

## دور الفاعلين والشركاء في إستراتيجية التنمية السياحية (حالة الجزائر)

د. بن زكورة العونية

جامعة مصطفى اسطنبولي - الجزائر

إنَّ المساعي التي تبذلها السلطات العمومية الجزائرية لتنمية السياحة تهدف أساساً إلى ( تامين الموارد والمتاحات السياحية )؛ لتُساهم في تحسين التوازنات الاقتصادية الكلية ( الشغل، والتنمية، والميزان التجاري والمالي، والاستثمار ) وتحريك قطاعات النشاطات الأخرى المرتبطة بالنشاطات السياحية كـ ( الفلاحة والصناعة التقليدية والثقافة والنقل والخدمات المختلفة )، وكذا ( تسهيل المبادلات والتواصل الاجتماعي؛ إما على المستوى الداخلي أو مع العالم الخارجي ) .

يقابل هذا الوعي الوطني برهانات التنمية السياحية كـ ( محورٍ لتنمية اقتصادية واجتماعية ) واقع لا يُشجع على تحقيق هذه الغاية، واقع أشارت إليه العديد من الدراسات التي تناولت القطاع السياحي في الجزائر. انطلاقاً من هذه المناقشات فإن الإشكال الذي يُعرض هو: ما الدور المنوط بالفاعلين والشركاء في الإستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة في الجزائر؟ وسيتم تفضيلها في جزأين هما:

\* ما واقع قطاع السياحة في الجزائر؟

\* ما دور الفاعلين في القطاع والشركاء في الإستراتيجية المعتمدة لتنمية السياحة؟

أولاً: السياحة وسيلة إستراتيجية للتنمية الاقتصادية

تعتبر السياحة أحد القطاعات الحيوية؛ من خلال مساهمتها في تنمية الاقتصاد، وإن هذا القطاع قادر على جلب العديد من المداخيل بالعملة الصعبة، والمساهمة في توفير مناصب شغل متنوعة، بالإضافة إلى ( ترقية وتطوير ) العديد من المناطق، وعليه فهي تمثل ( الحجر الأساس ) للعديد من الدول .

**تعريف السياحة:** لقد مر مفهوم السياحة بالعديد من المراحل؛ فهناك من عرفها من الجانب الاقتصادي، وآخرون عرفوها من الجانب الاجتماعي، بينما ركز البعض على الجانب الثقافي والتعليمي للسياحة .

أما تعريف المنظمة العالمية للسياحة فقد ارتكز على مفهومين<sup>(1)</sup>:

● **السائح:** كل شخص يقوم بزيارة بلد آخر، ويُقيم فيه ٢٤ ساعة على الأقل؛ بهدف ( الترفيه، الراحة، قضاء العطل، أو زيارة الأقارب ) .

● **المتجول المتنزّه:** كلُّ شخصٍ يقومُ بزيارةٍ مكانٍ ما يكون خارجَ إقامته المعتادةً لمدةٍ لا تتجاوزُ ٢٤ ساعةً على الأكثر.

وعرّفها الألمانيّ "جويبر فرويلر" عام ١٩٠٥<sup>(2)</sup> بأنّها: (ظاهرةٌ من ظواهر عصرنا تنبثقُ من الحاجة المتزايدة للراحة وتغيير الهواءِ وإلى مولدِ الإحساسِ بجمالِ الطبيعة، ونموّ هذا الإحساسِ، والشعورِ بالبهجةِ والمتعةِ والإقامةِ في مناطقٍ لها طبيعتها الخاصةُ، وأيضا نموّ الاتصالاتِ - وخاصةً بين الشعوبِ وأوساطٍ مختلفةٍ من الإنسانيةِ - وهي الاتصالاتُ التي كانت ثمرةً اتّساعِ نطاقِ (التجارةِ والصناعةِ) وثمرةً تقدّمِ وسائلِ النقلِ.

وعرّفها النمساويّ "شوليرن شرانتنهومن" عام ١٩١٠<sup>(3)</sup> بأنّها: الاصطلاحُ الذي يُطلقُ على أيِّ عملياتٍ - خصوصاً العملياتِ الاقتصاديةِ التي تتعلّقُ بـ (وفودِ وإقامةِ وانتشارِ) الأجنبيّ (داخلَ وخارجَ) منطقةٍ معيّنةٍ. أمّا الجزائرُ فقد تبنتَ تعريفَ المنظمةِ العالميةِ للسياحةِ مع إضافةِ بعضِ المفاهيمِ إليه مثل (4):

- الدخول: كلُّ مسافرٍ عبّرَ الحدودَ ودخلَ الترابَ الوطنيَّ خارجَ مساحةِ العبورِ يُعتبرُ داخلياً.
- المسافر: كلُّ شخصٍ دخلَ الترابَ الوطنيَّ - بغضِّ النظرِ عن دوافعِ دخوله ومهما كانت جنسيتهُ - باستثناءِ الجوّالينَ في رحلةٍ بحريّةٍ (همُ الأشخاصُ الذين يدخلونَ الترابَ الوطنيَّ في سفينةٍ يمكنُونَ فيها ويُغادرونَ فيها).

● الزائر: كلُّ شخصٍ دخلَ الحدودَ دونَ ممارسةِ أيِّ مهنةٍ بأجرٍ ودونَ الإقامةِ في البلدِ (يضمُّ السائحَ والجوّالَ)

● السائح: كلُّ شخصٍ عبّرَ الحدودَ لفترةٍ محدودةٍ ٢٤ ساعةً على الأقلِّ للدواعي المذكورة سالفاً.

**مكانةُ السياحةِ في الاقتصاد:** تحتلُّ السياحةُ مكانةً لها أهميتها في اقتصادياتِ الدولِ؛ من حيث ما / تُدرُّه / من المداخلِ الناجمةِ عن الإنفاقِ السياحيِّ؛ والمتمثلةِ في شراءِ مختلفِ السلعِ والخدماتِ السياحيةِ من (إقامةٍ ونقلٍ) وغيرها.

يتمثّلُ الإنفاقُ السياحيُّ في تحويلِ الأموالِ من السّياحِ إلى البلدانِ المستقبليةِ لهم؛ ممّا يدفعُ بهذه الأخيرةِ إلى تطويرِ المنتجاتِ السياحيةِ؛ وذلك بالاعتمادِ على ترقيةِ القطاعاتِ المرتبطةِ بها<sup>(5)</sup>:

**قطاعُ النقل:** كونها تُساهمُ في تنشيطِ حركةِ التنقّلِ سواء كانت (بريّةً أو جويّةً أو بحريّةً)؛ ممّا يزيدُ من مداخلِ هذا القطاعِ، ويسمحُ له بعمليةِ (التوسّعِ والاستثمارِ) بشكلٍ أكثرَ جودةً لجلبِ السّياحِ.

**قطاعُ التجارة:** كونها تُساهمُ في ترفيتهِ بالبحثِ عن سُبُلِ تحسينِ (المنتجاتِ والبضائعِ) التي يجبُ توفيرُها للسائحِ.

**قطاعُ الصحّة:** كونها تعملُ على توفيرِ العديدِ من مناصبِ الشُّغلِ - لا سيّما في (الحماماتِ المعدنية، أماكنِ الراحةِ والاستجمامِ) - وغيرها.

**قطاع الصناعة التقليدية:** كونها تعمل على تنشيط مجال الحرف (اليدوية والتقليدية) بالنظر إلى طلب السياح لهذا النوع من المنتجات.

**قطاع الفلاحة والصناعة:** كونها تساهم في تطوير منتجات البلد المضيف - سواء كانت (صناعية أو فلاحية) بهدف إرضاء رغبات السياح.

**دور السياحة في التنمية الاقتصادية:** تلعب السياحة دوراً كبيراً في التنمية الاقتصادية؛ باعتبارها مصدراً مهماً لدخول العملة الصعبة للبلد من جهة، والمساهمة في تخفيض البطالة، وترقية القطاعات الاقتصادية المرتبطة بها مثل (النقل، الصناعة التقليدية) وغيرها، بالإضافة إلى (تطوير وترقية) المناطق السياحية من جهة أخرى. إن أهمية السياحة الاقتصادية تتركز على كونها مورداً مهماً للنقد الأجنبي، زيادة على أنها تساهم في تنشيط العديد من القطاعات الاقتصادية (التي تخدم بصفة غير مباشرة السائح؛ فهي تعمل على (تنشيط الاستثمار) بمختلف أشكاله سواء كان في جانب خلق الفضاءات السياحية (أماكن الإيواء والترفيه)، أو في جانب تهيئة الطرق، تطوير الصناعات) بمختلف أنواعها للاستجابة إلى رغبات السياح؛ مما يسمح بإيجاد مناصب الشغل والحد من البطالة.

بناءً عليه فإن الأهمية الاقتصادية للسياحة تكمن في كون (6):

- السياحة مصدراً من مصادر العملة الصعبة في ميزان المدفوعات.
- السياحة مصدراً مهماً لإيجاد مناصب الشغل - سواء في (المؤسسات السياحية أو في القطاعات الأخرى) ك(النقل، الحرف التقليدية، الثقافية) وغيرها.
- السياحة مصدراً لترقية البنية التحتية؛ من (طرق، ومطارات، موانئ الأماكن الترفيهية) وغيرها.
- السياحة مصدراً لارتفاع الأسعار نتيجة تنشيط حركة الإنتاج والاستهلاك، وتحسن مستوى المعيشة؛ وبالتالي زيادة الطلب، ومن ثم ارتفاع الأسعار.
- السياحة مصدر لترقية الاستثمار - سواء في (البنية التحتية)، أو في (مجال الهياكل السياحية) لاستقبال السياح.

**ثانياً: ما واقع قطاع السياحة في الجزائر؟**

لا يمكن الحديث عن مشروع استحداث إستراتيجية تنموية دون تشخيص لوضعية القطاع والوقوف عند مستوى أدائه (الاقتصادي والاجتماعي) ورفع الغطاء عن نقاط الضعف فيه ونقاط القوة عن طريق تحليل للمعطيات وقراءة للصورة الحقيقية للقطاع من خلال ردود الأفعال الصادرة عن (المستهلكين والموزعين) للمنتجات السياحية الوطنية.

١- نقاط القوة: تتمحور نقاط الإستراتيجية التنموية للسياحة في وجوب توفر أي دولة على (متاحات سياحية وموقع متميز) يستقطب اهتمام الزوار، زيادة على تمكن الدولة من تحقيق مستوى نمو في الجانب الاجتماعي، هذا دون أن ننسى امتلاكها لمجموعة من الهياكل (المادية والقاعدية) التي تسمح بتطوير القطاع السياحي<sup>(7)</sup>.

أ- المتاحات السياحية: تركز المتاحات السياحية التي تمتلكها الجزائر في ما يلي:

- تتوفر الجزائر على واجهة بحرية بشواطئ شاسعة - وفي أغلب الأحيان عذراء غير مستغلة -، تشكل أوعية عقارية، بالإضافة إلى المناطق الجبلية (الساحلية والداخلية).
- تراث أركيولوجي وتاريخي مهم يشهد على الحضارات المتعاقبة على الجزائر، وأشهرها (الحضارة الرومانية)؛ حيث تعتبر الجزائر الأولى في حوض البحر الأبيض المتوسط من حيث (عدد المواقع الرومانية، والحضارة البيزنطية والحضارة العربية الإسلامية والعثمانية ومعامل المقاومة الشعبية وحرب التحرير الوطني). كما تتوفر الجزائر على مواقع (للبحث والكشف) لما قبل التاريخ؛ مثل مواقع **الديناسورات** بالنعامة، ورجل الأطلس "رجل تيغيف" بمعسكر.
- أكثر من ٢٠٠ منبع للمياه الحموية موزعة على كامل التراب الوطني؛ منها منابع ذات أهمية وطنية من حيث النسب العالية لتدفق المياه، والمكونات الفيزيائية الكيمياوية، والخصوصيات العلاجية للمياه).
- الجنوب الجزائري أو "الصحراء الكبرى" الذي يتميز بتنوع بيئي خاص؛ والذي يشكل مصدر منتجات سياحية لا منافس لها؛ مثل (الهقار، والطاسيلي، ومنطقة القورارة (تيميون)، والمزاب، والتوات، والساورة، والواحات (وسط الصحراء) إلخ.

▪ التنوع الثقافي للمجتمع الجزائري، وتنوع العادات والتقاليد والأعياد المحلية الذي يضيف عليه (كرم الضيافة).

ب- الوضع الاجتماعي العام: إن النمو الاقتصادي الذي سجلته الجزائر منذ العشرية الأخيرة والناجم عن ارتفاع الموارد المالية والانتعاش الاقتصادي نجم عنه نتائج إيجابية تتمثل في ارتفاع القدرة الشرائية للمواطن، وتحسن المستوى المعيشي؛ ومنه ارتفاع الطلب على (الترفيه والسياحة). كما أصبحت العائلة الجزائرية تهتم بنوعية الخدمات السياحية المقدمة؛ والتي يشترط فيها احترام القواعد البيئية.

ج- الهياكل المادية والقاعدية: تشهد الجزائر فزة (نوعية وكمية) من حيث المشاريع الكبرى المنجزة أو التي في طور الإنجاز؛ وذلك في إطار مختلف البرامج التنموية - وبخاصة - تلك المسجلة ضمن المخطط الخماسي (٢٠٠٤-٢٠٠٩) م والمخطط الخماسي (٢٠٠٥-٢٠٠٩) م، والمخطط الخماسي (٢٠١٠-٢٠١٤) م وبرامج تطوير الجنوب والهضاب العليا. تتمثل هذه المشاريع في:

- إنجاز الطُّرُقَات؛ مِثْل (مَشْرُوعِ الطَّرِيقِ السِّيَّارِ شَرْقِ غَرْبِ، وَمَشْرُوعِ طَرِيقِ الشَّاطِئِ شَرْقِ غَرْبِ، وَمَشْرُوعِ طَرِيقِ الهَضَابِ العَلِيَا، وَتَحْدِيثِ خُطُوطِ النُّقْلِ بِالسِّكِّ الحَدِيدِيَّةِ، وَإِنجَازِ وَتَحْدِيثِ المَطَارَاتِ "الدَّاخِلِيَّةِ وَالدَّوْلِيَّةِ وَالمَوَانِي" ، وَتَحْسِينِ وَتَنْوِيعِ النُّقْلِ الحَضْرِيِّ بِالمَدْنِ الكُبْرَى) .
  - مَشَارِيعَ خَاصَّةً بِالرِّيِّ مِّن (بِنَاءِ السُّدُودِ الكُبْرَى وَالحَوَاجِزِ المَائِيَّةِ، وَجَلْبِ المِيَاهِ وَتَحْزِينِهَا، وَمَحَطَّاتِ التَّحْلِيَّةِ، وَاسْتِغْلَالِ المِيَاهِ الجَوْفِيَّةِ فِي الجَنُوبِ، وَتَرْوِيدِ الهَضَابِ العَلِيَا مِّنَ الشَّمَالِ وَمِنَ الجَنُوبِ) ،
  - مَشَارِيعَ تَخْصُ إِنجَازَ مَحَطَّاتِ لَتَوْلِيدِ الطَّاقَةِ الكَهْرِبَائِيَّةِ؛ وَالتِّي جَاوَزَتْ ٩٠٪ فِي العَدِيدِ مِّنَ المَنَاطِقِ،
  - مَشَارِيعَ تَهْدَفُ إِلَى تَوْفِيرِ خَدْمَاتِ الانْتَرْنِيَّتِ فِي كُلِّ التَّرَابِ الوَطْنِيِّ، وَتَعْزِيزِ شَبْكَةِ الاتِّصَالِ الهَاتِفِيِّ.
- د- المَوْقِعُ الجُغْرَافِيُّ المُمَيِّزُ:** الَّذِي يُسَاهِمُ فِي تَوْفُرِ شَرْطَيْنِ مُهِمَّيْنِ فِي سِيَاسَةِ التَّسْوِيقِ السِّيَاحِيِّ وَهُمَا:
- المَوْقِعُ القَرِيبُ مِّنَ الأَسْوَاقِ المَوْفَدَةِ لِّلسِّيَاحِ- بِخَاصَّةِ القُرْبِ مِّنَ قَارَةِ أوروپَة- الَّتِي تُعْتَبَرُ عِبْرَ السَّنِينِ المَوْفَدِ الرِّئِيسَ لِّلسِّيَاحِ إِلَى الجَزَائِرِ؛ حَيْثُ يُمَكِّنُ تَرْكِيبُ مَنْتَجَاتِ سِيَاحِيَّةٍ قَصِيرَةِ المَدَّةِ (نَهَايَاتِ الأَسْبُوعِ - الإِجَازَاتِ القَصِيرَةِ وَالأَعْيَادُ) ،
  - التَّنَوُّعُ البِئْسِيُّ الَّذِي تَتَمَيَّزُ بِهِ الجَزَائِرُ مِّنَ (الشَّمَالِ إِلَى الجَنُوبِ)؛ حَيْثُ المَنَاطِقُ السَّاحِلِيَّةُ ذَاتُ المَنَاحِ المَعْتَدَلِ وَالمَنَاطِقُ الجَبَلِيَّةُ البَارِدَةُ وَالتِّي تَكْسُوها التَّلُوجُ فِي فَصْلِ الشِّتَاءِ وَالهَضَابِ العَلِيَا وَالجَنُوبِ الكَبِيرِ. هَذَا التَّنَوُّعُ يَرْفَعُ عَنِ السِّيَاحَةِ الجَزَائِرِيَّةِ عَامِلَ الفَصْلِيَّةِ الَّذِي يُوَثِّرُ عَلَى مَرْدُودِ القَطَاعِ. فَيُمْكِنُ العِمْتَادُ عَلَى مَوَاسِمِ سِيَاحِيَّةٍ مُتَمَيِّزَةٍ؛ مِثْلَ (مَوْسِمِ الاِصْطِيفِافِ، وَمَوْسِمِ السِّيَاحَةِ الصَّحْرَاوِيَّةِ، وَالمَوْسِمِ الشِّتَوِيِّ، وَمَوَاسِمِ لِّلأَعْيَادِ المَحَلِّيَّةِ ذَاتِ الطَّابَعِ "الدِّينِيِّ أَوْ الاِقْتِصَادِيِّ") .
- ٢- نَقَاطُ الضَّعْفِ:** إِنَّ المَتَّبِعَ لِلْفِعْلِ السِّيَاحِيِّ فِي الجَزَائِرِ يَلَاحِظُ -دُونَ عَنَاءِ- الوَضْعِيَّةَ المَتَرَدِيَّةَ الَّتِي آلَ إِلَيْهَا قَطَاعُ السِّيَاحَةِ فِي الجَزَائِرِ بِالرَّغْمِ مِّنَ المَجْهُودَاتِ المَبذُولَةِ لِلنُّهُوضِ بِهِ لَلعِبِ دَوْرِهِ (الاِقْتِصَادِيِّ وَالاِجْتِمَاعِيِّ) إِلَى جَانِبِ قَطَاعَاتِ النِّشَاطَاتِ الأُخْرَى. وَتَبْرُزُ نَقَاطُ الضَّعْفِ فِي (8):
- أ- المُلَاحَظَاتُ المُبَاشِرَةُ:** وَيَتَعَلَّقُ الأَمْرُ هُنَا بِمَا يُمَكِّنُ مَلَاحَظَتَهُ فِي المَوْسِمَاتِ الفُنْدُقِيَّةِ مِّنَ (سُوءِ تَسْيِيرِ وَعَدَمِ القُدْرَةِ عَلَى التَّوَاصُلِ)؛ وَذَلِكَ رَاجِعٌ لِّلْمَسْتَوَى المَتَرَدِيِّ لِّلْعَامِلِينَ بِهَذَا المَجَالِ وَضَعْفِ مُؤَهَّلَاتِهِمْ .
- ضَعْفُ الخَدْمَاتِ عَلَى مَسْتَوَى المَوْسِمَاتِ الفُنْدُقِيَّةِ: فَالعَرَضُ الفُنْدُقِيُّ يُعَانِي مِّن نَّقْصِ فَادِحِ فِي قُدْرَاتِ الإِيوَاءِ (التَّجْهِيزَاتِ الفُنْدُقِيَّةِ وَالاِطْعَامِ "المَطَاعِمِ المَصْنُفَةِ" ذَاتِ النُّوعِيَّةِ الجَيِّدَةِ وَالمَتَمَيِّزَةِ الَّتِي تَتطَابَقُ مَعَ المَعَايِرِ الدَّوْلِيَّةِ. يَلَاحِظُ فِي هَذَا الشَّأْنِ أَنَّ ١٠٪ فَقَطُ مِّنَ المَوْسِمَاتِ الفُنْدُقِيَّةِ تَسْتَجِيبُ لِّلْمَعَايِرِ الدَّوْلِيَّةِ وَنِسْبَةً كَبِيرَةً مِّنَ (الحَظِيرَةِ الفُنْدُقِيَّةِ الوَطْنِيَّةِ) تَعْرِضُ خَدْمَاتِ بِأَسْعَارٍ مُرْتَفِعَةٍ - لَيْسَتْ فِي مَتَنَاوِلِ المَسْتَهْلِكِ المَقِيمِ-

مُقارَنَةً مع الأسعار التي تعرضها المؤسسات الفندقية في دول الجوار التي يُفضّلها المواطن الجزائري في الوقت الراهن، تُعاني من نقصٍ في نوعية الخدمات بها كما تتطلب هذه الفنادق (عمليات إعادة تهيئة واسعة).

■ **عدم التحكم في التقنيات الجديدة التي تسمح باستكشاف السوق من قبل السياح والمتعاملين:** حيث يلاحظ عدم تمكن المتعاملين من تقنيات السوق الدولية التي تشهد تطوراً مستمراً ودائماً، كما ينعدم لديهم نمط التسيير الإلكتروني للأسفار الذي أصبح الوسيلة الوحيدة والتي تحقق نجاعة تامة، ويعود ذلك إلى عدم الرغبة في (مواكبة المستجدات، وانعدام سياسة تكوين المستخدمين).

■ **ضعف المؤهلات المهنية لدى المستخدمين:** وذلك في مجال (الاستقبال، التوجيه، الفندقية والإطعام والصيانة). كما يتميز القطاع بنقص في عدد المؤسسات التكوينية المتخصصة. أما المؤسسات التكوينية المعروفة على الساحة الوطنية؛ فإن برامجها لم تعد قادرة على مسايرة احتياجات التكوين التي يجب أن تُسائر العرض السياحي المتميز.

■ **ضعف خدمات النقل بأشكاله (الجوي والبري) وبالسكك الحديدية:** وعدم القدرة على توفير وسائل وظروف نقل مناسبة (نوعاً وكمّاً)؛ وبخاصة النقل الجوي الذي يتميز بغلاء الأسعار المطبقة على الخطوط (الداخلية والدولية)، كما يتميز النقل الجوي بضعف في (تغطية الجنوب السياحي، وسوء تسيير الرحلات الداخلية باتجاه الجنوب، وربط التوقيت مع وصول الرحلات القادمة من الخارج).

■ **ضعف استعمال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المجال السياحي:** حيث لا يوجد مواقع انترنيت بالعدد الكافي -سواءً لتعريف وعرض المنتجات السياحية، أو لتقديم صورة الجزائر السياحية. في هذا الصدد نُشير إلى أنّ ٩٠٪ من السياح (يتعرفون أو يحجزون) سفرياتهم وإقامتهم عن طريق مواقع الانترنيت.

ب- **الملاحظات الكلية:** أما الأسباب التي أدت إلى هذه الوضعية فيمكن حصرها فيما يلي:

■ **عدم وجود رؤى للمنتجات السياحية الجزائرية:** ويتجلى ذلك بوضوح في (عدم الاهتمام بالمواقع السياحية الطبيعية والتاريخية، وغياب سياسة وطنية لتثمينها وحمايتها من التلف والاندثار). كما يتجلى في غياب منتجات سياحية مميزة يمكن أن تجلب السياح، وتكون موضوع اهتمام (المنتجين والمستهلكين) السياحيين (الوطنيين والأجانب).

■ **أنماط تسيير لا تتماشى والتسيير الحديث للسياحة في العالم؛** حيث لا يوجد أي جهاز لتقييم ومتابعة التطور على المستويين (الوطني والدولي).

■ **النقص الفادح في تسويق صورة الوجهة السياحية الجزائرية،**

- خدمات بنكية ومالية لا تواكب الواقع السياحي الحديث المبني على الاستثمار المستمر في الوسائل المادية والبشرية؛ حيث لا يوجد حتى الآن وسائل للدفع الإلكتروني منتشرة على مستوى البنوك وعلى مستوى المؤسسات (السياحية والتجارية).
  - هذه الوضعية والتي يجب القول إنها ليست عضوية تؤثر مباشرة على مردود القطاع -خاصة من العملة الصعبة- وبالتالي يكون لها انعكاسات سلبية على الاقتصاد الوطني.
  - ضعف مساهمة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام،
  - انخفاض نسبة التوافد السياحي على الجزائر الذي بلغ سنة ٢٠٠٦ م نسبة ١٪ من مجموع التوافد على دول البحر الأبيض المتوسط.
  - ارتفاع التنقل إلى الخارج للمواطنين لتلبية حاجيات (الترفيه والسياحة)؛ مما يُعتبر هدراً للعملة الصعبة ولاستهلاك المواد الغذائية ومنتجات الصناعة التقليدية غير الوطنية.
  - النشاطات العشوائية والتي لا تحترم في الكثير من الحالات المعايير البيئية.
- ثالثاً: الدور التفاعلي للسلطات العمومية المركزية والمحلية مع الفاعلين والشركاء ضمن إستراتيجية التنمية السياحية

تعتمد الإستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية في الجزائر على محاور أساسية؛ والتي تقوم وفق الخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ضمن خمس آليات هي (9):

- مخطط الوجهة الجزائرية،
- الأقطاب السياحية للامتياز،
- مخطط جودة السياحة،
- مخطط الشراكة للقطاعات (العام والخاص)،
- مخطط التمويل.

من أجل تحقيق ديناميكية تهدف إلى بروز منتج سياحي جزائري يتلاءم و(رغبات وطموحات) السائح المقيم وغير المقيم وفق المعايير الدولية التي تسمح بدخول الأسواق العالمية، يُقترح في هذه الدراسة آليات للعمل التفاعلي بين السلطات العمومية المركزية والمحلية والفاعلين والشركاء في الحقل السياحي.

بناءً على هذا لا بد من التعرف على من هم الفاعلون الأساسيون في النشاط السياحي في الجزائر:



يتعلّق الأمر بالجهات التي تُساهم بشكل مباشر في فعالية المنتج السياحيّ الجزائريّ أو في صورة الجزائر السياحية. وهي العناصر التي تضمّن نجاح إستراتيجية التنمية السياحية شريطة أن تقوم السلطات العمومية المركزية والمحلية بالدور المنوط بها وتضم:

- عناصر التسويق التجاريّ أو تسويق صورة الجزائر السياحية، ويُقصدُ بهم (وكلاء السياحة والسفر، الناقلون، المرشدون السياحيون، الصحفيون المختصون، وصانعو الرأي).
- المستثمرين في قطاع السياحة وأصحاب المشاريع المبدعة،
- مهنيي الفنادق والإطعام والترفيه،
- السياح والأسواق السياحية،
- المواطنين والجماعات المحلية.

قبل كل شيء يجب التأكيد على أنّ دور السلطات العمومية المركزية أولاً، ثمّ السلطات المحلية ثانياً في تحريك النشاط السياحي؛ وذلك بوضع الآليات (القانونية والعملية) التي تُساهم في توفير الجو الملائم لنشاط المتعاملين. يعتمد هذا على إيجاد الديناميكية اللازمة لتنسيق جهود الأطراف كافة داخل القطاع السياحي وبين قطاعات النشاط الأخرى كافة في إطار العمل الحكومي من جهة، وتطبيق العمليات المبرمجة في الخطة الوطنيّة لتهيئة الإقليم من جهة أخرى.

يهدف الخطة الوطنيّة لتهيئة الإقليم إلى تهيئة الشروط الأساسية لترقية السياحة بشكل غير مباشر؛ من حيث توفير (الهيكل القاعدية والضروريات الأساسية) لكل من (الإقامة والتنقل والاتصال والأمن الصحي والغذائي) التي يحتاج إليها السائح والتي هي في الوقت نفسه المعيار الأساس في اختيار الوجهة السياحية.

#### ١- عناصر التسويق التجاريّ أو تسويق صورة الجزائر السياحية:

يُعتبر هؤلاء سفراء (تجاريين وإعلاميين) للنشاط السياحي؛ لذلك يجب منحهم فرصة لأداء مهامهم بشكل مهنيّ فعّال. وهم:

- وكلاء السياحة والسفر: إنّ نشاط وكالات السياحة والسفر يتّسم بانعدام المهنية، ويقتصر عملها في أغلب الأحيان في (بيع تذاكر السفر الجويّ، وتنظيم رحلات إلى البقاع المقدّسة) في منتج العمرة، بالرغم من تعديل النصوص التشريعية للفصل بين (السياحة المستقبلية للسياح والسياحة الوافدة للسياح).
- الناقلون: إنّ ضعف شبكات النقل بأشكاله، وتأخر الرحلات، وعدم تناسق الوصول الدوليّ مع انطلاق الرحلات الداخلية يُؤثر سلباً على المنتج السياحي علماً أنّ نتائجه وخيمته على المتعاملين وعلى السياح على حدّ سواء.



- **المُرشدون السّياحيون**: إنّ مهنة ( المرشد أو الدليل ) السّياحي غير معروفة، ولا يُهتم بدورها في ( الإعلام والتعريف ) بالمواقع السّياحية المختلفة؛ فبالرغم من صدور التنظيمات التشريعية التي تنظّم نشاط المرشدين السّياحيين؛ إلا أنّ الإقبال عليها يبقى شبه مُنعدم.
- **الصحافة المُتخصّصة**: تشجيع الصحافة الوطنية على إيجاد نشرات إعلامية خاصة حول السّياحة في الجزائر، وكذا وضع قناة مُتخصّصة على الأقمار الاصطناعية باللغات المتداولة عالمياً.
- **المُمثليات الدبلوماسية في الخارج**: إعطاء صلاحيات أوسع لمصالح المُمثليات في الخارج لتقوم بدور في مجال الترويج لصورة الجزائر السّياحية.

- ٢- **المُستثمرون في قطاع السّياحة**: بهدف تحقيق نجاعة أفضل لدور أصحاب المشاريع الفندقية والسّياحية يجب على السلطات العمومية إظهار إرادتها السياسية لدعم الاستثمار السّياحي وذلك من خلال توفير:
- العقار السّياحي: الذي يُمثّل حلقة مهمّة في سلسلة الاستثمار السّياحي؛ حيث يقع على عاتق الدولة ( توفير الأراضي لاستقبال المشاريع السّياحية ) باستعمال الأدوات القانونية للتهيئة على المستوى المحليّ، وعن طريق ( تخصيص مناطق للتوسّع السّياحي ) .
  - مناطق التوسّع السّياحي: تسمح باستقبال المشاريع السّياحية وما يُرافقها من ( تجهيزات رياضية وترفيهية وتجارية ) . تتوفّر الجزائر على عدد كبير من مناطق للتوسّع السّياحي يُقارب المائتين ( ٢٠٠ )؛ إلا أنّ الملحوظ أنّ أغلب هذه المناطق تمّ الاعتداء عليها وأخرى لم يبق لها أثر<sup>(10)</sup>.
  - المخطّطات التوجيهية للتهيئة العمران للبلديات: يجب على مصالح التعمير على المستوى المحليّ (الولاية- البلدية) دراسة إمكان تخصيص قطع من الأراضي لاستقبال المشاريع (الفندقية والترفيهية) عند إعداد المخطّطات التوجيهية للتهيئة والتعمير للبلديات ذات الطابع السّياحي<sup>(11)</sup>، كما يجب على السلطات المحلية-الولاية- ( تشجيع المُستثمرين للتوجّه إلى قطاع السّياحة ) في إطار اللجان الولائية لـ (توطين وترقية) الاستثمار والضبط العقاري ( CALPIREF ). هذه الإجراءات، إن تمّت سوف تُساهم في (رَفَع قدرات الإيواء وتحسين الخدمات)<sup>(12)</sup>.
  - التمويل والامتيازات المختلفة: يُعاني الاستثمار السّياحي من صعوبة الحصول على القروض البنكية؛ نظراً لـ (طول مدة المردودية)، وكذا بسبب (عدم مُسايرة المؤسسات البنكية للسّياحة الحديثة وآليات الاستثمار فيه).
  - المرافقة والتوجيه: كما يقع على عاتق المصالح المكلفة بالسّياحة على المستوى المحليّ بمُرافقة المُستثمرين في كلّ أطوار المشاريع وإيفادهم بر المعلومات والنصائح ( ومتابعة ملفّات ) الاستثمار والقروض<sup>(13)</sup>.

٣- مهنيو الفنادق والإطعام والترفيه: تُعتبر هذه الفئة الحلقة الضعيفة في السلسلة السياحية بالجزائر وواجهة القطاع؛ فالحكم على نوعية الخدمات المقدمة على مستوى الإيواء (المؤسسات الفندقية) وعلى مستوى الإطعام (المطاعم وتنوع الطبخ المحلي) هو حكم على مدى الاهتمام بالسياحة كقطاع اقتصادي وبالسياح كـ (مستهلك) للمنتجات السياحية ومصدر الدخل؛ فمن أجل ضمان جودة حقيقية للمنتج السياحي الجزائري، من الضروري الاهتمام بمشاكل وحاجيات مهنيي (الفنادق والإطعام والمقاهي ومؤسسات النشاطات الترفيهية والرياضية)؛ وذلك من خلال:

▪ **الاستثمار في إعادة التهيئة لرفع المستوى:** إن عدد المؤسسات الفندقية التي استفادت من برنامج إعادة التأهيل أو قدمت طلبها لذلك ضعيف جداً، لذلك وجب تقديم برامج دعم عمليات إعادة تأهيل ورفع مستوى المؤسسات السياحية وتقديم تحفيزات لتشجيعها على ذلك (14):

- تكفل الدولة بتكاليف الدراسات التقنية،

- تقديم امتيازات جبائية للمؤسسات التي تتعهد بإعادة التأهيل ورفع المستوى،

- تكفل الدولة بالإشهار لهذه المؤسسات في مشاريع القطاع الترفيهي.

▪ **التكوين المهني والتكوين المستمر في المؤسسات:** يجب أن يتضمن برنامج إعادة التأهيل ورفع المستوى مخططاً عملياً مرناً للتكوين المستمر للمستخدمين.

▪ **استعمال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال:** في مجال (تقديم العروض واستقبال الحجزات) على مستوى المؤسسات (الفندقية والمطاعم ومراكز الترفيه، واستلام الحجزات والدفع الفوري).

٤- **السياح والأسواق السياحية:** أفرزت الثقافة السياحية لدى المستهلك (سلوك النقد، ودقة اختيار المنتج

السياحي والوجهة السياحية باستعمال معايير مختلفة أسست لها الهيئات (الرسمية والمهنية)، كما سمحت التكنولوجيات الحديثة للاتصال للسياح بـ (زيارة المواقع افتراضياً) قبل اتخاذ قرار شراء المنتج السياحي.

بناءً على هذه المعطيات فإنه لا بدّ على المهنيين الالتزام بـ (التأقلم مع المستجدات، وعرض خدمات ذات جودة تنافسية) تستجيب للأذواق والتوجهات الحديثة وذلك من خلال الاعتماد على:

▪ **خلايا البحث والمتابعة:** في مجال (تحولات وتطورات) السوق العالمية بإعداد دراسات للعرض والطلب الخاص بالسياح على مستوى السوقين (الداخلية والدولية).

▪ **المواطن والجماعات المحلية:** وذلك من خلال المشاركة في الجهود العام— سواءً لـ (إعطاء صورة مقبولة للسياحة، أو للمساهمة مباشرة في تحسينها) خاصةً في ظل (تسيير راشد) للجماعات المحلية.

تكون هذه الإستراتيجية بالتعاون مع:

- الجمعيات المحلية ذات الطابع (السياسي والثقافي) بهدف ترقية النشاطات (السياحية والثقافية).
- التربية وترسيخ (ثقافة حسن الاستقبال والضيافة) من خلال الترسخ للثقافة السياحية لدى المواطنين وذلك بالاعتماد على (المنظومة التربوية) التي يجب أن تتضمن مقاييس ل(تربية مدنيّة سليمة)، و(المنظومة التشريعية) في مجال التعمير والتهيئة، وفي مجال (حماية البيئة والمحيط، وحماية المواقع التاريخية والأثرية، و(المنظومة الإعلامية الوطنية) بأداء الخدمة العمومية في مجالي (التوعية والإعلام).

### الخلاصة:

إنّ عناية الدولة بتفعيل أدوار هذه العناصر الخمسة سيؤدي لا محالة وفي المدى (القريب والمتوسط) إلى رفع قدرات الإيواء، وتحسين مستوى نوعية الخدمات السياحية، ما يدع المجال واسعاً أمام كل الجهات ل(تحسين أدائها، واستغلال الإمكانيات) كافة من أجل (إنجاح الإستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة، وإيجاد صناعة سياحية راقية) تستجيب لمتطلبات السوق الوطنية وتتطابق مع المعايير الدولية.

### المراجع:

١. كواش خالد: أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر، رسالة دكتوراه جامعة الجزائر3، 2004م، ص14.
٢. أحمد الجلاد: التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب، القاهرة، الطبعة الأولى 1988م، ص108.
٣. جلييلة حسن حسنين: اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية 2003م، ص7.
٤. عامر عيساني: الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2009/2010م، ص13.
٥. عوينات عبد القادر: السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات 2000-2025م، أطروحة دكتوراه علوم اقتصادية، جامعة الجزائر 03، (2012/2013م، ص25).
٦. دلال عبد الهادي: اقتصاديات صناعة السياحة، دار الفتح للطباعة والنشر، الإسكندرية 2006م، ص60.
٧. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 (المرحلة الأولى)
٨. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2025 مرجع سابق
٩. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، المرحلة الثالثة
١٠. القانون رقم 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة.
١١. المخطط التوجيهي للتهيئة العمران، ضمن قانون 90-29 المؤرخ في 01 ديسمبر 1990م والمتعلق بالتهيئة العمران (PDAU)
١٢. المرسوم التنفيذي رقم 10-20 المؤرخ في 26 محرم 1431 هـ الموافق ل 12 جانفي 2010 م والمتضمن تنظيم لجنة المساعدة على تحديد الموقع وترقية الاستثمارات وضبط العقار. (CALPIREF)
١٣. المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 12 من ذي القعدة 1431 الموافق ل 20 من أكتوبر 2010 والمتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية يحدد مهامها وتنظيمها.
١٤. المركز الوطني للدراسات والتحليل حول السكان والتنمية (CENEAP)، دراسة حول السياحة الداخلية الجزائر، فيفري 2008 م.