قطاع السياحة ورهان دعم التنمية المستديمة بالجزائر

أ / سليم العمراوي جامعة المسيلة

ملخص:

تشكل التنمية الشاملة محور اهتمام الباحثين ومتخذي القرار في ظل التغيرات والأحداث المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، وتسعى الدول على اختلاف مقوماتها الاقتصادية التركيز على قطاعات معينة دون الأخرى، من أجل توجيه المسار التنموي بالشكل الذي يتماشى فيه والمتغيرات الراهنة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، ومن بين هذه المتغيرات هناك زيادة شح انتاج قطاع النفط بشكل تدريجي، مما يحدث أثرا بسيطا على معدل النمو الاقتصادي العالمي في المدي القصير والمتوسط، غير أن الإحتمال القائم هو أن يكون لهذا الشح أثر سلبي كبير على المسار التنموي، وبالخصوص الدول النفطية التي تعتمد بشكل كبير على هذه المادة الاستراتيجية وغير المتجددة في رسم سياستها التنموية، على غرار ما هو في الجزائر، حيث تعتمد في صادراتها على قطاع المحروقات بنسبة 97%، وتشكل عائداته نسبة 47% من الناتج المحلي الإجمالي، وهو ما يوحي بإهمال شبه تام لقطاعات أخرى لا تقل أهمية.

ومن بين القطاعات الحيوية التي تؤدي دورا رياديا في عملية التنمية بالجزائر قطاع السياحة، هذا الأخير الذي يمثل حاليا أحد أهم مقومات الاقتصاد في العديد من دول العالم، بما تحققه من تدفقات مالية وخلق لمناصب شغل ودعم للاستثمار الأجنبي...الخ، غير أن الأمر يتطلب توفير البيئة السياحية الملاءمة للنهوض بهذا القطاع الفعال في بلدنا.

إن ما تتوفر عليه الجزائر من إمكانات مادية وبشرية وبيئية يؤهلها لأن تكون قطبا سياحا من الدرجة الأولى، إلا أن غياب الثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع الجزائري، يجعل من قطاع السياحة هامشيا ولا يؤدي الدور الحقيقي له، وما غذى هذا التغييب لقطاع السياحة في الجزائر هو الطابع الريعي للاقتصاد الوطني المعتمد على قطاع المحروقات، وبالخصوص في العشرية الأخيرة أين وصلت أسعار النفط إلى أسعارا قياسية فاقت عتبة الـــ 100 دولار للبرميل، مما درّ على

الخزينة موارد كبيرة جعلت البلد يعيش في بحبوحة مالية، غير أن العد التنازلي لنفاذ النفط يستدعي إعادة النظر في رسم السياسة التنموية، من خلال إيجاد قنوات جديدة من الموارد لدعم التنمية، ومن خلال ما تقدم يمكن طرح التساؤل الرئيسي لبحثنا كالآتي:

إلى أي مدى يمكن أن تساهم السياحة في دعم الاستراتيجية التنموية للجزائر على المدى المتوسط والمدى الطويل؟

Abstract:

In light of the increasing talk about the countdown to the entry into force of the oil has become necessary for those countries oil, Find the sectors of alternative development policies, and in a country like Algeria, tourism is the pioneer an alternative development view of the qualifications, and the enormous potential possessed by, Includes this research study and analysis of the general concepts related to tourism, and tourism development and status of this sector within the global economy, then Turning to the effective role of tourism in support of comprehensive development in all its aspects Economic social, environmental, and in the latter will shed light on the reality of tourism environment in Algeria, and the possibility of promoting the tourism sector to perform the role assigned to it along the lines of those countries the giant in the field of tourism, especially as we have the location, size, and diversity of environmental and political stability, security and human and financial resources, which allow us to be a global tourist pole of excellence in the future.

Key words: tourism, tourism planning, tourism development, the overall development.

مقدمة:

أصبح القطاع السياحي بديلا تنمويا فعالا في الكثير من الدول المتقدمة إذ يساهم في تنويع مصادر الدخل وتنشيط باقي القطاعات الاقتصادية من خلال الروابط بينها ودعم المسيرة التنموية بشكل عام، ويتجلى ذلك في تزايد اهتمام الدراسات العلمية الأكاديمية بأهمية السياحة

على مستوى الاقتصاد العالمي والاقتصاد المحلي. وتمتلك الجزائر مؤهلات معتبرة في مجال السياحة التي بإمكانها دعم الخزينة العمومية لو استعلت تلك الإمكانات على أحسن وجه، غير أن هذا الأمر يتطلب في الواقع بذل العديد من الجهود. وسنحاول في هذا البحث التعرف على المفاهيم المتعلقة بالسياحة والتنمية السياحية ومكانة هذا القطاع ضمن الاقتصاد العالمي، وإبراز دور السياحة في الرفع من معدلات النمو ودعم التنمية الشاملة في ظل شح الموارد الطبيعية، وكذلك الوقوف على الإمكانات والموارد المادية والبشرية والطبيعية التي تملكها الجزائر وإمكانية تسخيرها للنهوض بالسياحة كبديل تنموي على المدى المتوسط والمدى الطويل. وينقسم البحث إلى ثلاثة محاور أساسية هي على التوالي : مفاهيم عامة حول السياحة والتنمية السياحية، ودور القطاع السياحي في دعم عملية التنمية الشاملة، وأخيرا تحديات وعراقيل القطاع السياحي كبديل استراتيجي للتنمية في الجزائر.

أولا: مفاهيم عامة حول السياحة والتنمية السياحية.

أصبحت تنمية السياحة من المصادر الأساسية المشاركة في حركة التنمية الاقتصادية وخصوصا في الدول النامية، بحيث تمثل بديلا هاما للقطاعات الأخرى التي لا تمتلك فيها هذه الدول قدرات تنافسية كبيرة. فهي في الوقت الحالي الصناعة الأولى عالميا، ويبرز ذلك من الإحصائيات الخاصة بعدد السياح في العالم والتي تؤكد تجاوز عدد السياح 922 مليون سائح سنة 2008، ومن المتوقع أن يصل 1,6 مليار سائح سنة 2020[1].

1- ماهية السياحة: المفهوم والأنواع والمكانة:

أ- مفهوم السياحة والسائح: بدأت المحاولات الأولى لتعريف ظاهرة السياحة في الثمانينات من القرن التاسع عشر، وكان أول تعريف محدد للسياحة يعود للعالم الألماني جوبير فرويلر Guyer Freuler عام 1905 بوصفها "...ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام، وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وهي ثمرة تقدم وسائل النقل..."[2].

يعاب على التعريف السابق كونه أهمل الجوانب الاقتصادية المترتبة عن النشاط السياحي، وهو ما حاول العالم النمساوي شوليرن شراتنهومن Schullard.H.V التركيز عليه في تعريفه للسياحة عام 1910، حيث أشار إلى أن السياحة هي "...اصطلاح يطلق على العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة..."[3]. وقد ركز هذا التعريف على الجانب الاقتصادي ولكنه أهمل هو الأخر الجانب النفسي والثقافي للسياحة.

بعد هاذين التعريفين تعاقبت الكثير من التعاريف المختلفة والحديثة للسياحة من خلال كتابات الكثير من الباحثين، الهيئات الإقليمية والدولية خاصة الاقتصادية والسياحية أهمها:

- **تعريف منظمة السياحة العالمية (W.T.O)**: "...السياحة هي أنشطة المسافر إلى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى..."[4].
- **تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة (A.I.T)**: "...السياحة عبارة عن لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة؛ فهي مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار..."[5].

من خلال التعاريف السابقة يفهم بأن السياحة لها أكثر من تعريف واحد وكل منها يختلف عن الأخر بإختلاف الزاوية التي ينظر منها إلى السياحة، فالبعض ينظر إليها بوصفها ظاهرة اجتماعية، وآخرون يروها ظاهرة اقتصادية، ومنهم من يركز على دورها في تنمية العلاقات الإنسانية والثقافية بين الشعوب، غير أن الأمر المتفق عليه الكثير من التعاريف هو أن السياحة تنشأ للحصول على الراحة وليس للعمل، وأنها يجب أن لا تؤدي السياحة إلى إقامة دائمة ولا تكون لأقل من 24 ساعة.

ينتقل غالبية البشر سواء داخل القطر أو خارجه، فمنهم من ينتقل للحصول على عمل، ومنهم من يهاجر وآخرون لزيارة الأقارب، وهكذا تعددت الفئات البشرية التي تنتقل من مكان لأخر، والمهم هو تحديد الفئات التي تنتقل لأغراض سياحية، وقد تعددت الآراء حول تعريف وتحديد السائح، ومن أبرزها نجد:

- **تعريف يفاس تينارد (Yves Tinard)**: "...يمكن اعتبار السائح كل شخص ينتقل خارج محل إقامته لمدة لا تقل عن 24 ساعة، أو ليلة كاملة ولا تزيد عن 04 أشهر لأجل

أحد الأسباب التالية: المتعة، الصحة، المهمات والاجتماعات، رحلات الأعمال والتنقلات الخاصة، الرحلات الدراسية..."[6].

- **تعريف الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية (I.U.O.T.O)**: "...السائح هو أي شخص يزور دولة أو جهة أو مكان غير الأماكن التي تقع داخل محل إقامته المألوفة..."[7].

وبهذا تتضح الرؤى على أن السائح هو كل شخص يترك مكان إقامته المعتادة إلى أماكن أخرى، طلبا لإشباع حاجات نفسية وروحية من أجل تجديد نشاطه، أو لأغراض أخرى كتوسيع معارفه والترفيه عن النفس وزيارة الأهل والأصدقاء، وغيرها من الحاجات التي يسعى لإشباعها من خلال قيامه بالرحلة السياحية سواء داخل البلد أو خارجه.

ب– أنواع السياحة: بالنظر إلى التطورات الحاصلة في العالم وعلى مختلف مجالات الحياة البشرية، ظهور العديد من المتغيرات فقد تعددت أنواع السياحية تماشيا مع التغيرات العالمية، ومن أهم أنواع السياحة نذكر[8]:

- **السياحة الدينية**: تهدف إلى زيارة الأماكن الدينية المقدسة للحج أو أداء الطقوس الدينية.
- **سياحة الصحة والعلاج**: تعتبر من بين أهم أنواع السياحة نظرا لحصرها في أماكن محددة من العالم، حيث يقوم بها المريض لتوفير العلاج من الأمراض التي يعاني منها، متجها إلى مناطق تتميز بمناخها الصحي وغناها بالمياه المعدنية أو الأعشاب الطبيعية، والعيون الساخنة وحمامات الرمل، وغيرها التي تتميز ببعض الخصائص العلاجية.
- **السياحة التعلمية**: حيث يهدف من وراء السفر الدراسة في الجامعات والمعاهد أو التربص لدورات تعليمية أو تدريبية.
- **سياحة المؤتمرات والندوات**: تهدف إلى حضور المؤتمرات والندوات والاجتماعات العلمية والمهنية، الاقتصادية أو السياسية.
- **السياحة التاريخية**: هي سياحة أماكن التي شهدت أحداث تاريخية معينة، سياحة الآثار والمعابد التاريخية.

- **السياحة الرياضية:** هي انتقال السائحين إلى بلاد أخرى لممارسة رياضاتهم المفضلة كصيد الأسماك والحيوانات البرية والغطس تحت الماء والتزحلق على الجليد والتجديف والتخييم في الغابات والصحاري.
- **السياحة الترفيهية:** وهي التي يراد منها التمتع بالمناخ أو جمال الطبيعة الأمر الذي ينشأ لديهم الرغبة الدائمة في زيارة هذه المناطق والتمتع بها.
- **السياحة الفنية:** وتكون في الغالب لحضور الحفلات الفنية أو عروض الأزياء أو حضور المسارح.

ج- مكانة السياحة في الاقتصاد العالمي: حاليا تعتبر السياحة من أكبر القطاعات الاقتصادية توفيرا لفرص العمل حيث تستوعب حوالي 11% من إجمالي العمالة على مستوى العالم، وكذلك لكونها تعتمد بالدرجة الأولى على المورد البشري، ولتشعب هذه الصناعة وتداخلها مع العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى، وتساهم السياحة بما نسبته 6% من إجمالي الناتج العالمي، و ما نسبته 10% من قيمة الصادرات العالمية من السلع والخدمات حسب إحصائيات المنظمة العالمية للتجارة، ويمثل دخل السياحة المصدر الأول للعملات الأجنبية لحوالي 38% من دول العالم، ومن أكبر خمس مصادر لبقية الدول، وتتجلى أهمية السياحة تكفي الاشارة إلى النمو السريع لعدد السياح منذ النصف الثاني من قرن الماضي، حيث انتقل من 25 مليون سائح عام 1950 إلى 213مليون سائح عام 1975، وإلى 703مليون سائح عام2003م، ومن المتوقع حسب دراسات منظمة السياحة العالمية WTO فقد تجاوز العدد مليار سائح عام 2010، ومن المتوقع أن يصل لأكثر من 1.56 مليار سائح عام 2020.

القارات والأقاليم	1995	2010	2020
إفريقيا	20.2	47	77.3
الأمريكيتين	108.9	190.4	282.3
شرق آسيا والباسفيك	81.4	195.2	397.2
أوروبا	338.4	527.3	717.2

الشرق الأوسط	12.4	35.9	68.5
جنوب آسيا	4.2	10.6	18.6
العالم	565.4	1006.4	1561.1

جدول(1): توقعات أعداد السياح في العالم حسب القارات والأقاليم (مليون سائح)

Source: **World Tourism Organization**.

من خلال الجدول يتبين بأن السياحة في تطور مستمر في مختلف جهات العالم، وهي تتركز بالدرجة الأولى في الدول الأوروبية، وشرق آسيا والباسفيك والأمريكيتين، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على الاهتمام الكبير بقطاع السياحة بمختلف أنواعها في هذه المناطق.

2- مفهوم التنمية السياحة وعناصرها:

إن التنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية، وهي بدورها متغلغلة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية، فإذا كان مفهوم التنمية الاقتصادية يعني استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة في المجتمع أحسن استخدام ممكن، بحيث تدر أكبر عائد ويستفاد منها أكبر استفادة ممكنة لزيادة مستوى الدخل والتشغيل في المجتمع، فإن مفهوم التنمية السياحية يعني: "...تعظيم الدور الذي يمكن أن يؤديه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد الوطني، من حيث تحسين ميزان المدفوعات وزيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية والمحلية وخلق فرص عمل جديدة مباشرة وغير مباشرة، والزيادة في التوسع العمراني عن طريق خلق مناطق جذب سياحية وسكانية في المناطق النائية..."[9].

مما سبق يمكن تعريف تنمية السياحة بأنها: "...مختلف التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير وإنتاج وتسويق البضائع والخدمات، لخدمة احتياجات ورفاهية السياح..."[10].

وتقوم التنمية السياحية على مجموعة من العناصر الأساسية يمكن تلخيصها في عدة نقاط كما يلي[11]:

أ- عناصر الجذب السياحي: وتشمل العناصر الطبيعية مثل: أشكال السطح والمناخ والغابات، وعناصر من صنع الإنسان كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية؛

ب- النقل: بأنواعه المختلفة بري، بحري وجوي؛

ت- أماكن النوم: سواء التجاري منها كالفنادق، أو أماكن النوم الخاصة مثل بيوت الضيافة؛

ث- التسهيلات المساندة: بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والبنوك؛

ج- خدمات البنية التحتية: كالمياه والكهرباء والاتصالات.

يضاف إلى كافة هذه العناصر الجهات المنفذة لصناعة السياحة، فتنمية السياحة عادة ما تنفذ من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معا.

3- متطلبات التنمية السياحة وأهدافها:

لا شك في أن أي نشاط استثماري يبحث عن الضمانات والحوافز، والاستثمار في القطاع السياحي وفي أي مكان تستدعي توافر الاستقرار السياسي، والمناخ الملائم للاستثمار إلى جانب محفزات أخرى من بينها المنظومة القانونية والتشريعات المتعلقة بالاستثمار، وتوافر بنية تحتية ملائمة ووعي سياحي عام بين مختلف شرائح المجتمع المستقبل للسياح، وتبسيط الإجراءات الرسمية الخاصة بالانتقال والدخول وفترة الإقامة المسموح بها. كما أن بعث الاستثمار في القطاع السياحي يستند إلي الترويج له في الداخل والخارج، وبشكل عام ربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية لمختلف القطاعات.

إن التنمية الـ سياحية في حد ذاتها هدف كما تعد مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر ألا وهو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة. وتختلف أهداف التنمية السياحية وأساليب تحقيقها من دولة إلى أخرى ومن وقت إلى آخر داخل نفس الدولة ويرجع هذا إلى جملة من العوامل أهمها اختلاف الدول في مكونات عرضـــها الســـياحي وإمكانياتها التنموية وموقعها من الأ سواق الم صدرة لل سائحين بالإ ضافة إلى ظروفها الداخلية الاقت صادية والاجتماعية والبيئية وغير ها، فمثلا نجد بعض ا لدول تهدف من عمليات التنمية إلى جلب أكبر عدد ممكن من

الـ سواح، مما ينتج عنه العديد من المـ شاكل الاقتـ صادية والاجتماعية والثقافية والبيئية، في حين تهدف دول أخرى إلى جذب عدد محدود من السائحين من ذوي الدخول المرتفعة.

وفي الغالب يمكن تقسيم أهداف التنمية السياحية إلى قسمين[12]:

أ- **أهداف عامة**: و هي تشمل كل ما تسعى التنمية السياحية إلى تحقيقه بصفة عامة مثل:

- تحقيق نمو سياحي متوازن؛
- تدعيم الآثار الاقتصادية للسياحة؛
- زيادة فرص العمل والتغلب على البطالة؛
- الحفاظ علي تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحة في مواجهة المنافسة الدولية؛
- زيادة الدخل السياحي الإجمالي؛
- تنمية البنية الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة للزوار والمقيمين بالدولة.

ب- **أهداف محددة**: وتمثل هذه الأهداف تفـ صيل وتحديد للأهداف العامة الـ سابقة، حيث تحدد بنـ سب مئوية يراد تحقيقها سنويا أو أقل، وهي بذلك تـ سهل عملية قياس معدلات الأداء. ولبلوغ الأهداف السـابقة هناك مجموع من المحاور التي تمثل الإطار المتكامل الذي يجب أن تسير عليه سياسات التنمية السياحية بمختلف الدول، وتتمثل في[13]:

- **زيادة عدد الـ سائحين**: تـ سعى الدول من خلال سيا سات التنمية الـ سياحية إلى زيادة أعداد الـ سائحين الوافدين إليها سواء أكان من الأ سواق التقليدية أو من خلال فتح أ سواق جديدة، فبالنـ سبة للأ سواق التقليدية وقـ صد تو سيع حجم الطلب بها نحو البلد يجب عرض منتجات سياحية جديدة؛ أما عن فتح أ سواق جديدة فيتم من خلال مد النشاطات التسويقية للدولة السياحية إلى مختلف الأسواق السياحية الجديدة.
- **تمديد متو سط مدة الإقامة**: يعد متو سط الإقامة من المعايير الفعالة في قياس مـ ستوى النشاط السياحي في أي بلد، إذ يعبر عن مدى قبول المنتج السياحي من قبل السائحين، وبما أن المغريات السـياحية لا تقاس بالكم أو بالحجم بل بالكيفية والمسـتوى، فقد حر صت البلدان الـ سياحية إلى زيادة فاعلية عنا صر الجذب الايجابية للحركة الـ سياحية، والتقليل المـ ستمر من عنا صر الطرد الـ سلبية بهدف بناء صناعة سياحية قوية تحقق أعلى نـ سبة ر ضا من قبل الـ سائحين، ويتم ذلك من خلال تحـ سين وتطوير المناطق الـ سياحية

التقليدية أولا، ثم التركيز علي خلق مناطق جديدة تكون مزودة بكافة المستلزمات وبأسعار تنافسية لما يقدمه الآخرون.

- **زيادة متو سط الإنفاق اليومي لل سائح**: يلعب متو سط الإنفاق اليومي لل سائح دورا هاما في تعظيم وتقليل الناتج الاقتصادي من السياحة، ويتوقف متو سط الإنفاق اليومي لل سائح على عدة عوامل يتعلق بع ضها بال سائح نف سه، في حين يتعلق البعض الآخر بمدى توافر مجالات الإنفاق التي تجذب ال سائحين. فالعرض هنا يخلق الطلب ويؤثر فيه، وتعمل مختلف الدول على رفع م ستوى إنفاق ال سائح اليومي، من خلال التركيز على اجتذاب السائحين ذوي الدخول المرتفعة أو العمل على حث الطلب، وذلك عن طريق إعداد مختلف المناطق السياحية وتهيئتها بمراكز البيع والاهتمام بكافة مجالات إنفاق السائحين.
- **الزيادة المستمرة في ا ستخدام المكون الوطني من سلع وخدمات في عمليات البناء وإدارة الكيان ال سياحي**: فجل الدول ال سياحية تحرص علي ا ستخدام مواردها المحلية عند إقامة وتشييد وصيانة مكونات العرض السياحي بها.
- **المساهمة الفعالة في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية**: بحيث تتميز صناعة السياحة ناجحة في أي دولة سياحية بقدراتها على التفاعل مع م شاكل المجتمع، وم ساهمتها في حل مختلف المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدولة، كذلك الحال بالنسبة لسياسة التنمية السياحية، إذ لا نحكم على نجاح أو فشل تجربة التنمية السياحية بالدولة من خلال عدد ال سائحين أو الليالي ال سياحية، بل من خلال دورها في حل م شكلات اجتماعية، كخلق فرص عمل متزايدة ومستقرة وتنمية مناطق نائية أي تحقيق تنمية إقليمية متوازنة فضلا عن دورها التقليدي في دعم ميزان المدفوعات وتوفير العملة الصعبة.

4- التنمية السياحية المستدامة:

غدت السياحة المستدامة منهجا تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية، وعلى غير ما يعتقد الكثير فإن تطبيق مفهوم التنمية السياحية المستدامة لا يعد مكلفا من الناحية المالية، فله عائده المالي والمعنوي، ويعود بالربح والفائدة على المؤسسات السياحية.

حيث تعرف التنمية السياحية المستدامة والمتوازنة على أنها تنمية يبدأ تنفيدها بعد دراسة علمية كاملة ومخططة داخل إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الدولة ككل، أو داخل أي إقليم من الدولة تجتمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية، وعرفها الاتحاد الاوروبي للبيئة والمنتزهات القومية سنة 1993م بأنها نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي، ويرتقي بالبيئة المعمارية[14].

إن تطبيق مفهوم التنمية السياحة المستدامة يعتمد على ثلاثة جوانب هامة[15]:

أ- البعد (العائد) المادي: لأصحاب المشاريع السياحية؛

ب– البعد الاجتماعي: على اعتبار أن هذه المؤسسات هي جزء من المجتمع المحلي، وعليها الاستفادة من الخبرات والكفاءات المحلية ما أمكن، بالإضافة إلى إشراك المجتمع المحلي والأخذ برأيه؛

ج– البعد البيئي: حيث تعامل هذه المؤسسات على أنها جزء من البيئة، وبالتالي يجب عليها المحافظة على الموارد الطبيعية من ماء وطاقة ونباتات وأحياء طبيعية، لدرء أي خطر ناتج عن مشاكل التلوث والتدهور.

ولهذا فإن التنمية المطلوبة سياحيا هي التنمية السياحية المستديمة وهي التنمية التي تلبي الحاجات السياحية للجميع وطموحاتهم دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة في تلبية تلك الحاجات، وتحقيق تلك الطموحات، لذا فإن التنمية السياحية المستديمة تتطلب:

- وضع الخطط السياحية لتحقيق الحاجات الآنية والمستقبلية للسياح؛
- التقليل إلى الحد الأدنى من الآثار المضرة بالهواء والماء، وغيرها من المصادر السياحية الطبيعية، وذلك للحفاظ على السلامة الكاملة للبيئة الطبيعية؛

- تستدعي التنمية السياحية المستديمة حماية الأنواع النباتية والحيوانية، إذ يمكن أن يؤدي فقدان أنواع النبات والحيوان إلى الحد بشكل كبير من خيارات الأجيال المقبلة؛
- نشر القيم التي تشجع استغلال المصادر السياحية البشرية والطبيعية ضمن حدود الإمكانات البيئية وخلق التناغم بينهما؛
- تحديد الحد الأقصى لاستغلال المصادر السياحية بعد الأخذ بعين الاعتبار الآثار الواسعة الاستغلال على النظام البيئي؛
- ضرورة وجود تناغم بين التطورات السكانية والإمكانات الإنتاجية للنظام البيئي.

المحور الثاني: دور السياحة في دعم عملية التنمية الشاملة

قبل التطرق إلى الدور الهام للسياحة في عملية التنمية الشاملة لابد من الوقوف على مجموع المقومات التي يحتاجها أي قطاع سياحي في العالم، حيث ترتكز السياحة على مقومات بعضها طبيعي والآخر بشري ومادي، ويمكن تفصيل هذه المقومات كالآتي[16]:

- **المقومات الطبيعية:** تمثل كل الظروف المناخية و تمايز الفصول، مناطق دافئة، حمامات معدنية... الخ، أي كل مظاهر جذب السائحين.
- **المقومات البشرية:** تتمثل في الجوانب التاريخية، كالآثار والمعالم والشواهد والأطلال والفنون الشعبية بأنواعها المختلفة والثقافات والعادات لدى السكان.
- **المقومات المالية والخدماتية:** تتمثل في مدى توافر البنى التحتية (مثل : المطارات، النقل البري والجوي) ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران... الخ، ومدى توافر الخدمات المكملة مثل البريد والإطعام والفنادق والمقاهي ومراكز الترفيه والتسلية.

كما تستند السياحة إلى قدرات الدول المختلفة على تشجيع القطاع السياحي بما تقدمه من تسهيلات ومستوى تنافسي للأسعار، وقدرة دعائية على مختلف وسائل الأعلام قصد جذب السائحين، مواصلات سهلة، أمن واستقرار ورعاية صحية كاملة...الخ. وكنتيجة لملائمة العوامل المؤثرة على الطلب السياحي منذ بداية الحرب العالمية الثانية عرفت السياحة الدولية تطورا هاما

من الناحية النوعية، فالعرض السياحي عرف تنوعا على مستوى الإيواء و الإطعام والنقل والنشاطات ...الخ.

كما أن الدلائل العلمية وتجارب الدول في العالم تشير إلى التزايد الملحوظ في الدور الهام الذي تؤديه السياحة بصفة عامة، في قضايا التنمية بمفهومها الشامل في اقتصاديات الدول، والذي يمكن تلخيصه في المحاور التالية:

1- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية:

تساهم السياحة بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة، من خلال أنواع التدفقات النقدية الأجنبية المحصلة سواء من مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة، أو الإيرادات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول، والإيرادات الأخرى للفنادق من قبل السائحين، إضافة إلى الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية وفروق تحويل العملة[17].

تظهر الإحصائيات المتعلقة بالسياحة الأثر الاقتصادي لها في زيادة الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي، حيث أن دخل السياحة أصبح يمثل المصدر الأول للعملات الأجنبية لحوالي 38% من دول العالم، وهو من أكبر خمس مصادر لبقية الدول[18].

2- نقل التقنيات التكنولوجية:

سوق التقنية سوق احتكاري ليس من السهل شراء واكتساب التقنية فيه، والشركات التي تستثمر في الخارج يفترض أنها تستأثر بامتلاك قدرات فنية غير متاحة للآخرين. فعلى المستوى السياحي يمكن أن يدفع وجود الشركات الأجنبية في مجال تسويق وإنتاج الخدمات السياحية وإدارة مرافقها الشركات الوطنية إلى تحديث وتطوير أنظمتها الحالية حتى تستطيع الاستمرار في السوق، وتبرز أهمية العقود الإدارية بصفة خاصة في هذا الشأن كأسلوب لنقل التقنيات التكنولوجية في مجال إدارة الفنادق، ومن أمثلة هذه العقود ما هو مطبق بالنسبة لسلسلة فنادق الهيلتون في جميع أنحاء العالم[19].

3- العمالة:

تعتبر السياحة من أكبر القطاعات الاقتصادية في توفير فرص العمل حيث تستوعب 11% من إجمالي القوى العاملة على مستوى العالم، وذلك لكونها تعتمد بالدرجة الأولى على المورد البشري ولتشعب هذه الصناعة وتداخلها مع العديد من الصناعات الأخرى. وسيبلغ عدد العاملين في قطاع السياحة حسب تقديرات منظمة السياحة العالمية حوالي 202 مليون عامل بنهاية 2010م، كما أنه من المتوقع طبقا لإحصائيات مجلس السياحة والسفر العالمي للسياحة أن تستوعب تقريبا 11,8% من إجمالي التوظيف العالمي بحلول سنة 2014[20].

إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية، وكذلك المشروعات الأخرى المرتبطة بها، يساعد في خلق العديد من فرص العمل الجديدة، والذي يترتب عنه هو الآخر ارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية وغيرها من الآثار والمنافع الأخرى، والتي تؤدي إلى تحقيق درجة عالية من السلم الاجتماعي وتعزز ثقة الشعوب بقياداتها.

4- المساهمة في تحقيق وتنمية التوازن الاقتصادي بين المناطق:

في حالة قيام الدولة بتوزيع المشروعات السياحية الجديدة في المناطق المختلفة من الوطن، فإن هذا يؤدي إلى تنمية وتطوير هذه الأقاليم، أي أنه يؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة وتحسين مستوى المعيشة واستغلال الموارد الطبيعية المتوفرة بهذه الأقاليم وتنمية وخلق مجتمعات حضارية جديدة وإعادة توزيع الدخول بين المناطق الحضرية والريفية.

ومما لا شك فيه فإن تحقق درجة معينة من التنمية الاقتصادية لمختلف الأقاليم يساهم مساهمة بناءة في تحقيق التوازن الاقتصادي بين مناطق الوطن وحل الكثير من المشاكل فيه، كما لا يمكن تجاهل الآثار الاقتصادية المتوقعة لتطور النشاط السياحي في خلق أنواع متعددة من العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى، والتي ينجر عنها مجموعة من المنافع كتشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية، وتنويع استخداماتها واستغلال الموارد الطبيعية وخلق استخدامات جديدة لها، مما

يسمح بارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات كتوسع وزيادة الضرائب، ويساهم في تنمية القطاعات الأخرى المساعدة للقطاع السياحي[21].

إن نجاح قطاع السياحة في تحقيق التكامل بينه وبين القطاعات الأخرى يتوقف على قدرة هذه الأخيرة على تلبية احتياجاته المختلفة من حيث الكم والنوع والتوقيت.

5- تحسين ميزان المدفوعات:

إن السياحة كصناعة تصديرية تساهم في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة نظرا لتدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية والإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين، بالإضافة إلى المنافع التي يمكن تحصيلها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى. ويبين الجدول الموالي تطور عائدات قطاع السياحة للعشر دول الأكبر عائدا لسنتي 2008 و2009:

المرتبة	الدولة	العائد سنة 2008م	العائد سنة 2009م
01	الولايات المتحدة الأمريكية	110	93,9
02	اسبانيا	61,6	53,2
03	فرنسا	56,6	49,4
04	ايطاليا	45,7	40,2
05	الصين	40,8	39,7
06	ألمانيا	40	34,7
07	المملكة المتحدة	36	30
08	استراليا	24,8	25,6
09	تركيا	22	21,3
10	النمسا	21,6	19,4

المجموع	459,1	407,4

جدول (2): العائدات السياحية للعشر دول الأكبر عائدا لسنتي 2008 و2009. (الوحدة: مليار دولار أمريكي)

Source: *Faits Saillants,* ***WTO***, Edition 2010, P. 05.

يتضح من الجدول السابق الحجم الهائل من مداخيل السياحة في بعض الدول والتي تساهم في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بها، ويتضح أيضا بأن أحسن الدول من حيث مداخيل السياحة هي من الدول المتقدمة اقتصاديا، حيث تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في المركز الأول تليها كل من اسبانيا فرنسا وايطاليا، وقد بلغ حجم العائدات السياحية بالنسبة للدول العشر الأولى 459,1 مليار دولار بالنسبة لعام 2008، و407,4 مليار دولار بالنسبة لسنة 2009.

ويلاحظ من الشكل الموالي، هيمنة المنطقة الأوربية على عدد السائحين على المستوى الدولي بنسبة 51% متبوعة بالقارة الآسيوية مع الباسيفيك بنسبة 22% ثم أمريكا بـــ 16% والشرق الأوسط بنسبة 06%، بينما تأتي قارة إفريقيا بأضعف نسبة وهي 05%، رغم توفر المقومات السياحية الطبيعية بها.

الشكل (1): توزيع السياح والتدفقات السياحية الدولية حسب الأقاليم الجغرافية.

Source: **World Tourism Organization**

أما بالنسبة لدور السياحية في قضايا التنمية الاجتماعية والثقافية والسياسية فيتمثل في أن[22]:

أ- السياحة مطلب اجتماعي ونفسي هام من أجل استعادة الإنسان لنشاطه وعودته للعمل بكفاءة من جديد؛

ب- السياحة تساهم في الحد من ظاهرة البطالة، وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين؛

ت- السياحة تعد أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات والتقاليد بين شعوب وأداة لإيجاد مناخ مشـــعب بروح التفاهم والتســـامح بينهم، كما تعتبر كذلك أداة للتبادل المعرفي أي تداول العلوم والمعارف؛

ث- السياحة تعمل على انتشار ثقافات الشعوب وحضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة، كما تعمل على دعم التعارف بين الشـــعوب، وتوطيد العلاقات وتقريب المســـافات الثقافية بينها؛

ج- السياحة تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الدول، كما تساهم السياحة في حل الكثير من المشكلات السياسية من خلال نتائجها الإيجابية على المستوي الاقتصادي والاجتماعي.

المحور الثالث: تحديات وعراقيل القطاع السياحي كبديل استراتيجي للتنمية في الجزائر

تتوفر الجزائر على إمكانات سياحية عظيمة، إلا أن عدم الاهتمام بها خلال مسارها التنموي حال دون الاستفادة منها والتعرف على مكنوناتها محليا ودوليا. فهذا القطاع الحيوي والمنتج في عديد الدول المتقدمة بقي مهمشا بالجزائر رغم توفر عدة حوافز، مثل تنوع التضاريس بالبلاد (الشريط الساحلي، المرتفعات الداخلية، الصحراء الشاسعة) وما تزخر به كل منطقة من معالم سياحية متنوعة. ويعاني هذا النشاط الاقتصادي من عديد المشاكل والمعوقات، ولا بد من التغلب عليها حتى تتبوأ السياحة مكانتها كبديل تنموي استراتيجي على المدى الطويل.

1- السياحة في الجزائر: مقومات ضخمة ومساهمة ضعيفة:

تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض المتوسط وتحتل مركزا محوريا، حيث تتوسط الجزائر دول المغرب الكبير على مساحة تصل إلى 2381741 كم^2، وشريط ساحلي يمتد على مسافة 1200كلم على ضفة البحر الأبيض المتوسط، وتتراوح المسافة سواء بين الشرق والغرب أو بين الشمال والجنوب ما بين 1500 و 2000 كلم على التوالي، تجعل الجزائر من أكبر الدول

الافريقية مساحة، ويحد الجزائر من الشمال البحر الأبيض المتوسط، ومن الشرق تونس وليبيا، ومن الغرب المغرب الأقصى، والجنوب الغربي الصحراء الغربية وموريطانيا، ومن الجنوب مالي والنيجر. إن هذا الموقع المتميز للجزائر جعلها تزخر بتنوع مناخي وطبيعي مذهل إذ يضم الشمال التل والمناطق السهلية وله مناخ متوسطي يبلغ متوسط درجة الحرارة السنوية 18 درجة مئوية، ويسود بالهضاب العليا فصل بارد ورطب، كما تمثل الصحراء الجزء الأعظم من الجزائر ويغلب عليها المناخ الصحراوي الذي تفوق فيه درجة الحرارة 40 درجة.

إن الجزائر تزخر بثروات ومناظر خلابة ومتنوعة، بين السهول والهضاب والجبال والغابات، بالإضافة إلى التنوع النباتي والحيواني والبيولوجي، وحتى العرقي والحضاري، مما يؤهلها لأن تصبح قطبا سياحيا من الطراز الأول، وبلدا عملاقا سياحيا إن تم استغلال هذه الثروات بشكل رشيد.

ويعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة للناتج المحلي الإجمالي وبشكل ملحوظ في عدد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء إذ تشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10^{23}%. وبالنسبة للجزائر فمساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات تعد جد ضعيفة كما يتضح من الجدول الآتي:

السنة	2000	2002	2003	2004	2006	2008	2009
المساهمة في الناتج المحلي الاجمالي	1,4	1,6	1,7	1,8	1,02	2,05	2,3
رصيد الميزان السياحي	-91	-137	-143	-163	-166	-94	-

جدول (3): مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات بالجزائر أثناء فترة 2000-2009 (الوحدة: %).

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات مصلحة الاحصائيات بوزارة السياحة والصناعات التقليدية، أفريل 2011.

يتضح من خلال الجدول السابق بأن مساهمة الإيرادات في الناتج المحلي الإجمالي تمثل نسبة متدنية جدا و لم تتجاوز 2,3% كحد أقصى خلال الفترة، كما أن مساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات كانت سالبة على طول الفترة.

إن ضعف مردودية القطاع السياحي ومحدودية مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي تعود أساسا إلى أن هذا القطاع لم يكن له أي دور في التنمية الاقتصادية منذ الاستقلال، ومرد ذلك اعتماد الدولة على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد بوتيرة أسرع، وذلك عكس كثير من الدول العربية غير النفطية كالمغرب ومصر وتونس، البحرين والأردن والتي تقترب أو تفوق فيها مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لها من المتوسط العالمي، وهي تعكس الأهمية التي أولتها كل دولة منهم للقطاع السياحي ضمن الأولويات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية منذ زمن بعيد على عكس الجزائر، حيث لم يستفد القطاع من الاهتمام المطلوب إلا في وقت متأخر، مما انعكس سلبا على النتائج المحققة في هذا النشاط.

إن فشل سياسيات ترقية السياحة كالاستثمار والشراكة والخوصصة للقطاع في فترة التسعينات وبعد عودة الأمن والاستقرار نسبيا عملت الدولة الجزائرية على إعادة بعث القطاع السياحي، ولقد تم صياغة خطة حول تطوير قطاع السياحة في أفاق 2010م في شكل وثيقة بعنوان "**مخطط أعمال التنمية السياحية المستدامة في الجزائر أفاق 2010**". ولكن بعد سنتين من تنفيذه بدا ضروريا إدخال بعض التعديلات من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الأفاق بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستوى الداخلي والخارجي ليصبح مخطط أعمال لأفاق 2013م، وتماشيا مع ذلك قامت وزارة السياحة ببعث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بداية من جانفي

2008م قصد ضمان تحقيق الأهداف فيما يخص تنمية السوق السياحية في الجزائر وتأطير عملية التنمية السياحية.

2- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025م :

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية، فبموجبه تقوم الدولة بعرض رؤيتها للتنمية السياحية لمختلف الآفاق وتحديد وسائل تطبيقها لجعل الجزائر بلد استقطاب للسياحة الدولية، وقد تضمن ما يلي:

أ- المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية: لا تبنى السياحة على ترتيب غير محكم فهي ترتكز على استراتيجية، وقد بنيت هذه الأخيرة في الجزائر على مفهوم جديد للسياحة الجزائرية بالاستفادة مما تمتلك من مؤهلات لتحقيق متطلبات وتوقعات الزبائن المحليين والدوليين. ويرمي هذا المفهوم إلى التموقع في الفروع السياحية الجديدة الواعدة والاستفادة من تجارب البلدان المنافسة في حوض البحر المتوسط، مع إجراء تكييف يتماشى مع توجهات الاستهلاك والطلب السياحي الدولي والمحلي والتوفيق بينهما.

إن الجزائر كبلد جديد مستقبل للسياح يتوجب عليها تنويع العرض السياحي الوطني، وكذا زبائنها حتى يكون النشاط السياحي أقل هشاشة وأكثر تفاعلية ومرونة في مواجهة التغيرات المفاجئة للسوق. فمن حيث العرض السياحي يتوجب عليها من جهة تنويع الوجهات (الساحل، الجنوب)، ومن جهة أخرى التوجه لاستقطابات جديدة للامتياز والنوعية في السياحة الحديثة مثل الغولف والأنشطة المائية والتحليق الجوي. أما من حيث الزبائن فيمكن أن تعتمد على أربعة أنواع من الزبائن والسياح المستهلكين وهم[24]:

- **زبائن محتملين:** زبائن السوق المحلية، والتي يتوجب المحافظة عليهم بعروض التسلية المتنوعة وسهلة المنال.
- **الجالية الجزائرية:** المقيمة بالخارج والواجب إقناعها بالتوجه أكثر لبلدها الأصلي لقضاء العطل.

- **زبائن محتملين:** من المنطقة الأورو- متوسطية وبلدان الخليج، حيث وحدة الثقافة واللغة وسهولة الوصول تجعل الجزائر سوقا مفضلة.
- **زبائن أكثر بعدا:** كأمريكا الشمالية، وبشكل أساسي كندا وآسيا، وهي سوق في أوج توسعها.

ب- الفاعلون الخمس في ترقية المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية: إن إضفاء الديمومة على تنمية مختلف فروع السياحة للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية يستوجب معرفة الفئات المطلوب إقناعها، وهي خمس فئات أولها السياح الذين يتحولون إلى "مستهلكين-فاعلين" بدلا من مجرد مستهلكين تتجاذبهم عروض مختلف الوجهات المنافسة، وهي فئة تحتاج إلى الطمأنينة. أما الفئة الثانية فهم الموجهون من وكالات أسفار وناقلين ومرشدين وصحفيين وقادة رأي ووسطاء، وهي في حاجة ماسة إلى مؤشرات قوية عن تحسين التنظيم السياحي. وتضم الفئة الثالثة المستثمرين الراغبين في ضمان مقابل عن الاستثمار السريع والأمن، وتليها الفئة الرابعة التي تشمل أرباب الفنادق وأصحاب المطاعم والناقلون. وتمثل الفئة الأخيرة المواطن والذي يحتاج إلى تحسيس بالنتائج الايجابية للسياحة وبآثارها السيئة المحتملة، كما يجب إعلامه بإمكانية مساهمتها المباشرة في النهوض بسياحة نوعية مستدامة.

ت- الحركيات الخمس للتفعيل السياحي للجزائر: تشكل الحركيات الخمس الطريق لإنعاش سريع ومستدام للسياحة مدعومة بعودة الجزائر للساحة الدولية، ولإعادة الاعتبار للمكان والدور الذي يتعين على السياحة أن تؤديه ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، وتتمثل هذه الحركيات الخمس في :

- **مخطط وجهة الجزائر:** تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية من فوضى وانعدام الأمن والانغلاق، وأيضا من غياب الصورة والاستثمارات السياحية، ولذلك يجب عليها الاعتماد على مميزاتها القوية من مناخ معتدل ومتنوع ومواقع جذابة وتنوعها الثقافي وسهولة الوصول إليها بغية تقويم صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة.

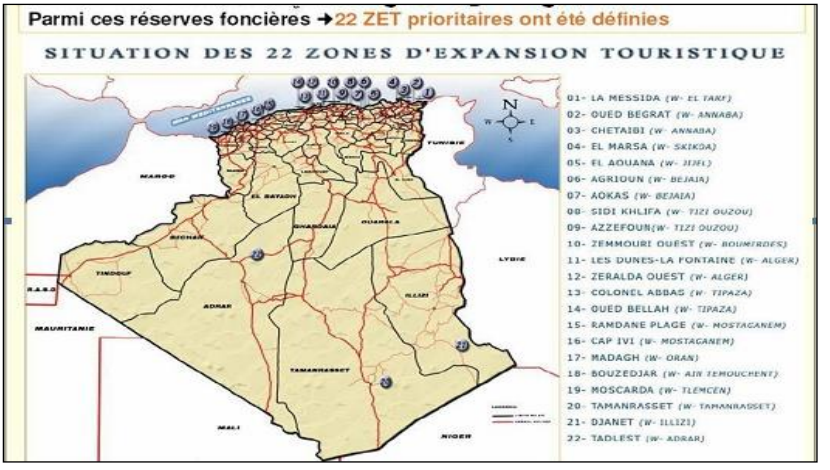
إن تثبيت الجزائر كوجهة كاملة يمر بالضرورة عبر وضع استراتيجيات ترقية واتصال، لتكوين وجهة سياحية تنافسية تكون أبرز ملامحها الأصالة والابتكار والنوعية؛ وبعبارة أخرى الأمر يتعلق بإعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر بفضل استراتيجية التسويق السياحي لإعطاء رؤية

وقراءة لختم الجزائر، ومن أجل ذلك يجب ابتكار علامة منتج وتسجيله كمنتوج جزائري سياحي مزود بشعار، ويمكن للشعار القديم بعد تصحيحه أن يشكل قاعدة عمل لمخطط التسويق[25].

- **الأقطاب السياحية للامتياز**: القطب السياحي هو "تركيبة من القرى السياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزود بتجهيزات الإقامة والتسلية والأنشطة السياحية، ويستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له ذلك الإشعاع على المستوى الدولي والوطني"[26].

وانطلاقا من تهيئة مجموعة الأقطاب فستمثل الانطلاقة التي سوف تدفع بالنهوض السياحي في كافة الأقاليم، على أن يمنح كل قطب الأولوية لتطوير الفروع الواعدة والغالبة، ويشجع على التنوع دون التركيز فقط على النوعية الفاخرة، مع الحفاظ على هوية كل قطب وميزاته والتبادلات السياحية بين الأقطاب.

ومن أجل تجسيد استراتيجية الأقطاب السياحية تم تحديد 22 منطقة توسع سياحي كمرحلة أولى (خريطة رقم 1) تتوسع بين 19 منطقة على الشريط الساحلي و03 مناطق بالصحراء، وإنشاء صندوق لتدعيم الاستثمار السياحي وخلق مجلس وطني للسياحة.



خريطة (01): مناطق التوسع السياحي بالجزائر.

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، استراتيجية التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر، جانفي، 2001.

إن اختيار تركيز الوسائل في الأقطاب (على المستوى الوطني) إنما يرمي إلى النهوض السياحي لكافة التراب الوطني الجزائري وتفعيل السياحة، كون هذه الأقطاب تشكل روافع التنمية السياحية، وقد تم في هذا الصدد الانطلاق في 80 مشروع سياحي في 7 أقطاب تمثل المشاريع ذات الأولوية للفترة 2008-2015[27].

- **مخطط نوعية السياحة:** تعد النوعية مطلبا ضروريا في الدول السياحية الكبيرة، فهي الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني والذي يعاني الكثير من النقائص والتي يعكسها تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي الصادر بعنوان "الأسفار و السياحة تقرير التنافسية 2009" عن تنافسية قطاع السياحة، والذي احتلت الجزائر فيه المرتبة 115 من 133 دولة شملها التصنيف[28].

وتهدف الحركية الثالثة من خلال الارتكاز على التكوين، والتعليم وإدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم إلى[29]:

- إطلاق مخطط النوعية السياحية مع الرغبة في الانضمام لعلامة موحدة النوعية السياحية؛
- التموقع منذ الآن ضمن منظور تحسين النوعية والعرض السياحي وتشجيع ترقيته في الجزائر وفي الخارج؛
- بعث ديناميكية تقويم وترقية الوجهة السياحية في الخارج.

ويعد مخطط تكوين النوعية حجر الزاوية الأول في مخطط النوعية السياحية، فبقصد الاستجابة للهدف المادي والنقدي في مخطط الأعمال 2025م أصبح تكوين المورد البشري أمرا ضروريا، وقد حددت ثلاث أهداف استراتيجية للتكوين للوصول إلى الحرف السياحية الحقيقية وتحضير الجزائر سياحيا، وتتمثل هذه الأهداف في تعزيز القدرات التنظيمية وضمان ميزة تنافسية للبرامج البيداغوجية وإعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي.

أما حجر الزاوية الآخر فيمثل الابتكار واستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال التسويق عبر الانترنيت فتأثيره يتجاوز بشكل كبير إطار الحجز فقط بل يتجاوزه لتحضير السفر؛ فأمام مستهلكين تعرض عليهم عروض تنافسية متعددة تبقى نوعية الخدمات والانترنيت هي التي تحدث الفرق السريع، بإدخال نظام التسيير الالكتروني الذي يسمح بإدارة الرحلات عبر الشبكة وسهولة الإدارة والاستقبال الفندقي وإدارة الإطعام.

- **مخطط الشراكة العمومية– الخاصة**: يمكن الحديث عن شراكة عمومية خاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية، للاستجابة الأكثر فعالية للطلب الجماعي عن طريق تقسيم الموارد الأخطار والأرباح، فالدولة تلعب دورا ضروريا في المجال السياحي خاصة في تهيئة الإقليم، وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت كالمطارات والطرق في خدمة السياحة، كما تسهر على الحفاظ النظام العام والأمن، أما القطاع الخاص فهو يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي ويثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت التصرف.

إن هدف الدولة من خلال هذه الحركية إشراك جميع الفاعلين العاملين في شبكة الإنتاج والتوزيع للمنتج السياحي في مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي.

- **مخطط تمويل السياحة**: تتعلق هذه الحركية بتسهيل عمليات تمويل المشاريع الاستثمارية السياحة، وفي هذا الصدد تم اتخاذ العديد من الإجراءات سوف تسمح بمرافقة المستثمرين، وأصحاب المشاريع في اتخاذ القرار وتقليل المخاطر، بالإضافة إلى تسهيل منح القروض والحسومات وتمديد مدة القروض، والهدف من هذه الإجراءات يتمثل في[30]:
  - حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة؛
  - السهر على تجنيب المشاريع السياحية التوقف والذوبان؛
  - جذب وحماية كبار المستثمرين المحليين والأجانب؛
  - تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية؛
  - تسهيل وتكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية، وبخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار السياحي (قيد الدراسة على مستوى الحكومة).

ث- أهداف برامج التنمية السياحية: حدد مخطط الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الأهداف المادية والنقدية للمرحلة الأولى 2008-2015، والتي ترمي إلى تلبية الطلب الدولي والطلب الوطني الذي سيزيد عن 2,5 مليون سائح في آفاق 2015م، بحسب توقعات وزارة السياحة[31].

- **الأهداف المادية للمرحلة الأولى (2008-2015):** على سبيل المثال ومن أجل استقبال 6,5 مليون سائح في ظروف جيدة تمتلك تونس اليوم 220 ألف سرير تجاري، وباحترام نفس نسب الجيران فالجزائر تحتاج 75 ألف سرير من النوعية الجيدة لاستقطاب 2,5 مليون سائح كهدف للجزائر في أفاق 2015.

الهدف من الأقطاب السياحية ذات الأولوية توفير نصف قدرة الاستقبال المحتاجة أي 40 ألف بمقياس دولي منها 30 ألف من الطراز الرفيع في المدى القصير جدا، و10 ألاف إضافي في المدى المتوسط مع خلق 200 ألف منصب شغل جديد و 91600 مقعد بيداغوجي لآفاق 2015.

- **الأهداف النقدية للمرحلة الأولى (2008-2015):** يقدر الاستثمار العمومي والخاص الضروري لوضع الجزائر على طريق السياحة بين 2008-2015 بـــ 2,5 مليار دولار أمريكي، حيث أنه لكل سرير يوضع بكل الترتيبات يلزم 60 ألف دولار أمريكي استثمار مادي وغير مادي (55 ألف استثمارات مادية، و5 ألاف استثمارات غير مادية كالاستثمار في الهياكل الطبيعة والاتصال)، ولأجل 40 ألف سرير التي يعتزم إنشائها يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار 2,5 مليون دولار أمريكي، أي 350 مليون دولار سنويا (لسبع سنوات)، تكون فيها حصة الاستثمارات العمومية 54 مليون دولار أمريكي سنويا، وهذا إذا أخذ بـــ 15% كنسبة اعتبارية لحصة الاستثمار العمومي من إجمالي الاستثمار.

السنة	2007	2015	المضروب فيه
عدد السياح	1,7 مليون	2,5 مليون	x 1,47
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	159.869 منها 75.000 سرير فخم	x 1,88

المساهمة في الناتج المحلي الخام	%1,7	%3	x 1,76
إيرادات (مليار دولار أمريكي)	0,219	1,5 إلى 2	6,84 x إلى 9,13
مناصب الشغل في الفنادق والمقاهي والمطاعم	200.000	400.000 (مباشر و غير مباشر)	x 2
التكوين بالمقاعد البيداغوجية	51.200	91.600 جديد لتبلغ الإجمالي 142.800	x 2,78

جدول (4): بيان خطة تنمية قطاع السياحة بالأرقام لآفاق 2015.

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: **الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية**، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 2، الجزائر، جانفي 2008، ص. 18.

3- أهمية عملية التنمية السياحية في الجزائر:

إن أهمية تنمية قطاع السياحة في الجزائر تنبع من الدور الحيوي والرائد لهذا القطاع في الاقتصاد، ويعود ذلك إلى عدد من الأسباب والمبررات من أهمها[32]:

أ- ضرورة تنويع مصادر الدخل، وتخفيف الاعتماد على البترول كمصدر أساسي للدخل، وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها الجزائر في تنمية القطاعات الأخرى غير النفطية، إلا أن المؤشرات تدل على أن مساهمة هذه القطاعات في الناتج المحلي لا تزال منخفضة ودون المأمول، مما يعكس ضرورة العمل على تعزيز دور القطاعات الأخرى ، ويمثل قطاع السياحة مصدرًا حيويًا متجددًا يمكنه الإسهام بصورة فاعلة في زيادة مساهمة القطاع غير النفطي في الناتج المحلي وتنويع هيكل الاقتصاد الجزائري.

ب- إن التقلبات الشديدة وغير المتوقعة في أسعار النفط، وما تعكسه من آثار سلبية على مسيرة التنمية في البلاد وعلى العجز في الموازنة، تتطلب التركيز على دعم قطاع السياحة وتطويره ليصبح من أهم قطاعات الاقتصاد الجزائري.

ت- يتوقع أن يمثل قطاع السياحة أحد أهم مصادر التوظيف على المستوي المحلي، سواء فيما يتعلق بالعمالة المباشرة في القطاع السياحي، أو العمالة غير المباشرة في القطاعات الأخرى ذات العلاقة.

ث- توفر المقومات الأثرية والطبيعية والبيئية والإمكانات السياحية الأخرى.

ج- إن تنمية القطاع السياحي في الجزائر بما يتطلبه من تنمية المناطق الريفية والصحراوية، يمثل دعما لسكان هذه المناطق ورفعا من مستوى معيشتهم بما يدفعهم للبقاء في مناطقهم وتعميرها بدلا من الهجرة إلى المدن الكبرى، وما يسببه ذلك من عدم توازن تنموي وتكاليف اقتصادية واجتماعية كبيرة.

ح- إن الجزائر بتنميتها لقطاع السياحة وتخفيف العبء على قطاع المحروقات، سيساهم ذلك على إرساء أسس التنمية المستدامة. كيف؟ وذلك باستفادة الأجيال الحالية بما تزخر به الجزائر من مقومات سياحية كبيرة (من خلال دفع عجلة التنمية السياحية) هذا من جهة، ومن جهة أخرى ترك الفرصة للأجيال القادمة للاستفادة من قطاع المحروقات (من خلال دفع عجلة القطاعات الأخرى غير النفطية – منها السياحة –كبديل للمداخيل النفطية في الناتج المحلي).

خ- تمثل السياحة وسيلة مهمة لتعريف الآخرين بما تزخر به الجزائر وبعادات وقيم أهلها، خاصة بعد ما أفسدته "العشرية السوداء".

د- إن تطوير القطاع السياحي في الجزائر سيحدث في الوقت نفسه نموًا وتطورًا وتمويلا متزامنًا في القطاعات الأخرى ذات الصلة كالثقافة، قطاع المواد الغذائية، النقل، البناء، الصحة، التعليم ...الخ.

4- التنمية السياحية في الجزائر التحديات، العوائق والأهمية:

تشوب قطاع السياحة العديد من نقاط الضعف (معوقات) فشلت معظم خطط التنمية السياحية المتبعة قبل سنة 2000م في القضاء عليها، خاصة فيما يتعلق بالنقص الفادح في هياكل الإيواء، وعدم الاستغلال الأمثل لها مقارنة بدول الجوار، وتدهور مستوى الخدمات وغياب الثقافة والوعي السياحي في المجتمع الجزائري ومستوى الأسعار المرتفع، بحيث هذه العوامل وأخرى أدت إلى عزوف الكثير من السياح عن القدوم إلى الجزائر، بل وعملت على تدهور السياحة الداخلية، وقيام بعض المواطنين باختيار دولا أخرى كمقصد سياحي عوضا عن جهات أخرى في الوطن. ويعتبر الجانب الأمني المضطرب الذي شهدته الجزائر من بين أبرز نقاط الضعف، ومن بين أهم

مسببات هذه النقاط على حد سواء، لما يخلفه من آثار سلبية عليها بصفة عامة، وعلى الطلب السياحي في حد ذاته بصفة خاصة. وعلى العموم تعتبر العوامل الآتية أكبر العوائق التي تواجه عملية تنمية السياحة في الجزائر، وهي بالضرورة تمثل جملة تحديات يراد معالجتها وتحسينها بالشكل المطلوب من خلال خطط التنمية الاقتصادية والسياحية المتبعة.

أ- الأمن السياحي: من المتعارف عليه أن السائح يحتاج إلى ضمان أمنه وسلامة جسده وأمتعته من أي مساس مادي أو معنوي، سواء أكان صادرا من طرف القائمين على تسيير المرفق السياحي أو من عامة الناس، ولكي يزدهر النشاط السياحي يتطلب توافر الأمن بمفهومه الواسع ليتجنب أشياء، مثل الحوادث والأمراض المعدية والكوارث الطبيعية، أي أن الإخلال بهذا الشرط سيؤدي حتما إلى إلحاق أضرار مادية ومعنوية بليغة بالسياحة، كتقليص مدة الإقامة المقررة سلفا أو عدم الرجوع إلى هذا المرفق ثانية أو اللجوء إلى الانتقام بإعـــــطاء صورة مشوهة لأقربائه والمتعاملين معه. و هكذا تطعن السياحة بطرق مباشرة و غير مباشرة[33].

وقد كانت للأوضاع الأمنية التي شهدتها الجزائر بداية من 1992م عواقب وخيمة على السياحة الجزائرية من طلب وعرض السياحي، ومن تتبع الأوضاع الأمنية في الجزائر يتضح أن الجانب الأمني في الجزائر قد شهد تحسنا كبيرا بعد سنة 2000م، من خلال جهود قوات الجيش الشعبي الوطني في القضاء على بقايا الجماعات الإرهابية التي لم تستجيب لقانوني الوئام المدني والمصالحة الوطنية التي أطلقهما رئيس الجمهورية. فحسب المؤشر المركب لمخاطر البلد فإن نسبة المخاطر ومهما كان نوعها مالية، أو سياسية، أو أمنية، أو اقتصادية في الجزائر عرفت تراجعا كبيرا، فمن سنة 2000م كان متوسط المؤشر الشهري يساوي 62,3 نقطة مئوية، أي أن الجزائر تعاني من مخاطر معتدلة انتقل إلى 72,2 نقطة سنة 2009م، وهو ما يعني درجة مخاطر منخفضة[34]. ويبقى الرهان القائم هو تفادي الرجوع إلى الأوضاع الأمنية السابقة وكذا القضاء على عمليات الاختطافات التي طالت الرعايا الأجانب التي عرفها الجنوب الجزائري، والتي أثرت بصفة كبيرة خاصة على السياحة الصحراوية بالجزائر.

ب- نقص هياكل الإيواء مقارنة بالدول المنافسة: تعتبر الحظيرة الفندقية في الجزائر الأقل في المنطقة من حيث عدد الأسرة المتوفرة : فمقارنة مع تونس ومصر فإن الطاقة الاستيعابية للفنادق بالجزائر ورغم حجمها المعتبر إلا أنها لا تكاد تذكر، فالجزائر بطاقة استيعابية تقدر بـــ 85 ألف سرير تخضع لمنافسة شديدة مع تونس بـــ 237,7 ألف سرير ومصر بـــ 355 ألف سرير و هذا لسنة 2007م. وبالإضافة إلى النقص في هياكل الإيواء، تسجل الفنادق الجزائرية عدم استغلال أمثل لهذه الهياكل بخصوص التناسب بين الأسرة وإجمالي الليالي السياحية (إشغال الأسرة)، فالجزائر تعرف بلوغ 60 ليلة في السنة لكل سرير متاح بينما بلغت في مصر 310 ليلة سياحية في حين أن تونس سجلت ما يقارب 162 ليلة لكل سرير[35].

إن ضعف هياكل الإيواء يعود لضعف الاستثمار في التجهيزات السياحية، بالإضافة إلى تغيير طبيعة ونشاط بعض الهياكل ذات العلاقة بالفنادق والإطعام والخدمات إلى أنشطة أخرى وغلق بعض الفنادق على غرار فندق العرق الكبير في بني عباس. أما بالنسبة لضعف إشغال الأسرة، فيعود لضعف تسويق وجهة الجزائر وضعف الاتصال الداخلي[36].

ت- ضعف مستوى الخدمات والمنتجات السياحية: تتميز الخدمات السياحية الجزائرية بغياب خدمة مثيرة و قادرة على التميز، وكل هذا راجع إلى عوائق متعلقة بقطاع السياحة في بعض الحالات وبالقطاعات المكملة له في أحيان أخرى وهي[37]:

- **غياب التحكم من قبل وكالات السياحة:** تتميز وكالات السياحة في الجزائر بجملة من النقائص ساهمت بصفة كبيرة في تدني مستوى الخدمات المقدمة للسياح الأجانب، والمتمثلة أساسا في غياب التحكم في التقنيات الجديدة لسوق السياحة الدولـــية وعدم التكيف مع الطريقة العصرية للتسيير الالكتروني للنقل قصد تنظيم عمليات الحجز والخدمات، إضافة إلى غياب مخطط لتكوين وكلاء السياحة وعدم وجود تنظيم وميثاق يحكم المهنة.
- **نقص تأهيل ومهنية المستخدمين:** أغلبية المستخدمين في المؤسسات السياحية وخاصة الفنادق يعانون من نوعية تكوين غير ملائمة أو لغياب التكوين بصفة كلية، وهذا راجع

إلى غياب مدارس التكوين السياحي والفندقي واقتصارها على ثلاث مؤسسات على المستوى الوطني والتي تتميز بطاقات تكوين ضعيفة وهي مبينة في الجدول الموالي.

المؤسسات التكوينية	الطاقة الاستيعابية	التخصصات
المركز الوطني للتكوين السياحي بالجزائر.*	80	فندقة، سياحة
مركز التكوين الفندقي والسياحي بتيزي وزو.	320	الاستقبال، المطعم، المطبخ
معهد الفندقة ببوسعادة.	320	الاستقبال، المطعم، المطبخ

جدول (5): مراكز التكوين السياحي والفندقي بالجزائر.

المصدر: المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، **الدليل الاقتصادي والاجتماعي للجزائر**، الجزائر، 1989، ص 349.

- **ضعف الخدمات المكملة لخدمات قطاع السياحة**: إن تكنولوجيات الإعلام والاتصال تعاني من ضعف التغلغل في القطاع السياحي، نظرا لعدم كفاية مواقع الانترنيت وصعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال. أما خدمات النقل، فهي غير قادرة على تقديم خدمة نقل كمية ونوعية متكيفة مع الطلب وتعاني من سوء الربط باتجاه الجنوب الجزائري، وما زاد الطين بلة قطاع الخدمات البنكية والمالية الذي يتميز بضعف وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلة للسياح وبصعوبة قوانين تحويل الأموال.

ث– مستوى الأسعار: تشهد السياحة الوطنية نقصا واضحا واتجاه الجزائريين أكثر فأكثر للخارج بحثا عن العلاقة "سعر– جودة"، حيث أن هذه الثنائية قلما تتوفر في الجزائر. وهذا ما يفسر اتجاه حوالي 800 ألف سائح جزائري خلال موسم الاصطياف لسنة 2008 نحو تونس، وأصبحت هذه الأخيرة تمثل الوجهة المفضلة لكثير من الجزائريين بسبب الأسعار المعقولة التي تتماشى مع دخل العائلات الجزائرية، وذلك على عكس الأسعار بالجزائر التي تمتاز بالغلاء فيما تعلق بالخدمات السياحية والخدمات المكملة للقطاع السياحي. إن خدمات

النقل مثلا تشهد معدلات تضخم عالية، حتى أصبح الكثيرون يعلقون على ذلك بالقول بأن مستوى الخدمة يتطور بمتتالية حسابية والأسعار تتطور بمتتالية هندسية[38].

وعلى العموم فالجزائر لا تعاني من ارتفاع الأسعار على مستوى أسعار الخدمات السياحية والخدمات المكملة لها فقط، بل في جميع أنواع السلع والخدمات في الوطن. إن ارتفاع الأسعار مرده إلى موجات التضخم التي شهدتها الجزائر خاصة في الأوقات التي رافقت الأزمة الأمنية، والتي وصلت فيها معدلات التضخم 29,78% خلال سنة 1995م. وبالرغم من التحسن الملحوظ في معدلات التضخم المسجلة التي تتراوح بين 1,6% و 4,4% خلال سنوات 2005 إلى 2008[39]، إلا أن الأسعار تبقى تتميز بالغلاء بالنسبة للجزائريين لكون أن مستوى الأجور في الجزائر لم يساير مستويات التضخم المحققة، وما يبنى على أساس القدرة الشرائية للدينار الجزائري، وهي غالية حتى بالنسبة للأجانب لكون موجات التضخم الحاصلة ساهمت في رفع أسعار المنتجات الجزائرية بالنسبة للمنتجات الدول الأخرى، حيث لم يرافقها انخفاضات في سعر الصرف بنفس نسبة ارتفاع الأسعار، حيث أنه في بعض المناطق من الجزائر قد يعادل ثمن قضاء ليلة في فندق الأجر الأدنى المضمون أو يفوق ذلك[40].

ج- **التلوث**: يمثل التلوث بكامل أبعاده أحد المشكلات البيئية الأساسية التي تعيق التنمية السياحية في الجزائر، وهي تعاني من تلوث متعدد المظاهر ينعكس سلبا على سكان المناطق الملوثة والزوار على حد سواء. ومن أبرز مظاهر التلوث في الجزائر[41]:

- **تلوث الشواطئ ومياهها**: يعود تلوثها إلى قرب التجمعات السكانية منها ما أدى إلى انتشار المزابل الفوضوية فيها، كما أن المصطافين لا يحترمون شروط النظافة ويتركون فضلاتهم مرمية على الشواطئ. ومن مصادر تلوث مياه الشواطئ أيضا مياه الصرف المترلية والصناعية التي تصب في البحر مباشرة ومن دون معالجة، وبالإضافة إلى مظاهر التلوث المختلفة تعاني الشواطئ الجزائرية من ظاهرة استتراف رمال الشواطئ نظرا لغياب الرقابة وحراسة الشواطئ.

- **تلوث المدن:** من أبرز مظاهر تلوث المدن الجزائر انتشار النفايات في كل الشوارع وفي مختلف التجمعات السكانية، نتيجة لعدم وجود إدارة فعالة تسهر على جمع النفايات بطريقة منظمة وإلى قلة الوعي البيئي لدى السكان الذين يرمون النفايات خارج أوقات وأماكن تجميعها. كذلك تعاني أغلب مناطق الوطن من تدهور المساحات الخضراء، وهذا نظرا للتوسع الأفقي والرأسي في البناء العشوائي غير المنظم، والذي إضافة إلى إسهامه في تدهور المساحات الخضراء فهو يخلق داخل المدن تلوثا سمعيا وبصريا نتيجة الضجيج الذي تصدره أجهزة البناء ووسائل النقل المستعملة ونتيجة لتشويه المنظر الجمالي للمدن بعشوائية البنايات المنجزة.

الخاتمة:

إن النشاط السياحي هو المجال الخصب والمتجدد، الذي يمكن أن يصبح المصدر الأول للدخل في العديد من الدول التي تولي اهتمام بهذا القطاع، فالسياحة هي النشاط المستقبلي المشرق لتأثيرها الفعال في الأنشطة الاقتصادية والصناعية والخدمية...الخ، حيث أصبحت تشكل اليوم أكبر صناعة في العالم، فهي عبارة عن نشاط متعدد يعرف بكافة العوامل والظواهر الخاصة بالسفر والإقامة خارج مقر الإقامة المعتاد للترفيه، الراحة، الأعمال، العلاج، الرياضة...، ولها أشكال خاصة بها على غرار القطاعات الاقتصادية الأخرى، كما أن التنمية السياحية اليوم هي مطلب كل دول العالم، غير أن تحقيقها يتطلب العديد من المقومات المادية والمالية والبشرية والبيئية.

وبالنسبة للجزائر ورغم المقومات السياحية الهائلة التي تزخر بها، إلا أن السياحة تزال فيها مهمشة وتعاني العديد من المشاكل، فهي لا تزال بعيدة كل البعد عن واقع السياحة في دول الجوار (المغرب وتونس) على الرغم من توفر الجزائر على مقومات طبيعية وتاريخية وحضارية تؤهلها لأن تصبح وجهة سياحية مهمة في حوض المتوسط، حيث تغيب الثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى النقص الكبير لمراكز التكوين الخاصة بالسياحة والفندقة لتأهيل وإعادة رسكلة العاملين في المجال السياحي، وإهمال البيئة الطبيعية والمحيط الذي يعد من المقومات الأساسية لقيام أي قطاع سياحي في العالم، إضافة إلى توفير البيئة الاستثمارية الملائمة لجذب

الاستثمار المحلي والأجنبي على حد سواء، وبناءا على هذا يمكن تقديم بعض الاقتراحات التي نراها ضرورية لترقية قطاع السياحة في وطننا الجزائر :

- توفير قاعدة بيانات كاملة وحديثة عن الفرص الاستثمارية السياحية، لاستقطاب رأس المال الوطني والأجنبي؛
- تفعيل دور التسويق السياحي بمختلف مرافقنا السياحية، من خلال إنشاء بوابة سياحية على شبكة المعلومات العالمية (الأنترنت) للتعريف بفرص السياحة والاستثمار في القطاع؛
- التكثيف من إقامة معارض متخصصة في السياحة، سواء على المستوي الوطني أو الدولي، للتعريف بالرصيد السياحي للبلاد؛
- نشر الوعي الثقافة السياحيين بواسطة وسائل الاتصال المختلفة، بهدف نشر السلوك المجتمعي والحضاري السليم الذي يتفق مع متطلبات الترغيب السياحي وحسن استقبال السائحين ومعاملتهم؛
- الاهتمام بالسياحة البيئية التي تعتبرها منظمة السياحة العالمية أسرع الاسواق السياحية نموا وانتشارا في العالم؛
- التركيز على بناء مؤسسات تعليمية وتكوينية سياحية وفندقية بمستويات عليا والاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في المجال السياحي، باعتبار العنصر البشري الركيزة الأساسية للنهوض بهذا القطاع المعتمد أساسا عل تقديم الخدمة.

قائمة الهوامش

[1]- Faits Saillants: **WTO**, Edition 2010, P 11.

[2]- نعيم الظاهر وسراب إلياس: **مبادئ السياحة**، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2007، ص 29.

[3]- المرجع نفسه، ص 30.

[4]-Stephen Williams: **Tourism Geography**, ROUTLEDG, First Edition, *United States*, 2003, P. 3.

[5]- نعيم الظاهر وسراب إلياس، **مرجع سابق**، ص 30.

[6] Yves Tinard: **Le Tourisme Economie et Management,** Mc GRAW-HILL, France, 01. 1992, P

[7] Stephen Williams, **Op.cit**, P4.

[8]- محسن أحمد الخضيري: **السياحة البيئية**، مجموعة النيل العربية، الاسكندرية، مصر، 2005، ص 67.
[9]- أحمد فوزي ملوخية: **التنمية السياحية**، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2007، ص 45.
[10]- ماهر عبد العزيز: **صناعة السياحة**، دار زهران للنشر، عمان، الأردن، 2008، ص. 23.
[11]- نعيم الظاهر و سراب إلياس: **مرجع سابق**، ص ص 146،145.
[12]- عبد الرحمان سليم : **مذكرات غير منشورة عن مبادئ التنمية السياحية 91/90**، ص 20.
[13]- عبير عطية: **التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي**، جامعة الاسكندرية، مصر، دون سنة نشر، ص 11.
[14]- محمد ابراهيم عراقي، فاروق عبد النبي عطا الله: **التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية (دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الاسكندرية)**، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، السيوف الاسكندرية، مصر، 2007، ص 04.
[15]- عبد الرحمن السحيباني، حبيب الهبر: **الدليل الارشادي للسياحة المستدامة للفنادق**، جامعلة الدول العربية، السلسلة رقم (2).
[16]- هواري معراج، محمد سليمان جردات: **السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية (حالة الاقتصاد الجزائري)**، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، الجزائر، عدد 2004/01، ص 22.
[17]- أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف: **تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية**، المكتب العربي الحديث، القاهرة، مصر، 1999، ص 17.
[18]- عبد العزيز بن محمد الهزاع: **مساهمة قطاع السياحة في تنمية الموارد البشرية السياحية "مبادرة الهيئة العامة للسياحة و الآثار في توفير فرص العمل"**، الهيئة العامة للسياحة والآثار، ص. 03، الموقع الالكتروني: http://www.saudichambers.org.sa/Images/10(1).pdf، تاريخ الاطلاع: جانفي 2011.
[19]- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف: **مرجع سابق**، ص 18.
[20]- عبد العزيز بن محمد الهزاع: **مرجع سابق**، ص 03.
[21]- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف: **مرجع سابق**، ص 23.
[22]- هالة الرفاعي: **التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي**، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 1998، ص 223.
[23]- عامر عيساني: **الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة -حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية**، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2010، ص 243.
[24]- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: **الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية**، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 2، الجزائر، جانفي 2008، ص 08.
[25]- **المرجع نفسه**، ص 24.
[26]- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: **الأقطاب السياحية للامتياز**، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 3، الجزائر، جانفي 2008، ص 05.
[27]- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: **الحركيات الخمسة و برامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سابق**، ص 18.
[28]- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار: **مناخ الاستثمار في الدول العربية لعام 2009**، الكويت، ص 178.
[29]- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: **الحركيات الخمسة و برامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سابق**، ص. 47.
[30]- **المرجع نفسه**، ص 57.
[31]- **المرجع نفسه**، ص 17.
[32]- بن نافلة قدور: **التنمية السياحية في خدمة الدول المتقدمة و النامية على السواء**، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، الجزائر، 09-10 مارس 2010، ص 04.
[33]- صالح فلاحي: **النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الجزائر في الاقتصاد العالمي**، الملتقى الدولي الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة البليدة، الجزائر، 20-21 ماي 2002، ص 04.
[34]- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، **مرجع سابق**، ص 165.
[35]- عامر عيساني: **مرجع سابق**، ص 259.

[36]- وزارة تهيئة الإقليم البيئة و الســـياحة: **تشـــخيص و فحص الســـياحة الجزائرية**، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب1، الجزائر، جانفي 2008، ص 53.

[37]- المرجع نفسه، ص 55.

[*]- أصبح حاليا يسمى بالمدرسة الوطنية العليا للسياحة.

[38] - Mourad Kezzar: **Algérie a Recherche de son Tourisme**, EDITIONS SAEC LIBERTE, Alger, 2009, P 15.

[39]- بنك الجزائر: **النشرة الإحصائية الثلاثية**، رقم 6، طبعة مارس 2009، الجزائر، ص 29.

[40]- Mourad Kezzar:.41 P ,**Op.cit**

[41]- تومية عمروش: **السياحة المستدامة في الجزائر الإشكالية و المتطلبات** - دراسة حالة مدينة المسيلة-، رسالة ماجستير في علوم التسيير، غير منشورة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2008، ص 124.