

---

# السياحة والتنمية الاقتصادية والاجتماعية

أ. خلوط عواطف

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان

awatifkhellout@yahoo.fr

---

## الملخص:

تعتبر السياحة أحد أهم الروافد الاقتصادية في العالم، ولقد أصبح النمو المذهل في النشاط السياحي الدولي من أبرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية التي انصب حولها اهتمام الحكومات والدول والهيئات. ويعد القطاع السياحي كقطاع استراتيجي مولد للدخل وهذا لما يحققه من ارتباطات أمامية وخلفية مع العديد من القطاعات الأخرى. وتعد التنمية السياحية عاملاً مساعداً لعملية التنمية الاقتصادية، من خلال ما يترتب على التنمية السياحية من تأثيرات تنموية في المجالات: الاقتصادية والاجتماعية، الثقافية والبيئية في المقصد السياحي. ويتمثل هدف هذه الدراسة في التعرف على الآثار التنموية للسياحة، بالإضافة إلى التطرق لبرنامج وآفاق التنمية السياحية بالجزائر.

**الكلمات المفتاحية:** السياحة، التنمية السياحية، استدامة السياحة، الإستراتيجية السياحية، تنافسية السياحة.

## Résumer :

Le tourisme est l'une des industries les plus importantes du monde et le développement de ce secteur d'activité annonce un avenir tout à fait prometteur. l'industrie du tourisme a aujourd'hui atteint le premier rang selon l'Organisation Mondiale du Tourisme. le tourisme a acquis cette honorable place au niveau mondial car il est considéré par beaucoup de pays comme un moyen de diversification économique particulièrement des régions rurales, une solution aux problèmes de chômage et un outil de mise en valeur du patrimoine naturel et culturel local.

تمهيد:

تشكل السياحة موردا هاما للعديد من الدول في العالم مثل الولايات المتحدة الأمريكية، إيطاليا، إسبانيا فرنسا، بريطانيا، مصر والهند وغيرها. ونظرا للمكانة الهامة والمتميزة التي تحتلها التنمية السياحية من خلال مساهمتها الفعالة في تدعيم مصادر نمو اقتصاديات معظم دول العالم، وبالنظر إلى مساعي البلدان النامية للخروج من حالة الجمود والركود خاصة في المجال الاقتصادي، يعتبر القطاع السياحي كقطاع استراتيجي مولد للدخل وهذا لما يحققه من ارتباطات أمامية وخلفية مع العديد من القطاعات الأخرى كمرافق النقل، وشبكات الاتصالات، وخدمات الكهرباء والمياه، وحتى القطاعات المنتجة مثل القطاع الزراعي والصناعي. وأيضا من خلال ما يترتب على التنمية السياحية من تأثيرات تنموية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية، الثقافية والبيئية في المقصد السياحي. ومما لاشك فيه أن أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل مباشر على زيادة الإنتاجية في القطاعات التي تتصل به والخدمات التي تتفاعل معه. فلقد أضحت السياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج. وبالتالي تعتبر عاملاً مساعداً لعملية التنمية الاقتصادية خصوصاً في مجال البنية التحتية للاقتصاد. تتميز صناعة السياحة بأنها دائمة التغير والتطور والنمو، ومن أجل تحقيق مستويات عالية من الجودة في الخدمات، والتجاوب مع التطور الكمي والنوعي الحاصل في النماذج السياحية الرائدة، لابد من البحث عن الوسائل الفعالة والإستراتيجيات التي تساعد على استغلال الموارد والمقومات السياحية أحسن استغلال، بشكل يسمح بتطوير السياحة، في وقت تعد فيه مسألة تحقيق نقلة نوعية في القطاع السياحي ضرورة حتمية. وعليه تتمحور إشكالية هذه الدراسة في ما يلي:

**ما هي الآليات الكفيلة بتأهيل القطاع السياحي ليصبح أداة لتفعيل التنمية الاقتصادية والاجتماعية؟**

و نقتراح الفرضية التالية:

ترتبط فعالية القطاع السياحي بمدى مساهمته في تدعيم التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

وللإجابة على الإشكالية المطروحة، نتعرض إلى المحاور التالية:

الجزء الأول: الآثار التنموية للسياحة.

الجزء الثاني: البيئة التنافسية للسياحة.

الجزء الثالث: دراسة حالة - المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بالجزائر S.D.A.T كإطار مرجعي للتنمية السياحية لآفاق 2025.

**الجزء الأول: الآثار التنموية للسياحة:**

رغم تباين الآثار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لصناعة السياحة باختلاف أنواعها، وتعدد أنشطتها، إلا أن الدلائل العلمية لتجارب العديد من الدول، تشير إلى أن التزايد الملحوظ في الدور الذي تلعبه السياحة

بصفة عامة في قضايا التنمية، يترك أثراً إيجابياً على اقتصاد الدولة ككل وعلى النواحي الأخرى ذات الصلة بحياة البشر.

## 1- مفهوم التنمية السياحية:

أصبح مفهوم التنمية السياحية يرتبط في نظر الدول المتقدمة والنامية بنمو حياة وسلوك الأفراد والجماعات<sup>1</sup> ويعبر مصطلح التنمية السياحية عن مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع من خلال محاولة عملية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية من إطار طبيعي وإطار حضاري والمرافق الأساسية العامة والسياحية وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية<sup>2</sup>. وإن عملية تنمية وتطوير السياحة تكون بجرد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علمي، وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية أو الأماكن المبنية خصوصاً للسياحة.

## 2- التنمية السياحية أداة لتفعيل التنمية الشاملة:

تساهم التنمية السياحية في نمو اقتصاديات العديد من البلدان وهذا من خلال ما يترتب عليها من تأثيرات تمومية اقتصادية اجتماعية ثقافية وبيئية في المقصد السياحي وهو ما سنوضحه في ما يلي:

2 السياحة والتنمية الاقتصادية: إن الملاحظ من التجارب العملية لكثير من البلدان التي خضت أشواطاً متقدمة في الميدان السياحي، أن الخطط والاستراتيجيات التي تبنتها لتحقيق تطور السياحة ونموها، ما هي إلا جزء من خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وبالتالي فلا يمكن تصور وجود تنمية سياحية بدون تنمية اقتصادية فكلهما يكمل الآخر. ومن المعروف أن السياحة من الأنشطة التي تتداخل في عدة قطاعات داخل الدولة، ولها تأثيراتها المباشرة في التنمية الاقتصادية، وإذا أردنا النجاح في مضمار السياحة، فينبغي أن تكون الخطة السياحية خطة شاملة، بمعنى أنها جزء لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية<sup>3</sup>، وهذا يتطلب أن يطبق عليه نفس الأسس التي تستند إليها القطاعات الأخرى للدول، كالصناعة، والزراعة، والبتروك إلك. حيث يؤثر رواج صناعة السياحة بشكل مباشر على اقتصاد ورواج الصناعات والأنشطة المرتبطة بها، فالفعل السياحي يؤدي إلى انتقال الأموال من جيوب السائحين إلى جيوب أصحاب السلع والخدمات المقدمة، ولا شك أنه كلما تدفق حجم الحركة السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية، مما ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بصناعة السياحة، سواء بالطريق

<sup>1</sup> - د.محي الدين محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص37.

<sup>2</sup> - د. أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2007، ص44.

<sup>3</sup> - كمال أبو الخير، السياحة المصرية ودورها في النمو الاقتصادي، المصدر، جريدة التعاون، 2010، جميع حقوق النشر محفوظة لدى مؤسسة

الأهرام، على الموقع: <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=533676&eid=638>

المباشر أو غير المباشر<sup>1</sup> وبالتالي تظهر فرص جديدة للاستثمار. ويمكن تلخيص أبرز الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة في المجالات التالية:

2- 1- 1 تأثير السياحة على البناء الاقتصادي: تساهم التنمية السياحية في حدوث تغيير جذري للبناء الاقتصادي على المستويين الإقليمي والقومي بالشكل التالي<sup>2</sup>:

- في حالة السعي إلى التحول من حرف المرتبة الأولى Primary activities إلى سيادة حرف المرتبة الثانية Activities Secondary التي تزيد من العائد الاقتصادي الذي يزيد البناء الاقتصادي قوة. إن أهم التغيرات الحديثة في اقتصاديات الريف وفق هذا التوجه، تتمثل في ترك السكان لأنشطتهم المعتادة (الزراعة، تربية الحيوانات، الصيد) وتوجههم نحو أنشطة أخرى أكثر ربحاً في إطار نشاط السياحة. وهذا التحول سيصاحبه حتما حدوث تغيرات جذرية في أنماط استغلال الأرض، وذلك من خلال تخصيص مساحات شاسعة لإقامة المنشآت السياحية والفندقية ومراكز للتسلية، بالإضافة إلى تطور شبكة الطرق واتساعها، وتوجيه النشاط المحلي نحو تلبية احتياجات المنشآت الفندقية من محاصيل زراعية وحيوانية. وهكذا فإن التوجه نحو النشاط السياحي يحدث تغييراً في الأنشطة المعتادة في المنطقة، ويساهم في خلق بناء اقتصادي لم يكن موجوداً قبل ظهور أنشطة السياحة وتطورها.

- ويظهر التغيير في البناء الاقتصادي بشكل مباشر في الأقاليم التي لا تتوفر فيها الإمكانيات الزراعية أو الصناعية، فقد تكون العديد من المناطق الموجودة خارج المدن ذات مؤهلات سياحية معتبرة إلا أنها لم تحضى بفرصة ملائمة لإبراز مقوماتها ومفاتيحها، وبالتوجه نحو مساعي رامية للنهوض بالسياحة، تعرف هذه المناطق انتعاشاً اقتصادياً واجتماعياً، من خلال ما يصاحب ذلك من إنشاء استثمارات تدعم المقومات الطبيعية في المنطقة، كبناء الفنادق وتعمير الطرقات وتوفير خدمات البنية الأساسية (كهرباء، ماء، صرف صحي...) وهذا من شأنه أن يزيد من تكامل البناء الاقتصادي للبلد.

2- 1- 2 تحقيق التنمية المتوازنة بين الأقاليم:

تعمل التنمية السياحية على إيجاد نوع من التوازن الاقتصادي، والاجتماعي في المناطق والمجتمعات السياحية<sup>3</sup>، فهي تؤدي إلى توزيع وإنشاء مشروعات سياحية جديدة في مناطق بعيدة عن المناطق الصناعية والتجارية العادية، وهذا كي يبتعد السائح عن الضوضاء والتلوث الذي تحدثه الصناعات، مما يعني حصول تنمية متوازنة للأقاليم خاصة المتخلفة منها اقتصادياً، وهذا من خلال الأثر الذي تحدثه هذه الاستثمارات على السكان المحليين، من استحداث مناصب شغل جديدة، وإقامة مشروعات البنية الأساسية، وتحسين المستوى المعيشي لأبناء هذه المناطق واستغلال الموارد الطبيعية في الأقاليم، وسينتج على توزيع الدخل بين المناطق أو الأقاليم، تحقيق حالة من التوازن الاقتصادي وإعادة توزيع الدخل، وتنمية

<sup>1</sup> زيد سلمان عبوي، السياحة في الوطن العربي، دراسة لأهم المواقع السياحية العربية، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى 2008، ص 44.

<sup>2</sup> د. آمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2011، ص 249.

<sup>3</sup> د. محي الدين محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، مرجع سابق، ص 39.

وتطوير هذه المناطق باعتبارها مناطق جذب سياحي، وبالتالي إنعاش مناطق كانت مهمشة من قبل، مما يساهم في تقليص معدلات الهجرة من المناطق المتخلفة إلى المناطق الأكثر تطوراً، إذ تساهم السياحة في إنعاش المستقرات البشرية التي توجد فيها أو قريبا المقومات السياحية<sup>1</sup>.

## 2- 1- 3 السياحة صناعة تصديرية:

تتمتع السياحة بمزايا التصدير، بمعنى أن الخدمة السياحية يحضر مستهلكوها إليها ولا تذهب إليهم بعكس الصادرات الأخرى<sup>2</sup>، وبالتالي فإن السياحة تتجنب الكثير من أعباء التصدير من نقل وتأمين وضرائب جمركية، وإلى غير ذلك من المشاكل التي تعترض الصناعات المراد تصديرها، خاصة إذا تعلق الأمر بصناعات البلدان النامية، فرغم ما وصلت إليه التجارة الدولية من تحرير للسلع والخدمات، إلا أن هذه الصناعات ومع محدودية تنافسيتها، تواجهها العديد من مشاكل التصدير. ونظراً للتغيرات العديدة الحاصلة في الاقتصاد الدولي، فإن سوق السياحة الدولية تدخل في حقبة جديدة تكون الريادة فيها لمن يستطيع التميز والتكيف مع مقتضيات الفترة الحالية، وبالتالي فإن الفاصل في ذلك هو "جودة الخدمة".

## 2- 1- 4 أثر السياحة على ميزان المدفوعات:

تتجلى الأهمية الاقتصادية للسياحة من حيث أنها مصدر مهم لجلب العملات الصعبة<sup>3</sup>، وهذا من خلال الإيرادات من العملات الصعبة الناتجة عن الطلب السياحي للسياحة الخارجية، هذا إضافة إلى الإيرادات الناجمة عن الطلب على السياحة الداخلية، مما يساهم بشكل كبير في تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات للدول السياحية، ويمكن تلخيص أهم هذه المصادر الناجمة عن السياحة والتي تساهم في تحسين ميزان المدفوعات في ما يلي<sup>4</sup>:

- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية الكبرى.
- عمليات الصادر والوارد من السلع المرتبطة بالسياحة كالتجهيزات الفندقية والأثاث والطعام والشراب.
- تساهم في خلق مصادر عديدة للدخل ومنافع اقتصادية كثيرة نظراً لإرتباطها بالعديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى.
- إيرادات خدمات النقل الدولية -الجوية والبحرية والبرية.
- إيرادات الأرباح والعوائد على الاستثمارات السياحية.

<sup>1</sup> - إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، 28 ماي 2010 على:

<http://www.alsabaah.com/paper.php?source=akbar&mlf=interpage&sid=21702>

<sup>2</sup> - د. نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن، الطبعة الأولى 2001م - 1422هـ، ص82.

<sup>3</sup> - أ.د. حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006، ص167.

<sup>4</sup> - د. محمد العطا عمر. 22- 24 / 1431/07 الموافق 4- 2010/07/6 م، "صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية"، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، الندوة العلمية "أثر الأعمال الإرهابية على السياحة"، دمشق، 15 جوان 2012.

- الإيرادات المتحققة من العملات الصعبة الناجمة عن الطلب السياحي للسياحة الخارجية وكذلك السياحة الداخلية<sup>1</sup>

## 2- 2 السياحة والتنمية الاجتماعية والثقافية:

يقصد بالآثار الاجتماعية رصد كل النتائج الاجتماعية والثقافية لصناعة السياحة والتي تنعكس على الجوانب الجغرافية للسكان، بالإضافة إلى الملامح الاجتماعية الخاصة بسلوكياتهم وعلاقاتهم، والخصائص الثقافية المتعلقة بالأنشطة والعادات والتقاليد والفنون والآداب واللغات والأديان<sup>2</sup>. والتنمية السياحية تمثل خطوة هامة في طريق تفعيل التنمية الاجتماعية بشكل مباشر أو غير مباشر، فالتفاعل بينهما كبير حيث تعتبر الثانية مضمون الأولى وهدفا لها. إذ لا يمكن اعتبار وجود تنمية اجتماعية حقيقية بدون تحقيق تنمية سياحية فاعلة، وأيضا لا يمكن تحقيق تنمية سياحية في أي بلد، ما لم تنعكس هذه التنمية في إحداث تنمية اجتماعية حقيقية وفاعلة<sup>3</sup> وللتنمية السياحية تأثيرات مختلفة على الجوانب الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد في الدول المضيئة، ويمكن تلخيصها في ما يلي:

### 2- 2- 1 التنمية السياحية تزيد من فرص العمل وتساهم في الحد من ظاهرة البطالة:

إن التنمية السياحية تزيد من فرص العمالة المباشرة وغير المباشرة من خلال ترابطها الأمامي والخلفي وتكاملها مع القطاعات الأخرى مثل الصناعات الغذائية والمشروبات وصناعة الأثاث الفندقي وقطاع المصارف والتأمين.. وزيادة الطلب على هذه المنتجات سوف يترتب عليه زيادة في الاستثمارات في هذه الصناعات مما يؤدي إلى تشغيل عمالة إضافية. ولذلك أطلق رئيس مجلس السياحة العالمي (جوفري ليمان) صيحة إلى دول أوروبا يؤكد فيها أن صناعة السياحة هي الطريق الوحيد لحل مشكلة البطالة<sup>4</sup>.

2- 2- 2 رفع المستوى المعيشي للمجتمعات والشعوب: لا يمكن الحديث عن التنمية السياحية دون تهيئة مرافق البنية التحتية والفوقية، ومستلزمات الإقامة والضيافة. وبالتالي فإن إنشاء شبكة من الطرقات وتوفير الكهرباء والماء والمواصلات والاتصالات، والصرف الصحي، والاهتمام بالنظافة في المكان، وإنشاء البيئة التي تسهل تنقل السياح وتلبية متطلباتهم، سيساهم في تدعيم المقومات الطبيعية والجمالية بالمنطقة وازدهار الحركة السياحية بها، هذا من جهة ومن جهة أخرى سيعود بالنفع على أفراد المجتمع المحلي، مما يساهم في رفع مستوى معيشتهم، وتحسين نمط حياتهم.

2- 2- 3 تدعيم الترابط الاجتماعي والثقافي بين الشعوب: يشكل التفاهم وتعزيز القيم الأخلاقية المتعارف عليها بين بشر، إضافة إلى التسامح واحترام تنوع العقائد الدينية والفلسفية والأخلاقية، أساسا

<sup>1</sup> - د. فلاق علي (2012)، "التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي"، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد (06)، مارس 2012، ص68. على الموقع:

<http://www.univ-medea.dz/revue/images/Volumes/volume6/ar4v6.pdf>

<sup>2</sup> - د. أمينة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، مرجع سابق، ص223.

<sup>3</sup> - د. عبد الرزاق محمود الهيتي، دور التنمية السياحية في التنمية الاجتماعية، 12/08/2008 على:

<http://afaksocio.ahlamontada.com/t154-topic>

<sup>4</sup> - د. نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، مرجع سابق، ص83.

للسياحة المسؤولة ونتيجة لها. وإن عبور 940 مليون سائح للحدود الدولية عام 2010 هو مؤشر على أنه لم يسبق لشعوب العالم وثقافاتهما أن تواصلت كما تتواصل حالياً. ولقد وصل هذا العدد إلى مليار سائح بحلول 2011. فعن طريق السياحة يتقارب ملايين الناس أكثر فأكثر كل يوم. ولقد تم الاحتفال بيوم السياحة العالمي لسنة 2011 تحت شعار "السياحة تربط بين الثقافات"، وفي ذلك تعبير عن دور السياحة في تذليل العوائق القائمة بين الثقافات، وفي تعزيز التسامح والتفاهم والاحترام المتبادل<sup>1</sup> ففي عالمنا الذي غالباً ما يعاني من الانقسام، تمثل هذه القيم الأساس الذي عليه يقوم مستقبل يعمه مزيد من السلام. وتؤدي تنمية السياحة الداخلية إلى زيادة درجة الترابط الاجتماعي والثقافي بين السكان وزيادة المعرفة، بينما تعمل تنمية السياحة الدولية على تشجيع التبادل الثقافي والحضاري وتدعيم أواصر الصداقة بين الشعوب.

2- 2- 4 تنمية الوعي الثقافي لدى المواطنين: يحتل موضوع توعية المواطنين دوراً مهماً ضمن استراتيجيات التنمية السياحية، حيث يعتبر قبول أفراد المجتمع المحلي بالتغيير الذي ينجم عن السياحة أمراً ضرورياً لنجاح السياحة المحلية. وبالتالي فإن السياحة تساهم في جعل المجتمع أكثر قبولاً للتغيرات الثقافية، كما تساهم بتنمية الوعي الثقافي لدى الشعوب وهذا من خلال احتكاك السياح بالسكان المحليين، وأيضاً من خلال اكتساب المواطنين لآداب الضيافة والاستقبال، وتنمية قدرتهم على تقديم المعلومات والنصائح للسياح.

2- 2- 5 أهمية السياحة في تعزيز العلاقات الاقتصادية الدولية: أصبح قطاع السياحة اليوم من أهم القطاعات التي تساهم في تنمية العلاقات الاقتصادية والاجتماعية بين الدول. وتؤثر السياحة الدولية على الاقتصاد المعاصر بأشكال مختلفة، كما تؤثر المنظمات السياحية الدولية والرسمية غير الرسمية على تشكيل العلاقات الاقتصادية الدولية. ويتمثل أثر السياحة الدولية على العلاقات الاقتصادية الدولية في ما يلي<sup>2</sup>:

- عقد الاتفاقيات السياحية الدولية بين مختلف الدول والشركات السياحية الكبرى لتبادل السياح حسب القانون السياحي الدولي.
- الاشتراك في المنظمات الدولية السياحية الرسمية وغير الرسمية للمساعدة على تطوير السياحة الدولية.
- استخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية لتلبية احتياجات السياحة الدولية.
- تحسين نظام العلاقات المالية في السياحة الدولية وإتمامه.
- توسيع التعاون وتعميقه وتبادل المساعدات في مجال الدعاية والإعلان السياحي.
- توقيع العقود الاستثمارية مع شركات ومستثمرين أجانب من أجل بناء منشآت سياحية، أو أقطاب سياحية.

<sup>1</sup> منظمة السياحة العالمية، طالب الرفاعي الأمين العام، السياحة تربط بين الثقافات، رسالة بمناسبة اليوم العالمي للسياحة، 27 أيلول/سبتمبر 2011، على الموقع: <http://wtd.unwto.org/ar/node/30697>

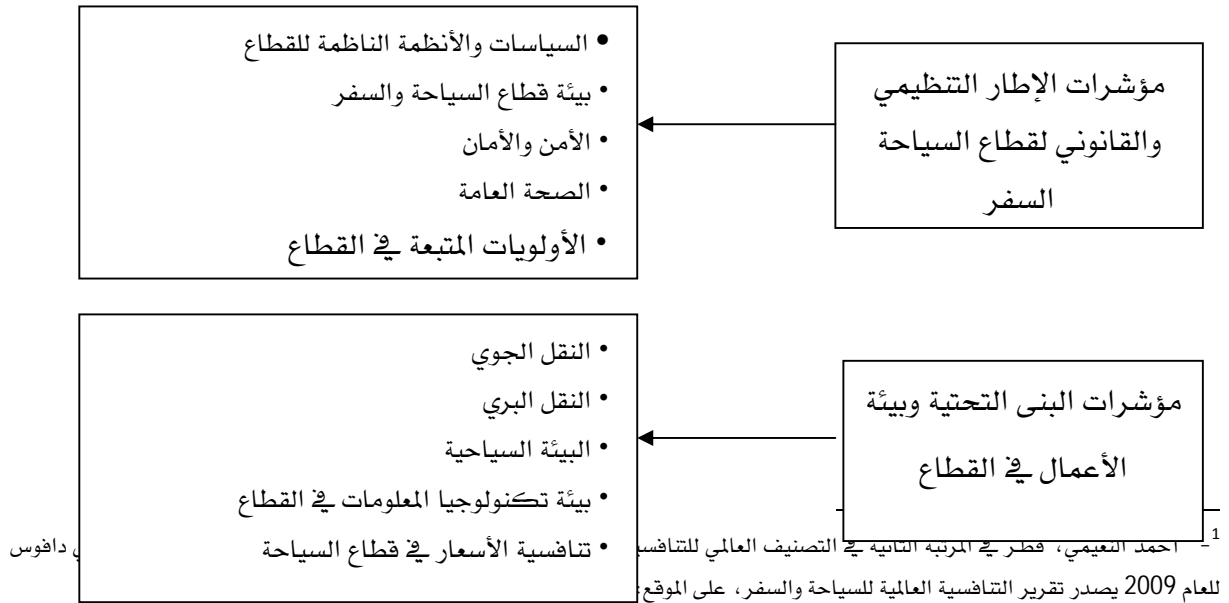
<sup>2</sup> محمود الديماسي، حسين عطيير، سراب إلياس، حسن الرفاعي، تخطيط البرامج السياحية، سلسلة السياحة والفندقة 4، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2002، ص 139.



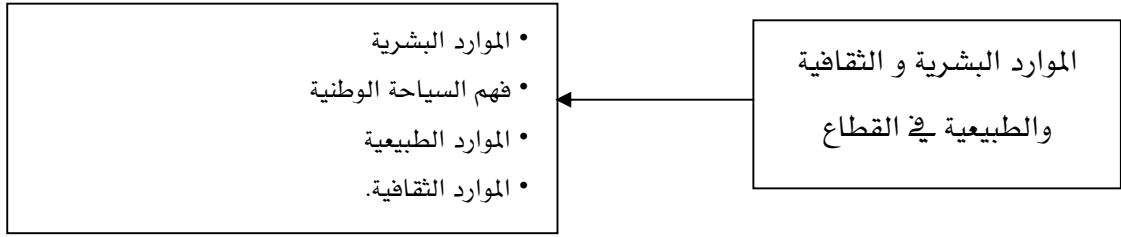
### 1- المنهجية المتبعة في تصنيف تنافسية الدول في التقرير الخاص بقطاع السياحة والسفر:

"يعتبر التقرير العالمي للتنافسية أهم إصدار للمنتدى الاقتصادي العالمي ويضم تقييم مفصّل ومقارن للتنافسية دول العالم المختلفة. وقد تم إصدار التقرير الأول عام 1979 وتوسع التقرير في عدد الدول التي يقوم بدراستها عاماً بعد عام إلى أن وصل عدد الدول محل الدراسة إلى 134 دولة عام 2009/2008. وعلى مدار السنوات السابقة تم تطوير المنهجية المتبعة لقياس القدرة التنافسية في التقرير، إذ يتم الآن استخدام مؤشر التنافسية العالمية (GCI) والذي يعتبر أحدث مؤشر لقياس هذا المفهوم، ويسعى المؤشر إلى أن يعكس بدقة جميع العوامل المؤثرة على إنتاجية الدولة كما يعكس واقع مختلف الدول التي يتم دراستها. أما بالنسبة لتقرير التنافسية العالمية للسياحة والسفر فهو تقرير أساسي يضع مؤشرات لإحالة الصعوبات والمعوقات التي تواجه التنافسية إلى نقاط إيجابية أمام القطاعين العام والخاص ضمن منظومة المنافسة العالمية في قطاعي السفر والسياحة لبناء خطط نحو تطوير قطاع السياحة من خلال قياس وتحليل الأداء ضمن مكونات القطاع السياحي للدول (الوجهات السياحية)، استناداً إلى بيانات منظمات ومراكز أبحاث دولية من بينها: الاتحاد الدولي للنقل الجوي IATA، والاتحاد العالمي لصون الطبيعة IUCN، والمنظمة العالمية للسياحة UNWTO، والمجلس العالمي للسفر والسياحة TTCI<sup>1</sup> ويتضمن هذا التقرير قياس مؤشرات تنحصر في تركيبة دليل تنافسية قطاع السياحة والسفر كما هو موضح في ما يلي:

### الشكل رقم (17) تركيبة دليل تنافسية قطاع السياحة والسفر







المصدر:

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007.

وقد اعتمد هذا التقرير في تحليله لتنافسية قطاع السياحة والسفر في الدول المشاركة، على نوعين رئيسيين من البيانات وهما<sup>1</sup>:

أ. **البيانات الكمية: (Quantitative Data)** وهي تلك البيانات المتعلقة بأداء قطاع السياحة والسفر وقدرة القطاع على استخدام واستغلال التكنولوجيا الحديثة، وقد تم الحصول على هذا النوع من المعلومات من خلال الهيئات الدولية مثل منظمة السياحة العالمية، ومجلس السياحة والسفر العالمي، إضافة إلى الحصول على بعض المعلومات من قبل كبرى الشركات العاملة في هذا القطاع ومن ضمنها الخطوط الملكية الأردنية، والخطوط الإماراتية والقطرية، وكذلك النشرات الإحصائية المحلية والدولية المنشورة.

ب. **البيانات النوعية: (Qualitative Data)** وهي بيانات يتم الحصول عليها من خلال المسوحات الميدانية التي يقوم بها المنتدى الاقتصادي العالمي، وهو موجه لقياس آراء وملاحظات رجال الأعمال وصناع القرار في الدول المشاركة، ويتم اختيارهم بناء على أسس معينة تحدد من قبل المنتدى.

## 2- تنافسية السياحة في الدول العربية:

تمثل التنافسية بمفهومها العام معياراً لتقييم الأداء النسبي للدول مقارنة بغيرها من دول العالم وذلك للوقوف على جوانب الضعف والقوة لها في مجال المقارنة، وقد اهتمت العديد من المؤسسات الدولية بإعداد تقارير عن مستوى تنافسية الدول في مجالات اقتصادية عديدة كان أحدثها مجال السياحة والسفر حيث أطلق المنتدى الاقتصادي العالمي تقريره الأول عن تنافسية السياحة والسفر في عام 2007 ليفتح الباب أمام تقييم إنجازات دول العالم في هذا المجال ووضعها في ترتيب تنازلي حسب معايير محددة. وعلى الرغم مما قد يوجه إلى التقرير من أوجه نقد في منهجيته أو درجة شموليته، إلا أنه من المفيد تناول ما يخص الدول العربية في هذا التقرير باعتباره التقرير الدولي الأول في هذا المجال. ويقيس المؤشر الكلي لتنافسية

<sup>1</sup> -The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2007.

السياحة والسفر العوامل والسياسات المحفزة على تطوير هذا القطاع في دول العالم، والتي تشمل القواعد الأساسية والأنظمة، والظروف والجهود البيئية، السلامة والأمن، الخدمات الصحية والنظافة، أولويات السياحة والسفر، البنية التحتية للنقل الجوي والبحري، البنية التحتية للسياحة، البنية التحتية للمعلومات والاتصالات، تنافسية الأسعار، رأس المال البشري، مفهوم السياحة الوطنية، والمصادر الطبيعية والثقافية<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - التعاون العربي في قطاع السياحة، تم استرجاعه بتاريخ، الخميس 10 ماي 2012، على الموقع:

[http://www.jnco.gov.jo/static/pdf/studies\\_travel.pdf](http://www.jnco.gov.jo/static/pdf/studies_travel.pdf)

الجدول رقم (01) تقرير التنافسية العالمية لعام 2008 مرتباً حسب الترتيب العام للدول العربية والشرق  
أوسطية.

الترتيب العام	تشريعي	الإطار التشريعي	الأعمال	البنية التحتية وبيئة الأعمال	البنية التقنية	بشرية	المبنية التقنية	الموارد البشرية	الدولة
35		32		36			22	20	إسرائيل
37		43		35			40	23	
39		25		49			69	28	
40		44		27			36	42	الإمارات
48		68		28			43	49	البحرين
53		36		60			65	70	الأردن
54		56		57			55	73	
66		58		69			87	82	
67		55		75			85	95	المغرب
76		88		58			71	74	عمان
82		106		55			59	83	السعودية
85		105		53			53	32	الكويت
94		74		97			98	97	سوريا
102		99		93			95	96	الجزائر
104		75		115			91	99	
122		117		120			109	115	موريتانيا

المصدر: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008

الجدول رقم (02) ترتيب الجزائر وفقاً لمؤشر تنافسية قطاع السفر والسياحة.

2011	2009	2008	2007	السنة
113	115	102	93	الترتيب العام
3.4	3.8	3.5	3.7	النشاط العام

Source: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, World Economic Forum

الجدول رقم (03) ترتيب دول شمال إفريقيا وفقا لمؤشر تنافسية قطاع السفر والسياحة حسب تقرير 2011.

الدول	الترتيب اقليمي	الترتيب العالمي	التقييم العام
	1	47	4.39
	2	75	3.96
المغرب	3	78	3.93
الجزائر	4	113	3.37
	5	124	3.25

Source: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, World Economic Forum

3- تحليل مكانة الجزائر ضمن الترتيب العام:

ما الذي يجعل الناس يتوجهون إلى وجهة سياحية معينة؟ هذه مسألة تتعلق بمفهوم الدافعية وهي مصدر الكثير من البحوث العلمية. فعملية اختيار الوجهة من قبل السياح الآن تشكل قضية مركزية لصناعة السياحة. وتعمل جميع الهيئات والمؤسسات الفاعلة في السياحة إلى جعل الاهتمام بالسياحة من الأولويات في عملية اتخاذ القرار، كما تأخذ بعين الاعتبار العوامل المحددة لاختيار السائح للوجهة السياحية، والجدول التالي يبين الترتيب الذي آلت إليه الجزائر بناء على تقرير مؤشر تنافسية السياحة.

الجدول رقم (04) ترتيب الجزائر ضمن المؤشرات الجزئية المكونة لمؤشر تنافسية قطاع الأسفار والسياحة.

المؤشر	الترتيب العام	التقييم العام
مؤشر التنافسية لقطاع السياحة والسفر	113	3.37
1. مؤشر الإطار التنظيمي والتشريعي	112	3.9
- السياسات والأنظمة المعمول بها للقطاع	118	3.7
- بيئة قطاع السياحة والسفر	120	4.0
- الأمن والأمان	95	4.4
- الصحة والنظافة العامة	84	4.2
- الأولويات المتبعة في القطاع	130	3.1
2. مؤشر بيئة الأعمال والبنية التحتية	110	2.9
- النقل الجوي	103	2.4
- النقل البري	105	3.0
- البيئة السياحية	122	2.3
- بيئة تكنولوجيا المعلومات في القطاع	107	1.7
- تنافسية الأسعار في قطاع السياحة	35	5.0
1- مؤشر الموارد البشرية، الطبيعية والثقافية	116	3.4
- الموارد البشرية	91	4.6
- فهم السياحة الوطنية	128	4.0
- الموارد الطبيعية	99	2.6

Source: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, World Economic Forum

انطلاقاً من بيانات الجدول رقم (07) نلاحظ أن الترتيب الذي آلت إليه الجزائر ضمن مجموعة الدول العربية والدول شرق أوسطية، ومكانتها ضمن دول شمال إفريقيا لا يتوافق مع الإمكانيات السياحية التي تزخر بها الجزائر، ولكن كما هو معمول به في إطار المنهجية المتبعة في تقرير التنافسية العالمي، فإن موقع أي دولة يأتي بعد التعرف على وضعية المؤشرات الكمية والنوعية بها، وعليه فإن هذا الموقع المتدهور للجزائر كان نتيجة لضعف البيانات الكمية والنوعية لديها، وهو ما سنوضحه في ما يلي:

• **الموارد البشرية:** تعد الميزة التنافسية للعنصر البشري من أهم المزايا التنافسية على الإطلاق، فالموارد البشرية العاملة في المجال السياحي تساهم إلى حد كبير في تطويره، ولكن هذا لن يتحقق إلا إذا أخذ هذا المورد نصيبه المطلوب كما ونوعاً من التكوين والتدريب والاهتمام. ومن خلال بيانات الجدول نلاحظ أن مرتبة الموارد البشرية في مجال السياحة في الجزائر حسب تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر لسنة 2011، تقع ضمن المراتب الدنيا (المرتبة 91)، حيث اتضح للباحثين قلة الوعي بالسياحة لدى المجتمع المحلي، وقلة عدد الأدلاء السياحيين والمحليين، وقلة الموارد البشرية المؤهلة لتقديم الخدمات السياحية بالكم والنوع المطلوبين ومن أجل إدراك الأمر، يجب الاهتمام بالعناصر التالية:

- التوعية والتأهيل. - التعليم والتدريب. - الترويج للخدمات السياحية.

ويعد التكوين من بين أولويات القطاع السياحي، للحصول على الأفراد اللازمين من حيث العدد والنوعية التي تخدم أغراض السياحة. وإن وزارة السياحة بالجزائر بادرت بإصلاح منظومتها لتأهيل المتخصصين والعاملين في مجال السياحة.

• **بيئة الأعمال والبنية التقنية:** تعد مرافق البنية التقنية والبنية التحتية من بين الأمور الأساسية التي لا يمكن تطوير الأنشطة السياحية بدونها، فمناطق الجذب السياحي لا يمكن أن يتم تجهيزها وإعدادها لاستقبال السياح بدون توفر خدمات ومرافق شبكات الطرق، خدمات الكهرباء، شبكات توزيع المياه، خدمات الصرف الصحي، ومرافق الاتصالات، فكلها خدمات ضرورية لتطوير مناطق الجذب السياحي. وكما هو الحال في الموارد البشرية فإن مرتبة الجزائر ضمن التصنيف تقع في المؤخرة حيث احتل مؤشر بيئة الأعمال والبنية التحتية المرتبة 110 ضمن الترتيب العام، وهو ما يدل على أن وضعية هذه المرافق لم ترتقي إلى المستوى المطلوب، ولكن ما يجب أن يقال في هذا الموقع أن الإرادة السياسية حالياً متوفرة في هذا المجال، وهو ما جاء من خلال تخصيص أغلفة مالية معتبرة للنهوض بالقطاع من هذا الجانب، وتتجسد النظرة الواعدة في الفترة الحالية من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، والذي يرسم برنامج تطوير السياحة الوطنية وترقيتها لدعم مكانة الجزائر كوجهة سياحية، حيث رصد ما يزيد عن 5,2 مليار دولار، بمعدل 350 مليون دولار سنوياً للنهوض بالبنية التحتية للقطاع السياحي، ويأمل من أن تجني الدولة ثمار هذا الجهد المادي والبشري في المستقبل.

• **الإطار التشريعي والتنظيمي:** تحتل الجزائر في هذا المؤشر المرتبة 112 وهي في موقع ضعيف جدا، خاصة إذا ما قورنت بدول الجوار، وعليه لا بد من تكوين بيئة استثمارية وتشريعية ومالية ملائمة لتشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي، هذا إضافة إلى إعادة النظر في السياسات والأنظمة المعمول بها في القطاع، وضرورة جعلها أكثر تناسبا مع المتطلبات الحالية للعمل القطاعي.

### الجزء الثالث: برنامج وآفاق التنمية السياحية بالجزائر:

إن السياسة الناجحة هي التي تنطلق من إستراتيجيات مدروسة وهادفة مما يؤدي في النهاية إلى التجسيد الفعلي للأهداف المسطرة. وسعيا منها لتطوير القطاع السياحي والنهوض به كقطاع مولد للثروة والدخل، عمدت الدولة الجزائرية إلى تبني سياسات جديدة من شأنها تحقيق نقلة نوعية في القطاع السياحي، وتمثل الإستراتيجية الجديدة في رصد مبالغ ضخمة من ميزانية الدولة للنهوض بالقطاع، وهو ما يندرج ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025، الذي سنتطرق له في ما يلي:

#### 1- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية S.D.A.T كإطار مرجعي للتنمية السياحية لآفاق 2025:

تتجسد النظرة الجديدة والواعدة للسياسة السياحية في الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، والذي يرسم برنامج تطوير السياحة الوطنية وترقيتها من أجل إدراجها ضمن الشبكات الدولية لدعم مكانة الجزائر كوجهة سياحية، كما يضع المخطط تفاصيل مشروع سياحي شامل يشرك أكبر عدد من الفاعلين. ولتحقيق هذا الهدف، جرى رصد ما يزيد عن 5,2 مليار دولار، بمعدل 350 مليون دولار سنويا للنهوض بالبنى التحتية للقطاع السياحي<sup>1</sup>، ويأمل من أن تجني الدولة ثمار هذا الجهد المادي والبشري في المستقبل، وإذا كانت السياحة الناجحة تفعل فعلتها في الميدانين الاقتصادي والاجتماعي، فيتم تعليق آمال كبيرة على هذا البرنامج لتطوير القطاع السياحي وبالتالي دفع باقي القطاعات الأخرى إلى الأمام، وهذا بحكم الارتباطات القوية للقطاع مع باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى. وإن أهم النقاط التي يركز عليها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية خاصة وأنه جاء ليوضح رؤية الدولة وخياراتها على المدى القصير (2009) وال المدى المتوسط (2015) وال المدى البعيد (2025) يمكن حصرها في خمس نقاط ديناميكية:

- رفع جاذبية وجهة السياحة الجزائرية، بغية مضاعفة قدرتها التنافسية .
- التسيير العقلاني للاستثمار في أقطاب الامتياز السياحي.
- تنمية العرض السياحي من خلال وضع مخطط جودة السياحة. حيث يدمج هذا المخطط ضمنه تكويننا مهنيا عالي الجودة والتفتح على تكنولوجيات الإعلام والاتصال .
- إيجاد تناسق بين السلسلة السياحية أي بين الفاعلين في المجال السياحي، وتفعيل الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص.

<sup>1</sup> - <http://www.djazair.com/elmassa/36562>

➤ وضع أداة إستراتيجية للتمويل العقلاني لكل ما يقوم به القطاع السياحي.

## 2- الآليات الكفيلة بتطوير السياحة وبالتالي ضمان مساهمتها الفعالة في التنمية الشاملة:

تشكل السياحة موردا هاما للعديد من الدول في العالم مثل الولايات المتحدة الأمريكية، إيطاليا، إسبانيا، فرنسا، بريطانيا ومصر والهند وغيرها، وفي ظل المعطيات الاقتصادية الراهنة أصبح خيار العزلة أمر تم تجاوزه، وبالتالي فإن أنسب خيار للجزائر هو الاندماج في الاقتصاد العالمي من باب السياحة وهذا بتمية القدرة التنافسية للمنتوج السياحي، لأن الجزائر من أجل ان تتجح في التحدي الذي حددته لنفسها في الميدان السياحي عليها أن تتجاوب مع التطور الكمي والنوعي الحاصل وتستفيد من التعاون الخارجي مع الخبراء من أجل اكتساب خبرات في شتى الميادين سواء الفنادق أو التسيير وما إلى ذلك من جودة الخدمات...

وفي هذا الإطار فإن الأولويات الحالية للعمل القطاعي تتمثل في أربع نقاط هي :

➤ الاستثمار السياحي (محلي - أجنبي).

➤ التكوين.

➤ التنمية السياحية الداخلية.

➤ ترقية وتطوير عملية تسويق الوجهة السياحية الجزائرية.

## 2- الاستثمار السياحي (محلي - أجنبي):

تعتبر قضية الاستثمار قضية محورية في القطاع، وما لمسناه من خلال المعطيات المتوفرة أنه هناك وعي كبير جدا على مستوى القطاع والوزارة بأن الاستثمار السياحي هو الأداة الفعلية للنهوض بالسياحة في الجزائر، في ما يخص هذه النقطة، تبنت الجزائر إستراتيجية تنمية السياحة حتى عام 2015 وتحسين صورة الجزائر السياحية بالخارج وجذب الاستثمارات من أجل تسويق المنتج السياحي. حيث صادقت الوزارة من 2008 إلى 2010 على إنجاز 523 مشروع سياحي، وهذا ما سيسمح بإحداث طاقة إيواء جديدة تقدر بحوالي 50 ألف سرير، وكذلك إنشاء مناصب شغل تقدر ب 75 ألف منصب شغل. ولمسايرة هذه المشاريع تضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2009 عدة امتيازات ضريبية وشبه جمركية لتحفيز الاستثمار في المجال السياحي منها<sup>1</sup>:

➤ الاستفادة من تخفيض بنسبة 50 و 80 من كلفة الامتياز على الأرضية المخصصة لإنجاز مشاريع

سياحية في الولايات المتواجدة في الهضاب العليا أو الجنوب.

➤ تخفيض نسبة الفائدة إلى 3 و 4.5 من القروض البنكية الموجهة للاستثمار السياحي على مستوى

ولايات الشمال والجنوب.

➤ الضريبة على القيمة المضافة TVA كانت 17 وأصبحت 7 .

<sup>1</sup> - الديوان الوطني للسياحة، وزارة السياحة والصناعات التقليدية.



➤ كذلك وضع جهاز لمساعدة الاستثمار من خلال إنشاء صندوق دعم الاستثمار والترقية وجودة الأنشطة السياحية.

➤ منح تسهيلات للمستثمرين الذين يستثمرون في الجنوب وفي الهضاب العليا، هذا إضافة إلى تحفيزات بنكية. وتخفيضات هامة على سعر العقار المخصص للمشاريع تصل إلى 80 بالمائة في مناطق التوسع السياحي بالجنوب الجزائري.

➤ مشاركة القطاع الخاص في الاستثمار السياحي: وهنا يجب الإشارة إلى دور الحكومة، بما في ذلك البنوك، في تكوين بيئة استثمارية وتشريعية ملائمة لتشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي. كل هذا سيعطي ديناميكية جديدة للاستثمار في القطاع السياحي.

➤ أما في ما يتعلق بالمشاريع الكبرى، هناك توجه لجلب الاستثمارات الأجنبية خصوصا من دول الخليج، وهناك أيضا الكثير من المستثمرين الأجانب، وتمت الدراسات لإنجاز قرية سياحية بامتياز، فإذا أرادت الجزائر أن تفرض نفسها في المستقبل على ساحة السياحة العالمية يجب أن يكون لديها مقصد له شخصية خاصة به، فالتقليد غير مسموح به، رغم وجود نماذج ناجحة. وهذا ما سيساهم بشكل كبير في تحسين وجه السياحة بالجزائر، وهذه المشاريع سوف تنجز على مستوى مناطق التوسع السياحي.

2- 2 التكوين:

مع الراج الذي تشهده الأقطاب السياحية في العالم، أصبحت مسألة تأهيل المنشآت السياحية على مستوى المرافق، الاستقبال، جودة الخدمات من الأمور الهامة جدا، وحقيقة لا يمكن أن نتكلم عن منشآت سياحية دون وجود يد عاملة مؤهلة، فغيابها أو تدني مستواها يؤدي إلى تدني الخدمات، ومن بين المشاكل التي عانى منها قطاع السياحة في الجزائر في الماضي قطاع التكوين. لهذا الغرض فإن من بين أولويات القطاع السياحي هو التكوين خاصة، هذا إلى جانب إدارة القوى العاملة في القطاع<sup>(21)</sup>، للحصول على الأفراد اللازمين من حيث العدد والنوعية التي تخدم أغراض القطاع، وجعلهم يبذلون أكبر قدر ممكن من طاقتهم وجهودهم للمساهمة بفعالية في تحقيق الأهداف المرجوة. وإن وزارة السياحة بادرت بإصلاح منظومتها لتأهيل المتخصصين والعاملين في مجال السياحة بمشاركة هيئات دولية على رأسها المنظمة العالمية للسياحة. وقد سعت الجزائر إلى الاستفادة من التجربة الكندية الرائدة لتأهيل الموارد البشرية إضافة إلى التجارب التونسية والفرنسية من خلال دورات تدريبية. كما اهتمت الوزارة ضمن برنامجها لتنمية السياحة بإدراج التقنيات الحديثة، فلدينا المدرسة الوطنية العليا للسياحة، من أجل توفير دليل سياحي لتقديم اليد العاملة التي تحتاجها الوكالات السياحية ويعد المعهد الوطني للتكوين الفندقي والسياحي ببوسعادة من أهم المؤسسات العلمية في الميدان السياحي منذ إنشائه عام 1970 إلى جانب معهد تقنيات السياحة والفندقة بتيزي وزو. ، بالإضافة إلى مشروع المدرسة الفندقية بعين تيموشنت، مدرسة وطنية عليا للسياحة بتيبازة طاقة استيعابها ستقدر بحوالي 1200 مقعد بيداغوجي، لتدعيم الكفاءات البشرية

والارتفاع بها إلى المستوى العالمي.بالإضافة إلى مراكز التكوين المهني قامت بفتح شعب في التكوين السياحي والفندقي.

ولكن عند الحديث عن التكوين في القطاع السياحي، قد تكون من بين النقاط الهامة تقديم خدمات بماركات أجنبية ولكن أيضا لا بد من إدراج الصبغة المحلية للمنطقة، وقد تم إدراج فن الطبخ التقليدي منذ 2006 كعنصر محلي مميز للترويج السياحي، فمثلا توجد مدرسة في ولاية تلمسان مختصة في الطبخ التقليدي، حتى يتم إعطاء صبغة أصلية للمنتج السياحي الجزائري، خاصة وأنه من المعايير المرتكز عليها في تصنيف الفنادق هي أولا ضرورة إدراج الطبخ الجزائري في قائمة المأكولات، وكذلك في ما يخص منتجات الصناعات التقليدية لا بد أن يروج لها في الفنادق، حتى يتعرف الزائر الأجنبي على المنتج الجزائري.

## 2- 3 التنمية السياحية الداخلية:

السياحة الداخلية لا تتعارض مع السياحة العالمية، فهما وجهان لعملة واحدة، وتعد أداة مهمة للتطور الاقتصادي والاجتماعي، ومن الأدوات الأساسية لدفع الحركية السياحية الداخلية الجزائرية، تتمثل في التوصل إلى توازن أفضل، ورفع الطلب الداخلي المستمر في الاتساع، للارتقاء بها إلى مستوى المؤهلات الطبيعية التي تزخر بها البلاد، بالنظر للارتفاع المرتقب للدخل الفردي من الناتج الداخلي الخام فمن المتوقع أن يتعاطى 11 مليون جزائري السياحة مع مطلع 2025، وعليه لا بد من العمل على توفير كل المتطلبات التي تؤدي إلى تنشيط السياحة الداخلية ونذكر منها ما يلي:

- تعتمد السياحة الداخلية على التنوع، وهو عنصر هام لتنشيط الفعل السياحي في الجزائر، وبالتالي لا بد من توسيع شبكة النقل البري والجوي وكذا شبكة السكك الحديدية.

- اعتماد شراكة حقيقية مبنية على إستراتيجية محكمة بين المتعاملين والمستثمرين والفاعلين في الحقل السياحي العام والخاص.

- يعتبر مشكل ارتفاع أسعار الإيواء وغيرها من الخدمات الأخرى ذات الصلة بالسياحة من أهم العوائق التي تقف حاجزا أمام السياحة الداخلية، فكثيرا ما يتوجه آلاف السياح الجزائريين إلى دول الجوار للبحث عن خدمات أفضل و بأقل تكلفة، وعليه لا بد من التفكير في جعل الأسعار أكثر تناسبا مع طبيعة الطلب الداخلي.

- الاهتمام بالصناعات التقليدية والحرفية، بالشكل الذي يضمن جودة المنتجات التقليدية، وهذا من أجل تنمية الإيرادات السياحية وتنمية النشاط الصناعي الحرفي.

- الاستفادة من الخبرة الأجنبية والانفتاح والتواصل، من شأنه أن يحرك الجذب السياحي الداخلي. ومع تزايد الطلب الداخلي على المنتج السياحي في الجزائر، وهذا نظرا للعديد من العوامل، منها: الارتفاع المحسوس للمستوى المعيشي والثقافي للفرد، بالإضافة إلى الارتفاع المسجل في ثقافة الاستهلاك السياحي، ولكن هل المعطيات السياحية المتوفرة في الجزائر تغطي الطلب الداخلي؟ وكيف يمكن للفاعلين في القطاع جعل السياحة الداخلية تستقطب اهتمام الجزائريين؟

إن مسألة تطوير السياحة الداخلية هي حق مشروع لكل مواطن حتى يتسنى له قضاء عطلة السياحة في بلاده. ومن واجب كل الفاعلين والناشطين في قطاع السياحة وبالتعاون مع خبراء من الخارج التفكير في إيجاد الآليات الملموسة لدفع حركية السياحة الداخلية، وتوفير العروض السياحية التي تلبى أذواق السياح .

2- 4 ترقية وتطوير عملية تسويق الوجهة السياحية الجزائرية: لا معنى لكل هذه الجهود إذا لم يتم الترويج لها بشكل جيد ومتخصص، وبالتالي لا بد من تطوير أساليب الترويج والدعاية وجعلها تتناسب أكثر مع التطور الحاصل في هذا المجال، وهنا تطرح مسألة احترافية الوكالات السياحية. ويعتبر غياب الإعلانات السياحية، هي من بين الأسباب الرئيسية لركود السياحة في بلادنا، وفي هذا الصدد أطلق الديوان الوطني للسياحة أكبر موقع إلكتروني للترويج للسياحة الجزائرية، بالاعتماد على استعمال مختلف الوسائط التكنولوجية، وأعد الديوان برنامجا ثلاثيا من الفترة الممتدة بين 2010 إلى 2013 يرتكز على الترويج للسياحة الجزائرية محليا وخارجيا، وخاصة مع الإصلاحات التي عرفتها الجزائر في الفترة الأخيرة ومع الانتعاش الذي شمل معظم القطاعات، ومع التظاهرات التي تحتضنها بلادنا سواء الثقافية أو الإسلامية وتنظيم الصالونات الدولية. كل هذا يساهم إلى حد ما في إعطاء صورة جيدة للجزائر وخاصة تعريف مختلف الوافدين بالموثوث السياحي المتنوع الموجود في بلادنا.

نتائج الدراسة: يمكن تلخيص أهم النتائج والتوصيات في النقاط التالية:

- رغم تباين الآثار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لصناعة السياحة باختلاف أنواعها وتعدد أنشطتها، إلا أن الدلائل العلمية لتجارب العديد من الدول، تشير إلى أن التزايد الملحوظ في الدور الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في قضايا التنمية، يترك أثرا إيجابيا على اقتصاد الدولة ككل وعلى النواحي الأخرى ذات الصلة بحياة البشر.
- تنافسية القطاع السياحي بالجزائر ضعيفة جدا، وهو ما يظهر من خلال المكانة التي آلت إليها الجزائر وفقا لمؤشر تنافسية قطاع السفر والسياحة حسب تقرير 2011. وهذا رغم الإمكانيات المعتبرة التي يزخر بها القطاع السياحي. إلا أن المؤهلات لا تكفي كمادة خام، إذا لم تدعم ببرامج تنموية مدروسة.
- يعد مشكل نقص المنشآت ذات النوعية العائق الأكبر الذي يحد من تطوير السياحة في بلادنا، ومن أهم المتطلبات نذكر ما يلي:
  - تكثيف طاقة الإيواء التي تتوافق مع خصوصية الطلب الداخلي، فلا يجب الاعتماد كلياً على الفنادق، بل ينبغي توسيع مراكز الإيواء والمخيمات مع الحرص على جودة الخدمات المقدمة.
  - التنوع: لا بد من تنويع العروض السياحية وتقديم مجموعة من المنتجات السياحية أمام المواطن ويبقى عليه الاختيار.
  - الترقية: يجب إحداث آليات تقنية وحديثة للتعريف بمنتجات السياحة الداخلية، والبحث عن السبل الكفيلة بتنمية ثقافة السياحة الداخلية.

- يعد ارتفاع الأسعار من أهم العوائق التي تحول دون تشجيع السياحة في بلادنا خاصة الداخلية منها، حيث أن مليون و700 ألف جزائري يمضون عطلتهم في الخارج، وهذا بحثا عن خدمات نوعية بأسعار معقولة. ويرجع السبب الرئيسي وراء هذا الارتفاع المذهل في الأسعار إلى كون المعروض من المنتجات والخدمات السياحية يقل بكثير عن مستوى الطلب، وهذا سيؤدي حتما إلى ارتفاع الأسعار (وفقا لقانون العرض والطلب)، إلا أنه وبالنظر إلى المشاريع الاستثمارية المبرمجة في القطاع، وخاصة بعد رفع قيمة الاستيعاب للحظيرة الفندقية بمعدل 10% وهو ما يعادل إضافة 12 ألف سرير مع نهاية 2013، وعليه فقد يساهم هذا الإجراء في التخفيف من حدة مشكل الارتفاع في الأسعار خاصة فيما يخص أسعار الإيواء.

- عرف التسويق في الآونة الأخيرة تحولا جذريا في فنون الممارسة، وفي أساليب الإقناع، ومجالات وعناصر الجذب التسويقي، وإضافة إلى أن التسويق نشاط فعال في تصريف المنتجات، وبالتالي لا بد من بذل جهود متكاملة في:

- تطوير المنتجات السياحية، وجعلها أفضل وأكثر تناسبا مع احتياجات ورغبات المستهلكين.
  - ترويج المنتجات، وفق نظام اتصال فعال، يتم من خلاله نقل كم مناسب من البيانات والمعلومات عن المنتجات المرغوب تسويقها.
- وعليه لا بد من العمل على رفع إنتاجية الموارد السياحية (مادية وبشرية)، وكفاءة السياسات التسويقية والترويجية الخارجية.

#### خاتمة:

في ما يخص حالة الجزائر، لا بد من طرح سؤال يشغل بال الكثيرين، خاصة المهتمين بقضايا التنمية، رغم أن الجزائر لديها مؤهلات معتبرة جدا إلا أنها بقيت في المؤخرة ؟ فهي تتوفر على طاقات سياحية فريدة لا نظير لها على مستوى حوض البحر الأبيض المتوسط، وفي هذا الصدد لا بد من معرفة مسألة هامة جدا، وهو أن المؤهلات كمادة خام لا تكفي لجعل أي بلد كمقصد سياحي، ولكن يجب تحويل هذه المادة الخام إلى عروض سياحية بمواصفات عالمية، وهذا لا يأتي إلا ببرامج تنموية، فكل هذه الدول التي أصبحت وجهة الملايين من السياح، هي تجني الآن ثمار برامج قامت بها منذ الستينات والسبعينات، وبالتالي لا بد من النظر إلى القطاع السياحي بالجزائر من جانب اقتصادي، فمن الغريب أن تكون الجزائر بهذه المؤهلات المعتبرة، وفي المقابل تبقى على هامش التطور الهائل للسياحة كصناعة. فنحن اليوم أمام خيارين: إما أن نفتح الأبواب أمام الاستثمار حتى نرقى بالسياحة كأداة فاعلة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وإما خيار العزلة - أي نبقى خارج التطور الهائل الحاصل في العالم في مجال السياحة - وعليه كان لزاما توسيع قاعدة السياحة، والنهوض بها كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، وبالنظر إلى توفر الإرادة السياسية في هذه الفترة الحساسة من اقتصادنا الوطني، حيث تعرف كل القطاعات الاقتصادية وغيرها إصلاحات جذرية، فنحن متفائلون بهذه الإستراتيجية الجديدة،

ونأمل أن تساهم في الرفع من مكانة القطاع السياحي وتطويره، ولكن هذا مرهون بتكاتف الجهود والعمل بإخلاص من قبل كل الفاعلين في القطاع، وغيرهم.

#### المراجع:

- د. أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى 2007.
- المدونة العالمية لأداب السياحة، "من أجل سياحة مسؤولة" تم اعتمادها بموجب القرار (XIII) A/RES/406 الصادر عن الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية، التي انعقدت في سانتياغو، تشيلي، في الفترة 27 أيلول/ سبتمبر- 1 تشرين الأول/ أكتوبر 1999، المادة الأولى.
- زيد منبر سلمان، الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى 2008م- 1429هـ، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،
- د. جلييلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية، الابراهيمية، الإسكندرية، 2006.
- د. ناجي التوني، دور وآفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية، رقم السلسلة API/ WPS 0105، مطبوعات المعهد العربي للتخطيط الكويت API مايو 2001
- د. نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية- سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، تشرين.
- Jean –Pierre, Lozato –Giotart, Michel Balfet , Management du tourisme, Territoires, systèmes de production et stratégies, 2<sup>e</sup> édition, Pearson Education France, 2007.
- Katherine Gundolf et al, INSTITUTIONS LOCALES ET TPE DANS LE CAS DU TOURISME, Lavoisier | Revue française de gestion, no 167-2006/8
- Laurent Botti, Nicolas Peypoch, Bernardin Solonandrasana, Ingénierie Du Tourisme, Concepts, Méthodes, Applications, 1<sup>er</sup> édition, Edition De Boeck Université, Bruxelles.