

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة حسية بن بوعلي بالشلف  
كلية العلوم الإقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم الإقتصادية



## أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه

الشعبة: علوم إقتصادية

التخصص: إقتصاد سياحي وخدمات

تحت عنوان:

خدمات الطيران المدني ودورها في التنشيط السياحي في الدول العربية  
دراسة مقارنة بين بعض شركات النقل الجوي

من إعداد الطالب:

بوهراوة وليد

أعضاء لجنة المناقشة المكونة من الأساتذة:

رئيسا

مقررا

ممتحنا

ممتحنا

ممتحنا

ممتحنا

جامعة الشلف

جامعة الشلف

جامعة الشلف

المركز الجامعي تيسمسيلت

جامعة الشلف

جامعة خميس مليانة

أستاذ

أستاذ

أستاذ محاضر أ

أستاذ محاضر أ

أستاذ محاضر أ

أستاذ محاضر أ

بن نافلة قدور

راتول محمد

مرقاش سميرة

محمودي أحمد

معموري صورية

قاضي نجاة

# شكر وتقدير

لا يسعني إلا أن أتوجه بعد إنجاز هذا العمل بالحمد والشكر لله عز وجل على توفيقه وعونه لي في إتمام هاته الأطروحة.

كما يطيب لي بعد الإنتهاء من هذا العمل أن أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير والعرفان إلى أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور راتول محمد على حسن إشرافه على هذا العمل بتوجيهاته ونصائحه القيمة، وكذا حرصه على إتمام هذا العمل في أحسن الظروف فجزاه الله عني كل الخير وتشرفت كثيرا بإشرافه على هذا العمل.

كما أتقدم مسبقا بالشكر إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة الموقرين على قبولهم مناقشة عملي هذا وتقييمه.

كما أتوجه بالشكر العميق والإمتنان العظيم لكل أساتذتي الذين تتلمذت على أيديهم في جميع المستويات والذين تعود لهم ثمرة هذا المجهود.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل عمال وإطارات جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف. أصحاب الفضل كثيرين ولا يسع المجال لذكرهم جميعا. فخالص الشكر والإمتنان لكل من شجعني بالكلمة الطيبة والإبتسامة والدعاء من قريب أو بعيد.



# إهداء

أهدي هذا العمل إلى روح أختي الطاهرة رحمها الله

إلى الذين كان لهما الفضل في وجودي أُمي وأبي أطال الله في  
عمرهما، فاللهم أعني على برهما وإرزقني رضاهما وقدر لي  
إسعادهما بإذن الواحد الأحد

إلى جميع أختوتي وأخواتي

إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي

**ملخص**

## ملخص

هدفت هاته الدراسة إلى معرفة دور الخدمات التي تقدمها شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية في عملية التنشيط السياحي في الدول العربية، وكذا مقارنة الإستراتيجيات والخدمات الأساسية والتكميلية للشركات الثلاث ومحاولة تقديم توصيات تساعد شركة الخطوط الجوية الجزائرية في تحسين خدماتها. من أجل تحقيق هاته الأهداف، قمنا بإستخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال تقديم أهم المفاهيم المتعلقة بقطاعي السياحة والطيران المدني والخدمات التي تقدمها شركات الطيران المدني، وكذا تحليل واقع القطاعين في العالم على العموم وفي العالم العربي على وجه الخصوص، كما قمنا في الجانب التطبيقي بإستعمال أسلوب المقارنة من خلال مقارنة خدمات شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية.

كانت أهم نتائج هاته الدراسة أن خدمات التي تقدمها شركات الطيران المدني محل الدراسة للمسافرين لا تساهم بشكل كبير في التنشيط السياحي في الدول العربية وذلك لأسباب خارجة عن إطار جودة الخدمات بل متعلقة بالجوانب الأمنية والسياسية والعلاقات الثنائية بالدرجة الأولى. كما أن أهم التوصيات التي تم طرحها هو وجوب الاهتمام بمجال الإستثمار السياحي لشركات الطيران الثلاث محل الدراسة، وكذا العمل على تحرير الأجواء العربية بهدف زيادة المنافسة بين شركات الطيران المدني العربية والعالمية. الكلمات المفتاحية: السياحة، التنشيط السياحي، الخدمات، الطيران المدني، تحرير الأجواء.



# Abstract

This study aimed to know the role of the services provided by Emirates Airlines, Qatar Airways and Air Algeria in the process of tourism activation in the Arab countries, as well as to compare the basic and complementary strategies and services of the three companies and try to make recommendations that would help the Air Algeria company to improve its services. In order to achieve these goals, we used the descriptive and analytical approach by presenting the most important concepts related to the tourism and civil aviation sectors and the services provided by civil aviation companies, as well as analyzing the reality of the two sectors in the world in general and in the Arab world in particular, and we also used the applied method. Comparison by comparing services of Emirates Airlines, Qatar Airways and Air Algeria.

The most important results of this study were that the services provided by the civil aviation companies under study to travelers do not contribute significantly to tourism activation in the Arab countries for reasons outside the framework of the quality of services but related to security, political aspects and bilateral relations in the first place. The most important recommendations that were raised are the necessity of paying attention to the field of tourism investment for the three airlines under study, as well as working to liberalize the Arab airspace in order to increase competition between Arab and international civil aviation companies.

**Key words:** tourism, tourism activation, services, civil aviation, airspace liberalization.

# قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
I	الشكر والتقدير
II	الإهداء
IV	الملخص
VI	قائمة المحتويات
XI	قائمة الجداول
XIII	قائمة الأشكال
أ-ح	مقدمة
62-1	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لتنشيط السياحة
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية السياحة والتنشيط السياحي
3	المطلب الأول: مفهوم السياحة والتنشيط السياحي
8	المطلب الثاني: أتماط السياحة
15	المطلب الثالث: الأهمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسياحة
30	المبحث الثاني: مقومات التنشيط السياحي
30	المطلب الأول: المقومات الطبيعية لتنشيط السياحة
34	المطلب الثاني: المقومات الصناعية لتنشيط السياحة
38	المطلب الثالث: مقومات أخرى لتنشيط السياحة
49	المبحث الثالث: الخدمات السياحية كأهم ركيزة لتنشيط السياحة
49	المطلب الأول: مفهوم وخصائص الخدمات السياحية
53	المطلب الثاني: أنواع الخدمات السياحية
59	المطلب الثالث: عوامل ومقومات نجاح الخدمة السياحية
62	خلاصة
104-63	الفصل الثاني: التأصيل النظري لخدمات الطيران المدني
64	تمهيد
65	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الخدمات



65	المطلب الأول: مفهوم الخدمات
68	المطلب الثاني: خصائص الخدمات
71	المطلب الثاني: تصنيفات الخدمات
73	المبحث الثاني: عموميات حول خدمات الطيران المدني
73	المطلب الأول: تطور وخصائص الطيران المدني
78	المطلب الثاني: الأنماط والعناصر الأساسية لخدمات الطيران المدني
89	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على تقديم خدمات الطيران المدني
92	المبحث الثالث: المنظمات الدولية والإقليمية للطيران المدني
92	المطلب الأول: الهيئات الدولية للطيران المدني
95	المطلب الثاني: المنظمات الإقليمية الحكومية للطيران المدني
100	المطلب الثالث: المنظمات الإقليمية غير الحكومية للطيران المدني
104	خلاصة
105-152	الفصل الثالث: واقع السياحة وخدمات الطيران المدني في العالم والدول العربية
106	تمهيد
107	المبحث الأول: واقع قطاعي السياحة والطيران المدني في العالم
107	المطلب الأول: تطور السياحة الدولية
112	المطلب الثاني: تطور حركة الطيران المدني في العالم
123	المطلب الثالث: التوزيع الجغرافي لحركة الطيران المدني الدولي
129	المبحث الثاني: إتجاهات الطيران المدني في الدول العربية
130	المطلب الأول: الإتفاقيات العربية في مجال الطيران المدني
135	المطلب الثاني: تطور أسطول ووجهات شركات الطيران المدني العربية
137	المطلب الثالث: تطور سوق الطيران المدني في العالم العربي على متن شركات الطيران العربية
143	المبحث الثالث: واقع السياحة في الدول العربية
143	المطلب الأول: مقومات السياحة العربية
146	المطلب الثاني: تطور السياحة الدولية الوافدة لدول العالم العربي
148	المطلب الثالث: تطور الإيرادات السياحية في الدول العربية
152	خلاصة

233-153	الفصل الرابع: مقارنة تجارب شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية
154	تمهيد
155	المبحث الأول: تقديم عام للشركات الثلاث محل الدراسة
155	المطلب الأول: نبذة تاريخية عن الشركات الثلاث محل الدراسة
161	المطلب الثاني: مقارنة الشركات الثلاث محل الدراسة من حيث الشركات التابعة لها
171	المطلب الثالث: مقارنة إنجازات الشركات الثلاث محل الدراسة
176	المبحث الثاني: مقارنة الخدمات الأساسية التي تقدمها الشركات الثلاث محل الدراسة وعلاقتها بتنشيط الحركة السياحية في الدول العربية
177	المطلب الأول: المقارنة بين الشركات الثلاث محل الدراسة من حيث الأسطول
183	المطلب الثاني: المقارنة بين الشركات الثلاث محل الدراسة من حيث الوجهات
193	المبحث الثالث: مقارنة الخدمات التكميلية التي تقدمها الشركات الثلاث محل الدراسة وعلاقتها بتنشيط الحركة السياحية في الدول العربية
193	المطلب الأول: مقارنة الخدمات التكميلية للشركات الثلاث محل الدراسة
207	المطلب الثاني: عرض برامج الولاء للشركات الثلاث محل الدراسة
214	المطلب الثالث: مقارنة برامج الولاء للشركات الثلاث محل الدراسة من حيث طريقة كسب الأميال
226	المطلب الرابع: مقارنة برامج الولاء للشركات الثلاث محل الدراسة من حيث طريقة إنفاق الأميال
233	خلاصة
242-234	خاتمة
256-243	المراجع
259-258	الملاحق

# قائمة الجداول والأشكال



## قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	الميزان السياحي	19
2	الإختلاف بين السلعة والخدمة	67
3	أنواع الطائرات المدنية التي تنتجها شركة إيرباص	85
4	أنواع الطائرات المدنية التي تنتجها شركة بوينغ	86
5	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين والإيرادات السياحية في العالم خلال الفترة 2008-2018	108
6	التوزيع الجغرافي لتدفق السياح الدوليين خلال الفترة 2008-2018	109
7	ترتيب الدول العشر الأولى حسب عدد السياح الدوليين الوافدين والإيرادات السياحية في العالم سنتي 2017 و 2018	111
8	إحصائيات التحالفات الثلاثة لعام 2019	119
9	تطور الطيران المدني العالمي الدولي والمحلي خلال الفترة 2008-2018	121
10	تطور سوق الطيران المدني الدولي حسب عدد الرحلات المنتظمة وغير المنتظمة خلال الفترة 2008-2018	122
11	التوزيع الجغرافي لحركة الطيران المدني المنتظمة خلال الفترة 2008-2018	124
12	ترتيب أفضل عشر مطارات في العالم حسب حركة المسافرين وحركة الطائرات لسنتي 2017 و 2018	127
13	تطور أسطول شركات الطيران المدني العربية خلال الفترة 2008-2018	135
14	تطور حركة المسافرين في العالم العربي خلال الفترة 2008-2018	138
15	تطور عدد المسافرين الكيلومترين المنقولين والمقاعد الكيلومترية المعروضة على متن أسطول شركات الطيران العربية خلال الفترة 2008-2018	139
16	حركة الركاب والطائرات في المطارات العربية خلال الفترة 2008-2018	140
17	أفضل عشر مطارات عربية من حيث حركة الركاب وحركة الطائرات خلال سنتي 2016 و 2017	142

146	تطور عدد السياح في العالم العربي خلال الفترة 2008-2018	18
147	التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية الوافدة إلى العام العربي خلال الفترة 2008-2018	19
149	تطور الإيرادات السياحية في دول العالم العربي خلال الفترة 2008-2018	20
150	التقسيم الجغرافي للإيرادات السياحية في دول العالم العربي خلال الفترة 2008-2018	21
178	أسطول شركة طيران الإمارات 2019	22
179	أسطول شركة الخطوط الجوية القطرية 2019	23
180	أسطول الخطوط الجوية الجزائرية 2019	24
183	تطور وجهات وعدد ركاب طيران الإمارات خلال الفترة 2008-2019	25
200	الوجبات التي توفرها الخطوط الجوية القطرية على متن رحلاتها	26
202	الخدمات التي توفرها صالات المها لمسافري الخطوط الجوية القطرية	27
205	وسائل الدفع الإلكترونية لثمن تذاكر رحلات الخطوط الجوية الجزائرية	28
210	الكيوبوينتس اللازمة للترقية أو الإحتفاظ بمستوى العضوية في نادي الإمتياز	29
222	إكتساب الأميال عن طريق الرحلات الداخلية	30
223	كسب الأميال عن طريق درجات السفر	31
224	علاوة الأميال في برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية	32
229	الأميال المطلوبة للإستفادة من مكافأة التذكرة	33
230	الأميال المطلوبة للإستفادة من مكافأة ترفيع درجة السفر	34
231	الأميال المطلوبة للإستفادة من مكافأة الزيادة في وزن الأمتعة	35

## قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
16	نسبة المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة 2019-2009	01
17	نسبة المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي سنوي 2018 و 2019	02
22	مساهمة السياحة في التوظيف المباشر خلال الفترة 2019-2009	03
23	المساهمة الإجمالية لقطاع السياحة في التوظيف لسنتي 2018 و 2019	04
25	رأس المال المستثمر لقطاع السفر والسياحة خلال الفترة 2019-2009	05
117	الحريات الجوية التسع	06
136	أول 20 وجهة دولية داخل العالم العربي حسب سعة المقاعد	07
137	أول 20 وجهة دولية خارج العالم العربي حسب سعة المقاعد	08
185	الوجهات التي تغطيها شركة طيران الإمارات في العالم 2019	09
188	الوجهات التي تغطيها شركة الخطوط الجوية القطرية في العالم 2017	10
190	الوجهات التي تغطيها الخطوط الجوية الجزائرية في العالم 2019	11

# مقدمة

## أ- توطئة:

عُرفت السياحة منذ قديم الزمن على أنها ظاهرة إنسانية كان يمارسها الإنسان بهدف إشباع الرغبة الذاتية في إكتشاف المناطق وكذا البحث عن الطعام وغيرها من الدوافع التي تساعده في حياته اليومية، مع تطور الإنسان وتطور فكره تطورت معه فكرة السفر والترحال، حيث أن السياحة إنتقلت من مجرد نشاط يقوم به الإنسان لإشباع رغباته اليومية والذاتية إلى ظاهرة إنسانية وإجتماعية يقوم بها الفرد بهدف المتعة وتبادل وإكتساب الثقافات والإستجمام وغيرها من الأهداف التي حولت السياحة من مجرد نشاط ذاتي إلى صناعة في القرن الواحد والعشرون. وقد أصبحت السياحة أكبر صناعة في العالم لما توفره من حلول للنهوض بالإقتصاد وتنميته من خلال دعم الناتج الوطني الخام وتحسين ميزان المدفوعات بالإضافة إلى إعتبارها مصدرا مهما للعملة الصعبة وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة وتحقيق برامج التنمية بشكل مستدام. إن عملية التنشيط السياحي في العالم تعتمد بشكل كبير على طريقة الوصول إلى المناطق التي تتميز بصناعة سياحية متميزة، حيث أنه وفي القرن الواحد والعشرون، تدين صناعة السياحة بالفضل في تطورها ونموها إلى مختلف وسائل النقل، حيث أنه وحسب الإحصائيات الأخيرة للمنظمة العالمية للسياحة فإن أكثر من نصف السياح في العالم يستعملون في تنقلاتهم إلى مقاصدهم السياحية وسيلة النقل الجوي وتليها وسيلة النقل البري ثم النقل البحري، وحلت وسيلة النقل بالسكك الحديدية المركز الأخير في وسائل النقل المستعملة من طرف السياح في العالم.

يعد الطيران المدني أحدث وأهم وسائل النقل في الوقت الراهن لما يتميز به من السرعة والأمان والتطور التكنولوجي. كما أن قطاع الطيران المدني يعتبر العمود الفقري للسياحة داخل أي منطقة وللسياحة الدولية التي تستهدف أي بلد، كما يكتسي الطيران المدني أهمية متزايدة على الصعيدين الإقليمي والدولي. ولقد إستثمرت معظم دول العالم مبالغ ضخمة في البنية التحتية لقطاع النقل الجوي خلال السنوات الأخيرة خصوصا في سبيل تطوير وتحديث مطاراتها. وعليه فإن صناعة السياحة والطيران يعتبران من أهم الصناعات لكل دولة في الوقت الراهن لما يحققه كل منهما من مساهمة كبيرة في تعزيز الإقتصاد، كما يمكن إعتبارهما قطاعين مترابطين ولا يمكن الفصل بينهما. حيث يعتبر الطيران المدني عنصرا فاعلا ومهما من عناصر نجاح القطاع السياحي أينما كان، وبات يشكل قيمة أساسية مضافة للمنتج السياحي، ومدخلا من مداخل التنمية التي يوفرها القطاع السياحي، ويسهم بصورة أساسية في السعي نحو تنشيط السياحة في العالم.

يعتبر العالم العربي من بين أكثر المناطق التي تمتلك مؤهلات سياحية كبيرة جدا، هاته المقومات التاريخية والثقافية والحضارية والطبيعية تؤهل الدول العربية لأن تكون وجهة سياحية مميزة. فقد أعطت معظم الدول العربية في الآونة الأخيرة أهمية كبيرة لتطوير القطاع السياحي، كما جعلت له مكانا في أهم برامجها التنموية التي تهدف في مجملها إلى تطوير وتحسين خدماتها السياحية وكذا تحسين صورة مناطقها السياحية. هذا

الإهتمام بتنشيط السياحة وجه الدول العربية إلى تفعيل العلاقة بين قطاع السياحة وقطاع الطيران المدني، حيث أهما تسعى جاهدة لإستغلال التكامل المتواجد بين القطاعين من خلال الإستثمار في تحسين خدمات الطيران المدني بإعتباره همزة الوصل الأولى بين السائح والوجهة السياحية العربية. وقد سعت الدول العربية في توسعت المطارات وكذا تقديم الدعم لناقلاتها الجوية المحلية لتوسعة نشاطها على مستوى عالمي أكبر بهدف تسويق الوجهات السياحية المحلية وذلك من خلال مجموعة واسعة من الإتفاقات البينية والدولية. على ضوء ما سبق ولدراسة دور خدمات الطيران المدني في التنشيط السياحي في الدول العربية من خلال دراسة مقارنة بين بعض شركات النقل الجوي والتي تمثلت في شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية من خلال الخدمات الأساسية والتكميلية التي تقدمها للمسافرين وكيفية مساهمتها عملية التنشيط السياحي في الدول العربية. تتجلى إشكالية بحثنا في طرح التساؤل الأساسي التالي:

**الإشكالية: ما هو دور خدمات الطيران المدني في التنشيط السياحي في الدول العربية، بالنسبة لكل من شركة طيران الإمارات، شركة الخطوط الجوية القطرية، وشركة الخطوط الجوية الجزائرية؟**  
للإجابة على هذه الإشكالية، إرتأينا إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التي جاءت كالتالي:

#### ب- الأسئلة الفرعية:

- 1- كيف ساهمت الإتفاقيات العربية المبرمة في مجال الطيران المدني في تطوير هذا القطاع؟
- 2- كيف أثرت الإتفاقيات العربية المبرمة مع الإتحاد الأوروبي في مجال الطيران المدني، على تحرير الأجواء بالنسبة لشركات الطيران المدني العربية؟
- 3- ما سبب تخلف شركة الخطوط الجوية الجزائرية، عن نظيرتها شركة طيران الإمارات وشركة الخطوط الجوية القطرية، بالنسبة لما يقدم من خدمة أساسية؟
- 4- هل تعتمد الشركات الثلاث محل الدراسة على نفس الإستراتيجية فيما يتعلق بدور الخدمات التكميلية المقدمة في تنشيط السياحة العربية؟
- 5- ما سبب تميز كلا من شركة الخطوط الجوية القطرية، شركة طيران الإمارات فيما تقدماه من برامج الولاء؟
- 6- هل تتبنى الشركات الثلاث محل الدراسة نفس إستراتيجية إنفاق الأميال لتنشيط السياحة بالدول العربية؟

#### ت- الفرضيات:

- 1- ساهمت الإتفاقيات العربية المبرمة في مجال الطيران المدني في تحسين وتطوير الكفاءة الجوية لمؤسسات الطيران المدني العربية، وكذا القطاعات التي لها صلة مباشرة بقطاع النقل الجوي.

- 2- الإتفاقيات العربية المبرمة مع الإتحاد الأوروبي في مجال الطيران المدني، أدت بشركات الطيران المدني العربية إلى خسارة الركاب بين الدول العربية المعنية بالإتفاقية، وكذا خسارة ركاب الترانزيت من وإلى أوروبا، مع إمكانية تحول شركات الطيران المدني العربية مغذيا لشركات الطيران الأوروبية.
- 3- الخطوط الجوية الجزائرية تعتبر بعيدة جدا عن مسابرة شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية في مجال توسيع شبكة رحلاتها الجوية، هذا راجع في الأساس إلى قلة أسطول طائرتها والذي يعاني من نقص واضح في الكفاءة وعدم مسابرتها للتطور التكنولوجي الذي مس مجال صناعة الطيران المدني العالمي
- 4- تختلف الإستراتيجيات التي تنتهجها كل شركة من الشركات الثلاث محل الدراسة فيما يتعلق بالخدمات التكميلية التي تقدمها كل شركة ودورها في تنشيط السياحة العربية
- 5- تتيح شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية عدة طرق لكسب أميال أو كيوميلز، حيث أن طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تربط برامج ولائها مباشرة بمجموعة من الخدمات السياحية كال فنادق والرحلات السياحية والنقل السياحي، وهذا واضح جدا في طريقة كسب الأميال في برامجها.
- 6- عملية إنفاق الأميال في شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تختلف عنها في شركة الخطوط الجوية لجزائرية، حيث أن شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تتيح لأعضاء برنامج ولائها إمكانية الحصول على خدمات سياحية كمكافأة وذلك عن طريق دفع ثمن هاته الخدمات بالأميال المحصل عليها، عكس الخطوط الجوية الجزائرية التي تحصر عملية كسب وإنفاق الأميال لأعضاء برنامج ولائها في الرحلات التي تنظمها الشركة والتي تعتبر غير كافية خاصة في ظل المنافسة الكبيرة التي يشهدها سوق الطيران المدني العربي والعالمي.

ث- أهمية الدراسة: لعل أهم ما يؤمل أن تسهم به هاته الدراسة، يتمثل فيما يلي:

- على المستوى الأكاديمي: تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع بحد ذاته، كما تستمد أهميتها من خلال تغطيتها لجزء ولو صغير من نقص البحوث في هذا الموضوع، لإفتقار الدراسات التي تناولت الموضوع خصوصا العربية منها، حيث تسهم الدراسة، في الوصول إلى فهم الدور الهام الذي تقوم به خدمات الطيران المدني في التنشيط السياحي في الدول العربية من خلال دراسة المقارنة بين شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية.

- على المستوى التطبيقي: تكمن أهمية الدراسة على المستوى التطبيقي في محاولة إستخلاص نتائج عملية، مبنية على تحليل منهجي وعملي للواقع، إستنادا إلى ما تم مسحه من أدب نظري وتجريبي، عاج خدمات الطيران المدني ودورها في التنشيط السياحي في الدول العربية من خلال دراسة مقارنة بين شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية. كما تحاول الدراسة أيضا الوصول إلى

مجموعة من التوصيات بما يمكن شركة الخطوط الجوية الجزائرية من الاستفادة من تجارب شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية.

**ج- أهداف الدراسة:** تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- دراسة تطور حركة الطيران المدني في العالم وفي الدول العربية.
- 2- الوقوف على مدى مساهمة الإتفاقيات العربية المبرمة في مجال الطيران المدني في تطوير هذا القطاع.
- 3- التعرف على الإتفاقيات العربية المبرمة مع الإتحاد الأوروبي في مجال الطيران المدني فيما يتعلق بتحرير الأجواء وأثرها على شركات الطيران المدني العربية.
- 4- الكشف عن الفروقات بين شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية فيما يتعلق بالخدمات الأساسية. ومحاولة إبراز أهم الأسباب التي جعلت شركة الخطوط الجوية الجزائرية متخلفة عن شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية في هذا النوع من الخدمات.
- 5- التعرف على الإستراتيجيات التي تنتهجها شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية في مجال الخدمات التكميلية المقدمة لتنشيط السياحي في الدول العربية.
- 6- تسليط الضوء على برامج الولاء لشركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية ومحاولة إبراز أهم الأسباب التي جعلت هاتين الشركتين متميزتين في هاذ المجال.
- 7- الكشف عن الإستراتيجيات التي تتبناها الشركات الثلاث محل الدراسة في عملية إنفاق الأميال في برامج الولاء لتنشيط السياحة في الدول العربية.
- 8- التوصل إلى مجموعة من التوصيات بناء على النتائج المتوصل إليها، والتي قد تساعد الخطوط الجوية الجزائرية في تحسين خدماتها وترتيبها بين شركات الطيران المدني العربية والعالمية.

**خ- أسباب إختيار الموضوع:**

تمثلت أسباب إختيار موضوع بحثنا هذا في أسباب ذاتية وموضوعية يمكن ذكرها فيما يلي:

**الأسباب الذاتية:**

- الرغبة الشخصية في تقديم دراسة في تخصصنا تثري البحث العلمي للجامعات الجزائرية، وكذا محاولة الوصول إلى نتائج تساهم في دعم جهود الدولة الجزائرية في تطوير القطاع السياحي الوطني.
- توجه الحكومة الجزائرية نحو إيجاد بديل لقطاع المحروقات من خلال دعم قطاع الخدمات بما فيها الصناعة السياحية.

**الأسباب الموضوعية:**

- تقديم مرجع جديد للباحثين في مجال السياحة وكذا الطيران المدني.



- أهمية القطاع السياحي كبديل لقطاع المحروقات في الدول العربية عموما والجزائر خصوصا.  
- محاولة دراسة خدمات الطيران المدني وما يمكن أن تقوم به من دور في التنشيط السياحي في الدول العربية.

- إرتفاع عدد السياح الدوليين في العالم وكذا إعتتماد السياح على النقل الجوي كوسيلة للوصول إلى المقاصد السياحية المرغوب بزيارتها.

- محاولة إبراز نوعية الخدمات التي تقدمها شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية بإعتبارهما شركتين رائدتين في قطاع الطيران المدني في العالم والتي تعد عامل مهم في تعزيز الحصة السوقية لمؤسسات الطيران المدني.

- محاولة لفت شركة الخطوط الجوية الجزائرية لأهمية الطيران المدني في عملية التنشيط السياحي، والعمل على الإستفادة من تجارب شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية في هذا المجال.

**د- حدود الدراسة:** لموضوع بحثنا هذا حدود نوجزها فيما يلي:

**الحدود الموضوعية:** إقتصر بحثنا هذا على دراسة خدمات الطيران المدني ودورها في التنشيط السياحي في الدول العربية من خلال دراسة مقارنة بين شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية.

**الحدود المكانية:** إقتصرت هذه الدراسة على شركات الخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية وشركة طيران الإمارات

**الحدود الزمنية:** حددت فترة 2008 إلى غاية 2019 كفترة زمنية لهاته الدراسة.

**ذ- المنهج العلمي المتبع:** من أجل دراسة موضوع بحثنا ومعالجته من مختلف أبعاده وجوانبه وتوضيح الهدف منه إعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن من خلال جمع البيانات والمعلومات المتوفرة من مصادرها ومعالجتها بطريقة علمية وموضوعية للوصول إلى النتائج المتوقعة للبحث.

**ر- الدراسات السابقة:** سنحاول إستعراض أهم الدراسات السابقة التي عالجت أحد متغيري بحثنا وأو عالجتها مع بعض، وفيما يلي عرض للدراسات العربية والأجنبية وفق تسلسل زمني من الأقدم إلى الأحدث، وذلك على النحو التالي:

### دراسات عربية

1- مذكرة ماجستير (2013-2014)، طهراوي زهرة، " أهمية النقل ودوره في التنمية السياحية بالجزائر خلال الفترة 1999-2012"، جامعة الجزائر 3، تهدف هاته الدراسة إلى دراسة النقل في الجزائر وأهميته في تطوير قطاع السياحة، وقد توصل الباحث في الأخير إلى أن قطاع النقل بجميع أنواعه يلعب دورا كبيرا

في التنمية السياحية، لكن قطاع النقل في الجزائر ضعيف جدا ولا يؤدي الدور اللازم في تنمية المواقع السياحية والأثرية في الجزائر.

2- أطروحة دكتوراه (2014-2015)، بن شايب محمد، "أثر تفعيل المزيح التسويقي لمؤسسات الطيران على رضا الزبائن مع دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية"، جامعة الجزائر 3، تهدف هاته الدراسة إلى الوصول إلى الحد الذي يؤثر فيه تفعيل المزيح التسويقي لمؤسسات الطيران وذلك من خلال دراسة رضا زبائن الخطوط الجوية الجزائرية. وقد توصل الباحث إلى أن المزيح التسويقي لمؤسسات الطيران يؤثر على رضا الزبائن من خلال تسهيل عملية الحجز وتحسين الخدمة، وسرعة تقديمها، زيادة الثقة وتعزيز الصورة الذهنية المدركة لديهم من ثم ولائهم وإسعادهم.

### دراسات أجنبية

1- (B J Turton, C C Mutambirwa)، بعنوان "Air transport services and "the expansion of international tourism in Zimbabwe

"خدمات النقل الجوي و توسيع السياحة الدولية في زيمبابوي"، هاته الدراسة عبارة عن مقال منشور في مجلة إدارة السياحة في العدد السادس من المجلد السابع عشر الصادر في 1996، حيث حاول الباحثان البريطاني و الزمبابوي في بحث مشترك التطرق إلى واقع السياحة الدولية في زيمبابوي و محاولة التعرف على أهم وسائل النقل التي يستعملها السياح في زيارة زيمبابوي و أكثر المدن التي تعد وجهة للسياح داخل البلد، وقد سلط الباحثين الضوء على الخطوط الجوية الزمبابوية وعلى الدور الذي تلعبه في جذب السياح إلى زيمبابوي من خلال الوجهات المحلية و الدولية و كذا عدد الرحلات من وإلى الوجهات الدولية. وقد توصل الباحثين إلى أن الخطوط الجوية الزمبابوية لم تكن تؤدي دورها بالشكل اللازمة في دعم السياحة في زيمبابوي، وهذا بسبب سيطرة الدولة على إقتناء الطائرات و سياسة التسعير والسياسات التشغيلية، حيث أن الخطوط الجوية الزمبابوية لا تملك الحرية في تطوير خدماتها والتفاوض مع الفنادق ومنظمي الرحلات السياحية وهو ما يؤثر سلبا على السياحة في زيمبابوي. كما توصل الباحثين أيضا إلى أن تحرير النقل الجوي داخل زيمبابوي يوفر الفرصة لشركة الخطوط الجوية الزمبابوية لتقديم خدمات مميزة وكذا تطوير الطرق إلى المناطق السياحية داخل البلاد.

2- (grzegorz zajac)، بعنوان "the role of air transport in the development "of international tourism

"دور النقل الجوي في تطوير السياحة الدولية"، الدراسة عبارة عن مقال منشور في مجلة التجارة الدولية والخدمات اللوجستية و القانون في العدد الأول من المجلد الثاني الصادر في 2016، وقد حاول الباحث من جامعة تكنولوجيا المعلومات والإدارة في بولندا إبراز أهم الروابط الموجودة بين النقل الجوي و السياحة

الدولية وكذا التطرق إلى أهم العوائق والمحفزات في تطور السياحة الجوية، وقد تطرق الباحث إلى تجربة الإتحاد الأوروبي في تطوير النقل الجوي وكيف أثرت هاته التجربة على السياحة، وقد توصل الباحث في نهاية بحثه إلى أن تطور صناعة السياحة يعتمد في الأساس على الزيادة التدريجية في الخدمات الجوية، حيث أن السائح يفكر في السلامة وريح الوقت في البحث عن وجهات جديدة، وهو ما توفره شركات الطيران.

### 3- دراسة (Ali emre sarilgan)، بعنوان " Impact of the airline deregulation " "on the Turkish tourism industry

"تأثير تحرير النقل الجوي على صناعة السياحة التركية"، الدراسة عبارة عن مقال منشور في المجلة الدولية للأعمال والعلوم الاجتماعية في العدد الثاني من المجلد السابع الصادر سنة 2016، حيث أن الباحث من جامعة أناضول بتركيا قد تطرق إلى المراحل التي مر بها تحرير النقل الجوي في تركيا ومحاولة تحديد أهم التغيرات التي حصلت خلال هاته المرحلة على مستوى حركة النقل الجوي التركي والصناعة السياحية التركية، وقد توصل الباحث إلى أن إلغاء القيود التنظيمية أي تحرير النقل الجوي كان له تأثير كبير على صناعة السياحة لكل الوجهات الدولية والمحلية في تركيا، وذلك بسبب الوجهات الجديدة و كذا إنخفاض أسعار التذاكر، وهو ما سمح بزيادة الإستثمارات السياحية وكذا تطور النشاطات السياحية المحلية.

بخصوص موقع دراستنا من الدراسات سابقة الذكر، فهاته الدراسات لم تعطي تفصيلا لخدمات الطيران المدني فمنها من ركزت فقط على الجوانب المحفزة والمثبطة للحركة الجوية والتي تمثل فقط الخدمة الأساسية للطيران المدني وكذا علاقتها بتطوير السياحة في الدول محل الدراسة. وقد خلصت الدراسات السابقة للدور الذي تلعبه شركات الطيران في التنشيط السياحي من خلال زيادة الحركة الجوية وذلك عن طريق تحرير الأجواء.

نستطيع تحديد النقاط التي تميزت بها هذه الدراسة عن الدراسات السابقة، بما يلي:

-دراسة المقارنة التي إعتددها الطالب بين شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية.

-محاولة الطالب إبراز دور الخدمات التكميلية التي تقدمها شركات الطيران المدني في عملية التنشيط السياحي.

- لم تتناول الدراسات السابقة برامج ولاء شركات الطيران المدني ودورها في عملية التنشيط السياحي.  
- محاولة الطالب إبراز الدور الذي تلعبه الإتفاقيات الثنائية بين مقدمي الخدمات السياحية وشركات الطيران المدني في عملية التنشيط السياحي.

ز- صعوبات الدراسة: خلال هذا البحث واجهتني مجموعة من الصعوبات والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:  
- كانت الدراسات المتعلقة بالموضوع نادرة نظرا لحداثته، خاصة في ما يخص متغيري البحث.

- عدم توفر إحصائيات كافية بخصوص الطيران المدني في الدول العربية، مما سبب لي مشكل في معرفة توزيع حركة الطيران المدني داخل الدول العربية سواء من خارج العالم العربي أو داخله.

- عدم ثبات إحصائيات الدول العربية في قطاع السياحة والطيران المدني مما أثر على عملية جمع البيانات المتعلقة بالعالم العربي.

- صعوبة الحصول على المعلومات اللازمة المتعلقة بشركة الخطوط الجوية الجزائرية ونشاطها، وهو ما أثر نوعاً ما على دراسة المقارنة.

س- تقسيم الدراسة: للإحاطة بجميع جوانب الموضوع قمنا بتقسيم بحثنا إلى أربعة فصول والتي هي كالتالي:

- **الفصل الأول**: سنخصص هذا الفصل للإطار المفاهيمي للتنشيط السياحي، من خلال التطرق إلى ماهية السياحة والتنشيط السياحي، كما سنعرج على أهم المقومات التي تقوم عليها عملية التنشيط السياحي، ونختتم هذا الفصل بالتطرق للخدمات السياحية بإعتبارها ركيزة أساسية في عملية التنشيط السياحي.

- **الفصل الثاني**: هذا الفصل سيتمحور حول التأصيل النظري لخدمات الطيران المدني، من خلال تقديم مفاهيم عامة حول الخدمات، كما سنتناول في نفس الفصل عموميات حول خدمات الطيران المدني، ونختتم هذا الفصل بتقديم أهم المنظمات الدولية والإقليمية التي تقوم بتنظيم الطيران المدني.

- **الفصل الثالث**: سيكون هذا الفصل مخصص لدراسة واقع السياحة والطيران المدني في العالم والدول العربية، حيث سنحاول دراسة واقع قطاعي السياحة والطيران المدني في العالم، بالإضافة إلى دراسة اتجاهات صناعة الطيران المدني في الدول العربية، وفي الأخير تطرقنا إلى واقع السياحة في الدول العربية.

- **الفصل الرابع**: سنخصص هذا الفصل لدراسة مقارنة بين تجارب شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية، من خلال تقديم عام للشركات الثلاث محل الدراسة، ومحاولة المقارنة بين الخدمات الأساسية التي تقدمها الشركات الثلاث محل الدراسة، وكذا الخدمات التكميلية التي تقدمها نفس الشركات.

# الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنشيط السياحي

## تمهيد:

السياحة لا تعتبر وليدة اليوم، بل ظهرت مع ظهور الإنسان لكن مفهومها أخذ بالتطور وأصبحت أهميتها تتزايد مع مرور الأيام والسنوات حتى أنها تحولت من مجرد ظاهرة إنسانية فطرية بدائية إلى أن وصلت في القرن الواحد والعشرين إلى صناعة وظاهرة إجتماعية لها أسس وقواعد، وكما أصبحت أيضا علما نظريا يدرس في المعاهد والجامعات. إن هاته الدرجة من التطور التي شهدتها حركة السفر الدولية ساهم بشكل كبير في زيادة الإهتمام بالسياحة والعمل على تنشيطها من خلال زيادة الأنشطة الترويجية، نظرا لما تحققه هاته الصناعة من تأثير إيجابي على إستراتيجيات التنمية وتحقيق الأهداف الإقتصادية للدول، حيث أنها صنفت من بين أهم الأنشطة التي لها القدرة على التأثير في جميع المتغيرات الإقتصادية المحلية والدولية لما تملكه من قدرة على ضخ مداخيل هامة من العملة الصعبة وكذا إرتباطها وعلاقتها مع غيرها من الصناعات والقطاعات بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال تقديم القيمة المضافة.

من خلال هذا الفصل سنحاول إعطاء بعض المفاهيم الأساسية لصناعة السياحة كذا عملية التنشيط

السياحي من خلال المباحث الثلاثة التالية:

**المبحث الأول: ماهية السياحة والتنشيط السياحي**

**المبحث الثاني: مقومات التنشيط السياحي**

**المبحث الثالث: الخدمات السياحية كأهم ركيزة للتنشيط السياحي**

## المبحث الأول: ماهية السياحة والتنشيط السياحي

سنحاول من خلال هذا المبحث تقديم أهم التعاريف والمفاهيم المتعلقة بالسياحة كظاهرة والسائح كعنصر متسبب في الظاهرة وكذا بعملية التنشيط السياحي. وكذا معرفة أنماط السياحة والتطرق إلى الأهمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسياحة.

## المطلب الأول: مفهوم السياحة والتنشيط السياحي

عرفت السياحة مجموعة واسعة من التعاريف والمفاهيم التي تختلف من باحث إلى آخر ومن هيئة إلى أخرى وذلك بسبب إختلاف وجهات الجوانب التي قدمت التي قدمت لتعريف السياحة، من خلال هذا المطلب سنحاول تقديم أهم التعاريف التي تقدم مفهوم واضح للسياحة وكذا السائح الذي يعتبر عنصراً أساسياً في السياحة. كذلك محاولة تقديم مفهوم لعملية التنشيط السياحي.

## أولاً: مفهوم السياحة والسائح

عرفت السياحة مجموعة واسعة من التعاريف والمفاهيم التي تختلف من باحث إلى آخر ومن هيئة إلى أخرى وذلك بسبب إختلاف وجهات الجوانب التي قدمت التي قدمت لتعريف السياحة، من خلال هذا المطلب سنحاول تقديم أهم التعاريف التي تقدم مفهوم واضح للسياحة وكذا السائح الذي يعتبر عنصراً أساسياً في السياحة.

## 1- تعريف السياحة

تعددت التعاريف والمفاهيم المتعلقة بالسياحة وفيما يلي أهم التعاريف التي تعطي مفاهيم مختلفة وشاملة تعالج ظاهرة السياحة من جميع النواحي:

## أ- تعاريف بعض المختصين في السياحة:

تعريف (Wilter Huiniker) إن السياحة " مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة مؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي".<sup>1</sup>

وقد عرف (Guyer Freuler) السياحة عام 1905 على أنها " ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة والإستجمام وتغيير الجو، وإلى مولد إحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، والشعور بالبهجة والمتعة، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً نمو الإتصالات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الإتصالات التي كانت ثمرة إتساع نطاق التجارة والصناعة سواء أكانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرتها تقدم وسائل النقل".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أحمد الجلاء، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 1998، ص108.

<sup>2</sup> مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى علم السياحة، ألفا دو ك اللوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص 44.

تعريف زكي خليل المساعد " السياحة هي عبارة عن إنتقال الناس بشكل مؤقت إلى أماكن خارج سكنهم أو أعمالهم الإعتيادية، والنشاطات التي يقومون بها خلال الإقامة في تلك الأماكن والوسائل التي توفر لإشباع حاجاتهم".<sup>1</sup>

كما يعرفها العالم السويسري (Glucksman) على أنها "مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان".<sup>2</sup> كما عرف (Kraft et Hunziker) السياحة على أنها "المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين شريطة ألا تؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملاً دائماً أو عملاً مؤقتاً".<sup>3</sup>

تعريف هونز كيتز رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين " السياحة هي مجموعة العلاقات التي تترتب على سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي".<sup>4</sup>

عرف الإقتصادي النمساوي (Hermann von Schullard) سنة 1910 السياحة على أنها "الإصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصاً العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وإنتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة".<sup>5</sup>

عرف جون ميشو مسؤول المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي السياحة على أنها "نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج وإستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكون السبب هو التسلية، التداوي، إجتماعات، زيارة المقدسات الدينية، تجمعات رياضية".<sup>6</sup>

مما سبق يمكن تعريف السياحة على أنها نشاط إجتماعي يقوم به الفرد للخروج من بيئته المعتادة إلى بيئة أخرى سواء داخل أو خارج الحدود الجغرافيا لبلد إقامته بهدف إشباع رغبات سواء كانت العلاج أو الترفيه أو غيرها من الدوافع التي تجعله يمارس هذا النشاط في مدة لا تقل عن 24 ساعة، على ألا يكون مقابل ممارسة هذا النشاط مقابل مادي، بل يقابل هذا النشاط إنفاق من قبل السائح.

<sup>1</sup> زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 214.

<sup>2</sup> جلال بدره وآخرون، إدارة الأعمال السياحية، ألفا دو ك لوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص 30.

<sup>3</sup> نعيم الظاهر وسراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2001، ص 30.

<sup>4</sup> مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 45.

<sup>5</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1996، ص 23.



## ب- تعريف بعض الهيئات والمنظمات الدولية:

تعريف المنظمة العالمية للسياحة في المؤتمر الدولي حول إحصاءات السفر والسياحة في أوتاوا عام 1991 عرفت السياحة على أنها " النشاط الذي يمارسه الشخص خارج بيئته المعتادة لمدة زمنية تقل عن سنة ويكون الغرض الرئيسي من السفر بعيد عن ممارسة نشاط مدفوع الأجر في المكان الذي تمت زيارته "1.

تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة: "السياحة عبارة عن لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة وهي مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار أو انها الصناعة التي تتعاون على إشباع رغبات السائح".<sup>2</sup>

تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي المنعقد في روما 1963 على أن السياحة ظاهرة إجتماعية وإنسانية تقوم على إنتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، لا تزيد عن إثني عشر شهرا بهدف السياحة الترفيهية، العلاجية، التاريخية، وهي تنقسم إلى نوعين: السياحة الخارجية والسياسة الداخلية".<sup>3</sup>

في تعريف للمؤتمر الدولي للراحة والإستجمام والسياحة المنعقد في بريطانيا 1987 تحت رعاية الإتحاد الدولي لخبراء السياحة العالميين وجمعية السياحة في بريطانيا فقد عرفت السياحة بأنها " أنشطة معينة يختارها من يقوم بها خارج نطاق محل إقامته وربما يشمل أو لا يشمل الإقامة الليلية بعيدا عن المنزل".<sup>4</sup>

## 2- تعريف السائح

عرف الباحث الإنجليزي (Nourfal) السائح بأنه " الشخص الذي يدخل بلدا أجنبيا لأي غرض من الأغراض، عدا إتخاذ هذا البلد محل إقامة دائمة، أو العمل في هذا البلد عملا منظما ومستمرًا والذين ينفقه في هذا البلد المقيم فيه إقامة دائمة تؤمن له مالا يكسبه في مكان آخر".<sup>5</sup>

كما عرفت منظمة السياحة العالمية الأيوتو (AITO) بمؤتمرها بروما عام 1963 السائح بأنه " الشخص الذي يزور بلدا أجنبيا ويمكث فيه أكثر من 24 ساعة وأقل من 3 أشهر ولا يقصد القيام بوظيفة أو نشاط معين".<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Lesly Pender and Richard Sharpley, The management of tourism, SAGE publications Ltd, London, UK,2005, P4.

<sup>2</sup>نعيم الظاهر وسراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص30.

<sup>3</sup>محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، بدون سنة نشر، ص61.

<sup>4</sup>محمد الساحل، عبد الحق بن تفات، إبراز العلاقة بين السياحة والتنمية المستدامة مع محاولة نمذجة البعد الاقتصادي للسياحة المستدامة في الجزائر للفترة 1995-2016، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 30، الجزائر، مارس 2018، ص 131.

<sup>5</sup>مصطفى كافي، فلسفة إقتصاد السياحة والسفر، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016، ص 40

<sup>6</sup>مصطفى يوسف كافي، إقتصاديات النقل السياحي، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2015، ص31.

كما تم تعريف السائح في مؤتمر أوتادا بكندا على أنه "الشخص الذي يسافر لبلد يقيم فيه بشكل معتاد ولمدة لا تقل عن ليلة واحدة ولا تزيد عن عام، ولا يكون الغرض الأساسي ممارسة نشاط كسب".<sup>1</sup> كما عرف السائح أيضا على أنه الزائر المؤقت الذي يقيم لمدة 24 ساعة على الأقل في الدول التي زارها ويمكن تصنيف الغرض من رحلته إما للترفيه (عطلة، الصحة، الدين، الدراسة، الرياضة، عائلة) أو العمل (مهمة، إجتماع).<sup>2</sup>

في تعريف آخر عرف السائح على أنه "الشخص الذي يقيم برغبته خارج مكان سكنه الأصلي، دون أن يهدف إلى مكتسبات إقتصادية وعليه أن يصرف أموالا وفرها في مكان آخر، حيث أنه يقوم بوظيفة إستهلاكية ينتج عنها زيادة في دخل هذا البلد وتحدث هذه الزيادة عن طريق الإنفاق بالخدمات وشراء بعض المنتجات المحلية والهدايا من البلد السياحي كي تكون رمزا تذكاريًا باقيا لزيارته هذا البلد".<sup>3</sup> كما عرف السائح كذلك بأنه "الشخص الذي يترك مكان إقامته المعتاد إلى مكان آخر يمارس فيه بعض الأنشطة الترويحية أو الترفيهية شريطة أن يبيت ليلة واحدة على الأقل في مكان الهدف، وأن لا تطول مدة إقامته فيه عن عام كامل".<sup>4</sup>

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف السائح على أنه الشخص الذي يغادر مكان إقامته إلى وجهة أخرى سواء كانت داخل أو خارج حدود إقامته بدافع الحصول على الراحة أو العلاج أو غيرها من الدوافع التي لا يحصل مقابلها على أجر في مدة لا تقل عن 24 ساعة.

يتضمن مفهوم السائح مجموعة من المفاهيم الأساسية يمكن إبرازها فيما يلي:<sup>5</sup>

- أ- الزائر: هو كل شخص يزور دولة أخرى غير الدول المقيم فيها، ولا يهدف من خلال الزيارة ممارسة أي عمل داخل الدولة المزاراة يحصل منه على أجر. يندرج تحت هذا المفهوم فئتين من الزوار:
- السياح : وهم عبارة عن زوار مؤقتين يبقون في الدولة المقصودة للزيارة أو المكان المقصود مدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن السنة الواحدة وينحصر الغرض من زيارتهم في قضاء وقت فراغهم من خلال الترويح عن النفس وقضاء إجازة، أو لأسباب صحية، وكذا زيارة أماكن أثرية ومعالم تاريخية.
- المتزهون : وهم زوار مؤقتين يبقون في المكان المقصود للزيارة مدة تقل عن 24 ساعة.

<sup>1</sup> محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، دار الهناء للتجليد الفني، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 11.

<sup>2</sup>Norbert Vanhove, The Economics of Tourism Destinations, Elsevier Butterworth Heinemann, oxford, UK, 2005, p3-4.

<sup>3</sup> مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2009، ص 15.

<sup>4</sup> عبد القادر إبراهيم حماد وناصر محمود عبد، مدخل إلى جغرافية السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 20.

<sup>5</sup> عبد الله عياشي، إستراتيجيات تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور الإستدامة - حظيرة الطاسيلي بولاية إليزي نموذجاً-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2016/2015، ص 38-39.

ب- **المسافر:** هو الشخص الذي يغادر مكان إقامته الدائمة مبتعداً عنه سواء داخل حدود دولته أو خارجها، تحت أي دافع من دوافع السفر، سواء للزيارة أو العمل أو الدراسة مستثنى من ذلك رحلة العمل اليومية بغض النظر عن المسافة المقطوعة يومياً، وتميز هنا نوعين رئيسيين من السائحين هما:

- **السائح الدولي:** وهو الشخص الذي يسافر عبر الحدود الدولية، ويبقى بعيداً عن دولته التي يقيم فيها بشكل دائم، مدة لا تقل عن 24 ساعة.

كما يعرف السائح الدولي كذلك على أنه " زائر مؤقت يعبر حدود بلاد غير بلاده الأصلي أو محل إقامته الدائم بهدف قضاء أوقات الفراغ أو المتعة والسرور، التجارة أو لقاء الأهل والأصدقاء لفترة أكثرها سنة واحدة وأقلها 24 ساعة بقصد غير العمل أو البحث عن إقامة دائمة في البلد التي يزورها.<sup>1</sup>

- **السائح الداخلي:** وهو السائح الذي يقتصر تنقله داخل حدود الدولة التي يقيم فيها، ويبقى بعيداً عن مكان إقامته الأصلي مدة لا تقل عن 24 ساعة، أو ليلة واحدة، وتضع بعض الدول حدوداً مسافية في تحديد السائح الداخلي تتراوح بين 40 و100 كلم.<sup>2</sup>

### ثانياً: مفهوم التنشيط السياحي

يعرف التنشيط السياحي على أنه تغير لمفهوم النشاط من عملية تلقائية يومية إلى تنشيط متعمد للجهود والأفكار لتحقيق أهداف معينة، إذ لا بد من حدوث دفعة قوية أو سلسلة من الدفعات القوية حتى يتسنى بمقتضاها الخروج من حالة الركود السياحي المتواترة والمستمرة إلى حالة التنشيط السياحي لحدوث تقدم في أسرع وقت من خلال إستراتيجية ملائمة. بمعنى إختيار الأسلوب والمدخل الذي يتم إختياره لتحقيق من خلاله الأهداف المحددة وباستخدام الموارد المتاحة والظروف المناخية المحيطة، وبمعنى آخر بالتنشيط السياحي هو الانتقال من حالة ما هو قائم إلى حالة ما يجب أن يكون.<sup>3</sup>

كما يعرف التنشيط على أنه الجهود المبذولة لعرض المنتج باستخدام كافة الأدوات والطرق التنشيطية للتعريف بالمنتج وتشجيع المستهلكين لشراء المنتج. أما التنشيط السياحي فهو استخدام كافة الجهود الإعلامية والدعائية والعلاقات العامة الرامية إلى إعداد ونقل رسالة أو رسائل معينة عن الصورة السياحية لمنطقة ما وإلى جماهير محددة بالوسائل الفعالة بغرض جذب السائحين ودفعهم إلى ممارسة نشاط سياحي في تلك المنطقة المستهدفة، أي الهدف هو الطلب السياحي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عبد القادر إبراهيم حماد وناصر محمود عبد، مرجع سبق ذكره، ص 20.

<sup>2</sup> عبد الله عياشي، مرجع سبق ذكره، ص 39.

<sup>3</sup> عبد الفتاح مصطفى غنيمه وآخرون، تنشيط السياحة الأمل المرتجى، مطابع جامعة المنوفية، مصر، 2010، ص 57.

<sup>4</sup> جمال محمد عبد الظاهر الطيب، التنشيط السياحي لحي الظاهر دراسة تطبيقية على المعابد اليهودية ومسجد الظاهر ببيرس وقصر السكاكيني،

المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد 12، العدد (1/2)، سبتمبر 2018، مصر، ص 312.

التنشيط السياحي يعني كذلك عملية تنشيط السياحة بالإعلام والتعريف بالمنتج السياحي أو الخدمة السياحية لزيادة الطلب على هذا المنتج أو الخدمة، إضافة إلى توفير كل السبل لإظهار المنتج بشكل جذاب وواقعي بعدة أساليب ووسائل<sup>1</sup>.

كما يعرف التنشيط السياحي كذلك بأنه تلك الجهود المبذولة والتي تهدف إلى توضيح الصورة السياحية للدولة للتأثير على السائحين وإثارة دوافعهم للقيام برحلة سياحية إلى الدولة لإشباع رغباتهم وتحقيق أهدافهم السياحية<sup>2</sup>.

إن أهم أهداف التنشيط هو التعريف بالمنتج بكافة وسائل الإعلام والاتصال السمعية والبصرية والتأثير على السلوك الشرائي بالإيجاب، ولتحقيق ذلك لابد من تطبيق المزيج التنشيطي حيث أنه يمثل مجموعة النظم المتكاملة التي تتفاعل وتترابط وتتكامل مع بعضها البعض لكي تحقق الأهداف الرئيسية لنظم التنشيط فهو يتكون من العناصر الآتية: الإعلان والداية السياحية والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات والعلاقات العامة<sup>3</sup>.

### المطلب الثاني: أنماط السياحة

إن السياحة تتكون من مجموعة كبيرة من الأنماط التي يمكن ان تقسم إليها، وفيما يلي أهم هاته الأنماط:

#### أولاً: السياحة حسب الغرض

تنقسم السياحة حسب الغرض منها إلى الأنماط التالية:

**1- سياحة العلاج والصحة:** تعد السياحة العلاجية من أنواع السياحة المهمة والتي تدر دخلاً محترماً حيث إرتفع مدخول بعض الدول الأوروبية من السياحة العلاجية، لأن فترة بقاء السياح لغرض العلاج تكون متوسطة أو طويلة وكذلك تكون مصاريفه كبيرة خاصة إذا توفرت بالدولة المعنية المقومات السياحية العلاجية الوقائية، وهي تركز على إستخدام عناصر الطبيعة في العلاج والشفاء من الأمراض وتشمل ما يلي<sup>4</sup>:

- توفر المياه المعدنية الكبريتية.

- توفر رمال ذات طبيعة خاصة والطين.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، الطبعة 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003، ص 23.

<sup>2</sup> عبد السميع صبري، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006، ص 242.

<sup>3</sup> جمال محمد عبد الظاهر الطيب، مرجع سبق ذكره، ص 312.

<sup>4</sup> مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 44-52.

- توفر جو صحي ونقي وجاف والأشعة الشمسية.
- توفر مصحات ومستشفيات وكادر طبي وعلاجي جيد.
- توفر أطباء أخصائيين جيدين.
- توفر الخدمات السياحية المساعدة مثل المترجمين والصحفيين ووسائل الإتصالات السريعة ووسائل النقل.
- توفر طهارة جيدين لتقديم الطعام الخاص إلى المرضى.
- تساعد السياحة العلاجية على خلق إنطباع إيجابي للسياحة خاصة بالنسبة للمرضى الذين تتم معالجتهم بصورة جيدة أو يشفون من أمراضهم عند قدومهم للعلاج وهذا بدوره يشجع على نجاح المنطقة وجعلها هي مناطق الجذب السياحي المهمة محليا أو عالميا.

**2- سياحة التعليم والتدريب:** هذا النوع من السياحة تركز عليه الآن الدول المتقدمة علميا وصناعيا وفكريا وثقافيا وتكنولوجيا، حيث تقوم هذه الدول بتشجيع السفر بغرض الدراسة في الجامعات والمعاهد أو عقد ندوات ودورات تعليمية أو تدريبية، مثل دورة تعلم الطهي أو دراسة لغة معينة أو دورة في مجال الحاسوب والتكنولوجيا. حيث أنه أصبح التعلم وتلقي العلم، وإكتساب المعارف وجعل الخبرات من أهم المجالات السياحية النشطة التي تمارسها الدول المتقدمة في زيادة الدخل وتحسين ميزان المدفوعات.<sup>1</sup>

**3- السياحة الرياضية:** هي نوع يسود داخل المناطق التي تنظم فيها مختلف المنافسات الرياضية والتي تستدعي إنشاء مركبات رياضية وكذا سياحية تضمن إقامة وإطعام وترفيه الزوار طوال فترة إقامتهم، إن مختلف الرياضات التي ترتبط مباشرة بالسياحة هي تلك التي تحتاج إلى مجال واسع وتعتبر الألعاب الأولمبية والمنافسات العالمية من أهم المنافسات التي تستقطب إليها السياح مما يساهم في تنويع الإنتاج السياحي.<sup>2</sup> إن هذا النوع من السياحة ليست فقط حكرا على الزوار الذين يمارسون النشاط الرياضي فقط، حيث أن المشاهدين والمتخرجين المتابعين لمثل هاته التظاهرات الرياضية المحلية والعالمية يصنفون ضمن فئة السياح.

**4- السياحة التاريخية:** ويتمثل هذا النمط من السياحة في زيارة الأماكن الأثرية والتاريخية، والدولة التي لا تملك أثارا أو لم تسكنها حضارات قديمة لا يمكن أن تتنافس في مثل هذا النمط من السياحة. وبالتالي يعتبر من أرقى أممات السياحة ويستقطب أعدادا ضخمة من السواح وتستطيع الدول المضيفة أن تحدد نوعية السواح ومستواهم.

<sup>1</sup>مصطفى يوسف كافي وأصدقائه، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 104-105.

<sup>2</sup>شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الإقتصاد الوطني والمتغيرات الإقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر (3)، الجزائر، 2015/2014، ص 10.

هذا النمط من السياحة يستوجب أيضا تدخل الدولة والمنظمات الحكومية لتطويرها والمحافظة على الآثار من السرقة والعبث ولأنهما تحتاج إلى استثمار رؤوس أموال ضخمة لتطوير هذه المناطق وكذلك تحتاج إلى كادر سياحي وإداري متعلم ومدرب ومثقف وتحتاج إلى تطوير الجامعات الفنية والأكاديمية والمعاهد لغرض تأهيل مثل هذا النمط من اليد العاملة المدربة للإستقبال والخدمة.<sup>1</sup>

**5- سياحة الهوايات:** يعد هذا النوع من السياحة من الأنواع الحديثة في الوقت الحاضر، وأخذت تستقطب أعداد كبيرة من السياح خاصة في الدول المتقدمة، ويتم تنظيم سياحة لنوع معين ومحدد من السياح، مثل مراقبة الطيور أو هواية تسلق الجبال وكذا هواية الترحلق على الجليد وغيرها من الهوايات الأخرى. وينبغي أن يكون على المشاركين في هذا النوع من السياحة أن تتوفر فيهم الثقافة العالية والإمكانات المادية المرتفعة.<sup>2</sup>

**6- السياحة الإجتماعية:** يطلق على هذا النوع من السياحة عدة أسماء مثل سياحة الإنتماء إلى الوطن أو السياحة العرقية أو حتى سياحة الجذور. وتكون عبارة عن سياحة العوائل أي وصول السائح إلى بلده الأم مع عائلته، وهذا النمط من السياحة يتطلب خدمات متعددة ومتنوعة مثل وسائل الترفيه للأطفال كالمساح والملاعب وأيضا الإقامة يجب أن تكون مستعدة لقبول الأطفال وتوفير الخدمات لهم، ودائما يفضل السواح في هذا النوع من السياحة الإقامة في الشقق المستقلة، والشقق الفندقية ولأن كل سائح يأتي مع عائلته وأطفاله، فإن فترة الإقامة تكون من أسبوع إلى موسم كامل.

تقوم هذه السياحة على تشجيع المواطنين المغتربين لزيارة أهلهم وأقاربهم وأصدقائهم وتشجيعهم على زيارة الوطن الأم وكما يعتبر هذا النمط من السياحة أسهل أنواع الجذب والترويج السياحي ويجب أن تتوفر في البلد الأم الأمن والحرية لغرض جذب هذا النمط من السياحة، وتشتهر دول العالم الثالث بهذا النوع من السياحة لكثرة المهاجرين من هاته البلدان جراء الأوضاع الإقتصادية المتردية، وتكون عملية تحفيزهم على زيارة وطنهم الأم عملية سهلة.<sup>3</sup>

**7- سياحة المؤتمرات والأعمال:** تتمثل في مجموعة من رحلات العمل التي يقوم بها رجال الأعمال للحصول على صفقات تجارية و المشاركة في المؤتمرات و المنتقيات العلمية، ويعد هذا النوع من أكثر الأنواع المكلفة لضخامة رؤوس الأموال التي يحتاجها لتحقيق مردودية الموجودة نظرا للمستوى الإجتماعي الراقى الذي يتميز به الأشخاص الذين يمارسون هذا النوع الموجود خاصة على مستوى الأقاليم ذات

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 46.

<sup>2</sup> طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي دراسة ميدانية، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2010، ص 157.

<sup>3</sup> مصطفى يوسف كافي وأصدقائه، مرجع سبق ذكره، ص 106-107.

الأقطاب الإقليمية العالمية حيث يرتفع إنفاق الزائر في سياحة المؤتمرات بنسبة متفاوتة مقارنة بإنفاق السائح العادي وهذا ما يؤكد أهمية الأعمال وسياحتها كمورد إقتصادي مهم في الناتج المحلي الإجمالي للدول السياحية المنظمة للمؤتمرات.<sup>1</sup>

**8- سياحة المشتريات:** يعتبر هذا النوع من السياحة من الأنواع الحديثة، حيث تسعى كثير من الدول التي تنخفض فيها كلفة اليد العاملة ولديها وفرة في الإنتاج أن تصبح سوقا رائجا ورخيصا تعرض فيه جميع أنواع البضائع بأسعار منخفضة بهدف جذب أكبر عدد من السواح الذين يهتمون بشراء السلع المختلفة، وهذا النوع من السياحة يحتاج إلى خدمات متنوعة ومتعددة وكذلك أماكن إقامة متنوعة ولكن تكمن الصعوبة هنا في السيطرة على هذا النوع من السياحة لأنه يتضمن طبقات مختلفة من السواح ومن كافة النواحي.<sup>2</sup>

**9- السياحة الترفيهية:** يعد هذا النوع من السياحة من أهم وأقدم أشكال السياحة يكون قصد من وراء هذه السياحة الراحة من ضغوط العمل والحياة، حيث يتوجه السائح إلى أماكن تتوفر فيها شروط الترويح على النفس وتجديد نشاطه وحيويته.<sup>3</sup>

**10- سياحة الحوافز:** نشأت سياحة الحوافز كأسلوب لحفز طاقات العاملين بالشركات الكبرى، والعاملين بالتسويق وإدارة المبيعات بشكل خاص، ويمكن تعريفها بأنها استخدام الرحلة أو السفر كسبيل إستثنائي لتشجيع الأفراد على تحقيق مستويات أداء عالية في عملهم أو تعليمهم.

**11- السياحة الدينية:** يعرف هذا النوع من السياحة على أنه أعرق أنواعها، حيث أنه ظهر منذ القدم ولا يزال إلى يومنا هذا مطلب الكثير من السواح. يسعى السائح من خلال ممارسة هذا النمط من السياحة إلى إشباع غرائزه الدينية. وهناك مجموعة من المزارات السياحية الدينية المشهورة في العالم نذكر منها مكة المكرمة كمزار للمسلمين والعراق كمزار للشيعة والفاتيكان كمزار للمسيحيين.

**12- السياحة الثقافية:** هي عبارة عن ممارسة إجتماعية، حيث أن دافعها الرئيسي هو التعرف على القيم الثقافية للمجتمعات، ويمكن اعتبارها لقاء بين النظم الإجتماعية الثقافية للمجتمعات التي ستؤثر وتتأثر ببعضها البعض. حيث أن السائح يبدي إهتمامه بتجربة الحياة اليومية والعادات للناس في وجهات مختلفة

<sup>1</sup> شرفاوي عائشة، مرجع سبق ذكره، ص 9.

<sup>2</sup> ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 63.

<sup>3</sup> إدير معياش، واقع السياحة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات الإفريقية، الجزائر، نوفمبر 2016، ص 84.

من خلال الإستهلاك الحسي والرمزي لمجموعة واسعة من المظاهر الثقافية مثل التراث والصور والفنون والفلكلور وغيرها من الثقافات المرتبطة بالوجهة المعينة من قبل السائح.<sup>1</sup>

**13- السياحة السياسية:** وهي تمثل حضور اللقاءات والندوات السياسية والمؤتمرات والمشاركة في الأحداث السياسية المختلفة مثل أعياد الإستقلال ومناسبات التتويج والتكريم.<sup>2</sup>

**14- السياحة الطبيعية:** تلعب الطبيعة دورا مهما في جذب السياح إليها، خاصة إذا كانت تتميز ببيئة نظيفة لا يسودها التلوث الذي ينتج عن فضلات الإنسان والمصانع التي تؤثر على النظام الإيكولوجي للبيئة.

عرف هذا النوع من السياحة تطورا ملحوظا في الطلب عليه، حيث أن الأفراد أصبحوا يهربون من زحمة وإختناق المدن المكتظة بالسكان والمصانع إلى أحضان الطبيعة لاستعادة الهدوء وراحة الأعصاب، وتنشق هواء نقي، شرب مياه نقية من الينابيع الطبيعية.<sup>3</sup>

### ثانيا: السياحة وفقا للنظام الجغرافي

تنقسم السياحة وفقا للنظام الجغرافي إلى الأنماط التالية:

**1- السياحة الدولية:** معناه إنتقال السواح الأجانب إلى بلد ما وهذا النوع من السياحة تبحث عنه أغلب دول العالم وتعمل على تشجيعه وذلك للحصول على العملات الصعبة ويتطلب هذا النوع من السياحة خدمات مختلفة وبنية تحتية كبيرة وكلما تنوعت الخدمات السياحية من ناحية الجودة والأسعار وتطورت البنية التحتية والفوقية كلما زاد عدد السواح الأجانب الذين يزورون البلد وطبعا يعتمد هذا النوع من السياحة على توفير الأمن والإستقرار، البنى التحتية، توفر الحرية داخل البلد وسهولة الحصول على التأشيرة للمرور عبر الحدود الجغرافية.<sup>4</sup>

**2- السياحة الداخلية:** تمثل حركة وإنتقال مواطني الدولة داخل حدود دولتهم والسائح فيها هو أي شخص من موطن الدولة ينتقل من مكان إقامته المعتادة ليزور مكان آخر أو منطقة أخرى داخل حدود الدولة التي يقيم فيها ويقضي ليلة على الأقل في المكان المزار ليس لغرض العمل وكسب المال، ولكن

<sup>1</sup>Seyed Sima Mousavi, Naciye Doratli, Seyed Nima Mousavi and Fereshte Moradiahari, Defining cultural tourism, International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development (CASD-2016) Dec. 1-2, 2016, London, UK, P 73.

<sup>2</sup> محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 33.

<sup>3</sup> طه أحمد عبید، مرجع سبق ذكره، ص 161.

<sup>4</sup> ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 70.



بغرض الترفيه أو الرياضة أو الإستجمام أو زيارة الأصدقاء والأقارب أو لأسباب دينية أو العلاج أو حضور مؤتمرات وندوات.<sup>1</sup>

عند مقارنة السياحة الداخلية بالسياحة الدولية، يمكن إيجاد ثلاث خصائص تميز السياحة الداخلية وهي كالتالي:<sup>2</sup>

أ- على عكس السياح الدوليين، يعرف السياح المحليون الوجهة ولغتها وعاداتها وقوانينها ومناخها وسياقها الثقافي.

ب- الوجهات الداخلية هي الأقرب بحيث يستخدم السياح النقل البري في الغالب مقارنة بالسياحة الدولية حيث أن الوجهة أقرب ويستخدم النقل البري أكثر، وتكلفة الرحلات أقل.

ج- بالنظر إلى إنخفاض تكلفة الرحلة، فإن المسافرين المحليين يسعون للحصول على أفضل جودة خدمة، وغالبا بأقل سعر ممكن في الخدمات السياحية كالإقامة، والخدمات الغذائية، والأنشطة السياحية، والتسوق.

**3- السياحة الإقليمية:** هي السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل دول الإتحاد الأوروبي، وتتميز السياحة الإقليمية بقلّة التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لقصر المسافة التي يقطعها السائح بالإضافة إلى تعدد وتنوع وسائل النقل المتاحة مما يغري الكثيرين بإتجاه الدول القريبة أولا. خاصة عند وجود تسهيلات ومميزات ومغريات سياحية تشجعهم على زيارة البلدان القريبة جغرافيا.<sup>3</sup>

### ثالثا: السياحة وفقا للعدد

تتمثل أشكال السياحة وفقا لهذا التقسيم فيما يلي:

**1- السياحة الجماعية:** تسمى أيضا بـسياحة الأفواج وفيها تقوم الشركات السياحية المتخصصة بتنظيم رحلات في مجموعات أو أفواج سياحية شاملة لكل عناصر الرحلة السياحية من نقل وإيواء إلى طعام وشراب السائح هنا يحصل على الخدمات السياحية بشكل غير مباشر من المنشآت السياحية، ويتميز هذا النوع من الرحلات السياحية بإنخفاض التكاليف، ويضم هذا النوع من السياحة فئات مهنية محددة أو بعض أصحاب الدخل المحدود الذين يسعون إلى قضاء إجازاتهم أو جزء منها حسب إمكاناتهم المادية، ومدة إجازتهم والتسهيلات المتاحة.<sup>4</sup>

**2- السياحة الفردية:** هذا النوع من السياحة غير منتظمة يقوم به الشخص أو مجموعة من الأشخاص لزيارة بلد أو مكان ما، تتراوح مدة الإقامة حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم

<sup>1</sup> شرفاوي عائشة، مرجع سبق ذكره، ص 12.

<sup>2</sup>Roopesh Kumar, Significance of Domestic Tourism in India as a major revenue generator, Asia pacific journal of research, vol 1, April 2016, p6.

<sup>3</sup> ماهر عبد الخالق السيسى، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2016، ص 47.

<sup>4</sup> طه أحمد عبيد، مرجع سبق ذكره، ص 163.

وكل سائح من هذه المجموعة له دوافعه الخاصة ورغباته الخاصة التي جاء لتحقيقها ومدى تمتع هؤلاء السواح بالخدمات السياحية، ويعتمد هذا النوع من السياحة على تأثير الأصدقاء أو تأثير الإعلان والترويج السياحي ومدى ثقافة السائح.<sup>1</sup>

#### رابعاً: تقسيمات السياحة وفقاً لمدة الإقامة

تقسم السياحة وفقاً لهاذا التقسيم إلى:<sup>2</sup>

1- **سياحة الأيام:** أي مدة تتراوح من يوم واحد إلى أسبوع.

2- **سياحة موسمية:** ومدتها من شهر إلى 3 أشهر.

3- **سياحة عابرة:** تكون لوقت قصير، وهو الوقت الذي يقضيه السائح في البلد الذي يضطر للعبور عليه والتوقف لمواصلة الرحلة.

#### خامساً: حسب وسيلة النقل

يتضمن الأصناف التالية:<sup>3</sup>

1- **السياحة البرية:** وهي التي تتم عن طريق السيارات الخاصة، الحافلات العامة والخاصة والسكك الحديدية.

2- **السياحة البحرية أو النهرية:** وتتم عن طريق البواخر والسفن والقوارب السياحية.

3- **السياحة الجوية:** وتتم عن طريق الطائرات والمناطيد وغيرها من وسائل النقل الجوي المختلفة.

#### سادساً: تقسيم السياحة وفقاً للعمر

حسب هذا التقسيم نجد:<sup>4</sup>

1- **سياحة فئة الصغار:** وترتبط بالأطفال حيث يكتسبون من خلالها مجموعة مهارات وسلوكيات ومعارف لازمة لنضوجهم، وتأخذ شكل معسكرات صيفية أو رحلات التعرف على الطبيعة أو الأماكن التاريخية.

<sup>1</sup> بلعربي غنية، عامري خديجة، السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر دراسة تحليلية لأهم مواقع الأترنت الخاصة بالسياحة في الجزائر، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، العدد السادس، الجزائر، جوان 2017، ص 135.

<sup>2</sup> محسن بن حبيب، أثر إدارة العلاقة مع العملاء في تنافسية المؤسسات السياحية بالجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2016/2017، ص 82.

<sup>3</sup> وليد معافة، الإستثمار السياحي في الجزائر دراسة في الفرص وتشخيص للمعيقات، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد الثالث عشر، الجزائر، جويلية 2017، ص 364.

<sup>4</sup> خديجة عزوزي، التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانيات والأفاق دراسة حالة ولاية قالمة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2014/2015، ص 27.

2- **سياحة فئة الشباب:** وتمتاز هذه النوعية من السياحة بالبحث عن الإثارة والحياة الاجتماعية المتجددة وتكوين الصداقات، وعادة تقوم بها الجامعات من خلال الشركات السياحية.

3- **سياحة فئة الناضجين:** وتمتاز بكونها سياحة الإسترخاء من عناء العمل والإرهاق طوال العام، وهي تركز على الإستمتاع بالشواطئ الدافئة أو هدوء الصحاري أو حياة الأرياف والتعرف على التقاليد القديمة.

4- **سياحة فئة المتقاعدين:** ويتميز بالبحث عن الإستجمام والراحة والهدوء ويتم اختيار الأماكن التي تبعد عن المدن المزدحمة والحياة الصاخبة، وهذه الفئة من السياح غالبا ما تتكون من الزوج والزوجة والأبناء.

### المطلب الثالث: الأهمية الاقتصادية الاجتماعية والبيئية للسياحة

نظرا لما أصبحت تحظى به السياحة كصناعة من أهمية كبيرة لدى أصحاب القرار على مستوى العالم وجب علينا من خلال هذا المبحث إبراز التأثير الكبير التي تحدثه هاته الصناعة على المستوى الإقتصادي والاجتماعي والبيئي.

#### أولا: الأهمية الاقتصادية للسياحة

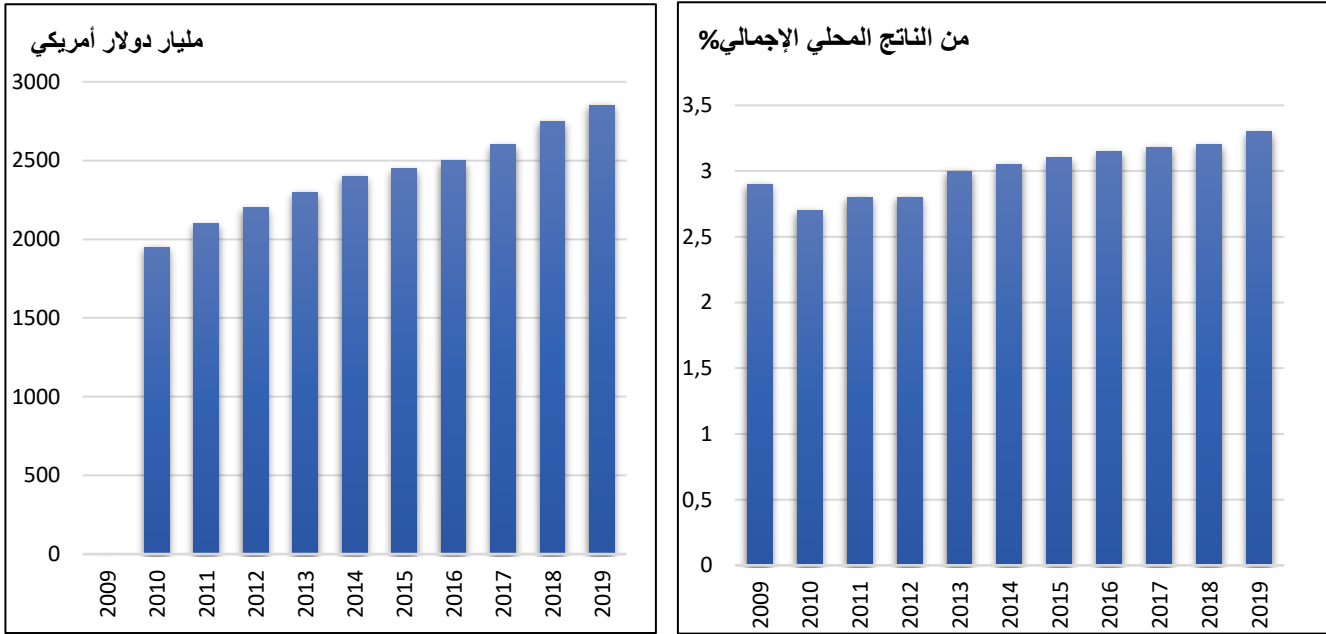
يعتبر قطاع السياحة من بين أهم القطاعات التي لها تأثير على المتغيرات الإقتصادية لأي بلد، وهذا نظرا للمكانة التي أصبحت تحتلها الصناعة السياحية على المستوى المحلي والإقليمي وكذا الدولي.

#### 1- أثر السياحة على الناتج المحلي الإجمالي

يتأثر الناتج المحلي الإجمالي بقطاع السياحة عن طريق الإنفاق السياحي للوفدين، حيث يعرف الإنفاق السياحي على أنه التقويم الإقتصادي لمجموعة الخدمات المقدمة إلى السياح أي أن كل إنفاق من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها كإنفاق على الخدمة الفندقية والتي تشمل الإيواء والإطعام ومختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفندق. وتشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي العالمي وصلت إلى حدود 10,4% سنة 2018.

من خلال الشكل التالي سنبين نسبة المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

الشكل رقم 01: نسبة المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة  
2009 – 2019



Source : <https://www.wttc.org/economic-impact/benchmark-reports/regional-results/>,

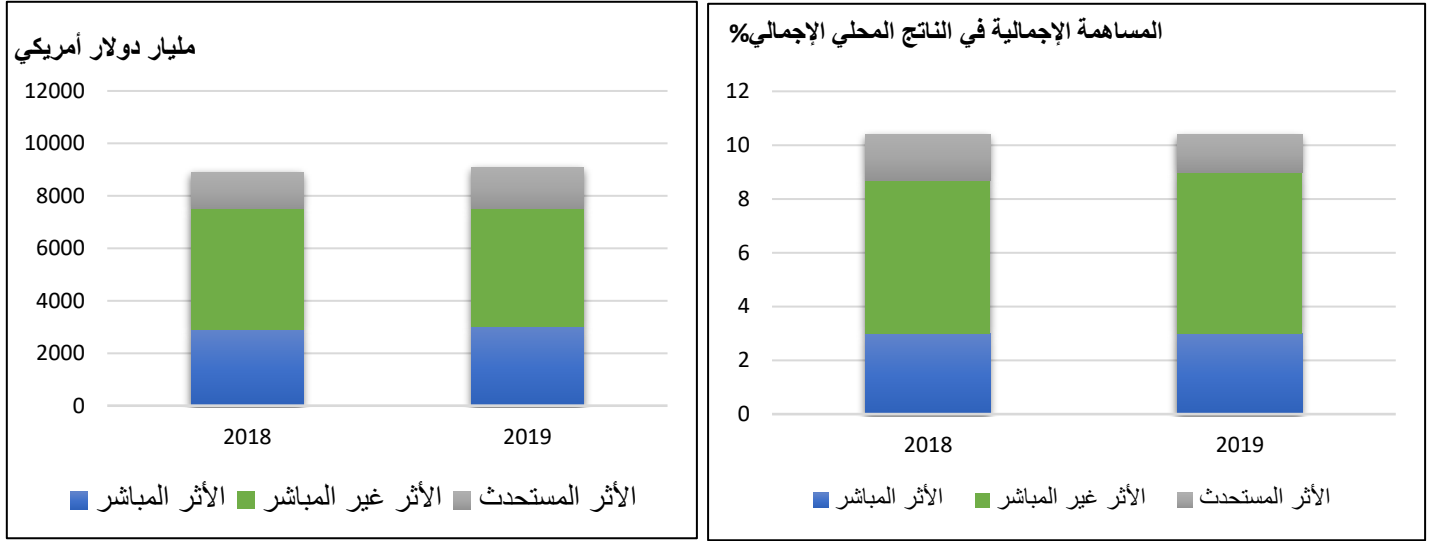
Consultée le 09/07/2019

بلغت المساهمة المباشرة لقطاع السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي سنة 2018 ما يقارب 2750,7 مليار دولار أمريكي (2,3% من الناتج المحلي الإجمالي)، وهذا من المتوقع أن ترتفع هاته النسبة ب 3,3% لتصل إلى 2849,2 مليار دولار أمريكي سنة 2019. ويعكس هذا النمو الأهمية المتزايدة للنشاط الاقتصادي الذي تولده بعض الصناعات مثل الفنادق وكلاء السفر، شركات الطيران وغيرها من وسائل نقل الركاب. وغيرها من الصناعات التي يدعمها السياح مباشرة مثل صناعة المطاعم والترفيه.

كما يتوقع أن تنمو المساهمة المباشرة للسفر والسياحة في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 3,6% سنويا لتصل إلى 4065 مليار دولار أمريكي (3,5% من الناتج المحلي الإجمالي) مع حلول عام 2029.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> World Travel and Tourism Council, “travel and tourism economic impact 2019 world”, United Kingdom, p 03

الشكل رقم 02: نسبة المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي سنوي  
2018, 2019.



Source : <https://www.wttc.org/economic-impact/benchmark-reports/regional-results/>,  
consulte le 09/07/2019.

بلغ إجمالي مساهمة السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي حوالي 8811 مليار دولار أمريكي عام 2018 أي نسبة 10,4% من الناتج المحلي الإجمالي، وهذا من المتوقع أن ترتفع هاته النسبة ب 3,6% ليصل إجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى 9126,7 مليار دولار أمريكي أي 10,4% في نهاية عام 2019.

من المتوقع أن ترتفع نسبة هذه المساهمة ب 3,7% سنويا إلى أن تصل سنة 2029 إلى حوالي 13085,7 مليار دولار أمريكي أي نسبة 11,5% من الناتج المحلي الإجمالي<sup>1</sup>.

## 2- أثر السياحة على ميزان المدفوعات

بلغت صناعة السياحة درجة بالغة الأهمية على مستوى الإقتصاد الدولي، وهذا لما أصبحت تحققه من عوائد من العملة الصعبة وكذلك دورها في تحسين ميزان المدفوعات للدول خاصة النامية منها والتي تمتلك مؤهلات سياحية كبيرة.

تكمن العلاقة بين السياحة وميزان المدفوعات في التدفق النقدي الأجنبي الذي تساهم به السياحة كصناعة تصديرية في معالجة الخلل في ميزان المدفوعات. ويعرف ميزان المدفوعات على أنه "وثيقة إحصائية تسجل كل حسابات العمليات المالية والنقدية والتجارية بين المقيمين وغير المقيمين في دولة ما، خلال مدة محددة عادة ما تكون سنة، وهو وسيلة أساسية لتسيير سياسة سعر الصرف، والسياسة الإقتصادية

<sup>1</sup> World Travel and Tourism Council, op cit ,p 03

النقدية وهيكل ميزان المدفوعات يوضح العجز أو الفائض في العمليات الجارية والمخرجات الصافية لرؤوس الأموال في الأجل الطويل، وكذلك تقييم حركة رؤوس الأموال في الأجل القصير<sup>1</sup>. كما يعرف ميزان المدفوعات أيضا حسب صندوق النقد الدولي على أنه " سجل يعتمد على القيد المزدوج، يتناول إحصائيات فترة زمنية معينة بالنسبة للمتغيرات في المكونات أو قيمة أصول إقتصاديات دولة ما، وذلك بسبب تعاملها مع بقية الدول الأخرى، أو بسبب هجرة الأفراد، والتغيرات في قيمة أو مكونات ما تحتفظ به من ذهب نقدي وحقوق سحب خاصة في الصندوق، وحقوقها وإلتزاماتها إتجاه بقية دول العالم"<sup>2</sup>.

يحتوي ميزان المدفوعات على مجموعة من الأرصدة والحسابات نذكر منها ما يلي:<sup>3</sup>

- **رصيد الميزان التجاري** : وهو يمثل حصيلة الفرق بين مجمل الصادرات ومجمل الواردات الدولية، وهي تزيد من الإدخار والقدرة على نمو الإقتصاد عندما تكون نتيجة الفرق موجبة، وتنقصها عندما تكون سالبة.

- **رصيد العمليات الجارية** : هو نتيجة المعاملات الجارية في السلع والخدمات والتحويلات بدون مقابل خلال فترة محددة ما بين البلد وبقية بلدان العالم.

- **رصيد حساب رأس المال** : وهو يمثل الفرق بين مجموع التدفقات الرأسمالية الخارجة من إقتصاد البلد ومجموع التدفقات الداخلة إليه.

- **الرصيد الإجمالي لميزان المدفوعات** : وهو مجموع رصيد العمليات الجارية وتدفقات رؤوس الأموال ويعبر عن التأشير المطبقة على أسعار الصرف، بإعتبار أن العمليات المسجلة في الجانب الدائن تمثل طلب العملة المحلية وبالتالي تحسن قيمتها، والعمليات المسجلة في الجانب المدين تمثل عرض للعملة المحلية وبالتالي تدهور في قيمتها.

تندرج السياحة ضمن رصيد العمليات الجارية كعمليات غير منظورة (ميزان الخدمات)، وتمتلك السياحة أيضا حساب يسمى الميزان السياحي وهو يقوم بدراسة حركة السياح بين دولة وبقية بلدان العالم، وكذا تقييم النشاط السياحي خلال مدة زمنية تقدر بسنة واحدة تتبين من خلالها أثر السياحة على ميزان المدفوعات. والجدول التالي يظهر محتوى الميزان السياحي:

<sup>1</sup> حاجي سمية، دور السياسة النقدية في معالجة إحتلال ميزان المدفوعات حالة الجزائر 1990-2014، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016/2015، ص 105.

<sup>2</sup> عبد الوحيد صرامة، بعلول نوفل، أثر تقلبات سعر صرف الدينار مقابل الدولار الأمريكي على رصيد ميزان مدفوعات الجزائر، دراسة تحليلية قياسية لفترة 2000-2014، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الخامس، الجزائر، جوان 2017، ص 400/399.

<sup>3</sup> عبود عبد المجيد، أثر تغيرات سعر الصرف على أرصدة ميزان المدفوعات الجزائري دراسة قياسية باستخدام نماذج أشعة الإنحدار الذاتي VAR خلال فترة 1990-2015، مجلة إقتصاديات المال والأعمال JFBE، الجزائر، ديسمبر 2017، ص 179.

الجدول رقم 01: الميزان السياحي

المصروفات	الإيرادات
- الإنفاق السياحي للمواطنين بالخارج	- الإنفاق السياحي داخل الدولة (إنفاق السائحين الأجانب)
- إستيراد السلع والأغذية والآلات والمعدات (مع إحتساب نسب إهتلاكها).	- تصدير السلع المعمرة وشبه المعمرة
- النقل ونصيب الشركات الأجنبية من نقل المواطنين للخارج.	- النقل ونصيب الشركات الوطنية من النقل الدولي
- الإستثمارات السياحية الوطنية في الخارج	- الإستثمارات السياحية الأجنبية داخل الدولة
- مدفوعات الفوائد المستحقة على القروض وسداد أصل القرض أو إعادة تحويل رأس المال.	- إيرادات الإستثمارات السياحية الوطنية في الخارج
- تحويلات العمالة الأجنبية للخارج.	- تحويلات العمالة الجزائرية المقيمة بالخارج
- الدعاية والإعلان للشركات الوطنية والمواطنين في الخارج.	- الدعاية والإعلان للشركات والأفراد الأجانب داخل الدولة
- الإنفاق على التسويق السياحي للشركات الوطنية والمواطنين في الخارج.	- الإنفاق على التسويق السياحي للدول الأجنبية داخل الدولة.
- الإنفاق على التسويق السياحي للجرائد في الخارج.	- الميزان الدائن : فائض
- الميزان المدين : عجز	

المصدر: مفيدة نادي، تقييم أثر البيئة المستحدثة على نمو القطاع السياحي من أجل تحقيق التنمية السياحية المستدامة- حالة القطاع السياحي في الجزائر-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر، 2017/2018، ص 27.

من خلال ما سبق يمكن أن نميز أن للسياحة آثار إيجابية وسلبية على ميزان المدفوعات وهذه الآثار هي كالتالي:

**أ- الآثار الإيجابية للسياحة على ميزان المدفوعات وتنشأ عن:**

- دخول السياح الأجانب إلى داخل حدود القطر، وإقتنائهم للسلع والخدمات السياحية والوطنية، ويعني هذا تصدير غير منظور.

- إستعانة المنتج السياحي الأجنبي بالسلع والخدمات الوطنية، هذا يعني تصديرا لها.

**ب- الآثار السلبية للسياحة على ميزان المدفوعات وتنشأ عن:**

- إستعانة المنتج السياحي الوطني بالسلع والخدمات الأجنبية ويعتبر إستيرادا لها.

- خروج السياح المواطنين إلى خارج القطر، وإقتنائهم للسلع والخدمات السياحية الأجنبية، وهذا يعني إستيرادا غير منظور للسلع والخدمات السياحية.

## 3- أثر السياحة على العمالة

يتميز القطاع السياحي بنشاط إقتصادي وإجتماعي متزايد وهو ما يتطلب توفر قوى عاملة تواكب بشكل مباشر هذا التطور في القطاع، حيث تساهم اليد العاملة بشكل مباشر في العملية الإنتاجية. كما يعد قطاع السياحة قطاع أفقي يتصل إتصالاً مباشراً مع جميع القطاعات الأخرى، وهذا ما يمكن قطاع من توفير فرص عمل حتى خارج السياحة.

يعمل قطاع السياحة على توليد مجموعة كبيرة مناصب العمل في الإقتصاد الوطني، حيث توفر ثلاث أنواع من اليد العاملة وهي:<sup>1</sup>

- **العمالة المباشرة** : وتشمل فرص العمل المتاحة في المنشآت السياحية والفندقية كوكالات السفر وشركات النقل السياحي والتسويق السياحي ومحلات بيع التحف والتذكارات والفنادق والمطاعم وغيرها من الأماكن التي يزورها السائح. وقد أوضحت دراسة (ARCHER) أن العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق في القطاع السياحي تمثل ضعف العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق في أي قطاع آخر.

- **العمالة الغير مباشرة** : وتشمل العمالة الغير مباشرة الناتجة عن الإنفاق غير المباشر للسائح والتي يعتمد عليها قطاع السياحة مثل الإطعام والمحلات التجارية السياحية وغيرها من الخدمات ذات العلاقة المباشرة بصناعة السياحة.

- **العمالة المحفوزة** : وتشمل العمالة التي تتولد في الإقتصاد نتيجة للإنفاق السياحي فبخلاف العمالة المباشرة وغير المباشرة. يتولد في المجتمع نوع ثالث من العمالة يحفزها الإنفاق السياحي. وفي دراسة ل (VEGAN) عام 1977 عن مدينة (Edinburgh) الأسكتلندية أن كل 1000 جنيه إسترليني تعمل على توليد 0,142 فرصة عمل مباشرة و0,022 فرصة عمل غير مباشرة و0,027 فرصة عمل المحفوزة.

إن ظاهرة توليد فرص عمل نتيجة الإنفاق السياحي تستمر بمعدل متناقص حتى إستنفاد كامل طاقتها وترجع هذه الظاهرة إلى ما يسمى بأثر مضاعف الإستخدام.

من هنا تبدو بعض الملاحظات على العمالة المتولدة في القطاع السياحي والفندقي نذكر منها:<sup>2</sup>

- إن الإنفاق السياحي يؤدي إلى زيادة الدخل القومي وبالتالي يؤدي إلى زيادة العمالة في المجتمع. ولكن ليس من الضروري أن يتساوى معامل الدخل مع معامل العمالة.

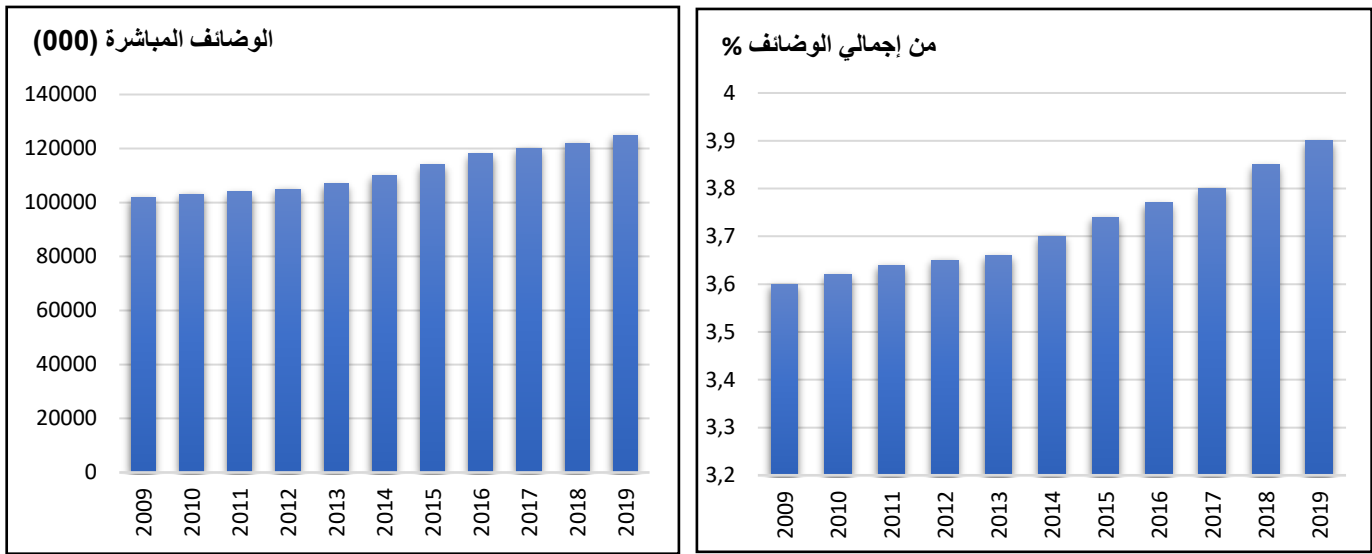
<sup>1</sup> كافي مصطفى يوسف وأصدقائه، مرجع سبق ذكره، ص 257-262.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 262-263.



- إن آثار الإنفاق على العمالة يكون متأثراً بنوعية النشاط السياحي والفندقي. وعلى سبيل المثال في دراسة أعدها (JUD) عام 1974 عن العمالة في المكسيك إتضح أن العمالة قد زادت في الفنادق بواقع 111% فيما بين 1960-1970، بينما كانت النسبة 127% في أنشطة المطاعم والمقاهي.
- إن العمالة تتأثر بأنماط المهارات المطلوبة والمتاحة في سوق العمل المحلي. فالسياحة تتطلب قدراً كبيراً من العمالة ذات المهارات المحدودة بينما تحتاج إلى وظائف قليلة لمستوى الإدارة العليا والوظائف التخصصية والإشرافية، وقد تشغل هذه الوظائف من القطاعات الإقتصادية الأخرى أو من خارج المنطقة التي يقع فيها النشاط السياحي.
- أن السياحة قد تجذب أفراداً ينخرطون في قوة العمل من القطاعات الأخرى. كما قد تجذب أفراداً من خارج الإقتصاد النقدي. أو قد تمتد إلى الزوجات اللاتي لا ينخرطن في سلك الوظائف أو الأفراد والذين إعتزلوا الخدمة وقد تكون الوظائف الجديدة لبعض الوقت (PART TIME) فقط.
- إن قدراً كبيراً من العمالة في القطاع السياحي يكون موسمياً ويتعرض على النطاقين المحلي والقومي لتقلبات متنوعة. وفي كثير من الأحيان يتطلب الأمر تشغيل عمالة إضافية لمواجهة الزيادة في الطلب خلال فترة الذروة.
- نظراً للموسمية ومستوى الأجور في القطاع السياحي مقارنة بغيره من القطاعات قد تكون غير مرضية فقد تواجه الخدمات السياحية صعوبة في إجتذبات العمالة المدربة والمؤهلة تأهيلاً مناسباً. لذلك فإن سياسة الأجور تلعب دوراً هاماً نحو توفير هذه النوعية من العمالة.
- سنحاول من خلال الشككين المواليين توضيح مساهمة قطاع السياحة في التوظيف المباشر والتوظيف الإجمالي من سنة 2009 إلى سنة 2019:

الشكل رقم 03: مساهمة السياحة في التوظيف المباشر خلال الفترة 2009-2019.



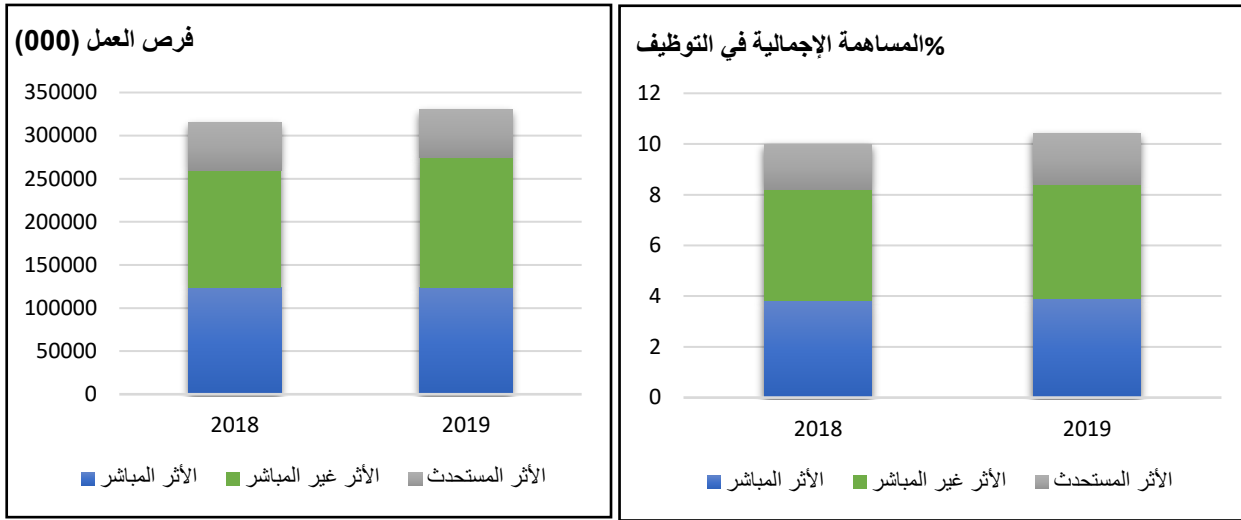
Source : <https://www.wttc.org/economic-impact/benchmark-reports/regional-results/>,  
consulte le 10/07/2019.

من خلال الشكل رقم 3 نلاحظ أن قطاع السياحة قد ولد 122891000 فرصة عمل مباشرة سنة 2018 (3,8% من إجمالي العمالة)، ومن المتوقع أن ترتفع هاته النسبة بحوالي 2,2% مع نهاية عام 2019، أي لكي تصل إلى 125595000 فرصة عمل (3,9% من إجمالي العمالة). وتتمثل فرص العمل التي يوفرها قطاع السياحة والسفر في الوظائف التي توفر من قبل الفنادق ووكلاء السفر وشركات الطيران، وخدمات نقل الركاب الأخرى، وغيرها من الأنشطة التي لها علاقة مباشرة بالسياح مثل أنشطة المطاعم والصناعات الترفيهية.

مع حلول عام 2029، يسعى قطاع السياحة والسفر إلى توفير 154060000 فرصة عمل مباشرة أي زيادة بنسبة 2.1% على مدى العشر السنوات القادمة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> World Travel and Tourism Council, op cit ,p 04

الشكل 04: المساهمة الإجمالية لقطاع السياحة في التوظيف لسنتي 2018 و2019.



Source : <https://www.wttc.org/economic-impact/benchmark-reports/regional-results/>,  
consulte le 10/07/2019.

من خلال الشكل رقم 4 نلاحظ أن إجمالي مساهمة قطاع السياحة والسفر في خلق فرص العمل بلغ 10% من إجمالي العمالة أي ما يعادل 318811000 فرصة عمل سنة 2018. ومن المتوقع أن ترتفع فرص العمل المتاحة الإجمالية من طرف قطاع السياحة والسفر إلى توفير 420659000 فرصة توظيف (11,7% من إجمالي العمالة)، أي نمو بنسبة 2,5% على مدى العشرة السنوات القادمة.<sup>1</sup>

#### 4- أثر السياحة على الإستثمار

يلعب الإستثمار دورا مهما ومحوريا في الحياة الإقتصادية بإعتباره أهم عوامل المساهمة في النمو الإقتصادي وكذا زيادة الدخل الوطني، حيث أن الإستثمار عرف أنه إنفاق يوجه إلى زيادة أو الإبقاء على رصيد رأس المال ويتكون من جميع السلع والخدمات التي تستخدم في خطوات الإنتاج من أجل إنتاج سلع وخدمات أخرى مستقبلا.<sup>2</sup>

كما يعرف الإستثمار عند الإقتصاديين على أنه توظيف المدخرات في إقامة مشروعات، عن طريق توظيف المدخرات في شراء أو إنتاج معدات وآلات وأجهزة ومباني، أي إستخدام تلك المدخرات في زيادة الطاقة الإنتاجية، حيث تعمل الطاقة الإنتاجية على توفير المزيد من الخدمات لأفراد المجتمع والدولة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> World Travel and Tourism Council, op cit, p 04

<sup>2</sup> جديدي روضة وعيشاوي كتر، الإستثمارات في الطاقات المتجددة كإستراتيجية لتحقيق التنمية الإقتصادية في الدول المغاربية، الملتقى الدولي السادس "بدائل النمو والتنوع الإقتصادي في الدول المغاربية بين الخيارات والبدائل المتاحة"، جامعة الوادي، الجزائر، 2016، ص 3.

<sup>3</sup> عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني وكباشي حسين قسيمة، الإستثمار السياحي في محافظة العلاء، الهيئة العامة للسياحة والآثار، المملكة العربية السعودية، 2008، ص 16.

يعتبر الإستثمار السياحي من بين أهم الموارد السياحية لجلب رؤوس الأموال، وتأهيل اليد العاملة، وذلك بتنوع الخبرات في ميدان القطاع السياحي وإدخالها، وهذا بدوره يؤدي إلى التدفقات النقدية وزيادة التوسع في المناطق السياحية. حيث تعد الإستثمارات عامة والإستثمارات السياحية خاصة صناعة القرن الحادي والعشرين، حيث أن هناك من الدواعي المغرية والمحفزة للأخذ بالإستثمارات السياحية بالرغم من وجود قيود ومحددات تنقيد بها تلك الإستثمارات التي تعد أشد أنواع الإستثمارات حساسية لشروط قيامها وإستمرارها وتطورها.<sup>1</sup> ويعرف الإستثمار السياحي على أنه أهم أنواع الإستثمار التي يغطيها قطاع السياحة، فالمجالات التي يغطيها الإستثمار في القطاع السياحي متعددة ومتنوعة وهي تشمل الإستثمار في التجهيزات والتسهيلات السياحية والتي تعرف إصطلاحا بالخدمات السياحية مثل خدمات الإقامة والنقل وخدمات الإتصالات وكذا الإستثمار في مجال الثورة السياحية هذا النوع من الإستثمار يتجلى بصورة رئيسية في مواقع الجذب السياحي وموارده كمواقع التراث الثقافي والتراث الطبيعي.<sup>2</sup> كما يمكن تعريف الإستثمار السياحي أيضا على أنه "إستثمار يشمل مختلف النشاطات المرتبطة مباشرة بالقطاع السياحي، فالإستثمار في السياحة يشمل بناء وحدات فندقية وشبه فندقية، وكذلك المساهمة في تحسين مستوى الهياكل القاعدية (التهيئة العمرانية، مؤسسات صرف المياه والطاقة، الهياكل القاعدية الخاصة بالنقل والإتصالات)"<sup>3</sup>.

في تعريف آخر للإستثمار السياحي حيث أعتبر على "أنه عملية إستخدام وتوجيه رؤوس الأموال لخلق أو تميمين منتج سياحي أو خدمة ترد ضمن متطلبات الجذب السياحي بهدف تسويق هذه الخدمة وتحقيق عائد على رؤوس الأموال المستغلة".<sup>4</sup>

كما يمكن إعتبار هذا النوع من الإستثمار على أنه القدرة الإنتاجية المهادفة إلى تكوين رأس المال المادي وإعداد الرأس المال البشري في مجال صناعة السياحة وزيادة تحسين طاقاته الإنتاجية والتشغيلية وتقديم أفضل الخدمات المختلفة لهذا النشاط.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> عيسى خليفي وفرحات سميرة، أثر الإستثمار السياحي على السياحة الداخلية في الجزائر، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والإقتصادية، المجلد 2، العدد 6، فلسطين، 2016، ص 127.

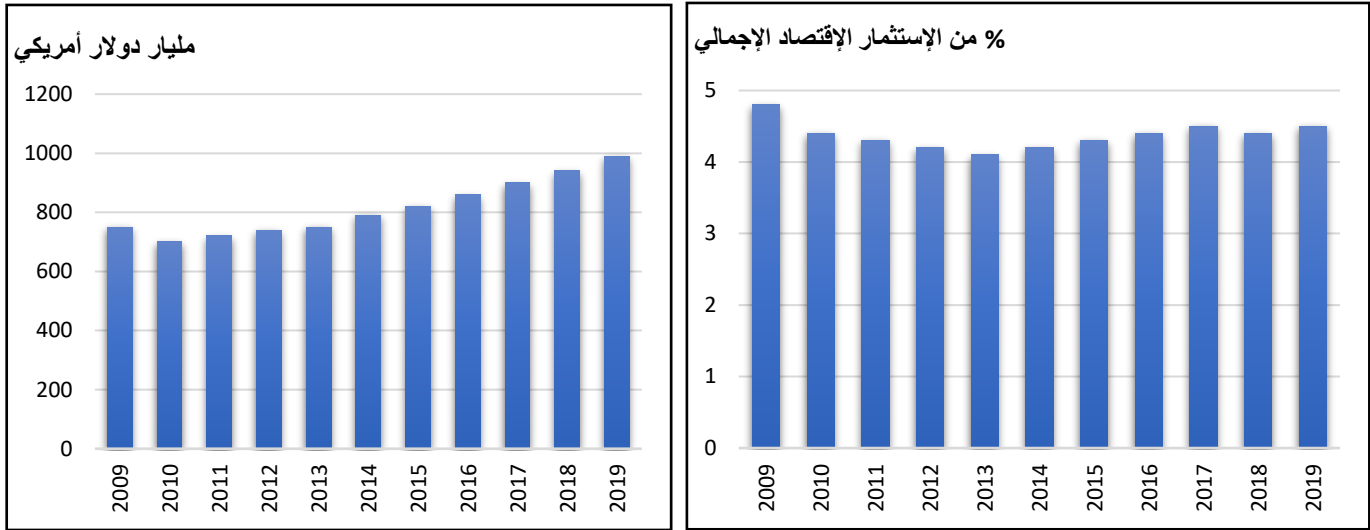
<sup>2</sup> عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني وكباشي حسين قسيمة، مرجع سبق ذكره، ص 16.

<sup>3</sup> بوعقلين بديعة، الإستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 51.

<sup>4</sup> بولحية الطيب، الإستثمار السياحي في ولاية جيجل بمجالاته وأليات تطويره، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد التاسع، المجلد 5، جامعة البلدة 2، الجزائر، 2016، ص 180.

<sup>5</sup> فاطمة فرج سعد، الإستثمار السياحي ودوره في تعزيز التنمية السياحية دراسة حالة الدول العربية مع إشارة خاصة للعراق، مجلة الكوت لعلوم الإقتصادية والإدارية، العدد 19، العراق، 2015، ص 4.

الشكل رقم 05: رأس المال المستثمر لقطاع السياحة والسفر خلال الفترة 2009-2019.



Source : <https://www.wttc.org/economic-impact/benchmark-reports/regional-results/>,  
consulte le 12/07/2019.

من خلال الشكل رقم 05 نلاحظ أن قطاع السياحة والسفر قد جذب إستثمارات قدرت ب 940,9 مليار دولار أمريكي عام 2018، هاته الإستثمارات من المتوقع أن ترتفع بنسبة 4,4% عام 2019، وترتفع بنسبة 4,2% سنويا وعلى مدى السنوات العشر القادمة لتصل إلى حوالي 1489,5 مليار دولار نهاية عام 2029. كما يتوقع أن ترتفع حصة قطاع السياحة والسفر من إجمالي الإستثمارات الوطنية من 4,4% سنة 2019 إلى 5% سنة 2029.<sup>1</sup>

#### ثانيا: الأهمية الإجتماعية والثقافية للسياحة

للسياحة مجموعة من الآثار الإيجابية على المجتمع بجميع مكوناته وأسسها كما لها مجموعة أخرى من السلبيات التي يمكن طرحها فيما يلي:

#### 1- الآثار الإيجابية

للسياحة مجموعة من الآثار الإيجابية على المستوى الاجتماعي والثقافي وهي تتمثل فيما يلي:  
أ- تنمية الأذواق وإقتباس الثقافة: لكل مجتمع بشري ثقافته الخاصة والتميز التي تختلف في مجموعها عن ثقافة أي مجتمع آخر، وقد جرت العادة على إمتداد التاريخ الإنساني على وجود قدر من الإتصال الثقافي والتأثير المتبادل بين الدوائر الثقافية، والثقافات المختلفة، سواء عبر الزمن أو المكان، وذلك لأن الثقافة كيان مستمر لا يعرف الإنقطاع. وتعتبر السياحة وسيلة إجتماعية حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية، حيث تكتسب هذه الدول المعارف والخبرات والمهارات الثقافية المختلفة من

<sup>1</sup> World Travel and Tourism Council, op cit, p05

سائحي الدول القادمين إليهم كاللغة والأفكار السليمة البناءة، وذلك من خلال التفاعل الفكري الذي يحدث بين السائحين الزائرين للمنطقة السياحية وبين المواطنين المثقفين المقيمين بتلك المنطقة.<sup>1</sup>

**ب- النمو الحضاري:** تؤدي الحركة السياحية إلى الإهتمام الدائم بالمعالم السياحية وتوفير التمويل اللازم لصون المباني القديمة والمواقع الأثرية والتاريخية وإلى الإرتقاء بالقيم الحضارية، حيث تعد وسيلة هامة لتبادل المعلومات عن الحضارات القديمة وما شهدته من تطورات في اللغات والمعتقدات الفكرية والفنون والآداب بين شعوب العالم المختلفة، مما يؤدي إلى تنمية الشعور لدى الفرد بالإنتماء إلى وطنه حين يرى إهتمام السائح بتلك المقومات الحضارية، ما يخلق نوعاً من الوعي الثقافي لديه بضرورة إكتساب تلك المعارف والخبرات لأجل التبادل الثقافي و التبادل بين الحضارات.<sup>2</sup>

**ج- التطور الإجتماعي:** ينشأ التطور الإجتماعي بين أفراد المجتمع في الدول المستقبلية للسائحين نتيجة للإحتكاك المباشر بين السائحين أنفسهم وأفراد المجتمع سواء في أماكن الإقامة كالفنادق وغيرها أو في وسائل الإنتقال المختلفة أو في محلات أو أثناء التجول في المناطق والمزارات السياحية، أو غير ذلك من الأماكن التي يكون فيها إتصال السائح بأبناء الدولة إتصالاً مباشراً، ويأخذ هذا التطور أشكالاً وصوراً كثيرة مثل إكتساب أفراد المجتمع لعادات وقيم سليمة من السائحين كإحترام القوانين والنظم التي تصدرها الدولة وآداب السلوك والتعامل مع آخرين، كذلك الصدق والأمانة والإخلاص والنظافة وحب الإستطلاع والمعرفة والإعتماد على العلم في مختلف أمور الحياة، وإلى غير ذلك من الجوانب الإجتماعية الهامة، كما تعمل السياحة على تقليل الفوارق بين دول الأفراد مما يحقق التطور الإجتماعي.<sup>3</sup>

**ت- إحياء التراث الشعبي والفنون التقليدية:** تأتي السياحة الثقافية من أهم الأسباب وراء إحياء التراث الشعبي كالعادات والتقاليد وكذا المنتجات المحلية التقليدية، ومجمل الفنون والتظاهرات التقليدية السائدة إضافة إلى الممارسات والطقوس الدينية السائدة في الدول السياحية، التي هي غالباً من أقوى الدوافع التي تولد الوفود السياحية الأجنبية منها و المحلية إلى البلدان والمناطق السياحية لإكتشاف ذلك التنوع الثقافي وعليه تقوم الدول والأجهزة السياحية بتقديم جملة كبيرة من الحوافز الإقتصادية والدعم الإجتماعي والمبادرات لتقوية وإعادة الحيوية لمختلف الأنشطة الثقافية والتراثية المحلية، ولتقوية الإحساس بالأصالة و الهوية لدى السكان المحليين من جهة أخرى. ويتم ذلك من خلال تنظيم والإهتمام بالمناسبات والأعياد

<sup>1</sup> عبد القادر إبراهيم حماد وناصر محمود عبد، مرجع سبق ذكره، ص 146.

<sup>2</sup> أحسن العايب، تسويق خدمات السياحة البيئية وأساليب تطويرها في الجزائر- دراسة حالة ولاية سكيكدة-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2017/2018، ص 19.

<sup>3</sup> عبد القادر إبراهيم حماد وناصر محمود عبد، مرجع سبق ذكره، ص 147-148.

والمهرجانات والمعارض، والتظاهرات ذات الطابع الثقافي والديني ودعم كافة المنتجات التي تعكس هوية تلك المجتمعات كالهدايا والألبسة والأدوات والمستلزمات المترلية.<sup>1</sup>

## 2- الآثار السلبية

تؤثر السياحة كذلك على المكتسبات الثقافية والإجتماعية بالسلب في مجموعة من النقاط نلخصها فيما يلي:

**أ- التحولات الإجتماعية:** إن النشاط الإقتصادي يتطلب الإهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتنميتها وإعدادها لإستقبال السائحين بما في ذلك أماكن الإقامة المختلفة (قرى سياحية وفنادق ومنتجعات) ويتولد عن ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن موروثاتهم الحضارية والإجتماعية التي ولدت معهم وتربو عليها مما يؤدي إلى تحولات جذرية في هذه المنتجعات.<sup>2</sup>

**ب- إنتشار عوامل الفساد والتدهور الإجتماعي والثقافي:** إن إختلاف المستوى المعيشي بين السياح والسكان المحليين للمنطقة المزارة ممكن أن يؤثر على سلوكيات أفراد المجتمع المحلي. وهو ما قد يؤدي بالسكان المحليين إلى نسخ أنماط عيش السياح وهو ما يؤثر سلبا على المبادئ والأخلاق، هذا التحول في الأخلاق والمبادئ قد يؤدي إلى نشر الفساد والجريمة وكل أنواع الإنحراف، وبهذا يكون المجتمع المحلي قد فقط جزء كبير من بيئته الإجتماعية.

**ج- التصادم الثقافي:** تعتبر ثقافة المجتمعات المستقبلية للسياح من بين عناصر الجذب السياحي، هاته الثقافات هي أيضا مهددة بالتغير وحتى الإندثار نظرا لما لإصطدامها بمجموعة كبيرة من الثقافات الأخرى التي يجلبها السياح بإختلاف جنسياتهم. حيث هذا التصادم في الثقافات قد يؤدي إلى فقدان المناطق للغات واللهجات وكذا التقاليد الأصلية والتي تؤدي إلى فقدان المنطقة لبعض جاذبيتها، كما يمكن أيضا للمنطقة أن تفقد صناعتها التقليدية والتي يمكن إستبدالها بسلع مستوردة تلبية لطلبات السياح.<sup>3</sup> كل هذا يمكن أن يخلق مجتمع محلي مغاير للمجتمع الأصلي بثقافته وأصالته التي نشأ بها.

## ثالثا: الأهمية البيئية للسياحة

تتأثر السياحة بالنظام البيئي الموجود في كل بلد لأن الظروف الطبيعية مثل المناخ والجبال والتضاريس والمياه والثلوج والغابات والثروة الحيوانية تحدد الوجود نفسه للسياحة، وبالتالي فإن البيئة تعتبر في الواقع

<sup>1</sup> مروان صحراوي، تقييم مساهمة عناصر المزيح التسويقي في إختيار الوجهة السياحية حالة السياحة الحموية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، جامعة الجزائر، 2017/2016، ص 50.

<sup>2</sup> مفيدة نادي، مرجع سبق ذكره، ص 34-35.

<sup>3</sup> Ann Rowe, John Smith and Fiona Borein, Travel and Tourism, Cambridge university press, UK, 2002, P17

المكون الأساسي للسياحة. ومن جهتها فإن السياحة تؤثر على البيئة عن طريق تدخل الإنسان قصد إستغلالها لأغراض سياحية وهذا ما يساهم سواء في تحسينها أو في تدهورها، الشيء الذي جعل معظم البلدان وكل الهيئات الدولية المتخصصة تنادي بضرورة وضع سياسات تنموية مستدامة للسياحة من أجل تفادي أخطار الإستغلال الموحش للبيئة والحد من تدهورها.<sup>1</sup>

إن تطور السياحة وإزدهارها يعتمد على مدى توافر النظافة وكذا توفر التوازن البيئي في الطبيعة، حيث أن السياحة تأتي لتبرز الجانب الجمالي لهاته الطبيعة، لكن السياحة ليس دائما تؤثر إيجابا على البيئة بل بالعكس، حيث أنها لها العديد من السلبيات التي تحدثها هاته الصناعة على الطبيعة والتي تتجلى معظمها في تدخل الإنسان أو السائح. ومن الآثار السلبية والإيجابية للسياحة على البيئة الطبيعية نذكر ما يلي:

### 1- الآثار الإيجابية للسياحة

للسياحة مجموعة من التأثيرات المختلفة على البيئة ويمكن تلخيصها فيما يلي:<sup>2</sup>

أ- **الحفاظ على الموارد الطبيعية الهامة:** تعد العوامل الطبيعية أحد أهم عوامل الجذب السياحي، وبدون إستغلال يمكن أن يترك مجال لإهمالها، وبالتالي ستفقد كل المناطق السياحية والتراثية قيمتها، حيث أن إقبال السياح لمكان معين يكون حافزا كبيرا وقويا للحفاظ عليها، نتيجة لما تحققه من عائد إقتصادي، والذي يستخدم فيما بعد في صيانتها والحفاظ عليها، لتكون فيما بعد موردا آخر من موارد الدولة.

ب- **الحفاظ على الآثار والأماكن التاريخية والمعمارية:** السياحة تعطي حافزا على الأماكن التاريخية والمناطق الأثرية بإعتبارها عناصر جذب سياحية، لأنه في الأغلب سيساهم العائد منها على زيادة الموارد المالية اللازمة لصيانتها وترميمها والحفاظ عليها لإعادة إعمارها، بإعتبارها كمناطق جذب سياحية أو أماكن لإقامة السائحين، وبذلك تستفيد البيئة من خلال حماية بعض الأماكن التي كانت معرضة للإختفاء.

ج- **تحسين مستوى جودة البيئة:** من خلال محاولة الحد من العديد من مشاكل البيئة والحد من التلوث الهوائي والمائي والضوضاء ومختلف المخلفات تعطي السياحة الحافز الأكبر لرفع مستوى النظافة في البيئة كذلك الاهتمام بجماليات البيئة من خلال الإهتمام بالتخطيط البيئي الجيد للمواقع السياحية، كذلك تطوير وتجميل المنشآت السياحية بجد ذاتها.

ت- **رفع مستوى الإحساس البيئي:** أغلب المناطق السياحية تعاني من قلة الإهتمام بالبيئة الطبيعية من طرف المواطنين، من هنا يأتي دور السياحة من خلال تحسيس المواطن بمدى إهتمام السائح بالبيئة الطبيعية

<sup>1</sup> مصطفى كافي، مرجع سبق ذكره، ص 65.

<sup>2</sup> مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى صناعة السياحة والتنمية الريفية من منظور تنموي وبيئي، دار الإبتكار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018، ص 168-169.



للغرض السياحي، والتي تخلق بداخله أهمية ومسؤولية الحفاظ على البيئة قصد تحقيق المنفعة الخاصة والعامّة والتي تتولد من خلال تزايد التدفق السياحي للمنطقة.

## 2- الآثار السلبية للسياحة على البيئة

للسياحة أيضا تأثيرات سلبية على البيئة الطبيعية، ويمكن ذكر أهم هذه السلبيات فيما يلي:

**أ- الملوثات البيئية:** إن للمرافق السياحية تأثيرات سلبية على البيئة نظرا لما تفرزه من نفايات صلبة وغازية والتي يكون مصيرها دائما الهواء أو البحر وكذا البحيرات المحيطة بالمناطق السياحية، وهو ما يهدد الحياة الطبيعية للنباتات والحيوانات وكذا البشر، لذا وجب الإختيار الموفق للموقع الذي سينشأ فيه المرفق السياحي بهدف تجنب حدوث مشاكل وأضرار بيئية متعددة.

**ب- تضرر البيئة الجبلية:** لم تسلم المناطق الجبلية من الآثار السلبية للسياحة، حيث يتسبب مد الطرق وأنماط التصريف ومختلف المنتجعات والمركبات السياحية الجبلية في مظاهر غير صحية على سلامة تلك المناطق المعروفة غالبا بإنخفاض مرونة عودتها إلى مكانتها السابقة. هذه الآثار غالبا ما تتفاوت بين مظاهر التعرية، والإهيارات الأرضية، وعدم هجرة الحيوانات إليها، إضافة إلى هجرتها منها، كما أن إقامة مختلف المشاريع السياحية كالفنادق، والمصاعد الهوائية، وخطوط مد الكهرباء، وغيرها في الجبال يعد تطفلا مرثيا على تلك البيئة ما يؤثر لاحقا على جاذبيتها.<sup>1</sup>

**ت- الإستعمال الغير عقلاي للأرض:** حيث يمكن بناء مرافق سياحية على أراضي زراعية مما يؤدي إلى تقليص مساحة الأراضي الفلاحية، وهو ما يؤثر على التوزيع البيئي. وأيضا البناء الفوضوي للمرافق السياحية يساهم في إحداث خلل بيئي جسيم نظرا لغياب التخطيط في اعداد مكان بناء هاته المرافق.<sup>2</sup>

**ث- تضرر التنوع البيولوجي:** إن السياحة غالبا ما تعتمد على الفرص المتاحة لمراقبة أو معرفة أو جمع النباتات والحيوانات، وزيارة مناظر طبيعية أو عناصر محددة منها، أو البيئات أو النظم الإيكولوجية. حيث أن حماس الأفراد في مراقبة الحياة البرية يؤثر سلبا عليها، إضافة إلى أن التدخل في تربية وتغذية الحيوانات من قبل الأفراد، وتعديل وإظهار بيئات عيشها لتتمتع برؤيتها يمكن أن يكون مصدر إزعاج لها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مروان صحراوي، مرجع سبق ذكره، ص 59.

<sup>2</sup> مفيدة نادي، مرجع سبق ذكره، ص 36.

<sup>3</sup> مروان صحراوي، مرجع سبق ذكره، ص 60.

## المبحث الثاني: مقومات التنشيط السياحي

إن عملية إختيار السائح لأي مكان يرغب في زيارته يعتمد على مجموعة من المقومات والمغريات السياحية والتي تعتمد في الأصل على المقومات الطبيعية، الصناعية وكذا الخدمات السياحية وغيرها من المقومات التي تسهل على السائح الحصول على جميع ما يبحث عنه، حيث أن المقومات السياحية تساهم بشكل كبير وواضح في عملية التنشيط السياحي.

ستنطلق في هذا المبحث إلى اهم هاته المقومات التي وجب توفرها في الدول الجاذبة سياحيا، حيث أنه سننطلق في المطلب الأول إلى المقومات الطبيعية وفي المطلب الثاني إلى المقومات الصناعية وفي المطلب الثالث إلى مقومات أخرى تساهم بشكل كبير في عملية التنشيط السياحي. أما بخصوص الخدمات السياحية لتي تعتبر أيضا مقوم مهم في عملية التنشيط السياحي ونظرا للأهمية البالغة لها إرتأينا إلى تخصيص مبحث خاص بها بهدف التطرق لها بشكل مفصل.

## المطلب الأول: المقومات الطبيعية للتنشيط السياحي

إن عملية التنشيط السياحي تقوم على مجموعة من المقومات الطبيعية والتي تعتبر عنصر مهم جدا في بناء صناعة السياحة وهذا نظرا لما تلعبه البيئة في زيادة جاذبية المناطق السياحية. حيث أن البيئة هي عنصر يمثل النقطة المحورية في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، وتتكون المقومات الطبيعية على مجموعة من العناصر نذكرها فيما يلي:

## أولا: الموقع الجغرافي

يعد الموقع الجغرافي أحد المقومات السياحية للبيئة الطبيعية إذ يلعب دورا هاما في تحديد خصائص بعض عناصر المناخ وأشكال النبات ذات الجذب السياحي، كما تبرز أهميته في كونه يحدد الإطار الجغرافي للدول والأقاليم من جهة والمناخات الفاصلة بين أماكن إنطلاق السياح، ومناطق إستقبالهم والوقت اللازم لقطعها من جهة أخرى. إن العنصر الهام في الموقع الجغرافي هو المسافة بين مراكز إنطلاق السياح ومراكز إستقبالهم، كما يمكن أن نؤكد بأن المواقع الجغرافية السياحية المثالية هي المواقع التي يمكن الوصول إلى مراكزها السياحية بوسائل نقل مريحة وسريعة وقليلة التكاليف.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نايلي إلهام، الجاذبية السياحية لمدينة قسنطينة، الملتقى الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم وإستشراف يومي 26 و27 فيفري 2013، جامعة غرادية، الجزائر، ص 8.

## ثانيا: الجبال

تمثل الأماكن الجبلية مناطق جذب سياحية لأكثر من سبب كونها تتمتع بجمال المناظر والمناخ الجيد وذلك بتوفر أشعة الشمس ونقاء الهواء فضلا عن إرتباطها ببعض الرياضات مثل تسلق الجبال، التزلج السير لمسافات بعيدة.<sup>1</sup>

## ثالثا: المناخ

يعد المناخ من الموارد الطبيعية التي تقوم عليها صناعة السياحة، فالكثير من السياح يتوجهون إلى بعض المناطق ذات المناخ الذي يلائمهم ويستمتعون بفصله، وبالتالي فهو مؤثرا حقيقيا على حركة السياح وحجمها. وتبعاً للعلاقة بين المناخ والسياحة يمكن تقسيم مناخات العالم إلى نمطين هما:<sup>2</sup>

أ- مناخات هادئة تتصف بتقلب خصائص بعض عناصرها، كما هو الحال بالنسبة لمناخ البحر المتوسط والمناخات السائدة في العديد من النطاقات الغابية، غير متطرفة الموقع والسفوح الجبلية منخفضة المنسوب.

ب- مناخات تتسم بالإثارة لكثرة تباين وتقلب خصائص بعض عناصرها، التي تتصف بالتطرف لهبوب الرياح الشديدة والأمطار الغزيرة وكثرة تساقط الثلوج وما قد يتبعها من إهيارات جليدية، ومثل هذه المناخات تعيق أنشطة السياحة بسبب ما تخلفه من تدمير لبعض المنشآت السياحية أو غلق الطرق بفعل الإهيارات الجليدية أو قطع الإتصالات.

## رابعا: المياه الجوفية

عرف المشرع الجزائري المياه الجوفية في المادة 4 من قانون المياه المؤرخ في 2005/02/05 الذي عدل في 2008 بأن "المياه الجوفية بما في ذلك المياه المعترف بها كمياء المنبع والمياه المعدنية الطبيعية ومياه الحمامات بمجرد التأكد من وجودها أو إستكشافها".<sup>3</sup>

يمكن تعريف المياه الجوفية على أنها جميع المياه المخزونة أو الجارية تحت سطح الأرض بصورة طبيعية في طبقات المياه على مختلف الأعماق.

<sup>1</sup> حري المخطارية، دور الإستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر، 2016/2017، ص 70.

<sup>2</sup> إبراهيم عليوات، السياحة في الدول العربية واقع وتحديات، مداخلة ضمن الملتقى العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة دراسة تجارب بعض الدول يومي 24 و25 أبريل 2012، جامعة البليدة، الجزائر، ص 6.

<sup>3</sup> المادة 4 من القانون رقم 2005/12/05، المتضمن قانون المياه.

إن ما يهم في المياه الجوفية هو ما يخدم السياحة من الينابيع والعيون، النافورات. وتشكل هذه المياه عاملا مهما للجذب السياحي وخاصة إذا كانت تلك الينابيع أو العيون مياه تستخدم في العلاج الإنساني أو مياه ساخنة والتي تنتشر في كثير من مناطق الوطن العربي والتي تأخذ إسم العيون الساخنة.<sup>1</sup>

### خامسا: الشواطئ والسواحل

تعتبر السواحل والشواطئ من بين أهم المقومات الطبيعية خاصة للدول التي تملك إطلالة على أحد المحيطات في العالم، حيث أنها هذا النوع من المناطق الطبيعية يساهم بشكل كبير جدا في تحفيز سياحة الشواطئ والسياحة الترفيهية كالرياضة المائية والشاطئية وغيرها من الأنشطة الترفيهية التي يبحث عنها الزوار أثناء زيارتهم للتمتع والراحة.

### سادسا: المحميات الطبيعية

تعتبر المحميات الطبيعية جزء لا يتجزأ من السياحة البيئية، فهي تبرز التنوع النباتي والحيواني والتاريخي وحتى الأثري للطبيعة. حيث أن المحميات الطبيعية تحتوي على مجموعة هائلة من النباتات الحيوانات النادرة والتي يتم حمايتها للمحافظة على التوازن البيئي وكذا المحافظة على الأساس الذي يكون الطبيعة الأصلية.

فإقتصاديا تساهم في تنشيط أحد أهم القطاعات الاقتصادية وهو السياحة، حيث يقدر الصندوق الدولي لحماية الحياة الفطرية والطبيعية أن حوالي 20% من الدخل المتولد عن السياحة في الدول النامية ناتج عن السياحة البيئية خاصة مع ارتفاع المستوى الثقافي للأفراد، حيث زاد الاهتمام بالبحث عن سبل الراحة والإستجمام في البيئات الطبيعية العذراء النظيفة بعيدا عن التلوث وضوضاء المدينة بحثا عن الراحة النفسية هروبا من روتين المناطق الحضرية، أما إجتماعيا فتساهم في نشر الوعي البيئي وثقافة الإستدامة وحماية الطبيعة لدى الأفراد، وتقلل من الآثار السلبية للبيئة عليهم.<sup>2</sup>

تصنف المحميات الطبيعية لعدة أنواع نذكر منها ما يلي:<sup>3</sup>

-المحمية البرية : هي محمية طبيعية محدودة في اليابسة، تتميز بمحافظتها على وضعها الطبيعي بعيدا من تدخلات الإنسان أو التأثير بها، وهي تتميز بصفات طبيعية خاصة ومعالم بيئية أو جيولوجية أو جيومرفولوجية أو غيرها من المعالم ذات القيمة العلمية أو التاريخية أو التراثية أو الجيولوجية أو الجمالية.

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي وهبة كافي، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 117.

<sup>2</sup> محمد زبير ومراد بريك، فتحة بوزيان، تفعيل المحميات الطبيعية كبديل إستراتيجي لترقية السياحة البيئية ودعم التنمية المستدامة بالجزائر، مجلة التنمية والإقتصاد التطبيقي، المجلد 4، العدد 2، الجزائر، 2020، ص 89.

<sup>3</sup> جبار بوكثير، بسمة مناخ، مكانة المحميات الطبيعية ضمن مقومات السياحة المستدامة مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المجلد رقم 2، العدد 1، الجزائر، 2018/03، ص 314-315.

-المحمية البحرية- الشاطئية : وهي جزء من البيئة الشاطئية أو البحرية الوطنية أو كليهما معا تخضع لقوانين وأنظمة وطنية تؤمن حماية النظم البيئية البحرية والشاطئية ومكوناتها بما في ذلك الملامح التاريخية والتراثية.

-المحميات الطبيعية العلمية (أبحاث علمية) : هي مساحة أرضية أو مائية أو كليهما، تتميز بنظم بيئية أو ملامح شكلية أو نظم أحياء متميزة أو متوطنة وتشكيلات جيولوجية، تخصص هذه المساحة للحفاظ على هذه المزايا أو إحداها بعيدا من كل النشاطات الإنسانية ومؤثراتها وضمان حماية أنماط من البيئة الطبيعية للقيام بالبحث العلمي ومراقبة التغيرات البيئية الحيوية.

-محمية الكائنات الحية أو المحيط الحيوي : هي مساحات كبيرة من النظم البيئية الطبيعية، تحمي من أجل الإرتقاء بالعلاقة المتوازنة بين الإنسان والطبيعة.

-المنتزهات الوطنية : هي عبارة عن مساحات واسعة من الأراضي لحماية الطبيعة والمناطق الخلابة ذات الأهمية الوطنية والعالمية، وتخصص للأغراض العلمية والتعليمية وللترويح عن النفس، يجب أن تتصف بالديمومة في حالة طبيعية متمثلة في عينات من المناطق الجغرافية والمجموعات الحيوية والمصادر الوراثية والأنواع المهددة لتشكيل بيئة ثابتة ذات أنواع مختلفة.

-محمية التراث الطبيعي العالمي : وهي محمية تحتوي على الأشكال الطبيعية التي تعتبر ذات أهمية عالمية أصلية.

-المحميات الإنسانية : تخصص هذه المحميات في بعض البلدان، حيث تتم حماية مناطق طبيعية يكون الإنسان جزء أساسيا فيها وتأثيراته على الحياة النباتية فيها محدودة، لذلك تحتاج هذه الجماعات إلى حماية خاصة لصيانة وجودها.

-المحمية الوقائية : هو موقع واسع يمكن أن يكون مجرد أو ذا نسبة تغطية نباتية متدنية، يتعرض لأخطار طبيعية أو بشرية ويتطلب الحماية وإعادة التأهيل وحماية النظم البيئية والعناصر المكونة لها من التدهور.

-المحميات ذات الإستعمالات المتعددة : تدار هذه الموارد لتعطي مردودا ثابتا باستمرار وتؤمن إستمرارية الإنتاج من المياه والأخشاب والحياة البرية والرعي والصيد.

-المحمية الطبيعية ذات الأهمية الخاصة : مساحة محدودة من الأرض والمياه أو كليهما، تحتوي على نظام بيئي أو أنواع حية فريدة لا توجد في أماكن أخرى على المستويين الوطني والدولي.

### سابعاً: الغابات والأشجار والنباتات

يمكن أن نطلق عليها بالحياة النباتية وتمثل الغابات والبساتين والأشجار والحدايق والنباتات البرية النادرة، كما يطلق عليه بالنبات الطبيعي وهو النبات الذي ينمو من دون تدخل الإنسان في إنباته. وفي الحقيقة

أنه كلما يوجد عنصر سياحي طبيعي من دون أن تمتد إليه يد الإنسان ففي الغالب هناك تظافر ما بين الطبيعة والإنسان، فالإنسان يتدخل في الطبيعة بهدف زيادة جمالها فهناك الغابات الإصطناعية أي من صنع الإنسان وهناك المنتزهات، حيث أن الإنسان يحاول أن يخلق الطبيعة ويوجد إهتمام متزايد لدى بلدان العالم بخصوص المحافظة على هذه الثروة الطبيعية ومحاوله زيادة المساحات المزروعة لأغراض بيئية وسياحية في آن واحد فتعد الغابات والأشجار والنباتات ذات أهمية كبيرة في تنمية السياحة وتطويرها وكذلك تشجع على إقامة النشاطات السياحية الترفيهية والمخيمات والمعسكرات. هذا بالإضافة إلى الحشائش المنبسطة والتي تلائم العديد من الهوايات الرياضية والترويحية.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: المقومات الصناعية للتنشيط السياحي

يقصد بالمقومات الصناعية كل ما قام الإنسان بصنعه أو التدخل فيه وأصبح مصدرا مهما وعنصر جذب سياحي، وتتضمن المقومات الصناعية كل المقومات التي تتعلق بالثقافة والتاريخ والديانات وكذا الاجتماعية وغيرها من المقومات التي ستنتظر إليها في هذا المطلب.

### أولاً: المقومات الثقافية والعرقية

تعتبر المقومات الثقافية عن مجموعة من المعتقدات والقيم والعادات التقليدية والسلوكيات وأسلوب الحياة والعلاقات الإنسانية في مجتمع معين وكل بلد ينفرد بثقافة خاصة به ولو أن ثقافات بعض البلدان تكون أساسا متقاربة ومتشابهة لكنها تبقى دائما غير متطابقة وفي داخل البلد الواحد نجد فروقات ثقافية من منطقة إلى أخرى.<sup>2</sup>

إن فضول السائح الأجنبي كثيرا ما يقوده إلى إكتشاف مجتمع أو شعب معين وما ينفرد به من قيم وعادات، سلوكيات وأسلوب الحياة، وغالبا ما تتجسد هذه الظواهر في المهرجانات، الفنون والموسيقى والرقص الشعبي والصناعات اليدوية كصناعة الملابس والأزياء التقليدية وغيرها من الصناعات اليدوية والتي تشمل العادات والتقاليد الخاصة بالبلد المزار. كما أن فضول السائح يوجهه إلى إكتشاف نمط العيش لبعض الشعوب الأصلية في أمريكا، كندا، أستراليا والشرق الأوسط.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الكريم ياسين أسود الفارس العزاوي، أثر التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي على عوامل الجذب السياحي في محافظة ديالى، أطروحة دكتوراه، جامعة سانت كليمنس العالمية، العراق، 2013، ص 99.

<sup>2</sup> صالح موهوب، تطور السياحة في الجزائر في ظل المعطيات السياحية الدولية الجديدة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2014/2015، ص 67.

<sup>3</sup> حري المخطارية، مرجع سبق ذكره، ص 70.

## ثانيا: المقومات التاريخية والأثرية

تشكل المقومات التاريخية والأثرية من المعالم التاريخية والأطلال وبعض البنايات القديمة التي احتضنت أحداثا تاريخية هامة والمواقع التي عرفت معارك حربية مشهورة والمرافئ القديمة والتماثيل والأوثان وبقايا السدود القديمة والأهمار الإصطناعية، والأحياء العتيقة والقصور الملكية وكل الموجودات الأخرى التي تسمح بتطوير منتجات سياحية تتركز على العوامل التاريخية والحضارية.<sup>1</sup>

تعتبر المقومات التاريخية والأثرية مغريات سياحية مهمة، فالتعرف على الحضارات والتاريخ الإنساني من خلال المعالم الأثرية يعتبر متعة ذهنية رفيعة. فليست مشاهدة الآثار أو دراستها مجرد وسيلة للهروب من الحاضر للتقريب عن الماضي، ولكن بالمفهوم الصحيح هي وسيلة لزيادة فهم النفس من طرف الزائر، فبالطلع إلى الوراثة ومعرفة الطريق التي قطعها البشرية يكون الأفراد أكثر اهتماما للمستقبل.<sup>2</sup>

## ثالثا: المقومات الاجتماعية والدينية

هي تتضمن أنماط وأساليب الحياة التي تتبعها الشعوب في ممارسة نشاطاتهم الاجتماعية، كالعادات والتقاليد وغيرها من الأساليب التي تميز هاته الشعوب عن بقية شعوب العالم الأخر. غالبا ما تكون هاته الشعوب تعيش على شكل قبائل ومجتمعات حضرية تستعمل في ممارسة نشاطاتها أساليب قديمة متوارثة من الأجيال السابقة. هاته المقومات تحفز شعوب العالم الأخر لزيارتها والتعرف أكثر على هاته التقاليد والعمل على تجريبها.

تمثل المقومات الاجتماعية في طريقة حياة الشعوب وسلوكها في شكل الفنون الشعبية بطوعها المختلفة والثقافات والعادات لدى السكان. أما المقومات الدينية فتشمل الأماكن المقدسة والآثار الدينية كالمساجد والكنائس والأضرحة، المقابر، وغيرها من الأماكن المقدسة.<sup>3</sup>

## رابعا: المؤتمرات والمهرجانات

أصبحت الدول التي تقام بها المؤتمرات والمهرجانات بصفة مستمرة تحقق فوائد إقتصادية كبيرة جدا، حيث إن عملية عقد وإقامة المؤتمرات والمهرجانات تعد ركيزة من ركائز التنشيط السياحي، كما أنه من الأهداف الرئيسية لسياحة المؤتمرات تحقيق التعارف والتفاهم بين أبناء التخصص الواحد على مستوى الدول المختلفة المشاركة. ومن العوامل التي ساعدت على الاهتمام بإقامة المؤتمرات والاجتماعات نذكر ما يلي:<sup>4</sup>

<sup>1</sup> صالح موهوب، مرجع سبق ذكره، ص 67.

<sup>2</sup> نعيم الظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 146.

<sup>3</sup> ناصر مراد، زياد أبو موسى، دور السياحة في التنمية المستدامة حالة الجزائر، مداخل ضمن الملتقى العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة دراسة تجارب بعض الدول يومي 24 و 25 أبريل 2012، جامعة البليدة، الجزائر، ص 6.

<sup>4</sup> عبد الفتاح مصطفى غنيمه وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 239.

- إزدیاد إتجاه دول العالم إلى التعاون والتقابل فيما بينهم لخلق جو من التواصل والتكامل في المجالات المختلفة سواء العلمية أو الثقافية.
- برامج الأمم المتحدة في جميع دول العالم حول قضايا جدية تمهم مثل مؤتمرات السلام، حماية البيئة، مكافحة الإهاب، حماية المرأة والطفولة.
- إزدیاد عدد إتحادات منظمي المؤتمرات ومكاتب تسويق المؤتمرات، والتي تقوم بالتنظيم للمؤتمرات وتوفير كافة الخدمات اللازمة لنجاحها.
- تطور الطيران وإتساع شبكة خطوط الطيران الدولية والمحلية لتغطي جميع أنحاء العالم وما بين المناطق المختلفة داخل الدولة الواحدة مما يجعل التنقل أكثر سرعة وراحة وأمان، كذلك توافر شبكات النقل الداخلية سواء بالسيارات أو غيرها من وسائل النقل.
- التطور التكنولوجي الهائل في مجالات الاتصالات بالأقمار الصناعية وتوافر الوسائل السمعية والبصرية والمساعدة على تبادل الأفكار والآراء مما يسهل الاتفاق والتنسيق لعقد المؤتمرات.
- ظهور مراكز متخصصة لإقامة المؤتمرات بها تضم قاعات مجهزة بأحدث الأجهزة السمعية والمرئية والمعدات اللازمة للعرض والترجمة الفورية وغيرها.
- مساهمة الفنادق بدور فعال في تنظيم المؤتمرات بها وتقديم كافة سبل الراحة لأعضاء المؤتمر من إقامة، مأكولات وإعداد برامج ترفيهية في فترات الفراغ.

#### خامسا: المتاحف

تعد المتاحف من بين أهم عوامل التنشيط السياحي في الأونة الأخيرة، وهذا لما شهده المتاحف من تزايد في الاهتمام من قبل السياح الوافدون وهذا راجع إلى الزيادة في الجانب التعليمي والثقافي للسائح. يمكن وصف المتحف بأنه ذلك المكان الذي يجمع فيه جميع روائع المنتجات الإنسانية منذ فجر تاريخه وحتى الآن، سواء كانت هذه المنتجات فنية أو حربية أو حتى ما أنتجه الإنسان لإستعماله الشخصي على مدار حياته اليومية ويكون هذا المكان مزارا يقصده الإنسان بقصد المتعة والدراسة والبحث وإكتشاف القيم الإنسانية المتمثلة في إبداعات الإنسان في مختلف العصور.

تعتبر المتاحف من بين الخيارات الشائعة أمام السياح عندما يقصدون وجهة سياحية ما =، لكونها تقدم لهم الفرصة لكسب الخبرة والثقافة حول تلك الوجهة، فهي تختزل ثقافة مجتمع ما وتقدمه وتفسره للزائر الذي لا يستطيع التعرف على هذه الثقافة موزعة في جميع أنحاء المقاصد الثقافي في مدة إقامة محدودة، وكما يشير البعض فإن المتاحف من عناصر الجذب الواجب زيارتها ومشاهدتها من قبل السائح الثقافي، فالعلاقة بين السياحة والمتاحف علاقة تبادلية، فالسياحة تلعب دواهما في تنشيط المتاحف وزيادة عدد زوارها



وبالتالي زيادة دخلها من العملة الصعبة، أما المتاحف فتساهم في جذب المزيد من السياح خاصة في المناطق التي تركز على السياحة الثقافية.<sup>1</sup>

تعدد أنواع المتاحف من حيث مقتنياتها وكذا الأهداف التي أنشأت من أجلها، وفيما يلي عرض لأنواع المتاحف:<sup>2</sup>

- **متاحف التاريخ:** وهي تخصص في عرض التاريخ البشري والحضارات، والثقافات الإنسانية القديمة وتشمل متاحف التاريخ والآثار، وجميع مجالات تاريخ الحضارات والشعوب، كما تشمل أيضا متاحف المتخصصة التي تبرز تاريخ مجالات محددة مثل إنجازات المرأة عبر العصور والمتاحف العسكرية وغيرها.

- **متاحف الفن:** وهي متخصصة في عرض الاعمال الفنية واللوحات والمطبوعات والصور وفنون الزينة التي أنتجها الفنانون، وأصبحت ذات قيمة فنية تعرض للجمهور في متاحف الفن للإستمتاع بها، وتنقسم متاحف الفن إلى قسمين هما:

✓ **قسم الفنون الجميلة:** وهو للوحات التي تعد بغرض الإمتاع أو كما يقال الفن من أجل الفن.

✓ **قسم الفنون التطبيقية:** وهو يشمل الأعمال الفنية التي يمكن إستعمالها بالإضافة إلى التمتع بمشاهدتها ومثال لذلك أنواع الأثاث والسجاد والملابس والمباني، أي متاحف الفن تشمل جميع منجزات الإنسان الفنية.

- **متاحف التاريخ الطبيعي:** وهي المتاحف العلمية التي تختص بعرض وتفسير مبادئ العلوم الطبيعية كالفيزياء والكيمياء والرياضيات وتوضيح تطبيقاتها العلمية في مجالات الزراعة والصناعة وغيرها، كما ان متاحف التاريخ الطبيعي تحوي عينات من الطبيعة وتشمل أقسام النبات والحيوان والجيولوجيا وقسم دراسة الإنسان الذي يهتم ببقايا الإنسان في فترة ما قبل التاريخ.

- **متاحف المواقع:** هي متاحف تقام بالقرب من مواقع أثرية معينة لتضم مقتنيات تم إكتشافها من المواقع المحلية مع تركيز خاص على الإكتشافات الحديثة.

- **المتاحف الافتراضية:** هي متاحف تعتمد على التكنولوجيا الرقمية السمعية والمرئية يتم إنشاؤها على شبكة الأنترنت وتمثل كيانا افتراضيا لعرض عدد من المقتنيات المتحفية المتواجدة في عدد من المتاحف أو الأماكن المختلفة ضمن موقع واحد على الشبكة والتعليق عليها ونشر البحوث والدراسات المرتبطة بتلك المقتنيات وغير ذلك من الخدمات المتحفية.

<sup>1</sup> أكرم عاطف رواشده، دور المتاحف الأثرية الأردنية في جذب السياحة، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 41، العدد 2، الأردن، 2014، ص 576.

<sup>2</sup> منال إسماعيل توفيق، علاء الدين أسامة عبد اللطيف، المتاحف ودورها في نشر الثقافة السياحية وجذب السائحين إلى مصر، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد 11، العدد (1/2)، مصر، سبتمبر 2017، ص 147.

## المطلب الثالث: مقومات أخرى للتنشيط السياحي

تتوفر عملية التنشيط السياحي على مجموعة أخرى من النشاطات والخدمات التي تهم بإتجاهات السياح ودراسة حاجياتهم ورغباتهم، حيث أننا في هاذ المطلب سنتطرق إلى الوعي السياحي وكذا والإعلام السياحي، إضافة إلى التطرق إلى الإتصال التسويقي بحكم علاقة عناصره بعملية التنشيط السياحي.

## أولاً: الوعي السياحي:

يعرف الوعي السياحي على أنه إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية وتقدير للتنمية السياحية وهو جملة م الآداب والسلوك، التعامل مع السائح وإحترامه وعدم إستغلاله أو التضييق عليه أو النظر إليه على أنه مصدر للربح، إنما ضيف كريم<sup>1</sup>. لذا يجب الترحيب به وتقديره بإعتباره مصدر يحقق فائدة إقتصادية للبلد المضيف، وتعد زيادة معرفة المواطنين بالمعلومات حول مقومات التنشيط السياحي ببلدهم وصورة الأنشطة السياحية تعد بداية الطريق لبناء قاعدة قوية من الوعي السياحي ويظهر الوعي السياحي عند المواطنين في مشاركتهم الإيجابية في التنمية السياحية.<sup>2</sup>

كما يعرف الوعي السياحي كذلك على أنه إمتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والإتجاهات والقيم والتي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك الفرد سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسائح.<sup>3</sup>

يعد الوعي السياحي عنصرا مهما وعاملا مؤثرا في السياحة وتطورها من جهة والسائح والتأثير في نفسيته من جهة أخرى، ولذا فإن أغلب الدول التي تملك حركة سياحية تعد برامج وهيكلية عمل في معاملة السائح الوطني والأجنبي خاصة لأن السائح الذي يزور منطقة معينة أو بلد معين ينقل صورته وتطلعاته ومشاهداته ومعاملة الناس له إلى أفراد مجتمعه الأصيل، فإذا كانت الصورة التي نقلها جيدة ومعاملة الناس له كانت لائقة سيشرح على الوفود إلى المنطقة أو البلد الذي زاره، إذا كان العكس فإن ذلك سيؤثر على القدوم إلى تلك الدولة المدينة.

1-أنواع الوعي السياحي: يمكن تقسيم الوعي السياحي إلى ما يلي:<sup>4</sup>

<sup>1</sup>داليا تيمور زكي، الوعي السياحي والتنمية السياحية مفاهيم وقضايا، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008، ص 109-110.

<sup>2</sup>نعيمي حكيم، براهيم بن حراث حياة، بلورة الوعي السياحي كأحد السبل لتنمية السياحة المستدامة بجزيرة الأردن، مجلة دفاتر بوادكس، العدد 8، الجزائر، سبتمبر 2017، ص 59.

<sup>3</sup>هنا حماد زهران، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، ط1، عالم الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004، ص 24.

<sup>4</sup>عبد الله علي قويطين العجلوني، تطور السياحة في الأردن دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة دراسة حالة جامعة أربد الأهلية وجامعة جدارا، المحلة الأورو متوسطة لإقتصاديات السياحة والفندقة، العدد الأول، الجزائر، 2017، ص 45.

أ- الوعي السياحي لدى السكان المحليين: لا يمكن لقطاع السياحة من تحقيق الفوائد الاقتصادية والإجتماعية والبيئية الناتجة عن تطور السياحة في المجتمعات المحلية إذا تجاهل المخططون وواضعوا السياسات السياحية إدماج المجتمع المحلي في التنمية السياحية.

ب- الوعي السياحي الخاص بفئة العاملين بالنشاط السياحي: حيث يعرف العاملون في النشاط السياحي على أنهم القائمون على تقديم خدمات متنوعة للسياح من إقامة وأطعمة ومشروبات وغيرها، وتعتبر هذه الفئات من العمالة أحد أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي، ويستقي هذا العنصر أهمية من كون العاملين في النشاط السياحي يعتبرون الخط الأمامي المواجه للسائح ضمن إطار العملية السياحية، كونها على إتصال مباشر مع السائح، وبالتالي فإن لسائح يتأثر بشكل مباشر بقدرة هؤلاء العاملين على تحقيق إحتياجاتهم وأدائهم الجيد وإستقبالهم الجيد، فإذا كانوا على المستوى المطلوب في أداء مهمتهم فإن ذلك بالطبع سيؤثر على الحركة السياحية.

### ج- الوعي الخاص بفئة السياح

ويمكن تقسيمه إلى نوعين

- **تهيئة السياح قبل دخول المجتمع المحلي:** وهي المرحلة التي تختص بتهيئة وتوعية السياح قبل دخولهم للموقع السياحي، حيث يعتبر هذا النوع من التوعية من أكثر أنواع التوعية السياحية حساسية وخطورة، حيث يرتبط بردة فعل السكان المحليين تجاه النشاط السياحي، بحيث قد تشكل ردة فعل السكان المحليين تجاه السائح أكبر عائق في طريق التنشيط السياحي، حيث قد تشكل في الكثير من الأحيان بعض التصرفات الناتجة عن السياح والتي تعكس بدورها ثقافتهم المحلية خرقا لعادات وتقاليد وقيم ومبادئ المجتمع المضيف، مما قد يؤدي إلى رفض هذا المجتمع لهذا النوع من النشاط الاقتصادي وبالتالي التأثير سلبا عليه بوسائل مختلفة، مما يؤكد على ضرورة احترام هذه الثقافة مهما اختلفت عن ثقافة السائح الأصلية.

- **الإرشاد** وهي المرحلة التي تبدأ بدخول السياح إلى الموقع السياحي ويتضمن نوع التوعية وإرشاد السياح إلى الأماكن السياحية التي يمكن لهم زيارتها وإرشادهم إلى مواقع الخدمات السياحية التي يمكن ان تعد لهم ضمن البلد المضيف من فنادق وإستراحات وغيرها، وذلك عن طريق تزويدهم بالنشرات والكتيبات والخرائط الواضحة والصحيحة عن طريق وكلاء السفر أو الشركات السياحية أو مكاتب السياحة الوطنية أو بعض المؤسسات المحلية إضافة إلى اللوحات الإرشادية التي توضع على الطرقات لتتبع الطرق التي تؤدي بالسائح إلى الأماكن السياحية وأماكن تلقي الخدمات السياحية المختلفة.

### ثانيا: الإعلام السياحي

إن السياحة في العصر الحديث أصبحت ذات طابع دولي، ومأمون من المخاطر مما أدى إلى زيادة تنقل

السائحون المتواصل بين أنحاء العالم، وأصبحت السياحة قطاعا هاما وكبيرا بالنسبة لإقتصاديات الدول فهي تشجع مواطنيها على السياحة لزيادة إطلاعهم وثقافتهم، والإستمتاع بأوقاتهم والتخلص من الضغوط الناجمة عن العمل والعلاقات الإقتصادية والإجتماعية، كما أنها تتنافس مع الدول الأخرى لإبراز مفاخر بلدها من كافة الوجوه، بغية جذب السائحون إليها حاملين نقودهم معهم التي سيصرفونها داخل بلدهم فهي صناعة مربحة ونظيفة مما جعلها أهم قطاع إقتصادي لدى معظم الدول .

يعرف الإعلام السياحي على أنه أحد أشكال الإعلام المتخصص ويتمثل في كافة أوجه النشاط الإتصالية المخططة والمستمرة والتي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والسليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الإتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير من أجل تهيئة الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن أجل إجتذاب أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيدا عن موطن إقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى.<sup>1</sup>

كما يعرف الإعلام السياحي كذلك على أنه المصدر الذي ينمي المدارك والأحاسيس العلمية والثقافية، ويوثق العلاقات بين الشعوب في مواكبتها للتطور السياحي وفيما ينشده من إزدياد التنقل والترحال بين شعوب العالم.<sup>2</sup>

يعرف الإعلام السياحي أيضا بأنه كافة الجهود الإعلامية الموضوعية وغير الشخصية والمبدولة من الجهات الرسمية لتحسين صورة السياحة والدعاية إلى إعداد ونقل رسالة أو مجموعة من الرسائل بهدف خلق وعي سياحي أو تنمية صورة سياحية لدولة ما أو منطقة ما لدى أسواق وجمهور معين باستخدام الوسائل الإعلامية بغرض جذب إهتمام السائحون المرتقبين في تلك الأسواق سواء داخل البلاد أو خارجها ودفعهم إلى ممارسة النشاط السياحي.<sup>3</sup>

#### 1- أهداف الإعلام السياحي: أهداف الإعلام السياحي كثيرة ويمكن ذكرها فيما يلي:<sup>4</sup>

أ- أهداف وطنية: تتمثل في غرس روح الإلتزام لدى المواطنين وإبراز الوجه الحضاري والمتميز للبلد وتحفيز دوافع الإقبال على السياحة الداخلية، إضافة إلى العمل على تسيير التوافق الاجتماعي بين مختلف

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص 63.

<sup>2</sup> معز على السريتي ومحمد الطاهر الكسكاس، واقع نشاط الإعلام السياحي لمكاتب السفر والسياحة في مدينة مصراته دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، العدد 8، ليبيا، 2016/12، ص 184.

<sup>3</sup> يوسف مقعاش ومحمد قارش، دور الإعلام السياحي في التسويق للجزائر كوجهة سياحية، مجلة لباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 12، الجزائر، 2020، ص 613.

<sup>4</sup> عبود زرقين وإيمان العلمي، تعزيز دور الإعلام في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، المنتدى العلمي السنوي السابع حول الإعلام والإقتصاد تكامل الأدوار في خدمة التنمية، من طرف الجمعية السعودية للإعلام والإتصال، السعودية، 11/12/2016، ص 12.

مستويات التحضر في المجتمع.

**ب- أهداف بيئية:** حيث يدعم الإعلام السياحي التوجه الإيجابي للتعامل مع البيئة في المناطق السياحية والتعريف بمقومات السياحة البيئية في البلد إضافة إلى تنمية الوعي العام بأساليب الإستخدام الأمثل للمنتجات السياحية.

**ج- أهداف إجتماعية:** الإعلام السياحي يدعم التوجه الاجتماعي نحو صناعة السياحة ويعمل على تهيئة المجتمع لتقبل السياحة وفقا لمفهومها الذي تقره أعلى المستويات في الدولة، إضافة إلى انه يعمل على تعزيز إحترام المواطنين للسياحة بجميع فئاتهم وأنواعهم والتعامل معهم بصورة حسنة من منطلق الضيافة الكريمة.

**ت- أهداف ثقافية:** حيث يعمل الإعلام السياحي على التعريف بالتراث الثقافي المادي وغير المادي للبلد ودعم إحترام السياح غير المواطنين لخصوصية المجتمع وثقافته كما يعمل على تشجيع المحافظة على الفنون والصناعات والحرف التقليدية.

**ث- أهداف إقتصادية:** يلعب الإعلام السياحي كذلك دورا رياديا في إنعاش الإستثمار الإيجابي لصناعة السياحة في دعم الإقتصاد الوطني فضلا عن التعريف بالفرص الإستثمارية المتاحة في المجالات المتعددة لصناعة السياحة. كما يعمل على تعزيز مبدأ الشراكة بين وزارة السياحة وجميع قطاعات المجتمع ذات العلاقة بصناعة السياحة.

## 2- أهمية الإعلام السياحي: تبرز أهمية الإعلام السياحي من خلال النقاط التالية:<sup>1</sup>

**أ-** التطور الهائل لوسائل الإعلام وقدرتها الكبيرة في التأثير على الرأي العام، وأهمية الإعلام في حياة الشعوب والأمم بإعتباره عنصرا أساسيا من العناصر التي تشكل هيكل المجتمع وبنيته الاجتماعية والثقافية والتربوية والمعرفية والسياسية والإقتصادية.

**ب-** يقوم الإعلام السياحي بتزويد الناس بما يحتاجون إلى معرفته من المعلومات التي تساعد على إتخاذ القرارات وتحديد المواقف قبل الرحلات السياحية، فهو يقوم بإشباع حاجات الجمهور وخدمته.

**ج-** يكتسب الإعلام السياحي أهمية خاصة نتيجة للإهتمام العالمي بالسياحة وزيادة المنافسة العالمية بين الكثير من الدول بالإضافة إلى منافسة سلعة السياحة نفسها لغيرها من السلع وقوتها الاقتصادية.

**ت-** قدرته على تنمية الشعور بالهوية والخصوصية الإسلامية، وكذلك إعلام الناس بأهداف السياحة وبرامجها عبر التركيز على أهداف الإتصال من ناحية والأهداف الإقناعية من ناحية أخرى.

**ث-** قدرته على نشر الثقافة المتعمقة والمتخصصة في السياحة، مستغلا الإمكانيات الفنية لوسائل الإعلام وتقنيات الإتصال المتطورة الأخرى.

<sup>1</sup> محمد خطاب، الإعلام السياحي والعلاقات العامة، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 64-66.

ح- تزايد الإحساس بأهمية السياحة ثقافيا واجتماعيا وسياسيا والآثار التي يمكن أن تتركها على المجتمع.  
 خ- قدرته على زيادة درجة الوعي والمعرفة وتلمس حاجات المجتمع ومشكلاته الحقيقية في مجال السياحة والمجالات المتعلقة بها، وإبراز أوجه حياة المجتمع المختلفة والتقدم الذي يعيشه.

ج- التأثير على متخذي القرارات في مجال السياحة وإسهامه في تعزيز الإبداعات.

ر- التعاون مع المتخصصين في مجال السياحة والمجالات التي تتعلق بها وتطويرها لخدمة المجتمع وحل المشكلات التي تتطلب المواجهة بأسلوب علمي وتعاون أفراد المجتمع مع المتخصصين عبر وسائل الإعلام السياحي.

ز- قدرة الإعلام السياحي على توصيل المعلومات المتخصصة لجمهور عام بأساليب متنوعة ووسائل متعددة يسهل على المستقبل فهمها وإستيعابها بما يسهم في ترفيه العقول والتأثير على المواقف والإتجاهات وتحفيز الفكر والعقل.

و- يهيئ الإعلام السياحي منبرا للمناقشة ونشر الأفكار والمبتكرات وتبادل الخبرات والتجارب المتخصصة في مجال السياحة والعلوم والمجالات المتعلقة بها.

هـ- يوفر الإعلام السياحي فرصة للمستثمرين والعاملين والقائمين على السياحة للإعلان والترويج لمشروعاتهم وأنشطتهم السياحية، ويشجع على زيادة المستثمرين والمشروعات.

### ثالثا: الإتصال التسويقي

يعتبر الإتصال التسويقي ركيزة أساسية في عملية التنشيط السياحي، حيث أنه يعتبر أداة فعالة لنقل الأفكار والمنافع عن طريق مجموعة من العناصر التي نستعرضها فيما يلي:

**1- الإعلان:** يعرف (Kotler) الإعلان بأنه عملية إتصال شخصي يتم تنفيذها بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع بهدف التأثير في سلوك المستهلك، كما يعرف كذلك بأنه نشاط قيه فن وعلم لإغراء الأفراد والمستهلكين لشراء السلع والخدمات المعلن عنها عبر وسائل إتصال معينة مقابل أجر مادي أو عيني مدفوع.<sup>1</sup>

كما يعرف الإعلان بأنه " مجموعة تقنيات تحمل أفكار إبداعية تساعد على عرض وإقتراح أفكار أصحاب المشاريع الاقتصادية بهدف عرض السلع والخدمات للجمهور المستهدف".<sup>2</sup>

ويعرف الإعلان على أنه " وسيلة إتصال غير شخصية مدفوعة الأجر تستهدف جمهور محدد من خلال

<sup>1</sup> طه أحمد عبيد، مرجع سبق ذكره، ص 91.

<sup>2</sup> محمد الطاهر قادري وعبد الغاني مرابطي، النشاط الترويجي وجودة الخدمات الفندقية في الأقطار العربية بين النظرية والتطبيق، مكتبة حسن العصرية للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2016، ص 122.

الوسائل الإعلانية المختلفة لتقديم وترويج الأفكار والسلع والخدمات".<sup>1</sup>

أ- أهداف الإعلان: يسعى الإعلان السياحي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:<sup>2</sup>

- خلق الرغبة في السفر إلى المقصد السياحي والمساهمة في تكوين اتجاه نحو السفر إلى ذلك المقصد.
- زيادة الإقبال على زيارة منطقة معينة عن طريق التعريف بمعالها، وكيفية الوصول إليها والتسهيلات السياحية المتاحة وإبراز المنافع والإشاعات المتوقعة للسائح من زيارته.
- التعريف بنمط جديد من الأنماط السياحية.
- خلق صورة ذهنية إيجابية للمنطقة.
- نشر المعلومات الخاصة بالمقصد السياحي مثل الأحداث والمناسبات والمعالم والأسماء والتكاليف وغيرها لتوليد الطلب السياحي واجتذابه إلى المنطقة.
- التخفيف من الآثار السلبية للظروف الطارئة من الكوارث الطبيعية، والإضطرابات والشائعات.
- تخفيف حدة التقلبات الموسمية.
- تمهيد الطريق أمام منظمي البرامج السياحية والوسطاء لطرح برامجهم وإقناعهم العملاء المرتقبين بزيارة المقصد السياحي.

2- البيع الشخصي: يعرف البيع الشخصي على أنه عملية الإتصال الحاصلة ما بين البائع والمشتري

بشكل مباشر، بهدف تشجيعه أو مساعدته في تحقيق عملية الشراء للمنتج أو الخدمة وبعبارة أخرى يمكن

القول بأن البيع الشخصي ما هو إلا حلقة وسيطة ما بين المؤسسة التسويقية والمشتري.<sup>3</sup>

للبيع الشخصي أهمية كبيرة في مجال الخدمات بصفة عامة وفي مجال الخدمات السياحية بصفة خاصة

نلخصها فيما يلي:<sup>4</sup>

- طبيعة الخدمات السياحية غالبا ما تتطلب وجود علاقات وتعامل شخصي.
- التغيير المستمر والسريع في قطاع الخدمات السياحية.
- الاهتمام المتزايد من قبل العملاء بمعرفة جوانب الخدمات السياحية والتأكد منها.
- التغيير المستمر في إحتياجات ورغبات السائحين وفي الأنماط السياحية.
- إن الإتصال الدائم بين مقدم الخدمة والعميل يجعلنا نميز ثلاث مستويات الإتصال الشخصي في مجال

<sup>1</sup> سامح أحمد رفعت عبد الباقي، علم وفن تنمية المبيعات السياحية، دار الكتب القانونية، القاهرة، مصر، 2011، ص 63.

<sup>2</sup> طه أحمد عبيد، مرجع سبق ذكره، ص 92.

<sup>3</sup> ثامر بكري، التسويق أسس ومفاهيم معاصرة، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 160.

<sup>4</sup> طه أحمد عبيد، مرجع سبق ذكره، ص 94.

الخدمات:<sup>1</sup>

- **الإتصال الشخصي المرتفع:** ونجد هذا النوع من الاتصالات في الخدمات التي تستدعي بالضرورة قيام العميل بالحضور إلى مكان تقديم الخدمة، وأن يشارك في عملية إنتاجها.
- **الإتصال الشخصي المتوسط:** نجد هذا النوع من الإتصال في الخدمات التي لا تتطلب بالضرورة مشاركة العميل في إنتاج الخدمة، وإنما يكون حضوره مكان تقديم الخدمة للتعريف بمشكلته، ونوعية الخدمة التي يريد الحصول عليها، وربما يقتصر الإتصال على تسليم بعض الممتلكات المادية المتعلقة بالحصول على الخدمة او مجرد دفع فواتير.
- **الإتصال الشخصي المنخفض:** نجد هذا النوع من الإتصال في الخدمات التي لا تتطلب إلى قدرا محدودا جدا من مشاركة العميل في عملية إنتاج وتقديم الخدمة، حيث تقتصر المشاركة على الإتصال عن بعد من خلال قنوات التوزيع المادي أو الإلكتروني، وهو إتجاه أخذ بالتنامي من حيث استخداماته في المجتمعات المتقدمة وهو يعطي إهتماما خاصا لراحة العميل.

### 3- العلاقات العامة:

تستخدم العلاقات العامة لبناء صورة ذهنية لدى الجماهير المختلفة وتضم العاملين ووسائل الإعلام والموردين والمجتمع المحلي بالإضافة إلى الزبائن والمشاركين الصناعيين والعديد من مجاميع أصحاب المصلحة في المؤسسة<sup>2</sup>.

العلاقات العامة هي بناء علاقات جيدة مع الجماهير المختلفة للمنظمة، وذلك من خلال الدعاية لبناء صورة ذهنية جيدة للمنظمة ومعالجة الأحداث والقصص والإشاعات التي يمكن أن تسيء لهذه الصورة الذهنية، ويمكن أن تساهم العلاقات العامة في إنجاز النشاطات التالية:<sup>3</sup>

- المساهمة في تقديم منتجات جديدة.
- المساهمة في إعادة إحلال المنتجات في مرحلة النضج
- بناء الاهتمام بفترة المنتج.
- التأثير على مجموعات مستهدفة من المستهلكين.
- الدفاع عن المنتجات التي تعثرها مشاكل عامة.

<sup>1</sup> فؤاد بوجنانة، تقييم واقع الإتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الخدمية دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2009/2008، ص 89.

<sup>2</sup> بشير عباس العلق، التسوق عبر الأنترنت، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2002، ص 75.

<sup>3</sup> محمود منصور أبو جليل وآخرون، المفاهيم التسويقية الحديثة وأساليبها، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 233.



- بناء صورة ذهنية جيدة للمنظمة بطريقة تنعكس بشكل إيجابي على منتجها.
- تلعب العلاقات العامة دورا مهما في دعم التدفق السياحي للمواقع السياحية، وذلك أن الشق الداخلي من العلاقات العامة غالبا ما يركز على تنمية أواصر التعاون والتنسيق بين كافة الهيئات الرسمية والأهلية ذات الصلة بالموضوع السياحي، أما الشق الخارجي للعلاقات العامة فيتمثل بإيجاد علاقات تعاون وتنسيق مع السفارات في البلدان الأخرى ومنظمي الرحلات بالإضافة إلى وكالات السفر الدولية وذلك من خلال إمدادها بالنشرات السياحية والمجلات وغيرها. والحقيقة أن وجود برامج واضحة المعالم للعلاقات العامة يمثل مدخلا للتكامل والتنسيق مع الجهود الترويجية المقدمة من قبل المزيج الترويجي السياحي.<sup>1</sup>
- تتعدد وسائل العلاقات العامة في مجال الترويج السياحي ومن هذه الوسائل نذكر ما يلي:<sup>2</sup>
- الأفلام التسجيلية السياحية للعرض بالسينما والتلفزيون
- تقديم دعوات لموظفي شركات الطيران الأجنبية والشركات السياحية ومنظمي الرحلات في الأسواق المستهدفة للقيام برحلات تعريف وإقناع بالعالم السياحية بالدولة المضييفة وأحوالها الواقعية.
- تنظيم الأسابيع السياحية في الدول المصدرة للسائحين حيث تتضمن هذه الأسابيع عروض فلكلورية وموسيقية خاصة بالمقصد السياحي، وتقديم الأطعمة المحلية ومعارض المنتجات المحلية والآثار وغيرها.
- تنظيم مسابقات إذاعية وتلفزيونية تدور حول أحداث ومعالم الدولة السياحية التي تنظمها.
- تقديم الهدايا من منتجات الدولة المضييفة في المناسبات المختلفة.
- القيام بالنشر في وسائل الإعلام المختلفة عن المقصد السياحي ويتم ذلك عن طريق:

- ✓ الإتصال الشخصي بالصحفيين.
- ✓ تقديم بيانات صحفية وإجابة على إستفسارات الصحفيين.
- ✓ تنظيم المؤتمرات الصحفية.
- ✓ تنظيم رحلات ودعوة الصحفيين وكبار الكتاب.
- ✓ عقد مسابقات لكتابة مقالات عن الدول مقابل جوائز معينة.
- ✓ توزيع النشرات على الصحفيين
- ✓ إستقبال الصحفيين والترحيب بهم في الوقت.
- ✓ إستغلال الأحداث الخاصة بدعوة كبار الشخصيات العالمية في المجالات المختلفة.

#### 4- التسويق المباشر:

التسويق المباشر هو "عملية إتصال مباشر بين المنظومة الفندقية والعميل دون وساطة بغرض الحصول

<sup>1</sup> محمد عبيدات، التسويق السياحي مدخل سلوكي، دار وائل للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000، ص 134.

<sup>2</sup> طه أحمد عبيد، مرجع سبق ذكره، ص 98.

على إجابة سريعة من هذا الأخير بخصوص شرائه لخدمات الفندق، ويتم ذلك باستخدام وسائل إتصال معينة ومتعددة<sup>1</sup>.

كما عرف التسويق المباشر على أنه "إستخدام البريد الإلكتروني والأترنت والفاكس والهاتف للإتصال المباشر مع الزبائن الحاليين والزبائن المتوقعين وحثهم على الإستجابة المباشرة. كما عرف كذلك على انه توزيع المعلومات والسلع والخدمات والمنافع الترويجية إلى الزبون المستهدف وبوسائل تساعد على قياس الإستجابة المباشرة مثل الاتصالات التفاعلية"<sup>2</sup>.

يسعى التسويق المباشر إلى تحقيق عدد من الأهداف يمكن حصرها في:<sup>3</sup>

- توليد الشراء المتكرر ويستند ذلك التكرار على أساس تثبيت إسم المشتري وعنوانه وحاجاته في قاعدة البيانات التي يتم تكوينها وبالتالي تصبح عملية الشراء روتينية ومتكررة طالما كان هناك إتصال مع المستهلك ووجود قناة في إقبال المنتج إليه.

-إدخال منتجات جديدة : إن إقامة قاعدة بيانات تتيح فرصة أمام المؤسسة في الإتصال مع زبائنها لإختيار وتقييم المنتجات الجديدة التي ترغب في طرحها في السوق ويتم ذلك عبر الإتصال بهم والتعرف على آراءهم بشكل واضح ودقيق، وبهذه الطريقة ستحقق المؤسسة ميزتين هما السرية التامة في إختيار المنتج وقياس الرأي حوله أولاً والثانية هو تقليص التكاليف المترتبة على ذلك الإختيار جراء الإختيار الدقيق لعينة الدراسة.

-تقديم قناة توزيعية جديدة : من خلال التسويق المباشر يستطيع المنتج أو مقدم الخدمات أن يدخل عمليات التسويق وتوزيع منتجاته وخدماته بشكل مباشر، وبالتالي فإنه يضيف قناة توزيعية جديدة من شأنها أن تقدم منتجات أقل وجودة أعلى وبخدمات إرشادية مضافة قياساً لما هو عليه بالنسبة للوسطاء.

-زيادة ولاء المستهلك : ذلك من خلال بناء علاقة قوية مع المستهلك وما تقدمه المؤسسة من مزايا تتعلق بالخصم أو حرية الشراء والدفع، فضلاً عن تقديم المؤسسة للمستهلك المعلومات الجديدة والمحدثة والتي يكون بحاجة لها لإتخاذ قرارات الشراء وهذا ما يحقق مستوى طيب من ولاء للمؤسسة وخدماتها.

**5- تنشيط المبيعات:** يهدف تنشيط المبيعات إلى زيادة مبيعات المنظمة في الأجل القصير من خلال

<sup>1</sup> أدهم وهيب مطر، التسويق الفندقي مبيع وترويج الخدمات السياحية والفندقية الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، دمشق، سوريا، 2014، ص 213.

<sup>2</sup> علي فلاح الزعبي، الاتصالات التسويقية، مدخل منهجي- تطبيقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2010، ص 320.

<sup>3</sup> بن عيجة محمد نبيل، إدماج الأترنت في إستراتيجية الاتصالات التسويقية للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة إيباد EEPAD، مذكرة

ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2009/2008، ص 51.

تنشيط وحث المستهلكين الجدد على تجزئة السلع الجديدة، وتقديم الحوافز للمستهلكين المداومين على إستهلاك سلعة المنظمة لزيادة معدلات الإستخدام، كما يستخدم لتحفيز الموزعين ورجال البيع على تصريف المنتجات وزيادة فعالية أدائهم، ونادرا ما يتم إستخدام تنشيط المبيعات بمفرده كنشاط بل يستخدم بجانب الإعلان والبيع الشخصي<sup>1</sup>.

يعرف تنشيط المبيعات بأنه " الأنشطة قصيرة الأجل التي تستهدف إستمالة العملاء للشراء أو حفز الموزعين على بذل جهود أكبر لدعم السلعة أو الخدمة"<sup>2</sup>.

أ- أهداف تنشيط المبيعات: يمكن تحديد هاته الأهداف على النحو التالي:<sup>3</sup>

- **أهداف تتعلق بالمستهلك:** وهي مجموعة من الأهداف التي تخطط لها المؤسسة وإدارة التسويق لجذب المستهلك والتي تتمثل في:

✓ تشجيع وتحفيز المستهلكين الحاليين على إعادة الشراء وتعزيز ولائهم لعلامة المؤسسة.  
✓ مواجهة علامات المنافسين بأنشطة فعالة للمحافظة على زبائنهم دون تركهم يتوجهون إلى المنافسين.

✓ بناء قاعدة معلومات وبيانات عن المستهلكين المتعاملين مع المؤسسة للتواصل معهم وإشعارهم بدرجة إهتمام المؤسسة بهم.

- **أهداف تتعلق بالوسطاء:** ويقصد بالوسطاء الأطراف التي تنحصر ما بين المنتج والمستهلك وعلى إختلاف أشكالهم وأنماطهم الوظيفية، ويمكن ذكر بعض الأهداف كما يلي:

✓ تشجيع الوسطاء على شراء المنتجات الجديدة وبكميات كبيرة من شأنها أن تخفض من حجم المخزون الموجود لدى المنتج.

✓ مواجهة أنشطة الترويج للمنافسين من خلال التعاون مع الوسطاء لتنفيذ حملات ترويجية في مناطقهم وأسواق تعاملهم.

✓ بناء وتوطيد علاقة قوية مع الوسطاء لتعزيز مكانة العلامة التجارية.

- **أهداف تتعلق بالقوى البيعية:** وهي الأهداف المنصبة على تفعيل دور القوى البيعية العاملة في المؤسسة لتنفيذ البرنامج الترويجي للمؤسسة وتنحصر هذه الأهداف في:

✓ تشجيعهم على دعم المنتجات أو النماذج الجديدة التي تدخلها المؤسسة إلى السوق.

✓ التفاعل والتحفيز لتوطيد العلاقة مع زبائن المؤسسة.

<sup>1</sup> محمود منصور أبو جليل وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 233.

<sup>2</sup> سامح أحمد رفعت عبد الباقي، مرجع سبق ذكره، ص 76.

<sup>3</sup> وريدة الشكير، تنشيط المبيعات وتأثيره على سلوك المستهلك، مجلة بحوث ودراسات، المجلد 2، العدد 7، الجزائر 2017/08، ص 6.

✓ إثارة الإنتباه نحو التخفيضات التي يمكن تقديمها للمستهلكين عن المنتجات التي تتعامل بها نهاية الموسم.

✓ إشراكهم في برامج تدريبية لزيادة قدراتهم في تحقيق الترويج الصحيح والمناسب للمنتجات التي تتعامل بها المؤسسة.

**6- الدعاية:** هي أداة لتوصيل المعلومات غير مدفوعة الأجر وتهدف إلى جذب إنتباه الجمهور لشخص أو مكان أو شيء أو سبب، وتوفر الشركات على نحو متكرر المعلومات للوسائل الإعلامية في شكل بيانات إخبارية في الغالب، إلا أن الشركات لا تدفع لهذه الوسائل مقابل تقديم ونشر هذه المعلومات. والوسائل الإعلامية هي التي تقرر ما إذا كانت ترغب في بث المعلومات وتحدد مقدار المعلومات التي تنوي نشرها وبثها عن الشركة بما في ذلك تحديد كيفية تقديم هذه المعلومات، وتقليديا كانت الشركات ترسل البيانات الإخبارية إلى الصحافة المطبوعة، إلا أن حدث تطور في هذا المجال وهذا ما يتجلى بشكل واضح من خلال ظهور البيانات الإخبارية المنشورة عبر الوسائط الإعلامية المتعددة، والبيانات الإخبارية عبر الوسائط المتعددة تجمع بين النص المكتوب وعناصر إعلامية متعددة مثل لقطات الفيديو الرقمية والصور عالية الجودة والمؤثرات الصوتية وروابط الصفحات الإلكترونية على شبكة الأترنت. وتعتبر الدعاية واحدة من بين أفضل الوسائل المستخدمة في نشر المعلومات وزيادة وعي الجمهور بالمنتجات الجديدة من الناحية الإقتصادية، وذلك لأن الشركة لا تدفع تكاليف مباشرة مقابل هذا الشكل من الترويج.

يشترط على الدعاية السياحية توفر الشروط التالية:<sup>1</sup>

-**الصدق :** حيث يشترط أن تبني الدعاية السياحية على معلومات صادقة وحقيقية ليس فيها مبالغة ولا قلب للحقائق، فالسائح سرعان ما يكتشف مدى صدق المعلومات أثناء زيارته للبلد السياحي، وإن كان هناك غش وكذب في المعلومات المقدمة سيؤدي إلى شعور السائح بعدم الرضا، وسيعود بإنطباع سلبي عن السياحة والخدمات السياحية في البلد السياحي.

-**التنوع والتطور :** نظرا لتنوع أذواق السياح والإختلاف في الظروف التي يعيشون فيها يقتضي على الدعاية السياحية أن تلائم هذا التنوع والإختلاف. أما بالنسبة للتطورات فيقصد بها أنه يجب على الدعاية السياحية أن تتصف بالحوية والمرونة، أي مواكبة العصر والتفاعل مع الإحتياجات المتغيرة للسائحين.

-**الإستمرار:** بمعنى يجب أن تكون الحملات الدعائية مستمرة بانتظام ولفترة طويلة وعدم إيقافها أو التخفيف منها في فترة قصيرة، حسب الدراسات الإحصائية يظهر تأثير الدعاية على حجم الحركة السياحية على فترات طويلة لا تقل عن خمس سنوات، ولهذا يجب أن تستمر الدعاية السياحية لفترة كافية لإحداث

<sup>1</sup> قمرابي نوال، أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2010/2011، ص 89.

الأثر المقصود وهو توجيه الطلب السياحي نحو البلد السياحي.

### المبحث الثالث: الخدمات السياحية كأهم ركيزة لتنشيط السياحة

يبني القطاع السياحي على مجموعة من الخدمات السياحية التي تمثل نوعا من أنواع الخدمات وتمثل كذلك عنصر مهم في عملية التنشيط السياحي، وهي تعتبر جوهر العلاقة بين المؤسسات المقدمة لهاته الخدمة والسائح الذي يعتبر محور إهتمام هاته المؤسسات المقدمة للخدمة السياحية.

### المطلب الأول: مفهوم وخصائص الخدمات السياحية

تعتبر الخدمات السياحية العنصر الرئيسي في السياحة، حيث أن نمو وإزدهار السياحة يعتمد بالأساس على جودة الخدمات السياحية التي تشكل همزة الوصل بين السائح والمؤسسات الناشطة في المجال السياحي.

### أولاً: مفهوم الخدمات السياحية

تعرف الخدمات السياحية على أنها مجموعة من الأعمال التي تؤمن للسائح الراحة والتسهيلات عند إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي".<sup>1</sup>

كما تعرف أيضا على أنها أوجه نشاط غير ملموس تهدف إلى إشباع الرغبات والإحتياجات عندما يتم تسويقها للمستهلك النهائي مقابل دفع مبلغ معين من المال، وتشمل الخدمات السياحية الإيواء والتجهيز السياحي والأطعمة ومرافق التسلية والترفيه".<sup>2</sup>

في تعريف آخر للخدمات السياحية أعتبرت أنها " أداء أو فعل يقدمه طرف معين فندق أو شركة سياحية إلى طرف آخر (السائح) ولا يمكن نقل هذه الخدمة بل على السائح أن يأتي إلى منطقة القصد السياحي لإشباع رغباته".<sup>3</sup>

كما تعرف كذلك الخدمات السياحية على أنها " خدمة معنوية غير ملموسة أو محسوسة وهي بطبيعتها متكاملة في ذاتها من حيث تقسيمها أو تجزئتها، مترابطة العناصر والأجزاء، وتعتمد الخدمة السياحية أساسا على عنصر التسويق الشخصي، حيث يعد العامل البشري أكثر العوامل تأثيرا في التسويق السياحي، لأن

<sup>1</sup> نادية بوشاشية، تحسين جودة الخدمة السياحية كمدخل لبناء ولاء العملاء -دراسة ميدانية على السياحة المحلية-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر، 2017/2018، ص 32.

<sup>2</sup> السعيد عمام، مرجع سبق ذكره، ص 20.

<sup>3</sup> العربي غويني، عادل مستوي، الخدمات السياحية والنمو الإقتصادي في الجزائر واقع ومساهمات - دراسة تحليلية خلال الفترة (1990-2014)، مجلة المؤسسة، العدد 7، الجزائر، 2018، ص 96.

السائح لا يتعامل مع آلة عندما يتعامل مع الخدمة السياحية بل مع إنسان. وبالتالي فهي تحتاج إلى هوية خاصة ومفهوم خاص، نظرا لأن الخدمة السياحية غير ملموسة، إذ يصعب تمييز برامجها أو تصنيفها".<sup>1</sup>

الخدمات السياحية "هي زيادة الطلب على سلسلة من الخدمات لإجراء هذه الرحلة المرتحلة والثابتة، فكل منها يمكن أن يخلق طلبا لأكثر من مرة في الرحلة الواحدة في أثناء هذه الزيارة أو الرحلة وتشمل الخدمات السياحية الإيواء والتجهيز السياحي والأطعمة والمشروبات والتسليية والترفيه والبرامج وغيرها".<sup>2</sup>

كما تم تعريف الخدمات السياحية على أنها " مجموعة من الخدمات والتسهيلات التي تقدم للسائح والزوار على حد سواء وبما يتوافق مع حاجاتهم ورغباتهم وبالشكل الذي يؤدي إلى تقديم الصورة الذهنية التي تهدف الخطة السياحية رسمها وتعزيزها في أذهان الزوار أو السياح وبما يجعل المجتمع مكانا يسعد السائح والزائر بمشاهدته وتزكيتته لزملائه وأقاربه".<sup>3</sup>

في تعريف آخر وصفت بأنها " مهنة أو نشاط أدائي ينفذ للعميل أو نشاط إستهلاكي يتضمن مشاركة المستهلك مثلا في الإستخدام ولكن ليس إمتلاك لمنتجات المؤسسات السياحية".<sup>4</sup>

كما عرفت على أنها "النشاطات التي تكون غير مادية أو غير ملموسة والتي يمكن تقديمها بشكل منفصل ومستقر، وتوفر إشباع الرغبات والحاجات وليست بالضرورة أن ترتبط مع بيع منتج أو خدمة أخرى وعند تقديم الخدمة قد لا يتطلب نقل الملكية".<sup>5</sup>

عرفت الخدمات السياحية كذلك على أنها "أوجه مهنة أو نشاط أدائي غير ملموس ينفذ للعميل، تهدف أساسا إلى إشباع الرغبات والإحتياجات، عندما يتم تسويقها للمستهلك النهائي(السائح) مقابل دفع مبلغ معين من المال، ويجب ألا تقتصر الخدمات السياحية ببيع منتجات أخرى".<sup>6</sup>

<sup>1</sup> نادية بوشاشية، جودة الخدمة السياحية وأثرها على تعزيز ولاء السائح مع دراسة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية لمنطقة شلف، مجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد 18، الجزائر، جوان 2017، ص 72.

<sup>2</sup> نادية بوشاشية، تحسين جودة الخدمة السياحية كمدخل لبناء ولاء العملاء -دراسة ميدانية على السياحة المحلية-، مرجع سبق ذكره، ص 33.

<sup>3</sup> نوفل عبد الرضا علوان، أهمية تطوير الخدمات السياحية وأثرها على تقويم أداء الفنادق، مجلة الإدارة والإقتصاد، العدد السابع والخمسون، العراق، 2005، ص 215.

<sup>4</sup> يجياوي إلهام، بوحديد ليلي، تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها، مجلة المعيار، المجلد التاسع، العدد الثاني، الجزائر، جويلية 2018، ص 389.

<sup>5</sup> سطوطاح سميرة ورواجية مريم، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة لدعم تأهيل قطاع الخدمات السياحية في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 9، العدد 2، الجزائر، جوان 2016، ص 199.

<sup>6</sup> محمد يدو وسمية بوخاري، نظام المعلومات السياحي كألية لترويج الخدمات السياحية دراسة تحليلية لحالة الجزائر 2000-2015، مجلة دراسات، العدد 30، الجزائر، جوان 2017، ص 266.

كما عرفت أيضا على أنها "منتجات غير ملموسة يتم التعامل بها في أسواق سياحية تهدف أساسا إلى إشباع حاجات ورغبات السائح وتساهم في توفير جانب من الراحة والإطمئنان والرعاية كما تحقق نوعا من الإستقرار الإقتصادي سواء كان على مستوى الفرد أو على مستوى المجتمع".<sup>1</sup>

من خلال ما سبق يمكن تعريف الخدمات السياحية على أنها همزة الوصل بين السائح والمؤسسة السياحية حيث أن السائح يتنقل من منطقة إلى أخرى بهدف إشباع رغباته والتي تتم عن طريق الحصول على هذا النوع من الخدمات وهي تختلف من مؤسسة سياحية إلى أخرى.

### ثانيا: خصائص وأهداف الخدمات السياحية

تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص التي تعطي لها التميز عن باقي الخدمات الأخرى نذكر منها ما يلي:<sup>2</sup>

- 1- تتميز الخدمات السياحية بكونها خدمات تستهلك بسرعة ولا يمكن تخزينها، فالغرفة الفندقية الغير مشغولة تعتبر عبئ على الفندق ولا يمكن خزنها، والمقاعد الشاغرة في رحلة تمثل عدم إشغال وتعتبر طاقة مهدورة.
- 2- الطلب على الخدمات السياحية طلب غير مستقر ولذلك لسبب الموسمية والظروف الأمنية والسياسية والطبيعية.
- 3- تتأثر جودة الخدمات السياحية بالمرافق السياحية الهيكلية كالفنادق والطبيعية والبشرية.
- 4- يتطلب تقديم الخدمة السياحية حضور الزبون هذه الخاصية التي تميزها عن بعض الخدمات الأخرى (البنكية أو الخدمات التعليمية)، وعليه فالخدمة السياحية لا يمكن نقلها أو إرسالها أو تحويل ملكيتها.
- 5- يرتبط الطلب على الخدمات والمنتجات السياحية بالموسمية، حيث يزداد الطلب على الخدمات السياحية في مواسم معينة ويقل الطلب في مواسم أخرى.
- 6- عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير أي صعوبة تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى إستخدام آخر، أي لا يمكن تحويل فندق إلى مطار في ظرف قصير، لأنها تحتاج تجهيزات ومكائن ومواقع وأيدي عاملة مدربة وماهرة.
- 7- تعدد جهات الإنتاج كون السياحة صناعة متداخلة ومركبة تحتوي على العديد من الخدمات والتي يعتبر بعضها صناعة كبيرة ومستقلة بحد ذاتها مثل صناعة الفنادق، النقل، وكل عنصر فيها يقدم من قبل منتج مستقل، وهذا ما يخلق تحدي إضافي فيما يتعلق بالإقناع أو إشباع المستهلك بالمنتج السياحي المتكامل

<sup>1</sup> يحيوي خديجة، دور تنمية الموارد البشرية في تطوير الخدمات في المنظمات السياحية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس، الجزائر، 2016/2017، ص 183.

<sup>2</sup> العربي غويبي وعادل مستوي، مرجع سبق ذكره، ص 96-97.

الذي يعتبر بحد ذاته محصلة لمجموعة من الخدمات وهذا يتطلب درجة عالية من التنسيق في عرض وتقديم المنتج السياحي الكلي.

8- تختلف دوافع الطلب على الخدمات والمنتجات السياحية حسب وجهة ورغبة العملاء من جهة، وحسب جودة الخدمة السياحية ودرجة إستعمال التكنولوجيا في المنتج السياحي من جهة أخرى. كما أن الخدمات السياحية تسعى لتحقيق مجموعة كبيرة من الأهداف من خلال المؤسسات الناشطة في السياحة، ومن بين هاته الأهداف نذكر:<sup>1</sup>

1- تحسين راحة العميل: تساهم الكثير من الخدمات السياحية في إحساس الضيف بوقت الفراغ كفترات العطلة والشعور الطيب مثل تقديم الخدمات السريعة، المقاعد المريحة وغيرها من الخدمات التي تهتم براحة الضيف.

2- تعزيز صورة موفر الخدمة: تؤدي الصورة الخارجية للخدمة الدور الفعال من خلال الإختيار المسبق للسائح المقصد السياحي كون لديه صورة عامة مسبقة عن المقصد السياحي.

3- ضمان أمن العميل: تقوي الخدمات الإحساس بالأمن حيث تؤدي خدمات الحماية، الإضاءة الكافية تسهيلات الطوارئ الطبية إلى تعزيز الثقة بين السائح والبيئة السياحية.

4- تمديد فترة الزيارة: إن جودة خدمة العميل بإمكانها أن ترفع من العرض السياحي لموفر الخدمة، فعلى الأرجح فإن الضيوف الراضين أن يمددوا إقامتهم ويعودوا إلى المقصد ويوصوا ضيوفا آخرين بنفس المكان أكثر من هذا إرتباط تسليم خدمة ذو جودة لإرضاء العميل إرتباطا واضحا لأرباح وحصص السوق نتيجة لذلك يكون الضيف الراضي عنصر رئيسيا في تحسين المرور وإنتاج الأعمال المتكررة.

5- بناء ميزة تنافسية: تتوقع الغالبية العظمى من الضيوف أن يوفر لهم موفرو الخدمات السياحية كأعضاء في صناعة الخدمة مجموعة من خدمات خط الأساس، إلا أن موفري الخدمة الذين تكون خدماتهم في أبعد حدود ممكنة من التوقعات هذا يمكنهم من كسب فرصة أفضل بكثير عن منافسهم، فمن الأفكار المبدعة والفهم القوي لإحتياجات ورغبات السياح يعمل موفرو خدمة الضيافة على تطوير إستراتيجيات خدمة موسعة ومبدعة.

6- طلب العميل: بتوفير الخدمة المحددة يمكن أن تنتج الأعمال طلبا عبر أسواق مستهدفة معينة، فرجال الأعمال مثلا يسافرون لحضور المؤتمرات والإجتماعات وكذا العائلات التي تسافر لقضاء العطل ضمن المجموعات المستهدفة دائما تحتاج كل مجموعة إلى سلسلة من الخدمات حسب الطلب والتي يمكن ترويجها كخدمة خاصة لكي تجذب طلبا أكبر لهؤلاء.

<sup>1</sup> مسدوي دليلة، تسيير الخدمات السياحية في الجزائر دراسة حالة حمام قرقور بولاية سطيف 2010-2016، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2017/2018، ص 125.



## المطلب الثاني: أنواع الخدمات السياحية

إن السياحة مبنية على مجموعة من الخدمات والتسهيلات التي تقدم للسائح، من بين الخدمات التي توفر للسائح يمكن ذكر ما يلي:

## أولاً: خدمات النقل السياحي

النقل هو العمود الفقري لصناعة السياحة والسفر والتجارة وهو يشكل بندا كبيرا في إنفاق السائح وخاصة في السياحة الدولية، حيث نجد إرتباطا وثيقا بين وسائل النقل وبين الحضارة الإنسانية، فحتى أواخر القرن التاسع عشر كان إستخدام العربات والسفن والخطوط الحديدية، وكانت محطاتها وموانئها معالما سياحية. دخل الطيران وانتشرت السيارات وتطورت السفن من حيث السعة والوظيفة، وبدأت تضم النقل وشركاته وخطوطه تتبلور في ركن رئيسي في مجال سفر الإنسان وتوجهه للسياحة بسهولة ورفاهية، وانتشرت المطارات الضخمة وتأجير السيارات والطرق السريعة، حتى أصبحت الرحلات السياحية تباع متضمنة خدمة النقل الشامل (بري، بحري، جوي)، وسط منافسة بين أجهزة النقل من حيث الأسعار ومستوى الخدمة.<sup>1</sup>

خدمات النقل السياحي لا تقتصر على وسيلة نقل واحدة بل تشمل مجموعة كبيرة من الوسائل التي يمكن ذكرها فيما يلي:

- 1- النقل البري: ويقصد به جميع وسائل النقل التي تستعمل على المستوى البري كالنقل بالسكك الحديدية والسيارات بإختلاف أنواعها.
- 2- النقل النهري: ويقصد به جميع وسائل النقل التي تستعمل للتنقل فوق أسطح الأنهار والمسطحات المائية كالقوارب والزوارق.
- 3- النقل البحري: ويقصد بها جميع وسائل النقل التي تستعمل للتنقل فوق سطح البحر كالسفن الكبيرة واليخت وغيرها من الوسائل التي تستطيع التنقل لمسافات بعيدة فوق سطح البحار والمحيطات.
- 4- النقل الجوي: يقصد به جميع وسائل النقل التي تستعمل في نقل الأفراد في الجو بإختلاف نوعية الرحلة، ويعتمد هذا النوع في التنقل على الطائرات والمناطيد وغيرها من وسائل النقل الجوي المختلفة. تعتبر صناعة النقل من الصناعة الداعمة وبشكل كبير للصناعة السياحية، حيث أنها تعتبر الحجر الأساس للسياحة. حيث أن النقل يعتبر المسؤول الأول عن حركة السياح والمسافرين عبر العالم.

<sup>1</sup> مصطفى كافي وأصدقائه، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 61.

## ثانيا: الإيواء وخدمات الضيافة

تعد خدمة الإيواء من أهم الخدمات التي تقوم عليها الصناعة السياحية، حيث أنها تساعد الدول على جذب وزيادة عدد السائحين الوافدين.

كما يمكن تعريف خدمة الإيواء على أنها " ذلك النشاط الذي يرتبط بإقامة وإعاشة التزلاء بصرف النظر عن وسيلة هذه الإقامة أو الإعاشة، وذلك بهدف سعادتهم وتحقيق رضاهم بإعتبار ذلك أفضل طريقة لضمان إستمرارية نشاطات القطاع السياحي وتنمية عائداته حيث يتشكل هذا النشاط من التداخل بين العميل وموفر الخدمة. بحيث يسعى موفر الخدمة من أجل تحقيق مجموعة من المنافع للعميل".<sup>1</sup>

من خلال هذا التعريف نلاحظ أن عملية الإيواء لا تشمل فقط الطاقة الفندقية فحسب بل تختلف حسب طبيعة السياحة الممارسة، فمثلا نجد مخيمات وكذا المنتجعات والقرى السياحية، التي تتوفر فيها جميع شروط الإيواء وخدمات الضيافة.

كما تحتوي خدمات الضيافة على خدمة الإطعام التي تعتبر منتج مهم يدخل ضمن الخدمات التي تتركب منها خدمة الإيواء. فالإطعام يختلف على حسب طبيعة السائح ورغبته. فقد نجد السائح يقبل على خدمة الطعام التقليدية للبلد المزار من أجل التعرف على العادات والتقاليد التي يحتويها طعام وشراب المنطقة المزار كما أن هناك بعض السياح الآخرين يقبلون على خدمة الطعام الحديثة والتي تتميز بالفخامة وهي تعبر عن نوعية السائح.

## ثالثا: خدمات وكالات السياحة والأسفار

تعرف وكالات السفر على أنها الشركات التي إحترفت بتنظيم الرحلات السياحية الداخلية والخارجية لقاء أجر أو نسبة من الفنادق وشركات الطيران، وفي حالة السياحة الخارجية يتطلب ذلك روابط مع الشركات من نفس النشاط في الوجهة السياحية المختارة، كما ذلك التنسيق مع شركات النقل البري والبحري وكذا خطوط الطيران من أجل القيام بالبرامج السياحية على أكمل وجه.<sup>2</sup>

كما أننا نميز مجموعة من وكالات السياحة والأسفار والتي نذكرها فيمايلي:<sup>3</sup>

**1- منظمي الرحلات:** تتولى جميع عناصر البرنامج السياحي وتنظيمها في شكل رحلة أو مجموعة من الخدمات السياحية في توقيتات ومناطق محددة سلفا. ومنظم الرحلات يمتلك أحيانا جانبا من مكونات الرحلة مثل مركبات النقل أو أماكن الإقامة ويتواجد منظمو الرحلات في البلاد المصدرة للسائحين ويتحمل منظم الرحلات مسؤولية التسويق والدعاية للبرامج التي يعدها.

<sup>1</sup> أدهم وهيب مطر، مرجع سبق ذكره، ص 39.

<sup>2</sup> سير خليل شمشو، إدارة وكالات السياحة والسفر، دار الكتب والوثائق العراقية، بغداد، العراق، 2017، ص 107.

<sup>3</sup> ماهر عبد الخالق السيبي، مرجع سبق ذكره، ص 91 و92.

2- وكالة الخدمات السياحية: يكون هذا النوع من الوكالات مسؤول عن تنفيذ البرامج السياحية المعدة سلفاً، بمعرفة منظمي الرحلات وحسب الإتفاق معها وتوجد في البلاد المستقبلية للسائحين ولا دخل لها بالنقل الجوي بين الدول المصدرة للسياح والمستقبلية لهم. وتقوم وكالات الخدمات السياحية بدور هام في تنشيط السياحة، حيث تقوم بزيادة نشاطها عن طريق توثيق علاقتها مع منظمي الرحلات في الخارج. وقد تطور عمل هذه الوكالات السياحية، حيث بدأت في مشاركة منظمي الرحلات في الخارج في تنظيم وتمويل وإعداد البرامج السياحية إلى بلادها، وقامت بعض وكالات الخدمات السياحية بفتح فروع لها في الخارج ليكونوا على إتصال دائم بمنظمي الرحلات، كما قامت أيضا بإنشاء وكالات محلية في البلاد المصدرة للسائحين، حيث تقوم بطرح برامج في السوق مباشرة من خلال الوكالات السياحية.

3- وكالة السفر السياحية بالتجزئة: يوجد هذا النوع من وكالات السفر في الأسواق التي تعتبر مصدرا للسائحين ويطلق عليها الوسطاء التي تتولى البيع لما ينتجه منظمو الرحلات. ويعتمد هذا النوع من الوكالات في عملها على إنتشارها ووجودها في التجمعات السكنية وقربها من العميل.

#### رابعاً: خدمات الإرشاد السياحي

تعد عملية الإرشاد السياحي من أهم عوامل نجاح الرحلات السياحية المنظمة. حيث يعني مفهوم الإرشاد هو الدلالة التي يقدمها شخص لشخص آخر، أو لمجموعة من الأشخاص، مصحوبة بالقيادة والتوجيه والضبط وبهدف إيصالهم من منطقة إلى أخرى ومن خلال تنسيق حركتهم وحصر مسيرهم وتنظيم جهدهم وإدارة مواردهم بالشكل الذي يتضمن هذا الوصول بسهولة وسلاسة وبأقل كلفة وأعلى الفوائد. والإرشاد لا بد أن يعني كذلك معرفة مسهبة وتفصيلية بالطريق الذي تسلكه هذه المجموعة المتحركة من نقطة إلى أخرى، بمشاكله وصعوباته ومخاطره بهدف تجنبها والإطلاع على موارده والأماكن الآمنة فيه وتلك التي توفر حاجات المسير بهدف التوقف عندها والإفادة منها.<sup>1</sup>

كما يمكن إعطاء تعريف خاص بالمرشد السياحي الذي يعتبر هو ذلك الشخص المثقف المتعلم والواعي لتقديم رسالة وصورة واضحة وصادقة عن بلده دون زيادة أو نقصان، وهو بالتالي أول وآخر شخص يقابل ويودع المجموعة السياحية، وعليه تقع مسؤولية المحافظة على المجموعة السياحية التي يرافقها، وهو الصورة الحقيقية الممثلة لبلده، أي أنه سفير لبلده، وخلال مرافقته للمجموعة السياحية يجب على هذا الدليل أن يكون على خلق رفيع، يتحلى بالصبر، وأن يكون معطاء في جميع الحالات التي تواجهه، وأن يملك القدرة على إحتواء جميع المشاكل والمصاعب التي قد تواجهه بكل لطف وقهذيب، لأن هذه المهنة

<sup>1</sup> مثنى طه الحوري، الإرشاد السياحي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 81.

من أنبل المهن وأرفعها، وبما يستطيع الإنسان الواعي لعمله، التعرف والإختلاط بثقافات ولغات وأفكار وحضارات متعددة بحيث تحسن رصيده الفكري والحضاري والثقافي واللغوي.<sup>1</sup>

توجد أنواع كثيرة من المرشدين السياحيين والذين يمكن ذكر أهمهم فيما يلي:<sup>2</sup>

**1- المرشد السياحي الدولي:** هو المرشد الذي يقود مجموعة سياحية مغادرة إلى مختلف الوجهات

السياحية، ويكون في الغالب متخصص ببلد معين أو مجموعة من البلدان. وبهذا التخصص يتوجب عليه:

- معرفة لغة بلد القصد السياحي.

- يكون ملما بظروف وتقاليد وعادات البلد المضيف كأنواع لباسه وطعامه وشرابه.

- أن يكون ذا تجربة مع معطياته السياحية من خلال تجارب وزيارات متكررة جعلته عارفا وحتى خبيراً وتخصصاً في ذلك البلد أو مجموعة البلدان المجاورة إقليمياً.

- لا بد أن يكون قادراً على الإدارة والتنظيم والقيادة وبشكل ينسجم مع المواصفات عن المرافق والقائد والمدير.

**2- المرشد السياحي الوطني:** هو المرشد الذي توكل له قيادة وتوجيه وتعريف مجموعة سياحية وافدة

من بلد غير بلده، تقوم الوكالة التي يعمل معها باستقبال وتنفيذ برنامج زيارتها بالإتفاق مع وكالة أخرى في بلد آخر. وهذا النوع من المرشدين يتوجب عليه أن:

- يكون على معرفة بلغة المجموعة الوافدة حتى يتمكن من تقديم الشروحات والإيضاحات المطلوبة من قبل أفراد المجموعة السياحية.

- معرفة ميول ورغبات وإحتياجات المجموعة الوافدة.

- يكون مطلعاً على الجوانب التي تهم المجموعة الوافدة إلى بلده.

- يكون مطلعاً على المواقع والجواذب السياحية في بلده ويمتلك المعرفة عن الجوانب العملية والثقافية وحتى القانونية والإدارية وكذا تأثير بالمجاميع السياحية الوافدة.

**3- المرشد المحلي:** هو دليل ومرشد لمجموعة سياحية تتحرك داخل البلد الواحد، من منطقة إقامة دائمة

إلى منطقة القصد السياحي. حيث أنه يقوم بجميع مهام وواجبات المرافق ومسؤول النقل والدليل، كلها

في آن واحد يساعده في الغالب سائق الحافلة فقط. كذلك يقوم بمرافقة وإرشاد مجموعة من مواطنيه يتحدث لغتهم ويفهم مشاعرهم ومطلع على حياتهم وله دراية برغباتهم بشكل عام رغم وجود فروقات

<sup>1</sup> حواس مولد وجبوشي عبد الناصر، المرشد السياحي وأهميته في إنجاح الرحلة السياحية، الملتقى الدولي العلمي حول الإستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة يومي 26 و27 نوفمبر 2014، المركز الجامعي لتبليغ، الجزائر، ص 10.

<sup>2</sup> كافي مصطفى يوسف وأصدقائه، مبادئ الإرشاد السياحي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 123-125.

بسيطة بين مجموعة وأخرى في العمر والوضع العائلي، المستوى الثقافي والمهني، وغيرها من الفروقات الاجتماعية والاقتصادية.

**4- المرشد السائق:** هذا المرشد إما يملك سيارة خاصة أو يؤجرها من وكالة تأجير السيارات، يصطحب فيها مجموعة صغيرة من السياح، ويقوم بمهام السائق ومسؤول النقل والدليل في الوقت ذاته ويقدم خدمات كل هؤلاء وينفذ مهامهم في آن واحد، فيختصر الوقت ويوفر المال. وبسبب كونه أكثر إحتكاكا وتعاملا وبشكل مباشر جدا مع المجموعة السياحية ذات العدد المحدود فإنه يتمكن من تقديم خدمات أفضل لأفرادها.

ينظم هذا النوع من المرشدين عمله من خلال علاقته مع الفنادق، أو بعض وكالات السفر التي تتوسط بينه وبين من يحتاجه من السياح المحليين أو الوافدين، أو حتى المغادرين. فإن إصطحاب مجموعة سياحية محلية في جولة داخل البلد نفسه فسيكون مرشد وسائق محلي، وإذا رافق مجموعة سياحية مغادرة إلى الخارج البلد فسيكون مرشد وسائق عالمي، أما إذا رافق مجموعة سياحية وافدة إلى البلد من خارجه فسيكون مرشدا وسائقا وطنيا.

#### خامسا: خدمة الأمن السياحي

يعرف الأمن السياحي على أنه يمثل أمن وسلامة السائح في إقامته وتحرركاته وتعاملاته ومصداقيته، وما يقدم له من ثقافات وتقاليد وعادات وما يتحقق له من رغبات متنوعة دون أدنى قيد، من خلال سبل ووسائل ومناخ جيد صحي ونقي ويشكل السياحة التلقائية الحرة.<sup>1</sup>

إن المشاكل الأمنية التي تحصل في المناطق التي يسعى السياح لزيارتها يزعزع الرغبة لدى الزوار وهو ما يؤثر على إتخاذ القرار في السفر، مما يعجل بإلغاء الحجوزات الفندقية وتذاكر السفر إلى المناطق التي كانوا متوجهين إليها والتي شهدت نوع من حالة عدم الإستقرار الأمني. تتعدد المخاطر التي تهدد أمن وسلامة السائح ويكمن تقسيمها هاته المخاطر إلى قسمين:<sup>2</sup>

**1- المخاطر الطبيعية:** تعدد المخاطر الطبيعية ولكن تأثيرها على السواح تكون كبيرة جدا، من بين هاته الكوارث الطبيعية نذكر:

- الزلازل وما تسببه من إنزلاقات في الأرضية وتدفقات السوائل من باطن الأرض، ومن حوادث في المواصلات والنقل.

<sup>1</sup> أمل فاضل عبد خشان عنوز، الأمن السياحي ومدى فاعليته للحد من الجريمة السياحية، مجلة كلية الحقوق، العراق، 2015، ص 62.

<sup>2</sup> فوزية برسولي وشيبان وردة، دور الأمن السياحي في السياحة المستدامة، الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، يومي 19 و 20 نوفمبر 2012، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، ص 13-15.

- الفيضانات وما تسببه من إغراق للأشخاص والحيوانات حتى في مياه قليلة نسبياً نتيجة التيارات القوية وكذلك التخريب والأضرار التي تحدثها في ممتلكات الأشخاص.

- البراكين وما تحدثه من تدمير البنى التحتية وإطلاق غازات سامة والرماد البركاني الحار.

- الرياح العنيفة والأعاصير والتي تضر بالعناصر غير مبنية كغطاء الأسطح والمنازل المصنوعة من الخشب واللوحات الدعائية وكذلك كسر الأشجار وتشويه شكل البيئة والطبيعية.

**2- المخاطر البشرية:** وتشمل الجرائم السياحية التي يجمعها في الغالب دافع واحد على إرتكابها وهو تحقيق النفع المادي الغير مشروع، وتتخذ بعض الفئات المنحرفة من السياحة في بعض البلدان مسرحة لمزاولة نشاطها الإجرامي بأنواعه المختلفة ويكون السائح أحياناً هو الضحية وأحياناً أخرى هو المرتكب للجريمة السياحية.

قد يتعرض السائح لجرائم خطيرة طمعا في ماله أو رغبة في إبتزازه كالقتل أو الخطف وقد يصبح عرضة للانحراف والإصابة بالأمراض الوبائية القاتلة، وقد يتعرض للإستغلال والمبالغة في الأسعار من قبل الأشخاص والمؤسسات التي يتعامل معها وذلك لجهله بقوانين البلدان التي يزورها وأغلب الجرائم السياحية تتمثل في:<sup>1</sup>

- جرائم جلب المخدرات والسموم البيضاء.

- جريمة تزوير العملة وإدخالها للبلاد.

- جريمة النصب والإحتيال.

- جريمة الإرهاب والإخلال بالأمن الإجتماعي والسياسي والإقتصادي والفكري.

- الجريمة المخلة بالأخلاق والآداب العامة.

- جريمة التجسس.

- جريمة سرقة الآثار وتزويرها.

- الجريمة المنظمة.

- جريمة نقل عدوى الأمراض المعدية.

- جرائم القتل والسرقة.

### سادساً: الخدمات التكميلية

تعد البنى التحتية أحد أهم الخدمات التي ستساعد في عملية الجذب السياحي، حيث إن إنعدام بعض الخدمات التي تسهل حركة السياح وتصبح عليهم عملية التمتع بالبلد المزار، قد تؤثر على عملية الترويج لمنطقة الجذب السياحي وعدم توفر مثل هاته الخدمات قد يؤثر على التنمية الإجتماعية والسياحية.

<sup>1</sup> فوزية برسولي وشيبان وردة، مرجع سبق ذكره، ص15.

من بين الخدمات المشكّلة للبنى التحتية نجد الطرق والمطارات وكذا الموانئ والسكك الحديدية، حيث أن السائح يبحث عن أسهل الوسائل وأبسطها من أجل الوصول إلى المقصد السياحي. كما يبحث السائح أيضا عن بعض الخدمات الأخرى التي تساعد في إيجاد أهم أماكن الجذب السياحي وتمثل هذه الخدمات في الإتصالات السلكية واللاسلكية وكذا النظام المصرفي الذي يعتبر مهم في عملية تسهيل حركة أموال السياح، خاصة في ظل وجود نظام مصرفي حديث ومتطور مواكب للعولمة. إضافة إلى الخدمات السابقة التي تعتبر مهمة في توفير مناخ الجذب السياحي. خدمات الترفيه والتسلية أيضا لا تقل أهمية عن الخدمات التكميلية الأخرى، حيث أن هذا النوع من الخدمات يسمح للسائح بزيادة إنفاقه. وتمثل خدمات الترفيه والتسلية في المسرح والنشاطات الرياضية.

### المطلب الثالث: عوامل ومقومات نجاح الخدمة السياحية

إن نجاح أي خدمة على وجه العموم والخدمة السياحية على وجه الخصوص راجع لعدة عوامل ومقومات تتعلق سواء بالخدمة بحد ذاتها أو بمتغيرات محيطية بالخدمة السياحية.

#### أولا: عوامل نجاح الخدمات السياحية

من أجل نجاح الخدمة بصفة عامة والخدمة السياحية بصفة خاصة يجب توفر مجموعة من العوامل التي يمكن تلخيصها فيما يلي:

**1- مدى تميز الخدمة:** يقصد بتميز الخدمة السياحية في أي دولة هو مقدار ما تتصف به هاته الخدمات من مزايا غير موجودة في خدمات الدول السياحية المنافسة، بمعنى أن يكون للخدمة أسلوب معين أو شكل خاص أو مستوى جودة مرتفع لا يتوافر في الخدمات المناظرة بالدول المنافسة. لذلك فإن تميز الخدمة يعتبر من عوامل الجذب السياحي التي تعتمد عليها بعض الدول السياحية.<sup>1</sup>

**2- طبيعة الخدمة السياحية:** يعتبر هذا العامل من بين العوامل الأساسية في كسب رضى السائح، حيث أن السائح يبحث عن السهولة والبساطة في الخدمة المقدمة له، لأن السائح دائما يبحث عن الراحة والطمأنينة والهدوء.

**3- أسلوب تقديم الخدمة السياحية:** يعتبر الأسلوب في تقديم الخدمة للسائح ضروريا جدا، حيث أن التميز في طريقة تقديم الخدمة حسب البلد السياحي وحسب عاداته وتقاليده، يبرز جوهرها آخر للخدمة السياحية المقدمة.

**4- وضوح الخدمة السياحية:** يعتبر وضوح الخدمة من العوامل الهامة المؤثرة في نجاح الخدمة السياحية لذلك فإن الخدمات السياحية التي تقدمها الدولة للسائح يجب أن تكون واضحة ومعروفة لديهم من

<sup>1</sup> ماهر السيسى، مرجع سبق ذكره، ص 156.

حيث أماكن تواجدها وأنواعها وأسعارها وما إلى ذلك من بيانات هامة للسائحين مثل خدمة الإتصالات والأنترنترنت وغيرها من الخدمات السياحية الأخرى.

**5- مناسبة أسعار الخدمة:** تعد الخدمة السياحية الجيدة وبالسعر المناسب جوهر العمل السياحي، إذ أن السائح يبحث دائما عن الأفضل وبأنسب الأسعار. ولذلك فإن الخدمات السياحية التي تتصف بالتطور والرقى مع التسعير المناسب لها دورا مهما في زيادة الحركة السياحية.<sup>1</sup>

**6- إرتفاع مستوى الخدمة:** يرتبط الطلب السياحي دائما بمستوى الخدمات السياحية التي تقدمها الدول المختلفة للسائحين القادمين إليها بحيث يمكن الإعتماد على هذه الخدمات السياحية المتميزة كعنصر رئيسي من عناصر الجذب السياحي أما إذا كانت هذه الخدمات ليست على المستوى المطلوب والملائم لشرائح السائحين المختلفة أثر ذلك على حجم الطلب السياحي المستهدف من الأسواق الأخرى.

### ثانيا: مقومات نجاح الخدمات السياحية

من بين المقومات التي تكون سببا في نجاح الخدمة بصفة عامة والخدمة السياحية بصفة خاصة نذكر ما يلي:<sup>2</sup>

**1- الإعتماد على العنصر البشري الذي يمثل أهم مقومات نجاح الخدمة السياحية لذلك فإن هذا العنصر في حاجة دائمة إلى الإختيار السليم للكفاءات البشرية في مختلف مواقع العمل السياحي والتدريب المستمر ورفع مستوى مهاراته الفنية والإدارية والإهتمام بالدوافع والحوافز المؤثرة فيه لدفعه إلى العمل المستمر الذي يحقق أعلى مستوى من الكفاية في تقديم الخدمات ووضع خطط سياحية التي تكفل تحقيق هذا المستوى.**

**2- توفر الإمكانيات المادية التي تتيح إنتاج خدمات سياحية جيدة بالقدر الملائم لحجم الطلب السياحي المرتقب.**

**3- التكامل والترابط بين عناصر الخدمة السياحية، فالبرنامج السياحي هو برنامج متكامل يرتبط ببعضه البعض منذ إنتقال السائح من بلده و إستخدامه لوسيلة الإنتقال والسفر ثم الوصول إلى منطقة الزيارة للإقامة والإعاشة بها والمزارات السياحية التي تقوم بها والمشتريات إلى أن يغادر مقصد الزيارة متجها إلى بلده ثانية فكل هذه المراحل تمثل شبكة متصلة بحيث إذا إنقطعت إحدى حلقاتها أثرت عليها كلها، فأى خلل يحدث في أي مرحلة من مراحل الخدمة السياحية يؤثر بشكل سلبي على البرنامج السياحي ككل وعلى سمعة الدولة السياحية بشكل عام.**

<sup>1</sup>فؤاد عبد المحسن الجبوري، راضي حمود جاسم، تقويم الخدمات السياحية في ظل معايير جودة المنتج السياحي فنادق مدينة كربلاء نموذجاً، مجلة الباحث، العدد الخامس والعشرون، العراق، 2017، ص 335.

<sup>2</sup>مسدوي دليمة، مرجع سبق ذكره، ص 147/148.



4- التعدد والتنوع في الخدمات السياحية نظرا للإختلاف الكبير في رغبات وإحتياجات السائحين حيث تتصف كل منطقة من مناطق العالم بخصائص ديمغرافية معينة وسمات شخصية لكل مجتمع من مجتمعات هذه الدول، فالشركات السياحية التي تتمتع بقدرة تسييرية عالية تقوم بوضع برامج سياحية مختلفة تتضمن العديد من الخدمات السياحية التي تناسب مع كل فئات المستهلكين السياحيين من حيث إتجاهاتهم وميولهم الشخصي وكذلك إمكانياتهم وقدراتهم المالية، مما يعمل على تحقيق أكبر إشباع ممكن لهم وبذلك تستطيع المنشأة السياحية تحقيق التوافق بين إحتياجات السائحين ورغباتهم وبين مجموعة المنافع والفوائد التسييرية التي ينتجها البرنامج السياحي للسائح من ذلك.

## خلاصة

تحولت السياحة من مجرد ظاهرة إجتماعية ونشاط إنساني إلى صناعة بحد ذاتها متكاملة الأركان، حيث أصبح من المؤكد في القرن الواحد والعشرين أن السياحة كصناعة تعد رهانا حقيقيا للتنمية في العديد من دول العالم، وأصبحت معظم دول العالم تسارع إلى توفير البنية التحتية والشروط والقوانين التي تساعد على تطوير هاته الصناعة التي صارت تنمو بشكل رهيب.

تعد السياحة من بين أهم الأنشطة الاقتصادية التي تساهم بشكل مباشر وغير مباشر في معالجة الإختلالات التي تحدثها الأزمات الاقتصادية خاصة في الدول التي تعتمد على البترول كمصدر وحيد لتمويل إقتصادها. وتكون هذه المعالجة من خلال ما تدره من عائدات العملة الصعبة وكذا المساهمة في نمو الناتج المحلي الإجمالي إضافة إلى تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات. كما تسعى الصناعة السياحية دائما إلى توفير مناصب شغل للقضاء على البطالة، كل هذا يؤهلها لأن تكون أحسن خيار يساعد في تحقيق السياسات التنموية للدول النامية وكذا الدول المتقدمة.

إضافة إلى أهميتها الاقتصادية، نجد أنه للسياحة عدة تأثيرات على المستوى الإجتماعي وكذا الثقافي من خلال ربط المجتمعات والثقافات المتباعدة ببعضها البعض وكذا المساعدة على نقل الأفكار عبر الأشخاص وهو أمر إيجابي يساعد على تكوين أفراد المجتمع المستقبل للسياح على تطوير الثقافات خاصة على مستوى الدول النامية. كما للسياحة إيجابيات لها أيضا سلبيات قد يؤدي إستعمال الثقافات والأفكار في الطريق الخطأ على هدم القيم ونشر الإنحلال داخل المجتمعات المحافظة.

عليه فعلى الدول النامية والتي تعاني دائما من أزمات إقتصادية خاصة أزمات البترول مثل الجزائر، أن تهتم بهاته الصناعة التي تعد حتمية وليس خيارا في ظل متطلبات العصر والعولمة من أجل الخروج من التبعية النفطية وكذا تحقيق السياسات التنموية ويكون ذلك من خلال تشجيع الإستثمارات في البنى التحتية وكذا الإستثمارات الأجنبية في قطاع السياحة والإستفادة من خبرات الدول الرائدة في هاته الصناعة.

**الفصل الثاني:  
التأصيل النظري  
لخدمات الطيران  
المدني**

## تمهيد:

تعد صناعة الطيران من بين أكثر الصناعات نمواً وتطوراً في العالم، حيث أن نسبة الطلب تتزايد عليها بشكل كبير جداً في الفترة الأخيرة، وهذا باختلاف السبب من الإقتصادي إلى الجغرافي وكذا ديموغرافي. عرفت صناعة الطيران منذ بروزها للعالم عدت تطورات وأحداث وكذا إتفاقيات سمحت بتنظيم وهيكله هذا القطاع من أجل تطويره، وهذا نظراً للأهمية الإقتصادية التي تحدثها بطريقة مباشرة عن طريق المسافرين بالطائرات ومستخدمي المطارات والمجال الجوي، وبطريقة غير مباشرة من خلال إستخدام المسافرين للعديد من الخدمات مثل الفنادق والمطاعم والمستشفيات ووسائل النقل الأخرى كالنقل العام والسكك الحديدية وغيرها من الصناعات التي تعمل على تنشيط الإقتصاديات المحلية والدولية. كما تعمل أيضاً على تطوير الجانب الإجتماعي والثقافي للمجتمعات من خلال توفير مناصب شغل وكذا نقل التكنولوجيا للمناطق النائية ومساعدتها على التطور. وتعمل صناعة الطيران أيضاً على دمج الثقافات والحضارات بين مختلف الأجناس والفئات بجميع إختلافاتها سواء العرقية أو الجغرافية وتسعى لربط المجتمعات ببعضها البعض.

سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف أكثر على صناعة الطيران المدني ومعرفة أهم الجوانب التي تتعلق بمهاته الصناعة من خلال تقديم مفاهيم عامة الطيران المدني وتبيان أهم الخدمات التي تقدمها هاته الصناعة وكذا أهم الهيئات التي تقوم بتنظيم وتسيير نشاط هاته الصناعة، كل هذا من خلال تقسيم الدراسة إلى الثلاث مباحث التالية:

**المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الخدمات**

**المبحث الثاني: عموميات حول خدمات الطيران المدني**

**المبحث الثالث: المنظمات الدولية والإقليمية للطيران المدني**

## المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الخدمات

يعتبر قطاع الخدمات في الوقت الراهن من بين أهم القطاعات في العالم لما يحققه من زيادة في الدخل الوطني وكذا خلق مناصب شغل وغيرها من الأهداف والإستراتيجيات التي تهم بتطوير المجتمعات، وهذا ما جعل جل دول العالم تهم بهذا النوع من التجارة. في هذا المبحث سنسلط الضوء على مجموعة من التعاريف للخدمات وخصائصها وكذا التعرف على أهم تصنيفات الخدمات.

## المطلب الأول: مفهوم الخدمات

تعددت المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالخدمات، وفيما يلي سنقوم بإبراز أهم التعاريف التي تشمل النقاط الأساسية للخدمات.

## أولاً: مفهوم الخدمة:

عرف (PH Kotler) الخدمة على أنها "كل نشاط أو إجراء يمكن لطرف أن يقدمه لطرف آخر يكون أساساً غير ملموس، ولا ينتج عنه تملك لأي شيء، وقد يرتبط تقديمه بمنتج مادي".<sup>1</sup>

كما عرف (Adrian Palmer) الخدمة على أنها "عملية إنتاج منفعة غير ملموسة بالدرجة الأساس أما بحد ذاتها أو كعنصر جوهري من منتج ملموس، حيث يتم من خلال أي شكل من أشكال التبادل إشباع حاجة أو رغبة مشخصة لدى العميل أو المستفيد".<sup>2</sup>

كما عرف (Zeitaml & Bitner) "الخدمات تتضمن كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية، وهي بشكل عام تستهلك عند وقت إنتاجها وتقدم قيمة مضافة مثل الراحة، الصحة والتسلية، وهي بشكل أساسي غير ملموسة لمشتريها الأول".<sup>3</sup>

حسب الدكتور فتح محمد مصلحي فالخدمات هي "عمل مفيد يستهدف تحسين نوعية الحياة للفرد والمجتمع وينتج غالباً سلعة غير مادية، لأنه غالباً ما يقدم خبرة ومهارة فئات مدربه علمياً وعملياً إلى عامة الشعب وإلى هيئات وشركات محلية أو إقليمية أو عالمية".<sup>4</sup>

كما عرف ستانتون الخدمة على أنها "النشاطات غير محسوسة والتي تحقق منفعة للزبون أو المستفيد والتي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة أو خدمة أخرى أي أن إنتاج خدمة معينة أو تقديمها لا يتطلب استخدام سلعة مادية".<sup>5</sup>

<sup>1</sup> محمد الطاهر قادري، عبد الغاني مرابطي، مرجع سبق ذكره، ص 17.

<sup>2</sup> فريد كورتل، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 65.

<sup>3</sup> هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 18.

<sup>4</sup> مازن عبد الرحمن الهيتي، جغرافيا الخدمات أسس ومفاهيم، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 18.

<sup>5</sup> فريد كورتل، مرجع سبق ذكره، ص 64.

قد عرفت الخدمات كذلك على أنها "فعل أو أداء يقدمه طرف إلى آخر، على الرغم من أن العملية قد تكون مرتبطة بمنتج مادي إلا أن الأداء غير ملموس بشكل أساسي ولا يؤدي عادة إلى ملكية أي من عوامل الإنتاج".<sup>1</sup>

كما عرفت الخدمة على أنها " ذلك المنتج الذي يتصف بعدم الملموسية والتلازم، أي إنفصال الخدمة على درجة مهارة مقدمها، وزمان ومكان تقديمها، واختلاف أسعارها، وتكاملها مع المنتجات الملموسة عند تقديمها، إضافة إلى ضرورة تواجدها عند إنتاجها أو مشاركتها في إنتاجها".<sup>2</sup>

عرفت الخدمات كذلك على أنها "السلعة الغير مادية والتي تتميز بتزامن الإنتاج والإستهلاك، فهي غير ملموسة بالمقام الأول، مما يجعل من المستحيل تخزين الخدمات بنفس الطريقة التي تخزن بها البضائع".<sup>3</sup> تعتبر الخدمات كذلك "شكل من أشكال المنتج يتكون من أنشطة أو مزايا أو إرضاء معروض للبيع غير ملموس بشكل أساسي ولا ينتج عنه ملكية أي شيء".<sup>4</sup>

من خلال ما سبق يمكن تعريف الخدمات على أنها المنتجات الغير ملموسة والتي تتميز بمجموعة من الخصائص التي تفرقها عن السلع من حيث الملموسية وطريقة التقديم وضرورة حضور مستقبل الخدمة. من خلال الجدول الموالي سنوضح أوجه الاختلاف بين السلعة والخدمة.

<sup>1</sup>Christopher Lovelock, Sandra Vandermerwe, Barbara Lewis, Suzanne Fernie, Services Marketing, Edinburgh Business school, Edinburgh, UK, 2016, p24.

<sup>2</sup>عقون شراف، أثر جودة الخدمة على رضا العملاء دراسة حالة خدمات النقل الحضري بمدينة ميله، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الثالث، الجزائر، جوان 2016، ص 94.

<sup>3</sup>Anita Zeher, Birgit Muskat, Matthias Muskat, Services Research in tourism advocating the integration of the supplier side, Journal of Vacation Marketing, vol 20, 2014, P355.

<sup>4</sup>K Karunakaran, Services Marketing, Himalaya Publishing house, India, 2014, P2.

## الجدول رقم 02: الإختلاف بين السلعة والخدمة

الخدمة	السلعة
-الخدمة لا توجد قبل بل تخلق في نفس سياق تقديمها	-السلعة تصنع قبل أن يتم وضعها في السوق
-المنتج والمستهلك مسؤولون عن الجودة والنجاح	-المنتج يتحكم في النجاعة و الجودة
-لا يمكن حقيقة التحكم في النتيجة فالمنتج لا يستطيع التعهد على النتيجة	-يتحكم المنتج في النتيجة وهو المسؤول عنها
-القيمة الإستغلاية هي العنصر الأكثر أهمية	-القيمة التبادلية هي المحددة
-السوق ليس مكان لتحديد السعر والكمية	-تبادل السلع في الأسواق وأماكن معينة
-الخدمة غير ملموسة	-السلعة ملموسة
-نادرا ما يكون تحويل الملكية	-الشراء يتضمن تحويل الملكية
-الخدمة لا يمكن إعادة بيعها	-السلعة يمكن إعادة بيعها
-الخدمة غير موجودة قبل الشراء	-السلعة يمكن تخزينها
-الخدمة لا يمكن تخزينها	-الإنتاج والبيع والإستهلاك متفرق في المكان
-الإنتاج والإستهلاك والبيع يجتمعون في نفس المكان	-السلعة يمكن نقلها
-الخدمة لا تنقل	-البائع هو الذي يقوم بالإنتاج
-المشتري أو الزبون يشارك مباشرة في الإنتاج	-إتصال غير مباشر بين المؤسسة والزبون
-الإتصال المباشر بين المنتج والزبون	-الإستهلاك يتبع الإنتاج
-الإنتاج والإستهلاك يتزامن ويتطابق	

المصدر: هدير عبد القادر، التسويق السياحي ودوره في ترقية الخدمات السياحية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010/2011، ص31.

## ثانيا: دورة حياة الخدمة

تمر الخدمة على مجموعة من المراحل من بداية تقديمها إلى مرحلة تشبع السوق بهاته الخدمة وإنذارها وفيما يلي سنوضح أهم المراحل التي تمر بهم الخدمة:

- 1- **مرحلة التقديم:** في هاته المرحلة تكون الخدمة في أول بداية لها في السوق حيث لا يوجد منافسين مباشرين على الإطلاق، لكن ذلك لا يعني أنه هاته الخدمة أنها ستنجح مباشرة بعد تقديمها للعميل، بل بالعكس تماما يمكن للخدمة في هاته المرحلة أن تزول وتختفي ما لم تحظى بقبول العملاء.
- 2- **مرحلة النمو:** بعد تجاوز الخدمة لمرحلة التقديم تبدأ بالنمو في السوق بمعدلات متسارعة، وتتسع معرفة الزبون بها ويزداد تقبله لها وإحتكاكه بها، ويرتفع مستوى الأرباح في هاته المرحلة مما يشجع

المؤسسات المنافسة على دخول إلى السوق وبتقديم خدمة ماثلة، وهو ما يحتم على المؤسسة الأولى أن تجري تعديلات وتحسينات على خدماتها بهدف الإحتفاظ بمركزها في السوق. من مميزات هاته المرحلة الزيادة في الأرباح وزيادة نسبة الربائن.

**3- مرحلة النضج:** تعتبر هاته المرحلة أطول مرحلة في حياة الخدمة مقارنة بالمراحل الأخرى، حيث تستمر المبيعات في الإرتفاع لكن بسرعة متباطئة. وتشهد هاته المرحلة منافسة شديدة بين المؤسسات التي تقدم نفس الخدمات وتسعى كل واحدة منها إلى البقاء في السوق وتحقيق أكبر قدر من الأرباح وذلك من خلال إدراج تحسينات على خدماتها.

في نهاية هاته المرحلة يحدث ما يسمى بالتشبع السوقي، حيث أن جميع الربائن المستهدفين في السوق قد إستفادوا من هاته الخدمة، ومع شدة المنافسة وجب البحث عن زبائن جدد من أجل إستهدافهم.

**4- مرحلة التدهور:** وهي تمثل المرحلة الأخيرة من دورة حياة الخدمة والتي تؤول في نهايتها إلى الخروج من السوق. وتبدأ ملامح هاته المرحلة بالإخفاض الشديد في مستوى المبيعات وكذا مستوى الأرباح، يقابله إرتفاع في التكاليف وهو ما ينعكس سلبا على أداء المؤسسة المقدمة للخدمة. ويعود سبب التدهور نتيجة إنخفاض مستوى الخدمات المقدمة من قبل المؤسسة وذلك نتيجة ظهور خدمات جديدة تلي الحاجة نفسها للزبون لكن بمواصفات أفضل.

يمكن لمزود الخدمة أن يبت حياة جديدة في الخدمة عن طريق تغيير أو إستبدال عدد من المميزات أو السمات في الخدمة المقدمة. حيث أنه إذا كانت الخدمة قادرة على الإبتكار فقد يتم تمديد دورة حياتها وتكرار مراحل النضج والتشبع من خلال إتخاذ قرار " لا تذهب"<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: خصائص الخدمات

تتميز الخدمات بمجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي:

#### أولاً: اللاملموسية

تعد اللاملموسية الخاصة أو السمة الأساسية والرئيسية التي تميز وتفرق الخدمات تفريقاً واضحاً عن السلع، وإن السمات الأخرى للخدمات تنشأ جميعها من خاصية اللاملموسية الخاصة بالخدمات المذكورة فصفة اللاملموسية كونها الخاصة أو الميزة المتمثلة في عدم القدرة أو القابلية بشكل فعلي على التخمين والتقييم من خلال إستخدام الحواس الخمس.

إلا أن العديد من الخدمات درجة لمسها وتحسسها لا تسمح بالتقييم المادي بحيث أن مثل هذه المنتجات تميل إلى أن يتم إختيارها على أساس السمعة والمشورة والتجربة أكثر منه على أساس الإختبار المادي فقط

<sup>1</sup>Wouter de Vries Jr, Piet Van Helsdingen, Ton Borchert, Services Marketing Management an Introduction, Noordhoff Vitgervers bv Groninge/ houten, the Netherlands, 2012, P25.



لذلك فإن جهد مسوقي الخدمات ينصب بإشعار المستفيدين بحقيقة الخدمة وأهميتها، وعلى ذلك فإن كثيرا من المؤسسات والمنظمات الخدمية تتبنى إستراتيجية تسويقية لجعل الغير ملموس ملموسا ويتم ذلك من خلال تقديم أدلة إضافية مثل الأجهزة والمعدات والتسهيلات والإعلان، كل ذلك جهود تساعد في تحويل اللاملموس إلى ملموس.

من عدم إمكانية اللمس تظهر العديد من المشكلات أمام المسوقين إذ يصعب توضيح ووصف الخدمة كما يتعذر على المسوق أن يضع سعرا يمثل القيمة لهذه الخدمات كما لا يمكن حماية ما هو غير ملموس عن طريق براءة الاختراع، كذلك قد يلاحظ أن هناك نوعا من المخاطرة عند شراء الخدمة و هذا يجعلهم يفضلون الحصول على بيانات عن الخدمة المقدمة ممن يعرفونهم شخصا و ليس من المصادر التي يهيمن عليها المسوق ويبين الإمتداد المستمر الذي يبدأ من السلع الملموسة، و المتمثلة مثلا في المشروبات و غيرها إلى الملموس و المتمثل في التعليم و التمريض و غيرها فضلا عن النقطة المشتركة بين المنتجات و الخدمات.<sup>1</sup>

### ثانيا: التلازمية

نعني بالتلازمية درجة الإرتباط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها، أي من الصعب أحيانا فصل الخدمات عن شخصية البائع أو مقدمها، لذلك فإن أداء الخدمة معينة قد يحدث جزئيا أو كليا في لحظة وقت إستهلاكها، فالسلع تنتج وتباع وتستهلك أما الخدمات فهي تباع ومن ثم تنتج وتستهلك. بخلاف السلع التي تصنع و توضع في المعارض أو توزع على البائعين و من خلالها على المشترين و يتم إستهلاكها لاحقا، و إذا كان الشخص يقدم جزء من هذه الخدمة فإن العميل يشارك أيضا في تقديم هذه الخدمة من خلال التفاعل مع مقدم الخدمة، أي أن الخدمات لا يمكن أن تنتج بعيدا عن تدخل أو مقاطعة من المستهلك المقصود بالذات على الخدمة التي تقدم شخصا كخدمة معالجة الأسنان و غيرها من الأفراد الذين يقدمون الخدمة في ذهن المشتري هم أنفسهم الخدمة، فإدراك المستهلك أو المشتري لمقدم الخدمة يصبح إدراكه للخدمة نفسها، و لهذا المستهلكون غير قادرين على الحكم على نوعية الخدمة قبل شرائها، فالعميل عليه أن يشارك في إنتاج الخدمات في عدة حالات أحيانا حتى بدون معرفتها، و هذا على النقيض من أن السلع فالعملاء لا يعرفون من يصنع المنتج، كمثال على ذلك ليس العديد من القراء يعرفون أو يهتمون في أي بلد أو مدينة أنتج معجون الأسنان الذي يستخدمونه أو تلك السلع ذات الإستهلاك السريع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي توفيق الحاج وسمير حسين عودة، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 43-44.

<sup>2</sup> أحمد محمودي، فعالية أنظمة إنتاج الخدمة في كسب ولاء المستهلك في سوق الخدمات -دراسة حالة مؤسسة أوراسكوم تليكوم الجزائر-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر، 2015/2016، ص 31.

## ثالثا: التباين

تتميز الخدمات بخاصية التباين أو عدم التماثل أو التجانس طالما أنها تعتمد على مهارة أو أسلوب أو كفاءة مزودها وزمان تقديمها، فعملية جراحية يجريها جراح مشهور تعد أفضل من حيث الجودة والإتقان وفرص النجاح ومقارنة بعملية يجريها جراح أقل خبرة، كما أن مزود الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتمادا على ظروف معينة. وبذلك تتباين الخدمة المقدمة من قبل نفس الشخص أحيانا والواقع أن خاصية عدم التجانس في تقديم الخدمة تجعل من غير الممكن لمزودها تبسيط خدماتهم إذ أن كل وحدة من الخدمة تختلف عن باقي الوحدات في نفس الخدمة وهذا ما يدفع المستفيد من الخدمة إلى التحدث مع الآخرين قبل إختيار الجهة التي سيتعامل معها للحصول على الخدمة المطلوبة.

هذه الخاصية تدفع مؤسسات الخدمة إلى السعي لتقليل التباين في خدماتها إلى أدنى حد ممكن ويمكن أن يتم ذلك من خلال إتباع الخطوات التالية:<sup>1</sup>

- الإختيار والتدريب الجيد للعاملين مثل ما هو معمول به في شركات الطيران والمطاعم والفنادق.
- تنميط عمليات أداء الخدمة على مستوى المؤسسة كليا مثل الإستعانة بالأجهزة والمعدات خصوصا الإلكترونية منها للمحافظة على ثبات وتجانس الخدمة المقدمة.
- متابعة مستوى رضا المستفيد من الخدمات المقدمة له وذلك من خلال تسويق العلاقة والشكاوى وغيرها.

## رابعا: الملكية

إن عدم إنتقال الملكية يمثل خاصية مميزة للخدمات مقارنة بالسلع المادية فبالنسبة للسلع يمكن للمشتري أن يستخدم السلعة بشكل كامل وبإمكانه تخزينها وإستهلاكها أو بيعها في وقت لاحق وعندما يدفع ثمنها فإن المستهلك يمتلك السلعة أما بالنسبة للخدمة فإن المستفيد قادر فقط على الحصول عليها وإستخدامها شخصيا لوقت محدد في كثير من الأحيان وإن ما يدفعه لا يكون إلا لقاء المنفعة المباشرة التي يحصل عليها من الخدمة المقدمة إليه.<sup>2</sup>

سيكون لدى مستهلكي الخدمة الفرصة في إستهلاكها ولكن ليس إمتلاكها. نظرا لأن الخدمات غير ملموسة وقابلة للتلف. لكن هذه الخاصية ستضيف مشاكل لمسوقي الخدمات. حيث أن إقناع العميل ببضائع ملموسة يمتلكها من خلال نقل الملكية أسهل بكثير من البيع للخدمات التي لها خاصية عدم الإمتلاك حيث لا يبقى أي شيء بعد الإستهلاك.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فريد كورتل، مرجع سبق ذكره، ص 93، 94.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 96.

<sup>3</sup> Lovely Professional University, Services Management, Excel Books Private Limited, New Delhi, India, 2013, P79.

## المطلب الثالث: تصنيفات الخدمات

تصنف الخدمات إلى:

أولاً: حسب نوع السوق: ويمكن تصنيفها إلى:<sup>1</sup>

1- خدمات إستهلاكية: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية صرفه مثل الخدمات السياحية والصحية وخدمات النقل والاتصالات وحلاقة الشعر والتجميل. لهذا سميت هذه الخدمات بالخدمات الشخصية.

2- خدمات المنشآت: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات منشآت الأعمال كما هو الحال في الإستشارات الإدارية، والخدمات المحاسبية، وصيانة المباني والمعدات والآلات. وهناك خدمات يتم بيعها لكل من المستهلكين ومنشآت الأعمال، ولكن بأساليب وسياسات تسويقية مختلفة ومتباينة، هذا هو الأسلوب المتبع في بيع السلع لكلا النوعين من هؤلاء الزبائن. فالحصول مثلاً على طلبات لتنظيف السجاد بأسلوب البيع الشخصي يكون عملية إقتصادية في حال التعامل مع منشآت الأعمال، ولكنه لا يكون كذلك في حالة كون الزبون أحد أصحاب المنازل والشقق السكنية.

ثانياً: حسب الغرض من شراء الخدمات: ويمكن تصنيفها إلى:<sup>2</sup>

1- خدمات مقدمة إلى المستهلك النهائي: مثل خدمات الحلاقة والخدمات السياحية.

2- خدمات إلى المنظمات: مثل خدمات الاستشارة الإدارية المحاسبية.

ثالثاً: حسب أهمية حضور المستفيد: ويمكن تصنيفها إلى:<sup>3</sup>

1- ضرورة حضور المستفيد من الخدمة: مثل العلاج الطبي، وخدمات الحلاقة.

2- ليس من الضروري حضور المستفيد من الخدمة: مثل خدمات غسل وتنظيف الملابس، وخدمات تصليح السيارات.

رابعاً: حسب درجة كثافة العمالة: ويمكن تصنيفها إلى:<sup>4</sup>

1- خدمات تعتمد على قوة عمل كثيفة: ومن أمثلتها خدمات الحلاقة والتجميل، وخدمات التريبة ورعاية الأطفال، وخدمات التدريس، والخدمات التي يقدمها الطبيب في عيادته.

<sup>1</sup> بشير العلاق، ثقافة الخدمة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 51.

<sup>2</sup> محمد الطاهر قادري، مرجع سبق ذكره، ص 28.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 28.

<sup>4</sup> حميد الطائي، بشير العلاق، تسويق الخدمات مدخل إستراتيجي وظيفي وتطبيقي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 44.

2- خدمات تعتمد على المستلزمات المادية: ومن أمثلتها خدمات الإتصالات السلكية واللاسلكية وخدمات النقل العام، وخدمات الإطعام، خدمات البيع الآلي، وخدمات غسل السيارات آليا وخدمات النقل الجوي وغيرها.

خامسا: حسب درجة الإتصال بالزبون: ويمكن تصنيفها إلى:<sup>1</sup>

1- خدمات ذات إتصال شخصي عالي: مثل خدمات الطبيب والمحامي وخدمات السكن، وخدمات النقل الجوي، خدمات التأمين وغيرها من الخدمات.

2- خدمات ذات إتصال شخصي منخفض: مثل خدمات الصراف الآلي، وخدمات مواقف السيارات الآلية، والخدمات البريدية.

3- خدمات ذات إتصال شخصي متوسط: مثل خدمات مطاعم الوجبات السريعة، وخدمات المسرح.

سادسا: حسب معيار توجيهها: ويمكن تقسيمها إلى:<sup>2</sup>

1- خدمات معالجة الناس: وهذه الخدمات موجهة للأفراد وتتطلب حضور المستفيد شخصيا.

2- خدمات معالجة الممتلكات: وهذه الخدمات موجهة إلى ممتلكات المستفيد مثل صيانة السيارة والسكن، كما لا تتطلب بالضرورة حضور المستفيد إلى مكان إنتاج الخدمة.

3- خدمات معالجة المعلومات: وهي خدمات موجهة لممتلكات المستفيدين أو لموجوداتهم غير الملموسة مثل معالجة البيانات والمعلومات والخدمات القانونية.

4- خدمات معالجة المثير العقلي: وهذه خدمات أو نشاطات غير ملموسة موجهة إلى عقول المستفيدين وتتطلب مشاركة المستفيد ذهنيا أثناء عملية تقديم الخدمة مثل خدمة الترفيه والتعليم والتلفزيون.

سابعا: حسب أهداف ودوافع مقدم الخدمة: وتم تقسيمها حسب هذا التصنيف من طرف كوتلر وأرمسترونغ إلى ثلاث أنواع:<sup>3</sup>

1- الخدمات الحكومية: تقدم من طرف الدولة إلى الأفراد ليس بدافع الربح مثل المستشفيات الحكومية والبريد والمدارس والجامعات الحكومية.

2- الخدمات الخاصة الغير الربحية: وهي خدمات تقدم من طرف مجموعة من الأفراد أو المنظمات والجمعيات إلى مختلف الأفراد وليس بدافع الربح مثل الجمعيات الخيرية والمساجد.

<sup>1</sup> بشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص 52.

<sup>2</sup> زميت محمد، أثر تكنولوجيا المعلومات والإتصالات على تفعيل الخدمات المصرفية دراسة حالة عينة من المصارف الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2014/2015، ص 25.

<sup>3</sup> نواري خيرة، أثر إدارة العلاقة مع الزبون على تحقيق جودة الخدمات دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2، الجزائر، 2017/2018، ص 120.

**3- الخدمات الربحية:** تقدم بدافع الربح مثل المنظمات الخاصة كالمستشفيات والمدارس والجامعات الخاصة خطوط النقل بجميع أنواعها، وكذا شركات السياحة والسفر.

**ثامنا:** حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمة: ويتم تصنيفها كما يلي:<sup>1</sup>

**1- خدمات مهنية:** وهي الخدمات التي تتطلب تقديمها من طرف مختص مثل خدمات الأطباء والمحامين وكذا المستشارين الإداريين والماليين.

**2- خدمات غير مهنية:** وهي خدمات بسيطة لا تتطلب معرفة مهنية متخصصة مثل حراسة العمارات وكذا تحميل الحدايق.

**تاسعا: حسب علاقة السلعة - خدمة:** لتقييم المنتجات يستعمل المستهلكين ثلاثة أشكال من الجودة:<sup>2</sup>

**1- الجودة تعتمد على البحث عن المعلومة وهي صفات المنتج التي يمكن تحديدها قبل الشراء كالشكل واللون والسعر، وأغلبية السلع لها هذه الخصائص لأنها ملموسة.**

**2- الجودة تعتمد فقط بالتجربة وهي صفات والخصائص التي لا يمكن تقييمها إلى بعد الشراء أو الإستهلاك كالذوق والصلابة، فهناك بعض المنتجات من الصعب تقييمها قبل الشراء كالحلوى، والكثير من الخدمات تتصف بهذه الجودة، وفي الواقع من المستحيل تقييم توجه سياحي جديد قبل الذهاب، نقوم بتجربة الجو الفنادق، المطاعم، النقل، المواقع التاريخية.**

**3- الجودة تعتمد على الإعتقاد فقط وهي الصفات والخصائص التي يمكن تقييمها بصعوبة حتى بعد الشراء والإستهلاك مثل عملية جراحية، إصلاح السيارات، وتوجد خدمات كثيرة بهذه الجودة، وعلى العموم قليل من المستهلكين القادرين على التقييم إذا ما كانت الخدمة ضرورية.**

### المبحث الثاني: عموميات حول خدمات الطيران المدني

سنحاول من خلال هذا المبحث تقديم بعضا من أهم المراحل التي مرت بهم صناعة الطيران المدني، وكذا أهم الخصائص التي يتميز بها الطيران المدني. بالإضافة إلى الأنماط التي تكون الطيران المدني وكذلك العناصر الأساسية التي تعتمد عليها شركات الطيران في تقديم خدماتها للمسافرين، ومحاولة تقديم العوامل التي تؤثر على نشاط شركات الطيران المدني في تقديم خدماتها الرئيسية والتكميلية.

### المطلب الأول: تطور وخصائص الطيران المدني

شهدت صناعة الطيران المدني عدة أحداث وتطورات لتصل لما هي عليه اليوم، خاصة في ظل الأزمات الكبيرة التي مر بها العالم وخاصة التي مرت بها هاته الصناعة في حد ذاتها.

<sup>1</sup> زان مريم، الجودة في الخدمات الصحية دراسة مقارنة بين المؤسسات الإستشفائية العمومية والخاصة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر 3، جوان 2017، ص 57.

<sup>2</sup> محمد الطاهر قادري، مرجع سبق ذكره، ص 30.

## أولاً: تطور الطيران المدني

يعرف الطيران على أنه عملية الانتقال من مكان إلى آخر جواً عن طريق ممرات جوية خاصة تحدد من قبل الملاحه الجوية، ويعتقد بعض المراقبين بأن النقل الجوي سوف يحقق مستويات عالية بالنسبة لحجم البضائع المنقولة بواسطة الطائرة، حيث من المتوقع أن يفوق حجم المسافرين من جهة ويفوق حجم البضائع المنقولة بواسطة البواخر والسكك الحديدية من جهة ثانية، الأمر الذي سيكون له انعكاسات إيجابية على مجمل الحركة الإقتصادية في العالم.<sup>1</sup>

لقد إستغرق الإنسان حوالي 500 سنة لتطوير الملاحة البحرية من السفن الشراعية التي أتم بها كشف العالم المجهول إلى السفن الحديثة المزودة بطاقات دفع ميكانيكية مختلفة. لكنه إستغرق حوالي 25 عاماً فقط للسيطرة على النقل الجوي وتطوير فن الملاحة الجوية. فأول تجارب الطيران بأجهزة أثقل من الجو كانت بين 1890 حتى 1897.<sup>2</sup> في 17 ديسمبر 1903، توجت أورفيل وويلبر رايت بأربع سنوات من جهود البحث والتصميم من خلال رحلة بطول 120 قدماً في 12 ثانية في كيتي هوك بولاية نورث كارولينا، أول رحلة تعمل بالطاقة في جهاز أثقل من الهواء. قبل ذلك، كان الناس يسافرون فقط بالونات وطائرات شراعية.

أول شخص يسافر كراكب هو ليون ديلاغرانج، الذي ركب مع الطيار الفرنسي هنري فارمان من مرج خارج باريس في عام 1908. أصبح تشارلز فيرناس أول راكب طائرة أمريكية عندما طار مع أورفيل رايت في كيتي هوك في وقت لاحق من نفس السنة.

بدأت أول خدمة جوية مجدولة في فلوريدا في 1 يناير 1914. وقد صمم جلين كورتيس طائرة يمكنها الإقلاع والهبوط على الماء، وبالتالي يمكن بناؤها أكبر من أي طائرة حتى الآن، لأنها لا تحتاج إلى الهيكل السفلي الثقيل المطلوب للهبوط على أرض صلبة.

قرر (Thomas Benoist) صانع قطع غيار السيارات، بناء مثل هذا القارب الطائر أو الطائرة المائية، لخدمة عبر خليج تامبا يسمى خط القوارب سانت بطرسبرغ - تامبا الجوي. وكان أول مسافر له سابقاً سانت. قام عمدة مدينة بيتسبرغ بيل برحلة طولها 18 ميلاً في 23 دقيقة، بتحسناً كبيراً خلال الرحلة التي إستغرقت ساعتين بالقارب. تستوعب خدمة الطائرة الواحدة مسافراً واحداً في كل مرة، وقد فرضت الشركة رسوماً على إتجاه واحد بقيمة 5 دولارات. بعد تشغيل رحلتين في اليوم لمدة أربعة أشهر.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سامي هاشم فالخ الساعدي، أنس عبد الرضا، المردودات الإقتصادية للطيران المدني في العراق للمدة 2014/2003، مجلة الكوت للعلوم الإقتصادية والإدارية، العدد 28، الجزء الثالث، العراق، 2008، ص 4.

<sup>2</sup> محمد رياض، جغرافيا النقل، مؤسسة هنداي سي أي سي، القاهرة، مصر، 2018، ص 283.

<sup>3</sup> Sans éditeur, **History of aviation first flights**, site web <https://www.avjobs.com/history/index.asp>, consulte le 19/09/2019.

بعد إنتهاء الحرب العالمية الأولى 1914-1918 بدأت مرحلة جديدة في الطيران المدني والتجاري وسجلت عدة أرقام قياسية للطيران أدت إلى مزيد من التطورات الفنية في بناء الطائرات، وفي عام 1919 قام الكابتن جون الكوك والملازم براون بأول رحلة جوية عبر الأطلنطي بدأت من نيو فونلاند وإنتهت في إيرلندا بعد 16 ساعة طيران قطعاً فيها 1900 ميل، وبعد هاته التجربة الناجحة تم إفتتاح أول خط طيران منتظم بين باريس ولندن. وفي 1924 تمت أول رحلة جوية عبر العالم بقيادة الأمريكي مارتن، أستخدمت فيها أربع طائرات دو جلاس. وقد نجحت طائرتان في العودة إلى نقطة الإنطلاق بعد نحو 15 يوم من الطيران. وفي خلال الثلاثينات دخلت تعديلات كثيرة على سرعة الطائرة وبنائها.<sup>1</sup>

مع نهاية الحرب العالمية الثانية بدأت بوادر الطيران التجاري بإستعمال الطائرات العسكرية المنتهية خدمتها بالأساس في التجارة ونقل الأشخاص والبضائع، حيث تعددت شركات النقل الجوي بخطوط شملت أمريكا الشمالية، أوروبا وأجزاء أخرى من العالم. وكان ذلك لسهولة تحويل القاذفات الثقيلة والمتوسطة إلى طائرات للإستعمال التجاري. ولكن حتى مع نهاية الحرب والتقدم الكبير الذي شهده الطيران كانت الطائرات في حاجة إلى المزيد من التحسين والتطوير. ومع دخول العالم في مرحلة الحرب الباردة سعى كل من المعسكر الشيوعي والبلدان الغربية إلى تطوير أنظمتهم الجوية العسكرية فتعززت مكانة الطائرات النفاثة، وأصبحت مقاتلة الأفرو أرو الكندية أسرع طائرة حينها.

على الجانب المدني قدمت شركة بوينغ نظرتها الجديدة للطيران التجاري سنة 1969 طائرة بوينغ ذات الطراز 747 لأول مرة، وإستمرت الإنجازات بقيام الخطوط الجوية البريطانية سنة 1976 بإستعمال الطائرة الفوق صوتية الكونكورد القادرة على عبور المحيط الأطلسي في أقل من ساعتين.<sup>2</sup> في بداية الألفية الجديدة، واجهت صناعة الطيران واحدة من أكبر الطفرات في تاريخها. حيث أدت الزيادة في الناتج المحلي الإجمالي على مستوى العالم، والركوب على موجة الإقتصاد الجديد، وزيادة الطلب على السفر الناتج عن العولمة، إلى تحفيز شركات الطيران إلى نمو يتراوح ما بين 4 و6 بالمائة سنوياً. ومع ذلك، لم يستمر هذا النمو في نفس الإتجاه في السنوات اللاحقة.<sup>3</sup>

في بداية عام 2000، وضع التباطؤ الإقتصادي حدا لمرحلة النمو، وتفاقمت الهجمات الإرهابية التي وقعت في 11 سبتمبر 2001 وفيروس السارس 2003، وفي عام 2004 واجهت صناعة الطيران على الأرجح أصعب فترة في وجودها. حيث تم التعبير عن عدم اليقين بشأن المستقبل بوضوح في البيانات الصحفية الرسمية حيث صرح الرئيس والمدير التنفيذي للشركة الخطوط الجوية الملكية الهولندية (KLM)

<sup>1</sup> محمد رياض، مرجع سبق ذكره، ص 284.

<sup>2</sup> موقع <https://ar.wikipedia.org>، شوهد يوم 2019/09/07.

<sup>3</sup> Alessandro cento, the airline industry- challenges in the 21<sup>st</sup> century; physica verlag, heidelberg, Germany, 2009, p 3.

بعد هجوم 11 سبتمبر وقال " يقوم العديد من الركاب بإلغاء حجوزاتهم ويمكننا أن نتوقع إنخفاض عوامل الحمولة نتيجة ذلك، الطلب أخذ في التناقص على مختلف الطرق العابرة للقارات ولا نتوقع أن يتغير هذا في المستقبل القريب".<sup>1</sup>

أصبحت صناعة الطيران في الفترة الأخيرة تشهد أعلى مستويات لها من النجاح بعد الإستقرار الأمني والسياسي وكذا الإقتصادي الذي شهده العالم، تحللت هاته الفترة مجموعة من الإتفاقيات التي سمحت بزيادة الحركة الجوية بين القارات وكذا سمحت بزيادة الطلب على إقتناء الطائرات من الشركات المصنعة لها عبر العالم.

### ثانيا: خصائص الطيران المدني

يعتبر النقل الجوي من أحدث وسائل النقل وأكثرها سرعة، لذلك فأن النقل الجوي يمتاز بجملة خصائص تميزه عن وسائل النقل الأخرى ومنها:<sup>2</sup>

**1- السرعة:** تعتبر الطائرات من أكثر وسائل النقل المتاحة سرعة على الإطلاق حيث تبلغ بعض الأحيان ضعف سرعة الصوت كما في طائرة الكونكورد لذلك أصبح لهذه الخاصية أهمية عندما يكون عامل الوقت ذا قيمة.

**2- الظروف المناخية:** تعتبر الظروف المناخية من أكثر العوامل المؤثرة على الطائرات من بقية الأنواع الأخرى من وسائل النقل لذا من الواجب دراسة وتوقع الظروف الجوية عند طيران الطائرة.

**3- الراحة:** يمتاز النقل الجوي بدرجة كبيرة من الراحة للمسافرين بسبب تقليصه لزمن الرحلة. كذلك تمتاز الطائرة بثبات درجة الحرارة الداخلية فيها. إضافة لذلك فإن الصوت الخارجي للمحركات يكاد يكون معدوم خصوصا في الطائرات الحديثة بالإضافة إلى طريقة تصميم المقاعد في الطائرة والخدمة المتوفرة للمسافرين جعلها من وسائل النقل المريحة.

**4- السلامة والأمان:** تتباين وسائل النقل بعضها عن بعض من حيث نسبة الحوادث في كل منها، لذلك فإن النقل الجوي كغيره لا يخلو من الحوادث. لكن مقارنة بوسائل النقل الأخرى فيعتبر أقل وذلك يرتبط أصلا بالتقدم العلمي والتكنولوجي. بل يمكن القول إن النقل الجوي يعتبر من أكثر وسائل النقل أمنا من حيث إنخفاض الحوادث، يرجع إرتفاع عامل السلامة والأمان في النقل الجوي إلى العوامل الآتية:

**أ-** الإهتمام الكبير بصناعة الطائرة من حيث صرامة وتكرار الإختبارات التي تجري عليها قبل أن تدخل الخدمة الفعلية.

<sup>1</sup> Alessandro cento, op cit, p3.

<sup>2</sup> جابر جبيل خفي الدلفي، خصائص النقل الجوي، الموقع الإلكتروني

<http://art.uobabylon.edu.iq/lecture.aspx?fid=8&lcid=48197>، تاريخ الإطلاع، 2018/08/06.



ب- الصيانة المستمرة للطائرة والتي تتم وفق جدول محدد يشمل كل أجزاء الطائرة فكل جزء له عمر زمني معين، يستدعي تبديله قبل إستهلاكه.

ت- الضوابط الصارمة في إختيار الطيارين وتدريبهم مع توفر إثنان من طاقم الطائرة على الأقل في الطائرة.  
ث- تقدم وسائل المراقبة الحديثة، والتنبؤ الجوي والتي تقوم بتقديم معلومات تفصيلية عن الظروف المناخية على إمتداد خط مسار الرحلة.

ج- توفر أجهزة الرادار والعلامات الضوئية التي ترشد الطائرة في الحالات التي تحد من مدى الرؤية في المطارات لتساعد الطائرة في حالات الهبوط والإقلاع.

**5- التكاليف:** تعتبر تكاليف النقل الجوي أعلى من تكاليف النقل بالوسائل الأخرى كذلك يمكن أن يعتبر أقل كلفة، وسبب إنخفاض التكاليف يعود إلى:

أ- إختصار الزمن خاصة إلى أولئك الذين يتعاملون مع الزمن لإنجاز صفقاتهم التجارية كرجال الأعمال والشركات الحكومية.

ب- يمكن أن يعتبر وسيلة إقتصادية للنقل بالنسبة للبضائع سريعة التلف كالمستحضرات الطبية أو نقل السلع الصغيرة الحجم والغالية الثمن.

أما إرتفاع التكاليف في النقل الجوي فيعود إلى عدة أسباب منها:<sup>1</sup>

أ- إنخفاض الطاقة التحميلية مقارنة بوسائل النقل الأخرى.

ب- تأثير الظروف المناخية قد يساهم في تأخير زمن الإقلاع - والهبوط وتغير مسار الرحلة مما يساهم في زيادة التكاليف.

ت- تعدد عملية المناولة (التفريغ والشحن) وذلك لأن النقل الجوي لا يوفر عملية النقل من الباب إلى الباب.

ث- إرتفاع تكاليف الصيانة والتأمين.

ج- إرتفاع تكاليف تشييد المطارات.

ح- إرتفاع إستهلاك الوقود مقارنة بوسائل النقل الأخرى.

خ- بالرغم من قلة الحوادث فأن تلك الحوادث مكلفة لقلة فرص النجاة للطائرات التي تتعرض للحوادث في الجو، كذلك الركاب.

<sup>1</sup> جابر جبيل خفي الدلفي، خصائص النقل الجوي، مرجع سبق ذكره، تاريخ الإطلاع 2018/08/06.

## المطلب الثاني: الأنماط والعناصر الأساسية لخدمات الطيران المدني

يتميز الطيران المدني بتنوع أنماطه وكذا إختلاف العناصر التي تساعد شركات الطيران المدني في تقديم خدماتها للمسافرين على أكمل وجه، وهو ما سنبيّنه في هذا المطلب.

## أولاً: أنماط الطيران المدني

لنقل الجوي مجموعة من الأنماط التي تساهم في توفير عملية النقل من مكان لآخر على المستوى المحلي أو المستوى الدولي، ومن بين هاته الأنماط نجد:

**1- النقل الجوي المنتظم:** وهو نوع من الطيران الذي يعمل على خطوط محددة سواء كانت وطنية أم دولية، بعد منح التراخيص اللازمة لذلك في الحكومة أو الحكومات في الدول المعنية. وتلتزم شركات الطيران المنتظم بالعمل على الخطوط طبقاً لجداول منشورة مسبقاً بغض النظر عن نسبة إمتلاك مقاعد طائرتها أو عوامل تشغيلها. وله في حالة عدم نجاح تشغيل خط معين على مدار السنة الإقتصادية فإنه يمكن تشغيله خلال مواسم معينة فقط:<sup>1</sup>

تتولى هذا النشاط شركات عامة للطيران وهي التي تكون مملوكة للدولة مثل شركة الخطوط الجوية الجزائرية وشركة مصر للطيران وكذلك شركات خاصة تكون مملوكة للقطاع الخاص. ويغلب هذا النوع في الدول الرأسمالية ذات الإقتصاد الحر مثل أمريكا وكذلك فرنسا وبريطانيا وفي مصر. ولذا يجب التنسيق بين الشركات العامة والخاصة العاملة في كل دولة لتحقيق الإستخدام الأمثل لطائراتها ورحلاتها الجوية لتحقيق التشغيل الناجح تجارياً وإقتصادياً. ويأتي ذلك في ظل تحديد واضح للعلاقة بينها في ضوء السياسة العامة للدولة في مجال النقل الجوي وتخضع شركات الطيران المنتظم لقواعد وتعليمات الإتحاد الدولي للنقل الجوي الإياتا.

**2- النقل الجوي الغير منتظم (العارض):** وهو عبارة عن شركات طيران تقوم بتشغيل رحلات خارج الجداول العادية، من خلال تنظيم الرحلة مع عميل معين.<sup>2</sup>

ظهر هذا النوع من الطيران حتى أوائل الستينات خاصة في إنجلترا عندما بدأت الحركة السياحية الدولية في النمو والتوسع بصورة أظهرت ما يسمى بعصر السياحة الإجتماعية، نتيجة لإهتمام القطاعات السياحية في كثير من الدول السياحية والتنقل من بلد لآخر، بالإضافة إلى زيادة الطلب على هذا النوع من الطيران الكثير من شركات الطيران التي تسمح طائراتها للمجموعات السياحية التي تفضل طائرات الشارتر.

<sup>1</sup> منال شوقي عبد المعطي أحمد، إقتصاديات النقل السياحي، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2010، ص 165-168.

<sup>2</sup> Alessandro cento, op cit, p 21.

نظرا لأهمية الطيران الدولي العارض في تطويره لحركة النقل السياحي العالمي قام الإتحاد الدولي للنقل الجوي على الرحلات المنتظمة والذي يسمح للنقل المنتظم بالمساهمة في نقل المجموعات المتجانسة والطلبة بأسعار مناسبة.

تتمتع شركات طيران النقل العارض بميزة هامة وهي أنها لا تلتزم بتشغيل خطوطها وفقا لجدول زمني محدد بل وفقا للتعاقبات لنقل أفواج السائحين عن طريق الإيجار. إلى جانب ذلك فإن شركات النقل الجوي الدولي غير المنتظم لا يكون مفتوحا للجمهور ولا يسمح للنقل العارض ببيع تذكرة فردية أو التعامل مع الركاب مباشرة وإنما يتم ذلك لمجموعات من الركاب. ومن ذلك وكالات سياحية متخصصة وهذا على خلاف الوضع بالنسبة للنقل الجوي الدولي المنتظم إلى جانب ذلك نجد أن أسعار التذاكر في رحلات الشارتر السياحية تكون متخصصة لكي تتناسب قدرات وإمكانات نوعيات جديدة من الركاب ليس في مقدراتها تحمل أسعار النقل الجوي الدولي المنتظم.

**3- الرحلات الإضافية:** هي رحلات غير منتظمة لأنها مرتبطة إرتباطا وثيقا ومباشرة بالتشغيل المنتظم. ويتسم هذا النوع من الرحلات بتوسط النوعية الرئيسية في أنماط النقل الجوي (المنتظم وغير منتظم) وهو التعزيز الإضافي رحلة منتظمة معينة برحلة أخرى تليها مباشرة بعد موافقة سلطات الطيران المدني في الدول المقبولة إليها وهذه الرحلات الإضافية لا يكون مخطط لها ضمن جداول التشغيل.

**4- الرحلات الشاملة بالطائرة:** وهي رحلة ذهاب وعودة تتضمن قيمتها ثمن الإقامة خلال المدة التي يقضيها المسافر بعيدا عن موطنه وقد تتضمن تسهيلات إضافية يمكن أن تتولاها طائرات تسير على الخطوط المنتظمة أو طائرات تؤجر خصيصا لهذا الغرض وفي الغالب تكون هذه الرحلة المقررة وموجهة لمكان أو لأماكن يعلن عنها. ولا تتاح الرحلات الشاملة لكل فرد على حدة ولكنها تمنح لوكالات السفر ومكاتب السياحة الذين يجمعوه بين نفقات السفر والنفقات الأخرى.<sup>1</sup>

**5- الطاكسي الطائرة:** هي طائرات صغيرة للإستئجار، تمتلكها شركات خاصة صغيرة تتميز بأنها وسيلة سهلة ومريحة للسفر بين المدن المختلفة في الدولة الواحدة وتنتشر في كثير من دول العالم مثل بريطانيا والولايات المتحدة وغيرها. ويتسع هذا النوع من الطائرات لمجموعة صغيرة من الأشخاص (4-20 شخصا) وتتنوع من طائرات هليكوبتر تسع (4-10 أفراد)، وتستطيع قطع مسافات طويلة بين المدن المختلفة، إلى جانب طائرات صغيرة أخرى مثل طائرات سسنا (SESNA) وغير ذلك. ومن مميزات هذا النوع من الطائرات هو إمكانية إستخدام الممرات الصغيرة والمطارات ذات الإمكانيات المحدودة في الإقلاع أو الهبوط الموجودة بالمدين الصغيرة، بالإضافة إلى ذلك إمكانية تحقيق الراحة والأمان والمرونة

<sup>1</sup> منال شوقي عبد المعطي أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 165-168.

لإمكانية تغير مواعيد الإقلاع للرحلات تبعاً لرغبات مجموعة المسافرين عليها وكذلك إمكانية تعديل الخطوط في وقت قصير.<sup>1</sup>

**6- الطيران منخفض التكلفة:** يعتمد مفهوم شركات النقل المنخفض التكلفة على فكرة تقديم أسعار منخفضة للبحث على الطلب. ويتطلب الحصول على تكلفة منخفضة كفاءة عالية في كل جزء من العمل ولذلك مكونات الأعمال بالنسبة للطيران منخفض التكلفة تكون خالية من الترفيه الداخلية وكذا خالية من مقاعد للجلوس في درجة رجال الأعمال. حيث أنه يتم تجهيز كابينة الطيران بأدنى قدر من وسائل الراحة حيث لا يوجد شاشات فيديو خلفية للمقاعد، ولا توجد مقاعد مائلة وستائر معتمة، وقد تختار شركات الطيران حمل إعلانات داخل المقصورة لزيادة الإيرادات. كما تفرض بعض الشركات على المسافرين رسوماً إضافية مقابل أمتعة الوصول كذا تسجيل الوصول إلى المطار وألوية الصعود. ويبقى هذا النوع من الطيران تكاليفه منخفضة لأنها لا تطيع تذاكرها الخاصة، ويتم تشجيع المسافرين أيضاً على تسجيل الوصول عبر الأنترنت علاوة على ذلك قد تكون شركات الطيران منخفضة التكلفة صارمة عندما يتعلق الأمر بالمسافرين الذين لا يحضرون حيث لا يسمح لهم بالإلغاء وقد لا تقدم لهم المبالغ المستردة من الرحلات المفقودة.

عمليات الطيران المنخفض التكلفة تبقى بسيطة ومباشرة قدر الإمكان، وعادة ما تعمل نوع واحد من الطائرات، وبهذه الطريقة يتخصص الطيارون والمضيفون والمهندسون والميكانيكيون وموظفو العمليات في نوع واحد من الطائرات. هذا يعني أنه ليست هنالك حاجة إلى إعادة تدريب الموظفين<sup>2</sup>. ويصنف الطيران منخفض التكلفة ضمن النقل الجوي المنتظم لأنه يملك رحلات واضحة وبرنامج مجدول وليس كل شركات تملك هذا النوع من الطيران.

### ثانياً: العناصر الأساسية لتقديم خدمات الطيران المدني

من أجل ممارسة خدمة الطيران وجب توفر مجموعة من العناصر التي تعتبر أساسية من أجل تقديم الخدمة الكاملة والشاملة للمسافرين، وفيما يلي هاته العناصر:

**1- المطار:** يعتبر المطار من أهم العناصر الأساسية التي تساعد الطيران على توفير خدماته للمسافرين حيث أنه يعتبر كل مكان مجهز لهبوط وإقلاع الطائرات، ويكون مستعد لإستقبال مختلف أنواع الطائرات وأصنافها وكذا القدرة على تقديم المساعدة لها ولركابها، سواء كانت على الأرض أو في الجو. ويمكن أيضاً إطلاق تسمية أخرى على المطار وهي الميناء الجوي. ويعرف المطار على أنه مكان تقلع وتهبط فيه الطائرات مثل الطائرات ذات الأجنحة الثابتة وطائرات الهيلوكوبتر، ويتكون المطار من سطح واحد على

<sup>1</sup> منال شوقي عبد المعطي أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 165-168.

<sup>2</sup>Mark anthony camilleri, travel marketing tourism economics and the airline product, springer nature, gewerbestrasse, Switzerland, 2018, P 09.

الأقل مثل مدرج لطائرة تقلع وتمببط، مهبط للطائرات، وغالبا ما يشمل المباني مثل أبراج التحكم، حضائر الطائرات والمباني الطرفية المتعلقة بتقديم خدمات للركاب والطائرات.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى لعب المطار دور مهم وحاسم في صناعة النقل الجوي، فإنه لها أيضا أهمية إستراتيجية للمناطق التي تخدمها، حيث أنه في عدد من البلدان يتم دمج المطارات بشكل متزايد مع نظام النقل العام من خلال إنشاء روابط بشبكات السكك الحديدية وشبكات الطرق الرئيسية. كما يمكن للمطارات أن تجلب ثروة أكبر وتوفر فرص عمل كبيرة وتشجع التنمية الإقتصادية ويمكن أن تكون شريان الحياة للمجتمعات المعزولة.<sup>2</sup>

### أ- أنواع المطارات:

- **المطار الدولي** : وهو مطار مجهز لخدمة الخطوط الجوية الدولية، حيث يتمكن هذا النوع من المطارات إستقبال جميع أنواع الطائرات مهما كان عددها في وقت واحد نظرا لتوفره على العديد من الممرات التي تسمح بهبوط وإقلاع الطائرات. وغالبا هذا النوع من المطارات نجده متوفر على مستوى عواصم الدول والمدن الكبرى.

- **المطار المحلي** : وهو عبارة عن مطار مجهز لخدمة الرحلات الجوية الداخلية بين مدن الدولة الواحدة. وهو في الغالب لا يتوفر على نفس الخدمات التي يوفرها المطار الدولي.

- **المطار العسكري** : وهو يحتوي على مجموعة من الطائرات العسكرية، حيث يتم على مستواه الحركة الجوية للأفراد العسكريين فقط، ويقوم بتسيير هذا النوع من المطارات أفراد وقيادات عسكرية، حيث لا يسمح للأشخاص المدنيين بدخول هذا النوع من المطارات إلى بتصاريح أمنية خاصة. ويتميز هذا النوع من المطارات بإحتوائه على ثكنات ومخازن عسكرية.

### ب- الأقسام الرئيسية للمطارات

- **المنشأة الأرضية** : وتدعى كذلك مبنى الركاب، ويمكن تعريفه على أنه "المكان الذي يتم فيه تغيير الركاب والأمتعة والشحن بين الوضع الأرضي ووضع الهواء في المحطة التي تعتبر منشأة معالجة العمليات من خلال وسائل تكنولوجية. في حين أن هذا المكان يحتوي على مباني ومنشآت مهيأة لحماية الركاب والموظفين وتوفير الراحة لهم".<sup>3</sup>

يتضمن هذا القسم على بناء كبير يحتوي على مجموع هائلة من الخدمات المتعلقة بالمسافرين، وتتمثل هاته الخدمات في قاعات إنتظار وإستراحة للمسافرين، كما تحتوي على محطة أمتعة وعلى مواقف

<sup>1</sup>Kaustubh wakhale, Samersurve rohitshinde, designe of airport runway by international standards, international journal of advances in science engineering and technology, vol2, Issue 3, July 2014, P106.

<sup>2</sup>Anne Graham, Managing Airports, Routledge, New York, USA, 2018, P1.

<sup>3</sup>N, Sumathi Rarthasarathi, analysis of airport operations, international journal of latest technology in engineering management & applied science, Vol 7, issue 3, march 2018, P 120.

السيارات والحافلات للمسافرين، حيث نجد أن معظم المطارات الكبرى عبر العالم تكون قريبة من خطوط السكك الحديدية وكذا قطرات الأنفاق وغيرها من الأنظمة المختلفة للنقل، وكل هذا بهدف تسهيل عملية التنقل بالنسبة للمسافرين.

كما تحتوي أيضا هاته المنشأة على خدمات أخرى يحتاجها المسافر مثل محلات بيع وخدمات الإطعام حيث نلاحظ تواجد على مستوى المطارات الكبرى توفر أكبر العلامات التجارية للمأكولات والمطاعم وكذا المحلات التجارية المعروفة. كما تحتوي أيضا على مكاتب الحجز الفندقي وتأجير السيارات، مكاتب الصرف وكذا مكاتب شركات الطيران والبنوك بهدف إجراء المعاملات المالية. كما تتوفر على أماكن إقامة ركاب الترانزيت ومكاتب المقرات الخاصة بالخبراء والعملاء التقنيين، وكذا قاعة شرف لإستقبال أكبر الشخصيات. كل هاته الخدمات تعمل على توفير الراحة اللازمة للمسافرين وكسب رضاهم.

في هاته المنشأة تقدم شركات الطيران أولى خدماتها للمسافرين، حيث أنها توفر لهم عملية الإستقبال والتوجيه قبل بداية الرحلة، وكذا عملية بيع التذاكر وتسجيل الأمتعة وكذا صالات الإنتظار بالنسبة للمسافرين على متن الدرجة الأولى ودرجة رجال الأعمال. كما أن شركات الطيران أيضا تقدم خدمات ما بعد إنتهاء الرحلة على مستوى المطار من خلال تسليم الأمتعة ومعالجة جميع الشكاوى التي تقدم بها الزبائن.

- **مجالات حركة الطائرات :** ويعني بها جميع المجالات المتعلقة بالطائرة وحركتها كالمحدرات ومدراج الإقلاع والهبوط وأبراج المراقبة والمنارات وكذا الحضائر الخاصة بالطائرات. ويقدم المطار خدمتين رئيسيتين للطائرات وهما:

✓ **المراقبة الأرضية:** وتتضمن وجود مباني تهتم بمراقبة حركة النقل للطائرات من خلال الأليات المتواجدة على سطح المطار كوسائل نقل الأمتعة، والسلام المتحركة وكذا عربات التزويد بالوقود والتي تكون تابعة للمحطات الوقود الموجودة في المطار والتي تحتوي على خزانات كبيرة خاصة بوقود جميع أنواع الطائرات وغيرها من خدمات الصيانة والمراقبة الأرضية التي يقوم بها التقنيون والمختصين للتأكد من سلامة الطائرات. وكذا وجود مساحات لوقوف الطائرات وتكون مزودة بأجهزة إنارة وممر جانبي يسمح بدخول وخروج الطائرات من وإلى الحظيرة.

✓ **المراقبة الجوية:** وتتم هاته العملية عن طريق أبراج المراقبة، وعن طريق المحطات اللاسلكية وشاشات الرادار، ومهمة برج المراقبة هو توجيه الطائرة في الجو لتأمين هبوط أو إقلاع آمن لها. حيث يتم إبلاغ الطيار بوضعته بهدف مساعدته على التعرف على وضعيته في حالة عدم إتضاح الرؤية. لبرج المراقبة أيضا هدف آخر وهو إكتشاف أي طائرة تدخل المجال الجوي للبلد ومعرفة هويتها وتحديد وضعيتها في الجو ومحاولة تقديم المساعدة لها في حالة ما إن كانت تبحث عن هبوط إضطراري.

2- الطائرات: الطائرات هي العنصر أكثر تميزاً في نظام الطيران المدني.<sup>1</sup> وتعرف الطائرات على أنها آلة يمكن أن تستمد الدعم من الغلاف الجوي من خلال تفاعلات الهواء بخلاف تفاعلات الهواء على سطح الأرض".<sup>2</sup>

كما يمكن تعريف الطائرات على أنها مركبة جوية أثقل من الهواء، وهي من وسائل النقل الجوي تخلق إما شراعياً أو بمحرك واحد أو أربع محركات، تستطيع الطيران في الهواء اعتماداً على قوة الرفع المتولدة على أجنحتها أو عن طريق قوة سحب الهواء. حيث أن بعض الطائرات يتم التحكم فيها إلكترونياً عن بعد وتسمى طائرات التحكم عن بعد أو بدون طيار، والأغلبية يتم التحكم بها بواسطة طاقم متكون من القائد والمساعد وعمال الإقلاع.<sup>3</sup>

يمكن اعتبار الطائرة على أنها مركبة هوائية أثقل من الهواء تعمل بقوة محرك وتستخدم قوة رفعها للطيران في الجو بصفة أساسية من ردود فعل الهواء على أسطح تظل ثابتة في ظروف طيران معينة، غير ردود فعل الهواء على سطح الأرض، وتشمل المناطيد والبالونات والطائرات الشراعية والطائرات ذات الأجنحة الثابتة والمتحركة وغيرها.<sup>4</sup>

عليه يمكن القول إن الطائرة هي عبارة عن مركبة تخلق في الجو بمساعدة قوة محركها وهيكلها الذي يساعدها في تحويل الهواء إلى طاقة مساعدة على الطيران، بهدف التنقل من مكان إلى آخر، يقودها طاقم المركبة طاقم فيني يشرف على التحكم في إتجاهاتها من مكان الإقلاع حتى مكان الوصول.

أ- الخدمات التي تقدم على متن الطائرات: تقدم للمسافرين مجموعة من الخدمات على متن الطائرة تكون من وقت الوصول للركوب إلى التزول من الطائرة على متن الدرجات الثلاثة المتوفرة على الطائرة (درجة الأعمال، الدرجة الأولى، الدرجة السياحية)، ويمكن تلخيص هاته الخدمات التي يقدمها طاقم الطائرة إلى المسافرين فيما يلي:<sup>5</sup>

- الإقلاع الجيد والترحيب بالمسافرين.
- إرشاد المسافرين إلى مقاعد الجلوس، ويفضل إصطحابهم لها وعدم تركهم لوحدهم لأن ذلك سوف يشعرهم بعدم الإهتمام.
- تقديم التعليمات الخاصة بالإقلاع والهبوط أثناء سير الرحلة.

<sup>1</sup> Mike Hirst, The Air Transport System, Woodhead Publishing Limited, Cambridge, England, 2008, p105.

<sup>2</sup> Raport, civil aviation safety regulation, Indonesia, 2006, p 6

<sup>3</sup> الموقع <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B7%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D8%A9> شوهده يوم 2019/09/08.

<sup>4</sup> قانون تنظيم الطيران المدني، وزارة المواصلات، مملكة البحرين، 2013، ص 12.

<sup>5</sup> مدينة عثمان يوسف، إدارة خدمات النقل الجوي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 236.

- تعريف المسافرين بالأجهزة التي يمكن أن يتعاملوا بها كطلب مضيف، سماع الموسيقى، والإستمتاع بباقة الأفلام التي تتيحها شركات الطيران للمسافرين.
  - توفير مجلات وصحف حديثة للمسافر وتكون موضوعة أمام مقعده.
  - تقديم وجبات الطعام والشراب مع مراعاة الحالة الصحية للمسافر مثلا المسافرين المرضى بالسكري والأطفال لا تقدم لهم نفس الطعام المقدم للمسافرين العاديين.
  - الإستجابة السريعة لطلب المسافر.
  - الإجابة على جميع الإستفسارات.
  - مراعاة الظروف النفسية للمسافرين وعلى الأخص الذين يخشون السفر على متن الطائرة.
  - الإهتمام بالأطفال خاصة الذين يكونون بدون مرافق.
  - يمكن توفير على مستوى الطائرة سوق حرة يمكن فيها للمسافر إقتناء هدايا وعطور، والتي تكون غالبا تعكس تاريخ وثقافة الدولة التي تنتمي إليها شركة الطيران.
  - تقديم خدمات خاصة بمسافري درجة رجال الأعمال والدرجة الأولى نظرا للخصوصية الكبيرة التي يتمتع بها مسافري هاتين الدرجتين، حيث أن معظم مسافري هاتين الدرجتين يكونوا من الأغنياء ورجال الأعمال وأصحاب الشركات. ويكون عادة سعر تذكرة هاتين الدرجتين مرتفع مقارنة بالدرجة السياحية.
- ب- أهم الشركات المصنعة للطائرات عبر العالم:**

توجد في العالم مجموعة كبيرة من الشركات التي تنتج مجموعة متنوعة من الطائرات سواء كانت موجهة إلى الطيران المدني أو العسكري وحتى المركبات الموجهة للفضاء. وفيما يلي أهم أربع شركات مصنعة للطائرات الموجهة للأفراد في العالم:

- شركة إيرباص: منذ ما يقارب 48 سنة بدأت مغامرة الإيرباص مع عالم الطيران من خلال A330B في عام 1972، قامت أول طائرة تجارية مزدوجة الجسم برحلتها الأولى في العالم، حيث بدأ أسطول إيرباص بداية متباطئة جدا لكن سرعان ما إكتسبت الثقة في سوق الطيران وبدأت سمعتها في الإنتشار في العالم من خلال منتجاتها التي تتميز بالكفاءة العالية وكذا مراعاتها لجميع شروط السلامة والأمن وكذا الراحة.<sup>1</sup>

يقع مقر شركة إيرباص في أوروبا، وتعتبر أحد أكبر شركات الطيران في أوروبا وجميع العالم، حيث تمتلك خط إنتاج متنوع يشمل طائرات الركاب وطائرات الشحن والطائرات الخاصة وكذا الطائرات

<sup>1</sup> شركة إيرباص، الموقع الرسمي للشركة/ <https://www.airbus.com> شوهد يوم 19 أوت 2019.



العسكرية، كما توظف شركة إيرباص حوالي 120 ألف عامل على مستوى جميع وحداتها المنتشرة عبر العالم.

من الجدول الموالي سنبين أهم الطائرات التي تنتجها شركة إيرباص والتي هي موجهة لدعم حركة الطيران المدني في العالم:

الجدول رقم 03: أنواع الطائرات المدنية التي تنتجها شركة إيرباص

الارتفاع	الطول	مدى الطيران (كلم)	السرعة القصى كم/ساعة	عدد المقاعد الأقصى	النوع	الصف
11,5	35	6297	870	135	A220-100	عائلة A220
11,5	38,7	6204		160	A220-300	
12,5	31,4	5750	954,7	132	A318	عائلة A320
11,7	33,8	6850		160	A319Neo	
11,7	37,6	6300		194	A320Neo	
11,7	44,5	7400		244	A321Neo	
17,4	58,8	13450	918	406	A330-200	عائلة A330
16,8	63,7	11750		440	A330-300	
17,4	58,8	15094		406	A330-800	
16,8	63,7	13334		440	A330-900	
--	--	15200	1089	853	--	A380
17	66,8	15000	1040	440	A350-900	عائلة A350
17	73,8	16100		440	A350-1000	

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الموقع الرسمي لشركة إيرباص، <https://www.airbus.com/>

من الجدول رقم 03 نلاحظ أن شركة إيرباص تحوز على مجموعة كبيرة ومتطورة من الطائرات التي تواكب التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الطيران المدني في العالم، حيث أنها تملك أسطول طائرات يدعم المسافات الطويلة والقصيرة، وكذا توفر داخلها الوسائل اللازمة التي تضمن راحة المسافرين. تغطي شركة إيرباص جميع قارات العالم من خلال منتجاتها حيث أنها تحوز على نسبة 34% كحصة سوقية في قارة آسيا، وحصة 17% في أوروبا وحصة 14% في الأمريكيتين، و4% في قارة إفريقيا. حيث أن شركة إيرباص تملك ومنذ بداية ممارسة نشاطها في السوق العالمية تمتلك حوالي 19340 طلب على منتجاتها، تمكنت من تسليم 11763 منتج حتى ديسمبر 2018 حسب تقريرها السنوي، وعرف منتج عائلة A330 طلبا كبيرا، حيث بلغت عدد الطلبات على هذا المنتج حوالي 1734 طائرة حتى أواخر سنة 2018 وهذا لأنها تدعم المسافات الطويلة وتمتلك سعة مقعدية تحقق الأهداف التجارية للشركات التي تسعى للتوسع في الأسواق العالمية.

- شركة بوينغ : هي شركة أمريكية متعددة الجنسيات، وتعتبر أكبر شركة في العالم للطيران والرائدة في مجال تصنيع الطائرات التجارية وأنظمة الدفاع والفضاء والأمن ومزود خدمة دعم ما بعد البيع وهي المنافس الوحيد لشركة إيرباص عبر العالم، حيث تعتبر شركة بوينغ بأنها أكبر مصدر للتصنيع في أمريكا، تدعم الشركة شركات الطيران والحكومة الأمريكية والجهات المتحالفة معها في أكثر من 150 دولة. تشمل منتجات بوينغ والخدمات المصممة خصيصا للطائرات التجارية والعسكرية، والأقمار الصناعية، والأسلحة، والأنظمة الإلكترونية والدفاعية، وأنظمة الإطلاق، وأنظمة المعلومات والاتصالات المتقدمة، والخدمات اللوجستية والتدريب القائم على الأداء.<sup>1</sup>

تتمتع بوينغ بتقليد طويل من القيادة والابتكار في مجال الطيران. تواصل الشركة توسيع خط منتجاتها وخدماتها لتلبية إحتياجات العملاء. تشمل مجموعة قدراته الواسعة إنشاء أعضاء جدد وأكثر فاعلية من عائلة طائراتها التجارية؛ تصميم وبناء ودمج المنصات العسكرية وأنظمة الدفاع؛ خلق حلول التكنولوجيا المتقدمة. وترتيب خيارات التمويل والخدمات المبتكرة للعملاء.

توظف بوينغ أكثر من 153000 شخص في جميع أنحاء الولايات المتحدة وفي أكثر من 65 دولة. هذا يمثل واحدة من القوى العاملة الأكثر تنوعا وموهبة ومبتكرة في أي مكان. من خلال الجدول التالي نسعى إلى إبراز أهم الطائرات التي تنتجها شركة بوينغ، والتي هي متاحة في السوق حاليا وتدعم الطيران المدني في العالم:

<sup>1</sup> شركة بوينغ، الموقع الرسمي للشركة / <https://www.boeing.com>، شوهد يوم 20 أوت 2019.

الجدول رقم 04: أنواع الطائرات المدنية التي تنتجها شركة بوينغ

الارتفاع متر	الطول متر	مدى الطيران (كلم)	السرعة القصى كم/ساعة	متوسط عدد المقاعد	النوع	الصف
--	35,5	7130	842	153	B737MAX 7	B737 MAX
--	39,5	6570		178	B737MAX 8	
--	42,2	6570		193	B737MAX 9	
--	43,8	6110		204	B737MAX 10	
18,6	63,7	15843	1028	317	B777-200LR	B 777
18,5	73,9	13649		396	B777-300ER	
--	69,8	16170	1028	384	B777-8	B777X
--	76,7	13500		426	B777-9	
17	57	13530	1040	248	B787-8	B787 Dreamliner
17	63	13950		296	B787-9	
17	68	11750		336	B787-10	
12,6	31,2	5648	960,8	132	B737-600	B737
12,5	33,6	6230		126	B737-700	
12,5	33,6	10200		130	B737-700ER	
12,5	39,5	5665		162	B737-800	
12,5	42,1	6230		178	B737-900	
19,4	76,3	14310	918	410	--	B747-8

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الموقع الرسمي للشركة بوينغ، <https://www.boeing.com/>

من خلال الجدول رقم 04 نلاحظ أن شركة بوينغ تمتلك مجموعة هامة من المنتجات التي تؤهلها للوصول إلى ريادة صناعة الطيران في العالم. إن الطائرات التي تنتجها شركة بوينغ تدعم جميع الطلبات التي يتمنى الزبون الحصول عليها، حيث أنها تتميز بتوفير جميع الخدمات اللازمة للقيام برحلة في السماء بكل راحة وأمان.

حسب تقرير الشركة لسنة 2019، فإن منتجات الشركة متواجدة في كل بقاع العالم، حيث أن الشركة تغطي حصة 20,41% في قارة أوروبا من حصة سوق الطيران في القارة، كما تملك حصة 27,45% في القارتين الأمريكيتين، وحصة 2,63% في القارة الإفريقية، وحصة 7,11% في الشرق الأوسط، كما تملك حصة 2,91% في روسيا وأسيا الوسطى، كما تملك الشركة الحصة الأكبر في إقليم أسيا والباسيفيك بنسبة قدرت ب 39,49%.

- شركة بومبارديه : يقع مقرها الرئيسي في مونتريال بكندا، وتمتلك بومبارديه مواقع إنتاج وهندسة في 28 دولة عبر قطاعات النقل والطائرات التجارية والطائرات التجارية والهياكل الهندسية والخدمات الهندسية.

مع أكثر من 68000 موظف، تقوم شركة بومبارديه للطيران بتصنيع ودعم منتجات الطيران المتكثرة لأسواق الطائرات التجارية والمتخصصة. مع هذه المجموعة الشاملة من الطائرات، تحتل المرتبة الأولى في مجال الطائرات التجارية والإقليمية. حيث تضع طائراتها وخدماتها عالية الأداء معيار التميز في العديد من الأسواق، بما في ذلك<sup>1</sup>:

- طائرات رجال الأعمال: ليرجيت، تشالينجر والأسر الطائرات العالمية.
- الطائرات الإقليمية - سلسلة CRJ.
- الخدمات الجوية والهندسية: هياكل الطائرات، وإصلاح المكونات والخدمات الأخرى.
- حلول الطائرات المتخصصة: طائرة بومبارديه المعدلة لمهام خاصة.
- خدمات الطائرات والتدريب: قطع غيار الطائرات، الصيانة، التدريب، الدعم الفني والمنشورات والخدمات عبر الإنترنت.

- شركة امبراير : هي شركة برازيلية لصناعة الطائرات تأسست عام 1969 من طرف الحكومة البرازيلية وكانت أول طائرة أنتجتها الشركة هي طائرة توربينتيه مصممة للأغراض المدنية والعسكرية مع القدرة على نقل ما بين 15 إلى 21 راكبا. وتضم شركة امبراير حوالي 19 ألف موظف، يسعون دائما إلى توفير مجموعة من المنتجات المتعلقة بالشركة والسعي نحو تطويرها وتحسين أليائها للكسب المكانية اللازمة في سوق الطيران عبر العالم. أما بالنسبة لطراز الطائرة الأشهر فهي (الإمبراير 190) والتي تتسع لمائة وعشرة فرد، وطراز (195) التي تتسع لمائة وإثنين وعشرين راكب<sup>2</sup>.

تبقى شركة امبراير شركة صغيرة مقارنة بما تنتجه من طائرات وكذا مقارنة بالشركات السابقة التي تكسب حصة سوقية كبيرة في عالم الطيران.

**3- الطريق الجوي:** أو الممر الجوي هو فضاء جوي محدد يقع بين نقطتين، ويخضع لتنظيمات الملاحة الجوية الدولي<sup>3</sup>.

كما يعرف أيضا على أنه مصطلح عريض يشمل مجموعة من الأنشطة مع الهدف النهائي المتمثل في الإحتفاظ بالخدمة الجوية الحالية أو تحسين الوصول إلى الهواء والقدرة على تطوير إقتصاد مجتمع أو منطقة<sup>4</sup>. ويعرف كذلك بأنه المجال الجوي للملاحة بين نقطتين، تم تحديدهما بالقدر اللازم لتطبيق قواعد الطيران<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> الموقع الرسمي للشركة، <https://www.bombardier.com/en/home.html>، شوهد يوم 22 أوت 2019.

<sup>2</sup> الموقع الرسمي للشركة، <https://embraer.com/global/en/about-us>، شوهد يوم 22 أوت 2019.

<sup>3</sup> Muhammad abu dabash, aviation dictionary English -Arabic, dar al kutub al ilmiyah, Beirut, Lebanon, 2013, p53.

<sup>4</sup>Bojana Spasojevic, Gui Lohmann and Noel Scott, leader ship and governance in air route development, annuals of tourism research, June 2019, p3

<sup>5</sup> الموقع <https://www.thefreedictionary.com/air+route> شوهد يوم 2019/09/08.

في تعريف أحر للطريق الجوي عرف بأنه أنشطة التسويق التي تقوم بها المطارات بهدف إجتذاب طرق جديدة، على سبيل المثال من خلال المشاركة في مؤتمرات تطوير المسارات، وتقديم خطط وحوافز، وحضور الاجتماعات مع شركات الطيران، وإنتاج تقارير مخصصة لشركات الطيران.<sup>1</sup> من خلال ما سبق يمكن تعريف الطريق الجوي على أنه خط يربط بين نقطة الإنطلاق ونقطة الوصول تحده السلطات المختصة في ذلك بهدف توفير الأمن والسلامة في الجو، ويعتبر قرار إطلاق مسار جديد له تأثير كبير على نتائج شركات الطيران في السوق.

### المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على تقديم خدمات الطيران المدني

تتأثر صناعة الطيران بمجموعة من العوامل والتي تحول دون الوصول إلى أهدافها، وتتمثل هاته العوامل فيما يلي:

#### أولاً: موقع إنشاء المطار

يعتبر إختيار موقع إنشاء المطار مهما جدا، حيث أن المطارات تقام بصورة نموذجية على مساحات كبيرة من الأراضي المفتوحة، وهذا لكي يسهل حركات الطائرة داخله، ويجب التأكد من خلو المنطقة من نشاطات الكوارث الطبيعية وكذا بعدها عن المناطق الجبلية والتي تؤثر على حركة سير الطائرات. وكذا وجب أن يكون المطار قريب من المدن ذات الطابع الإقتصادي والسياسي وحتى السياحي لأنه يساهم في تنشيط هاته العوامل ويساعدها على النمو من خلال حركة المسافرين.

كذا وجب عند عملية إختيار موقع إنشاء المطار مراعات الأضرار الجانبية التي يمكن أن تحدثها الطائرات من ضوضاء وإهتزازات وكذا إنبعاثات هوائية، وإضافة إلى ذلك النفايات الصلبة والتي تؤثر في مجملها على البيئة. وللحد من هاته التأثيرات السلبية يجب إتخاذ مجموعة من التدابير نذكر أهمها فيما يلي:<sup>2</sup>

1- تخطيط الموقع الخاص بالمطار وتوجيه طرق وصول ومغادرة الطائرات المرتبطة بالتطوير الفعلي والمخطط له للمناطق السكنية، والمستقبلات الحساسة الأخرى للضوضاء في المنطقة المحيطة. وقد يتضمن هذا التنسيق مع السلطات المحلية التي تتمتع بالتأثير على تخطيط استخدام الأراضي وأنشطة تخطيط النقل على وجه العموم.

2- يتم تطبيق الإجراءات المفضلة والطرق الخاصة بهبوط وإقلاع الطائرات في المناطق التي يتوقع فيها وجود تأثيرات كبيرة من أجل تقليل الضوضاء المحتملة من جراء وصول ومغادرة الطائرات للمناطق الحساسة للضوضاء.

<sup>1</sup>Bojana Spasojevic, Gui Lohmann and Noel Scott, op cit, p3

<sup>2</sup> تقرير مجموعة البنك الدولي، إرشادات بشأن البيئة والصحة والسلامة الخاصة بالمطارات، 30 أبريل 2007، ص 2-5.

- 3- العمل مع السلطات المحلية لتحديد وتطبيق إستراتيجيات منع الضوضاء والسيطرة عليها في المناطق التي يجب تخفيف الضوضاء بها مثل العزل الصوتي للمباني المعرضة لضوضاء الطائرات التي تتجاوز المستويات التي تقرها السلطة المحلية أو القيود المفروضة على التشغيل الليلي لطرق هبوط معينة.
- 4- تحسين البنية التحتية للخدمات الأرضية لخفض تحرك المركبات الأرضية والطائرات على الممرات الرئيسية بهدف التقليل من الإنبعاثات الهوائية.
- 5- تقليل الإنبعاثات الهوائية المختلفة الناتجة من كيروسين الطائرات النفاثة وأنشطة تخزين ومناولة الوقود الأخرى.
- 6- في المطارات التي تعمل في حضائر طائرات رديئة، وجب توفير الإمداد بالطاقة الكهربائية والهواء مسبقا بواسطة معدات أرضية لتقليل إستخدام وحدات الطاقة المساعدة الخاصة بالطائرات.
- 7- يجب تشجيع مشغلي الخطوط الجوية ومقاولي تنظيف الطائرات على فصل النفايات الموجودة على متن الطائرة.
- 8- يجب التعامل مع نفايات الأغذية وفقا للوائح التنظيمية المحلية السارية والتي تهدف إلى حماية الإنسان والحيوان والبيئة التي يعيشان فيها.

### ثانيا: تقديم خدمات خاصة بالأجواء

هذا النوع من الخدمات هو كل ما يتعلق بحركة الطائرات أثناء الهبوط أو الإقلاع أو أثناء التواجد في الجو ويكون ذلك من خلال تقديم إرشادات تخص سلامة وأمن الطريق الجوي سواء كانت الأحوال الجوية جيدة أو سيئة وهذا تجنباً للحصول الكوارث.

تمثل مهنة تقديم الخدمات الخاصة بالأجواء أو كما تسمى أيضا بالمراقبة الجوية واحدة من أهم الركائز الأساسية في صناعة الطيران المدني، وتزايد تلك الأهمية بإرتفاع معدلات السفر السنوي، وتعاظم كثافة الحركة الجوية، وكذلك ما يمثله التقدم العلمي والتقني للإفادة في خدمة المراقبة الجوية بإستخدام الأقمار الصناعية وأجهزة الرادار المتطورة وتقنية البيانات الرقمية وما يتبع ذلك من حسابات آلية، وتجهيزات برمجية وغيرها. يمارس هذه المهنة أفراد مؤهلين للقيام بأعمال المراقبة الجوية حيث تتطلب منهم الوظيفة تنمية مهاراتهم بإستمرار عن طريق التدريب المتواصل والذي يتوافق مع تطور المراقبة الجوية وتنامي صناعة الطيران عبر العالم.<sup>1</sup>

وقد تم توفير هاته الخدمات الخاصة بالأجواء من أجل:<sup>2</sup>

<sup>1</sup>بن نوار بوسري ووسائل حدة وحيدة، نوعية حياة العمل لدى المراقبين الجويين دراسة ميدانية بمطار هواري بومدين، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 19، الجزائر، جوان 2015، ص 28.

<sup>2</sup>Lucy Budd and Stephen Ison, air transport management an international perspective, Routledge Taylor & Francis group, New York, USA, 2017, P224.

- ضمان سلامة الطائرات وركابها والأشخاص والممتلكات على الأرض من خلال منع التصادم بين الطائرات الموجودة في الجو وعلى الأرض.
- منع حدوث تصادمات بين الطائرات والأشياء في مطار.
- توفير المعلومات والنصائح للطيارين للمساعدة في إجراء الخدمات الجوية بكفاءة وأمان.
- الحفاظ على التدفق الآمن والمنظم للحركة الجوية عبر المجال الجوي.
- الإخطار والإتصال بخدمات الطوارئ الوطنية والوكالات العسكرية فيما يتعلق بأنشطة البحث والإنقاذ وتوغل المجال الجوي غير المصرح به بواسطة الطائرات الأجنبية.

### ثالثا: أمن وسلامة الطيران

تؤدي صناعة النقل الجوي دورا رئيسيا في الإقتصاد العالمي، ومع النمو الكبير المتوقع في الحركة الجوية في المستقبل، يصبح التخطيط لسلامة وأمن الطيران على المستويات الدولية والإقليمية والوطنية أمرا ضروريا لتنظيم هذا النمو بطريقة آمنة وفعالة، مع مراعاة المسؤولية البيئية.<sup>1</sup>

قد واكب تطور صناعة النقل الجوي تقدما وتطورا تقنيا وإداريا مصحوبا بتطور كبير في إدارة المخاطر مما أدى إلى تحسن واضح في معدلات السلامة، ويرجع إهتمام صناعة النقل الجوي بسلامة الطيران إلى أمران هامان أولهما قيمة الإنسان وهو الأهم والأعلى، وثانيهما تكاليف الحوادث والوقائع، وذلك أنه رغم التغطية التأمينية لكافة الحوادث والأخطار، إلا أن تداعيات إهتزاز الثقة تظل دون حدود، إذ أنها تضرب بشدة في رصيد الإنجازات لدي الرأي العام، وتظل التداعيات لدورة زمنية طويلة محققة خسائر كبيرة قد تطيح بشركات طيران وإدارات ومديرين.

تعمل صناعة النقل الجوي ومكوناتها من شركات طيران ومطارات تحت مظلة من معايير السلامة القياسية الدولية التي تشمل الجانبين الجوي والأرضي للمطارات، الجانب الجوي من ممرات لهبوط وإقلاع الطائرات والجانب الأرضي من صالات سفر ووصول الركاب والبضائع والبريد. وأيضا مجالات التشغيل والصيانة والتصميم والجودة والسلامة والبيئة سواء ما يطلق عليه البيئة بمفهومها الخارجي العالمي أو الوطني، والداخلي الوظيفي أو المهني.

### رابعا: الإتفاقيات الدولية والعلاقات الدبلوماسية بين البلدان

تشكل العلاقات الدبلوماسية وكذا الإتفاقيات الدولية بين الدول أهم عنصر في عملية تطوير حركة الطيران المدني، حيث أن هاته الفكرة لم تكن جديدة بل عرفت منذ بداية هاته الصناعة، حيث أن أول

<sup>1</sup> منظمة الطيران المدني الدولي، تقرير الخطة العالمية للسلامة الجوية 2018-2019، doc 10004، مونتريال، كندا، 2018-2019، ص15.

إتفاقية دولية كانت في شيكاغو وأنشأت على أثرها منظمة الطيران المدني الدولي، و جاءت مقدمة هاته الإتفاقية تقول: "في حين أن التطور المستقبلي للطيران المدني الدولي يمكن أن يساعد بشكل كبير على خلق والحفاظ على الصداقة والتفاهم بين دول وشعوب العالم ، ومع ذلك يمكن أن تصبح إساءة إستخدامها تهديدا للأمن العام حيث أنه من المرغوب فيه تجنب الإحتكاك وتعزيز هذا التعاون بين الأمم والشعوب التي يعتمد عليها سلام العالم ، وبالتالي فإن الحكومات الموقعة أدناه قد وافقت على مبادئ وترتيبات معينة من أجل تطوير الطيران المدني الدولي بطريقة آمنة ومنظمة، ويمكن إنشاء خدمات النقل الجوي الدولي على أساس تكافؤ الفرص وتشغيلها بطريقة سليمة وإقتصادية".<sup>1</sup>

مثل هاته الإتفاقيات تسهل عملية التنقل بالنسبة للسواح الذين يريدون إكتشاف مناطق جديدة عبر هذا العالم وهو ما يساهم في تطوير السياحة عبر العالم وكذا رجال الأعمال الذين يسعون إلى توسيع نشاطاتهم على المستوى الدولي.

### المبحث الثالث: المنظمات الدولية والإقليمية للطيران المدني

من أجل نجاح خدمات الطيران المدني والسير الحسن لجميع نشاطاته، وجب توفر مجموعة من الهيئات الدولية وكذا المنظمات التي تراقب وتواكب أهم التطورات التي تطرأ على الصناعة، وكذا تعالج أهم الإختلالات التي تحول دون تطور الطيران المدني.

#### المطلب الأول: الهيئات الدولية للطيران المدني:

تتمثل أهم الهيئات الدولية المنظمة لنشاط الطيران المدني في:

#### أولاً: المنظمة الدولية للطيران المدني الإيكاو (ICAO)

منظمة الطيران المدني الدولي الإيكاو هي وكالة من الوكالات المتخصصة للأمم المتحدة، أنشأت بشيكاغو في 1944/12/07 بموجب إتفاقية الطيران المدني الدولي. والإيكاو هي الهيئة الدائمة المكلفة بإدارة المبادئ المنصوص عليها في الإتفاقية. وتحدد القواعد اللازمة لسلامة الطيران وأمنه وكفاءته وإنتضامه، وكذلك حماية البيئة في مجال الطيران، وتشجع على تنفيذها. ويبلغ عدد أعضاء الإيكاو 192 دولة في 2018/12/31 ويوجد مقرها الرئيسي في مونتريال بكندا ولديها مكاتب إقليمية في بانكوك، والقاهرة وداكار، وليما، المكسيك العاصمة، ونيروبي وباريس بالإضافة إلى المكتب الإقليمي في بيكين. وتتكون منظمة الطيران المدني الدولي من هيئة ذات سيادة هي الجمعية العمومية ومجلس إدارة هو مجلس المنظمة. وتضم الجمعية العمومية ممثلين عن جميع الدول المتعاقدة، وتجتمع مرة كل ثلاث سنوات، وتستعرض بشكل مفصل الأعمال الكاملة للمنظمة، وتحدد السياسات الخاصة بالسنوات المقبلة وتوافق

<sup>1</sup>Site web <https://www.icao.int/publications/Pages/doc7300.aspx>, consulte le 10/09/2019.



على البيانات المالية الصادرة منذ الدورة الأخيرة للجمعية العمومية وتبحث أيضا في شؤون ميزانية الثلاث السنوات. وقد إجتمعت الجمعية العمومية آخر مرة في 2019.<sup>1</sup>

**1- الأهداف الإستراتيجية للإيكافو:** في إطار سعي منظمة الطيران المدني الدولي إلى دعم شبكة النقل الجوي العالمي وتلبية إحتياجات مؤسسات الأعمال والركاب في مجالات التنمية الإجتماعية والإقتصادية والترابط الأوسع نطاقا، على الصعيد العالمي. بل وتخطى هذه الإحتياجات، وإدراكا للحاجة الجلية إلى إستباق المضاعفة المتوقعة لسعة النقل الجوي العالمي بحلول عام 2030 وإدارتها دون أن تلحق أثارا سلبية على سلامة نظام النقل وكفاءته وملائمته وأدائه البيئي، حددت المنظمة الأهداف الإستراتيجية الخمسة التالية:<sup>2</sup>

**أ- السلامة:** تحسين سلامة الطيران المدني العالمي، ويركز هذا الهدف الإستراتيجي في المقام الأول على قدرات الرقابة التنظيمية للدول. الخطة العالمية للسلامة الجوية تحدد الأنشطة السياسية لفترة ثلاث سنوات.

**ب- سعة وكفاءة الملاحة الجوية:** زيادة قدرة شبكة الطيران المدني العالمي وتحسين كفاءته. وعلى الرغم من أن الهدف الإستراتيجي يعتمد وظيفيا وتنظيميا على السلامة، إلا أنه يركز أولا على تحديث الملاحة الجوية والبنية الأساسية للمطارات وإعداد إجراءات جديدة للوصول بأداء شبكة الطيران إلى حده الأمثل. وتحدد خطة قدرة الملاحة الجوية العالمية وكفاءتها الأنشطة الرئيسية لفترة السنوات الثلاث.

**ت- الأمن والتسهيلات:** تعزيز أمن وتسهيلات الطيران المدني العالمي. ويعكس هذا الهدف الإستراتيجي الحاجة إلى الدور القيادي للإيكافو في أمن الطيران وتسهيلاته وما يتصل بها من أمور أمنية على الحدود.

**ث- التنمية الإقتصادية للنقل الجوي:** تعزيز إقامة شبكة للطيران المدني تتسم بالسلامة والإقتصاد. ويعكس هذا الهدف الإستراتيجي الحاجة إلى الدور القيادي للإيكافو في تنسيق إطار النقل الجوي الذي يركز على السياسات الإقتصادية وما يدعمها من أنشطة.

**ج- الحماية البيئية:** تقليل الأثار البيئية الضارة لأنشطة الطيران المدني. ويعزز هذا الهدف الإستراتيجي الدور القيادي للإيكافو وفي جميع الأنشطة البيئية المتصل بالطيران ويتمشى مع سياسات وممارسات حماية البيئة التي تتبعها منظمة الطيران المدني الدولي ومنظومة الأمم المتحدة.

### ثانيا: إتحاد النقل الجوي الدولي (IATA)

منظمة عالمية غير حكومية، تأسست (IATA) في هافانا بكوبا في 19 أبريل 1945. إنها الأداة الرئيسية للتعاون بين شركات الطيران في الترويج لخدمات جوية آمنة وموثوقة وإقتصادية لصالح المستهلكين

<sup>1</sup> منظمة الطيران المدني الدولي، تقرير البيانات المالية وتقارير مراجع الحسابات الخارجي عن السنة المنتهية 2018/12/31، doc 10129، مونتريال، كندا، 2019، ص 01.

<sup>2</sup>Site web <http://www.icao.int/about-icao/Council/Pages/AR/Strategic-Objectives.aspx>, consulté le 10/09/2019.

في العالم. إن صناعة النقل الجوي الدولي المحدولة أكبر بأكثر من 100 مرة مما كانت عليه في عام 1945. قليل من الصناعات يمكن أن تتطابق مع ديناميكية هذا النمو، الذي كان سيصبح أقل إثارة بكثير بدون المعايير والممارسات والإجراءات التي تم تطويرها داخل إتحاد النقل الجوي الدولي. يعد إتحاد النقل الجوي الدولي (IATA) الحالي خليفة للرابطة الدولية للملاحة الجوية التي تأسست في لاهاي عام 1919 أي عام أول خدمات دولية مجدولة في العالم. عند تأسيسها، كان لدى إتحاد النقل الجوي الدولي 57 عضواً من 31 دولة معظمهم في أوروبا وأمريكا الشمالية. تضم اليوم نحو 290 عضواً من 120 دولة في جميع أنحاء العالم. وللإياتا مكتبان رئيسيان أحدهما في مونتريال بكندا والآخر في جنيف بسويسرا.<sup>1</sup>

### 1- مهمة إتحاد النقل الجوي الدولي: تتمثل مهمة (IATA) في:<sup>2</sup>

أ- تمثيل صناعة الطيران: تعمل على تحسين فهم صناعة النقل الجوي بين صانعي القرار وزيادة الوعي بالمنافع التي يجلبها الطيران للاقتصادات الوطنية والعالمية. من أجل الدفاع عن مصالح شركات الطيران في جميع أنحاء العالم، فإنها تتحدى القواعد والرسوم غير المعقولة، وتخضع الهيئات التنظيمية والحكومات للمساءلة وتناضل من أجل تنظيم معقول.

ب- قيادة صناعة الطيران: لأكثر من 70 عاماً، تقوم المنظمة بتطوير معايير تجارية عالمية مبنية عليها صناعة النقل الجوي. هدفها هو مساعدة شركات الطيران من خلال تبسيط العمليات وزيادة راحة الركاب مع تقليل التكاليف وتحسين الكفاءة.

ت- خدمة صناعة الطيران: تساعد المنظمة شركات الطيران على العمل بأمان وكفاءة وإقتصادياً وفقاً لقواعد محددة بوضوح. يتم تقديم الدعم الإحترافي لجميع أصحاب المصلحة في الصناعة مع مجموعة واسعة من المنتجات وخدمات الخبراء.

2- أهم المؤتمرات التي تعقدتهم منظمة النقل الجوي الدولي: تعقد منظمة النقل الجوي الدولي عدة مؤتمرات وكذا لقاءات تهدف في جلها إلى تطوير قطاع الطيران المدني، ومن بين هاته المؤتمرات ما يلي:<sup>3</sup>

أ- مؤتمر خدمات الركاب التابع للإياتا: ويتخذ إجراءات بشأن خدمات الركاب بما في ذلك معاملة الركاب ومناولة الأمتعة، والوثائق، والإجراءات، والقواعد والأنظمة، وعمليات الحجز، وإصدار التذاكر ومواعيد الرحلات والإستخدام الآلي.

ب- مؤتمر الإياتا لوكالات سفر الركاب: ويتخذ إجراءات بشأن العلاقات فيما بين شركات الطيران والوكلاء المعتمدين لمبيعات الركاب والوسطاء الآخرين ولكن بإستثناء مستويات الأتعاب.

<sup>1</sup>Site web <https://www.iata.org/about/pages/history.aspx>, consulte le 10/09/2019.

<sup>2</sup> Ibid, 10/09/2019.

<sup>3</sup> منظمة الطيران المدني الدولي، دليل تنظيم النقل الجوي، doc 9626، 2004، ص 97.

ت- مؤتمر الإياتا لخدمات الشحن: ويتخذ إجراءات بشأن تسهيل وتحسين خدمة الشحن الجوي من خلال التوحيد القياسي للإجراءات وتبادل البيانات والنظم.

ث- مؤتمر الإياتا لوكالات الشحن: ويتخذ إجراءات بشأن العلاقات فيما بين شركات الطيران والوسطاء الذين ينظمون مبيعات و/أو خدمات الشحن الجوي الدولي، ولكن بإستثناء مستويات الأتعاب.

ج- مؤتمر الإياتا لتنسيق التعريفات: يستخدم لإجراء المفاوضات بشأن التعريفات والإشتراك في هذا النشاط إختياري وهو يتضمن مؤتمرات الإياتا لتنسيق تعريفات الركاب والتي تعمل على إعداد أجور سفر الركاب والشروط ذات العلاقة. وكذا مؤتمرات الإياتا لتنسيق تعريفات الشحن والتي تعمل على إعداد الأسعار للشحن والشروط ذات العلاقة.

### المطلب الثاني: المنظمات الإقليمية الحكومية للطيران المدني

إضافة إلى المنظمات والهيئات الدولية التي تنشط في العالم، والتي تسهر على تحسين وتطوير صناعة النقل الجوي في العالم. توجد كذلك مجموعة أخرى من الهيئات والمنظمات الإقليمية الحكومية الناشطة في مجال النقل الجوي، والتي تتمثل أهمها في:

#### أولاً: اللجنة الإفريقية للطيران المدني (AFCAC)

وكالة متخصصة تابعة لمنظمة الوحدة الإفريقية، وقد أنشئت في أديس أبابا في يناير 1969. وعضويتها مفتوحة لجميع الدول الإفريقية الأعضاء في منظمة الوحدة الإفريقية وللدول الأخرى الأعضاء في اللجنة الاقتصادية لإفريقيا التابعة للأمم المتحدة، بشرط موافقة منظمة الوحدة الإفريقية.<sup>1</sup>

منذ البداية كانت المنظمة تدار من الناحية الفنية والإدارية والمالية من قبل الإيكاو من خلال مساهمات الدول الأعضاء الإفريقية. أصبحت (AFCAC) مستقلة عن إدارة الإيكاو في 1 يناير 2007.<sup>2</sup> ومن بين أهم النشاطات التي تقوم بها اللجنة الإفريقية للطيران المدني:<sup>3</sup>

- تنسيق مسائل الطيران المدني في إفريقيا والتعاون مع منظمة الطيران المدني الدولي وجميع المنظمات الأخرى ذات الصلة والهيئات الأخرى التي تشارك في تعزيز وتطوير الطيران المدني.

- تسهيل وتنسيق وضمان التنفيذ الناجح لقرار ياموسوكرو من خلال الإشراف على صناعة النقل الجوي المحررة في إفريقيا وإدارتها.

<sup>1</sup> منظمة الطيران المدني الدولي، دليل تنظيم النقل الجوي، مرجع سبق ذكره، ص 87.

<sup>2</sup> Site web <http://afcac.org/en/index.php>, consulte le 10/09/2019.

<sup>3</sup> Ibid, consulte le 10/09/2019.

- صياغة وإنفاذ القواعد واللوائح المناسبة التي توفر فرصة عادلة ومتساوية لجميع أصحاب المصلحة وتشجع المنافسة العادلة.
  - تعزيز التفاهم بشأن المسائل السياسية بين الدول الأعضاء والدول في أجزاء أخرى من العالم.
  - تعزيز حملة أمور منها تنفيذ معايير الإيكاو والممارسات الموصى بها من أجل السلامة والأمن وحماية البيئة والتنظيم في قطاع الطيران.
  - ضمان الالتزام بقرارات المجلس التنفيذي والجمعية وتنفيذها.
- الجمعية العمومية للجنة الإفريقية هي الهيئة العليا في تلك المنظمة وهي تجتمع مرة كل ثلاث سنوات لوضع برنامج العمل والميزانية، والبت في بعض الأمور الأخرى. ويتألف مكتب اللجنة من الرئيس وخمسة نواب للرئيس (يمثلون شمال وشرق ووسط وغرب وجنوب القارة الإفريقية)، وتنتخبهم الجمعية العمومية، ويوجه المكتب برنامج العمل وينسقه بين دورات الجمعية العمومية. تركز سياسة النقل الجوي العامة للجنة على تكامل شركات الطيران الإفريقية من خلال الإندماج. والعمليات المشتركة وتشكيل الإتحادات بينها، والتبادل المتحرر لحقوق النقل بين الدول الأعضاء، ورسم سياسة خارجية مشتركة. وترعى اللجنة الإفريقية للطيران المدني المؤتمر الإفريقي لتعريفات النقل الجوي، الذي يتولى التفاوض بشأن جميع أمور التعريفات الجوية التي تهم الأعضاء وتنسيقها والبت فيها. ومنذ عام 1982، وإلى حين التصديق على الاتفاقية المؤسسة لهذا المؤتمر، إستخدم إتحاد شركات النقل الجوي الإفريقية جهاز مؤتمر التعريفات، الذي تقضي الاتفاقية بإنشائه، على سبيل التجربة لعقد إجتماعات سنوية يناقش فيها مسؤولون من شركات الطيران وينسقون مواقفهم إتجاه أنواع مختلفة من مسائل التعريفات، وبوجه عام قبل عقد إجتماعات الإياتا لتنسيق التعريفات.<sup>1</sup>

### ثانيا: اللجنة الأوروبية للطيران المدني (ECAC)

تأسست في ستراسبورغ عام 1954 بناء على مبادرة من الإيكاو والمجلس الأوروبي. ويتمثل الغرض الأساسي للجنة الأوروبية في تطوير الطيران المدني الأوروبي من خلال التنسيق والتعاون. ويبلغ عدد أعضائها 44 عضوا مع نهاية 2018. وتتمثل مهمة اللجنة الأوروبية للطيران المدني هي تشجيع التطوير المستمر لنظام نقل جوي أوروبي آمن وفعال ومستدام. مع العمل على مواءمة سياسات وممارسات الطيران

<sup>1</sup> منظمة الطيران المدني الدولي، دليل تنظيم النقل الجوي الدولي، مرجع سبق ذكره، ص 87.

المدني بين دولها الأعضاء، وتعزيز التفاهم بشأن المسائل السياسية بين الدول الأعضاء والمناطق الأخرى في العالم.<sup>1</sup>

المؤتمر العام للجنة هو الهيئة العليا في هذه المنظمة وتجتمع كل ثلاث سنوات وفي دورات متوسطة للنظر في برنامج العمل وإتخاذ قرارات أساسية بشأن السياسات العامة. وتعد اجتماعات المديرين العامين للطيران المدني تحت رعاية اللجنة بصفة متكررة لعقد مشاورات أحيانا على أساس غير رسمي لمعالجة أمور عاجلة. وتستخدم اللجنة العديد من فرق ومجموعات العمل ولجان الخبراء. وهناك لجنة التنسيق التي تنسق أعمال اللجان الدائمة الأربع وإجتماعات المديرين العامين، وتشرف كذلك على الأوضاع المالية للجنة. تصدر اللجنة الأوروبية للطيران المدني قرارات وبيانات سياسة عامة التي يمكن إدخالها في القواعد التنظيمية الوطنية لكل دولة عضو. وتعمل اللجنة أيضا كساحة للمناقشات الجماعية بين أوروبا وغيرها من المناطق أو الدول، وتعد إتفاقيات وترتيبات ومذكرات تفاهم دولية. ويرتبط باللجنة الأوروبية للطيران المدني هيئة سلطات الطيران المشتركة، التي أنشئت في 1979، وتتولى المسؤولية إقليميا عن السلامة الجوية، بما في ذلك صلاحية الطائرات وشؤون العمليات والصيانة.<sup>2</sup>

### ثالثا: لجنة الطيران المدني لأمريكا اللاتينية (CLAC)

أنشئت هاته اللجنة في المؤتمر الثاني لسلطات الطيران في أمريكا اللاتينية في مكسيكو سيتي في عام 1973. وعضوية اللجنة مفتوحة لجميع دول الأمريكيتين.<sup>3</sup> عقدت أول جمعية للجنة في مدينة بوينس آيرس في أوت 1974. في ذلك التاريخ، كانت 16 دولة قد وقعت بالفعل على النظام الأساسي للجنة، وبذلك بدأت في العمل في واحدة من أكبر منظمات الطيران المدني الدولي أهمية في أمريكا اللاتينية.<sup>4</sup> وهي تضم 22 دولة نهاية سنة 2018. ويتمثل الهدف الأساسي للمنظمة في تزويد سلطات الطيران المدني في الدول الأعضاء بهيكل مناسب يمكن من خلاله مناقشة وتخطيط جميع التدابير اللازمة للتعاون وتنسيق أنشطة الطيران المدني.

كما أن لها بعض الأهداف الثانوية تتمثل في:<sup>5</sup>

- توسيع التعاون والتنسيق في أنشطة الطيران المدني في أمريكا اللاتينية
- المساهمة في تطوير وتكامل النقل الجوي في أمريكا اللاتينية

<sup>1</sup> Site web <https://www.ecac-ceac.org/web/guest> , consulte le 10/09/2019

<sup>2</sup> منظمة الطيران المدني الدولي، دليل تنظيم النقل الجوي الدولي، مرجع سبق ذكره، ص 87،88

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 88.

<sup>4</sup> Site web <http://clacsec.lima.icao.int/index.html> , consulte le 10/09/2019.

<sup>5</sup> Ibid, consulte le 10/09/2019.

- دعم الحفاظ على مستويات عالية من السلامة والإستدامة وجودة النقل الجوي
- تعزيز تمثيل أمريكا اللاتينية في الملتقيات والمناسبات الدولية
- تسعى هاته اللجنة إلى نشر مجموعة من القيم والمبادئ بين أعضاء لجنة الطيران المدني لأمريكا اللاتينية وتمثل هاته القيم فيما يلي:<sup>1</sup>
- **التسامح والتفاهم**: يمثل التسامح والتفاهم قيماً أساسية لأعضاء لجنة الطيران المدني لأمريكا اللاتينية الذين يجب عليهم إحترام السياسات الداخلية لكل دولة، والسعي إلى توافق إقليمي في قراراتهم.
- **الشفافية**: يجب أن يكون عمل لجنة الطيران المدني لأمريكا اللاتينية واضحاً ويمكن الوصول إليه دون لبس في جميع جوانبه.
- **الإلتزام**: درجة عالية من التحديد والوفاء بالإلتزامات المتعاقدة من قبل الدول الأعضاء وموظفي لجنة الطيران المدني لأمريكا اللاتينية.
- **المساواة**: الدول الأعضاء في لجنة الطيران المدني لأمريكا اللاتينية لها سيادة ولها نفس الحقوق والواجبات.
- **التزاهة**: يجب أن يتصرف ممثلو الدول الأعضاء ومسؤولو لجنة الطيران المدني لأمريكا اللاتينية بطريقة مباشرة وقابلة للإثبات ولا عيب فيها.
- **عدم التمييز**: يجب على ممثلي الدول الأعضاء ومسؤولي لجنة الطيران المدني لأمريكا اللاتينية عدم التمييز التعسفي على أساس العرق أو الدين أو اللغة أو الجنس أو الرأي أو الثقافة أو الميول الجنسية.

#### رابعا: الهيئة العربية للطيران المدني (ACAC)

أنشئت في عام 1995 تحت رعاية جامعة الدول العربية وخلفت مجلس الطيران المدني للدول العربية. ومقرها الرباط المغرب، وعضويتها مفتوحة لجميع الدول الأعضاء في الجامعة العربية. وهي تهدف إلى وضع خطة لتطوير الطيران المدني العربي وتأمين سلامته، والنهوض بالتعاون والتنسيق بين الدول الأعضاء في مجال الطيران المدني، ووضع القواعد والأنظمة اللازمة لتحقيق تناسق الطيران المدني وتأمين نموه وتطوره تلبية لإحتياجات الدول العربية إلى نقل جوي يتسم بالسلامة والكفاءة والإنتظام<sup>2</sup>. ويبلغ أعضاء المنظمة 22 عضوا سنة 2018.

- 1- **أهداف وإختصاصات المنظمة العربية للطيران المدني**: تتمثل أغراض وأهداف المنظمة في تزويد سلطات الطيران المدني في الدول الأعضاء بإطار للعمل المشترك من أجل:<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Site web <http://clacsec.lima.icao.int/index.html> , op cit, consulte le 10/09/2019.

<sup>2</sup> منظمة الطيران المدني الدولي، دليل تنظيم النقل الجوي الدولي، مرجع سبق ذكره، ص 88.

<sup>3</sup> Site web <http://acao.org.ma/home.php>, consulte le 10/09/2019.

- أ- وضع تخطيط عام للطيران المدني بين الدول العربية قصد تنمية وتأمين سلامته.
- ب- النهوض بالتعاون والتنسيق الواجب بين الدول الأعضاء في مجال الطيران المدني ووضع الأسس الكفيلة بذلك ليكون ذا طابع موحد.
- ت- العمل على تنمية وتطوير الطيران المدني العربي بشكل يستجيب لحاجيات الأمة العربية في نقل جوي آمن وسليم ومنتظم.
- تقوم المنظمة بأداء جميع المهام الضرورية لتنفيذ أغراضها وأهدافها وبوجه خاص ما يلي:<sup>1</sup>
- أ- إجراء البحوث وإعداد الدراسات، حسبما يلزم، بشأن الجوانب الاقتصادية والتنظيمية والقانونية والفنية والأمنية المتعلقة بالطيران المدني بين الدول الأعضاء.
- ب- تنسيق مواقف الدول الأعضاء بصدد الأمور ذات المصلحة المشتركة والإهتمام المشترك في مجال الطيران.
- ت- تشجيع ومساندة التكامل بين مؤسسات النقل الجوي العربية.
- ث- تشجيع ومساندة صناعة الطيران بوجه عام والنهوض بإستخدامها في الدول الأعضاء.
- ج- رصد التغييرات، بما في ذلك التغييرات التقنية في الطيران المدني وتقييد متطلبات الدول الأعضاء للإستجابة للتحديات المهمة.
- ح- تشجيع التنسيق والتوافق بين تشريعات وإجراءات الطيران المدني في الدول الأعضاء والعمل على توحيد تلك التشريعات والإجراءات.
- خ- تشجيع تطبيق القواعد القياسية وأساليب العمل الموصى بها في ملاحق إتفاقية الطيران المدني الدولي.
- د- تعزيز الترتيبات بين الدول الأعضاء كلما ساهم ذلك في تنفيذ الخطط الإقليمية الصادرة عن منظمة الطيران المدني الدولي بخصوص التجهيزات والخدمات الخاصة بالملاحة الجوية.
- ذ- تسهيل تبادل المعلومات الخاصة بسلامة الطيران والنهوض بالوعي الأمني بين الدول الأعضاء.
- ر- التنسيق بخصوص برامج التدريب والتكوين مع تشجيع وضع البرامج لتطوير معاهد التكوين، وجعلها تستجيب للحاجيات الحالية والمستقبلية للعاملين في مجال الطيران المدني.
- ز- دراسة أي موقف من شأنه عرقلة تقدم النقل الجوي والملاحة الجوية في الدول العربية وذلك بناء على طلب أي دولة عضو والتوصية بما تراه مناسباً.

<sup>1</sup> Site web <http://acao.org.ma/home.php>, op cit, consulte le 10/09/2019.

## المطلب الثالث: المنظمات الإقليمية غير الحكومية للطيران المدني

إضافة إلى المنظمات والهيئات الإقليمية الحكومية التي تعمل في ممارسة نشاطها على تقديم تسهيلات وإقتراحات تساهم بشكل كبير في تطوير صناعة النقل الجوي إقليميًّا، توجد كذلك هيئات ومنظمات إقليمية أخرى لكنها غير حكومية تحاول القيام بنفس دور المنظمات الحكومية. وتتمثل أهم هاته المنظمات الإقليمية غير الحكومية فيما يلي:

## أولاً: إتحاد شركات الطيران الإفريقية

هي معروفة أيضا بإسم رابطة شركات الطيران الإفريقية و باختصار (AFRAA)، هي جمعية تجارية لشركات الطيران التي تنحدر من إفريقيا. تأسست في أكرا عاصمة غانا في عام 1968، ومقرها اليوم في نيروبي كينيا، والغرض الرئيسي من إتحاد شركات الطيران الإفريقية هو إقامة وتيسير التعاون بين شركات الطيران الإفريقية. لقد كان تكوين الإتحاد الإفريقي للخطوط الجوية نتيجة للتطورات التاريخية والضرورات الاقتصادية. في أوائل الستينيات، إنضم عدد كبير من الدول الإفريقية إلى الإستقلال وأنشأت شركات طيران وطنية خاصة بها. أصبحت معظم هذه الخطوط الجوية أعضاء في الإتحاد الدولي للنقل الجوي.<sup>1</sup> بدأ إتحاد شركات الطيران الإفريقية نشاطه في عام 1963، عندما بدأ عدد من شركات الطيران الإفريقية التي إنتهزت الإجتماع العام السنوي للإتحاد الدولي للنقل الجوي (IATA)، عقد إجتماعات إستشارية قبل إجتماعات الجمعية العامة العادية للإتحاد الدولي للنقل الجوي (IATA) لمناقشة المسائل التي تم الخطوط الجوية الإفريقية وتبني مواقف مشتركة. كانت هذه هي الخطوة الأولى نحو إنشاء إتحاد شركات الطيران الإفريقية. منذ تلك الخطوة الأولى في روما في عام 1963، تم إنشاء منظمة إقليمية في عام 1968 في أكرا لتوضيح وجهات النظر الإقليمية وتعزيز التعاون من قبل 14 عضوا مؤسسا.<sup>2</sup> إتحاد شركات الطيران الإفريقية كرابطة له الأهداف الإستراتيجية التالية:<sup>3</sup>

- النقل الجوي الآمن والموثوق. تعزيز أفضل ممارسات الصناعة لدعم النقل الجوي الآمن والموثوق به في إفريقيا
- تعزيز رؤية وسمعة وتأثير الخطوط الجوية الإفريقية في صناعة الطيران العالمية.
- النقل الجوي المستدام.
- الدعوة إلى خفض تكاليف خدمات النقل الجوي في أفريقيا عن طريق تخفيض الضرائب والرسوم والتكاليف.
- السعي لتنفيذ تنمية الموارد البشرية الفعالة من حيث التكلفة.

<sup>1</sup>Site web [https://en.wikipedia.org/wiki/African\\_Airlines\\_Association](https://en.wikipedia.org/wiki/African_Airlines_Association), consulte le 10/09/2019.

<sup>2</sup> Site web <https://afraa.org/>, consulte le 10/09/2019.

<sup>3</sup> Ibid, consulte le 10/09/2019.



- الضغط للوصول إلى الأسواق لزيادة الإيرادات وتعزيز الإتصال لقطاع الطيران في إفريقيا.
- القيام بتنفيذ مبادرات مشتركة تهدف إلى خفض تكاليف التشغيل لشركات الطيران وزيادة الإيرادات وحصتها في السوق.
- تسهيل وتشجيع الشراكة بين شركات الطيران الإفريقية.
- العمل على أن يكون الإتحاد مركزاً للبيانات والاستخبارات والخبرة في صناعة الطيران الإفريقية.

### ثانياً: الإتحاد العربي للنقل الجوي

إن المنظمة العربية لشركات النقل الجوي، التي تأسست عام 1965 في إطار جامعة الدول العربية، هي الرابطة الإقليمية للخطوط الجوية العربية التي يوجد مقرها الرئيسي في عاصمة لبنان بيروت، هي منظمة غير ربحية تخدم شركات الطيران العربية تمثل وتدافع عن مصالحها المشتركة إقليمياً وعالمياً، من خلال إنشاء أطر مشتركة تهدف إلى تطوير عمليات إقتصادية وآمنة لأعضائها. كما تعمل بطريقة تتسق مع جميع قوانين المنافسة وغيرها من القوانين المعمول بها، تعاونها من أجل تحسين كفاءتها التشغيلية وخدمة الجمهور المسافرين بشكل أفضل.<sup>1</sup>

تعمل هاته المنظمة على تحقيق مجموعة من الأهداف التي تساهم في تطوير ونمو صناعة الطيران في المنطقة ومن بين هاته الأهداف نذكر ما يلي:<sup>2</sup>

- دعم سعي شركات الطيران العربية لأعلى معايير السلامة والأمن.
- دعم سعي شركات الطيران العربية لتطوير سياساتها البيئية الخاصة بالعمليات المنسجمة مع البيئة.
- المساهمة بنشاط في تنمية الموارد البشرية.
- التفاعل مع الهيئات التنظيمية لدعم وحماية مصالح شركات الطيران العربية.
- إطلاق مشاريع مشتركة بين شركات الطيران الأعضاء بهدف تحقيق كفاءات من شأنها خفض تكاليفها بطريقة تتوافق مع جميع قوانين المنافسة المعمول بها وغيرها من القوانين والتي تعزز أفضل ممارسات الأعضاء.
- توفير منتديات للأعضاء ولشركاء الصناعة لتعزيز قاعدة المعرفة.
- إبراز الصورة الإيجابية للخطوط الجوية العربية على مستوى العالم.

### ثالثاً: إتحاد شركات الطيران في آسيا والمحيط الهادي

هي رابطة غير هادفة للربح، لكن يتم تمويل نشاطها من خلال إشتراكات عضوية شركات الطيران السنوية. وتأسست هاته الرابطة في 30 سبتمبر 1966، ويقع مقرها في العاصمة الماليزية كوالالمبور.

<sup>1</sup> Site web <https://aaco.org/about-us/corporate-mission>, consulte le 10/09/2019.

<sup>2</sup> Ibid, consulte le 10/09/2019.

الغرض من إنشاء هذا الإتحاد هو أن يكون بمثابة منتدى مشترك للتعبير عن وجهات نظر الأعضاء بشأن مسائل وقضايا ذات إهتمام مشترك بصناعة الطيران في منطقة آسيا والمحيط الهادئ، وتعزيز التعاون الوثيق وكذا تهيئة جو ملائم لتحفيز صناعة السفر والسياحة بإعتبارها مساهم رئيسي في التنمية الإقتصادية والإجتماعية والثقافية.<sup>1</sup>

ينوب إتحاد شركات الطيران في آسيا والمحيط الهادئ عن شركات النقل الجوي في آسيا والمحيط الهادئ وي طرح وجهات نظر آسيوية عند التعامل مع الحكومات ومصنعي الطائرات وسلطات المطارات وغيرها من المنظمات بشأن قضايا الصناعة. ويراقب الإتحاد عن كثب التطورات السياسية والتنظيمية، ويتواصل مع السلطات ويساعد في تقديم الطلبات إستجابة للمشاورات ويرتب إجتماعات مع كبار المسؤولين الحكوميين والمؤسسات الأخرى ذات الصلة المشاركة في تطوير سياسات الطيران.

تتكون هاته الرابطة من مجموعة من اللجان التي تعمل على تحسين وتطوير ظروف العمل، وهاته اللجان هي كما يلي:<sup>2</sup>

**1- لجنة خدمات الطيران:** توفر لجنة خدمات الطيران منتدى للأعضاء ليكونوا على دراية بتطورات الصناعة وإقامة مشاريع تتيح فرصا في تعزيز الكفاءات في عمليات نقل الركاب والبضائع التجارية للخطوط الجوية الأعضاء، كما هو الحال في عمليات تيسير الركاب، من أجل المنفعة من المستهلكين على نطاق أوسع من النقل الجوي.

**2- لجنة سياسات الطيران:** توفر لجنة سياسة الطيران منتدى لتحديد ومناقشة والتوصية والرد، حسب الإقتضاء، على القضايا والإهتمامات الجوية التي تؤثر على القدرة التنافسية لشركات الطيران، والوصول إلى الأسواق والأداء الإقتصادي.

تعمل اللجنة بنشاط على مواكبة البيئة السياسية والتنظيمية المتطورة، بما في ذلك إتفاقيات الخدمات الجوية الثنائية ومتعددة الأطراف، وأنظمة وسياسات الطيران الحكومية، والقضايا ذات الصلة بالبنية التحتية.

**3- لجنة الأمن:** توفر لجنة الأمن منتدى لمعالجة الجوانب الفنية والتجارية للأمن بهدف حماية عمليات الخطوط الجوية بطريقة فعالة من حيث التكلفة وضد أعمال التدخل غير القانوني. بموجب ولاية اللجنة، فإنه يوفر الإشراف على الفريق العامل لأمن الشحن.

**4- اللجنة الفنية:** توفر اللجنة الفنية التوجيه الإستراتيجي لمجموعات العمل التابعة لها لتعزيز التعاون بين الأعضاء لتحسين سلامة شركات الطيران وموثوقيتها والإقتصاد والكفاءة وتوفير آلية إتصال للتأثير على

<sup>1</sup>Site web <http://www.aapairlines.org/committee-working-groups/>, consulte le 10/09/2019.

<sup>2</sup>Site web <http://www.aapairlines.org/committee-working-groups/>, op cit, consulte le 10/09/2019.

الهيئات الصناعية لصالح شركات الطيران الأعضاء. مع التركيز على القضايا الفنية والتشغيلية التي تؤثر على أعضاء إتحاد شركات الطيران في آسيا المحيط الهادي، تشرف اللجنة حاليا على عمل ثلاث مجموعات عمل ومجموعة عمل الهندسة والصيانة، ومجموعة عمل عمليات الطيران والسلامة ومجموعة عمل إدارة المواد.

#### رابعا: الإتحاد الدولي للناقلين الجويين

تأسس الإتحاد في أوروبا عام 1971، مقرها بروكسل ببلجيكا، ويركز الإتحاد على تحقيق البيئة الأكثر فاعلية من حيث التكلفة للأعضاء. بين عامي 1971 و2017 كان يعرف الإتحاد بإسم الرابطة الدولية للنقل الجوي، وفي عام 2018 غيرت تسميتها وأصبحت تضم 16 عضوا من شركات الطيران و10 أعضاء من مصنعي الطائرات ومصنعي المعدات الأرضية وكذا مقدمي الخدمات الأرضية. ويقوم الإتحاد بمجموعة من الأنشطة أهمها<sup>1</sup>:

- يراقب ويخطر شركات الطيران الأعضاء فيها بجميع التطورات التنظيمية المتعلقة بالقضايا البيئية، وسياسة المستهلك، والضرائب والشؤون الإجتماعية. تشمل الموضوعات الحالية البيئة وحقوق الركاب والبنية التحتية سماء أوروبية واحدة والبنية التحتية للمطار (فتحات ومناولة والوضوء والرسوم) وحقوق المرور.
- يسعى الإتحاد الدولي للناقلين الجويين إلى تنظيم عمليات الطيران من خلال الإستخدام الأمثل لسعة المجال الجوي وتشجع على إعادة هيكلة شبكات الطرق لزيادة الكفاءة.
- يعمل الإتحاد الدولي للناقلين الجويين على تأمين السلامة لأعضائه من خلال الشراكة مع صانعي القرار لتعزيز الحلول الآمنة والفعالة لقضايا معايير الهندسة والصيانة والطيران. يتم تجميع الخبرة الفنية رفيعة المستوى من جميع أنحاء شركات الطيران من أجل وضع أفضل الممارسات.
- كما يعمل الإتحاد الدولي للناقلين الجويين من خلال مزاولة نشاطه إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أبرزها<sup>2</sup>:

- إنشاء أكثر بيئة فعالة من حيث التكلفة لشركات الطيران الأعضاء في الإتحاد الدولي للناقلين الجويين.
- طلب التنظيم الإقتصادي لمقدمي خدمات الخطوط الجوية الإحتكارية.
- طلب الحكم الرشيد والسلوك الصحيح من المنظمين.
- الدفاع عن المصالح المحددة لنماذج أعمال أعضاء الإتحاد الدولي للناقلين الجويين.
- تعزيز ودفع التعاون مع جمعيات شركات الطيران الأخرى.
- تقديم لأعضائها قيمة ممتازة مقابل المال والخبرة.

<sup>1</sup> Site web <https://aire.aero/sample-page/main-activities/>, consulte le 10/09/2019.

<sup>2</sup> Ibid, consulte le 10/09/2019.

## خلاصة

لقد قمنا في هذا الفصل بتقديم مفاهيم عامة حول الخدمات وإبراز أهم الخصائص والتصنيفات التي تخص الخدمات، كما قمنا بتقديم نظرة عامة حول التطور التي شهدته صناعة الطيران المدني عبر التاريخ، وذكر أهم الخصائص التي تتميز بها هاته الصناعة بالإضافة إلى ذكر الأنماط والعناصر التي تشكل النواة الأساسية لصناعة الطيران المدني والتي تسهل على شركات النقل الجوي تقديم خدماتها في أحسن صورة. مع تحديد أهم الهيئات والمنظمات الدولية والإقليمية التي تسهر على تنظيم وتسيير نشاط الطيران المدني عبر العالم.

إن تطور صناعة الطيران المدني عبر العصور وصولاً إلى القرن الواحد والعشرين كان محفوفاً بمجموعة من الصعوبات والعقبات الأمنية والسياسية وكذا الإقتصادية وحتى الطبيعية، كل هاته العوائق أبطت من عملية تطور هاته الصناعة لكنه لم يوقفها من الوصول إلى أن تكون نواة أساسية في تطوير المجتمعات والدول من جميع النواحي الإقتصادية والإجتماعية والثقافية.

توازيًا مع تطور صناعة الطيران المدني، ظهرت منظمة الطيران المدني الدولي بعد إتفاقية شيكاغو، هاته المنظمة التي كانت ولا تزال تقوم بعمل كبير جدا في سبيل الحفاظ على سلامة وأمن وكذا قوة صناعة الطيران المدني وذلك من خلال مجموعة من القوانين وكذا المراسيم التي تنظم وتسير نشاط جميع المؤسسات التابعة لصناعة الطيران المدني. وقد إنجر عن منظمة الطيران المدني الدولي إنشاء مجموعة من المنظمات الدولية والإقليمية وكذا الإتحادات والتي لا تخرج أهدافها نشاطاتها الرئيسية عن أهداف المنظمة الدولية للطيران المدني.

## **الفصل الثالث:**

**واقع السياحة وخدمات  
الطيران المدني في العالم  
والدول العربية**

## تمهيد

يشكل قطاع السياحة عنصراً رئيسياً في منظومة القطاعات الرئيسية لإقتصاد أي دولة في العالم ككل وفي العالم العربي على الخصوص بعد النفط، بالنظر لإرتباطها بالعديد من القطاعات الأخرى، وكونها المحرك الرئيسي لعدة قطاعات كالإقتصاد والتجارة والتسوق والنقل وغيرها من القطاعات ذات الإرتباط المباشر بالسياحة فضلاً عن دورها الأبرز في توفير الوظائف وتنشيط حركة الإستثمار في قطاعات الضيافة والفنادق والبنية التحتية.

يعتمد قطاع السياحة في نموه على مجموعة كبيرة من القطاعات الأخرى، وعلى وجع الخصوص قطاع النقل، الذي أصبح وسيلة ضرورية في عملية تنشيط الحركة السياحية في العالم، حيث أنه وحسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة وعلى موقعها الرسمي قد كشفت على أن النقل الجوي مسؤول عن نقل ما يقارب حوالي 58% من السياح في العالم سنة 2018، ثم يليها النقل البري ب 37%، ثم النقل البحري ب 4% والنقل بالسكك الحديدية ب 2%. كما أن بعض الدراسات الأخرى قد ذكرت أن قطاعي السياحة والطيران المدني ماضيان في ترسيخ مكانتهما في منظومة الإقتصاد في العالم ككل.

هاته الإحصائيات والدراسات تبرز وبشكل واضح العلاقة الكبيرة في تطور الصناعة السياحية وكذا النقل الجوي في العالم والعلاقة بينهما. وبهدف إبراز هاته العلاقة أكثر، سنحاول من خلال هذا الفصل معرفة واقع صناعة السياحة والطيران المدني في العالم وكذا في الدول العربية من خلال 3 مباحث هي كالتالي:

**المبحث الأول:** واقع قطاعي السياحة والطيران المدني في العالم

**المبحث الثاني:** إتجاهات الطيران المدني في الدول العربية

**المبحث الثالث:** واقع الحركة السياحية في الدول العربية

**المبحث الأول: واقع قطاعي السياحة والطيران المدني في العالم**

إن النتائج التي أصبحت تحققها صناعة السياحة في العالم على المستوى الإقتصادي والإجتماعي وكذا الثقافي راجع في الأساس إلى الرعاية والإهتمام الكبير الذي لاقتته هاته الصناعة من مختلف المنظمات والهيئات المحلية والدولية وكذا الحكومات، من خلال توفير البيئة اللازمة وسن مجموعة من القوانين التي تساهم في تطور الإستثمار السياحي وكذا إستغلال المنشأة السياحية والعمل على تسويق الخدمات السياحية بالطرق المتطورة على أوسع نطاق في العالم بهدف زيادة الطلب السياحي وكذا الزيادة في الإيرادات السياحية.

إن الإهتمام بقطاع السياحة من طرف جميع الفاعلين الدوليين في هاته الصناعة لم يجعلهم يغفلون عن وسائل النقل التي تتماشى مع متطلبات تطوير الصناعة السياحية الدولية وتسريع عملية نموها.

الطيران المدني يعتبر من بين أنجع وسائل النقل وأسرعها وكذا أؤمنها للسياح، حيث أن هذا النوع من النقل شهد طفرة في القرن الواحد والعشرين، حيث أنه تطور بشكل كبير وأصبح يشكل النواة الأساسية في إقتصاديات الدول المتطورة. حيث أنه أصبح مسؤول عن أكبر حركة للمسافرين في العالم مقارنة بالنقل البحري والبري، وكذا أصبح يساهم بشكل كبير في تطوير التجارة الدولية سواء في السلع والخدمات. هذا النوع من النقل عرف خلال مساره تطوراً عدة عراقل أمنية وكذا سياسية، لكن الفاعلين من منظمات وهيئات دولية ساهموا في تنظيم هذا النوع من النقل، من خلال وضع مجموعة من القوانين والإتفاقيات الدولية التي تحفظ حق المنافسة وكذا الحق في الطيران عبر الأجواء الدولية دون التعرض لمضايقات خارج مجال نشاطها.

**المطلب الأول: تطور السياحة الدولية**

شهدت حركة السياح الدوليين الوافدين نمواً كبيراً على مر السنوات الأخيرة، حيث أن الرغبة في السفر وتطور وسائل النقل ساهم في تسريع وتسهيل عملية نمو حركة السياح الدوليين. سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى تطور السياحة الدولية وكذا تقسيمها الجغرافي وأهم الدول المستقبلية للسواح الدوليين الوافدين في العالم.

**أولاً: تطور السياحة الدولية الوافدة والإيرادات السياحية في العالم**

إن التطور الذي شهده العالم في حركة السياحة الدولية قابله تطور كذلك في الإيرادات السياحية، هذا النمو في كلا المؤشرين راجع إلى زيادة الرغبة في السفر وكذا زيادة الإنفاق السياحي على مستوى الدول المستقبلية للسواح.

من خلال الجدول التالي نلاحظ التطور الذي شهده العالم في عدد السياح الدوليين والإيرادات السياحية

في العالم

الجدول رقم 05: تطور عدد السياح الدوليين الوافدين والإيرادات السياحية في العالم خلال الفترة  
2008 - 2018

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	السنوات
1407	1332	1243	1197	1142	1097	1044	997	952	892	929	عدد السياح الدوليين (مليون)
1462	1350	1253	1227	1285	1224	1135	1096	979	901	989	الإيرادات السياحية في العالم (مليار دولار)

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الموقع الرسمي للمنظمة العالمية للسياحة

<https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>

من خلال الجدول رقم 05 نلاحظ أن عدد السياح الدوليين الوافدين شهد تطورا كبيرا بين سنة 2008 وسنة 2018 حيث إنتقل من 929 مليون سائح سنة 2008 إلى 1407 مليون سائح سنة 2018 وبنسبة زيادة قدرت ب 34%.

شهدت فترة السنة 2009 إنخفاضا حادا في عدد السياح الدوليين بنسبة 4% ليلغ حوالي 892 مليون سائح مقارنة ب 929 مليون سائح سنة 2008، هذا التراجع في عدد السياح راجع إلى التداعيات التي خلفتها الأزمة المالية العالمية والتي مست الناتج المحلي الخام للدول وهو ما أثر سلبا على القدرة الشرائية للأفراد وكذا زيادة الوقود المستعمل في تشغيل الطائرات وهو ما أدى مباشرة إلى إرتفاع سعر تذاكر الطيران والسفر كل هاته الأسباب ساهمت في تراجع نسبة السياح على مستوى العالم سنة 2009.

عادت حركة السياح الدوليين للنمو بسبب التعافي من تأثيرات الأزمة المالية العالمية، فبداية من سنة 2010 بلغ عدد السواح الدوليين الوافدين حوالي 952 مليون سائح وبنسبة نمو قدرت ب 3,6% مقارنة بسنة 2009، إستمر هذا العدد في النمو مع مرور السنوات وبنسب متفاوتة، ليلغ سنة 2018 عدد السياح حوالي 1407 مليون سائح وبنسبة زيادة قدرت ب حوالي 34% في السنوات العشر الأخيرة.

من خلال الجدول رقم 05 نلاحظ أيضا وحسب مؤشر الإيرادات السياحية، أنه سنة 2009 عرفت إنخفاضا في الإيرادات السياحية على مستوى العالم لنفس السبب الذي أثر على حركة السياح وهو الأزمة المالية العالمية، حيث أن الإيرادات إنتقلت من 989 مليار دولار سنة 2008 إلى 901 مليار دولار أي بنسبة نقصان قدرت ب 5%. وسرعان ما عادت هاته الإيرادات إلى النمو بعد الخروج الجزئي من تبعات الأزمة المالية العالمية، حيث بلغت الإيرادات السياحية سنة 2010 حوالي 979 مليار دولار وبنسبة نمو قدرت ب 5% مقارنة بسنة 2009.



واصلت الإيرادات السياحية في النمو في السنوات الموالية وبنسب متفاوتة حتى سنة 2015، حيث عرفت الإيرادات السياحية إنخفاضاً نسبياً مقارنة بسنة 2014، حيث بلغت الإيرادات السياحية سنة 2015 حوالي 1227 مليار دولار مقارنة بـ 1285 مليار دولار سنة 2014 أي بنسبة إنخفاض قدرت بـ 4%.

يرجع سبب هذا الإنخفاض إلى الوضع الأمني الذي شهدته بعض الدول العربية بسبب ما يدعى بالربيع العربي.

عرفت الفترة 2015-2018 نمو في الإيرادات السياحية لتبلغ سنة 2018 حوالي 1462 مليار دولار وبنسبة زيادة قدرت بـ حوالي 16% مقارنة بسنة 2015 وبنسبة نمو قدرت بـ 32% مقارنة بسنة 2008.

### ثانياً: التوزيع الجغرافي لتدفق السياحة الدولية في العالم

من خلال الجدول التالي سنتطرق إلى التوزيع الجغرافي لحركة السياحة الدولية في العالم وحصص كل منطقة من إجمالي السياحة الدولية خلال الفترة 2008-2018.

#### الجدول رقم 06: التوزيع الجغرافي لتدفق السياح الدوليين خلال الفترة 2008-2018

الوحدة: مليون

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
أوروبا	499	473	487	519	539	567	578	607	622	677	716
إفريقيا	44	46	50	50	52	55	55	54	58	63	68
آسيا والباسيفيك	186	184	208	222	238	254	270	285	307	324	348
الشرق الأوسط	52	49	56	51	52	51	56	58	55	58	59
الأمريكيتين	148	141	150	156	163	170	183	194	201	211	216

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الموقع الرسمي للمنظمة العالمية للسياحة

<https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 أن السياحة الدولية الوافدة عبر العالم قد توزعت بنسب متفاوتة، حيث بلغ عدد السياح الدوليين الوافدين سنة 2008 حوالي 929 مليون سائح، كانت موزعة على أوروبا بحصة 53,7% وإفريقيا بحصة 4,7%، وآسيا والباسيفيك بحصة نسبتها حوالي 20%، كما كانت نسبة السياح الدوليين الوافدين بالنسبة للشرق الأوسط حوالي 5,6% وحصلت القارتين الأمريكيتين على نسبة 15,9% من إجمالي حركة السياح الدوليين.

عرفت الفترة من 2008 إلى 2018 نمواً كبيراً في حركة السياح، حيث بلغ عدد السياح سنة 2018 حوالي 1407 مليون سائح وبزيادة قدرت بـ 34% مقارنة بسنة 2008. وقدت حافظت أوروبا على

أعلى حصة من حيث تقسيم عدد السياح الدوليين الوافدين الموزعين عبر العالم، حيث أنها حصلت سنة 2018 على نسبة قدرت ب 50,9% من إجمالي حركة السياح الدوليين الوافدين، كما بلغت نسبة إفريقيا حوالي 4,8%، وبلغت نسبة آسيا والباسيفيك حوالي 24,7%، وقد حصل الشرق الأوسط على نسبة 4,2% من إجمالي عدد السياح، فيما بلغت نسبة القارتين الأمريكيتين من نسبة السياح الدوليين الوافدين حوالي 15,3%.

من خلال الجدول رقم 06 أيضا يمكننا ملاحظة نمو نسبة في عدد السياح الدوليين الوافدين بين الأقاليم في الفترة 2008-2018، حيث أن أوروبا شهدت نموا قدر ب 30,3% بين سنة 2008 وسنة 2018 كما بلغت نسبة النمو في إفريقيا حوالي 35,3% في نفس الفترة، وقد حققت آسيا والباسيفيك نسبة نمو قدرت ب 46,5%، كما كانت نسبة النمو في الشرق الأوسط وأمريكا حوالي 11,9% و31,5% على التوالي.

خلال الفترة 2008-2018 شهدت سنة 2009 إنخفاضا في عدد السياح الدوليين الوافدين عبر العالم حيث بلغت نسبة الإنخفاض حوالي 4%، وقد كانت نسبة الإنخفاض في أوروبا حوالي 5,2%، وفي آسيا والباسيفيك حوالي 1,1%، كما بلغت نسبة الإنخفاض في الشرق الأوسط وأمريكا حوالي 5,8% و4,7% على التوالي. وقد شكلت إفريقيا الإستثناء حيث أنها شهدت زيادة في عدد السياح الدوليين الوافدين حيث بلغت نسبة النمو حوالي 4,3%.

السبب الرئيسي في إنخفاض نسبة السياح الدوليين الوافدين في العالم وفي معظم بقاع العالم يرجع في الأساس إلى الأزمة المالية العالمية وتداعياتها التي خلفتها والتي أثرت بشكل كبير في الحركة السياحية، لأنها أثرت على المؤشرات الاقتصادية كالناتج المحلي الإجمالي وهو ما أثر على الطلب على السفر.

### ثالثا: ترتيب أفضل عشر وجهات دولية في العالم

بعد التطرق إلى التقسيم الجغرافي لحركة السياح الدوليين الوافدين في العالم وكذا الإيرادات السياحية، سنحاول من خلال الجدول الموالي التعرف على ترتيب الدول حسب عدد السياح الدوليين الوافدين وكذا الإيرادات السياحية سنة 2018 ومقارنتها بسنة 2017.

الجدول رقم 07: ترتيب الدول العشر الأولى حسب عدد السياح الدوليين الوافدين والإيرادات السياحية في العالم لسنتي 2017 و2018:

الإيرادات السياحية الدولية (مليون دولار)		عدد السياح الدوليين الوافدين (مليون)		---	--
2017	2018	2017	2018	البلد	الرتبة
60681	67370	87	89	فرنسا	1
68114	73765	82	83	إسبانيا	2
210747	214468	77	80	الولايات المتحدة الأمريكية	3
38559	40386	61	63	الصين	4
44233	49262	58	62	إيطاليا	5
22478	25220	38	46	تركيا	6
21336	22510	39	41	المكسيك	7
39823	42977	37	39	ألمانيا	8
56938	63042	35	38	تايلاند	9
49049	51882	37,6	36	المملكة المتحدة	10

Source: WNWTO, international tourism highlights, 2019 edition, p18-22.

من خلال الجدول رقم 07 نلاحظ غياب تام للدول العربية والإفريقية في القائمة التي شملت أفضل عشر دول حسب مؤشري عدد السياح الدوليين الوافدين والإيرادات السياحية في العالم. حسب مؤشر عدد السياح الدوليين الوافدين نلاحظ أن فرنسا تتربع على صدارة الترتيب بحوالي 89 مليون سائح سنة 2018 وبنسبة زيادة قدرت ب 2,9% مقارنة بسنة 2017، متفوقة على إسبانيا التي جاءت في المرتبة الثانية ب 83 مليون سائح ومحافظ على مركزها الثاني مقارنة بسنة 2017 وبنسبة زيادة قدرت ب 1,1%.

حصلت الولايات المتحدة الأمريكية على المركز الثالث في الترتيب بحوالي 80 مليون سائح سنة 2018 مقارنة ب 77 مليون سائح سنة 2017 وبنسبة زيادة قدرت ب 3,5%. وجاء في المركز الرابع جمهورية الصين ب 63 مليون سائح وبنسبة زيادة قدرت ب 3,6% مقارنة بسنة 2017.

حصلت تركيا على أعلى نسبة نمو في عدد السياح الدوليين الوافدين سنة 2018 مقارنة بسنة 2017 حيث بلغت النسبة حوالي 21,7%، حيث بلغ عدد السياح سنة 2018 حوالي 46 مليون سائح دولي مقارنة ب 38 مليون سائح دولي سنة 2017.

من خلال الجدول رقم 07 نلاحظ أيضا، وحسب مؤشر الإيرادات السياحية أن الولايات المتحدة الأمريكية قد تربعت على صدارة ترتيب أعلى الدول تحصيلا للإيرادات السياحية، رغم احتلالها المركز الثالث في مؤشر عدد السياح الدوليين الوافدين، وقد بلغت الإيرادات السياحية للولايات المتحدة الأمريكية سنة 2018 حوالي 214468 مليون دولار مقارنة ب 210747 مليون دولار سنة 2017.

كما حلت فرنسا صاحبة المركز الأول حسب مؤشر عدد السياح الدوليين الوافدين في المركز الثالث بإيرادات سياحية قدرت ب 67370 مليون دولار مقارنة ب 60681 مليون دولار سنة 2017. في حين حافظت إسبانيا على مركزها الثاني سواء في الإيرادات السياحية أو عدد السياح الدوليين الوافدين ب حوالي 73765 مليون دولار وبنسبة نمو قدرت ب 7,7% مقارنة بسنة 2017.

هذا الفرق في الترتيب من حيث مؤشر عدد السياح الدوليين الوافدين و الإيرادات السياحية راجع في الأساس إلى عدة عوامل لعل أهمها تلك المتعلقة بنوعية الخدمة السياحية المقدمة للسائح و كذا سعر تقديمها وكذا طبيعة السائح ونوعية السياحة التي يمارسها، وعلى سبيل المثال أن فرنسا وإسبانيا احتلتا المركزين الأول والثاني على التوالي في المؤشر المتعلق بعدد السياح الدوليين الوافدين و كذا الإيرادات السياحية بسبب غياب الحدود الجغرافية بين معظم الدول الأوروبية بالدرجة الأولى و كذا سعر الخدمات التي تقدم للسائح الزائر لهاذين البلدين. كما يمكن أيضا أن يعزى هذا الاختلاف في الترتيب بين مؤشر السياح الدوليين الوافدين والإيرادات السياحية إلى الأوضاع الاقتصادية وقيمة العملة التي يتم التعامل بها وكذا الأوضاع الأمنية التي تعيشها بعض الدول بين الفترة والأخرى، وكذا المسافة بين البلد الأصلي للسائح والمكان الذي يود زيارته والمدة الزمنية ووسيلة النقل التي تستعمل في التنقل.

### المطلب الثاني: تطور حركة الطيران المدني في العالم

عرف الطيران المدني تطورا كبيرا خلال القرن الواحد والعشرين، حيث أنه أصبح أكثر وسائل النقل إستعمالا لما أصبح يوفره من أمن وأمان وكذا السرعة والراحة أثناء عملية التنقل، ضف إلى ذلك الوجهات التي أصبح يربط بينها بين مختلف دول العالم وكذا القارات. إضافة إلى إهتمام الدول بهذا النوع من النقل الذي يسمح لها بتسويق جميع منتجاتها وخدماتها وإيصالها إلى العميل في جميع أرجاء العالم.

## أولاً: واقع السوق العالمية للطيران المدني

عرف سوق الطيران المدني العالمي عدة أحداث وعدة إتفاقيات وصلت بعه إلى ما هو عليه اليوم، ولعل أبرز هاته الأحداث هو سياسة الأجواء المفتوحة أو كما تعدى تحرير الأجواء. هاته السياسة التي كان الهدف الرئيسي منها هو زيادة الحركة الجوية العالمية وكذا تشجيع شركات الطيران على الوصول إلى أبعد النقاط في العالم.

## 1- تحرير النقل الجوي

منذ ظهور نظام الطيران وقواعده القانونية الحاكمة، تجسدت مواقف الدول فيما يتعلق بنطاق سيادة كل دولة على سماواتها أو على إقليمها الجوي بإتجاهين رئيسيين<sup>1</sup>:

- **الإتجاه الأول**: تمثلت في بعض الدول الكبرى كالولايات المتحدة الأمريكية، ويقوم على مناداة بوجوب فتح سماوات الدول كلها أمام حركة الطيران المدني لأن هذه السماوات ما هي إلا تراث مشترك للإنسانية جمعاء. وقد إتخذت الولايات المتحدة هذا الموقف إنطلاقاً من وضعها القوي في إطار منظومة العلاقات الدولية في عالم ما بعد الحرب العالمية الثانية، وكذلك بالنظر إلى مساحتها الشاسعة، وكبر حجم أسطولها وقدرة مطاراتها على التكيف مع متطلبات السماوات المفتوحة.

- **الإتجاه الثاني**: وتعبّر عن الغالبية العظمى من الدول، ولاسيما الصغرى منها، ويؤكد وجوب التسليم لكل دولة بسيادتها على مستواها، لأن المصلحة الوطنية للدولة هي التي يجب أن تكون دوماً أولى بالرعاية. في محاولة للتقرب من هذين الإتجاهين، ظهر إتجاه ثالث توفيقى نادى أنصاره بضرورة إخضاع الفضاء الجوي لسيادة الدولة، ولكن مع إيراد مرونة تساهل، ورفع لبعض القيود لصالح دعم نشاط الطيران المدني الدولي وتعزيزه. وقد أخذت الإتفاقيات الدولية ذات صلة، ولاسيما إتفاقية شيكاغو لعام 1944، فقد ذهبت هذه الإتفاقية إلى تأكيد مبدأ السيادة الكاملة والإستشارية للدولة على الفضاء الجوي الذي يعلو أراضيها، إذ بحسب نص المادة الأولى من الإتفاقية " تعترف الدولة المتعاقدة، أن لكل دولة على الفضاء الذي يعلو إقليمها سيادة كاملة مقصورة عليها".

أ- **ماهية إتفاقية الأجواء المفتوحة<sup>2</sup>**: بموجب إتفاقية شيكاغو المتفق عليها في عام 1944، تقدم شركات الطيران المدني خدمات جوية دولية للركاب والبضائع والبريد على أساس إتفاقيات الخدمة الجوية الثنائية أو متعددة الأطراف التي تغطي البلدان المعنية. غطت إتفاقيات الخدمة الجوية موضوعات مثل إختيار

<sup>1</sup> محمود قاسم زنبوعه، تحرير النقل الجوي العربي وقدرة قطاع النقل الجوي السوري على توفير متطلبات نجاحه، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، المجلد 31، العدد الثاني، سوريا، 2015، ص 241.

<sup>2</sup> Rachel Y. Tang, international air service controversies: frequently asked questions, may 04, 2015, CRS Report, p4.

الطريق وهوية شركات الطيران والسعة والتسعير، وأحكام النقل المستأجرة والشحن، وعدد من القضايا المساعدة.

تم تصميم إتفاقيات الأجواء المفتوحة كوسيلة لتمديد إطار إتفاقية الخدمة الجوية الثنائية إلى الشكل الأقل تقييدا من خلال منح شركات الطيران من طرف متعاقد وصولا غير محدود لتشغيل الخدمات من وإلى نقطة في أراضي كل منهما، مما يخلق عملية غير محاصرة فعليا نظام التسعير والقضاء على القيود المفروضة على قدرة شركات الطيران، بالإضافة إلى ذلك تحتوي إتفاقيات الأجواء المفتوحة على أحكام تحكم الفرص التجارية والسلامة والأمن.

في أوت 1992، أعلنت وزارة النقل الأمريكية DOT عن مبادرة الأجواء المفتوحة والتي تهدف إلى مواصلة إتجاه تحرير الطيران المدني الدولي وفقا لتعريف وزارة النقل تتكون الأجواء المفتوحة من المبادئ التالية<sup>1</sup>:

- الدخول المفتوح على جميع الطرق بين البلدان الموقعة.
  - السعة والتردد غير مقيدتين على جميع المسارات.
  - الحق في العمل بين أي نقطة في الولايات المتحدة وأي نقطة في البلدان الموقعة الأخرى دون قيود، بما في ذلك الخدمة إلى نقاط وسيطة وخارجها، والحق في نقل الركاب إلى عدد غير محدود من الطائرات الصغيرة عبر البوابة الدولية.
  - المرونة في تحديد الأسعار.
  - قدرة شركات النقل على تحويل الأرباح إلى عملة صعبة وإعادة تلك الأرباح إلى مواطنهم على الفور دون قيود.
  - حق الناقل في أداء المناولة الأرضية في البلد الأجنبي.
  - قدرة شركات النقل الجوي على الدخول بحرية في المعاملات التجارية المتعلقة بعمليات طيرانها.
  - الإلتزام بالتشغيل غير التمييزي لأنظمة حجز الكمبيوتر والوصول إليها.
- ب- **التعريف بالحرية الجوية:** عرفت لحد الآن صناعة الطيران تسع حريات للأجواء هي كالتالي<sup>2</sup>:
- **الحرية الأولى:** وهو ما يطلق عليه حق العبور بدون هبوط، ويمثل الحق المقرر للطائرات التابعة للدولة المرخص لها، في أن تطير في الفضاء الجوي لإقليم الدولة المرخصة دون توقف، أي دون هبوط. ويجب أن

<sup>1</sup>Rachel Y. Tang, op cit, p4.

<sup>2</sup> تقرير اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، أثار الاتفاق العام بشأن تجارة الخدمات GATS على النقل، نيويورك، الأمم المتحدة، 22 سبتمبر 2000، ص 22-26

يكون المرور المرخص به طبقاً لهذه الحرية مروراً بريئاً، بمعنى ألا يمس أمن الدولة المرخصة الداخلي أو الخارجي أو يضر بمصالحها أو مصالح رعاياها.

– **الحرية الثانية:** وتعني حق الهبوط غير التجاري. وتكفل هذه الحرية الحق للطائرات التابعة للدولة المرخصة لها في الهبوط بإقليم الدولة المرخصة لأغراض غير تجارية، أي لغرض أحر خلاف تحميل أو إنزال ركاب وبضائع وبريد. وهذا ما يطلق عليه الهبوط لأغراض فنية. فالطائرة بطبيعتها لا تستطيع الطيران إلا لفترة زمنية محدودة وعلى ذلك فإنها تحتاج إلى الهبوط من حين إلى آخر لتتزوّد بالوقود وزيوت التشحيم وخلافه من المواد المؤن اللازمة لإستهلاكها، أو لمن على متنها، أو الهبوط لإصلاح الأعطاب الفنية التي تصيب أجزاء الطائرة ومعداتها. كما أن هناك حالات للهبوط الإلزامي إذا ساءت الأحوال الجوية وهو ما يعرض سلامة الطائرة للخطر، أو إذا تعرضت للتهديد بالإستيلاء غير المشروع عليها، أو ما يطلق عليه من التعبير الدارج خطف الطائرات، أو إكتشاف مفرقات على متنها أو تبليغ عن ذلك. ومع أن هذه حركة جوية من ركاب وبضائع أو برید بإقليم الدولة المرخصة، فإن لها أهميتها الإقتصادية في تشغيل الخطوط الجوية الدولية العادية أو طويلة المدى خاصة، ذلك أن الهبوط الفني في نقاط محدودة يمكن من زيادة الحمولة المعروضة على الخطوط التي تقع عليها هذه النقاط على حساب الوقود، وذلك بدلا من التزوّد عند بداية الرحلة بالحد الأقصى من كميات الوقود المقررة للطائرة. يطلق على الحريتين الأولى والثانية حقوق المرور (transit right).

– **الحرية الثالثة:** يحق بمقتضاها للطائرات المسجلة لدى الدولة المرخص لها نقل حركة جوية من الركاب والبضائع والبريد قادمة من إقليم دولة تسجيل الطائرة، قاصدة إقليم الدولة المرخصة. مثل ذلك أن تقوم مؤسسة مصر للطيران بمقتضى الترخيص لجمهورية مصر العربية من جمهورية السودان، بنقل حركة جوية من القاهرة إلى الخرطوم، أو قيام الخطوط الجوية السودانية بمقتضى الترخيص الممنوح لها من جمهورية مصر العربية بنقل حركة جوية من الخرطوم لإنزالها في القاهرة.

– **الحرية الرابعة:** يحق بمقتضاها للطائرات المسجلة لدى الدولة المرخصة لها نقل حركة جوية من الركاب والبضائع والبريد من إقليم الدولة المرخصة إلى إقليم الدولة المسجلة بها الطائرة. ومثال هذه الحرية أن تقوم مؤسسة مصر للطيران في المثال المشار إلى سابقاً، بنقل حركة جوية من الخرطوم لإنزالها بالقاهرة، وكذلك قيام الخطوط الجوية السودانية بنقل حركة جوية من القاهرة لإنزالها بالخرطوم.

– **الحرية الخامسة:** يحق بمقتضاها للطائرات المسجلة في الدول المرخصة لها تحميل أو إنزال حركة نقل جوي من ركاب وبضائع وبريد من إقليم الدولة المرخصة إلى إقليم دولة ثالثة أو العكس. وهناك صورتان للممارسة هذه الحرية: فهي إما تمارس على نقاط متوسطة واقعة بين إقليم الدولة المرخصة وإقليم الدولة المرخص لها المسجل بها الطائرة، ومثل ذلك أن تنقل شركة طيران الإمارات، بمقتضى الترخيص الممنوح

لدولة الإمارات العربية المتحدة من الجمهورية الفرنسية حركة جوية من ركاب وبضائع وبريد من روما إلى باريس والعكس

أو تمارس إلى نقطة أو نقاط فيما وراء إقليم الدولة المرخصة، ومثال ذلك أن تقوم شركة طيران الإمارات في المثال السابق بنقل حركة جوية من فرنسا الدولة المرخصة ولندن التي تقع فيما وراء إقليم الدولة المرخصة وبالعكس نيويورك (نقطة أخرى فيما وراء إقليم الدولة المرخصة) والعكس، ومن الجدير بالذكر أنه يلزم بداهة لممارسة الحرية الخامسة بصورتها السابقتين للحصول على موافقة الدولة أو الدول الأخرى ذات العلاقة بالإضافة إلى موافقة الدولة المرخصة.

- **الحرية السادسة:** بمقتضى هذه الحرية يحق للطائرات المسجلة بالدول المرخص لها تحميل حركة جوية من ركاب وبضائع وبريد من إقليم الدولة المرخصة مروراً بإقليم دولة تسجيل الطائرة، لإنزالها بإقليم دولة ثالثة سابقة، بحكم موقعها، على دولة تسجيل الطائرة والعكس. ومن ذلك يتبين أن هذه الحرية تتمثل في قيام دولة معينة تقع حسب موقعها الجغرافي بين دولتين، بممارسة حقوق النقل بين هاتين الدولتين، مع المرور والهبوط في إقليمها لأغراض تجارية وفتية.

قد ثارت اعتراضات على قيام الدولة الناقلة بهذا النوع من النقل، على أساس أنه يعتبر حرية سادسة غير معترف بها قانوناً، لأنها لا ترد ضمن الحريات الجوية التي تشمل عادة الإتفاقيات الثنائية للنقل الجوي والحريات التي تعترف بها الإتفاقيات التي تمخض عنها مؤتمر شيكاغو للطيران المدني الدولي عام 1944. كذلك يعترض على أن الحركة المنقولة في هذه الحالة لا تكون نابعة من إقليم الدولة الناقلة كما تقضي بذلك الإتفاقيات الثنائية التي تنظم الخطوط الدولية التي ترد بها. بحيث تبدأ الحركة المنقولة على هذه الخطوط من نقطة أو نقاط بإقليم الدولة المتعاقدة التي تسير مثل هذه الخطوط، وكذلك تنتهي في هذا الإقليم. فإن تنظيم هذه الحريات في الإتفاقيات الثنائية يخضع لمبدأ المعاملة بالمثل.

- **الحرية السابعة:** الحق في الطيران بين دولتين أجنبيتين بدون أن يشمل خط الرحلة أي نقطة في إقليم الدولة التي تتبعها الطائرة. وبإختصار هي حرية السفر بين دولتين أجنبيتين بدون الوقوف في بلد الشركة الأم. مثل رحلة من الجزائر إلى تونس عبر الخطوط الملكية المغربية<sup>1</sup>.

- **الحرية الثامنة:** الحق الذي تمنحه دولة ما لطائرات تابعة لدولة أخرى للنقل الداخلي بين نقطتين لخط يبدأ أو ينتهي في إقليم الدولة التابعة للناقل. وبإختصار هي حرية السفر بين أكثر من مطار في بلد أجنبي خلال الرحلة من أو إلى بلد الشركة الأم. مثل رحلة من مطار مراكش إلى مطار الدار البيضاء بالمغرب ثم إلى مطار الجزائر عبر الخطوط الجوية الجزائرية<sup>2</sup>.

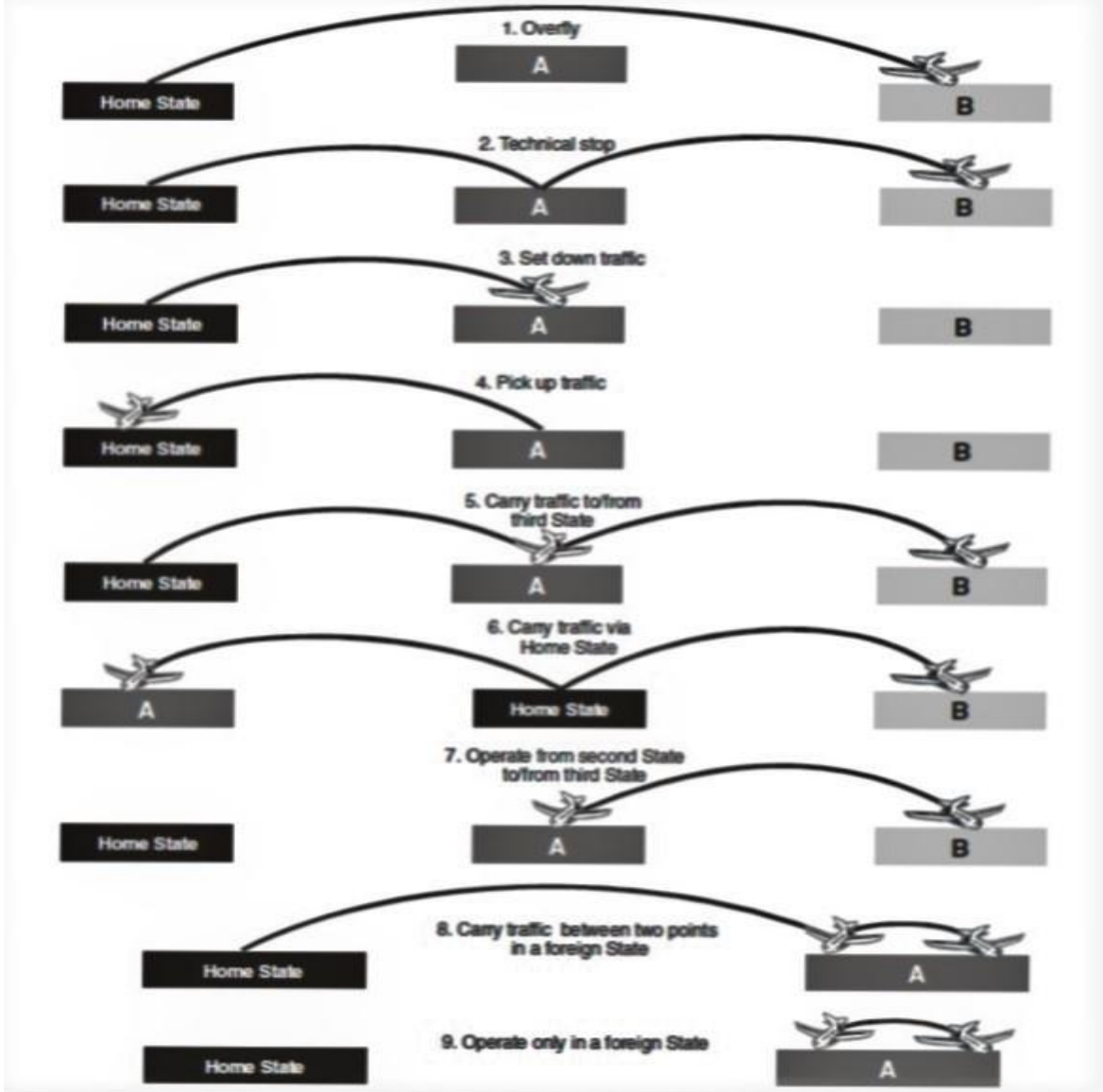
<sup>1</sup> Site web <https://www.pport.com/freedoms-of-the-air/>. Consulte le 14/12/2019

<sup>2</sup> Ibid. Consulte le 14/12/2019



- الحرية التاسعة: الحق في الطيران بين نقطتين في بلد أجنبي بدون إكمال الرحلة إلى بلد الشركة الأم، ما نسميه السماح لشركة طيران أجنبية بالنقل الداخلي في دولة أخرى. وبإختصار هي حرية السفر بين أكثر من مطار في بلد أجنبي بدون إكمال الرحلة إلى بلد الشركة الأم. مثل رحلة من العاصمة الجزائر إلى مدينة بشار عبر الخطوط الجوية التونسية<sup>1</sup>.

من خلال الشكل الموالي سنوضح طريقة عمل هاته الحريات التسعة:  
الشكل رقم 06: الحريات الجوية التسع



Source : ICAO, Manual on the Regulation of international air transport (doc 9626), Third Edition, 2016, P 117.

2- التحالفات: تعد التحالفات من بين الإستراتيجيات التي ظهرت في القرن الواحد والعشرين في مجال الطيران المدني، حيث أنها تعتبر من آثار العولمة والتقدم الذي شهدت صناعة الطيران على مر التاريخ.

<sup>1</sup>Site web <http://www.aviationlaw.eu/wp/wp-content/uploads/2013/09/Freedoms-of-the-Air-Explained.pdf>.  
Consulte-le 14/12.2019.

حيث يمكن تعريف التحالف بأنه "عبارة عن إتفاق بين طرفين أو أكثر يتحقق بإحتفاظ كل طرف من أطراف التحالف بخصوصيته التي تجعله يتميز عن غيره من الحلفاء. ويتم بموجب هذا التحالف الإستفادة من القدرات الذاتية لكل طرف بشكل يسمح للأطراف المتحالفة من تحسين قدراتها التنافسية في مجال عملها وذلك من خلال تفادي أوجه القصور الذي يميز عملها بشكل منفرد، وهو ما يسمح لها بزيادة فاعليتها بشكل يسمح لها بتخفيض تكاليفها الإنتاجية أو زيادة حصتها داخل السوق الذي تعمل فيها مع العلم إن التحالف يقتضي تقييما دوريا بقصد تفادي الأخطاء من أجل تحسين الأداء"<sup>1</sup>.

التحالف في صناعة الطيران المدني يكون بين شركتين أو أكثر من شركات الطيران، حيث أن هذا التحالف بين شركات الطيران يساهم في رفع مستوى التعاون بين شركات الطيران، وكذا يساعد على تسويق العلامات التجارية من خلال تسهيل إجراءات المسافرين وربط رحلاتهم بين الدول وكذا داخل البلدان دون اللجوء إلى إقتناء تذاكر فور الوصول لكل محطة نزول في المطار. حيث أنه ما على المسافر سوى إقتناء تذكرة تربط نقطة إنطلاقه بنقطة وصوله وشركة الطيران سوف توفر له رحلات سواء مباشرة على متن طائرتها أو رحلات غير مباشرة على متن طائرتها أو على متن طائرات شركات طيران أخرى من نفس التحالف.

كما أن تحالف شركات الطيران يحتوي على عناصر متنوعة مثل المشاركة في الرموز والمجال الجوي المغلق والتعاون في التسويق والتسعير ومراقبة قوائم الجرد وبرامج المسافرين المتواترة وتنسيق إعداد الجداول وتقاسم المكاتب وتجهيزات المطارات والمشاريع المشتركة وحقوق الإمتياز<sup>2</sup>.

لتحالف شركات الطيران مجموعة من المزايا التي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تساهم التحالفات في تغطية شاملة لأكبر عدد من الوجهات عبر العالم.
- توفير العديد من مواعيد الإقلاع والهبوط.
- زيادة كثافة حركة المسافرين في رحلاتها.
- تحسين الخدمات المقدمة للمسافرين.
- تساعد التحالفات في تخفيض التكاليف التشغيلية لشركات الطيران مما يساهم في تخفيض شركات الطيران لأسعار تذاكرها.
- تمكن التحالفات شركات الطيران من إمكانية توفير نطاق واسع من جداول الرحلات.

<sup>1</sup> طلعت جياذ لجي الحديدي، فاطمة أحمد منصور، الوضع القانوني للتحالفات الدولية لشركات الطيران المدني، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، العراق، 2013، ص 160.

<sup>2</sup> دليل تنظيم النقل الجوي الدولي، منظمة الطيران المدني الدولي، 2004، ص 167.

توجد في العالم 3 تحالفات قوية نشأت مع بداية تطور الطيران المدني، وهاته التحالفات تتشكل من شركات طيران رائدة في العالم تقدم خدمات مميزة للمسافرين. من خلال الجدول التالي سنقدم بعض المعلومات المتعلقة بماته التحالفات الثلاثة:

### الجدول رقم 08: إحصائيات التحالفات الثلاثة لعام 2019

إسم التحالف	عدد الأعضاء	الأسطول	عدد الوجهات	عدد المسافرين (مليون سنويا)	عدد الرحلات	عدد صالات الإنتظار
تحالف وان وورلد	13	3300	1000	490	13000	--
تحالف سكاي تيم	19	--	1150	790	15445	790
تحالف ستار أليانس	26	5013	1300	762	19000	1000

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على المواقع الرسمية للتحالفات الثلاثة

من خلال الجدول رقم 08 نلاحظ أن التحالفات الثلاثة تحوز على نسبة أكبر من السوق العالمية للطيران المدني، حيث أنها تضم شركات عالمية رائدة تحوز على صفات وشروط معينة لضمان أحسن الخدمات للمسافرين عبر العالم. وفيما يلي لمحة عن هاته التحالفات:

- **تحالف ستار (Star Alliance):** أنشأ تحالف ستار في 14 ماي 1997، بصفته أول تحالف عالمي لشركات الطيران، يربط بين خمس شركات طيران رئيسية في شبكة واحدة وهي طيران كندا، لوفتانزا الألمانية، الخطوط الجوية الإسكندنافية، الخطوط الجوية التايلاندية ويوناييتد إيرلاينز الأمريكية. إمتد هذا التحالف ليصل إلى 26 شركة طيران عضوا، والتي تعمل معا على توفير شبكة شاملة تغطي 195 دولة حول العالم. يقع مقر تحالف ستار في مطار فرانكفورت بألمانيا. ويتمثل دور هذا التحالف في إنشاء وإدارة المنتجات والخدمات التي تجمع بين التحالف وجعل تجربة الطيران لعملاء شركات الطيران الأعضاء مريحة وسلسلة قدر الإمكان<sup>1</sup>.

أهم الشركات المكونة لهذا التحالف نجد:

Air Canada, Lufthansa, Turkish Airlines, Singapore Airlines, Egyptair.

- **تحالف سكاي تيم (Skyteam):** تأسس تحالف سكاي تيم في شهر جوان عام 2000 حيث ضم أربع شركات هي: الخطوط الجوية المكسيكية، والخطوط الجوية الفرنسية، وخطوط دلتا الجوية والخطوط الجوية الكورية. ومنذ ذلك التاريخ، وهو يشهد نموا مستمرا حيث بلغ عدد الأعضاء فيه حتى الآن 19 شركة طيران. تغطي 175 دولة، توفر للمسافرين على متن الشركات الأعضاء حوالي 1150 وجهة حول العالم. وقد شهد التحالف على مدار العقد الأخير تحديات كبيرة في قطاع الطيران، بالإضافة إلى

<sup>1</sup>Site web <https://www.staralliance.com/en/> consulte le 18/10/2019.

إزدياد عدد العملاء المسافرين مع شركات الطيران الأعضاء إلى ثلاثة أضعاف، فضلا عن تضاعف رحلات المغادرة، والتحالف بصدد الوصول إلى ضعف عدد الوجهات التي تقدم بها الخدمات، مما يوفر لعملائها إمكانية التنقل حول العالم بشكل أسهل<sup>1</sup>.  
أهم الشركات المكونة لهذا التحالف نجد:

Alitalia, Air France, KLM, Saudia Airlines, China Airlines

– تحالف عالم واحد (One World): تأسس هذا التحالف في 01 فيفري 1999 عن طريق 4 شركات طيران هي:

American Airlines, British Airlines, Qantas, Cathay Pacific Airlines

يغطي هذا التحالف 158 دولة وتوفر الشركات الأعضاء في هذا التحالف نحو 1000 وجهة عبر العالم. كما يبلغ عدد الأعضاء في هذا التحالف 13 عضوا، أهمها<sup>2</sup>:

Qatar Airways, Royal Jordanian, American Airlines, British Airlines, Iberia.

ثانيا: حركة الطيران المدني على مستوى العالم

### 1- تطور سوق الطيران المدني الدولي حسب عدد الركاب

شهدت صناعة الطيران في العالم تطورا كبيرا نظرا لما لاقاه من إهتمام من طرف الدول وكذا المنظمات الدولية والمحلية، حيث تعمل جل الهيئات المتخصصة في هذا النوع من النقل على توفير الإطار القانوني والتنظيمي الذي يسمح بتطوير الطيران المدني تماشيا مع متطلبات العصر وكذا مع حقوق المسافرين والدول من خلال سن مجموعة من القوانين التي تساهم في وضع الحدود اللازمة التي تحارب الخروقات التي قد تؤثر على سوق الطيران المدني على مستوى العالم.  
من خلال الجدول الموالي سنحاول إلقاء نظرة على واقع السوق الطيران المدني الدولي في العالم خلال الفترة 2008-2018.

<sup>1</sup> Site web <https://www.skyteam.com/ar/about> consulte le 18/10/2019.

<sup>2</sup> Site web <https://fr.oneworld.com/-kbj4/membres>, consulte le 21/10/2019.

## الجدول رقم 09: تطور الطيران المدني العالمي الدولي والمحلي خلال الفترة 2008-2018

الوحدة: مليون

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
عدد الركاب	2271	2488	2705	2870	3004	3138	3316	3556	3794	4062	4322
حركة الركاب الكيلومترين	4570132	4561413	4924229	5248140	5528880	5832564	6181177	6644666	7135773	7707118	8257635

المصدر: إحصائيات النقل الجوي لسنة 2018، التقرير السنوي للمجلس، منظمة الطيران المدني الدولي، 2018، ص 1.

من خلال الجدول رقم 09 نلاحظ أن سنة 2009 شهدت إنخفاضا في عدد الركاب المنقولين ضمن خدمات النقل الجوي بنسبة قدرت ب 0,4% مقارنة بسنة 2008 والتي بلغ فيها عدد الركاب المنقولين (محلي ودولي) 2271 مليون راكب وبلغ عدد الركاب المنقولين سنة 2009 حوالي 2488 مليون راكب.

كما شهدت أيضا حركة الركاب والتي يتم التعبير عنها بمقياس الركاب الكيلومترين الإيرادين ضمن مجموعة الخدمات المنتظمة، إنخفاضا سنة 2009 والتي بلغ فيها عدد الركاب الكيلومترين الإيرادين حوالي 4570132 مليون راكب كيلومترين وبنسبة إنخفاض قدرت ب 1,1% مقارنة بسنة 2008.

يعزى هذا الإنخفاض في حركة الركاب سنة 2009 إلى الكساد العالمي والذي جاء نتيجة الأزمة المالية العالمية حيث شهد العالم إنخفاضا في الناتج المحلي الإجمالي وتراجع النمو الإقتصادي في جميع أنحاء العالم. هاته المشاكل الإقتصادية أثرت على القدرة الشرائية للفرد وأدت إلى إرتفاع أسعار الوقود المستعمل في تشغيل الطائرات مما أدى إلى زيادة الأعباء التشغيلية لشركات الطيران، هاته التكاليف الإضافية أدت إلى إرتفاع تذاكر الطيران وهو ما ساهم في تراجع الطلب على خدمات النقل الجوي.

شهدت سنة 2010 إنتعاش الطلب على خدمات النقل الجوي، حيث بلغ عدد الركاب حوالي 2705 مليون راكب بنسبة زيادة قدرت ب 8,7% مقارنة بسنة 2009. كما سجلنا أيضا زيادة في حركة الركاب الكيلومترين الإيرادين سنة 2010 حيث بلغ عدد الركاب وفقا لهذا المقياس حوالي 4924229 مليون راكب كيلومترين إيرادي وبنسبة زيادة قدرت ب 8% مقارنة بسنة 2009.

واصل سوق النقل الجوي في النمو في السنوات الموالية لسنة 2010، حيث بلغ سنة 2018 حوالي 4322 مليون راكب وبنسبة زيادة قدرت ب 38% مقارنة بسنة 2010. كما سجلنا أيضا زيادة في حركة الركاب الكيلومترين الإيرادين فيما بعد سنة 2010، حيث بلغ عدد الركاب سنة 2018 حوالي 8257635 مليون راكب كيلومترين بنسبة زيادة قدرت ب 41% مقارنة بسنة 2010.

الأوضاع الإقتصادية القوية التي شهدتها الولايات المتحدة والنمو الإقتصادي الذي شهدته الصين وكذا معظم دول العالم وإرتفاع الدخل في منطقة الأورو ساهم في دعم الطلب على نقل الركاب، مما ساهم في تعويض الضعف الإقتصادي وتباطؤ النمو العام. كما شهد المتوسط السنوي لسعر وقود الطائرات إنخفاضاً مما سمح لشركات الطيران بمرونة كبيرة في التحكم في أسعار تذاكر الطيران وساعد في تحفيز أو الإبقاء على زخم نمو حركة المسافرين، كما ساهمت إضافة طرق جديدة ورحلات إضافية بين الدول وكذا إمضاء الإتفاقيات الثنائية في مجال الطيران المدني وتسهيل عمليات حركة الطائرات بين الدول في تحفيز حركة الركاب.

## 2- تطور سوق الطيران المدني الدولي حسب الرحلات المنتظمة والغير منتظمة

من خلال الجدول الموالي سنحاول التطرق إلى تطور سوق الطيران المدني في العالم حسب نوع الرحلات التي تنقسم إلى رحلات منتظمة ورحلات غير منتظمة.

الجدول رقم 10: تطور سوق الطيران المدني الدولي حسب الرحلات المنتظمة وغير المنتظمة خلال الفترة 2008-2018

الوحدة: مليون مسافر كيلومتر

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الرحلات غير المنتظمة	223360	197690	210475	221000	225378	229660	236320	216615	185241	203033	214706
الرحلات المنتظمة	2820625	2789696	3026966	3257615	3457405	3654662	3881747	4170997	4491189	4868788	5201856

المصدر: إحصائيات النقل الجوي لسنة 2018، التقرير السنوي للمجلس، منظمة الطيران المدني الدولي، 2018، ص 9.  
من خلال الجدول رقم 10 نلاحظ أن حركة النقل الجوي في السوق الدولية تختلف في نموها حسب نوع الرحلات، حيث أن الرحلات الغير منتظمة سجلت تراجعاً سنة 2009 مقارنة بسنة 2008، وذلك بنسبة 11,5%، ثم عادت هذا النوع من الرحلات إلى النمو في السنوات الموالية لتعود إلى التراجع في سنتي 2015 و 2016 بنسبة 8,3% و 15% على التوالي مقارنة بالسنوات التي سبقتها. أما بخصوص الرحلات المنتظمة، فقد شهد هذا النوع من الرحلات إنخفاضاً سنة 2009 بنسبة 1,1% مقارنة بسنة 2008، ثم عادت هذا النوع من الرحلات إلى النمو لتصل سنة 2018 إلى 5201 مليار مسافر بنسبة زيادة قدرت ب 46,4% مقارنة بسنة 2009.

خلال الفترة 2008-2018 نلاحظ أن الرحلات الغير منتظمة شهدت إنخفاضاً ب 3,9% لتتنقل من 223 مليار مسافر سنة 2008 إلى 214 مليار مسافر سنة 2018. كما أن الرحلات المنتظمة عرفت زيادة ب 45,8% في نفس الفترة، لتتنقل من 2820 مليار مسافر سنة 2008 إلى 5201 مليار مسافر سنة 2018.

### المطلب الثالث: التوزيع الجغرافي لحركة الطيران المدني الدولي.

يعرف سوق الطيران المدني توزيعاً جغرافياً مختلفاً من بلد إلى آخر ومن قارة إلى أخرى، حيث أن الطيران المدني سمح بتقريب المسافات وتسهيل مأمورية التنقل والسفر من بلد في قارة إلى بلد آخر في قارة أخرى في رحلات مباشرة أو غير مباشرة. من خلال هذا المطلب سنحاول التعرف أكثر على التوزيع الجغرافي لحركة الطيران المدني في العالم.

### أولاً: التقسيم الجغرافي للحركة الجوية الدولية:

الجدول رقم 11 يوضح التوزيع الجغرافي الذي تخضع له الحركة الجوية الدولية في العالم

## الجدول رقم 11: التوزيع الجغرافي لحركة الطيران المدني المنتظمة خلال الفترة 2008-2018

الوحدة: مليون راكب كيلومتر منقول

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
أوروبا	1075363	1058699	1140551	1228340	1295433	1370656	1442655	1538889	1648232	1782198	1901718
إفريقيا	89339	85121	109228	102543	107975	114930	118236	121467	129210	137806	144249
الشرق الأوسط	217881	238053	320235	363658	420286	471888	519302	578944	647646	694470	724394
آسيا والمحيط الهادي	696917	653300	735365	856866	906975	989783	1063175	1165809	1285120	1429884	1574630
أمريكا الشمالية	453701	431149	459440	478579	488012	526997	542525	561709	581972	610714	634177
أمريكا اللاتينية والكاريبي	105887	102282	108987	117609	131730	145788	152898	175082	189114	205856	222689
المجموع	2639088	2568605	2873806	3147595	3350411	3620042	3838791	4141900	4481293	4860927	5201856

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على التقارير السنوية لمجلس منظمة الطيران المدني الدولي خلال الفترة 2008-2018

من خلال الجدول رقم 11 نلاحظ سنة 2008 أن إقليم أوروبا حاز على النسبة الأعلى من التقسيم الجغرافي للحركة الجوية الدولية، حيث بلغت النسبة 40,7% من إجمالي الركاب الكيلومترين المنقولين الذي بلغ 2639088 مليون راكب كيلومتر منقول. وقد حل إقليم آسيا والمحيط الهادي في المرتبة الثانية بنسبة 26,4% وثالثا حل إقليم أمريكا الشمالية بنسبة 17,2% من إجمالي الحركة الجوية الدولية، وجاء إقليم إفريقيا في المرتبة الأخيرة بنسبة 3,4% من إجمالي الحركة الجوية الدولية المنتظمة.

من خلال الجدول رقم 11 أيضا، نلاحظ أن الحركة الجوية الدولية المنتظمة عرفت إنخفاضا في سنة 2009 فاقت نسبته 2,7% مقارنة بسنة 2008، ورغم هذا الإنخفاض حافظ إقليم أوروبا على صدارته للتقسيم الجغرافي للحركة الجوية الدولية المنتظمة ونسبة 41,2% لكن بإنخفاض قدره 1,5% مقارنة



بسنة 2008. كما حافظ إقليم آسيا والمحيط الهادي على مركزه الثاني سنة 2009 من حيث الحركة الجوية الدولية المنتظمة بنسبة بلغت 25,4% وبنقصان عن سنة 2008 بنسبة 6,3%. كما حلت أقاليم أمريكا الشمالية والشرق الأوسط وأمريكا اللاتينية والكاربي في المركز الثالث والرابع والخامس بالنسب 16,8% و9,3% و4% على التوالي. كما حافظت قارة إفريقيا على مركزها الأخير ب 3,3% من إجمالي الحركة الجوية الدولية المنتظمة.

عادت الحركة الجوية الدولية المنتظمة للنمو مجددا سنة 2010، لتحقيق زيادة ب 10,6% مقارنة بسنة 2009 ليصل إلى 2873806 مليون راكب كيلومترى منقول. واصل هذا النمو في الحركة الجوية الدولية ليلعب سنة 2018 إلى 5201856 مليون راكب كيلومترى منقول وبنسبة زيادة قدرت ب 44,75% مقارنة بسنة 2010 وبنسبة 49,3% مقارنة بسنة 2008.

عرف إقليم أوروبا 1901718 مليون مسافر كيلومترى منقول سنة 2018 بنسبة زيادة قدرت ب 43,5% مقارنة بنسبة 2008، كما حل إقليم آسيا والمحيط الهادي في المركز الثاني ب 1574630 مليون راكب كيلومترى منقول وبنسبة زيادة قدرت ب 55,7%. وحل في المركز الثالث إقليم الشرق الأوسط ب 724394 مليون راكب كيلومترى منقول وبزيادة قدرت ب 69,9% مقارنة بسنة 2008، وقد كان إقليم الشرق الأوسط يحتل المركز الرابع من حيث النسبة في الحركة الجوية الدولية لكن بداية من سنة 2015، تفوق هذا الإقليم على إقليم أمريكا الشمالية التي حصلت سنة 2018 على المركز الرابع ب 634177 مليون راكب كيلومترى منقول بنسبة زيادة بلغت 28,6% مقارنة بسنة 2008. كما سجل إقليم أمريكا اللاتينية نسبة زيادة سنة 2018 مقارنة بسنة 2008 قدرت ب 52,5%. وحل في المركز الأخير إقليم إفريقيا بنسبة زيادة سنة 2018 مقارنة بسنة 2008 قدرت ب 38,1% لتبلغ 144249 مليون راكب كيلومترى منقول.

### ثانيا: المطارات وشركات الطيران القيادية في العالم.

بعد التطرق إلى التقسيم الجغرافي لحركة الطيران المدني المنتظمة، سنحاول التعرف أكثر على المطارات الريادية في العالم، وكذلك محاولة التطرق إلى شركات الطيران الرائدة في العالم.

#### 1- شركات الطيران القيادية في العالم:

تم الإعلان عن نتائج أفضل 10 خطوط جوية في العالم لعام 2019 حسب تصويت مسافرين حول العالم، في حفل توزيع جوائز World Airlines Awards الذي أقيم في 18 جوان 2019 في معرض باريس للطيران بحضور رؤساء شركات الطيران من جميع أنحاء العالم. الإستطلاع قام به موقع شركة "سكاي تراكس" المتخصصة بتصنيف خطوط الطيران التي توصف بجوائز "أوسكار للطيران".

أعلن موقع هذه الشركة التي تتولى مسؤولية الجوائز أنه تم إجراء الإستطلاع عبر الإنترنت من سبتمبر 2018 إلى ماي 2019، ومن أشخاص ينتمون إلى أكثر من 100 جنسية من حول العالم. وجاءت نتائج الإستطلاع كما يلي<sup>1</sup>:

أ- **الخطوط الجوية القطرية:** تقدم الخطوط الجوية القطرية مجموعة مميزة من الخدمات التي ساعدت الشركة للحصول على عدة الجوائز لكي تصبح الأفضل في العالم. تغطي شبكة الخطوط الجوية القطرية وجهات الأعمال والترفيه في جميع أنحاء أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا وآسيا والمحيط الهادئ وأمريكا الشمالية والجنوبية.

ب- **خطوط الطيران السنغافورية:** تعد خطوط سنغافورة واحدة من أصغر أساطيل الطائرات في العالم والتي تملك وجهات تمتد عبر شبكة موزعة على مستوى العالم.

ت- **الخطوط الجوية اليابانية:** هي أكبر شركة طيران في اليابان. تأسست عام 1952، وتطير إلى حوالي 80 وجهة دولية. كما أنها عضو في تحالف Star Alliance منذ عام 1999.

ث- **طيران هونغ كونغ:** تعتبر شركة الطيران الوطنية في هونغ كونغ، توفر خدمات نقل الركاب والشحن لأكثر من 200 وجهة في آسيا وأمريكا الشمالية وأستراليا وأوروبا وإفريقيا، بإستخدام أسطول متطور جدا يوفر الراحة والرفاهية للعملاء.

ج- **طيران الإمارات:** تشتهر الخطوط الإماراتية ببرنامجها الترفيهي الحديث الذي تقدمه لمسافريها، والذي يتضمن مجموعة متنوعة من خيارات الفيديو والموسيقى بناء على طلب المسافرين. كما يمكن لمستخدمي الرحلات الجوية الإماراتية مشاهدة البث المباشر للأحداث الرياضية على متن الطائرة.

ح- **خطوط التايوان:** وهي عضو في Star Alliance، تملك هاته الشركة شبكة عالمية تربط آسيا بأوروبا وأمريكا الشمالية وأوقيانوسيا، وتربط أكثر من 60 وجهة تجارية وسياحية رئيسية.

خ- **شركة هاينان الصينية:** تغطي شبكة خطوط طيران هاينان الصين العديد من النقاط في آسيا وتمتد إلى أوروبا وأمريكا الشمالية وجنوب المحيط الهادئ.

د- **خطوط كانتاس الأسترالية:** هي عضو مؤسس في تحالف وان وورلد (one world) للطيران. تعتبر كانتاس الآن أكبر شركة طيران محلية ودولية في أستراليا.

ذ- **خطوط لوفتانزا الألمانية:** هي أكبر شركة طيران في ألمانيا، وواحدة من الأعضاء الخمسة المؤسسين لتحالف (Star Alliance)، تتخذ مطار فرانكفورت بألمانيا مركزا لجميع عملياتها.

<sup>1</sup> Site web, <https://www.worldairlineawards.com/qatar-airways-is-voted-the-worlds-best-airline-at-2019-world-airline-awards/>, consulte le 21/03/2020.

ر- الخطوط الجوية التايلندية: وهي عضو مؤسس في (Star Alliance) ، تسافر الخطوط الجوية التايلاندية إلى 84 وجهة في 37 دولة، بإستخدام أسطول مكون من أكثر من 90 طائرة.

## 2- المطارات الريادية في العالم

الجدول الموالي يوضح أهم المطارات الريادية في العالم من خلال مؤشر حركة المسافرين (صعود ونزول) وكذا مؤشر حركة الطائرات

الجدول رقم 12: ترتيب أفضل عشر مطارات في العالم حسب حركة المسافرين وحركة الطائرات

لسنتي 2017 و2018

الوحدة: الألاف

حركة الطائرات			حركة المسافرين (صعود ونزول)			البلد	المطار	الرتبة
2017	2018	%التغير	2017	2018	%التغير			
409	408	0,3-	87722	88885	1,3	الإمارات	مطار دبي الدولي	1
433	436	0,7	73187	75307	2,9	المملكة المتحدة	مطار هاوثرون	2
404	411	1,7	72462	74361	2,6	الصين	مطار هونغ كونغ	3
496	499	0,6	68401	70956	3,7	هولندا	مطار أمستردام	4
355	372	4,8	61521	67676	10	كوريا الجنوبية	مطار كوريا الجنوبية	5
418	442	1	63697	66383	4,2	فرنسا	مطار شارل ديغول	6
373	386	3,5	61574	64890	5,4	سنغافورة	مطار سنغافورة	7
395	426	7,8	57122	61775	8,1	ألمانيا	مطار فرانكفورت	8
260	278	6,9	48812	50869	4,2	تايلاند	مطار بانكوك	9
311	325	4,5	44470	48979	10,1	تركيا	مطار اتاتورك	10

المصدر: إحصائيات النقل الجوي لسنة 2018، التقرير السنوي للمجلس، منظمة الطيران المدني الدولي، 2018، ص 10.

من خلال الجدول رقم 12 نلاحظ أن مطار دبي الدولي قد تربع على عرش المطارات الأكثر محورية على المستوى الدولي في مؤشر حركة المسافرين (صعود ونزول) حيث بلغ عدد المسافرين الدوليين في مطار دبي حوالي 89 مليون مسافر بنسبة تغير قدرت ب 13% مقارنة بسنة 2017، والتي كان فيها المسافرين الدوليين في مطار دبي حوالي 87 مليون مسافر دولي. ورغم إحتلاله للريادة في حركة المسافرين الدوليين إلى أنه ومن خلال مؤشر حركة الطائرات، إحتل المركز السابع سنة 2018 بمعدل 408 ألف حركة طيران وبنسبة إنخفاض قدرت ب 0,3% مقارنة بسنة 2017.

- **مطار هاوثرون الدولي ببريطانيا :** إحتل المركز الثاني من حيث مؤشر حركة المسافرين الدوليين حيث بلغ عدد المسافرين الدوليين سنة 2018 على مستوى هذا المطار حوالي 75 مليون مسافر بنسبة تغير قدرت ب 2,9% مقارنة بسنة 2017، والتي بلغت فيها حركة المسافرين في هذا المطار حوالي 73 مليون مسافر. ومن حيث مؤشر حركة الطائرات فقد إحتل هذا المطار المركز الثالث ب 436 ألف حركة طائرة سنة 2018 بنسبة زيادة قدرت ب 0,7% مقارنة بسنة 2017.

- **مطار هونغ كونغ بالصين :** إحتل المركز الثالث من حيث مؤشر حركة المسافرين الدوليين حيث بلغ عدد المسافرين في هذا المطار سنة 2018 حوالي 74 مليون مسافر بنسبة زيادة قدرت ب 2,6% مقارنة بسنة 2017، والتي بلغت فيها حركة المسافرين في مطار هونغ كونغ حوالي 73 مليون مسافر. ومن حيث مؤشر حركة الطائرات قد إحتل مطار هونغ كونغ المركز الخامس سنة 2018 بحوالي 411 ألف حركة طائرات وبنسبة زيادة قدرت ب 1,7% مقارنة بسنة 2017 والتي بلغ فيها حركة الطائرات في هذا المطار حوالي 404 ألف حركة.

- **مطار أمستردام بهولندا :** إحتل المركز الرابع من حيث مؤشر حركة المسافرين الدوليين حيث بلغ عدد المسافرين سنة 2018 حوالي 71 مليون مسافر بنسبة زيادة قدرت ب 3,7% مقارنة بسنة 2017، والتي بلغ فيها عدد المسافرين الدوليين على مستوى هذا المطار حوالي 68 مليون مسافر. وسجل مطار أمستردام إحتلاله المركز الأول من حيث مؤشر حركة الطائرات والتي بلغت سنة 2018 حوالي 499 ألف وبنسبة زيادة قدرت ب 0,6% مقارنة بسنة 2017 والتي كانت تبلغ حوالي 496 ألف حركة.

- **مطار كوريا الجنوبية الدولي :** إحتل المركز الخامس من حيث مؤشر حركة المسافرين سنة 2018، حيث بلغ عدد المسافرين في نفس السنة حوالي 68 مليون مسافر بنسبة زيادة قدرت ب 9,1% مقارنة بسنة 2017، والتي بلغ فيها عدد المسافرين في هذا المطار حوالي 62 مليون مسافر. وحسب مؤشر حركة الطائرات فقد إحتل مطار كوريا الجنوبية المركز الثامن، حيث بلغت حركة الطائرات في هذا المطار حوالي 372 ألف بنسبة زيادة قدرت ب 4,8% مقارنة بسنة 2017 والتي بلغت فيها حركة الطائرات حوالي 355 ألف.

- **مطار شارل ديغول الدولي بفرنسا :** إحتل المركز السادس من حيث مؤشر حركة المسافرين الدوليين حيث بلغ عدد المسافرين سنة 2018 حوالي 66 مليون مسافر بزيادة قدرت ب 4,2% مقارنة بسنة 2017 والتي بلغ فيها عدد المسافرين على مستوى مطار شارل ديغول حوالي 64 مليون مسافر. ومن خلال مؤشر حركة الطائرات فقد سجل مطار شارل ديغول إحتلاله المركز الثاني، حيث بلغت حركة الطائرات سنة 2018 حوالي 442 ألف حركة وبنسبة زيادة قدرت ب 1% مقارنة بنسبة 2017 والتي بلغت فيه حركة الطائرات في هذا المطار حوالي 418 ألف حركة.

- **مطار سنغافورة** : إحتل المركز السابع سنة 2018 حسب مؤشر حركة المسافرين حيث بلغ عدد المسافرين حوالي 65 مليون مسافر سنة 2018 وبنسبة زيادة قدرت ب 5,4% مقارنة بسنة 2017 والتي بلغت فيها حركة المسافرين حوالي 62 مليون مسافر. وسجل مطار سنغافورة إحتلاله المركز السابع حسب مؤشر حركة الطائرات، حيث بلغت حركة الطائرات سنة 2018 حوالي 386 ألف حركة وبنسبة زيادة قدرت ب 3,5% مقارنة بسنة 2017 والتي بلغت 373 ألف حركة.

- **مطار فرانكفورت بألمانيا** : إحتل هذا المطار المركز الثامن حسب مؤشر حركة المسافرين، حيث بلغت حركة المسافرين سنة 2018 حوالي 62 مليون مسافر وبنسبة زيادة قدرت ب 8,1% مقارنة بسنة 2017 والتي بلغت 57 مليون مسافر. كما إحتل مطار فرانكفورت المركز الرابع حسب مؤشر حركة الطائرات سنة 2018 حوالي 426 ألف حركة وبنسبة زيادة قدرت ب 7,8% مقارنة بسنة 2017 والتي بلغت فيها حركة الطائرات حوالي 395 ألف حركة.

- **مطار بانكوك بتايلاند** : إحتل المركز التاسع سنة 2018 حسب مؤشر حركة المسافرين، حيث بلغت حركة المسافرين في هذا المطار حوالي 51 مليون مسافر سنة 2018 وبنسبة زيادة قدرت ب 4,2% مقارنة بسنة 2017 والتي بلغت فيها حوالي 49 مليون مسافر. وحسب مؤشر حركة الطائرات فقد إحتل المركز العاشر بحوالي 278 ألف حركة سنة 2018 وبنسبة زادة قدرت ب 6,9% مقارنة بسنة 2017 والتي بلغت حوالي 260 ألف حركة.

- **مطار أتاتورك الدولي بتركيا** : إحتل المركز العاشر سنة 2018، حيث بلغ عدد المسافرين حوالي 49 مليون مسافر بنسبة زيادة قدرت ب 10,1% مقارنة بسنة 2017 والتي كانت تبلغ فيه حركة المسافرين حوالي 44 مليون مسافر. وحسب مؤشر حركة الطائرات فقد إحتل المطار سنة 2018 المركز التاسع حيث بلغت حركة الطائرات حوالي 325 ألف حركة بنسبة زيادة قدرت ب 4,5% مقارنة بسنة 2017 والتي بلغت فيه حركة الطائرات حوالي 311 ألف حركة طائرات.

### المبحث الثاني: إتجاهات الطيران المدني في الدول العربية

عرف قطاع الطيران المدني في الدول العربية تطورا كبيرا في السنوات الأخيرة، هذا التطور كان نتيجة للنمو الكبير الذي شهده العالم في حركة المسافرين، وكذلك لمجموعة كبيرة من القرارات والإتفاقيات التي أبرمتها الهيئات والحكومات العربية المتخصصة في مجال الطيران المدني مع نظرائها في مختلف أرجاء العالم، والتي تهدف في مجملها هاته الإتفاقيات إلى تحسين وتطوير الكفاءة الجوية لمؤسسات الطيران المدني العربية وكذا القطاعات التي لها صلة مباشرة بقطاع النقل الجوي.

سمحت وسيلة النقل الجوي في دول العالم العربي بتنشيط كبير لتجارة الخدمات والشحن الجوي وكذا ساهمت في جعل الدول العربية وجهة مهمة للمسافرين الدوليين.

## المطلب الأول: الإتفاقيات العربية في مجال الطيران المدني

شهدت دول العالم العربي مجموعة من الإتفاقيات في مجال تنظيم وتطوير قطاع الطيران المدني سواء داخل العالم العربي وبين الدول العربية فيما بينها، وكذا مع مختلف الدول الأخرى التي تتميز بصناعة طيران مدني متطورة وحديثة.

## أولاً: إتفاقية تحرير النقل الجوي بين دول العالم العربي

يمكننا تلخيص أهم ما ورد في محتوى هاته الإتفاقية من خلال النقاط التالية<sup>1</sup>:

**1- الفصل الأول:** عرف هذا الفصل في إتفاقية تحرير النقل الجوي بين دول العالم العربي تقديم تعاريف متعلقة بقطاع النقل الجوي والتأكيد على نطاق تطبيق هاته الإتفاقية وكذا مجال تطبيق القوانين والقواعد التنظيمية والتي تلزم شركات الطيران المدني بالإلتزام بالشروط وقوانين البلد الذي تمارسه فيه عملياتها.

**2- الفصل الثاني:** من خلال هذا الفصل نجد أنه تم التركيز على تطبيق حريات النقل الجوي، وذلك من خلال منح الحقوق المحددة في هاته الإتفاقية والتي تسري بين أقاليم الدول.

**3- الفصل الثالث:** جاء في محتوى هذا الفصل شروط ممارسة حقوق النقل الجوي. حيث أنه تطرق إلى جانب التعيين والترخيص، وقد أخضع ذلك لشرتين أساسيين وهما أن تكون الشركة مؤهلة للوفاء بمتطلبات الأنظمة المحلية والدولية وكذا أن تكون الملكية الجوهرية والسيطرة الفعلية خاضعة لدولة أو عدة دول أطراف في الإتفاقية. وهو ما يعني أنه يجب أن تكون شركة الطيران مملوكة لدولة عربية وأن يكون مقرها الرئيسي داخل إحدى الدول العربية وبالتالي يحق لها التشغيل بين الدول العربية.

كما تم التطرق في نفس الفصل أيضا إلى طريقة تطبيق جداول الرحلات، حيث أنه يمكن لشركات النقل الجوي المعنية الدول الأطراف في الإتفاقية بجدولة مواعيدها أو الخطط التشغيلية قبل بدأ التشغيل. مدة 21 يوم على الأقل دون إنتظار الحصول على موافقة الدول الأطراف لبدأ عملية التشغيل.

السعة وعدد الرحلات أخذت أيضا حيزا في هذا الفصل، حيث يتم بموجب هاته الإتفاقية تحرير السعة وعدد الرحلات، حيث تمنح الحرية للشركة المعنية في تحديد السعة وعدد الرحلات على النحو الذي تعتبره ملائما لتشغيل خدمات جوية بين الدول الأطراف. ولا يمكن تقييد هاذين العنصرين إلا لأسباب متعلقة بالأمن والبيئة والسلامة الجوية، وعلى أساس عدم التمييز.

قد ذكرت بهاته الإتفاقية في فصلها الثالث أيضا تعريفات النقل الجوي، حيث أنها أخضعت هاته التعريفات بين الدول العربية لألية السوق، وجردها من كل القيود التنظيمية والقانونية التي كانت تحدها، وجعل إبلاغ سلطات الطيران المدني بتعرفة النقل الجوي ليس أمرا إلزاميا ويكون هذا الإخطار قبل 30 يوما من تطبيقها.

<sup>1</sup> الهيئة العربية للطيران المدني، إتفاقية تحرير النقل الجوي بين الدول العربية، دمشق، سوريا، 19 ديسمبر 2004.

**4- الفصل الرابع:** من خلال هذا الفصل تم طرح مادتين، أولها تشير إلى الإعتراف بالرخص وشهادات المستثمر الجوي، حيث ألزمت هاته المادة كل الدول الأطراف بالإعتراف بالشهادات صلاحية الطيران وشهادة الكفاءة والرخص التي تصدرها دولة طرف أخرى، وبشرط أن تتفق هذه الشهادات مع القوانين المحلية والحد الأدنى على الأقل لمتطلبات ومعايير المنظمة.

كما ورد في المادة الثانية من نفس الفصل الأسباب والحالات التي يتم السماح فيها بسحب أو إلغاء تراخيص التشغيل من المستثمر الجوي. أول هاته الأسباب هي عندما تكون الملكية الجوهرية لشركة النقل الجوي غير خاضعة لدولة من الدول الأطراف، وأن يكون مقر العمل الرئيسي لنشاطات الشركة غير موجودة في إحدى الدول الأطراف. والحالة الثانية التي يتم فيها إلغاء أو سحب الترخيص هي عدم تطبيق شركة النقل الجوي لأحكام الإتفاقية. والحالة الثالثة تكون عندما لا تلتزم شركة النقل الجوي بأحكام السلامة والأمن المنصوص عليها في إتفاقية تحرير النقل الجوي بين الدول العربية، أو أحكام الإتفاقيات الدولية لها نفس العلاقة.

**5- الفصل الخامس:** من خلال هذا الفصل تم الحرص على تطبيق مبدأ المساواة وعدم التمييز بين شركات النقل الجوي في الدول الأطراف. حيث تم التطرق في جانب النشاطات التجارية لشركات النقل الجوي إلى ضرورة منح الحق لشركات النقل الجوي للدول الأطراف في التحول إلى دولة طرف أخرى التي ترضيها وبناء على طلبها، إضافة إلى السماح لشركات النقل الجوي للدول الأطراف في دفع مصروفاتها في إقليم تلك الدولة الطرف، بما في ذلك مصروفات شراء الوقود بالعملة المحلية أو عملة أخرى قابلة للتحويل ترضيها ومصرح بها. وفي نفس السياق وفي سبيل دعم النشاطات التجارية لشركات النقل الجوي، يجب على كل دولة طرف أن تسمح لشركات النقل الجوي بإستقدام موظفين إلى إقليمها لأداء مهام إدارية والتجارية والفنية والتشغيلية والمهام المتخصصة الأخرى والمطلوبة لتقديم خدمات النقل الجوي وذلك طبقاً لقوانين وتنظيمات الدخول والإقامة والعمل في الدول المستقبلية. وكذا في نفس سياق الموظفين يجب السماح لشركات النقل الجوي بالإستعانة بخدمات موظفي أي شركة نقل جوي أخرى تابعة لإحدى الدول الأطراف، مرخص لها بتقديم هذه الخدمات في إقليمها.

في نفس الفصل، وفي المادة الثالثة عشر وفي سبيل تعزيز سبل التعاون بين شركات النقل الجوي للدول الأطراف، تم إبراز سبل التعاون المتاحة في مجال ممارسة نشاط النقل الجوي. حيث يمكن لشركات النقل الجوي المعنية والتي تشغل خدماتها بين الدول الأطراف عند التشغيل أو إقامة الخدمات الجوية أن تدخل في ترتيبات تسويقية تعاونية مثل المشاريع المشتركة أو حجز المساحات أو تقاسم الرمز مع شركات النقل الجوي تابعة لأي من الدول الأطراف.

كما أجازت المادة الرابعة عشر لشركات النقل الجوي تشغيل رحلات جوية في أحد أو كلا الإتجاهين وتشغيل رحلات إلى نقاط في أقاليم الدول الأطراف، وكذلك في نقطة أو نقاطة متوسطة وإلى نقاط فيما وراء الدول الأطراف والعكس. وكذا إمكانية حذف نقاط التوقف على أي نقطة أو نقاط، مع دمج أرقام رحلات جوية مختلفة في رحلة واحدة.

في عملية إستئجار الطائرات فقد أجازت المادة الخامسة عشر من الفصل الخامس للشركات النقل الجوي إستخدام من دولة طرف طائرات مستأجرة من شركات النقل الجوي التابعة لدولة طرف أو غير طرف أو أي هيئة متخصصة في تأجير الطائرات.

**6- الفصل السادس:** من خلال هذا الفصل تم توضيح عملية تقديم الإعانات الحكومية لشركات النقل الجوي، حيث منعت هذه المادة الدول الأطراف في تقديم الدعم الحكومي لشركات النقل الجوي لأنه يضر بالمنافسة بين شركات النقل الجوي. لكنها وضعت شروط إستثنائية لتقديم هاته الإعانات، حيث لخصت هاته الإستثناءات بالدعم المؤقت لمواجهة ظروف إستثنائية مع مراعات عنصر الشفافية.

**7- الفصل السابع:** تم من خلال هذا الفصل توضيح مكان الخضوع للضريبة، حيث أبرزت أن الأرباح على تشغيل الطائرات التابعة لشركة النقل الجوي المعنية بالضريبة تخضع للضريبة فقط في إقليم الطرف الذي يقع فيه مقر العمل الرئيسي لشركة النقل الجوي المعنية، كما أبرزت أن رأس المال والذي يتمثل في الطائرة التي يتم تشغيلها في الحركة الجوية من قبل شركة نقل جوي معينة، يخضع للضريبة فقط في إقليم الطرف الذي يقع فيه مقر العمل الرئيسي لشركة النقل الجوي المعنية.

كما تم التطرق إلى الرسوم والضرائب الجمركية، حيث أبرزت ذلك من خلال ما ورد في إتفاقية تونس لتبادل الإعفاء الضريبي والرسوم على نشاطات ومعدات النقل الجوي التي دخلت حيز التنفيذ ابتداء من تاريخ 1984/03/10. هاته الإتفاقية التي تعفي الدول الأطراف شركات النقل الجوي المعنية من الرسوم الجمركية وضرائب السلع المحلية وغير ذلك من الرسوم على الطائرات والوقود وغيرها من الأدوات التشغيلية التي تستخدمها الطائرات.

**8- الفصل الثامن:** تم التأكيد من خلال هذا الفصل التأكيد على إلتزام الدول الأطراف بحماية أمن الطيران وإمتثاله لقواعد الإيكو والمختلف الإتفاقيات السارية المفعول والتي تتعلق بالأمن والسلامة الجوية وكذا إتفاقية شيكاغو. كما تم توضيح إلتزام الدول الأطراف بالإبلاغ عن شركات النقل الجوي التي لا تقوم بتطبيق تعليمات الأمن والسلامة الجوية.

**9- الفصل التاسع:** تم الحرص من خلال هذا الفصل على تطبيق تعليمات الحفاظ على البيئة وعلى مصالح وسلامة المستهلك، من خلال حظر التدخين على جميع الرحلات التي تنقل ركابا من وقت عملية



إستقبال الركاب إلى غاية عملية إنزالهم. وكذا الحرص على تطبيق جميع التعليمات المتعلقة بالتشغيل فيما بين الدول الأطراف من خلال تطبيق القواعد المتعلقة بالحفاظ على البيئة.

**10- الفصل العاشر:** من خلال هذا الفصل تم التطرق إلى إبراز أهمية عملية التشاور في سبيل تطوير وتحسين مواد هاته الإتفاقية بهدف تعميم الفائدة على الجميع. كما أبرزت أيضا هاته المادة سبل تسوية الخلافات بين الدول الأطراف عن طريق التفاوض أو عن طرق أخرى والتي تضمن الوصول لحل عادل يرضي جميع الأطراف المتنازعة.

**11- الفصل الحادي عشر:** تضمن هذا الفصل مبدأ عدم المساس بالحقوق الجماعية المنبثقة عن الإتفاقية أو التفاوض الأحادي بشأنها، وتشير إلى أن ذلك سيخضع لإطار تنظيمي على شكل إتفاقية مستقلة. وتشير أيضا هذه المادة إلى العلاقة بين المجموعات العربية والمجموعات الإقليمية الأخرى حيث تنص على إمكانية منح المجموعة العربية حقوق النقل على أساس تبادل للمجموعات أخرى وفق آلية التفاوض التي أشير إليها في الإتفاقية.

### ثانيا: الإتفاقية العربية مع الإتحاد الأوروبي في مجال الطيران المدني

أجرى الإتحاد العربي للنقل الجوي والهيئة العربية للطيران المدني عدة جولات من المحادثات مع المفوضية الأوروبية حول الإتفاقيات الثنائية بين الإتحاد الأوروبي والدول العربية. وبناء على ذلك، أعدت الهيئة العربية للطيران المدني الآلية العربية الجماعية للمفاوضات مع الكتل الإقليمية ودون الإقليمية بهدف التفاوض جماعيا مع نظرائها في أوروبا. وقد وقعت ثلاث عشر دولة من الدول العربية على الإتفاق، وصادقت عليه أربعة بلدان. وقد دخل هذا الإتفاق حيز التنفيذ في 15 جوان 2006. وأجرى الإتحاد العربي للنقل الجوي بالإشتراك مع الهيئة العربية للطيران المدني محادثات مع المفوضية الأوروبية، إنتهت إلى وضع جدول أعمال تضمن الأهداف التالية<sup>1</sup>:

أ- يجب أن تشكل هذه المرحلة جزءا من حوار يسعى إلى التوصل إلى إتفاق أوروبي-عربي حول طيران بناء على إذن صادر عن وزارات النقل والطيران المدني العربية بإستحداث آلية عربية للتفاوض مع الكتل الإقليمية ودون الإقليمية.

ب- يجب الحفاظ على العمليات عند مستوياتها الحالية من دون تغيير مشغلي الطيران أو عدد الرحلات أو القدرة الإستيعابية المعروضة إلا من خلال مفاوضات ثنائية بين البلدان العربية والأوروبية أو بموجب إتفاق الطيران العربي الأوروبي.

<sup>1</sup> اللجنة الاقتصادية والإجتماعية لغربي آسيا الإسكوا، دراسة الإسكوا حول النقل الجوي في العالم العربي، 26 جويلية 2007، نيويورك، الولايات المتحدة، ص 49/48

ت- يجب ألا يسمح بالقيام بعمليات بموجب بند ملكية شركة الطيران الأوروبية، للبلدان الأوروبية التي لم تبرم إتفاقا ثنائيا للنقل الجوي مع البلد العربي المعني.

ث- يجب السماح للبلدان العربية بتعيين شركات ناقلة عربية أخرى للعمل عبر المسارات الأوروبية على أساس تقاسم الرموز المتفق عليه مع شركات النقل الوطنية العربية. وأجمعت المفوضية الأوروبية على التعاطي مع الطرف العربي بصفته كيانا واحدا على أساس الإختصاص الذي منحتة الوزارات العربية للنقل والطيران المدني. وإتفق الطرفان على مواصلة عمليتهما بمستوياتهما الحالية وعلى عدم إحداث تغييرات إلا عبر مفاوضات ثنائية بين البلدان العربية والأوروبية أو بموجب إتفاق الطيران الأوروبي العربي.

كما أوضحت المفوضية الأوروبية بأن شركة طيران أوروبية تباشر العمليات من نقطة أوروبية إلى بلد عربي عبر بلد أوروبي أبرم إتفاقا مع البلدان العربية تكون ملزمة بموجب الإتفاق الثنائي القائم بين الدولتين. كما أعلنت المفوضية الأوروبية بأنها لا تملك الصلاحية بخصوص إتفاقات تقاسم الرموز ضمن مجلس وزرائها ولذا ستطرح هذه المسألة ضمن المفاوضات الأفقية. وقد تمثلت إحدى أهم نواتج المحادثات المشتركة في تعهد المفوضية الأوروبية تطبيق النتائج التي خلصت إليها المفاوضات الأوروبية-العربية تلقائيا على أي إتفاق ثنائي بين السلطات العربية والمفوضية الأوروبية إذا كانت هذه رغبة الجانب العربي، أي بعبارة أخرى إدراج نتائج المفاوضات الأوروبية-العربية في الإتفاقات الثنائية.

كما وضح الإتحاد العربي للنقل الجوي خلال الإجتماع الأول لمدراء الطيران المدني في منطقة الشرق الأوسط والذي عقد في دولة الإمارات العربية المتحدة ذلك يومي 22-24 مارس 2011، كيفية تأثير المشروع الأورو متوسطي على شركات الطيران العربية المعنية بالمشروع، ولخصها في النقاط التالية:

- شبه إنعدام قوانين مكافحة الإحتكار التي قد يؤدي إلى إغراق الأسواق في المرحلة الأولى لإضعاف الناقل الوطني.

- خسارة الركاب على الخطوط بين الدول العربية المعنية بالمشروع بسبب تمتع الشركات الأوروبية بأجواء مفتوحة بين هذه الدول بعكس الشركات العربية التي لا تتمتع بهذه الحقوق.
- خسارة ركاب الترانزيت من وإلى أوروبا.
- إمكانية تحول هذه الشركات إلى شركات مغذية للشركات الأوروبية إن لم تستطع منافسة تلك الشركات.

كما قد قرر الإتحاد العربي تقديم بعض التوصيات لسلطات الطيران المدني العربية التي تريد التوجه لسياسات السماوات المفتوحة أن تأخذ بعين الإعتبار النقاط التالية<sup>1</sup>:

- ضرورة تجهيز البنية التحتية للنقل الجوي لزيادة قدرتها على مناولة الزيادة المتوقعة في حركة النقل الجوي.

<sup>1</sup> Site web [https://www.icao.int/MID/Documents/2011/dgca\\_mid1/docs/wp31\\_ar.pdf](https://www.icao.int/MID/Documents/2011/dgca_mid1/docs/wp31_ar.pdf), Consulte le 12/01/2020.

- إيجاد التشريعات اللازمة للحفاظ على المصالح الإستراتيجية للمستهلك من خلال إيجاد قوانين للمنافسة ولحماية المستهلك والنظم الإقتصادية للأداء التشغيلي وحماية أعلى مستويات السلامة والأمن.
- أهمية تحضير شركات الطيران الوطنية لتصبح بقوة إقتصادية كافية لمواجهة المنافسة المتوقعة إذ أن تحرير الأجواء قد يؤدي إلى إنخفاض في حصص السوق للشركات الوطنية، بالتالي إنخفاض أرباحها.

### المطلب الثاني: تطور أسطول ووجهات شركات الطيران المدني العربية

شهدت الشركات الأعضاء في الإتحاد العربي للطيران المدني عدة تطورات وتغييرات خلال الفترة 2008-2018، حيث أنها كانت تقوم دائما بتطوير أسطولها وتحديثه بالوسائل المتطورة التي تواكب التطور التكنولوجي والعلمي في مجال الطيران المدني. ضف إلى ذلك سعيها نحو توسيع نطاق تغطيتها للسوق العالمية للنقل الجوي من خلال إضافة عدة وجهات أخرى لتمكين المسافرين من الوصول إلى جل الوجهات الممكنة في العالم.

#### أولا: أسطول أعضاء الإتحاد:

شهد أسطول أعضاء الإتحاد نموا كبيرا في العشر سنوات الأخيرة تماشيا مع متطلبات المرحلة التي حتمت على أعضاء الإتحاد السعي دائما نحو تحديث أسطولها لتبقى في المنافسة في سوق النقل الجوي.

#### الجدول رقم 13: تطور أسطول شركات الطيران المدني العربية خلال الفترة 2008-2018

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
عدد طائرات الأسطول	675	767	862	940	967	1069	1117	1215	1334	1363	1406
معدل السعة المقعدية للأسطول	217	215	213	215	218	225	231	242	249	254	297
متوسط عمر الأسطول	9,12	7,69	7,27	7,37	7,21	7	7,22	7,3	7,3	7,34	7,49

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على تقارير الإتحاد العربي للنقل الجوي خلال الفترة 2008-2018

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 أنه سنة 2008 ضم أسطول أعضاء الإتحاد 109 طائرة إلى أسطولها منها 57 طائرة جديدة، وقد بلغ متوسط عمر أسطول أعضاء الإتحاد 9,12 سنة في عام 2008. وفي سنة 2009 بلغ عدد طائرات أسطول الإتحاد حوالي 767 طائرة بنسبة زيادة قدرت ب 12% مقارنة بسنة 2008، حيث أن أسطول أعضاء الإتحاد تسلم سنة 2009 حوالي 158 طائرة منها 94 طائرة جديدة و 64 طائرة مستعملة، لينخفض عمر الأسطول بفضل هذا التدعيم ليلعب متوسط عمر أسطول أعضاء الإتحاد سنة 2009 حوالي 7.7 سنة.

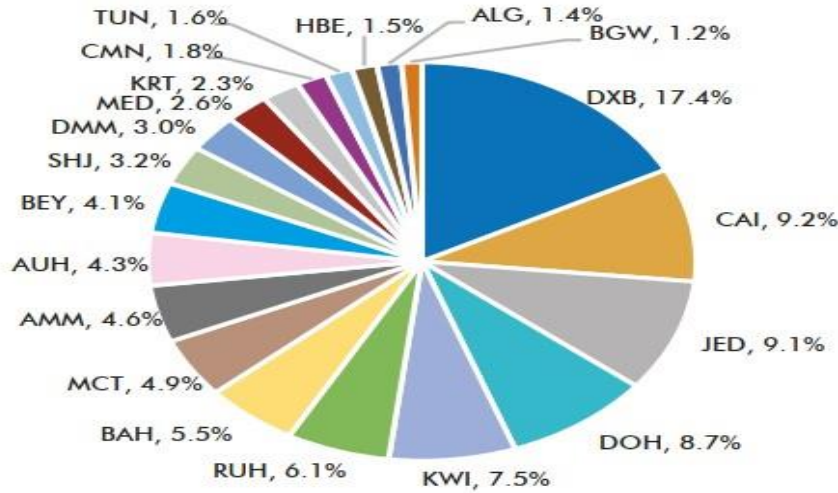
في سنة 2010 تسلم أعضاء الإتحاد 152 طائرة منها 98 طائرة جديدة و54 طائرة مستعملة، وبالتالي إرتفع عدد طائرات أسطول أعضاء الإتحاد 862 بنسبة زيادة قدرت ب 11% مقارنة بسنة 2009. وقد بلغ متوسط عمر أسطول أعضاء الإتحاد 7,3 سنوات. واصلت شركات أعضاء الإتحاد تطوير أسطولها من حيث العدد، حيث أنه بلغ أسطول أعضاء الإتحاد سنة 2018 حوالي 1406 طائرة. وبمتوسط عمر بلغ 7,49 سنوات. وبمعدل سعة مقعدية قدر ب 297 مقعد.

الشركات الأعضاء في الإتحاد تسعى دائما إلى تطوير أسطولها من خلال التخلي عن الطائرات التي تشكل عبئا عليا سواء من حيث الجودة ومن حيث عبء التكاليف، حيث أن أعضاء الإتحاد يهدفون دائما إلى توسيع شبكاتهم ووجهاتهم وتحسين خدماتهم المقدمة للعملاء والتي تعزز مكانتهم في السوق الجوي العربي وحتى سوق النقل الجوي العالمي.

### ثانيا: وجهات أعضاء الإتحاد في العام 2017

إن أعضاء الإتحاد وسعوا منهم للتمركز الجيد في سوق العالمية للطيران المدني، سعوا دائما إلى تدشين وجهات جديد وولوج أسواق دولية وعربية جديدة تتيح لهم البقاء في المنافسة العالمية وكذا زيادة إيراداتها.

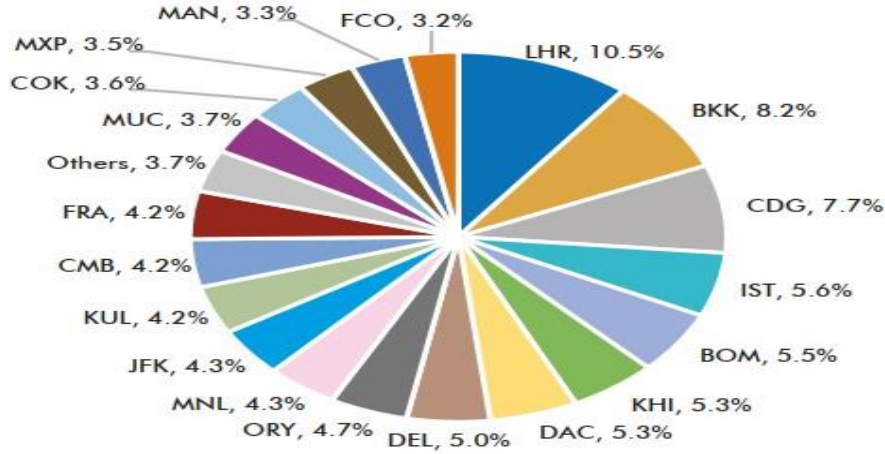
الشكل رقم 07: أول 20 وجهة دولية داخل العالم العربي حسب سعة المقاعد



المصدر: التقرير السنوي للجمعية العامة الواحدة والخمسين، الإتحاد العربي للنقل الجوي، القاهرة، 5-7 نوفمبر، ص 11. نلاحظ من خلال الشكل رقم 07 أن مطار دبي الدولي حظي بنسبة 17,4% من إجمالي الرحلات الدولية من طرف أعضاء الإتحاد داخل الدول العربية، ويأتي مطار القاهرة الدولي بعد مطار دبي بنسبة 9,2% من إجمالي رحلات أعضاء الإتحاد داخل العالم العربي وبفارق كبير جدا تجاوز 47%. وحل في المركز الثالث مطار جدة بالمملكة العربية السعودية بنسبة 9,1% من إجمالي الرحلات الدولية لأعضاء الإتحاد داخل العالم العربي.

نلاحظ كذلك من خلال الشكل رقم 07 أن معظم الرحلات الدولية لشركات أعضاء الإتحاد تمحورت نحو الخليج العربي والشرق الأوسط، في حين احتلت بلدان شمال إفريقيا المراكز الأخيرة في قائمة العشرين وجهة دولية داخل العالم العربي لأعضاء الإتحاد سنة 2017 حسب سعة المقاعد.

الشكل رقم 08: أول 20 وجهة دولية خارج العالم العربي حسب سعة المقاعد:



المصدر: التقرير السنوي للجمعية العامة الواحدة والخمسين، الإتحاد العربي للنقل الجوي، القاهرة، 5-7 نوفمبر، ص 11. نلاحظ من خلال الشكل رقم 08 أن مطار هيثرو ببريطانيا حاز على نسبة 10,5% من إجمالي الوجهات الدولية لشركات أعضاء الإتحاد خارج العالم العربي، وحل في المركز الثاني مطار بانكوك BKK بنسبة 8,2% من إجمالي الرحلات الدولية لأعضاء الإتحاد خارج العالم العربي حسب سعة المقاعد. كما حل مطار شارل ديغول بفرنسا في المركز الثالث بنسبة بلغت 7,7% من إجمالي الرحلات الدولية لأعضاء الإتحاد خارج العالم العربي، وجاء بعده مطار إسطنبول ب 5,6% من إجمالي الرحلات الدولية للشركات الأعضاء خارج العالم العربي.

من خلال الشكل رقم 08 نلاحظ أيضا أنه في قائمة العشرين وجهة الأولى الدولية لأعضاء الإتحاد خارج العالم العربي أن الوجهة الأوربية هي التي حازت على الجزء الكبير من الوجهات الدولية لأعضاء الإتحاد خارج العالم العربي تلتها الوجهة نحو القارة الآسيوية.

### المطلب الثالث: تطور سوق الطيران المدني في العالم العربي على متن شركات الطيران العربية

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى واقع سوق الطيران المدني في الدول العربية، ومحاولة معرفة أهم العوامل التي ساعدت أو أثرت على نموه وتطوره.

## أولاً: تطور سوق النقل الجوي العربي

## 1- تطور حركة المسافرين إلى دول العالم العربي

من خلال الجدول الموالي سنتطرق إلى تطور حركة المسافرين من وإلى العالم العربي خلال الفترة الممتدة بين سنة 2008 وسنة 2018

## الجدول رقم 14: حركة المسافرين في العالم العربي خلال الفترة 2008-2018

الوحدة: مليون

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
مسافر محلي	15	15.3	16.6	17.8	19.2	22.3	23.7	25	26.3	27.1	27.6
مسافر دولي	83.4	93.5	102	106.5	115.9	127	140.5	146.4	164.2	200	204.8
مسافر ترانزيت	8,2	13.8	15.1	15.8	17.2	18,9	20.3	23.6	26.8	30,6	32,9
إجمالي الركاب على متن أعضاء الإتحاد	106.6	122.6	133.7	140.1	152.3	168.2	184.5	195	217.3	257.7	265.3

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على التقارير السنوية للإتحاد العربي للطيران المدني خلال الفترة 2008-2018.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 أن سوق النقل الجوي العربي نما بنسبة 15% سنة 2009 مقارنة بعام 2008 بخصوص عدد المسافرين على متن أعضاء الإتحاد، حيث بلغ عدد المسافرين الدوليين على متن أعضاء الإتحاد سنة 2009 ب 107,3 مليون مسافر مقسمة بين 93,5 مليون مسافر دولي و 13,8 مليون مسافر ترانزيت. كما بلغ عدد المسافرين المحليين حوالي 15,3 مليون مسافر سنة 2009 بنسبة نمو ب 2% مقارنة بسنة 2008.

واصل سوق النقل الجوي العربي نموه وتوسعه الكبير في عام 2010 وقدرت نسبة النمو ب 9% مقارنة بسنة 2009. هاته النسبة جاءت نتيجة بداية النهوض من آثار الأزمة المالية العالمية. سجلت أعداد المسافرين داخل العالم العربي نموا بنسبة 8,5% في عام 2010 مقارنة بالعام 2009، كما زادت نسبة المسافرين الدوليين ب 9% في العام 2010 مقارنة بالعام 2009 بعدد مسافرين وصل إلى 117 مليون مسافر دولي منها 15,1 مليون مسافر ترانزيت.

شهد عام 2011 العديد من الأزمات، بدءا بأزمة الدين الأوروبية، أسعار الوقود، وصولا إلى الأزمات السياسية في العديد من البلدان العربية، بالرغم من هذه الأزمات فقد واصل سوق النقل الجوي العربي نموه وتوسعه في سنة 2011. لقد نما إجمالي الركاب على متن أعضاء الإتحاد من 133.7 مليون مسافر سنة 2010 إلى 140,1 مليون مسافر سنة 2011 أي زيادة بنسبة 4,7%.

سجلت أعداد المسافرين الدوليين نمواً بنسبة 4,4% قدرت بـ 122,3 مليون مسافر دولي منها 15,8 مليون مسافر ترانزيت، كما بلغ عدد المسافرين المحليين حوالي 17,8 مليون مسافر بنسبة زيادة قدرت بـ 7,2% مقارنة بسنة 2010.

واصل سوق النقل الجوي العربي تطوره في السنوات الموالية بنسب متفاوتة، رغم بعض العقبات والأزمات التي شهدتها العالم إجمالاً والعالم العربي خصوصاً. حيث شهدت سنة 2017 أعلى نسبة نمو للسوق العربي للنقل الجوي على السنوات، حيث بلغ عدد المسافرين على متن أعضاء الإتحاد 257,7 مليون مسافر بنسبة بلغت 18,6% مقارنة بسنة 2016.

نما سوق النقل الجوي العربي بشكل جيد في العام 2018 على الرغم من التباطؤ الاقتصادي العالمي وإرتفاع أسعار الوقود والتوترات الجيوسياسية. حيث وسع أعضاء الإتحاد عملياتهم خلال العام 2018 وازداد عدد المسافرين الدوليين بنسبة 2,5% ومسافري الترانزيت بنسبة 7,5%. ونسبة المسافرين المحليين 8% في العام 2018 مقارنة بالعام 2017.

## 2- تطور عدد المسافرين والمقاعد الكيلومترين على متن أسطول أعضاء الإتحاد

من خلال الجدول الموالي سنتطرق إلى تطور المسافرين الكيلومترين على متن أعضاء الإتحاد وكذا المقاعد الكيلومترية المعروضة خلال الفترة 2008-2018

الجدول رقم 15: تطور عدد المسافرين الكيلومترين المنقولين والمقاعد الكيلومترية المعروضة على متن أسطول شركات الطيران المدني العربية خلال الفترة 2008-2018

الوحدة: مليون

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
المسافرين الكيلومترين المنقولين	264	296	357	387	460	517	582	634	703	751	786
المقاعد الكيلومترية المعروضة	368	422	484	529	607	688	767	843	945	1006	1061

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على التقارير السنوية للإتحاد العربي للطيران المدني خلال الفترة 2008-2018.

سجلت عدد المقاعد المعروضة سنة 2009 زيادة بنسبة 12,9% مقارنة بسنة 2008 لتصل إلى 422 مليون مقعد معروض، قابلت هاته الزيادة في المقاعد الكيلومترية المعروضة، زيادة في عدد المسافرين الكيلومترين المنقولين ليصل سنة 2009 إلى 296 مليون مسافر كيلومترية مقارنة بـ 264 مليون مسافر كيلومترية سنة 2008 بنسبة زيادة قدرت بـ 10,8%.

فاقت نسبة التغير في المقاعد الكيلومترية المعروضة التغير في نسبة التغير في الطلب، حيث بلغت نسبة الحمولة المنقولة على متن أعضاء الإتحاد 70,1% سنة 2009 مقارنة ب 71,7% سنة 2008. سنة 2010 شهدت أيضا زيادة في المقاعد الكيلومترية المعروضة من طرف أعضاء الإتحاد لتصل إلى 484 مليون مقعد كيلومتری معروض بنسبة زيادة قدرت ب 12,8%، كما شهدت هاته السنة أيضا زيادة في عدد المسافرين الكيلومترين المنقولين على متن أعضاء الإتحاد، حيث بلغ عدد المسافرين الكيلومترين المنقولين 357 مليون مسافر كيلومتری سنة 2010 بنسبة زيادة قدرت ب 17,1% مقارنة بسنة 2009. في هاته السنة التغير في الطلب فاق التغير في السعة المعروضة، حيث بلغت نسبة الحمولة المنقولة على متن أعضاء الإتحاد 73,8% سنة 2010 مقارنة ب 70,1% سنة 2009.

واصلت الشركات الأعضاء الزيادة في المقاعد الكيلومترية المعروضة في السنوات الموالية بنسب متفاوتة من سنة إلى أخرى، هاته الزيادة في المقاعد الكيلومترية المعروضة قابله زيادة في عدد المسافرين الكيلومترين المنقولين على متن أعضاء الإتحاد.

عرفت سنة 2014 أعلى نسبة تغير في الطلب مقارنة بالسعة المعروضة، حيث بلغت نسبة الحمولة المنقولة على متن أعضاء الإتحاد 75,9% في هاته السنة، تلتها سنة 2012 ب 75,8% كنسبة حمولة منقولة على أعضاء الإتحاد.

#### ثانيا: حركة الركاب والطائرات في المطارات العربية

إن المطارات في الدول العربية عرفت عدة تحسينات وتطويرات لتصل لما وصلت إليه اليوم. إن هاته التحسينات ساهمت بشكل كبير جدا في ضمان حركة أكبر لشركات الطيران العربية والدولية من تحسين برامجها وكذا إيراداتها، حيث أن مجمل المطارات العربية عرفت زيادة في طاقتها الإستيعابية سواء لحركة والطائرات أو قاعات إستقبال المسافرين.

في الجدول الموالي نلاحظ تطور حركة الركاب والطائرات في المطارات العربية خلال الفترة

2018-2008

الجدول رقم 16: حركة الركاب والطائرات في المطارات العربية خلال الفترة 2018-2008

الوحدة: مليون

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
عدد الركاب	194,2	201,6	224,1	224,8	258,7	273,7	298,4	324,7	340,2	359,4	378,5
حركة الطائرات	1,81	1,87	2,14	2,07	2,24	2,29	2,44	2,59	2,68	2,70	2,71

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على التقارير السنوية للاتحاد العربي للطيران المدني خلال الفترة 2008-2018.



من خلال الجدول رقم 16 نلاحظ أن عدد الركاب في المطارات العربية نما سنة 2009 مقارنة بعام 2008 حيث بلغت 201,6 مليون راكب بنسبة زيادة قدرت ب 3,8%. قابل هاته الزيادة في عدد الركاب زيادة في حركة الطائرات من 1,81 مليون حركة سنة 2008 إلى 1,87 مليون حركة سنة 2009 بنسبة زيادة قدرت ب 3,3%.

في العام 2010 إرتفع عدد الركاب في المطارات العربية بنسبة 11,2% مقارنة بالعام 2009، وقد شهد 15 مطارا عربيا نموا تخطى حاجز 10% في حركة المسافرين ومن جهة أخرى شهدت 6 مطارات عربية إنخفاضا في عدد المسافرين. كما سجلت حركة الطائرات نموا بنسبة 14,4% في المطارات العربية، وتصدر مطار مسقط الدولي قائمة المطارات العربية الأكثر نموا في حركة الطائرات عام 2010 بزيادة في حركة الطائرات بأكثر من 21,4% مقارنة بعام 2009.

شهد العام 2011 نموا بسيطا جدا في حركة الركاب على مستوى المطارات العربية، حيث إزدادت أعداد المسافرين بنسبة 0,3% ليصل عدد المسافرين الذين إستخدموا المطارات العربية حوالي 225 مليون مسافر. أما حركة الطائرات في المطارات العربية في العام 2011 فقد شهدت إنخفاضا بنسبة 3,3% مقارنة بالعام 2010. يرجع هذا النمو الضئيل في حركة المسافرين على مستوى المطارات العربية وكذا حركة الطائرات على مستوى المطارات العربية إلى الأوضاع الغير مستقرة في بعض الدول العربية والتي أثرت على مجمل الحركة في المنطقة. فقد شهدت مطارات جمهورية مصر العربية إنخفاضا في عدد المسافرين تجاوز 24% في مطار القاهرة الدولي، وكذلك الوضع في تونس والتي إنخفضت فيها أعداد المسافرين بنسب تتراوح ما بين 13% إلى 70% في بعض المطارات الأخرى.

عادت المطارات العربية إلى النمو في السنوات الموالية لسنة 2011، حيث عاد النشاط في حركة الطائرات على مستوى المطارات العربية قابله زيادة في عدد المسافرين بنسب متفاوتة، كانت هاته الزيادة في نشاط الطيران المدني العربي على مستوى المطارات العربية راجع إلى عودة الأوضاع في المنطقة إلى الإستقرار وكذا قيام بعض الدول العربية بمجموعة كبيرة من التحسينات والتطويرات على مستوى البنى التحتية للمطارات. حيث كانت تهدف هاته التطويرات والتحسينات إلى زيادة الطاقة الإستيعابية للحركة الجوية وكذا حركة المسافرين من خلال تحسين الخدمات المقدمة لهم على مستوى المطارات لضمان سلامة رحلتهم وراحتهم. حيث ساهمت هاته التحسينات والإستقرار في الأوضاع في المنطقة العربية إلى زيادة عدد المسافرين على مستوى المطارات العربية، حيث بلغ عدد المسافرين سنة 2018 إلى حدود 378,5 مليون مسافر بنسبة زيادة بلغت 68,4% مقارنة بسنة 2011 و بنسبة 94,9% في العشر السنوات الأخيرة. كما أن حركة الطائرات في المطارات العربية زادت بنسبة 30,9% عام 2018 مقارنة بعام 2011، وزيادة بنسبة 49,7% في السنوات العشر الأخيرة لتصل إلى 2,71 مليون حركة طائرات.

## ثالثا: أهم عشر مطارات عربية في سوق الطيران المدني العربي

تتوفر في العالم العربي مجموعة من المطارات الدولية والمحلية التي تتم على مستواها عمليات الطيران المدني، حيث تعتبر هاته المطارات من بين العوامل الأساسية لتطور صناعة الطيران المدني، لذلك تهتم معظم دول العالم بها من خلال تطويرها بأحدث التقنيات التي تضمن الأمن والسلامة للمسافرين وشركات الطيران.

الجدول رقم 17: أفضل عشر مطارات عربية من حيث حركة الركاب وحركة الطائرات سنتي  
2016 و2017

المطار	عدد المسافرين (مليون)		حركة الطائرات (ألف)	
	2017	2016	2017	2016
1 مطار دبي	88,2	83,7	408	415
2 مطار حمد الدولي الدوحة قطر	35,3	37,3	249	281
3 مطار جدة الدولي السعودية	34	30,3	229	219
4 مطار الرياض السعودية	25,4	23,5	205	188
5 مطار أبو ظبي الإمارات	23,4	24,5	159	172
6 مطار القاهرة مصر	15,9	15,9	150,4	154
7 مسقط عمان	14,1	12	114	103
8 مطار الكويت	13,8	11,8	111	104
9 مطار الدار البيضاء المغرب	9,4	7,3	87,6	79
10 البحرين	8,5	6,4	96	101

المصدر: التقرير السنوي للجمعية العامة الخمسون، الإتحاد العربي للنقل الجوي، الشارقة، 20-22 نوفمبر، ص 14.

حقق مطار دبي الدولي على المركز الأول في قائمة أكثر مطارات محورية على مستوى الدول العربية حيث أنه شهد حوالي 88,2 مليون مسافر سنة 2017 وبنسبة زيادة قدرت ب 5,1% مقارنة بسنة 2016 وجاء في المركز الثاني مطار حمد الدولي بدولة قطر، حيث بلغ عدد المسافرين على مستوى هذا المطار سنة 2017 حوالي 35,3 مليون مسافر متراجعا عن سنة 2016 بنسبة قدرت ب 5,3%، ويعود سبب هذا التراجع إلى الأوضاع السياسية التي شهدتها المنطقة والتي فرضت في بموجبها دول الجوار العربية الحصار على دولة قطر مما ساهم في تراجع عدد المسافرين المتوجهين إلى دولة قطر.

نلاحظ أيضا من خلال الجدول أن مطارات الدول العربية للشرق الأوسط قد سيطرت على قائمة العشر مطارات العربية الأكثر محورية في قطاع الطيران المدني العربي. ويعتبر مطار الدار البيضاء بالمغرب،

المطار الوحيد من بلدان شمال إفريقيا الذي دخل تصنيف أكثر المطارات العربية محورية في سوق الطيران المدني العربي.

من جانب حركة الطائرات على مستوى المطارات العربية، فقد سجل مطار دبي الدولي إحتلاله المركز الأول بحوالي 408 ألف حركة للطائرات من هبوط وإقلاع، وهذا رغم نسبة الإنخفاض في حركة الطائرات على مستوى المطار مقارنة بسنة 2016، وقد بلغت نسبة التراجع ب 1,7%. وجاء في المركز الثاني مطار حمد الدولي بالعاصمة القطرية الدوحة بحوالي 249 ألف حركة للطائرات على مستوى هذا المطار، وهذا رغم التراجع في هاته النسبة مقارنة بسنة 2016 والتي كانت تبلغ حوالي 281 ألف حركة للطائرات.

كما سجل مطار جدة ومطار الرياض التابعين للمملكة العربية السعودية المركزين الثالث والرابع على التوالي في مجال حركة الطائرات. كما جاء في المركز الخامس مطار أبو ظبي بحوالي 159 ألف حركة طائرات متفوقا على مطار القاهرة الدولي والذي شهد حوالي 150 ألف حركة طائرات في سنة 2017.

### المبحث الثالث: واقع السياحة في الدول العربية

إن المقومات السياحية التي يتميز بها العالم العربي تؤهله إلى أن يكون من بين أكثر المناطق جاذبية للسواح، حيث أن الموقع الجغرافي وكذا الثروات الطبيعية والثقافية والحضارية تعتبر موروث سياحي بامتياز، كل هاته المقومات لم تستغل بالطريقة المثلى، حيث أن حصة العالم العربي في سوق السياحة العالمية لم تتجاوز 6,2% سنة 2018، وهذا ما يثبت سوء الإستغلال للمقومات السياحية في العالم العربي من جهة و كذا للواقع الأمني التي تعيشه بعض الدول العربية و التي تؤثر على الحصة الإجمالية لقطاع السياحة العربي من إجمالي السياحة الدولية.

### المطلب الأول: مقومات السياحة العربية:

تتميز السياحة العالم العربي بمقومات عديدة وكبيرة، منها التاريخية والثقافية والحضارية. كل هاته المقومات متوفرة في دول العالم العربي والتي تدعم العديد من أنواع السياحة كالسياحة الدينية والسياحة البيئية وكذا سياحة الإستجمام وغيرها من أنواع السياحة الأخرى التي يمكن أن تتوفر في العالم العربي، كما يمكنها أن تكون من بين أهم الوجهات الدولية.

كما يمكن تصنيف المقومات السياحية في الدول العربية إلى:

**1- البنية الجغرافية:** يعتبر موقع الوطن العربي جغرافيا من أهم مناطق العالم إستراتيجية من المحيط الأطلسي غربا حيث يقع المغرب العربي إلى الخليج العربي شرقا، ومن بحر العرب جنوبا حتى تركيا والبحر الأبيض المتوسط شمالا، وتبلغ مساحته حوالي 81448713 كلم<sup>2</sup> وتمثل حوالي 10,2% من مساحة

العالم، ومن هذه المساحة 22% يقع في آسيا، والباقي في إفريقيا، وتبلغ السواحل العربية حوالي 22828 كلم.<sup>1</sup>

من خلال الموقع الجغرافي يظهر أثر التلاصق الجغرافي في تسيير التفاعلات التعاونية في أمور مثل التبادل التجاري وإنتقال الأفراد للعمل أو للسياحة وكذلك في بعض مظاهر التعاون الأمني. كما تشكل الدول العربية وحدة واحدة بأجزاء متكاملة لها خصائصها الجغرافية التي تميزها عن باقي الدول الأخرى بحيث:

أ- تمثل حلقة وصل تجاري برا وبحرا بتوسطها القارات الثلاث وبين عاملين صناعيين

ب- تنوع بنيتها الجيولوجية التي إنعكست في تنوع الموارد الطبيعية

ت- غنية بالثروات الطبيعية وخاصة البترول والغاز الطبيعي

ث- تملك ساحل ذو ثروة مائية وسمكية، كما تتوفر على خيرات أخرى كثيرة كاللؤلؤ والمرجان.

من حيث المناخ في الوطن العربي فإنه يتميز بالتنوع حسب المكان، فبعضه جاف وبعضه رطب ومعتدل أحيانا بسبب العوامل المؤثرة فيه.

الوطن العربي غني بثرواته المائية المتعددة ذات القيمة الاقتصادية الكبيرة نظرا لطول سواحله وتعدد بحاره وبحيراته، وكثرة مجاريه المائية العذبة ويقع حوالي 80% من المساحة الكلية للوطن العربي في المناطق المناخية الجافة وشبه الجافة التي تتسم بسقوط متذبذب للأمطار على مدار السنة.

**2- البنية الأساسية الاقتصادية:** تشمل المقومات الاقتصادية جميع الهياكل والبنى التحتية التي تقوم بالدور الاقتصادي على المدى الطويل، ثم الخدمات التي توفرها هاته المنشآت المكونة للبنى التحتية والتي تستخدم في الإنتاج الاقتصادي.

إن ما يعيب على الاقتصاد العربي توجه نحو البترول دون غيره من المقومات التي تحوزها الدول العربية. حيث أن جل الدول العربية إقتصادها ريعي وهو ما لا يسمح لها بتطبيق جميع البرامج التنموية لأن مداخيلها متعلقة بسوق النفط في العالم.

بلغ الناتج المحلي الإجمالي للدول العربي بأسعار السوق الجارية نحو 2683 مليار دولار في عام 2018 مسجلا بذلك نمو بحوالي 8% مقارنة مع معدل نمو بلغ 2,8% عام 2017. كما بلغ معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة في الدول العربية كمجموعة حوالي 2,6% عام 2018، مقابل معدل نمو بلغ نحو 1% عام 2017، وسجلت مجموعة الدول العربية المصدرة للنفط معدل نمو بلغ حوالي 2,5% عام 2018 مقابل معدل نمو قدر ب 0,2% عام 2017، فيما إرتفع معدل نمو الدول العربية ذات الإقتصاديات المتنوعة من حوالي 2,8% عام 2017 إلى حوالي 2,9% عام 2018. وقد بلغ

<sup>1</sup> زير ريان، مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس والإمارات، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017/2018، ص 199-200.

متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية في الدول العربية ككل حوالي 6651 دولار عام 2018 مقابل 6288 دولار عام 2017 بزيادة قدرت ب 5,8%<sup>1</sup>.

**3- البنية الأساسية الاجتماعية:** وهي تضم جميع المقومات المتعلقة بالنمو السكاني وكذا الخدمات الاجتماعية التي يحصل عليها أفراد المجتمع كالـتعليم والرعاية الصحية وغيرها من القضايا الاجتماعية. يقدر إجمالي عدد السكان في الدول العربية في عام 2018 بحوالي 415 مليون نسمة، بزيادة بلغت حوالي 8,4% مليون نسمة مقارنة بسنة 2017. ومعدل نمو يبلغ حوالي 2,1% وتشير الإحصائيات إلى أن نسبة السكان في الفئة العمرية في سن العمل بين 15 و65 سنة بلغت في العام 2017 حوالي 62,4% من إجمالي عدد سكان الدول العربية، أما نسبة الفئة العمرية 15 سنة وأقل فلا تزال تمثل حوالي ثلث سكان المنطقة العربية<sup>2</sup>.

إن المؤشرات والإحصائيات المتوفرة بخصوص قطاع الصحة في المنطقة العربية تبين وجود تفاوت واضح بين الدول العربية في هذا المجال، حيث تراوحت نسبة الإنفاق على الصحة من إجمالي الناتج المحلي حوالي 3% في كل من الإمارات العربية المتحدة والصومال وحوالي 11% في عمان والكويت وموريتانيا. وتصنف الدول العربية إلى مجموعتين من حيث درجة الإعتماد على أي من القطاعين العام والخاص في الإنفاق على الخدمات الصحية، حيث يؤثر الإعتماد على القطاع العام في مجال الصحة إيجابيا على عدالة النفاذ إلى الخدمات الصحية دون ضمان جودتها<sup>3</sup>.

أما في يخص قطاع التعليم على مستوى الدول العربية فقد وصلت نسبة الإنفاق على التعليم في العام 2017 حوالي 6,6% من الدخل المحلي الإجمالي في تونس وفي السعودية حوالي 5,1% و5,3% في فلسطين وهي نسب مرتفعة بالمقارنة مع نظيرتها في الدول النامية ككل. ويقدم معدل الأمية بين البالغين في المنطقة العربية في العام 2017 بحوالي 25%، في حين بلغ في بعض الدول العربية مستويات مرتفعة مثل موريتانيا بحوالي 48% واليمن وجيبوتي بحوالي 30%، ورغم ذلك فقد حققت الدول العربية تناقصا ملحوظا في معدلات الأمية خلال الفترة 2010-2017<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2019، الإمارات العربية المتحدة، ص 27.

<sup>2</sup> صندوق النقد العربي، مرجع سبق ذكره، ص 40-41.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 42.

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص 44-45.

## المطلب الثاني: تطور السياحة الدولية الوافدة لدول العالم العربي

عرفت قطاع السياحة في العالم العربي نمواً بطيئاً خلال الفترة 2008-2018، حيث أن الأوضاع الأمنية في بعض الدول العربية أثرت بشكل كبير جداً على حصة العالم العربي من العدد الإجمالي للسياح في العالم.

من خلال الجدول الموالي سنظهر تطور عدد السياح في العالم العربي وحصته من عدد السياح في العالم خلال العشر سنوات الأخيرة.

## الجدول رقم 18: تطور عدد السياح في العالم العربي خلال الفترة 2008-2018

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
السياح في الوطن العربي (مليون)	75	73,7	84,6	71	79	78,7	84	78,9	76,4	82	87
النسبة من السياح في العالم (%)	8	8,2	8,8	7,1	7,52	7,1	7,3	6,52	6,1	6,2	6,2

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على بيانات البنك الدولي، الموقع <https://data.albankaldawli.org>، شوهد يوم 2019/12/27.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 أن عدد السياح الوافدين لدول العالم العربي بلغ أكثر من 87 مليون سائح سنة 2018 أي ما يمثل حوالي 6,2% من إجمالي عدد السياح الوافدين في العالم. وقد عرف تطور نمو عدد السياح الدوليين الوافدين إلى دول العالم العربي تطوراً منذ سنة 2008، حيث أنه بلغ عدد السياح في هاته السنة حوالي 75 مليون سائح، ما يمثل نسبة 8% من إجمالي السياح الوافدين في العالم. وقد إنخفض هذا الرقم سنة 2009 ليلعب حوالي 73,7 مليون سائح بسبب الأزمة المالية التي شهدها العالم، هذا الإنخفاض في عدد السياح لم يؤثر على حصة العالم العربي من إجمالي السياح الوافدين في العالم لتبلغ حوالي 8.2%.

عاد عدد السياح الدوليين الوافدين إلى دول العالم العربي إلى النمو سنة 2010 ليلعب حوالي 84,6 مليون سائح أي ما يمثل حوالي 8,8% من إجمالي السياح الوافدين في العالم. عرفت الفترة 2008-2018 تذبذب في نمو عدد السياح الدوليين الوافدين إلى دول العالم العربي، حيث هذا لما شهدته بعض الدول العربية من حراك سياسي وعدم الإستقرار الأمني الذي أثرا بشكل مباشر وكبير في حركة السياح، وأثرت كذلك على حصة العالم العربي من إجمالي حركة السياح الدوليين الوافدين في العالم.

إن حركة السياح في العالم العربي تختلف من بلد لآخر، هذا الاختلاف راجع في معظم الأحيان إلى الاختلاف في الموارد السياحية وكذا الأوضاع الاقتصادية والأمنية التي تحدد بنسبة كبيرة توجهات السياح في العالم العربي.

من خلال الجدول الموالي سنبرز التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية الوافدة إلى دول العالم العربي.

الجدول رقم 19: التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية الوافدة إلى العالم العربي خلال الفترة

2018-2008

الوحدة: مليون

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
مصر	12,8	12,5	14,7	9,8	11,5	9,5	9,9	9,3	5,4	8,3	11,3
الأردن	3,7	3,8	4,2	4	4,2	3,9	4	3,8	3,6	3,8	4,2
لبنان	1,3	1,8	2,2	1,4	1,4	1,3	1,4	1,5	1,7	1,9	2
عمان	1,4	1,5	1,4	1	1,2	1,4	1,6	1,9	2,3	2,3	2,3
السعودية	14,8	10,9	10,9	14,2	16,3	15,8	18,3	17,8	17,9	16,1	15,4
الإمارات	7,1	6,8	7,4	8,1	9	10	13,2	14,2	14,9	15,8	15,9
الجزائر	1,8	1,9	2,1	2,4	2,6	2,7	2,3	1,7	2	2,5	2,7
المغرب	7,9	8,3	9,3	9,3	9,4	10	10,3	10,2	10,3	11,3	12,3
تونس	7,1	7,8	7,8	5,7	7	7,4	7,2	5,4	5,7	7,1	8,3
قطر	1,4	1,5	1,7	2,1	2,3	2,6	2,8	2,9	2,9	2,3	1,8
البحرين	1,2	1	1	0,8	1	1,1	1,4	4	4	4,4	4,4
فلسطين	0,4	0,4	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6	0,4	0,4	0,5	0,6

المصدر: من إعداد الطالب إعتقادا على بيانات البنك الدولي، الموقع <https://data.albankaldawli.org>، شوهد

يوم 2019/12/29.

من خلال الجدول رقم 19 نلاحظ أن دولة الإمارات العربية المتحدة حصلت على أكبر عدد من السياح الوافدين إلى دول العالم العربي، حيث بلغ عدد السياح الوافدين لدولة الإمارات حوالي 15,9 مليون سائح وبنسبة زيادة قدرت بحوالي 55% مقارنة بسنة 2008 والتي بلغ فيها عدد السياح الوافدين إلى دولة الإمارات العربية المتحدة حوالي 7,1 مليون سائح وانتقلت من الترتيب الخامسة سنة 2008 إلى المرتبة الأولى سنة 2018 على مستوى العالم العربي. كما حلت السعودية في المرتبة الثانية سنة 2018

بحوالي 15,4 مليون سائح وبنسبة زيادة قدرت بحوالي 4,5% مقارنة بسنة 2008 والتي كانت تحتل فيها الصدارة بحوالي 14,7 مليون سائح.

جاءت المغرب في المرتبة الثالثة سنة 2018 بحوالي 12,3 مليون سائح وبنسبة زيادة قدرت ب 35,7% مقارنة بسنة 2008 والتي بلغ فيها عدد السياح الوافدين إلى دولة المغرب حوالي 7.9 مليون سائح.

في المركز الرابع حلت دولة مصر سنة 2018 بحوالي 11,3 مليون سائح وبنسبة إنخفاض قدرت بحوالي 11,7% مقارنة بسنة 2008 والتي بلغ فيها عدد السياح الوافدين إلى مصر حوالي 12,8 مليون سائح. السبب في هذا الإنخفاض الذي شهدته دولة مصر في عدد السياح الوافدين إليها راجع بالدرجة الأولى إلى الجانب السياسي والأمني الذي شهد تدهورا بداية من سنة 2011 والتي شهدت فيها مصر بداية الحراك السياسي والإفلات الأمني وهو أدى إلى تراجع رهيب في السياحة الوافدة إلى دولة مصر.

حلت دولة تونس في المركز الخامس سنة 2018 في ترتيب الدول العربية الأكثر جذبا للسواح في العالم العربي، حيث بلغ عدد السياح حوالي 8,3 مليون سائح بنسبة زيادة قدرت ب 14,5% مقارنة بسنة 2008. خلال الفترة 2008 – 2018 شهدت تونس تذبذب في نسبة النمو في عدد السياح الوافدين إليها وكانت البداية من سنة 2011 لما شهدته تونس من حراك سياسي والإنتفاضة الشعبية، ثم سنة 2014 بسبب عدم الإستقرار الأمني الذي شهدته تونس.

يعود تصدر دولة الإمارات العربية المتحدة للدول العربية من حيث مؤشر السياحة الدولية الوافدة إلى السمعة العالمية التي أصبحت تحظى بها دولة الإمارات، وكذا بفضل المقومات التي تلي رغبات السياح المستهدفين، إضافة إلى البنية التحتية القوية خاصة فيما يتعلق بالخدمات السياحية، وكذا سهولة الوصول إلى هاته المقومات جوا من خلال شركات طيران وطنية تنافس عالميا للوصول إلى مدن ووجهات جديدة كل عام، مما يمكن السياح حول العالم من زيارة الدولة والتمتع بمنتجاتها السياحية. بالإضافة إلى ذلك إشتهرت دولة الإمارات العربية المتحدة بسياحة التسوق و سياحة المؤتمرات والمعارض وكذا المنافسات الرياضية الدولية مثل سباق الفورميلا وان.

### المطلب الثالث: تطور الإيرادات السياحية في الدول العربية

عرفت الإيرادات السياحية في العالم العربي نموا جيدا خلال السنوات العشر الأخيرة، حيث أن نسبة النمو كانت متباينة خلال نفس الفترة نظرا للأحداث التي شهدها العالم بداية 2009، وكذا الأحداث التي شهدها العالم العربي والتي لم تأثر بشكل كبير جدا على الإيرادات السياحية في العالم العربي.

سنحاول من خلال الجدول الموالي إبراز تطور الإيرادات السياحية خلال الفترة 2008-2018 مع تبيان النسبة التي حصل عليها العالم العربي من الإيرادات السياحية في العالم.



الجدول رقم 20: تطور الإيرادات السياحية في دول العالم العربي خلال الفترة 2008-2018

الوحدة مليار دولار

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الإيرادات السياحية في العالم العربي	63,56	64,03	74,16	64,75	72,12	71,19	80,06	83,50	84,92	99,84	105
النسبة من الإيرادات السياحية في العالم	6,43	7,1	7,6	5,9	6,4	5,8	6,2	6,8	6,7	7,4	7,2

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على بيانات البنك الدولي، الموقع <https://data.albankaldawli.org>

شاهد يوم 2019/12/29.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 أن الإيرادات السياحية في الدول العربية بلغ حوالي 105 مليار دولار سنة 2018 أي ما يمثل حوالي 7,2% من إجمالي الإيرادات السياحية في العالم.

قد عرفت الإيرادات السياحية في العالم العربي نموا منذ سنة 2008، حيث أنها بلغت الإيرادات السياحية في العالم العربي حوالي 63,56 مليار دولار، أي نسبة 6,43% من إجمالي الإيرادات السياحية في العالم. شهدت الإيرادات السياحية في العالم العربي نفس العقبات التي شهدتها حركة السياح الدوليين الوافدين في العالم العربي، حيث أنها شهدت سنة 2011 إنخفاضا لتبلغ حوالي 64,75 مليار دولار مقارنة بسنة 2010 والتي بلغت فيها الإيرادات السياحية في العالم العربي حوالي 74,16 مليار دولار، بسبب ما شهده العالم العربي من أزمات سياسية وأمنية وإقتصادية. كما شهدت أيضا سنة 2013 إنخفاضا في الإيرادات السياحية على مستوى العالم العربي حيث بلغت حوالي 71,19 مليار دولار مقارنة بسنة 2012 والتي بلغت فيه حوالي 72,12 مليار دولار.

عادت الإيرادات السياحية في العالم العربي للنمو من جديد بداية من سنة 2014 لتبلغ حوالي 80,06 مليار دولار، بسبب الإستقرار الأمني والسياسي الذي شهده العالم العربي وكذا الدول العربية الجاذبة للسياح مثل مصر وتونس.

تتوزع الإيرادات السياحية في العالم العربي حسب حركة السياحة الدولية الوافدة، حيث أن هاته الإيرادات تكون مختلفة من بلد إلى آخر نظرا لخصائص كل بلد وكذا حسب الإنفاق السياحي في هذا البلد. غالبا ما تأثر قيمة العملة والوضع الإقتصادي على الإنفاق السياحي، كما تؤثر أيضا الأوضاع السياسية والأمنية على الإيرادات السياحية في جميع دول العالم.

من خلال الجدول الموالي سنحاول إظهار توزيع الإيرادات السياحية دخل العالم العربي خلال الفترة

2008-2018، مع إبراز نصيب كل دولة من هاته الإيرادات السياحية.

الجدول رقم 21: التقسيم الجغرافي للإيرادات السياحية في دول العالم العربي للفترة 2008-2018

الوحدة مليار دولار

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2106	2017	2018
مصر	12.1	11.7	13.6	9.3	10.8	6.7	7.9	6.9	3.3	8.6	11.6
الأردن	3.5	3.5	4.4	4.4	5.1	5.2	5.5	4.9	4.9	5.6	5.3
لبنان	6.3	7.2	8.1	6.8	7.4	7	6.8	7.1	7.4	8.1	8.4
عمان	1.1	1.1	1.1	1.5	1.7	1.9	1.9	2.3	2.4	2.8	--
السعودية	6.8	6.7	7.5	9.3	8.4	8.7	9.3	11.2	13.4	14.9	12.1
الإمارات	7.2	7.4	8.6	9.2	10.9	12.4	15.2	17.5	19.5	21.1	21.4
الجزائر (مليون)	473	361	324	300	295	326	316	347	246	172	--
المغرب	8.9	7.9	8.2	9.1	8.5	8.2	9.1	7.8	7.9	9.1	7.8
تونس	3.9	3.5	3.4	2.5	2.9	2.9	3.9	1.9	1.7	1.8	1.7
قطر	--	--	--	4.5	7.2	8.6	10.6	12.1	12.6	15.8	17.3
البحرين	1.9	1.9	2.2	1.8	1.8	1.9	1.9	2.4	4	3.8	--
الكويت (مليون)	610	660	574	644	780	619	615	931	831	643	--

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على بيانات البنك الدولي، مرجع سبق ذكره، شوهد يوم 2019/12/30.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 أن دولة الإمارات العربية المتحدة حققت أعلى نسبة إيرادات سياحية سنة 2018 بين دول العالم العربي، حيث بلغت حوالي 21.4 مليار دولار وبنسبة نمو قدرت ب 66% خلال العشر سنوات الأخيرة. حلت في المركز الثاني دولة قطر بحوالي 17.3 مليار دولار خلال سنة 2018، كما تلتها دولة السعودية بحوالي 12.1 مليار دولار.

خلال الفترة 2008-2018 عرفت بعض الدول العربية تذبذبا في نمو إيراداتها السياحية نظرا للأحداث السياسية التي شهدتها وكذلك عدم الإستقرار الأمني. وكمثال على ذلك نذكر دولة مصر التي إنتقلت فيها الإيرادات السياحية من 12.1 مليار دولار سنة 2008 إلى 11.6 مليار دولار سنة 2018، ودولة تونس كذلك عرفت نفس الوضعية، حيث أن الإيرادات السياحية إنتقلت من 3.9 مليار دولار سنة 2008 إلى 1.7 مليار دولار.

نلاحظ كذلك من خلال الجدول أن ترتيب الدول العربية من حيث الإيرادات السياحية مختلف تماما عن ترتيب الدول العربية من حيث عدد السياح الوافدين، حيث أن دولة السعودية احتلت المركز الثاني من حيث عدد السياح الدوليين الوافدين إليها، غير أنها احتلت المركز الثالث من حيث الإيرادات السياحية. كذلك نلاحظ أن دول قطر احتلت المركز الحادي عشر من حيث عدد السياح الدوليين الوافدين إليها لكنها احتلت المركز الثاني من حيث الإيرادات السياحية، نفس المثال ينطبق على دولة المغرب التي احتلت المركز الثالث من حيث عدد السياح الدوليين الوافدين لكنها احتلت المركز السادس من حيث الإيرادات السياحية.

يعود هذا الاختلاف في ترتيب الدول العربية من حيث الإيرادات السياحية مقارنة بالسياحة الدولية الوافدة في الأساس إلى نوع السياحة الممارسة في الدول، حيث أن دولة الإمارات وقطر تهتم كثيرا بـسياحة المعارض والمؤتمرات وكذا السياحة الرياضية وهذه الأنواع من السياحة أحيانا لا تحتاج إلى وصول عدد كبير من السياح الدوليين، بل أنها تتميز بإنفاق سياحي كبير من طرف السياح الذين يهتمون بهذا النوع من السياحة. كما أن السعودية تشتهر بالسياحة الدينية وهذا النوع من السياحة تقريبا لا يوجد إستعمال للخدمات السياحية بشكل كبير جدا ما عدا الفنادق والنقل السياحي.

## خلاصة

تعتبر صناعة الطيران المدني من بين أكثر الصناعات نمواً في العالم، حيث أن الطلب أصبح يتزايد بشكل كبير جداً على هاته الصناعة وبشكل مستمر، هذا النمو التي تشهده صناعة الطيران المدني راجع بالأساس إلى عدة عوامل منها ما هو إقتصادي وجغرافي وديموغرافي وغير ذلك من العوامل الأخرى.

النمو في صناعة الطيران المدني في العالم، قابله نمو في السياحة الدولية، حيث أن وسيلة النقل الجوي أصبحت الوسيلة الأكثر تفضيلاً لدى السياح لما تتوفر عليه من وسائل راحة وأمان وكذا السرعة في التنقل. حيث أن تأثر قطاع السياحة بصناعة الطيران المدني أصبح واضحاً للجميع وهو ما تبينه أرقام المنظمات الدولية السياحية وكذا المنظمات الدولية المسيرة لشؤون قطاع الطيران المدني.

تشكل السياحة في العديد من الدول العربية قطاعاً هاماً يرفد إقتصاداتها، لاسيما تلك الدول التي لا تمتلك موارد طبيعية كبيرة. تأثرت السياحة في الدول العربية بعد الثورات العربية وحالة إنعدام الإستقرار الأمني التي مر بها العالم العربي منذ 2011 والتي أثرت بشكل كبير على تدفق السياح.

رغم حالة عدم الإستقرار الأمني الذي شهدته بعض الدول العربية، إلى أن السياحة العربية عادت للنشاط مجدداً بعد تجاوز هاته المرحلة، ويعود الفضل في إعادة بعث السياحة العربية من جديد إلى الناقلات الجوية العربية والتي ساهمت بشكل كبير جداً في تنشيط السياحة في الدول العربية من خلال مضاعفة نشاطها ورحلاتها نحو العالم العربي وكذا ربط هذا الأخير بمجموعة من الوجهات التي لم تكن تملك خطوط سفر للعالم العربي.

تواجه صناعة الطيران العربية في الوقت الراهن العديد من التحديات التي قد تؤثر بشكل واضح على نموها المستقبلي، وهو ما يؤثر فعلاً على قطاع السياحة العربية، فحالة الإستقرار السياسي والإقتصادي والأمني في بعض الدول عاد للتدهور، مما يحرم الناقلات من بعض الوجهات المربحة والتقليدية

## **الفصل الرابع:**

**مقارنة تجارب شركات  
طيران الإمارات والخطوط  
الجوية القطرية والخطوط  
الجوية الجزائرية**

**تمهيد:**

بعد التطرق في الجانب النظري إلى الخدمات التي تقدمها شركات الطيران المدني وكذا واقعها في العالم وكذا الدول العربية، إضافة إلى التطرق إلى واقع السياحة في العالم والدول العربية. حيث حاولنا في الجزء النظري إيجاد العلاقة أو بالأحرى إيجاد الكيفية التي تساهم بها شركات الطيران المدني في تنشيط السياحة دول العالم العربي من خلال الخدمات التي تقدمها.

ومن أجل التعمق أكثر في بحثنا، ومحاولة منا إيجاد العلاقة بين خدمات الطيران المدني والسياحة في العالم العربي، سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى تجارب شركات طيران مدني عربية بهدف تحديد الكيفية التي تساهم بها في تنشيط السياحة في الدول العربية من خلال الخدمات التي تقدمها أثناء ممارسة نشاطها. وكذا المقارنة بين هاته التجارب للوصول لنتائج تبين لنا العلاقة محل الدراسة.

ومن أجل الوصول إلى النتائج التي تدعم دراستنا، سنقسم هذا الفصل إلى 3 مباحث هي كالتالي:

**المبحث الأول:** تقديم عام لشركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية  
**المبحث الثاني:** مقارنة الخدمات الأساسية التي تقدمها الشركات الثلاث محل الدراسة وعلاقتها بتنشيط الحركة السياحية في الدول العربية

**المبحث الثالث:** مقارنة الخدمات التكميلية التي تقدمها الشركات الثلاث محل الدراسة وعلاقتها بتنشيط الحركة السياحية في الدول العربية

## المبحث الأول: تقديم عام لشركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية

تعتبر شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية من بين الشركات الرائدة والناجحة في مجالها في العالم وهذا لما تحققه من أداء سواء على مستوى الحركة الجوية العالمية عموماً والعربية على وجه الخصوص وهذا لما توفره من خدمات مميزة لمسافرين على متن رحلتها الجوية التي تصل تقريبا لأغلبية الدول في العالم سواء قريبة أو بعيدة المدى، أما الخطوط الجوية الجزائرية فهي مؤسسة وطنية تسعى دائماً إلى الاستفادة من تجارب الشركات الرائدة سواء من حيث الإستراتيجيات المنتهجة للتطور والنمو أو من حيث الخدمات المقدمة للمسافرين لزيادة حصتها السوقية في مجال الطيران المدني العالمي والعربي.

### المطلب الأول: نبذة تاريخية عن الشركات الثلاث محل الدراسة

لكل شركة طيران خلفية تاريخية تتمثل في بدايتها الأولى في عالم الطيران المدني العالمي وصولاً إلى ما هي عليه في الوقت الراهن مروراً بمجموعة من المراحل التي أثرت سواءاً بالإيجاب أو السلب على مسار هاته الشركات محل الدراسة في سوق الطيران المدني العالمي على العموم والعربي على وجه الخصوص.

### أولاً: نبذة تاريخية حول شركة طيران الإمارات

شركة طيران الإمارات من بين أهم الشركات العربية والعالمية والتي أصبحت تلعب دوراً بارزاً في مجال الطيران المدني، حيث ان هذا المستوى الذي بلغته هاته الشركة لم يكن وليد الصدفة، بل جاء بعد العديد من الخطط والإستراتيجيات وكذا البرامج التي كانت في أساسها تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المسطرة سواء على المدى القصير أو المدى البعيد.

عرف العام 1984 أول خطوات طيران الإمارات في عالم الطيران، حيث وجه الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس دولة الإمارات العربية المتحدة للسيد موريس فلاناغان الذي كان يشغل منصب المدير الإداري لإتحاد النقل الجوي الوطني لدبي حينها النظر في إنشاء شركة طيران. وبحلول شهر ديسمبر من نفس السنة، كانت خطة العمل الشاملة جاهزة وتم إختيار إسم "طيران الإمارات" لشركة الطيران الجديدة<sup>1</sup>.

في شهر مارس من العام 1985، تم تكليف موريس فلاناغان بمهمة طموحة تقضي بإطلاق شركة طيران في غضون 5 أشهر بتمويل أولي قيمته 10 ملايين دولار. وطلب منه أن يحرص على جعل شركة

<sup>1</sup> Site web <https://www.emirates.com/ae/arabic/about-us/timeline/>, consulte le 23/12/2019.

الطيران تظهر بأبهى حلة وتقدم أفضل أداء وتحقق الأرباح، وأنه لن يتوفر لها أي دعم أو حماية جوية بموجب سياسة الأجواء المفتوحة في دبي<sup>1</sup>.

في 25 أكتوبر من العام 1985، شغلت شركة طيران الإمارات رحلتها من دبي إلى كراتشي ومومباي باستخدام طائرة بوينج 737 وطائرة إيرباص A300 B4 استأجرتهما من الخطوط الجوية الدولية الباكستانية.

في 3 جويلية من العام 1987، حلقت طائرة إيرباص A310-304 من تولوز إلى دبي لتستلم طيران الإمارات بذلك أول طائرة مملوكة لها.

تعد طيران الإمارات رائدة في مجال الترفيه الجوي، حيث كانت أول شركة طيران تقوم بتركيب أنظمة فيديو في كل المقاعد، وفي كل درجات السفر على متن كل طائرتها. في العام 1992، خضع مطار دبي الدولي لعملية تجديد كاملة، وانتقلت بذلك مكاتب طيران الإمارات إلى مبنى مغادرة جديد تبلغ قيمته 2 مليون دولار أميركي.

أتى طلب طيران الإمارات لشراء 7 طائرات بوينج 777 مع 7 خيارات ليعيد الثقة في الصناعة التي تضررت بشدة جراء حرب الخليج الأولى. وفي عام 1993 أصبحت طيران الإمارات أول شركة خطوط جوية تقدم خدمة الإتصالات عن بعد في درجات السفر الثلاثة على متن طائرة إيرباص.

في العام 1994 أصبحت طيران الإمارات أول شركة طيران تجهز طائرات إيرباص بتسهيلات الفاكس ليتمكن المسافرين من إنجاز أعمالهم والتواصل خلال الرحلة. وفي العام 1998، إشترت طيران الإمارات 43 بالمئة من حصص الخطوط الجوية السريلانكية ووقعت معها عقد إدارة لمدة 10 سنوات. وفي نفس السنة تم إفتتاح المبنى رقم 2 الجديد في مطار دبي الدولي، لتزداد بذلك سعة المطار بمقدار مليوني مسافر سنويا.

في العام 1999 تخطى عدد القادمين إلى مطار دبي الدولي حاجز الـ 11 مليون مسافر. نقلت طيران الإمارات 4.7 مليون مسافر في أسطولها المكون من 32 طائرة.

عام 2000 أصبحت طيران الإمارات أول شركة خطوط جوية تتقدم بطلب لشراء طائرات إيرباص A380 بطلبها شراء سبع طائرات منها مع خيار لشراء خمس طائرات إضافية، وذلك خلال معرض فانبرة الدولي للطيران. وفي العام 2004 وقعت طيران الإمارات صفقة قيمتها 100 مليون جنيه إسترليني مع نادي أرسنال الإنجليزي لكرة القدم، وتتضمن الصفقة حقوق التسمية للمعبها الجديد لمدة 15 عاما، بالإضافة إلى رعاية قميص اللاعبين لمدة ثمانية أعوام، على أن تبدأ من موسم 2006-2007. وتم تجديد

<sup>1</sup> Op cit.



هذه الشراكة مرتين في العامين 2012 و2018، لتصبح أطول شراكة لرعاية قميص اللاعبين في الدوري الإنجليزي وإحدى أطول فترات التعاون في مجال الرياضة العالمية.

سنة 2005، دخلت طيران الإمارات التاريخ بعد طلب شراء 42 طائرة بوينج 777 في صفقة بلغت قيمتها 9.7 مليار دولار أميركي. وكان ذلك أضخم طلب لشراء طائرات بوينج 777 على الإطلاق في ذلك الوقت. وتعد طيران الإمارات اليوم أكبر مشغل في العالم الطائرات 777.

شهدت سنة 2008 إفتتاح المبنى رقم 3 المخصص لطيران الإمارات في مطار دبي الدولي مغادرة 500 ألف مسافر خلال الشهر الأول من تشغيله.

عام 2012 وقعت طيران الإمارات وكونتاس شركة الطيران الرسمية الأسترالية، والتي تلقب بـ "الكنغر الطائر"، عقد شراكة تجارية واسعة النطاق توفر إمكانية ربط سلسلة لعملاء كلا الشركتين عبر شبكتي خطوط رحلات عالمية وأسترالية واسعة، بالإضافة إلى مزايا برامج المسافرين الدائمين الحصرية وتجارب السفر ذات المستوى العالمي. وتتعدى الشراكة التي تمتد لـ 10 سنوات إتفاقيات تبادل الرموز، إذ تشمل التعاون لبناء شبكات رحلات متكاملة والتنسيق فيما يتعلق بالأسعار والمبيعات وجداول الرحلات، بالإضافة إلى نموذج لتقاسم المزايا.

سنة 2013، إزدادت سعة مطار دبي الدولي إلى 75 مليون مسافر سنويا مع إفتتاح الكونكورس A، الذي يعد أول منشأة في العالم مخصصة لطائرات A380. ويحتضن الكونكورس A أسطول طائرات طيران الإمارات من طراز A380، ويتيح إمكانية الصعود إلى المقصورة العلوية من هذه الطائرات مباشرة، فيما تفتش الصالات المخصصة لمسافري الدرجة الأولى ودرجة رجال الأعمال فيها مساحة 19 ألف متر مربع.

عام 2017 أعلنت طيران الإمارات وفلاي دبي عن شراكة إستراتيجية تشمل إتفاقية واسعة لتبادل الرموز ومواءمة جداول الرحلات والإستخدام الأمثل لشبكة الرحلات. وفي نفس العام أطلقت طيران الإمارات أول الأجنحة الخاصة بوينج 777 والمغلقة بالكامل للدرجة الأولى في العالم، لتوفر لعملائها ترفا وخصوصية لا مثيل لهما. غيرت هذه الأجنحة بتصميمها المستوحى من مرسيدس بتر قواعد اللعبة في مجال الطيران، وقد أطلقتها طيران الإمارات من خلال حملة إعلانية تصدرها النجم التلفزيوني وخبير السيارات جيرمي كلاركسون.

في العام 2019 أبرمت طيران الإمارات عقدا لشراء 30 طائرة من طراز بوينج 787-9 بقيمة 8.8 مليار دولار أميركي في معرض دبي للطيران. وتضاف هذه الطليبة إلى طليبة شراء طائرات من طراز

إيرباص A350 بقيمة 16 مليار دولار أميركي، ليصل بذلك إجمالي طلبيات الشركة في معرض دبي للطيران إلى 24.8 مليار دولار أميركي.

في نفس السنة إنطلق أكثر من 540 راكبا متطوعا من 145 جنسية في رحلة طيران الإمارات رقم EK2019، ليحطموا بذلك رقم غينيس العالمي لأكثر عدد من الجنسيات في رحلة جوية واحدة. وقد إنطلقت الرحلة A380 التاريخية إحتفاء باليوم الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة وعام التسامح.

#### ثانيا: نبذة تاريخية حول شركة الخطوط الجوية القطرية

الخطوط الجوية القطرية من بين شركات الطيران التي لا تعرف المستحيل، حيث أنها ومنذ نشأتها تعودت على النجاح رغم كل العراقيل التي تواجه صناعة الطيران في العالم والتي تواجهها هي على وجه الخصوص وأخر هاته العراقيل الخطر الجوي الذي تعرض له أسطولها ومنعه من الطيران من وإلى مجموعة من الدول العربية. رغم هاته العراقيل لم تتأثر الخطوط الجوية القطرية بل مازالت تنصب نفسها كأفضل شركات الطيران في العالم ككل والعالم العربي على وجه الخصوص.

تعتبر الخطوط القطرية من بين أسرع خطوط الطيران نموا في العالم، وأحد شركات طيران التي حصلت على وصف "خطوط طيران بخمس نجوم" من سكاي تراكس على مستوى جودة الخدمات، وتعد الخطوط القطرية أحد أعضاء الإتحاد العربي للنقل الجوي. وتعتبر الخطوط الجوية القطرية شركة طيران وطنية في قطر، يقع مقرها الرئيسي في العاصمة القطرية الدوحة، وتتخذ من مطار حمد الدولي مركزا لعملياتها يرجع تاريخ إنشاء الخطوط القطرية إلى 22 نوفمبر 1993، عندما أرادت الأسرة الحاكمة في قطر إنشاء شركة طيران وطنية تابعة لدولة قطر، وكانت الرحلة الأولى للشركة في 20 جانفي 1994، وإستخدمت الخطوط القطرية في رحلتها الأولى طائرة مستأجرة من طراز بوينغ 737-200 وطائرتان من طراز إيرباص إيه 310، وأستخدمت هذه الطائرات أساسا لوجهات الشرق الأوسط، ثم حصلت الشركة فيما بعد على طائرتان من طراز بوينغ 727 وطائرتان من طراز بوينغ 747SP، والتي أستخدمت في وجهات لندن، دكار كولومبو وبانكوك.

في عام 1997 تم إعادة هيكلة الشركة وأعيد إنطلاقها بشكل جديد، وتم تعيين رئيس تنفيذي جديد للشركة هو "أكبر الباكر"، وأعلنت الشركة عام 2001 عن توقيع عقد لشراء خمس طائرات من طراز إيرباص 380، وفي جوان 2003 قامت الشركة بتوقيع إتفاقية أخرى بقيمة 5.1 بليون دولار أمريكي مع شركة إيرباص لشراء 34 طائرة.

في عام 2006، كشفت الخطوط القطرية عن المظهر الخارجي الجديد لطائراتها، ويظهر التصميم الجديد من الخارج شعار "المها" باللون العنابي ممتدا على طول ذيل الطائرة والجزء الخلفي من جسمها

وبشكل أكبر وأوضح وأقوى من التصميم القديم، كما تحمل الطائرات التابعة للقطرية شعار حيوان "المها" على الجزء السفلي من جسم الطائرة مما يمكن من رؤيته أثناء التحليق المنخفض عند الإقلاع والهبوط، كما تم وضع شعار "المها" على الجناحين والمحركات، حيث أن حيوان "المها" واللون العنابي مستوحيان من شعار وطبيعة دولة قطر.

في عام 2009، أبت الخطوط الجوية القطرية إلى أن تحافظ على تقاليدھا في التميز، وجعلت معرض باريس للطيران موعدا لإعلانها ولأول مرة عن تأسيس شركة تابعة لها جديدة متخصصة في مجال تأجير الطائرات تحت إسم القطرية لطائرات رجال الأعمال، وذلك ضمن إستراتيجية المجموعة الطموحة والمتواصلة للنمو وفي إطار إلتزامها المتواصل بتلبية إحتياجات الشركات في مجال السفر على مستوى الشرق الأوسط والعالم كله. توفر خدمات تأجير الطائرات التي تتميز بالفخامة وذلك للسفر إلى مختلف أنحاء العالم على متن أسطول طائراتها المملوك لها بالكامل. في عام 2013، أعلنت الخطوط الجوية القطرية إنضمامها إلى تحالف وان وارد العالمي لشركات الطيران.

في العام 2016، أعلنت الخطوط الجوية القطرية عن إتفاقية شراء 100 طائرة من نوع بوينغ منها 10 من طراز B777 و30 طائرة من طراز B787-9 و60 طائرة من طراز B737 MAX بقيمة قدرت بأكثر من 90 بليون دولار، وتعتبر هاته الإتفاقية من أكبر طلبات شراء الطائرات في التاريخ.<sup>1</sup>

### ثالثا: نبذة تاريخية حول شركة الخطوط الجوية الجزائرية

الخطوط الجوية الجزائرية هي شركة وطنية جزائرية، تقوم بتقديم مجموعة من خدمات النقل الجوي للمسافرين سواء داخل الجزائر أو على المستوى الدولي. يعتبر مطار هواري بومدين هو المركز الأساسي للشركة والذي تمارسه فيه عملية تقديم خدماتها بالإضافة إلى مجموعة من المطارات الدولية الأخرى التي تقع موزعة على الولايات الجزائرية. كمت تعتبر الخطوط الجوية الجزائرية الناقل الرسمي والوحيد الذي يمثل دولة الجزائر، حيث أن هاته الشركة تتخذ مطار هواري بومدين بالعاصمة الجزائر مقرا رئيسيا للممارسة نشاطها وتقديم خدماتها.

كان أول ظهور للخطوط الجوية الجزائرية بعد الحرب العالمية الثانية وذلك عام 1947، حيث تم تأسيسها من طرف السلطات الفرنسية تحت مسمى الشركة العامة للنقل الجوي (SGTA). وكانت حصة 90% من أسهم الشركة تعود لدولة فرنسا والباقي فكان موزع على المساهمين الأجانب. بعد 15 سنة، أي بعد إستقلال الجزائر بدأت الحكومة الجزائرية في إجراءات تحويل ملكية الشركة لصالحها. حيث طالبت الحكومة الجزائرية من الحكومة الفرنسية إسترداد جزء من رأس مال المؤسسة وكان

<sup>1</sup>Site web <http://www.qmiles.travel/iwov-resources/temp-docs/press-kit/The%20Story%20of%20Qatar%20Airways%20-%20Arabic.pdf>, consulte le 08/01/2020.

ذلك ضمن مفاوضات بين حكومتنا الدولتين، وهو ما تجسد على أرض الواقع، حيث تمكنت الحكومة الجزائرية من شراء حصة 51% من رأس مال الشركة وذلك عام 1963 والحصة الباقية أصبحت ملك الجوية الفرنسية.

لم تتوقف الحكومة الجزائرية عند هذا الحد بل واصلت جهودها في عملية المفاوضات بهدف تحويل ملكيتها كلياً للجزائر وهو ما تجسد على مرحلتين. كانت المرحلة الأولى عام 1970 حين تمكن السلطات الجزائرية من رفع حصتها من رأس مال الشركة بنسبة 83%، والمرحلة الثانية كانت سنة 1974 حين تمكنت السلطات الجزائرية من الحيازة على رأس مال شركة الخطوط الجوية الجزائرية، حيث أصبحت الشركة جزائرية 100%.

في سنة 1975 سعت الحكومة الجزائرية إلى سن مجموعة من القوانين والتنظيمات التي تنظم نشاط الشركة وذلك من خلال المرسوم رقم 39/75 المؤرخ في 17 جوان 1975، حيث تم من خلال هذا المرسوم تعديل إسم الشركة ليصبح " الشركة الوطنية للنقل والعمل الجوي"، كما أنه ومن خلال نفس المرسوم تم تكليف الشركة بمجموعة من المهام التي يمكن تلخيصها فيما يلي<sup>1</sup>:

أ- الخدمات الجوية للنقل العمومي نظامياً كان أو غير نظامي وداخلياً أو دولياً، وتتعلق بالنقل جواً للأشخاص والبضائع وخدمة البريد ووكالات النقل وإنشاء الخطوط الجوية وإستغلالها سواء كان في الجزائر أو خارج التراب الوطني وذلك في حدود المعاهدات والإتفاقيات الدولية، وبصيانة جميع الطائرات وإصلاحها وفحصها وبالمشاركة في جميع عمليات الشغل أو الخدمة التي تقتضي إستعمال المركبات الجوية المدنية.

ب- خدمات العمل الجوي ماعدا الأشغال التابعة لإختصاص المعهد الوطني للبحرانيات.

ت- تمثيل مؤسسات النقل والعمل الجويين وتقديم المساعدة التقنية والتجارية للمؤسسات الوطنية والأجنبية والمساعدة التقنية للغير من المواطنين والأجانب في نشاطاتهم المتعلقة بالخدمات الجوية الخاصة، وتهيئة وتسيير مساحات هبوط وإقلاع الطائرات من أجل إحتياجات عمليات النقل الجوي، ونقل المسافرين بين الطائرات ووسط المدن إذا كانت هذه الأخيرة غير مزودة بخدمة مؤسسة عمومية مرخص لها بصفة شرعية القيام بمثل هذا العمل.

ث- شراء وكراء وبيع كل طائرة في إطار التنظيم الجاري العمل به.

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 22 السنة 13 الصادرة بتاريخ 16 مارس 1976، أمر رقم 75-39 المؤرخ في 7 جمادى الثاني عام 1395 الموافق ل 17 جوان 1975 يتضمن المصادقة على القانون الأساسي للمؤسسة الإشتراكية الوطنية للنقل والعمل الجوي.

ج- إبرام جميع العقود والإتفاقيات والحصول على جميع الإجازات وجميع الرخص المتعلقة بالمرور الجوي وجميع الأذون الصادرة من الدول الأجنبية والضرورية لتأدية مهامها.

ح- القيام بجميع العمليات الصناعية والتجارية والمالية والخاصة بالأموال المنقولة والعقارية الملازمة لنشاطاتها والتي من شأنها أن تشجع على تنميتها سواء كان في الجزائر أو خارج التراب الوطني وضمن حدود إختصاصاتها وفي إطار التنظيم الجاري به العمل، وكذلك بالمساهمة ضمن مؤسسات أو مقاولات أخرى. في عام 1983 وفي إطار إعادة هيكلة المؤسسات العمومية تم تقسيم الشركة إلى قسمين وهما المؤسسة الوطنية لإستغلال خدمات النقل الجوي الدولي العمومي وشركة خدمات النقل الجوي الداخلي والمكلف بنقل الأشخاص والأمتعة لصالح مجموعة من القطاعات. وفي 1987 أعيد دمج هاتين المؤسستين لتعود إلى شركة واحدة تحت إسم الخطوط الجوية الجزائرية يتم تسييرها من المديرية العامة.

أصبحت الخطوط الجوية الجزائرية شركة عمومية إقتصادية ذات أسهم برأس مال 600000000000 دج وبلغ عدد المسافرين على متن الشركة حوالي 6,5 مليون سنة 2018. يقع مقر الخطوط الجوية الجزائرية الرئيسي في الجزائر العاصمة وتتخذ مطار هواري بومدين بالعاصمة مركزا رئيسيا لجميع عملياتها. حيث أنه لها عضوية في كل من المنظمة العالمية للنقل الجوي (IATA)، والمنظمة الدولية للطيران المدني (ICAO) وعضوية الإتحاد العربي للطيران المدني (AACO)، وفي شركات الطيران الإفريقية (AFRAA). وتمارس شركة الخطوط الجوية الجزائرية نشاطها تحت شعار

"Air Algérie, Always Carring For You "

المطلب الثاني: مقارنة الشركات الثلاث محل الدراسة من حيث الشركات التابعة لها

تعتمد شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية في تقديم خدماتها على مجموعة من المؤسسات التي تقدم خدمات متنوعة للمسافرين على متن رحلاتها الجوية، عكس طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية فإن الخطوط الجوية الجزائرية تعتمد على التقسيمات الإدارية والتنظيمية في تقديم خدمات للمسافرين على متن رحلاتها.

أولا: الشركات التابعة لشركة طيران الإمارات

يضم طيران الإمارات مجموعة كبيرة من الشركات والتي تساهم كلها في تحقيق جميع الأهداف المسطرة، حيث تتمثل هاته المجموعة في شركات تابعة مباشرة لطيران الإمارات وفي شركات أسست بموجب إتفاقية بين طيران الإمارات وشركات عالمية أخرى في إطار سعي طيران الإمارات لتوفير أحسن الخدمات لمسافريها.

- 1- شركات مجموعة طيران الإمارات: تعتبر شركة طيران الإمارات عبارة عن مجموعة شركات تابعة للشركة الأم طيران الإمارات، هاته المجموعة التي أنشأها شركة طيران الإمارات لتتعمق بالتفاصيل الدقيقة التي تساعدها في تحقيق أهدافها.
- أ- الشركات التي أنشأها طيران الإمارات: إستثمرت شركة طيران الإمارات أرباحها من خلال إنشاء مجموعة من المؤسسات ذات الطابع الخدمي والتي تساهم في تحسين جودة خدماتها وكذا تحقيق أهدافها المستقبلية، ومن بين هاته الشركات نذكر<sup>1</sup>:
- أكاديمية طيران الإمارات : وهي مخصصة لتدريب الطيارين.
- أمن مجموعة الإمارات : وهي مؤسسة متعددة الأوجه تقوم بتطوير إجراءات وإستراتيجيات الأمن عبر شبكة رحلات طيران الإمارات.
- الإمارات سي أيه إي للتدريب على الطيران: وهي شركة رائدة عالميا في توفير النماذج والأجهزة التشبيهية والتدريب على الطيران المدني والدفاع.
- الإمارات لتموين الطائرات: هي شركة تموين طائرات لأكثر من 120 شركة خطوط جوية تغادر من مطار دبي الدولي ودبي ورلد سنترال.
- الإمارات للشحن الجوي: هي تقوم بتشغيل منشأة لوجستية عالمية إنطلاقا من أكبر مركز لوجستي جوي في العالم ويقع مقرها في دبي.
- الإمارات للطيران الخاص: وهي توفر خدمة حصرية للسفر بطائرات خاصة.
- الإمارات للعطلات: توفر هاته الشركة عطلات الأحلام المصممة وفقا لإحتياجات العملاء إلى أكثر من 100 وجهة في العالم.
- الإمارات للمنشآت الترفيهية والمتاجر: تدير هاته الشركة مجموعة من المطاعم والمقاهي والمنشآت الترفيهية في الشرق الأوسط وأستراليا وسنغافورة.
- الإمارات للهندسة: وهي إحدى أكثر منشآت صيانة الطائرات تقدما من الناحية التقنية في العالم.
- جامعة الإمارات للطيران: إحدى المؤسسات التعليمية الرائدة في المنطقة لدراسات الطيران ومجموعة متنوعة من البرامج الأخرى.

<sup>1</sup> الموقع الرسمي لشركة طيران الإمارات، شركات المجموعة، <https://www.emirates.com/ae/arabic/about-us/group-companies/>، شوهد يوم 2020/01/6.

- **سكاي واردز طيران الإمارات** : وهو برنامج مكافأة ولاء المسافرين الدائمين من طيران الإمارات الحائز على جوائز رفيعة.
- **مؤسسة طيران الإمارات للأعمال الإنسانية**: وهي مؤسسة غير ربحية للأعمال الإنسانية تهدف لتحسين نوعية حياة الأطفال.
- **مؤسسة إم إم آي**: وهي متخصصة في تسويق المشروبات وبيعها وتوزيعها.
- **الشركات التي أنشأها طيران الإمارات بالشراكة**: تمتلك طيران الإمارات أيضا شركات في مجموعتها أنشأت بموجب إتفاقيات تعاون أو شراء أسهم أو غيرها من الطرق التي تجعل هاته الشركات تعمل مع شركة طيران الإمارات في مجموعة واحدة. ومن أهم هاته الشركات نذكر<sup>1</sup>:
- **City Sightseeing** : هي العلامة التجارية الرائدة في شركات النقل السياحي باستخدام الحافلات ذات الطابقين على المستوى الدولي بشراكة بين دناتا ترافل والتي هي أكبر مزود لخدمات ومنتجات السفر في الشرق الأوسط وشركة جولة سياحية والتي تعد شركة لنقل السياح، من أجل جولة سياحية في دبي.
- **آن روت إنترناشيونال المحدودة**: توفر خدمات متكاملة في مجالات التصميم والتطوير والتقديم بالنسبة لحلول الوجبات والخدمات على متن الطائرات.
- **شركة ألفا**: توفر حلولاً متكاملة لتمويل الطائرات والشراء على متن الطائرات والسوق الحرة والمأكولات والمشروبات في أستراليا والإمارات العربية المتحدة.
- **ألفا إل أس جي سكاي شيفز**: مشروع مشترك مع مجموعة إل أس جي التي تعد الشركة الرائدة في المملكة المتحدة في مجال تمويل الطائرات ومبيعات التجزئة على متن الطائرات.
- **إم إم آي للسفر**: وهي إحدى شركات تشغيل خدمات السفر الرائدة في الشرق الأوسط وهي توفر عروض العطلات حول العالم.
- **إماجين للرحلات البحرية**: وهي شركة توزيع رائدة في مجال الرحلات البحرية والعطلات، تمتلك خبرة في تسيير الرحلات والبيع بالتجزئة للرحلات البحرية.
- **شركة إمكويست**: وهي شركة تطور منتجات وخدمات التوزيع الإلكترونية لصناعة السفر.
- **إير ديسباتش**: وهي تعد من بين أبرز شركة مستقلة في العالم لتقديم حلول مراقبة حمولات الشحن.
- **المغامرات العربية**: هي شركة رائدة في إدارة الوجهات تقدم مستويات الخدمة الشخصية وأسلوب الضيافة العربية الأصيل.

<sup>1</sup> الموقع الرسمي لشركة طيران الإمارات، شركات المجموعة، مرجع سبق ذكره، شوهذ يوم 2020/01/6.

- المغامرات العربية للمؤتمرات والفعاليات: هي شركة تقوم بتصميم وتوفير التجارب الإستثنائية مع إستراتيجيات كاملة لإدارة الفعاليات والمؤتمرات.
- بريمير إن: أنشأت عن طريق شراكة مع أكبر شركات الفنادق في المملكة المتحدة التي تلبى الطلب على الغرف ذات الأسعار المعقولة في دبي.
- ترافل 2: وهي توفر عطلات مصممة حسب الطلب للعملاء عبر سوق السفر في المملكة المتحدة.
- ترافل باج: وهي تخصص في تقديم عطلات مصممة حسب الطلب تناسب كل الميزانيات.
- ترافيل ريبابليك: وهي إحدى أكبر وأعرق المواقع الشبكية الخاصة بالبحث عن السفر عبر الأنترنت في أوروبا.
- ترانسجارد: هي أحد أقسام مجموعة طيران الإمارات، حيث توفر وسائل نقل آمنة للغاية للسلع القيمة مثل البريد الدبلوماسي والأوراق النقدية والماس والمجوهرات والمعادن الثمينة والمزيد.
- جالف فانتشرز: وهي شركة متخصصة في إدارة الوجهات في الإمارات العربية المتحدة وعمان وهي تقوم بتصميم خطوط سير رحلات فريدة من نوعه، كرحلات سفاري وركوب الجمل وسيّتي تور.
- جولد ميدال الإمارات العربية المتحدة: وهي شركة تقدم الخدمات لوكلاء السفر في الإمارات العربية المتحدة من خلال توفير الرحلات الجوية والفنادق والعطلات.
- جولد ميدال المملكة المتحدة: وهي شركة تقدم الخدمات لوكلاء السفر في المملكة المتحدة من خلال توفير الرحلات الجوية والفنادق والعطلات.
- جي ترافيل إنترناشيونال: وهي شركة لتقديم خدمات إدارة السفر العالمية للعملاء الذين يعملون في الشركات خارج الحدود والشركات البحرية والشركات الكبرى.
- جي تي أيه دناتا: وهي شركة لتقديم خدمات المناولة الأرضية والشحن في كندا.
- جيريز دناتا: شركة لتقديم خدمات المناولة الأرضية والشحن في 7 مطارات في باكستان.
- خدمات المقصورة أستراليا: وهي شركة لتنظيف مقصورات الطائرات في أستراليا ونيوزيلندا.
- شركة دناتا: تعد هاته الشركة واحدة من أكبر مزودي الخدمات الجوية في العالم، وهي توفر خدمات المناولة الأرضية والشحن وتموين الطائرات وخدمات السفر لأكثر من 400 شركة خطوط جوية في أكثر من 80 دولة في العالم.
- دناتا فور جود: مبادرة يقودها موظفو دناتا وهي تركز على تغيير أساليب الحياة حول العالم من خلال الأنشطة التطوعية وجمع التبرعات.



- دناتا لخدمات السفر: وهي وكالة سفر متعددة القنوات في الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية والبحرين وعمان وأفغانستان والعراق والهند.
- ديستينيشن آسيا: هي شركة رائدة لإدارة الوجهات لها وجود في 11 دولة في آسيا.
- ذا سيفيتز: وهي مركز تخصصي للرياضة والبطولات والفعاليات الدولية الكبرى في دبي.
- صان ماستر: تتيح هاته الشركة للعملاء إمكانية تصميم عطلة وفقا لإحتياجاتهم مع تشكيلة من الرحلات الجوية والفنادق والمواصلات منخفضة التكلفة.
- كالوجي: نظام حجز عبر الأنترنت خاص بالشحن يسهل حركة البضائع حول العالم عبر الشحن الجوي.
- مجموعة السفر العالمية: وهي شركة حقوق إمتياز في مجال السفر تلهم الناس على إدارة أعمالهم بنجاح.
- شركة مرحبا: توفر مجموعة من خدمات الإستقبال والترحيب والصالات في المطارات حول العالم.
- شركة ميركاتور: وهي شركة رائدة في تقديم حلول السفر والنقل.
- نيت فلايتس: توفر الآلاف من أسعار السفر جوا التي تشمل المئات من خيارات خطوط سير الرحلات والفنادق وإستئجار السيارات.
- يلاجو: وهي شركة أنشطة ترفيهية عالمية لتوفير تسهيلات الإقامة، وهي متخصصة بالشرق الأوسط والمحيط الهندي وجنوب شرق آسيا والبحر الأبيض المتوسط.

#### ثانيا: الشركات التابعة لشركة الخطوط الجوية القطرية

تتكون مجموعة الخطوط الجوية القطرية من عدة شركات تابعة لها وهي تتمثل في<sup>1</sup>:

- أ- القطرية للشحن الجوي: تعد الخطوط الجوية القطرية للشحن إحدى أسرع شبكات شركات الشحن نموا في العالم. مقر الشركة هو مطار حمد الدولي، وتستخدم أحدث تقنيات التكنولوجيا الآلية لأنظمة تتبع الشحن لتلبية متطلبات الشحن المتزايدة باستمرار، وترتبط الشركات بأكثر من 170 وجهة.
- ب- مدرسة أوريكس الدولية: هاته المؤسسة مملوكة لشركة الخطوط الجوية القطرية وتديرها مؤسسة Orbital Education، هاته المدرسة فريدة من نوعها وهي مخصصة لأبناء موظفي الخطوط الجوية القطرية والشركات التابعة لها.

<sup>1</sup> التقرير السنوي لمجموعة الخطوط الجوية القطرية 2019، ص37/36

ت- فنادق ضيافتينا: هاته الشركة مهمتها إدارة الفنادق والمنتجعات التابعة للمجموعة. حيث تدير مجموعة الخطوط الجوية القطرية ستة فنادق عالمية في إندبرة ولندن والدوحة وملبورن وسويسرا. كما تدير شركة ضيافتنا منتجع Vitality Spa في مطار حمد الدولي.

ث- شركة خدمات المها: من خلال خدمات المها في المطار سيتم إستقبال المسافرين والترحيب بهم ليستمتعوا بكرم الضيافة العربية الأصيلة من خدمات المها. سواء كانوا قادمين للدوحة أو مغادرين منها أو متابعين لرحلتهم من مطار حمد الدولي.

ج- القطرية لرجال الأعمال: القطرية لطائرات رجال الأعمال توفر الرفاهية في طائرات خاصة سواء للعمل أو السياحة. الخدمة تتيح للمسافرين إمكانية حجز الطائرات في أقل من أربع ساعات قبل المغادرة وإتمام تسجيل الدخول للسفر 10 دقائق قبل الإقلاع.

ح- الشركة القطرية لتموين الطائرات: القطرية لخدمات تموين الطائرات تقدم خدماتها حصريا للخطوط الجوية القطرية وشركات الطيران الأخرى التي لديها خدمات في مطار حمد الدولي. وقد حازت هاته الشركة على جائزة الخدمة وأفخر أنواع الطعام.

خ- الشركة القطرية لخدمات الطيران: القطرية لخدمات الطيران مسؤولة عن توفير الخدمات الأرضية في مطار حمد الدولي للخطوط الجوية القطرية ومجموعة كبيرة من شركات الطيران الأخرى. وتشمل الخدمات كل شيء من الحمالين إلى عمال الأمتعة وتنظيف الطائرات لفني المعدات والسائقين إلى وكلاء خدمة العملاء.

د- الشركة القطرية للأسواق الحرة: من أسرع الأسواق الحرة نموا في العالم، تقع السوق الحرة قطر في مطار حمد الدولي، وهي عضو في مجموعة الخطوط الجوية القطرية الناقل الوطني الرسمي لدولة قطر.

ذ- الشركة القطرية للتوزيع: الشركة القطرية للتوزيع هي الوحيدة في قطر الحاصلة على ترخيص لتوزيع المشروبات الكحولية. لدى الشركة مجموعة واسعة من المشروبات للبيع للفنادق والشخصيات الخاصة التي تحمل رخصة للشراء.

ر- شركة الخدمة الإعلامية الداخلية للخطوط الجوية القطرية: تدير هاته الشركة خدمات الوسائط الداخلية في الخطوط الجوية القطرية من خلال مجموعة من الفرص الإعلانية عبر مجموعة الخطوط الجوية القطرية بما في ذلك مطار حمد الدولي والخطوط الجوية القطرية.

ز- إكتشف قطر: هو قسم إدارة الوجهة في الخطوط الجوية القطرية وشريك لمجلس قطر للسياحة. من خلال الشراكات مع الأفراد والمؤسسات البارزة الأخرى، تتمثل مهمة إكتشف قطر في تطوير قطر كوجهة سياحية متميزة.

### ثالثا: التنظيم الإداري لشركة الخطوط الجوية الجزائرية

الخطوط الجوية الجزائرية هي مؤسسة واحدة تضم مجموعة من المديريات التي تسهر على تسيير وتحقيق

أهداف الشركة سواء على المستوى المحلي أو الدولي، وفيما يلي نوضح التنظيم الإداري للشركة:

**1- المديرية العامة:** تتكون هاته المديرية من المدير العام والذي يعد هو المسؤول الأول في إتخاذ القرارات وتسيير شؤون الشركة وكذا تحديد الإستراتيجيات العامة، ويكون ذلك بالتنسيق مع مختلف المديريات التابعة له. كما تحتوي المديرية العامة على مكتب المفتشية العامة والذي يتكفل بعمليات المراقبة لكل الوحدات الفرعية للشركة وتسيير الشؤون العامة، كما تتوفر المديرية العامة على مكتب الأمانة العامة ومكاتب الدراسات ومكتب الوقاية والأمن.

**2- المديرية الفرعية:** تتكون هاته المديريات الفرعية للخطوط الجوية الجزائرية من المديريات التالية:

**أ- المديرية المالية:** وهي المديرية المكلفة بالسهر على تنفيذ ومتابعة جميع السياسات العامة للشركة في المجال المالي والمحاسبي.

**ب- المديرية التقنية:** وهي مديرية مكلفة بصيانة وإعداد جميع المعدات والملحقات المخصصة لعملية تشغيل الطائرات وتحسين ظروف السلامة والأمن.

**ت- المديرية التجارية:** تعد هاته المديرية هي المسؤول الأول عن وضع السياسة التجارية للخطوط الجوية الجزائرية، والسهر على تحقيقها في أرض الواقع من خلال التسويق وتطوير المنتجات لتحقيق الربحية.

**ث- مديرية الإمداد:** وهي المسؤول المباشر وغير المباشر عن دراسة وتنظيم الأعمال والمشاريع المتعلقة بالأموال والعقارات، وهي مكلفة كذلك بتطوير الأعمال الجديدة المتعلقة بالبنى التحتية وضمان صيانة أصول الشركة والمحافظة عليها.

**ج- مديرية عمليات الطيران:** وهي مسؤولة عن تنفيذ جميع عمليات السلامة والأمن المتعلقة بعمليات الطيران، ويكون ذلك من خلال تكليف أفراد الطيران بمختلف الرحلات مع الحرص على تكوينهم وتدريبهم على الإلتزام بكامل شروط السلامة الجوية.

**ح- مديرية النقل:** هاته المديرية هي مسؤولة عن تقديم خدمات المناولة الأرضية وتقديم الخدمات المساعدة للركاب في المهابط من خلال معالجة الأمتعة والتراعات، وتعمل هاته المديرية أيضا على تنمية العلاقات بين الشركة والهيئات والمنظمات الخارجية كالشرطة وشرطة الحدود.

**خ- مديرية التموين:** سنة 2015 حولت الخطوط الجوية الجزائرية مديرية التموين من مجرد مديرية إلى شركة ذات أسهم تابعة للخطوط الجوية الجزائرية يبلغ رأس مالها 2500000000 دج ويقع مقرها الرئيسي في مطار هواري بومدين بالجزائر العاصمة وهي تتواجد حاليا في 13 مطارا في الجزائر. تملك

شركة الخطوط الجوية الجزائرية للتموين عدة عملاء منهم الشركة الأم وطيران الطاسيلي وطيران كندا، التركية للطيران، الخطوط الملكية المغربية، الملكية الأردنية للطيران، المصرية للطيران، الخطوط التونسية للطيران<sup>1</sup>.

تبتت الشركة منذ نشأتها نظام إدارة سلامة الأغذية (SMSDA) وفقا للمعيار (ISO 22000) الصادر سنة 2005، وكذا معيار (ISO 9001) والذي تبتته الشركة الأم. إن تبني هذين المعيارين سيؤدي إلى تحكّم أفضل في عمليات التصنيع والشراء في مجال خدمات الإطعام.

حازت هاته الشركة الحديثة النشأة على جائزتين دوليتين، الأولى كانت خلال لقاء تذوق الطعام الذي عقد في مراكش بالمغرب عام 2004 قبل أن يتم تحويلها إلى شركة ذات رأس مال، حيث أهما حصلت على لقب الماهر الذهبي في فئة الحلوى الباردة. كما حققت الجائزة الثانية في حفل أقيم في فندق ميليا كاستيلا في مدريد بإسبانيا بتاريخ 2016/02/25 حيث حققت جائزة الجودة الدولية للأغذية والمشروبات والتي منحها لها نادي قادة التجارة العالمية<sup>2</sup>.

**د- مديرية الإعلام والاتصال:** هاته المديرية مكلفة بكل النشاطات المتعلقة بالإعلام والاتصال من عقد ندوات صحفية وتسيير مواقع التواصل الإجتماعية وغيرها من النشاطات ذات العلاقة بالإعلام.

**ذ- مديرية الموارد البشرية:** إن المهمة الرئيسية لهاته المديرية هو المحافظة على إستمرار وتطور العمل داخل الشركة، وتقييم الأداء وكذا تطوير كفاءة الأفراد وتعزيز الإتصال بين الإدارة والموظفين. كما تسعى هاته المديرية أيضا إلى تحقيق الإدارة الفعالة للموظفين.

**ر- مديرية الشؤون الإجتماعية:** تهتم هاته المديرية بجميع الجوانب والشؤون الإجتماعية لعمال شركة الخطوط الجوية الجزائرية والتي تكون متعلقة بالصحة وكذا الأكل والنقل وغيرها من النشاطات الثقافية والرياضية.

**ز- مديرية الشحن:** تعتبر عملية الشحن من بين أهم الخدمات التي تقدمها شركات النقل الجوي بعد خدمة نقل المسافرين. تعتبر هاته المديرية التابعة للخطوط الجوية الجزائرية مسؤولة عن وضع وتنفيذ سياسات الشحن الخاصة بالشركة سواء على المستوى المحلي أو الدولي، كما تقوم هاته المديرية بتحديد وإدارة دعم سياسة المبيعات من حيث الشحن ودراسة مع تحليل الأسواق المحتملة والأسواق الجديدة.

**س- المديرية القانونية:** تهتم هاته المديرية بكل ما يدخل في الإطار القانوني للشركة مثل إدارة التراعات الاجتماعية والمهنية، وكذا إعداد وصياغة اللوائح والأنظمة المتعلقة بنشاط الشركة. كما تعمل هاته

<sup>1</sup>Site web <http://www.airalgeriecatering.dz/Pages/Article2.aspx?a=1>, consulte le 25/03/2020.

<sup>2</sup>Ibid, Consulter le 25/03/2020.

المديرية على مراقبة متابعة ومعالجة جميع المواضيع الدولية المتعلقة بحقوق المرور وتقنين الأسعار وكذا تحرير شهادة الملاحة الجوية.

**3- المديرية الجوية والمثليات الخارجية:** تحوز الخطوط الجوية الجزائرية على عدة مديريات جوية سواء على المستوى المحلي أو الدولي، حيث أن المديرية الجوية المحلية تشرف على تسيير 79 وكالة على المستوى الوطني، والمثليات الخارجية تشرف على تسيير 45 نقطة بيع خارج الجزائر موزعة على 5 وكالات في الشرق الأوسط و10 في فرنسا و20 في باقي الدول الأوروبية و3 في المغرب العربي و5 وكالات في إفريقيا وكندا والصين بوكالة في كل بلد.

في كلمة للسيد بخوش علاش المدير العام للخطوط الجوية الجزائرية، حيث أنه بين أن الشركة تلتزم بتعزيز إستراتيجيتها من حيث سلامة الطيران وجودة الخدمة، وقال أيضا أن الشركة تعترم القيام بمجموعة هامة من الإجراءات خلال الفترة 2019-2023 والتي تتمثل فيما يلي<sup>1</sup>:

أ- إعادة هيكلة وتوسيع شبكة الشركة بهدف تقديم جداول زمنية مرنة للعملاء وتنويع الروابط بين إفريقيا وبقية العالم.

ب- تحسين جودة الخدمة والراحة على متن طائرات أسطول الخطوط الجوية الجزائرية.

ت<sup>2</sup>- تنشيط سياسة التسعير من أجل الإستجابة لجميع أنواع العملاء.

ث- الترويج لبيع المنتج وإمكانية الوصول إليه عبر الشبكة.

ج- تعزيز العلاقات مع العملاء من خلال تطوير الإتصال من خلال نظم معلومات فعالة.

ح- التدريب المستمر للموظفين المكلفين بأنشطة الخطوط الامامية كطاقم الطيران، فنيو الصيانة، المساعدون الأرضيين ووكلاء المبيعات، عامل حاسم في القيام بالأنشطة وفقا للمعايير الدولية وبما يتفق مع متطلبات الجودة وسلامة الطيران.

خ- إقتناء طائرات من الجيل الجديد الإقتصادية والصديقة للبيئة وتوفير الراحة للركاب.

د- السعي إلى تحسين الأداء من خلال الإلتزام بالمواعيد وجودة الخدمة.

رابعا: المقارنة بين الشركات التابعة لشركة طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية

من خلال التقديم السابق لشركات الطيران الثلاث محل الدراسة، لاحظنا أن شركة طيران الإمارات تملك مجموعة واسعة من المؤسسات الخدمية التي تساهم وتساعد في تقديم خدمات متميزة وذات قيمة مضافة للشركة ولعملائها، حيث أننا نلاحظ ان طيران الإمارات إعتمدت في سياسة تقديم خدماتها على

<sup>1</sup>Site Web <https://airalgerie.dz/notre-compagnie/mot-du-president/>, consulte le 10/05/2020.

مؤسسات مستقلة سواء أنشأت عن طريق إستثمار لأرباح الشركة أو عن طريق عقد إتفاقيات ثنائية مع مؤسسات عالمية تقدم خدمات سياحية. نجد من بين أهم الشركات التي قامت شرطة طيران الإمارات الإستثمار فيها والتي لها علاقة مباشرة بالنشاط السياحي شركة الإمارات للعطلات والتي تقدم عطلات مصممة حسب إحتياجات العملاء نحو 100 وجهة في العالم، وكذا نجد مؤسسة الإمارات للمنشآت الترفيهية والمتاجر والتي تقوم بتسيير مجموعة كبيرة من المقاهي والمطاعم وكذا المنشآت الترفيهية في الشرق الأوسط وأستراليا وسنغافورة.

طيران الإمارات لم تتوقف عند هذا الحد في عملية تسهيل عملية السفر على عملائها بل لجأت أيضا إلى إبرام إتفاقيات ثنائية مع مؤسسات تقدم خدمات سياحية راقية ومتطورة لعملاء الشركة، من بين هاته الشركات نجد شركة (City Sightseeing) وهي متخصصة في تقديم خدمة النقل السياحي في الشرق الأوسط وهي تقدم أيضا خدمة الرحلات والجولات السياحية، وقد أبرمت أيضا شرطة طيران الإمارات إتفاقيات مع شركات تقدم خدمات إطعام راقية على متن الطائرة، كما أنها أيضا أبرمت إتفاقيات ثنائية مع شركات تقدم باقة عطلات ورحلات إلى مختلف دول العالم ولعل أهمها شركة سان ماستر والتي تقدم تشكيلة رائعة من الرحلات الجوية وكذا حجوزات الفنادق والنقل السياحي بأسعار منخفضة.

الخطوط الجوية القطرية أيضا سلكت نفس مسار شركة طيران الإمارات لكن في مجال إنشاء مؤسسات خدمية عن طريق الإستثمار فيها بدون عقد إتفاقيات ثنائية، حيث أن الخطوط الجوية القطرية استثمرت في تشكيلة واسعة من الخدمات السياحية لعل أهمها شركة فنادق ضيافتنا والتي تهتم بإدارة وتسيير جميع الفنادق والمنتجعات السياحية التابعة لهاته الشركة، وكذا شركة خدمات المها والتي تقدم خدمات للمسافرين في مطار حمد الدولي. كما عملت الخطوط الجوية القطرية على إنشاء شركة القطرية للأسواق الحرة من أجل تنشيط سياحة التسوق في المطارات التي تنشط إليها رحلاتها وكذا على متن أسطول طائراتها، ولعل أبرز شركة أو قسم يربط الخطوط الجوية القطرية بالسياحة هو قسم إكتشف قطر وهو الذي يعمل على التعريف بقطر كوجهة سياحية متميزة.

الخطوط الجوية الجزائرية لا تزال تعتمد على التقسيم الإداري والتنظيمي الكلاسيكي لفروعها التي تقدم خدمات للمسافرين حيث أنها غفلت بشكل كبير عن علاقة الطيران المدني بالسياحة ولم تتبدل أي جهد في سبيل توجيه إستراتيجية نموها نحو تقديم خدمات سياحية للعملاء الحاليين وكذا العملاء المحتملين وهو ما أثر سلبا على عملية نموها وتطورها مما جعلها تعاني من مجموعة كبيرة من الأزمات والهزات التي أثرت على صورتها كشركة طيران ممثلة لدولة بحجم الجزائر.

### المطلب الثالث: مقارنة إنجازات الشركات الثلاث محل الدراسة

تتوفر في عالم الطيران المدني العالمي مجموعة من المؤسسات التي تنظم مسابقات وكذا عمل استبيانات موجهة للعملاء في العالم ككل من أجل تقييم الخدمات التي تقدمها لشركات الطيران للمسافرين على متن رحلاتها، إن أهم الشركات العالمية والمشهورة والتي تقدم أعلى الجوائز قيمة في عالم الطيران المدني نجد مؤسسة سكاي تراكس والتي تقوم بإستبيان سنوي موجه لـ 100 مليون مسافر عبر العالم، ويشمل هذا الإستبيان جميع الخدمات قبل وأثناء وبعد الرحلة التي تقدمها شركات الطيران في العالم.

#### أولاً: جوائز شركة طيران الإمارات

حققت مجموعة شركات طيران الإمارات مجموعة كبيرة من الجوائز العالمية التي تثبت مدى تميز الخدمة المقدمة للمسافرين مع مجموعة طيران الإمارات. وكانت أكبر جائزة تحققها طيران الإمارات هي جائزة أفضل شركة طيران في العالم من قبل مؤسسة سكاي تراكس في 4 سنوات (2001، 2002، 2013، 2016).

كان عام 2013 حافلاً بالجوائز، حيث حصلت شركة طيران الإمارات بصفتها "الخطوط الجوية الأفضل درجة رجال الأعمال، وتم كذا إختيارها بصفتها الخطوط الجوية الأفضل من حيث الترفيه في حفل توزيع جوائز إختيار القراء من مجلة كوندي ناست ترافيلر الشرق الأوسط لنفس السنة. كما حققت طيران الإمارات جائزة رائدة الإبتكار في برامج الولاء، سلمت لها في حفل توزيع جوائز ميغا آوردز آند جالا، وقد فازت مؤسسة المغامرات العربية التابعة لمجموعة طيران الإمارات بجائزة المساهمة طويلة الأمد والتي سلمتها لها منتجعات إيجانت. وفي نفس السنة تم إختيار الإمارات للعطلات بصفتها أفضل شركة عطلات فاخرة من الفئة المتوسطة وقد سلمت لها الجائزة في حفل توزيع جوائز السفر البريطانية. بالإضافة إلى ذلك حققت الإمارات للعطلات ثلاث جوائز أخرى بصفتها أفضل شركة عطلات من الفئة المتوسطة إلى جنوب شرق آسيا والمحيط الهندي وبصفتها أفضل شركة عطلات بشكل عام إلى الشرق الأوسط والتي سلمت لها في نفس الحفل.

تابعت مجموعة طيران الإمارات حصدها للجوائز سنة 2013، وقد جاء الدور هاته المرة على شركة الإمارات للشحن الجوي بصفتها أفضل ناقل شامل للعام سلمت لها من قبل مجلة بايلود آسيا. وقد تم إختيار طيران الإمارات بصفتها أفضل خطوط طيران في الشرق الأوسط في حفل توزيع جوائز إختيار المسافرين من مجلة إيرلاين باسنجر إكسبيرينس.

تابعت طيران الإمارات تميزها سنة 2013 لتفوز بجائزة أفضل تجربة السفر جوا سلمت لها من قبل مجلة فيوتشر ترافل إكسبيرينس، كما تم تكريم طيران الإمارات بلقب شركة الخطوط الجوية للعام وذلك في

حفل توزيع جوائز مجلة جلف بنس إندستري، إضافة إلى حصولها على جائزة أفضل خطوط جوية للمسافات الطويلة سلمت لها في حفل توزيع جوائز القراء من مجلة كوندي ناست ترافيلر، وقد تم كذلك إختيار طيران الإمارات بصفقتها أفضل خطوط جوية في المأكولات والمشروبات سلمتها لها مجلة فريكونت بنس ترافيلر. وفي حفل توزيع جوائز سكاي تراكس لخطوط الطيران العالمية، حققت طيران الإمارات جائزة أفضل نظام للترفيه في الأجواء في العالم، وجائزة أفضل خطوط طيران في الشرق الأوسط.

كما أنه في حفل توزيع جوائز بيزنس ترافيلر الشرق الأوسط، تم إختيار طيران الإمارات بصفقتها أفضل خطوط جوية في العالم، وتم كذلك إختيارها بصفقتها الخطوط الجوية صاحبة أفضل درجة رجال أعمال. ضف إلى ذلك تحقيقها جائزة بصفقتها الخطوط الجوية صاحبة أفضل درجة سياحية، وقد تم إختيار طيران الإمارات كذلك بصفقتها أفضل خطوط جوية إقليمية تخدم منطقة الشرق الأوسط في نفس الحفل. وفي حفل آخر والخاص بتوزيع جوائز السفر العالمية للشرق الأوسط، تم إختيار طيران الإمارات بصفقتها شركة الخطوط الجوية الرائدة لدرجة رجال الأعمال في الشرق الأوسط، وكذا بصفقتها شركة الخطوط الجوية الرائدة في برامج المكافآت في الشرق الأوسط. وحققت كذلك طيران الإمارات جائزة أخرى بصفقتها صاحبة الموقع الشبكي الرائد لشركات الطيران في الشرق الأوسط. تم كذلك إختيار طيران الإمارات بصفقتها أفضل خطوط جوية عربية حسب جوائز "سبق" للسياحة. أضافت شركتي ميركاتور ومركز إتصال العملاء في مجموعة الإمارات جائزة أخرى للمجموعة بصفقتها أفضل مكتب مساعدة في الشرق الأوسط حسب مجموعة ميدل إيست كول سنتر. ودائما في سنة 2013، تم إختيار دناتا بصفقتها وكالة السفر الرائدة في مجال الأعمال في الشرق الأوسط جوائز السفر العالمية، وتم إختيار دناتا بصفقتها مشغل الرحلات الرائد في الشرق الأوسط وبصفقتها وكالة السفر الرائدة في مجال الأعمال في الإمارات العربية المتحدة في نفس الحفل.

سنة 2014، حصلت شركة طيران الإمارات على لقب "العلامة التجارية الأكثر قيمة بين شركات الخطوط الجوية" في العالم، وإحتلت المركز الأول في تقرير براند فاينانس للعلامات التجارية الأكثر قيمة في الشرق الأوسط، بقيمة تقدر بـ 3.7 مليار دولار أميركي. كما حازت طيران الإمارات على جائزة أفضل ترفيه على متن الطائرة للسنة الثانية عشرة على التوالي ضمن جوائز مجلة سكاي تراكس العالمية لشركات الخطوط الجوية للعام 2016.

في عام 2018، حققت طيران الإمارات عدة جوائز منها في حفل توزيع جوائز سكاي تراكس العالمية للطيران، حيث أهما حققت جائزة أفضل شركات طيران ترفيه على مستوى العالم، وأفضل خدمة طاقم طيران في الشرق الأوسط. وحصلت كذلك في نفس السنة على جائزة شركة الطيران الرائدة في الشرق



الأوسط والعلامة التجارية الرائدة في مجال الطيران في الشرق الأوسط، وكذا جائزة أفضل صالة المطارات الرائدة في الشرق الأوسط في درجة رجال الأعمال، وجائزة أفضل طاقم كابينة طيران في حفل توزيع جوائز السفر العالمية للشرق الأوسط. وفي حفل آخر خاص بجوائز آسيا، حققت طيران الإمارات جائزة أفضل مبادرة تجربة عملاء في فئة (UP in the air)، وأفضل مبادرة تجربة عملاء في فئة "على الأرض". حققت طيران الإمارات جائزة أفضل شركة طيران من إختيار العملاء خدمة دولية كاملة وكذا جائزة شركة الطيران للعام في الخدمة الدولية الكاملة في حفل توزيع جوائز بينال بينكال. كما منحت مجلة السفر شركة طيران الإمارات جائزة أفضل خطوط طيران للمسافات الطويلة 2018. ومنحت كذلك رابطة الدول المستقلة وسفر الأعمال روسيا لطيران الإمارات جائزة أفضل شركة طيران شرق أوسطية. كما حققت كذلك طيران الإمارات جائزة أفضل خطوط طيران لمسافات طويلة الشرق الأوسط وإفريقيا في حفل توزيع جوائز التميز في خطوط الطيران لعام 2019. وفي نفس السنة وللمرة الثالثة على التوالي جائزة "أفضل نظام ترفيه جوي" خلال حفل جوائز خيارات المسافرين أيكس إكسبو الذي أقيم في مدينة لوس أنجلوس الأميركية. وحظيت الناقله أيضا بفئة الخمس نجوم ضمن التصنيف الرسمي للناقلات الجوية، وهو الأعلى في البرنامج الرئيس لتصنيف الناقلات الجوية، والذي يستند فقط على ردود فعل وآراء المسافرين.

### ثانيا: الجوائز التي حصلت عليها الخطوط الجوية القطرية

منذ تأسيسها عام 1997، حصلت الخطوط الجوية القطرية على الكثير من الجوائز والأوسمة، وأصبحت واحدة من أرقى شركات الطيران في العالم مع حصولها على تصنيف خمس نجوم من سكاي تراكس. كل الإنجازات التي حققتها الشركة دليل واضح على كسب الناقله لثقة المسافرين من خلال الإهتمام بالتفاصيل الدقيقة التي يبحثون عنها. وفيما يلي أهم الجوائز التي حققتها الخطوط الجوية القطرية منذ إنطلاقها في ممارسة نشاط الطيران<sup>1</sup>:

#### أ- جوائز سكاي تراكس

- جائزة أفضل شركة طيران في العالم خلال سنوات (2011، 2012، 2015، 2017، 2019).
- جائزة "التميز للخدمات على متن الطائرة" سنة 2006.
- جائزة أفضل شركة في الشرق الأوسط خلال الفترة (2006 - 2012) و (2015-2019).
- جائزة أفضل طاقم ضيافة في الشرق الوسط خلال الفترة (2006 - 2017).
- جائزة أفضل درجة رجال أعمال في العالم سنة 2010، وخلال الفترة (2013-2019).

<sup>1</sup> Site web <https://www.qatarairways.com/ar-ma/about-qatar-airways/awards.html>, consulte le 09/01/2020.

- جائزة أفضل مقعد درجة أعمال في العالم لثلاث سنوات (2015، 2018، 2019).
- جائزة أفضل درجة أولى في العالم للعام 2007.
- جائزة أفضل صالة رجال أعمال في العالم لثلاث مرات (2013، 2014، 2016).
- جائزة أفضل صالة إنتظار لمسافري الدرجة الأولى في الشرق الأوسط 2011، 2017، 2018.
- جائزة أفضل درجة سياحية لشركة طيران في العالم للعام 2009.
- جائزة أفضل خدمة تقديم طعام في درجة رجال الأعمال في العالم لسنة 2010.
- جائزة أفضل خدمة مطار للدرجة الأولى ورجال الأعمال في العالم خلال الفترة (2011-2013).
- جائزة أفضل فندق مطار أوريكس روتانا التابع للناقلة في الشرق الأوسط للعامين 2012، 2013.
- جائزة أفضل مطار في الشرق الأوسط للعامين 2015 و2017.

#### ب- جوائز السفر العالمية:

- جائزة أفضل درجة رجال أعمال في العالم خلال الفترة (2006-2009).
- جائزة أفضل درجة رجال أعمال في الشرق الأوسط خلال الفترة (2006-2011).
- جائزة أفضل شركة طيران رائدة في الشرق الأوسط سنتي 2005 و2006.
- جائزة أفضل خدمة وجبة في الأجواء في الشرق الأوسط خلال الفترة (2005-2007).
- جائزة أفضل صالة ركاب الدرجة الأولى ورجال الأعمال في الشرق الأوسط سنتي 2008 و2010.
- جائزة أفضل طاقم ضيافة في الشرق الأوسط للعام 2009.

#### ت- جوائز مجلة بزنس ترافل

- أفضل درجة سياحية في الشرق الأوسط للعامين 2009 و2010.
- أفضل درجة رجال أعمال في العالم خلال الفترة (2011-2016).
- أفضل خطوط طيران للشرق الأوسط وإفريقيا 2011، 2012، 2013، 2014، 2016.
- أفضل شركة طيران شرق أوسطية تخدم الصين للعامين 2013 و2016.
- أفضل شركة طيران في الشرق الأوسط للعامين 2015 و2016.
- أفضل درجة رجال أعمال في الشرق الأوسط خلال الفترة (2014-2017).
- أفضل شركة طيران طويلة المدى للعامين 2014 و2015.
- أفضل صالة على متن الطائرة A380 وجائزة أفضل درجة سياحية A350 للعام 2015.
- أفضل طاقم ضيافة على متن الطائرة في الشرق الأوسط للعامين 2013، 2017.

### ث- جوائز تريب أديفازور لخيارات المسافرين

- أفضل درجة رجال أعمال في العالم وفي الشرق الأوسط للعامين 2018 و 2019.

- أفضل درجة سياحية في الشرق الأوسط لسنة 2019.

- أفضل شركة طيران في الشرق الأوسط لسنة 2019.

ج- جوائز أخرى مختلفة: حققت الخطوط الجوية القطرية عدة جوائز أخرى من بينها جائزة أفضل مأكولات ومشروبات وأفضل خدمة ضيافة في الشرق الأوسط للعامين 2018، 2019، وجائزة أفضل شركة طيران شرق أوسطية خلال الفترة (2006-2015) منحت لها في حفل توزيع جوائز تي تي جي ترافل السنوي.

كما نال نادي الإمتياز التابع للخطوط الجوية القطرية جوائز أفضل برامج ولاء السفر في العالم، أفضل مستوى النخبة وأفضل موقع ويب وأفضل عرض مكافأة في حفل توزيع جوائز فريدي السنوي في لوس أنجلوس سنة 2006. كمت حققت كذلك الناقله جائزة أفضل أداء زميني للعامين 2011 و 2015 والتي قدمتها لها شركة "دنا" المشغلة لمطار دبي الدولي. وجائزة أفضل أداء على الوقت للعام 2015 قدمت لها في حفل توزيع جوائز مطار إنتشون بكوريا الجنوبية.

في العام 2016 حققت الخطوط الجوية القطرية جائزة أفضل سوق حرة على متن الطائرة في الشرق الأوسط وإفريقيا في حفل توزيع جوائز قراء مجلة "باكس إنترناشونال". كما حققت القطرية كذلك الجائزة الذهبية عن ملابس النوم المميزة من "ميسوني" والجائزة الذهبية عن باقة أنشطة الأطفال في حفل توزيع جوائز ترافل بلس. في العام 2017 حصلت القطرية على جائزة أفضل أطقم المستلزمات الشخصية على الدرجة السياحية في حفل توزيع جوائز الضيافة على متن الطائرة، وجائزة أفضل أطقم المستلزمات الشخصية على الدرجة السياحية في الشرق الأوسط حسب مجلة "باكس إنترناشونال". وجائزة أفضل برنامج مكافآت في منطقة الشرق الأوسط وآسيا وأوقيانوسيا في حفل توزيع جوائز فلاير توك السنوية.

### ثالثا: مقارنة الشركات الثلاث محل الدراسة من حيث الجوائز المحصل عليها

إن الجوائز التي حققتها شركة طيران الإمارات وكذا الخطوط الجوية الجزائرية تعتبر جوائز رائدة في مجال صناعة الطيران المدني، حيث أن هاته الجوائز تتميز بسمعة عالمية تمنح صورة جذابة لدى عملاء شركات الطيران.

لعل أهم الجوائز التي تمتاز بسمعة عالمية كبيرة نجد جوائز مؤسسة سكاي تراكس والتي تقوم بتصنيف شركات الطيران من خلال الخدمات التي تقدمها بداية من خدمات الرحلة مروراً بخدمات الأجواء وصولاً إلى خدمات ما بعد الرحلة. حيث أن شركة طيران الإمارات حققت جائزة أفضل شركة طيران في العالم

خلال 4 سنوات، أما الخطوط الجوية القطرية فقد حققت هاته الجائزة خلال 5 سنوات، فيما أن الخطوط الجوية الجزائرية عرفت غيابها عن قائمة 100 شركة طيران الأفضل في العالم والتي أعدتها شركة سكاى تراكس.

رافقت جائزة أفضل شركة طيران في العالم عدة جوائز أخرى حققتها الخطوط الجوية القطرية وشركة طيران الإمارات بصفتها أفضل شركات طيران في درجة رجال الأعمال وكذا أفضل برامج ترفيه جوي في الشرق الأوسط، كما حصلت مؤسسة الإمارات للخطوط على جائزة أفضل شركة عطلات من الفئة المتوسطة في جنوب شرق آسيا والمحيط الهندي، وقد رافقت هاته الجوائز عدة جوائز أخرى حققتها شرطة طيران الإمارات نظرا لقيمة الخدمات التي عملت على تطويرها وتحسينها بما يتماشى مع متطلبات العملاء على متن رحلاتها. كما حققت أيضا الخطوط الجوية القطرية جائزة التميز في خدمات الطائرة وجائزة أفضل طاقم ضيافة في الشرق الأوسط وغيرها من الجوائز العديدة التي أثبتت تميز شركة الخطوط الجوية القطرية في الخدمات التي تقدمها لعملائها والتي أهلتها إلى تحقيق هذا الكم الهائل من الجوائز والتشريفات. الإستثناء كان من طرف الخطوط الجوية الجزائرية والتي عرفت غياب تام عن مثل هاته المحافل الدولية والإقليمية، حيث أن الخدمات التي تقدمها لعملائها لم ترقى إلى مستوى تطلعات العملاء وهو ما أثر على تصنيفها خارج قائمة أفضل 100 شركة طيران في العالم. إن هذا الترتيب البعيد عن تطلعات القائمين على تسيير المؤسسة راجع لأسباب عديدة لعل أهمها غياب إستراتيجية واضحة في تسيير شؤون الشركة وكذا غياب الإرادة في تحسين الخدمات وهذا بسبب غياب الحافز لدى القائمين على رأس الشركة الوطنية الوحيدة والناقل الرسمي لدولة بحجم الجزائر.

الفرق بين شركة طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية من حيث تحقيق الجوائز العالمية والإقليمية هو فرق شاسع وواضح جدا، حيث أن هاته الجوائز التصنيفات تعتبر نتاج تطبيق إستراتيجية عمل تهدف إلى تطوير وتحسين الخدمات بما يصل إلى تحقيق رضى العملاء على متن رحلات الشركات الثلاث محل الدراسة.

**المبحث الثاني: مقارنة الخدمات الأساسية التي تقدمها الشركات الثلاث محل الدراسة وعلاقتها**

### **بتنشيط الحركة السياحية في الدول العربية**

تقدم شركات الطيران المدني مجموعة واسعة من الخدمات للمسافرين على متن رحلاتها، حيث تشمل هاته الخدمات كل ما يتعلق بخدمات قبل الرحلة مثل الحجوزات وصلات الإنتظار وغير ذلك من الخدمات وكذا الخدمات التي تقدم أثناء الرحلة أو خدمات الأجواء والتي تكون عادة داخل الطائرة والتي تتمثل في

الوجبات وكذا الترفيه الجوي وغير ذلك. أما آخر مرحلة من الخدمات التي تقدمها شركات الطيران فهي تتمثل في خدمات ما بعد الرحلة وتتمثل في الحجوزات المتعلقة بالنقل السياحي وكذا الإقامة في الفنادق. تختلف هاته الخدمات التي تقدمها شركات الطيران المدني من شركة إلى أخرى وهذا حسب الإستراتيجية التي تنتهجها الشركات في سبيل تطوير نشاطها وكسب رضا عملائها.

### المطلب الأول: المقارنة بين الشركات الثلاث محل الدراسة من حيث الأسطول

تمتلك شركات الطيران وكأول مرحلة للممارسة نشاطها في عملية النقل مجموعة من الطائرات التي تساعدها في توفير الخدمة الأساسية للمسافرين والتي تتمثل في النقل من نقطة إلى أخرى، هاته الطائرات تختلف عن بعضها البعض من حيث السعة وكذا قدرتها على قطع مسافات طويلة أو قصيرة وكذا على الوسائل الترفيهية التي توفرها على متنها للمسافرين مهما كانت درجة سفرهم. تختلف أنواع الطائرات من شركة إلى أخرى، حيث أن هذا الاختلاف راجع إلى السياسة المنتهجة من طرف شركة الطيران وكذا إستراتيجية التوسع في سوق الطيران المدني العالمي.

### أولاً: أسطول شركة طيران الإمارات

من مجرد طائرتين مستأجرتين قبل نحو 35 عاماً، تحولت طيران الإمارات إلى واحد من أكبر الشركات الناقلة في العالم، بأسطول طائرات قدر ب 270 طائرة يصل إلى نحو 159 وجهة عالمية. كانت بداية نمو أسطول طيران الإمارات بصفقات مدهشة في العام 2001، بإعلانها طلب شراء هو الأكبر من نوعه في تاريخ الطيران، قدرت قيمته بنحو 15 مليار دولار، إذ قررت الشركة شراء 58 طائرة جديدة، ما بين إيرباص وبوينج، لتنضم إلى أسطول الشركة الذي تنامي بسرعة كبيرة. في العام 2005، أعلنت طيران الإمارات عن تقديمها بطلب هو الأكبر من نوعه على الإطلاق لشراء 42 طائرة من طراز بوينج 777، في صفقة قدرت قيمتها بنحو 9,7 مليار دولار. وفي معرض فارن برو للطيران الذي أقيم في العام 2006، وقعت الشركة على عقد ابتدائي لشراء 10 طائرات جديدة من طراز بوينج 8-777 B في إتفاقية تقدر قيمتها بنحو 3,3 مليار دولار. وفي معرض دبي للطيران في نوفمبر 2007 وقعت طيران الإمارات عقود شراء 120 طائرة من طراز إيرباص A350 و 11 طائرة A380 و 12 طائرة من طراز بوينج 300ERS-777 تقدر قيمتها بنحو 34,9 مليار دولار<sup>1</sup>. وفي جويلية من العام نفسه وخلال معرض برلين الجوي، طلبت طيران الإمارات 32 طائرة إضافية من فئة A380، ثم في نفس الشهر وفي معرض فارن برو الجوي طلبت 30 طائرة إضافية من فئة بوينج-777 B

<sup>1</sup> بدون ناشر، طيران الإمارات من طائرتين مستأجرتين إلى الأسطول الأكبر والأحدث والأصغر سناً في العالم، الموقع الإلكتروني <https://www.albawaba.com/ar/>، نشر يوم 18 مارس 2013، شوهد يوم 09 مارس 2020 على الساعة 11:23.

300ER. كما وقعت طيران الإمارات طلبية مؤكدة لشراء 30 طائرة بوينج 9-B787 بقيمة 8.8 مليار دولار أمريكي وذلك في اليوم الرابع لمعرض دبي للطيران 2019. ومارست طيران الإمارات حقها في إستبدال طائرات 777X بطائرات B787.

الجدول الموالي يوضح الأسطول الحالي لشركة طيران الإمارات وكذا الطائرات التي هي تحت الطلب:

الجدول رقم 22: أسطول شركة طيران الإمارات 2019

نوع الطائرة	عدد الطائرات المتاحة	عدد الطائرات تحت الطلب	سعة الركاب	متوسط السرعة (كم/سا)	المدى (كم)
A380-800	109	14	525	1089	15200
A330Neo	---	40	257-287	918	15094
A350-900	---	30	314-475	1040	15000
B777-300	1	---	368-451	1028	11120
B777-300ER	138	---	365-451	1028	14649
B777-200LR	10	---	301-400	1028	15843
B777-200LRF	12	---	305-400	1028	14310
B777-8X	---	35	350	1028	16170
B777-9X	---	115	407	1028	13500

المصدر: التقرير السنوي لمجموعة طيران الإمارات للسنة 2018/2019، ص28.

قال عدنان كاظم الرئيس التنفيذي للعمليات التجارية بطيران الإمارات، في تصريحات صحفية على هامش «معرض دبي للطيران 2019»، إن إستراتيجية الناقل خلال المرحلة المقبلة تركز على تنوع الأسطول من خلال إضافة طائرات ذات سعة مقعدية متوسطة، مقارنة بطائرات إيرباص أيه 380 وبوينغ 777 إي آر، لذلك تم توقيع الصفقة الجديدة مع إيرباص مؤخرًا، والتي تتضمن شراء 50 طائرة من طراز إيرباص إيه 350، مشيرًا إلى أن الطائرات ذات السعة المقعدية المتوسطة والمدى الكبير على غرار إيه 350 وبوينغ 787 دريملاينر ستمنح الناقل مرونة عالية في تشغيل عملياتها الجوية، ويمنح الشركة القدرة على دخول أسواق متوسطة من حيث مستويات الطلب والكفاءة التشغيلية<sup>1</sup>. وأضاف كاظم أن طلبية طائرات

<sup>1</sup> لؤي عبد الله، 330 طائرة حجم أسطول طيران الإمارات 2030، تاريخ النشر 20 نوفمبر 2019، الموقع، <https://www.albayan.ae/economy/local-market/2019-11-20-1.3705724>. شوهد يوم 2020/03/12.

## الفصل الرابع مقارنة تجارب شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية

بوينغ 777 إكس والتي ستتسلمها الناقل خلال الفترة المقبلة سوف تحل مكان طائرات بوينغ 777 إي آر، الأمر الذي سيساهم في تعزيز العمليات التشغيلية للناقلة.

### ثانيا: أسطول شركة الخطوط الجوية القطرية

تمتلك شركة الخطوط الجوية القطرية أسطول طائرات يتكون من أكثر من 203 طائرة. وتوظف أكثر من 46 ألف موظف. وهي عضو في تحالف OneWorld منذ عام 2013.

الجدول رقم 23 : أسطول الخطوط الجوية القطرية 2019

نوع الطائرة	عدد الطائرات	عدد المقاعد	متوسط السرعة (كم/سا)	المدى (كم)
ايرباص 319LR	2	110	871	6850
ايرباص 320-200	33	132-165	954	6300
ايرباص 200-321	6	182	871	5950
ايرباص 200-330	7	260	918	13450
ايرباص 300-330	13	295-305	918	11750
ايرباص 600-340	4	372	1016	14360
ايرباص 900-350	34	283-339	1040	15000
ايرباص 380	10	517	1089	15200
ايرباص 350-1000	7	327	1040	16100
بوينغ 787 ديرملاینر	30	254	1040	13530
بوينغ 777-200	9	259-272	1028	15843
بوينغ 777-300	48	354-412	1028	13649
المجموع	203	--	--	--

المصدر: التقرير السنوي لمجموعة الخطوط الجوية القطرية 2018/2019، ص18.

سنة 2015 إستلمت الخطوط الجوية القطرية طائرة من نوع إيرباص 350 ذات الهيكل العريض لتصبح بذلك أول شركة طيران تشغل جميع عائلة طائرات الإيرباص. وتعد أيضا القطرية أيضا من أوائل عملاء طائرات الإيرباص 380 العملاقة المؤلفة من طابقين والتي تعد أضخم طائرة ركاب في العالم حيث بإمكانها نقل 517 مسافر على متنها. وهي الآن مع بداية عام 2019 تشغل 10 طائرات من هذا النوع. كما يضم أسطول الخطوط الجوية القطرية طائرات خاصة لرجال الأعمال من طراز بومبارديير تشالنجر 605 وبومبارديير جلوبال 5000, وغولف ستريم G650ER وبومبارديير جلوبال الطائرات تابعة للشركة الفرعية "القطرية لرجال الأعمال". تتميز هاته الطائرات بالسرعة والأناقة في هيكلها وكذا في الخدمات المقدمة. وقد حصلت الخطوط الجوية القطرية على جائزة أفضل درجة أعمال في العالم سنة 2016.

يتمتع أسطول الخطوط الجوية القطرية بمجموعة من المزايا التي تجعله يكسب ثقة وولاء العملاء ورضاهم. حيث أن المقصورات تحتوي على خدمات الأنترنت ذو جودة عالية، وكذا تحتوي على مجموعة من وسائل الترفيه تتيح للمسافرين حرية الاختيار من أفلام والالعاب الإلكترونية وكذا قنوات تلفزيونية.

#### ثالثا: أسطول شركة الخطوط الجوية الجزائرية

يعد أسطول شركات الطيران المدني أحد العناصر المهمة للقيام بعملية النقل، ومن خلال الجدول الموالي سنوضح أسطول الطائرات التي تحوز عليه شركة الخطوط الجوية الجزائرية

الجدول رقم 24: أسطول الخطوط الجوية الجزائرية 2019

متوسط السرعة كلم/سا	مدى الطيران	عدد المقاعد	العدد	نوع الطائرة
1053	12600	263	8	A330-202
960,8	5665	162-148	25	B737-800
	6230	112	2	B737-700
	5648	101	5	B737-600
490	1528	66	15	ATR 72-212A

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الموقع الرسمي للشركة

<https://airalgerie.dz/ar/>

نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 أن الخطوط الجوية الجزائرية تضم أسطول متكون من منتجات شركتي بوينغ وإيرباص العالميتين وكذا طائرات من شركة ATR الفرنسية، حيث بلغ مجموع طائرات الجوية الجزائرية والتي هي موجهة لنقل المسافرين 55 طائرة.



إن أسطول الخطوط الجوية قليل العدد مقارنة بحجم وسمعة هاته الشركة الوطنية، كما أن الطائرات التي تعمل على المستوى الدولي بلغ عددها 40 طائرة بين شركتي إيرباص وبوينغ، أما الطائرات من نوع (ATR) فهي مخصصة فقط للرحلات الداخلية لأنها لا تدعم المسافات البعيدة. الأسطول التي تضمه الخطوط الجوية الجزائرية لا يساعد الشركة في عملية التوسع في السوق العالمية خاصة أن سوق الطيران العالمي يعترف فقط بمبدأ المنافسة وهذا الأمر صعب جدا في ظل هذا الأسطول الذي لا يشجع على المنافسة مع الشركات العالمية.

في 2016 صرح الرئيس المدير العام للجوية الجزائرية محمد عبده بودربالة، أن الخطوط الجوية الجزائرية تعتزم إطلاق برنامج جديد لإقتناء نحو 40 طائرة عند آفاق 2025، قصد تعزيز خطوطها نحو الوجهات البعيدة. فعمليات الشراء ستتم وفق صيغ تمويلية عديدة من بينها البيع بالإيجار وسيتم تنفيذ الشطر الأول من خطة الشراء في الفترة بين 2018 و2020، وفقا لتصريحات بودربالة الذي أضاف أن 2018 لوحدها ستعرف تعزيز أسطول الجوية الجزائرية بأربع طائرات، بينما سيتم الشطر الثاني في الفترة 2020-2025. وسيسمح هذا البرنامج للجوية الجزائرية برفع أسطولها إلى حوالي مائة طائرة مقابل 60 طائرة 75% منها موجه نحو الوجهات متوسطة المسافة، وفي رده على سؤال حول إمكانية اللجوء إلى التمويل الأجنبي لتحسيد خطة الشراء، أكد المسؤول الأول للشركة الوطنية أن الجوية الجزائرية مطالبة ببحث جميع الحلول الملائمة، مشيرا إلى أن هذا النوع من التمويل الأجنبي يمثل إمكانية قابلة للدراسة<sup>1</sup>.

في عام 2019 أكد وزير الأشغال العمومية والنقل السيد مصطفى كورابة خلال جلسة علنية بمجلس الأمة خصصت لمناقشة نص القانون المعدل والمتمم للقانون رقم 98-06 المؤرخ في 1998 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالطيران المدني أن شركة الخطوط الجوية الجزائرية تحصلت على موافقة مجلس مساهمة الدولة لإقتناء ست 6 طائرات جديدة بمبلغ 2 مليار دولار. مؤكدا أن عملية برمجة الرحلات تخضع إلى عدة عوامل أهمها العامل الإقتصادي والاجتماعي وتوفر وسيلة النقل، مشيرا أن الخطوط الجوية الجزائرية تسعى إلى التوفيق بين هذه العوامل قدر الإمكان لا سيما عبر تدعيم أسطولها بطائرات جديدة قصد تحسين برامج الرحلات وفتح خطوط جديدة تجاه مطارات أخرى، معتبرا أن مؤشر الرحلات بالنسبة للخطوط الجوية الجزائرية يعرف تحسنا ملحوظ بحيث بلغ 80% أي أقل من 20 دقيقة، علما أن المؤشر العالمي يقدر ب 83%. كما كشف أيضا أنه أصبح من الضروري إنشاء وكالة وطنية للطيران المدني سيما وأن

<sup>1</sup> وليد ع، الجوية الجزائرية تقتني 40 طائرة جديدة خلال 8 سنوات، <https://www.echoroukonline.com>، نشر يوم 2016/09/17، شوهه يوم 2020/07/31.

المنظمة الدولية للطيران قد أوصت أعضائها بمنح إستقلالية قانونية ومالية لإدارة طيرانها المدني بهدف ضمان أداء مهامها وإيجاد الحل لمشكلة غياب آليات التمويل<sup>1</sup>.

#### رابعا: المقارنة بين أسطول الطائرات للشركات الثلاث محل الدراسة

عرف أسطول شركة طيران الإمارات تطورا ونموا كبيرا خلال الفترة الأخيرة، حيث أنها قامت بتحديث أسطول طائراتها بما يتماشى مع التكنولوجيا التي دخلت على صناعة الطيران، حيث أن شركة طيران الإمارات تعتمد في أسطولها على منتجات شركة بوينغ الرائدة في مجال صناعة الطائرات العالمية، حيث أن أسطول الشركة يتميز بمجموعة كبيرة من الخصائص التي تعمل في مجملها على توفير الراحة والأمان لعملاء شركة طيران الإمارات نظرا لمتوسط العمر الصغير لطائرات الأسطول.

الخطوط الجوية القطرية هي كذلك تعمل على إقتناء طائرات تتميز بالكفاءة والتطور التكنولوجي وكذا الأمان، حيث أن الخطوط الجوية القطرية تعتمد في إقتناء طائراتها بشكل كبير على شركة إيرباص والتي تعتبر ثاني شركة رائدة عالميا في يتعلق بإنتاج الطائرات، كما يتميز أسطول شركة الخطوط الجوية القطرية بمتوسط عمر صغير وكذا إمكانية وصولها إلى مناطق قصيرة وبعيدة المدى من نقطة الإنطلاق وغير ذلك من المميزات التي تؤهل شركة الخطوط الجوية القطرية على تحقيق إستراتيجياتها التوسعية، كما تعتمد أيضا الشركة على منتجات شركة بوينغ والتي تدعم المسافات بعيدة المدى فقط وكذا تتميز هذا النوع من الطائرات على برامج ترفيهية متطورة وحديثة.

أسطول الخطوط الجوية الجزائرية يعتبر قليل جدا مقارنة بأسطول طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية، حيث أنها تحتوي على 55 طائرة، منها 15 طائرة موجهة للرحلات الداخلية. إن الخطوط الجوية الجزائرية تعتمد في أسطولها على شركة بوينغ من خلال إقتنائها ل 3 منتجات ولكن هاذ النوع من الطائرات يعتبر قديم نوعا ما مقارنة بالمنتجات التي تنتجها شركة بوينغ في الأونة الأخيرة وكذا مقارنة بأسطول طائرات شركة طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية. أما فيما يخص أسطول الطائرات التي يدعم الرحلات الداخلية فشركة الخطوط الجوية الجزائرية تعتمد على شركة ATR الفرنسية والتي لا تعتبر شركة رائدة في مجال صناعة الطائرات في العالم، حيث أن السبب الذي جعل شركة الخطوط الجوية الجزائرية تعتمد على منتجات هاته الشركة هو تكلفتها الرخيصة وكذا عدم تطلبها مهارات عالية لتسييرها.

<sup>1</sup> وكالة الأنباء الجزائرية، الموافقة على تدعيم أسطول الخطوط الجوية الجزائرية بست طائرات جديدة، <http://www.aps.dz/ar/economie/72935-2019-06-25-14-09-28>. نشر يوم 2019/06/25، شوه

يوم 2020/07/31.

## الفصل الرابع مقارنة تجارب شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية

إعتماد شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية على منتجات شركتي بيونغ وإيرباص الرائدتين في مجال صناعة الطائرة يبين النية الواضحة لهاته الشركات في تحقيق الخطط التنموية والتوسعية سواء في المدى القصير أو المدى البعيد، بينما أسطول الخطوط الجوية الجزائرية يبين أن الإستراتيجيات والخطط المنتهجة والتي تسعى لتحقيق الأهداف المسطرة تبقى مجرد حبر على ورق.

### المطلب الثاني: المقارنة بين الشركات الثلاث محل الدراسة من حيث الوجهات

تعد الوجهات التي تشغل لها شركات الطيران المدني رحلتها لها أهم عنصر بعد الطائرة حيث أن تشغيل الرحلات نحو الوجهات المحتملة يتم عبر إنشاء طريق جوي بين بلد نقطة الإنطلاق ونقطة الوصول. ويعتمد إنشاء طريق جوي على إتفاقيات جوية دولية وإقليمية وكذا إتفاقيات ثنائية فيما يخص إستغلال الأجواء وكذا إتفاقيات تحرير الأجواء التي تتيح لشركات الطيران المدني تشغيل رحلتها الجوية إلى عدة مطارات في البلد الواحد.

### أولاً: وجهات شركة طيران الإمارات

تسير طيران الإمارات في عام 2019 أسطولها نحو 159 وجهة عبر العالم في 85 دولة، حيث بلغ عدد مسافريها حوالي 59 مليون مسافر. في الجدول الموالي سنتطرق إلى تطور الوجهات وكذا عدد الركاب لطيران الإمارات من عام 2008 إلى عام 2019

### الجدول رقم 25: تطور وجهات وعدد ركاب طيران الإمارات خلال الفترة 2008-2019

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد الوجهات	99	99	102	112	123	133	142	144	153	156	157	158
الركاب (مليون)	21,23	22,73	27,45	31,42	33,98	39,39	44,54	48,14	51,85	56,08	58,49	58,6

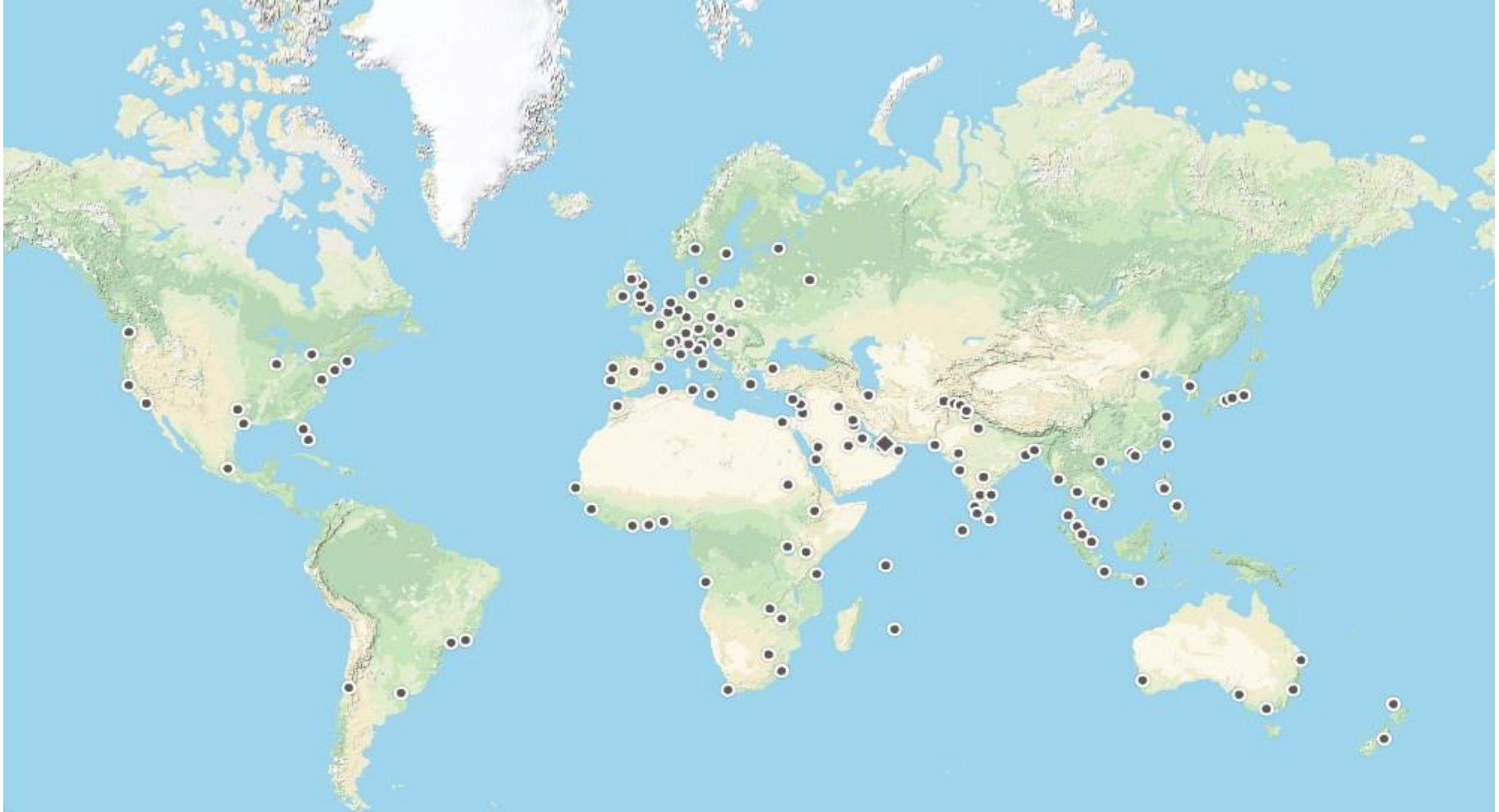
المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على التقارير السنوية لطيران الإمارات خلال الفترة 2008-2019

في غضون 5 أعوام من تأسيسها، نمت شبكة رحلات طيران الإمارات وأصبحت تضم 14 وجهة من بينها مومباي ودلهي وكراتشي عام 1985، وعمان، كولومبو، القاهرة، دكار عام 1986. وفي عام 1987 إفتحت الوجهات نحو فرانكفورت وإسطنبول وكذا مالي.

بحلول نهاية الألفية، نمت شبكة رحلات طيران الإمارات العالمية لتضم 50 وجهة. وكانت البداية سنة 1990 بإفتتاح وجهات نحو الرياض وطهران، سنغافورة، مانيلا، مانشستر. وفي عام 1991 إفتحت

خطوط جديدة نحو لندن وهونغ كونغ وكذا بيروت. إستمرت طيران الإمارات في عملية توسعها وإفتتاح وجهات جديدة تتماشى مع خططها المستقبلية والتي تهدف إلى تسيد العالم في مجال الطيران. خلال الفترة 2000 و2008 وسعت طيران الإمارات نطاق شبكة رحلاتها العالمية لتشمل سيدني وميلانو وبرمنغهام عام 2000، وكذا الدار البيضاء والخرطوم عام 2002، وموسكو، أوكلاند عام 2003، ونيويورك وشنغهاي وغلاسكو وفيينا عام 2004. خلال الفترة 2008-2019 تمكنت طيران الإمارات من تغطية جزء كبير من العالم إنطلاقاً من مركزها في دبي، حيث أنها إنتقلت من 99 وجهة عام 2008 إلى 158 وجهة عام 2019، كما إنتقل عدد المسافرين على متنها من حوالي 21 مليون مسافر عام 2008 إلى حوالي 59 مليون مسافر عام 2019 وبزيادة قدرت بحوالي 63%.

الشكل رقم 09: الوجهات التي تغطيها طيران الإمارات في العالم 2019



المصدر: الموقع الرسمي للشركة <https://www.emirates.com/ae/>

تسير طيران الإمارات رحلاتها نحو 22 دولة في آسيا والمحيط الهادئ، و19 دولة في إفريقيا، و6 دول في الأمريكيتين، 9 دول في الشرق الأوسط و23 دولة في أوروبا. تملك طيران الإمارات خطوط طيران نحو 14 دولة عربية من أصل 22 دولة عربية، وتغطي في هاته 14 دولة حوالي 18 وجهة تتصدرها السعودية ب 4 وجهات وباقي الدول العربية تسير رحلاتها نحوها إلى مطار واحد فقط.

إن التطور الذي شهدته طيران الإمارات في وجهاتها وعدد مسافريها راجع في أساسه إلى نوعية أسطولها المتطور والحديث الذي يسمح لها ببلوغ نقاط بعيدة المدى عبر العالم، وكذا الحداثة التي يتميز بها أسطولها والذي يوفر مجموعة كبيرة من الخيارات للمسافرين سواء في الرحلات الطويلة المدى أو قصيرة المدى.

#### ثانياً: وجهات شركة الخطوط الجوية القطرية

تتمتع الخطوط الجوية القطرية بشبكة وجهات عالمية تضم أكثر من 157 وجهة تغطي حوالي 77 دولة في العالم، تغطي كلا من أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا وجنوب آسيا ومنطقة آسيا وأمريكا الشمالية والجنوبية والمحيط الهادئ.

عرفت سنة 2010 تدشين 10 وجهات جديدة وهي بنغالور وطوكيو وأنقرة وكوبنهاجن وبرشلونة وساو باولو وبوينس أيرس ونيس بفرنسا وكذا هانوي وبوكيت. وفي عام 2011، قامت الخطوط الجوية القطرية بتعزيز تواجدها على المستوى العالمي من خلال إضافة 15 وجهة جديدة وهي: بوخارست وبودابست وبروكسل وشتوتغارت والبنديقية وأوسلو وصوفيا في قارة أوروبا وكذا شيراز بإيران والمدينة المنورة بالمملكة العربية السعودية وكولكاتا بالهند وانتيي بأوغندا وتشونتشينغ بالصين ودخولها إلى كندا مع ثلاث رحلات أسبوعياً<sup>267</sup>.

أعلنت الخطوط الجوية القطرية عن تسيير رحلاتها إلى سادس وجهاتها في الولايات المتحدة وهي مدينة ميامي في ولاية فلوريدا، وكان ذلك في 10 جويلية 2014. وتسير الناقل أربع رحلات أسبوعياً من دون توقف إلى ميامي باستخدام طائرة من طراز بوينغ 777.

استمرت الخطوط الجوية القطرية على نفس النهج في زيادة عدد الوجهات حتى بلغ عدد الوجهات سنة 2017 أكثر من 150 وجهة تغطي 75 دولة في العالم وهو ما يثبت الكفاءة العالية التي تتمتع بها الخطوط الجوية القطرية على المستوى العالمي. حيث صرح أكبر الباكر الرئيس التنفيذي لمجموعة الخطوط الجوية القطرية كذلك بقوله "مع الإعلان عن المزيد من الوجهات التي ستضم إلى شبكتنا، سنكون قادرين على

<sup>267</sup> تقرير صحفي، معجزة تحققت في عالم الطيران، الموقع <http://www.qmiles.travel/iwov-resources/temp>

شاهد يوم [docs/press-kit/The%20Story%20of%20Qatar%20Airways%20-%20Arabic.pdf](https://docs/press-kit/The%20Story%20of%20Qatar%20Airways%20-%20Arabic.pdf)

توفير خيارات ربط للمسافرين إلى عدد أكثر من الأماكن يفوق عن أي ناقلة خليجية أخرى. إننا في الخطوط الجوية القطرية نعمل دوماً بشعارنا "معا إلى كل مكان"، حيث نرافق المسافرين إلى مختلف بقاع العالم ونتطلع إلى الترحيب بهم إلى وجهاتنا الجديدة في العامين 2017-2018<sup>268</sup>.

تعد الوجهات البريطانية من أبرز الوجهات التي تحظى بإهتمام الخطوط الجوية القطرية بسبب ما تتميز به من معدلات ربح مميزة، ولما تساهم به في تعزيز الروابط التجارية والإقتصادية والسياحية مع بريطانيا. وتحقق الخطوط القطرية نسب ربح نوعية على خط الدوحة- لندن هيثرو على وجه الخصوص، وأرباح مميزة على كافة وجهات بريطانيا على وجه العموم. ويُذكر أن الخطوط القطرية تسير رحلاتها إلى مطار برمنجهام ومطار هيثرو ومدينة مانشستر ومدينة أدنبرة ومطار دبلن ومطار كارديف.

كما يشار إلى أن الخطوط القطرية إستحوذت على فندقين من أشهر الفنادق البريطانية في مايو عام 2015 وهما فندق نوفوتيل أدنبرة بارك في أيرلندا الذي يعد من أفضل الفنادق نظراً لقربه من المطار الدولي والفندق الثاني هو شيراتون سكايلين في مطار هيثرو الدولي<sup>269</sup>.

قال أكبر الباكر الرئيس التنفيذي لمجموعة الخطوط الجوية القطرية: توفر الخطوط الجوية القطرية أفضل شبكة وجهات في العالم، وأفضل تجربة سفر على متن الطائرة وكذلك عبر مطار حمد الدولي. كما تشغل الناقلة القطرية أحدث أسطول من الطائرات بحيث لا يزيد عمر الطائرة عن 5 سنوات، ويضم أكثر الطائرات تطوراً، والتي توفر للمسافرين تجربة مميزة حائزة على الجوائز وبعمليات تشغيلية عالية الكفاءة وصديقة للبيئة. إننا نسعى لضمان إختيار المسافرين للخطوط القطرية لتلبية كافة حاجات السفر لديهم سواء بغرض الأعمال أو السياحة أو كليهما معاً<sup>270</sup>.

في الشكل رقم 10 نلاحظ الوجهات التي تغطيها الخطوط الجوية القطرية على المستوى العالمي:

<sup>268</sup> بدون ناشر، القطرية تدشين 8 وجهات جديدة خلال 2017-2018، الموقع الإلكتروني

<https://wejhatt.com/?p=9670>، نشر يوم 2016/11/30، شوهده يوم 2020/01/10.

<sup>269</sup> بدون ناشر، الخطوط الجوية القطرية تطلق 11 وجهة جديدة لتصل إلى 160 وجهة حول العالم، نشر يوم 1 أكتوبر 2019، موقع

<https://arabisklondon.com/arabic/>، شوهده يوم 15 جانفي 2020.

<sup>270</sup> بدون ناشر، القطرية تدشين 8 وجهات جديدة خلال 2017-2018، مرجع سبق ذكره، شوهده يوم 2020/01/10.



الشكل رقم 10: الوجهات التي تغطيها الخطوط الجوية القطرية في العالم 2017



المصدر: التقرير السنوي للخطوط الجوية القطرية سنة 2017، ص 09



تسير الخطوط الجوية القطرية رحلاتها نحو 17 دولة في إفريقيا، و19 دولة في آسيا والمحيط الهادئ، و4 دول في الأمريكيتين، 7 دول في الشرق الأوسط و32 دولة في أوروبا. تملك الخطوط الجوية القطرية خطوط طيران نحو 10 دولة عربية من أصل 22 دولة عربية، وتغطي في هاته 10 دولة حوالي 16 وجهة تتصدرها عمان والمغرب ب 3 وجهات وباقي الدول العربية تسير رحلاتها نحوها إلى مطار واحد فقط. ستدشن الخطوط الجوية القطرية رحلاتها إلى عدد من الوجهات الجديدة في عام 2020، بما في ذلك: أوساكا في اليابان، وسانتوريني في اليونان، ودوبروفنيك في كرواتيا، وألماتي ونور سلطان في كازاخستان، وأكرا في غانا، وسيبو في الفلبين، وطرايزون في تركيا، وليون في فرنسا، وسيام ريب في كمبوديا، ولواندا في أنجولا.

### ثالثا: وجهات شركة الخطوط الجوية الجزائرية

تمتلك الخطوط الجوية الجزائرية عدة وجهات دولية تغطي كل من إفريقيا وأمريكا وأسيا وكذا أوروبا. حيث تتمثل الوجهات نحو قارة إفريقيا في كل من مصر والمغرب وتونس وكذا مالي والسنغال وكوت ديفوار وبوركينا فاسو والنيجر وموريتانيا. وقارة أمريكا في وجهة وحيدة هي كندا. أما قارة آسيا فتحمل الخطوط الجوية الجزائرية وجهات قليلة وضعيف إلى هاته القارة، وتتمثل أهم الدول التي تربطها الخطوط الجوية الجزائرية بخط مباشر في المملكة العربية السعودية والصين والإمارات العربية المتحدة والأردن وكذا لبنان.

تعتبر قارة أوروبا أحد أهم القارات التي حازت على نصيب هائل من الوجهات الخاصة بالخطوط الجوية الجزائرية حيث بلغ عدد الدول التي تطير إليها الخطوط الجوية الجزائرية ب 12 دولة، وتعتبر فرنسا أهم هاته الدول حيث تملك الخطوط الجوية الجزائرية 8 وجهات داخل التراب الفرنسي

الشكل رقم 11: الوجهات التي تغطيها الخطوط الجوية الجزائرية في العالم 2019



Source : <https://www.airalgerie.info/vol/> consulte le 04/08/2019

أعلن الرئيس التنفيذي لشركة الخطوط الجوية الجزائرية محمد صلاح بولطيف سنة 2015 عن إفتتاح ثلاثة عشر خطا دوليا جديدا بحلول نهاية عام 2017 للولايات المتحدة وإفريقيا وأوروبا، وبالتالي سيتم فتح الخطوط بين الجزائر وأديس أبابا بإثيوبيا وبين الجزائر ونجامينا بتشاد قرب نهاية عام 2015 أو بداية عام 2016. بمعدل ثلاث رحلات أسبوعيا. كما أنه من المقرر إطلاق ستة خطوط أخرى تربط الجزائر بالنيويورك في الولايات المتحدة وليبرفيل بالغاوبون ودوالا وياوندي بالكاميرون ومراكش بالمغرب والبندقية بإيطاليا على التوالي خلال صيف 2016. وبالنسبة لعام 2017، من المخطط أن تربط أربعة خطوط أخرى الجزائر العاصمة بكوناكري بغينيا وبانجول بغامبيا وكوتونو بنين ولومي بتوغو، كما أنه سيتم فتح خط ثان بين الجزائر العاصمة وإسطنبول بتركيا اعتبارا من صيف 2015، بمعدل 2 إلى 7 رحلات في الأسبوع<sup>1</sup>.

في عام 2016، أعلنت الخطوط الجوية الجزائرية عن إفتتاح خط تجاري منتظم بين الجزائر وبودابست بالمجر والذي يعتبر الخط الأول على مستوى المغرب العربي الذي يربط دولة المجر مباشرة<sup>2</sup>. قامت مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية، بالرحلة الإفتتاحية للخط الجوي الذي يربط الجزائر العاصمة بالمدينة البلجيكية شارلوروا في إطار توسيع شبكة خطوطها الدولية. وتمت برجة هذا الخط بصفة منتظمة من قبل الخطوط الجوية الجزائرية بمعدل رحلتين في الأسبوع (الأحد والثلاثاء). وبحسب مسؤولي الشركة، فإن العرض السنوي لهذا الخط يبلغ 21.000 مقعد مقابل طلب يناهز 25.000 مسافر وهذا على متن طائرة من نوع بوينغ 737 – 600 بقدرة 101 مسافر، وتقدر تكاليف الرحلة ذهابا-إيابا من شارلوروا إلى الجزائر العاصمة بـ 166 يورو، و24.000 دج من الجزائر العاصمة. ويضاف هذا الخط الجديد إلى ثلاث رحلات أسبوعية للخطوط الجوية الجزائرية نحو مدينة بروكسل البلجيكية، ما يسمح للجوية الجزائرية بالنقل نحو هذا البلد بصفة يومية تقريبا<sup>3</sup>.

في تقرير إحصائي عن الحركة الجوية التجارية في فرنسا بينت هيئة الطيران المدني الفرنسية (DGAC) أن الخطوط الجوية الجزائرية نقلت حوالي 2869584 مسافر بين فرنسا والجزائر في 2019. ومع ذلك، شهدت الأخيرة إنخفاض حصتها في السوق بنسبة 4.4% في نشاطها العام. ومن ثم

<sup>1</sup>Site web <https://www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20150406/36151.html>, consulte le 15/08/2019.

<sup>2</sup> Site web <https://www.elhiwardz.com/national/61325/>, consulte le 15/08/2019.

<sup>3</sup>إبراهيم لعمرى، إطلاق خط جوي بين الجزائري وشارلوروا البلجيكية، <https://www.aljazairalyoum.com>، نشر في 19 ديسمبر 2018، شوهده يوم 2019/11/28.

فإن 2.87 مليون مسافر يمثلون حصة سوقية تبلغ 66%، بزيادة 8.1% مقارنة بالعام السابق في 2018<sup>1</sup>.

#### رابعا: المقارنة بين وجهات الشركات الثلاث محل الدراسة

شركة طيران الإمارات ومنذ نشأتها تعمل على توسيع نشاطها على المستوى الدولي والإقليمي وحتى العربي وهو ما يتضح في عدد الوجهات التي أصبحت الشركة تشغل لها رحلاتها، حيث أنها أصبحت في سنة 2019 تشغل رحلاتها إلى 158 وجهة دولية وهذا راجع في الأساس إلى الإتفاقيات الثنائية وكذا الدولية التي أبرمتها الشركة أو دولة الإمارات العربية المتحدة مع دول أخرى بهدف إستغلال الأجواء، ويكون إستغلال أجواء دولة ما وفق شروط وأسس توضح وتبين في الإتفاقية الموقعة بين طرفي العقد. إضافة إلى إتفاقيات إستغلال الأجواء نجد أن أسطول شركة طيران الإمارات سمح لها أيضا بتوسيع شبكاتها الجوية بشكل كبير وواضح حتى أصبح يشمل تقريبا كل الوجهات العالمية سواء كانت قريبة أو بعيدة المدى، حيث أن أسطول الشركة يتميز بالكفاءة والسرعة وكذا الأمان. تشمل الوجهات التي تشغل شركة طيران الإمارات رحلاتها إليها مجموعة كبيرة من الدول الأوروبية والأمريكية وكذا الأوروبية والدول العربية والتي بلغت 14 دولة عربية.

الخطوط الجوية القطرية كذلك تسعى دائما إلى المحافظة على تميزها وريادتها لسوق الطيران المدني العالمي من حيث الخدمات التي تقدمها لعملائها، إن المحافظة على السمعة والريادة يتطلب بذل مجهودات جبارة من خلال وضع إستراتيجيات وأهداف واضحة والعمل على تحقيقها بما يتماشى مع سوق الطيران المدني. إن سياسة التوسع التي تنتهجها الخطوط الجوية القطرية هي سياسة فريدة من نوعها نوعا ما مقارنة بشركة طيران الإمارات، حيث أن الخطوط الجوية القطرية تقوم في الإستثمار في الخدمات السياحية في كل وجهة تشغل لها رحلاتها حيث أنه مثلا في بريطانيا وبالضبط في مطار هيثرو الدولي إستثمرت الخطوط الجوية القطرية بشراء فندق شيراتون سكايلاين وهذا لتوفير خدمات ما بعد الرحلة وهذا يدخل في عملية ربط صناعة الطيران بالسياحة. كما أن الخطوط الجوية القطرية إعتد في سياسة توسعها على العلاقة الثنائية في المجالات الأخرى وأيضا من خلال تحالف الطيران التي هي عضو فيه. من خلال إستغلال النقص الذي تعاني منه في تسيير رحلاتها نحو مطارات في بعض الدول التي تكون فيها كثافة الطيران كبيرة من خلال إتفاقية تبادل الرموز وشركات الطيران الشريكة في تحالف وان وورلد وذلك من خلال التسويق للرحلات وبيعها دون تسييرها.

<sup>1</sup>شهرزاد، الخطوط الجوية الجزائرية من بين شركات الطيران الكبرى في فرنسا، <https://www.dzairdaily.com/voyages-air-algerie-classement-grands-transporteurs-france-2020/>، نشر يوم 2020/05/22، شوهده يوم 2020/7/3.

الخطوط الجوية الجزائرية تعتبر بعيدة جدا عن مسابقة شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية في مجال توسيع شبكة رحلاتها الجوية هذا راجع في الأساس إلى قلة أسطول طائرتها والذي يعاني من نقص واضح في الكفاءة وعدم مسابقتها للتطور التكنولوجي الذي مس مجال صناعة الطيران المدني العالمي. بالإضافة إلى ضعف أسطول شركة الخطوط الجوية الجزائرية نجد أن الشركة أيضا لا تفكر في زيادة أسطولها والعمل على توسيع شبكتها لأنها تتردد في دخول منافسة بين الشركات الرائدة في مجال الطيران المدني وهذا لضعف خدماتها المقدمة سواء كان ذلك في مجال إتفاقية تبادل الرموز أو الإتفاقية الثنائية والتي تعتمد على مبدأ المعاملة بالمثل.

إن الإستراتيجية التوسعية التي تنتهجها الخطوط الجوية الجزائرية كل سنة تبقى حبر على ورق مقارنة بشركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والتي عرفت في ظرف وجيز من تاريخ إنشائها طفرة كبيرة في نشاطها التوسعي مقارنة بتاريخ نشأة الخطوط الجوية الجزائرية.

**المبحث الثالث: مقارنة الخدمات التكميلية التي تقدمها الشركات الثلاث محل الدراسة وعلاقتها بتنشيط الحركة السياحية في الدول العربية**

تقدم شركات الطيران المدني في العالم برامج ولاء لعملائها الدائمين بهدف المحافظة عليهم وكسب رضاهم وولائهم، حيث تسعى شركات الطيران المدني من خلال برامج الولاء تسهيل وتبسيط إجراءات السفر على الأعضاء في برامج ولاءها وكذا جعل تجربة سفرهم فريدة من نوعها من خلال تقديم خدمات مميزة لهم تجعلهم فخورين بعضويتهم في برنامج ولاء الشركة.

**المطلب الأول: مقارنة الخدمات التكميلية للشركات الثلاث محل الدراسة**

تقدم شركات الطيران مجموعة كبيرة الخدمات التكميلية والتي تساهم في تسهيل وتبسيط إجراءات السفر لعملاء شركات الطيران المدني، وهاته الخدمات تختلف من شركة إلى أخرى، حيث أن معظم هاته الخدمات تلخص في خدمات قبل وأثناء وبعد الرحلة وتكون بدءا من عملية الحجز مرورا بالخدمات على متن الطائرة وأثناء الرحلة وصولا إلى مرحلة نهاية الرحلة أو مرحلة وصول المسافرين إلى وجهتهم المبرجة.

**أولا: خدمات شركة طيران الإمارات المرافقة للخدمة الأساسية**

تقدم شركة طيران الإمارات مجموعة من الخدمات التي ترافق خدمة النقل الجوي، حيث أن هاته الخدمات المرافقة تسعى في صلبها إلى تحقيق رضا المسافرين وتوفير الراحة والطمأنينة اللازمة قبل وأثناء سفرهم وكذا بعده.

**1- درجات السفر على متن أسطول طيران الإمارات:** توفر الخطوط الجوية الاماراتية لعملائها ثلاث فئات مختلفة من درجات السفر على متن طائرتها وهي الدرجة السياحية، الدرجة الأولى ودرجة رجال

الأعمال. ولكل درجة مميزات الدرجة التي تسبقها بالإضافة إلى مميزاتها الخاصة كما هو مبين في النقاط التالية<sup>1</sup>:

**أ- الدرجة الأولى:** تتميز كابينة الدرجة الأولى مع طيران الإمارات بمقاعد جلدية قابلة للتحويل إلى أسرة للنوم مزودة بأحد أحدث الأنظمة الترفيهية والحائز على جائزة أفضل نظام ترفيهي في الأجواء، كما يبلغ قياس الشاشات في هاته الدرجة 32 بوصة. كما تتميز الكابينة بأبواب خاصة لمزيد من الخصوصية، كما تتيح إمكانية التحكم في الإضاءة والمكيف. ويتم تقديم وجبات ومشروبات فاخرة تليق بمستوى المسافرين على متن هاته الدرجة، كما تتيح مستلزمات حمام فاخرة من صنع شركات رائدة في صناعة المستلزمات الصحية.

يتيح الحجز في هاته الدرجة للمسافرين إمكانية إصطحاب حقيقتي يد لا يتجاوز وزن كلا منهما 7 كغ ووزن مجاني لا يتعدى 50 كغ، وتتيح أيضا إمكانية حجز سيارة مع سائق مجانا. ويستفيد عملاء هاته الدرجة من قاعات إنتظار مخصصة في بعض المطارات، وكذا صالة جوية للحدوث مع رجال الأعمال في الأجواء.

**ب- درجة رجال الأعمال:** تتميز هاته المقصورة بمقاعد فاخرة جدا وقابلة للتحويل إلى أسرة غاية في الأناقة وتلفزيون عالي الجودة بشاشة حجمها 23 بوصة يحتوي على أفضل نظام ترفيهي في الأجواء بأكثر من 4500 قناة. تقدم على مستوى هاته المقصورة أطباق شهية من المكونات المحلية لبلد الوجهة مطهورة على يد أمهر الطهاة وكذا مشروبات ساخنة وباردة منعشة تليق بمستوى عملاء هاته الدرجة. كما يستفيد العملاء من أطقم مجانية من مستلزمات العناية بالبشرة. وتتوفر المقصورة على منضدة جانبية لوضع الحاسوب المحمول أو العمل. ويتيح الحجز على مستوى هاته الدرجة إمكانية إصطحاب حقيقتي يد لا يتجاوز وزن الواحدة منهما 7 كغ، كما يمكنهم إصطحاب وزن مجاني لا يتعدى 40 كغ. وتتيح كذلك خدمة السيارات من وإلى المطار المجانية.

**ت- الدرجة السياحية:** تتميز هاته الدرجة بمقاعد مريحة وواسعة لمد الساقين وبطانيات طيران الإمارات الصديقة للبيئة لنوم مريح. كما تتميز هاته الدرجة بنظام ice الترفيهي الذي يضم 4500 قناة للأفلام والبرامج التلفزيونية والألعاب ويبلغ قياس الشاشات في الدرجة السياحية 13 بوصة. كما تتوفر أيضا وسائل ترفيهية وألعاب للأطفال وأترنت لاسلكي مجاني ومقبس كهربائي لشحن الأجهزة. كما يتم تقديم مجموعة من أشهى الأطباق لبلد الوجهة ومجموعة من أفضل المشروبات الساخنة والباردة. إن الحجز على مستوى هاته الدرجة يتيح للركاب إصطحاب حقيقتي يد واحدة فقط لا يزيد وزنها على 7 كغ. ويسمح بوزن مجاني من 20 إلى 35 كغ حسب نوع سعر الدرجة السياحية.

<sup>1</sup> Site web <https://www.urtrips.com/emirates-airline/> , consulte le 03/01/2020

2- الترفيه الجوي: مع نظام آيس ice الترفيهي الحائز على جائزة سكاى تراكس عن فئة أفضل نظام ترفيه جوي 12 سنة على التوالي، حيث يمكن الإستمتاع بأكثر من 4500 قناة محدثة بشكل شهري للأفلام، الرياضة، الألعاب، الكتب الصوتية، الموسيقى، البرامج التلفزيونية والأحداث المباشرة بلغات متعددة على شاشات مريحة للعين. ويراعي هذا النظام ذوي الإعاقة البصرية أو السمعية فيوفر لهم شرح صوتي أو كتابي. حيث يتيح نظام طيران الإمارات للمعلومات والإتصالات والترفيه ice للمسافرين التمتع بخيارات ترفيهية واسعة وبما يزيد على 450 قناة للأفلام من كافة أنحاء العالم، ومئات من ساعات البث التلفزيوني تشمل عددا كبيرا من المسلسلات التي حظيت بشعبية جارفة عبر العالم، فضلا عن آلاف الساعات من العروض والبرامج الغنائية والموسيقية التي تتراوح بين الموسيقى العصرية والكلاسيكية.

إن نظام طيران الإمارات للمعلومات والإتصالات والترفيه ice يوفر أفلاما بأكثر من 10 لغات أوروبية مختلفة، بما فيها أفلام حائزة على جوائز رفيعة. كما يث النظام محتوى ترفيهيا بأكثر من 10 لغات مختلفة تنتمي إلى منطقة شبه القارة الهندية، وبالنسبة إلى المناطق الأخرى من قارة آسيا، ويعرض نظام ice أفلاما وبرامج بلغات الماندرين والكانتونية الصينيتين، اليابانية، الكورية. كما يجد المسافرون العرب مجموعة واسعة من الأفلام والبرامج التلفزيونية والغنائية العربية، بل وحتى الصحف والمجلات من منطقة الشرق الأوسط. ويمكن للمسافرين إستعراض الأفلام والبرامج الترفيهية المقدمة عبر نظام ice والتخطيط مسبقا لما يرغبون في مشاهدته خلال رحلاتهم وذلك من خلال الموقع الرسمي لشركة طيران الإمارات.

إلى جانب تنوع مضمون ولغات المحتوى المتاح، يوفر نظام طيران الإمارات الترفيهي مزايا ترسخ معايير متفوقة جديدة على المستوى العالمي. في عام 2007، تعاونت طيران الإمارات مع شركة "ديزني ستوديو موشن بكتشرز" لتقديم تقنية الترجمة المصاحبة التي يستخدمها ضعاف السمع، وذلك للمرة الأولى في مجال الترفيه الجوي. كما واصلت الناقله توفير الإنترنت الرقمي Wi-Fi مجانا على عدد كبير من الطائرات ضمن أسطولها. حيث يمكن للركاب المسجلين في برنامج سكاى واردز الإستمتاع بـ 20 ميغابايت مجانية من الإنترنت اللاسلكي لتصفح شبكات التواصل الإجتماعي وغيرها. كما يمكن لبعض أنواع العضويات في البرنامج أن تحصل على خدمة إنترنت لاسلكية لا محدودة طيلة الرحلة.

كما أن طيران الإمارات أصبحت في عام 2014 أول ناقله في العالم تقدم خدمة الوصف السمعي للأفلام للمسافرين الذين يعانون من ضعف البصر.

توفر الطائرات ضمن أسطول طيران الإمارات من طرازي إيرباص A380 وبوينج 777 نظام ice الترفيهي الرقمي عبر شاشات تلفزيونية شخصية أكبر حجما تتميز بدرجة وضوح عالية، ويبلغ قياس هذه الشاشات الشخصية 32 بوصة في الدرجة الأولى، وفي درجة رجال الأعمال 23 بوصة وفي الدرجة السياحية 13 بوصة. كما يمكن للركاب إستخدام الهاتف الموجود بجانب مقاعدهم لإجراء مكالمات

هاتفية، وإرسال رسائل نصية مع العائلة والأصدقاء أو مع ركاب آخرين على متن الطائرة. وتوفر طيران الإمارات لكل راكب مقبس للتيار كهربائي يمكن خلاله شحن الهاتف الجوال أو الحاسوب المحمول. كما أن التسوق لم يعد مقتصرًا على الأرض، فمع طيران الإمارات يمكن للركاب الإستمتاع بالتسوق وشراء منتجات أفضل الماركات العالمية وبعض المنتجات الحصرية لطيران الإمارات في عنان السماء بالسوق الحرة المعفاة جمركيًا التي توفرها على متن طائرتها.

**3- الوجبات:** يمكن للركاب على كافة درجات سفر طيران الإمارات الإستمتاع بتناول أشهى الأطباق الإستثنائية من مطبخ بلد الوجهة والمطهوهة على أيدي أمهر الطهاة العالميين. وتوفر أطعمة صحية خالية من الزيوت المشبعة والمتحولة لمتبعي الحميات الغذائية. ويتم تقديم أطعمة خاصة للأطفال بألذ النكهات المفضلة لديهم في أطباق ملونة لرسم البهجة على وجوههم. ويمكن للركاب أيضًا أن يستمتعوا بالمشروبات المنعشة للوصول إلى وجهتهم بكامل الحيوية.

فيما يخص الطعام المقدم للأطفال، فإن المسافر يستطيع أن يختار لرضيعه ما يناسبه من غذاء من مجموعة طعام مخصص للرضع معد من طرف شركة إيلاز كيتشن، كما يمكن للمسافرين كذلك تسخين الحليب وزجاجات الأطفال، هذا إذا كان المسافر قد إختاروا إحضار الوجبات الخاصة لأطفالهم معهم، فسيساعدتهم طاقم المقصورة في تحضير الطعام وتسخين الزجاجات، كما يتوفر أيضا على متن طائرات طيران الإمارات مسحوق حليب وزجاجات أطفال يمكن طلبها عند الحاجة.

يمكن للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين عامين و12 عاما الإستمتاع بوجبات معدة خصيصا لهم. وفي حالة ما إذا كان أحد أطفال المسافرين يتبع نظاما غذائيا خاصا، فيمكنهم إختيار ما يناسبه من بين الوجبات الخاصة إما عند الحجز أو بعده.

### ثانيا: خدمات شركة الخطوط الجوية القطرية المرافقة للخدمة الأساسية

تقدم شركة الخطوط الجوية القطرية خدمات ذات قيمة للمسافرين بهدف إشباع رغباتهم وكذا كسب ولائهم، ومن بين هاته الخدمات نذكر ما يلي:

#### 1- درجات السفر:

**أ- الدرجة السياحية:** يتمتع مسافرو الدرجة السياحية بمقاعد مريحة وواسعة جدا. حيث يمكن للمسافر أن يستمتع في مكان جلوسه بالراحة مع وجود مساحة كبيرة لتناول الطعام والنوم والإستلقاء. كما يحتوي كل مقعد على مجموعة مستلزمات شخصية تضم كل الأساسيات التي يحتاجها المسافر لراحته، حيث يتوفر مع كل مقعد حقيبة صغيرة تحتوي معدات شخصية مثل فرشاة أسنان وأغطية للعينين وللأذنين وغيرها والتي هي متوفرة على بعض الرحلات الطويلة فقط. كما يتم تقديم وجبات طازجة ولذيذة لمسافري



الدرجة السياحية بالإضافة إلى العصائر والمشروبات المنعشة. توفر قائمة طويلة من الأفلام المتنوعة مثل أفلام الحركة والإثارة والأفلام الكوميديّة.

كما تسمح الدرجة السياحية للخطوط الجوية القطرية لمسافريها الذين يودون أن يقوموا ببعض الأعمال الخاصة التي لم يقوموا بها في مكاتبتهم، حيث أنه يمكنهم أن يمارسوا عملهم بكل راحة. وذلك من خلال منفذ طاقة للكمبيوتر المحمول ومخرج (USB) وهاتف شخصي. فخدمة "On Air" لإتصالات الجوال على متن الطائرة تسمح للمسافر بإرسال الرسائل النصية القصيرة وإستقبالها وإستخدام بيانات الجوال أثناء الرحلة. كما يتوفر الإتصال اللاسلكي بالإنترنت (Wifi) على جميع طائرات إيرباص A380 وإيرباص A350 وبوينج 787 وإيرباص A319 وبعض طائرات إيرباص A330 وإيرباص A320 وإيرباص A321، ليستطيع المسافر البقاء على إتصال بالعالم وهو بين السحاب.

الخطوط الجوية القطرية لم تستثني فئة الأطفال من برامجها المتاحة على الدرجة السياحية. حيث أنها وفرت لهم مجموعة كبيرة من الألعاب والدمى. كما سيحصل كل منهم أيضا على علبه غداء خاصة، بما وجبة لذيذة وصحية. بالإضافة إلى ذلك، توفر الخطوط الجوية القطرية قنوات تلفزيونية للصغار على نظام الترفيه وهي تضم أحدث الأفلام والبرامج التلفزيونية والألعاب التفاعلية لتسليتهم طوال الرحلة.

**ب- الدرجة الأولى:** يتمتع المسافرون على متن الدرجة الأولى بمجموعة كبيرة من التسهيلات الحصرية التي يقدمها طاقم الطائرة لهم. فطاقم الضيافة الخاص بالخطوط الجوية القطرية حاصل على مجموعة رفيعة من الجوائز التي تؤهله لأن يهتم بكل تفاصيل إحتياجات المسافرين ويوفر لهم مستوى الخدمة الذي ينتظرونه. تمكن الدرجة الأولى للخطوط الجوية القطرية المسافرين من الجلوس في مقاعدهم براحة وخصوصية. حيث أنه تم تصميم مقصورة الدرجة الأولى خصيصا لهذا النوع من المسافرين، حيث أنه يمكن للمسافر على مستوى هاته الدرجة أن يحصل على مساحة تخزين كبيرة ومقعد يتحول إلى سرير مريح جدا عليه بياضات وأغطية من إنتاج (Frette). كما يمكنهم أيضا تحويل مكان جلوسهم إلى مكتب مريح يتوفر به على مقبس للحاسب المحمول ومقبس (USB) وإتصال لاسلكي بالإنترنت. وتشمل الخدمات التي يقدمها طاقم الضيافة للمسافرين، وحقيبة الأدوات الشخصية ذات ماركة (Bric).

تتيح القطرية على متن درجتها الأولى للمسافرين الفرصة لتذوق مجموعة متنوعة من الأطباق ووجبات الطعام المميزة والفاخرة والمعدة من المكونات الطازجة وذات الجودة العالية. حيث يمكنهم تناول وجباتهم في مقاعد واسعة، والإختيار من بين مجموعة من المقبلات والأطباق الرئيسية والحلويات. كما يمكن للمسافرين على متن هاته المقصورة أيضا الإستمتاع بمجموعة كبيرة وثرية من البرامج الترفيهية والقنوات التي توفرها الخطوط الجوية القطرية.

ت- درجة رجال الأعمال: يتسم تصميم مقصورات درجة رجال الأعمال على متن طائرات الخطوط الجوية القطرية بالفخامة والرحابة والأناقة مع مستوى من الإهتمام ذات الطابع الشخصي. حيث تتيح هاته الدرجة للمسافرين فرصة الإسترخاء أو العمل في رفاهية وخصوصية، بينما يتولى طاقم الضيافة تلبية كل ما قد يحتاج إليه المسافر. كما يمكن للمسافرين على مستوى هاته المقصورة الإستمتاع بروعة التصميم وأحدث التقنيات، حيث يمكنهم الإسترخاء في رفاهية لا مثيل لها مع تعديل مساحتهم الخاصة بما يناسب إحتياجاتهم. وأخذ قسط من النوم لتجديد نشاطهم أو إستثمار وقتهم في مساحة عمل مميزة.

كما تهتم الخطوط الجوية القطرية بتلبية إحتياجات مسافريها على متن هاته المقصورة بحيث أنها توفر لهم كل ما قد يحتاجون إليه. حيث توفر لهم مجموعة مميزة من مستلزمات العناية الشخصية الراقية ذات الصنع الإيطالي، تضم هاته المستلزمات مرطب الشفاه ورذاذ الوجه المرطب وكريم الترطيب المقاوم لظهور آثار التقدم في العمر. كما يمكن للمسافرين الإسترخاء في نوم هادئ بعد إرتداء سترة النوم من القطن الخالص المريح.

أما بخصوص الوجبات المقدمة على مستوى هاته المقصورة، فيمكن للمسافرين التمتع بالأطباق الفاخرة التي يصممها أفضل الطهاة في العالم وتذوق أشهى الوجبات الحصرية التي يقدمها الخبراء في تجربة فريدة من نوعها.

تحتوي مقصورة رجال الأعمال على نظام (Oryx One) الترفيهي المبتكر للترفيه بشاشة تعمل باللمس ليستطيع المسافر إختيار ما يروق له بسهولة من بين مجموعة كبيرة من الأفلام والألعاب والموسيقى.

شهدت خدمات درجة رجال الأعمال على متن الخطوط القطرية تطورا كبيرا وقد تعزز هذا التطور الكبير بعد تفعيل خدمة كيو سويت على متن رحلاتها المنتظمة إلى العديد من الوجهات والمقاصد وقد عملت الخطوط الجوية القطرية بشكل متواصل على تعزيز وترسيخ تجربة السفر على متن أسطولها الحديث من خلال إطلاق خدمات جديدة ومبتكرة تلعب فيها التقنية الحديثة دورا فاعلا ورئيسيا وتساهم هذه الإبداعات والإبتكارات الخلاقة في الخدمات في إعطاء مفهوم متطور لصناعة النقل الجوي العالمي، فضلا عن دورها في جعل تجربة السفر أكثر سلاسة ومنتعة ومن ضمن هذه الإبداعات خدمة مقاعد كيو سويت وتوفر الخطوط القطرية مقاعد كيو سويت، على درجة رجال الأعمال التي تقدم لأول مرة أسرة مزدوجة في مقصورة درجة رجال الأعمال، بالإضافة إلى فواصل الخصوصية التي يمكن تحريكها لتمكن المسافرين في المقاعد المتجاورة من تكوين غرفتهم الخاصة.

2- الترفيه الجوي: تقدم الخطوط الجوية القطرية العديد من الخدمات على متن طائراتها، ومنها نظام أوربيكس وان للإتصالات. حيث يمكن للمسافرين أن يبقوا على إتصال بشبكة الأترنت على متن الطائرة. وبمجرد وصول الطائرة إلى إرتفاع أكثر من 10 آلاف قدم، يمكن للمسافرين إستخدام أجهزتهم الإلكترونية

المحمولة وإرسال رسائل نصية قصيرة ورسائل تحتوي على وسائط متعددة أو الدخول على البريد الإلكتروني الخاص بكل واحد منهم وتصفح مواقع شبكة الأنترنت للبقاء على إتصال بكل من على سطح الأرض.

يقدم نظام أوريكس وان للترفيه على متن طائرات الخطوط الجوية القطرية والحائز على عدة جوائز العديد من الخيارات الترفيهية من البرامج التلفزيونية للمسافرين وكل ما يرغبون بمشاهدته على متن الطائرة من أحدث العروض الأولى للأفلام والمجموعات الكاملة للمسلسلات التلفزيونية ومجموعات الأفلام والموسيقى والألعاب وقنوات الأطفال والقنوات المعروفة والمعلوماتية مثل حوارات تيد والبرامج الوثائقية<sup>1</sup>. ونظام إتصالات أوريكس وان فهو متاح على متن جميع طائرات إيرباص A380 ، وإيرباص A350 ، وبوينغ B787، وعلى متن بعض طائرات بوينغ B777 وبعض طائرات إيرباص A320 ، وإيرباص A321 ، وإيرباص A330-200 .

إنتقت الخطوط الجوية القطرية محتويات النظام الترفيهي بعناية لتوفر أهم الأفلام والعروض التلفزيونية، حيث يحتوي النظام الترفيهي على العديد من مسلسلات الأفلام والمسلسلات والبرامج التلفزيونية. ويتم عرض جميع هذه المواد الترفيهية على الشاشات الشخصية الخاصة بكل مسافر. ويكفي هذا العدد الضخم من محتويات النظام الترفيهي إبقاء المسافرين على متن الخطوط الجوية القطرية مستمتعين طوال فترة الرحلة بمشاهدة 106 مادة من المجموعات الكاملة والقنوات المعروفة.

يمكن للمسافرين على متن الخطوط الجوية القطرية الإستمتاع برفاهية المقاعد وراحتها أثناء السفر والخدمة عالية الجودة التي يقدمها طاقم الطائرة والتي تلي رغبات وإحتياجات المسافرين بشكل تام. حيث تتميز مقصورات طائرات الخطوط الجوية القطرية بأناقته العالية ونظافتها وهوائها النقي والمنعش، وكل ذلك يجعل من رحلة المسافر تجربة ممتعة ومميزة دون أدنى شك. يمكن للمسافرين الإستفادة من خدمة التسوق الحر أثناء الرحلة.

**3- الوجبات:** تقدم الخطوط الجوية القطرية أفضل أنواع الوجبات العالمية المصممة من قبل طباطخين عالميين ومحترفين. يحتوي كل مقعد في الطائرة على مساحة كافية لتناول وجبة الطعام بأريحية وسهولة. تقدم القطرية لائحة طويلة من الأطعمة الطازجة والمغذية مثل اللحوم والخضراوات والأرز والمعكرونة وكلها محضرة من قبل أخصائيين في تحضير الأطباق العالمية. وذلك بالإضافة إلى المشروبات الباردة والساخنة التي تقدم بين الوجبات.

في الجدول الموالي سنبرز أهم الوجبات التي توفرها الخطوط الجوية القطرية لمسافريها:

<sup>1</sup>Site web [https://www.qatarairways.com/ar/pressreleases/2017/Sep/pressrelease\\_ife\\_boxset.html](https://www.qatarairways.com/ar/pressreleases/2017/Sep/pressrelease_ife_boxset.html), consulte le 18/01/2020.

الجدول رقم 26: الوجبات التي توفرها الخطوط الجوية القطرية على متن رحلتها

صنف المأكولات	المحتوى
وجبات المسافرين الصغار	وجبة الأطفال في سن الرضاعة: طعام أطفال في سن الرضاعة سابق الإعداد والتغليف حتى سن سنتين. وجبة الأطفال: يمكن أن تكون هذه الوجبة غير نباتية للمسافرين الصغار.
وجبات نباتية	وجبة نباتية أسيوية: هذه وجبة نباتية ذات نكهات توابل وبهارات من شبه القارة الهندية. وجبة نباتية: توجد وجبة نباتية خالية تماما من المنتجات الحيوانية. طباق الفواكه: تحتوي هذه الوجبة فقط على فواكه الموسم الطازجة. وجبة نباتية غير مطبوخة: هذه الوجبة مخصصة للعملاء الذين يفضلون الخضروات الطبيعية غير المطبوخة مع تشكيلة من الفواكه الطازجة. وجبة نباتية لاكتو-أوفو: هذه وجبة نباتية تشتمل على البيض ومنتجات الألبان.
الوجبات الدينية	الوجبة الهندوسية غير النباتية: يتم تحضير هذه الوجبة وفقا لمتطلبات الديانة الهندوسية. هذه الوجبة ليست نباتية. وجبة جاين النباتية: وهي وجبة نباتية هندية تعد طبقا لمبادي جاين.
الوجبات الطبية/وجبات الرعاية الصحية	وجبة خاصة بمريض السكري: هذه وجبة لمريض السكري تحتوي على الحد الأدنى من السكر وقدر معادل من البروتين ودهون والألياف والنشويات المركبة. وجبة خالية من الجلوتين: هذه الوجبة للعملاء الذين يتبعون حمية خالية من الجلوتين. وجبة خفيفة: هذه الوجبة للعملاء الذين يفضلون الأطعمة الخفيفة سهلة الهضم والتي تكون قليلة الدهون وتساعد على منع الإضطراب المعدي. وجبة منخفضة الأملاح/الصوديوم: هذه الوجبة للعملاء الذين يتبعون حمية منخفضة الصوديوم حيث لا يضاف إليها ملح أثناء إعدادها. وجبة خالية من اللاكتوز: هذه الوجبة للعملاء الذين لديهم حساسية من اللاكتوز ولا يمكنهم تناول منتجات الألبان. وجبة منخفضة السعرات: هذه الوجبة للعملاء الذين يتبعون حمية منخفضة السعرات. وجبة منخفضة الكوليسترول/الدهون: هذه الوجبة للعملاء الذين يتبعون حمية منخفضة الدهون مع كمية محدودة من الدهون المشبعة.

المصدر: الخطوط الجوية القطرية، وجبات غذائية خاصة، -<https://www.qatarairways.com/ar>

[ma/services-special/special-meals.html](https://www.qatarairways.com/ma/services-special/special-meals.html)، شوهد يوم 20/01/2020.

4- خدمات أخرى: تقدم الخطوط الجوية القطرية مجموعة من الخدمات الإضافية والتي تسعى في مجملها إلى توفير الراحة والسهولة للمسافرين على متن خطوط الشركة. ومن بين هاته الخدمات نذكر مايلي:

أ- خدمة الحجز والدفع الإلكتروني: تتيح الخطوط الجوية القطرية إتمام عملية دفع حقوق الحجز عن البطاقات الائتمانية، وتختلف خيارات الدفع من دولة لأخرى، كما أنها تعتمد على المدة بين عملية الحجز وموعد إقلاع الرحلة وكذا شروط وأحكام العرض. والبطاقات الائتمانية متمثلة في بطاقة (VISA) وبطاقة Mastercard، American Express، JCB، UATP، Discover، وMaestro وكذا بطاقة (Diners Club) والتي هي مقبولة في معظم الدول. وخيارات الدفع الأخرى مثل (PayPal) للعملاء في دول معينة.

كما تتيح الخطوط الجوية القطرية لمسافريها إمكانية الحجز والدفع لاحقا في حالة كان المسافر غير متأكد من حجزه. سوف يتم ضمان سعر التذكرة الإجمالي لمدة 72 ساعة. فقط يجب عليه إختيار طريقة الدفع المفضلة، سواء كان ذلك عبر الأنترنت أو عن طريق زيارة أقرب مكتب مبيعات للخطوط الجوية القطرية أو عبر أي من طرق الدفع غير الإلكترونية.

ب- خدمات ترفيهية للأطفال: تقدم الخطوط الجوية القطرية الخدمات الخاصة والاهتمام بالأطفال المسافرين لوحدهم، حيث يتم توفير مرافق خاص لهم للعناية بهم وتلبية إحتياجاتهم في المطار وأثناء الرحلة. توفير تأمين السفر للمسافرين والذي يؤمنهم ضد أي حالات طارئة أو فقدان أمتعة أو حوادث قد تحدث لهم أثناء الرحلة.

ت- جولة سياحية تحت عنوان إكتشف قطر: يمكن للمسافرين على متن الخطوط الجوية القطرية وأثناء فترة توقفهم في العاصمة القطرية الدوحة الإستفادة من رحلتين في رحلة واحد، أي أنهم وهم في طريقهم إلى وجهتهم التي إختاروها، تتيح لهم الخطوط الجوية القطرية فرصة الحصول على جولة سياحية في قطر. وتكون هاته الجولة بصحبة مرشد في المدينة ليتعرفوا على طبيعة المدينة من خلال مرورهم على معالمها الشهيرة وآثارها الثقافية وكل هذا إذا كانت مدة توقفهم في مطار حمد الدولي أقل من 6 ساعات ويجب أن تنتهي هاته الجولة قبل ساعتين من موعد إنطلاق رحلتهم الجوية القادمة.. أما إذا كان فترة توقفهم لأكثر من 6 ساعات فيمكنهم الحصول في رحلة إلى قلب الصحراء للإستمتاع بمغامرة حقيقية في الصحراء، أو التعرف على جمال مدينة الدوحة في خصوصية تامة بسيارة مخصصة للمسافر مع سائق.

ث- خدمات المها: هاته الخدمة متوفرة على مستوى مطار حمد الدولي بقطر تتيح للمسافرين على متن القطرية للإستمتاع بتجربة سفر راقية من خلال إختصار الوقت وضمان قسط كبير من الراحة، حيث يتولى فريق خدمات المها إنهاء الإجراءات الرسمية بينما يستريح الزوار في إحدى الصالات المميزة التي تضم

مكاتب خاصة لإنهاء إجراءات الجوازات. في الجدول الموالي سنوضح أهم الخدمات المها التي توفرها القطرية لمسافريها:

الجدول رقم 27: الخدمات التي توفرها صالات المها لمسافري الخطوط الجوية القطرية

نوع الرحلة	الخدمات الذهبية	الخدمات البلاتينية
الوصول	<ul style="list-style-type: none"> <li>- إنهاء إجراءات الجوازات سريعاً في صالة خدمات المها.</li> <li>- المساعدة في التخليص الجمركي.</li> <li>- المساعدة في حمل أمتعة المسافر.</li> <li>- تقديم المساعدة حتى صالة الوصول.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ستنتظر إحدى مضيفات خدمات المها المسافر عند الطائرة/جسر المهبط بلوحة تحمل إسم المسافر.</li> <li>- إنهاء إجراءات الجوازات سريعاً في صالة خدمات المها.</li> <li>- المساعدة في التخليص الجمركي.</li> <li>- المساعدة في حمل الأمتعة.</li> <li>- تقديم المساعدة حتى صالة الوصول.</li> </ul>
مغادرة	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تقابل إحدى مضيفات خدمات المها المسافر في صالة المغادرة.</li> <li>- المساعدة في حمل الأمتعة.</li> <li>- إنهاء الإجراءات في مكتب خدمات المها.</li> <li>- تخليص إجراءات الجوازات سريعاً في صالة خدمات المها للمغادرة.</li> <li>- الحق في الإنتظار في صالة خدمات المها للمرور العابر (الترانزيت) 6 ساعات.</li> <li>- أولوية في الصعود على الطائرة وتقديم المساعدة إلى الطائرة/جسر المهبط عند المغادرة.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تقابل إحدى مضيفات خدمات المها المسافر في صالة المغادرة وتساعده في حمل الأمتعة.</li> <li>- إنهاء الإجراءات في مكتب خدمات المها.</li> <li>- تخليص إجراءات الجوازات سريعاً في صالة خدمات المها للمغادرة.</li> <li>- الحق في الإنتظار في صالة خدمات المها للمرور العابر (الترانزيت) 6 ساعات.</li> <li>- أولوية في الصعود على الطائرة وتقديم المساعدة إلى الطائرة/جسر المهبط عند المغادرة.</li> </ul>
الترانزيت	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ستنتظر إحدى مضيفات خدمات المها المسافر عند الطائرة/جسر المهبط بلوحة تحمل إسم المسافر.</li> <li>- تسهيلات الإسراع في إنهاء إجراءات الجمارك والترانزيت.</li> <li>- السماح بالدخول في صالة خدمات المها للمرور العابر.</li> <li>- أولوية في الصعود على الطائرة وتقديم المساعدة إلى الطائرة/جسر المهبط عند المغادرة.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ستنتظر إحدى مضيفات خدمات المها المسافر عند الطائرة/جسر المهبط بلوحة تحمل إسم المسافر.</li> <li>- تسهيلات الإسراع في إنهاء إجراءات الجمارك والترانزيت.</li> <li>- السماح بالدخول في صالة خدمات المها للمرور العابر.</li> <li>- أولوية في الصعود على الطائرة وتقديم المساعدة إلى الطائرة/جسر المهبط عند المغادرة.</li> </ul>

المصدر: الخطوط الجوية القطرية، خدمات المها، <https://www.qatarairways.com/ar-jo/hia-hamad-international-airport/al-maha-services.html>

شاهد يوم 2020/01/21، [international-airport/al-maha-services.html](https://www.qatarairways.com/ar-jo/hia-hamad-international-airport/al-maha-services.html)

### ثالثا: خدمات شركة الخطوط الجوية الجزائرية المرافقة للخدمة الأساسية

تتمثل الخدمات المرافقة بخدمة النقل بالنسبة للخطوط الجوية الجزائرية فيما يلي:

**1- درجات السفر:** توفر الخطوط الجوية الجزائرية لمُسافريها 3 درجات للسفر على متن رحلتها تختلف فيما بينها من حيث ما تقدمه من مزايا للركاب، وفيما يلي مميزات هاته الدرجات:

**أ- درجة رجال الأعمال والدرجة الأولى:** توفر الدرجتين للمسافرين مزايا متشابهة نذكر منها:

- تتيح الشركة لمسافري هاتين الدرجتين أولوية تسجيل الدخول والوصول بالمطارات، مع قاعة إنتظار وإستضافة عالية المستوى توفر مساحات لمباشرة الأعمال وإستخدام الحواسيب وتصفح الإنترنت والصحف المطبوعة.

- يمكن لركاب هاتين الدرجتين الحصول على قائمة متنوعة من المشروبات المجانية تقدم طوال الرحلة تعد من طرف طباخين محترفين.

- تشكيلة متنوعة من الأطباق المحلية والعالمية الشهية الطازجة، مع وجبات خاصة لأصحاب الحميات.

- مضامين ترفيهية متنوعة تناسب مختلف الأعمار والأذواق وبمجموعة من اللغات والتي تقدم من خلال وسائل عرض شخصية حديثة.

- مجلة خاصة تقدم على متن الطائرة وتتناول أهم القضايا والأحداث العالمية، مع إستعراض أهم المعلومات وبيانات الإتصال بالهواتف والفنادق والأماكن السياحية بالجزائر.

**ب- الدرجة السياحية:** وتوفر هذه الدرجة لمُسافريها:

- أسعار إقتصادية مناسبة مع عروض ترويجية من حين لآخر ولمختلف الوجهات.

- تقديم وجبات متنوعة وشهية للمسافرين خاضعة لأدق مراقبة على النظافة والتنوعية على رحلات الشركة وحسب مدة الوجهة (المتوسطة والطويلة) مع مشروبات مجانية طوال الرحلة وقوائم غذائية لأصحاب الحميات الخاصة.

- تتيح الخطوط الجوية الجزائرية لمُسافريها إمكانية التسوق داخل الطائرة عن طريق الأسواق الحرة وبعملات أجنبية مختلفة لتشكيلة متنوعة من السلع من أرقى الماركات العالمية.

**2- الوجبات:** توفر الخطوط الجوية الجزائرية لمُسافريها على مختلف الوجهات والدرجات تشكيلة متنوعة من الأطباق العالمية المعدة من مكونات موسمية طازجة بيد أمهر الطهاة، بالإضافة إلى قائمة من المشروبات تقدم طوال الرحلة. وتختلف قائمة الطعام وعدد الوجبات المقدمة حسب الوجهة وطول الرحلة، مع إمكانية طلب وجبات خاصة حتى قبل 48 ساعة من موعد الرحلة.

ومن بين الوجبات التي تقدم على متن رحلات الخطوط الجوية الجزائرية نجد<sup>1</sup>:

- وجبات نباتية.
- وجبات نباتية آسيوية.
- وجبة خاصة بالأطفال أقل من سنتين.
- وجبات خاصة بالأطفال ما بين عامين و12 سنة.
- وجبات ذات سرعات حرارية ضعيفة.
- وجبات ضعيفة البروتين.
- وجبات قليلة الملح أو بدون ملح.
- وجبات نباتية غير مطبوخة.
- الوجبة الهندوسية.
- وجبة خالية من الغلوتين.
- وجبة خاصة لمرضى السكري.
- وجبة منخفضة الكوليسترول.
- الفواكه.

**3- الترفيه الجوي:** توفر الخطوط الجوية الجزائرية خدمات الصوت والفيديو حسب الطلب لمتابعة سلسلة من الأفلام المحلية والعالمية الحديثة والكلاسيكية بعدة لغات، هذا بالإضافة إلى المكتبة الصوتية التي تضم قراءات متعددة من القرآن الكريم ومجموعة متنوعة من الأغاني الجزائرية، العربية والفرنسية، مع برامج ومسلسلات تليفزيونية وألعاب فيديو للأطفال، وذلك على متن رحلاتها الطويلة لمختلف الوجهات ودرجات السفر. كما أن الشركة توفر كذلك مجلة خدمية مطبوعة على متن رحلاتها للتعرف على آخر الأحداث المحلية والعالمية، عناوين الهيئات والفنادق وأهم الأماكن السياحية في الجزائر.

توفر الخطوط الجزائرية للطيران فرصة التسوق بين تشكيلة متنوعة من المنتجات الفخمة والأنيقة لأشهر الماركات العالمية في مجال التجميل والعطور والتبغ من منطقة السوق الحرة مع إمكانية الدفع بالعملة الأجنبية كما يمكن للمسافر من خلال عملية الشراء الإستمتاع بهدية مجانية قيمة.

**4- الحجز والدفع الإلكتروني:** يمكن لمسافري الخطوط الجوية الجزائرية حجز تذاكرهم على متن رحلات الشركة من خلال الموقع الإلكتروني الذي يوفر خدمات حجز المقعد، إختيار الوجبات، تعديل وتغيير البيانات تغيير مسار الرحلة أو متابعة تفاصيلها وإدارة رحلات الترانزيت الخاصة بالمسافر، وكذا سداد

<sup>1</sup> الخطوط الجوية الجزائرية، وجبات خاصة، <https://airalgerie.dz/ar>، شوهد يوم 2020/02/23.



قيمة التذكرة باستخدام بطاقات الإئتمان، وإدارة الحساب الشخصي على برنامج الولاء الخاص للمسافرين الدائمين للخطوط الجوية الجزائرية.

كما يمكن للمسافرين الحجز بصورة تقليدية من خلال مكاتب الوكلاء التابعين لشركة الخطوط الجوية الجزائرية بالمدن والبلدان المختلفة، والحصول على المعلومات اللازمة عن رحلات الشركة عبر أرقام مركز الإتصال، وتختلف أسعار تذاكر رحلات الخطوط الجوية الجزائرية حسب عدة عوامل مثل: الوجهة، درجة السفر، الموسم السياحي، العروض الترويجية، والطلبات الخاصة.

في الجدول الموالي سنبين طرق الدفع الإلكترونية التي تتيحها شركة الخطوط الجوية الجزائرية لعملائها:

**الجدول رقم 28: وسائل دفع الإلكترونية لثمن تذاكر رحلات الخطوط الجوية الجزائرية**

الحد الأقصى للشراء	العملة المقبولة	بطاقة الدفع
5 ساعات قبل إقلاع الرحلة	كل العملات (الأورو، الدولار الأمريكي، الدولار الكندي، الفرنك السويسري، .....)	بطاقات الدفع Mastercard, Visa, Maestro
5 ساعات قبل الإقلاع	الدينار الجزائري	بطاقات الدفع CIB بطاقة الدفع الذهبية

المصدر: الموقع الرسمي للخطوط الجوية الجزائرية، مرجع سبق ذكره.

بالإضافة للوسائل الإلكترونية المذكورة في الجدول، فالشركة تتيح أيضا للمسافرين على متن خطوطها

إمكانية دفع ثمن التذاكر عن طريق الوسائل التقليدية التالية:

- الدفع عن طريق الصك cheque

- الدفع نقدا

- الدفع عن طريق قسيمة الدفع (Bon de commande)

**5- خدمات الأطفال:** تتيح الخطوط الجوية الجزائرية لمسافريها خدمات خاصة بمرافقة الأطفال الغير

مصحوبين، وهم الذين يتراوح سنهم بين 5 إلى 12 سنة. حيث يجب أن يرافق الطفل بتصريح أبوي. بعد

الحصول على التصريح الأبوي يتكفل عمال الشركة بجميع إجراءات السفر في المطار للطفل وكذا الإعتناء

به أثناء الرحلة، وعند الوصول إلى محطة الوصول يتم تسليم الطفل للشخص المكلف بإستقباله، وإذا لم

يتواجد الشخص المستقبل وتعذر الإتصال به، يقوم عمال الشركة بإعادة الطفل إلى والديه في الرحلة

الموالية للشركة.

#### رابعا: المقارنة بين الشركات الثلاث محل الدراسة من حيث الخدمات التكميلية

تعتبر الخدمات التكميلية خدمات مساعدة للخدمة الأساسية لشركات الطيران المدني وهي تختلف من شركة إلى أخرى حسب الإستراتيجيات التي تنتهجها شركات الطيران المدني لزيادة حصتها السوقية أولا ولكسب ولاء عملائها ثانيا. حسب الخدمات التي تقدمها شركة طيران الإمارات تعتبر خدمات مميزة خاصة فيما يتعلق بالخدمات التي تقدمها على متن درجات سفرها، حيث أنه كل درجة لها خصائصها ومميزاتها التي تفضلها عن الدرجة التي قبلها أو بعدها، حيث نجد أن الدرجة الأولى تتميز بنظام ترفيهي متطور وكذا بالخصوصية كما تقدم مأكولات راقية وذات جودة عالية لمسافري هاته الدرجة، كما تتيح هاته الدرجة لمسافريها من الاستفادة من مستلزمات الراحة والتنظيف وكذا وزن إضافي من الأمتعة.

نفس الشيء بالنسبة لدرجة رجال الأعمال فهي أيضا تتميز بخصائص فريدة من نوعها من نظام ترفيهي متطور وكذا وزن أمتعة إضافي وغيرها من المستلزمات التجميلية والمأكولات والمشروبات الراقية. أما الدرجة السياحية أو الإقتصادية فهي تتميز بمقاعد مريحة وذات جودة رفيعة وواسعة وكذا نظام ترفيهي خاص بهاته الدرجة وذاكا برامج ترفيهية خاصة بالأطفال وغيرها من المأكولات والمشروبات المتميزة.

أسطول الخطوط الجوية القطرية كذلك يتميز بتقديم خدمات راقية تتماشى مع طلبات عملاء الشركة، حيث ان درجات السفر بشركة الخطوط الجوية القطرية تتميز بالأناقة والراحة وهي تختلف من طائرة إلى أخرى. حيث أنه يوجد في بعض الطائرات خدمات الإتصال اللاسلكي بالإنترنت، كما تتيح لعملائها أيضا وحصرها على درجتى رجال الأعمال والدرجة الأولى مجموعة من المنتجات التجميلية وكذا أغطية وألبسة النوم الراقية والتي تنتجها شركات عالمية متخصصة في هذا المجال، كما يتوفر في هاتين الدرجتين مأكولات ومشروبات تقدم من طرف شركات عالمية للأغذية. كما تتوفر درجة رجال الأعمال على نظام ترفيهي خاص ومتطور يعمل بشاشات اللمس.

إن الخدمات التي تقدمها شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية على متن أسطول طائرتها راجع في الأساس إلى التطور التكنولوجي الذي تتميز به طائرتها وكذا المؤسسات التي تملك الشركتين إتفاقيات تقديم خدمات بينها، كل هاته النقاط جعلت من الشركتين تسعى دائما إلى التميز في مجالها.

تعتبر الخطوط الجوية الجزائرية من بين شركات الطيران القليلة جدا التي مازالت تحافظ على تقسيمها الإداري في تقديم خدمات لمسافريها، حيث أنها لم تخرج منذ تأسيسها من هذا التنظيم الذي أصبح يعبر عائق كبير ومباشر في طريق تحقيق النمو والتطور، حيث أن إبرام إتفاقيات مع مؤسسات تقدم خدمات لعملاء الشركة ضرورة حتمية من أجل فرض نفسها في سوق الطيران المدني العربية وكذا العالمية. كما أنه وجب على الخطوط الاقتداء بتجربة شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية في عملية استثمار أرباحها في عملية إقتناء طائرات حديثة تدعم التطور التكنولوجي الذي مس صناعة الطيران المدني العالمية،

هذا ما يمكنها من تحسين خدمات النقل بشكل عام والخدمات المقدمة على متن أسطول طائراتها على وجه الخصوص.

### المطلب الثاني: عرض برامج الولاء للشركات الثلاث محل الدراسة

تختلف برامج الولاء من شركة طيران إلى أخرى وذلك من خلال المميزات التي تمنحها كل شركة لعملائها، حيث أن شركات الطيران تقسم فئات أعضائها إلى درجات مختلفة وكل درجة تملك مميزات إضافية عن الدرجة التي تسبقها وهو ما يتيح للعملاء الحصول على خدمات مميزة كل ما كانت درجة العضوية متقدمة.

### أولاً: برنامج الولاء سكاي و اردز لشركة طيران الإمارات

عند ذكر برامج المكافآت لا بد من التحدث عن برنامج مكافآت طيران الإمارات المعروف بخدماته الراقية والرفاهية التي تقدم على متن أسطول الشركة خصوصاً في الدرجة الأولى، بالطبع الحصول على مقعد في الدرجة الأولى يعتبر أمر صعب بالنسبة للأشخاص الغير مستعدين لدفع مبلغ عالي للطيران لكن مع الأميال المكتسبة من برنامج المكافآت تصبح الدرجة الأولى و حياة الرفاهية الجوية أسهل وأقرب مما يجعل برنامج مكافآت طيران الإمارات مغري للعملاء.

سكاي و اردز هو برنامج الولاء الخاص بعملاء طيران الإمارات الدائمين، ومن خلال التسجيل به وجمع النقاط يمكن للركاب الحصول على مميزات إضافية كالحصول على ميجابايت أكثر من الأنترنت اللاسلكي وإستبدال النقاط بإقامات فندقية أو حجز رحلات طيران أخرى.

### 1 فئات نظام الولاء سكاي و اردز لشركة طيران الإمارات

هناك أربع فئات لمشتركي برنامج المكافآت سكاي و اردز:

- الفئة الزرقاء والتي يتحصل عليها الزبون بمجرد إشتراكه ببرنامج سكاي و اردز.
  - الفئة الفضية تقتضي السفر 25 ألف ميل أو 25 رحلة خلال ثلاثة عشر شهراً.
  - الفئة الذهبية التي يرتقي لها الزبون بمجرد السفر 50 ألف ميل أو 50 رحلة جوية خلال 13 شهراً.
  - الفئة البلاتينية وهي أعلى الفئات وتحتاج إلى 150 ألف ميل ليكسبها الزبون.
- ليحصل المسافر على كل ميزات الرفاهية التابعة للطيران الإماراتي يجب عليه كسب درجة عالية في برنامج الولاء من خلال كسب أميال طيران الإمارات أو فلاي دبي أو إكمال عدد محدد من الرحلات على أي منهما. بمجرد ترقية فئته يبقى في هذه الفئة لمدة أربعة عشر شهراً ومن ثم يمكنه الترقية لفئة أعلى.

تتميز فئات نظام الولاء سكاي و اردز الخاص بطيران الإمارات بمجموعة من المميزات نذكرها فيما

يلي<sup>1</sup>:

### 1- ميزات الفئة الزرقاء:

أ- صرف وإستبدال أميال سكاي و اردز أونلاين على الرحلات أو الترقية لفئة أعلى.

ب- عروض السفر والحقائب الخاصة بالأعضاء فقط.

ت- كسب الأميال على الرحلات والقدرة على حجز رحلات مع الشركاء.

ث- تعيين منسق سفر شخصي.

ج- الأولوية على قوائم الإنتظار.

ح- حفظ التفضيلات الشخصية مثل المقعد المفضل.

خ- الدخول المدفوع إلى صالة الإنتظار الخاصة بطيران الإمارات.

د- أنترنت مجاني في الدرجة الأولى ودرجة الأعمال.

2- ميزات الفئة الفضية: بالإضافة إلى ميزات الفئة الزرقاء تحصل الفئة الفضية على الميزات التالية:

أ- الإختيار المجاني للمقاعد.

ب- إمتيازات وزن الأمتعة الإضافي.

ت- 25% أميال سكاي و اردز إضافية عند السفر على طيران الإمارات.

ث- شراء ترقية لدرجة السفر بإستخدام الأميال.

ج- الأولوية في إنجاز إجراءات السفر والصعود إلى الطائرة حيث تم تخصيص مكاتب خاصة لعملاء

برامج المكافآت.

3- ميزات الفئة الذهبية: بالإضافة لكل الميزات المذكورة أعلاه فإن أصحاب الفئة الذهبية يحصلون

على :

أ- مقاعد مضمونة حتى على الرحلات المحجوزة.

ب- الأولوية في إستلام الأمتعة.

ت- الأولوية في خدمة العملاء حيث يمكنك التواصل مع مراكز الإتصال لإدارة حساب برنامج

المكافآت أو الحجز على الرحلات المغلقة.

4- ميزات الفئة البلاتينية: الميزات الإضافية التي يحصل عليها منتسبي الفئة البلاتينية هي:

أ- عدم إنتهاء صلاحية الأميال.

<sup>1</sup>هنا لحجول، كل ما تحتاج معرفته عن سكاي و اردز برنامج مكافآت طيران الإمارات، موقع <https://www.pointcheckout.com/ar/blog/lqf5if>، نشر يوم 30 أوت 2019، شوهد يوم 2019/12/18.

ب- ترشيح شريك ذهبي.

ث- أسعار تنافسية لتذاكر السفر مع إمكانية الحجز حتى على أكثر الرحلات طلبا.

### ثانيا: برنامج الولاء لشركة الخطوط الجوية القطرية

نادي الإمتياز هو برنامج المسافر الدائم للخطوط الجوية القطرية، حيث أطلق هذا البرنامج عام 2000. عرف هذا البرنامج تطورا كبيرا على مرة التسعة عشر سنة على إطلاقه، حيث أنه أصبح من بين أفضل برامج الولاء في شركات الطيران على مستوى العالم لما يوفره من إمتيازات ومكافآت للمسافرين الدائمين سواء مع الخطوط الجوية القطرية أو مع أحد شركاء الشركة.

يقدم نادي الإمتياز أربع فئات للعضوية وهي: العنابية، والفضية، والذهبية، والبلاتينية، ولكل منها مزاياها الحصرية الخاصة للأعضاء للإستمتاع بها. ويتم كسب الكيوميلايز عندما يسافر الأعضاء على الخطوط الجوية القطرية أو خطوط طيران تحالف وان ورلد، أو شركاء الطيران الآخرين، أو عند إستخدام خدمات أي من شركاء الخطوط الجوية العالمية البالغ عددهم أكثر من 60 شريك. ويتم منح الكيوميلايز بناء على فئة الحجز التي تم شراؤها، ويمكن إستبدالها بمجموعة من المزايا والمكافآت الرائعة، بما في ذلك رحلات المكافأة، الترقية أو وزن إضافي للأمتعة.

نقصد بشركاء الشركة كل من شركاء الطيران والفنادق وشركات تأجير السيارات والمؤسسات المالية وشركات السفر أو البيع بالتجزئة أو شركات أخرى، حيث يمكن للأعضاء ربح و/أو إستبدال الكيوميلايز بمنتجات وخدمات مقدمة من ذلك الشريك.

يستطيع الأفراد البالغ أعمارهم اثني عشر عاما أو أكثر تقديم طلب للعضوية كعضو أساسي بتقديم نموذج طلب عضوية مكتمل على الموقع الإلكتروني (q miles.com) أو من خلال شركاء مختارين. العضوية غير متاحة للهيئات المؤسساتية أو الشركات أو الإتحادات أو المجموعات الأخرى. وللتقدم للحصول على العضوية يجب موافقة المسافر على مجموعة من الشروط والأحكام. وستخصص الخطوط الجوية القطرية رقم عضوية خاص بكل عضو، حيث أنه لا يستطيع المسافر تحويل عضويته إلى شخص آخر.

ينضم الأعضاء الجدد لنادي الإمتياز في فئة العضوية العنابية. وبمجرد إتمامهم إجراءات العضوية سيتلقون بطاقة عضوية رقمية بالبريد الإلكتروني، موضحا عليها إسمهم، وتاريخ إلتحاقهم بالنادي، ورقم عضويتهم. وبمجرد وصولهم إلى الفئة الفضية سيحصلون على بطاقة عضوية مطبوعة جديدة، كما سيحصلون على بطاقة جديدة عند كل ترقية بين فئات العضوية (الفضية وما فوقها) وكذلك عند تجديد عضويتهم في الفئات (الفضية، والذهبية، والبلاتينية).

يجب على الأعضاء تقديم إما بطاقة العضوية الرقمية أو بطاقة العضوية المطبوعة مع ذكر رقمها للخطوط الجوية القطرية أو شركائها عند الحجز أو إنهاء إجراءات السفر أو استخدام أية مزايا أخرى. ويمكن أيضا أن تطلب منهم الخطوط الجوية القطرية أو شركائها تقديم صورة هوية صالحة قبل استخدام أي من المزايا. سوف يتقدم الأعضاء إلى فئة العضوية الأعلى إذا ما ربحوا الكيوبوينتس الكافية في فترة إثني عشر شهرا متتاليا. وما أن ينتقلوا إلى فئة العضوية الأعلى، تصبح حالة فئة العضوية الجديدة صالحة لمدة إثني عشر شهرا. وسوف تجدد الخطوط الجوية القطرية حالة فئة العضوية في تاريخ تجديد حالة الفئة إذا ما أستوفيت معايير التجديد لفئة العضوية.

هناك مطلبان مختلفان لكل فئة عضوية. يعتمد مطلب التجديد الأول على عدد معين من الكيوبوينتس التي يربحها الأعضاء خلال فترة إثني عشر شهرا السابقة. إذا لم تكن الكيوبوينتس المكتسبة خلال الإثني عشر شهرا الماضية كافية لكي يتأهل العضو للتجديد، فإن هناك مطلب تجديد بديل يقوم أساسا على عدد الكيوبوينتس التي تم ربحها خلال الأربع والعشرين شهرا الماضية.

الجدول التالي يبين عدد الكيوبوينتس اللازمة للترقية أو الإحتفاظ بمستوى العضوية:

الجدول رقم 29: الكيوبوينتس اللازمة للترقية أو الإحتفاظ بمستوى العضوية في نادي الإمتياز

مستويات العضوية	الكيوبوينتس المطلوبة	الكيوبوينتس المطلوبة	الكيوبوينتس المطلوبة
العناية	---	---	---
الفضية	150 كيو بوينتس	135 كيو بوينتس	270 كيو بوينتس
الذهبية	300 كيو بوينتس	270 كيو بوينتس	540 كيو بوينتس
البلاتينية	600 كيو بوينتس	540 كيو بوينتس	1,080 كيو بوينتس

المصدر: الخطوط الجوية القطرية، ربح الكيوبوينتس، <https://www.qatarairways.com/ar-jo/Privilege-Club/earn-qpoints.html>

شاهد يوم 2020/01/21، [Club/earn-qpoints.html](https://www.qatarairways.com/ar-jo/Privilege-Club/earn-qpoints.html)

شركة الخطوط الجوية القطرية عضو في تحالف وان وورلد. يتمتع أعضاء الفئة الفضية والذهبية والبلاطينية بتقدير الفئة على الرحلات التي يتم تسويقها وإدارتها من قبل شركات تحالف وان وورلد الأخرى بحالة الفئة المقابلة في تحالف وان وورلد حيث تعادل الفئة الفضية لنادي الإمتياز الفئة الياقوتية في تحالف وان وورلد وتعادل الفئة الذهبية لنادي الإمتياز الفئة الزفيرية في تحالف وان وورلد وتعادل الفئة البلاطينية لنادي الإمتياز الفئة الزمردية في وان وورلد.

### 1- مميزات الفئة العناية

- 25% أميال لكل عضو في العائلة على الرحلات المؤهلة لربح الكيومايلز.
- 100% أميال لكل عضو في العائلة لمعاملات الشركاء من غير شركات الطيران.
- الأولوية في قوائم الإنتظار.
- الحصول على مكافآت فليكسي.
- الاستفادة من خدمة تسوق وإدفع الكيومايلز في السوق الحرة القطرية وأوربكس جاليريا.
- الحصول على بطاقة عضوية رقمية.

### 2- مميزات الفئة الفضية: بالإضافة إلى المميزات التي يحصل عليها أعضاء الفئة العناية يمكن لأعضاء الفئة الفضية الحصول على المزايا الإضافية التالية:

- 50% مكافأة أميال لكل عضو في العائلة على جميع الرحلات المؤهلة.
- 25% مكافأة أميال إضافية للفئة على رحلات الخطوط الجوية القطرية المؤهلة.
- أولوية إنهاء إجراءات السفر في مطار حمد الدولي أو في المطارات الأخرى.
- 15 كغ وزن أمتعة إضافي مسموح أو قطعة على متن الخطوط الجوية القطرية.
- الوصول إلى الصالة بغض النظر عن درجة السفر.
- التصريح بدخول ضيفين إلى الصالة خلال السنة الواحدة.
- أولوية الصعود إلى الطائرة.
- ترشيح ما يصل إلى 2 منسق سفر لإدارة الحساب بالنيابة.
- بطاقة عضوية مخصصة.
- علامات مخصصة للأمتعة الشخصية.

- الاستفادة من خصم 5% على باقة العطلات التي يتم شراؤها من موقع عطلات الخطوط الجوية القطرية.

### 3- الفئة الذهبية: بالإضافة إلى الإمتيازات السابقة يمكن لأعضاء الفئة الذهبية الاستفادة من:

- 75% أميال إضافية على الرحلات التي يتم تسويقها وإدراجها من قبل الخطوط الجوية القطرية المؤهلة.
- 100% ميل لكل عضو في العائلة على الرحلات المؤهلة لربح الكيومايلز.
- ربح 40 كيوكرديتس.
- 20 كغ وزن أمتعة إضافي أو قطعة واحدة على متن الرحلات الخاصة بالخطوط الجوية القطرية.
- التصريح بإدخال 4 ضيوف للصالة في السنة الواحدة.
- الاستفادة من خدمة المها الذهبية في مطار حمد الدولي.
- خصم 10% على خدمات المها عند الحجز.

- خصم 5% على جميع الإستبدالات على الأترنت.
- الإعفاء من رسوم المكافأة.
- إمكانية إستبدال تذكرة المكافأة مع إمكانية توفر أفضل لمقعد المكافأة.
- سعر أفضل لخدمة "تسوق وإدفع بالكيومايلز في السوق الحرة وأوريكس جاليريا.
- الإستفادة من خصم 5% على تذاكر المكافآت التي يتم إستبدالها من مركز خدمة أعضاء أوريكس جاليريا.
- الحصول على مقعد مضمون في الدرجة السياحية للتذكرة المدفوعة إذا كانت جميع درجات السفر محجوزة بالكامل.
- إمكانية الحصول على المقاعد الواقعة في القسم الأمامي للدرجة السياحية عند الحجز 72 ساعة قبل المغادرة على الأقل.
- أولوية مناولة الأمتعة.
- أولوية الخدمات عند الإتصال بمراكز الإعلام الخاصة بالخطوط الجوية القطرية.

#### 4- مميزات الفئة البلاتينية:

- 100% أميال مكافأة إضافية للفئة على الرحلات التي يتم تسويقها وإدارتها من قبل القطرية
- ربح 60 كيو كرديتس
- الإستفادة من كيومايلز دون إنتهاء صلاحية
- 25 كغ وزن إضافي أو قطعتين أين يتم تطبيق نظام القطع على متن الخطوط الجوية القطرية
- التصريح بإدخال 5 ضيوف للصالاة في السنة الواحدة
- إمكانية إضافة ضيفين للحصول على خدمات المها مع العضو
- الإستفادة من 10% خصم على المشتريات التي تتم في السوق الحرة القطرية من خلال الدفع عن طريق بطاقات الدفع أو بطاقات الإئتمان فقط.

#### ثالثا: برنامج الولاء لشركة الخطوط الجوية الجزائرية

يعتبر برنامج الولاء من الخدمات الأساسية التي تقدمها شركات لعملائها الأوفياء، حيث برامج الولاء تهدف في محتواها إلى تقديم تسهيلات ومكافآت للمسافرين الدائمين والسعي نحو توسيع هاته الفئة. الخطوط الجوية الجزائرية من بين الشركات الطيران المدني الكثيرة التي أعدت برنامج ولاء خاص بمسافريها الدائمين تحت تسمية "Air Algérie Plus"، هذا البرنامج يسمح لمسافري الخطوط الجوية الجزائرية الدائمين الإنضمام إلى فئات هذا البرنامج والإستفادة من مختلف الإمتيازات وكذا تحصيل الأميال أثناء السفر وكذا إمكانية السفر عن طريق هاته الأميال المكتسبة.



إن عضوية برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية تقتصر فقط على الأشخاص الطبيعيين الذين تتراوح أعمارهم من عامين فأكثر باختلاف بلد الإقامة، كما يجب أن يتم تسجيل الأعضاء الذين تتراوح أعمارهم بين 02 و 18 سنة من خلال برنامج العائلة. حيث أن الكيانات القانونية وموظفي الخطوط الجوية ووكلاء السفر ومشغلي الجولات لا يمكنها التسجيل أو الإنضمام لهذا البرنامج. كما لا يتيح البرنامج عضويتين لنفس الشخص.

يكون إنضمام الأعضاء عن طريق الموقع الرسمي لشركة الخطوط الجوية الجزائرية وتكون المشاركة مجانية وتصبح العضوية سارية عند إجراء أول رحلة على متن أسطول الخطوط الجوية الجزائرية. يحصل العضو بعد الرحلة الأولى والتي تكون ذهاب وعودة على مكافأة ترحيبية تبلغ 2000 ميل و 1000 ميل إذا تم التسجيل عن طريق أحد مراكز الإتصال، ويمكن للعضو الحصول بأثر رجعي على كمية الأميال على الرحلات التي قام بها خلال 3 أشهر قبل تاريخ تسجيله.

يمكن للخطوط الجوية الجزائرية إنهاء الإتفاقية المبرمة بين العضو والشركة للإنضمام لبرنامج الولاء في أي وقت، إذا كان العضو لا يحترم بنود الإتفاقية. وترسل الخطوط الجوية الجزائرية للعضو رسالة عن طريق البريد الإلكتروني تثبت له النقطة التي تم إنتهاكها. كما يتيح برنامج الولاء مجموعة من الإمتيازات للأعضاء تختلف باختلاف الفئة التي ينتمي إليها العضو، وفيما يلي الإمتيازات التي يحصل عليها أعضاء برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية<sup>1</sup>:

### 1- بطاقات جرجرة:

أ- الحصول على علاوة 2000 ميل ترحيبية إضافية إبتداء من أول رحلة.

ب- كسب أميال في كل رحلة على الخطوط الجوية الجزائرية.

ت- 5 كغ وزن إضافي للأمتعة بإستثناء بعض الوجهات التي يتم فيها حساب الأمتعة بالقطع.

ث- الأولوية في قائمة الإنتظار.

ج- الحصول على 1000 ميل إضافية في حالة الإنضمام عبر مركز الإتصال للشركة.

2- بطاقة شيليا: يمكن الترقية لهاته الفئة في حالة كان العضو يملك 25 ألف ميل في حساب أو يكون

قد أتم 16 رحلة مؤهلة. للثبات في هذا المستوى وجب توفر 22 ألف ميل في حساب العضو أو 13

رحلة مؤهلة خلال 12 شهرا.

<sup>1</sup> الخطوط الجوية الجزائرية، مزايا الأعضاء، الموقع الإلكتروني <https://airalgerie.dz/ar/airalgerieplus->

[ar/%D9%85%D8%B2%D8%A7%D9%8A%D8%A7-](https://airalgerie.dz/ar/%D9%85%D8%B2%D8%A7%D9%8A%D8%A7-)

[/D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D8%B6%D8%A7%D8%A1](https://airalgerie.dz/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D8%B6%D8%A7%D8%A1)

شاهد يوم

2020/04/17

أ- علاوة 25% من الأميال المحصلة في كل رحلة

ب- التسجيل في شبائيك الدرجة الأولى

ت- الأولوية في قائمة الإنتظار

ث- الأولوية في إجراءات فحص وتسليم الأمتعة

ج- 10 كغ وزن إضافي للأمتعة بإستثناء بعض الوجهات التي يتم فيها حساب الأمتعة بالقطع.

ح- قطعة واحدة لا يتجاوز وزنها 23 كغ ممنوحة على وجهات بكين ومونتريال.

3- بطاقة تاهات: يمكن الترقية لهاته الدرجة عند إكتساب 40 ألف ميل في حساب العضو أو يكون قد

أتم 32 رحلة مؤهلة. للثبات في هذا المستوى يجب توفر 38 ألف ميل أو 29 رحلة مؤهلة في 12 شهرا.

أ- 50% علاوة من الأميال المحصلة في كل رحلة.

ب- حجز مضمون 72 ساعة قبل الرحلة في الدرجة السياحية.

ت- الأولوية على قائمة الإنتظار.

ث- الأولوية عند تسجيل الأمتعة.

ج- 20 كغ وزن إضافي للأمتعة بإستثناء بعض الوجهات التي يتم فيها إحتساب الأمتعة بالقطع

ح- قطعة إضافية لا تتجاوز 23 كغ ممنوحة على الوجهات بكين ومونتريال وديي.

المطلب الثالث: مقارنة برامج الولاء للشركات الثلاث محل الدراسة من حيث طريقة كسب الأميال

تتيح شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية للأعضاء في برامج

الولاء الخاصة بها طرق متعددة لكسب أميال إضافية للإستفادة من مكافآت وجوائز مختلفة مع الشركة.

من بين الطرق التي تعتمد عليها الشركات محل الدراسة والتي تعتبر طريقة كلاسيكية نجد طريق كسب

أميال عن طريق السفر على متن رحلات الشركة وكذا رحلات شركات الطيران المدني الشريكة للشركة

التي يملك فيها العميل عضوية، أما الطريقة الثانية فهي تختلف من شركة إلى أخرى وتعتمد على توجهات

الشركة وسياستها التي تنتهجها في كسب ولاء العملاء.

أولا: طريقة كسب الأميال في برنامج الولاء لشركة طيران الإمارات

هناك عدة طرق لكسب الأميال على سكاى واردز مثل كسب الأميال عن طريق السفر مع طيران

الإمارات أو فلاي دبي، ويتم حساب عدد أميال سكاى واردز وفقا لأربعة أمور: المسار، السعر، درجة

السفر وفئة العضوية.

المسارات تنقسم إلى مناطق حيث أن كل منطقة تؤهلك لأميال محددة كما يمكنك كسب ما يصل إلى

175% علاوة إضافية عند السفر على الدرجة الأولى أو درجة الأعمال بالإضافة إلى ذلك فإن أصحاب

الفئة الفضية يحصلون على 25٪ علاوة إضافية بينما يحصل أصحاب الفئة الذهبية على 50٪ علاوة إضافية أما الفئة البلاتينية يحصلون على 75٪ علاوة إضافية .

ما يميز سكاي و اردز هو إمكانية كسب الأميال عند سفر العائلة أيضا على طيران الإمارات أو فلاي دبي من خلال برنامج العائلات والذي يصل إلى ثمانية أشخاص سواء الزوج/ الزوجة أو الأبناء أو الوالدين، أهل الزوج/ الزوجة .

**1- الأميال المكتسبة من شركات الطيران الشريكة:** سكاي و اردز لديها عدد من شركات الطيران الشريكة عالميا والتي تمكن المسافر كسب أميال من خلالها وبالتالي يمكن للمسافر كسب الأميال بغض النظر عن مكان السكن أو البلاد التي يسافر إليها باستمرار. من الشركات الشريكة نجد خطوط بانكوك الجوية الطيران الكوري، الخطوط الجوية الماليزية، الخطوط الجوية اليابانية، خطوط ألاسكا الجوية، وغيرها من شركات الطيران التي يبلغ عددها 15 شركة يستطيع المسافرين على متنها الحصول على أميال للسفر على طيران الإمارات والتمتع بجميع المزايا.

تختلف الأميال التي يكتسبها المسافر بحسب الطيران المستخدم، ولكسب الأميال عن طريق السفر مع هذه الشركات فإن المسافر بحاجة لإدخال المعلومات الشخصية في حساب سكاي و اردز الخاص به عن طريق موقع طيران الإمارات وإدخال رقم السكاي و اردز عند الحجز مع الشركات الشريكة. ويتم حساب الأميال عن طريق حاسبة الأميال الموجودة على الموقع الرسمي للشركة.

نأخذ مثلا طريقة كسب وإنفاق الأميال على متن الطيران الكوري والتي هي شريك لطيران الإمارات حيث إنه عند السفر على متن هاته الشركة يمكن للعضو ربح 1 ميل مقابل كل 1 ميل طيران على الدرجة السياحية وكسب 2 ميل مقابل كل ميل طيران في الدرجة الأولى. ولإنفاق الأميال المكتسبة مع نفس الخطوط الجوية يكون حسب نوع الرحلة ومتطلباتها فمثلا للسفر مع الشركة من كوريا الجنوبية إلى الشرق الأوسط عن طريق أميال سكاي و اردز يجب توفر 50 ألف ميل للحصول على مكافأة الدرجة السياحية.

**2- الأميال المكتسبة من الفنادق:** بالإضافة إلى شركات الطيران فإن طيران الإمارات لديه شركاء آخرين يؤهلون المسافرين لكسب الأميال مثل الفنادق والمنتجعات السياحية مثل أتلانيس النخلة، فنادق ألوفت وفنادق عالمية مثل فيرمونت، فنادق ومنتجعات كراون بلازا وفنادق ومنتجعات حياة وهيلتون وغيرهم كما يمكنه كسب الأميال عند الحجز عن طريق موقع Booking، وتختلف كذلك الأميال المكتسبة من فندق لأخر.

نأخذ مثلا طريقة كسب وإنفاق الأميال في فنادق شيراتون، حيث أنه يمكن للعضو كسب أميال مقابل الإقامة في الفندق وكسب 2 ميل سكاي و اردز مقابل كل واحد دولار أمريكي يتم إنفاقها على الإقامة

والمصاريف الإضافية للإستفادة من الخدمات المتوفرة في الفندق. ويمكن للعضو تحويل أمياله إلى نقاط للإستفادة من الخدمات التي يقدمها الفندق.

**3- الأميال المكتسبة عن طريق إستئجار السيارات:** يمكن برنامج الولاء سكاي واردة عملاءه من كسب أميال سفر من خلال عملية إستئجار سيارات من أحد شركاء طيران الإمارات والتي توفر هاته الخدمة على المستوى العالمي. من بين شركاء طيران الإمارات في مجال إستئجار السيارات نجد كل من: آفيس وبدجيت، كارتراولر، دولار لتأجير السيارات، يوروب كار، هيرتز، سيكست. فمثلا في شركة Hertz العالمية والمتخصصة في تأجير السيارات، يمكن للعضو صاحب الفئة الزرقاء كسب 2 ميل مقابل كل 1 دولار يتم إنفاقه عند إستئجار سيارة، ويكسب العضو صاحب الفئة الفضية 2.5 ميل وصاحب الفئة الذهبية 3 ميل وصاحب الفئة البلاتينية 3,5 ميل مقابل كل 1 دولار يتم إنفاقه مع الشركة.

**4- الأميال المكتسبة عن طريق البطاقات البنكية:** لدى سكاي واردة الإمارات الكثير من شركاء بطاقات الإئتمان في جميع أنحاء العالم والتي تمكن أصحابها من كسب الأميال على أساس الإنفاق بإستخدام البطاقة في دولة الإمارات العربية المتحدة، ونجد على سبيل المثال بنك أبو ظبي التجاري وبنك دبي التجاري وبنك دبي الإسلامي، بنك أمريكي إكسبريس وغيرها من البنوك التي بلغ عددها 12 بنك.

نأخذ مثلا بنك أبو ظبي التجاري، حيث أنه يمكن للعضو من خلال هذا البنك كسب نقاط في برنامج الولاء الخاص بالبنك مقابل الإنفاق على المشتريات والخدمات التي يتم دفع مستحقاتها عن طريق بطاقة الدفع أو الإئتمان الخاصة بالبنك، وعند كسب هاته النقاط يمكن تحويلها إلى أميال سكاي واردة حيث أنه 18 نقطة تعادل 1 ميل سكاي واردة.

**5- كسب الأميال عن طريق التسوق والسياحة وخدمات أخرى:** يمنح برنامج الولاء لطيران الإمارات سكاي واردة العديد من الإمتيازات للمسافرين، حيث يمكن للأعضاء المشتركين في برنامج الولاء كسب مجموعة من الأميال عن طريق مجموعة كبيرة من مراكز التسوق وكذا الشركات التي توفر رحلات السياحة وكذا بعض تطبيقات الهواتف التي يحتاجها المسافرين أثناء فترات زيارتهم لدول العالم. فمثلا شركة المغامرات العربية تمكن أعضاء برنامج الولاء لطيران الإمارات من الحصول على 250 ميل مقابل 295 درهم إماراتي يتم إنفاقها أثناء القيام بجولة سياحية في دبي. كما تمكنهم نفس الشركة من الحصول على جولة في دبي مقابل 24100 ميل للبالغين و20500 ميل للأطفال. وفي سوق دبي الحرة لا يمكن للأعضاء الحصول على أميال مقابل المشتريات لكن يمكنهم شراء المنتجات مقابل الأميال حيث أن 4500 ميل تعادلها 75 درهما إماراتيا كحد أدنى للمشتريات.

يمكن أيضا للأعضاء كسب الأميال عن طريق شرائها، حيث أنه إذا كان العضو يريد أن يستفيد من مكافأة لكن عدد الأميال التي يمتلكها غير كافية، فبرنامج سكاي واردة يتيح له إمكانية شراء أميال للقيام

بذلك. حيث أن 1000 ميل قيمتها 30 دولار أمريكي ويمكن للعضو شراء ما يقارب 100 ألف إلى 200 ألف ميل في العام الواحد وبحسب فئة العضوية.

كما يمكن للمسافر إستبدال وإنفاق الأميال عن طريق برنامج "المكافآت الكلاسيكية"، حيث يتيح هذا البرنامج لأعضاء برنامج الولاء سكاي واردز حجز رحلات إلى أي وجهة في شبكة طيران الإمارات وفلاي دبي وفي أي درجة سفر مقابل الأميال التي تم إكتسابها من قبل، ويجب توفر ما لا يقل عن 150 ألف ميل في حساب العضو للإستفادة من هذا البرنامج.

يمكن للأعضاء أيضا إستعمال الأميال لتخفيض تكلفة تذكرة الرحلة مع طيران الإمارات أو فلاي دبي حيث أن العضو يستطيع دفع قيمة التذكرة عن طريق مزيج بين الأميال والنقود. كما يمكن للأعضاء إستبدال أميالهم بتراقيات في درجات السفر من الدرجة السياحية إلى درجة رجال الأعمال أو من درجة رجال الأعمال إلى الدرجة الأولى وذلك إبتداء من 9000 ميل. ويستطيع الأعضاء كذلك شراء تذاكر للحفلات الغنائية والفعاليات وهناك إمكانية التبرع بالأميال لجهات خيرية.

يعتبر برنامج مكافآت الطيران الإماراتي من بين أفضل برامج المكافآت والولاء التي تمنحها شركات الطيران لعملائها، نظرا للخيارات المتعددة سواء من حيث طرق جمع الأميال أو إنفاقها.

**ثانيا: طريقة كسب الكيوبوينتس والكيومايلز في برنامج الولاء لشركة الخطوط الجوية القطرية**

**1- ربح الكيوبوينتس:** يمكن للأعضاء الأساسيين ربح كيوبوينتس من خلال:

أ- الرحلات التي يتم تسويقها وإدارتها من قبل الخطوط الجوية القطرية.

ب- الرحلات التي يتم تسويقها من قبل الخطوط الجوية القطرية وإدارتها من قبل خطوط طيران من تحالف وان وورلد.

ت- الرحلات التي يتم تسويقها من قبل شركات تحالف وان وورلد وإدارتها من قبل الخطوط الجوية القطرية.

ث- الرحلات التي يتم تسويقها وتشغيلها من قبل شركة من شركات تحالف وان وورلد.

يعتمد عدد الكيوبوينتس التي يربحها الأعضاء في كل رحلة على درجة الحجز للناقل المسوق. ويجب على الأعضاء تقديم الإسم الكامل ورقم العضوية عند حجز الرحلات لكي يحصلوا على الكيوبوينتس. وسوف تضيف الخطوط الجوية القطرية الكيوبوينتس في حساب الأعضاء فقط بعد القيام بالسفر على رحلتهم. كما أن الأعضاء الأساسيين فقط من يمكن أن يربحوا الكيوبوينتس، وهو غير قابلة للتحويل.

**2- ربح وإستبدال الكيومايلز:** يمكن للأعضاء الأساسيين ربح الكيومايلز عن طريق:

أ- شراء الكيومايلز: إذا لم يكن للعضو ما يكفي من الكيومايلز للحصول على رحلة مجانية أو ترقية درجة السفر على الخطوط الجوية القطرية أو وزن أمتعة زائد، يستطيع العضو شراء كيومايلز إضافية لزيادة الرصيد الحالي عبر الأنترنت. حيث أنه يمكن شراء 1000 كيومايلز بـ 35 دولار أمريكي، ويمكن شراء ما يصل إلى 250000 كيومايلز في السنة، حيث أنه يجب أن يكون العضو قد ربح ما لا يقل عن 1000 كيومايلز من تاريخ تسجيله حتى يتمكن من الاستفادة من عملية الشراء.

ب- العروض الترويجية: حيث أن هاته العروض تكون لها فترة زمنية محددة تقدمها الخطوط الجوية القطرية لعملائها بهدف مضاعفة الكيومايلز الخاصة بهم فمثلا دعت الخطوط الجوية القطرية أعضاء نادي الإمتياز إلى حجز رحلاتهم على متن الشركة في الموقع الرسمي على الأنترنت والاستفادة من 2000 كيومايلز مكافأة عند أول حجز على الموقع و500 كيومايلز على كل حجز لاحق على الأنترنت.

ت- تحالف وان وورلد: يمكن للأعضاء ربح الكيومايلز مع شركات الطيران الأعضاء في تحالف وان وورلد وتأخذ على سبيل المثال شركة الخطوط الجوية المغربية التي هي كذلك عضو في هذا التحالف. ربح الكيومايلز يكون على متن الرحلات التي يتم تسويقها من قبل الخطوط الجوية المغربية ويتم تشغيلها من قبل أي شركة من تحالف وان وورلد. يمكن للعضو الحصول على نسبة ما بين 125% - 200% كأميال مستحقة على متن درجة رجال الأعمال، ونسبة 25% - 100% كأميال مستحقة على متن الدرجة السياحية.

ث- شركات الطيران الشريكة: في حال السفر مع الخطوط الجوية القطرية وشركات الطيران الشريكة فإن عدد الكيومايلز التي يربحها الأعضاء لكل رحلة يعتمد على درجة الحجز للناقل التسويقي وفئة العضوية أو في حالة أعضاء العائلة، فئة عضوية العضو الأساسي. يجب على الأعضاء تقديم الإسم الكامل ورقم العضوية عند حجز الرحلات لكي يحصلوا على كيومايلز. وسوف تضيف الخطوط الجوية القطرية وشركات الطيران الشريكة الكيومايلز إلى حساب الأعضاء فقط بعد القيام بالسفر على رحلتهم.

نأخذ على سبيل المثال شركة طيران الشرق الأوسط اللبنانية والتي يمكن ربح الكيومايلز على متن الرحلات التي يتم تسويقها من قبل الشركة وتديرها شركة الشرق الأوسط أو الخطوط الجوية القطرية، حيث يمكن الحصول على 125% - 200% أميال مستحقة عند الحجز على درجة رجال الأعمال، ومن 25% إلى 100% أميال مستحقة عند الحجز على متن الدرجة السياحية.

ج- البنوك وبطاقات الإئتمان: يمكن للأعضاء ربح الكيومايلز كذلك عن طريق المعاملات البنكية وعن طريقة عملية الدفع بالبطاقات الإئتمانية، فمثلا بنك الأهلي والتي هي مؤسسة مالية مملوكة لقطر ويتيح البنك مجموعة من البطاقات والتي تتيح للعضو ربح الكيومايلز كلما قام بالدفع عن طريقها.

هذا البنك يملك 5 أنواع من البطاقات وكل بطاقة تملك شروطها الخاصة للحصول عليها وكذلك كل بطاقة تتيح لأعضاء برنامج الولاء للخطوط الجوية القطرية ربح الكيومايلز على كل إنفاق في دولة قطر بالإستعمال البطاقة. فمثلا نأخذ البطاقة ذات النوع بلاينيوم والتي تشترط على العضو إنفاق 6000 ريال قطري في قطر للحصول على 700 كيومايلز. تختلف عملية ربح الكيومايلز عن طريق البنوك وبطاقات الإئتمان من بنك إلى آخر من بين الشركاء للخطوط الجوية القطرية في هذا المجال.

ح- **إستئجار السيارات:** تتيح هاته الخدمة للأعضاء ربح الكثير من الأميال على كل عملية كراء سيارة عن طريق شركاء الخطوط الجوية في هذا المجال والذين هم متواجدون على مستوى العالم، نأخذ على سبيل المثال شركة (AVIS) لتأجير السيارات حيث أنها تمنح 500 كيومايلز لأعضاء الفئة العنابية و600 كيومايلز لأعضاء الفئة الفضية و700 كيومايلز لأعضاء الفئة الذهبية و800 كيومايلز لأعضاء الفئة البلاينية على كل عملية إستئجار سيارة.

خ- **الفنادق:** تملك الخطوط الجوية شراكة مع مجموعة من الفنادق والسلاسل الفندقية التي تتيح لأعضاء برنامج الولاء الخاص بالخطوط الجوية القطرية ربح نقاط عند الحجز على مستوى هاته الفنادق أو عند عملية الإنفاق للإستفادة من الخدمات التي تقدمها لهاته الفنادق. وعن طريق هاته النقطة يمكن تحويلها إلى كيومايلز.

كمثال على ذلك ففي فندق راديسون بلو يمكن للأعضاء الحصول على 500 كيومايلز على كل إقامة، وفي فندق روتانا تمنح 500 كيومايلز للإقامات المؤهلة في فنادق روتانا و250 كيومايلز للإقامات المؤهلة في أجنحة ومنتجعات روتانا. كما أن للأعضاء أيضا ربح الأميال عن طريق موقع (Booking) المشهور في حجز الفنادق حيث أنه يمكنهم ربح 1 كيومايلز على كل 1 دولار يتم إنفاقه.

د- **السياحة والخدمات الأخرى:** يوجد الكثير من الشركاء للخطوط الجوية القطرية والذين يقدمون مجموعة من الخدمات كبيع الألبسة والعطور وغيرها من المنتجات سواء المحلية أو العالمية، وكذلك مقدمي الخدمات السياحية كالعطلات والرحلات وكل ما يتعلق بتنظيمات رحلات سياحية، وغير ذلك من الشركاء الذين يمكن لأعضاء برنامج الولاء ربح كيومايلز عن طريق الإستفادة من خدماتهم.

نأخذ على سبيل المثال إن لانبجويدج دايريكت هي إحدى الشركات العالمية المتخصصة في تقديم دروس لغوية عبر شبكة الإنترنت منذ عام 2004. يمكن لأعضاء نادي الإمتياز الإشتراك في دورة اللغة وربح من 250 كيومايلز حتى 4500 كيومايلز مع لانبجويدج دايريكت كما يمكن للأعضاء الإختيار من بين 41 لغة.

كمثال آخر نجد متجر أصالة الخاص بعشاق العسل، حيث يمكن للعضو الحصول على 1 كيومايلز مقابل كل 2 ريال قطري يتم إنفاقها في شراء منتجات هذا المتجر. وتوجد أيضا هناك متجر آخر يسمى

"الشايح" وهو متجر خاص وهي متوفرة في 74 موقع عبر الخليج العربي. يمكن للأعضاء الحصول على 1 كيوميل مقابل كل 5 ريال قطري يتم انفاقها في متجر الشايح.

شركة "إم سي إم" هي العلامة التجارية المصنعة للمنتجات الجلدية وهي شريك مع الخطوط الجوية القطرية وتتيح للأعضاء ربح 1 كيوميل مقابل كل 2 ريال قطري يتم انفاقها في شراء منتجات شركة "إم سي إم".

في مجال السفر أخذنا شركة المملكة لخدمات السفر هي الشركة الرئيسية في عاصمة المملكة المتحدة وهي تتمتع بروابط وثيقة بجميع مطارات لندن والمطارات الخاصة وعلى دراية جيدة مع خبرة واسعة في مختلف بروتوكولات السفارات، وتشمل خدمات هاته الشركة كل من خدمات السائق الخاص والتي تتيح للعضو الحصول على 3 كيوميلز مقابل كل 1 جنيه إسترليني ينفقها على هاته الخدمة، وكخدمة ثانية نجد خدمات الإستقبال والترحيب بكبار الشخصيات وهي تتيح للعضو الحصول على 3 كيوميلز مقابل كل 1 جنيه إسترليني ينفقها على هاته الخدمة. كخدمات أخرى نجد خدمة الحجوزات الفندقية وخدمة الشقق والتي تتيح للعضو الحصول على 1 كيوميلز مقابل كل 1 جنيه إسترليني ينفقها مقابل الإستفادة من هاته الخدمات.

تسري صلاحية الكيوميلز لمدة ثلاثة أعوام، وسوف تنتهي صلاحيتها في أول تاريخ لصلاحية الكيوميلز لتسقط بعد مرور ثلاث سنوات من تاريخ معاملة الربح المعنية. كما يمكن للأعضاء تمديد صلاحية الكيوميلز التي توشك على الإنتهاء في تاريخ إنتهاء صلاحية الكيوميلز التالي نظير رسوم غير قابلة للإسترداد. سوف تسري صلاحية الكيوميلز التي تم تمديدتها لمدة إثنا عشر شهر إضافية من تاريخ إنتهاء الصلاحية الأصلي.

العضو الأساسي يمكنه ترشيح ما يصل إلى تسعة أعضاء عائلة للمشاركة في برنامج عائلي. يمكن أن يشتمل أعضاء العائلة على الوالدين والزوج/الزوجة والأطفال الأكبر من عامين، وتشترط الخطوط الجوية القطرية تقديم إثبات علاقة العضو الأساسي بأعضاء العائلة، مثل جوازات السفر أو شهادات الميلاد أو شهادات الزواج.

عند التسجيل الناجح في برنامج عائلي، سوف يتلقى كل عضو عائلة رقم وبطاقة عضوية خاصة. وسوف يربح أعضاء العائلة كيوميلز وفقا لفئة عضوية العضو الأساسي وقت القيام بالمعاملة، وسوف يتمكنون من ربح كيوميلز من خلال الخطوط الجوية القطرية وشركائها. سوف يتم إضافة جميع الكيوميلز التي تم ربحها إلى حساب العضو الأساسي. كما يحتفظ العضو الأساسي بالتحكم الكامل في الحساب، بما في ذلك السلطة المنفردة في إستبدال الكيوميلز. كما يمكن للأعضاء إستبدال الكيوميلز الخاصة بهم إلى



مكافآت وقت ما يريدون ذلك شريطة توفر الشروط اللازمة للحصول على المكافأة المطلوبة، وتتمثل هاته الشروط في عدد الكيومايلز المطلوبة للحصول على المكافأة.

### ثالثا: طريقة كسب الأميال في برنامج الولاء لشركة الخطوط الجوية الجزائرية

يتيح برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية لأعضاء فئاته الثلاث عدة طرق لإكتساب الأميال، هاته الأميال التي تتيح للأعضاء الإستفادة من عدة مكافآت. فيمايلي أهم الطرق التي يمكن بها للعضو إكتساب الأميال:

1- عن طريق الرحلات الداخلية: يمكن لأعضاء برنامج ولاء الخطوط الجوية الجزائرية كسب أميال عن طريق الرحلات الداخلية، هاته الرحلات التي تكون داخل الجزائر فقط. وفي الجدول الموالي يمكن توضيح عدد الأميال التي يمكن عن طريقها تحصيل الأميال في حساب الأعضاء:

الجدول رقم 30: إكتساب الأميال عن طريق الرحلات الداخلية

الأميال	من / إلى	من / إلى	
250	عنابة، باتنة، بجاية، بسكرة، قسنطينة، الواد، غرداية، جيجل، الأغواط، مشرية، وهران، ورقلة، سطيف، تبسة، تيارت، تلمسان، تقرت.	الجزائر العاصمة	المنطقة أ
	شلف، غرداية	قسنطينة	
	باتنة، بشار، بجاية، بسكرة، غرداية	وهران	
	جانت	تمنراست	
	عين أميناس	حاسي مسعود	
375	أدرار، بشار، حاسي مسعود، عين صالح، تيميمون	الجزائر العاصمة	المنطقة ب
	حاسي مسعود	قسنطينة	
	أدرار، إيليزي، تمنراست	غرداية	
	أدرار، عنابة، قسنطينة، حاسي مسعود، تيميمون، ورقلة.	وهران	
	جانت، إيليزي، عين أميناس، عين صالح، تمنراست، أدرار	ورقلة	
	أدرار، عين صالح	تمنراست	
	بشار	تندوف	
	برج باجي مختار	أدرار	
500	جانيت، إيليزي، عين أميناس، تمنراست، تندوف	الجزائر العاصمة	المنطقة ت
	تمنراست	قسنطينة	
	عين أميناس، تمنراست، تندوف	وهران	

المصدر: الموقع الرسمي لشركة الخطوط الجوية الجزائرية، مرجع سبق ذكره.

2- عن طريق الرحلات الدولية: يتيح برنامج الولاء الخاص بالخطوط الجوية الجزائرية لأعضائه باختلاف مستويات عضويتهم إمكانية تحصيل وإكتساب الأميال عن طريق الرحلات الدولية، وتختلف نسب وقيمة الأميال المكتسبة باختلاف الوجهات ومحطات الإنطلاق وهذا ما هو مبين في الملحق رقم 2 الذين يبين محطات الإنطلاق والوجهات وعدد الأميال التي يمكن إكتسابها.

3- عن طريق درجة السفر: يمكن أيضا للأعضاء كسب الأميال عن طريق درجات السفر التي يحجزون فيها على متن رحلات الخطوط الجوية الجزائرية، وفي الجدول الموالي يمكن توضيح درجات السفر وقيمة الاميال التي يمكن إكتسابها:

الجدول رقم 31: إكتساب الأميال عن طريق درجات السفر

الأميال المكتسبة	درجة السفر	
300%	F	الدرجة الأولى
200%	A	
200%	C	درجة رجال الأعمال
125%	I	
150%	S/Y/H	الدرجة السياحية
100%	B/K/V/W	
50%	L/M/N/Q	

المصدر: الموقع الرسمي للشركة الخطوط الجوية الجزائرية، مرجع سبق ذكره.

إن مجموع الأميال المكتسبة يعتمد في هذه الحالة على المسافة المقطوعة وكذا مستوى العضوية. حيث أن المسافة بين من مطار الجزائر الدولي إلى مطار قرطاج الدولي بتونس والتي تبلغ 623,76 كلم ليست هي نفس المسافة من مطار بسكرة إلى مطار قرطاج الدولي بتونس والتي تبلغ 463,85 كلم، وهو ما ينطبق كذلك على المستوى المحلي.

4- عن طريق برنامج العائلة: يمكن لأعضاء برنامج الولاء الخاص بالخطوط الجوية الجزائرية تحصيل الأميال عن طريق إضافة أعضاء من العائلة إلى حساب العضو الرئيسي، حيث أنهم يخضعون لنفس القواعد العادية للبرنامج من جمع الأميال والإرتفاع في المستويات. يمنح هذا الخيار 50% أميال إضافية عن كل رحلة يقوم بها فرد من أفراد العائلة الذين أضافهم للحساب ويكون سنهم أكبر من 18 سنة، اما أفراد العائلة الذين سنهم أقل من 18 سنة فإنهم يحصلون على 50% من أميال المكافآت.

5- مضاعفة الأميال: يمكن لمسافري الخطوط الجوية الجزائرية ومشتري برنامج الولاء مضاعفة أميالهم المكتسبة في رحلاتهم عن طريق علاوة درجة السفر. في الجدول الموالي يمكن توضيح قيمة العلاوات التي يحصل عليها الأعضاء في برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية:

الجدول رقم 32: علاوة الأميال في برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية

الأسعار	أميال أكثر
F	200%
A	100%
C	100%
I	25%
S	50%
Y	50% فقط على الشبكات الدولية
H	50%
G	50% للمدينة المنورة وجدة

المصدر: الموقع الرسمي لشركة الخطوط الجوية الجزائرية، مرجع سبق ذكره.

من الجدول رقم 32 يتضح لنا أن درجات السفر هي المعيار الرئيسي لمضاعفة الأميال في برنامج الولاء الخاص بالخطوط الجوية الجزائرية. حيث المسافرين على متن الدرجة F والتي تمثل الدرجة الأولى يمكن للمسافرين على متنها الحصول على 200% أميال إضافية على الأميال التي يمكن الحصول عليها، ونلاحظ أيضا أن المسافرين على متن الدرجتين A و C والتي ينتميان لدرجة رجال الأعمال يمكنهم الحصول على 100% كنسبة مضاعفة على أميالهم المكتسبة، أما الدرجات الأخرى والتي تمثل في مجملها الدرجات الاقتصادية تختلف نسبة الأميال المضاعفة من درجة إلى أخرى.

كما يمكن للأعضاء في برنامج الولاء الخاص بالشركة الحصول على أميال مضاعفة أكثر عن طريق مستويات العضوية التي يملكونها، فالأعضاء أصحاب مستوى بطاقة تاهات يمكنهم إكتساب 50% كأميل مضاعفة على كل رحلة، وأصحاب مستوى بطاقة شيليا يمكن الحصول على 25% كأميل أكثر.

**6- إكتساب الأميال عن طريق العروض الترويجية:** يمكن لأعضاء برنامج الولاء الخاص بالخطوط الجوية الجزائرية إكتساب المزيد من الأميال عن طريق العروض الترويجية التي تطلقها الشركة.

تحت عنوان " المزيد من الأميال، المزيد من الإمتيازات"، أطلقت الشركة عرضها الترويجي وذلك بالسفر خلال الفترة 18 فيفري - 21 أبريل 2019، حيث يتيح هذا البرنامج لمسافري الخطوط الجوية الجزائرية وأعضاء برنامج الولاء الخاص بالشركة إكتساب أميال على حسب درجة السفر ووجهة السفر. وفيما يلي نذكر الأميال التي يمكن للمسافرين تحصيلها:

- مسافري الدرجة الأولى ودرجة رجال الأعمال : يمكن لمسافري هاتين الدرجتين الحصول على 5000 ميل للرحلات الطيران من وإلى بكين ومونتريال ودبي، والحصول على 3000 ميل لرحلات

المناطق د، ذ، خ والمنطقة ر بإستثناء الرحلات من وإلى جدة والمدينة المنورة ودبي، ويمكن كسب 2000 ميل على رحلات المناطق ث، ج، ح.

- مسافري الدرجة السياحية : يمكن لمسافري هاته الدرجة إكتساب 3000 ميل للرحلات الطيران من وإلى بكين ومونتريال ودبي، والحصول على 1800 ميل لرحلات المناطق د، ذ، خ والمنطقة ر بإستثناء الرحلات من وإلى جدة والمدينة المنورة ودبي، ويمكن كسب 750 ميل على رحلات المناطق ث، ج، ح.

رابعا: المقارنة بين طريقة كسب الأميال في برامج الولاء الخاصة بالشركات الثلاث محل الدراسة

تتيح شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية عدة طرق لكسب أميال أو كيومايلز لأعضاء الفئات التي تتيح الشركتين، حيث أن طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تربط برامج ولائها مباشرة بمجموعة من الخدمات السياحية كالفنادق والرحلات السياحية و النقل السياحي، وهذا واضح جدا في طريقة كسب الأميال في برامجها، حيث أن شركة طيران الإمارات تتيح لأعضاء برنامج ولائها إمكانية تحصيل الأميال عن طريق الحجوزات الفندقية وكذا الإنفاق السياحي في المؤسسات التي توفر الإقامة كالمنتجعات والفنادق بكل أنواعها، كما تتيح أيضا إمكانية تحصيل أميال عن طريق إستغلال الخدمة الرئيسية للشركة والتي تتمثل في النقل من بلد إلى آخر أو عن طريق شركات طيران شريكة تربطها إتفاقيات ثنائية مع شركة طيران الإمارات، كما تتيح شركة طيران الإمارات إمكانية تحصيل الأميال عن طريق التسوق وتنشيط سياحة التسوق والتي تعتبر نوع من السياحة الحديثة والتي عرفت نموا ملحوظا في الأونة الأخيرة وعرفت بها دولة الإمارات العربية المتحدة.

تتبع الخطوط الجوية القطرية نفس طريقة تحصيل الأميال في برنامج ولائها مقارنة بشركة طيران الإمارات، لكن النقاط التي تختلف فيها عملية تحصيل الأميال في لخطوط الجوية القطرية نجدها في أنها النقاط التي يتم إكتسابها تدعى كيومايلز وليس أميال، كما أنها عضويتها في تحالف وان وورلد يتيح لأعضاء برامج الولاء لشركة الخطوط الجوية القطرية تحصيل أميال على متن شركات التحالف وتحويلها إلى كيومايلز، كما تتيح أيضا القطرية إمكانية تحصيل كيلومايلز عن طريق العروض الترويجية التي تقدمها الشركة.

الخطوط الجوية الجزائرية تتبع أيضا نفس نهج شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية لكنها تحصره في مجال عملية النقل فقط، حيث انها لا تتيح إمكانية تحصيل أميال عن طريق عملية الحصول على خدمات سياحية أخرى مثل ما تقدمه شركتي الخطوط الجوية القطرية وطيران الإمارات. محدودية حصول أعضاء برنامج ولاء الخطوط الجوية الجزائرية في عملية تحصيل الأميال يجعلها بعيدة كل البعد عن تنشيط الخدمات السياحية سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العربي وحتى الدولي.

عن عملية تحصيل الأميال والكيومايلز في برنامج الولاء لشركتي الخطوط الجوية القطرية وطيران الإمارات مرتبطة مباشرة بالنشاط السياحي، حيث أهما تحفز الطلب على الخدمات السياحية من خلال منح مكافآت مقابل إنفاق كل دولار واحد على الخدمات التي تقدمها المؤسسات السياحية. أما عملية تحصيل الأميال في برامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية فهو بعيد عن الخدمات السياحية ولا يعمل على تفعيلها أو تنشيطها.

#### المطلب الرابع: مقارنة برامج الولاء للشركات الثلاث محل الدراسة من حيث طريقة إنفاق الأميال

تتيح برامج الولاء للشركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية إمكانية إنفاق الأميال التي يكتسبها العضو في عضويته عن طريق مجموعة من الخدمات الواسعة ومعظمها متعلق بالنشاط والخدمات السياحية، حيث أنه يمكن للأعضاء في برامج الولاء الحصول على إقامة في فنادق وكذا التسوق وكذا الحصول على رحلات سياحية دون دفع دولار واحد.

#### أولاً: إنفاق الأميال في برنامج الولاء لشركة طيران الإمارات

- إنفاق الأميال عن طريق شركات الطيران الشريكة : إنفاق الأميال المكتسبة يكون مع نفس الخطوط الجوية يكون حسب نوع الرحلة ومتطلباتها فمثلا للسفر مع الشركة من كوريا الجنوبية إلى الشرق الأوسط عن طريق أميال سكاي واردز يجب توفر 50 ألف ميل للحصول على مكافأة الدرجة السياحية.

- إنفاق الأميال عن طريق الفنادق نأخذ مثلا طريقة كسب وإنفاق الأميال في فنادق شيراتون، حيث أنه يمكن للعضو كسب أميال مقابل الإقامة في الفندق وكسب 2 ميل سكاي واردز مقابل كل واحد دولار أمريكي يتم إنفاقها على الإقامة والمصاريف الإضافية للإستفادة من الخدمات المتوفرة في الفندق. ويمكن للعضو تحويل أمياله إلى نقاط للإستفادة من الخدمات التي يقدمها الفندق.

- إنفاق الأميال عن طريق التسوق والسياحة وخدمات أخرى : يمكن للمسافر إستبدال وإنفاق الأميال عن طريق برنامج "المكافآت الكلاسيكية"، حيث يتيح هذا البرنامج لأعضاء برنامج الولاء سكاي واردز حجز رحلات إلى أي وجهة في شبكة طيران الإمارات وفلاي دبي وفي أي درجة سفر مقابل الأميال التي تم إكتسابها من قبل، ويجب توفر ما لا يقل عن 150 ألف ميل في حساب العضو للإستفادة من هذا البرنامج.

يمكن للأعضاء أيضا إستعمال الأميال لتخفيض تكلفة تذكرة الرحلة مع طيران الإمارات أو فلاي دبي حيث أن العضو يستطيع دفع قيمة التذكرة عن طريق مزيج بين الأميال والنقود. كما يمكن للأعضاء إستبدال أميالهم بترقيات في درجات السفر من الدرجة السياحية إلى درجة رجال الأعمال أو من درجة رجال الأعمال إلى الدرجة الأولى وذلك إبتداء من 9000 ميل. ويستطيع الأعضاء كذلك شراء تذاكر للحفلات الغنائية والفعاليات وهناك إمكانية التبرع بالأميال لجهات خيرية.

يعتبر برنامج مكافآت الطيران الإماراتي من بين أفضل برامج المكافآت والولاء التي تمنحها شركات الطيران لعملائها، نظرا للخيارات المتعددة سواء من حيث طرق جمع الأميال أو إنفاقها.

### ثانيا: إنفاق الأميال في برنامج الولاء لشركة الخطوط الجوية القطرية

من بين المكافآت التي يمكن للأعضاء إستبدال الكيومايلز الخاصة بهم فيها نجد:

**أ- إستبدال الأميال في الإقامة الفندقية:** وكمثال على ذلك نجد موقع الأنترنت "أكور" المعروف بأكبر مشغل فنادق في العالم ورائد في هذا المجال في أوروبا يتيح للأعضاء إستبدال 45 ألف كيومايلز ب 1000 نقطة من برنامج ولاء لموقع "أكور"، ويمكن للعضو حجز إقامته والإستفادة من الخدمات المتاحة على مستوى هاتفه الإقامة في حوالي 34 ألف فندق متوفر على هاتفه المنصة مقابل هاتفه النقاط المحولة. كما يتيح هذا الموقع إمكانية تحويل 100 ألف كيومايلز في السنة.

**ب- إستبدال الأميال مع خطوط الطيران الشريكة:** يمكن برنامج الولاء للخطوط الجوية القطرية إمكانية إستبدال الكيومايلز التي تحصل عليها الأعضاء والحصول على مكافآت مع شركات الطيران الشريكة سواء في تحالف وان وورلد أو الشريكة في إتفاقية تبادل الرموز. وتكون عملية إستبدال الكيومايلز مع شركات الطيران الشريكة وفق شروط متعلقة بالمسافة المقطوعة والدرجة التي يرغب العضو في السفر عليها، حيث انه مثلا السفر في الدرجة السياحية لمسافة بين 500 إلى 1000 ميل تتطلب من العضو حصوله على 20 ألف كيومايلز وإذا أراد السفر على متن درجة رجال الأعمال لنفس المسافة يجب توفر 40 ألف كيومايلز.

**ت- التسوق والدفع بالكيومايلز:** تتيح الخطوط الجوية القطرية للأعضاء في برنامج الولاء الخاص بها إمكانية التسوق وإقتناء مشتريات كمستحضرات التجميل والأزياء ولعب الأطفال وغيرها من المنتجات والتي تكون متاحة في مطار حمد الدولي أو السوق الحرة وكذا أوريكس جاليريا، وتكون عملية الدفع عن طريق الكيومايلز التي يمتلكها العضو.

**ث- الترقية في درجة السفر أو الحصول على مكافأة الأمتعة الزائدة:** يمكن لأعضاء نادي الإمتياز إستبدال الكيومايلز الخاصة بهم في ترقية درجة السفر إلى درجة رجال الأعمال أو الدرجة الأولى عند السفر من مطار الدوحة أو من بعض المطارات الأخرى التي تتيح فيها الشركة هاتفه الخاصة. كما يمكن إستبدال الكيومايلز بالوزن الزائد للأمتعة حيث أنه مثلا إذا كانت تذكرة الرحلة تشترط وزن 30 كغ كحد أقصى لكل مسافر وكان أحد الأعضاء يملك 35 كغ في حقيبتة، هنا يمكنه تفعيل هاتفه الخاصة وعضو دفع المال مقابل 5 كغ الزائدة يستطيع دفع الكيومايلز.

يمكن للأعضاء إستبدال الكيومايلز والكيوبوينتس من خلال حساب العضو على الموقع الإلكتروني (qmiles.com) أو الإتصال بمركز خدمة أعضاء نادي الإمتياز. ويجب أن يتم إضافة الكيومايلز

والكيوبوينتس في الحساب الخاص بالعضو الرئيسي، وأن تكون صالحة عند إصدار أي مكافأة. كما لا يمكن إستبدال الكيومايلز منتهية الصلاحية بأي مكافأة.

أعلن نادي الامتياز التابع للخطوط الجوية القطرية تمكين أعضائه من تمديد أو إستعادة مستوى فئة عضويتهم في حال كانت العضوية ستنتهي قبل 31 يناير 2021. وسيتمكن الأعضاء من خلال هذا العرض من المحافظة على مزايا مستوى عضويتهم الحالية مثل الترقية، والتسوق والدفع بإستخدام الكيومايلز، والوزن الإضافي للأمتعة، وإمكانية الدخول إلى الصالات، وغيرها الكثير، وذلك لمدة تصل إلى ستة أشهر. وتعد هذه الخطوة واحدة من بين العديد من الخطوات التي إتخذتها الخطوط الجوية القطرية لتمكين مسافريها من السفر بإطمئنان<sup>1</sup>.

### ثالثاً: إنفاق الأميال في برنامج الولاء لشركة الخطوط الجوية الجزائرية

إن الأميال المكتسبة عن طريق مختلف الطرق التي وضحتها سابقاً في برنامج الولاء الخاص بالخطوط الجوية الجزائرية يمكن تحويلها وإستبدالها بمجموعة مهمة من المكافآت والتي يمكن ذكرها فيمايلي:

**1- مكافأة التذكرة:** يمكن لأعضاء برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية تحويل أميالهم المكتسبة إلى تذاكر مكافآت، وقد تكون هاته التذاكر عبارة عن تذاكر ذهاب فقط، تذاكر ذهاب وإياب أو تذكرة ذهاب وإياب وجهات متعددة مثل الذهاب في الخط الجزائر-باريس والإياب على الخط ليون- وهران. الجدول الموالي يوضح عدد الأميال الواجب توفرها في حساب العضو للإستفادة من هاته المكافأة:

<sup>1</sup> بدون ناشر، نادي الامتياز يمنح أعضائه تمديدا لمستوى فئة العضوية، [/https://al-sharq.com](https://al-sharq.com)، نشر في 12 مارس 2020، شوهد يوم 5 أفريل 2020.



الجدول رقم 33: الأميال المطلوبة للإستفادة من مكافأة التذكرة

الدرجة الأولى	درجة رجال الأعمال	الدرجة السياحية	المناطق
9000	--	3200	المنطقة أ
13500	--	4800	المنطقة ب
18000	--	6500	المنطقة ت
--	12500	6000	المنطقة ث
--	16000	8100	المنطقة ج
24500	18500	9400	المنطقة ح
38000	25200	13500	المنطقة خ
--	56000	31000	المنطقة د
--	45500	25000	المنطقة ذ
--	70000	39000	المنطقة ر
--	80000	45000	المنطقة ز
--	90000	48000	المنطقة س

المصدر: الموقع الرسمي لشركة الخطوط الجوية الجزائرية، مرجع سبق ذكره.

من خلال الجدول رقم 33 نلاحظ أنه للحصول على تذكرة مكافأة وجب تحصيل أو إكتساب عدد من الأميال بالطرق المختلفة التي قمنا بذكرها مسبقا، حيث يمكن إستبدال هاته الأميال بتذكرة سفر إذا توفر حساب العضو على الأميال اللازمة للحصول على المكافأة. فمثلا للحصول على تذكرة مكافأة للسفر داخل المنطقة أ والتي تتيح الرحلات على المستوى الوطني بين مختلف مطارات الجزائر كما هو مبين في الملحق رقم 1 وعلى متن الدرجة السياحية وجب توفر 3200 ميل في حساب العضو.

2- **مكافأة ترفيع الدرجة:** يمكن للأعضاء من خلال هاته المكافأة الإستفادة من السفر على مستوى الدرجة الأولى أو درجة رجال الأعمال، وذلك عن طريق شراء تذكرة بالدرجة الأقل منها مباشرة مثل شراء تذكرة الدرجة السياحية كاملة التسعير والسفر على درجة رجال الأعمال. الجدول الموالي يبين عدد الأميال الواجب إكتسابها للإستفادة من هاته المكافأة:

الجدول رقم 34: الأميال المطلوبة للإستفادة من مكافأة ترفيع درجة السفر

الدرجة الأولى	درجة رجال الأعمال	المناطق
5500	--	المنطقة أ
8500	--	المنطقة ب
12000	--	المنطقة ت
--	5550	المنطقة ث
--	5800	المنطقة ج
15000	6300	المنطقة ح
13000	9750	المنطقة خ
--	19350	المنطقة د
--	17400	المنطقة ذ
--	23750	المنطقة ر
--	40950	المنطقة ز
--	65000	المنطقة س

المصدر الموقع الرسمي لشركة الخطوط الجوية الجزائرية، مرجع سبق ذكره.

من خلال الجدول نلاحظ أن على أعضاء برنامج الولاء الخاص بالخطوط الجوية الجزائرية إكتساب مجموعة مهمة من الأميال من أجل الإستفادة من مكافأة ترفيع درجة السفر، فمثلا إذا أراد أحد الأعضاء الإستفادة من مكافأة ترفيع درجة السفر في رحلة من الجزائر إلى إسطنبول بتركيا، تدخل هاته الرحلة في إطار المنطقة ذ والتي تشترط توفر 17400 ميل في حساب العضو للترقية من الدرجة السياحية إلى درجة رجال الأعمال.

**3- مكافأة الزيادة في وزن الأمتعة:** إن أعضاء برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية مؤهلين للحصول على مكافأة تتعلق بزيادة وزن الأمتعة أثناء الرحلات التي يختارونها. إن وزن الأمتعة المسموح به يختلف حسب الوجهة وحسب المدة الزمنية للرحلة، فهناك رحلات تدعم الوزن عن طريق الحجم وهناك رحلات أخرى تدعم الوزن عن طريق القطع التي لا يتجاوز حجمها 23 كغ.

من الجدول الموالي سنوضح عدد الأميال التي يحتاجها أعضاء برنامج الولاء للإستفادة من هاته المكافأة:

الجدول رقم 35: الأميال المطلوبة للإستفادة من مكافأة الزيادة في وزن الأمتعة

المناطق	5 كغ	10 كغ	20 كغ	30 كغ
المنطقة أ	600	1000	1500	2500
المنطقة ب	850	1500	2600	3750
المنطقة ت	1100	2000	3000	5000
المنطقة ث	1400	2600	3900	5200
المنطقة ج	2500	4450	6500	8900
المنطقة ح	2700	4500	6750	9000
المنطقة خ	3500	6500	9800	13000
المنطقة د	8200	14800	22200	29600
المنطقة ذ	4900	8850	13300	17700
المنطقة ر	8500	15150	22750	30300

المصدر: الموقع الرسمي لشركة الخطوط الجوية الجزائرية، مرجع سبق ذكره.

من خلال الجدول رقم 35 نلاحظ أن عدد الأميال المطلوبة للحصول على وزن أمتعة إضافي أثناء الرحلات يختلف من منطقة إلى أخرى، ويختلف كذلك حسب وزن الأمتعة التي يريد العضو إضافتها لرحلته. حيث أننا نلاحظ أن المسافرين على متن الرحلات التي تدعمها المنطقة ث والتي هي تربط الخطوط من مطاري وهران والجزائر العاصمة إلى مطارات تونس وطرابلس والدار البيضاء، حيث أنه يجب توفر 1400 ميل للإستفادة من 5 كغ و 5200 ميل للإستفادة من 30 كغ كوزن أمتعة إضافي مكافأة.

كما يوجد مكافآت الزيادة في وزن الأمتعة المسموح بها بالقطع لوجهات مونتريال وبكين وديي، لأنه في هاته الوجهات يعتمد مبدأ القطع في حساب وزن الأمتعة والتي لا يتجاوز وزن القطعة الواحدة 23 كغ مقابل 30 ألف ميل من برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية. وكذا الرحلات المطبق عليها الحرية السادسة من وإلى إفريقيا كذلك يستعمل مبدأ القطع مقابل 35 ألف ميل من برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية.

#### رابعا: المقارنة بين طريقة إنفاق الأميال في برامج الولاء الخاصة بالشركات الثلاث محل الدراسة

بعد عملية تحصيل وكسب الأميال جاء الدور على طريقة إنفاقها وأين يتم إنفاقها، حيث أن شركة طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تتيح طريقة عكسية لطريقة كسب الأميال، وذلك عن طريق إنفاقها في الحصول على الخدمات السياحية والتي تم عن طريقها تحصيل الأميال وكذا إنفاق الأميال عن طريق الحصول على رحلات على متن رحلات الشركتين وكذا رحلات شركات الطيران الشريكة لطيران

الإمارات والخطوط الجوية القطرية. وتتيح أيضا شركتي الخطوط الجوية القطرية وطيران الإمارات إمكانية ترقية درجات السفر وكذا الحصول على وزن أمتعة إضافي مقابل دفع قيمة الوزن الزائد بالأميال المكتسبة. أما شركة الخطوط الجوية الجزائرية فهي تتيح لأعضاء برنامج ولائها إمكانية إنفاق أميالهم المحصل عليها عن طريق الحصول على تذكرة يتم دفع ثمنها عن طريق الأميال المكتسبة، أو الحصول على ترقية في درجة السفر أو زيادة في وزن الأمتعة مقابل دفع الثمن الإضافي عن طريق الأميال.

عملية إنفاق الأميال في شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تختلف عنها في شركة الخطوط الجوية الجزائرية، حيث أن شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تتيح لأعضاء برنامج ولائها إمكانية الحصول على خدمات سياحية كمكافأة وذلك عن طريق دفع ثمن هاته الخدمات بالأميال المحصل عليها، عكس الخطوط الجوية الجزائرية التي تحصر عملية كسب وإنفاق الأميال لأعضاء برنامج ولائها في الرحلات التي تنظمها الشركة والتي تعتبر غير كافية خاصة في ظل المنافسة الكبيرة التي يشهدها سوق الطيران المدني العربي والعالمي.

## خلاصة

تناولنا من خلال هذا الفصل دراسة حالة لثلاث شركات عربية في مجال الطيران المدني، وذلك من خلال التطرق إلى جميع الخدمات التي تقدمها للمسافرين على متن رحلتها سواء قبل أو أثناء أو بعد الرحلة. حيث لاحظنا إختلاف كبير بين الشركات الثلاثة في نوعية الخدمات التي تقدمها سواء من ناحية الخدمة الأساسية والتي تتمثل في عملية النقل، أو من حيث الخدمات المرافقة للخدمة الأساسية.

إن الخدمات التي تقدمها شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تكاد تكون متقاربة من حيث النوعية والجودة، حيث أنها تسعى في مجملها إلى كسب رضا الزبون من خلال توفير جميع الوسائل التي تسهر على راحته وأمانه. وما يثبت علو وكفاءة الخدمة الرئيسية المقدمة للمسافرين هو تنوع الأسطول وتطوره، وكذا الخدمات المرافقة لخدمة النقل والتي تهتم بأدق التفاصيل التي يبحث عنها المسافرين.

الشركة الثالثة والتي خضعت لدراسة حالة هي شركة الخطوط الجوية الجزائرية. إن الخدمات التي تقدمها هاته الشركة تعد ضعيفة مقارنة بالخدمات التي تقدمها شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية. هذا ضعف راجع أولاً إلى عدم حداثة أسطول الشركة وثقل عملية دعمه وتطويره وهو ما يؤثر فعلاً على تقديم خدمات ذات نوعية راقية للمسافرين سواء من خلال تنوع الوجهات أو تقديم خدمات قبل وأثناء الرحلات على متن أسطول الشركة.

إن برامج الولاء لشركات الطيران الثلاث تكاد تتشابه في شكلها لكن في مضمونها تختلف بشكل كبير جداً. حيث أن برامج الولاء لشركة طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تعمل في مضمونها إلى تحفيز المسافرين على السفر والإنفاق على جميع الخدمات السياحية التي توفرها الشركتين عبر العالم سواء من خلال المؤسسات التابعة لها أو بموجب إتفاقيات تعاون ثنائية تحت شعار "رابح-رابح"، أما برنامج الولاء الخاص بالخطوط الجوية الجزائرية فهو يدعم فقط الخدمة الأساسية للشركة، وهو ما يؤثر بشكل كبير على عملية النمو والتطور.

**خاتمة**

يعتبر النقل الجوي وسيلة جد مؤثرة وبشكل كبير جدا على حركة السياح وبالتالي التنشيط السياحي في العالم لما توفره من إمكانية الوصول لأي منطقة في العالم. حيث يؤثر النقل الجوي على السياحة والترويج، فالمسافة والزمن مرتبطان، ويهم السائح الوقت الذي يلزمه للوصول إلى الجهة السياحية التي يرغب الذهاب إليها حيث أن إمكانية الوصول للموقع السياحي في وقت قصير وبتكلفة قليلة تلعب دورا مهما لا يكاد يختلف عن الخصائص الجمالية للموقع نفسه.

وعليه ومن خلال هذه الدراسة، حاولنا معرفة دور خدمات الطيران المدني في التنشيط السياحي في الدول العربية من خلال دراسة مقارنة بين شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية.

حيث تم تجزئة هذه الدراسة إلى جانبين، خصصنا الجانب الأول للدراسة النظرية، من خلال عرضها على فصلين، كان الفصل الأول حول الإطار المفاهيمي للتنشيط السياحي، فحين تم التطرق في الفصل الثاني إلى التأصيل النظري لخدمات الطيران المدني.

أما الجانب الثاني فتمثل في دراسة ميدانية، من خلال التطرق في الفصل الثالث لواقع السياحة وخدمات الطيران المدني في العالم والدول العربية. أما الفصل الرابع فقد خصصناه لدراسة مقارنة بين شركات طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية والخطوط الجوية الجزائرية.

من خلال جوانب الدراسة المحددة، توصلنا إلى مجموعة من النتائج كما يلي:

### I. نتائج الجانب النظري: من خلال دراستنا هاته التي تناولنا فيها العلاقة بين الطيران المدني والسياحة في

الدول العربية والدور الذي تقوم به خدمات شركات الطيران المدني في التنشيط السياحي في العالم العربي توصلنا إلى مجموعة من النتائج التي نلخصها فيما يلي:

- العوامل التي تؤثر في نشاط شركات الطيران المدني في العالم تؤثر بشكل مباشر في نمو صناعة السياحة.
- التطور الكبير في صناعة الطيران المدني العالمي وتحرير الأجواء من القيود أدى إلى إشتداد المنافسة بين شركات طيران المدني مما أثر إيجابا على نمو حركة السياحة الدولية.
- يرتبط التطور السياحي إرتباطا وثيقا بوسائل النقل وخاصة النقل الجوي، حيث يمثل النقل الجوي أحد الأسباب الرئيسية لتطور الحركة السياحية في العالم ككل وفي العالم العربي على وجه الخصوص، وذلك لدورها في تقريب المسافات بين مختلف المناطق السياحية في العالم.
- تتأثر شركات الطيران المدني بالتكاليف التشغيلية في نمو نشاطها وتطورها.
- تحرير الأجواء أو كما تدعى أيضا بسموات المفتوحة تعتبر خدمة تقدمها المنظمات والهيئات وكذا شركات الطيران المدني للمسافرين بهدف تسهيل عملية التنقل وكذا ربح الوقت والمال.

- الأوضاع الأمنية والسياسية والعلاقات الدبلوماسية في العالم العربي تؤثر بشكل كبير وواضح في صناعة الطيران المدني العربي وهو ما يؤثر طردا على السياحة العربية.
- نجاح السياحة في الدول العربية مرهون بكفاءة النقل الجوي وفاعليته.
- الطيران المدني يساهم في عملية تسهيل حصول السائح على الخدمة والمنتج السياحي، حيث أنه يمكن أن تكون شركات الطيران المدني بحد ذاتها وسيلة للترويج السياحي في بعض المناطق السياحية.
- فاعلية خدمات الطيران المدني مرتبطة بإجراءات منح تأشيرة الوجهة وكذا كفاءة المطار الذي تسير منه وإليه شركات الطيران خدماتها. حيث أن المطارات تساهم بشكل كبير في دعم وتحفيز نشاط شركات الطيران المدني في تقديم خدمات مميزة للمسافرين.
- إن تطبيق إتفاقية تحرير النقل الجوي بين الدول العربية قد يؤثر على الحصة السوقية لبعض شركات الطيران العربية. وهو ما أثر على تعطيل عملية تطبيق نصوص هاته الإتفاقية على أرض الواقع.
- الموقع الجغرافي لدول العالم العربي يؤهلها لأن تكون نقطة محورية في صناعة الطيران المدني العالمية.
- شركات الطيران المدني العربية تقوم بنمو إنفرادي وذلك لمواجهة الأزمات التي تواجهها في العالم ككل وفي العام العربي على وجه الخصوص. حيث أنه ورغم تطور وحادثة بعض شركات الطيران المدني العربي لكنها لا تساهم بشكل كبير في تنشيط السياحة العربية مقارنة بالإمكانات السياحية المتاحة.
- رغم المقومات السياحية وشركات الطيران المدني الرائدة في سوق الطيران المدني العالمي التي تحوز عليها الدول العربية لكنها لم تحقق التكامل بين الصناعتين في العالم العربي وذلك بسبب عدم ظهور العالم العربي كتكتل إقتصادي مثل الإتحاد الأوروبي.

**II. نتائج الجانب التطبيقي:** من خلال الجانب التطبيقي لهاته الدراسة توصلنا أيضا إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

- الخطوط الجوية القطرية وطيران الإمارات يعتبران شركتين رائدتين في سوق النقل الجوي العالمي والعربي.
- شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تملك مجموعة واسعة من المؤسسات الخدمية والتي تساعد على تقديم خدمة طيران مدني متكاملة.
- شركة طيران الإمارات إعتمدت في تقديم خدماتها التكميلية على الإستثمار في الخدمات، من خلال إنشاء مؤسسات تقدم خدمات راقية ومتطورة تكنولوجيا بهدف وفير جميع سبل الراحة والأمان للمسافرين على متن خطوطها.
- شركة الخطوط الجوية القطرية إعتمدت في تقديم خدماتها التكميلية على مبدأ الإتفاقيات الثنائية مع مقدمي الخدمات التي ترى فيها الشركة أنها تساهم في توفير الراحة والأمان للمسافرين على متن خطوطها.



- سياسة التوسع وزيادة الوجهات التي تنتهجها شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تساهم بشكل كبير جدا في التعريف بالوجهات السياحية التي تصل إليها. وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى حداثة أسطول الشركتين والذي يساعدهما في تحقيق جميع أهدافهم التوسعية المسطرة.
- الجوائز العالمية التي تحصلت عليها شركتي الخطوط الجوية القطرية وطيران الإمارات دليل على التزامها بجميع المعايير الدولية التي تحمي وتوفر الخدمة الجيدة للعملاء.
- شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تعطي أهمية بالغة للمسافرين على متن خطوطهما، وهذا يظهر جليا في الخدمات البسيطة التي تقدمها الشركتين قبل وأثناء وبعد الرحلة.
- أسطول شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية يحتوي على تشكيلة رائدة من المنتجات التي تقدمها شركتي بوينغ وإيرباص الرائدتين في مجال صناعة الطائرات في العالم
- تطبيق التكنولوجيا المتطورة داخل طائرات شركة طيران الإمارات وشركة الخطوط الجوية القطرية يساهم بشكل كبير في كسب ثقة العملاء وكذا جلب زبائن جدد.
- السياسات التوسعية التي تنتهجها شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية ساعدتها على بلوغ جميع الوجهات الممكنة في العالم، وهو ما أثر إيجابا على مكانتها وكذا حصتها السوقية في عالم الطيران المدني.
- وجهات وأسطول الخطوط الجوية الجزائرية قليل وضعيف القدرة على تحقيق جميع رغبات المسافرين على متنها.
- أسطول الخطوط الجوية الجزائرية لا يساير التكنولوجيا العالمية التي مست قطاع الطيران المدني العالمي مقارنة بشركات الطيران محل الدراسة وهذا ما أثر سلبا على تطوير نشاطها.
- الخدمات المرافقة لخدمة النقل الجوي والتي تقدمها شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تعتبر رائدة في مجال الطيران المدني وهو ما أهلها إلى الحصول على عدة جوائز عالمية سواء تعلق الأمر بخدمات قبل الرحلة أو أثناء أو بعد الرحلة.
- الخدمات التي تقدمها الخطوط الجوية الجزائرية تعد قليلة وضعيفة مقارنة بالشركات المنافسة في السوق العربية عموما والسوق الجزائرية للنقل الجوي خصوصا.
- برامج الولاء لشركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية يعلمان بشكل مميز على دعم الوجهات السياحية العالمية على العموم والوجهات العربية على وجه الخصوص وذلك من خلال سياسة تحفيز الإنفاق السياحي مقابل تحقيق مكافآت.
- الإستثمار في المؤسسات السياحية لشركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية ساهم بشكل كبير في تطوير وتحسن نشاطها على المستوى العالمي.

- الخدمات التي تقدمها شركة الخطوط الجوية الجزائرية تعتبر خدمات كلاسيكية خالية من الإبداع والتطور وهذا ما أثر سلبا على توسيع حصتها السوقية في سوق النقل الجوي العالمية والعربية.
- برامج الولاء لشركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية يعتبران برنامجان رائدان في هذا المجال، والدليل على ذلك حصولها على عدة جوائز عالمية وراقية من طرف هيئات دولية وإقليمية وحتى عربية.
- برامج الولاء لشركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية ترتبط إرتباطا مباشرا بعملية التنشيط السياحي، حيث أنها تتيح للعملاء الحصول على مكافآت عن طريق الحصول على الخدمات السياحية.
- برنامج الولاء للخطوط الجوية الجزائرية يدعم فقط الخدمة الأساسية للشركة ولا يحفز على التنشيط السياحي في العالم العربي على وجه العموم والجزائر على وجه الخصوص، حيث أنه لا تربطه إتفاقيات أو شراكة مع المؤسسات الفندقية والمنتجعات وغيرها من المؤسسات المقدمة للخدمات السياحية.
- عملية إنفاق الأميال في برنامجي الولاء لشركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تتيح للعملاء الحصول على مجموعة من الخدمات السياحية كمكافآت.
- عملية إنفاق الأميال في شركة الخطوط الجوية الجزائرية مرتبط فقط بالخدمة الأساسية للشركة، وهو ما لا يتيح للعملاء خيارا آخر.

### III. إختبار الفرضيات: على ضوء النتائج التي توصلنا لها من خلال هذا البحث يمكن إختبار الفرضيات بالشكل التالي:

- **الفرضية الأولى:** تعد هاته الفرضية صحيحة، حيث أن الإتفاقيات العربية المبرمة في مجال الطيران المدني، ساهمت في تحسين وتطوير الكفاءة الجوية لمؤسسات الطيران المدني العربية، وكذا القطاعات التي لها صلة مباشرة بقطاع النقل الجوي.
- **الفرضية الثانية:** تعد هاته الفرضية صحيحة، حيث أن الإتفاقيات العربية المبرمة مع الإتحاد الأوروبي في مجال الطيران المدني، أدت بشركات الطيران المدني العربية إلى خسارة الركاب بين الدول العربية المعنية بالإتفاقية، وكذا خسارة ركاب الترانزيت من وإلى أوروبا، مع إمكانية تحول شركات الطيران المدني العربية مغذيا لشركات الطيران الأوروبية.
- **الفرضية الثالثة:** تعتبر هاته الفرضية صحيحة، حيث يعود تخلف شركة الخطوط الجوية الجزائرية مقارنة بشركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية في ما يتعلق بالخدمة الأساسية، وخاصة في مجال توسيع شبكة رحلاتها الجوية في الأساس إلى قلة أسطول طائرتها والذي يعاني من نقص واضح في الكفاءة وعدم مسابرة للتطور التكنولوجي الذي مس مجال صناعة الطيران المدني العالمي.
- **الفرضية الرابعة:** تعتبر هاته الفرضية خاطئة، حيث أن شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تعتمدان تقريبا على نفس الإستراتيجية في تقديم الخدمات التكميلية والتي هي موجهة للتنشيط السياحي

في الدول العربي، بخلاف الخطوط الجوية الجزائرية التي تعتبر إستراتيجيتها مختلفة تماما عن شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية.

- **الفرضية الخامسة :** تعتبر هاته الفرضية صحيحة، حيث أن شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تتيح عدة طرق لكسب أميال أو كيومايلز، حيث أن طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تربط برامج ولائها مباشرة بمجموعة من الخدمات السياحية كالفنادق والرحلات السياحية والنقل السياحي، وهذا واضح جدا في طريقة كسب الأميال في برامجها،

-**الفرضية السادسة :** تعتبر هاته الفرضية صحيحة، حيث أن عملية إنفاق الأميال في شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تختلف عنها في شركة الخطوط الجوية الجزائرية، حيث أن شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تتيح لأعضاء برنامج ولائها إمكانية الحصول على خدمات سياحية كمكافأة وذلك عن طريق دفع ثمن هاته الخدمات بالأميال المحصل عليها، عكس الخطوط الجوية الجزائرية التي تحصر عملية كسب وإنفاق الأميال لأعضاء برنامج ولائها في الرحلات التي تنظمها الشركة والتي تعتبر غير كافية خاصة في ظل المنافسة الكبيرة التي يشهدها سوق الطيران المدني العربي والعالمي.

**IV.التوصيات والإقتراحات:** إنطلاقا من نتائج هذا البحث يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات والتي تتمثل فيما يلي:

- إعادة النظر في الإطار التنظيمي الذي يعمل فيه قطاع النقل الجوي العربي. وإنشاء خلية إدارة أزمات الطيران المدني العربي لتساهم في تذليل الصعوبات التي تواجهها شركات الطيران المدني العربية.
- يجب على الهيئات والمنظمات التي تنشط في مجال الطيران المدني العمل على تحسين وتطوير بيئة العمل لشركات الطيران المدني العربي من خلال التدخل في فك التراعات بين الدول مما يحفظ حقوق شركات الطيران في ممارسة نشاطها وتوفير خدماتها للمسافرين بعيدا أن الخلفيات السياسية.
- إنشاء تحالف طيران عربي يساهم في توحيد الإستراتيجيات وكذا يطور سبل التعاون بينها لمواجهة منافسة تحالفات شركات الطيران الأوروبية والعالمية.
- توحيد الحدود الجغرافية من خلال منح تسهيلات في التأشيرات لدخول الدول العربية والإقتداء بالتجربة الأوروبية في ذلك.
- يجب على الدول العربية تطوير البنى التحتية وكذا زيادة الطاقات الإستيعابية للمطارات بهدف دعم نشاط شركات الطيران العربية. وكذا السعي نحو تزويد المجال الجوي العربي بطائرات تدعم الرحلات منخفضة التكلفة بهدف تحفيز الطلب السياحي.

- يجب على المنظمات العربية الناشطة في مجال الطيران المدني العربي إبرام إتفاقيات جماعية مع جميع الإتحادات الدولية والإقليمية مما يساهم في تحفيز شركات الطيران المدني العربي في تطوير نشاطها وكذا زبدة حصتها السوقية العالمية ويحفظ لها حقوقها.
- يجب على المنظمات والهيئات الناشطة في سوق الطيران المدني العربي وكذا شركات الطيران تقديم إحصائيات وأرقام حديثة لنشاطها أو نشاط سوق الطيران المدني العربي بهدف تطوير هاته الصناعة وكذا معالجة الإختلالات والإستفادة من الفرص المتاحة.
- يجب على شركات الطيران المدني العربية الإهتمام بمجال الإستثمار السياحي في المقومات السياحية العربية بهدف دعم خدماتها التي تقدمها للمسافرين على أسطولها وكذا العمل على كسب ولائهم.
- يجب على شركات الطيران المدني الإهتمام بالرحلات التي تدعم النشاط السياحي العربي والتي تتمثل في الرحلات منخفضة التكلفة وكذا الطاكسي الطائر وغيرها ومن الرحلات التي تعمل خصيصا على تنشيط الحركة السياحية في مناطق الجذب السياحي العربية.
- العمل تحرير الأجواء العربية وهو ما يسمح بزيادة المنافسة بين شركات الطيران المدني العربية والعالمية وذلك ما يؤدي إلى زيادة الفاعلية. وخلق بيئة تنافسية عادلة بين جميع شركات الطيران المدني.
- إنشاء جوائز عربية في مجال خدمات الطيران المدني بهدف خلق منافسة بين شركات الطيران المدني العربية وكذا تحفيزها على تطوير نشاطها في سوق النقل الجوي العالمي والعربي.
- تعزيز العلاقات الدبلوماسية بين الدول العربية والعالمية وتوسيع حلقة الإتفاقيات وتقديم تسهيلات لشركات الطيران العربية بهدف تنشيط الحركة السياحية.
- على الشركات محل الدراسة الإهتمام أكثر بالتوسع في سوق الطيران المدني العربي بعيدا عن التزاعات السياسية التي تؤثر سلبا على أداء الشركات أولا وكذا على صورة الدول العربية وهو ما يؤثر بالسلب على السياحة في العالم العربي.
- يجب على شركة الخطوط الجوية القطرية الإهتمام بتكثيف نشاطها في الدول العربية، وذلك من خلال تقديم خدمات متعلقة بالسياحة في الدول العربية.
- يجب على شركتي طيران الإمارات والخطوط الجوية القطرية تكييف برامج الولاء الخاصة بهم بما يتماشى مع نشاط وكالات السياحة والأسفار وكذا منظمي الرحلات، والذي يتعلق بنقل المجموعات السياحية المهتمة بزيارة المناطق السياحية في الدول العربية.
- وجب على الخطوط الجوية الجزائرية إستثمار أرباحها في المجال السياحي من خلال عقد شراكات بين مع المؤسسات الناشطة في قطاع السياحة بمختلف أنواعها بهدف توفير خدمات سياحية كاملة لعملاء الشركة.

- إعادة هيكلة شركة الخطوط الجوية الجزائرية ومحاولة فصل الجانب الإداري والتنظيمي عن الجانب الخدماتي للشركة من خلال إنشاء شركات فرعية أو عقد شراكات مع مؤسسات تقدم خدمات للمسافرين.
- تحديث وتطوير أسطول الخطوط الجوية الجزائرية بما يتماشى مع متطلبات سوق الطيران المدني العالمي.
- يجب على شركة الخطوط الجوية الجزائرية تحسين موقعها الإلكتروني وتقديم شامل ومفصل للخدمات التي تقدمها الشركة وبمختلف لغات العالم.
- العمل على تحسين وتطوير كفاءة أسطول الخطوط الجوية الجزائرية من خلال إقتناء طائرات حديثة تتماشى مع متطلبات السفر الجوي والتي تسمح للشركة بعقد إتفاقيات تبادل الرموز والسماح كذلك للشركة بالإنضمام لإحدى التحالفات العالمية.
- تطوير برامج الترفيه الخاصة بأسطول شركة الخطوط الجوية الجزائرية بعيدا عن الوسائل التقليدية، خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي أصبحت تتميز به الطائرات التي تدعم نقل المسافرين.
- إبرام إتفاقيات ثنائية بين الجزائر والدول الأخرى بهدف الإستفادة من الفرص المتاحة في سوق الطيران المدني العالمية وكذا العربية، مما يساهم في زيادة الحركة الجوية في المطارات الجزائرية.
- إعادة إستغلال وتأهيل جميع المطارات الدولية الجزائرية بما يتماشى مع تطور حركة النقل الجوي التي يشهدها العالم، وكذلك من أجل المساهمة في زيادة نشاط الخطوط الجوية الجزائرية.
- إعداد مكتب دراسات خاص بالخطوط الجوية الجزائرية بهدف إعداد خطط لتطوير الحركة الجوية للشركة من خلال دراسة سوق الطيران الإفريقي والعربي والعالمي.
- تحسين وتطوير برنامج الولاء الخاص بالخطوط الجوية الجزائرية من خلال توفير طرق حديثة لكسب وإنفاق الأميال سواء على مستوى المؤسسات التي تقدم الخدمات السياحية أو غيرها من المؤسسات التي دعم النشاط السياحي في الدول العربية على العموم والجزائر على وجه الخصوص.
- محاولة إبرام إتفاقيات مع شركات رائدة في مجال الطيران المدني للإستفادة من التجارب وكذا محاولة التعريف بالشركة على المستوى العالمي.
- دمج برنامج الولاء الخاص بالخطوط الجوية الجزائرية مع برامج الولاء للمؤسسات السياحية كالفنادق وشركات النقل السياحي وكذا منظمي الرحلات السياحية وغيرها من النشاطات التي تدعم وتطور برنامج الولاء الخاص بالشركة بهدف كسب ولاء المزيد من العملاء.
- إنشاء هيئة طيران مدني في الجزائر بهدف تنظيم ودعم سوق النقل الجوي والإستفادة من الفرص المتاحة في السوق العالمية على العموم والعربية على وجه الخصوص.

#### IV.أفاق الدراسة: تعتبر خدمات الطيران المدني وعلاقتها بالسياحة حقلا واسعا للبحث العلمي، لذا نأمل أن

تكون هاته الدراسة بوابة لبحوث أخرى، وإرتأينا إلى إقتراح المواضيع التالية:

- التكاليف التشغيلية لشركات النقل الجوي وأثرها على تحديد سعر التذاكر.
- دور قطاع النقل الجوي في تحقيق السياسات التنموية في الدول العربية -دراسة حالة-.
- دور النقل الجوي في تحفيز الإستثمار السياحي في الدول العربية -دراسة تجارب-.
- دور شركات الطيران منخفض التكلفة في التنشيط السياحي في الجزائر.
- تحرير الأجواء ودورها في تنشيط حركة النقل الجوي في دول شمال إفريقيا.

# المراجع

## أولاً: المراجع العربية

### I- الكتب

- 1- أحمد الجلاء، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 1998.
- 2- أدهم وهيب مطر، التسويق الفندقي ومبيع وترويج الخدمات السياحية والفندقية الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، دمشق، 2014.
- 3- السعيد عصام، التسويق والترويج السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 4- بشير العلاق، ثقافة الخدمة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 5- بشير عباس العلاق، التسوق عبر الأنترنت، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2002.
- 6- ثامر بكري، التسويق أسس ومفاهيم معاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- 7- جلال بدره وآخرون، إدارة الأعمال السياحية، ألفا دو ك للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017.
- 8- حميد الطائي، بشير العلاق، تسويق الخدمات مدخل إستراتيجي وظيفي وتطبيقي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 9- داليا تيمور زكي، الوعي السياحي والتنمية السياحية مفاهيم وقضايا، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008.
- 10- ردينة عثمان يوسف، إدارة خدمات النقل الجوي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 11- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
- 12- سامح أحمد رفعت عبد الباقي، علم وفن تنمية المبيعات السياحية، دار الكتب القانونية، 2011.
- 13- سير خليل شمطو، إدارة وكالات السياحة والسفر، دار الكتب والوثائق العراقية، بغداد، 2017.
- 14- طه احمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي دراسة ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2010.
- 15- عبد الفتاح مصطفى غنيمة وآخرون، تنشيط السياحة الامل المرتجى، مطابع المنوفية، مصر، 2010.
- 16- عبد القادر إبراهيم حماد، ناصر محمود عبد، مدخل إلى جغرافية السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2013.



- 17- علي توفيق الحاج، سمير حسين عودة، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 18- علي فلاح الزعبي، الاتصالات التسويقية، مدخل منهجي- تطبيقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2010.
- 19- فريد كورتل، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 20- مازن عبد الرحمن الهيتي، جغرافيا الخدمات أسس ومفاهيم، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 21- ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2016.
- 22- ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1996.
- 23- مثنى طه الحوري، الإرشاد السياحي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 24- محمد احمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 25- محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، دار الهناء للتجليد الفني، الإسكندرية، 2009.
- 26- محمد الطاهر قادري، عبد الغاني مرابطي، النشاط الترويجي وجودة الخدمات الفندقية في الأقطار العربية بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، مكتبة حسن العصرية، بيروت، 2016.
- 27- محمد خطاب، الإعلام السياحي والعلاقات العامة، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- 28- محمد رياض، جغرافيا النقل، مؤسسة هنداوي سي أي سي، القاهرة، 2018.
- 29- محمد عبيدات، التسويق السياحي مدخل سلوكي، دار وائل للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.
- 30- محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، الطبعة 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003.
- 31- محمود منصور أبو جليل وآخرون، المفاهيم التسويقية الحديثة وأساليبها، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 32- محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، بدون سنة نشر.

33-مصطفى كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

34- مصطفى كافي، مدخل إلى علم السياحة، ألفا دوك للوثائق، قسنطينة، 2017.

35-مصطفى كافي وأصدقائه، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2014.

36-مصطفى يوسف كافي وأصدقائه، مبادئ السياحة، دار الإعصار للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2016.

37- مصطفى يوسف كافي وأصدقائه، مبادئ الإرشاد السياحي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

38-مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات النقل السياحي، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 2015.

39- مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2009.

40-مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى صناعة السياحة والتنمية الريفية من منظور تنموي وبيئي، دار الابتكار للنشر والتوزيع، عمان، 2018.

41-مصطفى يوسف كافي، هبة كافي، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

42-منال شوقي عبد المعطي أحمد، اقتصاديات النقل السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2010.

43-نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسير للنشر والتوزيع، عمان، 2001.

44-هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

45- هناء حامد زهران، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، ط1، عالم الكتاب للنشر والتوزيع، 2004.

## II- الأطروحات والرسائل

46- أحسن العايب، تسويق خدمات السياحة البيئية وأساليب تطويرها في الجزائر- دراسة حالة ولاية سكيكدة-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2018/2017، ص 19.

- 47- أحمد محمودي، فعالية أنظمة إنتاج الخدمة في كسب ولاء المستهلك في سوق الخدمات -دراسة حالة مؤسسة أوراسكوم تليكوم الجزائر-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر، 2016/2015.
- 48- بن عيجة محمد نبيل، إدماج الأنترنت في إستراتيجية الاتصالات التسويقية للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة إيباد EEPAD، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2009/2008.
- 49- بوعقلين بديعة، الإستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006/2005.
- 50- حاجي سمية، دور السياسة النقدية في معالجة إحتلال ميزان المدفوعات حالة الجزائر 1990-2014، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016/2015.
- 51- حري المخطارية، دور الإستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر، 2017/2016.
- 52- خديجة عزوزي، التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانيات والأفاق دراسة حالة ولاية قالم، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 قالم، الجزائر، 2015/2014.
- 53- زان مريم، الجودة في الخدمات الصحية دراسة مقارنة بين المؤسسات الإستشفائية العمومية والخاصة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر 3، جوان 2017.
- 54- زميت محمد، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تفعيل الخدمات المصرفية دراسة حالة عينة من المصارف الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2015/2014.
- 55- زير ريان، مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس والإمارات، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018/2017، ص 199-200.
- 56- شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2015/2014.

- 57-صالح موهوب، تطور السياحة في الجزائر في ظل المعطيات السياحية الدولية الجديدة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2015/2014.
- 58- عبد الكريم ياسين أسود الفارس العزاوي، أثر التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي على عوامل الجذب السياحي في محافظة ديالى، أطروحة دكتوراه، جامعة سانت كليمنس العالمية، العراق، 2013.
- 59-عبد الله عياشي، إستراتيجيات تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور الإستدامة - حظيرة الطاسيلي بولاية إيزي نموذجاً-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2016/2015.
- 60- فؤاد بوجنانة، تقييم واقع الإتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الخدمية دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2009/2008.
- 61- قمرابي نوال، أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011/2010.
- 62-محسن بن حبيب، أثر إدارة العلاقة مع العملاء في تنافسية المؤسسات السياحية بالجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2017/2016.
- 63- مروان صحراوي، تقييم مساهمة عناصر المزيح التسويقي في إختيار الوجهة السياحية حالة السياحة الحموية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2017/2016.
- 64- مسدوي دليلة، تسيير الخدمات السياحية في الجزائر دراسة حالة حمام قرقور بولاية سطيف 2010-2016، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2018/2017.
- 65-مفيدة نادي، تقييم أثر البيئة المستحدثة على نمو القطاع السياحي من أجل تحقيق التنمية السياحية المستدامة- حالة القطاع السياحي في الجزائر-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر، 2018/2017.
- 66-نادية بوشاشية، تحسين جودة الخدمة السياحية كمدخل لبناء ولاء العملاء -دراسة ميدانية على السياحة المحلية-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر، 2018/2017.

67-نوارى خيرة، أثر إدارة العلاقة مع الزبون على تحقيق جودة الخدمات دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2، الجزائر، 208/2017.

68-هدير عبد القادر، التسويق السياحي ودوره في ترقية الخدمات السياحية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر3، 2011/2010.

69-يحيوي خديجة، دور تنمية الموارد البشرية في تطوير الخدمات في المنظمات السياحية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس، الجزائر، 2017/2016.

### III- مقالات وأوراق بحثية

70-إبراهيم عليوات، السياحة في الدول العربية واقع وتحديات، مداخلة ضمن الملتقى العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة دراسة تجارب بعض الدول يومي 24 و25 أفريل 2012، جامعة البليدة.

71-إدير معياش، واقع السياحة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات الإفريقية، نوفمبر 2016.

72-أكرم عاطف رواشده، دور المتاحف الأثرية الأردنية في جذب السياحة، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد 41، العدد 2، 2014.

73-العربي غويبي، عادل مستوي، الخدمات السياحية والنمو الإقتصادي في الجزائر واقع ومساهمات - دراسة تحليلية خلال الفترة (1990-2014)، مجلة المؤسسة، العدد 7، 2018.

74-أمل فاضل عبد خشان عنوز، الأمن السياحي ومدى فاعليته للحد من الجريمة السياحية، مجلة كلية الحقوق، 2015.

75-بلعربي غنية، عامري خديجة، السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر دراسة تحليلية لأهم مواقع الأنترنت الخاصة بالسياحة في الجزائر، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، العدد السادس، جوان 2017.

76-بن نوار يوسري، وسایل حدة وحيدة، نوعية حياة العمل لدى المراقبين الجويين دراسة ميدانية بمطار هواري بومدين، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 19، جوان 2015.

77-بولحية الطيب، الإستثمار السياحي في ولاية جيجل بمجالاته وأليات تطويره، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد التاسع، المجلد 5، جامعة البليدة 2، 2016.

78-جبار بوكثير، بسمة مناخ، مكانة المحميات الطبيعية ضمن مقومات السياحة المستدامة مع الإشارة لحالة الجزائر، 2018/03.

79-جديدي روضة، عيشاوي كتر، الإستثمارات في الطاقات المتجددة كإستراتيجية لتحقيق التنمية الاقتصادية في الدول المغاربية، الملتقى الدولي السادس " بدائل النمو والتنوع الاقتصادي في الدول المغاربية بين الخيارات والبدائل المتاحة، جامعة الوادي، 2016.

- 80- حواس مولد، حبوشي عبد الناصر، المرشد السياحي وأهميته في إنجاح الرحلة السياحية، الملتقى الدولي العلمي حول الإستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة يومي 26 و 27 نوفمبر 2014.
- 81- رحيمة غضبان، كريمة عطوب، رابح باهي، دور السياحة الصحية في تفعيل الإستثمار السياحي في الجزائر، مجلة إقتصاديات المال والأعمال، مارس 2018.
- 82- سامي هاشم فالخ الساعدي، أنس عبد الرضا، المدردات الإقتصادية للطيران المدني في العراق للمدة 2003/2014، مجلة الكوت للعلوم الإقتصادية والإدارية، العدد 28، الجزء الثالث، 2008.
- 83- سطوطاح سميرة، رواجية مريم، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة لدعم تأهيل قطاع الخدمات السياحية في الجزائر، المجلد 9، العدد 2، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جوان 2016.
- 84- طلعت جياذ لحي الحديدي، فاطمة أحمد منصور، الوضع القانوني للتحالفات الدولية لشركات الطيران المدني، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، 2013.
- 85- عبد السميع صبري، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006.
- 86- عبد الله علي قويطين العجلوني، تطور السياحة في الأردن دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة دراسة حالة جامعة أربد الأهلية وجامعة جدارا، المجلة الأورو متوسطة لإقتصاديات السياحة والفندقة، العدد الأول، السداسي الثاني 2017.
- 87- عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني وكباشي حسين قسيمة، الإستثمار السياحي في محافظة العلا، الهيئة العامة للسياحة والآثار، المملكة العربية السعودية، 2008.
- 88- عبد الوحيد صرارمة، بعلول نوفل، أثر تقلبات سعر صرف الدينار مقابل الدولار الأمريكي على رصيد ميزان مدفوعات الجزائر، دراسة تحليلية قياسية لفترة 2000-2014، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الخامس، جوان 2017.
- 89- عبود زرقين وإيمان العلمي، تعزيز دور الإعلام في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، المنتدى العلمي السنوي السابع حول الإعلام والإقتصاد تكامل الأدوار في خدمة التنمية، من طرف الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 11/12 أبريل 2016.
- 90 - عبود عبد المجيد، أثر تغيرات سعر الصرف على أرصدة ميزان المدفوعات الجزائري دراسة قياسية باستخدام نماذج أشعة الإنحدار الذاتي VAR خلال فترة 1990-2015، مجلة إقتصاديات المال والأعمال JFBE، ديسمبر 2017.

- 91- عقون شراف، أثر جودة الخدمة على رضا العملاء دراسة حالة خدمات النقل الحضري بمدينة ميله، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الثالث، جوان 2016.
- 92- عيسى خليفي، فرحات سميرة، أثر الإستثمار السياحي على السياحة الداخلية في الجزائر، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والإقتصادية، المجلد 2، العدد 6، فلسطين، 2016.
- 93- فاطمة فرج سعد، الإستثمار السياحي ودوره في تعزيز التنمية السياحية دراسة حالة الدول العربية مع إشارة خاصة للعراق، مجلة الكوت لعلوم الإقتصادية والإدارية، العدد 19، العراق، 2015.
- 94- فؤاد عبد المحسن الجبوري، راضي حمود جاسم، تقويم الخدمات السياحية في ظل معايير جودة المنتج السياحي- فنادق مدينة كربلاء نموذجاً-، مجلة الباحث، العدد الخامس والعشرون، 2017.
- 95- فوزية برسولي، شيبان وردة، دور الأمن السياحي في السياحة المستدامة، الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، يومي 19 و 20 نوفمبر 2012، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- 96- محمد الساحل، عبد الحق بن تفات، إبراز العلاقة بين السياحة والتنمية المستدامة مع محاولة نمذجة البعد الاقتصادي للسياحة المستدامة في الجزائر للفترة 1995-2016، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 30، مارس 2018.
- 97- محمد زبير ومراد بريك، فتيحة بوزيان، تفعيل المحميات الطبيعية كبديل إستراتيجي لترقية السياحة البيئية ودعم التنمية المستدامة بالجزائر، مجلة التنمية والإقتصاد التطبيقي، المجلد 4، العدد 2، 2020.
- 98- محمد يدو، سمية بوخاري، نظام المعلومات السياحي كألية لترويج الخدمات السياحية دراسة تحليلية لحالة الجزائر 2000-2015، مجلة دراسات، العدد 30، جوان 2017.
- 99- محمود قاسم زنبوعه، تحرير النقل الجوي العربي وقدرة قطاع النقل الجوي السوري على توفير متطلبات نجاحه، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، المجلد 31، العدد الثاني، 2015.
- 100- معز على السريتي ومحمد الطاهر الكسكاس، واقع نشاط الإعلام السياحي لمكاتب السفر والسياحة في مدينة مصراته دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، العدد 8، بدون سنة نشر.
- 101- منال إسماعيل توفيق، علاء الدين أسامة عبد اللطيف، المتاحف ودورها في نشر الثقافة السياحية وجذب السائحين إلى مصر، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد 11، العدد (1/2)، سبتمبر 2017.
- 102- نادية بوشاشية، جودة الخدمة السياحية وأثرها على تعزيز ولاء السائح مع دراسة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية لمنطقة شلف، مجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد 18، جوان 2017.

103-ناصر مراد، زياد أبو موسى، دور السياحة في التنمية المستدامة حالة الجزائر، مداخل ضمن الملتقى العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة دراسة تجارب بعض الدول يومي 24 و 25 أفريل 2012، جامعة البليدة.

104-نايلي إلهام، الجاذبية السياحية لمدينة قسنطينة، الملتقى الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف يومي 26 و 27 فيفري 2013، جامعة غرادية.

105- نعيمة حكيم، براهيم بن حراث حياة، بلورة الوعي السياحي كأحد السبل لتنمية السياحة المستدامة لبحر الأردن، مجلة دفاتر بوادكس، العدد 8، سبتمبر 2017.

106- نبال محمد عبد الظاهر الطيب، التنشيط السياحي لحي الظاهر دراسة تطبيقية على المعابد اليهودية ومسجد الظاهر ببيرس وقصر السكاكيني، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد 12، العدد (1/2)، سبتمبر 2018، مصر.

107- نوفل عبد الرضا علوان، أهمية تطوير الخدمات السياحية وأثرها على تقويم أداء الفنادق، مجلة الإدارة والإقتصاد، العدد السابع والخمسون، 2005.

108- وريدة الشكير، تنشيط المبيعات وتأثيره على سلوك المستهلك، مجلة بحوث ودراسات، المجلد 2، العدد 7، 2017/08.

109-وليد معافة، الإستثمار السياحي في الجزائر دراسة في الفرص وتشخيص للمعيقات، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد الثالث عشر، جويلية 2017.

110-يحيوي إلهام، بوحديد ليلي، تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها، مجلة المعيار، المجلد التاسع، العدد الثاني، جويلية 2018.

111- يوسف مقعاش ومحمد قارش، دور الإعلام السياحي في التسويق للجزائر كوجهة سياحية، مجلة لباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 12، 2020.

#### IV-التقارير والجرائد الرسمية

112- المادة 4 من القانون رقم 2005/12/05، المتضمن قانون المياه.

113-إحصائيات النقل الجوي لسنة 2018، التقرير السنوي للمجلس، منظمة الطيران المدني الدولي، 2018.

114-الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 22 السنة 13 الصادرة بتاريخ 16 مارس 1976، أمر رقم 75-39 المؤرخ في 7 جمادى الثاني عام 1395 الموافق ل 17 جوان 1975 يتضمن المصادقة على القانون الأساسي للمؤسسة الاشتراكية الوطنية للنقل والعمل الجوي.



- 115- التقرير السنوي للجمعية العامة الخمسون، الإتحاد العربي للنقل الجوي، الشارقة، 20-22 نوفمبر.
- 116- التقرير السنوي للجمعية العامة الواحدة والخمسين، الإتحاد العربي للنقل الجوي، القاهرة، 5-7 نوفمبر.
- 117- التقرير السنوي للخطوط الجوية القطرية سنة 2017.
- 118- التقرير السنوي لمجموعة الخطوط الجوية القطرية 2019.
- 119- التقرير السنوي لمجموعة طيران الإمارات للسنة 2018/2019.
- 120- التقارير السنوية لطيران الإمارات خلال الفترة 2008-2019.
- 121- التقارير السنوية لمجلس منظمة الطيران المدني الدولي للفترة 2008-2018.
- 122- التقارير السنوية للإتحاد العربي للطيران المدني للفترة 2008-2018.
- 123- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2019، الإمارات العربية المتحدة.
- 124- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا الإسكوا، دراسة الإسكوا حول النقل الجوي في العالم العربي، 26 جويلية 2007، نيويورك، الولايات المتحدة.
- 125- تقرير اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، أثار الإتفاق العام بشأن تجارة الخدمات GATS على النقل، نيويورك، الأمم المتحدة، 22 سبتمبر 2000.
- 126- تقرير مجموعة البنك الدولي، إرشادات بشأن البيئة والصحة والسلامة الخاصة بالمطارات، 30 أبريل 2007.
- 127- دليل تنظيم النقل الجوي الدولي، منظمة الطيران المدني الدولي، 2004.
- 128- قانون تنظيم الطيران المدني، وزارة المواصلات، مملكة البحرين، 2013.
- 129- منظمة الطيران المدني الدولي، تقرير البيانات المالية وتقارير مراجع الحسابات الخارجي عن السنة المنتهية 2018/12/31، doc 10129، مونتريال، كندا، 2019.
- 130- منظمة الطيران المدني الدولي، تقرير الخطة العالمية للسلامة الجوية 2018-2019، doc 10004، مونتريال، كندا، 2018-2019.
- 131- منظمة الطيران المدني الدولي، دليل تنظيم النقل الجوي، doc 9626، 2004.

#### ثانيا: المراجع الأجنبية

- 132- Alessandro cento, the airline industry- challenges in the 21<sup>st</sup> century; physica verlag, Heidelberg, Germany, 2009

- 133-** Anita Zeher, Birgit Muskat, Matthias Muskat, Services Research in tourism advocating the integration of the supplier side, Journal of Vacation Marketing, vol 20, 2014.
- 134-** Ann Rowe, John Smith and Fiona Borein, Travel and Tourism, Cambridge university press, UK, 2002.
- 135-** Anne Graham, Managing Airports, Routledge, New York, USA, 2018
- 136-** Bojana Spasojevic, Gui Lohmann, Noel Scott, leader ship and governance in air route development, annuals of tourism research, June 2019.
- 137-** Christopher Lovelock, Sandra Vandermerwe, Barbara Lewis, Suzanne Fernie, Services Marketing, Edinburgh Business school, Edinburgh, UK, 2016.
- 138-** Karunakaran. K, Services Marketing, Himalaya Publishing house, India, 2014.
- 139-** Kaustubh Wakhale, Samersurve Rohit Shinde, designe of airport runway by international standards, international journal of advances in science engineering and technology, vol2, Issue 3, July 2014.
- 140-** Lesly Pender and Richard Sharpley, The management of tourism, SAGE publications Ltd, London, UK,2005.
- 141-** Lovely Professional University, Services Management, Excel Books Private Limited, New Delhi, India, 2013.
- 142-** Lucy Budd and Stephen Ison, air transport management an international perspective, Routledge Taylor & Francis group, New York, USA, 2017.
- 143-** Mark Anthony Camilleri, travel marketing tourism economics and the airline product, springer nature, gewerbestrass, Switzerland, 2018.
- 144-** Mike Hirst, The Air Transport System, Woodhead Publishing Limited, Cambridge, England, 2008.
- 145-** Muhammad Abu Dabash, aviation dictionary English -Arabic, Dar Alkutub Alilmiyah, Beirut, Lebanon, 2013.
- 146-** Norbert Vanhove, The Economics of Tourism Destinations, Elsevier Butterworth Heinemann, oxford, UK, 2005.
- 147-** Rachel Y. Tang, international air service controversies: frequently asked questions, may 04 ,2015, CRS Report.
- 148-** Roopesh Kumar, Significance of Domestic Tourism in India as a major revenue generator, Asia pacific journal of research, vol 1, April 2016.

**149-** Sumathi Rarthasarathi, analysis of airport operations, international journal of latest technology in engineering management & applied science, Vol 7, issue 3, march 2018.

**150-** Seyed Sima Mousavi, Naciye Doratli, Seyed Nima Mousavi and Fereshte Moradiahari, Defining cultural tourism, International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development (CASD-2016) Dec. 1-2, 2016, London, UK.

**151-** Wouter de Vries Jr, Piet Van Helsdingen, Ton Borchert, Services Marketing Management an Introduction, Noord Hoff Vitgervers Bv Groningen houten, the Netherlands, 2012.

**152-** World Travel and Tourism Council, "travel and tourism economic impact 2019 world", United Kingdom.

**153-** WNWTO, international tourism highlights, 2019 edition.

**154-** ICAO, Manual on the regulation of international air transport (Doc 9626)· Third Edition, 2016.

**155-** Report, civil aviation safety regulation, Indonesia, 2006.

#### I- Site internet

**156-** <https://www.avjobs.com/history/index.asp>.

**157-** <https://ar.wikipedia.org> .

**158-** <http://art.uobabylon.edu.iq/lecture.aspx?fid=8&lcid=48197>.

**159-** <https://www.airbus.com/> .

**160-** <https://www.boeing.com/>.

**161-** <https://www.bombardier.com/>.

**162-** <https://embraer.com/>.

**163-** <https://www.thefreedictionary.com/air+route>.

**164-** <http://acao.org.ma/>.

**165-** <https://afraa.org/>.

**166-** <https://aaco.org/>.

**167-** <http://www.aapairlines.org/committee-working-groups/>.

**168-** <https://aire.aero/sample-page/main-activities/>.

**169-** <https://www.icao.int/publications/Pages/doc7300.aspx>.

**170-** <https://www.iata.org/about/pages/history.aspx>.

**171-** <http://afcac.org/en/index.php>.

**172-** <https://www.ecac-ceac.org/web/guest> .

**173-** <http://clacsec.lima.icao.int/index.html> .

**174-** <https://data.albankaldawli.org/>

**175-** <https://www.staralliance.com/en/>.

**176-** <https://www.skyteam.com/ar/about>.

- 177- <https://www.pport.com/freedoms-of-the-air/>.
- 178- <http://www.aviationlaw.eu/wp/wpcontent/uploads/2013/09/Freedoms-of-the-Air-Explained.pdf>.
- 179- <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>.
- 180- <https://www.wttc.org/economic-impact/benchmark-reports/regional-results/>.
- 181- <https://www.albawaba.com/ar/>.
- 182- <https://www.albayan.ae/economy/local-market/2019-11-20-1.3705724..>
- 183- <https://www.emirates.com/ae/>.
- 184- <https://www.urtrips.com/emirates-airline/>.
- 185- <https://www.pointcheckout.com/ar/blog/lqf5if>.
- 186- <http://www.qmiles.travel/iwov-resources/temp-docs/press-kit/The%20Story%20of%20Qatar%20Airways%20-%20Arabic.pdf>.
- 187- <https://www.qatarairways.com/ar-ma/about-qatar-airways/awards.html>.
- 188- <http://www.qmiles.travel/iwov-resources/temp-docs/press-kit/The%20Story%20of%20Qatar%20Airways%20-%20Arabic.pdf>.
- 189- <https://wejhatt.com/?p=9670>.
- 190- <https://arabisklondon.com/arabic/>.
- 191- <https://www.qatarairways.com/ar/>
- 192- <https://al-sharq.com/>
- 193- <http://www.airalgeriecatering.dz/Pages/Article2.aspx?a=1>.
- 194- <https://airalgerie.dz/notre-compagnie/mot-du-president/>.
- 195- <https://www.echoroukonline.com>
- 196- <http://www.aps.dz/ar/economie/72935-2019-06-25-14-09-28>
- 197- <https://www.airalgerie.info/vol>
- 198- <https://www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20150406/36151.html>
- 199- <https://www.elhiwardz.com/national/61325/>.
- 200- <https://www.aljazairalyoum.com/>.
- 201- <https://www.dzairdaily.com/voyages-air-algerie-classement-grands-transporteurs-france-2020/>.

**الملاحق**

## الملحق رقم 01

داخلي : المنطقة أ المنطقة ب المنطقة ت

دولي : المنطقة ث المنطقة ج المنطقة خ المنطقة د المنطقة ذ المنطقة ر المنطقة س

### 1. داخلي

منطقة	من / الى	من / الى	
أ	الجزائر	عنابة، باتنة، بجاية بسكرة ، قسنطينة، الواد، غرداية، جيجل، الأغواط، مشرية، وهران، ورقلة، سطيف، تبسة، تيارت، تلمسان ، تقرت	
	قسنطينة	الشلف، غرداية	
	وهران	باتنة، بشار، بجاية، بسكرة، غرداية	
	تمنراست	جانت	
	حاسي مسعود	عين أميناس	
ب	الجزائر	أدرار، بشار، حاسي مسعود، عين صالح، تيميمون،	
	قسنطينة	حاسي مسعود	
	غرداية	أدرار، إليزي، تمنراست	
	وهران	أدرار، عنابة، قسنطينة، حاسي مسعود، تيميمون، ورقلة	
	ورقلة	جانت، إليزي، عين أمناس، عين صالح، تمنراست، أدرار	
	تمنراست	أدرار	
		عين صالح	
	تندوف	بشار	
	أدرار	برج باجي مختار	
	ت	الجزائر	جانت، إليزي، عين امناس ، تمنراست، تندوف
قسنطينة		تمنراست	
وهران		عين امناس ، تمنراست، تندوف	

## الملحق رقم 02

الأميال المكتسبة	الوجهة	الإطلاق	المنطقة
500	تونس	الجزائر	ث
653	الدار البيضاء	الجزائر	
630	طرابلس	الجزائر	
500	الدار البيضاء	وهران	
550	أليكانتي، برشلونة، مدريد، بالما	الجزائر وهران	ج
600	مرسيليا	عنابة	ح
631	ليون		
744	ميلهوس		
600	بورجو، مارسيليا، نيس، تولوز، مونبيليه	الجزائر	
605	روما		
632	ليون		
676	جنيف		
689	ميلان		
768	لشبونة	باتنة	
600	مرسيليا		
707	ليون	بجاية	
600	مرسيليا		
621	ليون	بسكرة	
758	ليون		
600	مرسيليا	شلف	
600	مارسيليا، نيس	قسنطينة	
658	ليون		
688	جنيف		
600	تولوز	وهران	
603	مونبيليه		
624	مرسيليا		
637	بورجو		
695	لطفيف		
760	ليون		
813	جنيف		
600	مرسيليا	سطيف	
660	ليون	تلمسان	
682	مرسيليا		