

مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية
الاقتصادية / حالة الجزائر

الدكتور يحيى سعدي، أستاذ محاضر قسم (أ)
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
جامعة المسيلة- الجمهورية الجزائرية

الأستاذ سليم العمرابي
جامعة المسيلة- الجمهورية الجزائرية

الملخص

يهدف هذا البحث إلى إبراز الدور الفعال الذي يقوم به قطاع السياحة في عملية التنمية الشاملة بكل جوانبها الاقتصادية والاجتماعية و السياسية ضمن الاقتصاد العالمي و تسليط الضوء على واقع مساهمة القطاع السياحي في عملية التنمية الاقتصادية الجزائرية. فقد خلصت هذه الدراسة إلى أن السياحة في العصر الحالي صناعة متكاملة تساهم في تحقيق التنمية الاجتماعية و الاقتصادية لكثير من البلدان التي اهتمت بتنميتها، على عكس الجزائر و التي بالرغم من إدراجها للاستثمارات السياحية في الخطة الوطنية للتنمية، فإنها لم تحض بنفس القدر من الاهتمام مع القطاعات الأخرى، و يعود ذلك لطبيعة النموذج المنتهج و المتمثل في الاعتماد الصناعة البترولية. إلا أن الجزائر تفتنت في السنوات الأخيرة إلى أهمية السياحة و أدركت أنها ضرورة حتمية، فظهرت بعض المبادرات من السلطات العمومية للنهوض بالقطاع السياحي و تنميته. حيث تم تبني خطة امتدت من 2001 إلى 2010 والتي قسمت إلى مرحلتين، خصصت المرحلة الأولى و الممتدة من 2001م إلى غاية 2005م للتخصيص والتشجيع و التحكم في العقار السياحي، أما المرحلة الثانية من 2006م إلى 2010م فهي تعتبر مرحلة تقييم الإنجاز و البناء الفعلي لقطاع السياحة، و هي الخطة التي تعززت ببعض التعديلات لتقدم خطة أشمل عرفت ببرنامج التنمية لآفاق 2013م. كما ألحقت السلطات المسؤولة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025م و الذي يشكل الإطار المرجعي للسياسة السياحية و الاستراتيجية التنموية الواجبة الإتباع لتفعيله مستقبلا لتأدية الدور المنوط به على غرار تلك البلدان المتقدمة في المجال السياحي، خاصة و أن الجزائر تمتلك الموقع والمساحة والتنوع البيئي والإستقرار السياسي والأمني والموارد البشرية و المالية، التي تساعد لتكون الجزائر بلدا سياحيا متميزا في المستقبل.

الكلمات المفتاحية: السياحة – التنمية السياحية – التنمية الاقتصادية – الإستراتيجية التنموية.

Abstract

This research aims to highlight the active role of the tourism sector in the total development process with all economic, social and political aspects within the global economy, and emphasizing on the contribution of the tourism sector to the Algerian economic development. The study concluded that tourism in the current era form an integrated industry contributing to the social and economic development of many countries that gave the tourism sector special importance. Unlike Algeria, and despite the inclusion of tourism investments in the national development plan, it did not provoke as much attention as the other sectors. This is due to the followed model based on total reliance on petroleum industry. However, in recent years Algeria had realized the importance of tourism and grasped its imperative. This situation was featured by some initiatives from the public authorities in order to promote and develop the tourism sector, where a plan of two phases had been adopted during the period 2001 to 2010. The former phase going from 2001 until 2005 was devoted to the preparation, encouragement and control of tourism real estate, whereas the latter one was committed to the evaluation and real construction of the tourism sector. This plan has been enhanced with some modifications to become a more comprehensive plan, known as the development programme for the prospects of 2013. Moreover, the tourism development blueprint for the prospects of 2025 was added. This plan constitutes the reference framework for tourism policy and development strategy to be followed to enable it to fulfill the role ascribed to it in the future, since Algeria has the location, space, environmental diversity, political and security stability and human financial resources that allow Algeria to be universally a distinct tourist pole in the future.

Keywords: *Tourism – Tourism Development – Economic Development – Development Strategy*

مقدمة

تشكل التنمية الاقتصادية محور اهتمام الباحثين و متخذي القرار في ظل التغيرات والأحداث المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، وتسعى الدول على اختلاف مقوماتها الاقتصادية التركيز على قطاعات معينة دون الأخر من أجل توجيه المسار التنموي بالشكل الذي يتماشى فيه والمتغيرات الراهنة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، ومن بين هذه المتغيرات هناك انخفاض في إنتاج قطاع النفط في بعض الدول بشكل تدريجي، مما يحدث أثرا على معدل النمو الإقتصادي لهذه الدول في المدى القصير والمتوسط، غير أن الإحتمال القائم هو أن يكون لهذا الإنخفاض أثر سلبي كبير على المسار التنموي وبالخصوص الدول النفطية التي تعتمد بشكل كبير على هذه المادة الإستراتيجية وغير المتجددة في رسم سياستها التنموية، على غرار ما يحصل حاليا في بلد مثل الجزائر التي تعتمد في صادراتها على قطاع المحروقات بنسبة 97% وتشكل عائداته نسبة 47% من الناتج المحلي الإجمالي، وهو ما يوحى بإهمال تام لقطاعات أخرى لا تقل أهمية.

وقطاع السياحة هو من القطاعات الحيوية التي تؤدي دورا رياديا في عملية التنمية في الجزائر و هو يمثل حاليا أحد أهم مورد اقتصادي في العديد من دول العالم، بما تحققة من تدفقات مالية وخلق لفرص عمل و بديل للاستثمار الأجنبي... الخ، غير أن الأمر يتطلب توفير البيئة السياحية الملائمة للنهوض بهذا القطاع الفعال.

مشكلة البحث:

إن ما تتمتع به الجزائر من إمكانات مادية وبشرية وبيئية يؤهلها لأن تكون بلدا سياحيا من الدرجة الأولى، إلا أن غياب الإرادة السياسية للنهوض بهذا القطاع يجعله هامشيا ولا يؤدي دوره الحقيقي، وما غدى هذا التغيب لقطاع السياحة في الجزائر هو الطابع الريعي للاقتصاد الوطني المعتمد على قطاع المحروقات، وبالخصوص في العشرة سنوات الأخيرة التي شهدت ارتفاعا متواصلا و أسعارا قياسية مما در 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 بديلة من الموارد لدعم التنمية الاقتصادية، ومن خلال ما تقدم يمكن طرح التساؤل الرئيسي لبحثنا كالاتي: **مساهمة السياحة في قضايا التنمية في الجزائر**

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في كون القطاع السياحي يمكن أن يصبح بديلا تنمويا فعال في الكثير من الدول المتقدمة، إذ تساهم السياحة في تنويع مصادر الدخل، وتنشيط باقي القطاعات الاقتصادية، وعليه يتوقف دعم المسيرة التنموية بشكل عام وهو ما يتجلى من خلال الإهتمام المتزايد للدراسات العلمية الأكاديمية حول أهمية السياحة على مستوى الاقتصاد العالمي أو المحلي، ونحن نعلم مدى أهمية المؤهلات التي تمتلكها الجزائر في مجال السياحة، وما يمكن أن تدره على الخزينة العمومية لو يتم استغلال هذه الإمكانيات على أحسن وجه.

أهداف البحث:

- التعرف على المفاهيم المتعلقة بالسياحة والتنمية السياحية؛
- التعرف على أهمية السياحة في الرفع من معدلات النمو، ودعم التنمية في ظل شح الموارد الطبيعية؛
- الوقوف على واقع مساهمة السياحة في قضايا التنمية الاقتصادية في الجزائر، و التعرف على الاستراتيجية التنموية لقطاع السياحي المعتمدة لتفعيلها مستقبلا.

المحور الأول: مفاهيم عامة حول السياحة و التنمية السياحية.

أصبحت تنمية السياحة من المصادر الأساسية المشاركة في حركة التنمية الاقتصادية و خصوصا 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، و يبرز ذلك من الإحصائيات الخاصة بعدد السياح في العالم و التي تؤكد تجاوز عدد السياح 922 مليون سائح سنة 2008م و من المتوقع أن يصل 1,6 مليار سائح سنة 2020م^أ. لذلك تعتبر عملية التنمية السياحية عند الكثير من دول العالم، من القضايا المعاصرة، كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، و بالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، و كذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية و الإنسانية و المادية. و من هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

1. مفهوم السياحة:

بدأت المحاولات الأولى لتعريف ظاهرة السياحة في الثمانينات من القرن التاسع عشر، و كان أول تعريف محدد للسياحة يعود للعالم الألماني جويبر فرويلر (Guyer Freuler) عام 1905م بوصفها: "ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة و الاستجمام و تغيير الجو و الإحساس بجمال الطبيعة و تذوقها و الشعور بالبهجة و المتعة بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، و هي ثمرة تقدم وسائل النقل".

و ما يعاب على التعريف السابق إهماله الجوانب الاقتصادية المترتبة عن النشاط السياحي، و هو ما حاول العالم النمساوي شوليرن شرانتهمون (Schullard.H.V) التركيز عليه في تعريفه للسياحة عام 1910م، حيث أشار إلى أن السياحة هي: "اصطلاح يطلق على العمليات المتداخلة و خصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب و إقامتهم المؤقتة و انتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة"^ب. ركز هذا التعريف على الجانب الاقتصادي و لكنه أهمل هو الآخر الجانب النفسي و الثقافي للسياحة.

بعد هاذين التعريفين تعاقبت الكثير من التعاريف المختلفة و الحديثة للسياحة من خلال كتابات الكثير من

الباحثين، الهيئات الإقليمية و الدولية خاصة الاقتصادية و السياحية أهمها:

➤ تعريف منظمة السياحة العالمية (W.T.O): "السياحة هي أنشطة المسافرين إلى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى"^ب.

➤ 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"^ج.

من خلال التعاريف السابقة يفهم بأن السياحة لها أكثر من تعريف واحد و كل منها يختلف عن الآخر

بإخلاف الزاوية التي ينظر منها إلى السياحة، فالبعض ينظر إليها بوصفها ظاهرة اجتماعية، و آخرون يرونها ظاهرة اقتصادية، و منهم من يركز على دورها في تنمية العلاقات الإنسانية و الثقافية بين الشعوب. و لكن الأمر الذي تتفق فيه الكثير من التعاريف هو أن السياحة تنشأ للحصول على الراحة و ليس للعمل، و أنها يجب أن لا تؤدي السياحة إلى إقامة دائمة و لا تكون لأقل من 24 ساعة.

٢. مفهوم السائح:

ينتقل غالبية البشر سواء داخل القطر أو خارجه، فمنهم من ينتقل للحصول على عمل، و منهم من يهاجر و آخرون لزيارة الأقارب، و هكذا تعددت الفئات البشرية التي تنتقل من مكان لآخر و المهم هو تحديد الفئات التي تنتقل لأغراض سياحية، و قد تعددت الآراء حول تعريف و تحديد السائح و من أبرزها نجد:

➤ تعريف يفاستينارد (Yves Tinard): "يمكن اعتبار السائح كل شخص ينتقل خارج محل إقامته لمدة لا تقل عن 24 ساعة أو ليلة كاملة و لا تزيد عن 4 أشهر لأجل أحد الأسباب التالية: المتعة، الصحة، المهمات والاجتماعات، رحلات الأعمال و التنقلات الخاصة، الرحلات الدراسية".^٥

➤ 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".^٥

و بهذا تتضح الرؤى على أن السائح هو كل شخص يترك مكان إقامته المعتادة إلى أماكن أخرى، طلباً لإشباع حاجات نفسية و روحية من أجل تجديد نشاطه، أو لأغراض أخرى كتوسيع معارفه و الترفيه عن النفس وزيارة الأهل و الأصدقاء، و غيرها من الحاجات التي يسعى لإشباعها من خلال قيامه بالرحلة السياحية سواء داخل البلد أو خارجه.

٣. مفهوم التنمية السياحية:

إن التنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، و هي بدورها متغلغلة في كل عناصر التنمية المختلفة، و تكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة تضم مقومات التنمية السياحية. فلذا كان مفهوم التنمية الاقتصادية يعني: "استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة في المجتمع أحسن استخدام ممكن، بحيث تدر أكبر عائد و يستفاد منها أكبر استفادة ممكنة لزيادة مستوى الدخل والتشغيل في المجتمع".^٥ فإن مفهوم التنمية السياحية يعني: "تعظيم الدور الذي يمكن أن يلعبه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد الوطني، من حيث تحسين ميزان المدفوعات و زيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية و المحلية و خلق فرص عمل جديدة مباشرة و غير مباشرة، و الزيادة في التوسع العمراني عن طريق خلق مناطق جذب سياحية و سكانية في المناطق النائية".^٥

مما سبق يمكن تعريف تنمية السياحة بأنها: "مختلف التنظيمات العامة و الخاصة التي تشترك في تطوير و إنتاج و تسويق البضائع والخدمات، لخدمة احتياجات ورفاهية السياح".^٥

٤. عناصر الجذب السياحية:

يمكن تلخيصها في عدة نقاط كما يلي:^٥

- عناصر المواقع السياحية: و تشمل العناصر الطبيعية مثل: أشكال السطح و المناخ و الغابات، و عناصر من صنع الإنسان كالمتنزهات و المتاحف و المواقع الأثرية التاريخية؛
- النقل: بأنواعه المختلفة و الطرق والمسالك و وسائل النقل (البرية و الجوية و البحرية... إلخ).
- أماكن الإيواء: سواء التجاري منها كالفنادق، أو أماكن النوم الخاصة مثل بيوت الضيافة؛
- التسهيلات المساندة: بجميع أنواعها كالإعلان السياحي و الإدارة السياحية و البنوك؛

➤ خدمات البنية التحتية: كالمياه والكهرباء والاتصالات والأسواق وأعمال الترجمة

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

٥. متطلبات التنمية السياحية:

تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات يجب مراعاتها، فأى خطة تنمية سياحية تتطلب تحديد المشاكل التي تعرقل تنمية الصناعة السياحية، ووضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ، وتدريب الأيدي العاملة المتخصصة والتي يحتاج إليها القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية القيام بدورها المطلوب، ووضع الأهداف الإستثمارية المتطورة لاستثمار الموارد مع توفير المناخ الاستثماري اللازم لمواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي، بالإضافة إلى ضرورة دعم الدولة للقطاع السياحي وربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية والإدارية والاجتماعية لمختلف القطاعات.

إن القيام بإدراج مشاريع استثمارية سياحية جديدة ضمن خطط التنمية يجب أن يسبق بإجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية لها، ويتطلب دراسة السوق السياحي من أجل تحديد تفضيلات السياح للسعي لتأمينها قدر الإمكان، والتأكد من أن تنفيذها يسمح بالمحافظة على المواقع السياحية بشكل دائم؛ لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد يعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو أية عوامل تتميز به المواقع السياحية، وعلى توفير شبكة من مواقع الإيواء لكل شكل من أشكال الدخل ولكل نموذج من الرغبات، وعلى رفع مستوى نظافة وجودة الخدمة السياحية لكونهما يؤديان دورا هاما في تطوير التنمية السياحية.

٦. أهداف التنمية السياحية:

إن التنمية السياحية 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 عرضها السياحي وإمكانياتها التنموية وموقعها من المناطق المصدرة للسائحين بالإضافة إلى ظروفها الداخلية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وغيرها، فمثلا نجد بعض الدول تهدف من عمليات التنمية إلى جلب أكبر عدد ممكن من السواح مما ينتج عنه العديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية في حين تهدف دول أخرى إلى جذب عدد محدود من السائحين من ذوي الدخل المرتفعة.

و في الغالب يمكن تقسيم أهداف التنمية السياحية إلى قسمين: أ

➤ **أهداف عامة:** وهي تشمل كل ما تسعى التنمية السياحية إلى تحقيقه بصفة عامة مثل:

- ✓ تحقيق نمو سياحي متوازن؛
- ✓ تدعيم المردودات الاقتصادية للسياحة؛
- ✓ زيادة فرص العمل وخفض معدلات البطالة؛
- ✓ زيادة نصيب الدولة من النشاط السياحي؛

- ✓ زيادة الدخل القومي الإجمالي؛
- ✓ تنمية البنية الأساسية و توفير التسهيلات اللازمة للسائحين و المقيمين بالدولة.
- ✓ الزيادة المستمرة في استخدام المكون الوطني من سلع و خدمات في عمليات البناء و إدارة الكيان السياحي: فجل الدول السياحية تحرص علي استخدام مواردها المحلية عند إقامة و تشيد و صيانة مكونات العرض السياحي بها.
- ✓ المساهمة الفعالة في حل المشاكل الاقتصادية و الاجتماعية: بحيث تتميز صناعة السياحة ناجحة في أي دولة سياحية بقدراتها على التفاعل مع مشاكل المجتمع و مساهمتها في حل مختلف المشاكل الاقتصادية و الاجتماعية التي تواجهها الدولة. كذلك الحال بالنسبة لسياسة التنمية السياحية إذ لا نحكم على نجاح أو فشل تجربة التنمية السياحية بالدولة من خلال عدد السائحين أو الليالي السياحية، بل من خلال دورها في حل مشكلات اجتماعية كخلق فرص عمل متزايدة و مستقرة تنمية مناطق نائية أي تحقيق تنمية إقليمية متوازنة فضلا عن دورها التقليدي في دعم ميزان المدفوعات و خلق العملات الصعبة.
- أهداف محددة: و تمثل التعريف بالمقومات الأثرية و الدينية و التاريخية التي يزخر بها البلد و التعريف بالجانب الحضاري الذي يمتلكه البلد. و لبلوغ الأهداف السابقة هناك مجموعة من المحاور التي تمثل الإطار المتكامل الذي يجب أن تسير عليه سياسات التنمية السياحية بمختلف الدول و تتمثل في المحاور التالية:
- ✓ زيادة عدد السائحين: تسعى الدول من خلال سياسات التنمية السياحية إلى زيادة أعداد السائحين الوافدين إليها سواء أكان من المناطق التقليدية أو من خلال فتح مناطق جديدة، فبالنسبة للمناطق التقليدية و قصد توسيع حجم الطلب بها نحو البلد يجب عرض لمنتجات سياحية جديدة، أما عن فتح مناطق جديدة فيتم من خلال مد النشاطات التسويقية للدولة السياحية إلى مختلف الأسواق السياحية الجديدة.
- ✓ تمديد متوسط مدة الإقامة: يعد متوسط الإقامة من المعايير الفعالة في قياس مستوى النشاط السياحي في أي بلد إذ يعبر عن مدى قبول المنتج السياحي من قبل السائحين، و بما أن المغريات السياحية لا تقاس بالكم أو بالحجم بل بالكيفية و المستوى، فقد حرصت البلدان السياحية إلى زيادة فاعلية عناصر الجذب الإيجابية للحركة السياحية و التقليل المستمر من عناصر الطرد السلبية بهدف بناء صناعة سياحية متقدمة تحقق أعلى نسبة رضا من قبل السائحين، و يتم ذلك من خلال تحسين و تطوير المناطق السياحية التقليدية أولاً، ثم التركيز علي خلق مناطق جديدة تكون مزودة بكافة المستلزمات و بأسعار تنافسية لما يقدمه الآخرون، و بعد ذلك يتحقق الرضا النفسي للسائحين مما يرفع من متوسط مدة إقامتهم بدولة العرض السياحي.
- ✓ زيادة متوسط الإنفاق اليومي للسائح: إن لمتوسط الإنفاق اليومي للسائح دور هاماً في تعظيم و تقليل الناتج الاقتصادي من السياحة، و يتوقف متوسط الإنفاق اليومي للسائح علي عدة عوامل يتعلق بعضها بالسائح نفسه، في حين يتعلق البعض الآخر بمدى توافر مجالات الإنفاق التي تجذب السائحين، فالعرض هنا يخلق الطلب و يؤثر فيه، و تعمل مختلف الدول إلى الرفع من مستوي إنفاق السائح اليومي من خلال التركيز علي اجتذاب السائحين ذوي الدخل المرتفعة أو العمل علي حث الطلب و ذلك عن طريق إعداد مختلف المناطق السياحية و تهيئتها بمراكز البيع و الاهتمام بكافة مجالات إنفاق السائحين.

المحور الثاني: دور السياحة في قضايا التنمية.

إن الدلائل العلمية و تجارب الدول في العالم تشير إلى التزايد الملحوظ في الدور الهام الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في قضايا التنمية بمفهومها الشامل في اقتصاديات الدول. و الذي يمكن تلخيصه في المحاور التالية:

١. تدفق رؤوس الأموال الأجنبية:

تساهم السياحة بدرجة ملموسة في جذب جزء مهم 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، و الإيرادات الأخرى للفنادق من قبل السائحين، إضافة إلى الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية و فروق تحويل العملة^{١٧}، أو من خلال بيع المنتجات الوطنية و السلع و المواد الفولكلورية للسائح.

تظهر الإحصائيات المتعلقة بالسياحة الأثر الاقتصادي لها في زيادة الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي، حيث أن دخل السياحة أصبح يمثل المصدر الأول للعملة الأجنبية لحوالي 38% من دول العالم، ومن أكبر خمس مصادر لبقية الدول^{١٨}.

٢. نقل التقنيات الحديثة و المتطورة^{١٩}: تعمل الدول التي ترغب في زيادة مواردها من السياحة على استخدام

التكنولوجيا الحديثة و المتطورة كلما كان ذلك ممكنا في جميع مرافقها و خدماتها السياحية، و باستطاعة الاستثمارات الأجنبية فعل ذلك بشكل يقود القدرات الوطنية المستخدمة في هذا المجال.

٣. تشغيل الأيدي العاملة:

تعتبر السياحة من أكبر القطاعات الاقتصادية في توفير فرص العمل حيث تستوعب 11% من إجمالي القوى العاملة على مستوى العالم، و ذلك لتشعب هذه الصناعة و تداخلها مع العديد من الصناعات الأخرى، و حسب احصائيات منظمة السياحة العالمية فقد بلغ عدد العاملين في قطاع السياحة حوالي 202 مليون عامل نهاية 2010م، و من المتوقع طبقا لإحصائيات مجلس السياحة و السفر العالمي للسياحة أن تستوعب القطاعات السياحية بحدود 11,8% من إجمالي التوظيف العالمي بحلول عام 2014م^{٢٠}.

لذلك فإن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية و كذلك المشروعات الأخرى المرتبطة بها يساعد في خلق العديد من فرص العمل الجديدة، و الذي يترتب عنه هو الآخر ارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية و غيرها من الآثار و المنافع الأخرى، و التي تؤدي إلى تحقيق درجة عالية من الاستقرار الإجتماعي و السياسي في البلاد.

٤. المساهمة في تحقيق و تنمية التوازن الاقتصادي بين المناطق:

في حالة قيام الدولة باستثمار المواقع السياحية في كافة المناطق المختلفة من الوطن، فإن هذا يؤدي إلى تنمية و تطوير هذه الأقاليم بشكل متوازن؛ أي أنه يؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة، تحسين مستوى المعيشة، استغلال الموارد الطبيعية المتوفرة في هذه الأقاليم، تنمية و خلق مجتمعات حضرية جديدة و إعادة توزيع الدخل بين كافة أفراد المجتمع.

مما لا شك فيه فإن تحقق درجة معينة من التنمية الاقتصادية لمختلف الأقاليم يساهم مساهمة بناءة في تحقيق التوازن الاقتصادي بين مناطق الوطن و معالجة الكثير من المشاكل فيه، كما لا يمكن تجاهل الآثار الاقتصادية المتوقعة لتطور النشاط السياحي في زيادة مجالات التعاون بتطوير العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى، و التي ينجم عنها مجموعة من المنافع كتشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية، و تنويع استخداماتها و استغلال الموارد الطبيعية و خلق استخدامات جديدة لها، مما يسمح بارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات كتوسع و زيادة الضرائب و يساهم في تنمية القطاعات الأخرى المساعدة للقطاع السياحي^٥.
إن نجاح قطاع السياحة في تحقيق التكامل بينه و بين القطاعات الأخرى يتوقف على قدرة هذه الأخيرة على تلبية احتياجاته المختلفة من حيث الكم و النوع و التوقيت.

٥. تحسين ميزان المدفوعات:

السياحة كصناعة تصديرية غير منظورة تساهم في تحسين ميزان المدفوعات في البلد، و يتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، و زيادة موارد النقد الأجنبي و المنافع التي يمكن تحصيلها نتيجة لخلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة و القطاعات الأخرى. و يبين الجدول التالي حجم الدول العشر الأولى في العالم لسنتي (2009/2008).

الجدول (1): العائدات السياحية للعشر دول الأكبر عائدا لسنتي (2009/2008).

(مليار دولار أمريكي)

الوحدة:

المرتبة	الدولة	العائد سنة 2008	العائد سنة 2009
1	الولايات المتحدة الأمريكية	110	93,9
2	اسبانيا	61,6	53,2
3	فرنسا	56,6	49,4
4	ايطاليا	45,7	40,2
5	الصين	40,8	39,7
6	ألمانيا	40	34,7
7	المملكة المتحدة	36	30
8	استراليا	24,8	25,6
9	تركيا	22	21,3
10	النمسا	21,6	19,4
	المجموع	459,1	407,4

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

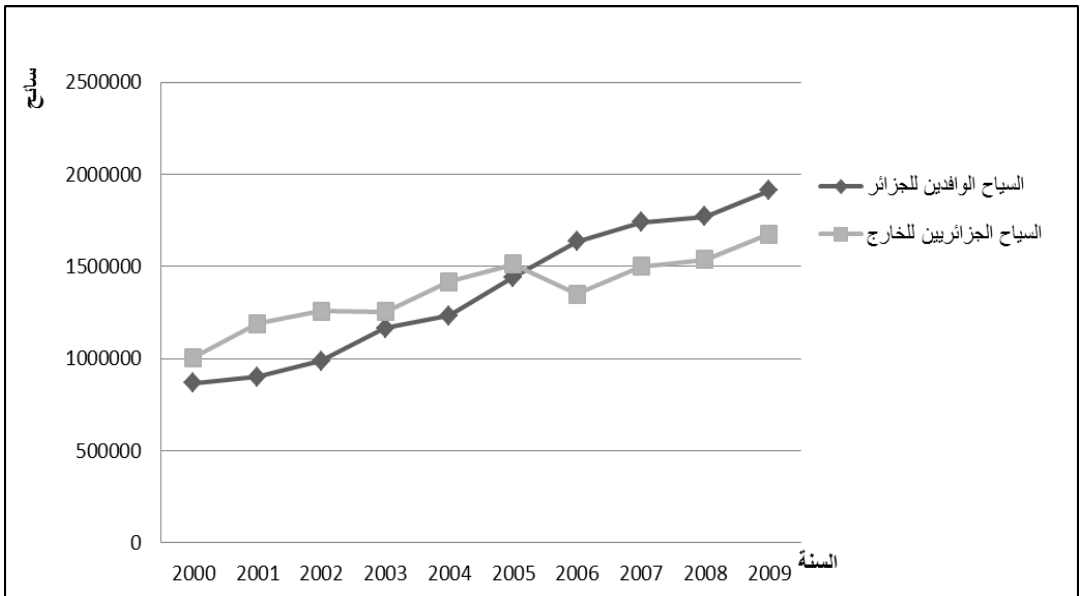
يتضح من الجدول السابق الحجم الهائل من مداخل السياحة في بعض الدول و التي تساهم في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بها، و يتضح أيضا بأن الولايات المتحدة الأمريكية تأتي في المركز الأول تليها كل من اسبانيا فرنسا و ايطاليا.

- ✓ أما بالنسبة لدور السياحية في عملية التنمية الاجتماعية و الثقافية و السياسية فيتمثل في:
- ✓ السياحة مطلب اجتماعي ونفسي هام من أجل استعادة الإنسان لنشاطه وعودته للعمل بكفاءة من جديد .
- ✓ تساهم السياحة في الحد من ظاهرة البطالة، وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين.
- ✓ تعد السياحة أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات والتقاليد بين شعوب وأداة لإيجاد مناخ مشعب بروح التفاهم والتسامح بينهم ، كما تعتبر كذلك أداة للتبادل المعرفي(تداول العلوم والمعارف).
- ✓ تعمل السياحة على انتشار ثقافات الشعوب وحضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة، كما تعمل زيادة معرفة الشعوب ببعضها البعض، وتوطيد العلاقات وتقريب المسافات الثقافية بينهم .
- ✓ تؤدي السياحة إلى تحسين العلاقات بين الدول.
- ✓ إن النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي تساهم في معالجة الكثير من المشكلات السياسية .

المحور الثالث: النشاط السياحي في الجزائر و مردوداته الاقتصادية مستقبلا.

تسعى الجزائر و منذ زمن طويل إلى التحول من بلد مصدر للسياح إلى بلد مستقبل لهم، و لكن أحداث العنف التي شهدتها البلاد منذ بداية سنة 1992م و عوامل أخرى أعاققت بلوغ هذه الطموحات و في ضوء التحسن النسبي في الجانب الأمني والاجتماعي بدأت السياحة الجزائرية تستعيد عافيتها و هو ما مكنها بداية من سنة 2006م من استقطاب عددا أكبر من السياح الأجانب، و بالتالي أصبحت الجزائر بلدا مستقبلا للسياح أكثر من تصديرها لهم، و هو ما يظهره الشكل الموالي:

الشكل (1): تدفق السياح من و إلى الجزائر للفترة (2009/2000).



المصدر: اعداد الباحثين اعتمادا على احصائيات مصلحة الاحصائيات بوزارة السياحة و الصناعات التقليدية، أفريل 2011.

و على الرغم من ذلك تبقى مساهمة قطاع السياحة في عملية التنمية الاقتصادية متواضعة وذلك لضعف مساهمتها في الناتج القومي و تشغيل الأيدي العاملة و تحسين ميزان المدفوعات في الجزائر .

١. واقع مساهمة قطاع السياحة في قضايا التنمية الاقتصادية.

➤ مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

تشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة و السفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10% .

و بالنسبة للجزائر فإن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تعد ضعيفة جدا كما يتضح من الجدول الآتي:

الجدول (2): نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (2009/2000).

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
المساهمة	1,4	1,6	1,6	1,7	1,8	1,7	1,02	1,7	2,05	2,3

المصدر: مصلحة الاحصائيات بوزارة السياحة و الصناعات التقليدية، أفريل 2011.

يوضح الجدول السابق بأن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي متدنية جدا و لم تتجاوز 2,3% كحد أقصى خلال الفترة، و قد كانت هذه المساهمة في أدنى مستوى لها سنة 2006م بنسبة 1,02% و يعود هذا الانخفاض لهذه السنة نظرا لارتفاع الناتج المحلي الإجمالي لارتفاع أسعار البترول و ليس نتيجة لانخفاض إيرادات قطاع السياحة فقط^N.

إن ضعف مساهمة القطاع السياحي و محدودية مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي تعود أساسا إلى عدم تنمية هذا القطاع اقتصاديا منذ الاستقلال، و مرد ذلك يعود إلى عدم اهتمام الدولة بالسياحة لاعتمادها على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد بوتيرة أسرع، و ذلك عكس كثير من الدول العربية غير النفطية كالمغرب و مصر تونس، البحرين و الأردن و التي يظهر من خلال الجدول التالي بأن نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لها يقارب المتوسط العالمي أو يفوق 7%، و هي تعكس الأهمية التي أولتها كل دولة منهم للقطاع السياحي منذ زمن بعيد على عكس الجزائر حيث لم تهتم الدولة بهذا القطاع من الاهتمام المطلوب إلا في وقت متأخر، مما انعكس سلبا على النتائج المحققة في القطاع.

الجدول (3): نسبة مساهمة الناتج السياحي (مباشر و غير مباشر) في الناتج المحلي الإجمالي لبعض الدول العربية لسنة 2007م.

البلد	الأردن	البحرين	تونس	مصر	المغرب
ناتج مباشر	8,6	7,6	9,3	8,7	10
ناتج غير مباشر	12,2	12,4	8,8	7,6	7,9

Source: WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL: World Travel & Tourism: Navigating The Path Ahead, The 2007 Travel and Tourism Economic Research.

➤ مساهمة قطاع السياحة في توفير فرص العمل:

تعد السياحة من بين أكبر القطاعات توفيراً لفرص العمل فهي صناعة كثيفة العمالة، و تساهم في خلق فرص عمل بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال القطاعات الداعمة للسياحة. و الجدول التالي يوضح عدد العاملين في قطاع السياحة في الجزائر و بعض الدول العربية.

الجدول (4): عدد العاملين في قطاع السياحة في الجزائر و بعض الدول العربية في عام 2007م.

الوحدة: (ألف عامل).

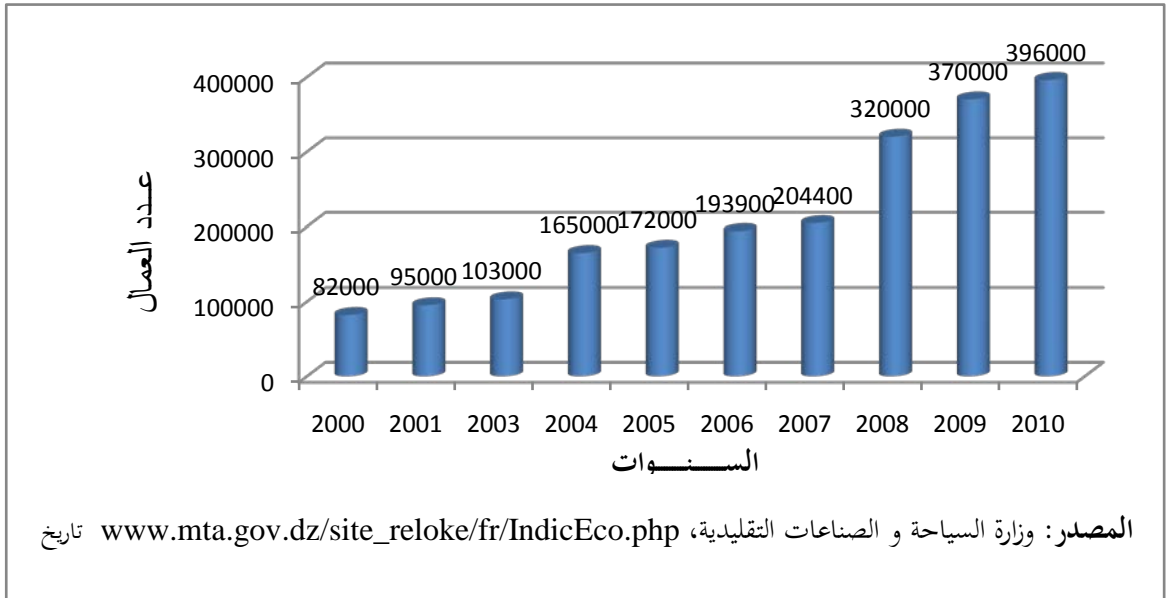
البلد	الجزائر	الأردن	تونس	البحرين	مصر	المغرب
عدد المشتغلين	479	329	524	93	2816	1658
النسبة % من مجموع العمالة	5,4	19,1	17	23	13,7	15,5

Source: WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, Op.cit.

يمكن القول بأن نسبة حجم العمال في القطاع السياحي في الجزائر بالنسبة للمجموع العام يبقى غير كافيا و ضعيفا من حيث قدرته في توفير فرص العمل، و هو ما يتجلى من نسبة 5,4% في حين نجدها في الدول العربية الأخرى الممثلة في الجدول لا تقل عن 13,7%.

على الرغم من ضعف نسبة عدد عمال القطاع السياحي في الجزائر من إجمالي العمالة حيث يمثل 1.8% منها إلا أن هذا لا يمكنه إخفاء التطور الكبير الذي شهده القطاع السياحي من حيث عدد العمال، فإن عدنا إلى العمال في الفنادق و المقاهي و المطاعم، و هم يمثلون أكبر شريحة من عمال قطاع السياحة نلاحظ أن عدد العمال في هذه الشريحة قد تطور من 82 ألف عامل سنة 2000م إلى 320 ألف عامل سنة 2008م، ليلبغ 396 ألف سنة 2010 كما هو مبين في الشكل التالي، و إن تم هذا النمو بهذه السرعة و الاتجاه فنسبة العمال في القطاع السياحي في الجزائر بالنسبة للعمالة الإجمالية سترتفع أكثر و قد تقترب من النسب المحققة من طرف الدول العربية.

الشكل (2) : تطور عدد الأيدي العاملة في الفنادق و المطاعم و المقاهي خلال الفترة (2010/2000)



➤ مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات:

إن الناتج السياحي هو قيمة بيع المنتج السياحي إلى أعداد السائحين و الذين هم في حالات كثيرة من غير المقيمين و الذين يدفعون بالعملة الصعبة نظير إشباع رغباتهم السياحية، لذا فإن السياحة تعتبر مصدرا من مصادر الدخل الأجنبي فتقاس أهميتها الاقتصادية أيضا بحجم تأثيرها على ميزان المدفوعات، و يتحدد هذا التأثير بالقيمة الصافية للميزان السياحي و نسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء أكانت سلبية أم ايجابية، فإذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري سلبية و كانت النتيجة الصافية للميزان السياحي ايجابية فإنه قد يغير العجز في الميزان التجاري إلى فائض أو يخفف منه على الأقل، أما إذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري ايجابية وكانت النتيجة الصافية للميزان السياحي ايجابية أيضا فإنها ستعزز النتيجة الايجابية المحققة في الميزان التجاري، و الجدول التالي يمثل وضعية الميزان التجاري السياحي في كل من مصر و الجزائر .

الجدول (5): ميزان المدفوعات السياحي لكل من مصر و الجزائر للفترة (2010/2000).

الوحدة: (مليون دولار أمريكي).

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
مصر	3273	2746	2498	3263	4868	5222	5807	6857	-	-	10400
الجزائر	-91	-94	-137	-143	-163	-186	-166	-158	-94	-140	-100

المصدر: إعداد الباحثين بناء على بيانات: مصلحة الاحصائيات بوزارة السياحة و الصناعات التقليدية، أفريل فيفري 2013. أما بالنسبة لمصر فبناء عن: مؤشرات البنك الدولي: الايرادات و النفقات السياحية، الموقع الالكتروني: <http://data.albankaldawli.org/indicator/all>، تاريخ الإطلاع: فيفري 2012.

يتضح من الجدول أن رصيد الميزان السياحي في مصر يساهم بدرجة كبيرة في تخفيض العجز في الميزان التجاري الإجمالي من خلال حجم مساهمته بقسط كبير في الصادرات غير المنظورة؛ حيث أن ميزان المدفوعات السياحي لها يحقق فوائض مالية متنامية و عكس ذلك يحصل في الجزائر حيث يحقق ميزان المدفوعات السياحي خسائر متنامية في ميزان المدفوعات القومي.

٢. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إطار مرجعي لسياسة التنمية السياحية الجزائرية.

بعد فشل سياسيات ترقية السياحة كالاستثمار و الشراكة و الخوصصة للقطاع في فترة التسعينات و بعد عودة الأمن و الاستقرار نسبيا عملت الدولة الجزائرية على إعادة بعث القطاع السياحي، و لقد تم صياغة خطة حول تطوير قطاع السياحة في أفق 2010م في شكل وثيقة بعنوان "مخطط أعمال التنمية السياحية المستدامة في الجزائر أفق 2010م"، لكن بعد سنتين من تنفيذه بدأ ضروريا إدخال بعض التعديلات من أجل تثبيت المكتسبات و ضبط الأفق بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستوى الداخلي و الخارجي ليصبح مخطط أعمال لأفاق 2013م، و تماشيا مع ذلك قامت وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة ببعث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بداية من جانفي 2008م، لضمان تحقيق الأهداف فيما يخص تنمية السوق السياحية من حيث العرض و الطلب السياحي في الجزائر و تأطير عملية التنمية السياحية. وهو بذلك يشكل الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية، فموجبه تقوم الدولة بعرض رؤيتها للتنمية السياحية لمختلف الآفاق و تحديد وسائل تطبيقها ليجل الجزائر بلد استقطاب للسياحة الدولية، و قد تضمن ما يلي:

➤ المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية:

لا تبنى السياحة على ترتيب غير محكم فهي تركز على إستراتيجية، وقد بنيت هذه الأخيرة في الجزائر على مفهوم جديد للسياحة الجزائرية بالاستفادة من ما تمتلك من مؤهلات لتحقيق متطلبات و توقعات الزبائن المحليين و الدوليين، حيث يرمي هذا المفهوم إلى التمتع في الفروع السياحية الجديدة الواعدة و الاستفادة من تجارب البلدان المنافسة في حوض المتوسط و إجراء تكييف يتماشى مع توجهات الاستهلاك و الطلب السياحي الدولي و المحلي و التوفيق بينهما.

إن الجزائر و كمنضم جديد للبلدان المستقبلية للسياح يتوجب عليها تنويع العرض السياحي الوطني و كذا زبائنها حتى يكون النشاط السياحي أكثر تفاعلية و مرونة في مواجهة التغيرات المفاجئة للسوق، فمن حيث العرض السياحي يتوجب عليها تنويع الوجهات (الساحل، الجنوب) و التوجه لاستقطابات جديدة للامتياز و النوعية في السياحة الحديثة كالغولف و الأنشطة المائية و التحليق الجوي، أما من حيث الزبائن فيمكن أن تعتمد على أربعة أنواع من الزبائن و السياح الزائرين و هم :

- ✓ **زبائن محتملين:** زبائن السوق المحلية و التي يتوجب المحافظة عليهم بأساليب التسويق المرنة و المشجعة و المتنوعة و سهلة المنال.
- ✓ **الجالية الجزائرية:** المقيمة بالخارج و الواجب إقناعها بالتوجه أكثر لبلدها الأصلي من خلال وسائل الدعاية و الإعلان و منح الإمتيازات الإستثنائية في مواقع السكن و الإيواء لقضاء العطل.
- ✓ **زبائن محتملين:** من المنطقة الأورو-متوسطية و بلدان الخليج حيث وحدة الثقافة و اللغة و سهولة الوصول تجعل الجزائر سوقا مفضلة من خلال استعمال وسائل الترويج التسويقية و منح الأفضلية في التعامل و منح الخصم التجاري لهم.
- ✓ **زبائن أكثر بعدا:** أمريكا الشمالية و بشكل أساسي كندا و آسيا و هي سوق في أوج توسعها، و هذا يحتاج إلى جهود استثنائية و تعامل خاص و الإرتقاء بكفاءة العاملين المحليين و زيادة خبراتهم.

➤ الفاعلون الخمس في ترقية المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية.

بهدف إضفاء الديمومة على تنمية مختلف فروع السياحة للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية يتوجب معرفة الفئات المطلوب إقناعها و هي خمسة فئات، أولها السياح و الذين يتحولون إلى (مستهلكين-فاعلين) بدلا من مجرد مستهلكين تتجاذبهم عروض مختلف الوجهات المنافسة و هي فئة تحتاج إلى الطمأنينة، أما ثانيها فهم الموجهون من وكالات سفر و ناقلين، مرشدين، صحفيين، قادة رأي و وسطاء و هذه الشريحة في حاجة ماسة إلى مؤشرات قوية عن تحسين التنظيم السياحي، هذا و تأتي بعدها فئة المستثمرون المرموقون و الراغبون في ضمان مقابل عن الاستثمار السريع و الأمن، و رابع هذه الفئات أصحاب الفنادق و أصحاب المطاعم و الناقلون، و آخر الفئات تمثل المواطن و الذي يحتاج إلى تحسيس بالنتائج الإيجابية للسياحة و بآثارها السيئة المحتملة، كما يجب إعلامه بإمكانية مساهمتها المباشرة في النهوض بسياحة نوعية مستدامة.

➤ الحركيات الخمس لتنشيط السياحي للجزائر:

تشكل الحركيات الخمس الطريق لإنعاش سريع و مستدام للسياحة مدعومة بعودة الجزائر للساحة الدولية و إعادة الاعتبار للمكان و الدور الذي يتعين على السياحة أن تلعبه ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، و تتمثل هذه الحركيات الخمس في:

✓ **مخطط وجهة الجزائر:** تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية من فوضى و انعدام الأمن و الانغلاق و أيضا من غياب الصورة و الاستثمارات السياحية، لذلك يجب عليها الاعتماد على مميزات القوية من مناخ معتدل و متنوع و مواقع جذابة و تنوعها الثقافي و سهولة الوصول إليها بغية تقويم صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة.

إن تثبيت الجزائر كوجهة كاملة يمر بالضرورة عبر وضع استراتيجيات ترقية و اتصال لخلق وجهة سياحية تنافسية تكون أبرز ملامحها الأصالة الابتكار و النوعية؛ و بعبارة أخرى الأمر يتعلق بإعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر بفضل إستراتيجية التسويق السياحي لإعطاء رؤية و قراءة لختم الجزائر، ومن أجل ذلك يجب ابتكار علامة منتج و تسجيله كمنتج جزائري سياحي مزود بشعار يشكل قاعدة عمل لمخطط التسويق⁰.

✓ **المواقع السياحية حسب درجة تميزها:**

الموقع السياحي هو: "تركيبية من القرى السياحية تتميز في رقعة جغرافية معينة مزود بتجهيزات الإقامة و التسلية والأنشطة السياحية، و يستجيب لطلب السوق و يتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له ذلك الإشعاع على المستوى الدولي و الوطني"⁰. و انطلاقا من تهيئة مجموعة الأقطاب فستمثل الانطلاقة التي سوف تدفع بالنهوض السياحي في كافة الأقاليم، على أن يمنح كل قطب الأولوية لتطوير الفروع الواعدة و الغالبة و يشجع على التنوع دون التركيز فقط على النوعية الفاخرة مع الحفاظ على هوية كل قطب و ميزاته و التبادلات السياحية بين الأقطاب. إن اختيار تركيز الوسائل في الأقطاب (على المستوى الوطني) إنما يرمي إلى النهوض السياحي لكافة التراب الوطني الجزائري و تفعيل السياحة؛ كون هذه الأقطاب تشكل روافع التنمية السياحية، و قد تم في هذا الصدد الانطلاق في 80 مشروع سياحي في 7 أقطاب تمثل المشاريع ذات الأولوية للفترة (2015/2008)، و هي مبينة في الجدول التالي:

الجدول (6): المواقع السياحية في الجزائر حسب الأولوية السياحية

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية بامتياز
23	الشمال الشرقي
32	شمال الوسط
18	الشمال الغربي
04	الجنوب الغربي "الواحات"
02	الجنوب الغربي "توات-قورارة"
01	الجنوب الكبير "الأهقار"
00	الجنوب الكبير "الطاسيلي"
80	المجموع

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: الحركيات الخمسة و برامج الأعمال ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 2، الجزائر، جانفي 2008، ص. 19.

✓ **مخطط نوعية السياحة:**

تعد النوعية مطلباً ضرورياً في الدول السياحية الكبيرة، فهي الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني و الذي يعاني الكثير من النقائص و التي يعكسها تقرير المنتدى الاقتصادي

العالمي الصادر بعنوان "الأسفار و السياحة تقرير التنافسية 2009م" عن تنافسية قطاع السياحة، و الذي احتلت الجزائر فيه المرتبة 115 من 133 دولة شملها التصنيف^٥.

تهدف الحركة الثالثة من خلال الارتكاز على التكوين و التعليم و إدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم إلى^٥:

- إطلاق مخطط النوعية السياحية مع الرغبة في الانضمام لعلامة موحدة النوعية السياحية؛
- التوقيع منذ الآن ضمن منظور تحسين النوعية و العرض السياحي و تشجيع ترقيته في الجزائر و في الخارج؛

- بعث ديناميكية تقويم و ترقية الوجهة السياحية للخارج.

يعد 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، و قد حددت ثلاث أهداف إستراتيجية للتكوين للوصول إلى الحرف السياحية الحقيقية و تحضير الجزائر سياحيا، و تتمثل هذه الأهداف في تعزيز القدرات التنظيمية و ضمان ميزة تنافسية للبرامج البيداغوجية و إعداد مقاييس الامتياز للتربية و التكوين السياحي. أما حجر الزاوية الآخر فيمثل الابتكار و استعمال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من خلال التسويق عبر الانترنت فتأثيره يتجاوز بشكل كبير إطار الحجز فقط بل يتجاوز لتحضير السفر؛ فأمام مستهلكين تعرض عليهم عروض تنافسية متعددة تبقى نوعية الخدمات و الانترنت هي التي تحدث الفرق السريع، بإدخال نظام التسيير الالكتروني الذي يسمح بإدارة الرحلات عبر الشبكة و بسهولة الإدارة و الاستقبال الفندقي و إدارة الإطعام.

✓ مخطط الشراكة العمومية- الخاصة:

يمكن الحديث عن شراكة عمومية خاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون و الخواص سوية للاستجابة الأكثر فعالية للطلب الجماعي عن طريق تقسيم الموارد الأخطار و الأرباح، فالدولة تلعب دورا ضروريا في المجال السياحي خاصة في تهيئة الإقليم و حماية المناظر العامة و وضع المنشآت كالمطارات و الطرق في خدمة السياحة، كما تسهر على الحفاظ النظام العام و الأمن، أما القطاع الخاص فهو يضمن أساسيات الاستثمار و الاستغلال السياحي و يثمن و يسوق الأملاك و الخدمات التي تضعها الدولة تحت التصرف. إن هدف الدولة من خلال هذا المخطط إشراك جميع الفاعلين العاملين في شبكة الإنتاج و التوزيع للمنتج السياحي في مواجهة المنافسة الأجنبية و تحقيق منتج سياحي نوعي.

✓ مخطط تمويل السياحة:

يهدف هذا المخطط إلى تسهيل عمليات تمويل المشاريع الاستثمارية السياحة، و في هذا الصدد تم اتخاذ العديد من الإجراءات سوف تسمح بمرافقة المستثمرين و أصحاب المشاريع في اتخاذ القرار و تقليل المخاطر، بالإضافة إلى تسهيل منح القروض و الحسومات و تمديد مدة القروض و الهدف من هذه الإجراءات يتمثل في^x:

- حماية و مراقبة المؤسسة السياحية الصغيرة و المتوسطة؛
- العمل على تجنب المشاريع السياحية التوقف و الذوبان؛
- جذب و حماية كبار المستثمرين المحليين و الأجانب؛
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية و المالية؛

- تسهيل و تكييف التمويل المصرفي للنشاطات السياحية و خاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار السياحي (فيد الدراسة على مستوى الحكومة).

٣. أهداف برامج التنمية السياحية:

حدد مخطط الأعمال للبرنامج التوجيهي للتهيئة السياحية الأهداف المادية و النقدية للمرحلة الأولى (2015/2008) و التي ترمي إلى تلبية الطلب الدولي و الطلب الوطني الذي سيزيد عن 2,5 مليون سائح في آفاق 2015م بحسب توقعات وزارة السياحة (الجدول (7)).

➤ الأهداف المادية للمرحلة الأولى (2015/2008):

على سبيل المثال و من اجل استقبال 6,5 مليون سائح في ظروف جيدة تمتلك تونس اليوم 220 ألف سرير تجاري، و باحترام نفس نسب الجيران فالجزائر تحتاج 75 ألف سرير من النوعية الجيدة لاستقطاب 2,5 مليون سائح كهدف للجزائر في آفاق 2015م.

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، و 10 آلاف إضافي في المدى المتوسط مع خلق 200 ألف منصب شغل (بشكل مباشر و غير مباشر) و 91600 مقعد بيداغوجي جديد لآفاق 2015م.

➤ الأهداف النقدية للمرحلة الأولى (2015/2008):

يقدر الاستثمار العمومي و الخاص الضروري لوضع الجزائر على طريق السياحة بين (2015/2008) بـ: 2,5 مليار دولار أمريكي؛ حيث أنه لكل سرير يوضع بكل الترتيبات يلزم 60 ألف دولار أمريكي استثمار مادي و غير مادي (55 ألف استثمارات مادية و 5 آلاف استثمارات غير مادية كالاستثمار في الهياكل الطبيعية والاتصال)، و لأجل 40 ألف سرير التي يعتزم شراؤها 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 بـ: 15% كنسبة اعتبارية لحصة الاستثمار العمومي من إجمالي الاستثمار.

الجدول (7): بيان خطة تنمية قطاع السياحة بالأرقام لآفاق 2015م.

المضروب فيه	2015	2007	السنة
عدد السياح	2,5 مليون	1,7 مليون	1,47 x
عدد الأسرة	159.869 منها 75.000 سرير فخم	84.869 يعاد تأهيلها	1,88 x
المساهمة في الناتج المحلي الخام	3%	1,7%	1,76 x
إيرادات (مليار دولار أمريكي)	1,5 إلى 2	0,219	9,13 إلى 6,84 x
مناصب الشغل	400.000	200.000	x 2
التكوين بالمقاعد البيداغوجية	91.600 جديد لتبلغ الإجمالي 142.800	51.200	x 2,78

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: الحركيات الخمسة و برامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سابق،

ص. 18.

خاتمة:

من خلال هذا البحث يتضح أن السياحة في العصر الحالي صناعة متكاملة تساهم في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية لكثير من البلدان التي اهتمت بتنميتها، على عكس الجزائر و التي بالرغم من إدراجها للاستثمارات السياحية في الخطة الوطنية للتنمية، فإنها لم تحض بنفس القدر من الاهتمام مع القطاعات الأخرى، و يعود ذلك لطبيعة النموذج المنتهج و المتمثل في الاعتماد الصناعة البترولية، و بهذا بقي القطاع السياحي بعيدا كل البعد عن مثيله في الدول المجاورة و من بينها العربية على وجه الخصوص، و هو ما انعكس سلبا كذلك على مساهمة القطاع في إيرادات الدولة و في خلق مناصب الشغل. إلا أن الجزائر تفطنت في السنوات الأخيرة إلى أهمية السياحة وأدركت أنها ضرورة حتمية، فظهرت بعض المبادرات من السلطات العمومية للنهوض بالقطاع السياحي و تنميته. و قد تبنت السلطات العمومية لغرض النهوض بالسياحة في العشرية الأخيرة خطة امتدت إلى غاية 2010م، و ذلك مروراً بمرحلتين، إذ تعتبر المرحلة الأولى و الممتدة من 2001م إلى غاية 2005م مرحلة التحضير و التشجيع و التحكم في العقار السياحي، أما المرحلة الثانية من 2006م إلى 2010م فهي تعتبر مرحلة تقييم الإنجاز و البناء الفعلي لقطاع السياحة، و هي الخطة التي تعززت ببعض التعديلات لتقدم خطة أشمل عرفت ببرنامج التنمية لآفاق 2013م. كما ألحقت السلطات المسؤولة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025م و الذي يشكل الإطار المرجعي للسياسة السياحية، فبموجبه تم تحديد الآفاق و وسائل بلوغها لجعل الجزائر بلد استقطاب للسياحة الدولية و جعل قطاع السياحة مساهما فعالا في عملية التنمية الاقتصادية، ما سيساعد على تحقيق تخفيض التكاليف على قطاع المحروقات و تنويع قاعدة الصادرات الجزائرية خارج هذا القطاع مستقبلا؛ ذلك أن الجزائر تتوفر على إمكانيات سياحية عظيمة إلا أن عدم الاهتمام بها خلال المسار التنموي حال دون الاستفادة منها و التعرف على مكوناتها محليا و دوليا، و رغم ذلك فالسياحة غاية من الممكن إدراكها بسهولة، فهي القطاع الأكثر جذبا للاستثمارات الأجنبية المباشرة، و هو القطاع الذي يمكن أن يسهم في تطوير القطاعات الأخرى، و المسألة تكمن في إعطاء السياحة مكانتها اللائقة بها في الجزائر. فالطريق المؤدية إليها لا تزال في بدايتها، و مع ذلك فالوصول إلى الهدف ليس مستحيلا إذا تكاثفت الجهود واستمرت على أن تسند المهمة إلى ذوي الكفاءات و الإرادة الجادة لتجسيدها انطلاقا من الإمكانيات المادية و البشرية و القيم الحضارية التي تزخر بها.

النتائج

- يتميز القطاع السياحي بالعديد من الخصائص و من بينها خاصيتي المرونة و الحساسية تجاه جميع أنواع المتغيرات (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، دينية ثقافية، أمنية... الخ) سواء في البلدان المستقبلية أو المصدرة للسياح، و تتمثل أهم هذه المتغيرات في مستوى أسعار الخدمات السياحية و الدخل المتاح للأفراد، مدى توفر العرض السياحي و مستوى الخدمات السياحية، المستوى الثقافي و الأمني، و كذا عدد و هيكل السكان، حرية التجارة في الخدمات و مختلف السياسات خاصة الاقتصادية منها المتبعة في البلدان المصدرة و المستقبلية للسياح.
- تعتبر السياحة اليوم صناعة متكاملة تتميز باتساع أنشطتها و تعدد أنواعها، و ما يميزها أيضا كمنشآت اقتصادية تؤثر على الكثير من قضايا التنمية خاصة الاقتصادية منها في العديد من الدول التي تهتم بها.

- رغم التحسن المسجل في الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر، لكنه يبقى ضعيفا مقارنة بالطلب المحقق في دول أقل إمكانيات من الجزائر و مقارنة بحجم الطلب السياحي العالمي ككل.
- يعاني قطاع السياحة في الجزائر من عدة نقائص و ضعف في برامج التنمية السياحية و ذلك ما عكسه ضعف مساهمة هذا القطاع في قضايا التنمية في الجزائر و الاتجاه المتزايد للجزائريين على السياحة في الخارج.
- يعود ضعف الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر لضعف العرض السياحي الجزائري و الخدمات المكتملة له و غلاء الأسعار، بالإضافة إلى ضعف الاستثمار الأجنبي المباشر الوافد.
- هناك اهتمام كبير من طرف السلطات المسؤولة في الجزائر بتحسين و ترقية قطاع السياحة من أجل زيادة مساهمته في التنمية الاقتصادية.

التوصيات

- إنعاش التسويق السياحي و تنظيمه بما في ذلك برامج التوعية الرسمية، و العمل على إدخال وسائل الاتصال و الإعلام الحديثة كالأنترنيت في العملية من أجل تحسين صورة الجزائر في الخارج و الترويج لها؛
- تنمية الصناعات الصغيرة و الحرفية ذات الطابع التراثي و تلك المرتبطة بشكل أساسي بدعم الصناعة السياحية، و تحديد المواقع المخصصة و الصالحة للاستثمار السياحي و العمل على تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر في هذا القطاع بالأخص؛
- توسيع برامج التنمية السياحية الحالية و أهدافها و العمل على تطبيقها الحسن، مع التركيز على تنمية سوق سياحية داخلية ترضي رغبات السياح الجزائريين؛
- اعتبار التدريب و التكوين السياحي و نشر الوعي الثقافي و السياحي في أوساط المواطنين عناصر لازمة لعملية التنمية السياحية، و العمل على إنشاء المزيد من مراكز التدريب و التعليم السياحي الفندقية؛
- مراجعة الأسعار المطبقة للخدمات السياحة و من أهمها الأسعار المطبقة في الفنادق و أسعار النقل خاصة فيما يتعلق بالنقل الجوي و البحري؛
- تكتيف التواجد الأمني بالمناطق السياحية، مع تقليل الإجراءات الأمنية في التعامل مع السائح، و التركيز في خطط التسويق السياحي على عنصر التحسن الأمني المسجل؛
- تكتيف العمل لاستقطاب السائح العربي و التوجه نحو السوق العربية و تفعيل السياحة العربية البينية؛
- العمل على السيطرة على العوامل و المتغيرات المؤثرة بشكل مباشر أو غير مباشر على الطلب السياحي بأنواعها، و التأثير عليها وفقا للاتجاه الذي يمكن من تنمية عدد السياح الداخلين للجزائر و التقليل من عدد الجزائريين المتوجهين للخارج؛
- تسهيل مهام الباحثين و المخططين السياحيين، من خلال توفير قاعدة بيانات خاصة بالإحصائيات السياحية تكون شاملة لمعظم المؤشرات التي يحتاجها هذا النوع من الدراسات القياسية لضمان نتائج أكثر دقة و أكثر تفسيراً للواقع.

الهوامش

¹ Faits Saillants WTO, Edition 2010, P. 11.

· نعيم الظاهر و سراب إلياس: مبادئ السياحة، دار المسيرة، ط2، الأردن، 2007، ص. 29.
· المرجع نفسه، ص. 30.

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

· نعيم الظاهر و سراب إلياس، مرجع سابق، ص. 30.

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

⁷ Stephen Williams, Op.cit, P4.

⁸ Ibid, P. 83.

^١ أحمد فوزي ملوخية: التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، ط1، مصر، 2007، ص. 45.

^٢ ماهر عبد العزيز: صناعة السياحة، دار زهران للنشر و التوزيع، الأردن، 2008، ص. 23.

^٣ نعيم الظاهر و سراب إلياس، مرجع سابق، ص: 145، 146.

^٤ عبير عطية: التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية، مصر، بدون سنة نشر، ص. 11.

^٥ أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف: تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، المكتب العربي الحديث، ط2، مصر، 1999، ص. 17.

^٦ 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 و الآثار، ص. 03، الموقع الإلكتروني:

[http://www.saudichambers.org.sa/Images/10\(1\).pdf](http://www.saudichambers.org.sa/Images/10(1).pdf)، تاريخ الاطلاع: جانفي 2012.

^٧ أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص. 18.

^٨ عبد العزيز بن محمد الهزاع، مرجع سابق، ص. 03.

^٩ أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص. 23.

^{١٠} يسرى دعيس: العلاقات الاجتماعية للسانح، الملتقى المصري للإبداع و التنمية، مصر، 1993، ص 120.

^{١١} هالة الرفاعي: التأثيرات الاجتماعية و الثقافية للسياحة في المجتمع المحلي، الملتقى المصري للإبداع و التنمية، مصر، 1998، ص. 223.

^{١٢} عثمان محمد غنيم، بنينا نبيل سعد: التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 1999، ص 22.

^{١٣} أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص. 67.

^{١٤} عامر عيساني: الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة -حالة الجزائر-، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، إشراف: علي رحال، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر- باتنة، الجزائر، 2010/2009، أطروحة غير منشورة، ص. 243.

^{١٥} بنك الجزائر: النشرة الإحصائية الثلاثية، رقم 6، طبعة مارس 2009، الجزائر، ص. 15.

^{١٦} وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: الحركيات الخمسة و برامج الأعمال ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 2، الجزائر، جانفي 2008، ص. 08.

^{١٧} المرجع نفسه، ص. 24.

^{١٨} وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: الأقطاب السياحية للامتياز، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 3، الجزائر، جانفي 2008، ص. 05.

^{١٩} المؤسسة العربية لضمان الاستثمار: مناخ الاستثمار في الدول العربية لعام 2009، الكويت، ص. 178.

^{٢٠} وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: الحركيات الخمسة و برامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سابق، ص. 47.

^{٢١} المرجع نفسه، ص. 57.

^{٢٢} المرجع نفسه، ص. 17.

المصادر

١. أحمد أديب أحمد: تحليل الأنشطة السياحية في سوريا باستخدام النماذج القياسية (دراسة ميدانية) ، رسالة لنيل شهادة الماجستير ، إشراف: يمن منصور و قاسم النعيمي، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، سوريا، 2006/2005، رسالة غير منشورة.
٢. أحمد فوزي ملوخية: التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، ط1، مصر، 2007.
٣. أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف: تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية ، المكتب العربي الحديث، ط2، مصر، 1999.
٤. إسماعيل محمد علي الدباغ و منثى طه الحوري: مبادئ السفر و السياحة، مؤسسة النشر و التوزيع، ط1، الأردن، 1999.
٥. أموري هادي كاظم الحسنوي: طرق القياس الاقتصادي، دار وائل للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2002
٦. خالد كواش: السياحة مفهومها أركانها أنواعها، دار التنوير، ط1، الجزائر، 2007.
٧. داليا محمد تيمور زكي: الوعي السياحي و التنمية السياحية قضايا و مفاهيم ، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008.
٨. زيد منير سلمان: الاقتصاد السياحي، دار الرياءة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2008.
٩. سراب إلياس و نعيم الظاهر: مبادئ السياحة، دار المسيرة، ط2، الأردن، 2007.
١٠. خالد كواش: مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر ، مجلة: اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 01، 2004، جامعة حسيبية بن بوعلي - الشلف، الجزائر.
١١. الديوان الوطني للسياحة: الحمامات المعدنية منتوج خاص ، مجلة: الجزائر سياحة، العدد 33، مطبعة الديوان، بدون سنة نشر، الجزائر.
١٢. رياض بن جليلي و آخرون: السياحة في الدول العربية: مقوماتها و مكامن تنافسيتها ، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد العاشر، العدد الأول، جانفي 2008، المعهد العربي للتخطيط، الكويت.
١٣. المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار: الدليل الاقتصادي و الاجتماعي للجزائر، الجزائر، 1989.
١٤. وزارة السياحة الجزائرية: تصور تطوير السياحة لل عشرية 2004/2013.
١٥. وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة : تشخيص و فحص السياحة الجزائرية ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 1، الجزائر، جانفي 2008.
١٦. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: الأقطاب السياحية للامتياز ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 3، الجزائر، جانفي 2008.
١٧. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: الحركيات الخمسة و برامج الأعمال ذات الأولوية ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 2، الجزائر، جانفي 2008.