية، دار العلوم العربية للطباعة والنشر، بيروت- لبنان، 2005.
- عمر صخري، التحليل الإقتصادي الكلي- الاقتصاد الكلي-، ط6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- عمرو محي الدين، التنمية والتخطيط الاقتصادي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت - لبنان، 1972.
- فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2009.
- فليح حسين خلف، الاقتصاد الكلي، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2007.
- فؤاد السيد المليجي، المحاسبة في الأنشطة السياحية والفندقية ، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية - مصر، 1993.
- فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2001.
- ماهر عبد العزيز توفيق، مبادئ إدارة الفنادق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 1997.
- ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، عمان- الأردن، 2008.
- محرز محمد عباس، اقتصاد المالية العامة، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- محمد البناء، اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ، زهران الشرق، القاهرة- مصر، 1998.
- محمد الصيرفي، تنشيط المبيعات السياحية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2010.
- محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، عمان- الأردن، 2008-2009.

- محمد أمين محي الدين السيد علي، إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية ، دار وائل للنشر، عمان-الأردن، 1998.
- محمد حافظ حجابي، إدارة التسويق السياحي والفندقي ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية - مصر، 2007.
- محمد شفيق، دراسات في التنمية الاقتصادية، دار الهناء للطباعة، إسكندرية- مصر، 2009.
- محمد طاقة، هدى العزاوي، إقتصاديات المالية العامة، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2010.
- محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، التنمية الاقتصادية بين النظرية والتطبيق ، الدار الجامعية، الإسكندرية- مصر، 2007.
- محمد عبد العزيز عجمية، محمد علي الليثي، التنمية الاقتصادية- مفهوما، نظرياتها، سياساتها- الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية- مصر، 2001.
- محمد عبد الفتاح محمد، تنمية المجتمعات المحلية-من منظور الخدمة الاجتماعية -، المكتب الجامعي الحديث، عمان- الأردن، 2008.
- محمد فريد عبد الله، التخطيط السياحي وأفاق السياحة المستدامة ، دار المواسم للنشر والتوزيع، بيروت- لبنان، 2006.
- محمد نبيل علام، محاسبة المؤسسات الفندقية ، دار المريخ للنشر، الرياض المملكة العربية السعودية، 1992.
- محمود حسين الوادي، أحمد عارف العساف، الإقتصاد الكلي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2009.
- محمود حسين الوادي، أحمد عارف العساف، الإقتصاد الكلي-تحليل نظري وتطبيقي-، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2007.
- محمود حسين الوادي، حسين محمد سمحان، سهيل أحمد سمحان، النقود والمصارف، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2010.
- محمود حسين الوادي، أحمد عارف العساف، التخطيط والتنمية الاقتصادية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2011.
- مدحت القرشي، التنمية الاقتصادية -نظريات والسياسات وموضوعات- ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2007.
- مرسى اللوزي، التنمية الإدارية، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2003.
- مروان أبو رحمة، أنس بلبيل، ربما الحناوي، إدارة المنشآت السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2001.

- مروان أبو رحمة، أنس بلبيل، ريما الحناوي، هديل الحسن، تسويق الخدمات السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2001.
 - مروان السكر، الاقتصاد السياحي، دار المجدلاوي للنشر، عمان - الأردن، 1999.
 - مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، مصر، 2003.
 - منال عبد المنعم مكية، السياحة تشريعات ومبادئ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2000.
 - نائل عبد الحافظ العوالمه، إدارة التنمية - الأسس، النظريات، التطبيقات العلمية -، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2009.
 - نجمة المسلمي، خريطة التنمية البشرية ومتطلبات التغيير، دار الكتاب الحديث، القاهرة - مصر، 2012.
 - نزار سعد الدين العيسى، إبراهيم سليمان قطف، الاقتصاد الكلي - مبادئ وتطبيقات -، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2006.
 - نعيم الطاهر وسراب الياس، مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2001.
 - هشام حمدي رضا، الإصلاح الإداري، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2011.
 - هشام مصطفى الجمل، دور الموارد البشرية في تمويل التنمية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية - مصر، 2005.
 - يسري دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية - مصر، 2002.
2. المذكرات والأطروحات الجامعية
- بزة صالح، تنمية السوق السياحية بالجزائر - دراسة حالة ولاية المسيلة -، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، قسم التسيير، تخصص علوم التسيير، فرع إستراتيجية السوق، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006.
 - بهاز الجبالي، مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم علوم الاقتصادية، فرع علوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2008.
 - حسين عبد القادر، الحكم الراشد في الجزائر وإشكالية التنمية المحلية، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية تخصص الدراسات الأورو متوسطية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011/2012.
 - حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص مالية وبنوك، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2006.

- السبتي وسيلة، تمويل التنمية المحلية في إطار صندوق الجنوب - دراسة واقع المشاريع التنموية في ولاية بسكرة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص نقود وتمويل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2005.
- السبتي وسيلة، تمويل التنمية المحلية من منظور إسلامي مساهمة صندوق الزكاة والوقف، رسالة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وتمويل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013/2012.
- سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية - دراسة حالة بنك الجزائري، وكالة جيجل - مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، شعبة بنوك وتأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، 2006/2005.
- سمير سالم، إستراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة - دراسة مخطط التوجيهي للتنمية السياحية لولاية جيجل -، مذكرة الماجستير في إطار مدرسة دكتوراه في العلوم الاقتصادية والتسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012/2011.
- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة - حالة الجزائر - أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، شعبة تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر - باتنة -، 2010/2009.
- عبد السلام لعياضي، التنمية المحلية والفوارق المجالية في إقليم شلفوم العيد - الفاعلون والبرامج - مذكرة ماجستير في التهيئة العمرانية، كلية علوم الأرض والجغرافيا والتهيئة العمرانية، قسم التهيئة العمرانية، جامعة منتوري بقسنطينة، 2010.
- عبد القادر بابا، سياحة الاستثمارات في الجزائر والتحديات التنمية في ظل التطورات العالمية الراهنة ، أطروحة دكتوراه الدولة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص التخطيط، جامعة الجزائر، 2004/2003.
- عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة - دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب -، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص اقتصاد تنمية، جامعة باتنة، 2005/2004.
- عشي صليحة، الأداء والأثر الإقتصادي والإجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر - باتنة -، 2011/2010.
- لبلع أمال، آلية التسيير الحضري والتنمية المحلية - حالة مدينة بسكرة -، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية، كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر - بسكرة -، 2004/2003.

- لرقط فريدة، المزيج التسويقي كأداة للتسيير وجذب السياح-تحليل بعض المؤشرات التطبيقية في الوكالات السياحية بمدينة سطيف-، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة فرحات عباس سطيف، 2001/2000.
- مباركة بلالطة، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية فرع التخطيط والتنمية، كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002/2001.
- محمد بالخير، التنمية المحلية وانعكاساتها الاجتماعية- دراسة ميدانية لولاية تمنراست-، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع التنظيم والعمل، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2005/2004.
- مسكين عبد الحفيظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحة-، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية، جامعة منتوري بقسنطينة، 2010/2009.

3. الملتقيات

- الملتقي الدولي في تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر-باتنة-، يومي 1 و2 ديسمبر 2004.
- ملتقي الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع وأفاق، مركز الجامعي بويرة، يومي 11-12 ماي 2010.
- ملتقي دولي حول إقتصاد السياحة والتنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 9 و10 مارس 2010.
- ملتقي دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 9 و10 مارس 2010.
- ملتقي دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 9 و10 مارس 2010.
- ملتقي دولي حول الاقتصاد السياحي والتنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية علوم الاقتصادية والتجارة والتسيير، يومي 9 و10 مارس 2010.
- ملتقي دولي حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات -دراسة حالة الجزائر والدول النامية-، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 21 و22 نوفمبر 2006.
- المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، يومي 26 و27 فيفري 2013.

4. المجلات والدوريات:

- بسمة عولمي، تشخيص نظام الإدارة المحلية في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد 4، الشلف- الجزائر، جوان 2006.

- حسين بشير محمد، التنمية المحلية - مفهوم والخيارات -، مجلة الوسط الاقتصادي، الخرطوم، 18 مارس 2010.
- خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول ، الشلف - الجزائر، 2004.
- علوني عمار، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية المحلية ، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 10، سطيف - الجزائر، 2010.
- فلاح علي، التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي ، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 6، جامعة فارس يحي مديّة - الجزائر، مارس 2012.
- محمد شوقي أحمد شوقي، تقويم دور السياحة الداخلية كأحد مصادر التمويل الذاتي للمحليات مع التطبيق على محافظة الشرقية، مجلة البحوث التجارية، جامعة الزقازيق - مصر، 1989.

5. منشورات

- تقرير سياحي عن ولاية ميلة، مديرية السياحة لولاية ميلة، ديسمبر 2007.

ثانيا: باللغة الفرنسية

1. Les livres:

- matouk Belattaf، **economie du développement**، office des publications universitaires ben - aknoun Alger، 2010.
- Pierre py، **le tourisme un phénomène économique**، édition les études de la documentation française، Paris، 1996.
- yves tinard ، **le tourisme économie et management**، 2^{ème} édition، édition édixionce international ،Paris ، 1994.

2. Les publications:

- **Monographie touristique mila**، Direction du tourisme de la wilaya de mila،

3. Les rapports:

- office national de statistiques، l'Algérie en quelques chiffres ، résultats: 2000 éducation: 2001، N :31.
- Office national de statistiques، l'Algérie en quelques chiffres، résultats: 2001، éducation: 2003، N :32.
- office national de statistiques، l'Algérie en quelques chiffres ، résultats: 2003، éducation: 2005، N :34.
- office national de statistiques، l'Algérie en quelques chiffres ، résultats: 2004، éducation: 2005، N :35.
- office national de statistiques، l'Algérie en quelques chiffres ، résultats: 2005، éducation: 2006، N: 36.
- office national de statistiques، l'Algérie en quelques chiffres ، résultats :2006_2008، éducation: 2009، N: 39.
- office national de statistiques، l'Algérie en quelques chiffres ، résultats :2007_2009، éducation: 2010، N: 40.

4. المواقع الإلكترونية

- www.ONS.dz
- وزارة السياحة - مديرية الإحصائيات - www.mta.gov.dz