

آليات تعزيز القطاع السياحي ودفع دوره التنموي في الجزائر

Mechanisms To Strengthen The Tourism Sector and Boost its Development Role in Algeria

إبراهيم عاشوري^{1*}، بن موسى محمد²¹المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف (الجزائر)، b.achouri@centre-univ-mila.dz²جامعة زيان عاشور بالجلفة (الجزائر)، bben_moussa@yahoo.fr

النشر: 2021/09/30

القبول: 2021/06/10

الاستلام: 2021/05/05

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى تشخيص واقع السياحة في الجزائر، إلى جانب اقتراح مجموعة آليات من شأن توظيفها والاعتماد عليها أن يحقق الارتقاء بالدور المنوط بالقطاع السياحي في الجزائر، سيما في ظل التوجه نحو التوجه الاقتصادي والداعية إلى تحقيق التنويع الاقتصادي لمداخل الجزائر وعدم الاعتماد على الموارد الناضبة (الطاقة الأحفورية).
توصل البحث إلى أن الاستثمار السياحي في الجزائر تجابهه عدة عقبات، إذ على الرغم من كون الجزائر تمتلك مؤهلات سياحية هائلة إلا أنها تصنف في خانة أضعف الجهات السياحية، وعليه يتوجب التخطيط لتنمية شاملة تأخذ السياحة منها قسطا معتبرا، من خلال توجيه وتركيز الجهود نحو تفعيل القطاع السياحي والنهوض به.
كلمات مفتاحية: القطاع السياحي، التنمية السياحة، إستراتيجية سياحية، الوعي السياحي، الإعلام السياحي.

رموز JEL: L83، O4، Z32.

Abstract:

Through this research we will aim to diagnose the tourist momentum in Algeria, as well as proposing a set of mechanisms that will achieve the upgrading of the role assigned to the tourism sector in Algeria, especially in light of high cries of this stage of the economic trend calling for the economic diversification of Algeria's income and not to rely on depleted resources (fossil energy).

The research found that tourism investment in Algeria is facing several obstacles. Although Algeria has huge tourist qualifications, it is classified as the weakest tourist destination, therefore, it is necessary to plan for comprehensive development, through directing and focusing efforts towards activating and promoting the tourism sector.

Keywords : Tourism Sector, Tourism Development, Tourism Strategy, Tourism Awareness, Tourism Media, Algeria

JEL Classification Codes: L83, O4, Z32.

1. مقدمة:

أصبحت السياحة في الحقبة المعاصرة مكوناً نشطاً وجوهرياً ضمن مكونات الاقتصاديات القومية للعديد من دول العالم، بل تعدى الأمر أبعد من ذلك بالنسبة لبعض الدول والتي غدت تعتبر السياحة لب اقتصادها، وشيئاً فشيئاً أصبحت السياحة وصناعاتها من أسرع وأكبر الصناعات نمواً، حيث خصصت لها الوزارات والهيئات الخاصة التي تعني بشؤونها وتتابع سيرها وتطورها. وبذلك صار السياحة صناعة مستقلة بنفسها، تتمتع بهياكلها وميزانيات والخاصة.

إن النهوض بالسياحة وصناعاتها يستند إلى عدة عوامل اقتصادية، اجتماعية ونفسية، لكونها أصبحت تشكل متطلباً وضرورة للإنسان المعاصر، بسبب ضغوط الحياة وضرورة التغيير وتجديد النشاط، من هذا المنطلق تدعم الموقع الاقتصادي للنشاط السياحي وأصبح ذا اهتمامات عليا، باعتبار أنها تعتبر مصدراً من مصادر الدخل القومي بالنسبة لكثير من الدول، إضافة إلى تشكيلها أحد مصادر المباشرة للحصول على العملة الصعبة، تعتبر الجزائر دولة نفطية بامتياز، وهي مطالبة بتنويع مصادر تمويلها، لكون النفط مورد ناضب ولا يمكن الاعتماد عليه على المدى الطويل، من أجل هذا جاءت إشكالية هذا البحث كالتالي:

كيف يمكن وصف وتشخيص الزخم السياحي في الجزائر؟ وما هي أهم الآليات التي من شأنها ترتقي بالدور المنوط من القطاع السياحي في الجزائر؟

من أجل الإجابة عن هذه الإشكالية تم تقسيم البحث إلى المحاور والأقسام التالية:

1. السياحة وأهم المفاهيم المرتبطة بها؛

2. تشخيص واقع السياحة في الجزائر؛

3. سبل تحسين الدور المنوط بالقطاع السياحي في الجزائر.

1. السياحة وأهم المفاهيم المرتبطة بها

تعد السياحة أداة فعالة ومؤثرة للنظام العام لخلق تكامل اجتماعي وحضاري على المستوى القومي والدولي وغرس نوع من التفاهم بين الدول كما أنها تعمل على زيادة الدخل القومي من خلال ما تدره من عملات أجنبية ناتجة عن ازدياد الحركة والقوة الشرائية في البلد من خلال بيع الخدمات السياحية المختلفة

والأدوات الخاصة بها وتشغيل مرافق الدولة من وسائل نقل وترفيه وغيرها وبالتالي زيادة فرص العمل حيث أنها لا تزال تعتمد على العامل الإنساني اعتمادا رئيسيا لما تتميز به من مقومات طبيعية ومناخية وتاريخية تمثل عناصر الجذب السياحي في مختلف الأنماط السياحية مما يمنحها وضعا تنافسيا فريدا على خريطة السياحة العالمية، وتتنوع السياحة وتتخذ العديد من الأنماط وفقا لدوافعها واحتياجات الفرد إليها ومنها السياحة الرياضية التي لها ميزة بين الأنماط السياحية الأخرى. (السيد، 2006، ص44).

1.1 تعريف السياحة والسائح

السياحة مأخوذة من (ساح الماء سياحة) إذا جرى على وجه الأرض وذهب. وقد صار مصطلح السياحة في هذا الزمان يعني: التنقل من بلد إلى بلد طلبًا للتزهر، أو الاستطلاع والكشف. (محمد، 2017، ص41). فالسياحة، مصطلح قديم بمفهوم جديد، إذ أنه لغويا: الذهاب في الأرض للعبادة والترهب (وأمر أخرى)، وفي المفردات: قال تعالى: (فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ) سورة التوبة (الآية 2)، كما دخل عالمنا الحديث وتطورت مع الزمن لتصبح قطاعا مهما في البنية الاقتصادية للدولة الحديثة، له مردوده في الدخل القومي. (الدليمي، 2016، ص276).

تشكل السياحة محور اهتمام الباحثين من تخصصات علمية مختلفة لهذا تعددت تعريفات السياحة ولعل أبسطها هو اعتبارها نشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط . وقد تم تحديد هذا التعريف في مؤتمر (أوتادا) العلمي الخاص بالسياحة عام 1990 بكندا على أنها "الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة لا تقل عن فترة معينة من الزمن وألا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه". (هامل، 2015، ص243).

لقد طرحت مفاهيم متنوعة للسياحة ومتعددة كل حسب تخصصه وحسب الحقبة الزمنية التي تكون فيها، حيث ينقل أحد الباحثين المختصين في هذا الجانب اختلاف مفاهيم السياحة باختلاف نظرة رجال العلم إلى السياحة من حيث جوهرها وكالاتي: (العطية، "السياحة الدينية المستدامة ودورها في دعم تنوع المنتج السياحي: دراسة تطبيقية في المواقع السياحية في العراق"، (العطية، 2016، ص34).

تعرف السياحة في الوقت الحاضر على أنها انتقال الإنسان من مكان إلى آخر بطريقة مشروعة تحقق المتعة النفسية، أما السائح فهو الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته ولأبي سبب غير الكسب المادي ولمدة

تزيد عن (24) ساعة سواء في بلده أو بلد غيره. أما المكان السياحي فيعرف بأنه ذلك المكان الذي يتميز بوظيفته السياحية والذي يقصده الأفراد والجماعات البشرية لقضاء وقت فراغهم بغض النظر عن طبيعة النشاط الذي يمارسونه هناك وعن الدافع المباشر لزيارته أو المدة الزمنية التي يمكثون فيها. (محمد، 2016، ص228).

السياحة تشمل كافة الأنشطة التي تتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة للسياح، ويمكن توضيح أهم خصائص السياحة التالية: (خنشور، 2016، ص398).

✓ أنها من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدراً رئيسياً للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة؛

✓ نطاق المنافسة التي يتحرك فيه القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، لهذا فهو أيضاً يتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية؛

✓ مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بنى أساسية وخدمات تكميلية؛

✓ السوق المستهدف لقطاع السياحة هو سوق متنوع الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدول الأخرى؛

✓ كل فئات المجتمع تساهم في تشكيل الطابع أو الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة، لأنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة؛

✓ عدم إمكانية احتكار المقومات السياحية في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات السياحية النادرة، إضافة إلى صعوبة القيام بإنتاج سلعة سياحية بديلة .

بالنسبة للسائح قيدت منظمة السياحة العالمية تعريفها له بعدم الخروج للكسب المادي أو العمل واصفة إياه "بانه كل شخص يسافر خارج موطنه ومحل إقامته الأصلي لأي سبب ماعدا الكسب المادي والعمل لفترة تزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة. (موسى، 2016، ص.169)

2.1 المنتج السياحي:

هو عبارة عن باقة متنوعة من السلع والخدمات ومناطق الجذب وكل الأنشطة ذات العلاقة بعملية سفر السائح إلى هذا المنتج وإقامته وذلك لغرض استهلاكه وإشباع رغباته وبالمقابل حصول المنتجين على المنفعة المالية. لقد تم تسليط الضوء على خصائص المنتج السياحي من قبل مجموعة من الباحثين وقد تم طرح عدة خصائص، منها:

- ✓ تأثر السوق السياحية بالموسمية: حيث يطلق عليه موسم الذروة وهو موسم الطلب السياحي وازدياد عدد السياح. وأيضاً موسم الكساد الذي ينخفض فيه الطلب السياحي وقد ينعدم نهائياً؛
- ✓ المنتج السياحي منتج من العناصر والخدمات والمكونات الطبيعية: حيث يكون الفصل بين هذه العناصر والمكونات غير ممكن فالعوامل الطبيعية تتشابه مع العوامل التاريخية والدينية والثقافية والحضارية لتكون مع العرض السياحي، وقد يجمع السائح خلال الرحلة بين أنماط سياحية متعددة في آن واحد (سياحة دينية وترفيهية ومشتريات)؛
- ✓ تعدد المنتجين الذين يشاركون في العرض السياحي نظراً لطبيعته المركبة: فيسهم في تقديمه عدد كبير من المنتجين سواء من القطاع السياحي والقطاعات الإنتاجية والخدمات الأخرى التي تغذي القطاع السياحي بكل احتياجاته مثل القطاع الزراعي والصناعي والخدمات. (العطية، ص. 43)

3.1 الأسس المعاصرة الأربعة في إدارة وتطوير نظم السياحة

ضمن الأدبيات المخصصة للسياحة يمكن استخلاص أربعة أسس في إدارة وتطوير نظم السياحة المعاصرة وهي: (أوكيل، ص. 12.13).

أ- التكاملية والشمولية؛ وهما يضمنان العناصر التالية:

✓ وقت الوصول وعملية الاستقبال؛

✓ الإيواء (طبيعة الإقامة) والتغذية (الأنواع المحلية)؛

✓ جانب الصحة والنظافة؛

✓ الأمن والسلامة؛

✓ النقل والمواصلات والتوصيل؛

✓ شبكة الاتصال؛

- ✓ سرعة الاستجابة للطلبات وجودة الصيانة، وضبط الأمور الشخصية،
- ✓ توفر الطرق، المسارح، الحدائق، المنتزهات، أماكن التوقف الاسترخاء؛
- ✓ فرص ومساحات التسويق... الصناعات تقليدية الحفلات والمهرجانات؛
- ✓ لحظة وعملية الوداع.

ب- التأطير والتنظيم؛ وينطويان على العناصر التالية:

- ✓ وضع القوانين والإجراءات التنفيذية للنشاطات السياحية بشكل فعلي وفعال؛
- ✓ اعتماد سياسة سياحية عبر الهياكل الإدارية المختلفة ومنها "الوزارة المعنية"، المديرات، المكاتب، الجمعيات، الوكالات، المواقع...؛
- ✓ التنسيق الفعال بين مختلف الأطراف والجهات المعنية بالسياحة؛
- ✓ ربطها بنظام وشبكات المعلومات؛
- ✓ التماشي مع فرص عصرنة أو رقمية عمليات الإشهار والترويج والعمليات المختلفة؛
- ✓ التخطيط التفاعلي مع وضع الإستراتيجيات في إدارة الموسمية؛
- ✓ ضمان التأطير البيداغوجي إلى جانب تلقين لغة الأعمال الدولية، أي الإنجليزية؛
- ✓ تثبيت الإجراءات للمحافظة على الموارد والمحيط والبيئة، أي السياحة البيئية.

ت- التركيز على الزبون؛ والذي يتضمن ما يلي:

- ✓ اعتبار السائح كضيف محترم وليس كسلعة، ثم إنه أكثر وعياً ومعلوماتياً في يومنا هذا الإنتاج الثنائي للقيمة: سائح/ مقدمة الخدمة؛
- ✓ استقطابه من خلال التقرب إليه أينما كان، وباعتبار التكلفة والوقت وكذلك الجوانب الصحية والعائلة والاهتمام به والأمن والأمان والسلوك، إلخ...؛
- ✓ مراعاة احتياجاته وقدراته وعناصر ثقافته؛
- ✓ مبادرة تقديمه الجديد أو المختلف بشكل مستمر؛
- ✓ كسب ثقته وتجديدها باستعمال واستغلال التحريات الإلكترونية؛
- ✓ اعتبار الملاحظات والتعليق وخاصة تلك التي يتم تدوينها بصورة علانية؛
- ✓ وضع المواقع الإلكترونية بشكل جيد وسهل للقارئ العادي؛
- ✓ تكثيف الجهود في التسويق الإلكتروني؛

✓ إجراء الدراسات المقارنة؛

✓ ضمن البلدان العشرة الأولى الأكثر استقطاباً في عام 2014 فقط المغرب يبرز كالبلد العربي والمسلم الوحيد.

2. تشخيص واقع السياحة في الجزائر

تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بموضوع صناعة السياحة، إذ أنها أصبحت تمثل مصدراً اقتصادياً مهماً تستفيد منه الدول ذات الإمكانيات السياحية، مما جعلها تشكل جانباً كبيراً من الدخل القومي. وتعود الأهمية الاقتصادية لصناعة السياحة إلى ما تجذبه إلى تلك الدول من عملات صعبة، وبالتالي تزيد من الاستثمارات السياحية، وتقلل من نسبة البطالة، وتنمي اقتصاديات تلك الدول. وكذلك هي سوق قابلة للتوسع في جميع المجالات عكس المجالات الأخرى في التنمية الاقتصادية مثل التجارة والصناعة والزراعة والخدمات الأخرى المكمل للمنتج السياحي. (حماد، 2016، ص. 16)

وهنا سنحاول تلمس واقع السياحة في الجزائر من خلال استعراض أهم جهود الجزائر في سبيل تنميتها وتفعيل دورها، إلى جانب توضيح تدفق السياح في الجزائر وكذا جانب من واقع الهيكل الفندقي في الجزائر

1.2 أهم الجهود الجزائرية للنهوض بالسياحة

بالرغم من امتلاك الجزائر لمؤهلات سياحية هائلة (ثروة طبيعية ومادية متنوعة وتراث حضاري وثقافي ثمين) إلا أنها لم تحقق الأهداف المرجوة منها في صناعة السياحة، حيث نصيب الجزائر من السياحة العالمية لا يتعدى 1% وتتواجد ضمن الرتب الأخيرة عالمياً ضمن أضعف الوجهات السياحية، وهذا راجع لعدة أسباب منها السياسة السياحية التي تبنتها الجزائر منذ الاستقلال إلى يومنا هذا والتي تميزت بما يلي:

✓ تطور ملحوظ من حيث إنجاز طاقات الإيواء ولكنها لم تحقق الأهداف المسطرة، وتبقى غير كافية، وهذا راجع للصعوبات والمشاكل المرتبطة بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي عموماً، والتأخير في إنجاز المشاريع.

✓ خلال فترة التسعينات اعتمدت الجزائر سياسة سياحية جديدة مبنية على تشجيع الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي للقطاع السياحي، لكنه تزامن مع فترة تردي الوضع الأمني في الجزائر. (أوشين، 2015، ص. 341)

من بين أهم التقارير التقييم السياحة في الدول نذكر تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي " حيث يصدر مرة كل سنتين، ليقوم بتصنيف الدول من حيث مساهمة قطاع السياحة لها في التنمية المستدامة استنادا إلى أربع أبعاد رئيسية هي: الثمن البيئي، سياسة الدولة للسياحة والسفر، البنى القاعدية للسياحة والسفر، والموارد الثقافية والطبيعية. لقد جاء في الطبعة السابعة من تقرير المنتدى أن هذا المؤشر شمل 136 دولة لعام 2017، وقد كانت رتبة الجزائر حسب هذا التصنيف المرتبة 118 من أصل 136 دولة مصنفة. (ساحل، 2018، ص 18).

لقد تم في مطلع سنة 2000 صياغة إستراتيجية حول تطوير قطاع السياحة لأفاق سنة 2013 في شكل وثيقة تحت عنوان: مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010، أدخلت على هذا الأخير بعض التعديلات بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي، قصد إعطاء الديناميكية لقطاع السياحة من خلال:

✓ تحديد الاختيارات المستقبلية من أجل تثمين عقلائي للإمكانات التي تزخر بها البلاد وتفعيلها لتصبح الجزائر مقصداً سياحياً؛

✓ تحديد الأهداف النوعية والكيفية المنتظرة في آفاق 2013؛

✓ تحديد التدابير والأدوات المعتمدة لتنفيذ البرامج المسطرة بهدف الشروع في إنشاء صناعة سياحية مستقلة. (أوشين، 2016، ص 341.342).

حرصت وزارة السياحة خلال سنة 2000 في إعداد استراتيجية من أجل تطوير القطاع السياحي وعنون المشروع بن مخطط أعمال للتنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010 ثم أدخلت تعديلات عليه فأصبح مشروعاً جديداً في آفاق 2013، ومن أهداف هذا البرنامج (تثمين الطاقات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية، وتحسين نوعية الخدمات السياحية، وكذا إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية، والمساهمة في التنمية المحلية، والمحافظة على البيئة والفضاءات الحسنة لتوسع السياحة البيئية، بالإضافة إلى تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار، قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج لقضاء العطل، وزيادة التدفقات السياحية)، كما اهتم هذا المخطط برفع طاقات الإيواء عبر المرحلة الممتدة ما بين 2004 و 2007، والمرحلة ما بين 2008 و 2013 كما يلي:

✓ المرحلة ما بين 2004-2007: أنجاز فيها حوالي 55000 سرير، بطاقة سنوية تصل إلى حدود 13750 سرير تدخل حيز الاستغلال، وتم تسجيل 387 مشروع في طور الإنجاز، إذ بلغت نسبة الإنجاز بحوالي 75 %، وبطاقة إيواء تقديرية في حدود 38000 سرير

✓ المرحلة ما بين 2008-2013: تم تسجيل طاقة إيواء ستكون أكثر من 60000 سرير، المتوسط سنوي قدره 10000 سرير، والطاقات التي تم توقعها للمرحلة 2004-2007 هي 55000 سرير، والمرحلة الممتدة بين 2008 و 2013 هي 60000 سرير. (غربي، 2017، ص.161)

✓ المرحلة ما بين 2014-2020 : تم تسجيل طاقة إيواء ستكون أكثر من 120000 سرير، المتوسط سنوي قدره 110000 سرير.

2.2 تدفق السياح إلى الجزائر

يعد تطور السياح المتدفقين من بين أهم المؤشرات الدالة على تطور السياحة وازدهارها في أي بلد، وفي الجزائر فإن هذا المؤشر تطور بشكل ايجابي، حيث تزايد عدد السياح المتدفقين إليها بغض النظر عن طبيعتهم، إذ يمكن الفصل بين السياح على النحو التالي (السياح الأجانب، السياح الجزائريون المقيمون في الخارج)، حيث تزايد عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2013) إذ تضاعف عدد السياح بنحو 3 مرات من سنة 2000 أين بلغ 86600 سائح إلى سنة 2013 أين وصل العدد إلى 2733000 سائح، وترجع أسباب هذه الزيادة إلى عودة الأمن واسترجاع الجزائر لصورتها السياحية التي كانت غائبة لعشرية من الزمن، وكذا الأوضاع السياسية التي تعيشها بعض الدول العربية مثل تونس ومصر، مما دفع السياح لاختيار الجزائر كوجهة بديلة، أما سنة 2014 فقد بلغ عدد السياح 2301000 سائحا مسجلا تراجعاً ب 15.8 % عن سنة 2013، وترجع أسباب التراجع إلى تدهور الأوضاع الأمنية في منطقة الساحل مما دفع السياح إلى اختيار وجهات بديلة. (عبادي، 2016، ص201)

3.2 جانب من واقع الهيكل الفندقية في الجزائر

إن الطاقة الإيوائية للمؤسسات الفندقية للجزائر حسب توزيعها على مختلف الأصناف السياحية للفترة 1995 إلى غاية 2013 مختلفة ومتزايدة سنويا، حيث تحظى السياحة الحضرية في هذا التوزيع بأعلى حصة من عدد الفنادق بنسبة 49.61% من إجمالي الطاقة الاستيعابية لهذه الفنادق، على اعتبار أن أغلبها تتواجد بالمدن الرئيسية للبلاد مثل الجزائر العاصمة، وهران، عنابة، سكيكدة، قسنطينة، ويلبها السياحة الساحلية

بسعة 26.74 %، ثم السياحة الحموية بنسبة 12.42 %، تليها السياحة الصحراوية بنسبة 9.65 %، وعلى الرغم من أن هذا النمط السياحي يحظى باهتمام من قبل السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر، إلا أنه يعاني عجزا في قدرات الاستقبال ولا يتماشى مع مستوى الطلب عليه، سيما بعد انتعاش السياحة الأجنبية مع بداية القرن الحالي نتيجة تحسين الظروف الأمنية للبلاد واستقرار أوضاعها، وفي المركز الأخير السياحة الجبلية والمناخية الذي تقدر طاقته الإيوائية بنسبة 1.58 % من إجمالي هذه الطاقة الفندقية. (ميش، 2017، ص.176)

المجموع الكلي للفنادق التي تحتوي عليها الحظيرة الوطنية تطور من 66902 سرير سنة 1999 إلى 96497 سرير سنة 2012 وهذا يدل على التطور الكبير الذي شهدته الطاقة الإيوائية في الجزائر، غير أنه إذا نظرنا إلى هذا التطور حسب التصنيف فإننا نلاحظ أن هناك عدد قليل جدا من الفنادق الفخمة خاصة المصنفة في خانة الخمس والأربع نجوم حيث لم تشهد تطورا كبيرا فكانت سنة 1990 تقدر بخمسة فنادق ضمن الخمس نجوم و 17 فندقا مصنفا ضمن الأربع نجوم وأصبحت في سنة 2000 تقدر 11 و 20 فندقا مصنفا في خانة الخمس والأربع نجوم على التوالي إذ لم يشهد سوى إنجاز 03 فنادق ، وهذا ما أثر على التدفقات السياحية في الجزائر لأن هذا النوع من الفنادق مطلوب جدا بالنسبة لسياح الأجانب. (الشاهد، 2017، ص120)

هناك تأخر كبير في الاستثمارات الموجهة إلى إنجاز الفنادق الفخمة ذات 05 و 04 نجوم فلم يكن هناك تطور كبير من سنة 1999 الذي بلغ عدد الأسرة ب 3888 سرير و 3222 سرير خاصة بالفنادق 05 و 04 نجوم على التوالي ليبلغ سنة 2012 ب 3948 سرير و 3560 سرير خاصة بخمسة وأربعة نجوم على التوالي وهذا ما أثر على التدفقات السياحية الخاصة بالسياح الأجانب غير المقيمين لأن هذا النوع من الفنادق السياحية تدخل ضمن الطلبات والحاجيات الرئيسية للسياح الأجانب. (دروف، 2017، ص121).

3.2 واقع النقل السياحي في الجزائر

السياحة ليست معالم أثرية ومناظر طبيعية وشواطئ فقط، الأكيد أن أي سائح محلي أو أجنبي يبحث عن مثل هذه الأمور، لكن ليس على حساب راحته، فالسياحة الحقيقية تبدأ من المطارات والموانئ، والمعابر الحدودية، لكن مع الأسف، تعد الخطوة السياحية الأولى عندنا. ونقصد بها المطار أو الميناء - مشكلة حقيقية، فبالقاء نظرة على مطاراتنا جعلتنا نقف على أمور لا تفتح شهية أي سائح، بل هي منفرة أكثر منها داعمة لقطاع السياحة، فسوء الاستقبال وبطء الإجراءات الإدارية، لا تخدم أبدا قطاع السياحة، فطوابير ختم

الجوازات بالدخول أمام مكاتب الشرطة في المطار يدوم في كثير من الأحيان إلى قرابة الساعة، وانتظار الأمتعة قد يتعدى ساعة أخرى، وبالتالي يضيع أي سائح أكثر من ساعتين فقط في تخليص الإجراءات الإدارية والتفتيش على مستوى المطار، والأمر نفسه على مستوى الميناء، فالسائح أو القادم عبر باخرة مرفوق بسيارته، عليه انتظار نصف يوم - إن لم يكن أكثر- من أجل الخروج من الميناء. (العايب، 2017، ص 120)

وسائل المواصلات تعد أداة مهمة يعتمد عليها أي سائح، ومع الأسف في هذا المجال يكثر الحديث دون أن نلمس الواقع، فوزير القطاع يتكلم عن عصرنة وسائل النقل، ودون أن ننكر التطور الملحوظ في بعض وسائل النقل، مثل القطارات الجديدة، إلا أن الجزائر التي هي بحجم قارة لا تزال الكثير من مناطقها البعيدة - خاصة على مستوى الصحراء - معزولة، فضلا عن قدم الكثير منها. وسائل النقل تعد مشكلا حقيقيا، فأني سائح لا بد أنه يبحث عن حرية التنقل، والأكيد أنه سيركب الحافلات مثله مثل المواطن العادي. ولكن رغم وعود الوزارة الوصية، ما تزال الحافلات مهترئة، يعود بعضها إلى سنوات الثمانيات دون تكييف، أضف إلى ذلك سوء المعاملة والانتظار الممل على مستوى الخطوط، فلا يكفي الحديث عن تطوير السياحة من حيث الأمان والمناطق، دون التطرق إلى التفاصيل المهمة التي تجعل أي سائح يفكر في العودة إلى المناطق نفسها في كل عام.. وتظل وسائل النقل عندنا نقطة سوداء في قطاع السياحة. (العايب، 2017، ص 121)

3. سبل تحسين الدور المنوط بالقطاع السياحي في الجزائر

إن الوعي السياحي ليس محتكرا للأشخاص الذين يدرسون أو يعملون في القطاع السياحي، بل يشمل جميع أبناء المجتمع المحلي وأهمهم فئة الشباب وعليهم أيضا المسؤولية الخاصة للحفاظ على تنمية السياحة واستدامتها من خلال المشاركة والمساهمة في التنمية، لذلك فإن الوعي السياحي يجب أن يجد طريقه لحصول الطلبة على حصة كافية من هذا الوعي، وهنا يأتي دور إدارة المؤسسات التعليمية بنشر الوعي وهذه مسؤولية عظيمة. إن السياحة والوعي عناصر غير قابلة للفصل في نجاح العملية السياحية واستدامتها، وإدخالها لجميع فئات المجتمع، فعلى المؤسسة القيام بجميع الأوقات بإبراز أهمية الوعي السياحي وصناعة السياحة ككل. (العجلوني، 2018، ص 50)

1.3 العقبات الحائلة دون النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر

يواجه الاستثمار السياحي في الجزائر عدة عقبات وعوائق تحول دون تنشيط القطاع السياحي والنهوض، ويمكن توضيح جانب من هذه العقبات والعوائق في ما يلي: (ابن لكلل، 2018، ص 283-284)

أ- الفساد الإداري وغياب الشفافية: من بين المظاهر السلبية لانتشار البيروقراطية في جانب الاستثمار السياحي هو ظهور الفساد الإداري، حيث يلجأ المستثمر إلى الطرق غير القانونية كالرشوة والوساطة والمحسوبية لتسهيل الإجراءات والحصول على الخدمة؛

ب- تدهور الاستقرار الأمني: يلعب الاستقرار الأمني والسياسي دوراً مهماً وذا أثر فعلى على توافد الاستثمارات السياحية، فخلال التسعينيات عاشت الجزائر أزمة سياسية أثرت سلباً على مكانة الجزائر الدولية، مما أدى إلى تصنيفها ضمن البلدان ذات درجة الخطر المرتفع، وهذا ما انعكس سلباً على توافد المستثمرين الأجانب للاستثمار فيها أو حتى زيارتها؛

ت- غياب التكتلات السياحية الدولية العربية: يجعل عدم انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة في وضعية تنافسية أقل مقارنة مع الدول المتقدمة لجلب الاستثمارات السياحية الأجنبية، إذ أن أكبر الدول استقطاباً للاستثمارات السياحية هي الدول المنضمة للمنظمة العالمية للتجارة؛

ث- ضعف الحوافز الموجهة للاستثمارات السياحية: نجد قانون الاستثمار الجزائري يقدم حوافز متنوعة بما فيها الحوافز الضريبية إلى جميع القطاعات الاستثمارية دون تحديد قطاعات بعينها، وبالتالي يفتقر إلى التفضيل فيما بينها، ومنها القطاع السياحي؛

ج- غياب الثقافة السياحية: تتطلب السياحة التعامل مع السياح بصدق وأدب، فضلاً عن الترحيب بهم لإعطاء الانطباع الحسن عن النفس أولاً وعن البلد كذلك، بالإضافة إلى تكوين فرص الاستفادة من التعارف الثقافي فيما بين الشعوب والاقتراب من ثقافة السياح، وحتى مظاهرهم وسلوكهم، مع التعامل بنوع من الحذر وبخطط حكيمة لحماية البلدان والشعوب من المظاهر المسيئة ثقافياً وعقائدياً، وبالنظر إلى معتقدات المجتمع الجزائري وقيمه، نجد أنه ينظر إلى بعض المهن بدونية خاصة فيما يتعلق بالمجاملات التي هي أساس الخدمة السياحية، خدمات الضيافة، أو تلك المرتبطة بالصناعات التقليدية والحرفية، كما أن ضعف الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري تجعله لا يفرق بين السائح والضيف؛

ح- عائق العقار السياحي: يعتبر العقار السياحي من أهم العراقيل التي تقف أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب، نظراً لتعقيد إجراءات الحصول على مثل هذه العقارات من جهة، وارتفاع أسعارها من جهة

أخرى، وحالياً لا يزال العقار في الجزائر رهين الكثير من العراقيل والممارسات منها ما هو موضوعي، ومنها ما هو مرتبط بمظاهر السمسرة والمضاربة في العقار؛
خ- ضعف تكنولوجيا الإعلام والاتصال: نقصد بها مجموعة الأجهزة والتقنيات الحديثة المستخدمة لتوعية وإقناع الأفراد وإعلامهم المدخرات السياحية المتوفرة في الجزائر، غير أن ما نلاحظه هو الغياب شبه التام لذلك، فغالبية أفراد المجتمع لا يدركون ما تحوزه الجزائر من إمكانات سياحية تغنيهم عن الذهاب للخارج.

2.3 متطلبات تحقيق الأهداف العامة للتنمية السياحية في الجزائر

يجب على وزارة السياحة والديوان الوطني للسياحة وكذا المديرية الولائية للسياحة زيادة على كل من له صلة مباشرة أو غير مباشرة في القطاع السياحي العمل من خلال إستراتيجية محددة تركز على المحاور والأسس التالية: (بوشويشة، 2017، ص94-95).

أ- المتطلب الأول (تغيير دور القطاع العام السياحي وتكثيف دور القطاع الخاص): ويتحقق هذا المحور

من خلال صياغة دور جديد للقطاع العام يتحول فيه من المالك والمشغل إلى ممارسة دور المخطط والمشجع والميسر، وتعتمد هذه الصياغة لدور القطاع العام على:

✓ تقديم وسائل متطورة لتكامل وتنسيق الجهود بين الحكومة والقطاع الخاص؛

✓ تحديد أولويات الاستثمار التي تحتاجها عمليات تنفيذ التنمية السياحية؛

✓ تقديم المساعدة الفنية للمستثمرين من القطاع الخاص؛

✓ تقييم المقترحات الخاصة بالتنمية السياحية في إطار المخططات العامة للمناطق السياحية

ب- المتطلب الثاني (تطوير الإطار القانوني والمؤسسي): وتتم هذه العملية عن طريق:

✓ مراجعة وتبسيط التشريعات والخطوات الخاصة بعمليات الاستثمار وتخصيص الأراضي

والتعاقدات والتصاريح والموافقات الخاصة بالاستثمار في القطاع السياحي؛

✓ وضع المعايير البيئية والفنية اللازمة للخدمات الأساسية مثل الإمداد بالمياه ومعالجة الصرف

الصحي؛

✓ تحديث التشريعات الخاصة والعمليات المرتبطة بالتشغيل داخل المناطق السياحية شاملة الجوانب

الإدارية والاقتصادية والفنية والبيئية.

ت- المتطلب الثالث (إمداد مناطق التنمية بالبنية الأساسية): يعد أهم أهداف التنمية السياحية عدم تحميل ميزانية الدولة بأي أعباء إضافية بالنسبة لتوفير البنية الأساسية للمناطق الجديدة للتنمية السياحية، ومن هذا المنطلق يجب أن تعمل السلطات السياحية في الجزائر بصفة مستمرة على إيجاد صيغة عملية لتطبيق مفهوم المركز السياحي حيث تقوم الشركة الأم بتوفير مرافق البنية الأساسية للمشروع التنموي على مستوى المركز السياحي وإثبات الجدوى الاقتصادية لهذا النمط من المشروعات.

ث- المتطلب الرابع (الحفاظ على البيئة): تهدف إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر إلى تحقيق تنمية متواصلة والتي تركز على التخطيط البيئي، وتتوجه للحفاظ على الموارد الطبيعية التي تشكل رأسمال التنمية السياحية، وتتضمن هذه الإستراتيجية الإجراءات التالية (إعداد مخططات استعمالات الأراضي للمناطق ذات الأولوية تتيح تطبيق الأنماط المختلفة للتنمية السياحية، إعداد برامج للمتابعة وتقييم الآثار البيئية).

المتطلب الخامس (تحديد أولويات التنمية الشاملة): أي تحديد المناطق ذات الأولوية استنادا إلى الاعتبارات المتعلقة بالخصائص الطبيعية والمحددات الحالية وإمكانيات التنمية المتواصلة.

3.3 النهوض بدور الإعلام السياحي لأجل تنمية السياحة

الإعلام السياحي يقصد به لعملية الاتصالية التي تقوم على مخاطبة الجمهور مخاطبة موضوعية وعقلية، مستخدما عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج أو الخدمة السياحية، بقصد إقناع الجمهور وإثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها للفرد والدولة، وتشجيعه في معرفة المغريات السياحية، وذلك بنشر الوعي السياحي بينهم وحسن معاملة السياح ومساعدتهم فيما يحتاجونه، وهو يخاطب جمهور السائحين المرتقبين ويشجعهم على الزيارة ويجذبهم للمنتج السياحي. كما أنه يعكس الجهود الموضوعية وغير الشخصية والمبدولة من الجهات الرسمية وغير الرسمية لتحسين الصورة السياحية والداعية إلى إعداد رسالة أو مجموعة من الرسائل ونقلها بهدف تقديم صورة طيبة عن المنتج أو الخدمة السياحية، كذلك العمل على خلق تنمية سياحية للدولة أو منطقة ما باستخدام الوسائل الاتصالية بغرض جذب اهتمام السائحين المرتقبين في تلك الأسواق سواء داخل البلاد أم خارجها، ومن ثم دفعهم إلى السفر وممارسة النشاط السياحي. (بلخاري، 2016، ص177).

وبهدف تحسين دور الاعلام في تحسين صورة السياحة يمكن طرح الأفكار التالية:(بليخاري، 2017، ص183).

- ✓ إعداد إستراتيجية وطنية للإعلام السياحي وما ينبثق عنها من برامج، تهدف إلى تعريف السياح المحليين بمختلف المقومات السياحية للبلاد؛
- ✓ توسيع الاستثمار في مجال الإعلام السياحي وإدراج وسائل تكنولوجيايات الإعلام والاتصال في مختلف النشاطات السياحية في البلاد؛
- ✓ ضرورة تطوير الوسائل الإعلامية المستخدمة في الإعلام السياحي في الجزائر من حيث المحتوى والتصميم، وأن يقدم محتواها رسالة حقيقية عن السياحة الداخلية؛
- ✓ إصدار المزيد من المجلات والمواد إعلامية والنشرات الالكترونية الخاصة بمختلف التظاهرات السياحية
- ✓ تنظيم المزيد من الأنشطة والفعاليات ذات الطابع الاتصالي خاصة المهرجانات والمعارض المحلية
- ✓ إنشاء مواقع إعلامية على شبكة الإنترنت موجهة للسائح المحلي تتضمن معلومات دقيقة، خاصة تلك المتعلقة بالمؤسسات الفندقية، والمقاصد السياحية، والمميزات الثقافية، والمعالم التاريخية، والتظاهرات الرسمية السياحية.....الخ؛

4. خاتمة:

السياحة أصبحت أحد وسائل التواصل الفكري والثقافي بين شعوب ودول العالم، وكقطاع اقتصادي تم اعتبار صناعة السياحة كأحد أهم القطاعات والذي تفوق من خلال استمرارته وعدم نضوبه على القطاعات التي تعتمد على الطاقة التقليدية (النفط، الغاز، الفحم الحجري)، فالسياحة يمكن النظر إليها من منظور اقتصادي مستدام. والملاحظ في القطاع السياحي في الجزائر هو وجود الأرضية الأساسية لنجاح القطاع السياحي غير أن عدم /ضعف الاستراتيجيات المتعلقة بالجوانب المتربطة بالسياحة تبقى مرهونة بحسابات ضيقة، فجانب الخدمات المرتبط بالسياحة يبقى ضعيفا جدا مقارنة ببعض الدول المغاربية فضلا عن الدول المتطورة.

1.4 النتائج: من خلال هذا البحث تم التوصل إلى النتائج التالية:

- يواجه الاستثمار السياحي في الجزائر عدة عقبات وعوائق تحول دون تنشيط القطاع السياحي والنهوض من هذه العوائق (غياب الثقافة السياحية، غياب التكتلات السياحية الدولية العربية، ضعف الحوافز الموجهة للاستثمارات السياحية، مشكل العقار السياحي، ضعف تكنولوجيا الإعلام والاتصال)؛
- على الرغم من امتلاك الجزائر لمؤهلات سياحية هائلة إلا أنها لم تحقق الأهداف المنوطة بها في صناعة السياحة، إذ نصيب الجزائر من السياحة العالمية لا يتعدى 1% كما أنها تتذيل الترتيب كأحد أضعف الجهات السياحية؛
- التخطيط لتنمية سياحية واسعة أمر مفروغ منه، ويجب أن يشكل قسطا استراتيجيا من خطط التنمية الشاملة (الاقتصادية، الاجتماعية،... الخ).

2.4 التوصيات:

من هذا المنطلق على الجزائر كدولة نفطية مهددة بزوال هذه الثروة العمل على توجيه الجهود نحو تفعيل دور القطاع السياحي من خلال:

- ✓ نشر الوعي السياحي وضرورة تظافر الجهود بين مختلف الأطراف الفاعلة وكذا الترويج للفرص الاستثمارية السياحية من خلال تبني مدخل السياحة الالكترونية؛
- ✓ تغيير دور القطاع العام السياحي وتكثيف دور القطاع الخاص إلى جانب تطوير الإطار القانوني والمؤسسي، والعمل على إمداد مناطق التنمية السياحية بالبنية التحتية الأساسية، مع ضرورة الحفاظ على البيئة؛
- ✓ النهوض بدور الإعلام السياحي لأجل تنمية السياحة حيث تقوم وسائل الإعلام بدور مباشر في المساهمة بتنمية سياحية متكاملة الجوانب من خلال (إبراز عناصر الجذب المتوافرة بالمناطق السياحية الجديدة، فتح أسواق جديدة أمام السياحة في أسواق بديلة، استخدام أجندة المناسبات الأثرية والرياضية في الجذب السياحي، تحقيق الوصول إلى المستهلك أو إلى السائح الأجنبي).

5. قائمة المراجع:

• الجدبة، فوزي سعيد. "الدوافع السياحية". متاح على الرابط:

<http://almerja.net/reading.php?i=1&ida=1860&id=1845&idm=33331> (12-04-2018 ; 16:00)

- أوشين، ابتسام، و بوعويينة سليمة. "السياحة المستدامة في بعض الدول العربية". مجلة دفاتر البحوث العلمية - المركز الجامعي مرسلني عبد الله بتيبازة - الجزائر ع6 (2015).
- ابن لكحل، نوال، و تغريد الأغا. "السياحة في الجزائر: مقوماتها ومعوقاتها". مجلة دفاتر البحوث العلمية - المركز الجامعي مرسلني عبدالله بتيبازة - الجزائر ع6 (2015).
- إلياس، الشاهد، و دفرور عبد النعيم. "السياحة كمقوم للتنوع الاقتصادي في الجزائر في ظل تذبذبات أسعار النفط". المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية - جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر ع6 (2017).
- أوكيل، سعيد. "التجربة السعودية في إدارة وتطوير السياحة". مجلة دفاتر البحوث العلمية - المركز الجامعي مرسلني عبد الله بتيبازة - الجزائر ع6 (2015).
- بليخاري، سامي. "أثر الإعلام السياحي على تحسين صورة السياحة الداخلية في الجزائر من وجهة نظر السياح المحليين: دراسة ميدانية". مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية - فلسطين مج2، ع6 (2016).
- بوشويشة، رقية. "السياحة ومتطلبات تنميتها بالجزائر". دراسات - الجزائر ع53 (2017).
- تيراب، برير الرضي محمد، و نهى حسب الرسول أحمد. "دور البرامج الإذاعية في الترويج السياحي: بالتطبيق على برنامج دنيا السياحة الإذاعة السودانية أم درمان في الفترة من يناير 2012 إلى ديسمبر 2013". مجلة العلوم الإنسانية - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - السودان مج16، ع5 (2015).
- حامد، حمدينو عمر السيد. "قياس رضا المستفيدين من خدمات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية". مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية - مصر ع42، ج2 (2016).
- حماد، عبد القادر إبراهيم عطية. "واقع الحركة السياحية في محافظة بيت لحم بالضفة الغربية: دراسة في جغرافية السياحة". شؤون اجتماعية - الإمارات، مج33، ع129 (2016).
- حمد، نجلة عجيل، و إسراء موفق رجب الدليمي. "السياحة الدينية وسبل تنميتها في مدينة بغداد". مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية - العراق ع55 (2016).
- الخزار، فهد مزبان خزار، و حسين قاسم محمد. "إمكانيات تطوير السياحة الدينية في محافظة البصرة: دراسة في جغرافية السياحة". مجلة أبحاث البصرة (العلوم الإنسانية) - العراق مج41، ع4 (2016).
- خنشور، جمال، و سيف الدين تلي. "إستراتيجية شاملة لتطوير قطاع السياحة البيئية العربية وتشجيع الاستثمار السياحي". مجلة دفاتر البحوث العلمية - المركز الجامعي مرسلني عبد الله بتيبازة - الجزائر ع6 (2015).

- ساحل، محمد، و عبدالحق ابن تفات. "إبراز العلاقة بين السياحة والتنمية المستدامة مع محاولة نمذجة البعد الاقتصادي للسياحة المستدامة في الجزائر للفترة 1995 - 2016". مجلة دراسات وأبحاث - جامعة الجلفة - الجزائر ع30 (2018).
- العايب، منير. "تطوير النقل السياحي كأداة لتنشيط السياحة في الجزائر". مجلة دفاتر البحوث العلمية - المركز الجامعي مرسلبي عبدالله بتيبازة - الجزائر ع8 (2016).
- عبادي، إيمان، و حياة ابراهيمي. "الإعلام السياحي ودوره في تنمية السياحة بالجزائر: جريدة السياحي الجزائرية نموذجاً". دراسات - الجزائر ع61 (2017).
- عبد الرحيم، نسبية عبد الرحيم محمد. "السياحة أغراضها وأحكامها الفقهية والدينية". المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث - مؤسسة المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث - فلسطين مج3، ع6 (2017).
- غربي، عبلة. "السياحة في الجزائر بين الإمكانيات المقومات والمعوقات". دراسات - الجزائر ع57 (2017).
- العطية، مؤيد الفضل، و أحمد مكي العطية. "السياحة الدينية المستدامة ودورها في دعم تنوع المنتج السياحي: دراسة تطبيقية في المواقع السياحية في العراق". مجلة الكلية الإسلامية الجامعة - العراق ع37 (2016).
- محمد، إبراهيم موسى. "آفاق جديدة لتطوير السياحة الأثرية في السودان". مجلة آداب - كلية الآداب - جامعة الخرطوم - السودان ع35 (2015).
- ميش، سميرة، و مداح عبد الباسط. "تحديات المؤسسات الفندقية في دعم السياحة: حالة الجزائر". مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية - جامعة زيان عاشور بالجلفة - الجزائر مج10، ملحق (2017).
- هامل، مهديّة. "أهمية الموروث الثقافي الجزائري في تحقيق السياحة الثقافية". مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية - جامعة زيان عاشور بالجلفة - الجزائر ع25 (2015).