

المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية - الجزائر -

واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل العولمة السياحية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل . م . د في العلوم السياسية

تخصص: اتصال وتنمية

إشراف الدكتور

د. فوكة سفيان

إعداد الطالبة

صبيحي شهنيز

أعضاء لجنة المناقشة

- الدكتور لقمان مغراوي.....المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية رئيسا
- الدكتور سفيان فوكة.....جامعة بومرداس..... مقرا
- الدكتور ياسين بوللوة..... المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية..... عضوا مناقشا
- الدكتورة مليكة هارون المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية..... عضوا مناقشا
- الدكتورة آمال حاجة المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية..... عضوا مناقشا
- الدكتورة آمال فاضل.....جامعة الجزائر3..... عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2018/2019

شكر

نجاحي وتفوقي بفضل ربي بالتأكيد ... اللهم لك الحمد ولك الشكر على ما
أمنيته علينا من فضل ونعمة وعلم... فالشكر لله العلي القدير

كما أتقدم بخالص شكري وامتناني وعرفاني لأستاذي الدكتور سفيان فوكة
الذي كساني من كريم الأخلاق والخصال

وكل الشكر اخص به أستاذتي وصديقتي الدكتورة سهام كردودي التي زرعت
في نفسي الإرادة وفي قلبي الأمل والتفاؤل وفي عقلي الإبداع، وفي روحي المرح
والتسامح تأججت المشاعر وتعثّر القلم ونفذت الكلمات فأعذريني إن
خانني التعبير فأنا مهما قلت من كلمات فلن أوفيكِ حقكِ

ولا انسي أن اشكر كل من مد لي يد العون والمساعدة من بعيد أو من قريب
وأخص بالذكر الدكتور سمير بن عياش سمير
إلى كل أساتذتي .. الشموع التي تحترق لتضيئ للآخرين الذين منحوني التشجيع
طوال مشواري الدراسي

فشكرا لكم من ربوع قلبي فانتهم من غرستم في روح الاجتهاد والمثابرة
شكرا لكل من قادني نحو الطريق الصحيح حيث وجدت ضالتي
وتبقى حروف الشكر عاجزة عن وصف مدى شكري وامتناني لكم

الإهداء

إلى أغلى من في قلبي من سهر مع سهري وشجعتني
لأكون ناجحة ومنتفوقة كما أنا الآن والديا

إلى ذلك الذي تسكنه أمنية يسعى جاهداً لتحقيقها
الحياة لا تسير في خط مستقيم ... تفرحنا مرة وتحزننا مرة .. تبعث في أرواحنا
الأمل مرة وتحبطنا مرات
إياك أن تنهزم ... إياك أن تضع العذر في سوء حظك أمام ما تتمناه ...
قاتل ... وقف أمام كل من يضع في نفسك روح الهزيمة وأخبره سأصل إلى حلمي
... سأفرح حينها وأنسى كل غيمة تعب
أنا أستطيع
وفعلاً، أنت تستطيع

ملخص:

أصبحت السياحة من أهم الظاهر الاقتصادية والاجتماعية التي تحتل موقعا مهما في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية، نظرا لمساهمتها الفعالة في الدخل الوطني وفي مستوى الاستثمارات الوطنية والدولية في المناطق السياحية، وكذا العديد من الآثار على المستوى الجزئي والكلبي. وتهدف هذه الدراسة إلى عرض واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل التحديات التي أصبحت تفرضها البيئة الدولية المعولة للأنشطة السياحية، من خلال الوقوف على الإستراتيجية المتبعة والنتائج التي تم تحقيقها في إطار التقييم الأولى للسياسة التنمية السياحية المستدامة المعتمدة في الجزائر بالإضافة إلى توضيح أهم التحديات التي تعترض الجزائر في مسيرتها لتنمية القطاع السياحي.

ووصلت الدراسة إلى أن واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر لا يزال ضعيف ودون المستوى المطلوب رغم ما اعتمدته الجزائر من أغلفة مالية رصدت للاستثمار بصورة مباشرة أو غير مباشرة لدعم القطاع، ذلك نظرا إلى أن الاهتمام بالقطاع السياحي جاء متأخراً مقارنة بالعديد من الدول التي استغلت كل مقوماتها لتحقيق تنميتها السياحية ومنه المساهمة في التنمية الاقتصادية.

الكلمات المفتاحية: التنمية السياحية - التنمية السياحية المستدامة - العولة السياحية - السياسة السياحية.

Résumé :

L'insatisfaisante, en dépit de l'adoption des programmes financiers algériens alloués aux investissements destinés à soutenir directement ou indirectement le secteur, compte tenu de l'intérêt manifesté pour le secteur. Le tourisme est arrivé en retard par rapport à de nombreux pays qui ont exploité toutes ses composantes pour réaliser leur développement touristique, notamment en contribuant au développement économique.

En plus de clarifier les défis les plus importants auxquels l'Algérie est confrontée dans son développement du secteur du tourisme. L'étude a abouti à un certain nombre de conclusions qui tentent de toucher à l'idée principale selon laquelle la réalité du développement du tourisme durable en Algérie est encore faible et insatisfaisante, en dépit de l'adoption des programmes financiers algériens alloués aux investissements destinés à soutenir de présenter la réalité du développement du tourisme durable en Algérie à la lumière des défis posées par l'environnement international globalisé des activités touristiques, en identifiant la stratégie adoptée et les résultats obtenus dans le cadre de la première évaluation de la politique de développement du tourisme durable adoptée en Algérie, cela est dû au fait que l'intérêt pour le secteur du tourisme a été tardif par rapport à de nombreux pays qui ont exploité toutes ses composantes pour réaliser leur développement touristique, y compris en contribuant au développement économique.

Mots clés: développement du tourisme, développement du tourisme durable, mondialisation du tourisme, politique du tourisme.

Abstract :

Tourism has become one of the most important economic and social phenomena that occupy an important position in the economies of many developed and developing countries, due to their effective contribution to the national income and the level of national and international investments in tourist areas, as well as many effects at the micro and macro level. This study aims at presenting the reality of sustainable tourism development in Algeria in light of the challenges posed by the globalized international environment for tourism activities, by identifying the strategy adopted and the results achieved in the framework of the first evaluation of the policy of sustainable tourism development adopted in Algeria, in addition to clarifying the most important challenges Algeria is opposed to its development of the tourism sector.

The study reached a number of conclusions that try to touch the main idea that the reality of sustainable tourism development in Algeria is still weak and substandard, despite the adoption of Algeria financial packages allocated for investment directly or indirectly to support the sector, since the interest in the sector Tourism came late compared to many countries that exploited all its components to achieve their tourism development, including contributing to economic development.

Keywords: Tourism Development, Sustainable Tourism Development, Tourism Globalization, Tourism Policy.

خطة الدراسة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية المستدامة والعولمة السياحية

المبحث الأول: التنمية السياحية وآثارها

المطلب الأول: السياحة وتطور الحركة السياحية الدولية

المطلب الثاني: مفهوم التنمية السياحية

المطلب الثالث: آثار التنمية السياحية

المبحث الثاني: التنمية السياحية المستدامة

المطلب الأول: التنمية المستدامة وأبعادها

المطلب الثاني: السياحة المستدامة

المطلب الثالث: الأهمية البيئية للسياحة المستدامة

المبحث الثالث: ماهية العولمة السياحية

المطلب الأول: مفهوم العولمة السياحية

المطلب الثاني: دور المنظمات الدولية في عولمة السياحة

المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعولمة السياحة

الفصل الثاني: تشخيص واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر

المبحث الأول: المقومات السياحية الجزائرية

المطلب الأول: الموارد السياحية في الجزائر

المطلب الثاني: النصوص التشريعية والتنظيمية للقطاع السياحي في الجزائر

المطلب الثالث: المؤسسات والهيئات المشرفة على السياحة

المبحث الثاني: سياسة التنمية السياحية المستدامة في الجزائر

المطلب الأول: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار المرجعي للتنمية السياحية المستدامة

المطلب الثاني: آليات سياسة التنمية السياحية المستدامة الجزائرية

المطلب الثالث: السياحة البيئية المستدامة في الجزائر

المبحث الثاني: الإنجازات المحققة في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

المطلب الأول: تطور التدفقات السياحية في الجزائر

المطلب الثاني: تطور الطاقة الفندقية وعدد الليالي السياحية في الجزائر

المطلب الثالث: مساهمة السياحة في الاقتصاد الجزائري

الفصل الثالث: تحديات التنمية السياحية المستدامة بالجزائر في ظل العولمة السياحية

المبحث الأول: التحديات الاقتصادية والسياسية للتنمية السياحية المستدامة بالجزائر

المطلب الأول: صعوبة اندماج الجزائر في الاقتصاد العالمي

المطلب الثاني: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر

المطلب الثالث: عدم الاستقرار السياسي والأمني وتأثيره على التنمية السياحية المستدامة في الجزائر

المبحث الثاني: التحديات التكنولوجية والتنظيمية للتنمية السياحية المستدامة بالجزائر

المطلب الأول: ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال السياحي

المطلب الثاني: غياب التخطيط والترويج السياحي في سياسة التنمية السياحية المستدامة الجزائرية

المطلب الثالث: واقع الموارد البشرية السياحية الجزائرية

المبحث الثالث: التحديات الاجتماعية الثقافية والبيئية للتنمية السياحية المستدامة بالجزائر

المطلب الأول: دور الجماعات المحلية في تنمية السياحة المحلية المستدامة

المطلب الثاني: الفكر السياحي والثقافة السياحية في المجتمع الجزائري

المطلب الثالث: المشاكل البيئية وإهمال المناطق السياحية

الخاتمة

مقدمة

مقدمة:

أضحى اليوم رهان الاقتصاد المعولم الشغل الشاغل لمختلف الدول والحكومات في ظل الفكر المستدام المعولم والذي لا يولي أهمية للموارد الطبيعية والبيئية والخصوصية الاجتماعية والاقتصادية بإعادة استغلالها وتأمينها في مخرجات تلبي مبدأ الاستدامة بل يجعل الدول تراهن على استغلال فضائها بتنميط ونمذجة أقاليمها وتجهيتها للغرض السياحي كون السياحة أصبحت من أهم البدائل في الوقت الحالي التي تساهم في حل الكثير من المشكلات الاقتصادية التي يعاني منها عالمنا المعاصر.

زاد الاهتمام والاعتراف بالسياحة من قبل الكثير من الحكومات كونها قادرة على تحقيق معدل نمو اقتصادي يفوق العديد من الصناعات الأخرى، وذلك لقدرتها على تنشيط الهيكل الديناميكي اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا فهي تتأثر وتؤثر على نشاط الإنتاج، الاستهلاك، الرحلات، الاتصالات، الموانئ، الفنادق البنوك وعمليات التجارة الداخلية والخارجية... إلخ. ما يؤدي إلى زيادة الدخل وزيادة مساهمتها في التنمية الشاملة وتعزيز فرص العمل وجذب الاستثمارات والمساهمة بشكل كبير بإصلاح الاختلال في الميزان التجاري والإسهام بفعالية في تطوير هذه الميزانيات في الاقتصاديات الدولية. وهذا ما دفع الكثير من الدول إلى الاهتمام بالقطاع السياحي وإعطائه الأولوية البارزة ضمن استراتيجياتها الاقتصادية مما جعلها تظهر كأول قطاع بديل عن المحروقات حسب تقدير المنظمة العالمية للسياحة.

نتج عن التطور المتسارع للسياحة عدة ظواهر سلبية على البيئة والثقافة المحلية لهذا برز مفهوم الاستدامة بشكل وثيق بالأنشطة السياحية المختلفة والذي بدوره يساهم في المحافظة على البيئة خاصة المناطق الحساسة سياحيا، وبما أن السياحة هي صناعة نظيفة تختلف عن باقي الصناعات انصبت توجهاتها نحو حماية البيئة والاهتمام بها والمحافظة عليها ما أهلها إلى تبني مبادئ التنمية المستدامة وترجمتها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، فالسياحة يجب أن لا تبني على الأبعاد الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية فقط ولكن يجب أن تأخذ بعين الاعتبار أيضا البعد البيئي كونها تتعامل مباشرة مع المعطيات الطبيعية والبيئية والثقافية والمحافظة عليها لسنوات طويلة قادمة ليس للأجيال الحالية وإنما للأجيال القادمة أيضا، أي أنها في علاقة بين الحاضر والمستقبل وذلك هو جوهر التنمية المستدامة على وجه العموم.

لقد ساهمت ظاهرة العولمة أيضا في توسيع نطاق السياحة على المستوى العالمي ما أدى لعولمة السياحة من خلال آلياتها المختلفة في جعل العالم مدينة واحدة أي تقريب المسافات بين الدول والشعوب وتوفير أحدث وسائل النقل والاتصال ونظم المعلومات في ظل الثورة التكنولوجية التي شملت مختلف المجالات بالإضافة إلى تحرير التجارة الدولية بما فيها قطاع الخدمات ومنها السياحة التي استفادت من إجراءات تحرير خدماتها التي شملت حرية انتقال الأفراد الأمر الذي ساعد على اتساع حجم حركة السياحة الدولية في ظل تحسن ظروف العمل ومستويات المعيشة لدى الفئات العامة وهذا ما جعل السياحة في ظل العولمة إحدى الرهانات الأساسية

بين البلدان ذات الطابع السياحي وبين مختلف المتعاملين الاقتصاديين، ما جعله يفرض على هذه البلدان الانفتاح الاقتصادي على الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي ودفع عملية الشراكة الدولية.

ويظهر الوجه الآخر لعملة السياحة في تلك الإفرازات التي تلحق بالمجتمعات السياحية المضيفة لا سيما على اقتصاديات الدول النامية ومجتمعاتها وهويتها الثقافية، إذ تسعى هذه الظاهرة من خلال أدائها إلى تدعيم الطرف القوي وتوسيع نطاق عمله خارج حدوده الجغرافية في الوقت الذي يزيد فيه ضعف الطرف الآخر -الدول النامية- في ظل منافسة شرسة وغير متكافئة، كما أدت إلى تنميط ثقافات المجتمعات وبالتالي إلغاء هويتها وخصوصيتها الثقافية التي هي أحد عناصر الجذب السياحي لا سيما الهوية السياحة الثقافية بمختلف أشكالها.

بما أن هذه التطورات التي أحدثت على السياحة العالمية فإن الجزائر جزء من هذا الكل ما يجعلها معنية بهذه التغيرات، ومن أجل تحقيق تنمية في شتى المجالات الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والثقافية فقد فرض عليها القيام بوضع سياسة تنموية شاملة مقارنة مع ما تملكه من قدرات مادية وبشرية وتماشيا مع ميزات الاقتصاد العالمي الذي أصبح من أهم خصائصه التكتلات الاقتصادية والانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة. فالمتتبع لشروط الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة يكاد يجزم أن بلادنا لا تستطيع في الوقت الراهن أو حتى في المرحلة المقبلة، أن تنافس الدول المتقدمة أو الدول الصناعية الجديدة كسنغافورة، تايلاند... الخ في مجال الإنتاج السلعي (الصناعي والفلاحي) وعليه فهي مطالبة أكثر من أي وقت مضى أن تتوجه إلى قطاع السياحة والذي يمكن أن يكون بديلا اقتصاديا مهما.

لذلك في السنوات الأخيرة أعطت الدولة إهتماما كبيرا لقطاع السياحة، حيث تتطلع إلى أن تصبح قطبا سياحيا هاما لما تتوفر عليه من طاقات وإمكانات سياحية كبيرة، فلجأت إلى وضع جهاز تشريعي وتنظيمي يحدد كيفية تنمية السياحة المستدامة بالإضافة إلى تحسين أداء المتعاملين الخواص والعموميين بغرض اكتساب فرص تجارية ضمن الأسواق العالمية وزيادة الإيرادات الوطنية خارج قطاع المحروقات خاصة بعد التوقيع على عقد الشراكة الأوروبية والتحضير للانضمام للمنظمة العالمية للتجارة.

■ إشكالية الدراسة:

لقد أصبحت السياحة من أهم صناعات العالم بحيث أصبحت تنافس صناعة البترول، وذلك للدور الكبير الذي تلعبه في الاقتصاد العالمي، وقد تنامت وازدهرت أكثر في ظل الفكر المستدام المعولم.

فالتنمية المستدامة تقتضي أن يكون النمو الاقتصادي في الوقت الحاضر متفقا مع مصلحة الأجيال القادمة وليس على حسابها، ويستمد مكون السياحة المستدامة أهمية داخل نسيج التنمية المستدامة من واقع أن لهذه الأخيرة أبعاد داخلية وخارجية وتقع السياحة في قلب الأبعاد وأحد أهم مكوناتها الجوهرية بل يمكن

اعتبارها محور الارتكاز للتنمية المستدامة، فهناك قناعة تامة في استحالة وجود تنمية مستدامة تغفل فيها الشق السياحي (التنمية السياحية المستدامة)، فهي تعتمد إلى إيجاد توازن بين السياح من جهة والموارد السياحية من جهة أخرى. غير أن التحولات التي أحدثتها العولمة على السياحة وظهور العولمة السياحية من ناحية النشاط الاجتماعي والاقتصادي الذي يتم إنتاجه واستنفاده ضمن سياقات دولية أو محلية، كان لها تأثيرات على التنمية السياحية المستدامة، بحيث بدأت العولمة بمنافسة الاستدامة، فمن خلال الإمكانيات التنموية للسياحة وعلاقتها المتداخلة مع البيئة فإنه من الضروري الأخذ بعين الاعتبار التحديات التي تفرضها العولمة السياحية على استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة من أجل تنمية السياحة بصورة فاعلة.

في ظل هذه المتغيرات الدولية عملت العديد من الدول النامية على استغلال العولمة السياحية بما يخدم ويحقق التنمية السياحية المستدامة فيها، كما حدث في العديد من الدول العربية، أما الجزائر فتطمح في الوقت الحالي إلى دخول سوق السياحة الدولية وجعلها واحدة من الأولويات الوطنية وتحويل الجزائر إلى أحد مراكز الجذب السياحي، وذلك من خلال تطبيق إستراتيجية طموحة وفعالة، تركز على الترتيبات الواردة في ميثاق السياحة المستدامة الصادر سنة 1995م، والذي يقضي بأنه ينبغي أن تكون التنمية السياحية المستدامة على المدى الطويل غير مؤثرة في المجال البيئي وذات ديمومة من الناحية الاقتصادية، وفي نفس الوقت تستطيع مجابهة التحديات التي تفرضها التغيرات الدولية وعلى رأسها العولمة السياحية، ومنه تتمحور إشكالية الدراسة على النحو التالي:

إلى أي مدى يساهم استغلال المقومات السياحية بالجزائر في ظل العولمة السياحية على تحقيق التنمية السياحية واستدامتها ؟

بناء على هذه الإشكالية تم طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ماذا نقصد بالتنمية السياحية والتنمية السياحية المستدامة؟
- 2- كيف تم استغلال المقومات السياحية بالجزائر في ظل التنافس السياحي بين الدول في العالم؟
- 3- فيما تتمثل تحديات تحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل الأطر المعولمة للنشاط السياحي؟

■ فرضيات الدراسة:

تحاول هذه الدراسة اختبار مجموعة من الفرضيات تتمثل في الآتي:

- 1- كلما كانت هناك استدامة سياحية بما يتوافق وتحقيق الجودة والرشادة الانتاجية في مختلف الخدمات السياحية، كلما تحققت تنمية سياحية حقيقية في ظل استغلال المورد السياحي في الجزائر،

- 2- كلما كانت هناك سياسات فعالة في القطاع السياحي من طرف صانع القرار في الجزائر، كلما زاد في إمكانية تحقيق تنمية سياحية مستدامة لتجاوز الاقتصاد الريعي الجزائري، وتوجيهها لتحقيق اقتصاد مستدام،
- 3- يعتبر غياب الثقافة السياحية والتخطيط الاستراتيجي للسياحة من التحديات التي تواجه السياسة السياحية في تطوير المجال التنموي.

■ مبررات اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب قادتنا للبحث في هذا الموضوع نذكر منها:

1- المبررات الموضوعية:

- تطور القطاع السياحي على المستوى العالمي وتزايد أهميته في العديد من الدول المتقدمة والنامية والنتائج التي تحقّقها هذه الدول خاصة دول البحر الأبيض المتوسط على مستوى إيراداتها السياحية بالنقد الأجنبي المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي والتشغيل وغيرها.
- النظرة الضيقة التي يعاني منها القطاع في الجزائر في ظل العولمة التي تشجع على تطوير هذا الأخير أهم الأسباب التي أدت بنا إلى التطرق إلى هذا الموضوع، خاصة في ظل الظروف الراهنة التي تتسم بمسعى دءوب من قبل الدولة قصد إيجاد مصادر أخرى لتمويل تنميتها وضمان مستقبلها.
- بالرغم من الجهود المبذولة من طرف السلطات الجزائرية لتنويع مصادر الدخل وتخفيف الاعتماد على قطاع النفط كمصدر أساسي للدخل من خلال تنمية القطاعات الأخرى غير النفطية، فإنها لم تكلل بالنجاح وبقيت مساهمة هذه القطاعات في الناتج المحلي دون المستوى المطلوب. ولتجاوز هذا المصير والنتيجة فإن الضرورة تقتضي الاهتمام أكثر والعمل على تفصيل هذه القطاعات، حيث يمثل قطاع السياحة مصدرا حيويا متجددا يمكن اعتباره البديل الاقتصادي الأول في المساهمة وبصورة فاعلة في تكوين الناتج المحلي، وتحسين رصيد ميزان المدفوعات وتوفير فرص العمالة.

كل هذا استوجب ضرورة الوقوف على واقع قطاع السياحة والتنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

2- المبررات الذاتية: فيما يخص الأسباب الذاتية فهي تتمثل في:

- محاولة توضيح بعض المفاهيم الحديثة التي لم يسبق تناولها في العلوم السياسية كمفهوم العولمة السياحية.
- الميل الشخصي للسفر والسياحة للتعرف والالتقاء بأفراد والشعوب ومعرفة ثقافات جديدة من بين أكثر الأسباب التي أدت بنا لدراسة هذا الموضوع.

■ أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في قيمتها العلمية والعملية بحيث:

القيمة العلمية: هناك ارتباط وثيق بين التنمية الاقتصادية والسياحة من جهة وبين هذه الأخيرة والتنمية المستدامة من جهة أخرى، وهذا ما أكدته مكانة القطاع السياحي في العديد من الدول وأهمية التطورات التي شهدتها السياحة العالمية وخصوصا في ظل العولمة من حيث التدفقات السياحية، التدفقات النقدية ومناصب الشغل المحدثة المباشرة وغير المباشرة.

القيمة العملية: تتجلى القيمة العملية من خلال العناية الكبيرة التي توليها الدولة الجزائرية لتنمية هذا القطاع من خلال إستراتيجية تطوير القطاع وسن جملة من القوانين التنظيمية لبناء سياحة مستدامة مع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030، باعتبار أن السياحة أصبحت تمثل بديلا اقتصاديا من شأنه أن يساهم في نمو الدخل الوطني من خلال توفير إيرادات بالعملة الصعبة وهذا بالنظر إلى ما تنفرد به بلادنا من مميزات سياحية هامة بالإضافة إلى تحفيز صناعات أخرى ترتبط بشكل مباشر وغير مباشر بهذا القطاع.

يزيد من أهمية الدراسة إضافة إلى عائدها الاقتصادي، العائد السياسي ومردودها الاجتماعي وتأثيرها الثقافي... وتفاعلها الإنساني والحضاري... ومحافظتها على البيئة فهي سياحة متعددة الجوانب وممتدة الأبعاد ذات تأثير فعال على كل من الإنسان الفرد الذي يمارسها وعلى المشروع الذي يعمل بها وعلى المجتمع الذي يتبنى رسالتها وعلى الشعب الذي يؤمن بقضاياها... ولذا سمي هذا القرن "بقرن السياحة" فهي صناعة بلا دخان وصناعة بلا نفايات ويجب أن يتمتع بها ويمارسها كل إنسان مهما كان عمله.

■ أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ويمكن حصر أهداف البحث في النقاط التالية:

- إبراز المكانة الاقتصادية للقطاع السياحي والدور الذي يمكن أن يلعبه في عملية التنمية.
- محاولة معرفة نقاط الضعف في سياسة التنمية السياحية المستدامة في الجزائر من خلال تقييم أداء هذه السياسة.
- تسليط الضوء على واقع السياحة في الجزائر من خلال وضع تشخيص دقيق لها يمكن اعتباره كمنطلق عام لرسم السياسة الوطنية المستقبلية للتنمية السياحية المستدامة.
- معرفة أهم التحديات التي تواجه المنتج السياحي في الجزائر في ظل العولمة السياحية لاقتراح الحلول المناسبة لدفع عجلة التنمية السياحية المستدامة في الجزائر وجعلها تساهم في الاقتصاد الوطني.

■ حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: تم تحديد فترة الدراسة ما بين 2000 إلى 2017م ويعود ذلك إلى:

- أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية سيتم تقييمه أهدافه المسطرة في سنة 2015 كتحقيق مرحلي أولي، ومعرفة إذا ما تم النهوض بهذا القطاع ومتابعته بعد سنتين من التقييم الأولي لمعرفة إذا ما تم حقيقة استدراك ما لم يتم انجازه.
- لقياس التحديات المعاصرة للقطاع السياحي بالجزائر يحتاج ذلك لفترة زمنية طويلة المدى.

الحدود المكانية: تم تحديد الإطار المكاني في الجزائر لمعرفة واقع القطاع السياحي الجزائري خاصة في ظل الظروف الراهنة تتسم بمسعى دؤوب من قبل الدولة قصد إيجاد مصادر أخرى بديلة.

■ تحديد مفاهيم الدراسة:

1- التنمية السياحية المستدامة :

ذكر كل من Cooper & Archer في عام 1993 أن التنمية السياحية المستدامة هي المحور الأساسي في إعادة تقويم السياحة المستدامة فهي التنمية التي تقابل وتشجع احتياجات السياح والمجتمعات المضيفة الحالية وضمان استفادة الأجيال المستقبلية، كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الايكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية¹.

كما جاء في تعريف المنظمة العربية للتنمية الإدارية أن التنمية السياحية المستدامة أنها "نقطة تلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفير الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية، ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها².

إجرائيا: نقصد في هذه الدراسة بالتنمية السياحية المستدامة أنها هي التي تعمل على الاستخدام العقلاني للموارد الطبيعية والثقافية، والأخذ في الاعتبار الخصائص الاجتماعية والحضارية للمجتمعات المضيفة للسائحين، مع ضمان تحقيق منافع اقتصادية واجتماعية وبيئية لجميع الأطراف على المدى الطويل، أي استغلال المواقع السياحية استغلالا اقتصاديا أمثل مع الحفاظ على البيئة الطبيعية والاجتماعية والثقافية باعتماد

¹ - World Tourism Organization, **sustainable Tourisme Developement : Guide for Local Planners**, Madrid, Spain, 1993.

² - منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي.

إدارة مثلى تتطلع إلى الرضا الأقصى للسائح، على أن يتم التوازن بين هذه الأهداف بغية الديمومة والاستمرارية.

2- العولمة السياحية:

العولمة السياحية هي أحد المفاهيم الحديثة التي ظهرت نتيجة الاقتصاد المعولم والذي مازال في إطار التكوين واعتبر المفكر الاقتصادي العربي مصطفى يوسف كافي العولمة السياحية أنها "النظام العالمي الجديد المراد به توحيد العالم سياسيا واقتصاديا وثقافيا واجتماعيا وتربويا وعرفيا بحيث يصبح الإنسان حرا في الانتقال من مكان إقامته إلى مكان آخر في العالم دون قيود زمنية ولا مكانيا أو قانونيا"¹.

إجرائيا: نقصد بالعولمة السياحية في هذه الدراسة تحرير الخدمات السياحية وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تدعيم النشاط السياحي، لتحول الأماكن الأثرية والطبيعية والحياة الشعبية التقليدية لسلعة ومورد اقتصادي من خلال السياحة.

■ الإطار النظري:

إن الهدف من دراسة أي بحث علمي أكاديمي هو الوصول إلى نتائج بحثية أكثر موضوعية وعلمية وهذا بالاعتماد على مجموعة من المقاربات والمداخل النظرية التي تعتبر واحدة من الوسائل المنهجية التي يعتمد عليها الباحث في تحليله للظاهرة المراد دراستها ولهذا يقتضي البحث في واقع التنمية السياحية المستدامة بالجزائر في ظل العولمة السياحية إلى استخدام المداخل النظرية التالية:

- **المقاربة البنوية الوظيفية:** تنطلق النظرية البنائية الوظيفية من مفاهيم أساسية تتمثل في: مفهوم البناء، الوظيفة، الدور، بناء المجتمع وتوازنه وتفاعل أنساقه المختلفة في إطار النظم الشاملة للمجتمع.

انتهجنا في دراستنا المقاربة الوظيفية البنائية كون سياسة التنمية السياحية هي جزء من السياسة العامة للدولة الجزائرية للتنمية والإنعاش الاقتصادي حيث تقوم مختلف القطاعات بتبني سياسات قطاعية يعبر عنها عن طريق مخططات توجيهية وبرامج للتنمية قد تكون شاملة لتراب الوطن أو خاصة بكل إقليم أو متخصصة. ومن خلال المقاربة البنائية الوظيفية التي هي نظرية تفسيرية وتعني ذلك الكل المترابط والمتكون من مجموعة العناصر والأنساق التي تربطها جملة من العلاقات حيث أن عنصر أو نسق وظيفة يؤديها، وأي خلل يصيب يؤدي إلى حدوث خلل في البناء الكلي من حيث تركيبته الوظيفية. وهكذا فإن من خلال المقاربة النظرية الوظيفية البنائية يمكننا تفسير واقع التنمية السياحية المستدامة بالجزائر باعتبار أن السياحة هي عبارة عن قطاع أو بناء متكون من مجموعة من العناصر وهم الفاعلين السياحيين (سواء كانوا أفراد متهنيين في القطاع السياحي

¹ - مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي: الجرائم لسياحية، الإرهاب، العولمة، دمشق، دار مؤسسة راسلان، 2009، ص19.

أم أفراد متزدين سواء كانوا سياح أم محليين أو حتى المؤسسات والهيئات السياحية وهؤلاء لهم أعمال وتصرفات خاضعة لتنظيم بناء محدد ويؤدون أدوارا معينة على نحو يعكس تأثيرهم على البيئة التي يعيشون فيها) بالتفاعل والاتفاق والتعاون من أجل خلق حالة من التناسق، وبداخل هذا الكل توجد عناصر لها وظائف مميزة لضمان استمرارية الكل وهو البناء. كما تساعد هذه المقاربة في الكشف عن علاقات التفاعل الوظيفي وتحليله بين مكونات السياحة وعناصرها.

بالإضافة إلى إدراك الوظيفة والدور الذي تؤديه السياحة في مساهمتها لتحقيق التنمية المستدامة. هذه الوظيفة التي لاقت العديد من التحديات والمعوقات في سبيل تحقيق التنمية ومن ثم فنحن نحاول بذلك السعي لفهم الوظائف التي تغطيها هذه المعوقات سواء كانت وظيفة تنمية اجتماعية، اقتصادية، أم بيئية وبالتالي ماذا ينتظر من الحكومة الجزائرية القيام به؟

■ المناهج البحثية:

في إطار انجاز أي دراسة علمية يتوجب الاعتماد على مجموعة من المناهج التي تراعي التكامل المنهجي لإنجاز البحث والإجابة عن السؤال المحوري في الإشكالية والتساؤلات الثانوية وتمثل هذه المناهج في:

المنهج المسحي: اعتمدنا على المنهج المسحي لتناسبه مع طبيعة الموضوع ومعطياته وإعطاء صورة واضحة عنه والوقوف على حقيقة الواقع السياحي في الجزائر ومسار التنمية السياحية المستدامة بالاستعانة بمجموعة من المصادر المتنوعة لإثراء هذه الدراسة بحقائق ذات قيمة علمية وبمعلومات متنوعة وتمثل هذه المصادر في كتب وبحوث متخصصة ذات علاقة بموضوع الدراسة وعلى مواقع الانترنت وموسوعات علمية في مجال السياحة وأيضا على الدوريات واليوميات.

المنهج الإحصائي: تم استخدامه كمنهج مساعد وذلك من خلال توفير البيانات المتحصل عليها من المنظمات العالمية المختصة في مجال السياحة مثل منظمة السياحة العالمية والمجلس العلمي للسياحة والسفر وأيضا مؤسسات دولية أخرى مختصة في هذا المجال وهذا بالإضافة إلى المؤسسات الرسمية المحلية في الدول المدروسة والجزائر كوزارة السياحة وهيئات سياحية حكومية وخاصة كالدواوين الوطنية لإحصاء السياحة وكذا شركات ووكالات سياحية والوزارات التي لها علاقة بهذا القطاع كقطاع المواصلات والثقافة والتجارة من أجل مصداقية البيانات المتوفرة قصد الدراسة وجعلها أكثر أهمية في تحقيق أهداف البحث واعتماد الأكثر منها واقعية وتعبيرا على حقيقة النشاط التنموي السياحي المستدام في الجزائر.

■ أدوات جمع المعلومات:

المقابلة: وذلك من خلال مقابلة مجموعة من المختصين والخبراء في القطاع السياحي.

■ الدراسات السابقة:

بما أن العلم لا يبدأ من فراغ ولا ينتهي إلى فراغ، فهو يبدأ من المعرفة المتاحة كما وكيفا والتي سبق للعلم أن توصل إليها في موضوع ما، وينتهي بإضافة نتائج دراسته للظاهرة إلى هذه المعرفة ذاتها بطريقة منتظمة ومنسقة مع ما كان معروفا من قبل. وقد رجعنا إلى بعض الدراسات السابقة كنوع من المساعدة وتدعيم لأفكارنا. فبعد البحث والتقصي عبر مكتبة العلوم السياسية ومكتبة العلوم الاقتصادية عبر مختلف مناطق الوطن والمكتبة الوطنية بالحامة ومركز البحث (CERIST) باعتباره مؤسسة علمية يتم بها تسجيل كل مواضيع البحث العلمي والتقني المدروسة والمناقشة عبر كل جامعات التراب الوطني تبين لنا أنه لم يتم لحد الآن الكتابة عن "واقع التنمية السياحية المستدامة بالجزائر في ظل العولمة السياحية"، على الرغم من كثرة الكتابات التي عاجلت موضوع التنمية السياحية المستدامة بالجزائر ومعظمها ركز على الظاهرة السياحية باعتبارها ظاهرة اقتصادية. ومن بين المراجع التي اعتمدنا عليها في دراستنا هذه هي:

الدراسة الأولى: أطروحة دكتوراه بعنوان "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، حالة الجزائر" من إعداد الباحث عيساني عامر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة تخصص تسيير المؤسسات سنة 2010/2009. انطلق الباحث من الإشكالية التالية: في ظل المتغيرات العالمية والتحديات المعاصرة ما هي الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر وكيف يمكن الاستفادة من التجربة المصرية والتونسية؟ وافترض أن أفاق تطوير المنتج السياحي الجزائري مرتبط بتنمية سياحية مستدامة.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن في عرض وتحليل وتقييم النتائج المتوصل إليها وتوصلت الدراسة في النهاية إلى أن أداء القطاع السياحي في الجزائر كان متواضعا وكانت مساهمته في الاقتصاد الوطني ضعيفة مقارنة مما هو عليه الحال في كلا من تونس ومصر وقد ارجع الباحث السبب في ذلك إلى تأخر الاهتمام بالقطاع وعدم إعطائه الأولوية التي يجب أن يحظى بها في الاقتصاد الجزائري بالإضافة إلى المعوقات الكثيرة والتي من بينها مشكل توفير العقار السياحي وعدم التحكم في مناطق التوسع السياحي، غياب إستراتيجية ترقية حقيقية، انعدام مصادر وآليات التمويل في المجال السياحي.

- الدراسة الثانية: أطروحة دكتوراه بعنوان "الأداء والأثر الاقتصادي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب" للباحثة عشي صليحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، تخصص اقتصاد التنمية سنة 2011/2010. وانطلقت الدراسة من الإشكالية التالية: ما هي الآثار المترتبة عن السياحة على الحياة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للبلدان الثلاثة؟ وكيف تساهم آليات العولمة وأدواتها في

توسيع نطاق صناعة السياحة؟ وقد اعتمدت الدراسة على عدة مناهج من بينها المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن حيث تم توظيفهم في توضيح حقيقة الواقع السياحي في كل من تونس والمغرب والجزائر.

وقد توصلت الدراسة إلى أن القطاع السياحي ما يزال ضعيف مقارنة مع القطاع السياحي لكل من تونس والمغرب خاصة من ناحية الآثار الناجمة عن القطاع.

- الدراسة الثالثة: دراسة لـ Richard Sharpli ريتشارد شاربلي بعنوان "التنمية السياحية والبيئة ما بعد الاستدامة؟" والمترجم من طرف محمد طالب السيد سليمان وطلال نواف عامر، المصادر من دار الكتاب الجامعي بدولة الإمارات العربية المتحدة سنة 2012م.

حيث نجد هذه الدراسة انطلقت من إشكالية مفادها: ما العلاقة الموجودة بين السياحة والتنمية والبيئة؟ وفيما تمثل البيئة السياحية؟ وهل يمكن تطبيق مفهوم الاستدامة في السياحة بعد ظهور العولمة؟

منهجية الدراسة: استخدم الكاتب منهجية متكاملة ترمي إلى ربط الكل وأجزائه ووضع الظاهرة محل الدراسة في سياقها الزمني والمكاني، ولتحقيق ذلك وظف المنهج التاريخي في المحطات المتعلقة باستقراء الحقائق والمراحل التي مرت بها بعض سياسات التنمية السياحية المستدامة في عدد من دول العالم، كما استخدم المنهج الإحصائي للاستدلال ببعض الأرقام والاستعانة بالجدول الإحصائية لتقدير المؤشرات السياحية في عدد من دول العالم واعتمد كذلك المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتبر طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي ومنظم للظاهرة المدروسة.

أما النتائج التي توصل إليها الكاتب فهي: أن التنمية السياحية المستدامة هي منهج يصعب عليه تطبيق مبادئ التنمية المستدامة لأنه ينطلق من القمة نحو القاعدة وهو بذلك غير قادر على احتضان التنوع الموجود في المجتمعات وذلك راجع للتحديات التي يفرضها العالم مثل التوزيع غير العادل للثروة داخل الدولة وبين الدول والتفاوت في إمكانية الوصول إلى الموارد واستخدامها وسياسات التنمية الاقتصادية التي تعزز مستويات الاستهلاك خاصة في الدول المتقدمة والسياحة تساهم في هذه التحديات من عدة نواحي كثيرة كمساهمتها في زيادة انبعاث الغازات واستنفادها لإمدادات النفط الغير متجدد، نضيف إلى ذلك الإدارة الغير متيقضة للمؤسسات والشركات السياحية التي تساهم في تدمير البيئة. لذلك من المستبعد حدوث تبني لمبادئ الاستدامة في إنتاج واستهلاك السياحة حتى يحدث تحولاً حقيقياً وأكثر اتساعاً وشمولية في القيم نحو استهلاك أكثر استدامة بالعموم. لذلك اقترح الكاتب منهجاً أكثر واقعية والمتمثل في رؤوس أموال الوجهة أي قيام كل وجهة سياحية باستغلال مواردها ضمن معايير بيئية محددة محلياً تعكس الاحتياجات المحلية وتحترمها وتلبي متطلبات السياح المحتملين، بدل من مجموعة المبادئ الشاملة للتنمية السياحية المستدامة.

- **الدراسة الرابعة:** أطروحة دكتوراه بعنوان "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025"، من إعداد الباحث عوينان عبد القادر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، فرع نقود ومالية، 2013/2012. حيث نجد هذه الدراسة انطلقت من إشكالية مفادها: في ظل الوضعية الحالية التي يوجد عليها القطاع السياحي في الجزائر، ما هي الآليات والسبل الكفيلة لدفع عجلة القطاع السياحي في الجزائر بغية استغلال الإمكانات السياحية المتوفرة في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025؟ واعتمد على مجموعة من الفرضيات أهمها: ساهمت الخيارات الإستراتيجية بعد الاستقلال بدرجة كبيرة في ضعف القطاع السياحي.

تطوير السياحة ودفع عجلة القطاع السياحي في الجزائر مرتبط بالتطبيق الفعلي لإستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

وقد اعتمدت الدراسة على عدة مناهج من بينها المنهج الوصفي التحليلي حيث تم وصف ظاهرة السياحة وتحليل مختلف أبعادها وكذا المنهج المقارن لأجل مقارنة الواقع السياحي للجزائر مع الواقع السياحي لبعض الدول العربية والمتمثلة في مصر، تونس والمغرب.

وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيفاً ودون المستوى المطلوب رغم توفر الإمكانات خاصة الطبيعية منها والتي يمكنها أن تجعل الجزائر بلداً مستقطبا للسياح وقادرة على منافسة الدول الرائدة في المجال السياحي.

تعد الفترة الحالية انطلاقة من بداية سنوات الألفينيات مرحلة الالتفاتة الجديدة من قبل الدولة لقطاعها السياحي، بغية النهوض به وترقيته وجعله في مصاف القطاعات السياحية على الأقل للدول المجاورة وهذا بوضع إستراتيجية جديدة على فترات مختلفة على المدى المتوسط 2015 والمدى الطويل 2025 هذا في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي تعتبر تتوجها لمسار طويل، وبمشاركة الفاعلين في القطاع السياحي.

الدراسة الخامسة: أطروحة دكتوراه بعنوان "استراتيجيات تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور الاستدامة: حضيرة الطاسيلي بولاية إيزي -أمموجا-" من إعداد الباحث عياشي عبد الله، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، فرع التحليل الاقتصادي 2016/2015. انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية: ما هو واقع السياحة البيئية في الجزائر، وما هي الاستراتيجيات الجديدة التي وضعتها الدولة الجزائرية لتنمية وتفعيل هذا النوع من السياحة كنموذج بديل يهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة؟ واعتمد على فرضية مفادها: لا يمكن تحقيق تنمية مستدامة للسياحة

البيئية في الجزائر إلا إذا قامت الحكومة بوضع خطط معمقة واستراتيجيات بعيدة المعالم تهدف إلى تطوير هذا النوع من السياحة.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال عرض المعطيات والبيانات المتعلقة بموضوع السياحة ثم القيام بتحليل وتقييم النتائج المحققة في قطاع السياحة مقارنة بالأهداف المسطرة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

وتتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة في: أن القطاع السياحي في الجزائر ما زال لا يرقى إلى المستوى المطلوب بالرغم من الإمكانيات والمقومات المميزة التي تمتلكها الجزائر وهذا راجع لعدة أسباب: أبرزها الخيارات التنموية التي اعتمدتها الحكومة الجزائرية منذ الاستقلال إلى اليوم والتي ركزت في دعمها على القطاعات الاقتصادية الأخرى على حساب قطاع السياحة الذي بقي مهمشا ولم يلق الدعم الكافي بالإضافة إلى الفترة الأمنية الصعبة وعدم الاستقرار السياسي التي مرت به الجزائر والذي أثر بشكل كبير على نمو السياحة. رغم محاولة الجزائر تدرك الأمر من خلال اعتماد إستراتيجية تنموية شاملة تتمثل في المخطط الوطني للتهيئة السياحية SDAT2025 والذي ركز على تنمية قطاع السياحة عبر مراحل وأهداف مسطرة من أجل تحقيق التنمية السياحية المستدامة، إلا أنه ولحد الآن لم تحقق الأهداف المسطرة نتائجها المتوقعة، حيث لم يتجاوز عدد السياح المسجل مع نهاية 2013 إلى 03 مليون سائح، وطاقات الإيواء سجلت عجزا بمقدار 74 ألف سرير، أما من ناحية المداخل السياحية المحققة لم تتجاوز نسبة تحقيق قدرت ب 33 % وتبقى نسبة مساهمتها في الناتج المحلي جد ضعيفة.

ونلاحظ أن هذه الدراسات لم تعالج ولم تتطرق إلى التحديات التي أصبحت تفرضها العولمة السياحية الآن على التنمية السياحية المستدامة في الجزائر وكيفية مواجهة هذه التحديات لتطوير السياحة الجزائرية.

■ تقسيم الدراسة:

سعيًا منا للإجابة على الإشكالية المطروحة والتحقق من مدى صحة الفرضيات، تم تقسيم خطة الدراسة إلى أربعة فصول فضلا عن مقدمة وخاتمة على النحو التالي:

خصص الفصل الأول لدراسة الإطار المفاهيمي، حيث سنتناول في هذا الفصل ضبط وتحديد المفاهيم ذات الصلة بالسياحة والتنمية السياحية المستدامة والعولمة السياحية وذلك من خلال ثلاثة مباحث يخصص الأول لإبراز مفهوم السياحة والتنمية السياحية. والمبحث الثاني فسنتناول فيه مفهوم التنمية السياحية المستدامة وبما في ذلك تعريف التنمية المستدامة وأهم المفاهيم ذات الصلة بالتنمية السياحية المستدامة المتمثلة في مصطلح التنمية السياحية والسياحة المستدامة، ثم سنتطرق إلى أهدافها وأساليب ومعايير تطبيقها وأهم مؤشراتهما.

والمبحث الثالث والأخير سنحاول من خلاله تبيان مفهوم العولمة السياحية ودور كل من المنظمات الدولية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في عولمة السياحة.

الفصل الثاني سنركز فيه على واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر وسنتناول فيه ماهية السياحة الجزائرية المتمثلة في الإمكانيات السياحية الجزائرية وأهم النصوص التشريعية والتنظيمية للقطاع السياحي والمؤسسات والهيئات المشرفة عليه كمبحث أول، أما في المبحث الثاني فسنستطرق إلى سياسة التنمية السياحية المستدامة بالجزائر، وفي المبحث الثالث والأخير سنبين نتائج السياسة التنمية السياحية المستدامة في الجزائر وأهم النتائج المحققة في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية ومقارنتها مع بعض الدول العربية.

الفصل الثالث من الدراسة سنتناول فيه أهم التحديات التي تواجهها التنمية السياحية المستدامة بالجزائر في ظل العولمة السياحية، حيث يركز المبحث الأول على التحديات الاقتصادية والسياسية، أما المبحث الثاني فسنوضح التحديات التكنولوجية والتنظيمية والمبحث الثالث نتحدث فيه عن التحديات الاجتماعية والثقافية والبيئية.

■ صعوبات الدراسة:

واجهت هذه الأطروحة العديد من الصعوبات من مختلف الجوانب سواء من حيث قلة الدراسات التي عالجت موضوع السياحة من جانب سياسي، وكذا قلتها فيما يخص موضوع العولمة السياحية والذي يعتبر موضوع أصيل وجديد في مجال البحث، ونتيجة لذلك كان هناك صعوبة في تحديد وضبط المفهوم، فقمنا بوضع تعريف إجرائي حسب وجهة نظرنا.

من جانب آخر كان هناك تضارب وعدم دقة البيانات الإحصائية المتعلقة ببعض المؤشرات السياحية سواء على مستوى الهيئات الرسمية أو على مستوى المنظمات والمؤسسات الدولية والإقليمية. وعلى الرغم من ذلك حاولنا التوفيق بين هذه الأرقام لتكون أكثر دقة ومصدقية من خلال مقارنتها بأكثر من مصدر.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية

المستدامة والعولمة السياحية

تمهيد:

خلال قرن ونصف من الزمن أصبحت السياحة أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية في العالم نظرا لاستفادتها من التطور العلمي والتقني والتي مست العديد من الجوانب وخصوصا الخدماتية، ما جعلها تبرز كصناعة متكاملة، بل وتعد من أكبر الصناعات في العالم وإحدى أسرع القطاعات الاقتصادية نموا وذلك لما تحققه من نتائج معتبرة من حيث التدفقات والإيرادات، ومن حيث مناصب الشغل التي تخلقها بصورة مباشرة وغير مباشرة لارتباطها وتشابكها مع العديد من القطاعات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، مما دفع العديد من الدول إلى الاهتمام بهذا القطاع.

نظرا لارتباط السياحة بشكل أساسي بالبيئة فقد بدأ الاهتمام والتركيز على مبدأ الاستدامة في السياحة وذلك منذ ثمانينيات القرن الماضي، حيث لم يعد يقتصر المفهوم الجديد للسياحة على المنظور الاقتصادي فحسب، بل أصبحت هناك استجابة لمقتضيات التنمية المستدامة بخصوص انعكاسات النشاط السياحي على البيئة الطبيعية والبشرية، بما تتضمنه من حماية للبيئة الاجتماعية والثقافية ورعاية حقوق الأجيال المقبلة.

من خلال هذا الفصل سوف نحاول التطرق لنشأة والتطور التاريخي للسياحة، مع الإلمام بمختلف التعاريف والمفاهيم المرتبطة بالسياحة وأنواعها، بعد ذلك نتطرق لمفهوم التنمية السياحية وأهم استراتيجيات التخطيط السياحي، ثم في المبحث الثاني نستعرض العلاقة الموجودة بين السياحة والتنمية المستدامة وصولا لإبراز مفهوم التنمية السياحية المستدامة كمفهوم جديد وبديل للسياحة التقليدية مع ذكر مبادئها وأهدافها وكذا أساليب تطبيق هذه المبادئ وأهميتها على مستوى البيئة والاقتصاد. وأخيراً في المبحث الثالث نبين العلاقة بين قطاع السياحة والعولمة ودور تحرير الخدمات السياحية وتقنيات المعلومات والاتصالات في عولمة السياحة من خلال تطبيقاتها المختلفة.

المبحث الأول: ماهية التنمية السياحية وآثارها

لم تعد السياحة اليوم مجرد نشاط إنساني ترفيهي فقط، بل أصبحت صناعة لها قواعد وأسس وتوضع لها استراتيجيات، دراسات وخطط، فهي صناعة لاملموسة في عالم ملموس، وذلك باعتبار أنها تؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى، من خلال التشابكات مع الفروع والأنشطة الاقتصادية. لهذا تنامي الاهتمام بها من قبل الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، فهي تمثل موردا اقتصاديا مهما وأساسيا للدول، وخير دليل على ذلك ما حققته من تطورات على مدار الخمسين سنة الماضية، ويترجم ذلك من خلال مساهمتها في التنمية على أكثر من مؤشر، سواء تعلق الأمر بدعم الاقتصاد الوطني أو مساهمتها في تحقيق الرقي الاجتماعي والتوازن الاقتصادي والاجتماعي بين أقاليم الدولة. ومن خلال هذا المبحث يمكننا إبراز أهمية التنمية السياحية ودورها في تحقيق النمو الاقتصادي من خلال علاقتها بالجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والبيئية، بحيث يسمح لنا هذا التحليل باستنتاج أهم العوامل التي تؤثر فيها عملية التنمية السياحية.

المطلب الأول: السياحة وتطور الحركة السياحية الدولية

لقد تطور مفهوم السياحة ومعناها مع تطور المجتمعات، فتعددت مفاهيم السياحة وذلك بتعدد مجالاتها وانعكاساتها الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والثقافية واستأثرت باهتمام الباحثين من مجالات الفكر في الاقتصاد والسياسة، وبذلك تنوعت الرؤى الواردة بشأنها في الأدبيات الحديثة تبعا لتنوع معايير التمييز بها.

أولا - تعريف السياحة ونشأتها:

1- تعريف السياحة:

لقد تعددت تعريفات السياحة وذلك بسبب تشابك وتعقد الأنشطة المكونة للنشاط السياحي، كما أن مفهومها تطور مع تطور الأنشطة السياحية وكيفية تطبيقها وبذلك تطورت تعاريفها حسب وجهات نظر مختلفة، وفي هذا الشأن يقول جيرارد جيبيلاتو Gérard Guibilato الخبير والكاتب السويسري المختص في السياحة "إن أول صعوبة لمن يريد دراسة السياحة هو تعريفها"¹، فالسياحة هي كلمة ذات مفهوم واسع جدا وترتبط بعدد كبير من الأنشطة كالسفر، الإيواء، الإطعام، الترفيه، حب الاطلاع، الانتفاع من العوامل الطبيعية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية للأماكن التي يزورها السائح. فتعدد مجالات السياحة وتنوع الأهداف المراد تحقيقها من خلال ممارستها أو تنظيمها يشكلان صعوبة في تحديد مفهوم دقيق وموحد

¹ - Gérard Guibilato, *Economie Touristique*, Berne, Ed. Delta et Spes, 1983, p10

للسياحة. وعليه سنتطرق في هذه النقطة لتعاريف مختلفة للسياحة وسنحاول في الأخير استنتاج النقاط المشتركة بينها والتي يمكن من خلالها إعطاء مفهوم شامل ومتكامل للسياحة.

أ - التعريف اللغوي:

السياحة لغة هي الضرب في الأرض، حيث اشتقت من سيح الماء وسيحانه، وساح يسيح سيحاً وسيحاناً إذا جرى على وجه الأرض، وساح في الأرض يسيح سياحة وسيوحا وسيحانا أي ذهب في الأرض¹.

السياحة هي الذهاب في الأرض للعبادة والترهب، كما ورد في القرآن الكريم في ثلاثة مواضع متفرقة وهي كالتالي: قال سبحانه وتعالى: ﴿فسيحوا في الأرض أربعة أشهر و اعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين﴾². وكذلك في قوله: ﴿التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الآمرون بالمعروف والناهون عن المنكر و الحافظون لحدود الله و بشر المؤمنين﴾³. وأيضا في قوله: ﴿عسى ربه إن طلقكن أن يبدله أزواجا خيرا منكن مسلمات مؤمنات قانتات تائبات عابدات سائحات ثيبات و أبكارا﴾⁴. ومعنى السياحة من هذه الآيات الكريمة سياحة العبد إما للتقرب من خالقه بالصلاة والصوم، أو تجوالاً في الأرض للتعبد والتأمل في ملكوت الخالق وآياته في خلقه.

السياحة في الشريعة الإسلامية تعني ذلك النشاط الإنساني الذي تقيده جملة من التعاليم الشرعية، مع إتباع آداب وسنن يستحسن مراعاتها من طرف السائحين تفاديا للوقوع في محظورات نهي عنها الإسلام. وعليه نقول بأن كلمة سياحة هي كلمة عربية معروفة عند العرب منذ القدم وورد ذكرها في القرآن الكريم.

أما في اللغة الإنجليزية نجد كلمة Tour وتعني يجول أو يدور، أما كلمة Tourism فقد استعملت أول مرة في أواخر القرن الثامن عشر وبالتحديد في إنجلترا، للدلالة على رحلة النبلاء الانجليز إلى أوروبا خصوصا إلى فرنسا لمتابعة الدراسة، ثم انتقل استخدامها إلى الدول الأوروبية للدلالة على شخص يسافر بهدف الاستجمام أو التعلم أو الاستشفاء.

¹ - ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، بيروت، دار صادر، ط1، 1997، ص 492.

² - سورة التوبة، الآية رقم 02.

³ - سورة التوبة، الآية رقم 112.

⁴ - سورة التحريم، الآية رقم 05.

حسب قاموس La rousse بأن السياحة عبارة عن "مجموعة من الأنشطة المتعلقة بالأسفار والاستجمام أو نشاط سفر وزيارة موقع ما من أجل المتعة والترفيه عن النفس"¹. أما قاموس Petit Robert فقد عرفها بأنها "الأنشطة المتعلقة بتنقل السياح وإقامتهم خارج سكنهم"².

ب- اصطلاحاً: تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم السياحة تبعا لاختلاف وجهات النظر، وأول تعريف للسياحة جاء على يد الألماني جوبير فرويلر Jobert Freuler عام 1905م، والذي اعتبرها "بأنها ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضاً إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة وثمره تقدم وسائل النقل"³، وقد ركز هذا التعريف على الجوانب الإنسانية والنفسية. أما الاقتصادي النمساوي شوليرن شرانتهمون Schullard.H.V. فقد عرفها بأنها "مجموع كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي التي تترتب على وصول المسافرين إلى منطقة ما أو دولة معينة وإقامتهم فيها ورحيلهم عنها وهي الظواهر التي ترتبط بالتعبية"⁴، وهذا التعريف ركز على الجانب الاقتصادي بالدرجة الأولى، إلا أنه ربط بين السياحة من ناحية والإقامة غير الدائمة وغير المرتبطة بأي سعي للربح المادي من ناحية أخرى. والعالمين السويسريين Hunzik & Kraft سنة 1924 السياحة على أنها "مجموعة من الناجمة عن السفر أو انتقال الأفراد من مكان الإقامة الأصلي، طالما أن هذا الانتقال لا يدخل في إطار النشاط المريح"⁵.

حسب جون ميشو وهو مسؤول في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي، عرف السياحة بأنها "نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكون السبب هو التسلية، التداوي، اجتماعات، زيارة المقدسات الدينية، تجمعات رياضية... إلخ"⁶.

أما من العلماء العرب يعرفها حسين كفا في وهو باحث في الاقتصاد السياحي على أنها "حركة يؤديها الفرد أو مجموعة من الأفراد بغرض الانتقال من مكان إلى آخر، لأسباب اجتماعية أو للترفيه أو لقضاء الإجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات، أو للعلاج والاستشفاء، ليس بغرض العمل والإقامة الدائمة ولا

¹-La Rousse-Borda, Dictionnaire de français, France, 1997.

² - Le petit Rebetrt, Dictionnaire de français, France, 1987, p1018.

³ - محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص 21.

⁴ - ماهر عبد الخالق السيسي، صناعة السياحة الأساسيات والمبادئ، القاهرة: مطابع الولاء الحديثة، 2003، ص 66.

⁵ - Ahmed Tessa, **Economie Touristique et Aménagement Du Territoire**, Alger: OPU, p21

⁶ - G.P lq zoto, **géographique du tourisme**, France : maison Paris, 1990, p13.

تدخل في السياحة المحجرة من بلد لآخر أو حتى للعمل المؤقت، وكذا أعضاء السلك الدبلوماسي¹، ودقق هذا التعريف أكثر على أسباب التنقل السياحي.

بالإضافة إلى المنظمات الدولية والمؤتمرات العلمية التي قامت بجهود لإعطاء تعريف للسياحة فعلى سبيل المثال: تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي الذي انعقد في روما عام 1963م بحيث قرر أن السياحة "هي ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن اثني عشر شهرا بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية، وهي تنقسم إلى نوعين: سياحة خارجية وسياحة داخلية"²، وقد شمل هذا التعريف عدة جوانب حيث نظر إلى السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية، كما حدد مدة السياحة وميز بين السياحة الداخلية والخارجية، في حين أغفل الجانب الاقتصادي للسياحة.

عرفت الأكاديمية الدولية للسياحة أن "السياحة هي تعبير يطلق على رحلات الترفيه، أو هي مجموع الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات، وهي صناعة تتعاون على سد حاجيات السائح"³ وهذا التعريف ربط السياحة بالرحلات والترفيه إلا أنه أعطى لها بعدا اقتصاديا واضحا إذ اعتبرها كصناعة تهدف إلى سد حاجات السائح.

نلاحظ من خلال هذه التعاريف أن هناك اختلاف واضح لتعاريف السياحة، وهو ناتج عن تطور دور السياحة في المجتمع، إذ جعل المنظمة العالمية للسياحة خلال اجتماعها المنعقد في مارس 1993م تضع تعريف خاص بالسياحة فعرفت بأنها عبارة عن "نشاط فرد يسافر، ويستقر خارج مكان إقامته الأصلي لفترة لا تزيد عن العام للترفيه أو العمل التجاري، أو أي غرض من الأغراض التي تلي رغبات الفرد واحتياجاته"⁴ وانطلاقا من هذا التعريف فإن السياحة هي أكثر من صناعة خدمتية، بل هي ترابط وتوافق معقد بين صناعات ونشاطات مختلفة تتوزع بين الإرث التاريخي، جمال الطبيعة، المناخ، عادات وتقاليد، الفنادق، النقل الطعام، ... وكل هذا الترابط مبني على العوامل الأساسية والتي هي الإنسان، الطبيعة والزمن. وهكذا فإن السياحة تؤثر وتتأثر بال محيط الاجتماعي، الثقافي، الاقتصادي، السياسي، البيئي والتكنولوجي، ويتضح لنا أننا نحتاج إلى وجود أشكال جديدة من الأبحاث المتعلقة بالسياحة من أجل فهم هذه الظاهرة التي لا يوجد تعريف محدد لها، حيث أنها تتطور بشكل مستمر وبعيدة كل البعد عن الجمود أو الثبات على شكل بعينه⁵.

¹ - حسين كفاي، رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 199، ص 15.

² - محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، مصر: المكتب العربي الحديث، د. س. ن، ص 61.

³ - سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، سوريا: دار الرضا للنشر، 2001، ص 57.

⁴ - ناصر عقيل الطيار، أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية، الرياض: مكتبة العبيكان، ط1، 2006، ص 31.

⁵ - ستيفن بيج، إدارة السياحة، تر: خالد العامري، القاهرة: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، 2008، ص 26.

ج- تعريف السائح: هناك شبه إجماع على تعريف السائح، وهو الملاحظ من خلال التعاريف التالية:

عرف السائح بأنه "هو كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره أربعة وعشرون ساعة على الأقل بحيث أسباب السفر تكون من أجل الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة، أو من أجل القيام بأعمال عائلية، ندوات علمية، ثقافية سياسية"¹. كما عرفت لجنة الخبراء للإحصائيين التابعة لهيئة الأمم في سنة 1973م السائح بأنه "كل شخص يزور بلداً غير البلد الذي اعتاد الإقامة فيه لمدة لا تقل عن أربعة وعشرون ساعة"، وعلى هذا الأساس فإن الفئات التي تعتبرها اللجنة من ضمن السائحين للأشخاص الذين يسافرون إلى بلد ما بغرض الحصول على وظيفة والدارسون بمختلف المراحل التعليمية والمسافرون الذين يعبرون إلى بلد آخر والمقيمون في مناطق الحدود والأشخاص الذين يقيمون في بلد ويعملون في بلد مجاور. ومن خلال ما سبق يمكن القول بان السائح يشتمل على مفهومين:

- **السائح:** الذي يمكث مدة أكثر من 24 ساعة في الدولة محل السياحة.
- **المتجول (المُتنزه):** الذي يزور مناطق لأقل من 24 ساعة، وهو لا يدخل ضمن تقسيم السائح وإنما يعتبر متنزه².

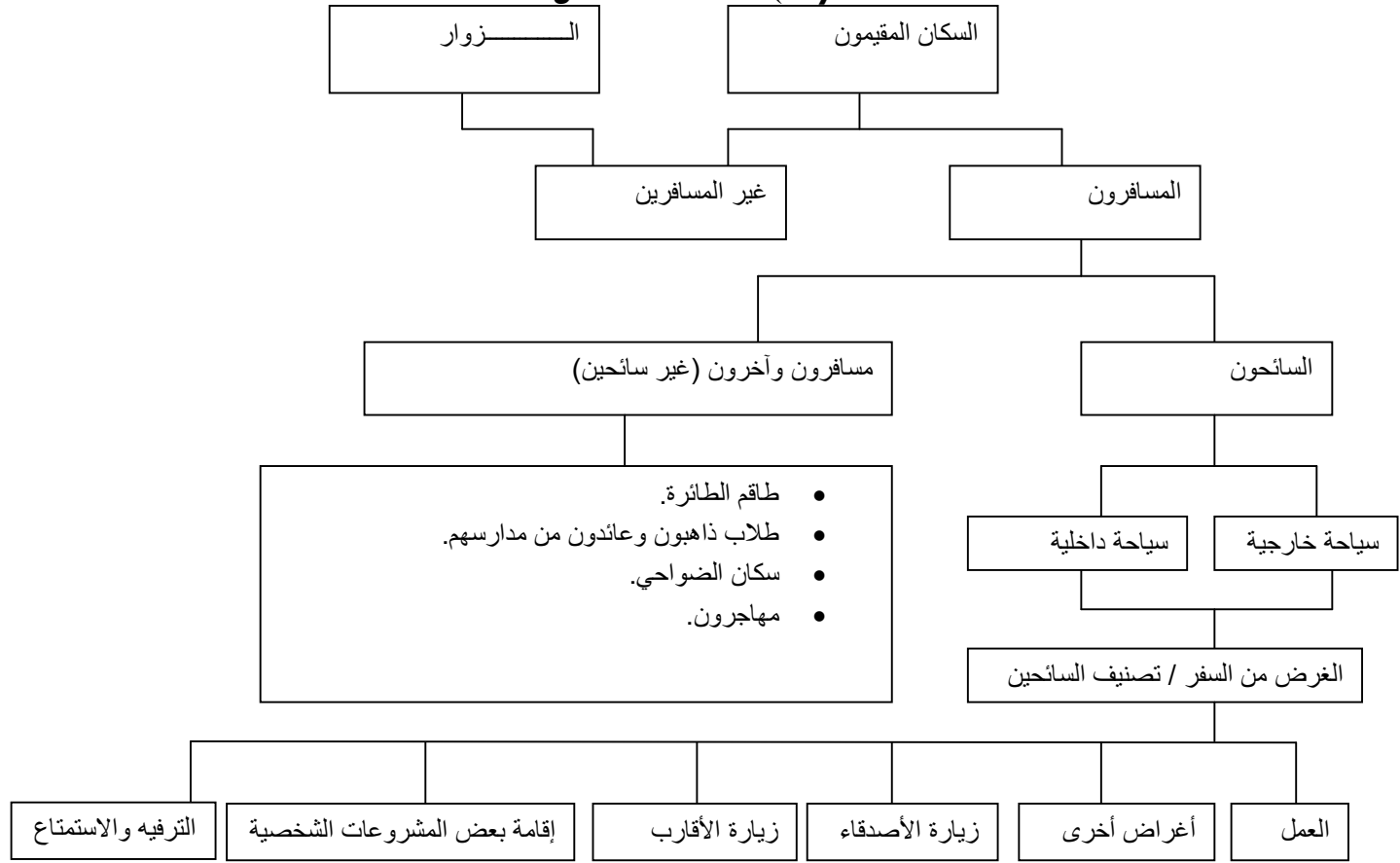
هذا التعريف ينطبق على السياحة الدولية فقط، والمنظمة العالمية للسياحة تبذل مجهودات لاعتماد هذا التعريف من طرف كل الدول الأعضاء في المنظمة كون بعض الدول تعتبر السائح كل شخص يقيم بعيداً عن مقر إقامته المعتادة، فمثلاً ألمانيا تعتبر الفرد السائح كل شخص يبقى أربعة أيام فأكثر خارج مقر إقامته، بينما بريطانيا، بلجيكا، هولندا، سويسرا، هذه الدول تعتبر السائح كل شخص يبقى أربعة ليالي خارج مقر إقامته المعتادة³. لذلك قامت المنظمة الدولية للسياحة في محاولة منها لحصر هذه المشكلات لحلها بإصدار عدة إرشادات تفيد في تعريف مفهوم السائح بالإضافة إلى وضع تصنيف كالذي يظهر في المخطط التالي:

¹ - Robert Lanquard, **Le tourisme international**, paris, 1980, P1

² - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 1997، ص 22.

³ - Gerard Guibilato, **op.cit**, P10

المخطط (01): تصنيف السائحين.



المصدر: ستيفن بيچ، إدارة السياحة، تر: خالد العامري، القاهرة: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، 2008، ص 26.

2- نشأة السياحة: إن حب الانتقال في الإنسان طبيعة كامنة فيه وقد دعت الحاجة بالإنسان إلى الانتقال منذ بدء الخليقة، ولقد كان الانتقال في هذه المرحلة جزءاً لا يتجزأ من الحياة وضرورة حتمتها طبيعة المجتمع فبدأ الإنسان التجوال منذ القدم لإشباع حاجاته الفطرية لتفادي الجوع والخوف، وبالتالي كانت هناك سياحة لكن ميزتها البدائية والبساطة في المظهر، الهدف والوسيلة. لكن مع تطور المجتمعات تطور الهدف من التنقل للسعي نحو المأمن والمأكل، إلى التنقل لأجل تحسين ظروف العيش ثم السفر إلى الراحة والاستجمام¹، ويمكن لنا أن نميز بين أربعة مراحل أساسية مرت بها السياحة وهي كالتالي:

أ- مرحلة الحضارات القديمة: تميزت حركة البشر وأسفارهم في العصور القديمة بارتباطها بأهداف محدودة كحركة الجيوش لغايات عسكرية، سياسية واقتصادية، وأبسط أشكال السفر تمثل في تنقلات البدو بحثاً عن الكأ والماء. لكن أول من مارس السفر للتمتع بالسفر نفسه هم الرومان، حيث كان أول العصور التي

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق الذكر، ص 14.

عاش فيها أشخاص يسافرون بإرادتهم بجانب التجار ورجال الإدارة، حيث قاموا برحلات كثيرة لمشاهدة تماثيل وعجائب العالم القديم كأهرامات مصر، بدائع اليونان، حدائق بغداد... الخ¹.

ب - مرحلة العصور الوسطى: كان اتجاه السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الحج، رحلات ودراسة، ولقد انفرد العرب من الفترة ما بين القرن الثامن والقرن الرابع عشر في تطوير مبادئ السياحة، ولقد وضعوا الأسس الأولى لمعظم فروع السياحة².

ج - مرحلة عصر النهضة: لم تعد السياحة في هذه المرحلة مجرد حركة تنقل وسفر، بل أصبحت ظاهرة ذات أبعاد اقتصادية واجتماعية، بدأ الاهتمام بها مع التحولات الزراعية، الصناعية، الحضرية والثقافية التي شهدتها هذه المرحلة. فقد شهدت الثورة الصناعية منذ النصف الثاني من القرن 18 في أوروبا تطوراً ملحوظاً في الحركة السياحية ويرجع ذلك بصفة خاصة للتطور السريع الذي حدث في وسائل النقل والمواصلات حيث ساهمت في زيادة الرفاهية للسفر والترحال³. كما كانت السياحة في هذه المرحلة حكراً على الأغنياء والمثقفين إلى غاية 1850م وظهور ما يسمى بالعطل المدفوعة الأجر، وهنا بدأ الاتجاه شيئاً فشيئاً نحو السياحة⁴.

د - مرحلة العصر الحديث: مع استقرار النظم الاجتماعية للطبقة العاملة باعتبارها الطبقة الأكبر، وارتفاع في مستوى الأجور وتخفيض لساعات العمل والعطل المدفوعة الأجر، هذه كلها كانت عوامل أدت بهذه الطبقة نحو السفر والبحث عن المتعة والاستجمام، أين ظهر الاهتمام الفعلي بتنظيم السياحة وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية، حيث بدأت الدول في البحث عن أي مصدر اقتصادي لاستثماره والاستفادة منه في زيادة الدخل الوطني، فظهرت الوزارات والمؤسسات المهمة بهذا الشأن وحقت نجاحاً كبيراً، حتى عرفت بعض الدول بتوجه الناس إليها في أوقات مختلفة من العام وذلك لتطور القطاع السياحي لديها وما يقدمه من خدمات راقية للسائح⁵.

ثانياً - خصائص وأنواع السياحة: تتوفر السياحة على مجموعة من الشروط والخصائص التي تميزها عن باقي الظواهر، بالإضافة إلى تعدد أنواعها تبعاً للدوافع، الرغبات والاحتياجات المختلفة، وهذا التعدد والتنوع سبب قيام ظاهرة السياحة.

¹ - صلاح الدين عبد الوهاب، مسؤولية وكالات السفر والسياحة عن أعمالها، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، مطبعة جامعة عين شمس العدد الثاني، جويلية 1967، ص 269.

² - ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق الذكر، ص ص 16-17.

³ - محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من منظور جغرافي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1988، ص 28.

⁴ - lanquar Robert, et Raynouard Yves, **Le tourisme sociale et associatif**, Paris, 1974, p 45.

⁵ - سالم عبد الله الشهري، مقومات السياحة في المملكة بين الوهم والحقيقة، المجلة العربية، الرياض، العدد 353، جويلية 2006، ص 22

1- خصائص السياحة: يمكن حصر أهمها فيما يلي:

- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة، فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر، بل يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه¹.
- تعتبر السياحة نشاطًا يتأثر إيجابًا أو سلبيًا بمختلف الظواهر الاقتصادية، وخاصة فيما يتعلق بالدخل وذلك بإقدام السياح على الإنفاق وتحويل نقودهم إلى العملة المحلية من أجل تسديد تكاليف الخدمات، والتي تطلق سلسلة من التفاعلات الاقتصادية بحيث أن العائدات التي تجنيها يجرى إنفاقها على منشآت اقتصادية أخرى²، هذا إلى جانب التزايد المضطرد للعمالة السياحية، حيث أن قطاع السياحة هو القطاع الوحيد الذي مازال إستخدامه للعمالة البشرية في تزايد مستمر.
- تتأثر السياحة بعاملين هما أسعار السفر والخدمات السياحية من جهة ومستوى المداخل من جهة أخرى، فزيادة تكاليف الرحلات السياحية في منطقة ما ينتج عنه ضعف الإقبال في عدد الوافدين من السياح لهذه المنطقة وهي نفس النتيجة المتوقعة في حالة انخفاض مستوى الدخل.
- إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحية المختلفة والتي تعرف بالموارد السياحية، وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود بنية خاصة بالسياحة مثل سلع وخدمات مساعدة والتي يجب أن تتواجد جنبًا إلى جنب مع الموارد السياحية. كما يتضمن المنتج السياحي درجة الوعي السياحي، والنقص في أي من هذه العناصر يؤثر على الصورة النهائية للمنتج السياحي ويؤدي إلى انخفاض التدفق السياحي، وعليه يمكن القول أن السياحة هي صناعة متكاملة ومركبة³.
- حساسية الطلب السياحي باعتبار أن السياحة الدولية منتج تصديري، يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار الصرف، التغيرات المناخية غير المنتظرة⁴.
- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر كما في العديد من الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية معينة وبما يتفق وحجم العرض والأسعار، وخاصة لكون المنتج السياحي يتميز بالموسمية⁵.

¹ - نبيل الروبي، التخطيط السياحي، الإسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية، 1987، ص 14.

² - مارك خانو، ادوارد ساير، قطاع السياحة الفلسطيني الوضع الراهن وإمكانيات المستقبل، فلسطين: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية، 1997، ص 66.

³ - نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، الإسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية، 1985، ص 25.

⁴ - نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مرجع سابق الذكر، ص ص، 14 - 16.

⁵ - محمد مرسى الحريري، جغرافية السياحة، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1999، ص 69.

2- أنواع السياحة: للسياحة أشكال متعددة ومختلفة تتحدد حسب رغبة وطموح السائح، وكذا الهدف الذي يسعى إليه من خلال قيامه بالسياحة، وبالتالي فإن هناك عدة أنماط وأنواع وفقا لمعايير مختلفة وهي:

أ- معيار الهدف والغرض من السفر: وتتمثل في:

- **السياحة الثقافية:** الدافع الأساسي هو الثقافة، ويهدف السائح من خلالها إلى تنمية معارفه الثقافية والتعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية، لذلك فهي تجذب نوعيات معينة من السائحين.
- **السياحة الترفيهية:** تكون الزيارة فيها من أجل قضاء العطل في الأماكن التي تشتهر بمناظرها الطبيعية ويمكن أن تتخللها ممارسة الهويات المختلفة، ويعتبر هذا النوع الأكثر انتشارا إذ تجذب 75% من السياح.
- **السياحة العلاجية:** تعتمد هذه السياحة على المقومات الطبيعية اعتمادا رئيسيا مثل المناخ الدافئ ومصادر المياه الكبريتية والمعدنية، وحدث نوع من هذه السياحة هو الفنادق البيولوجية¹.
- **السياحة الدينية:** تعتبر الأكثر رواجًا منذ زمن طويل، ذلك أن زيارة الأماكن المقدسة كنشاط كان دائما موضع الاهتمام من قبل الأمم وشعوبها عبر الأزمنة، وتجدد الإشارة إلى أن أكثر من 22% من الحركة السياحية في العالم دافعها الزيارات الدينية².
- **سياحة المعارض والمؤتمرات:** وتشمل الأولى الرحلات بمناسبة المعارض الدولية، كما تشمل الثانية أنشطة حضور الاجتماعات بمختلف أنواعها من سياسية، علمية، فنية، مهنية وكذلك المؤتمرات بكافة أنواعها.
- **سياحة الأعمال (الإقتصادية/ التجارية):** يقوم بها رجال الأعمال ويزورون فيها المعارض والأسواق التجارية الدولية، وزادت أهميتها في السنوات الأخيرة وأصبحت تمثل 20% من حجم السياحة الدولية³.
- **السياحة الرياضية:** وهي السفر من مكان لآخر داخل الدولة أو خارجها من أجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات الرياضية أو من أجل الاستمتاع بمشاهدتها كممارسة رياضة الغوص والإنزلاق على الماء.

ب- معيار الحدود السياسية (المنطقة الجغرافية): وتنقسم إلى ثلاثة أنواع، وتتمثل في السياحة الداخلية وهنا لا يغادر فيها السياح الموطن الأصلي بل يتنقلون داخل حدود بلدهم وحسب تقديرات منظمة السياحة العالمية يتراوح حجم الإنفاق ما بين 70-80% من إجمالي الإنفاق السياحي العالمي⁴. والسياحة الإقليمية

¹ - متولي عبد العاطي محمد علي، التقييم الاقتصادي لإستراتيجيات تنشيط الطلب السياحي في وقت الأزمات، رسالة للحصول على درجة العضوية في العلوم الإدارية، المعهد القومي للإدارة العليا، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، مصر، 2000، ص 09.

² - مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي -دراسة مقارنة-، بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2003، ص 45.

³ - Jean marie breton, **Tourisme envirennement et aires protégées Haïti**, Quebec, éditions Karthala, 2004, p320.

⁴ - أحمد فوزي ملوخية، اقتصاديات السياحة، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2007، ص 61.

وتتمثل في السفر بين دول متجاورة، وتتميز بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا. وأخيرا السياحة الخارجية التي يغادر فيها السياح موطنهم الأصلي إلى بلد آخر لقضاء فترة مؤقتة.

ج- معيار الجنسية: وتنقسم إلى سياحة الأجانب بحيث تتضمن جميع الأجانب ما عدا مواطني البلد وسياحة المقيمين خارج البلد (سياحة المغتربين) وهي منتشرة كثيرا لأن ظاهرة الهجرة للعمل أصبحت ظاهرة مستفحلة¹.

د- معيار فترة الإقامة: وفيها نجد سياحة أيام التي تستغرق أيام محدودة من يومين إلى أسبوع يقضيها السائح ضمن برنامج معد. وسياحة موسمية إذ ترتبط بموسم معين أي إقامة السائح في مكان ما لموسم معين، فترة الإقامة تتراوح من شهر إلى ثلاث أشهر. وسياحة عابرة وتكون أثناء التوجه إلى بلد ما يمر عبر بلد معين ويبقى فيه لمدة يوم أو يومين.

هـ- معيار عدد الأشخاص المسافرين: وهناك سياحة فردية تكون في كثير من الأحيان غير منظمة يقوم بها الشخص لزيارة بلد أو مكان، وسياحة جماعية وهي عبارة عن سياحة منظمة، حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة، وكل رحلة لها برنامج خاص وسعر محدد.

و- معيار الإنفاق ومستوى الطبقة الاجتماعية: وتتمثل في سياحة ذوي الدخل المحدود، وتشجيع السياحة الجماعية وإقامة المخيمات بأسعار رمزية، وسياحة الطبقة المتميزة وتكون قدرة تلك الطبقة من على استخدام كافة الخدمات المتميزة. وأخيرا سياحة الأغنياء وتتمثل في أصحاب الملايير الذين ينتقلون بطائرتهم الخاصة وهذه النوعية من السائحين لها متطلبات خاصة².

هـ- أنواع سياحية حديثة: إن التطورات السريعة التي شهدتها السياحة أدت إلى ظهور أنماط حديثة منها:

- **سياحة الحوافز:** تعتبر سياحة الحوافز من الوسائل الحديثة للإدارة، والتي تستخدمها الشركات والمؤسسات كإستراتيجية لدفع الموظفين لتحسين الأداء. وهي بمثابة المكافأة التي يحصل عليها الموظفين والمتعاملين مع المؤسسة، ومن أهم الشركات المستخدمة لهذا النوع شركات البترول والتأمين.
- **سياحة مراقبة الطيور:** حيث تعتبر مراقبة الطيور هواية منتشرة على مستوى العالم، وهناك أشخاص يسافرون عبر مناطق مختلفة لرؤية أنواع مختلفة من الطيور.

¹ - يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية: الملتقى المصري للإبداع والتنمية، ط1، 2003، ص 30.

² - وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية: دراسة تقويمية للقرى السياحية، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2006،

- **سياحة السفاري والمغامرات:** وهى تلك السياحة التي تتم عبر الصحاري أو السلاسل الجبلية ومغامرة تسلقها، والبعض الآخر يتجه إلى زيارة الوديان وعيون الماء، وآخرها تلك التي تكون من أجل الصيد.
- **سياحة الصحاري والواحات:** هذا النوع يعتبر من الأنواع الحديثة، واهتمت به دول المغرب العربي وحقق نجاحا كبيرا، وتتم فيه زيارة خيم البدو والرحل مع الاطلاع على الفنون الشعبية وحضور الحفلات¹.
- **سياحة التسوق:** وتكون بغرض التسوق وشراء منتجات بلد ما تسرى عليها التخفيضات.

ثالثا- تطور الحركة السياحية الدولية: شهدت الحركة السياحية نموا وتطورا كبيرا خاصة سنوات الستينيات وما بعدها مما أدى إلى ارتفاع التدفقات السياحية سواء من حيث تنقل السياح أو الإيرادات السياحية.

1- تطور التدفقات السياحية البشرية: حسب إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة زادت الحركة السياحية في أرجاء العالم في حجمها إلى عشرة أضعاف، فقد ارتفع عددهم 25 مليون شخص عام 1950م إلى 698 مليون سائح سنة 1999م، وجاء عن منظمة السياحة العالمية أن النشاط السياحي في نمو متزايد بمعدل 07% وهو ما يعكسه نسبة الزيادة في عدد السياح. والجدول التالي يوضح تطور عدد السياح:

الجدول رقم (01): يبين تطور عدد السياح في العالم من 1950-2010.

السنوات	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010
عدد السياح (المليون)	25	69	166	286	459	698	1018

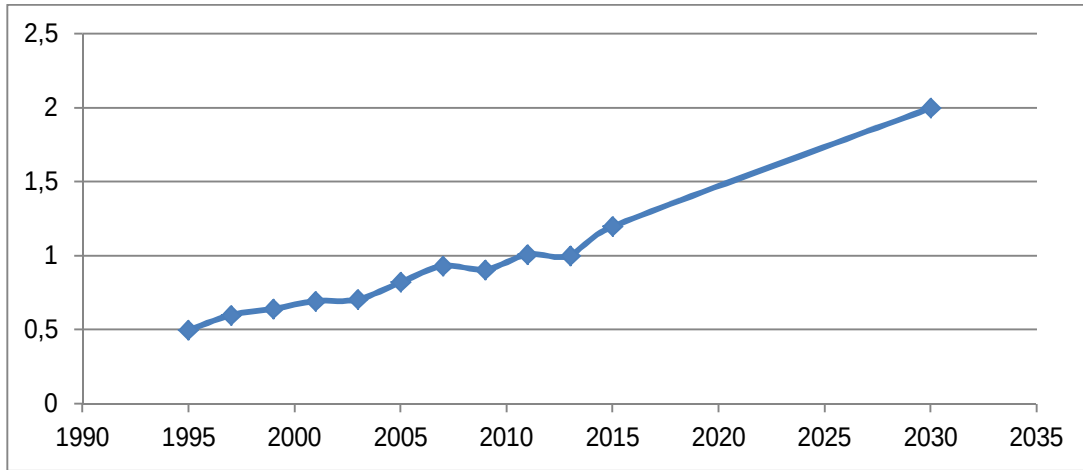
المصدر: إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة 2015 UNWO.

من خلال الجدول نلاحظ الارتفاع المستمر لعدد السياح، على مدى سبعة عقود من الزمن حيث كان عددهم سنة 1950م يقدر بنحو 25 مليون سائح، ليرتفع إلى حوالي 1018 مليون سائح سنة 2010م ومن المتوقع ارتفاع العدد إلى 1600 مليون سائح سنة 2020م أي زيادة بنسبة حوالي 57%، وهذا في ظل الظروف العادية مع تسجيل تراجع في فترات مختلفة نظرا للظروف السائدة في تلك الفترات، ففي 2001م تم تسجيل انخفاض في عدد السياح الدوليين وهذا راجع إلى أحداث 11 سبتمبر، إذ كانت الأمريكيتان الأكثر تأثرا حيث سجلت تراجع بنسبة 4.7%، أما تراجع عدد السياح سنة 2003م مرده إلى الحرب على العراق وانتشار فيروس الإلتهاب التنفسي الحاد (سارس) في آسيا، وهو ما أدى إلى انخفاض في عدد السياح بنسبة 0.9% مقارنة مع سنة 2002م. وكان أسوأ تراجع سنة 2009م بسبب الأزمة المالية التي سادت في الولايات

¹ - ماهر عبد الخالق السيسي، مرجع سابق الذكر، ص 100.

المتحدة الأمريكية، ثم انتشارها إلى باقي دول العالم، ومع بداية 2010م رجع ارتفاع عدد السياح لمساره الطبيعي حيث بلغ حوالي 1018 مليون سائح، وحسب بيانات منظمة السياحة العالمية فإن عدد السائحين في العالم سنة 2016م بلغ نحو 1.23 مليار فرد. والشكل التالي يوضح تطور لعدد السياح في آفاق 2030م.

الشكل رقم (01) : تطور عدد السياح الدوليين في العالم لآفاق 2030 .



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على إحصائيات الجدول رقم 01.

يتضح من خلال الشكل وحسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة استمرار ارتفاع عدد السياح الدوليين إلى غاية 2020 و 2030 بمعدلات متزايدة، ليصل عدد السياح سنة 2020 إلى أزيد من 1.4 مليار سائح أما في سنة 2030 إلى أزيد من 1.8 مليار سائح، وحسب هذه التقديرات فإن قطاع السياحي على المستوى الدولي ستعرف إنتعاشا كبيرا خلال السنوات القادمة طبعها هذا في الظروف العادية وإن لم تعرف الأوضاع الدولية أزمات مختلفة خلال هذه الفترة سواء كانت هذه الأزمات اقتصادية أو أمنية أو انتشار بعض الأوبئة التي تهدد السياحة الدولية من سنة لأخرى، كل هذا ينعكس بالسلب على تطور توافد السواح¹.

- الدول السياحية الأكثر زيارة (2015-2016): يبين الجدول التالي ترتيب الدول السياحية حسب أعداد السياح الزائرين لها حسب إحصائيات منظمة السياحة العالمية.

¹ - World Tourism Barometer and Statistical Annex, August 2015.

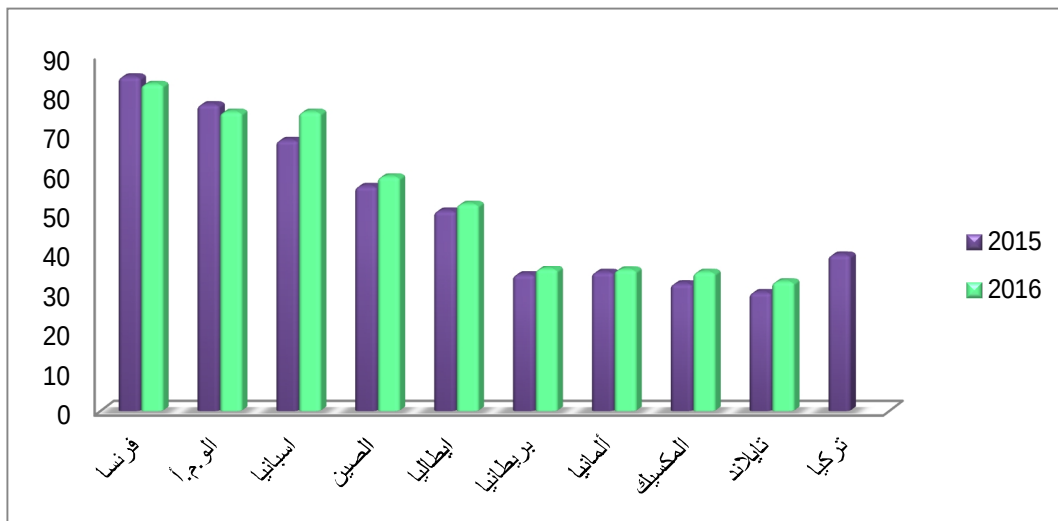
الجدول رقم (02): يبين الدول السياحية الأكثر سياحة ما بين 2015-2016

الترتيب	الدولة	السنة		الفرق (%)	
		2016	2015	15/14	16/15
01	فرنسا	82.6	84.5	0.9	2.2-
02	الولايات المتحدة الأمريكية	75.6	77.5	3.3	2.4-
03	اسبانيا	75.6	68.5	5.5	10.3
04	الصين	59.3	56.9	2.3	4.2
05	ايطاليا	52.4	50.7	4.4	3.2
06	بريطانيا	35.8	34.4	5.6	4.0
07	ألمانيا	35.6	35.0	6.0	1.7
08	المكسيك	35.0	32.1	9.4	8.9
09	تايلاند	32.6	29.9	20.6	8.9
10	تركيا	-	39.6	0.8-	-

Source : world Tourism Organization, tourism Highlights, 2017 edition, p6 .

يتضح من خلال الجدول أن فرنسا احتلت المرتبة الأولى رغم انخفاض عدد السياح سنة 2016 نتيجة التفجيرات الإرهابية حيث بلغت 82.6 مليون سائح، تلتها الولايات المتحدة الأمريكية، اسبانيا، الصين ايطاليا وبريطانيا.

الشكل رقم (02): الدول السياحية الأكثر زيارة في 2015-2016



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 02

من خلال الشكل يتضح أن فرنسا تعتبر الأكثر استقبالا للسياح في العالم حيث تستقبل أكثر من 82 مليون سائح سنويا، وهو ما يزيد 10 مليوناً عن سياح الولايات المتحدة، وذلك على الرغم من أن مساحة أمريكا تزيد 15 مرة عن فرنسا، كما نلاحظ انخفاض عدد السياح في كل من فرنسا بنسبة 2.2% والولايات المتحدة الأمريكية بـ 2.4% في 2016 مقارنة بسنة 2014، على عكس اسبانيا الذي ارتفع إلى 10.5% في 2016 مقارنة بنسبة 5.5% في 2014 والصين وبريطانيا والدول الأخرى الذي ارتفع في سنة 2016.

2- تطور تدفقات السياحة النقدية:

إن الارتفاع المتزايد لعدد السياح الدوليين يتبعها ومن دون شك ارتفاع في التدفقات النقدية، فخلال الفترة 1950-2016م ارتفعت الإيرادات من 2.1 مليار دولار أمريكي إلى 1.220 بليون دولار أمريكي وواصلت ارتفاعها حتى أصبحت السياحة الدولية هي أحد مكونات أكثر أهمية في التجارة الدولية، وقال الأمين العام لمنظمة السياحة العالمية طالب الرفاعي: "لقد زاد الإنفاق السياحي الدولي بشكل ملحوظ في عام 2014، مما يدل على قدرة القطاع السياحي على تحفيز النمو الاقتصادي وزيادة الصادرات وخلق فرص عمل"، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (03): تطور الإيرادات السياحية العالمية خلال الفترة 1990-2016

السنوات	1990	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الإيرادات مليار دولار	271	495	701	961	1.073	1.110	1.197	1.252	1.196	1.220
الإيرادات مليار يورو	213	536	564	725	771	864	901	942	1.078	1.102

Source : world Tourism Organization –UNWTO-, tourism Highlights, 2017 edition, p6 .

أما فيما يخص المراكز العشرة الأولى من حيث عائدات السياحة، فجاءت الولايات المتحدة الأمريكية في المركز الأول بـ 205.9 مليار دولار وثم اسبانيا بـ 60.3 مليار دولار، ثم كل من تايلاند بالصين في المرتبة الثالثة والرابعة بـ 49.90 و 44.4 مليار دولار، لتليهم كل من فرنسا بـ 42.5 مليار دولار وإيطاليا بـ 40.2 مليار دولار وبريطانيا بـ 39.6 مليار دولار على التوالي، في حين أتت ألمانيا وهونغ كونغ (الصين) وأستراليا المراكز الباقية. والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (04) : يبين عوائد الدول السياحية بين 2015- 2016

الترتيب	الدولة	السنة			
		مليار دولار		الفرق (%)	
		2016	2015	15/14	16/15
01	الولايات المتحدة الأمريكية	205.9	205.4	7.0	0.3
02	اسبانيا	60.3	56.5	-13.3	6.9
03	تايلاند	49.9	44.9	16.9	11.0
04	الصين	44.4	45.0	2.1	-1.2
05	فرنسا	42.5	44.9	-22.9	-5.3
06	إيطاليا	40.2	39.4	-13.3	2.0
07	بريطانيا	39.6	45.5	-2.3	-12.9
08	ألمانيا	37.4	36.9	-14.8	1.4
09	هونغ كونغ (الصين)	32.9	36.2	-5.8	-9.1
10	أستراليا	32.4	28.9	-8.2	12.3

Source : world Tourism Organization –UNWTO-, tourism Highlights, 2017 edition, p6 .

ونترجم معطيات الجدول في الشكل التالي:

الشكل رقم (03): يبين عوائد الدول السياحية بين 2015-2016



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 04.

من خلال الجدول والشكل يتضح أن هناك ارتفاع في العوائد السياحية لكل دولة بين سنتي 2015م و 2016م، وخصوصاً دول جنوب شرق آسيا كتايلندا والصين التي ارتفعت عائداتها، فالصينيون أصبحوا يتصدرون العالم في الإنفاق على السياحة، حيث أشارت مجلة "الايكونومست" أن نمو إنفاق الصينيين على السياحة الخارجية بلغ قرابة 130 مليار دولار في عام 2012م، بينما كانت الصين من أقل الدول التي تنفق

مواطنوها على السياحة في عام 1995، وبقيت الولايات المتحدة الأمريكية تحتل المركز الأول من حيث العوائد فبلغت في سنة 2016م حوالي 205.9 مليار دولار، نتيجة الإنفاق السياحي الكبير للسياح الوافدين إليها ونفس الملاحظة للدول 10 الأوائل المذكورة في الجدول وهذا يعكس الإمكانيات السياحية الكبيرة المتاحة في هذه الدول مما جعلهم قبلة للسياح من مختلف أنحاء العالم. وفيما يخص منطقة الشرق الأوسط فقد جاءت الإمارات كأكبر دولة عربية في المركز 29 برقم 19.49 مليار دولار، وبعدها السعودية في المركز 35 برقم 8.2 مليار دولار.

المطلب الثاني: ماهية التنمية السياحية

لقد تعاضمت أهمية النشاط السياحي في العالم خلال العقود الأخيرة، كما تم توضيحه سابقا بالنظر لما أصبح يمثله من مورد اقتصادي هام يضاهي واردات النشاطات الاقتصادية التقليدية. الأمر الذي استدعى ضرورة تنظيم، ضبط وتقييم نشاطاتها من خلال برامج واستراتيجيات التنمية.

أولا - مفهوم التنمية السياحية:

1- تعريف التنمية السياحية: هناك تعريفات متعددة للتنمية السياحية يعبر بعضها عن هدف الزيادة الإنتاجية في القطاع السياحي، ويذهب البعض إلى تعريفها بأنها اتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين. لذلك سنحاول توضيحها فيما يلي:

يرى الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب أن التنمية السياحية لا يمكن أن تقتصر على تنمية العرض السياحي فقط أو أجزاء منه ببناء فنادق وقرى سياحية تنتشر في مناطق مختلفة، وإنما يجب أن يمتد معنى التنمية السياحية ليشمل تنمية كل من العرض والطلب لتحقيق التلاقي بينهم لإشباع رغبات السائحين، والوصول إلى أهداف قومية وقطاعية وإقليمية موضوعة سلفاً لتكون معياراً لقياس درجة التنمية السياحية المطلوبة¹.

عرفت التنمية السياحية بأنها "توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، ببناء وتوسيع وارتقاء الخدمات السياحية، والاستغلال الأمثل للمقومات السياحية، ما يؤدي إلى تأثيرات اجتماعية، واقتصادية من إيجاد فرص عمل جديدة وزيادة الدخل، فهي تنمية حضارية شاملة للمقومات الطبيعية كافة والإنسانية منها والمادية"².

¹ - جلييلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2006، ص 09.

² - محمد فريد عبد الله، وآخرون، التخطيط والتنمية السياحية، الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015، ص ص 73.

أما الدكتورة منال شوقي عبد المعطى تعرفها على أنها: "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي عملية مركبة متشعبة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها ومتداخلة بعضها مع البعض، تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية من إطار طبيعي وإطار حضاري والمرافق الأساسية العامة والسياحية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي وربط كل ذلك بعناصر مختلفة اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية وتحقيق التوسع في المرونة الواجب توفرها في تضافر القطاعات الإنتاجية المختلفة"¹، ويتضح أن هذا التعريف من التعاريف الشاملة لمفهوم التنمية السياحية بمكوناتها وأبعادها كافة.

على الرغم من المفاهيم المختلفة للتنمية السياحية، إلا أن التنمية السياحية تظل في أسسها جزء لا يتجزأ من التنمية الاقتصادية، فإذا أقمنا التفرقة اللازمة بين مفهوم النمو والتنمية* بالنسبة لقطاع السياحة فإن نمو النشاط السياحي سوف يتحقق طبيعياً تبعاً لما يتدفق إليه من عناصر إنتاجية متخصصة، سواء رأسمالية في شكل منشآت سياحية أو بنية أساسية سياحية، أو قوة عمل أو موارد طبيعية، وكذلك تبعاً لزيادة إنتاجية هذه العناصر، ويلاحظ أن هذا النمو السياحي يؤدي إلى زيادة الدخل المتولد من النشاط السياحي، ويعبر - اصطلاحاً التنمية السياحية - عن مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي عملية مركبة ومتشعبة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها البعض، تقوم على محاولة علمية وتطبيقية بحيث تسعى للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية، من إطار طبيعي وإطار حضاري، والمرافق الأساسية العامة والسياحية من خلال التقدم التكنولوجي، وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية².

2- أهمية التنمية السياحية: أصبحت السياحة اليوم تمثل أحد أهم البدائل الاقتصادية للدول، كونها تساهم في حل الكثير من المشكلات الاقتصادية التي يعاني منها عالمنا المعاصر. ويمكن تلخيص أهميتها فيما يلي:

¹ - منال شوقي عبد المعطى أحمد، محاضرات في التنمية السياحية، الإسكندرية: دار الفاء لنديا الطباعة والنشر، 2013، ص 9-10.
* يفرق الاقتصاديون بين النمو الاقتصادي الذي هو ظاهرة طبيعية تحدث بسبب الزيادة في كميات عناصر الإنتاج أو الزيادة في إنتاجاتها بسبب التقدم الفني أو زيادة كفاءة العمل ... إلخ، والتنمية الاقتصادية حيث أن مفهومها لا يتضمن فقط نمو الناتج الوطني بسبب زيادة كمية وإنتاجية عناصر الإنتاج، وإنما أيضاً التغيرات في هيكل النشاط الإنتاجي، وعادة ما تؤدي هذه التغيرات الهيكلية إلى نمو الناتج الوطني، بمعدلات ملحوظة على نحو لا يتحقق بغير هذه التغيرات.

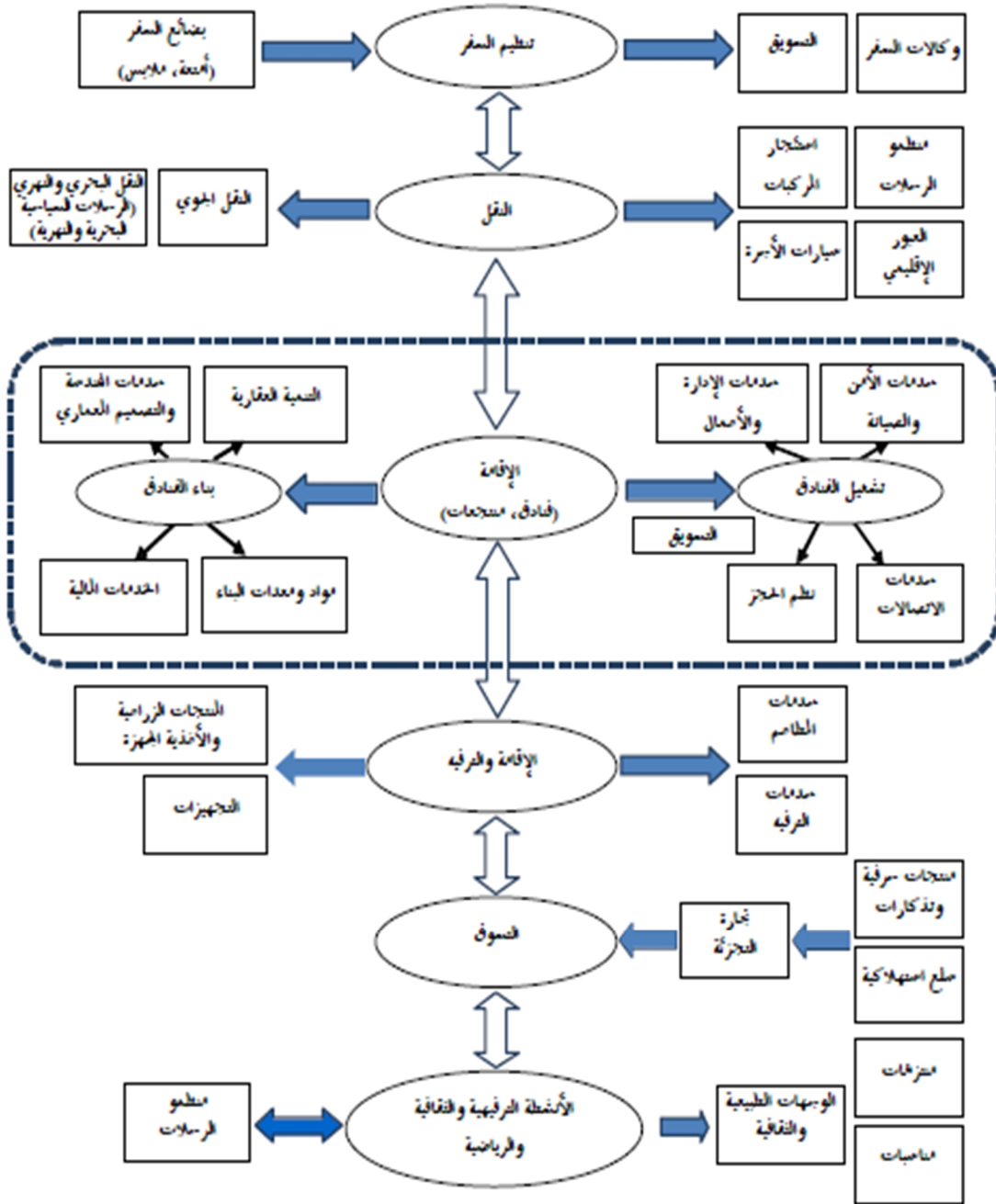
² - جليلة حسن حسنين، مرجع سابق الذكر، ص 26.

أ- الأهمية الاقتصادية: إن المتبع للتطور السياحي الدولي يجزم بأن السياحة ساهمت إيجاباً في اقتصاديات دول عديدة بشكل أصبحت معه السياحة عاملاً من عوامل التنمية الاقتصادية نتيجة ضخامة عائداتها، فهي تمثل أحد أهم مصادر الدخل القومي التي يعتمد عليها لتحقيق التنمية الاقتصادية، فالسياحة في الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وإسبانيا والمغرب والإمارات تحتل اليوم أعلى الدرجات في ترتيب المساهمة بالعملة الصعبة بالنسبة لإجمالي الناتج المحلي فيها، وهو ما يؤكد على الدور الذي أصبحت تلعبه السياحة في اقتصاديات العديد من دول العالم، فتطوير الحركة السياحية وتوسع أنشطتها وزيادة حجمها أدت إلى تنشيط الحركة الاقتصادية والتنموية، وزيادة موارد الخزينة العامة للدولة وزيادة مصدرها من الدخل الأجنبي.

لذلك اعتبرت السياحة أحد العناصر الأساسية للتنمية الشاملة، لأن تنمية السياحة ستؤدي حتماً إلى تطوير العديد من الصناعات الأخرى، حيث أن نمو الإستثمارات السياحية من شأنه أن يؤدي إلى الاستغناء عن استيراد الكثير من السلع والخدمات من الخارج والاعتماد على السوق المحلي في التموين والتمويل مستقبلاً كما أن عائد الاستثمار في القطاع السياحي أسرع وأكبر منه في قطاعات أخرى.

قد شكل القطاع السياحي أحد العناصر الأساسية في التنمية الاقتصادية وخاصة في الدول النامية فقد أصبح بديل للعديد من الصناعات الثقيلة، واستطاعت العديد من الدول بفضل اهتمامها بتنمية السياحة والتركيز على استثماراتها، الانتقال إلى مجموعة الدول الأكثر تطوراً سياحياً، ويقاس ذلك بحصيلة صافي النقد الأجنبي الناتج عن صافي الإيرادات والنفقات الخاصة بالسلع والخدمات والمواد السياحية.

المخطط رقم (02): يبين الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية



المصدر: تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ، مجلس التجارة والتنمية، السياحة المستدامة: المساهمة في النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، ، مارس 2013، ص 10.

ب- الأهمية الاجتماعية: تشكل السياحة الأساس المتين لتحقيق التنمية الاجتماعية الشاملة والتي تهدف بدرجة أساسية إلى القضاء على الفقر والبطالة، فالسياحة تساهم مساهمة كبيرة في رفع مستوى معيشة الأفراد

المجتمعات، الشعوب، تحسين نمط المعيشية، تنمية الوعي لدى المواطن وشعوره بالانتماء إلى وطنه، وتفتح آفاق جديدة لمزيد من فرص التبادل التجاري، وتبادل الخبرات بين كل من المجتمع المضيف والسائح.

السياحة من أكثر الأنشطة الاقتصادية التي تساهم في استحداث مناصب شغل، لأن التوسع في صناعة السياحة والمشروعات المرتبطة بها يساهم في توفير فرص عمل، إذ أن كل شخص يعمل مباشرة في قطاع السياحة يشكل فرصة عمل جديدة بتشغيل 5.3 شخص بصورة غير مباشرة في القطاعات الأخرى ومن المعتقد أن السياحة حالياً تخلق 215 مليون وظيفة أي 8.1 % من إجمالي الوظائف في العالم¹، مما يخفض من البطالة وبالتالي يؤدي ذلك إلى ارتفاع مستوى الدخل والرفاهية للمجتمع وزيادة معدل نمو إنفاق السواح والتأثير المباشر للسياحة في توفير فرص عمل يكون من القطاع السياحي للقطاعات المرتبطة به².

ج- الأهمية الثقافية: تعمل السياحة على زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين من مختلف الجنسيات وبين شعوب الدول المستقبلية لهم، حيث يكتسب كل منهم بعض المقومات الثقافية للآخر، مما يؤدي إلى التقليل من الفوارق والاحترام المتبادل، وفي هذا الصدد اعتبر "مارك بوير Mark Boyer" أن السياحة هي بمثابة حلقة لتبادل القيم الاقتصادية والثقافية بين الشعوب، فهو يعبر عن هذه الحلقة الحوارية بوضوح من خلال العلاقة بين المناطق المستقبلية النامية (دول متوسطة - الشرق الأوسط - أمريكا الجنوبية)، بهذه الكيفية تقدر السياحة كونها نقطة للتعارف بين المورد (الثروة) مع الإنسان، لكن هذا التبادل للقيمتين المختلفتين، لا بد أن يكون إرادي مسؤول فهو يمكن أن يصبح عامل غناء للطرفين³.

النشاط السياحي الدولي يسمح من جهة بتعرف السياح على ثقافات وحضارات الشعوب المستقبلية، ومن جهة أخرى أبناء الشعوب المستقبلية للسياح يتعرفون على عادات وسلوكيات السائحين⁴، وهذا يعمل على رفع المستوى الثقافي للسكان، حيث أن الزيارات والجولات التي يقوم بها السياح لها أثر على تنمية مدارك المواطنين ورفع مستواهم الثقافي خاصة وأن البرامج السياحية الداخلية تستهدف عادة مواطن المعلومات الجديدة وأماكن تجمع المعرفة كالمعارض والمتاحف، وتحقيق الرقي الثقافي بطرق مباشرة، ناهيك عن كونه يساهم في سرعة إعداد المواطن الصالح الذي يدعم بجهوده تنمية البلد⁵.

¹ - حمزة درادكة، وآخرون، السياحة البيئية **Eco-Tourism**، الأردن: مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع، 2014، ص 38.

² - صلاح زين الدين، دراسة لفرض تحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، جامعة طنطا، كلية الحقوق، مصر، 26-27 أبريل، 2016، ص 18.

³ - René Baretge et Pierre Defert, **Aspecte économiques du tourisme**, France: éditions Berger-Lavault, 1972, p 22.

⁴ - جلييلة حسن حسنين، مرجع سابق الذكر، ص 14

⁵ - صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق الذكر، ص 29

ثانيا - السياسة السياحية:

تتبنى الدول السياسات العامة للتنمية السياحية بقانون بحيث تصبح ملزمة لكافة أجهزتها و مؤسساتها الرسمية وغير الرسمية، ويجب أن تشمل هذه السياسة السياحية الشاملة على أهداف العامة وأساليب تحقيق تلك الأهداف في صورة استراتيجيات عامة ومستقبلية تهدف إلى تحقيق التنمية المتوازنة بين السياحة وغيرها من قطاعات الإنتاج والخدمات¹.

1- تعريف السياسة السياحية: عرفت السياسة السياحية على أنها مجموعة من اللوائح والقواعد والمبادئ التوجيهية والتوجيهات، وأهداف تنمية والاستراتيجيات التي توفر الإطار التي تتخذ في إطارها القرارات الجماعية والفردية التي تؤثر مباشرة على نمو السياحة على القصير والمتوسط الطويل²، كما عرفت على أنها مجموعة من السلوكيات والخطط الإدارية والإرادية المهادفة إلى تطوير وتنمية السياحة ووسائل التحكم بها، وتمثل الإطار العام للتحرك السياحي وتتفرع عنها عدة استراتيجيات تفصيلية لكل جانب من جوانب السياحة كإستراتيجية: التسويق- التنظيم السياحي- التسهيلات السياحية- استخدامات الأراضي- التدريب والتعليم - نشر الوعي السياحي - حماية البيئة والتوسع في المحيطات الطبيعية وغيرها.

2- أنواعها: تنقسم إلى³:

- أ- **سياسة التهيئة والتطوير السياحي:** هدفها تطوير وترقية المنتج السياحي وتمثل في:
 - السياسة التقليدية: وهي عبارة عن خطة عامة تنطلق منها هذه السياسة لخلق منظومة كاملة من التجهيزات كشق الطرق وبناء الفنادق و المطاعم...، وكذا الأماكن اللازمة للاستقبال وقضاء العطل ويشترط في هذه السياسة مراعاة التوازن البيئي للمحيط.
 - السياسة النظامية: يوجد نوعين من هذه السياسة، الأولى نظامية مخططة تعتمد على التحليل النظامي للمحيط السياحي، ويعتمد التحليل على مجموعة من المعايير مثل: عوامل الجذب الايكولوجية والعوامل التكنولوجية، والثانية سياسة مطبقة على المحطات والوحدات الصغيرة.
 - السياسة المتعددة الأبعاد: وهي عبارة عن إعداد خطط إنجاز عدة مشاريع مختلفة وفي مناطق مختلفة في وقت واحد وبانتظام.

¹ - نشوى فؤاد، التنمية السياحية، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2008، ص6

² - David L. Edgell, Sr Maria DelMastro Allen Ginger Smith Jason R. Swanson, **Tourism Policy and Planning Yesterday, Today and Tomorrow**, First edition, , Great Britain: Elsevier Inc, 2008, P 7.

³ - هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2006/2005، ص 144..

- السياسة الجهوية الإقليمية: التخطيط الجهوي حسب المنظمة العالمية للسياحة هو نتيجة للنشاطات المتعلقة بالبلدان المتجاورة والتي تهدف إلى التنسيق والتوفيق بين سياستها سواء على مستوى الحدود أو نطاق أوسع، أو عن طريق سياسة تكميلية فيما بينها.
- ب- **السياسة الحفظية:** تعد من أهم السياسات السياحية التي تساعد على تنشيط وتنمية السياحة وتنقسم إلى:
 - سياسة حفظ التراث التاريخي والفني*: وذلك من خلال تامين وهذه الموارد وحمايتها عن طريق تصنيفها وضع الآليات القانونية لحمايتها.
 - سياسة حفظ المحيط الطبيعي: يتسبب السياح في إحداث أضرار للطبيعة بالفضلات، و تدهور المحيط الطبيعي و التوسع في المنشآت السياحية، ومن أجل الحد من هذه الأخطار الطبيعي تلجأ الدولة المضيفة إلى وضع إجراءات حمائية للحفاظ على محيطها الطبيعي حتى تحافظ على جاذبيته، وهذا ما سيتضمن إقبال السياح على هذه المناطق ومنه استمرار تحقيق الأرباح.
 - سياسة حفظ الوسط الاجتماعي: تقوم بعض الدول السياحية بإتباع سياسات خاصة بحماية الوسط الاجتماعي للأهالي من أجل الحفاظ على ثقافتها عاداتها وتقاليدها وأصالتها وهذا نظرا للتأثير الاجتماعي الذي يتركه السياح الأجانب في البلدان التي يزورونها، كاستهلاك الكحول مثلا.

ثالثا - التخطيط السياحي:

تتم عملية التخطيط من خلال دراسة وحصر جميع أنواع الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة والإمكانات المتوفرة في الدولة ومناطقها المختلفة، من أجل إشباع حاجات السكان، سواء كانت سلعية أو خدمية، وعليه فالتخطيط بمفهومه الواسع هدفه تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال الإستغلال العقلاني للموارد المتاحة، ما يدفعنا إلى إلقاء نظرة حول التخطيط السياحي باعتبار أن التخطيط هو وسيلة لأي دولة تتمتع مقومات سياحية ترغب في تحقيق تنمية سياحية سريعة.

1- تعريف التخطيط السياحي: التخطيط السياحي بدأ ظهوره مع ظهور السياحة كعلم، وبدأ الاهتمام به من طرف الحكومات والمنظمات، وخصوصا بعد الحرب العالمية الثانية، إذ تطورت حركة السفر الدولية، بالإضافة إلى زيادة تنوع أشكال السياحة. ويعرف الأستاذ محمد عبيدات التخطيط السياحي على أنه "كافة

* بدأ الاهتمام بالتراث التاريخي المعماري منذ القدم إذ ظهر أول قانون يحمي الآثار سنة 1634 م باليونان، كما ظهر قانون دولي لتصنيف المواقع والنصب التذكارية سنة 1913، مع نشر قوانين حماية و وقاية العقارات و البنايات القديمة، حيث صنف 12125 بناية قديمة تذكارية منذ سنة 1980، وعملية ترميم وتحديد الإرث التاريخي والثقافي تدرج ضمن سياسة تقوم بتسطيرها الدولة أو الإدارة المسؤولة في الميدان السياحي، وتتولى منظمة اليونسكو دعم و تمويل الدول من أجل تطبيق عمليات ترميم و حفظ الإرث الثقافي و التاريخي.

الإجراءات المؤدية إلى وضع أهداف ممكنة التنفيذ من الناحية البيئية للوضع السياحي وعلى ضوء الموارد البشرية والمادية المتاحة وبالنظر للأولويات¹.

حسب الدكتور نبيل الروبي فإن التخطيط السياحي بصورته المبسطة هو رسم صورة تقديرية لمستقبل النشاط السياحي في منطقة أو عدة مناطق وخلال فترة زمنية قادمة، ويتمشى مع هذه الصورة عملية حصر للموارد السياحية لتحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية فعالة، لأن التخطيط السياحي عملية مشتركة بين الدولة، القطاع الخاص والأفراد.

2- أهمية التخطيط السياحي: ترتبط التنمية السياحية ارتباطاً وثيقاً ببقية القطاعات الاقتصادية الأخرى وتتداخل معها، وعليه فإن التخطيط السياحي جد ضروري لضمان التناسق بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى، ويمكن ذكر أهمية التخطيط السياحي فيما يلي:

- ضبط وسيطرة الإدارة على الموارد المتاحة وتوظيفها بشكل سليم.
- ترشيد اتخاذ القرارات الإدارية.
- تفعيل وتعظيم دور الإدارة في التعامل مع النواحي التقنية أو الفنية.
- العمل على تنسيق مجالات النشاط والالتزام بالأهداف المسطرة.
- تحقيق التفاعل والحوار البناء بين المستويات الإدارية.
- يستخدم التخطيط الاستراتيجي السياحي لوضع حد للمشاكل البيئية، الاقتصادية، الاجتماعية ووضع حلول مناسبة لها.
- يستعمل لتطوير المناطق السياحية المهجورة أو ذات التخطيط الغير ملائم، وخلق مناطق سياحية وأسواق جديدة.
- يوفر الكفاءات، والأيدي العاملة المدربة والتي يمكن الاستفادة منها في العملية السياحية.

3- مراحل عملية التخطيط السياحي:

يعمل التخطيط السياحي على تهيئة الظروف التي تؤدي إلى التنمية السياحية وتعجل بها، بحيث تنطوي عملية التخطيط على تحديد الأهداف، تقدير الموارد، تحديد الوسائل والطرق لإنجاز الأهداف ومؤشراتها المستقبلية، أي هي عملية تخطيطية تستوجب الإجابة على الأسئلة الأساسية الثلاثة وهي: أين نحن؟

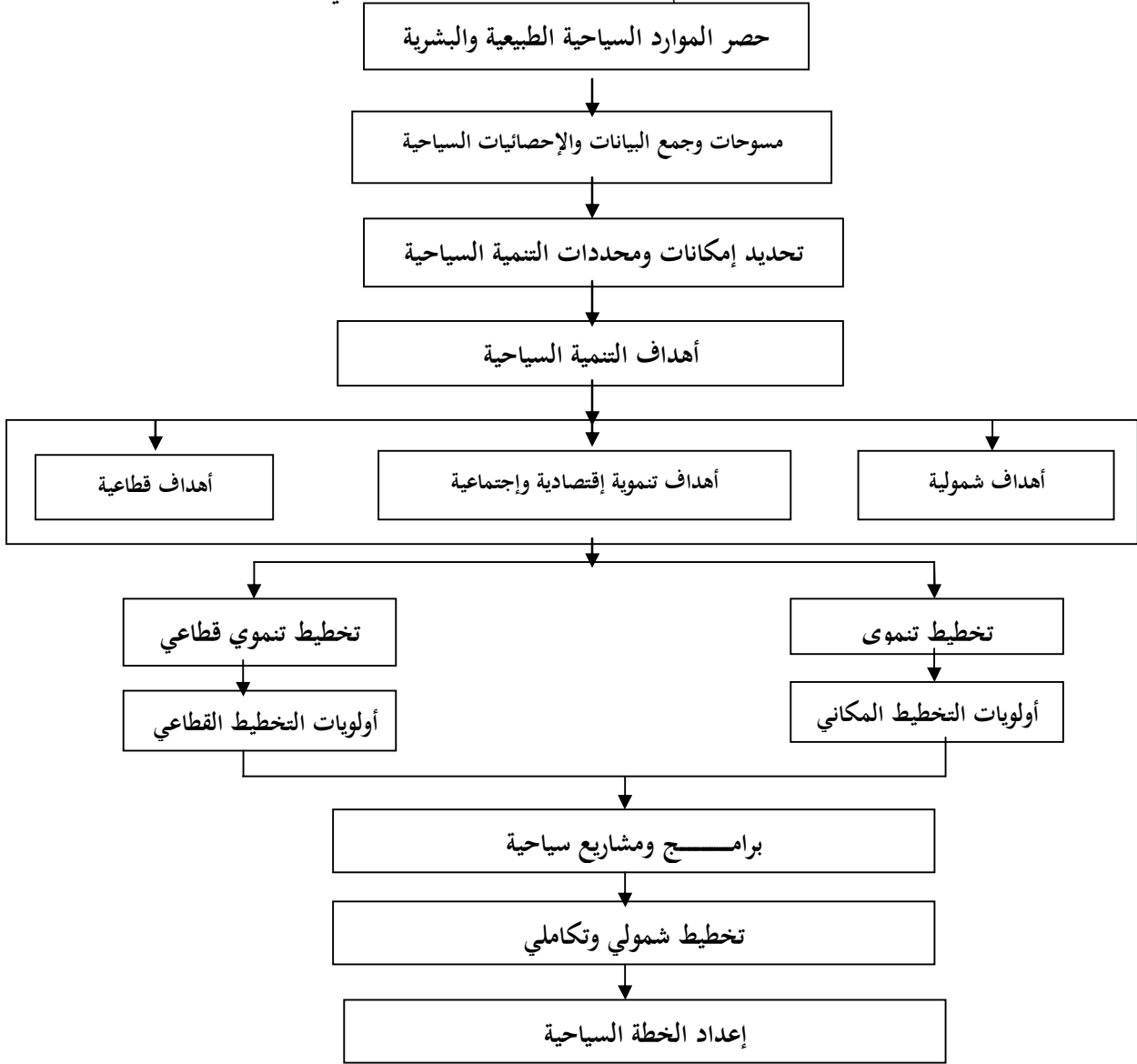
¹ - محمد عبيدات، مرجع سابق الذكر، ص 59.

أين نريد الوصول؟ كيف يمكن الوصول؟ وللإجابة على هذه الأسئلة تتطلب عملاً منهجياً وعدد من الخطوات المتسلسلة والمتراصة، وحسب كاينز وآخرون فإن التخطيط السياحي السليم يمر بأربعة مراحل وهي¹:

- **المرحلة الأولى:** وتتضمن إعداد الدراسات الأولية وجمع المعلومات الضرورية، والهدف منها الإجابة عن السؤال أين نحن الآن؟ وتسمح هذه المرحلة بعملية الإطلاع على الحقائق بإيجابياتها وسلباتها ومعرفة موقع البلد أو المنطقة السياحية مقارنة بالمناطق والبلدان الأخرى.
- **المرحلة الثانية:** وتحاول هذه المرحلة الإجابة على السؤال ماذا نريد؟ حيث أنه بعد معرفة الوضع السائد، يمكن إدراج الرؤية المستقبلية للقطاع في إطار التنمية الاقتصادية الوطنية بتحديد الأهداف المرجوة.
- **المرحلة الثالثة:** في هذه المرحلة تحدد الوسائل الضرورية والطرق للوصول للأهداف المسطرة والمرجوة ضمن المخطط وتتضمن هذه المرحلة:
 - تحديد وتقييم الربح والتكلفة سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية على المجتمع ككل.
 - تحديد الموارد المالية والوقت اللازم لتنفيذ الخطة.
 - تحديد المسؤوليات لكل القطاعات وكذا لكل المصالح داخل القطاع السياحي.
- **المرحلة الرابعة:** الإشراف والرقابة على المشروع السياحي لمعرفة جوانب القوة والقصور فيه. والمخطط التالي يوضح عملية التخطيط السياحي:

¹ - هدير عبد القادر، مرجع سابق الذكر، ص ص 118 - 119

المخطط رقم (03): عملية التخطيط السياحي



المصدر: عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي: مدخل إستراتيجي، عمان: دار الوراق، ط1، 2004، ص 92.

بناءً على ما سبق يمكننا أن نستنتج بأنه لنجاح عملية التخطيط السياحي يجب الاعتماد على:

- تجميع المعلومات المتعلقة بالنشاط السياحي للبلد.
- تحديد الأهداف الممكنة في الأجل القصير والطويل
- مراجعة الأهداف الممكنة تحقيقها في ضوء نسبة مساهمة السياحة في النشاط الاقتصادي الوطني.
- تحديد الاستراتيجيات البديلة

- تقييم البدائل أو الاستراتيجيات البديلة: من خلال تحديد نقاط القوة والضعف واختيار أفضل البدائل لتحقيق الأهداف المطلوبة، وبناء الخطة الإستراتيجية التي تتكون من مجموعة من الخطط الفرعية.

المطلب الثالث: آثار التنمية السياحية

يرى كثير من المهتمين بقطاع السياحة بأن التنمية السياحية غير المخطط لها قد تؤدي إلى أحداث جانبية سلبية، ولذلك فلا مناص من الإلمام بالآثار المتعددة، حيث يمكن درء المشاكل وتعزيز المزايا عند تنمية السياحة، وفي هذا الشأن يمكن رصد ثلاثة أنواع من الآثار: الاقتصادية، الاجتماعية الثقافية والآثار البيئية.

أولاً - آثار الاقتصادية: تعمل التنمية السياحية في بعض الأحيان على خلق مشكلات اقتصادية سلبية على المجتمعات المحلية أهمها:

- **التضخم:** حيث يؤدي تدفق السائحين في منطقة معينة وفي مواسم معينة إلى ارتفاع في الأسعار إذا لم يستطع العرض - السلع والخدمات السياحية - أن يلبي الطلب المتزايد، ويرجع مصدر التضخم في هذه الحالة إما إلى جذب زيادة الطلب السياحي أو زيادة النفقات السياحية، أو يرجع إلى المصدرين معا وبذلك يكون النشاط السياحي سببا في ارتفاع الأسعار، والتي تؤثر سلبا على القدرة الشرائية للمجتمعات المحلية
- **البطالة الموسمية:** نظرا لأن النشاط السياحي يعتبر نشاطا موسميا في حالات كثيرة، فإن المنشآت السياحية تظل فترة من الوقت دون تشغيل مما يؤثر على الاقتصاد فترة من الوقت¹.
- **التشغيل والأجور:** غياب التوازن بين أجور موظفي قطاع السياحة مع أجور موظفي القطاعات الأخرى وهو ما لا يشجع على انتقال الإطارات إلى القطاع السياحي، نظرا للامتيازات التي يمنحها القطاع². كما هناك وظائف التي تتطلب مهارات محدودة وذات أجور متدنية مقابل أعمال صعبة كالطهارة، عمال الصيانة، خدم العرف، والسائقين، ووفقا لتقرير أعدته منظمة العمل الدولية (ILO) فإن أجور هذا القطاع متدنية بنسبة 20% مقارنة مع بقية القطاعات الأخرى، إضافة إلى ظروف العمل الصعبة (...). وبقدر متوسط ساعات العمل في قطاع السياحة بحوالي 43 ساعة أسبوعيا مقارنة بـ 35 إلى 40 ساعة في بقية القطاعات الأخرى³.

¹ - نبيل الروبي، نظرية السياحة، الإسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية، د. ت. ن، ص ص 44-45.

² - يسرى دعيس، السياحة، مصر: الملتقى المصري للإبداع والتنمية، 2001، ص 89.

³ - صليحة عشي، الأداء والآثار الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتنمية،

جامعة الحاج لخضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، باتنة، 2010-2011، ص ص 211-212

- تتراجع الفوائد الاقتصادية للسياحة إذا كانت المرافق ملكا لمستثمر أجنبي ويعمل بها عمال وافدون والخدمات والمواد اللازمة للنشاط مستورد من الخارج¹.
- قد تخلق السياحة مشكل للاقتصاد الوطني الذي يعتمد كثيرا على الإيرادات السياحية، بسبب تعرضه للأزمات المختلفة (اقتصادية، أمنية.. الخ).
- الاعتماد على السياحة كنشاط اقتصادي أساسي يجعل الدول تخضع للضغوطات الدولية المصدرة للسياحة والتنازل عن حقوقها ومواقفها السياسية في المحافل الدولية ويقي نشاطها الاقتصادي مهدد في أي لحظة نظرا لحساسية القطاع وخاصة من الجانب الأمني والاستقرار السياسي.
- زيادة تركز السكان بالمناطق السياحية يؤدي لهجرة المناطق الأخرى مما يحدث خلل في التوزيع السكاني.
- تتركز المعطيات السياحية في مناطق دون أخرى داخل الدولة أدى إلى زيادة الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين هذه المناطق.

ثانيا - آثار الاجتماعية والثقافية:

قد تفرز التنمية السياحية مشكلات سلبية على المجتمعات المضيفة نتيجة لعلاقتها المباشرة أو غير المباشرة مع السائحين، وتظهر هذه السلبيات متى جلبت السياحة تغيرات في القيم والسلوكيات، وهذه بدورها تحدث تغيرات في أنماط الحياة الاجتماعية التقليدية، وعلى أخلاقيات المجتمعات المضيفة. ويمكن إدراج هذه المشكلات في:

1- التأثير على التركيب الديمغرافي للسكان: تؤدي السياحة إلى زيادة فرص العمل وارتفاع الدخل في الإقليم السياحي الأمر الذي يؤدي إلى استقطاب أيدي عاملة كثيرة من خارج الإقليم، مما يساهم في النمو الحضري السريع، كما يؤدي إلى ظهور خلل في التركيب السكاني من حيث العمر والجنس لأن هذه الحركة انتقائية حيث تأتي الغالبية القصوى من الأيدي العاملة ذات الفئة العمرية الواقعة بين 20 و 30 سنة².

2- تغير الهوية والقيم المحلية: يمكن أن تؤدي السياحة في ظل العولمة إلى حدوث تغيرات اجتماعية أو فقدان الهوية والقيم الاجتماعية، وتحويلها إلى سلعة تحتل التقاليد الدينية، العادات والاحتفالات المحلية في صور تتسق مع توقعات وميولات السائحين لإرضاء رغباتهم، وبالتالي تغير ملامح الخصوصية الثقافية للمجتمعات المضيفة وعلى سبيل المثال: الثقافة البوذية في الغرب كانت تجذب ملايين السياح إلى منطقة الهيمالايا، ليس

¹ - عثمان محمد غنيم، نبيل سعد بنيتا، التخطيط السياحي، عمان: دار صفاء، ط2، 2003، ص151

² - عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، باتنة، 2009-2010 ص39.

فقط لتسلق قمم الجبال، ولكن لزيارة المواقع الدينية وحضور احتفالات البوذيين، والتعرف على نمط حياة هذه المجتمعات، وبدأت بعدها شكاوي الأهالي تزداد من سوء سلوك السياح في المواقع المقدسة، كما أن إرضاء السياح كان سببا في تغيير مظاهر الاحتفالات في هذه المنطقة¹.

فضلا عن ذلك تتطلب السياحة الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتعميرها وإعدادها لاستقبال السياح بما في ذلك أماكن إقامة مختلفة، بالإضافة إلى مراكز الترفيه وطرق المواصلات وذلك بالاستعانة بأحدث الطرق التكنولوجية وأساليب الحياة العصرية والتي تتولد عنها قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق وهي عادة تختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية والمعايير الخلقية التي تربوا عليها مما يؤدي إلى تحولات وتغيرات جذرية في القيم الاجتماعية الأصلية في هذه المجتمعات، وبالتالي ضياع الهوية الثقافية المحلية المميزة للمجتمع والقضاء على المغريات السياحية الاجتماعية، كما في صحراء سيناء حيث تخلّى أفراد هذا المجتمع على حرفهم ونمط حياتهم، وأصبحت نساء البادية يعتمدن بشكل متزايد على سلع السوق بدل من إنتاجها كما كان ذلك سابقا. وهكذا قد يتغير نمط الحياة للمجتمعات المضيفة والتي قد يتأثر بها السكان خاصة من هم شباب بدافع التقليد، كل ذلك نتيجة لما تحمله السياحة من أنماط سلوكية واستهلاكية وأخلاقية لهذه المجتمعات، والتي يعتبرها السكان المحليون دربا من دروب التطور والحضارة في حين تحمل في طياتها اندثار قيم وخصوصية هذه المجتمعات.

3- التصادم الثقافي: تحدث المواجهة والتصادم الثقافي نتيجة للاختلافات الثقافية والعرقية والدينية والقيم واللغوية الغالبة في المجتمع مع مختلف أجناس السياح، الذين ينتقلون من مواقع جغرافية إلى أخرى ويقيمون علاقات اجتماعية بين أفراد المجتمعات المضيفة، إذ تتطور توجهات السكان المحليين اتجاه التنمية السياحية فتمر بعدة أطوار، تبدأ بالترحيب بالسائحين لتصل بعد ذلك إلى اللامبالاة لوجودهم، ثم الشعور بالضيق والملل وقد يصل هذا الشعور إلى العدائية، سيما في حالة مضايقة هؤلاء السياح للسكان المحليين لتصل لرفض السكان المحليين للسياح².

أحيانا نتيجة لتضارب في المفاهيم والأفكار، فالرموز الدينية والثقافية لدى أي مجتمع تختلف عن غيره من المجتمعات، فقد لا يستسيغ المسلم رؤية سياح آخرين يسجدون لتمثال "البوذا"، كما لا يتقبل ممارسة بعضهم لسلوكيات عادة ما تتسبب في عدم احترام العادات والقيم الأخلاقية المحلية³. الأمر الذي يحدث شرحا عميقا في البناء السياحي لأي دولة، هذا التنازع قد يمثل تحدي في إطار إستراتيجية تنمية تعني بإبراز

¹ - صليحة عشي، مرجع سابق الذكر، ص 215.

² - مجلس التجارة والتنمية، السياحة المستدامة: المساهمة في النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، مارس 2013، ص 17.

³ - عامر عيساني، مرجع سابق الذكر، ص 40.

الخصوصية الحضارية للمجتمع المصدر للخدمة السياحية، وتقدم الوسائل الفعالة لتطوير الشخصية الوطنية والحفاظ على الهوية الثقافية.

4- الجريمة: تعاني بعض الدول من انخفاض مستويات الدخول للأفراد ونقص إمكانياتهم المتاحة في الوقت الذي يدخلها السائحون بعاداتهم الاستهلاكية وقدراتهم المادية، وهو ما يؤدي إلى توجه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة وإن كانت بوسائل غير مشروعة فتظهر طائفة الوسطاء والمشجعين للسوق السوداء والمستغلين للسائح في مختلف المجالات، والمروجين لبعض صور الانحراف تحت مسميات متعددة مثل التسلية والترفيه والمتعة والراحة. وبالتالي تنتشر العديد من الآفات كالمخدرات والجنس والتهریب، واستغلال الضعفاء من شرائح المجتمعات المحلية الفقيرة بما في ذلك النساء والأطفال في أعمال الخدمة في الفنادق وفي مختلف الأنشطة المرتبطة بالسياحة، وأبشع جرائم السياحة هو ظهور وانتشار السياحة الجنسية واستغلال الجنسي للقصر¹. ولكن هذا لا يعني أن السياحة مسؤولة عن حدوث كافة الجرائم، ولكن لابد من مواجهة الجريمة التي تكون هدفها السياح، فحماية السياح منها يكون حيوي و ضروري لنمو السياحة.

ثالثا- الآثار البيئية: إن النمو السياحي السريع غير المخطط تنتج عنه الكثير من المشكلات السلبية المحيطة بمختلف الأقاليم السياحية وهي²:

- الاستعمال غير العقلاني للأرض والتوسع في تشييد البنى التحتية والفوقية للأنشطة السياحية، أدى إلى امتداد هذه المشاريع على الأراضي الزراعية وإلى مناطق ذات التنوع النباتي والحيواني النادر وبالتالي أدت إلى إهلاك جزء كبير من البيئة الطبيعية والتقليل من الجانب الجمالي لها خاصة إذا كانت بطريقة فوضوية.
- الإضرار بالمواقع التاريخية والأثرية سريعة التلف كالنقوش القديمة على الصخور نتيجة غياب الصيانة المستمرة والرقابة الدائمة مما يؤدي إلى ظهور ممارسات ضارة بهذه المواقع مثل السرقة والتهریب، كما أن الكثافة العددية تؤدي إلى تعرية الممرات وتفتيت الأبنية التاريخية، وهذه الآثار تظهر بعد زمن معين حيث تصبح مشكلة مستعصية الحل تخرج الموقع من السوق السياحية.

¹ - سعاد قاسم، الجرائم السياحية وأنواعها: قراءة نظرية ومفاهيمية، مجلة أنسنه للبحوث والدراسات، الجزائر، المجلد السابع، العدد الثاني، ديسمبر 2016، ص 329.

² - أنظر لكل من: - ريتشارد شاربلي، التنمية السياحية والبيئة: ما بعد الإستدامة، تر: محمد طالب السيد سلمان، طلال نواف عامر، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2012،

- مجلس التجارة والتنمية، السياحة المستدامة: المساهمة في النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، مرجع سابق الذكر، ص 18.

- صليحة عشي، مرجع سابق الذكر، ص 116.

- تلوث البيئة الطبيعية وخصوصا من خلال التصاميم غير المناسبة للمرافق العامة كأنظمة الصرف الصحي والاختيار غير الموافق لموقع المرافق السياحية في كثير من الأحيان إلى حدوث أضرار ومشاكل بيئية خاصة تلوث مياه الشواطئ والبحيرات وتلوث الهواء.
 - الاستغلال المفرط للموارد الطبيعية كالماء من طرف المؤسسات الفندقية وتوفيره دون انقطاع للسائح على حساب السكان المحليين والمزارعين.
 - إبادة الكثير من الحيوانات البرية كالإبادة الوحشية للعديد من حيوانات إفريقيا بفعل سياحة السفاري.
- وفي الأخير فحتى الشواطئ والجبال والصحاري التي يمكن أن تعتبرها سلعا حرة يمكن أن يتمتع بها كل فرد، أصبحت حكرا على المستثمرين والمؤسسات السياحية الكبرى، مما أدى إلى حرمان الطبقات الفقيرة وحتى المتوسطة من الاستمتاع بها

المبحث الثاني: التنمية السياحية المستدامة

نتيجة نمو القطاع السياحي الجامح والهادف إلى تحقيق فوائد قصيرة الأمد أصبحت تواجه الجهات السياحية التقليدية والناشئة مزيداً من الضغط على بيئاتها الطبيعية والثقافية، الاجتماعية والاقتصادية، مما أدى إلى تدمير الأساس الذي تقوم عليه السياحة الأمر الذي أدى إلى ظهور ما يسمى بالتنمية السياحية المستدامة واعتبارها منهجاً وأسلوباً تقوم عليه العديد من المؤسسات والهيئات السياحية. وعلى غير ما يعتقد الكثير فإن تطبيق هذا المفهوم لا يعد مكلفاً من الناحية المادية، وله عائد المعنوي والمادي ويعود بالربح على جميع المستويات. لذلك من خلال هذا المبحث سنوضح ما المقصود بالتنمية المستدامة؟ وما يحتوي عليه من أفكار ودلالات، ثم تبيان العلاقة بين السياحة والاستدامة وكيفية ظهور مفهوم التنمية السياحية المستدامة، وأهم مبادئها وأهدافها.

المطلب الأول: التنمية المستدامة وأبعادها

يشمل مفهوم التنمية المستدامة مساحة واسعة من القضايا، وسنتناول بالشرح بداية ظهور هذا المفهوم فيما يلي:

أولاً - تعريف التنمية:

لغة: نجد أن المفهوم في اللغة العربية يختلف عنه في اللغة الإنجليزية، حيث يشتق لفظ التنمية من نَمَى، وورد في لسان العرب، وورد في لسان العرب، النماء: الزيادة، نَمِيَ نُمياً ونُمياً ونَمَاءً: زاد وكثر -أي بمعنى الزيادة والانتشار - وربما قالو يَنْمُو نُمُوً¹.

أما في اللغة الإنجليزية Development يعني: توسيع، تطوير، تطور، تنمية، نمو نشوء، فالمفهوم في اللغة الإنجليزية يعني التوسيع والتطوير، والذي ربما يتطلب التغيير الجذري للنظام القائم واستبداله بنظام آخر أكثر كفاءة وفعالية وقدرة على تحقيق الأهداف المرجوة والمنشودة وذلك وفق رؤية المخطط الاقتصادي، الأمر الذي أعطى المفهوم البعد الاقتصادي أو التقدم الاقتصادي خاصة وأن مفهوم Development قد برز بصورة أساسية بعد الحرب العالمية الثانية في علم الاقتصاد²، واستخدام للدلالة على العمليات التي تهدف إلى إحداث مجموعة من التغيرات في مجتمع معين بهدف اكسابه القدرة على التطور الذاتي لتلبية الحاجات الأساسية المتزايدة، وبصورة التي تشبع الاحتياجات.

¹ - ابن منظور، لسان العرب، بيروت: دار صادر للطباعة والنشر، ط4، 2005، ص 363.

² - صبحي محمد قنوص، أزمة التنمية، طرابلس، د. ب. ن: الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والاعلان، ط1، 1992، ص ص 69-71.

اصطلاحاً: يعد مفهوم التنمية من أهم المفاهيم التي شاع تداولها في العالم في النصف الأخير من القرن العشرين حيث أطلق على عملية تأسيس نظم اقتصادية وسياسية متماسكة فيما يسمى بعملية التنمية، ويعرفها والت روستو بأنها تخلي المجتمعات المتخلفة من السمات التقليدية وتبني الخصائص السائدة في المجتمعات المتقدمة¹. ويشير المفهوم بصورة جلية إلى عملية التحول التي صاحبت استقلال العديد من الدول في الستينيات من القرن الماضي، وتبرز أهمية مفهوم التنمية في تعدد أبعاده ومستوياته، وتشابكه مع العديد من المفاهيم الأخرى مثل التخطيط والتقدم. والتعريف الذي يرى أن التنمية تعنى النمو المدروس على أسس علمية والذي قيست أبعاده بمقاييس علمية سواء كان تنمية شاملة ومتكاملة أو تنمية في أحد الميادين الرئيسية مثل الميدان الاجتماعي، الاقتصادي، السياسي أو الميادين الفرعية كالتنمية الزراعية، الصناعية، التقنية... إلخ، فالتنمية هي عملية تغيير اجتماعي مخطط يقوم بها الإنسان للانتقال بالمجتمع أو المجتمع المحلي من وضع إلى وضع أفضل بما يتفق وإمكانياته الاقتصادية، الاجتماعية والفكرية و... إلخ².

مر الفكر التنموي بتحويلات كبيرة انتقلت فيه أفكار التنمية من المفهوم الكلاسيكي الذي ركز على النمو الاقتصادي ومعالجة المشكلات الاقتصادية التي انبثقت عن خصائص وواقع حياة الدول إلى مفهوم التنمية المستدامة الذي ركز على إدراج البعد البيئي في مجال الاقتصاد، بحيث برز مفهوم التنمية بداية في علم الاقتصاد حيث استخدم للدلالة على عملية إحداث مجموعة من التغيرات الجذرية في مجتمع معين بهدف إكساب ذلك المجتمع القدرة على التطور الذاتي المستمر بمعدل يحسن المتزايد في نوعية الحياة لكل أفراده، ثم انتقل مفهوم التنمية إلى حقل السياسة منذ العقد السادس من القرن العشرين، حيث ظهر كحقل منفرد يهتم بتطوير البلدان غير الأوروبية تجاه الديمقراطية وصولاً إلى مفهوم التنمية المستدامة الذي اكتسب أهمية كبيرة على الصعيد العالمي خصوصاً مع انعقاد قمة البيئة والتنمية في البرازيل سنة 1992م وذلك بعد تغير الحاجات لتصبح أشمل ومتعلقة بالإنسان في حد ذاته.

ثانياً - تعريف التنمية المستدامة:

قبل التطرق إلى مفهوم التنمية المستدامة يجب إزالة اللثام عن الاستدامة كنقطة مبدئية، يعود أصل الاستدامة إلى علم الأيكولوجيا الذي استخدم الاستدامة للتعبير عن تشكل وتطور النظم الديناميكية، والتي تعرضت إلى تغيرات هيكلية تؤدي إلى حدوث تغير في خصائصها وعناصرها وعلاقات هذه العناصر ببعضها

¹ - حجيلة رحالي، التنمية في ظل المتغيرات العالمية (من التنمية الاقتصادية إلى التنمية المستدامة)، مجلة معارف، الجزائر، المجلد 09، العدد 17، ديسمبر 2014، ص 156.

² - صباح شنايت، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، الجزائر، د.س.ن، ص 23.

العض، وفي المفهوم التنموي استخدم مصطلح الاستدامة للتعبير عن طبيعة العلاقة بين علم الاقتصاد وعلم الأيكولوجيا.

إذا كانت التنمية المستدامة كمفهوم قديماً فإنه مصطلح يعد حديث النشأة حيث كان أول ظهور له في مطلع عقد الثمانينات وتحديدًا سنة 1981م في تقرير الاتحاد العالمي للمحافظة على الموارد الطبيعية والذي كان بعنوان "الإستراتيجية العالمية للمحافظة على البيئة"، وقد تم للمرة الأولى وضع تعريفاً محدداً للتنمية المستدامة والذي عرفها بأنها "السعي الدائم لتطوير نوعية الحياة الإنسانية مع الأخذ بعين الاعتبار قدرات النظام البيئي الذي يحتضن الحياة وإمكاناته"¹.

أما الولادة الحقيقية لمفهوم التنمية المستدامة جاءت مع إعلان اللجنة العالمية للبيئة والتنمية لتقريرها المعنون "مستقبلنا المشترك" الصادر سنة 1987م، والتي عرفت التنمية المستدامة بأنها: "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرات الأجيال القادمة على تلبية احتياجاته"². ثم ترسخ مفهوم التنمية المستدامة عند الجميع سنة 1992م في قمة الأرض بالبرازيل، حيث ظهرت عدة جمعيات غير حكومية مهتمة بالبيئة ذات بعد وطني وإقليمي عالمي خاصة في الدول المتقدمة، وقد وافقت عليه كل الدول المشاركة في الاتفاقية مما أدى إلى انبثاق ما يسمى بأجندة القرن 21 والسمة الأساسية لهذا البرنامج هو الاهتمام بالتنمية المتواصلة، ثم تطورت لتشمل الحفاظ على الموارد الطبيعية والتنوع البيولوجي سنة 2002م في قمة جوهانسبورغ.

يهدف هذا المفهوم الجديد إلى تحسين نوعية حياة الإنسان من منطلق العيش في إطار القدرة الاستيعابية للبيئة المحيطة³، وترتكز فلسفة التنمية المستدامة على حقيقة هامة مفادها أن الاهتمام بالبيئة هو الأساس الصلب للتنمية بجميع جوانبها، فهذا النوع من التنمية هو الذي يركز على بعدين مهمين هما الحاضر والمستقبل، وتكمن أهمية التنمية المستدامة حسب هذا التعريف في قدرتها على إيجاد التوازن بين متطلبات التنمية للأجيال الحاضرة دون أن يكون ذلك على حساب الأجيال القادمة. وهناك العديد من التعاريف المتداولة للتنمية المستدامة فنجد أكثر من 60 تعريفاً لهذا المصطلح، وقد تضمن التقرير الصادر عن معهد

¹ - ماجدة احمد أبو زنت وعثمان محمد غنيم، التنمية المستدامة فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، الأردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2007، ص 23.

² - اللجنة العالمية للبيئة والتنمية، مستقبلنا المشترك، تر: محمد كامل عارف، الكويت: سلسلة عالم المعرفة، 1989، ص 69.

³ - World Commission on Environment and Development, **Our Common Future**, UN General Assembly, A/42/427, August, 1987, P 54.

الموارد العالمية، حصر عشر تعريفات واسعة التداول للتنمية المستدامة، وقد قسم التقرير هذه التعريفات الى أربع مجموعات كما يلي: اقتصادية، اجتماعية، بيئية وتكنولوجية¹.

- اقتصاديا تعني التنمية المستدامة للدول المتقدمة إجراء خفض في استهلاك الطاقة، والموارد أما بالنسبة للدول المتخلفة فهي تعني توظيف الموارد من أجل رفع مستوى المعيشة والحد من الفقر.
- إجتماعيا: فهي تعني السعي من أجل استقرار النمو السكاني ورفع مستوى الخدمات الصحية والتعليمية خاصة في الريف.
- أما بيئيا فهي تعني حماية الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل للأراضي الزراعية والموارد المائية.
- وتكنولوجيا فهي تعني نقل المجتمع الى عصر الصناعات النظيفة التي تستخدم تكنولوجيا منظمة للبيئة وتنتج الحد الأدنى من الغازات الملوثة والحابسة للحرارة والضارة بالأوزون.

من هنا يمكن القول أن التنمية المستدامة تعني تحقق التوازن بين النظام البيئي والاقتصادي والاجتماعي والتكنولوجي والمساهمة في تحقيق أقصى حد من النمو في الأنظمة الأربعة السابقة وأن لا يكون هناك تأثير جانبي على الأنظمة السابقة.

ثالثا - أبعاد التنمية المستدامة: يمكننا حصر الأبعاد التي تركز عليها التنمية المستدامة فيما يلي:

1- الأبعاد الاقتصادية: إن البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة يتطلب إيقاف تبديد الموارد الاقتصادية الباطنية والسطحية، والحد من التفاوت في المداخل والثروة فضلا عن الاستخدام العقلاني والرشد للإمكانيات الاقتصادية. ويتجسد كل ما سبق من خلال تغيير أسلوب الإنتاج ذلك إن الإنتاج المتوافق من النظام البيئي سيختلف اختلافا عميقا عن الإنتاج الحالي ويكون ذلك من خلال إدخال إصلاحات أساسية وبشكل أولوي على نظام الإنتاج، كالقيام بإجراء تخفيض في مستوى مدخلات الإنتاج (المصادر الطبيعية)، ويعتبر غير المدخلات أحد الإصلاحات الأساسية المطلوبة لإدراج حماية النظام الطبيعي ضمن الاقتصاد الكلي (التنمية) مثل التحول من استخدام الوقود الأحفوري (النفط) إلى استخدام الطاقات المتجددة والتحول من استخدام مواد خام إلى مواد مستعملة²، بالإضافة إلى ذلك العمل على تقليص المخرجات (المخلفات) من نفايات وملوثات و تصميم منتجات ذات كفاءة بيئية تراعي إشباع الحاجات الإنسانية في الوقت الذي تقلل فيه

¹ - محمد صالح الشيخ، الآثار الاقتصادية والمالية لتلوث البيئة ووسائل الحماية منها، الإسكندرية: مطبعة الإشعاع الفنية، ط1، 2002، ص 17.

² - دوجلاس موسشيت، مبادئ التنمية المستدامة، مصر: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط1، 2000، ص 26.

من التأثيرات البيئية السلبية وكذا كثافة استغلال الموارد للوصول بها إلى مستوى يتناسب على الأقل مع طاقة احتمال الأرض التقديرية¹.

2- الأبعاد الاجتماعية: تتضمن عملية التنمية المستدامة التنمية البشرية التي تهدف إلى تحسين مستوى التعليم والرعاية الصحية فضلا عن مشاركة المجتمعات في صنع القرارات التنموية التي تؤثر على المساواة والإنصاف، ولا بد من الإشارة إلى أن هناك نوعين من الإنصاف هما: إنصاف الأجيال المقبلة، وإنصاف الناس الذين يعيشون اليوم ولا يجدون فرصا متساوية مع غيرهم في الحصول على الخدمات الاجتماعية والموارد الطبيعية. لذلك تهدف التنمية إلى تحسين فرص التعليم وتقديم العون للقطاعات الاقتصادية غير الرسمية، والرعاية الصحية وبالنسبة للمرأة ولجميع فئات المجتمع.

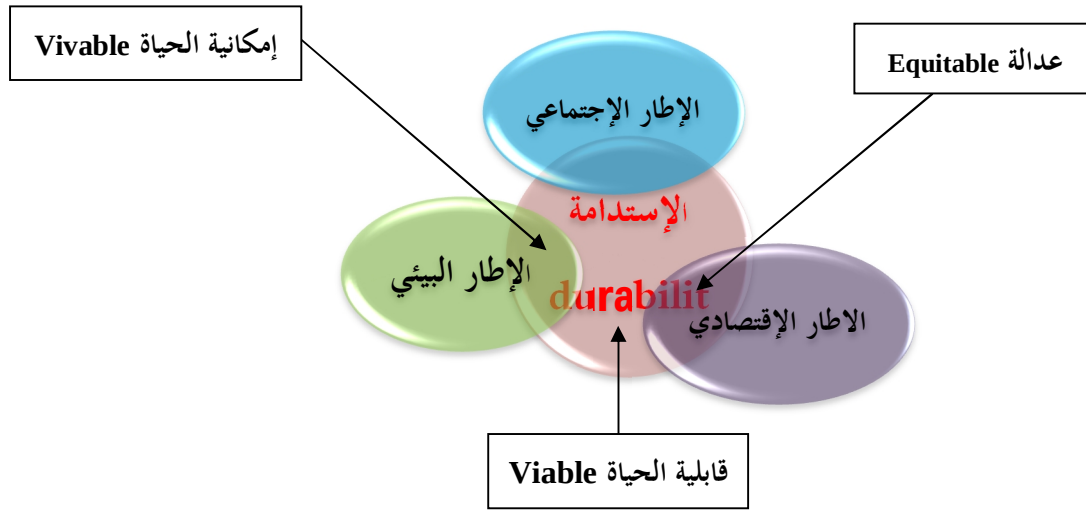
3- الأبعاد البيئية: إن فلسفة التنمية المستدامة تركز على حقيقة مفادها أن استنزاف الموارد الطبيعية التي تعتبر ضرورة لأي نشاط زراعي أو صناعي سيكون له آثار ضارة على التنمية والاقتصاد بشكل عام، لهذا فإن أول بند في مفهوم التنمية المستدامة هو محاولة الموازنة بين النظام الاقتصادي والنظام البيئي بدون استنزاف الموارد الطبيعية مع مراعاة الأمن البيئي. وما يمكن استنتاجه هو أن البعد البيئي هو الاهتمام بإدارة المصادر الطبيعية وهو العمود الفقري للتنمية المستدامة حيث أن كل تحركاتنا وبصورة رئيسية تركز على كمية ونوعية المصادر الطبيعية على الكرة الأرضية، وعامل الاستنزاف البيئي هو أحد العوامل التي تتعارض مع التنمية المستدامة لذلك نحن بحاجة إلى معرفة علمية لإدارة المصادر الطبيعية لسنوات قادمة عديدة من أجل الحصول على طرق منهجية تشجيعية ومتراصة لإدارة نظام البيئية للحيلولة دون زيادة الضغوط عليها².

تعرف المجالات الثلاث الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية بالنطاقات الثلاث للتنمية المستدامة والمخطط التالي يوضح ذلك.

المخطط رقم (04): النطاقات الثلاث للتنمية المستدامة

¹ - منور اوسرير وجيلالي بن الحاج وفتيحة مغرو، دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الاستثمارية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، الجزائر، العدد التاسع ص 338.

² - عبد الهادي مختار، الاقتصاد الأخضر ورهان التنمية المستدامة في الجزائر، مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، الجزائر، العدد التاسع، جوان 2017، ص 574.



Source : Le développement durable en question - Parc Naturel Régional , Depuis le site Web: <http://www2.brgm.fr/Fichiers/TerreDurable/plaqDDTerrePr%C3%A9s.pdf>, 28-08-2016

المطلب الثاني: التنمية السياحية المستدامة

في التقرير المنجز من طرف المجلس الاقتصادي والاجتماعي سنة 2000 يذكر أن "التنمية السياحية يجب أن تبني على أساس إيكولوجي على المدى الطويل وكذا على المستويين الاقتصادي والاجتماعي للمجتمعات المحلية". وهو ما يظهر أن التنمية المستدامة بمفهومها الحديث لا تستثني السياحة كمجال تظهر فيه كتوجه عالمي جديد تسعى الدول المتقدمة فيه إلى وضع خطط ودراسات طويلة المدى لخلق نوع من الاستقرار والترسيخ لهذا القطاع فأصبحت تبني سياسات شاملة تمتد على بعد زمني متوسط أو طويل مع تفادي الخطط التنموية القصيرة المدى، وتدعيما لهذا المنحنى نجد أن تطوير قطاع السياحة عن طريق التنمية المستدامة ورد في اتفاقيات ومواثيق دولية أو قارية وعلى سبيل المثال "الميثاق الأوروبي لتهيئة الإقليم" وتقرير "مانايلا" المتعلق بالتراث سنة 1988م¹.

أولا - تعريف التنمية السياحية المستدامة:

قصد تعريف هذا المفهوم الجديد للسياحة الذي ظهر لأول مرة قبل نحو 20 عاما، حين بدا البحث عن تبني مفهوم الاستدامة كمدخل جديد لحل مشاكل التنمية السياحية يجب تفكيك وتحليل عناصره.

1- السياحة المستدامة: يؤكد الخبراء على أن السياحة لا يمكن أن تشكل عامل تنمية إلا إذا سعت إلى تحقيق تنمية مستدامة وبعبارة أخرى تضمين كل التراث بمختلف أشكاله. وقد تم إدخال مبدأ الاستدامة في التنمية السياحية وتعزيزها لأول مرة عام 1988 من طرف المنظمة العالمية للسياحة والمتوقع أن تؤدي

¹ عبد الحليل هويدي، العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، الجزائر، العدد 09، ديسمبر 2014، ص ص 222 - 223.

إلى إدارة جميع الموارد بطريقة تتيح تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الحفاظ في الوقت ذاته على الثقافة والعمليات الايكولوجية الأساسية والتنوع البيولوجي والنظم المعيلة للحياة¹، بالرغم من أن السياحة لم تكن مدرجة في جدول أعمال القرن 21 فإن القرار بأهمية مبدأ الاستدامة في السياحة من طرف أصحاب المصلحة الرئيسيين بما في ذلك الحكومات والمنظمات الدولية وشركات القطاع الخاص المعنية بالسياحة الدولية أفضى إلى صياغة جدول أعمال للقرن 21 خاص بالإسفار وصناعة السياحة في عام 1995.

ويقصد باستدامة السياحة هو استمرار السياحة في المنطقة السياحية إلى مدة طويلة جدا ولأجيال عديدة دون أن تدمر البيئة بها، فالسياحة المستدامة هي عملية إشباع حاجات السائحين الجسدية والنفسية والحصول على متطلباتهم دون الإخلال بحقوق الأجيال القادمة من السائحين في احتياجاتهم للاستمتاع بالبيئة².

فالسياحة المستدامة هي نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي، بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها³. وبالتالي فمبدأ الاستدامة في السياحة هدفه الأساسي هو إدارة جميع الموارد بطريقة تتيح تلبية كافة الاحتياجات الاقتصادية، الاجتماعية والجمالية والحفاظ على سلامة الثقافة والعمليات الإيكولوجية الأساسية، والتنوع البيولوجي والنظم المعيلة للحياة⁴.

2- السياحة المستدامة في المؤتمرات الدولية:

أ- ميثاق السياحة المستدامة: تم إصدار هذا الميثاق بلانزروت Lanzarote باسبانيا سنة 1995م، حيث تم التطرق إلى أن السياحة عنصر أساسي لكثير من البلدان من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية

¹ - تقرير للأمم المتحدة - المجلس الاقتصادي والاجتماعي - لجنة خبراء التنمية المستدامة، تنمية السياحة المستدامة، - ماي 2001، ص3.

² - أحمد الجلاد، السياحة المتواصلة البيئية، القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2002، ص 43.

³ - فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، د. ب. ن: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2015، ص 98.

⁴ - منشورات المنظمة العالمية للسياحة، تنمية السياحة المستدامة، المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للأمم المتحدة، 02 مارس 2001،

كما أنه عنصر يؤدي إلى تدهور البيئة وفقدان الهوية المحلية، لذلك يجب وضع إستراتيجية عالمية لمواجهة التحديات البيئية لهذا القطاع¹.

ب- إعلان برلين: وهي اتفاقية دولية تمت في مارس 1997 حول التنوع البيولوجي والسياحة المستدامة حيث أدرك المشاركون أهمية القطاع السياحي وعلاقته مع البيئة وضرورة التعاون محليا ودوليا على حماية التنوع البيولوجي، كما ينبغي للأنشطة السياحية استخدام التكنولوجيا النظيفة وتشجيع استخدام وسائل النقل المستدام².

ج- المدونة العالمية لأخلاقيات السياحة: التي تمت سنة 1999م بسانتياغو، ركزت بشكل خاص على الدور الذي تلعبه السياحة في التفاهم والاحترام المتبادل بين الشعوب وإمكانية التمتع بموارد الأرض حق للجميع دون تمييز، كما دعا إلى حرية تنقل السياح ويستند في جزء منه إلى الإعلان العالمي لحقوق الإنسان³.

د- إعلان كيبك: تم سنة 2002م تضمن تقديم توصيات للمشاركين في القمة إلى اتخاذ تدابير مختلفة لتعزيز تنمية السياحة البيئية وجعل جميع أنواع السياحة أكثر استدامة من خلال الحفاظ على التراث الطبيعي والمناطق الحساسة بيئيا.

3- التنمية السياحية المستدامة: بعد أن تم التطرق للتعريف للتنمية المستدامة والسياحة المستدامة وجب تقسيم تعرفاً شاملاً للتنمية السياحية المستدامة والذي يستوفي كل من التنمية والاستدامة في السياحة.

لقد اختلف الباحثون والكتاب والمهتمين بالتنمية السياحية المستدامة في إعطاء تعريف موحد لها فمنهم من عرفها بأنها "تتمثل في تحقيق الموائمة ما بين احتياجات السياح وإمكانات الموقع السياحي، مما يؤدي إلى حماية الموارد السياحية في الموقع السياحي من خلال إدارة مثلى على الاستفادة من إمكانيات الموقع السياحي مع المحافظة على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها"⁴. وهذا التعريف ركز على القدرة في التواصل والاستمرار من خلال الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية والبشرية مع المحافظة على التنوع الحيوي والحد من الآثار السلبية للبيئة.

كما عرفت على أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الإيكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة

¹ - Organisation Mondial du Tourisme, **Charte mondiale du tourisme durable**, Lanzarote, Avril, 1995

² - **Berlin déclaration biological diversity and sustainable tourism**, Depuis le site Web: <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/berlin.html>.

³ - Programme des Nations Unies pour L'Environnement et Organisation Mondiale du Tourisme, **Vers un tourisme durable**, 2006, p 15.

⁴ - محمد فريد عبد الله، وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015، ص 27.

الأساسية¹. وجاء في تعريف لمنظمة السياحة الدولية بـ "أن التنمية المستدامة السياحية تقضي من جهة أولى تلبية الاحتياجات الحالية للسياح وللناطق المضيفة، ويستوجب من الجهة الثانية وقاية وتحسين فرص المستقبل والتنمية تستدعي إدارة شؤون الموارد بطريقة تتيح تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الحفاظ على كل المميزات الثقافية وملاحق البيئة الفطرية وتنوع الإحياء وأنظمة دعم الحياة"²، لذلك فإن التنمية السياحية المستدامة يجب أن تعمل على الاستخدام غير الجائر للموارد الطبيعية والثقافية والأخذ بعين الاعتبار الخصائص الاجتماعية والحضارية للمجتمعات المضيفة للسائحين، مع ضمان تحقيق منافع اقتصادية واجتماعية وبيئية لجميع الأطراف على المدى الطويل.

إن مستقبل قطاع السياحة يعتمد على حماية الحياة البرية والتنوع البيولوجي وإحداث التكامل بين مفاهيم البيئة والاقتصاد، وذلك عن طريق حماية البيئة من التلوث والتدمير والاستخدام الجائر للموارد الطبيعية ولهذا فقد طورت منظمة السياحة العالمية إرشادات وتوجيهات تتبع عند رسم سياسة للتنمية السياحية المستدامة كجزء من مبادرات كونية في شكل "مبادئ السياحة العالمية" وتتضمن مبادئ عالمية عن الحد الأدنى لمتطلبات الاستدامة التي يجب أن تطبقها الفنادق والمنشآت والمنتجعات السياحية. كما بادرت منظمة السياحة العالمية سنة 2008م بتقديم مبادرة إلى مؤتمر دافوس حول الاقتصاد العالمي لأجل السياحة ومواجهة مشكلة التغيرات المناخية كمساهمة في علاج بعض مشكلات الانبعاث الحراري والتغيرات المناخية وتطبيق تقنيات رفيقة بالبيئة وذلك لضمان مساعدة وتمويل البلدان الفقيرة بإقامة مشروعات لحماية البيئة والموارد الطبيعية من التلوث والتدمير.

من خلال التعاريف يتضح لنا التوافق والتشابه في التعارف حيث كل المفاهيم تصب في مصب واحد وهو كيفية استغلال المواقع السياحية استغلالاً اقتصادياً أمثل مع الحفاظ على البيئة الطبيعية والاجتماعية والثقافية باعتماد إدارة مثلى تتطلع إلى الرضا الأقصى للسائح على أن يتم التوازن بين هذه الأهداف بغية الاستمرارية. والجدول يوضح المقارنة بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية السياحية:

جدول رقم (05): مقارنة بين التنمية السياحية والتنمية السياحية المستدامة

أوجه الاختلاف	التنمية السياحية	التنمية السياحية المستدامة
من حيث	تنمية سريعة	تنمية تتم على مراحل
الخصائص:	قصيرة الأجل	طويلة الأجل

¹ - محمد إبراهيم عراقي وفاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية - دراسة تطبيقية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية -، الإسكندرية: المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، 2007، ص 4.

² - محمد فريد عبد الله، مرجع سابق، ص 28.

ليس لها حدود	لها حدود وطاقة إستيعابية معينة	
سياحة الكم	سياحة الكيف	
إدارة عمليات التنمية من الخارج	إدارة عمليات التنمية من الداخل عن طريق السكان المحليين	
تنمية بدون تخطيط	تخطيط أولاً ثم تنمية بعد ذلك	من حيث الإستراتيجيات:
تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط شامل ومتكامل	
التركيز على إنشاء البناءات	مراعاة الشروط البيئية في البناء وتخطيط الأرض	
برامج خطط لمشروعات	برامج خطط لمشروعات مبنية على مفهوم الإستدامة.	
مجموعات وإعداد كثيفة من السياح	حركة أفراد ومجموعات صغيرة	من حيث مواصفات السياح
فترات الإقامة قصيرة	فترات الإقامة طويلة	
ضوضاء وأصوات مزعجة	رزانة وهدهوء في الأداء	
في الغالب زيارة واحدة للمكان	احتمال تكرار الزيارة مرة أخرى للمكان	
مستويات ثقافية مختلفة	مستوى عالي من الثقافة والتعليم	

المصدر: محمد إبراهيم عراقي وفاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية - دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية-، الإسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، 2007، ص5.

ثانيا - مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة:

على الرغم من الصعوبات التي تواجه تطبيق التنمية السياحية المستدامة إلا أنه لا يوجد خلاف على أهمية تبني مبادئ الاستدامة لإدارة وحماية الموارد الطبيعية، ولإنجاح التنمية السياحية المستدامة في المستقبل فمن الضروري تكييف المؤسسات السياحية مع تغيير للأسلوب الذي يحقق الاستدامة للنشاط السياحي.

1- مبادئ التنمية السياحية المستدامة: وتتمثل أهم مبادئ التنمية السياحية المستدامة فيما يلي¹:

- حماية البيئة وزيادة التقدير والاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمع من خلال تحديد طاقة الإستيعاب للمواقع السياحية والأثرية وعدم تجاوزها.
- تطوير وتطبيق معايير تخطيط استخدام فعال للأرض بشكل يحسن الفوائد البيئية والاقتصادية السياحة والإقلال من التدهور في الموارد البيئية والثقافية.
- تنمية الموارد البشرية المستدامة تعتبر من أهم مبادئ الجوهرية على الاستدامة السياحية لتأمين جودة الخدمات التي تنتظرها أسواق السياح حيث لا بد من تقدير دقيق للاحتياجات المقبلة من العمالة مع وضع برامج لتعليم هذه العمالة وتدريبها.

¹ - روبرت مانتوش وآخرون، بانوراما الحياة السياحية، تر: عطية محمد شحاته، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، ط1، د. س. ن، ص 421.

- تحقيق العدالة على مستوى الجيل الواحد وكذلك بين الأجيال المختلفة من حيث الحق في الاستفادة من الموارد البيئية وتوزيع الدخول...إلخ.
- مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ قرارات التنمية السياحية وبالتالي خلق تنمية سياحية مبنية على المجتمع بحيث لا بد من تشجيع الأشخاص المحليين على القيام بأدوار قيادية في التخطيط والتنمية بمساعدة الحكومة.

2- أهداف التنمية السياحية المستدامة: تبنت الدول الأعضاء في الأمم المتحدة سنة 2015م "أجندة 2030م للتنمية السياحية المستدامة". وتتضمن هذه الأجندة أهداف التنمية السياحية المستدامة والإطار العام لهذه الإستراتيجية يتجه نحو القضاء على الفقر المطلق في الدول النامية ومحاربة التمييز وعدم المساواة وتقليل مخاطر التغيرات المناخية والاحتباس الحراري حتى سنة 2030م، وقطاع السياحة يساهم بطريقة مباشرة وغير مباشرة في تحقيق هذه الأهداف التي يمكن حصرها في أهداف اقتصادية واجتماعية وبيئية كما يلي:

أ- الأهداف الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة: نجمل أهم الأهداف الاقتصادية فيما يلي¹:

- القضاء على الفقر المطلق في العالم من خلال تشجيع الدولة لإقامة وتطوير المشاريع السياحية الصغيرة والمتوسطة ، وتدعيم الفئات الأكثر رعاية مثل النساء والشباب.
- **القضاء على الجوع في العالم:** باعتبار أن السياحة المستدامة تدفع إلى زيادة الإنتاجية الزراعية وذلك بتشجيع الإنتاج الزراعي المستدام واستهلاك المنتجات الزراعية المحلية في الفنادق والمنتجعات السياحية واندماجها في سلسلة قيمة سياحية.
- **رفع كفاءة وإنتاجية العمل والنمو الاقتصادي:** إن تدعيم التنمية المستدامة بما فيها من نمو اقتصادي مستدام ومعدل مرتفع للتشغيل المنتج هدف اقتصادي منوط بالتنمية السياحية المستدامة أن تحققه لأنها قطاع اقتصادي رائد على المستويين العالمي والمحلي، ويشغل على مستوى العالم واحد في قطاع السياحة من كل 11 مشغل سواء بطريق مباشر أو غير مباشر. وتطبيق التنمية السياحية المستدامة يفتح آفاق جديدة وفرص عمل للنساء والشباب في مشروعات سياحية مستدامة.
- **تطوير الصناعة والتكنولوجيا الملائمة والبنية الأساسية:** تعتمد التنمية السياحية المستدامة على بنية أساسية وبيئة مستدامة ومتجددة، وتساعد السياحة المستدامة الحكومات على صيانة وتحسين البنية الأساسية لتظل مستدامة ونظيفة وكوسيلة فعالة لجذب السائحين والاستثمارات الأجنبية، وهذا يسهل إقامة التصنيع والإنتاج المستدام الضروري للنمو الاقتصادي والتنمية المستدامة. واستخدام

¹ - World Tourism Organization (UNWTO), **Tourism and the Sustainable Development Goals**, 2015. From site web: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

تكنولوجيا صديقة البيئة والتنمية المستدامة، كتكنولوجيا إنتاج الطاقة النظيفة، لو صدرت قوانين تلزم الفنادق والمنتجعات والقرى السياحية على استخدام مصادر الطاقة المتجددة سيزيد الطلب عليها مما يؤدي على المدى الطويل إلى انخفاض تكلفة هذه الطاقة المتجددة.

ب- الأهداف الاجتماعية للتنمية السياحية المستدامة: ويمكن إنجازها فيما يلي:

- **رفع المستوى الصحي والشعور بالسعادة** لأن المداخل المتولدة عن السياحة يمكن إعادة استثمارها في الخدمات والرعاية الصحية بهدف رفع مستوى الصحة العلاجية والوقائية، وقد قامت الأمم المتحدة بإصدار تقرير السعادة العالمي لحث الدول على تبني استراتيجيات للتنمية تستهدف سعادة الإنسان¹.
- **القضاء على الأمية وتحسين منظومة التعليم:** تقدم فرص التعلم مدى الحياة بالإضافة إلى إعداد قوة عمل مدربة جيداً مما يعتبر أسلوباً فعالاً للنهوض بالتنمية السياحية المستدامة، بحيث يمكن لقطاع السياحة أن يقدم الحوافز في مجالات التعليم والتدريب، ويمكن للشباب والنساء الاستفادة من برامج التدريب والتأهيل المهني في إطار مشروعات التنمية السياحية المستدامة.
- **منع التفرقة وتحقيق المساواة بين الجنسين:** تعمل التنمية السياحية المستدامة على تمكين المرأة بطرق مختلفة منها خلق وظائف لها وإتاحة فرص لتوليد الدخل بالعمل في المشروعات السياحية الصغيرة والمتوسطة، وبذلك تصبح التنمية السياحية المستدامة وسيلة فعالة لتشغيل النساء ومساعدتهن للقيام بدور فعال في المجتمع المحلي.
- **تطوير المجتمع المحلي وإحداث التوازن الإقليمي:** حيث تساهم السياحة في التنمية الحضرية والريفية وتقلل من عدم التوازن الإقليمي بإعطاء المجتمعات المحلية الفرصة لتطوير نفسها ذاتياً بما يلائم بنيتها الاجتماعية والثقافية، كما تعد السياحة أداة فعالة للتنمية المستدامة في كثير من البلدان لتلحق بالاقتصاد العالمي. ففي سنة 2014م بلغت الدخل المتحصلة من السياحة في البلدان الفقيرة نحو 16.4 مليار دولار بعد أن كانت في سنة 2000م لا تتعدى 2.6 مليار دولار².

ج- الأهداف البيئية للتنمية السياحية المستدامة: يجرى تبني الأهداف البيئية بمعنى العمل على حماية البيئة عن طريق الالتزام بالطاقة الاستيعابية القصوى للمناطق السياحية ويمكن إنجازها فيما يلي:

- **حماية الأحياء المائية في البحار والمحيطات:** تمثل سياحة الشواطئ عماد السياحة في الجزر والدول الساحلية حيث يجرى تأمين وحماية نظم بيئية بحرية لتبقى سليمة، ولذلك فإن التنمية

¹ - صلاح زين الدين، التنمية الاقتصادية -مدخل جديد للقضاء على النكد العام وتحسين مؤشر السعادة القومية، القاهرة: دار النهضة العربية، 2016، ص ص 166 - 169.

² - World Tourism Organization (UNWTO), Tourism and the Sustainable Development Goals, 2015, ibid.

السياحية المستدامة يجب أن تكون مندمجة مع إدارة المناطق السياحية البحرية والشاطئية لكي تساعد في المحافظة على النظم البحرية وتكون وسيلة فعالة لتحقيق الاقتصاد الأخضر كثيف العمالة.

- **توفير الصرف الصحي والإمداد بالمياه النقية:** تلعب السياحة دورا فعالا في توفير الصرف الصحي وتدوير النفايات والإمداد بمياه الشرب النقية والرقابة على مصادر التلوث للمياه والهواء والتربة وكذلك استخدام تكنولوجيا نظيفة وآمنة للحفاظ على المياه والاستخدام الرشيد والمستدام لها.
- **الاستخدام الواسع لمصادر الطاقة النظيفة:** إن الاستخدام المتزايد لمصادر الطاقة النظيفة يمكن السياحة من أن تكون عاملا قويا للتحويل من استخدام مصادر الطاقة التقليدية الملوثة للبيئة إلى مصادر طاقة جديدة ومتجددة، والتشجيع على استخدام مصادر الطاقة المتجددة النظيفة على المدى الطويل يساهم في تخفيض الانبعاثات والاحتباس الحراري والتغيرات المناخية.
- **إنشاء مدن ومجتمعات مستدامة:** لدى التنمية السياحية المستدامة القدرة على تجهيز بنية أساسية جيدة في المناطق الحضرية من خلال الاستثمار في الاقتصاد الأخضر والذي سيخفض من مصادر التلوث ويحافظ على الأماكن الأثرية المفتوحة، إقامة المدن والبنيات الخضراء ستكون مفيدة للمواطنين أولا والسياح أيضا.
- **الحد من التغيرات المناخية:** تؤثر السياحة وتتأثر بالتغيرات المناخية وتعد بذلك ذات مصلحة كبيرة في أن تلعب دورا رائدا في الاستجابة العالمية لتحديات تغيرات المناخ، كما أن خفض استهلاك الطاقة والتحول نحو مصادر الطاقة النظيفة خاصة في قطاع النقل والمواصلات يجعل للسياحة الفضل الكبير في مواجهة مشكلة حادة تعد من أكبر تحديات عصرنا.
- **المحافظة على الزراعة المستدامة والغطاء النباتي:** يمكن للسياحة البيئية أن تلعب دورا كبيرا ليس فقط في حفظ التنوع البيولوجي بل وفي حماية النظم البيئية وتحقيق التوازن البيئي أيضا وذلك بتقليل النفايات وتدويرها وخفض الاستهلاك وصيانة الموارد الطبيعية¹.

ثالثا - مؤشرات التنمية السياحية المستدامة:

تعد التنمية السياحية المستدامة أحد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة للدولة، ولكن نتيجة لتأثيراتها تم وضع مؤشرات كنظام إنذار مبكر عند وضع استراتيجيات التخطيط والإدارة وبالتالي منع تأثيرات السياحة غير الممكن استرجاعها. وقد وضعت مؤشرات الاستدامة السياحية* واختبرت في عدد

¹ - World Tourism Organization (UNWTO), Tourism and the Sustainable Development Goals, 2015, ibid.

* مؤشرات الاستدامة للسياحة: هي مجموعة من القياسات العلمية والاقتصادية والاجتماعية يمكن بمراقبتها معرفة أوضاع التنمية السياحية المستدامة، أو أية مشاكل تواجهها.

من البلدان في إطار مبادرة المنظمة العالمية للسياحة¹، وهي تنقسم إلى ثلاث مجالات أساسية: بيئية اجتماعية، اقتصادية.

1- المؤشرات البيئية: إن المؤشر البيئي وتطبيقه على البرنامج السياحي لمؤشر معين يعتمد على حدود فكرة التنمية التي يتم تبنيها ومركز الأطراف المعنية بها فهو مؤشر يعنى بالحفاظ على كفاءة البيئة السياحية الذي يراعى فيه قدراتها وحدودها والضغط عليها ومدى صلاحيتها، غير أن تجاوز قدرة المنطقة السياحية على الضغط والنشاط البشري الذي يمارس على البيئة أو المجتمع السياحي يفرز عادة مجموعة من المضار نوردها في خمسة أنواع من المؤشرات البيئية وهي²:

- **مؤشر كثافة استخدام الكهرباء:** والذي يقاس بحجم استخدام السياح للكهرباء على حجم استخدام السكان المحليين.
- **مؤشر كثافة استخدام التربة:** والذي يقاس إما بمعدل كثافة السياح على المحليين خاصة خلال المواسم أو بمعدل المسطح الذي تحتله البنية الأساسية للسياحة على إجمالي المساحة.
- **مؤشر كثافة استخدام المياه:** ويقاس إما بحجم استخدام السياح للمياه على حجم استخدام السكان المحليين أو بحجم استخدام السياح للمياه على الحجم الكلي المتاح من المياه الصالحة للشرب.
- **مؤشر حماية الجو من التلوث:** ويقاس هذا المؤشر بمدى تلوث الهواء أي معدل ما يصيب الفرد الواحد من غازات ثاني أوكسيد الكربون.
- **مؤشر هشاشة التنوع الحيوي والأنظمة البيئية الطبيعية:** وهو مطبق على مساحات نادرة أو مهددة بالزوال، معنى ذلك أن التنمية السياحية تستوجب تبني نهج لا يتجاوز الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي للحفاظ على نوعية البيئة ومستوى الإشباع لدى الزائرين حتى لا يتعرض الاقتصاد السياحي للتدهور³.

ويؤكد التقرير السنوي لمنظمة السياحة العربية على وجود قياسات تؤمن تحقيق سياحة مستدامة وضمن مؤشرات بيئية ترتقي بالسياحة في المواقع السياحية بطريقة مدروسة ومن خلال مايلي:

- وجود مراكز دخول في المواقع السياحية لتنظيم حركة السياح وتزويدهم بالمعلومات الضرورية.

¹ - تقرير للأمم المتحدة - المجلس الاقتصادي والاجتماعي - لجنة خبراء التنمية المستدامة "تنمية السياحة المستدامة" -، مرجع سابق الذكر، ص 4.

² - أمينة بركان، السياحة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة بالجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، الجزائر، العدد 10، جانفي 2014، ص 235.

³ - سلام جعفر عزيز الأسدي وآخرون، البيئة والتنمية السياحية، مرجع سابق الذكر، ص 152-153.

- ضرورة توفير مراكز للزوار لإعطائهم بعض الإرشادات الضرورية حول كيفية التعامل مع الموقع ويستحسن أن يعمل في هذه المراكز السكان المحليون الذين يدربون على إدارة الموقع والتعامل مع المعطيات الطبيعية.
- ضرورة وجود قوانين وأنظمة تضمن السيطرة على عدد من السياح الوافدين وتأمينهم بالخدمات والمعلومات وتوفير الأمن والحماية بدون إحداث أي أضرار بالبيئة.
- ضرورة وجود إدارة سليمة للموارد الطبيعية والبشرية في المنطقة يمكنها أن تحافظ على هذه المكتنزات للأجيال القادمة من خلال عناصر بشرية مدربة.
- التوعية والتثقيف البيئي من خلال توعية السكان المحليين بأهمية البيئة والحفاظة عليها مع الحرص على وجود اللوحات الإرشادية التي تؤكد على أهمية ذلك.

2- المؤشرات الاجتماعية: هذا المؤشر من أهم المؤشرات وذلك للدور الذي يلعبه المجتمع في عملية تنمية السياحة المستدامة وهو كذلك جزء رئيسي من عملية التراث والثقافة الاجتماعية التي تتميز بها المجتمعات ونشير إلى أن تأسيس هذا المؤشر كان على واقع الانعكاس المتعاظم للنشاط السياحي على الوسط الاجتماعي. وتوجد خمسة مؤشرات رئيسية لقياس المؤشرات السياحية على الجانب الاجتماعي وهي¹:

- **مؤشر الضغط الاقتصادي:** ويقاس بعدد السياح الزائرين للموقع يوميا أو شهريا أو موسميا أو سنويا إلى السكان المحليين، أو بكثافة استخدام المواقع السياحية بعدد السياح إلى كل متر مربع في الشواطئ وعددهم في المواقع الطبيعية والثقافية.
- **مؤشر الانعكاس الاجتماعي:** وهو قياس تأثير السياحة على الظروف المعيشية للسكان المحليين من حيث التوظيف والتعليم وتطور قدراتهم كانعكاسه على معدل العمالة للمنشأة ومعدل التعليم المدرسي ومعدل الوظائف الكفاءة.
- **مؤشر إرضاء الشعوب المحلية:** يعمل به قبل وبعد إنشاء المشروعات السياحية وهو لقياس مدى تطور رضاء هذه الشعوب وأهمها معدل استخدام السكان للمطاعم والفنادق السياحية والرياضية والمواقع الثقافية المرتبطة بالسياحة.
- **مؤشر الأمن:** وهو لبيان تدفق السياح على عنصر الأمن ويقاس بمعدل الجنايات والجنح والسروقات المعلنة إلى عدد السياح، وهو أساسي أيضا في التنمية الدائمة إذ يسمح بضمان استقرار الارتياح السياحي.

¹ - أمينة بركان، مرجع سابق الذكر، ص 235.

- **مؤشر الصحة العامة:** يعكس مدى تطور النشاط السياحي على مستوى صحة السكان المحليين ويقاس بعدد الأطباء والممرضين على عدد السكان أو عدد المصابين بالأمراض إلى عدد السكان.
- مع كل المؤشرات الاجتماعية نرى أن نضيف جانباً له تأثير كبير على ارتفاع مؤشر التنمية السياحية واستدامتها في كل مكان يرغب المجتمع المحلي فيه بإنشاء قطاع سياحي أو بتطويره، خاصة إذا كانت المنطقة تمتلك مغريات جاذبة للسياح، وهذا التقدير يساعد المعنيين على معرفة إمكانات نجاح مشاريع الإنشاء والتطوير، فإذا وجد المجتمع المحلي أن المغريات متوافرة في ناحيته هنا يستمع المجتمع المحلي إلى مشورة المختصين لمعرفة أي المشاريع أجدى نفعا لإنشائها أو تطويرها وكيفية التخطيط لخدمات سياحية تقدم للسياح.
- 3- المؤشرات الاقتصادية:** تقوم هذه المؤشرات بقياس تأثير النشاط السياحي على الوسط الاقتصادي، وأهم هذه المؤشرات هو مؤشر العملة والدخل (تحليل معدل التكلفة/ الربح) باعتبار أن السياحة مصدر هام للدخل حيث يتميز قطاع السياحة باتساع التشابكات الأمامية والخلفية مع القطاعات الأخرى. كما تساهم السياحة مساهمة فعالة في العمليات الاقتصادية وارتفاع مؤشراتهما من خلال ثلاث نقاط وهي¹:
- **توفير الموارد الحرة:** وهي أهم نقطة في الحالة التقليدية لدولة سياحية كبرى مثل إسبانيا التي تعد الدولة الثانية بعد فرنسا، فقد تم تمويل تطورها بفضل الحصص النقدية الضخمة لزوارها والتي قدرت لفترة قياسية خلال عشرين عاماً فقط بمبلغ أعلى من المبلغ الذي انطوت عليه خطة مارشال لأوروبا كلها بمقدار يزيد عن أربعة أضعاف.
- **تنمية حجم الناتج المحلي الإجمالي:** إن القوة السياحية لبلد ما مرهونة في المقام الأول بنمو وزن القطاع داخل مكونات الناتج المحلي الإجمالي. ومن هنا نلاحظ أن السياحة أضحت منذ عقدين تقريباً أحد المكونات الرئيسية للناتج المحلي الإجمالي في كثير من الدول النامية بل تمثل السياحة لبعضها القطاع الأول.
- **مكافحة البطالة:** فالأثر الرئيسي الذي تخلفه السياحة هو خلق فرص عمل وهو مؤشر إيجابي إذ في بعض الدول الآسيوية نرى أن القوى العاملة في تطور مستمر كاندونيسيا حيث أن مؤشر هذه القوى استمر بالارتفاع في بداية المدة حتى نهايتها وهذا يدل على أن اندونيسيا تقوم بعمليات تشغيل الأيدي العاملة وهو يعد من العوامل الرئيسية للنجاح الاقتصادي.

ووضعت منظمة السياحة العالمية مؤشرات عامة للسياحة المستدامة وهي في الجدول التالي:

الجدول رقم (06): المؤشرات العامة للسياحة المستدامة

¹ - محمد فريد عبد الله وآخرون، مرجع سابق الذكر، ص 52-53.

المؤشرات البيئية	المؤشرات الاجتماعية	المؤشرات الاقتصادية
الضغط: عدد السياح الزائرين للموقع في السنة/ شهر/ دورة	التأثير البيئي: نسبة الزوار المحليين (فترة الدورة)	رضا المستهلك: درجة رضا الزوار (بناء على استبيانات ميدانية)
كثافة الاستخدام: كثافة الاستخدام في فترة الدورة (الأشخاص/ الهكتار)	الرضا المحلي: درجة رضا المحليين (بناء على استبيانات ميدانية)	المساهمة في الدخل المحلي: نسبة النشاط الاقتصادي الكلي المتولد من السياحة
إدارة المخالفات: حدود طاقة البنية التحتية في الموقع كالصرف والمياه الأنظمة البيئية الحساسة: عدد الفصائل النادرة المعرضة للخطر		

المصدر: محمد فريد عبد الله ، وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015 ص53.

المطلب الثالث: الأهمية البيئية للسياحة المستدامة

أصبح من البديهي أن السياحة والبيئة قطاعين يكمل كل منهما الآخر من حيث الرؤية والأهداف فالبيئة السليمة هي المناخ الملائم لتحقيق التنمية السياحية المستدامة، هذه الأخيرة تركز على وجود تخطيط بيئي سليم يقوم على عدم إحداث إخلال بالتوازن البيئي الناتج عن تصرفات السائح اتجاه البيئة السياحية، وما قد يحدثه من تلوث فيها ومن هنا ظهرت علاقة أخرى بين السياحة والبيئة ككل وبين مفهوم التنمية المستدامة حيث تعتبر التنمية إحدى الوسائل التي ساهمت في إنقاذ موارد البيئة وحمايتها من التلوث.

أولا - مفهوم السياحة البيئية:

تعرف السياحة البيئية حسب منظمة السياحة العالمية بأنها "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى خلل أو ضرر وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وتحليلات حضاراتها ماضيا وحاضرا"، ويعتبر هذا النوع من السياحة مهما جدا للدول النامية لكونه يمثل مصدرا للدخل، إضافة إلى دوره في الحفاظ على البيئة وترسيخ ثقافة وممارسات التنمية المستدامة، وهذا النوع من السياحة يترك أقل تأثير ممكن على البيئة ويساعد على دعم السكان المحليين وكذلك الحفاظ على الحياة

البرية من كافة الأنشطة والمنشآت التي تعتمد بدورها على استخدام المواد الطبيعية في كل نواحي الحياة فيها بداية من الإنشاء وحتى الاستخدام اليومي¹.

يعرف الصندوق العالمي للبيئة السياحة البيئية بأنها "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي للخلل وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية ويعتبر هذا النوع من السياحة مهما جدا للدول النامية لكونه يمثل مصدرا للدخل، إضافة إلى دوره في الحفاظ على البيئة وترسيخ ثقافة وممارسات التنمية المستدامة"².

من خلال ما سبق يمكن تحديد أهم عناصر السياحة البيئية في النقاط التالية:

- نشاط إنساني يمارسه البشر وفق قواعد وضوابط تحمي وتضمن الحياة الفطرية الطبيعية وترتقي بجودتها وتحول دون تلوثها وتعمل على المحافظة عليها للأجيال الحالية والأجيال القادمة.
- حماية الكائنات من الانقراض وإعادة الإنسان لإنسانيته في حماية الحياة البرية وصيانتها.
- السياحة البيئية نشاط له عائد يجمع بين الجانب المادي للموسم والجانب المعنوي الأخلاقي.
- نشاط يجمع بين الأصالة في الموروث الحضاري الطبيعي والحداثة في تحضرها الأخلاقي والقيمي مما يخلق نمطا رائعا من التجانس والتوافق.
- السياحة البيئية التزام أخلاقي وأدبي أكثر منها التزام قانوني تعاقدية ومن ثم فإن تأثير القيم والمبادئ هو ما يحكمها.

ويجب التفريق بين السياحة البيئية والسياحة المستخدمة للبيئة فالغوص لمشاهدة الشعاب المرجانية وسياحة السفاري في الصحراء هي نشاطات سياحية تستخدم البيئة ولكنها ليست بالسياحة البيئية إلا إذا خضعت لشروط السياحة البيئية.

ثانيا - السياحة البيئية ومبدأ الاستدامة:

يعتقد كثير من الباحثين بإمكانية نشوء تصادم بين أهداف التنمية السياحية وأهداف تحقيق الاستدامة البيئية، وذلك لضرورة تحقيق الاستدامة خلال المراحل الأولى من عملية التنمية السياحية، فهي تركز على كفاءة استغلال وأداء الموارد بحيث تلبي الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، على أن تتم عملية

¹ - سارة وفيق عبد العزيز، مدخل التنمية السياحية للمناطق الصحراوية - رؤية تطوير واحدة سيوة، مذكرة ماجستير، جامعة عين شمس، كلية الهندسة- 2013، ص3.

² - مرزوق عايد القعيد، الريادة والإبداع: استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة- السياحة البيئية في الأردن والسبل الكفيلة لتنميتها، المؤتمر العلمي الرابع، كلية العلوم الإدارية والمالية، الأردن، يومي 15-16 مارس، 2005، ص 04.

التنمية هذه مع المحافظة على الخاصية التراثية والثقافية ودورة الحياة الفطرية والتنوع البيولوجي وأنظمة دعم الحياة الطبيعية في البلد المضيف وأن تشمل عملية تخطيط استخدام الأراضي بشكل مسبق ويتم تقنين عملية استخدامها للأنشطة السياحية من منطلق تحقيق مبدأ الاستدامة.

لقد أشار الاجتماع الأوروبي السنوي السادس للحواضر والاجتماعات والسفر لإدارة الأعمال بأنه ما دامت الجهة أو البلد السياحي هو المنتج الأساسي الذي تبيعه وتسوقه الشركات فإنه لمن البديهي والمتوقع أن يكون واجبها الأساسي هو المحافظة والرعاية لمنتجها الأساسي من الناحية البيئية وأن تضع مقاييس واضحة وشاملة لحمايته، فمشكلة تحقيق التوازن بين البيئة والأنشطة السياحية ستستمر وقد تخلق نوعاً من الاهتمام بجودة وسلامة ونظافة البيئة ما أدى إلى ظهور ما يسمى بالسياحة البديلة، وتطبيقها على السياحة سيؤدي حتماً إلى عدم تضرر البيئة والمحافظة عليها ومنع الآثار السلبية لتنمية السياحة على نطاق واسع وبالتالي تحقيق الاستدامة للبيئة والتراث والثقافة. كما أن الكثير من عوامل الجذب السياحية تمتلك عمراً زمنياً طويلاً نسبياً ولكن عوامل الجذب السياحي التي أنشأها الإنسان لا تمتلك ذلك، فالبنية الأساسية التي تدعم السياحة تمتلك عمراً قصيراً نسبياً¹ ولذا فالسياحة البيئية توفر فرصاً لنمو السياحة في المستقبل مع تحقيق مبدأ الاستدامة.

ثالثاً - الفنادق البيئية والمحميات الطبيعية ودورها في تحقيق السياحة البيئية المستدامة:

1- الفنادق الخضراء أو البيئية:

بالرغم من أهمية السياحة كعنصر أساسي في الاقتصاد العالمي فهي لا تزال مسؤولة عن إنتاج 5% من انبعاث الكربون في العالم ومصدراً رئيسياً لفقدان التنوع البيولوجي والتلوث وتدهور المناطق الطبيعية وارتفاع استهلاك المياه، لذلك تتجه معظم الفنادق العالمية مؤخراً لتبني شعار "الفنادق الخضراء" وهو أحد الاتجاهات الحديثة في السياحة المستدامة ولذا فإن السياحة المستدامة أصبحت منهجاً وأسلوباً تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية، وعلى غير ما يعتقد الكثير فإن تطبيق مفهوم السياحة المستدامة لا يعد مكلفاً من الناحية المالية فقط فله عائد المعنوي والمادي ويعود بالربح والفائدة على المؤسسات السياحية².

يعرف الفندق البيئي (الأخضر) على أنه المبنى الملائم للبيئة يتبع الممارسات المعيشية الخضراء ويلتزم بالممارسات البيئية الصحية مثل توفير الطاقة وتقليل المخلفات الصلبة، وهو أيضاً المبنى الذي يراعي في بنائه الانسجام مع السياق الطبيعي والثقافي للمنطقة المحيطة، فهذه الفنادق تهتم بالبيئة وتستخدم الطاقة المتجددة بدلاً من النافذة. أو هو منشأة سياحية تم تخطيطها وتنسيقها وتصميمها وبنائها لتنسجم مع السياق الطبيعي

¹ - عبد المنعم محمد الشراوي، واقع وأفاق مستقبل السياحة في البحرين، بيروت، توزيع دار الكنوز الأدبية، 2002، ص 95.

² - عبد القادر إبراهيم عطية حماد، تعزيز مفهوم الممارسات الخضراء في القطاع الفندقي لضمان التنمية السياحية المستدامة، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، فلسطين، المجلد الثالث والعشرون، العدد الأول، يناير 2015، ص 271.

والثقافي للمنطقة المحيطة¹. أي أن هذه الفنادق تقوم على ترشيد استهلاك الطاقة التقليدية في الفندق والانتقال إلى الطاقة البديلة (النظيفة) مع تقنين استخدام المياه فيه للأغراض المختلفة بعدة طرق مبتكرة. وتحقيق التوازن ما بين الإنسان والبيئة المحيطة به من خلال ثلاثة عناصر أساسية²:

- الكفاءة العالية لاستخدام واستهلاك الموارد.
- التعامل بشكل فعال مع الظروف المناخية والبيئية والجغرافية والاجتماعية في منطقة المبنى
- تحقيق الاحتياجات البشرية المادية والاجتماعية لمستخدمي المبنى مع الحفاظ على حقوق الأجيال القادمة.

فللفنادق البيئية دور مهم في التغلب على مشكلات الفنادق التقليدية، التي يتمثل معظمها في الاستهلاك المفرط للمواد التشغيلية والإنتاج الكبير للمخلفات الصلبة وإلى جانب ذلك تستطيع الفنادق الخضراء استخدام صورتها الصديقة للبيئة كأداة تسويقية تستطيع جذب الكثير من السواح الذين يبحثون عن الأجواء الصحية والسليمة.. لذلك هناك العديد من العوامل الواجب أخذها بعين الاعتبار عند إنشاء الفندق البيئي وهي³:

- **العوامل العامة:** يجب على المصمم أن يراعي جملة من العوامل العامة والمتمثلة في:
 - احترام الموارد الطبيعية والثقافية للموقع وأن يعمل على تقليل التأثير البيئي لمكوناته.
 - استخدام أبسط تكنولوجيا مناسبة للاحتياجات الوظيفية مستعينا باستراتيجيات حفظ الطاقة.
 - استخدام الموارد المحلية بالموقع.
 - تجنب استخدام المواد المستهلكة للطاقة والمؤثرة سلبا على البيئة.
 - يفضل أن يراعي التصميم المعماري تقسيم المشروع إلى مراحل تنفيذية لبيّح مراقبة ومتابعة الأثر البيئي لكل مرحلة لتعديل المراحل التالية في ضوءها.
 - السماح بالتوسع المستقبلي مع أقل تغيير في الموقع.
- **العوامل الطبيعية:** وتتمثل في مراعاة الطبيعة لل عمران البيئي ويلخص إجمالها في:
 - الظواهر الطبيعية الطبوغرافية ودرجة الحرارة، الشمس، الرياح.
 - يتم اختيار مواد البناء المحلية المناسبة والعناصر والرموز والتشكيلات المعمارية الملائمة.
 - المسطحات المائية: حيث يتم حماية الموقع من التلوث الناتج عن أعمال التنمية وبقياء التأثير البصري السيئ للواجهات البحرية وتجنب الاستخدام الزائد للإضاءة.

¹ - مصطفى يوسف كافي، السياحة المستدامة الخضراء ودورها في معالجة ظاهرة البطالة، الجزائر: الناشر الفا للوثائق، 2017، ص 238.

² - نقابة المهندسين، المجلس الفلسطيني الأعلى للبناء الأخضر، الدليل الإرشادي للأبنية الخضراء - دولة فلسطين -، ط1، فلسطين، 2013، ص21.

³ - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق الذكر، ص ص 41-43.

- احترام مبدأ التنوع في الحياة الطبيعية، وتجنب الاضرار بها والابتعاد عن العبث في مظاهرها المختلفة.
- **العوامل البشرية:** وتتمثل في:
 - الموارد التراثية وماهيتها والتعرف على التجارب السابقة في حماية البيئة والتعامل معها.
 - المقومات التاريخية وذلك بإعادة استخدام المباني التاريخية للحفاظ عليها.
 - الخلفية الاجتماعية حيث يتم توضيح الثقافة المحلية وأهمية تجنب إدخال قيم جديدة من شأنها التأثير سلباً عليها واستشارة سكان المنطقة في طبيعة التصميم المعماري من أجل تنمية الشعور بملكيتهم لها وتوفير مساحات وفرص لبعض الحرف المحلية وممارسة الفنون الشعبية.
 - الأوبئة من خلال توفير خدمات لتقليل انتشار الأوبئة عن طريق الحشرات والسيطرة على هذه الأوبئة والحشرات باستخدام وسائل طبيعية لذلك.
 - مراعاة طبيعة العلاقة بين العمارة والمجتمع (التأثير، الألوان، الإضاءة)
 - شكل النوافذ واتساعها وسمك جدرانها: إن الفتحات في الفندق البيئي تلعب دوراً كبيراً في رفع أو خفض درجة الحرارة داخل المنزل كما أن سمك الجدران له علاقة كبيرة فكلما كانت الجدران سميكة قل إيصال الحرارة إلى الداخل.
- إن تطبيق مفهوم الفنادق البيئية مازال في بداياته ونجاحه يعتمد بدرجة أساسية على تفاعل المجتمع المحلي معه من خلال تشغيل الأيدي العاملة المحلية بالإضافة إلى شراء المنتجات المحلية التي يقوم المجتمع المحلي بإنتاجها. كما أن تشجيع الفنادق على تطبيق مفهوم الممارسات الخضراء في الفنادق قد يكون مكلفاً مادياً لكنه على المدى البعيد سيدر مبالغ مالية كبيرة خصوصاً وإن توجه السياح في الفترة الحالية يتجه إلى كل ما هو طبيعي وبيئي.
- 2- المحميات الطبيعية:** تعود فكرة المناطق المحمية إلى أكثر من قرن مضى، نتيجة الدمار الذي لحقه الإنسان بالبيئة، حيث ظهر مفهوم الحماية المطلقة للطبيعة (منع العبث مع الطبيعة) في أوروبا في نهاية القرن التاسع عشر، لكن هذا المفهوم لم يكن كافياً ل إيقاف التدهور المتسارع في الطبيعة، لذلك ظهر مفهوم آخر في العام 1956 لا يركز على الحماية المطلقة للطبيعة وإنما على حماية وصون الموارد الطبيعية (الغابات، الحيوانات، المياه الجوفية) عن طريق الإدارة الرشيدة والحكيمة لهذه الموارد وجعلها محميات¹.

¹ - فاطمة بن الدين، المحميات الطبيعية ودورها في الحفاظ على العقار البيئي واستدامته، مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، الجزائر، العدد 08، جانفي 2017، ص 252.

تعرف كذلك المحميات الطبيعية بأنها: "مساحة جغرافية محددة تتمتع بحماية خاصة لمكونات البيئة الجغرافية كالكائنات الحية (نباتية، حيوانية، برية، بحرية)، أو ظواهر طبيعية ذات قيمة ثقافية أو علمية أو سياحية أو جمالية تدار بآليات فعالة وإدارة مبرمجة¹.

عرف الاتحاد الدولي للمحافظات على الطبيعة بأنها "الأقاليم التي تحتوي على نظام أو عدد من الأنظمة البيئية التي بدورها تعطي فصائل النباتات والحيوانات والمواقع الجيولوجية فائدة خاصة من الجانب العلمي والترتوي والترفيهي أو التي توجد فيها مناظر ذات قيمة جمالية كبيرة"². ويقسم الاتحاد الدولي لصيانة الطبيعة المناطق المحمية إلى³:

- محمية طبيعية برية: وهي منطقة تدار لأغراض علمية أو حماية القفار.
- منتزه وطني: وهو منطقة محمية تدار بصورة رئيسية لأغراض حماية المنظومات الايكولوجية.
- معلم طبيعي: وهو محمية تدار لأغراض الحماية من خلال إجراءات إدارية تداخلية.
- منطقة مناظر طبيعية برية، بحرية: وهي محمية الغاية منها صون المناظر الطبيعية البرية البحرية.
- مناطق موارد مدارة: وهي محمية تدار لغرض الاستخدام المستدام للمنظومات الايكولوجية الطبيعية.
- منطقة واحدة أو أكثر طبيعية وثقافية محمية نظرا لما تتمتع به من قيمة فريدة ممثلة في الصفات الجمالية أو الثقافية البارزة والنادرة.

بالتالي يمكن القول بأن المحمية الطبيعية هي مكان أو قطعة أرض أو منطقة محدّدة الأبعاد الجغرافية سواء كانت برية أو مائية (وحدة بيئية) محمية تعمل على صيانة الأحياء الفطرية النباتية والحيوانية وفق إطار متناسق من خلال إجراء الدراسات والبحوث الميدانية والتعليم والتدريب للمسؤولين والسكان المحليين ليتحملوا المسؤولية تجاه بيئتهم الحيوية. وتسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف في مقدمتها دعم العلاقة المتوازنة بين الإنسان ومحيطه الحيوي من خلال العمل المستمر على تغيير سلوكيات ومواقف الأفراد اتجاهاً نحو الاتجاه الصحيح، كما تساهم في عملية التنمية المستدامة عن طريق المحافظة على استقرار البيئة التي تمثلها هذه المناطق لضمان الإنتاج واستمرار التوازن البيئي، وتوفير فرصة للبحث العلمي، ومتابعة الأحياء البرية والنظم البيئية ودراسة علاقتها بتنمية الإنسان.

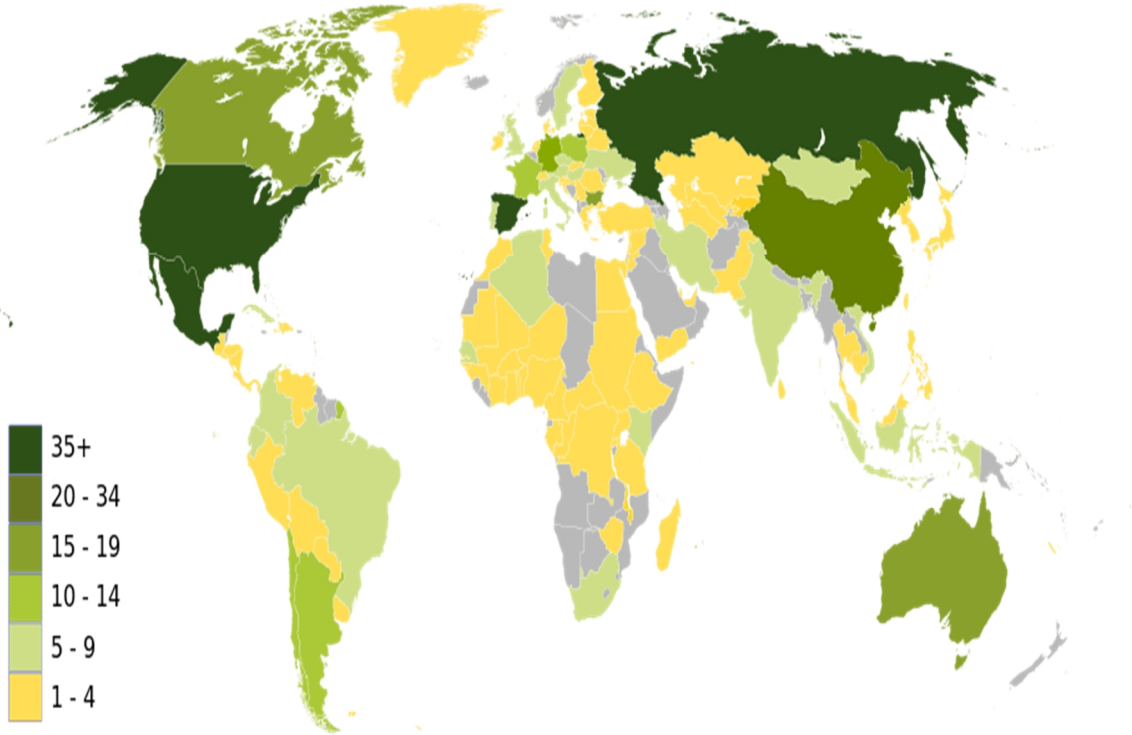
¹ - محمد منصور المليك، عبد الولي أحمد الخليدي، عبد الحميد مهيوب القدسي، المحميات الطبيعية في اليمن: دراسة حالة محمية وادي عنة باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، *المجلة العالمية للبيئة والتغيرات المناخية*، المجلد 02، العدد 02، 2014، ص 26.

² - جبار بوكثير، بسمة مناخ، مكانة المحميات الطبيعية ضمن مقومات السياحة المستدامة مع الإشارة إلى حالة الجزائر، *مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE*، الجزائر، المجلد 02، العدد 01، مارس 2018، ص 314.

³ - الطيب داودي، دلال بن طيب، السياحة البيئية كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة، *الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة*، يومي 09-10 مارس، 2010، بسكرة، ص 14.

لذلك نجد العديد من الدول تتخذ الحياة البرية كقوة سياحية تعتمد عليها في السياحة البيئية فهي حالها حال غيرها من المجالات السياحية الأخرى بالإضافة إلى دورها الأساسي في المحافظة على الأنواع الحيوانية من الانقراض أو للحد من تناقص أعدادها وكذلك حال الثروة النباتية الطبيعية، لذا فالعديد من الدول أصبحت تبادر بإنشاء محميات طبيعية، مما أدى إلى زيادة عددها حيث قدرت في 2012م عشرة آلاف محمية ومتنزهاً تغطي مجموعها مساحة تقدر بنحو 6% من مساحة اليابسة وهي موزعة في أكثر من مئة دولة¹، وهذه المساحة في ازدياد مستمر مع تقدم الإنسان في المحافظة على بيئته، ومن هذه المحميات "متنزه نيروبي" في كينيا الذي تبلغ مساحته 115 كلم²، "محمية الوريعة" في إمارة الفجيرة بدولة الإمارات العربية المتحدة، محمية جزر المالديف البحرية في المحيط الهندي التي تُعدُّ الأكبر من نوعها في العالم.

الخريطة رقم (01): المحميات الطبيعية في العالم



المصدر: ماجد عباس محمود، السياحة البيئية.. تنميتها ودور المحميات الطبيعية، تم الاطلاع بتاريخ: 2016/06/12،

على الساعة: 04:54، من الموقع الإلكتروني: http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=25639

¹ - جامعة الدول العربية، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي.

المبحث الثالث: ماهية عولمة السياحة

من أكثر العوامل تأثيراً في السياحة هي العولمة، فالبعض يرى بأن السياحة تاريخياً هي إحدى أولى مظاهر العولمة وذلك لطبيعة نشاطاتها العالمية والتي تستدعي انتقال الأفراد وتبادل الثقافات داخل الدول وخارجها، وانتشار تيار العولمة وتوسعها أوجد بيئة خصبة ومساندة لنمو النشاطات السياحية حيث مكنت سهولة الاتصالات واستخدام شبكة الانترنت من إحداث تغيرات جوهرية على مستويات وهيكل العرض والطلب السياحيين، وتحرير تجارة السلع والخدمات من خلال منظمة التجارة العالمية. وعلاوة على ذلك زادت من المنافسة في أسواق السياحة، وتعرض الوجهات للمنافسة السعرية الصعبة على المنتجات المتجانسة من قبل منافسيها في جميع أنحاء العالم. لذلك ومن خلال هذا المبحث سنحاول توضيح العلاقة الموجودة بين السياحة والعولمة، وذلك من خلال التطرق لمفهوم العولمة السياحية، ثم تبيان مدى مساهمة المنظمات الدولية وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عولمة السياحة.

المطلب الأول: مفهوم العولمة السياحية

يعتبر مصطلح العولمة السياحية من المصطلحات المستحدثة لكون السياحة تجارة وصناعة عالمية هذا من جهة، ومن جهة أخرى لارتباطها بكثير من الجوانب المؤثرة والمتأثرة بالعولمة مثل الاقتصاد والثقافة والمجتمع والبيئة والإعلام والمعلومات وغيرها ليرافق ذلك تدفق الأفراد ورؤوس الأموال والأنماط الثقافية مع حركة السياح، وكل هذا نتيجة لما أوجده انتشار العولمة وتوسعها في السنوات الأخيرة بيئة خصبة ومساندة لنمو النشاطات السياحية، مما جعل السياحة أحد أهم مظاهر العولمة في أيامنا هذه.

أولاً - تعريف العولمة:

ربما تكون العولمة من أكثر الظواهر التي تثير جدلاً واسعاً لا يبدو أنه اقترب من نهايته رغم مرور سنوات على اجتياح المفهوم مجالات البحث في حقول مختلفة، فما من ظاهرة علمية اختلفت بشأنها الآراء وتباينت الرؤى حول تعريفها وتقدير أبعادها وتأثيراتها على المستويات الوطنية والإقليمية والعالمية كظاهرة العولمة، وإذا كان المصطلح نفسه يعاني من اختلاف منهجية في اللغات الأوروبية، فقد ترتب على ذلك استخدام ثلاث مصطلحات عربية للدلالة على مفهوم Globalization بالإنجليزية، وهي العولمة، والكوكبة والكونية*، فيما يميل البعض لاستخدام اصطلاح العالمية Globalism، إلا أن مصطلح العولمة يبقى الأكثر شيوعاً واستخداماً.

* الغالبية من المفكرين العرب تستخدم مصطلح العولمة مثل الجابري وبلقزيز، فيما د. اسماعيل صبري عبد الله يميل لاستخدام مصطلح الكوكبة، وأيده في ذلك د. محمد محمود الإمام وعارضه د. أحمد صدقي الدجاني، بينما السيد يسين يميل لاستخدام مصطلح الكونية ويفضل د. سيار الجميل مصطلح الكونية. أما أسامة المجدوب فلا يضع فوارق بين العولمة والعالمية.

1- التعريف اللغوي:

العولمة مشتقة من "عالم" التي يعرفها مختار الصحاح "بالخلق" وتجمع على "عوالم" و "العالمون" أصناف الخلق و "العالمين" تشمل الكون أي عالمنا والعوالم الأخرى، والعولمة مصدر على وزن "فوعلة" مشتق من كلمة "العالم" كما يقال "قولية" اشتقاقاً من كلمة "قالب"، وهي مصطلح سليم من النحت والتركيب.

وفي معناها اللغوي تعني العولمة إزالة الحواجز والمسافات بين الشعوب والأوطان والثقافات، وبذلك يقترب الجميع من ثقافة وسوق وأسرة كونية. ويعرفها بعضهم بأنها تحول العالم إلى قرية كونية، ولذا نرى بعض الباحثين يستخدم هنا "الكونية" اشتقاقاً من كلمة "الكون" بمعنى العالم أيضاً وأول من أطلقه معرفياً العالم الكندي مارشال ماكلوهان عندما صاغ في نهاية عقد الستينيات مفهوم "القرية الكونية" جاعلاً من العالم مجرد قرية واحدة لجميع سكان الأرض.

والعولمة بالفرنسية Mondialisation، وبالإنجليزية Globalization، ووفقاً لإصدار منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في أوروبا OECD فإن مصطلح العولمة كتعبير لغوي استخدم لأول مرة عام 1985م في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل تيودور لفت T.Levitt "عولمة السوق" globalisation markets وهذا الرأي ذهب إليه سيلفا أوستي حين قالت "إن كلمة عولمة ظهرت لأول مرة خلال النصف الثاني من الثمانينات، والآن أصبحت هي الكلمة المحورية أو كلمة السر في لغة العلاقات الدولية¹. وهي تعني تعميم الشيء وتوسيع دائرته ليشمل الكل، وبهذا المعنى يمكن أن نفترض على الأقل أن الدعوة إلى العولمة بهذا المعنى إذا صدرت من بلد أو جماعة فإنها تعني تعميم نمط من الأنماط التي تخص ذلك البلد أو تلك الجماعة وجعله يشمل الجميع².

2- التعريف الاصطلاحي:

يعرف برهان غليون العولمة بأنها "هي الدخول بسبب تطور الثورة المعلوماتية والتقنية الاقتصادية معاً في مرحلة من التطور الحضاري، يصبح فيه مصر الإنسانية موحّداً أو نازعاً للتوحد، ولكن الوحدة هنا لا يُعنى بها التجانس والتساوي بين جميع أجزاء العالم والمجتمع البشري؛ ولكنها تعني درجة عالية من التفاعل بين مناطق ومجتمعات بشرية مختلفة ومتباينة وبالتالي ازدياد درجة التأثير والتأثر المتبادلين"³. وقد ربط غليون مفهوم العولمة بمفهوم "الاعتماد المتبادل" من خال التفاعل بين اقتصاديات الدول المتقدمة والدول المتخلفة حيث تتجه

¹ - رضا عبد السلام، انهيار العولمة، مصر، د. د. ن. د. س.ن، ص 26.

² - يوسف كامل إبراهيم، العولمة والعالمية: مفاهيم وأبعاد للهيمنة والسيطرة الجغرافية، مداخلة مقدمة للمؤتمر التربوي الأول حول "التربية في فلسطين وتغيرات العصر، كلية التربية في الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى، فلسطين، يومي 23-24/11/2004، ص 249.

³ - نايف علي عبيد، العولمة والعرب، مجلة المستقبل العربي، بيروت: العدد 221، 1997، ص 28.

المجتمعات نحو التجانس الذي يرتبط بالتطور المتسارع للتكنولوجيا، لكن هل يمكن أن يكون اعتماداً متبادلاً بين طرف قوي وآخر ضعيف؟

وقد كان إسماعيل صري عبد الله واضحاً في دراسته "الكوكبة -الرأسمالية العالمية في مرحلة ما بعد الامبريالية" وهو يعرف العولمة بأنها "التداخل الواضح والمتزايد لأمر الاقتصاد والاجتماع والسياسة والسلوك دون اعتداد بذلك بالحدود السياسية للدول ذات السيادة، أو انتماء خالص لوطن محدد أو لدولة معينة ودون إجراءات حكومية". فهو حاول توضيح دور الدولة ووظائفها ووجودها ذاته أصبح محلّ تساؤل جدّي في إطار ظاهرة العولمة، وأنه لم يعد للحدود الجغرافية أهمية تُذكر حيث أصبح الانتماء للعالم ككل.

ويعتبرها محمد عابد الجابري "إرادة المهيمنة، وبالتالي قمع وإقصاء للخصوصي، فهي احتواء للعالم وتوحيد الاستهلاك وخلق عادات استهلاكية على نطاق عالمي، العولمة هي زيادة التشابك والترابط بين الدول والمجتمعات والتفاعل بينها وعلى المستويات كلها فيما يسمى علاقات دولية"¹.

وفي مجال التعريف دائماً يعرفها أحد المفكرين بأنها "وصول نمط الإنتاج الرأسمالي عند منتصف القرن الماضي تقريباً إلى نقطة الانتقال من عالمية دائرة التبادل والتوزيع والسوق والتجارة والتداول إلى عالمية دائرة الإنتاج وإعادة الإنتاج ذاتها، أي أن ظاهرة العولمة التي نشهدها هي بداية عولمة الإنتاج وقوى الإنتاج الرأسمالية ونشرها في كل مكان مناسب خارج مجتمعات المركز الأصلي ودوله". وهذا أيضاً يتضح من خلال ما قاله الرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة "أجد العالم اليوم يتحول من حولي وهذا يتطلب مني أن أتأقلم مع العالم لا أن أطلب من العالم أن يتأقلم معي"².

من خلال كل التعاريف السابقة نلاحظ أن كل تعريف يركز على زاوية معينة: على أنها حقبة تاريخية أو مجموعة ظواهر اقتصادية، أو ثورة تكنولوجية واجتماعية، أو هيمنة أمريكية. وباعتبار العولمة ظاهرة وعملية ولا يزال الجدل يتصاعد حول تحديد ماهيتها. ونخلص إلى أنه يجب النظر إليها من ناحية وظيفية وأخرى بنوية:

- التعريف الوظيفي للعولمة: يركز على وصف تجليات ومظاهر وإنجازات العولمة مثل: التقدم التكنولوجي وثورة المعلومات والاتصالات، وقوة وحركة الشركات العابرة للقارات، والتحويلات اللازمة لإيجاد سوق عالمية واحدة تضمن فيها حرية الحركة ورأس المال والسلع والخدمات وقوى العمل البشرية. كما يركز المدافعون عن هذه الرؤية على مطلب الحريات والديمقراطية وتعزيز دور المجتمع المدني وتقليص دور الدولة وهم لا يهتمون

¹ - محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات، بيروت: المستقبل العربي، 1998، ص 17.

² - فلاح كاظم الحنة، العولمة والجدل الدائر حولها، ط1، الأردن: مؤسسة الوراق، ص ص 13-15.

بقضايا مثل تناقض المصالح وعدم التكافؤ في العلاقات الاقتصادية والسياسية ولا باحتمالات التهميش والقضاء على بعض هذه المجتمعات نتيجة للصراعات الدينية والعرقية والأثنية التي تغذيها العولمة.

- التعريف البنيوي للعولمة: بالإضافة إلى تناول تجليات العولمة ومظاهرها وإنجازاتها فهو يتخطى ذلك إلى تحليل بنيتها ومعرفه آلياتها ومنطق تطورها بنيوياً، فالعولمة هي عملية تاريخية جدلية تمثل مرحلة متقدمة من مراحل التاريخ الإنساني المتطور من حيث تراكم المعرفة العلمية والتكنولوجية وتمثل مرحلة متقدمة من نمو الرأسمالية وتتخطى الحدود القومية وهي تقوم على أساس التمايز وعدم التكافؤ في مستويات التطور، وفي هذا الإطار تنشأ العولمة تقسيماً عالمياً جديداً لعمل يتسم بعلاقات قوى غير متكافئة اقتصادياً وسياسياً وعسكرياً وأن منطق التوسع الرأسمالي لا بد وأن يزيد من عدم المساواة بين أعضاء هذا النظام لذلك يجب على الدول النامية للخروج من السيطرة أن تستجيب لمتطلبات التنمية الوطنية النابعة من مجتمعاتها لا لسياسات خارجية ويرى هذا الاتجاه أن فك الارتباط بهذا المعنى لا يعني رفض العولمة بكل أشكالها ولكنه يعني النضال من أجل أن تصبح الدول النامية فاعلاً إيجابياً في عمليات العولمة¹.

ثانياً - علاقة العولمة بالسياحة:

تعد السياحة من أهم القطاعات الخدمية التي ارتبطت بالعولمة وذلك لكونها نشاطاً اقتصادياً يتجاوز حدود الوطن كما اعتمد وجودها ذاته على الانفتاح والحركة عبر البلدان والمناطق وهي بذلك مدفوعة بالتجارة الدولية، ووفقاً لتقرير نشره موقع "أي تيربو نيوز" رسخ فيه أن السياحة هي أفضل سفراء العولمة.

في ذات الإطار أوضح إيان غولدين* أن العولمة لعبت دوراً رئيساً في النمو العالمي للسياحة في السنوات السابقة حيث أن زوال الحواجز سمح لانفتاح العقول في الدول العالمية بالازدهار، فالعولمة فتحت مجالا جديداً من الفرص والتطور أما حركة السياحة الدولية حيث أدى تطور البنى التحتية للدول - شبكات طرق وسكك حديدية ووسائل النقل الجوية والبحرية - إلى سهولة الانتقال في تنشيط الحركة السياحية، إذ أصبح ما يربو عن أكثر من مليار سائح يسافرون خارج بلدانهم، ويتوقع أن يرتفع عددهم إلى 1.6 مليار سائح بحلول سنة 2020، بحيث تصبح الإيرادات السياحية حوالي تريليوني دولار سنوياً، وهو ما يجعلها الصناعة التصديرية الأولى في العالم. كما أن البعض يرى ارتباط العولمة خصوصاً بأمريكا حتى سماها البعض بالأمركة بدل العولمة، فهي بذلك أيضاً صانعة للسياحة العالمية إذا ما قارنا الحجم المتحصل عليه من النشاط السياحي نجدها على

¹ - جيهان أبو زيد، الشباب والأهداف التنموية للألفية في الوطن العربي، الأردن: جامعة صنعاء، 2006، ص 5-6.

* إيان غولدين: أستاذ العولمة والتنمية بجامعة أكسفورد.

قمة الدول، حيث يزيد دخل الولايات المتحدة الأمريكية على دخل كل من دول كندا واليونان والنمسا وتركيا والمكسيك وهونغ كونغ وأستراليا وسويسرا مجتمعين وذلك سنة 2015.

نظرا لترافق تدفق الأفراد ورؤوس الأموال والأنماط الثقافية مع حركة السياح فقد أصبحت صناعة السياحة منافسة لغيرها من الأنشطة الاقتصادية في قيمتها المضافة واستثماراتها المحلية والأجنبية، وفرص العمل التي تولدها بالإضافة إلى انتشارها العالمي، ونتيجة لهذا اتخذت الدول العديد من الإجراءات التي تساعد على توظيف التقنيات الحديثة والاستفادة من الانجازات العلمية في كيفية تفضيل وتدعيم النشاط السياحي من خلال إعداد الكوادر السياحية من مختلف التخصصات وزيادة برامج التدريب وتحسين الأداء الفندقي من اجل تحقيق عنصر الجودة للمنتج السياحي والخدمات المدعمة له.

ما يؤكد ارتباط العولمة بالسياحة نمو الشركات السياحية متعددة الجنسيات وسعي العديد من الدول لبنى السياحة كإحدى وسائل التفاعل مع العولمة وتحقيق النمو الاقتصادي¹، وذلك من خلال القوانين التي سهلت على تلك الشركات تعاظمي ومزاولة أعمالها بسهولة وهو ما أدى إلى نشر ثقافة السياحة في تلك المجتمعات من جهة، والانتفاع من فوائدها الاقتصادية والاجتماعية من جهة أخرى.

تعتبر الشركات متعددة الجنسيات احد أشكال التدخل الخارجي وفي هذا الإطار يرى الكاتب كيفين ميثان أن هذه الشركات بالفعل تسيطر على سوق السياحة فمثلا شركة "أكور Accor" البريطانية كانت في أواسط التسعينات تدير 25 ألف فندق في العالم في 70 بلداً، في حين كانت شركة "هوليداي إن ن Holida Inn" تدير 1571 فندقاً بحجم 2.3 مليون غرفة، كما يؤكد في نفس الوقت رفضه للمقولة التي تتضمن سيطرة البلدان الغربية على هذه الصناعة دولياً ودليله على ذلك أن شركة "CDL" السنغافورية التي بدأت نشاطها عام 1989م أصبحت تمتلك فنادق بسعة 16400 غرفة في 12 بلداً².

يبين كيفين ميثان في كتابه "السياحة في مجتمع معولم" أن العولمة ليست شراً كلها وإنما لا تعني بالضرورة تدمير الثقافات الوطنية بل قد تؤدي لتدعيمها³، وهو بالتالي ينظر للعولمة من منظور سياحي أو من زاوية صناعة السياحة، ويرى أن تحول الأماكن الأثرية والطبيعية والحياة الشعبية التقليدية لسلعة ومورد اقتصادي من خلال السياحة، فهي ليست بالضرورة سلبية بل قد تتحول لوسيلة للحفاظ أو لتطور تلك الأماكن والحياة فيها. وبالتالي فالسياحة هي نوع من التبادل الثقافي الذي يمكن الشعوب من معرفة ثقافات وعادات شعوب

¹ - سلطان احمد التقفي، أثار الإرهاب على عولمة الساحة - الرؤية والمواجهة، مداخلة مقدمة في ندوة الإرهاب والعولمة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002، ص 7.

² - صليحة عشي، مرجع سابق الذكر، ص 248

³ - Janne Liburd, **Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption**, Annals of Tourism Research, Great Britain, Vol 29, No 3, 2002, p 882.

وأماكن أخرى، وعليه فإن هذا الاتصال المباشر أو الغير المباشر للأفراد يقلل من الفوارق الثقافية ويجعل العديد من الأفراد على علم بثقافة الآخرين، كما تعمل السياحة على دمج المناطق السياحية ضمن الأنماط الثقافية العالمية، ويوجد في الواقع العديد من الأمثلة التي تبين تدعيم العولمة للسياحة كميل الفنادق إلى تقديم الوجبات السائدة في بلاد النشأة وهذا في المراحل الأولى من التطور السياحي ثم مع الوقت يتعود السياح على أكل المأكولات الموجودة في البلد المضيف¹. وبالتالي عززت العولمة السياحة أكثر من خلال الترابط بين البلدان والاقتصاديات والأشخاص، حيث أدت العولمة إلى إنشاء وتشغيل سوق السياحة العالمية.

ثالثاً - تعريف العولمة السياحية:

يعرف مصطفى يوسف كافي العولمة السياحية أنها "النظام العالمي الجديد المراد به توحيد العالم سياسياً واقتصادياً وثقافياً واجتماعياً وتربوياً وعرفياً بحيث يصبح الإنسان حراً في الانتقال من مكان إقامته إلى مكان آخر في العالم دون قيود زمنية ولا مكانية أو قانونية"². وهناك من الباحثين من يرى أن العولمة السياحية هي أحد الأبعاد الرئيسية للعولمة، إذ أن التقدم الهائل في الاتصالات والمواصلات مكن البشر من سرعة الانتقال إلى أي مكان في العالم. ما يعني أن الكرة الأرضية كلها مجال سياحي إما مولداً أو مستقبلاً للسائح والأفواج السياحية³.

كما عرفت العولمة السياحية في الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات بأنها الاستغلال الأفضل للموارد السياحية من خلال تمكن الدول من الاستخدام الأفضل للمزايا النسبية التقليدية أو المزايا النسبية المستحدثة في (الأجور، التكلفة، العائد، أسعار الصرف، الابتكارات والتقدمات التكنولوجية، كفاءة المنتج السياحي كفاءة العمالة...) ⁴. وعلى ضوء اتفاقية الغاتس تم تحرير التبادل الدولي في الخدمات السياحية وإعطائها الصبغة العالمية على حساب الصبغة الوطنية من خلال عولمة الأنشطة البشرية.

¹ - محمد مدحت جابر، جغرافية السياحة والترويج، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ط1، 2004، ص 55.

² - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق الذكر، ص19.

³ - علي بن فايز الجحني، الأمن السياحي، الرياض: مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004، ص 54.

⁴ - علي زيان بروجبة، أثر تحرير تجارة الخدمات على السياحة العربية، مذكرة ماجستير، جامعة حسنية بن بوعلي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، الشلف، 2010-2011، ص 128.

بالتالي يمكن القول أن العولمة السياحية هي فتح الحدود وتحرير الخدمات السياحية من جهة وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاستفادة من الانجازات العلمية في تدعيم النشاط السياحي من جهة أخرى. وتكمن أبرز مظاهر عولمة السياحة تتمثل فيما يلي¹:

- حدوث تغيرات هيكلية في طبيعة الاقتصاد وشملت بصورة خاصة انخفاض مساهمة قطاعات الاقتصاد الإنتاجية مثل الزراعة والصناعة في كثير من الدول لصالح ارتفاع مساهمة قطاع الخدمات وخاصة الخدمات السياحية؛ فقد نمت السياحة باعتبارها أهم صناعة لتصبح من أهم العناصر الحيوية المحركة في الاقتصاد العالمي.
- أسهمت العولمة في ارتفاع درجة التركيز والاندماج في قطاعات السياحة العالمية والاتجاه نحو التكامل الرأسي والأفقي في توزيع خدمات السفر وقطاع الفنادق، ويعزى هذا التركيز إلى ما يحققه من ربح عالي ومعدلات نمو جذابة، وقدرة كبيرة على المنافسة، وعمله على تقليل درجة مخاطر الاستثمار من خلال تنويع الأسواق والمنتجات ودعم القدرة التفاوضية لمجابهة التنظيمات المقيدة في الدول المختلفة.
- أدت العولمة إلى انعكاسات واسعة وتغيرات مهمة في شكل وطبيعة السياحة الممارسة، فقد نتج عن سهولة المواصلات وثورة المعلومات والاتصال زيادة كبيرة في أعداد السواح والتي تجاوزت المليار سائح، كما تغير سلوك السياح وتبدلت خصائص المنتجات السياحية إلى الاهتمام بالطبيعة والعادات والثقافات المختلفة وبصورة تدريجية توطدت قيم جديدة من الاهتمام بتجارب الآخرين وتقديرها والاستفادة منها، وقد أدت هذه التغيرات المهمة في سلوكيات وتفضيلات السياح إلى تغيرات موازية في السياحة حيث شكلت هذه التغيرات في سلوك السياح وقيمهم قوة دافعة ومحركة للسياحة الحديثة كما أن تزايد التجارب في مجالات السفر والمرونة والاستقلالية وروح المبادرة والمغامرة في طبيعة السياح الجدد قد ولدت طلباً سياحياً ذا نوعية مميزة، وفي السنوات الأخيرة عرفت أنواع جديدة من الطلب السياحي كالسفر للأغراض الرياضية والعناية الطبية والمغامرة والسياحة الطبيعية والسياحة الثقافية والرحلات البحرية حيث أدى التغير في القيم إلى توليد طلب سياحي أكثر وعياً لأهمية البيئة وللسياحة الموجهة نحو الطبيعة.
- نمو وتطور أنظمة عالمية تدعم السياحة مثل نظم التوزيع العالمية وثورة المعلومات التي أصبحت عند أطراف أصابع المستخدمين للحسابات الآلية وشبكة المعلومات الدولية حيث تعمل على تقصير المسافات وتسهيل السفر ويمكن أن يكون للسياحة أثر مزدوج على العولمة سلبي وإيجاباً باعتبار أن السياحة صناعة رأسمالية، فلا بد أن تثار المشكلات خصوصاً بين بلاد المنشأ السياحي وبعض

¹ - المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، تأثير العولمة على السياحة في المملكة العربية السعودية، ورقة عمل مقدمة لندوة السياحة والعولمة، كلية سلطان لعلوم السياحة والعولمة، أبها، 2004، ص ص 10-11.

المقاصد السياحية والتي تتميز نسبيا بالفقر، هذا من شأنه أن يثير الصراعات خصوصا من حيث الدول المتقدمة على الدول النامية، وهيمنة جماعات أخرى وهذا ما يتطابق مع الآثار السلبية للعولمة¹.

- ظهور أطراف عالمية متدخلة في السياحة كالشركات السياحية العالمية والتي تعتبر من أهم العناصر الفاعلة في عولمة السياحة بفضل ما تمتلكه من قدرات وما تفرضه من شروط على الدول والحكومات. كما تعمل هذه الشركات على إدماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في أنشطتها وتكثيف ضغوطاتها على الدول النامية للظفر بأكبر نسبة من الأرباح والعائدات المالية المتأتية من السياحة، إذ تشير بعض التقديرات إلى أن ما يتبقى للدول النامية من العائدات المالية للسياحة لا يتجاوز 10% من مجموع المداخيل.

- ظهور محطات سياحية جديدة وهذا بظهور دول جديدة على خريطة السياحة العالمية لم تكن ضمن المقاصد السياحية الدولية ومن بينها الكثير من الدول النامية وعلى رأسها بلدان جنوب شرق آسيا (سنغفورة، هونغ كونغ، كوريا الجنوبية)، وأصبحت هذه الدول تنافس الدول المتقدمة في السياحة.

- الاتجاه نحو السياحة الإقليمية، حيث أن للتكتلات الدولية والإقليمية انعكاسات إيجابية على السياحة في بعض الدول (أثر خلق خدمة السياحة) وسلبية على دول أخرى (أثر تحويل الخدمة)، إذ ستؤدي إلى اتساع مدى السياحة الإقليمية بين الدول أعضاء التكتل على حساب السياحة الدولية، وتشير الدراسات إلى استحواذ السياحة الإقليمية على نحو 75% من حجم حركة السياحة العالمية².

- ومن المظاهر التي تؤكد تلازم السياحة والعولمة أيضا ما يلاحظ في العديد من دول العالم وهو الانتشار الواسع للسلاسل الفندقية العالمية التي تنتمي جلها إلى بلدان الشمال وخاصة الاتحاد الأوروبي والو.م.أ بتقديم خدمات متنوعة (النقل، إقامة، ترفيه...)، بالإضافة إلى مطاعم الأكلات السريعة كالمطاعم الأمريكية.

بالتالي يمكن القول بأن عولمة السياحة هي أحد مظاهر الاقتصاد المعولم وأنها تتحول لضرب من التبعية والسيطرة الخارجية لاسيما وأن العديد من الدول حديثة الاستقلال في الستينيات من القرن العشرين حاولت التأكيد على استقلالها من خلال تدعيم اقتصادها، حيث اتجهت إلى السياحة بوصفها مصدرا للدخل لا يحتاج لرأسمال ضخم ولكنها عمليا استوردت وسائل وأساليب التجهيز والترفيه من الدول المتقدمة اقتصاديا ومن ثم فإن المنتجعات والمنشآت السياحية التي تم إقامتها في الغالب تعود ملكيتها لشركات أجنبية وتمثل في جوهرها شكلا من أشكال التبعية الخارجية.

¹ - محمد مدحت جابر، مرجع السابق الذكر، ص 56.

² - علي زيان بروجعة، مرجع سابق الذكر، ص 130.

المطلب الثاني: دور المنظمات الدولية في عولمة السياحة

ساهمت بعض المنظمات الدولية في عولمة السياحة وتحرير خدماتها، من بينها المنظمات السياحية الإقليمية ووزارات السياحة ووكالات السياحة. ولكن أكثر المنظمات فاعلية في تسويق المنتجات والأنشطة السياحية واختراق الأسواق العالمية هي المنظمة العالمية للسياحة التي تشجع الاستثمارات السياحية وتقدم القروض وعقد المؤتمرات وسن التشريعات بهدف مساعدة الدول الأعضاء على تنمية السياحة في بلدانهم ومنظمة التجارة العالمية وحتى منظمة اليونسكو التي تسعى إلى حماية التراث العالمي والمحافظة على تنوع مصادره كمقومات للهوية الثقافية للمجتمعات.

أولا - منظمة السياحة العالمية (UNWTO):

1- نشأة المنظمة العالمية للسياحة: نشأت المنظمة كمؤتمر دولي لاتحادات النقل السياحي الرسمية والذي أسس في 1925 في لاهاي (هولندا) بعد الحرب العالمية الثانية، عدل اسمها إلى الاتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية وانتقلت إلى جنيف، وكان هذا الاتحاد منظمة فنية وغير حكومية ووصل عدد أعضائه أثناء ذروته إلى 109 منظمات سياحية وطنية و88 أعضاء مرافقين من بينهم مجموعات في القطاعين العام والخاص في العالم. وفي 1967 طالب أعضاء الاتحاد بتحويله إلى كيان حكومي دولي يفوض بإجراء الاتفاقات على أساس عالمي بخصوص كل المسائل المتعلقة بالسياحة والتعاون مع المنظمات المنافسة الأخرى، خصوصا تلك التابعة لنظام الأمم المتحدة مثل منظمة الصحة العالمية واليونسكو ومنظمة الطيران المدني الدولية، واتخذ قرار لنفس الغرض في 1969 من قبل الجمعية العمومية للأمم المتحدة لتنظيم الدور المركزي للاتحاد الذي يجب عليه أن يلعبه في مجال السياحة العالمية بالتعاون مع الكيانات الموجودة في الأمم المتحدة، وبعد ذلك القرار أقر النظام الأساسي لمنظمة السياحة العالمية عام 1974 من قبل الدول التي انتسبت منظماتها السياحية الرسمية إلى الاتحاد الدولي الأنف الذكر، وعقدت المنظمة الجديدة أولى جمعياتها العمومية في مدريد سنة 1975 وعينت الأمانة العامة في مدريد ببدية السنة التالية باقتراح من الحكومة الإسبانية التي قدمت مبنى للمقر العام وفي 1976 أصبحت المنظمة وكالة تنفيذية لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية. وفي 1977 وقعت اتفاقية تعاون رسمية مع الأمم المتحدة نفسها، وفي 2003 حولت المنظمة إلى وكالة متخصصة للأمم المتحدة في السياحة العالمية¹.

¹- world tourism Organization, From the website : <http://www2.unwto.org/content/history-0>

2- الهيكل التنظيمي لمنظمة السياحة العالمية: تضم منظمة السياحة العالمية 157 دولة عضو عامل، وستة أعضاء مشاركين ومراقبين دائمين ونحو 480 عضو منتسب¹.

وتشمل الأجهزة الإدارية للمنظمة الجمعية العامة والمجلس التنفيذي والسكرتارية، وتمارس مهامها كما يلي:

أ- الجمعية العامة: تعتبر الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية السلطة العليا للتخطيط والإدارة والمتابعة واتخاذ القرارات.

ب- المجلس التنفيذي: المجلس التنفيذي لمنظمة السياحة العالمية يتخذ كافة الإجراءات بالتشاور مع السكرتير العام ويقوم بتنفيذ القرارات والتوصيات التي تتخذها الجمعية العامة.

ج- السكرتارية العامة لمنظمة السياحة العالمية: تدار السكرتارية العامة لمنظمة السياحة العالمية برئاسة السكرتير العام ومقرها مدريد، ومن مهامها تصميم وتنفيذ برامج تغطي قضايا هامة مثل التنمية السياحية المستدامة والتعليم والتدريب والتسويق السياحي واتجاهات المؤشرات السياحية، والإحصائيات السياحية والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية لقطاع السياحة وإدارة المخاطر والأزمات في قطاع السياحة.

3- دور المنظمة العالمية للسياحة في عولمة السياحة:

منذ تأسيسها والمنظمة تسعى لتوسيع مجالات ونطاق السياحة على المستوى العالمي من خلال تنظيمها بقواعد ومبادئ عامة وتطوير نشاطاتها لمسايرة التطورات التكنولوجية في مجال النقل والاتصال وتقنية المعلومات وإشباع حاجيات مختلف شرائح السياح. بالإضافة لإهتمامها بكل القضايا المرتبطة بالسياحة على سبيل المثال لا للحصر سنة 2000 قامت لجنة الأمم المتحدة للإحصاء بالموافقة على معايير دولية للسياحة ضمن حسابات الأقمار الصناعية للسياحة، وفي سنة 2001 أقرت التقنين العالمي للأخلاق في مجال السياحة وفي سنة 2007 قدمت المنظمة إعلان دافوس وفيه استجابة قطاع السياحة العالمي لتحديات تغيرات المناخ وفي سنة 2009 اتخذت المنظمة موقفاً اتجاه الأزمة الاقتصادية العالمية سنة 2008م واعتمدت خريطة طريق لإصلاح قطاع السياحة العالمية أثناء هذه الأزمة العالمية، كما وافقت منظمة السياحة العالمية سنة 2013 في اجتماعها العشرين على توصيات النفاذ للسياحة العالمية². كما تشجع المنظمة الاستمرار في تحرير تجارة الخدمات السياحية في ظل مراعاة قضيتي استدامة التنمية السياحية وحاجات الدول النامية وهذا ما تم التأكيد عليه سنة 2014 في إطار توصيات المنظمة حيث اتخذ قراراً بالإجماع في الجلسة رقم 69 للجمعية العامة

¹ - world tourism Organization, **The Tourism sector and the Sustainable Development Goals**, 2015, p 48

² -Report of the World Tourism Organization, October 2015.

للأمم المتحدة بالاعتراف بمساهمة السياحة المستدامة في مكافحة وتقليل الفقر، وتنمية المجتمعات المحلية وحماية التنوع البيولوجي.

تؤكد المنظمة العالمية للسياحة أن تحرير التجارة في الخدمات السياحية يمكن أن يأتي عبر العديد من الاتفاقيات الدولية والإقليمية، فمنذ مؤتمر الدوحة في 2001 والمنظمة تعمل بالتعاون مع المنظمات والحكومات المهمة بتحرير الخدمات السياحية، بالإضافة إلى توعية الوزراء القائمين على القطاع السياحي والتجارة على أهمية السياحة كأداة أساسية في التنمية المستدامة¹.

وقررت الجمعية العامة للأمم المتحدة أن تكون سنة 2017م هي السنة الدولية للتنمية السياحية المستدامة، للتوعية بأهميتها وذلك بإلقاء الضوء والحفاظ على التراث في كثير من قيم الحضارات الإنسانية وستكون فرصة لتوضيح مساهمة السياحة في الأركان الثلاثة للتنمية المستدامة. ولقد توافق هذا القرار مع اعتراف مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (ريو+20)^{*} أن السياحة تساهم في الدعائم الثلاث للتنمية المستدامة وذلك بخلق وظائف ومكافحة الفقر والبطالة^{**}.

ركزت منظمة السياحة العالمية خلال تفاعلها في هذا المجال على النقاط التالية²:

- مناهضة الاحتكار العالمي لعدد من الخدمات السياحية، والعمل على إزالة القيود التي تؤثر على العرض السياحي العالمي.
- أهمية وصول الدول الأعضاء في المنظمة بشكل كامل وعادل لشبكات التوزيع العالمية وإزالة القيود والعوائق التي تؤثر على العروض السياحية العالمية وتضعف كفاءتها.
- أهمية ربط تحرير تجارة الخدمات السياحية بوجود شروط عادلة تضمن المنافسة العادلة.

1- الهيئة العليا للسياحة، تحرير تجارة الخدمات السياحية في ظل التزامات المملكة للمنظمة العالمية للتجارة، الأمانة العامة، المملكة العربية السعودية، النسخة السابعة، 1421هـ، ص ص 15-18.

^{*} إن (ريو+20) هو الاسم المختصر لمؤتمر الأمم المتحدة المعني بالتنمية المستدامة الذي عقد في ريو دي جانيرو بالبرازيل في يونيو 2012م، وبعد أحد أهم الاجتماعات العالمية بشأن التنمية المستدامة في عصرنا، كما يعد فرصة للتطلع إلى العالم الذي نريده في غضون 20 عاما، حيث اجتمع قادة العالم إلى جانب آلاف من المشاركين من القطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية ومجموعات أخرى لتشكيل الكيفية التي يمكن بها الحد من الفقر وتعزيز العدل الاجتماعي وحماية البيئة، وكان فرصة تاريخية لتحديد المسارات التي تفضي إلى مستقبل مستدام، يوجد فيه مزيد من فرص العمل، ومزيد من الطاقة النظيفة، ومستوى معيشة لائق للجميع.

^{**} في 20 جانفي 2016 شارك في معرض مدريد الدولي للسياحة (FITUR) ثلاثون دولة بأكثر من مائة مشروع للتنمية السياحية المستدامة، تتميز بالابتكار والتفوق في الأداء، وذلك في أربعة مجالات: 1- السياحة والحكومة، 2- شركات السياحة في القطاع الخاص، 3- المنظمات غير الحكومية والمجتمع المدني، 4- البحث والتطوير التكنولوجي في مجال السياحة. وفازت بجوائز المعرض أربع دول هي البرازيل وليتوانيا واندونيسيا ونيبال.

2- صليحة عشي، مرجع سابق الذكر، ص 252.

- أهمية فتح الأسواق للخدمات السياحية في الدول النامية كوسيلة للحد من الفقر فيها.
- تحديد مصادر التسرب، وتشجيع الممارسات التي تقلل من حجم تسرب الدخول والأرباح من الدول النامية.
- تحرير خدمات النقل الجوي لتسهيل الوصول إلى المقاصد السياحية في الدول النامية.
- نشر مدونة السلوك السياحي وتشجيع السياح والعاملين في قطاع السياحة إلى الاسترشاد بها ووضع آليات لتطبيقها.

مما سبق يتضح أن المنظمة العالمية للسياحة تعمل على عولمة السياحة من خلال العديد من الطرق سواء بالتشجيع على السياحة باعتبارها محرك للتنمية الاقتصادية ومنها التنمية المستدامة الشاملة، أو من خلال دعم القطاعات السياحية على مستوى العالم بتقديم المشورة والمساعدة الفنية، ورسم السياسات. فمثلا في نوفمبر 2014 أعلن برنامج السياحة المستدامة بتقديم مساعدات فنية لمشروعات التنمية السياحية في نحو مائة دولة.

ثانيا - منظمة التجارة العالمية:

تعد منظمة التجارة العالمية الطرف الثاني الذي لا يقل أهمية عن منظمة السياحة العالمية في عولمة السياحة وتحرير خدماتها. فخدمات السياحة والسفر تعد ضمن القطاعات الرئيسة المستهدفة للاتفاقية العامة لتجارة الخدمات (GATS)، حيث تعتبر هذه الاتفاقية إحدى الأعمدة الرئيسية للعولمة لما تتضمنه من قواعد عامة لتحرير التجارة العالمية تدريجيا، ويعتبر دخول تجارة الخدمات في نطاق المفاوضات متعددة الأطراف نقطة تحول هامة في العلاقات الاقتصادية الدولية لما لها من أهمية، إذ تمثل الخدمات إحدى القطاعات المساندة للصناعة والزراعة وأسرع القطاعات الاقتصادية نموا وأكثرها استيعابا للقوة العاملة، وتشير الإحصائيات في هذا المجال بأن قطاع الخدمات يستأثر على نحو ثلثي الناتج المحلي الإجمالي لاقتصاديات الدول المتقدمة (60-70%)، وحوالي 50% منه في اقتصاديات الدول النامية، وعلى ثلث العمالة على المستوى العالمي، وتصل نسبة مساهمته في التجارة العالمية إلى أكثر من 20%¹.

1- تحرير تجارة الخدمات السياحية وعولمة السياحة:

من خلال تطبيق اتفاقية GATS التي وقعتها الدول في المغرب من شهر أبريل 1994 كان الاعتراف الفعلي بما يسمى بالعولمة السياحية والتي كان بمقتضاها فتح كل أسواق الدول الموقعة على الاتفاقية لممارسة النشاط السياحي دون تمييز أو تفرقة بين الهيئات أو المؤسسات الوطنية أو الأجنبية العاملة في النشاط

¹ - المركز المصري للدراسات الاقتصادية، قضايا اقتصادية 4/4، برنامج التعاون بين مجلس الشعب المصري وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي لدعم البرلمان المصري في التشريع والرقابة في إطار اتفاقيات منظمة التجارة العالمية وغيرها من الاتفاقيات التجارية، القاهرة، ص 1.

السياحي¹ والتي تنص عليها مبادئ المنظمة*. واعتبرت الاتفاقية أن النشاط السياحي له مطلق حرية الحركة وافترضت أن كل أحكام الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة ستطبق على هذا القطاع نظرا لطبيعته المتداخلة مع عدة قطاعات والذي يجعل هذا القطاع أكثر القطاعات تأثراً بتطبيق هذه الاتفاقية، خاصة بالخدمات المالية والخدمات البيئية وخدمات النقل والتجارة وخدمات الاتصال وخدمات الأعمال وغير ذلك من خدمات القطاعات الأخرى.

تظهر تجارة الخدمات في شكل انتقال الخدمة من دولة المورد إلى دولة الطرف المستفيد من هذه الخدمة كما هو الحال في الخدمات المصرفية وشركات التأمين، أما إذ تعلق الأمر بالخدمات السياحية فهي تأخذ شكلا آخر، إذ يتم في هذه الحالة انتقال المستهلك إلى البلد المقدم لهذه الخدمة (البلد المضيف) وأيضا في شكل انتقال المشروع الاقتصادي المؤدي للخدمة إلى الدولة المستفيدة مثلما يحدث عند إنشاء شركات أجنبية أو فروع لها، أو في انتقال أشخاص من دولة إلى أخرى لأداء خدمة معينة مثل المستشارين والخبراء في مختلف المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية².

ف تحرير تجارة الخدمات السياحية في نظر اتفاقية الغاتس هو التبادل الدولي الحر لتلك الخدمات من دولة عضو في الاتفاقية إلى دولة عضو أخرى وفقا لأساليب التوريد الأربعة التالية³:

1- التوريد عبر الحدود: يتمثل في انتقال الخدمة فقط دون انتقال المورد أو المستهلك، ومثال ذلك تقديم خدمات وكالات السفر والسياحة في الدول بالنسبة للسواح الأجانب ودفع قيمتها دون الحاجة إلى انتقال أي من الطرفين. ويمكن أن يتم هذا الشكل عبر البريد أو الفاكس أو البريد الإلكتروني أو الإنترنت ويدخل في ذلك عمليات السياحة الإلكترونية.

2- الاستهلاك الخارجي: تبعا لهذا الشكل ينتقل المستهلك إلى بلد مورد الخدمة ويدخل في ذلك انتقال السائح المواطن والمقيم من دولته إلى دول أخرى من أجل ممارسة أنشطة سياحية فيها ويترب على الالتزام بهذا الشكل عدم وضع قيود على سفر المواطنين والمقيمين إلى الخارج لغرض السياحة.

¹ - علي زيان بروجعة، مرجع سابق الذكر، ص 128.

* من أهم المبادئ العامة للمنظمة ما يلي: مبدأ الدولة الأولى بالرعاية: يقضي بعدم التمييز في المعاملة بين دولة وأخرى فإذا منحت أحد دول التزاماً محدداً لدولة معينة في إطار مفاوضات المنظمة فإن بقية الدول الأعضاء تستفيد من هذا الالتزام بشكل تلقائي. مبدأ الشفافية: يعني التزام كل دولة بإتاحة الأنظمة والقوانين والقرارات واللوائح والتعليمات التي تتعلق بتجارة الخدمات لكل الدول الأعضاء.

² - صليحة عشي، مرجع سابق الذكر، ص 256.

³ - الهيئة العليا للسياحة، تحرير تجارة الخدمات في دول مجلس التعاون الخليجي، ورقة عمل مقدمة إلى ملتقى السياحة والاستثمار الخليجي الأول، البحرين ما بين 14-16. فيفري 2006، ص 06.

3- التواجد التجاري: حسب هذا الشكل من أشكال توريد الخدمات، ينتقل المورد من بلد المنشأ إلى دولة أخرى، كأن يقوم مثلاً بإنشاء فندق في دولة أجنبية ويرتبط هذا الشكل بالاستثمار الأجنبي المباشر.

4- تواجد الأشخاص الطبيعيين: ويتمثل في الانتقال المؤقت للعاملين من الدول الأعضاء للعمل في الشركات السياحية، ويدخل ضمنهم المدراء والتنفيذيين والمتخصصين، ومثال ذلك انتقال المرشدين السياحيين ومشغلي الرحلات للعمل في القطاعات السياحية بالدول الأجنبية. وعلى ضوء الأنماط الأربعة لتوريد الخدمات السياحية هناك بعض الملاحظات والاستثناءات التي يتوجب الوقوف عندها والمتمثلة في¹:

- يمكن تسويق وبيع بعض أنواع الخدمات السياحية مثل خدمة الضيافة في الفندق من خلال الإنترنت (الشكل الأول من أشكال التوريد) ولكن من غير الممكن فنياً استهلاكها دون انتقال السائح (الشكل الثاني من أشكال التوريد) وهذا يدل على ارتباط هذين الشكلين من أشكال التوريد فإذا كان البلد يسمح للدول الأخرى بتوريد الخدمات إلى السوق المحلية عبر الإنترنت فالمشروع كذلك أن يسمح لمواطنيه بالسفر إلى الخارج لاستهلاك الخدمة السياحية التي تم شراؤها.
- قد يكون انتقال نوعية معينة من العاملين كالتنفيذيين والمتخصصين الرئيسيين (الشكل الرابع من أشكال التوريد) ضروري للشركات التي تريد أن تؤسس تواجداً في الخارج (الشكل الثالث من أشكال التوريد) وهذا ما يدل كذلك على ارتباط هذين الشكلين من أشكال التوريد.
- يحظى الشكل الثالث (التواجد التجاري) بدرجة تحرير عالية في أغلب الدول وذلك رغبة منها في جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة سواء في القطاعات السياحية أو تلك المرتبطة بها، ويتطلب تحقيق الهدف من التحرير تحسين بيئة الاستثمار وتوافر فرص استثمارية مجدية اقتصادياً.

وقسمت اتفاقية الجاتس قطاع الخدمات إلى 12 قطاعاً رئيسياً²، وتمثل خدمات السفر والسياحة القطاع الرئيس التاسع وفقاً لترتيب منظمة التجارة العالمية والذي يتفرع بدوره إلى قطاعات فرعية يمكن تقسيمها إلى أربعة قطاعات طبقاً للتصنيف المركزي للمنتجات وهي: قطاع الفنادق والمطاعم، قطاع وكالات السفر لخدمات السياحة، قطاع خدمات الإرشاد السياحي وقطاعات أخرى تشمل كل ما يتصل بالانتقالات والمواصلات وخدمات التسويق والترفيه والخدمات الرياضية والثقافية.

وتُعد أهداف هذه الاتفاقية في حقيقتها وسيلة لمساعدة الدول في تمهيد الطريق لنشاط سياحي جاد فيقع على عاتق الدول العمل على تحقيق عدة أمور من أهمها:

¹ - الهيئة العليا للسياحة، تحرير تجارة الخدمات السياحية (من منطلق مفاوضات المملكة للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية)، ورقة داخلية، السعودية، 2007، ص 04.

² - المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، تأثير العولمة على السياحة في المملكة العربية السعودية، مرجع سابق الذكر، ص 17.

- زيادة حجم التجارة الدولية في مجال السياحة بإزالة كافة القيود المحلية خاصة تلك المتعلقة بحركة التنقل والسفر والحصول على تأشيرات السفر.
- العمل على تحقيق نوع من الأمن والسلامة للسائح من خلال مكافحة كل ما من شأنه تخويف السائح أو المساس بسلامته، ولا يتأت ذلك إلا من خلال العمل على توفير الأمن والسلام في كل مناطق العالم.
- العمل على تفعيل القوانين الخاصة بالعمل وما يترتب عليها من منح العاملين فترات اجازات طويلة نسبياً مما يعد دعماً لعملية السياحة سواء في الداخل أو الخارج. بالإضافة إلى السعي نحو رفع الدخل القومي والعمل على رفع المستوى المعيشي وتحقيق مستويات التوظيف الكامل مما يخلق فرص جيدة للسياحة سواء على صعيد السياحة الداخلية أو السياحة الخارجية.

2- إلتزامات تحرير الخدمات السياحية:

يجب على كل دولة أن تحدد التزاماتها بتحرير التجارة في الخدمات في جداول مرفقة ببروتوكول انضمام الدولة ويتم عادة تقديم مزيد من الإلتزامات مع مرور الوقت عبر جولات المفاوضات التي تجريها المنظمة، وتنقسم هذه الإلتزامات إلى نوعين: التزام بالنفاذ إلى الأسواق والتزام بالمعاملة الوطنية.

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات التي يسهل نسبياً التفاوض بشأن نشاطاتها مثل الفنادق وشركات السياحة ومنظمي الرحلات، ويجب على كل دولة عضو تحديد الإلتزامات بالنسبة لكل شكل من أشكال توريد الخدمات الأربعة السالف ذكرها، ولثلاثة مستويات من الإلتزام (التزام كامل، والتزام جزئي، وعدم التزم). في حالة الإلتزام يمكن أن تقيد الإلتزامات بشروط معينة تدون في جدول الإلتزامات (التزام جزئي) أخذاً بالأسلوب السلبي في وضع الشروط والحدود؛ بمعنى أن عدم إدراج أي قيد يعني أن السوق مفتوح لدخول الخدمة بلا قيد أو شرط (التزام كامل). وتسعى كل دولة عضو في المنظمة إلى الحصول على التزمات تمكن منتجي الخدمات السياحية فيها من ممارسة أشكال التوريد الثلاثة (التوريد عبر الحدود، التواجد التجاري، تواجد الأشخاص الطبيعيين) في بلدان الدول الأعضاء - النفاذ إلى الأسواق* - ومعاملتهم على قدم المساواة مع نظرائهم من المنتجين المحليين - المعاملة الوطنية* -، كما ترغب كل دولة في التزم الدول الأخرى بإزالة كل ما يعيق انتقال سياح تلك الدول إليها.

* الإلتزام بالنفاذ إلى الأسواق: يعني والسماح لمنتجي الخدمات في الدول الأخرى بالنفاذ إلى أسواق الدولة العضو.

* الإلتزام بالمعاملة الوطنية: يعني قبول تطبيق المعاملة الوطنية الكاملة لمنتجي الخدمة الأجانب مساواة بالوطنيين.

وفي عام 1998 تقدمت 112 دولة عضوة في منظمة التجارة العالمية بتعهدات تتعلق بالسياحة تحت إطار الاتفاقية. وتلك الالتزامات موضحة في الجدول

الجدول رقم (07): التزامات الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية حسب أسلوب توريد الخدمات عام 1998

المعاملة الوطنية			الدخول إلى الأسواق			أسلوب التوريد	
امتناع	جزئي	كامل	امتناع	جزئي	كامل		
27	48	37	30	49	33	العدد	التوريد عبر الحدود
24	43	33	27	44	29	النسبة %	
12	42	58	10	47	55	العدد	الاستهلاك الخارجي
11	38	52	9	42	49	النسبة %	
2	61	49	1	86	25	العدد	التواجد التجاري
2	54	44	1	77	22	النسبة %	
10	90	12	6	105	1	العدد	تواجد الأشخاص الطبيعيين
9	80	11	5	49	1	النسبة %	

Source : World Trade Organization, Council for Trade in Services, Tourism Services, op.cit, p25.

يتضح أن عدد الدول التي قدمت التزاماتها هو 128 دولة إذ تمثل 86% من إجمالي الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ويعد هذا المستوى من الدخول أكبر من أي قطاع خدمي آخر، وهذا دليل على اهتمام الأعضاء بتطوير قطاع السياحة لما يشكله من أهمية على مستوى النمو الاقتصادي. كما ترجع أيضا إلى أن قطاع السياحة يتميز بدرجة كبيرة من التحرير قبل جولة الأوروغواي، ولهذا فالتبقي من الصعوبات يعد قليلا نسبيا.

بينما توزيع التزامات الدول في قطاع السياحة حسب القطاعات الفرعية نجد بعضها كانت نسبة تعهداتها كبيرة وبعضها الآخر منخفض النسبة كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (08): توزيع التزامات دول منظمة التجارة العالمية حسب القطاعات السياحية في سنة

2004

النسبة من إجمالي الالتزامات (%)	عدد الدول الملتزمة	القطاع السياحي
41	128	الفنادق والمطاعم
33	103	وكالات السفر ومنظمي الرحلات
20	61	الإرشاد السياحي
6	17	خدمات أخرى

المصدر: الهيئة العليا للسياحة، تحرير تجارة الخدمات في دول مجلس التعاون الخليجي، ورقة عمل مقدمة إلى ملتقى السياحة والاستثمار الخليجي الأول، البحرين، أيام 14-16 فيفري 2006، ص 09.

إن الاتفاق على تحرير تجارة الخدمات السياحية أدى إلى زيادة حجم تجارة السلع والخدمات نتيجة زيادة حركة انتقال الأشخاص مما ساهم في ارتفاع درجة التركيز والاندماج في قطاعات السياحة العالمية والاتجاه نحو التكامل الرأسي والأفقي في توزيع خدمات السفر وقطاع الفنادق¹، كما ساهم هذا التركيز بدوره في تحقيق ربحية مرتفعة ومعدلات نمو جذابة، وقدرة كبيرة على المنافسة كما عمل على تقليل درجة مخاطر الاستثمار من خلال توسيع الأسواق وتنويع المنتجات، مما ألقى على عاتق الدول السياحية لاسيما النامية منها أعباء تطوير جودة منتجاتها السياحية وتحسين مستوى خدماتها حتى يمكنها مواجهة المنافسة والحفاظة على إيراداتها منها القطاع ورفع أدائها.

إن الدور الذي تلعبه هذه المنظمات الدولية وغيرها من المنظمات الإقليمية والمحلية والحكومية وغير الحكومية في عولمة السياحة ساهم وبصفة كبيرة في تسريع وتيرة عولمتها وخاصة أن كل منظمة تعمل في مجال معين. لكن ثمة عوامل أخرى ساهمت في التأثير على السياحة وهي تطور تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات.

المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعولمة السياحة.

لعبت تكنولوجيا المعلومات والاتصال دوراً هاماً في عولمة السياحة عن طريق التطور في استخدام هذه التقنيات لنشوء آليات وأنظمة جديدة تسهل ربط العرض بالطلب في سوق السياحة العالمي، وتوليد وسائل

¹ - المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، تحرير تجارة الخدمات السياحية في ظل التزامات المملكة للمنظمة العالمية للتجارة، مرجع سابق الذكر، ص 10.

وأساليب مختلفة لتقريب المنتجين من المستهلكين وبالتالي حدوث تغير ملحوظ في هيكل وطبيعة قطاع السياحة.

أولا- السياحة الالكترونية:

أدت ثورة المعلومات وتطور شبكاتهما العالمية (الانترنت) إلى عولمة السياحة من خلال التوسع في تطبيق السياحة الالكترونية، إذ عززت هذه الثورة الخدمات الإلكترونية السياحية والتطبيقات الحديثة من انخفاض التكاليف واختصار العامل الزمني.

1- تعريف السياحة الالكترونية وتطورها:

يعتبر مفهوم السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة في علم السياحة الذي يتداخل ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التجارة الإلكترونية^{*}، وإذا نظرنا إلى السياحة الحديثة بشكلها الحالي سنجد أنها تختلف اختلافاً كلياً عن السياحة في الماضي، فبدخول عصر الاتصالات وتقنية المعلومات والطفرة الهائلة في وسائل الانتقال ودخول عصر الإنترنت ازدادت السياحة الإلكترونية واكتسبت شكلاً جديداً وأهمية أكبر، وظهر ذلك جلياً في زيادة اهتمام الدول بمثل هذا النشاط ومحاولة تنميته والاستفادة منه إلى أقصى درجة ممكنة.

تعرف السياحة الالكترونية بأنها "استخدام الأعمال الالكترونية في مجال السفر والسياحة واستخدام تقنيات الانترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين"¹. أو يمكن القول بأنها تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض إنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية، وبذلك فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تستخدم من طرف جميع شركاء القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وأفراد، وقد تستغل هذه التكنولوجيا في تشييد وإقامة كيانات سياحية يتطلب

^{*} التجارة الالكترونية: تعرفها منظمة التجارة العالمية بأنها "أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية". وبهذا المعنى يكون للتجارة الالكترونية خمسة أنواع من الأنشطة المتعلقة بالمعاملات التجارية هي الإعلان عن السلع والخدمات التي يتم عرضها عبر شبكة الانترنت من خلال متاجر بيع على الانترنت، وتبادل المعلومات والتفاعل بين البائع والمشتري، وعقد الصفقات وإبرام العقود من خلال شبكة الانترنت، وسداد الالتزامات المالية من خلال وسائل الدفع الالكترونية، وعمليات توزيع وتسليم السلع والخدمات ومتابعة الإجراءات سواء عن طريق شبكة الانترنت on-line أو عن طريق القنوات العادية. وهذا التعريف يتسع لتشمل أية معلومات أو خدمات تقدمها شركة لأخرى أو شركة لمستهلك عبر الانترنت أو غيرها من وسائل الاتصال الالكتروني بدءاً من معلومات ما قبل الشراء وانتهاء بخدمات ما بعد البيع.

¹- Anis Khanchouch, E-Tourism ; an Innovative Approach for the small and medium-sized Tourism enterprises (SMTE)in Tunisia, OECD, 2004.

تشغيلها أيضا قدرا من المعرفة التكنولوجية لدى روادها، مثل الفنادق الذكية التي تعتمد في بنائها وتشغيلها وإدارتها على تقنيات حديثة.

فالسياحة الإلكترونية ترتبط بالتجارة الإلكترونية وتشكل القسم الأكبر من حجمها وتسهم فيها بنسبة عالية وذلك من خلال مجموعة الخدمات السياحية المقدمة عن طريق الإنترنت. وكان أول ظهور للسياحة الإلكترونية مع بداية ظهور خدمة الشبكة العنكبوتية (World Wide Web) أي تزامنا مع استخدام الانترنت في سوق التجارة العالمي، وقد ظهر ديكريفتور degriftour.com كأول موقع سياحي سنة 1990¹. وزيادة انتشار هذا المفهوم وتطبيقاته المختلفة يعود لعدة عوامل لعل أهمها²:

- ارتفاع نسبة إسهام السياحة الإلكترونية في إجمالي التجارة الإلكترونية الدولية.
- تطوير المنتج السياحي المقدم وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة.
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يساهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي.
- انتشار سريع لوسيلة الانترنت في العالم.
- تأمين الثقة في وسائل الدفع عبر الإنترنت.
- تيسير تقديم المعلومات التي يحتاجها المستلك السياحي عن المنتج السياحي من خلال تأمين المعلومات السياحية المطلوبة على مدار 24 ساعة في اليوم و 7 أيام في الأسبوع.
- السياحة الإلكترونية تجعل السائح يعيش تجربة السفر من خلال التجول في الأماكن التي يريد السفر إليها بعيدا عن عوامل أخرى ممكن أن تؤثر على اختياره في مكاتب السفر.
- كون شيوع استخدام السياحة الإلكترونية دليلا على تقدم البنية التكنولوجية والخدمات الإلكترونية في البلد المعنى، بما يساهم -ضمن عوامل أخرى- في زيادة الاستثمارات الأجنبية.

2- المتطلبات العامة لتطبيق السياحة الإلكترونية: تحتاج السياحة الإلكترونية إلى توفر عدة متطلبات حتى يمكن تطبيقها وبالأخص في الدول النامية، ويمكن إجمالها فيما يلي:

أ- توفر إطار مؤسسي وتنظيمي: يتعلق هذا الجانب بأهمية التعاون بين مؤسسات الحكومة وكذلك الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المدني عن طريق إبراز المزايا التي تعود على كل فاعل من جراء تطبيق نظم التجارة

¹ - إبراهيم بخي، محمود فوزي شعوي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، ورقة، العدد 07، 2010، ص 276.

² - محمد تفرورت، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني حول السياحة والتسويق السياحي في الجزائر -الإمكانيات والتحديات التنافسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، يومي 25-26 أكتوبر 2009، ص 8.

الإلكترونية في مجال النشاط السياحي. فوجود حوار بناء ما بين المؤسسات يساعد على خلق بيئة صحية ومواتية لتنفيذ المشروعات، حيث يمكن للحكومات الممثلة في وزارات السياحة والهيئات المعنية أن تقدم الدعم المادي للشركات والوسطاء السياحيين المختلفين من أجل استعمال تطبيقات الانترنت في مجال عملهم، وكذلك توفير قواعد بيانات تفصيلية عن الموارد السياحية والمنتج السياحي ودعم المواقع الإلكترونية الخاصة بالسياحة. في حين يمكن لشركات القطاع الخاص المتميزة من خلال خبراتها مع تكنولوجيا المعلومات والتسويق والتجارة الإلكترونية أن تقدم نصائح واستشارات لصانعي القرار.

ب- وجود إطار قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي: تعتبر السياحة الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من التجارة الدولية والتي تعمل في إطار الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات بمنظمة التجارة العالمية وهو الأمر الذي جعل معظم الدول تدرج الخدمات السياحية في جداول التزاماتها الملحقه بالاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات وذلك بهدف التحرير التدريجي للقطاع السياحي لتحقيق أهداف التنمية المرجوة وجذب الاستثمار الأجنبي. وبناءً على الاتفاقية العامة لتحرير الخدمات السياحية يمكن تحديد أهم المتطلبات القانونية اللازمة لتنظيم السياحة الإلكترونية فيما يلي¹:

- وجود نظام قانوني متكامل للمعاملات الإلكترونية على الصعيدين الدولي والوطني يتكاتف مع جهود الدول في توفير الإمكانيات المادية والفنية لشركات السياحة لتفعيل نمط السياحة الإلكترونية.
- وجود تشريعات ولوائح منظمة لعمل المؤسسات والوكالات السياحية تتواءم مع الأشكال المستحدثة التي فرضتها السياحة الإلكترونية وتضع القواعد الخاصة بتنظيم المعاملات الإلكترونية.
- وضع تشريعات قانونية خاصة بتنظيم عمل المرشدين السياحيين ويراعى فيها العلم الكافي بكل الوسائل التكنولوجية والتعامل مع أجهزة الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت بوصفهما أداة للسياحة الإلكترونية.

ج- التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات: تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة وكيفية تطويرها واستثمار الموجود منها في مجال السياحة الإلكترونية. ويشمل ذلك ما يلي²:

¹ - بوبكر سلاي، آفاق السياحة الإلكترونية على ضوء تجربة تونس والأردن، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، باتنة، 2013/2014، ص 37.

² - خالد كواش، نوال قمراري، دور السياحة الإلكترونية في تنمية القطاع السياحي في الجزائر (بالرجوع الى تجارب بعض الدول العربية)، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، الجزائر، المجلد 01، العدد 28، 2013، ص ص 45-46.

- تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للاتصال بخدمات الإنترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي.
 - تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني Intermediary في قطاع السياحة، وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة سواء مجال الفنادق، وخطوط الطيران، ووكالات السفر والمرشدين السياحيين، وغيرها من قطاعات العمل السياحي.
 - خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الإلكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت وتوفير الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع.
- د - وجود حد أدنى من استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة:** ويشمل ذلك استخدام تطبيقات الانترنت والتجارة الإلكترونية في المجالات المرتبطة بالسياحة الإلكترونية كتذاكر وخدمات الطيران والخدمات الفندقية وشركات النقل وتأجير السيارات والمطاعم السياحية¹.
- هـ - توافر البيئة الثقافية المساندة:** من الضروري لتطبيق السياحة الإلكترونية وجود بيئة ثقافية مهيئة لمثل هذا النوع من التعاملات. فمن شأن المضي قدماً في برامج السياحة الإلكترونية إلحاق الضرر بالهيئات الحكومية والخاصة التي يقاوم فيها الموظفون الحاليين نظم العمل الجديدة وميكنة الخدمات المقدمة كنتيجة لعدم إلمامهم بالمهارات اللازمة أو بسبب الإجراءات البيروقراطية التي يلعب فيها موظفو الخدمة العامة أدوراً سيادية على من حولهم². وهذا ما يدفع إلى ضرورة بناء إستراتيجية جديدة لهؤلاء الوسطاء التقليديين تؤهلهم للحاق بالسياحة الإلكترونية من خلال البرامج التدريبية التي تهدف للتوعية بأهمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وارتباط السياحة الإلكترونية بها وتزويدهم بالمهارات اللازمة لذلك.
- على هذا الأساس فالسياحة اليوم هي سوق افتراضية تتأثر بفعل التطور التكنولوجي ويظهر ذلك بوضوح عبر مستويين الأول يهتم بالمحتوى الرقمي الذي يتطلب تجميع المعلومات السياحية عن المؤشرات والعروض، الأسعار والرقمنة ونشر المعلومات السياحية، عبر شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج للخدمات السياحية. أما المستوى الثاني فتبرز فيه الطفرة التكنولوجية في صناعة السياحة التي أفرزت

¹ - هند محمد حامد، التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، القاهرة: د. د. ن، 2003، ص ص 157-167.

² - علا الخواجة، الفرص والتحديات أمام تطبيق نموذج الحكومة الإلكترونية في مصر، سلسلة أوراق اقتصادية، تصدر عن كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، القاهرة، العدد 35، 2007، ص 22.

زيادة في الفاعلين بالقطاع واتساعاً لنسيجه الاقتصادي بظهور مؤسسات جديدة ترتبط بالخدمة عبر الإنترنت محركات البحث السياحي، وكذلك المصارف الإلكترونية المساعدة على الحجز وصرافة العملة¹.

ثانيا- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عولمة السياحة وتحقيق التنمية السياحية المستدامة:

تأثر النشاط السياحي تأثراً كبيراً بتكنولوجيا المعلومات كما سبق وذكرنا، فقد أصبحت هذه التكنولوجيا اليوم هي العمود الفقري والركيزة الأساسية للسياح، باعتبار أن توفر المعلومات الوافية عن المقاصد السياحية وعن الخدمات والتسهيلات المتوفرة سيؤدي كنتيجة حتمية إلى زيادة الحركة السياحية إلى هذه المقاصد.

كما وقد سبق ونهت منظمة السياحة العالمية الحكومات والهيئات والمؤسسات بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع السياحة والفندقة، فأصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال اللبنة الأساسية للتنمية السياحية، ولم تعد خياراً بالنسبة للقائمين على القطاع بل حتمية تفرضها الأوضاع الاقتصادية الراهنة لتطوير وتنمية القطاع، ولا يمكن بأي حال من الأحوال اعتبار السياحة الإلكترونية هي منافسة للسياحة التقليدية، بل هي مكملية وضرورية من أجل تطوير القطاع السياحي، وينبع هذا التكامل من خلال:

- اعتماد الخدمات السياحية بمختلف أنواعها بشكل كبير على تداول المعلومات السياحية المتصفة بالتباين بالتالي يصعب قياس جودتها إلا بعد التجربة، ولذلك تعد الانترنت الوسط المناسب لها فهي تقلل من حدة هذا التباين عن طريق الزيارة الافتراضية للخدمة السياحية بحيث تمكن الزائر من التعرف على المعالم والمناطق السياحية بكل سهولة، من خلال صورة تفاعلية مرئية تخيلية للموقع والاطلاع على المعلومات التفصيلية للمناطق السياحية المراد زيارتها، وأيضاً تمكن السائح من تخطيط ووضع برنامج لرحلته واختيار المناطق التي يرغب في زيارتها، وترتيب مواعيد زيارته لها وتخصيص ميزانية تقريبية لنفقاته.
- يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تخفيض تكلفة إنتاج الخدمة السياحية حيث تساهم من جهة في رفع الترويج السياحي ومن جهة أخرى تعمل على تخفيض التكاليف، خصوصاً تلك المتعلقة بالاتصال المباشر بالوسطاء والسواح وتلك المتعلقة بالتوزيع.
- التوسع في استخدام التكنولوجيا أدى إلى ظهور احتياجات لم تكن موجودة من قبل، مما دفع العاملين في القطاع السياحي لتطوير منتجات جديدة ومتنوعة تلبي هذه الاحتياجات، وأيضاً هذا التوسع

¹ - يونس بلفلاح، التكنولوجيا ترسم معالم مستقبل السياحة، مجلة العربي الجديد، فلسطين، العدد 191، 2015/03/11، ص 18.

يؤدي إلى تحسين الخدمة المقدمة وتوسيع قاعدة الزبائن والرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة السياحي، ويضيف عليها حالة من المصداقية وجودة الخدمة، مما ينعكس إيجاباً على دخل القطاع السياحي إجمالاً. والجدول التالي يوضح دور التكنولوجيا قديماً وحديثاً في السياحة من خلال المقارنة التالية:

الجدول رقم (09): دور تكنولوجيا قديماً وحديثاً في السياحة

وجه المقارنة	التكنولوجيا القديمة حتى الثمانينيات	التكنولوجيا منذ نهاية الثمانينيات حتى الآن
الوسائل التكنولوجية المستخدمة	الحاسبات الآلية - الهاتف - الفاكس - بعض أنظمة الحجز المركزي ذات الكفاءة المحدودة	أنظمة الحجز المركزي ذات الكفاءة العالية - نظم المعلومات التكنولوجية - وسائل الاتصال الحديثة - الهاتف المحمول
مستخدموا التكنولوجيا	سلاسل الفنادق العالمية - شركات الطيران - بعض منظمي البرامج السياحية	الشركات السياحية - وكالات السفر بصورة مكثفة - جميع موردي الخدمات السياحية.
دور التكنولوجيا	القيام بالعملية التوزيعية - التحكم الداخلي - التركيز على العملية الإنتاجية	تحسين مستوى الجودة - الإلمام بالمعلومات والأحداث الخارجية - التركيز على العملاء وكيفية توجيههم
سمات التكنولوجيا	البطء في إيصال المعلومة - عدم إمكانية الاكتفاء بأنظمة الحجز المركزي فحسب - تيسير الوظائف السياحية القائمة بالفعل	السرعة في إيصال المعلومة - الكفاءة الكاملة لأنظمة الحجز المركزي - تيسير الوظائف السياحية وجعلها تنسم بالمرونة - خلق خدمات ووظائف سياحية جديدة

المصدر: أحمد حسني عبد الحميد عيسى وآخرون، أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على القطاع السياحي، جامعة المنوفية، كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات السياحية، مصر، 2012/2011، ص 19.

من هنا تتضح لنا العلاقة الوثيقة القائمة بين التكنولوجيا وقطاع السياحة، فإن الأمر لا يتوقف على مجرد استخدام مجموعة من الأجهزة التكنولوجية المنفصلة كالفاكس والحاسب الآلي بل انه يمتد إلى منظومة كاملة من الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال التكنولوجية وشبكات المعلومات ولا يقتصر استخدام تلك المنظومة على أحد القطاعات السياحية دون غيره بل أنه يستخدم من قبل:

- **شركات الطيران:** تستخدم تكنولوجيا المعلومات في جميع المراحل الخاصة بالعمليات المختلفة التي تتعلق بعملهم سواء في تحديد المواعيد الخاصة بالسفر أو الخطوط المختلفة للسير أو عملية الحجز والبيع. وأخذت شركات الطيران تطور خدماتها المقدمة ومن أحدثها: التذاكر الذكية* التي فتحت قناة

* التذكرة الذكية: هي عبارة عن بطاقة مدمجة تشبه كمبيوتر صغير وحلت محل التذكرة الورقية، ولكن استكمال البيانات يكون عبر صفحة الانترنت ويتم تخزين البيانات آلياً في ملفات امن لدى شركات الطيران ويمكن تغيير الحجز في أي وقت عبر صفحة الانترنت أو الهاتف بكل سهولة. وهي

توزيع جديدة بين شركات الطيران والمسافر، أكشاك الخدمة الذاتية^{**}، البطاقة المرمزة^{***}، بالإضافة على خدمة الانترنت على متن الطائرة .

- **الفنادق:** تستخدم التكنولوجيا لانجاز الأعمال المختلفة التي تتعلق بمكاتب الاستقبال من خلال استحداث خدمة الاستقبال الإلكتروني^{****} وأول من قام بتنفيذها سلسلة فنادق ماريوت وسلسلة فنادق حيات، هذا بالإضافة لاستخدام التكنولوجيا في الأعمال الإدارية المختلفة، كذلك الوسائل الترفيهية المختلفة للترويج عن عملائها، من خلال إنشاء مواقع على شبكة المعلومات، وكانت شركة (THSCO) الأمريكية أول من يقوم ببناء موقع يسمى travel web يحتوى على البيانات لأكثر من 6000 فندق ويسمح باختيار الفندق الملائم.

- **شركات السياحة:** نجدها تعتمد الآن بصورة أساسية على نظم الحجز الآلي وتحقيق المبيعات مع جميع موردي الخدمات السياحية.

بالتالي تتجلى أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التنمية السياحية المستدامة في تداخلها مع مسار العملية السياحية من التخطيط إلى التعاقد مروراً بالحجز والتسويق والترويج. وتبين الاتجاهات المستقبلية للسياحة الإلكترونية أن تغييرات جذرية ستطرأ على القطاع من خلال بؤادر بدأت تلوح في الأفق، كالاستعانة بالحجوزات المباشرة عبر الإنترنت بدلاً من وكالات الأسفار ومكاتب الطيران، ترويج المنتج السياحي من خلال الهواتف الذكية والأجهزة التفاعلية. وكذلك اللجوء إلى الأفلام الترويجية عبر الإنترنت¹. وتوجد العديد من الدول التي استغلت هذه الفرصة كبيلدان الكاريبي وإفريقيا واسيا لاجتذاب السياح مباشرة وبعرض أنماطها من السياحة البيئية المحلية وتجارب يمكن أن تجعلها قادرة على منافسة الشركات الأجنبية، وذلك بإعادة تنظيم خدمات سياحية وإنشاء شبكات تتيح لأصحابها الفنادق والبنوك وشركات السفر المحليين من خلال عرض مجموعة كاملة من خدماتها للسياح، وبهذه الطريقة تحقق أرباح وتساهم في

متعددة الاستعمال بالنسبة للمسافر يمكن بواسطتها أن تكون جواز سفر وتذكرة سفر وتعرف في هذه الحالة (magnet stripe ticket) حيث يتم تسجيل تفاصيل الحجز عليها كما يمكن استعمالها كبطاقة صعود إلى الطائرة وذلك عن طريق أي حاسب آلي من المطار، ومن أشهر تلك البطاقات (Mondex) التابعة لشركة ماستركارد.

أكشاك الخدمة الذاتية: هي أشبه ما تكون بأجهزة الصرف الآلي، حيث أنها تتيح للمسافرين الذين يحملون تذاكر الكترونية إتمام إجراءات السفر لعدد من شركات الطيران من كشك واحد ويستطيع المسافرون عن طريق استخدام هذه الأكشاك تجنب الطوابير، ويوجد حالياً ما يقرب من 40 شركة طيران حول العالم تقدم مثل هذه الخدمة ومن أشهر الشركات North nest Airlines.

البطاقة المرمزة: تستخدم للدخول إلى الطائرة ويستطيع المسافر بموجب هذا البرنامج طباعة بطاقة الدخول إلى الطائرة في بيته أو مكتبه قبل الذهاب للمطار وذلك بواسطة الانترنت، الأمر الذي يريح المسافر.

خدمة الاستقبال الإلكتروني: إنشاء أكشاك للخدمة الذاتية داخل الفندق ويقوم العميل بإدخال بطاقة الائتمان الخاصة به في الآلة بأحد الأكشاك ويضغط على بعض الأزرار فيحصل على المفتاح الخاص بالرفة.

¹ - يوسف بلفلاح، مرجع سابق الذكر، ص 18.

زيادة فرص العمل وفي التنمية الاقتصادية لهذه البلدان. ويبين تقرير الأونكاد أن البلدان النامية أصبحت تستقبل نحو 35% من السياحة الدولية سنوياً، ومع ذلك فإن معظم هذه البلدان لم تتمكن من زيادة أرباحها من السياحة لأن معظمها تتسرب خارج حدودها لصالح شركات أجنبية متواجدة في البلدان المتقدمة.

كما يوضح التقرير تزايد لجوء السياح إلى الإنترنت لترتيب رحلاتهم، وحسب الدراسات الحديثة في هذا المجال فإن 80% من مستخدمي الإنترنت ينظمون رحلاتهم عبر الإنترنت بما في ذلك حجوزات السفر والفنادق، الأمر الذي يستدعي قيام حكومات البلدان النامية التركيز على إنشاء شبكات مترابطة تستطيع تغطية كل الأمور التي يستند إليها السفر الدولي، لأن حسب التقرير بات السفر المصدر الأكبر لإيرادات الإنترنت الناتجة عن العلاقات بين الشركات والمستهلكين، إذ بلغت هذه الإيرادات على المستوى العالمي 150 مليار دولار سنة 2014 ويوضح رئيس المنظمة العربية للسياحة خلال فعاليات "أصول وفنون التسويق الإلكتروني لقطاع السياحة والسفر" الذي أقيم في بيروت سنة 2009 بأن الاهتمام بالسياحة الإلكترونية يتنامي مع الاهتمام بالتجارة الإلكترونية فبعد أن كانت السياحة الإلكترونية تسهم بـ 7% من التجارة الإلكترونية في سنة 2000 زادت النسبة إلى 45% من حجم التجارة الإلكترونية في العام 2008، ومن المتوقع أن تصل إلى 70% من حجم التجارة الإلكترونية بنهاية عام 2015¹. وتشير بعض الأبحاث والدراسات ما يلي:

- 40% من السياحة العالمية تتم عبر الإنترنت كما تؤكد الإحصائيات أن أكثر من مليار شخص حول العالم يستخدمون الإنترنت لترتيب حجوزاتهم، وأن إيرادات الحجوزات عبر الإنترنت تمت بمعدل 73% في الخمس سنوات الماضية وما يقرب من 90% من منظمي الرحلات السياحية كانت عبر الإنترنت.
- المنظمة العربية للسياحة أوضحت في تقرير لها أن 40% من المجموع الكلي لأعداد السياح عالمياً استخدموا الخدمات السياحية الإلكترونية إما للاستفسار أو شراء خدمات الحجز والسفر وبلغ الزوار للمواقع العالمية مثل اكسبيديا expedia.com حوالي 50 مليون زائر و 80 مليون زائر لموقع ياهو للسياحة yahootravel.com.
- امتلاك أكثر من 85% من الفنادق في أوروبا لمواقع الكترونية وفقاً لحصر المفوضية الأوروبية عام 2008.²

¹ - عزة العطار، التجارة الإلكترونية بين البناء والتطبيق، مصر، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، منشأة المعارف بالإسكندرية، ط2، 2010، ص 39.

² - أندرو برينز، التسويق السياحي الإلكتروني، مداخله مقدمة في المؤتمر الدولي العربي الثاني للسياحة ولتسويق الإلكتروني، شرم الشيخ، مصر، أيام 15- 19 ديسمبر 2008، ص 35.

- يستحوذ قطاع السياحة الالكترونية على ما نسبته 45% من عائدات إعلانات الانترنت المختلفة وحسب تقرير التسويق الإلكتروني الصادر عن مؤسسة Forrester فوريستر للبحوث فإن عائدات مبيعات الخدمات السياحية الالكترونية من خلال الانترنت كتذاكر السفر، والحجوزات بالفنادق واستئجار السيارات السياحية لسنة 2010 بلغ 63 مليار دولار عالميا، ففي أوروبا مثلا ارتفعت من 0.2 مليار دولار عام 2000 إلى 49.4 مليار دولار عام 2010¹.

بوجه عام فان تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد أدت إلى عولمة السياحة على المستوى العالمي وتنشيط حركة السياحة الدولية، كما أنها ساهمت في تيسير وتوزيع وإدارة الخدمات السياحية المختلفة والتحكم فيها والتنسيق فيما بينها على مستوى العالم بأكمله. فالتكنولوجيا الحديثة تعطي القائمين على السياحة المرونة الكافية للتحرك مع السوق ومواجهة متطلباته المختلفة، كما أنها تتيح أمامهم فرص التعاون وتحسين الخدمات السياحية مع تقليل تكاليفه، وبالتالي لم يعد هناك مجال للجدل حول أهمية التكنولوجيا في تنمية السياحة المستدامة من خلال رفع كفاءة المنتجات السياحية وتخفيض أسعارها ومنحها القدرة على المنافسة عالميا ومحليا.

ثالثا- الجهود الدولية في عولمة السياحة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

بذلت محاولات عديدة على الصعيد العالمي لعولمة السياحة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي، حيث تناولت العديد من المنظمات الدولية تطبيقاتها المختلفة وأثرها في تطوير القطاع السياحي خصوصا في الدول الأقل نموا، وذلك بوضع اتفاقات وتوجيهات إقليمية ودولية لتسوية ما قد ينشأ المعاملات السياحية الالكترونية بواسطة الدولة ذاتها.

1- مبادرة الاتحاد الدولي للسياحة: وهو تعاون بين منظمة السياحة العالمية ومايكروسوفت لتزويدها بالحلول لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وذلك لمعالجة بعض التحديات التي تواجه القطاع السياحي بشكل عام وكذلك التي تواجه الدول والمقاصد السياحية بشكل خاص، وهو ما ساعد على تمكين الدول من الحصول على فوائد كثيرة من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال². وتتمثل أهم هذه الجهود في ما يلي:

- ترويج وإدارة المقاصد السياحية ومهارات التسويق الإلكتروني والبوابات السياحية.
- إس.أو.إس: هي عبارة عن نقطة توقف للطوارئ ومنطقة مشاركة للمعلومات من قبل العامة وتراسل سريع. وتخدم كنظام متابعة لكل الطوارئ والأزمات التي تؤثر على القطاع السياحي خلال الأزمات الطبيعية والتي يقوم الإنسان بصنعها.

¹- Jennifer Blanke & Thea Chiesa, **The Travel & Tourism competitiveness** , Report 2009. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability (World Economic Forum, March 2009) , p25.

²- بوبكر سلاي، مرجع سابق الذكر، ص 59.

- يو توريسست: يستخدم من خلالها أفضل التقنيات الأمنية والتعاريف الرقمية لمساعدة المنظمة السياحية العالمية ومدونة قواعد الأخلاق والسلوكيات التي تنتهجها أيضا. بل أن منظمة السياحة العالمية ستقوم بحصد الفوائد من خلال الفرص المتوفرة عن طريق الانترنت، فيما يخص التزامها في تشجيع وترويج التنمية السياحية المستدامة للقطاع السياحي، والعمل نحو تحقيق أهداف التنمية السياحية¹.

2-الاتحاد الدولي للسياحة الالكترونية: هو أول هيئة تعمل على تنظيم السياحة الإلكترونية في العالم ومقره الرئيسي بمصر، ويهدف إلى تنظيم عمل السياحة والسفر عبر الإنترنت وإتاحة فرص تبادل الخبرات بين الأعضاء من خلال إصدار مجلة ربع سنوية بعدة لغات وتنظيم رحلات تسويقية وتعليمية لأعضاء الاتحاد وإيجاد حلول علمية لمشاكل السياحة الإلكترونية من خلال إنشاء دليل عالمي موحد يضمن معلومات رسمية لكل ما هو متعلق بصناعة السياحة. وتم افتتاح أول موقع للإتحاد الدولي للسياحة الإلكترونية ولأول مرة في الشرق الأوسط والعالم بشراكة سعودية - فرنسية - إسبانية - إيطالية ومصرية، ويعد هذا الموقع كأول مرجعية لكل دول العالم للعاملين بالسياحة والتسويق السياحي عبر الإنترنت. انطلق موقع الإتحاد الدولي للسياحة الإلكترونية. وهناك خدمات أخرى عديدة يقدمها الإتحاد الدولي للسياحة الإلكترونية لأعضائه تتمثل في: خدمة تصميم المواقع على يد محترفين دوليين في مجال تطبيقات السياحة الإلكترونية، خدمة ترقية المواقع على مواقع البحث SEO وكتابة محتوى المواقع والتي يقوم بها محترفون متخصصون من جنسيات مختلفة، ودورات تعليمية وتدريبية والتي بدأت بأول مؤتمر دولي لها بالقاهرة في أبريل 2008 تطرق فيه الخبراء في مجال السياحة الإلكترونية إلى أحدث تكنولوجيا التسويق عبر الإنترنت ومتطلبات توسيع استخداماتها في المنطقة العربية².

3- مبادرة الأونكتاد في مجال السياحة الالكترونية: طرح مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية في دورته الحادية عشرة المنعقدة في مدينة ساو باولو بالبرازيل خلال الفترة 13-18 يونيو 2006 مبادرة خاصة بالسياحة الالكترونية، تهدف إلى تزويد البلدان النامية بالوسائل التقنية اللازمة لترويج خدماتها السياحية وتسويقها وبيعها عبر الانترنت واستحداث منتجات سياحية جديدة وذلك بهدف تيسير تطوير قطاعها السياحي على نحو فعال باستخدام أدوات تستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وأوضح المؤتمر أن ذلك يتم من خلال الشراكة مع الدول الأعضاء في المؤتمر والمنظمة العالمية للسياحة وسلطات السياحة الوطنية والجامعات³.

¹ - باسل مروان، القطاع السياحي في ظل العولمة، لبنان، دار الهناء، 2008، ص ص 16-17

² - حسام درويش، السياحة والتسويق الالكتروني، المؤتمر الدولي حول السياحة الالكترونية والتسويق الالكتروني، شرم الشيخ، مصر، 30/25 أكتوبر 2008، ص ص 60-61

³ - Unctad's e-tourism initiative, United Nations Conference on Trade and Development, Eleventh Session, Sao Paulo, 13-18 June 2006, published in English in 24 April 2006, pp.4-5.

كما توفر الأونكتاد مع شركائها من خلال هذه المبادرة إسهامات عينية تغطي تطوير قاعدة نموذجية للانترنت تستخدم في مجال السياحة الالكترونية، وتشمل هذه القاعدة معلومات عامة عن قطاع السياحة في الدول وبيانات تفصيلية عن الخدمات السياحية التي تقدمها وعن المنتجات السياحية المتاحة فيها وكذلك روابط بالمواقع الالكترونية لأبرز الشركاء السياحيين على شبكة الانترنت. كما وفرت الأونكتاد تمويل قدره 1.5 مليون دولار لهذا المشروع تستفيد منه خمسة دول خلال فترة المشروع.

نظرا للدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصوصا في عولمة السياحة من خلال السياحة الالكترونية، فقد أولت الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية بالتعاون مع منظمة السياحة العالمية اهتمام كبير بالجوانب القانونية التي تحمي المتعاملين السياحيين من جهة وتفعيل دور منظمة السياحة العالمية من الناحية التشغيلية لجوانب السياحة على الانترنت¹. وأهم ما ركزت عليه منظمة السياحة العالمية فنجد الجوانب التسويقية والإدارة السياحية للمقصد السياحي والاستجابة لتحديات التغيرات في المناخ السياحي وتكنولوجيا المعلومات والاتصال للتدريب وتقديم التسهيلات وتعزيز الجانب الترويجي للسياحة في ظل نمو تكنولوجيا المعلومات.

4- مبادرة الاتحاد الدولي للنقل الجوي: إن الاتحاد الدولي للنقل الجوي (اياتا) بدأ بتشجيع وتعميم فكرة التذكرة الالكترونية لأنها توفر أكثر من ثلاث مليارات دولار سنويا، إضافة إلى مساهمتها أيضا بطرح أسعار تنافسية بسبب توفير عمولات مكاتب السياحة والسفر إلى جانب الوصول لشريحة أكبر من السوق المستهدف من خلال تفصيل الخدمات السياحية الالكترونية على شبكة الانترنت².

5- منظمة التعاون الآسيوية لمنطقة الباسيفيك: في عام 1998 تأسست منظمة التعاون الاقتصادي لمنطقة آسيا - الباسيفيك - أمام شعور هذه الدول بالدور الاقتصادي المتعاظم للمنطقة وأهمية التكتل الاقتصادي لمواجهة تحديات النمو والمنافسة الاقتصادية، وتضم في عضويتها 21 دولة حتى نهاية عام 1999 وفي سنة 1997 اتفق قادة الدول الأعضاء في المنظمة على وضع خطة عمل خاصة في مجال السياحة الالكترونية تكفل تحقيق الدول الأعضاء لمتطلباتها وإيجاد إطار قانوني موحد لهذه الغاية، وفي عام 1998 وتحديدًا في مؤتمر المنظمة المنعقد في كوالالمبور أصدر الأعضاء تصريحاً يتضمن الدعوة لإطلاق النشاط التجاري الإلكتروني في المنطقة وتطوير صيغ التعاون التقني وبناء البنية التحتية للتجارة الالكترونية والاستثمار في هذا القطاع³.

7- غرفة التجارة الدولية (ICC): هي منظمة عالمية متخصصة تهدف إلى وضع قواعد قانونية موحدة في ميادين العمل التجاري عبر ما يعرف بنشرات الغرفة، وتركز على توحيد القواعد ذات العلاقة بالأنشطة

¹ - Unctad's e-tourism initiative, Ibid, p7.

² - حسام درويش، مرجع سابق الذكر، ص 41.

³ - Ibid, p11.

القانونية القائمة عبر الحدود وبين الدول، ولها النشاط آخر يتمثل بالقيام بأنشطة فض المنازعات التجارية الدولية عن طريق التحكيم. وكان للغرفة دور قيادي في مؤتمر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية وذلك عبر تقديم الأدلة الإرشادية ونماذج القوانين والدراسات البحثية التي كان لها الدور الأكبر في تعميق مسائل البحث في المؤتمر والدور الأكبر في صياغة نتائجه وتوصياته، ويعد دليل التجارة الالكترونية الصادر عن الغرفة أحد أهم الأدلة الشاملة التي تتيح مساعدة فاعلة في ميدان الأنشطة التشريعية والتنظيمية اللازمة للتجارة الالكترونية¹.

8- الهيئة العليا لسياحة الدول العربية: يعتبر التعاون في مجال تطوير قطاع السياحة عموماً من أهم المحاور التي يستند إليها في تنمية التعاون العربي وزيادة حجم التجارة البينية بين الدول العربية عن طريق زيادة الاعتماد على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطوير شبكة الانترنت في أداء الأعمال بين مؤسسات الأعمال العربية ببعضها البعض وقد تم وضع حجر الأساس للانطلاق على هذا المسار في الاجتماع الوزاري لمجلس الوحدة الاقتصادية العربية المنعقد في يونيو 2008 حيث كان من بين قراراته:

- الموافقة على إنشاء المجلس العربي للسياحة الالكترونية بين الدول العربية من أجل تنمية القطاع السياحي في الوطن العربي وتفعيل دور المؤسسات السياحية.
- الموافقة على إنشاء أكاديمية متخصصة في الأعمال الالكترونية تهدف إلى إعداد الكوادر المؤهلة في استخدام وتطبيق تكنولوجيا المعلومات في مجال الأعمال والخدمات بأنواعها المختلفة، وتأهيل ورفع مستوى العاملين في جميع القطاعات المعنية باستخدام العلوم الالكترونية الحديثة².

9- إنشاء المجلس العربي للسياحة الالكترونية: تمخض عن الجهود السابقة كلها إنشاء المجلس العربي للسياحة الالكترونية في العام 2008 وذلك بإشراف كل من الاتحاد الدولي للسياحة الالكترونية والمنظمة العربية للسياحة والتابع لجامعة الدول العربية وتعتبر هذه الخطوة مهمة لتفعيل التعاون العربي في مجال السياحة الالكترونية والتي يمكن أن يكون لها الدور الكبير في تطوير السياحة في الدول العربية والمساهمة في زيادة حجم التجارة الالكترونية وتنظيم العلاقات بين العاملين في مجال السياحة الإلكترونية³. وهو ما يبين أن الدول العربية لم تكن بعيدة عن التطورات الحاصلة في مجال السياحة الالكترونية.

¹ - Ron Katz , Bob Tailor and Lionel Walsh, **International Chamber of Commerce ICC Electronic tourism** , Technical Business and Legal issues New Jersey ,2004 , p59.

² - حسام درويش، مرجع سابق الذكر، ص 46.

³ - محمد تقروت، مرجع سابق الذكر، ص 56

خلاصة واستنتاجات:

من خلال دراستنا وتحليلنا لهذا الفصل وجدنا أن السياحة هي ظاهرة قديمة ظهرت مع ظهور الإنسان على وجه الأرض وشهدت نموا ورواجا واسعا بعد الحرب العالمية الثانية حين شهد الوضع الدولي استقرارا فبرزت السياحة كظاهرة عالمية في القرن العشرين وأدركت الكثير من الدول القيمة الحقيقية لقطاع السياحة في دعم الدخل الوطني وميزان المدفوعات، فلم يعد قطاع ترفيهي فحسب بل أصبح صناعة مهمة.

وبسبب إحداث الأنشطة السياحية لأضرار اجتماعية وثقافية وبيئية غير مقصودة بفعل الاستهلاك المجحف للموارد للسياحية تم تبني فلسفة جديدة والمتمثل في مبدأ الاستدامة الذي من خلاله يمكن ضمان نتائج جيدة تحقق رضا جميع الأطراف بداية بالمحافظة على الهوية والموارد المحلية (الطبيعية ، المادية ...الخ) وإعطاء فرصة للأجيال المتعاقبة حقهم في العيش في رفاهية و التمتع ببيئة نظيفة، وصولا إلى تحقيق الرخاء المحلي للمجتمعات المضيفة وهذا من خلال إنفاق السياح على المنتجات المحلية وتحفيز الوعي البيئي لدى جميع الأطراف المعنية بالسياحة المستدامة (السكان المحليين، السياح...الخ) بأهمية المحافظة على البيئة والتقليل من الآثار السلبية الناتجة عن سلوكيات السياح والمستثمرين والعمال...الخ.

إن السياحة تتواجد وتتفاعل مع عالم ديناميكي معقد ومتعدد الأبعاد يتألف من مجموعة متنوعة من العناصر لا تترابط فيما بينها وحسب وإنما يمكنها أيضا بصورة فردية أو جماعية أن تؤثر أو تتأثر بالسياحة من بينها العولمة، فقد أدت هذه الأخيرة إلى توسيع نطاق السياحة لتصبح نشاطا عالميا ما أدى إلى ظهور العولمة السياحية وهو أمر واقعي نتيجة لاهتمام الدول المتقدمة والنامية على حد سواء بالسياحة من خلال المنظمات الدولية والإقليمية والمحلية لاسيما منظمة السياحة العالمية ومنظمة التجارة اللتان ساهمتا في إطار اختصاصهما في تطوير القطاع السياحي باستخدام أدوات العولمة في تحرير خدماتها، وتطور وسائل المواصلات وتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تسهيل حركة السياح عبر مختلف مناطق العالم وتوفير إمكانية التواصل مع مختلف جنسيات السياح وتزويدهم بالمعلومات والعروض السياحية وتمكينهم من الحجز عن بعد.

وتبين أن العولمة السياحية أدت إلى تغييرين مهمين: الأول هو تقريب وتوحيد القوانين والأنظمة التي تحكم الأنشطة السياحية في مختلف الدول بهدف تقليص تكاليف إنتاج وتوزيع الخدمات السياحية وإتاحة المجال لمزيد من الحرية والانفتاح لتسهيل دخول المنتجات والاستثمارات السياحية. والثاني هو المزيد من التخصص في إنتاج وتوزيع وتسويق الخدمات والمنتجات السياحية على المستوى العالمي.

الفصل الثاني

تشخيص واقع التنمية السياحية
المستدامة في الجزائر

تمهيد:

عرفت السياحة بالجزائر أنماطا مختلفة من النظم القانونية والإدارية منذ مطلع الاستقلال بدءا بالنمو المتأثر بالاقتصاد الموجه وصولا إلى الاقتصاد الحر الذي فتح المجال أمام حرية المبادرة في التسعينات، وتبدو السياسة السياحية الجزائرية عند التحليل جد متأثرة بالاختيارات السياسية والإيديولوجية والتي طالما ساهمت بقسط معتبر في رسم معالم السياسة الحكومية في هذا المجال. وهكذا لم تحض بالاهتمام اللازم من قبل الحكومة الجزائرية وذلك لزمّن طويل لأنها لم تكن معتبرة كعامل حقيقي للتنمية الاقتصادية كما ظهر في مختلف المواثيق والمخططات الأولى التي تعاقبت في الجزائر.

السلطات الجزائرية لم تقتنع حقيقة بنجاعة وقدرة هذا القطاع على المساهمة في عملية التنمية إلا في بداية العشرية الأخيرة، حيث شرعت في تبني سياسة تنموية سياحية جديدة بغية الانفتاح على السوق العالمية من خلال سن مجموعة من القوانين والنظم الجديدة وإتباع إستراتيجية سياحية تقوم على نهج الاستدامة وذلك بالاستغلال الأمثل للموارد السياحية.

سنركز في هذا الفصل على دراسة وتشخيص واقع التنمية السياحية المستدامة بالجزائر والمتبعة منذ سنة 2000، بداية بتوضيح أهم الإمكانات والموارد السياحية التي تمتلكها الجزائر مع تبيان أهم المؤسسات والقوانين والتشريعات المنظمة للقطاع السياحي بالجزائر، ثم التطرق إلى السياسة التنموية للسياحة المستدامة بالجزائر. وأخيرا نقوم بعرض لأهم المؤشرات السياحية المحققة خلال سبعة عشر سنة منها مؤشر عدد السياح الوافدين للجزائر، والطاقة الفندقية ومؤشر عدد الليالي السياحية التي يقضيها السياح المقيمون وغير المقيمون في المؤسسات السياحية بالإضافة إلى العائدات السياحية ومدى مساهمتها في الناتج المحلي والتشغيل في الجزائر. ومقارنة كل ذلك مع مجموعة من الدول العربية من اجل توضيح مدى نجاح هذه السياسة المتبعة، وهل استطاعت أن تحقق النتائج المرجوة منها على المدى المتوسط.

المبحث الأول: المقومات السياحية الجزائرية

شرعت الجزائر في عملية إحصاء لثرواتها السياحية بغية استغلالها وجعلها تساهم إلى جانب القطاعات الأخرى في عملية التنمية وكان ذلك مباشرة بعد صدور الميثاق السياحي سنة 1966م الذي بموجبه تم تحديد الأهداف والوسائل الضرورية للتنمية السياحية، وتزامن مع التحضير لأول مخطط تنموي الذي شرع في تنفيذه بداية من سنة 1967م، حيث ظهرت السياحة ضمن بيانات الاستثمار في إطار مختلف المخططات التي شهدتها عملية التنمية في الجزائر. ومن خلال هذا المبحث سنقوم بتبيان أهم المقومات السياحية الموجودة في الجزائر.

المطلب الأول: الموارد السياحية في الجزائر

تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك ثروات سياحية عديدة تؤهلها لمزاولة العديد من الأنشطة السياحية التي تساهم في تنمية الاقتصاد الوطني خارج قطاع المحروقات، لذلك سنحاول التطرق للمقومات السياحية في الجزائر وأشكالها.

أولا - الإمكانيات السياحية:

1 - المقومات الطبيعية للجزائر: تعتبر المقومات الطبيعية من أهم العوامل لجذب السياح إلى أي إقليم سياحي، كما أن الترابط بين المقومات الطبيعية من موقع جغرافي ومناخ وشواطئ وغطاء نباتي تعطي الأقاليم السياحية أهمية مميزة أخرى في جذب السائح، كما أنها تمتاز الجزائر بترابط هذه العوامل وتكاملها في موقع استراتيجي جغرافي يربط بين الشمال والجنوب، ويمتاز بمناخ معتدل يساعد على استمرار الموسم السياحي على مدار السنة.

أ - معطيات الجغرافية السياحية: تقع الجزائر شمال القارة الإفريقية وهي تتوسط بلاد المغرب الكبير مربوطة بكثير من المدن الأوروبية بخطوط جوية مباشرة وتتمتع بمساحة كبيرة تجعلها البلد الأول في إفريقيا، حيث المساحة تمتد على 2.381.741 كلم² وتتمتع بشريط ساحلي طوله 1200 كلم، ويبلغ عدد سكانها المقيمون داخل الجزائر بـ 40.4 مليون نسمة¹.

تتشكل تضاريسها من أربع مجموعات طبيعية متميزة وهي: السلسلة الجبلية الساحلية والسهول الهضاب العليا؛ سلسلة الجبال الداخلية؛ ومنطقة الصحراء الكبرى وجبالها، كما يحتوي الساحل الجزائري على أنظمة بيئية وبحرية ساحلية قرب الغابات، أما مناخها فهو متنوع ويمتاز بثلاثة أنواع:

¹ - الديوان الوطني للإحصاء (ONS)، جانفي 2016م.

- **المناخ المتوسطي:** سائد على الشريط الساحلي ومتوسط درجة الحرارة السنوية هو 18 درجة مئوية.
- **مناخ الهضاب العليا:** يتميز بشتاء بارد ورطب.
- **المناخ الصحراوي:** يسود الجنوب الجزائري وتصل فيه درجة الحرارة إلى 40 درجة.
- ب - **النباتات:** تتمثل الأقاليم النباتية الموجودة في الجزائر فيما يلي:
 - **إقليم المتوسط:** يغطي الأراضي المحصورة بين السفوح الجنوبية للأطلس التلي وساحل البحر الأبيض ويعتبر من أغنى وأخصب الأراضي في الجزائر وتغطي هذا الإقليم غابات مساحتها 3.8 مليون هكتار ففي المرتفعات الساحلية نجد غابات الصنوبر البحري والحلي على مساحة 700 ألف هكتار وشجر البلوط 500 ألف هكتار والفلين 440 ألف هكتار وكلما تسلقنا المرتفعات وجدنا غابات الزان والبلوط الأخضر.
 - **إقليم السهوب:** يقع بين إقليم المتوسط والصحراء، وتنتشر في الشمال أشجار الزيتون، وفي الجنوب الدرين وتظهر التشكيلات النباتية فيه كالأعشاب والحشائش القصيرة والشجيرات في المناطق غير الصالحة للزراعة وأهم الأنواع النباتية السائدة فيه الحلفاء بنحو 04 ملايين هكتار.
 - **إقليم الصحراء:** يقتصر الغطاء النباتي في هذا الإقليم على النباتات المتألفة مع الجفاف وارتفاع الحرارة أهمها النخيل، الدرين، العناب، الطرفة والسط.
- ج - **المياه:** إن مجاري المياه التي تأخذ مصادرها من ينابيع طبيعية تتوقف غزارتها على تفاوت سقوط الأمطار وانتظامها أو عدم انتظامها، وعموما فإن الوديان والأنهار تكون جافة في الصيف ولا يبقى إلا القليل في البعض منها التي تحتفظ بسيلان المياه بفضل المياه التي تنبع من جديد، أما في الشتاء فإنها غالبا ما تكون جافة وأهم الوديان هي: الشلف، المقطع، تافنة، سيق، سير، سباو، الصومام، الرمال، الوادي الكبير وسيبوس¹.
- د - **المناطق السياحية في الجزائر:** يمكن حصر 06 مناطق سياحية في الجزائر تبعا لتنوع المعطيات الجغرافية منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمال تتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1200 كلم، وبعدد كبير من المواقع الأثرية والتي تعود إلى عهد الرومان والعرب والمسلمين وأثار تعود إلى العصور القديمة.
- **المنطقة الساحلية:** تحتوي على نظام بيئي، غابي، وبحري، وبحيرات، وثروات حيوانية وغابية، وثروة مائية، فعلى سبيل المثال هناك القالة بالإضافة إلى حضيرة قورايا (بجاية) تمتد على مسافة 10 كلم على الساحل، وحضيرة تازة، المساحة البحرية لتقزيرت.

¹ - صورة معموري، خديجة بلعلياء، السياحة كبديل لتحقيق التنمية في الجزائر، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول البدائل التنمية في الاقتصاديات العربية وترشيد استغلال الموارد في ظل التغيرات الإقليمية والدولية، ص ص 5-6.

كذلك الحاضرة الوطنية للشناوة التي تمتد على 500 هكتار والجبل الساحلي للشناوة ومجموعة الجزر الصغيرة... الخ، وكل هذه المساحات عبارة عن مواقع بحرية من الضروري الاعتراف بها وحمايتها لأنها تعتبر مادة خام لأي بلد يسعى إلى صناعة سياحية حقيقية واستثمار سياحي¹.

- **منطقة السلسلة الأطلسية:** تتألف من سلسلة جبلية وأعلى قمة بها هي جبل لالة خديجة بارتفاع 2308م، كما نجد جبال الأوراس الونشريس، سلسلة جبال موازية للسواحل تتميز بإمكانات كبيرة لتنمية أنواع سياحة عديدة كالنشاطات الرياضية الشتوية كالتزلج، التسلق، الصيد...
- **منطقة الهضاب العليا:** تتميز بمناخها القاري ومواقعها الأثرية وبصناعاتها الحرفية والتقليدية المتنوعة.
- **منطقة الأطلس الصحراوي:** وهي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا والصحراء الكبرى التي يمكن فيها تنمية السياحة المناخية المعدنية، الصيد...²
- **منطقة الصحراء الكبرى:** وهي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار والتاسيلي) وتمتد على مساحة تفوق المليون كلم²، تتميز بالمساحات الشاسعة والجبال الشامخة وبالحرارة المعتدلة طوال فصول السنة والتي تشكل مصدرا هاما للسياحة الشتوية، ونذكر منها المناطق التالية: غرداية، أدرار، إليزي وتندوف.

هـ - المقومات الحماوية (الحمامات المعدنية): تزخر الأرض الجزائرية بعشرات الأحواض والحمامات المعدنية الطبيعية، تعول عليها السلطات في جذب السياح المحليين وخصوصا الأجانب (سياحة حمامات معدنية) وحسب الدراسة التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية أن الجزائر تتوفر على ما يفوق 202 منبع للمياه الحموية الجوفية³، السواد الأعظم منها قابل للاستغلال كمحطات حموية عصرية، فضلا عن فرص الاستثمار المتوفرة في الشريط الساحلي الذي يفوق 1200 كلم لإقامة مراكز للمعالجة بمياه البحر.

2- الموارد التاريخية والثقافية والدينية: تزخر الجزائر بمعالم تاريخية وثقافية متنوعة نتيجة لتعاقب حضارات عديدة عليها منها الحضارة الفينيقية التي تركزت في المدن الساحلية والحضارة الرومانية التي استقرت في الجزائر قرابة 5 قرون والحضارة الإسلامية. ومن أهم المواقع التاريخية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر حي القصبة العريق - تم تسجيله تراثا عالميا سنة 1992 - في الجزائر العاصمة والتي شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر، تمثل إحدى وأجمل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطية، و"دار عزيزة" وهي عبارة عن قصر بني

¹ - بوبكر بداش، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات: رؤية استكشافية وإحصائية، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة، العدد 22، 2014، ص 09.

² - فضيل حضري، وهبة بورعين، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، الجزائر، العدد 10، جوان 2014، ص ص 149-150.

³ - office national du tourisme, **Algérie balnéaire** (guide touristique), 2013.

في العهد العثماني لاستقبال بعض ضيوف القصر، وثمة مسجد كتشاوة* الذي تم بنائه في عهد الباي لارباي التركي بالجزائر العاصمة منذ أكثر من أربعة قرون مضت، وأيضاً "الجامع الكبير" الذي يعتبر أكبر مساجد العاصمة، تم بنائه من طرف المرابطين في نهاية القرن الحادي عشر¹.

كما تعتبر قلعة بني حماد من المواقع الأثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر الموجودة بمدينة بجاية والتي سجلت كتراث عالمي عام 1980م، فهي تتوفر على آثار رومانية كالأسوار والقبور القديمة، وعلى آثار إسلامية، وآثار للدولة الحمادية ودولة الموحدين خلال فترة تواجدهم بهذه المنطقة، وموقع تيمقاد* الذي كان يعرف باسم "ثاموقاديو Thamugadi" يوجد هذا الموقع الأثري على بعد 37 كم من مدينة باتنة على طريق روماني يصل بين مدينتي "لامبار" و"تبسة".

ويوجد بولاية سطيف "موقع جميلة" يوجد هذا الموقع شمال شرق مدينة سطيف وعلى مقربة من جبال فرجيوة، وسجل تراثاً عالمياً عام 1982م، الذي كان يعرف قديماً باسم "Cuicul كويكول" وهي تسمية ذات أصل نوميدي لمدينة رومانية، ويتشابه تصميم هذه المدينة مع نظيره لمدينة "تيمقاد" الأثرية.

كما أنه توجد عدة زوايا تستقطب اهتمام الكثيرين الذين يودون زيارتها، إلى جانب هذا التراث الحضاري والثقافي والديني الذي تتوفر عليه الجزائر فإنها تملك تراثاً ثقافياً شعبياً، يتمثل في إرث من العادات والتقاليد والأعياد المحلية، ومنتجات متنوعة للصناعة التقليدية مثل صناعة الزرابي التي تشتهر بها بعض مناطق البلاد كمنطقة غرداية، الجلفة، الأوراس، وصناعة النحاس التي تعرف بها مدينة قسنطينة، وصناعة الفخار المتواجدة في عدد من مناطق البلاد سيما منطقة القبائل، واللباس التقليدي، فالقطاع السياحي يشكل قطبا للنمو يمكن أن يحدث الديناميكية الاقتصادية المرغوب فيها لتنشيط قطاع الصناعات التقليدية والحرف من خلال الاستثمار والتوسع في طاقاتها الاستيعابية².

* تم تحويل هذا المسجد إلى "كاتدرائية" من طرف الاحتلال الفرنسي خلال فترة اغتصابهم للجزائر، وكانت تحمل اسم "سانت فيليب"، وبعد الاستقلال أعيد إلى صورته الأولى.

¹ - نوال خنتار، فلش عبد الله، تقييم أداء قطاع السياحة الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية (SDAT 2025) دراسة مقارنة مع مجموعة من الدول العربية، مجلة الاقتصاد والمالية، الجزائر، المجلد 05، العدد 01، 2019، ص 199.

* موقع تيمقاد: يشمل هذا الموقع الأثري الروماني على عدة هياكل تتمثل في مسرح كبير يقام به مهرجان تيمقاد الدولي، وقوس نصر القائد "تراجان" والسوق والقصر الذي شيده البيزنطيون. سجل هذا الموقع تراثاً عالمياً عام 1982 أنظر، عبد الله شريط ومحمد الميلي، تاريخ الجزائر، الجزائر الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1988، ص 201.

² - حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة البليدة، 2006، ص 129.

كما يشمل التراث الحضاري والثقافي للجزائر رصيذا هاما من المتاحف منها "المتحف الوطني سيرا" بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر، إضافة إلى هذا المتحف فإن الجزائر تتوفر على كم هائل من المتاحف منها¹:

- متحف باردو الوطني: يوجد بالجزائر العاصمة وتعرض به حفريات عن أصل الشعوب (إثنوغرافيا) وأخرى تعود لعصور ما قبل التاريخ إضافة إلى قطع أثرية إفريقية.
- المتحف الوطني زبانة: يوجد بمدينة وهران ويشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ وعن علوم الطبيعة وعن أصل الشعوب.
- المتحف الوطني للجهاد: يوجد بالجزائر العاصمة وتتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية.
- المتحف الوطني للفنون الجميلة: يوجد بالحامة تعرض به ألوانا من الفن العصري كالرسم التصوير النحت والنقش.
- المتحف الوطني للفنون الشعبية: يوجد بالقصبة -الجزائر العاصمة- ويضم معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليده وفنون شعبية.
- متحف تيمقاد: يوجد بمدينة تيمقاد -باتنة- ويضم قطعاً من الفسيفساء وآثار قديمة منها: نقود وأسلحة قديمة وتماثيل.
- متحف هيون: يوجد بمدينة عنابة حيث يحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ المدينة النوميديّة الرومانية .

3- المنشآت القاعدية للنقل: يعتبر النقل الشريان الحقيقي لقطاع السياحة، والجزائر تتوفر على مجموعة من المنشآت يمكن استغلالها لتطوير النشاط السياحي وهي:

أ- النقل البري: الشبكة الوطنية للنقل التي تبلغ 112969 كلم²، تتوزع على 30 ألف كلم طرق وطنية، 26626 كلم طرق ولائية، 62100 كلم طرق بلدية.

كما تم الانتهاء من إنجاز الطريق السيار شرق-غرب بطول 1720 كم (مع الطرق الجانبية والمنشآت الفنية) أو ما يسمى بمشروع القرن والذي يربط بين الحدود المغربية والحدود التونسية مروراً بالمدن الجزائرية الكبرى مثل (من الغرب إلى الشرق) وهو يعد من شبكة الطرق السيارة المغربية، كما أطلقت الحكومة الجزائرية مشروع إنجاز جديد لطريق سيار المضارب العليا بطول 1300 كلم. والخريطة التالية يوضح شبكة الطرق الجزائرية.

¹ - صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، السياحة في الجزائر بين: الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، الجزائر، العدد 02، ديسمبر 2017، ص 58.

² - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع النقل، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/07/29، على الساعة: 16:42، من الموقع الإلكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

الخريطة رقم (02): شبكة الطرق الجزائرية لسنة 2018



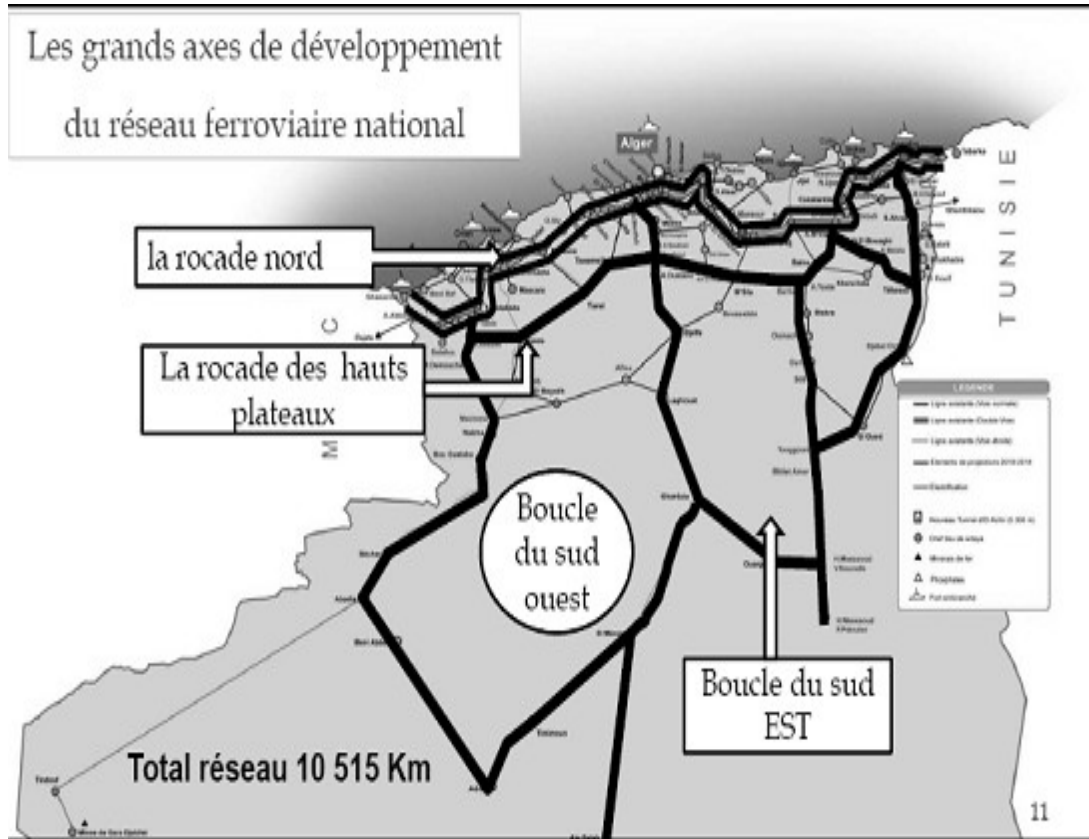
المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع النقل، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/07/29، على الساعة: 16:42، من الموقع الإلكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

- بالنسبة للسكك الحديدية: تتوفر الجزائر على 4500 كلم مزودة بجوالي 200 محطة موجودة خصوصا في الشمال الجزائري (الهضاب العليا) حيث يوجد: 1435 كلم طريق عادي، 1055 كلم طريق ضيق، 305 كلم طريق مزدوج، 299 كلم طريق مكهربة¹.

وتغطي خدمات السكك الحديدية حوالي 45% من خدمات نقل المسافرين وحوالي 9.8% من مجموع معاملات البضائع حيث تملك الشركة الوطنية للنقل 200 محطة مفتوحة لنقل السلع والمسافرين و200 فرع تربط الوحدات والمناطق الصناعية بأهم الموانئ، وأهم محطات تصدير المحروقات هي: الجزائر، عنابة، وهران، أرزيو، سكيكدة وبجاية. وقد أصبحت هذه الشبكة اليوم تعيش مرحلة العصرية وخاصة بالنسبة للخطوط المتوسطة إضافة الى ترامواي والميترو.

¹ - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع النقل، مرجع سابق الذكر

الخريطة رقم (03): المحاور الكبرى لتنمية السكك الحديدية الوطنية



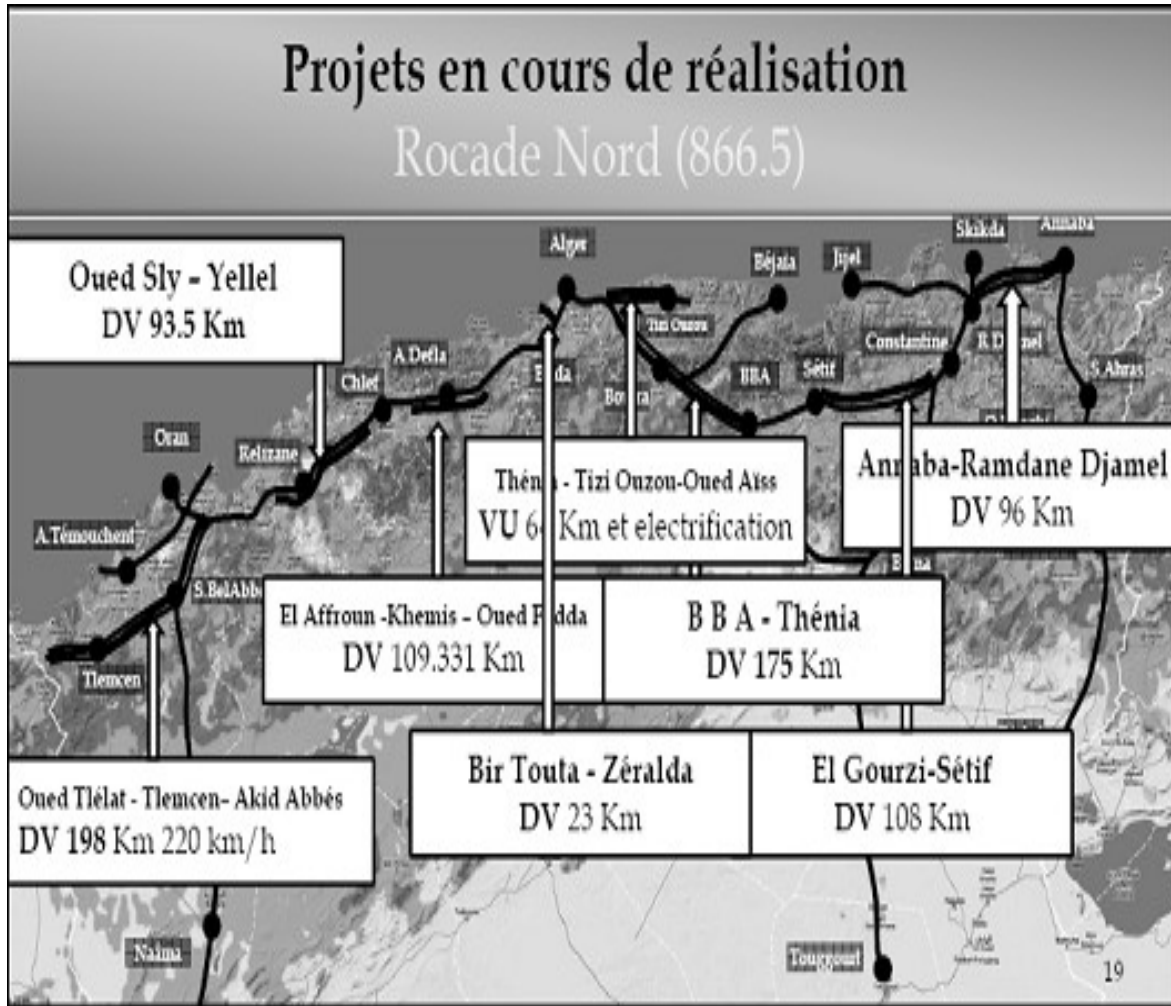
المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع النقل، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/07/29، على الساعة: 16:42، من الموقع

الالكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

ويتم حاليا إنجاز خط للسكك الحديدية (فائق السرعة) سيربط شرق البلاد بغربه وفق تقنيات متطورة ومطابقة لتوصيات الاتحاد الدولي للسكك الحديدية ويتميز بسرعة الفائقة التي تصل إلى 320 كلم في الساعة ورغم كل هذا تبقى خدمات السكك الحديدية غير كافية بالنسبة لمساحة الجزائر الشاسعة¹.

¹ - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع النقل، مرجع سابق الذكر.

الخريطة رقم (04): مشروع السكة الحديدية قيد الانجاز



المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع النقل، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/07/29، على الساعة: 16:42، من الموقع

الالكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

ب - النقل الجوي: تقتصر الجزائر على شركة نقل جوية وطنية وحيدة وهي الخطوط الجوية الجزائرية التي تغطي 96400 كلم بالإضافة إلى ما يزيد عن 120 رحلة داخلية وخارجية منتظمة يوميا، فالجزائر تغطي 45% من السوق الخارجية التي تنطلق من الجزائر نحو 35 محطة دولية¹ حيث يتكون الأسطول الجوي من 63 طائرة معظمها من نوع بوينغ وايرباص وتضمن شركة الخطوط الجوية الجزائرية سنويا نقل 3.6 مليون مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع سنة 2010 إضافة إلى ذلك تتعامل الجزائر مع مجموعة من شركات الطيران من الدول الأجنبية.

¹ - مفيدة نادي، تقييم أثر البيئة المستحدثة على نمو القطاع السياحي من أجل تحقيق التنمية السياحية المستدامة - حالة القطاع

السياحي في الجزائر -، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة حسينة بن بوعلي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الشلف،

2018/2017، ص 127.

عملت الجزائر على تطوير النقل الجوي بطريقة تجعل منه وسيلة حقيقية للإندماج على الصعيدين الإقليمي والدولي إذ تم إنفاق ميزانية تقدر بـ 60 مليار دينار (600 مليون أورو) لتجديد أسطول الجوية الجزائرية خلال الفترة 2013-2017، كما ستقتني شبكة الخطوط الجوية الوطنية ثلاث طائرات جديدة بسعة 150 مقعدا وستقوم بتحديد 3 طائرات من نوع بوينغ 767 والمتواجدة حاليا في الخدمة. كما ستتم عملية شراء طائرتي شحن لنقل البضائع¹.

أما فيما يخص عدد المطارات فالجزائر فهي تمتلك 53 مطار على كافة التراب الوطني وتجدر الإشارة إلى أن 13 من بين هذه المطارات ترقى للمقاييس الدولية ومنها:

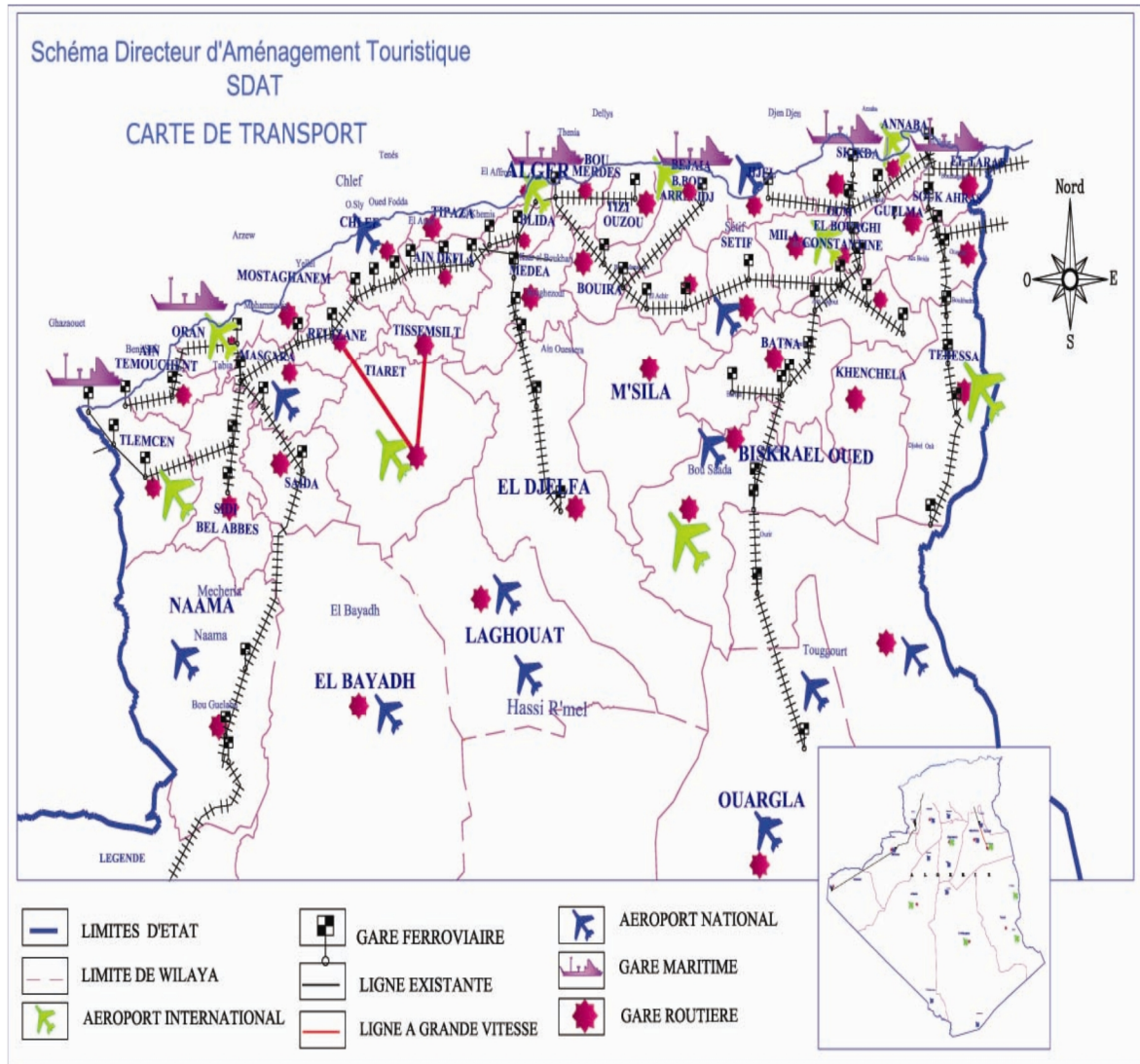
- 05 مطارات دولية من الدرجة الأولى وهي: الجزائر، وهران، قسنطينة، عنابة، غرداية.
 - 07 مطارات دولية من الدرجة الثانية: حاسي مسعود، عين أمناس، تلمسان، تيارت، أدرار، تبسة تمتراست.
 - 08 مطارات وطنية: بشار، بجاية، الوادي، ورقلة، عين صالح، جانت، بسكرة، إليزي.
 - 14 مطار جهوي.
 - 19 مطار ذو استعمال محدود منها 04 مطارات مرتبط نشاطها بالبحث والاستغلال في مجال المحروقات والمناجم.
- ومن بين هذه المطارات فتحت لشركات النقل الجوي الخاصة والعديد من الشركات للاستثمار ومن أمثلتها Eco-Air، فالمتتبع لمستوى النقل في الجزائر يلاحظ أنه شهد انخفاضا ملحوظا في السنوات الأخيرة.

ج- النقل البحري: يعتمد على 13 ميناء متعدد الخدمات و 17 ميناء للصيد البحري وموانئ صغيرة للترفيه السياحي و 02 للمحروقات (سكيكدة وأرزيو)²، كما تحتوي على حجرات للإشارة البحرية لأمن الملاحة ومحصنات الدفاع الساحلي وهناك 05 مؤسسات وطنية تنشط في مجال النقل البحري، وترتبط الجزائر بنحو 60 بلدا، وللإشارة فإن التبادلات التجارية الدولية في الجزائر تعمل أساسا عن طرق البحر، تضمونها مؤسسات متخصصة في نقل السلع، وأهم هذه الموانئ الجزائر، وهران، عنابة التي تضمن 75% من الملاحة.

¹ - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع النقل، مرجع سابق الذكر.

² - حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر - رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سطيف، 2011-2012، ص 110.

الخريطة رقم (05): الأراضي المينائية والجوية للشمال الجزائري



Source: Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre1, le diagnostic : audit du tourisme algérien, p 46.

د- الاتصالات: قامت الجزائر بالعديد من التحسينات لقطاع الاتصال منها:

- **وصلة الألياف البصرية: الجزائر- عين قزام:** يتمثل هذا المشروع في إطار الشراكة الجديدة لتنمية إفريقيا موجه لوضع بنية تحتية للاتصال تحت تصرف سكان الدول الثلاث (الجزائر، النيجر، نيجيريا) وكذا الدول المجاورة لضمان الاتصال مع الدول الأوروبية عبر نقاط التواصل الموجودة في الجزائر عن طريق الكابلات البحرية للألياف البصرية. وتعتبر وصلة الألياف البصرية الجزائر- عين قزام والتي تصل إلى غاية

حدود النيجر، جزءاً لا يتجزأ من وصلة الألياف البصرية الجزائرية العاصمة-زنددر، النيجر-أبوجا (نيجيريا)¹.

- **وصلة الألياف البصرية البحرية وهران-فالنسيا:** وتسمى أورفال إن انجاز وصلة الألياف البصرية البحرية هذه والتي تربط مدينة وهران بمدينة فالنسيا بقدرة تصل إلى 100 جيجابت وبطول يبلغ 563 كلم، وتمثل استثمار استراتيجي أتى لتعزيز الولوج لخدمات شبكة ذات جودة عالية وهذا على شاكلة الكابلاتين الموجودين وهما SMW4 الذي يربط مدينة عنابة بمدينة مرسيليا، و Alpal2 الذي يربط مدينة الجزائر العاصمة بمدينة بلما. والشكل التالي يوضح الألياف البصرية في الجزائر².

الخريطة رقم (06): الألياف البصرية للاتصالات في الجزائر سنة 2018



المصدر: الموقع الرسمي لمؤسسة اتصالات الجزائر، وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، الاطلاع بتاريخ: 2018/06/29، الساعة: 20:33، الموقع الالكتروني: https://www.algerietelecom.dz/AR/?p=at_histoire_realisations

- **الهاتف النقال والثابت:** تغطي الشبكة الهاتفية 96% من الطاقات المنحزة ذات الطابع الأوتوماتيكي إلى جانب تعميم النظام الرقمي³، كما يعرف قطاع الاتصال في الجزائر انفتاحا كبيرا على سوق

¹ - السعيد بن لخضر، صورية شني، الإعتماد على التكنولوجيا الحديثة لتحقيق السياحة الرقمية وواقعها في السياحة الجزائرية، مجلة أفاق علوم

الإدارة والاقتصاد، الجزائر، المجلد 02، العدد 02، 2018، ص 239.

² - مفيدة نادي، مرجع سابق الذكر، ص 137.

³ - فضيل رابح وياسين حفصي بونبعو، تشخيص واقع أهمية القطاع السياحي ومحاولة معالجة نقائصه في الجزائر، مجلة دراسات - العدد الاقتصادي، الأغواط، العدد 28، جانفي 2017، ص 140

الاتصالات السلكية واللاسلكية إذ أصبح الهاتف سهل المنال خاصة بعد ووجود ثلاث متعاملين في السوق الجزائرية حيث بلغ عدد المشتركين حوالي 45 مليون مشترك مع توفر العديد من العروض التنافسية. وقد شملت التغطية للمشاركين في المتعاملين الثلاث كل ولايات الوطن ومعظم الطرق الوطنية كما أن خدمة الهاتف النقال بالجزائر عرفت استعمال تكنولوجيا الجيل الثالث G3 منذ عام 2014 التي تم تعميمها تدريجيا في جميع أنحاء الوطن، ومع دخول عام 2016 تم إطلاق تكنولوجيا الجيل الرابع G4 ذات التدفق العالي والتي سمحت بتسهيل الحياة الرقمية للمؤسسات والمواطنين¹. والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (10): تطور اشتراكات الهاتف الثابت والنقال في الجزائر ما بين 2012-2015

السنة	2012	2013	2014	2015
اشتراكات الهاتف الثابت لكل 100 شخص	16.67	15.98	15.12	14.44
اشتراكات الهاتف الثابت	3289363.00	3132829.00	3098787.00	3267592.00
اشتراكات الهاتف النقال لكل 100 شخص	88.49	93.08	96.85	98.33
اشتراكات الهاتف النقال	37527703.00	39517045.00	43298174.00	43227643.00

Source : world bank, Doingbusiness 2016, le site web, <https://data.worldbank.org/topic/infrastructure?view=chart>

يتضح من خلال الجدول ارتفاع الاشتراكات للهاتف الثابت والتي كانت تقدر في 2012 بـ 88.49 لتصبح 98.33 في 2015، وكذلك بالنسبة لاشتراكات الهاتف النقال وهو ما يؤكد على ارتفاع نسبة مستخدمي تكنولوجيا المعلومات في الجزائر.

ثانيا - أنواع السياحة في الجزائر:

بعد هذا العرض الوجيز للإمكانات والمقومات السياحية في الجزائر يمكننا تصنيف السياحة في الجزائر إلى: السياحة الساحلية، السياحة الجبلية، والسياحة الصحراوية، وفضلا عن هذه الأصناف الثلاثة يمكن الإشارة إلى أصناف أخرى، ولكل نوع من هذه الأنواع خصائصه ونكهته والمتمثلة في:

1- السياحة الساحلية: تتوفر الشواطئ الجزائرية على عدة مناطق هامة من الناحية البيئية، ويحتوي الساحل على مناطق ساحلية بكثبان رملية وأخرى قرب الغابات وسلاسل جبلية ذات مناظر ساحرة تمتد من الشرق إلى الغرب. وتحتوي الجهة البحرية الشرقية على مرج مائية وشعب المرجان بالإضافة إلى حظيرة قورايا وتازا التي

¹ - مفيدة نادي، مرجع سابق الذكر، ص 137.

تحتوي على مغارات بحرية ذات أشكال نادرة إلى جانب مجموعة أخرى من الجزر كجزر أجليس وجزر رشقون التي تعد مواقع بحرية هامة وقد يستفاد من السياحة الساحلية في السياحة العلاجية بمياه البحر.

وبالرغم من إنتشار الهياكل السياحية في المناطق الساحلية إلا أن فاعليتها لا تزال دون المستوى المطلوب وذلك لأسباب عديدة أهمها غياب الرؤية الواضحة اتجاه السياحة في الجزائر ولكي تحقق هذه الأخيرة الأهداف المرجوة منها لا بد من توفير وتحسين الظروف التي تلائم طبيعة المنطقة منها:

- الحفاظ على نظافة الشواطئ وإشعار السياح بمراعاة ذلك عن طريق بث الوعي السياحي.
- إنشاء مساكن سياحية منفردة وعلى نسق مدروس بحيث تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية.
- توفير القوارب الفردية والجماعية والتجهيزات الخاصة بالسباحة والغوص كأدوات للتسلية.
- توفير وجبات غذائية ومحلات تجارية تعرض كل ما قد يحتاج إليه السائح خاصة الصناعات التقليدية.

وعموما إذا ما تم توفير هذه الأشياء سيجد كل سائح وطني أو أجنبي ضالته وهوايته المفضلة، وفي نفس الوقت لن يجد الملل طريقا إليه¹.

2- السياحة الجبلية: تحتوي مناطقنا الجبلية على ثروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات الطبيعية منذ العصور الجيولوجية الغابرة لكنها تقتصر فقط على الترحلق على الثلج في منطقة تيكجدة (ولاية البويرة)، تلاغيف (ولاية تيزي وزو)، الشريعة (ولاية البليدة)، وهذا تقسيم للسياحة الجبلية لسببين أساسيين: أولهما يتمثل في الواقع المناخي في الجزائر حيث أن كميات الثلوج المتساقطة محدودة جدا مما يجعل استغلالها ظريفي ومن ثم أصبح لزاما علينا أن نركز على المعالم الدائمة، وثانيهما أنه من الخطأ حصر السياحة الجبلية في الترحلق فقط فهناك كهوف ومغارات طبيعية تمتد على مسافات طويلة لا نعرف عنها شيئا بالرغم من أنه تم الاستفادة منها واستغلالها المكثف من طرف مجاهدي الثورة التحريرية.

كما تتميز هذه المناطق بثروات أخرى لها أهمية للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية وكل هذه تعتبر بمثابة عوامل جذب للسواح إذ تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها.

وفي الواقع لا يحتاج هذا النوع من السياحة إلى إستثمارات ضخمة وهياكل مكلفة مثلما هو الحال للسياحة الساحلية وإنما يكفي أن تحدد المواقع التي لها جاذبيتها للسياح بالاعتماد على الترويج لهذه المواقع

¹ - دليلة طالب، عبد الكريم وهراني، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية سياحية مستدامة، ملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات الحكومية: نمو المؤسسات والاقتصاديات بيت تحقيق الأداء المالي والأداء البيئي، جامعة ورقلة، 22-23 نوفمبر 2011، ص 581-582.

وضمن سلامة السياح. ومن غير المعقول أن نجد السياح المحليين يعرفون الكثير عن مرتفعات البيرو وجبال الألب وقمم هملايا، ونجدهم يجهلون ما في جبال الأوراس وجرجرة والونشريس والحقار.

3- السياحة الصحراوية: تبلغ مساحة المناطق الصحراوية حوالي 02 مليون كلم² موزعة على خمس مناطق كبرى في الجنوب، وهي مناطق تمتلك مواقع ومناظر رائعة للاكتشاف كالتاسيلي الشاهد على الحضارة الراقية وأنماط عيش متميزة للإنسان الترقى في الأزمنة الضاربة في أعماق التاريخ. وثمة عامل آخر يلعب دورا حيويا في تنشيط الحركة السياحية الصحراوية والتظاهرات الثقافية وهو ما يعرف بسفن الصحراء (الجمال) التي تثير حب الفضول في السائح الغربي لرؤيتها أو لركوبه. لذا أصبحت السياحة الصحراوية تكتسي أهمية بالغة، وتميزت هذه السنوات الأخيرة بتزايد السياح المتجهين نحو الجنوب للاستمتاع بالسياحة الصحراوية خاصة في الفترة جانفي-أبريل¹.

اتساع الصحراء الجزائرية يستلزم تبني إستراتيجيات تختلف عما يمكن تبنيه في المناطق الشمالية وإذا كانت هناك عوامل قد يقع عليها إجماع مثل الهياكل والأمن والخدمات فإن هناك قضايا أكثر إلحاحا بالنسبة للسياحة الصحراوية أهمها النقل البري والجوي، ولتجاوز هذا المشكل يستوجب تخصيص استثمارات كافية لترقية المرافق الضرورية كشق الطرق وتخصيص طائرات للرحلات الداخلية بين المناطق التي يتوافد عليها السياح وفتح خطوط دولية مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من وإلى هذه المناطق.

4- السياحة الحموية: وهي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى وتمارس من أجل الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع² وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب، وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على العديد من المنابع وهي مختلفة الخصائص الفيزيائية والكيميائية من حيث نسبة المعادن والفوائد العلاجية.

5- السياحة الثقافية والاجتماعية: يقوم الأشخاص بزيارة والتعرف على الدول والمناطق خاصة غير المعروفة لديهم، والمعالم المصنفة كالقصبه وتلمسان التي تزخر بتراث إسلامي نفيس والمواقع الأثرية، والمخطوطات والشعوب وعاداتها وتقاليدها وكذلك الصناعات التقليدية التي تتنوع من منطقة إلى أخرى، والتظاهرات الثقافية المختلفة في الجزائر تلعب دورا كبيرا في ترقية السياحة، وجلب السياح.

¹ - خديجة زباني، حنان حراث، التنمية السياحية الصحراوية في الجزائر: قراءة في تجارب عربية ناجحة، مجلة الاقتصاد والمالية، الجزائر، المجلد

04، عدد 02، جوان 2018، ص 59.

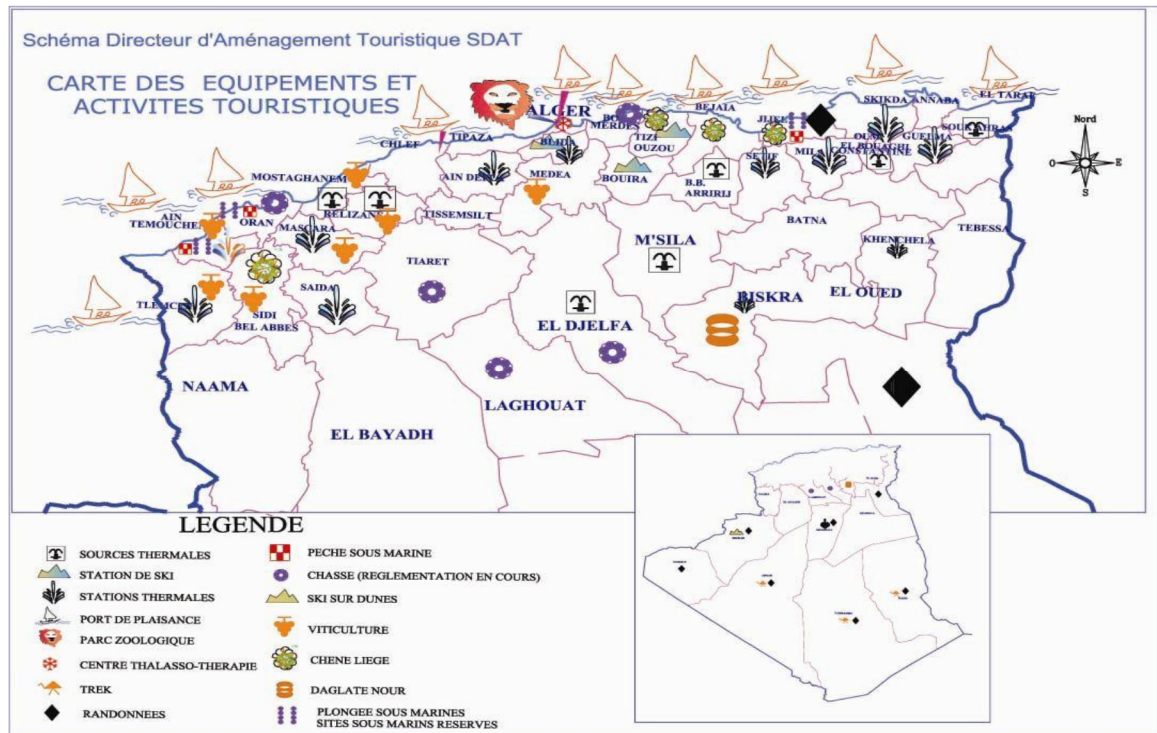
² - حدة متلف، تكوين المورد البشري ودوره في تحسين خدمات السياحة الحموية، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، الجزائر، المجلد

01، العدد 01، جوان 2017، ص 243.

6- السياحة الأثرية: تتميز الجزائر بالعديد من المزايا الأثرية بفضل ما تحتويه من مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ فكما تبينه البقايا المكتشفة في تيغنيف بالغرب الجزائري، يعود تواجد الإنسان بالجزائر إلى حوالي 500.000 سنة، في حين أرجعت الرسوم الصخرية المتواجدة بالطاسيلي إلى 5000 سنة قبل الميلاد وقد أطلقت على السكان الأصليين للجزائر عدة أسماء أشهرها "النوميديون"¹.

هذا التاريخ والحضارات المتعاقبة خلفت آثارا مختلفة فعلى السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي نجد آثار تعود إلى عهد الرومان والعرب والمسلمين، وفي الجنوب نجد منطقة الطاسيلي والهقار التي تعتبر أكبر متحف على الهواء الطلق لما يحتويه من رسومات جدارية ونحوت على الحجر. ومن بين أروع المواقع الأثرية التي تتميز بجمال أطلالها وبقيمتها التاريخية والعلمية نجد المسارح والمدن القديمة وغيرها. والشكل الموالي يبين المرافق والنشاطات السياحية الحالية.

الشكل رقم (07): المرافق والنشاطات السياحية في الجزائر.



المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، المخطط التوجيهي لتهيئة الإقليم (S.D.A.T) 2030.

ومن خلال ما تم عرضه يمكننا القول أن امتداد المناطق السياحية من الساحل إلى الصحراء واختلاف مناخها ومواردها الطبيعية يمكن أن توفر للجزائر سياحة على مدار السنة.

¹ - بوبكر بداش، مرجع سابق الذكر، ص 10

المطلب الثاني: النصوص التشريعية والتنظيمية للقطاع السياحي في الجزائر

بدأ الاهتمام الفعلي بالنشاط السياحي في الجزائر سنة 1966 حيث تم وضع سياسة لتنمية السياحة وإدراجها في مختلف مجالات التنمية الاقتصادية من خلال إصدار ميثاق السياحة الأمر 62/66، ففي هذا الميثاق تم وضع مخططاً خاصاً لتنظيم مناطق التوسع والمواقع السياحية والتي تخضع لتدابير خاصة لحمايتها وتجهيزها والاستثمار فيها وكذا العقار السياحي¹، ثم جاء المرسوم رقم 75/66 الذي يتضمن كفاءات تطبيق الأمر 62/66، فقد بين هذا المرسوم مناطق التوسع السياحي وكيفية ترتيبها حسب أهميتها للسياحة² كما عرف المقصود بالأماكن السياحية وبين كذلك التدابير والإجراءات الواجب تطبيقها للمحافظة على هذه الأماكن. وكان الجوهر من هذه القوانين هو:

- اعتماد السلطات العمومية بإدراج النشاطات السياحية بشكل منسجم ضمن تهيئة الإقليم.
- برنامج تنمية وتأمين الموارد السياحية.
- الانشغال بتعريف وتحديد وحماية عن طريق تنظيم المناطق والمواقع السياحية.

لكن منذ انفتاح الجزائر على اقتصاد السوق بداية من التسعينات صدرت العديد من القوانين والتشريعات لتشجيع التنمية السياحية ولعل أهم هذه القوانين تلك الصادرة سنة 2002م والمتعلقة بالتنمية السياحية المستدامة، التي تعتبر القانون التوجيهي للتنمية السياحية والإطار المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر التي شرع فيها بداية من سنة 2003م، التي حددت فيها الخطوط التوجيهية الكبرى أو الأساسية للسياسة السياحية في الجزائر على أن يتم وضع الخطط والبرامج التفصيلية على ضوء هذا التوجه العام الذي حدده القانون التوجيهي ولمواكبة هذه السياسة كان من الضروري أن يتم إصدار قوانين وتنظيمات جديدة وتعديل الموجود منها لتتلاءم مع أحكام السياسة السياحية الجديدة.

أولاً - القوانين المتعلقة بالتنمية السياحية المستدامة: صدر القانون 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003م المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة لإعادة بناء صورة الجزائر وتحسين نوعية المنتج السياحي الوطني ورفعته في مصاف المنتجات السياحية العالمية، ومن بين أبرز أسباب صدور هذا القانون:

- تامين الإمكانات الطبيعية والثقافية والحضارية التي تزخر بها الجزائر.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- تلبية حاجيات المواطنين في المجال السياحي والاستجمام والتسلية.
- تحسين نتائج القطاع السياحي.
- المساهمة في التنمية والتوازن الجهوي والمحافظة على البيئة وامتصاص البطالة.

¹ - الأمر 62/66، المادة الأولى، المؤرخ في 26 مارس 1966 المتضمن المناطق والأماكن السياحية.

² - المرسوم رقم 75/66، المادة 01 و03، المؤرخ في 04 أفريل 1966 والمتضمن تطبيق الأمر 62/66 المتعلق بالمناطق والأماكن السياحية.

- رفع التدفقات والإيرادات السياحية وتنويع العرض السياحي.
- بالإضافة إلى تكريس الطابع القطاعي متعدد النشاطات السياحية وهذا من خلال إشراك ومرافقة مجموعة المؤسسات والمتعاملين المعنيين بالتنمية وترقية السياحة ويهدف هذا القانون إلى تحديد شروط التنمية المستدامة للنشاطات السياحية وكذا تدابير وأدوات تنفيذها، وإلى توفير محيط ملائم محفز من أجل¹:
- ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة السياحية.
- إدماج مقصد الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة من خلال ترقية الصورة السياحية.
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية قصد رفع قدرات الإيواء والاستقبال.
- تنويع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- التطوير المنسجم والمتوازن للنشاطات السياحية.

بمقتضى هذا القانون تم إنشاء الوكالة الوطنية للتنمية السياحية التي أسندت لها مهمة تنفيذ ومتابعة عملية التنمية السياحية وكل ما يتعلق بالعقار السياحي من ترقية وإعادة بيع، كما تم إعطاء دور وصلاحيات مهمة للدولة في عملية التنمية السياحية من خلال تمويل ودراسة وإنجاز المشاريع السياحية والمنشآت القاعدية والمتعلقة بها، وعليه فإن الدولة وجماعاتها المحلية سوف لن تدخر جهدا في سبيل ذلك وينبغي لها أن تقدم الدعم اللازم وتمنح امتيازات مالية وجبائية خاصة بالاستثمار السياحي، قصد تشجيع التنمية السريعة والمستدامة للسياحة²، وتهدف هذه الإجراءات والمساعدات إلى إعطاء دفع للنمو الاقتصادي وإدراج التنمية السياحية ضمن ديناميكية التطور والتكيف التكنولوجي والتشجيع على إحداث مؤسسات سياحية جديدة وتوسيع مجال نشاطاتها وترقية نشر الإعلام ذا الطابع التجاري والاقتصادي والمهني المتعلق بالسياحة، كما يمكن أن تتول هذه المهمة هيئات عمومية أو تابعة للقطاع الخاص وفي هذا الإطار تحضي الترقية السياحية بكل أشكال لإعانة والدعم من طرف الدولة والجماعات المحلية وكذا الأشخاص الطبيعيين والمعنويين والعاملين في القطاع، ويمكن أن تقوم بمهام الترقية السياحية لدواوين المحلية والجمعيات ذات الطابع السياحي والتي يمكن أن تستفيد من الإجراءات التشجيعية التي تمنحها الدولة والجماعات المحلية، وتأطر الترقية السياحية من طرف هيئة عمومية.

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون رقم 01/03 المتعلق بالتنمية السياحية المستدامة، المادة 02، الصادرة بتاريخ:

2003/02/17، المؤرخ في 2003/02/17 الموافق لـ 16 ذي الحجة 1423، العدد 11، ص5.

² - أحمد خالدي، السياسة الوطنية للتنمية السياحية في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، الجزائر، المجلد 11، العدد الأول، 2018، ص68.

ثانيا - القوانين المتعلقة بالتهيئة السياحية:

1 - القانون المتعلق بالمواقع السياحية ومناطق التوسع السياحي: جاء القانون رقم 03/03 المؤرخ في 17 فيفري 2003م والمتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية كتعويض لأحكام الأمر رقم 62/66 الصادر بتاريخ 26 مارس 1966م وتضمن لأحكام المرسوم رقم 332/88 المؤرخ في 05 نوفمبر 1988م¹ الذي يحدد ويبين المناطق والأماكن السياحية ليحدد مبادئ وقواعد حماية البيئة وترقية وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية. كما حدد بعض المفاهيم كما يلي:

- **مناطق التوسع السياحي:** هي كل منطقة تتمتع بصفات أو بخصائص طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة المؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية ويمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات مردودية.
- **الموقع السياحي:** هو كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب مظهره الخلاب أو بما يحتويه من عجائب أو خصائص طبيعية أو بنايات مشيدة عليه، يعترف له بأهمية تاريخية، فنية، ثقافية. والذي يجب أن تثنى أصالته والمحافظة عليه من التلف أو الاندثار بفعل الطبيعة و الإنسان.
- **منطقة محمية:** هي جزء من منطقة التوسع السياحي أو موقع سياحي غير قابل للبناء يستدعي حماية خاصة قصد المحافظة على مؤهلاتها الطبيعية والأثرية والثقافية.

يهدف هذا القانون إلى الاستعمال العقلاني والمنسجم للفضاءات والموارد السياحية قصد ضمان التنمية المستدامة للسياحة، حماية المقومات الطبيعية للسياحة، حماية المقومات السياحية والمحافظة على التراث الثقافي والموارد السياحية من خلال استعمال واستغلال التراث الثقافي والتاريخي والديني والفني لأغراض سياحية وإكثاف إنشاء عمران مهياً ومنسجم ومناسب مع تنمية النشاطات السياحية والحفاظ على طابعه المميز. وتسهر الدولة والجماعات المحلية على حماية وتأمين مناطق التوسع والمواقع السياحية من خلال:

- محاربة الغش اللامشروع للأراضي والبناءات غير المشروعة، تتخذ في هذا الشأن إجراءات توقيف الأشغال، تهدم وإعادة الموقع إلى حالته الأولى.
- استعمال مناطق التوسع والمواقع السياحية لطابعها.
- تحديد إجراءات حماية مناطق التوسع والمواقع السياحية وترقيتها قصد تنميتها.

ويتولى المراقبة ومعاينة المخالفات كل من ضباط وأعوان الشرطة القضائية، مفتشي التعمير، مفتشي البيئة . وبالتالي فإن هذا القانون أعطى اهتماماً للعقار السياحي الذي كان يعتبر عائق أمام التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

¹ - المجلس الوطني والاقتصادي والاجتماعي، لجنة أفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مشروع تقرير حول مساهمة من أجل إعادة تحديد السياحة الوطنية، الدورة 16 نوفمبر 2000، ص 77.

2- القانون المتعلق باستغلال الشواطئ: جاء القانون رقم 02-03 المؤرخ في 19 فيفري 2003م والمتعلق باستغلال الشواطئ نتيجة نقص واضح في الخدمات السياحية الشاطئية حيث عمد هذا القانون إلى حماية وتأمين الشواطئ قصد استفادة المصطافين منها، وتوفير شروط تنمية منسجمة ومتوازنة للشواطئ تستجيب لحاجيات المصطافين من حيث النظافة والأمن وحماية البيئة، وتحديد أنظمة تسليية مدججة ومتناسقة مع النشاطات السياحية¹. وقد حدد هذا القانون بعض المفاهيم المتعلقة بالسياحة الشاطئية، ويتمحور هذا القانون حول العناصر الآتية:

- تأسيس مخطط تهيئة الشواطئ الذب يحدد مناطق النشاطات والتجهيزات الشاطئية.
- تحديد الكيفيات القانونية لاستغلال الشواطئ والعقوبات المقررة.
- تحديد كيفية امتياز الشواطئ.

3- القانون المتعلق بترقية الموارد البشرية والمراقبة: حسب المادة 23 من قانون 01-03 فإن:

- تشجيع الدولة تطوير التكوين المتخصص لمهن السياحة وتسهر على توسيع مجال الترقية والإعلام السياحيين وذلك عن طريق:
 1. الإدماج المكثف لحرف السياحة ضمن المنظومة الوطنية للتكوين المهني.
 2. إنشاء مؤسسات تكوين جديدة في مختلف الشعب السياحية.
 3. تشجيع إنشاء مؤسسات تكوين متخصص في السياحة من طرف الخواص.
 4. استحداث بكالوريا مهنية في السياحة.
 5. فتح شعب في الاقتصاد السياحي على مستوى التعليم العالي.
- خضوع الخدمات والأنشطة السياحية لمقاييس النوعية والتصنيف والاستغلال المنصوص عليها قانونا.
- إعادة الاعتبار لوظيفة رقابة الأنشطة السياحية وشروط ممارستها من طرف الإدارة المكلفة بالسياحة والهيئات المعنية.

4- القانون المتعلق بالترقية والإعلام السياحي: وجاء في المادة 24 ومابعداها من القانون 01-03 مايلي:

- تكتسي الترقية السياحية طابع المنفعة العامة وتقع على عاتق الدولة وبالتالي:
 6. تستفيد من كل أشكال الإعانة والدعم من الدولة والجماعات الإقليمية.
 7. تنشأ هيئة عمومية تسمى "الديوان الوطني للسياحة" تسند إليها مهمة تأطير الترقية السياحية.
 8. تساهم في الترقية السياحية الدواوين المحلية للسياحة والجمعيات وكذا الممثلات الدبلوماسية والقنصليات.

¹ - صالح بزة، مساهمة المجتمع المحلي في التنمية السياحية المستدامة بالجزائر -دراسة استطلاعية بولاية المسيلة-، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية- دراسات اقتصادية-، الجزائر، المجلد 9، العدد 18، جانفي 2013، ص49.

- تشكل الترقية السياحية الأداة المميزة لتثمين التراث والقدرات والمؤهلات السياحية.
- تتضمن عملية الترقية¹: دراسات السوق وبرامج الاتصال وجميع أشكال التسويق كالمعرض والمنشورات ووسائل الإعلام المتخصصة والتقنيات العصرية.
- ينشأ بنك معلومات خاص بالقطاع السياحي.

ثالثا - القوانين والمراسيم الخاصة بالمؤسسات والخدمات السياحية:

1- القانون المتعلق بالهياكل السياحية: جاء القانون رقم 99-01 المؤرخ في 06 جانفي 1999 للاعتناء بتطوير الهياكل السياحية والإيواء الذي حدد القواعد المتعلقة بالفندقة والهدف منه هو حماية وتحديث وتطوير وترقية القطاع الفندقي وتحسين نوعية الخدمات الفندقية، ووضع أخلاقيات مهنية وإرساء قواعد للنشاط الفندقي.

ثم جاء المرسوم التنفيذي رقم 2000-46 المؤرخ في 01 مارس 2000م المتعلق بالمؤسسات الفندقية وتنظيمها وسيرها وكيفيات استغلالها، وبين المقصود بالمؤسسة الفندقية ومختلف أصنافها وأنواعها، فخص بالذكر الفنادق ونزل الطريق "الموتيل"، قرى العطل، الإقامات السياحية، والنزل الريفية والعائلية، الشاليهات، المنازل السياحية المفروشة، المخيمات ومحطات الاستراحة، كما بين هذا المرسوم شروط استغلال المؤسسات الفندقية وذلك في المواد من 14 إلى 28 من ذات القانون، كما أن المواد من 29 إلى 35 بينت كيفيات استغلال المؤسسات الفندقية.

2- مرسوم رقم 06-325 المتعلق بتحديد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها. صدر هذا القانون بتاريخ 25 شعبان 1427 الموافق ل 18 سبتمبر 2006: يهدف هذا المرسوم إلى تحديد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها ونصت المواد من 04 إلى المادة 09 على مجموعة من الإجراءات وجب التقيد بها عند بناء مؤسسات فندقية وهي²:

- لا يمكن إحداث أي تحويلات على العناصر الأساسية لهندسة البناية.
- يتم ترميم البنايات المصنفة كمعالم تاريخية طبقا لتقنيات وقواعد الترميم المعمول بها في هذا المجال.
- عند القيام بعمليات التجديد للمؤسسة الفندقية وجب الالتزام بتحسين الخدمات داخلها.
- في حالة إعادة الاعتبار للمؤسسة الفندقية يجب أن لا تتسبب الأشغال في حذف عناصر الهياكل على حسب استقرار البناية.
- يجب احترام مخططات التزيين والنقوش والعناصر الأصلية خلال عملية الترميم.

¹ - أحمد خالدي، مرجع سابق الذكر، ص 69.

² - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 06-325، الصادر بتاريخ: 20/09/2006، العدد 58، ص 15.

- يجب أن يأخذ بعين الاعتبار الإدماج المعماري مقارنة بالتجهيز الأصلي عند ترميم بناية أو بنايات موضوع توسيع مؤسسة فندقية متواجدة .

3- مرسوم تنفيذي رقم 69-07 المؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق ل 19 فيفري 2007 الذي يحدد شروط وكيفيات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية¹: تكتسي عمليات تحديد وتشخيص وتأمين منابع المياه الحموية طابع المنفعة العامة وتتكفل الدولة بهذه العمليات. ويتم إعداد حصيلة للمنابع الحموية وتحين بشكل دائم من طرف الهيئة المختصة بذلك.

وحسب المرسوم يكون استعمال واستغلال المياه الحموية في كل الحالات موضوع امتياز ويقوم المستثمر بطلب إلى الوزير المكلف بالمياه الحموية بعد موافقة اللجنة التقنية للمياه الحموية ويرسل طلب الامتياز في 5 نسخ إلى الوزير المكلف بالمياه الحموية عن طريق الوالي المختص إقليميا ويقوم هذا الأخير بإرسال هذا الطلب مرفقا برأيه في أجل لا يتعدى شهرين.

بالتالي حاول المشرع من خلال هذه القوانين وضع المبادئ العامة والتوجيهية التي تحكم عملية التنمية السياحية المستدامة حيث:

- أضفى المشرع على عملية ترقية وتنمية الأنشطة السياحية طابع المصلحة العامة وبالتالي تستفيد من دعم الدولة، الجماعات الإقليمية...
 - إخضاع التنمية السياحية المستدامة لقوانين ومبادئ حماية الموارد الطبيعية والثقافية والتاريخية وهذا بغرض حماية أصالتها وضمان القدرة التنافسية للعرض السياحي وديمومته.
 - تقوم تنمية الأنشطة السياحية على المبادئ والكيفيات المحددة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي نص عليه القانون 01/20.
 - ضرورة احترام برامج التنمية السياحية لمبدأ الاستغلال العقلاني والمتوازن لكل الموارد التي تزخر بها البلاد
- هكذا نجد أن هذه القوانين قد وضعت اللبنة الأساسية لتطوير وتنمية السياحة في الجزائر وأكدت عزم الدول للنهوض بهذا القطاع، حيث حددت الأهداف الأساسية لإستراتيجية التنمية السياحية والمبادئ العامة لهذه السياسة السياحية والأحكام العامة لكل عنصر من عناصر التنمية السياحية (التهيئة السياحية، الترقية السياحية، الموارد البشرية، والإعلام السياحي أو الترويج) حيث أضفى على عملية تطوير وتنمية كل عنصر من تلك العناصر طابع المنفعة أو المصلحة العامة وبالتالي تتكفل الدول بها وتستفيد من دعمها، كما نص على إنشاء هيئات عمومية تتولى كل حسب إختصاصها مهمة تطوير وترقية وتنمية الأنشطة السياحية.

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم رقم 69-07 الذي يحدد شروط وكيفيات منح حق امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، الصادر بتاريخ: 2007/08/21، العدد 13، ص 07.

ولكن لتنفيذ هذه القوانين يجب تهيئة الظروف والمناخ والمحيط المناسب لتطبيقها لذلك يجب السهر على متابعة تنفيذها ميدانيا وإلا كان مصيرها مصير القوانين السياحية السابقة.

المطلب الثالث: المؤسسات والهيئات المشرفة على السياحة

لتحقيق تنمية سياحية مستدامة لا بد من وجود جهاز إداري ومؤسسي متعدد ومتنوع المهام والهيكل يستجيب لتلك القوانين والتوجهات ويعمل على تنفيذ السياسة السياحية الموضوعة من طرف الحكومة، كما تهدف إلى تنشيط وترقية السياحة، ويتعلق الأمر بالمؤسسات والهيئات التالية:

أولا - الهيئات والمؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري:

1- الوزارة المكلفة بالسياحة: لم تتضمن تشكيلة الحكومة الجزائرية الأولى بعد الاستقلال المشكلة بموجب المرسوم رقم 62-1 المؤرخ في 27 سبتمبر 1962 وزارة للسياحة، غير أن الحكومة الثانية المشكلة بموجب المرسوم رقم 63-373 المؤرخ في 18 سبتمبر 1963 عرفت أول تواجد لوزارة السياحة وقد عين على رأسها "قايد أحمد"، وقد صدر المرسوم رقم 63-474 المؤرخ في 20 ديسمبر 1963 المتضمن تنظيم وزارة السياحة¹، والذي كلف الوزارة بتحديد وتوجيه وتنفيذ سياسة الحكومة في مجال السياحة والحمامات المعدنية والحرف الفنية والتقليدية والفنون الشعبية والفلكلورية. إلا أنها عرفت عدة تغييرات من خلال ضمها إلى قطاعات أخرى وعدم استقرارها في شكل واحد مستقل².

وتشرف على القطاع السياحي في الحكومة الحالية المشكلة بموجب المرسوم الرئاسي رقم 14-154 المؤرخ في 5 ماي 2014 وزارة السياحة والصناعات التقليدية. وتتمثل مهام الوزارة في:

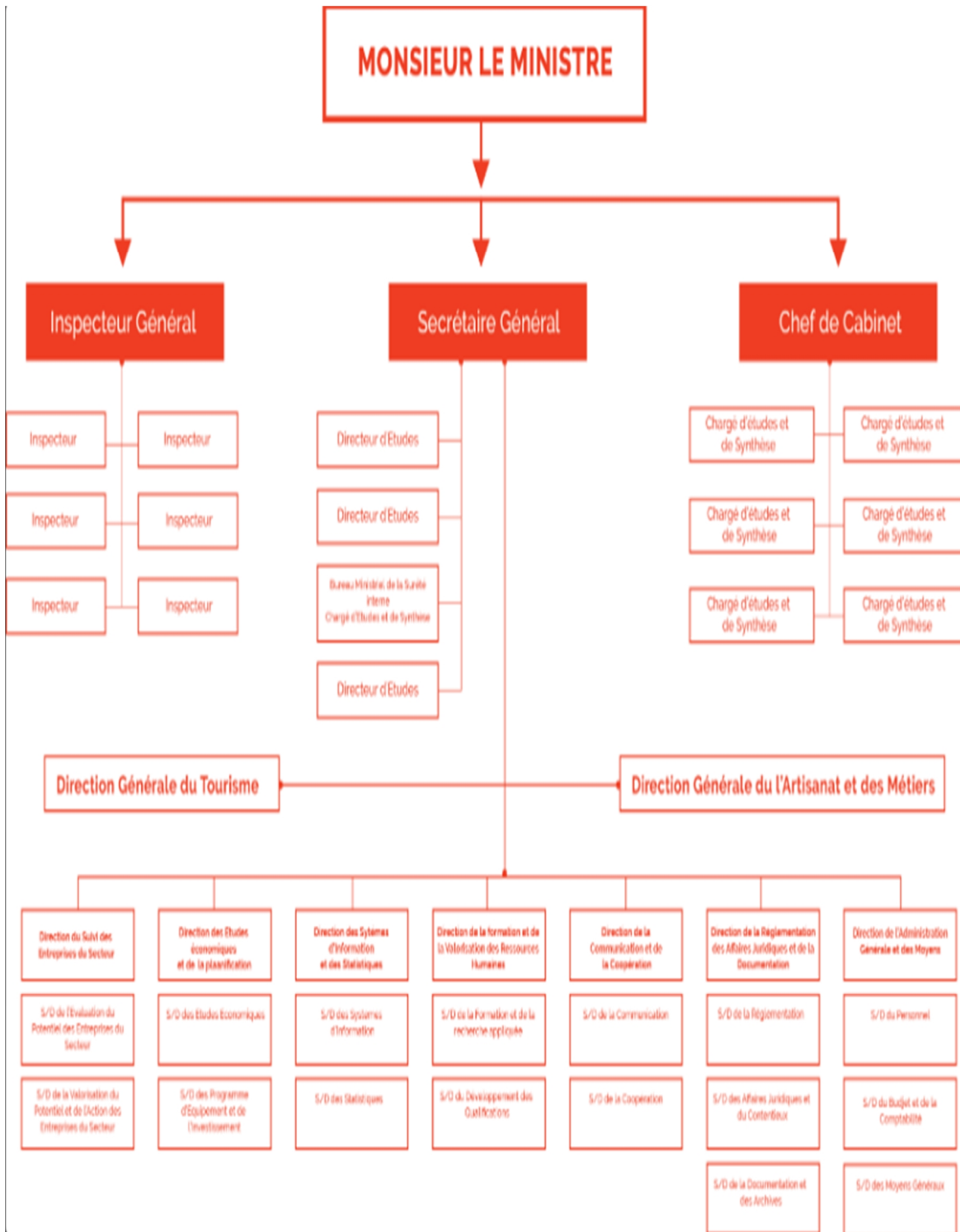
- التعريف بالمنتوج السياحي الجزائري و توجيهه و تربيته.
- تجسيد السياسة التنموية في مجال السياحة.
- انجاز المخططات التنموية السياحية.

وحدد المرسوم التنفيذي رقم 10-255 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية، والمخطط التالي يوضح الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية.

¹ - République Algérienne Démocratique et Populaire, JO N° 97 du 27/12/1963, P 1340.

² - بليه لحبيب، تطور السياسة السياحية في الجزائر، مداخلة مقدمة في اليوم الدراسي حول "السياحة كمورد إستراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، يوم 30 نوفمبر، 2016، ص 11.

المخطط رقم (05): الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية



المصدر: موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2019/06/12، على الساعة: 21:35،

من الموقع الالكتروني: https://www.mta.gov.dz/?page_id=2803&lang=ar

وفي سبيل معرفة الأهمية والمكانة التي كانت تحظى بها السياحة في كل حكومة وفي كل مرحلة، كان لابد من إجراء إحصاء لعدد مرات تواجد وزارة السياحة في الحكومات المتعاقبة منذ الاستقلال، وعدد المرات التي خصصت لها فيها وزارة بمفردها، وعدد المرات التي كانت فيها مقترنة بقطاعات وزارية أخرى، وقد تم التوصل من خلال استعراض تشكيلات 29 حكومة منذ الاستقلال إلى غاية آخر حكومة إلى النتائج التالية:

تواجد وزارة للسياحة 24 مرة من بينها:

- 08 مرات لوحدها، 01 مرة مقترنة بالثقافة

- 04 مرات مقترنة بالتهيئة العمرانية والبيئة

- 11 مرة مقترنة بالصناعات التقليدية

- غياب وزارة للسياحة 04 مرات

وهكذا نستنتج أن القاعدة هي تخصيص وزارة للسياحة والعادة أن تقترن بقطاعات أخرى والغالب أن يكون ذلك مع قطاع الصناعات التقليدية.

إذا كانت المؤسسات السياحية الوطنية تلعب دورها السياحي على المستوى الوطني، فإن مديريات السياحة والصناعات التقليدية لها دور مهم على المستوى المحلي، وقد أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية واحد لمهامها وتنظيمها، وقد كلفت هذه المديريات في مجال السياحة بالمهام التالية¹:

- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية.
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن.
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة المحلية من خلال ترقية السياحة البيئية والسياحة الثقافية والتاريخية.
- جمع وتحليل وتوزيع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية وإعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية والحموية المحلية.
- دعم وتنمية نشاطات المتعاملين والهيئات والجمعيات المتدخلة في السياحة والحمامات المعدنية.
- السهر على تلبية حاجات المواطنين في مجال السياحة وكذا ترقية وتسويق المنتجات السياحية المحلية.

2- الديوان الوطني للسياحة (ONT): إن ترقية السياحة الجزائرية هي مهمة جميع الأطراف غير أن المسؤول الأول عن ذلك هو الديوان الوطني للسياحة، والذي أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 88-214²

¹ - بليه لحبيب، مرجع سابق الذكر، ص 12.

² - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 88-214، المؤرخ في 31 أكتوبر 1988، العدد 44، ص 1497.

بفعل التطورات الحاصلة محليا ودوليا وتم تعديله بمرسوم آخر تحت رقم 90-409¹ نتيجة التحولات العميقة التي عرفها الاقتصاد الوطني الجزائري وأعيد التعديل مرة أخرى بالمرسوم التنفيذي رقم 92-402² ويعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية، وقد جعلت منه الحكومة أداة الوزارة المكلفة بالسياحة من أجل التعريف بالسياسة الوطنية في مجال السياحة وتنفيذها من خلال إصدار جملة من الحملات الترويجية (الإشهارية علاقات عامة وغيره) باعتماده على عدة فروع موزعة على التراب الوطني من أجل تحقيق جملة من الأهداف:

- المشاركة في ترقية السياحة ومتابعة العمليات المعتمدة في هذا القطاع.
- تنشيط وتطوير التبادلات مع المؤسسات والهيئات الخارجية في ميدان ترقية السياحة.
- المشاركة في ترقية السياحة .
- اجراء كل بحث أو دراسة بغية ضبط الأساليب وتحولات السوق السياحية الداخلية والخارجية.
- انجاز أو تكليف من ينجز أي دراسة عامة أو خاصة ذات علاقة بمهدفه..
- متابعة جمع وتحليل واستغلال المعلومات والإحصائيات المتعلقة بالترقية السياحية وعلى الخصوص تقييم نتائج الأعمال المقررة.

ثانيا - المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري:

تعتبر الوكالة الوطنية لتنمية السياحة والمؤسسة الوطنية للدراسات السياحية مؤسستين هامتين في القطاع السياحي، وذلك من خلال الأدوار التي تلبانها والأهداف التي تصبوان إلى تحقيقها.

1- الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT): هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي أنشأت الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-70 المؤرخ في 24 شوال 1418 هـ الموافق ل 21 فيفري 1998م، وهي تحت وصاية وزارة السياحة والصناعات التقليدية، وتعد الأداة الرئيسية المتخصصة والمسؤولة عن التسيير، التنمية، الحفاظ والاستغلال العقلاني وحماية العقار السياحي وكذلك تعد الوكالة إحدى الهيئات الرئيسية المسؤولة عن تجسيد السياسة الوطنية للتنمية السياحية المستدامة. وبخصوص المهام الموكلة إليها فهي³:

- تسهر على الحماية والحفاظ على مناطق ومواقع التوسع السياحي.

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 90-409، المؤرخ في 05 جمادي الثاني 1411 هـ الموافق ل 22 ديسمبر 1990م، العدد 56، ص 1809.

² - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، الجريدة الرسمية، المرسوم رقم 92-402، المؤرخ في 05 جمادي الأول 1413 هـ الموافق ل 31 أكتوبر 1992، العدد 79، ص 2038، اللغة العربية

³ - الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، تم الاطلاع بتاريخ: 2013/10/12، على الساعة: 15:30، من الموقع الإلكتروني: <http://www.andt-dz.org/ar/?action=formunik&type=menu&idformunik=45>

- ترقية وترويج مناطق ومواقع التوسع السياحي والحرص على توفير وإنشاء المرافق العمومية.
 - تنجز كل العمليات المرتبطة بموضوعها سواء كانت مالية، تجارية أو صناعية والمتعلقة بالعقار.
 - تطور التبادلات مع المؤسسات والمنظمات المرتبطة بمجال نشاطها.
 - مرافقة إدارة السياحة في تصور وإنجاز إستراتيجية التنمية السياحية.
 - الحرس على احترام القوانين المتعلقة بالسياحة ومخططات التهيئة السياحية والعمرانية داخل مناطق ومواقع التوسع السياحي بهدف حمايتها و تطويرها.
 - إنشاء وتحسين ملف وطني للمنشآت القاعدية السياحية.
 - إنشاء وإدارة وتطوير بنك للمعلومات خاص بالعقار السياحي.
 - وضع دفتر شروط خاص بكل مناطق ومواقع التوسع السياحية.
 - تهيئة الأراضي المعتمدة والتي تخدم الإستثمار السياحي.
- 2- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET):** أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-98 المؤرخ في 10 مارس 1998¹ في شكل مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تحت وصاية وزارة السياحة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستغلال المالي ولها المهام الآتية:
- تكلف الوكالة بتنشيط وترقية وتأطير النشاطات السياحية في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة.
 - تشرف الوكالة على حماية مناطق التوسع السياحي وترقية الأماكن داخل هذه المناطق مع المؤسسات المعنية.
 - اقتناء الأراضي لإنشاء الهياكل السياحية وملحقاتها.
 - القيام بالدراسات والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.
 - تقوم بكل أعمال ترقية مناطق التوسع السياحي وتطويرها بدراسات تحديد القدرات السياحية وتنميتها.
 - تكلف الوكالة باقتناء الأراضي الضرورية للاستغلال السياحي لمنابع المياه المعدنية ذات القيمة العلاجية العالية، وتقوم بدراسة التهيئة الضرورية.
 - مراقبة ومتابعة المنشآت السياحية والمرافق الفندقية والمياه المعدنية ومعاينتها.
 - إنشاء بنك للمعلومات الخاصة بتهيئة السياحة وتنميتها.
 - إنشاء كل الدراسات المرتبطة بمجال نشاطها بطلب من السلطات العمومية.

¹ - الجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 94-98، المؤرخ في 10 مارس 1998، العدد 14، ص 06.

3- الديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT) : يعد الديوان الوطني الجزائري للسياحة بمثابة أول مؤسسة سياحية أنشأت في الجزائر بموجب الأمر رقم 62-27 المؤرخ في 25 أوت 1962¹ إذ كان مكلفا بتسيير المرافق السياحية الموروثة عن الاستعمار الفرنسي، ويعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، ويعتبر أداة لتطبيق السياسة الوطنية لتنمية السياحة، غرضه تنمية القطاع السياحي الجزائري، وبالتالي فهو مكلف بمهمة ذات مصلحة عمومية، وكان يعمل تحت وصاية مندوب الشؤون الاقتصادية في الهيئة التنفيذية المؤقتة.

وقد كلف الديوان الوطني الجزائري للسياحة بالقيام بالمهام الآتية:

- التشاور مع السلطات العمومية حول المسائل السياحية والدعاية السياحية والحمامية.
 - ممارسة الوصاية أو الرقابة على كل المنظمات والجمعيات المهتمة بتطوير وسير السياحة.
 - تحضير والسهر على تطبيق النصوص التنظيمية للنشاطات السياحية لا سيما النصوص المتعلقة بالفندقة والمؤسسات الحمامية والنقابات ووكالات السفر ومراكز السياحة.
 - ترقية، بكل الوسائل، تطوير السياحة والحمامية والتجهيز الفندقي.
- وبعد إنشاء وزارة السياحة أصبح يعمل تحت وصايتها وحددت مهامه فيما يلي:
- الدعاية والإشهار.
 - إنجاز الاستثمارات السياحية، كما أنشأ مكتب داخل الديوان مهمته إنجاز الدراسات التقنية.
- ويرمي الديوان الوطني الجزائري للسياحة حاليا من خلال استراتيجياته إلى ترويج مناطق معينة للجزائر منها المناطق الصحراوية، و يعمل بالتعاون مع وكلاء السياحة في أوروبا.

4- النادي السياحي الجزائري (TCA): أنشأ بتاريخ 07 أكتوبر 1963م بموجب المرسوم الرئاسي رقم 63-473 المؤرخ في 20 ديسمبر 1963م وهو جمعية ناشطة في مجال المنفعة العمومية وعضو في الاتحاد الدولي للسياحة (A.I.T)، وكذا الفدرالية الدولية للمركبات (F.T.A)، وقد كان يتولى مجموعة من المهام تتمثل في:

- تهيئة أماكن التخييم للسياح و توفير كل المتطلبات من أمن، ماء، كهرباء، العناية الطبية...
 - تحسيس وتوعية السائقين بأهمية التقيد بمعايير السلامة أثناء القيادة لتجنب حوادث المرور.
 - مساعدة السياح في زيارة الأماكن السياحية والمنتزهات والمناطق الطبيعية.
- ثم تم وضعه تحت وصاية وزارة السياحة سنة 1971م وكلف بتنمية النشاطات السياحية وفي سنة 1980م أصبح متعاملا اقتصاديا فعليا، نظرا لتطور اهتمامات ونشاطات النادي السياحي الجزائري واستخدامه لمجموعة كبيرة من الوسائل المادية والبشرية، شرع منذ سنة 1995م في إنشاء مجموعة من الفروع

¹ - République Algérienne Démocratique et Populaire, JO N° 10 du 1/09/1962, P 107.

التجارية التي أصبحت الآن شركات ذات أسهم القسم الأكبر منها يعود ملكيته للنادي السياحي الجزائري أما القسم الآخر فيملكه الموظفون في هذه الفروع وتخضع لقواعد القانون العام في علاقتها مع الدولة.

تمثل فروع النادي السياحي الجزائري في المؤسسات التالية:

أ- **الجزائر للسياحة والاستثمار (ATI):** أنشأت هذه المؤسسة في 02 جانفي 2000م من أجل تسيير ممتلكاته، وهي مكلفة عموما بتسيير الممتلكات المنقولة وغير المنقولة TCA، ومتابعة استثمارات وبرامج تطوير المؤسسات والوكالات، إنشاء مركز وطني لتكوين عمال المؤسسات والوكالات التابعة ل TCA.

ب- **الجزائر للسياحة والأسفار (TVA):** أنشأت في 1995م وورثت وكالات السفر المنشأة من قبل TCA وهي مكلفة بمراقبة وإدارة الأنشطة التجارية للمؤسسات والوكالات التابعة لها التي تقدر ب 35 وكالة. وقد قامت هذه المؤسسة بإنشاء ثلاثة فروع هي: CALTAM، الأسفار بدون حدود VSF، الجهات الأربعة للأسفار.

ثالثا - المتعاملين السياحيين الخواص:

تمثل المؤسسات الخاصة التي تنشط في القطاع السياحي أحد الأدوات المنفذة للسياسة العامة السياحية كالوكالات السياحية التي تعتبر متعاملا اقتصاديا له مكانة خاصة في المجال السياحي، نظرا لدورها الفعال في تحسين جودة الخدمات السياحية واستقطاب السياح الأجانب، كما تعمل على تنمية الثقافة السياحية لدى المجتمع، والتعريف بالمناطق السياحية في الجزائر.

1- وكالات السياحة والأسفار: عرفها القانون الجزائري رقم 99-06 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419هـ الموافق ل 04 أفريل 1999م على أنها "كل مؤسسة تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر رحلات وإقامات فردية أو جماعية، وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها"¹. وتقوم بالوظيفة التجارية والتسويقية للمنتج السياحي من خلال:

- حجز الغرف في المؤسسات الفندقية والعمل على تقديم أحسن الخدمات لسياح.
- تسويق الرحلات وبيع التذاكر والتعريف بالتراث الوطني في الخارج.
- تنظيم جولات وزيارات برفقة مرشدين داخل المدن والمواقع والآثار ذات الطابع السياحي والتاريخي.
- القيام بإجراءات التأمين من كل الأخطار التي تمس نشاطاتهم السياحية لصالح الزبائن².

في الواقع كشف تقرير أعدته مديرية السياحة لولاية الجزائر فقط أن جل الوكالات السياحية المتواجدة بالعاصمة لا تقوم بالمهام الموكلة إليها بشكل كامل على الرغم من امتلاكها الفرصة والإمكانات اللازمة لاستقطاب السياح بل يقتصر دورها في بيع التذاكر وذلك بنسبة 60% من العدد الإجمالي وتبقى نسبة

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون رقم 09/69، العدد 24، الصادرة بتاريخ 1999/04/07، ص 11

² - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 24، الصادر بتاريخ: 1999/04/07، ص 19.

الخدمات الموزعة على مستوى الوكالات تنحصر في تنظيم الرحلات بنسبة 30%، ونسبة 10% فقط تعمل على استقطاب السواح بالخارج.

2- الدواوين المحلية السياحية: الديوان المحلي للسياحة عبارة عن جمعية يؤسسها أشخاص طبيعون أو معنويون يهمهم أمر ترقية السياحة وتطويرها في بلدياتهم حسب المرسوم رقم 85-15 المؤرخ في 26 جانفي 1985¹، وهي مكلفة بترقية الأعمال السياحية في البلدية، وإعلام السياح بالوسائل الملائمة في يخص إمكانيات الإقامة والإيواء وإرشادهم إلى ذلك، بالإضافة إلى تنظيم زيارات أو رحلات سياحية في البلدية للتعرف على المواقع السياحية والترفيهية، والمساهمة في حماية المواقع السياحية والممتلكات التاريخية والأماكن الطبيعية وصيانتها والمشاركة في التنشيط الفني والثقافي المحلي والمساهمة في الحفاظ على التقاليد والفنون الشعبية والتعريف بقيمها².

3- الحركة الجمعوية: إن عدد الجمعيات النشطة في القطاع السياحي قليل جدا في الجزائر مقارنة مع الدور الذي يمكن أن تلعبه هذه الجمعيات، فالحركة الجمعوية تساهم في التنمية السياحية المستدامة باعتبارها وسيلة ترقية فعالة في قطاع السياحة ذلك لما تقوم به من نشاطات تبرز من خلالها سواء للجمهور المحلي أو الأجنبي مختلف المنتجات السياحية التي تتوفر بمناطق الوطن حيث تنشط بالتنسيق مع مديرية السياحة من خلال القيام بعمليات تحسيسية حول قطاع السياحة والمشاركة في التظاهرات المحلية للمنطقة وكذا حماية المواقع السياحية الأثرية وتقديم الإعانات الضرورية للقيام بذلك ومن أهمها:

- الفيدرالية الوطنية لدواوين السياحة.
- الفيدرالية الوطنية لجمعيات وكلاء السياحة والسفر.
- الجمعية الوطنية لأجل ترقية السياحة.
- جمعية حماية المواقع والحضائر.
- الفيدرالية الوطنية للفنادق والمطاعم³.

هكذا نجد أن الجزائر من خلال القوانين وإنشاء الهيئات العمومية كل حسب اختصاصه قد وضعت البنية الأساسية لتنفيذ السياسة السياحية ولتطوير وتنمية السياحة المستدامة، وأكدت عزمها على النهوض بهذا القطاع حيث حددت المبادئ العامة له ولكل عنصر من عناصر التنمية السياحية وأضفى طابع المنفعة والمصلحة العامة.

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم رقم 85-15، العدد 5، الصادرة بتاريخ: 1985/01/27، ص 93.

² - بليه لحبيب، مرجع سابق الذكر، ص 17.

³ - عيسى مرزاق، محمد الشريف شخشاخ، التنمية السياحية المستدامة: دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائري، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، بسكرة، 09-10 مارس 2010، ص 14.

المبحث الثاني: سياسة التنمية السياحية المستدامة في الجزائر

لقد اعتمدت الجزائر منذ الاستقلال عدة برامج وسياسات لتنمية قطاع السياحة، ورغم ذلك اعتبرته نشاطا ثانويا نظرا للتحديات التي كانت تواجهها الدولة آنذاك لكن نظرا للواقع الجديد الذي فرض نفسه في السنوات الأخيرة بفعل التحولات الاقتصادية الدولية الجديدة جعل الاهتمام بتطوير وتثمين السياحة حتمية إستراتيجية لذا عمدت الدولة الجزائرية إلى اعتماد سياسة سياحية جديدة تعزز القطاع السياحي وتنميته في إطار شروط التنمية المستدامة، تركز على تثمين الثروات الطبيعية والثقافية، وذلك بالمحافظة على البيئة وتثمين البعد الايكولوجي مع التأكيد على الانضمام الكلي للهيئات ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بالميادين المتعلقة بتصميم وتنمية وترقية النشاطات السياحية لإبراز الجزائر كوجهة تنافسية قادرة على ترسيخ نفسها على المستويين المتوسطي والدولي هذا من جهة ومن جهة أخرى قادرة على الاستجابة لاحتياجات المواطنين. وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى سياسة التنمية السياحية المستدامة المتبعة في الجزائر والنتائج المحققة في ظل هذه السياسة.

المطلب الأول: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار المرجعي للتنمية السياحية المستدامة

بعد فشل سياسات التنمية السياحية في المراحل السابقة وبعد عودة الأمن والاستقرار نسبيا من خلال قانون المصالحة الوطنية الذي جاء به الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، عملت الدولة الجزائرية على إعادة بعث القطاع السياحي من خلال إتباع إستراتيجية جديدة في السياسة السياحة متمثلة في مخطط أعمال للتنمية المستدامة للسياحة لآفاق 2010، وبعد مرور سنتين على تنفيذ المخطط بات من الضروري إدخال بعض التعديلات من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق لمسيرة التطورات الجديدة داخليا وخارجيا ليصبح مخطط أعمال لآفاق 2030، وتم من خلاله تحديد الأهداف الكمية والنوعية وإجراءات دعم وترقية الاستثمار السياحي بالإضافة إلى المنتجات الواجب ترقيةها والأخذ بعين الاعتبار لمختلف الأهداف المرجوة الاقتصادية والاجتماعية لقطاع السياحة بغية الوصول إلى تنمية سياحية فعلية، وهذا التصور المستمد من القانون (01/03) -السابق الذكر- والمتعلق بالتنمية السياحية المستدامة، ومناطق التوسع السياحي وإستعمال الشواطئ لأغراض السياحة¹. وهو بذلك يشكل الإطار الاستراتيجي المرجعي لسياسة التنمية السياحية المستدامة، فموجبه تقوم الدولة بعرض رؤيتها للتنمية السياحية لمختلف الآفاق وتحديد وسائل تطبيقها لجعل الجزائر بلداً يستقطب السياحة الدولية.

¹ - عبد القادر عوينان، مرجع سابق الذكر، ص 264.

أولا - تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية في أفق (SNAT2030) القائم على خلفية تجسيد أبعاد التنمية المستدامة وتم تحديد معالمه بموجب القرار 02/01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001م والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة الذي يعالج العناصر الأساسية والرهانات المستقبلية لثلاثين سنة للسياحة العالمية (أسواق، عرض، طلب، تطور... إلخ)، وكذلك دراسة السوق وتشخيص السياحة الجزائرية (مكان السياحة، الأثر، نقاط القوة، النقائص، التأطير والتنظيم... إلخ) وتقديم العرض السياحي بالأرقام، ويعالج الطلب السياحي الوطني والدولي، والأسواق الرئيسية المنافسة للسياحة الجزائرية.

كان المخطط نتيجة مرحلة طويلة من البحوث واستشارات واسعة بمشاركة المتعاملين الوطنيين والمحليين العموميين والخواص والتحقيقات والتقارير والخبرات التي ترجمة إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة لتحقيق القفزة المطلوبة وجعلها أولوية وطنية للدولة يجب النظر إليها على أنها لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة لأنها تشكل موردا بديلا للمحروقات، وكونها محركا للتنمية المستدامة ودعم النمو الاقتصادي ومصدر لخلق الثروة وإنشاء مناصب شغل، خاصة في ظل ظروف سياحية دولية تميزت بالتزايد المعتبر للتدفقات السياحية البشرية والنقدية. ويركز المخطط على أربع نقاط أساسية¹:

1- إستدامة الموارد الموجودة من خلال حماية وتثمين الأنظمة البيئية والتراث الثقافي.

2- خلق حركية وإعادة التوازن للإقليم.

3- ضمان جاذبية وتنافسية الإقليم.

4- تحقيق العدالة الاجتماعية.

بالتالي فالمخطط يعكس الرؤية التي تبنتها الجزائر فيما يتعلق بالتنمية السياحية المستدامة والمستلهمه من الترتيبات الملائمة لميثاق السياحة المستدامة سنة 1995 الذي ينص على ضرورة أن تكون السياحة قابلة للتحمل على المدى الطويل على الصعيد الأيكولوجي وقابلة للحياة على الصعيد الاقتصادي وعادلة على المستوى الأخلاقي والاجتماعي خاصة بالنسبة للسكان المحليين عبر ثلاث مراحل هي: على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015، المدى البعيد 2030.

ثانيا - أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030:

يسعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من أجل تطوير السياحة الوطنية وترقيتها وإدراجها ضمن السوق الدولية انطلاقا من استثمار الإمكانيات المحلية للمناطق والأقاليم

¹ - Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, la mis en œuvre du schéma national d'aménagement du territoire (SNAT), février 2008, p 03.

وبمشاركة الأطراف أصحاب المصالح في إطار حماية البيئة وتحسين الحياة والحفاظ على استدامة رأس المال الطبيعي، وتمثل في¹:

1- جعل السياحة احد محركات التنمية الاقتصادية من خلال ترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات وذلك بتنوع العرض السياحي من خلال تطوير المنتجات السياحية التالية: السياحة الحموية والعلاجية، السياحة الصحراوية، السياحة الثقافية، السياحة الساحلية، سياحة الأعمال والمؤتمرات، السياحة الرياضية والترفيهية. وهذا لكي تكون التنمية السياحية أداة للمساهمة في خلق مناصب شغل وتحسين التوازنات الاقتصادية الكبرى (ميزان المدفوعات، الميزان التجاري، الميزانية... إلخ)؛

2- تحسين صورة الجزائر السياحية، ولتجسيدها اتبعت سياسة ترويجية تعتمد على إقامة المهرجانات وكذا المشاركة في المهرجانات والمعارض الدولية للسياحة مثل: البورصات الدولية للسياحة (باريس، برلين)، معرض السياحة لموسكو، المشاركة في صالون دبي، الصالون العربي للسياحة، اعتبرت عاصمة السياحة العربية عام 2001، الانخراط في منظمة الأورومتوسطية للسياحة، الانضمام إلى المجلس العالمي للصناعات التقليدية. وعدة معارض أخرى سعت الجزائر من خلالها إلى التعريف بالمنتج السياحي الجزائري، وهذا لجعل السوق السياحي الجزائري سوقا رئيسية وهامة وليست سوقا ثانوية² بالإضافة إلى إعطاء كل الضمانات فيما يخص الجوانب الأمنية وكذا توفير كل متطلبات وحاجات السائح وتقديم امتيازات للمستثمرين الوطنيين والأجانب³.

3- تنمية القطاعات الأخرى في الدولة بدفع آثار التنمية السياحية على هذه القطاعات كالنقل والبناء الأشغال العمومية، الفلاحة، الصناعات التقليدية... إلخ، في إطار المقاربة التي تدمج مختلف المتعاملين الخواص وطنيين كانوا أم أجانب بالإضافة إلى المتعاملين العموميين ويكون ذلك بالتعاون والتنسيق والانسجام مع استراتيجيات القطاعات الأخرى باعتبار المخطط التوجيهي SDAT 2030 هو جزء من الإستراتيجية الوطنية SNAT2030.

4- التوفيق بين ترقية السياحة وحماية البيئة: ويتعلق الأمر بمفهوم الاستدامة في كل السلسلة السياحية.

5- تهمين التراث التاريخي والثقافي والديني، حيث تعتبر العناصر المؤسسة للتراث الإقليمي (سواء كانت بشرية طبيعية، مناخية أو تاريخية...) صورة عاكسة لجاذبية ومركز المنتج السياحي وتعمل إستراتيجية السياحة

¹ - Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre4, la mis en œuvre du SDAT 2025 : le plan opérationnel, janvier 2008, p 22-23.

² - خليل عبد القادر ولمين علوطي، تحديات الصناعة السياحية في الجزائر بالإشارة إلى حالة ولاية المدية، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، يومي 24-25 أفريل 2012، ص 10

³ - Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre1, le diagnostic : audit du tourisme algérien, janvier 2008, p 03.

المستدامة على حماية التراث من خلال احترام التنوع الثقافي والمشاركة في التنمية المحلية¹، كما تراعي التنمية المستدامة الموارد البيئية والمحافظة عليها من خلال إدخال الاستدامة البيئية في مجمل حلقات التنمية السياحية.

6- التطوير المتوازن للمنشآت والهياكل السياحية والاستغلال العقلاني لها والحفاظ على مناطق التوسع والمواقع السياحية.

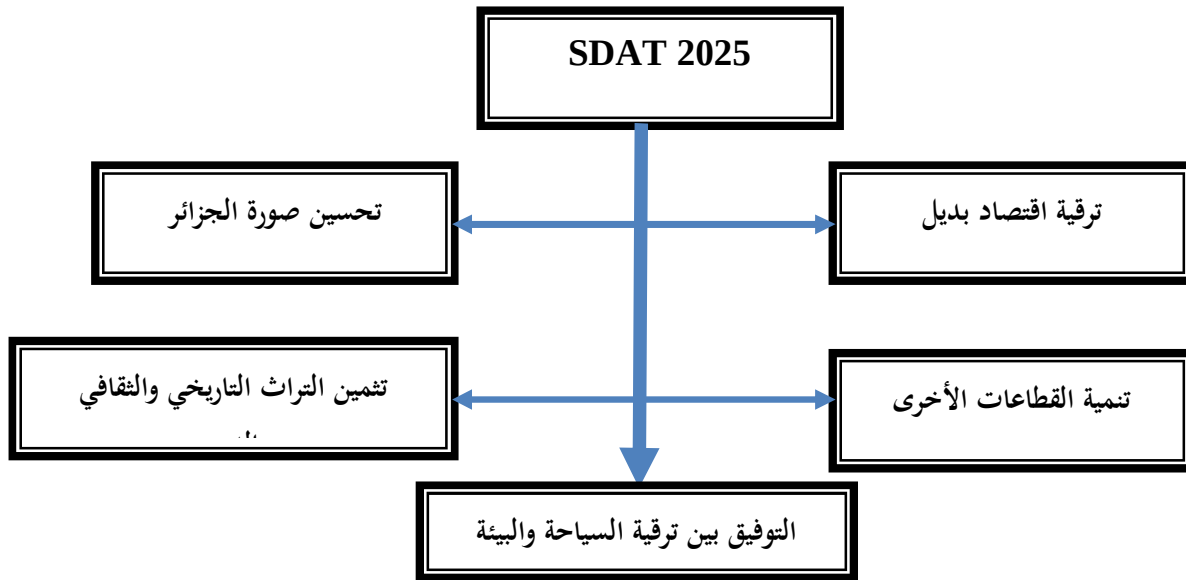
7- إدماج الأنشطة السياحية في آليات وأدوات تهيئة الإقليم والتهيئة الحضرية ويتم تحقيق هذه الأهداف في إطار المحافظة على الموروث الثقافي والتهيئة الحضرية.

8- تامين الموارد البشرية والتي تعتبر ركيزة أساسية لتحقيق التطوير السياحي وعلى هذا الأساس فإن الدولة تشجع:

- إدماج المهن السياحية في برامج التكوين المهني.
- إنشاء مؤسسات جديدة لتكوين فروع متعددة للسياحة.
- إنشاء مؤسسات خاصة للتكوين في السياحة.
- التحضير لباكالوريا مهنية في السياحة.
- فتح تخصصات لاقتصاد السياحة في الجامعات.

والشكل التالي يوضح أهداف المخطط:

المخطط رقم (06): أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية



Source: Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre1, le diagnostic : audit du tourisme algérien , p 24.

¹ - خير الدين معطي الله، خديجة عزوزي، السياحة كإستراتيجية لتنمية محلية مستدامة في الجزائر، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول التنمية السياحية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شادي بن جديد، الطارف، ماي 2014، ص 16

ثالثا - برنامج عمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

يفرض المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تعريف الأهداف المادية وصيغة الميزانية المطلوبة لبلوغ ذلك (طاقة الإيواء، عدد السياح، المداخل المالية، العمال واجب تكوينهم... إلخ) وبصيغة أخرى يتعلق الأمر بتحديد برنامج العمل للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كما يهدف إلى ضمان انطلاق التنمية السياحية الجزائرية إذ يركز على "مخطط الأعمال" بأهداف مادية ونقدية للمرحلة الأولى (2008-2015) فبرنامج العمل يرمي إلى تلبية الطلب الدولي والطلب الوطني الذي سيزيد عن 11 مليون سائح في آفاق 2030.

1- الأهداف المادية: كانت تهدف سياسة التنمية السياحية الوصول في آفاق 2015:

- زيادة التدفقات السياحية من خلال مرحلتين¹:

- المرحلة الأولى (2004-2007) يتم تطبيق في هذه المرحلة نسبة الزيادة المتوسطة في الثلاث

سنوات 2000، 2001، 2002 والمقدرة بـ 10% وبذلك يتوقع تسجيل 1.591.000 سائح في نهاية 2007، أما عدد السياح الأجانب فيتوقع أن يبلغ 679.000 سائح نهاية 2007 وذلك بتطبيق نسبة زيادة قدرها 22% والمحقة خلال سنوات بداية العشرية (2000-2002).

- المرحلة (2008-2015): يتوقع أن يصل عدد السياح في نهاية المرحلة 1.507.000 سائح وهذا بتطبيق معدل زيادة ثابتة قدرها 10% مع تطبيق 0.5% بالنسبة لسنة 2008 أما السياح الأجانب فيتوقع أن يصل عددهم إلى 1.200.000 سائح أجنبي خلال نهاية المرحلة وهذا من خلال تطبيق نسبة زيادة المقدرة بـ 3.5%

وبالنسبة للأعداد الإجمالية المرتقبة من السياح لأفاق 2015 فسيكون 2.5 مليون سائح.

- زيادة عدد الأسرة الفندقية: اهتم المخطط بزيادة عدد الأسرة من خلال مرحلتين وهي مرحلة ما بين (2004-2007): انجاز حوالي 55 ألف سرير بطاقة سنوية إلى حدود 13.750 سرير تدخل حيز الاستغلال ومرحلة ما بين (2008-2013) تم تقدير طاقة إيواء تفوق 60 ألف سرير وعليه بإضافة 72000 سرير تم إحصاؤها في نهاية 2002. وبالنسبة للمجموع الكلي يصبح 187 ألف سرير في آفاق 2013.

- المداخل المالية: تم تقدير التوقعات السياحية بناء على توقعات السياح أن تصل نهاية 2015 إلى 2 مليار دولار.

- زيادة مناصب العمل: حيث كان من المتوقع خلق 400 ألف منصب عمل في نهاية 2015.

¹ - تومية عمروش، السياحة المستدامة في الجزائر الإشكالية والمتطلبات: دراسة حالة مدينة بومرداس، مذكرة ماجستير، جامعة المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2007/2008، ص 64.

2- الأهداف النقدية: وتتمثل في¹:

أ- تطوير الاستثمار السياحي: من خلال مرحلتين: الأولى (2004-2007): في هذه الفترة تقرر انجاز 55 ألف سرير بقيمة استثمارات تقدر بـ 82.5 مليار دولار، أما الثانية (2008-2015): تم تقدير قيمة الاستثمارات الإجمالية لهذه المرحلة بحوالي 2.5 مليار دولار، بما معدله 350 مليون دولار كل سنة، وإذا أخذنا المعدل الاعتيادي لنسبة الاستثمارات العمومية من إجمالي الاستثمارات في قطاع السياحة والذي يقدر بـ 15% (مادية وغير مادية). وبخصوص إسهام القطاع الخاص في الاستثمارات السياحية فقدّر بـ 75 مليار دينار.

ب- المشاريع ذات الأولوية: تتمثل أهم المشاريع التي حددها المخطط في:

- فنادق السلسلة تبلغ قدرة استيعابها 29286 سرير.
- إطلاق 80 مشروعا سياحيا في 06 أقطاب سياحية بامتياز بطاقة استيعاب 5986 سرير و 8000 منصب شغل في الأفق.
- عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مدججة مخصصة لتتناسب مع الطلب الدولي والطلب الوطني بالإضافة إلى الحظائر البيئية والسياحية ومراكز العلاج.

الجدول رقم (11): توضيح بالأرقام لبرنامج عمل التنمية السياحية المستدامة لـ 2015.

السنة	2007	2015
عدد السياح (بالمليون)	1.7	2.5
عدد الأسرة	84869 يعاد تأهيلها	159869 منها 75000 عالية الجودة
مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي	1.7%	3%
الإيرادات (مليار دولار أمريكي)	0.219	1.5 إلى 2
مناصب عمل (مباشرة وغير مباشرة)	200000	400000
التكوين (المقاعد البيداغوجية)	51200	91600 جديد ليبلغ الإجمالي 142800

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، ص ص 18-19

ج- الإعتمادات المالية المخصصة لتسيير وترقية التنمية السياحية المستدامة ما بين 2010-2015:

وضعت الحكومة الحالية عنوان "ترقية صناعة سياحية مطابقة للمعايير والمقاييس الدولية" كوموضوع للسياسة السياحية المنتهجة من قبلها والتي تعمل على تحقيق ثلاثة أهداف:

¹ - Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre2, op.cit, p 18- 19.

- تعزيز قدرات الاستقبال من خلال العمل على متابعة دعم المشاريع الجاري إنجازه وسيكون ذلك مرفوقا بتنوع المنتجات السياحية مع التركيز على نوعية الخدمة.
 - التهيئة السياحية وتحسين العرض العقاري: حيث ستمنح الأولوية من حيث عروض الأوعية العقارية لانجاز المشاريع السياحية للمخططات التوجيهية الجارية للهيئة السياحية وعددها 17 مخططا، كما سيتم وضع أوعية عقارية تحت تصرف المستثمرين داخل مناطق التوسع السياحي يمكن أن تستقبل مشاريع سياحية بإمكانها استحداث 15.000 منصب عمل مباشر.
 - ترقية وجهة الجزائر: حيث سيتم تنفيذ مخطط ناجح للاتصال قصد ترقية الوجهة الجزائرية بالإضافة إلى ضبط إطار تدخل وكالات السياحة والأسفار.
- كما تميزت هذه الفترة بتزايد الاعتمادات المخصصة من قبل الحكومة الجزائرية لدعم القطاع السياحي كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12): الإعتمادات المالية المخصصة لتسيير وترقية التنمية السياحية المستدامة في

الجزائر ما بين 2010-2015

السنوات	المبالغ المالية دج
2010	2.067.612.000
2011	3.992.419.00
2012	4.289.735.000
2013	2.710.849.000
2014	3.007.731.000
2015	3.429.022.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قوانين المالية، تم الاطلاع بتاريخ:

2018/03/28، على الساعة: 00:58، من الموقع الإلكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/ar/cadre-juridique/lois-de-finances>

من خلال الجدول يتبين لنا أن المبالغ التي خصصتها الدولة الجزائرية لترقية الصناعة السياحية في تذبذب مستمر خلال الفترة (2010-2012) وابتداءً من 2013 نلاحظ ارتفاع مستمر في المبالغ المالية حيث ارتفعت من 2.710 مليار دج سنة 2013 إلى 3.429 مليار دج سنة 2015.

إذا فإن المخطط الوطني للهيئة السياحية 2030 هو الوثيقة التي تعلن بها الدولة عن مشروعها السياحي الإقليمي لآفاق 2025 وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تهيئة القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة قصد الارتقاء بها لدرجة الامتياز في المنطقة الأورومتوسطية، ومن هذا المنطلق تقدم الدولة من خلال المخطط التوجيهي التوجيهات الإستراتيجية للهيئة السياحية.

المطلب الثاني: آليات سياسة التنمية السياحية المستدامة الجزائرية

تبنت السياسة السياحية الجزائرية مجموعة من الآليات العملية لإحداث تنمية سياحية حقيقية ومستدامة وتمثل في خمس آليات عمل تعتبر بمثابة محرك التنمية السياحية الجزائرية ووفقا للمفهوم المستدام الذي اعتمدته الجزائر للسياحة الوطنية وهي كالتالي:

أولا - مخطط وجهة الجزائر:

حتى تتمكن الجزائر من الوصول إلى مصاف الدول الرائدة في الميدان السياحي يتوجب عليها أن تكون ممثلة من الأسواق الرئيسية الموفدة للسياح وتفعيل واستغلال كل الطاقات في إطار إستراتيجية تسويق فعالة وترمي سياسة تنمية وترقية السياحة آفاق 2030 إلى تصحيح صورة الجزائر السياحية وإبعاد مظاهر اللأمن والفوضى والانغلاق من ذهن السائح الأجنبي وذلك بإظهار الوجه الآخر للجزائر والإشهار بالمغريات السياحية الأساسية مثل المناخ المعتدل وأصاله المواقع المحمية والمنتوج الصحراوي المتفرد والتميز وسهولة الوصول بسبب القرب من هذه الأسواق والتنوع التراثي والثقافي¹ بغية تقويم صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية وجذب الاستثمارات لتسويق المنتج السياحي² من خلال التركيز على ثلاثة نقاط أساسية:

1- وضع إستراتيجية تسويقية للسياحة الجزائرية تدرس العرض والطلب وتحديد الأسواق المستهدفة ذات الأولوية، وتحديد الاستراتيجيات التجارية: وذلك بالاعتماد على ما تمتلك من مؤهلات لتحقيق متطلبات وتوقعات الزبائن المحليين والدوليين حيث ترمي إلى التموقع في الفروع السياحية الجديدة الواعدة والاستفادة من تجارب البلدان المنافسة في حوض البحر الأبيض المتوسط وخاصة المغاربية وإجراء تكييف يتماشى مع توجهات الاستهلاك والطلب السياحي الدولي والمحلي والتوفيق بينهما.

كما تهتم بتنويع العرض السياحي الوطني وكذا زبائنها حتى يكون النشاط السياحي أكثر تفاعلية ومرونة في مواجهة التغيرات المفاجئة للسوق فمن حيث العرض السياحي يتوجب عليها تنويع الوجهات (الساحل الجنوب) والتوجه لإستقطابات جديدة للامتياز والتنوعية في السياحة الحديثة كالعولف والأنشطة المائية والتحليق الجوي، أما من حيث الزبائن فيمكن أن تعتمد على أربعة أنواع من الزبائن والسياح الزائرين وهم³: زبائن محليون، زبائن الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج والواجب إقناعها بالتوجه أكثر لبلدها الأصلي من خلال وسائل الدعاية والإعلان، زبائن محتملين من المنطقة الأورو-متوسطية وبلدان الخليج، زبائن بعيدين ومتمركزون في أمريكا الشمالية وبشكل أساسي كندا وآسيا.

¹ - Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre2, op.cit, p 22.

² - يحي سعيدي، سليم العمراوي، مساهمة السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العراق، العدد 36، 2013، ص 108.

³ - Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre2, op.cit, p 08.

وبهدف إضفاء الديمومة والاستدامة على تنمية مختلف فروع السياحة الذي تبنته الجزائر من خلال سياستها السياحية يجب أن تشمل هذه السياسة على جميع الفاعلين الرئيسيين في تنفيذها وهم¹:

- السياح: الذين يعتبرون مستهلكين فاعلين مع مختلف العروض ويجب استقطابهم من خلال إشعارهم بالطمأنينة والنشوة.
- المستثمرون: والذين يضمن لهم مردود سريع وأمن لاستثماراتهم لكونهم يساهمون في تطوير السياحة.
- الموجهون: وهم السفراء التجاريون الذين يزودون البلد المضيف بالسياح ويمارسون دورا كبيرا في التنمية السياحية ويشملون وكالات السفر والسياحة، الناقلون، المرشدون، الصحفيون وغيرهم.
- الهياكل السياحية: من مطاعم، فنادق، وناقلون...
- المواطن: باعتباره الفاعل المباشر وغير المباشر الذي يحتاج إلى تحسيس بالنتائج الإيجابية للتنمية السياحية وبأثارها السيئة المحتملة، كما يجب إعلامه بإمكانية مساهمتها المباشرة في النهوض بسياحة نوعية مستدامة

2- تنفيذ مخطط عملي للنشاطات: الذي يركز أساسا على:

- التحديد والتدريب التدريجي للأهداف التي يرمي إليها مخطط الاتصال والترقية.
- إعداد أدوات ووسائل الاتصال والترقية ووسائل التنفيذ
- بناء صورة جديدة وتوسيع شهرة وجهة الجزائر.

3- وضع إجراء مستدام للمراقبة السياحية: بإنشاء مركز دائم للموارد السياحية والسوق السياحي يسمى النظام الدائم للملاحظة والتقييم السياحيين (SPOET) يهدف:

- تحسيس المتعاملين والشركاء بكل الإجراءات.
- معرفة غرض كل فرع وكل منطقة.
- معرفة خصائص ودوافع تدفقات السياح الأجانب عند الحدود.
- تحديد التدفقات السياحية المحلية وتحديد تدفقات السياح المقيمين وغير المقيمين والأجانب.
- تحديد مستوى رضا الزبائن، والتعرف على زبائن المواقع الرئيسية وتفضيلاتهم.
- تحديد الأسواق التنافسية الرئيسية، وقياس النتائج الاقتصادية.

ويتضح مما ذكر سابقا اهتمام كبير من طرف القائمين على تنمية القطاع السياحي، لكن تبقى عملية تجسيد ذلك تحتاج إلى مختصين في مجال التسويق وذلك لتجديد الأسواق المستهدفة بدقة أكبر وتقدير الطلب الفعلي بدقة كما يجب خلق علامة تجارية للمنتوج السياحي الجزائري وتسجيله حتى يتم فعلا تنمية القطاع السياحي.

¹- Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre1, op.cit, p10.

ثانيا - الأقطاب السياحية للامتياز (POT):

تعتبر الأقطاب السياحية* للامتياز من بين أهم الآليات الرئيسية التي تركز عليها سياسة التنمية السياحية المستدامة بالجزائر وتهدف إلى إبراز أقطاب سياحية قوية نموذجية معترف بها في السوق السياحي العالمي وهذا من خلال الربط بين الثلاثية: الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي التي من خلالها يتم تحقيق تنمية سياحية بشكل تدريجي ليشمل كافة التراب الوطني.

1- تصنيفات وأهداف الأقطاب السياحية: جاء القطب السياحي ليعوض فكرة مناطق التوسع السياحي التي كانت تتأسس في السياسات السياحية السابقة، وخصوصية القطب تكمن في إمكانيته لدمج منطقة أو عدة مناطق توسع سياحي ويتركز على موضوع رئيسي من أجل تماسك واقعه مع كونه يتناول بشكل تكميلي المواضيع الأخرى قصد تجنب أحادية الوظيفة، وتهدف الأقطاب السياحية إلى تحقيق خمسة أهداف رئيسية هي¹:

- تعزيز التنافسية وجاذبية واستدامة الأقاليم.
- تطوير السياحة حسب النمط الغالب في القطب: سياحة شاطئية - سياحة صحراوية - سياحة المدينة والأعمال - السياحة الثقافية - السياحة العلاجية.
- ضمان التناسق بين مختلف مكونات النشاط السياحي وتحقيق اندماج للنشاطات الاجتماعية والاقتصادية على كامل إقليم القطب.
- ضمان صورة سياحية لائقة للجزائر من أجل دعم "وجهة الجزائر".
- إشراك السكان المحليين في تطوير القطب وبذلك يتم تحقيق تنمية سياحية فعلية.

يجب أن تركز هذه الاقطاب على تنمية المنتج السياحي الجزائري وذلك من خلال منح أولوية التطوير للفروع الواعدة والغالبة في كل قطب، وتشجيع الاختلاط والابتعاد عن التركيز على النوعية الفاخرة في الاقطاب حتى يتسنى المزج الاجتماعي دون التخلي عن استراتيجيات الامتياز حتى في المنتج الواحد. كما يجب أن يكون لكل قطب هويته الخاصة ليكون تجاور الأقاليم مع الصورة الخاصة التي تمنح البلاد صورتها المميزة كوجهة سياحية أصيلة ومتعددة².

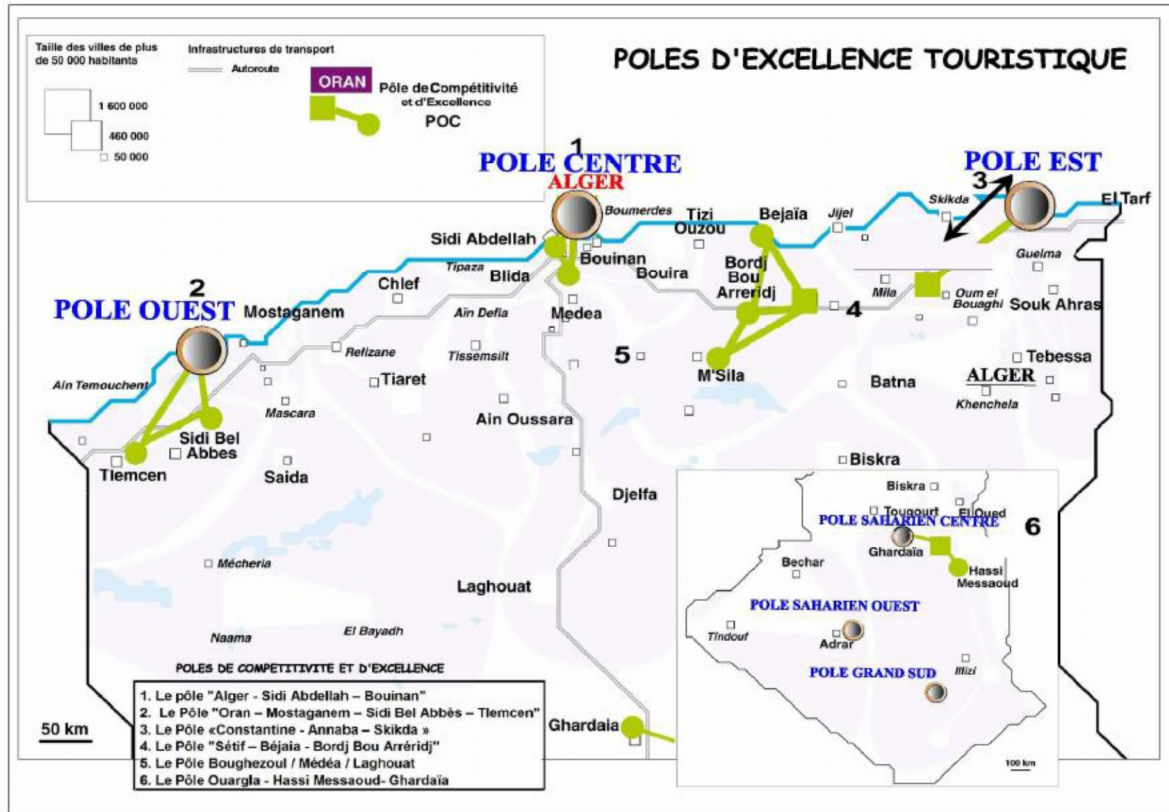
***القطب السياحي:** هو تركيبة من القرى السياحية للامتياز، في رقعة جغرافية مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، ومختلف الأنشطة السياحية، إلى جانب مساهمة المشاريع الاقتصادية التي تضمن توازن الإقليم، ضمن سياسة تنموية بحيث يلبي طلب السوق، ويراعي قطب الامتياز السياحي الجانب الاجتماعي من خلال الاحتياجات الأولية للسكان، والجانب الثقافي من خلال المحافظة على الخصوصيات المحلية، وكذا الجانب الإقليمي والتجاري من أجل تحقيق تنمية مستدامة للسياحة.

¹ - Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre2op. cit, p 45.

² - عماري عصام، رهانات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 بين الواقع والآفاق، مجلة الشريعة والاقتصاد، الجزائر، المجلد السابع، العدد الثالث عشر، جوان 2018، ص416.

2- الأقطاب السياحية السبعة للامتياز ذات الأولوية في التطوير: لقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية سبعة أقطاب سياحية وكل قطب يتشكل من عدة مركبات متكاملة فيما بينها ووفقا لقدراتها يتم تطوير عدة مواضيع يكون إحداها دليلا مرشدا وذلك لضمان عرض متعدد ومتنوع يستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن. واخرية التالية توضح تقسيم الأقطاب السياحية حسب السياسة السياحية.

الخريطة رقم (08): تقسيم الأقطاب حسب الـ SDAT



Source : Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre2, op. cit, p 44.

وتتمثل هذه الأقطاب في:

أ- قطب السياحي للامتياز الشمال الشرقي: بالنسبة لهذا القطب فإنه يشمل ست ولايات (عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة سوق أهراس، تبسة) ويمتد القطب على مساحة 80347 كلم² ويتميز بشريط ساحلي يصل إلى أكثر من 300 كلم وعشرة مرتفعات أساسية وبالتالي فإن السياحة الجبلية والجوية والشاطئية هي ما تميز هذا القطب.

أما فيما يخص أهم المشاريع الاستثمارية المنجزة فتتمثل في¹: إنشاء المطار الدولي رابع بطاط بعنابة والمطار الدولي العربي التبسي بتبسة بالإضافة إلى ميناء للمسافرين بعنابة وميناءان للنزهة في عنابة وسكيكدة وشبكة سكك حديدية تغطي مجمل القطب، بالإضافة إلى إنشاء سلسلة من الفنادق الجديدة موزعة على مختلف ولايات القطب والبالغ عددها 85 فندقاً منها 79 فندق يعود للقطاع الخاص موزعة على كل من سكيكدة، عنابة، قسنطينة والطارف، وتوفر هذه الهياكل الفندقية 5876 سرير تدعم طاقة الإيواء بالقطب، وكذا إنشاء قريتين سياحيتين الأولى بمسيدة ولاية الطارف بـ 2440 سرير، والثانية بسيدي سالم بعناب بـ 4938 سرير.

وهو مقارنة بمكانة القطب وحركة السياحة التي يعرفها خلال فصل الصيف تعد قليلة، كما تم إنشاء حديقة بيئية هي دنيا برك عنابة.

ب- قطب السياحي للامتياز شمال وسط: يضم العاصمة، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى المدية، تيزي وزو، بجاية وبالخصوص العاصمة ويتميز بموقعه الساحلي البحري ويمتد على طول 615 كلم بنسبة 51% من الشريط الساحلي على مساحة 33.877 كلم² و 11.131.000 نسمة أي حوالي ثلث سكان الجزائر وكثافة تقدر بـ 328 ساكن في الكلم المربع².

أما أهم المشاريع الاستثمارية السياحية التي تم إنجازها من 2005-2016 فهي: استكمال المطار الدولي هواري بومدين ومطار بجاية وشلف، المحطات البرية للجزائر، بجاية والشلف؛ طريق الجنوب، والطريق السيار للشرق، وعدة موانئ ومخابئ للصيد.

- إنشاء ثلاث مدن جديدة في كل من سيدي عبد الله بالجزائر، والمدينة الجديدة لبوينان بالبليدة، والمدينة الجديدة لبقرول بالمدينة، وهذه المدن حاليا هي في قيد الانجاز، وبالتالي ستوفر 85 ألف مسكن، كما أنه سيتم انجاز مجموعة من المشاريع في عدة مجالات كالتعليم العالي، الصحة، الثقافة. بالإضافة إلى إنشاء مجموعة من القرى السياحية وهي موضحة في الجدول التالي:

¹- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025" , Livre 3 Les sept pôles touristiques d'excellence (POT) , Janvier 2008 , p18.

²- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 3 , op-cit , p35.

الجدول رقم (13): مشاريع القرى السياحية في القطب السياحي شمال وسط

القرية السياحية	المستثمر	عدد الأسرة
القرية السياحية سغيرت بيومرداس	المجموعة الكويتية للاستثمار والمؤسسة الإماراتية للاستثمار الدولية	2697 سرير
القرية السياحية بودواو البحري بيومرداس	المؤسسة الأمريكية التونسية الجزائرية السياحية	17510 سرير
القرية السياحية عين الشرب بعين طاية بالجزائر	المجموعة الكويتية للاستثمار والمؤسسة الإماراتية للاستثمار الدولية	5985
القرية السياحية فوروم الجزائر موريتي 01 بالجزائر	المجموعة الإماراتية أميرال	2004 سرير
القرية السياحية بسيدي فرج بالجزائر	الشركة الإماراتية القدرة	360 سرير
القرية السياحية زلالدة غرب	المؤسسة السعودية سیدار	6885 سرير
القرية السياحية الساحل بالجزائر	مؤسسة التنمية الفندقية ماريوت	460 سرير
القرية السياحية واد يلاح سيرايزي بتببازة	مجموعة سوفيتال	1426 سرير
القرية السياحية العقيد عباس بتببازة	الشركة الإماراتية إعمار	1240 سرير
القرية السياحية اقريون ببجاية	مجموعة سيفيتال	1282 سرير

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, le schéma directeur de l'aménagement touristique SDAT 2025, Livre 5: Les projets prioritaires touristiques, Janvier 2008, pp21-28

- وإنشاء مشروع حدائق دنيا وسط.

ج- القطب السياحي للامتياز شمال الغرب: يتشكل من سبع ولايات مستغانم، وهران، عين تموشنت تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان، تبلغ مساحته 35.000 كلم مربع، والقطب قريب من أوروبا لاسيما إسبانيا ويتمتع بالعديد من المزايا الغير مثمرة حيث يبلغ طول ساحله 400 كلم بالإضافة إلى 14 منطقة رطبة وله خزان من موارد المياه المعنية و 50 ينبوع وثمانى محطات للمياه المعدنية. بالإضافة إلى 37 منطقة للتوسع السياحي (ZET) بمساحة عقارية قدرت بـ 5 آلاف هكتار¹ إلى جانب الصناعة التقليدية فنجد اللباس التقليدي، الجلود، الفخار، صناعة السروج، الزرابي، النسيج، فن الطبخ التقليدي.

فيما يخص أهم المشاريع الاستثمارية القائمة: فيتم حاليا إنشاء خط السكة الحديدية كهربائي شرق غرب كما يتم إنشاء مجموعة من الفنادق الشبكة والفخمة والمعمارية بعدد أسرة 10146 سرير منها: 38 فندقاً بكل من وهران، تلمسان، عين تموشنت، مستغانم بعدد أسرة 9706 سرير، بالإضافة إلى ثلاثة قرى سياحية منها اثنين في وهران وواحدة في تلمسان، كما تم إنشاء حديقة دنيا برك بوهران.

¹ - Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre3, op-cit , p59.

د- قطب السياحي للامتياز جنوب شرق: يشمل ثلاث ولايات وهي: غرداية، بسكرة، الوادي، المنية ويمتد على مساحة 160 كلم² وعدد سكان يقدر بـ 1.5 مليون نسمة، ويتميز بمناظر الطبيعية الصحراوية والواحات، كما يعرف حركة أعمال كبيرة .

ويتم حاليا انجاز العديد من المشاريع التي ستزيد من حركيته والمتمثلة في مطارات دولية بكل من بسكرة وغرداية والوادي كما سيتم انجاز الطريق العابر للصحراء، ويتم إنشاء مجموعة من الفنادق فحسب المخطط تم برمجة 26 فندقاً خاصاً بغرداية، بسكرة، الوادي بعدد أسرة 2092 سرير¹. لكن الملاحظ أن العدد قليل مقارنة بالشمال رغم أن القطب يمكن أن يكون رائداً في السياحة الصحراوية.

هـ- قطب السياحي للامتياز جنوب غرب: يتشكل من تواتغورارة طرق القصور، أدرار، تميمون، بشار ويمتد على مساحة تقدر بـ 603 ألف كلم² وعدد سكانه يقدر بـ 900 ألف ساكن، وهو قطب ناشئ يتميز بالعديد من المؤهلات السياحية الثقافية، التاريخية والطبيعية.

فيما يخص أهم المشاريع المنجزة في القطب تتمثل في: طريق القصور وهو مشروع برنامج الأمم المتحدة للتنمية PNUD، لدعم التنمية المحلية المتكاملة ويندرج في إطار برنامج لليونيسكو "صحراء الثقافات والشعوب". وكذا الترميم والتحول السياحي للتراث الثقافي وذلك من خلال ترميم القصبات والقصور، وأماكن العبادة. بالإضافة إلى إنشاء مجموعة من الفنادق. أما بالنسبة للقرى السياحية فهناك قرية سياحية في إطار الانجاز وهي قرية ماسين بتميمون بأدرار بعدد أسرة 912 سرير.

و- قطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: يتشكل من الطاسيلي ناجر، إليزي، جانت، ويجده شمالا ورقلة وغرداية وشرقا ليبيا وغربا تلمسان وجنوبا مالي والنيجر، هذه المناطق تعد من أغنى المناطق سياحيا بالنظر إلى تواجد منطقة الطاسيلي ناجر، وتقدر مساحته بـ 284618 كلم² و 40 ألف نسمة.

أما المشاريع الجاري انجازها فهي: مشروع إنجاز 1600 سرير بجانت في إطار منطقة التوسع السياحي* تكون ذات جودة عالمية لكن في شكل مخيمات وأكواخ، بنايات مشيدة بمواد بناء محلية تنسجم مع الهندسة المعمارية المحلية. بالإضافة إلى فندق ملتقى الأجانب بجانت بسعة 150 سرير.

ي- قطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير: يتركز حول تلمسان والحقار ويمتد على مساحة تقدر بـ 456200 كلم مربع و 137175 نسمة وهو قطب استراتيجي ذو قيمة كبيرة في التنمية السياحية للمنطقة. قد تم من خلال مخطط التهيئة السياحية: جرد للاماكن الأثرية والتاريخية.

- إعادة الاعتبار والحفاظ على التراث الروحي (الغناء، الرقص نيمدي، إميزاد)

¹ - Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre3, op-cit , p82.

*التوسع السياحي: هيكل منطقة أو امتداد من الإقليم يتميز بصفات أو بخصوصيات طبيعية، ثقافية، بشرية وإبداعية مناسبة للسياحة ومؤهلة للإقامة أو تنمية منشآت سياحية ويمكن استغلالها في تنمية نمط واحد أو أكثر من السياحة ذات المردودية

- إنشاء أقطاب لاقتصاد التراث حول الحظائر الثقافية للهقار، والحضيرة الوطنية للهقار.

- إنشاء فنادق خاصة بتمنراست بسعة 255 سرير.

يتضح من خلال هذه الأقطاب أن المخطط كان يهدف إلى تحقيق تنمية سياحية مستدامة في كافة التراب الوطني ومحاولة جعل القطاعي السياحي أكثر ديناميكية على مستوى المناطق المبرجة كمرجع بالنسبة للمخطط الجهوي لتهيئة الإقليم SARAT، لكن رغم ذلك نجد أنه ركز على الأقطاب الشمالية في حين يمكن أن تكون أقطاب الجنوب ذات أهمية أكثر من الشمال وذلك لتمييزها بمنتوج سياحي عالمي يمكنها أن تكون في المستقبل من أهم المناطق السياحية عالميا، حيث نجد أن مجمل المشاريع السياحية وزعت على الأقطاب السياحية للامتياز للوسط والشرق والغرب و7 مشاريع سياحية فقط خصصت للأقطاب السياحية للامتياز للجنوب الغربي وهو يبين تركيز الاستثمارات السياحية في الشمال على حساب الجنوب دون أن يراعى باقي جهات الوطن

أما فيما يخص الحضائر البيئية السياحية فقد توزعت في القطب السياحي شمال شرق ووحددة لكل من الأقطاب شمال وسط، شمال غرب وللقطب الجنوب الغربي وهو تركز واضح لهذا النوع من الاستثمارات في الجهة الشمالية على حساب باقي المناطق رغم توفرها على الإمكانيات لمثل هذا النوع من النشاط ، أما فيما يتعلق بالاستثمار في السياحة الحموية قد تركز في القطبين شمال شرق بمركب على مستوى حمام قرقور والقطب شمال وسط على مستوى حمام ملوان والشرية، وهو الذي يعد قليلا بمقارنة ما تملكه الجزائر بما يقارب 202 منبع. وفيما يتعلق الأمر بالقرى السياحية والتي تركزت أغلبها في القطب السياحي شمال وسط ما نتج عنه تهميش ثلاثة أقطاب سياحية والتي لم تحظى بأي استثمار في هذا الإطار، كما أن الأقطاب الثلاثة التي استفادت من استثمار في إطار القرى السياحية كان عددها قريتين في القطب السياحي شمال شرق و3 قرى في القطب السياحي شمال غرب بينما القطب السياحي جنوب غرب فقد استفاد من قرية واحدة الأمر الذي يكرس عدم التوازن في التنمية وهو ما ينتج عنه ليس فقط تركيز التنمية في مناطق على حساب أخرى، وتفاوت استغلال جزء كبير من الطاقات التي تتمتع بها الأقطاب الأخرى التي تحظى بهذا النوع من الاستثمار

ثالثا - مخطط الجودة السياحية:

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

* الجودة السياحية: تعرف المنظمة العالمية للسياحة الجودة السياحية على أنها نتيجة لعملية تتضمن تلبية جميع احتياجات المستهلك ومتطلباته وتوقعاته المشروعة من المنتجات والخدمات بسعر معقول.

تهدف سياسة التنمية السياحية المستدامة من خلال هذه الآلية إلى الارتكاز على التكوين والتعليم من خلال رفع مستوى الاحترافية، التربية، والانفتاح وإدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم إلى¹:

- إطلاق مخطط النوعية السياحية مع الرغبة في الانضمام لعلامة موحدة النوعية السياحية.
- التموقع حول منتجات جديدة تتماشى والتوجهات الجديدة للطلب الوطني والعالمي².
- تحسين نوعية العرض السياحي والمرافقة في عمليات العصرية والتوسع والاستفادة من أدوات الدعم الموجهة للتنمية وتأمين أفضل تسويق للمنتج السياحي محليا وعالميا.
- تهيئة المناطق السياحية وخلق استدامة للعرض السياحي الجزائري.
- بحث ديناميكية تقويم وترقية وجهة الجزائر السياحية.

يشمل مخطط الجودة المؤسسات السياحية التي تقدم خدماتها للسياح بشكل مباشر وهي الفنادق (إختيار 200 فندق)، المطاعم الكبيرة، وكذا وكالات السياحة والأسفار، والدواوين المحلية الرئيسية للسياحة. يتم تنفيذ مخطط الجودة من خلال مختلف الأنشطة التي تلازم الخدمة السياحية من إعلام واتصال استقبال، كفاءة الأداء المهني، المراقبة والمتابعة، النظافة والصيانة، وتأمين الموارد المحلية، وتحقيق هذه المبادئ من خلال:

➤ **تكوين النوعية:** أي تكوين المورد البشري وهذا من خلال ثلاثة أهداف إستراتيجية وهي: تعزيز القدرات التنظيمية والكفاءات، وضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي. ولذلك فقد تم إعادة تشكيل خريطة المدارس السياحية من خلال إطلاق مدرستين جديدتين، وتحديث المدارس الثلاثة الموجود، وتخصيص سبعة مدارس في التكوين المهني للتكوين السياحي.

➤ **استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال:** من خلال التسويق عبر الانترنت الذي له تأثير يتجاوز بشكل كبير إطار الحجز فهو قطب لتحضير السفر أمام مستهلكين الذين تعرض عليهم عروض تنافسية متعددة بينما تبقى نوعية الخدمات والانترنت هي التي تحدث الفرق السريع خاصة مع إدخال نظام التسيير الالكتروني الذي يسمح بإدارة الرحلات عبر الشبكة بسهولة والاستقبال الفندقي وإدارة الإطعام³.

¹ - Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, Livre 02, OP-cit p 46.

² - خير الدين معطي الله، خديجة عزوزي، مرجع سابق الذكر، ص 18

³ - يحيى سعيدي، مرجع سابق الذكر، 109.

رابعاً - مخطط الشراكة بين القطاع العام - والخاص:

إن التنمية السياحية المستدامة لا يمكن أن تتحقق إلا بالتعاون الفعال بين القطاعين العمومي والخاص وذلك عن طريق تقسيم الموارد الأخطار والأرباح وحينها يلعب كل واحد دوره، فالدولة والجماعات المحلية تلعب دوراً مهماً في التنمية السياحية خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت كالمطارات والطرق¹ في خدمة السياحة كما تسهر على الحفاظ على النظام العام والأمن وإدارة المتاحف والأماكن الأثرية التاريخية، أما القطاع الخاص فهو يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي ويضمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه لذلك فدوره في تنفيذ خطة التنمية السياحية المستدامة يتطلب منه إدراك مفهوم التنمية المستدامة في قطاع السياحة.

إن هدف الدولة من خلال هذا المخطط هو إشراك جميع الفاعلين العاملين في شبكة الإنتاج والتوزيع للمنتج السياحي باعتبار أن التنمية السياحية تقوم على البعد التواصلي بين العديد من القطاعات ومن أجل جعل المنتج السياحي الجزائري نوعي وأكثر جاذبية وتنافسية يجب²:

- جعل بوابات الدخول للتراب الوطني أكثر جاذبية كالسفرات، القنصليات، المطارات، الموانئ... إلخ.
- تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية (النظافة، الطاقة، التطهير الصحي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال... إلخ.
- تسهيل الدخول الأسرع إلى المنشآت السياحية القاعدية والقرى السياحية للامتياز.
- المحافظة على رأس المال البشري والبيئي على حد سواء.
- صيانة الثروة الطبيعية والبيئية.
- تحسين نوعية المستخدمين في القطاع السياحي عن طريق التكوين المتواصل.

خامساً - مخطط تمويل السياحة (PET):

تنطلق هذه الآلية من كون التنمية السياحية ذو وزن اقتصادي من حيث استهلاكها للاستثمارات على المدى البعيد، والعائد الاستثماري يكون بطيئاً نوعاً ما كذلك من حيث صعوبة تثبيت القطاع السياحي لدولة ما في ظل التنافس الكبير على المستوى العالمي، لذلك ومن خلال هذه الآلية يتم تسهيل عمليات تمويل المشاريع الاستثمارية السياحية وفي هذا الصدد تم اتخاذ العديد من الإجراءات التي سوف تسمح بمراقبة

¹ - سعاد دولي، فاطمة لعلمي، إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر: إسناد للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، ص12، ملف محمل

بتاريخ: 2019/01/03، من الموقع الإلكتروني: [http://e-biblio.univ-](http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/7650/f4.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

mosta.dz/bitstream/handle/123456789/7650/f4.pdf?sequence=1&isAllowed=y

² - Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, Livre 02, OP-cit ,p52

المستثمرين وأصحاب المشاريع في اتخاذ القرار وتقليل المخاطر بالإضافة إلى تسهيل منح القروض والحسومات وتمديد مدتها القروض والهدف من هذه الإجراءات يتمثل في¹:

- حماية ومتابعة المؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة.
- السهر على تفادي يتوقف الاستثمارات السياحية لأي سبب من الأسباب.
- جذب وحماية المستثمرين الوطنيين والأجانب.
- تشجيع الاستثمارات السياحية من خلال الحوافز الضريبية والمالية.
- تسهيل وتكييف التمويل البنكي للاستثمارات السياحية من خلال تخفيف إجراءات منح القروض البنكية والتمديد في مدتها.

بذلك فإن مخطط التمويل يكون أساسًا لترسيخ الدعم والمرافقة للمؤسسات السياحية من خلال توفير الاحتياجات الأساسية للمستثمرين والتي تتجسد في خمسة مطالب:

- الدراسة المعمقة للمخاطر المتوقعة حدوثها.
- تمويل مخطط النوعية من تأهيل للموارد البشرية، واقتناء العتاد الباهظ الثمن. ...
- ضرورة التكوين وفق المناهج والتقنيات الحديثة.
- تمويل التزويد بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وسائل الاتصال، التسويق والترقية.
- ضرورة جلب وتكوين عمال نوعيين.

تتحقق هذه المطالب من خلال نظام مرافقة مالية ومساعدات في مجالي التكوين والاحترافية وتشجيع شامل للنوعية إلى جانب مشروع إنشاء بنك الاستثمار الذي يتولى مختلف إجراءات الدعم والمساعدة وتقييم المخاطر.

من خلال هذه الآليات العملية لتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، فإن سياسة التنمية السياحية المستدامة الجزائرية تقوم بدعم التفاعل البناء بين الفاعلين الثلاث²:

أ- **الدولة:** التي تعد السياسة على المستوى الوطني تليها الجماعات المحلية التي تنفذ على الصعيد المحلي والجهوي، فالدولة تبقى محرك التنمية عن طريق خلق مناخ سياسي قانوني مشجع بالإضافة إلى التنمية من أجل ترقية وجهة الجزائر.

¹ - Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, Livre 02, OP-cit, p57-59.

² - فؤاد أبركان، السياسة السياحية والتنمية في الجزائر - مثال ولاية بومرداس -، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2009-2010، ص

ب - الفاعلين الإقتصاديين: الذين لهم مشاريع سياحية ويملكون الموارد لخلق باب واسع للتشغيل.

ج - المجتمع: الذي يسهل التفاعل السياسي الاجتماعي بالمساهمة في النشاطات السياحية، وفي تطوير ثقافة سياحية مبنية على التواصل بالجانب الحضاري المتأصل، ويساهم المجتمع في التشكيل النهائي للمشاريع السياحية المحددة في مختلف الأقطاب الإمتياز السياحي.

المطلب الثالث: السياحة البيئية المستدامة بالجزائر

إن السياحة البيئية ذات التوازن البيئي ظاهرة جديدة تهدف إلى البحث والدراسة والتأمل في الطبيعة والنباتات والحيوانات وتوفير الراحة للإنسان للمساهمة في التنمية المستدامة، فالميزة التي تتيحها السياحة البيئية هي ربط الاستثمار والمشاريع الإنتاجية للمجتمع المحلي مع حماية البيئة والتنوع الحيوي والثقافي للمناطق السياحية وفق معادلة تنموية واحدة وذلك عن طريق إعداد برامج سياحية تعتمد على توجيه السياحة نحو المواقع المميزة بيئيا مع التأكيد على ممارسات سلوكية سياحية إبداعية ومسلية دون المساس بنوعية البيئة أو التأثير عليها. وهو الشيء الذي تعتمد عليه المواقع السياحية الأكثر نجاحا في الوقت الحاضر، أما المناطق التي لا تقدم هذه المميزات فتعاني من تناقص في الأعداد ونوعية السياح وهو ما يؤدي إلى تناقص الفوائد الاقتصادية للمجتمعات المحلية.

تهدف التنمية في السياحة البيئية إلى أن تكون مواردها المختلفة مفيدة ويمكن استعمالها والاستفادة منها كمردود اقتصادي على أن لا يكون هذا على حساب إهمال الجوانب الأخرى وفي مقدمتها الزراعة، فلا بد أن تسيّر التنمية في كافة القطاعات بالتوازي ومن بينها تنمية الموارد الثقافية، البيئية والاجتماعية بالشكل الصحيح مما يزيد من الإمكانيات اللازمة لخدمة المجتمعات¹. وبالتالي فإن العوائد التي سيتم توفيرها يمكن استخدامها جزء منها في عمليات الحفاظ وتطوير مكونات التراث الثقافي والطبيعي. ومن خلال هذا المطلب سنحاول التطرق لواقع السياحة البيئية في الجزائر باعتبارها أحد أهم مرتكزات السياحة المستدامة التي تحترم البيئة والمجتمعات المحلية وذلك بتوضيح إمكانيات الجزائر للسياحة البيئية، ودور هذا النوع من السياحة في تحقيق التنمية السياحية المستدامة بالجزائر.

أولا - واقع السياحة البيئية في الجزائر:

بعد التوجه الجديد للجزائر نحو السياحة المستدامة كان لابد لها الاهتمام بنوع جديد من السياحة وهو السياحة البيئية باعتبار أنها قائمة على مبدأ الاستدامة للسياحة، فالمنتجع لتطور السياحة البيئية يدرك أهمية هذا التوجه من منظور صناعي وإنتاجي باعتباره يساهم في زيادة الدخل الوطني وإتاحة الفرص لتشغيل الأيدي

¹ - أحلام خان، صورية زاري، السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد السابع، جوان

2010، ص 225.

العاملة وبالتالي تحقيق التنمية، كما تساهم في تدعيم التواصل الثقافي والتفاهم بين الشعوب وحماية التراث الطبيعي.

بالإضافة إلى أنها أعطت الفرصة لتوطيد وتثبيت استدامة العمليات البيئية الطبيعية أو عمليات النظام البيئي الطبيعي عن طريق حماية الموارد البيئية وذلك من خلال حفظ الاستقرار والتوازن البيئي، ونضيف على ذلك جذب السياح وذلك بسبب تغير توجهات العديد من السياح وزيادة توجههم نحو الوجهات السياحية البيئية من جهة ونظرا لقلّة التكاليف من جهة أخرى.

كانت قد انتبهت الحكومة الجزائرية لأهمية السياحة البيئية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة فقامت بوضع جهاز تشريعي يحدد كيفية التنمية المستدامة والقوانين الخاصة باستغلال مناطق التوسع السياحي كما قررت خصصة القطاع من خلال نداء للمستثمرين الذين يتعاملون مع الوكالة الوطنية للتنمية السياحية بتسيير 147 منطقة توسع سياحي¹. وبالرغم من امتلاك الجزائر للعديد من المقومات التي تؤهلها للقيام بالسياحة البيئية، إلا أن عدد السواح في هذا المجال ضعيف جدا إذ بلغ عددهم سنة 2011 حوالي 2395 سائحا إذا ما قارناه مع دول عربية مجاورة كالمغرب وتونس ومصر التي خطت خطوات كبيرة وإستراتيجية في مجال السياحة البيئية فان الجزائر مازالت بعيدة جدا عن منافسة هذه الدول.

لتحقيق الاستدامة في السياحة لا بد أن تصل درجة معينة في مؤشر الاستدامة البيئية حيث يعكس هذا المؤشر مدى التزام الدول بتطبيق القوانين والالتزامات البيئية في المؤسسات الفندقية والسياحية وغيرها من المعايير البيئية التي تحقق الاستدامة في السياحة. والجدول الآتي يوضح بعض الدول العربية في مؤشر الاستدامة البيئية للسياحة.

الجدول رقم (14): مؤشر الاستدامة البيئية للسياحة في بعض الدول العربية لسنة 2015م

الدول العربية	الإمارات	قطر	مصر	الأردن	المغرب	تونس	الجزائر
مؤشر الاستدامة البيئية	41	50	77	84	70	59	113

المصدر: تقرير تنافسية السياحة والسفر (المنظمة العربية للسياحة 2015)

يتضح من خلال الجدول أن الإمارات تحتل المرتبة الأولى عربيا و 41 عالميا في مجال الاستدامة البيئية ثم تليها قطر، أما الجزائر فقد احتلت في المرتبة 10 عربيا و 113 عالميا مما يعكس ضعف هذا المؤشر في الجزائر مقارنة

¹ - عبد الله عياشي، استراتيجيات تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور الاستدامة: حظيرة الطاسيلي بولاية إليزي أنموذجا، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص التحليل الاقتصادي، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015/2016، ص 205.

بدول العالم عامة والعربية خاصة مما يتطلب المزيد من الإجراءات والالتزامات الخاصة بالقواعد البيئية في المؤسسات السياحية.

ثانيا - الفنادق البيئية في الجزائر:

ما يؤكد حقيقة أن الجزائر هي أول الدول العربية المهتمة بجانب البيئة والتنمية المستدامة في مشاريعها التنموية هو مشروع قصر تافيلالت الذي أطلق سنة 1997 فوق هضبة صخرية في منطقة بني يزقن بغرداية، وهو عبارة عن قصر إيكولوجي يحيط به منازل إيكولوجية للسكان المحليين يجسد مفهوم الإدارة الإيكولوجية والمحافظة على البيئة والهوية الثقافية والمعمارية للمنطقة بالإضافة إلى نظام الإستغلال المستدام للنظام الإيكولوجي للوحدات. وقد تمكن قصر تافيلالت منذ تدشينه سنة 2004 بروعته وسحره المعماري والطبيعة المترفة لوحدات وبساتين النخيل ببني يزقن إغراء الزائرين والسياح سواء الوطنيين منهم أو الأجانب لدرجة أنه أصبح وجهة مفضلة للجولات السياحية .

وتم تصنيف قصر تافيلالت في المرتبة الثانية للجائزة الكبرى للحي المستدام النموذجي من قبل هيئة التحكيم العالمية التي اعتبرته نموذجاً يحتذى به ويجب أن يعتمد في الجزائر.

أما فيما يخص أهم التقنيات المستخدمة لتحقيق مفهوم التنمية المستدامة في الفندق فتتمثل في:

- الاعتماد على الهندسة المعمارية التقليدية حيث يوجد إلى جانب قصر تافيلالت حاليا حوالي 1050 منزلاً كلها مبنية وفق هندسة معمارية محلية تم تدعيمها بوسائل الراحة العصرية، فالبيوت متلاصقة وبارتفاع واحد، ولا تزيد عن طابق أرضي وطابق علوي. كما تم طلاء البيوت كلها بألوان الصحراء الطبيعية وهي مزيج من الأصفر والأبيض المناسبين لدرجة الحرارة الحارقة كما هو حال كل القصور في ولاية غرداية التي سبقت المعايير الحديثة للبناء الصديق للبيئة أي الانسجام مع المحيط والبناء المستدام واقتصاد الطاقة وضمان الراحة في ما يتعلق بدرجة الحرارة والضجيج والمناظر.
- عوضاً عن استخدام مادة الإسمنت المسلح الذي شوه واحة بني يزقن التي يعود تشييدها إلى 1000 سنة، تم اختيار مواد البناء المحلية (صخور ومادة الجير وخشب النخيل)، بينما النوافذ هي من الخشب المشبك الذي يضمن خصوصية المنازل في هذه المنطقة ويوفر تهوية طبيعية للشقق، وهو تصميم مستوحى من نمط البناءات القديمة التي تتميز بها قصور ميزاب العريقة مع اعتماد الذكاء والحداثة بداخل المنازل.

- يتم تسيير النفايات المنزلية من خلال إرساء نظام ثابت للجمع وآخر لثمين وتدوير النفايات وإنشاء نظام للمعالجة البيولوجية للمياه المستعملة عن طريق أوراق كبيرة ذات منشأ نباتي، كما أن جزءاً من الإنارة العمومية للشوارع مصدره الطاقة الشمسية.
- إنشاء حديقة لتعوض واحة النخيل التي عادة ما تجاور قصور غرداية لضمان حاجيات السكان، فكل قاطن في المدينة يغرس ثلاث أشجار، نخلة وشجرة مثمرة وشجرة للزينة، وعليه أن يحافظ عليها وفق معايير الزراعة البيولوجية دون استخدام سمادات أو مبيدات كيميائية، وفي الحديقة بعض الحيوانات مثل الماعز والخرفان والقردة التي يتم إطعامها من الفضلات العضوية لسكان المدينة كما تساهم الحديقة كذلك في تنمية الثقافة البيئية لدى شباب المنطقة.

هذا الفندق يمثل الموروث الثقافي للمجتمع الميزابي المبني على التعاون والتضامن، حيث ساهم السكان المحليين بأموالهم الخاصة بالإضافة إلى إعانات الدولة في إتمام بناء الفندق وقد لعبت هذه القيم دوراً في الحفاظ على بقاء المجتمع الميزابي في هذه البيئة الصعبة، فهو يعتبر نموذجاً ومرجعاً في مجال المحافظة على التراث المعماري التقليدي والقيم المتجذرة في المجتمع الميزابي (أمازيغ) مع الحفاظ على البيئة الهشة في المنطقة المشهورة بواحات النخيل.

ثالثاً - المحميات الطبيعية في الجزائر:

تعتبر الجزائر أكثر دول المغرب العربي وعياً للحفاظ على البيئة، فهي الوحيدة التي أنشأت سنة 1989 مشروع السنوات العشر لحماية البيئة والحفاظ على الحياة النباتية والحيوانية، وحدد هذا المشروع وجوب إقامة عشر محميات خلال هذه المدة على مساحة إجمالية تبلغ 35000 هكتار. وتتمثل أهم المحميات الطبيعية بالجزائر في:

1- محمية القالة: تقع في ولاية الطارف وتعتبر من أجمل المحميات التي تتوفر على أجمل المناطق الرطبة، اتخذت كمحمية وطنية سنة 1983 وكمحمية عالمية للمحيط الحيوي سنة 1990 من قبل اليونسكو تغطي المحمية مساحة قدرها 76438 هكتار مما يجعلها واحدة من أكبر المحميات الوطنية في الجزائر والأكثر ثروة في شمال البلاد حيث تحوي على أكثر المجموعات الحيوانية والنباتية في الجزائر¹، كما تتوفر على ساحل مليء بالمرجان والأسماك وتعتبر أرض البحيرات الأربع وهي طونغنا، الطيور، الأوبيرا، وبحيرة المالح. وتضم شتى أنواع الحيوانات والنباتات النادرة.

¹ - جبار بوكثير، بسمّة مناخ، مرجع سابق الذكر، ص 317.

2- محمية قورايا: تقع في ولاية بجاية وتغطي مساحة قدرها 2080 هكتار تتمتع بثروة أثرية وطبيعية عالية الجمال بما في ذلك قمة القروود، قلعة يما قورايا^{**}، وجبل قورايا الذي استمدت منه المحمية اسمها يبلغ ارتفاعه 660م، وتتميز بتنوع الحياة النباتية والحيوانية بما في ذلك تواجد قروود المكاك البربري الذي يعتبر حيوان محلي في المحمية وابن آوى الذهبي، وفي عام 2004 تم الاعتراف بها كمحمية من محميات المحيط الحيوي من قبل اليونسكو، وتستقبل المحمية ما مقداره 1.2 مليون نسمة سنويا خصوصا خلال الصيف بسبب تواجدها على ضفاف البحر الأبيض المتوسط.

3- محمية جرجرة: تقع في الشمال الشرقي للجزائر في منطقة جبلية عالية الإنحدار بين ولايتي تيزي وزو والبويرة، تأسست سنة 1983م لحمايتها من الاندثار لأنها من أجمل المناطق السياحية في الجزائر وصنفت من قبل اليونسكو كمحمية عالمية سنة 1997م. تتربع على مساحة 50018 هكتار، يوجد بها أعلى بحيرة في إفريقيا على ارتفاع 1667م بحيرة أكفادو، كما تحتوي على ما لا يقل عن 600 نوعا من النباتات والعديد من الحيوانات منها حوالي 23 صنفاً من الثدييات 10 منها محمية¹.

وتستقطب المحمية الكثير من الزوار نظرا لما تحتويه من مناظر خلابة ومن بين المناظر الأكثر زيارة نجد تيكجدة، تالة قيلاف، وكذا توفرها على الهياكل السياحية والنشاطات الترفيهية هي من بين العوامل التي جعلت منها موقعا سياحيا هاما وإلى جانب هذا نجد أن الحظيرة غنية بالتراث الثقافي والأعمال التقليدية كالحلي والفخار، ومن بين المواقع الأثرية نجد كتلة حايزر التي تحتوي على فندقين يسعان لحوالي 600 سرير كتلة أكوكر والتي يوجد بها أشجار الأرز والصنوبر الأسود، وقمة لالة خديجة وهي اعلي قمة بجرجرة 2308 كما تحتوي على مغارة افري والتي وجد فيها مومياء تعود للقرن 14م.

4- محمية الشريعة: تمتد على 26000 هكتار جنوب غرب الجزائر العاصمة² في قلب الأطلس البلدي وتتوزع هذه المساحة على 12 بلدية منتشرة في ثلاث ولايات هي البلدة والمدية وعين الدفلى، إلا أن الجزء الأكبر من هذه المساحة يقع في تراب ولاية البلدة بنسبة تتجاوز 67%، أسست المحمية بموجب مرسوم حكومي دخل حيز التنفيذ بموجب مرسوم عام صدر في 17 فيفري 1921، وفي سنة 1983 ألحقت بالمحميات الوطنية بتطبيق المرسوم 83-458، وصنفت كمحمية عالمية للمحيط الحيوي من طرف اليونسكو في

^{**} قلعة يما قورايا: تقع على ارتفاع 672م في أعلى الجبل. يما قورايا الحصن الأسطوري اختلفت بشأنه التفاسير والروايات التاريخية غير المؤكدة، ويبقى حصن قورايا أجمل موقع سياحي.

¹ - كمال قويدر، أدوات حماية البيئة بالمحميات الطبيعية "دراسة حالة حظيرة ثنية الحد بتسمسليت"، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، الجزائر، المجلد الأول، العدد الأول، ديسمبر 2014، ص 142.

² - عبد الحق بن تافات، دور الحظائر الوطنية في استقطاب السياح - حالة الجزائر -، مجلة جديد الإقتصاد، الجزائر، المجلد 06، العدد 01،

2002م. تحوي على ما لا يقل عن 794 نوع نباتي أبرزها الأرز البلوط الفليني والصنوبر حلي، و564 نوع حيواني، وهذا الموروث الحيواني يشمل 19.08% من الثروات الحيوانية الوطنية¹.

5- محمية الهقار: تقع في أقصى جنوب الجزائر تتربع على مساحة تقدر بـ 450.000 كم²، وهي الأكبر والأقدم تكويناً حيث يبلغ عمرها بين 600 ألف ومليون سنة² مما أدى إلى تصنيفها محمية من طرف الديوان الوطني الجزائري سنة 1987 بموجب مرسوم رئاسي ودخلت في تصنيف اليونسكو كتراث عالمي للإنسانية سنة 1988.

تتكون الهقار أساساً من الصخور البركانية التي تأخذ شكل التآكل وهذا ما جعلها مليئة بالمناظر الطبيعية الخلابة مع ارتفاع حاد لجبالها البركانية من الصحارة المتجمدة وأشهر جبالها جبل أسكرام التي ترتفع بحوالي 2800م عن سطح البحر وتصل درجة الحرارة حتى 12 تحت الصفر في أوقات من السنة، وتبعد عن مدينة تلمسان بـ 80 كم، ويتم الوصول إليه عبر طريق غير مصوف وتستغرق الرحلة ثلاث ساعات، يعتبر قبلة مفضلة للسواح بسبب الاستمتاع بأجمل شروق وغروب في الجزائر والعالم كله كما يعتبر من أهم معالم السياحة في الجزائر.

وتأوي الأهقار على 36 نوعاً من الحيوانات الثديية التي انقرضت، وفي هذا الإطار يعمل العلماء والباحثون على ضمان سيرورة عيش الأنواع المتبقية، وتوجد حيوانات أخرى مثل الآروي* والفنك** وهي مدرجة اليوم في القائمة الحمراء ضمن قوائم الاتحاد الدولي للمحافظة على الطبيعة المهددة بالانقراض. كما توجد في الهقار رسومات منقوشة على جدرانها تعود إلى الإنسان القديم وتوجد أيضاً رسومات تدل على أن الصحراء كانت عبارة عن أنهار وبحار كما وجد علماء الآثار بقايا هياكل عظمية للأسماك وأدوات صيد مما يؤكد وجود حياة منذ ملايين السنين.

6- محمية طاسيلي ناجر: هي سلسلة جبلية تقع في الجنوب الشرقي من الجزائر بجبال طاسيلي ناجر وتوجد في جانت ولاية إيزي، وهي هضبة قاحلة حصوية ترتفع بأكثر من 2000م عن سطح البحر عرضها من 50 إلى 60 كم وطولها 800 كم مشكلة مساحة تقدر بـ 12000 كم مربع³ وعلى كل مساحتها ترتفع من

¹ - جبار بوكثير، بسمه مناخ، مرجع سابق الذكر، ص 316.

² - كمال قويدر، مرجع سابق الذكر، ص 144.

***الآروي:** وهو حيوان يشبه الماعز، ويعيش متسلقاً الجبال، ويتخذ من التلوات الحجرية وأجوافها مسكناً له، والآروي حيوان ثديي نباتي يتغذى على أوراق وقرون شجر الأكاسيا، ويساعد الأخير على استمرار هذه السلالات الحيوانية، وهي بدورها تحافظ على سلالات الحيوانات المفترسة كالفهود.

****الفنك:** وهي ثعالب الصحراء، حيث يظهر هذا الحيوان في الليل للصيد، إلا أنه يتعرض لكثير من المخاطر الناجمة عن الإنسان المستعمل للطريق، وعلى الرغم من الظروف الطبيعية القاسية وندره المياه والأمطار، إلا أنّ هذه الحيوانات استطاعت أن تتأقلم مع الظروف المناخية والتغيرات الطبيعية الصحراوية.

³ - الديوان الوطني للسياحة، الهقار والطاسيلي عالم من الطمأنينة، الجزائر، مطبوعات الديوان الوطني للسياحة، د. س. ن، ص 20.

على الرمال قمم صخرية متآكلة جدا تعرف بالغابات الصخرية وتعرف باسم "الغابات الحجرية" وكأنها أطلال مدن قديمة مهجورة بفعل الزمن والعواصف الرملية وتوجد بها كهوف، تحتوي جدران هذه الكهوف مجموعة من النقوش الغريبة التي تمثل حياة كاملة لحضارة قديمة، ومن خلال تحليلها اكتشف الخبراء أن تاريخها يعود إلى 20 ألف عام.

تتمتع المحمية بثروة كبيرة بما تمتلكه من نقوش ولوحات الصخرية، وقد صنفت طاسيلي محمية وطنية عام 1972¹، وصنفت من مواقع التراث العالمي عام 1982 من قبل اليونسكو، وتعتبر مع جبال الهقار قلب توجه السياح المحليين والأجانب لما تمتلكه من مواقع تجذب السياح فهي تمتلك أكبر متحف للنقوش الحجرية عبر مناطقها بهضبة مداك، كما يعتبر رواق واد جرات الموجود على الهواء الطلق الأكبر من نوعه في المعمورة وهو يمثل أجمل رواق للنقوش الصخرية في الجزائر بمحطاته الـ 75 التي تضم أزيد من 4.000 شكل تم جردها عبر مسافة تقدر بنحو 30 كم دون احتساب باقي الرسومات الأخرى ومجموعها 30.000 شكل. وللحفاظ على محمية طاسيلي تم القيام بإجراءات تطبيقية لحماية السياح وعذرية الآثار كمرافقة مرشد رسمي للزوار يحترم إجراءات الحماية التي وضعت منذ سنوات من طرف ديوان الحظيرة الوطنية للطاسيلي.

تساهم هذه المحميات في تحقيق السياحة المستدامة من خلال ما يلي²:

- المحافظة على استقرار البيئة التي تمثلها هذه المناطق .
- ضمان استقرار التوازن البيئي.
- المحافظة على التنوع الأحيائي بشقيه الحيواني والنباتي.
- توفير الفرص للبحث العلمي ومتابعة الأحياء البرية والنظم البيئية ودراسة علاقتها مع الإنسان.
- توفير الفرص لاستمرار التنمية في المناطق النائية.
- الإستغلال الأمثل للأراضي الهامشية.
- تسهيل التنزه والاستجمام والاقتراب من عالم الطبيعة الجذابة.
- تعتبر مصدر جذب سياحي.
- المحافظة على الأنواع الحيوانية والنباتية من الانقراض .

ولتحقيق الأهداف المرجوة من المحميات الطبيعية في مجال السياحة البيئية يجب مراعاة بعض الأبعاد منها تحديد عدد الزوار وتوقيت زيارتهم والتسهيلات المقدمة لهم، بالإضافة إلى دراسة نوعية البيئة بهذه المناطق ومقدار تحملها الضغوط الناجمة عن الزيارة، ومدى تفرد المحمية بمقومات الجمال الطبيعية الجذابة.

¹ - كمال قويدر، مرجع سابق الذكر، ص 144

² - جبار بوكثير، بسمة مناخ، مرجع سابق الذكر، ص 317.

المبحث الثالث: الانجازات المحققة في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

بعد دراستنا لسياسة التنمية السياحية المستدامة المتبعة في الجزائر سنتطرق إلى تقييم هذه السياسة وإذا ما استطاعت تحقيق النتائج المرجوة أم لا وذلك من خلال الانجازات المحققة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الجزائرية لآفاق 2030 م .

المطلب الأول: تطور التدفقات السياحية في الجزائر

عرفت التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر إجمالا تطورا نوعا ما، ومن خلال هذا المطلب سنتطرق إلى تطور التدفقات السياحية بالجزائر من بعد تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

أولا- تطور تدفقات السياح: قد عانت الجزائر خلال فترة الثمانينات والتسعينات العديد من المشاكل الاقتصادية والسياسية والأمنية التي أثرت وبشكل كبير على القطاع السياحي، وهو ما يتضح من خلال التدفق الضعيف للسياح إلا انه ومع بداية الألفية الجديدة وتغير الظروف الاقتصادية والسياسية والأمنية تم تسجيل تطورا ملحوظا في عدد السياح والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (15): تطور عدد السياح في الجزائر ما بين 2001-2017

السنة	الأجانب	الجزائريين المقيمين بالخارج	العدد الإجمالي
2001	196229	705187	901416
2002	251145	736915	988060
2003	304914	861373	1166287
2004	368562	865157	1233719
2005	441206	1001884	1443090
2006	478358	1159224	1637582
2007	511188	1231896	1743084
2008	556697	1215052	1771749
2009	655810	1255696	1911506
2010	654987	1415109	2070496
2011	901642	1493245	2394887
2012	981955	1652101	2634056
2013	964153	1768578	2732731
2014	940125	1361248	2301373
2015	1083121	626873	1709994
2016	1 322 712	716 732	2 039 444
2017	1 708 375	742 410	2 450 785

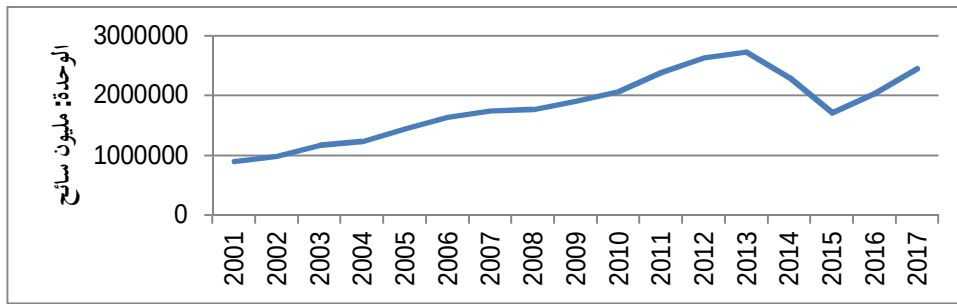
المصدر: إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية لعدة سنوات.

من خلال الجدول نلاحظ تزايد عدد السياح الأجانب خلال الفترة (2001-2017)، حيث تضاعف العدد بنحو ثلاث مرات من سنة 2001 أين بلغ 196229 سائح إلى 1.708 مليون سائح سنة 2017 ويرجع ذلك إلى¹:

- عودة الأمن واسترجاع الجزائر لصورتها السياحية التي كانت غائبة لعشرية من الزمن.
- الأوضاع السياسية التي تعيشها بعض الدول العربية مثل تونس ومصر مما دفع السياح لاختيار الجزائر كوجهة بديلة.

ومنذ سنة 2014 فقد بلغ عدد السياح 2301373 سائحا مسجلا تراجعاً بـ 15.8% عن سنة 2013 واستمر في الانخفاض في 2015 حيث بلغ عدد السياح 1.709.994 سائحا ويرجع ذلك إلى تدهور الأوضاع الأمنية في منطقة الساحل مما دفع السياح إلى اختيار وجهات بديلة ومع بداية 2016 عاود الارتفاع في عدد السياح الأجانب إلى أن وصل سنة 2017 إلى 2.450 مليون سائح وهو ما يقدر بـ 20.17%. والشكل التالي يوضح التذبذب في عدد السياح الوافدين.

الشكل رقم (04): تطور عدد السياح الوافدين للجزائر ما بين 2001-2017



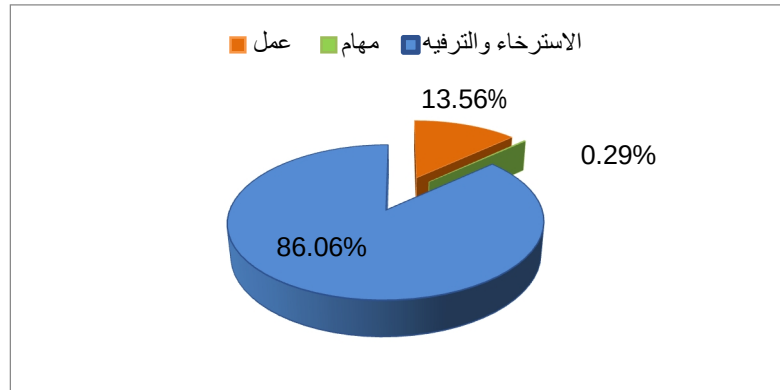
المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على بيانات الجدول 15.

كما وشهد السياح الجزائريين المقيمين بالخارج ما بين 2007-2014 تطوراً أعلى من وتيرة من السياح الأجانب. لكن مع بداية 2015 إلى 2017 عرف دخول الجزائريين المقيمين في الخارج -أغلبهم مقيمين في فرنسا- انخفاضاً حاداً فاق النصف (53.95%) بسبب اختيار هؤلاء الوجهة السياحية التونسية نظراً لانخفاض أسعار الفنادق والعروض التنافسية المقدمة في كثير من مؤسسات الإيواء السياحي التونسية.

أما فيما يخص هدف زيارة السياح الأجانب للجزائر فالشكل التالي ويوضح ذلك.

¹ - عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورجلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد

الشكل رقم(05): هدف من زيارة السياح الأجانب للجزائر سنة 2017



المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية 2017

من خلال الشكل وبناء على النسب المقدمة من وزارة السياحة، فإن دخول السياح الأجانب إلى الجزائر خلال سنة 2017 كان من منطلق الدوافع الرئيسية الثلاثة: إما للاستجمام والراحة وكان عددهم 1470243 سائحا أي بنسبة 86.06% من إجمالي السياح الأجانب، و 233233 سائحا أي بنسبة 13.56% كان الهدف من الزيارة القيام بالأعمال، أما الباقي أي 4899 سائحا أي 0.29% فكان الهدف من زيارة الجزائر هو للبعثات.

من خلال النتائج المحققة في لسياحة الوافدة إلى الجزائر يبين أن الجزائر مازالت بعيدة عن الرقم المستهدف في المخطط التوجيهي للسياحة حيث أنها لم تتمكن إلا من استقطاب 1% فقط من السياحة الدولية الوافدة إلى منطقة حوض البحر الأبيض المتوسط.

ثانيا - التدفقات السياحية الخارجة من الجزائر (السياحة العكسية):

بلغ عدد الجزائريين الذين توجهوا إلى الخارج سنة 2008 حوالي 1539406 سائحا وارتفع هذا العدد سنة 2017 إلى 5058404 سائحا، وهو ما يمثل حوالي ثلاثة أضعاف السياح خلال الفترة (2008-2017)، أما البلدان المفضلة من الوجهة السياحية فهي تونس، فرنسا، اسبانيا، المملكة العربية السعودية وهي سياحة دينية للعمرة والحج، وأخيرا تركيا. والجدول التالي يبين تطور حركة السياحة العكسية في الجزائر ما بين 2017-2008.

الجدول رقم (16): تدفقات السياحة العكسية في الجزائر ما بين 2008-2017

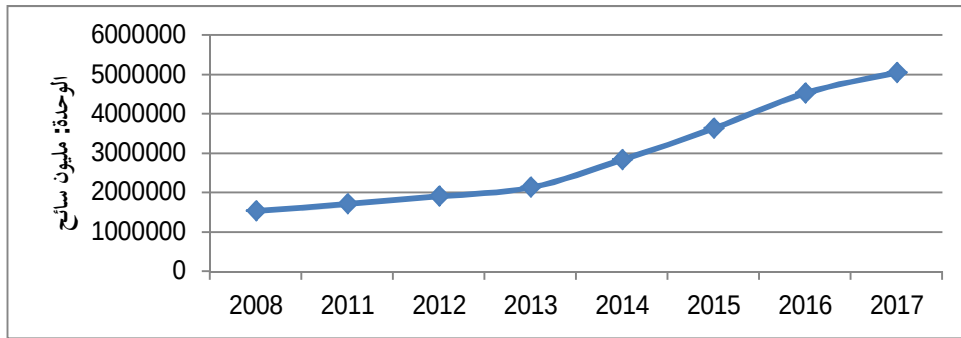
السنوات	2008	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الجزائريين المتوجهين إلى الخارج	1539406	1714654	1910558	2135523	2839104	3638140	4529524	5058404
نسبة النمو %	-	11.39	24.11	38.72	84.42	-	24.50	11.68

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية لسنة 2017

ويمكن مقارنة الحركة السياحية من حيث التدفقات السواح الوافدين والخارجين من الجزائر من خلال الشكل

التالي:

الشكل رقم (06): تدفقات السياحة العكسية في الجزائر ما بين 2008-2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على إحصائيات الجدول 39

يتبين لنا أن السياحة الوافدة كانت أكبر من السياحة العكسية خلال الفترة 2008-2013، لكن وخلال السنوات الأخيرة (2014-2017) نلاحظ أن خروج السياح من الجزائر أكبر من دخول السياح، وذلك راجع إلى تراجع المنتج السياحي الخدمي مع ارتفاع الأسعار وضعف نسبة الفنادق ذات التصنيف مع غياب المطاعم والمقاهي العالمية ما نتج تقديم خدمات أقل جودة وبأسعار مرتفعة وهذه الأسعار تكون مقارنة لأسعار الخدمات الخارجية وبجودة أفضل، وإذا استمر هذا النمو على هذا الحال ستتحول الجزائر إلى بلد مصدر للسياح أكثر من كونها بلد مستقطب لهم.

المطلب الثاني: تطور طاقة الفندقية وعدد الليالي السياحية في الجزائر.

سنحاول توضيح حالة الطاقة الفندقية في الجزائر وتطورها ثم نتطرق إلى تطور الليالي السياحية.

أولا - تطور الطاقة الفندقية في الجزائر:

1- تطور عدد الأسرة: عمل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية على زيادة عدد الأسرة، والجدول التالي يوضح ذلك .

الجدول رقم (17): تطور عدد الأسرة في الجزائر ما بين 2000-2017

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
عدد الأسرة	77.485	72.500	73.500	77.500	82.000	83.900	84.900	85.000	85.642
السنة	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد الأسرة	88.694	89.012	89.321	89.921	98.804	99.605	102.244	107.420	112.264

Source: Office national des statistiques et ministère du tourisme et de l'artisanat.

توضح معطيات الجدول أن عدد الأسرة عرف تزايد مستمر منذ سنة 2000 حيث كان عدد الأسرة يقدر بحوالي 77.485 ألف سرير وصولا إلى 112.264 ألف سرير في 2017، إلا أنه رغم هذا الارتفاع في عدد الأسرة تبقى قليلة مقارنة بالمقومات الكبيرة التي تزخر بها الجزائر .

2- توزيع طاقة الإيواء حسب درجة التصنيف من 2000-2017: الجدول التالي يبين توزيع عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية على حسب درجة التصنيف.

الجدول رقم (18): توزيع طاقة الإيواء حسب درجة التصنيف ما بين 2000-2017

الصف	2000	2003	2005	2007	2013	2014	2015	2016	2017
فندق 5 نجوم	4604	4959	4590	5455	4242	4242	4 242	6 734	6 734
فندق 4 نجوم	3222	3757	3383	3749	1600	1800	1 800	2 810	4 508
فندق 3 نجوم	21310	14740	14807	11225	5775	5829	5 829	7 045	5 678
فندق 2 نجوم	5519	5424	5800	5843	4605	4605	4 605	4 425	4 565
فندق 1 نجمة	2541	5212	2315	2378	10639	10639	11 295	11 295	11 335
فندق بدون نجمة	29891	44381	53000	56356	8406	8406	8 533	8 533	8 533
إقامة سياحية نجمتان	-	-	-	-	384	384	384	384	384
إقامة سياحية 1 نجمة	-	-	-	-	313	313	313	313	313
نزل طريق	-	-	-	-	123	123	123	123	123
نزل ريفي	-	-	-	-	36	36	36	36	36
قرى عطل 3 نجوم	-	-	-	-	-	274	274	274	274
نزل عائلي وحيدة	-	-	-	-	517	517	517	517	517
الصف									
محطة الاستراحة	-	-	-	-	170	170	170	170	170
هياكل أخرى موجهة للفندقة	-	-	-	-	9381	9381	9381	9381	9381
هياكل فندقية في طريق التصنيف	-	-	-	-	52613	52886	54 742	55 380	59713
المجموع	77485	77500	83900	85000	98804	99605	102 244	107 420	112264

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية لعدة سنوات.

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد الأسرة في الفنادق غير المصنفة احتلت الجزء الأكبر 53% من إجمالي المؤسسات الفندقية في سنة 2017 أي ما يمثل 59713 سرير، أما حصة الإيواء في المؤسسات الفندقية لم تتعد 46% ما يمثل 52551 سرير، حيث بلغ عدد الأسرة في فنادق الخمسة نجوم 6 آلاف سرير، ويعود ذلك إلى عدة عوامل منها: تخوف الشركات العالمية من الاستثمار في هذا النوع من الفنادق بشكل واسع لعدم توفر المناخ الملائم للاستثمار، بالإضافة إلى امتناع الدولة عن الاستثمار في هذا الصنف من الفنادق لضخامة استثمارها. وبلغ 14 ألف سرير لفنادق ذو الأربعة والثلاثة واثنين نجوم في حين وصل عددها في فنادق ذو النجمة 11 ألف سرير . وهذا التوزيع يبين أن هناك تأخر في إنجاز طاقة الإيواء للفنادق ذو الطراز العالي الذي جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والذي حدد ب 40 ألف سرير، أما تصنيفات النزل الريفية والقرى السياحية ومختلف التصنيفات الأخرى لم تعرف أي تطور في عدد الأسرة منذ 2013 إلى غاية 2017، حيث بقي عدد الأسرة في نزل الطريق ذو النجمتين 93 سريراً منذ 2013، وذو النجمة 30 سرير، أما النزل الريفية

ذو النجمتين بقي كذلك 16 سريراً، و 20 سرير للنزل الريفي ذو النجمة وحتى محطات الاستراحة هي الأخرى ظلت 170 سريراً، وهو ما يوضح ضعف أداء مخطط الجودة السياحية الذي يهدف إلى تحسين العرض السياحي من خلال تشجيع انخراط المؤسسات الفندقية ورفع قدرات الإيواء الفندقي المصنفة حيث لم يشهد هو الآخر أي تطور يذكر منذ 2013. وبالتالي يمكننا القول أن المؤسسات الفندقية في الجزائر مازالت بعيدة تماماً عن المؤسسات الفندقية العالمية من حيث نوع الخدمة المقدمة للسياح.

3- توزيع طاقة الإيواء حسب نوع المنتج السياحي: ينقسم المنتج السياحي الجزائري إلى خمسة أنواع ويبين الجدول توزيع طاقة الإيواء على حسب نوع المنتج السياحي المقدم.

الجدول رقم (19): توزيع طاقة الإيواء حسب نوع المنتج السياحي ما بين 2000-2017

نوع الفندق	2000	2013	2014	2015	2016	2017
حضري	33000	55988	61012	62 479	66 155	69 861
ساحلي	25442	29886	27962	30 380	30 500	31 326
صحراوي	9000	6058	4547	3 636	4 780	4 928
حموي	8500	5467	4259	3 866	4 102	4 266
مناخي	1300	1405	1825	1 883	1 883	1 883
المجموع	77485	98804	99605	102 244	107 420	112 264

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية لعدة سنوات

نلاحظ أن طاقة الإيواء تتركز أكثر في المؤسسات الفندقية الحضرية حيث بلغ عددها 69861 سريراً، وهذا راجع لتركز هذا النوع من الفنادق في المدن الرئيسية للبلاد كالجزائر العاصمة، وهران، عنابة، سكيكدة¹ ثم المؤسسات الفندقية الساحلية والذي بلغت طاقة الإيواء فيه 31 326 سريراً من إجمالي الطاقة الفندقية بالرغم من أهمية هذا النوع من المنتج للقطاع السياحي الجزائري، إلا أن وضعيته الحالية كما توضح الإحصائيات لا تساعد على تلبية الطلب السياحي المتزايد على هذا النوع وبالأخص في أوقات الذروة.

أما طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية الصحراوية والحموية والمناخية هي الأضعف حيث بلغت طاقة الإيواء 4 928 و 4 266 و 1 883 سريراً على التوالي، وهو ما يبين ضعف وقلة الاهتمام بهذه المنتججات والتي يمكن أن تكون مستقبلاً للسياحة الجزائرية .

¹ - عبد القادر عوينان، مرجع سابق الذكر، ص 168.

4- توزيع طاقة الإيواء حسب الطابع القانوني: والجدول التالي يوضح توزيع طاقة الإيواء حسب الطابع القانوني في الجزائر ما بين 2015-2017

الجدول رقم (20): توزيع طاقة الإيواء حسب الطابع القانوني ما بين 2015-2017

القطاع	السنوات	2015	2016	2017
القطاع العام		18 613	18 613	18 613
القطاع الخاص		77 383	82 301	87 145
الجماعات المحلية والمختلط		6 248	6 506	6 506
المجموع		102 244	107 420	112 264

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية 2017

يتضح لنا من خلال الجدول أن طاقة الإيواء للمؤسسات الفندقية العمومية منخفضة وبقيت على حالها منذ 2015 إلى غاية 2017 والمقدرة بـ 18613 سريراً مقارنة بالمؤسسات الفندقية الخاصة والتي شهدت ارتفاعاً منذ 2015 حيث بلغت 77383 سريراً وصولاً إلى 87145 سريراً في 2017، ويرجع هذا الانخفاض في القطاع العام والارتفاع في القطاع الخاص إلى تراجع الدولة عن الاستثمار السياحي وفتحها أمام المستثمرين الخواص كما هو مخطط له في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2013 والذي يعطي للقطاع الخاص دوراً أساسياً في عملية تنمية السياحة المستدامة بالجزائر.

أما فيما يخص المؤسسات الفندقية المملوكة للجماعات المحلية والقطاع المختلط فهي أقل مقارنة بالقطاع العام والخاص حيث بلغت 6506 ألف سرير.

يمكننا القول في الأخير أن المتبع لتطور المؤسسات الفندقية في الجزائر يجدها عرفت ومازالت تعرف عجزاً في هياكل الاستقبال وعراقيل كبيرة تحول دون إكساب الفنادق لسمعة وصورة راقية تعكس جودة الخدمة التي يفترض أن تتميز بها، ويعود ذلك إلى تهميش القطاع بشكل رهيب وعدم الاهتمام به من طرف الوزارة الوصية واعتباره قطاع غير حيوي أو ثانوي وذلك بحكم وجود قطاع المحروقات، حتى بالرغم من وضع سياسة جديدة متبعة من قبل الحكومة التي زادت من عدد مؤسسات الإيواء لكن ليس بالعدد والجودة المحددة في السياسة السياحية.

ثانيا - تطور الليالي السياحية* في الجزائر:

تتأثر الليالي السياحية بعاملين هما عدد السواح الوافدين ومتوسط فترة الإقامة، وعرفت الليالي السياحية في الجزائر نمواً ملحوظاً وهو ما يبينه الجدول التالي.

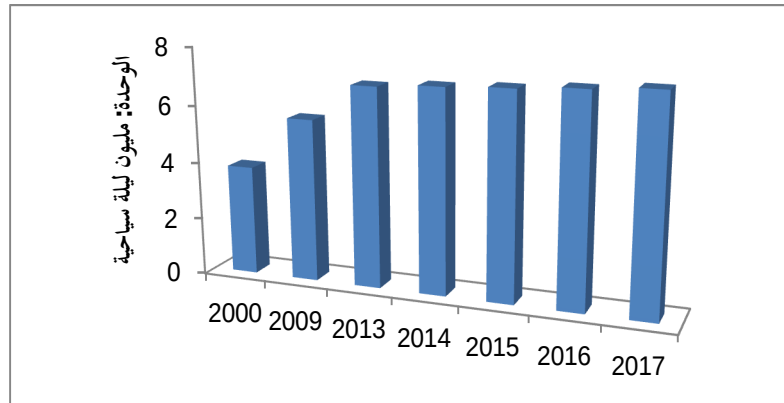
الجدول رقم (21): تطور الليالي السياحية للجزائر ما بين 2000-2017 الوحدة: ليلة سياحية

السنوات	2000	2009	2013	2014	2015	2016	2017
ليالي السياحة للمقيمين	3.598.230	4.971.372	5.926.968	6.215.932	6 307 411	6 283 910	6 260 409
الليالي السياحية لغير المقيمين	202.905	674.456	994.266	837.812	839 161	992 611	1 146 061
المجموع	3.801.135	5.645.828	6 921 234	7 053 744	7 146 572	7 276 521	7 406 470

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية لمختلف السنوات.

توضح إحصائيات الجدول أن الليالي السياحية للمقيمين ارتفعت من 3 ملايين ليلة سياحية في 2000 إلى 6 ملايين ليلة سياحية سنة 2017، أما بالنسبة لليالي السياحية لغير المقيمين هي الأخرى شهدت ارتفاعاً محسوساً من سنة 2000 حيث كانت تبلغ 202905 ليلة سياحية ووصلت سنة 2017 إلى 1.146.061 ليلة سياحية لكن إذا تمت مقارنتها بدول الجوار فهي الأضعف. وذلك ما يؤكد الشكل التالي.

الشكل رقم (07): تطور الليالي السياحية للجزائر خلال الفترة 2000-2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 21 .

* الليلة السياحية: تعريف الليالي السياحية بأنها تلك الليالي التي قضاها السائح خارج محل إقامته الدائمة لغير أغراض العمل بأجر مدفوع من الدولة المضيفة ويتم حسابها بمعرفه الفارق بين تاريخ الوصول وتاريخ المغادرة.

المطلب الثالث: مساهمة السياحة في الاقتصاد الجزائري

تعتبر السياحة من أهم مصادر تنويع الاقتصاد خاصة على مستوى الدول النامية بحث تمثل بديلا هاما للقطاعات الأخرى التي لا تمتلك غيرها هذه الدول قدرات تنافسية كبيرة، ويبرز ذلك من الإحصائيات الخاصة بعدد السواح في العالم. لذلك تعتبر عملية التنمية السياحية المستدامة من القضايا المعاصرة كونها تهدف إلى الإسهام في الدخل الوطني، والزيادة في الأموال الأجنبية مما يؤدي إلى انتعاش ميزان المدفوعات وخلق فرص العمل.

أولا - الإيرادات السياحية الجزائرية:

المؤشر الأول الذي يؤكد أن أهمية السياحة في الاقتصاد الوطني هو حجم الإيرادات السياحية التي تقدمها السياحة إلى اقتصاد البلد السياحي والتي تعمل من خلال عوائدها على توفير العملة الصعبة والتي ينجم عنها تحسين المستوى المعيشي ودعم التنمية الشاملة على المستوى الوطني والمحلي. والجدول التالي يوضح تطور الإيرادات السياحية من 2000 إلى 2017.

الجدول رقم (22): تطور الإيرادات السياحية للجزائر في الفترة 2000-2017 الوحدة: مليون

دولار

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
الإيرادات السياحية	102	100	111	112	178	184	220	219	323
السنة	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الإيرادات السياحية	266	219	208	196	230	258	304	358	370

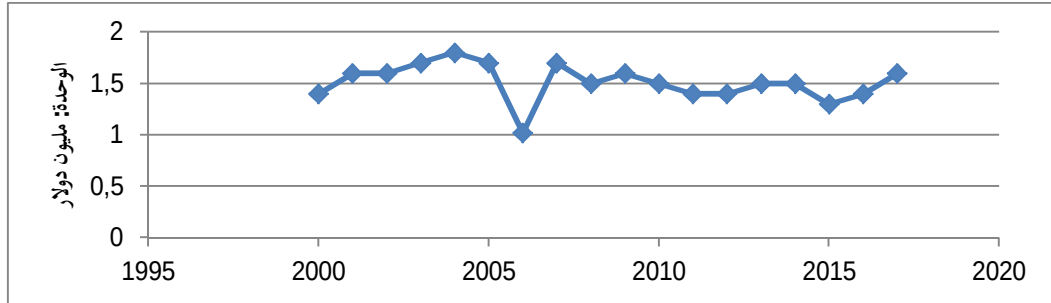
Source: -World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017 Edition , p11.

- World Tourism Organization, Tourism Highlights 2014 Edition, p11

من خلال الجدول يتضح لنا أن الإيرادات السياحية شهدت تذبذباً بين الزيادة والنقصان، كما أنها ضعيفة إذا ما قورنت بالإمكانيات المتاحة، فقد بلغ متوسط إجمالي الإيرادات السياحية خلال الفترة الممتدة ما بين (2000-2014) 258.06 مليون دولار، كما عرفت ما بين 2008-2017 تقلبات حادة حيث تراجعت من 59 مليون دولار سنتي 2008 و2009 أي بنسبة حوالي 18.15-%، وفي سنة 2011 بلغت الإيرادات السياحية 208 مليون دولار أما في 2012 بلغت 196 مليون دولار أي 5.76-% مقارنة بسنة 2011 ويعود السبب في ذلك إلى تهميش القطاع بالرغم من السياسة السياحية الجديدة وارتفاع مداخل المحروقات جراء ارتفاع أسعار البترول في الأسواق العالمية بالإضافة إلى عدم استقرار الأوضاع الأمنية في المنطقة، أما في الفترة ما بين 2013-2017 فنلاحظ تحسن ملحوظ على مستوى الإيرادات السياحية لتبلغ قيمتها 230 مليون دولار لترتفع تدريجياً وتصل إلى 37 مليون دولار سنة 2017 ويعود ذلك إلى تجسيد بعض من

مشاريع على ارض الواقع التي جاء بها المخطط التوجيهي للسياحة 2030 والتي بدأت في تحسن طفيف في الوجهة السياحية الجزائرية من خلال تغير صورتها. وهو ما يظهره الشكل الموالي.

الشكل رقم (08): تطور الإيرادات السياحية الجزائرية خلال الفترة 2000-2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 22.

وكتقييم لمساهمة السياحة الجزائرية في جلب العملة الأجنبية قمنا بتوضيح مدى مساهمة الإيرادات السياحية كنسبة مئوية من إجمالي الصادرات الجزائرية منذ 2000 إلى غاية 2016.

الجدول رقم (23): إيرادات السياحة كنسبة مئوية من إجمالي الصادرات (%)

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
%	0.47	0.55	0.59	0.45	0.57	0.98	0.69	0.53	0.58
السنة	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
%	0.75	0.53	0.39	0.39	0.48	0.55	0.95	0.74	

Source : la Banque mondiale

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS?locations=DZ-MA-TN>

نلاحظ من خلال البيانات المقدمة في الجدول أن الإيرادات السياحية لا تساهم إلا بقدر ضئيل جدا ضمن مجموعة الصادرات الوطنية، حيث لم تتعد 0.98% منذ سنة 2000 من إجمالي الصادرات، وشكلت ما يقدر بـ 0.74% خلال سنة 2016 وهو ما يدل على دورها المهمل في الاقتصاد، حيث أن الصادرات النفطية تستحوذ على الجزء الأكبر من إجمالي الصادرات الوطنية¹.

¹ - عواطف خلوط، عيسى نبوية، أثر السياحة على النمو الاقتصادي بدول المغرب العربي، مجلة دراسات - العدد الاقتصادي، المجلد 15،

ثانيا - مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي الجزائري:

أما بالنسبة للمؤشر الثاني والمتمثل في مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، وهذا ما يوضحه الجدول التالي.

الجدول رقم (24): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) للجزائر خلال الفترة 2017-2000

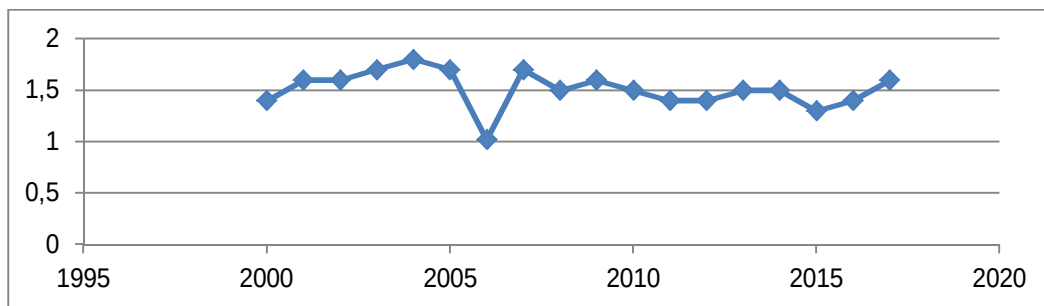
السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
المساهمة المباشرة في PIB %	1.4	1.6	1.6	1.7	1.8	1.7	1.02	1.7	1.5
السنة	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
المساهمة المباشرة في PIB %	1.6	1.5	1.4	1.4	1.5	1.5	1.3	1.4	1.6

Source: World Development Indicators (WDI), November 2015
World Travel and Tourism Council Data, 2016

- وزارة السياحة والصناعات التقليدية 2017

من خلال الجدول يلاحظ أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لم يتعد 1.8 % خلال الفترة (2017-2000) وهي نسبة ضئيلة جدا، حيث لم تتجاوز نسبة مساهمتها في المتوسط 1.5%، وأعلى نسبة سجلت سنة 2004 بـ 1.8% وأدنى نسبة 1.3% سنة 2015 وإذا عدنا إلى مجريات سير تفسير إحصائيات الجدول يعود السبب انخفاض حجم الإيرادات السياحية للبلاد والإعتماد على إيرادات قطاع المحروقات بشكل كلي، وهذا لم يمنع من تسجيل تحسن في أداء القطاع ولو بشكل طفيف. والشكل التالي يوضح ذلك.

الشكل رقم (09): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر خلال الفترة 2017-2000



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 24.

من خلال الشكل يتضح أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تشهد تذبذبا حيث نجده سنة 2008 نسبة المساهمة بلغت 1.02% لترتفع سنة 2007 إلى 1.7%، لتعود وتنخفض سنة 2015 إلى 1.3% ثم ترتفع قليلا لتصل 1.6% سنة 2017 وهي نسبة ضعيفة مقارنة بما تزخر به الجزائر من مقومات سياحية كثيرة ومتنوعة، وهذا لقلة الاستثمارات السياحية. ويعود ذلك أساسا إلى عدم تنمية هذا القطاع اقتصاديا منذ الاستقلال، وعدم اهتمام الدولة بالسياحة لاعتمادها على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد بوتيرة أسرع، وذلك عكس كثير من الدول العربية النفطية كالإمارات وغير النفطية كمصر والمغرب. والتي يظهر من خلال الجدول التالي وهي تعكس الأهمية التي أولتها كل دولة منهم للقطاع السياحي منذ سنوات على عكس الجزائر لم تهتم ولم تعره الاهتمام المطلوب إلا في السنوات الأخيرة، مما انعكس سلبا على النتائج المحققة في القطاع.

ثالثا - مساهمة السياحة في التشغيل:

تعمل السياحة على خلق فرص عمل جديدة سواء بطرق مباشرة أو غير مباشرة، مما يؤدي إلى تخفيف مشكلة البطالة في كثير من الأحيان، ويعمل لو ببطء على تحسين مستوى الرفاهية الاقتصادية إضافة إلى ما يلي:

- توفير فرص عمل جديدة وبالتالي زيادة المداخيل الفردية.
- تنشيط قطاعات التعليم والتدريب في مجال المهن السياحية المختلفة، وتوفير فرص عمل كثيرة خاصة للنساء.

والجدول التالي يوضح عدد مناصب العمل الجديدة التي ساهمت فيها السياحة بصفة مباشرة وبصفة عامة من سنة 2000 إلى 2017.

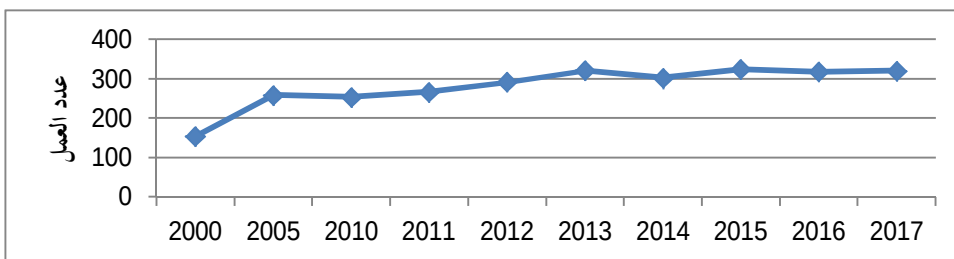
الجدول رقم (25): تطور مساهمة السياحة في التشغيل بالجزائر ما بين 2000-2017

السنة	الوظائف السياحية المباشرة (ألف)	النسبة من إجمالي العمالة %
2000	154.7	2.7
2005	258.9	3.4
2010	254.1	3.1
2011	266.6	3.3
2012	292.2	3.3
2013	321.4	3.2
2014	302.2	3.1
2015	324.6	3.2
2016	318.3	-
2017	320.1	-

Source: world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, algeria, p12.

نلاحظ أن عدد العاملين في السياحة يعرف نمواً ملحوظاً، حيث تضاعف بـ 1.6 مرة من سنة 2000 أين بلغ 154.7 ألف موظف أي بنسبة 2.7% ليصل إلى 320.1 ألف موظف سنة 2017، إلا أن الرقم المسجل يبقى ضئيل وبعيدا عن ما كان مخططاً له، بسبب مراكز الإيواء غير المصنفة والتي تشكل النسبة الأكبر من طاقات الإيواء، حيث أن مناصب التوظيف في الجزائر ضعيفة عكس فنادق 5 نجوم و 4 نجوم التي تمتاز بقابلية توظيف أكبر. ومن هنا نلاحظ أن مساهمة القطاع السياحي في التوظيف قليلة جدا حيث تراوحت بين 2% و 3.2% خلال فترة الدراسة، رغم الاستثمارات الكبيرة التي تضمنها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لتطوير القطاع واعتباره أحسن بديل للقطاع الريعي، وإنشاء العديد من المدارس والمعاهد لتكوين وتأهيل الموارد البشرية لما لها دور في تسيير الفنادق والمركبات السياحية وتحسين جودة الخدمات... إلخ، إلا أن نسبة فرص العمل التي يوفرها القطاع السياحي من إجمالي الوظائف لا تزال ضعيفة، والشكل التالي يوضح ذلك.

الشكل رقم (10): تطور مساهمة السياحة في التشغيل بالجزائر ما بين 2000-2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 25.

رابعا - دراسة في تطور التنمية السياحية المستدامة بين الجزائر وبعض الدول العربية:

1- عدد السياح الوافدين:

من خلال دراسة مؤشرات التنمية السياحية المستدامة في بعض الدول العربية والجزائر يمكننا توضيح مدى تطور عدد السواح الوافدين بين الجزائر وهاته الدول.

الجدول رقم (26): تدفق السياح الوافدين بين الجزائر وبعض الدول العربية ما بين 2000-2017

الوحدة: مليون سائح

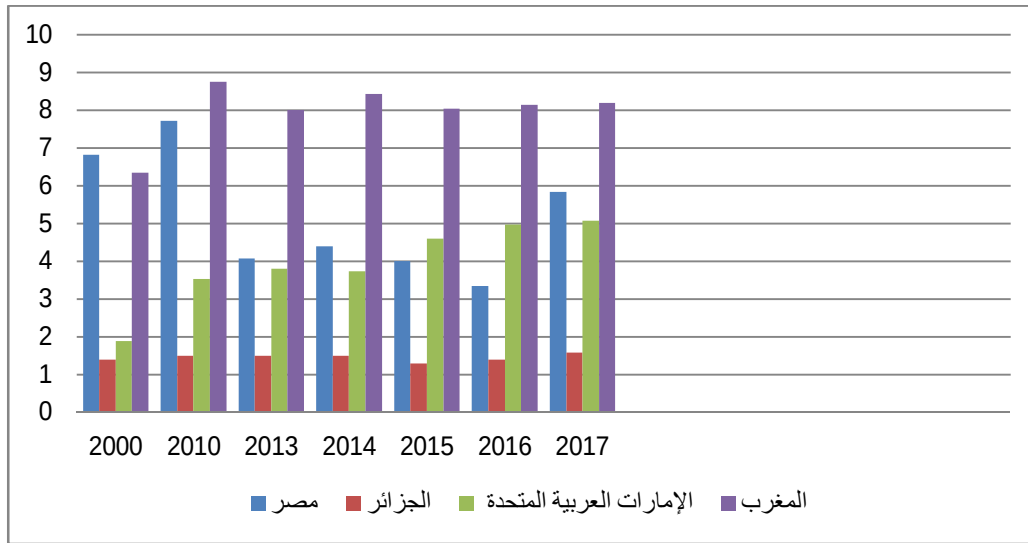
السنة	الجزائر	الامارات	مصر	المغرب
2000	0.901	3.907	5.5	4.278
2007	1.743	/	11.1	7.408
2008	1.771	/	12.8	7.879
2009	1.911	6.812	12.5	8.341
2010	2.070	9.582	14.731	9.288
2011	2.394	11.015	9.845	9.342
2012	2.634	12.477	11.532	9.375
2013	2.732	13.919	9.464	10.046
2014	2.301	19.568	9.878	10.283
2015	1.709	21.417	9.139	10.177
2016	2.039	21.53	5.258	10.331
2017	2.450	22.868	8.3	11.350

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- Office national des statistiques et ministère du tourisme et de l'artisanat.
- Government UAE, federal competitiveness and statistics authority, statistics of tourism.
- World Tourism Organization, Tourism Highlights 2013 Edition, p12.
- World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017 Edition, WTO, p12.
- ministère du tourisme du Maroc, tourisme en chiffres, Arrivées des touristes, site web : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/arrivees-des-touristes>
- world Tourism Organization, Tourism Highlights, 2017 Edition , p11

الجدول يبين أن مصر حققت خلال سنة 2017 حوالي 8.3 مليون سائح والمغرب حوالي 11.35 مليون سائح في نفس السنة، والإمارات التي بلغ فيها عدد السياح 22.86 مليون سائح سنة 2016، وهذا الارتفاع كان نتيجة للأهمية الكبرى التي توليها الإمارات والمغرب للقطاع السياحي كمصدر مهم للدخل وبالنسبة لمصر نجد انه رغم انخفاض عدد السواح الوافدين إلا أنها مازالت تفوق ثلاثة أضعاف عدد السواح الوافدين للجزائر.

الشكل رقم (11): يبين تدفق السياح الوافدين في بعض الدول العربية والجزائر ما بين 2000-2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 26.

يؤكد الشكل أن الجزائر مازالت بعيدة كل البعد عما حققته كل من الإمارات والمغرب وحتى مصر رغم الضرر الذي لحق القطاع السياحي المصري في السنوات الأخيرة، مما يبين أن القطاع السياحي في الجزائر متأخر بعشرون سنة عن نظائره من الدول العربية، مما يجعلنا نتساءل عن سبب هذا التأخر واحتلاله لآخر المراتب وفيما تتمثل أهم التحديات التي تقف عائقا أمام تنمية السياحة الجزائرية.

2- الليالي السياحية: كما سبق ووضحنا مدى تطور وارتفاع الليالي السياحية في الجزائر لكن مقارنة مع الدول العربية فهي تعتبر ضئيلة جدا، وهو ما يؤكد الجدول التالي.

الجدول رقم (27): تطور الليالي السياحية ما بين الجزائر وبعض الدول العربية خلال الفترة 2000-2017

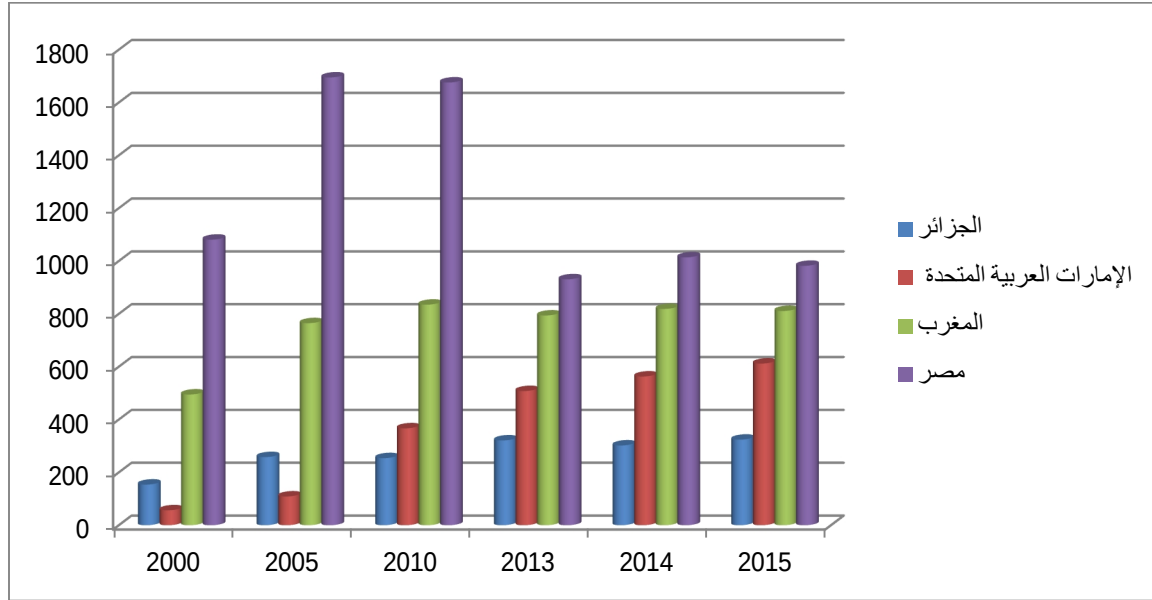
السنوات	الجزائر	الإمارات المتحدة	مصر	المغرب
2000	3.801	10.126	33.000	13.539
2013	6.921	40.495	9.441	19.114
2014	7.053	63.704	9.725	19.633
2015	7.146	69.766	8.412	18.424
2016	7.276	73.854	10.864	19.254
2017	7.406	75.968	12.864	19.114

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على

- إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية لمختلف السنوات.

- Government UAE, federal competitiveness and statistics authority, statistics of tourism.
- ministry of tourism, egypt in figures 2017, p155.
- Ministère du tourisme du Maroc, Tourisme en chiffres, Fréquentation hôtelière, site web : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/frequentation-hoteliere>

الشكل رقم (12): الليالي السياحية للدول العربية والجزائر خلال الفترة 2000-2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 27.

يوضح كل من الجدول والشكل أن الليالي السياحية في الإمارات العربية المتحدة كانت تقدر بـ 10 ملايين ليلة سياحية في 2000 وهي مقارنة بمصر والمغرب ضعيفة لكن وبسبب اهتمام الحكومة الإماراتية بالقطاع السياحي ارتفعت إلى 73 مليون ليلة سياحية في 2016 في حين بلغت في مصر والمغرب 10 ملايين ليلة سياحية و 19 مليون ليلة سياحية على التوالي في 2016، أما الجزائر فكانت ولا زالت تحتل المرتبة الأخيرة منذ 2000 إلى غاية 2017 حيث بلغت 7 ملايين ليلة سياحية، ومرد ذلك إلى ضعف التدفقات السياحية من جهة، وقصر فترة الإقامة من جهة أخرى، حيث يتراوح معدل الإقامة في الجزائر ما بين 1.12 إلى 2 ليلة سياحية لكل سائح وهو ما انعكس بشكل واضح على الليالي السياحية والإيرادات المحققة من القطاع.

3- الإيرادات السياحية:

الجدول رقم (28): الإيرادات السياحية لبعض دول العربية والجزائر ما بين 2000-2016

الوحدة: مليار دولار

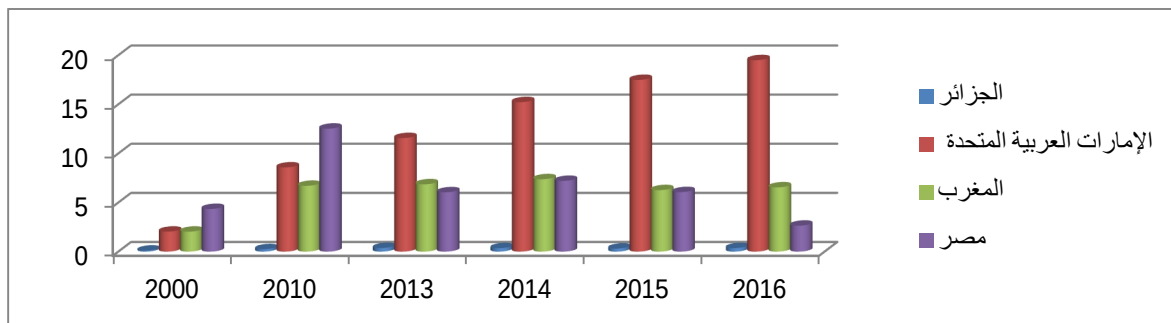
السنة	الجزائر	الإمارات العربية المتحدة	مصر	المغرب
2000	0.102	2.039	4.345	2.039
2010	0.246	8.577	12.528	6.703
2013	0.367	11.564	6.047	6.854
2014	0.347	15.221	7.208	7.379
2015	0.308	17.481	6.065	6.263
2016	0.358	19.496	2.645	6.548

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017 Edition , p11.
- World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017 Edition , p12.
- World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017 Edition,WTO, p12.
- World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017, Edition 2017, p11.

يتبين من خلال الجدول أن الإيرادات السياحية في كل من الإمارات العربية المتحدة والمغرب تحقق نمواً ملحوظاً حيث كانت تقدر الإيرادات في الإمارات العربية المتحدة بـ 2.039 مليار دولار في 2000 وصلت إلى 19.496 مليار دولار سنة 2016، وارتفعت من 2.039 سنة 2000 إلى 6.54 مليار دولار سنة 2016 في المغرب، أما مصر فقد انخفضت إيراداتها من 12.52 مليار دولار في 2010 إلى 2.64 مليار دولار بسبب توتر الأوضاع الداخلية التي أثرت على نسبة توافد السواح ، أما بالنسبة للجزائر فنجدتها طوال سنوات الدراسة لم تتعدى 0.360 مليار دولار. والشكل التالي يبين ذلك.

الشكل رقم (13): الإيرادات السياحية للدول العربية والجزائر ما بين 2000-2016



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم 28.

يؤكد الشكل أن الإيرادات السياحية في الجزائر مقارنة بكل من الإمارات ومصر والمغرب ضعيفة جدا ففي الوقت الذي تحقق فيه الإمارات والمغرب وحتى مصر رغم الأزمة التي تمر بها إيراداتهم مالية متنامية، وتبقى الجزائر منذ ثمانية عشر سنة لم تستطع أن تحقق حتى 0.5 مليار دولار رغم وضع استراتيجية سياحية جديدة. وهو ما يجعلنا نتساءل عن جدوى وضع إستراتيجية وتخصيص ميزانية ضخمة إذا كانت لا تستطيع أن تحقق ولو جزءا بسيطا من الأهداف المسطرة.

4- المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي:

الجدول رقم (29): المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي (PIB) بين بعض الدول العربية والجزائر خلال الفترة 2000-2017

السنة	الجزائر	الإمارات العربية المتحدة	مصر	المغرب
2000	%1.4	%1.90	%6.84	%6.36
2010	%1.5	%3.55	%7.73	%8.76
2013	%1.5	%3.82	%4.09	%8.02
2014	%1.5	%3.75	%4.40	%8.45
2015	%1.3	%4.61	%4.01	%8.06
2016	%1.4	%4.99	%3.36	%8.15
2017	%1.6	%5.09	%5.85	%8.20

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

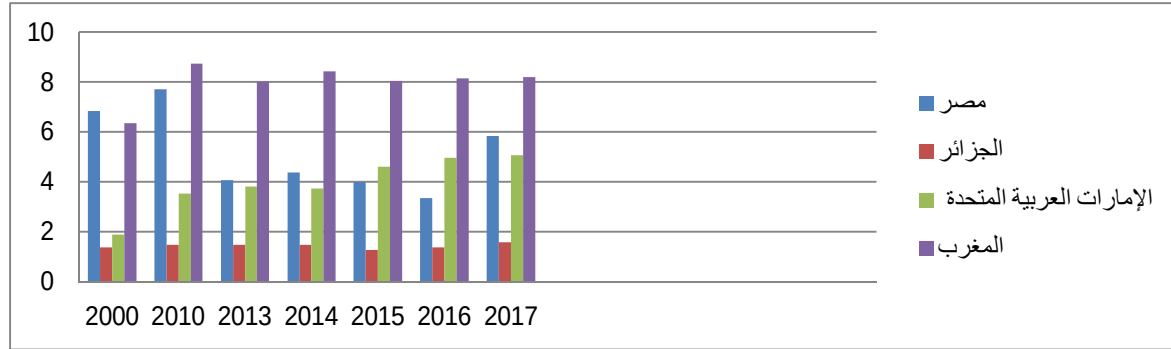
- وزارة السياحة والصناعات التقليدية 2017.

- World Development Indicators (WDI), November 2015
- World Travel and Tourism Council Data, 2016
- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, United Arab Emirates, p 12-14.
- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, egypt, p12-14
- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, marocco, p12-14

يتبين من خلال الجدول أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تختلف من دولة إلى أخرى، حيث يتوضح أن مساهمة القطاع السياحي في الجزائر بلغت ما بين 1.4% و 1.6% من الناتج المحلي الإجمالي خلال

الفترة الممتدة ما بين 2000-2017، وهي نسبة بعيدة عن النتائج المحققة في كل من الإمارات العربية المتحدة ومصر والمغرب. وهو ما يوضحه الشكل الموالي.

الشكل رقم (14): المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي (PIB) لبعض الدول العربية والجزائر خلال الفترة 2000-2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 29.

حيث تتراوح هذه النسبة في الإمارات العربية المتحدة ما بين 1.90% و 5.06% والمغرب تتراوح ما بين 6.36% و 8.20% خلال نفس الفترة وهي قريبة جدا من المعدل العالمي. أما مصر فتراجعت مساهمة قطاع السياحة بها بين 6.84% و 5.85% ما بين 2000-2017 وكانت قد سجلت في السنوات الأخيرة تراجع كبير في نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وذلك نظرا لتراجع الإيرادات السياحية بسبب عد الاستقرار السياسي والأمني.

ويظهر الشكل بوضوح مدى أهمية مساهمة السياحة في دول عربية كالإمارات العربية المتحدة ومصر والمغرب على عكس الجزائر التي يساهم القطاع السياحي فيها بنسبة ضئيلة جدا في الناتج المحلي الإجمالي.

- المساهمة في التشغيل:

الجدول التالي يوضح تطور عدد العاملين في قطاع السياحة في الجزائر وبعض الدول العربية.

الجدول رقم (30): المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في التشغيل لبعض الدول العربية والجزائر

الوحدة: ألف وظيفة

خلال 2017-2000

السنوات	الجزائر	الإمارات العربية المتحدة	مصر	المغرب
2000	154.7	56.7	1081.3	495.1
2005	258.9	109.9	1695.2	765.2
2010	254.1	367.3	1676.9	835.6
2013	321.4	508.1	931.6	794.4
2014	302.2	563.4	1014.6	819.6
2015	324.6	612.1	982.5	811.6
2016	318.3	617.4	823.0	819.0
2017	320.1	628.5	-	818.2

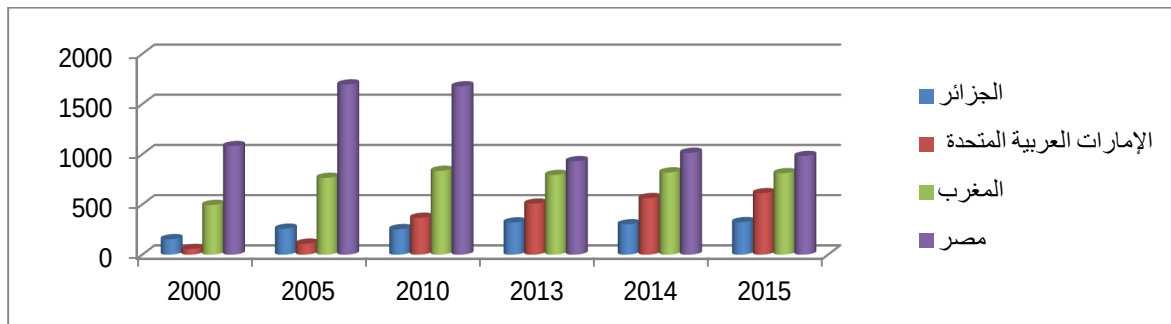
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, algeria, p12.
- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, United Arab Emirates, p12.
- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, egypt, p12.
- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, marocco, p12

من خلال الجدول نلاحظ أن مساهمة السياحة في التوظيف بالنسبة للجزائر قليلة جدا، أما في كل من الإمارات العربية المتحدة ومصر والمغرب تساهم بشكل كبير جدا في توفير فرص عمل. والشكل يبين ذلك

الشكل رقم (15): المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في التشغيل لبعض الدول العربية والجزائر

خلال 2017-2000



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 30.

خلاصة واستنتاجات:

إن امتلاك الدولة لمقومات طبيعية وتاريخية ثقافية عظيمة لا يكفي وحده للنهوض بالقطاع السياحي بل لابد من وجود إستراتيجية علمية وعملية للتنمية السياحية عن طريق تلاقي جهود كل من القطاع العام والخاص المحلي والأجنبي. فتنمية الاستثمارات السياحية شأنها أي نشاط استثماري آخر فهي تقوم على ركيزتين أساسيتين لنجاحها، وتتمثلان في الضمانات والحوافز، مع توافر بنية تحتية ملائمة، وانتشار وعي سياحي بين مختلف شرائح المجتمع.

رغم أن الجزائر قد سارعت مطلع الألفية الجديدة إلى بعث سياسة سياحية جديدة تهدف إلى تنمية وترقية المنتج السياحي الجزائري وإدماجه في السوق السياحية العالمية في إطار شروط التنمية السياحية المستدامة، من خلال الديناميكيات الخمس أولها تهمين وجهة الجزائر وتغيير النظرة السوداء حولها، واستحداث أقطاب سياحية بالإضافة إلى إشراك القطاع الخاص وتكوين الموارد البشرية .

إلا أن القفزة النوعية لم تتحقق إلى حد الآن والجزائر لا تزال بعيدة على مستوى تلك المؤهلات وبقيت إنجازاتها ضعيفة مقارنة مع الدول العربية، حيث أكدت الأرقام والإحصائيات على احتلال الجزائر للمراتب الأخيرة فعلى صعيد تدفق السياح فقد قدر عددهم سنة 2017 بحوالي 2.4 مليون سائح مقارنة مع الإمارات العربية المتحدة التي قدر عدد الوافدين إليها بـ 22 مليون سائح والمغرب بـ 11 مليون سائح ومصر التي رغم التوترات السياسية الأمنية إلا أن عدد السياح بلغ 8 مليون سائح. كما يلاحظ الأثر الاقتصادي لمساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الوطني بالجزائر بقي ضعيف جدا نتيجة لضعف الإيرادات السياحية والتي لم تتجاوز 370 مليون دولار.

هو ما يؤكد أن السياسة السياحية الوطنية المتبعة خلال فترة الدراسة لم تكن فعالة، ويجعلنا نتساءل عن أسباب عدم فاعليتها، فهل كان السبب هو عوامة السياحة، أو ربما تكمن المشكلة فعلا في المواطن الجزائري الذي لا يمتلك ثقافة سياحية، أم أن المشكل في التنشئة الاجتماعية التي كرس على مدى عقود رفض الآخر وعدم الاعتراف به لدرجة الإقصاء، أو ربما المشكلة فعلا في الحكومات الجزائرية المتعاقبة منذ الاستقلال التي لم تكن لديها إرادة سياسية ورؤية حقيقية لبعث قطاع السياحة وتطوير الاستثمار فيه لتعزيز عناصر الجذب السياحي، فالمتتبع يلاحظ عدم جدية الدولة في تطبيق هذه السياسات وكذلك عدم وجود رؤية واضحة لديها خاصة في مجال التهيئة السياحية والإعلام و الترقية السياحية. وهو ما سيكون مضمون الفصل الموالي حيث سوف يتضمن بالتحليل أهم التحديات التي تقف عائقا أمام تحقيق الجزائر لتنمية سياحية مستدامة في الوقت الذي استطاعت فيه بعض الدول العربية أن تحقق تنمية سياحية مستدامة حقيقية.

الفصل الثالث

تحديات التنمية السياحية المستدامة
في الجزائر في ظل العولمة السياحية

تمهيد:

باعتبار أن قطاع السياحة هو قطاع ذو بعد دولي وديناميكي معقد ومتعدد الأبعاد وأي تغير يفرزه النظام الدولي سيؤثر بطبيعة الحال على هذا القطاع؛ وهو ما أحدثته العولمة السياحية بظهورها من خلال فتحها للأسواق والحدود أمام السواح والشركات السياحية وباستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال. في ظل هذه الظروف وضمن المعطيات الجديدة للعولمة عمدت الكثير من دول العالم لإعادة هيكلة سياساتها السياحية قصد التأقلم مع الوضع الاقتصادي العالمي.

نتيجة لهذه التحولات الحاصلة على مستوى العالم فرضت العديد من التحديات على القطاع السياحي والتنمية السياحية المستدامة في الجزائر الذي يشير واقعه الموضح في الفصل السابق بأنه لا زال بعيداً كل البعد عن المستويات الدولية حيث أن التنافسية في هذا القطاع هي في أعلى درجاتها. وعلى هذا الأساس وانطلاقاً من الوقائع السابقة ورغم البرامج الطموحة المعدة من طرف الجهات الوصية على قطاع السياحة في الجزائر، إلا أن هذا الأخير تشوبه العديد من العراقيل ونقاط الضعف، ومن خلال هذا الفصل سنوضح جملة التحديات التي يتوجب على صناع القرار أخذها بعين الاعتبار في إطار تطوير وتنمية السياحة المستدامة في الجزائر في ظل العولمة السياحية للاستفادة من تأثيراتها الايجابية المباشرة وغير المباشرة على النشاط الاقتصادي الوطني.

المبحث الأول: التحديات الاقتصادية والسياسية للتنمية السياحية المستدامة

لضمان تحقيق التنمية السياحية المستدامة في إطار ما تفرضه العولمة السياحية من ضغوطات لا بد من وجود عنصر الاستقرار الأمني والاستثمار في الثروة السياحية والتجهيزات والتسهيلات السياحية التي تراعي متطلبات السياح وتوفر لهم المناخ المناسب للراحة والترفيه، وتنطبق هذه الحالة على الكثير من الدول الرائدة في هذا المجال كالولايات المتحدة وكندا وفرنسا وماليزيا وتركيا، لكن إن تواجدت عدة صعوبات وتحديات تهدد استقرار القطاع السياحي والاستثمار فيه، فإن ذلك يعتبر عائقاً أمام فاعلية هذا القطاع واستدامته، لاسيما إذا تعلق الأمر بالجانب الأمني الذي يُعتبر القاعدة الأساسية لجلب الاستثمار باعتبار أن الرأسمال يستثمر في مناطق الاستقرار. وعلى هذا الأساس فإن هذا المبحث نحاول تبيان أهم التحديات الاقتصادية ومدى تأثير المشاكل والمخاطر الأمنية والتوترات السياسية على التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل العولمة السياحية.

المطلب الأول: صعوبة اندماج الجزائر في الاقتصاد العالمي

لا يختلف اثنان بأن العولمة السياحية هي من أهم الأحداث والمظاهر التي يشهدها العالم اليوم فمع مرور الوقت بدأنا نشهد المزيد من الاندماج للشركات السياحية والأسواق وتحرير الكثير من الاقتصاديات وتدفقات متنامية للعمالة ورؤوس الأموال والسلع والخدمات وتراجع السياسات الحمائية، ورفع القيود والحواجز الجمركية وغير الجمركية، وقد دعم هذا التوجه وجود أطر وآليات تسانده وتقويه نحو العولمة السياحية من أهمها المنظمة العالمية للتجارة.

والجزائر واحدة من الدول التي تسعى للانندماج في الاقتصاد العالمي بتبنيها لسياسة اقتصادية تحريرية وذلك من خلال توقيعها لاتفاقيات شراكة في مختلف القطاعات وبالأخص في القطاع السياحي أو انضمامها لمنظمة التجارة العالمية والتي تلعب دوراً أساسياً في حركة السياحة العالمية. ومن خلال هذا المطلب سنحاول توضيح صعوبة اندماج الجزائر في الاقتصاد العالمي عامة والسوق السياحي خاصة وذلك بالتطرق إلى صعوبة الجزائر للانضمام لمنظمة التجارة العالمية، وسنوضح أهم التحديات التي يمكن أن تنتج عن انضمام الجزائر للمنظمة وتحريرها للخدمات السياحية.

أولاً - انضمام الجزائر لمنظمة التجارة العالمية:

تتجه الجزائر اليوم وبشكل كبير إلى الانضمام لمنظمة التجارة الدولية، وهي عملية وإن كنا قد نراها نتيجة طبيعية للتغيرات الدولية، فبعد أن تأكدت الجزائر أنه لا جدوى من تفادي هذه التغيرات والبقاء على هامش خاصة بعد أن شرعت في الإصلاحات الاقتصادية والانتقال إلى اقتصاد السوق وما يتطلبه ذلك من انفتاح اقتصادي بهدف عصرنه الجهاز الإنتاجي طلبت الجزائر عضوية منظمة التجارة العالمية، وكان ذلك قناة

منها بأن هذا الانضمام قد يتيح لها فرصاً أفضل لإنعاش اقتصادها وتطويره مما لو بقيت خارجها وخاصة في القطاع السياحي.

1- مراحل ومفاوضات الجزائر للانضمام لمنظمة التجارة العالمية:

ظلت الجزائر دولة ملاحظة في الاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية والتجارة (الغات) منذ 1964 ولم تقدم أي مبادرة للانضمام إلى الاتفاقية نظراً لطبيعة الاقتصاد الجزائري آنذاك حيث كان يتميز بالطابع الاشتراكي الذي يجسد احتكار الدولة للتجارة الخارجية، يضاف إلى ذلك استبعاد المنتجات الطاقوية من مفاوضات ألغات و95% من صادراتنا تتمثل في المحروقات، وبالتالي تأخر انضمام الجزائر إلى ألغات سابقاً ومنظمة التجارة العالمية حالياً، لكن في شهر ماي 1996 قدمت الجزائر طلب الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية وقبل طلبها.

والعضوية في منظمة التجارة العالمية تستلزم التفاوض مع مجموعة من البلدان الأعضاء في المنظمة للحصول على تأشيرة العضوية، وذلك بتلقي الدولة الراغبة في الانضمام طلبات من البلدان الصناعية الكبرى والدول التي تربطها بها علاقات تجارية تتعلق بقائمة السلع والخدمات المطروحة للتخفيض الجمركي، أو تقدم الدولة الراغبة في العضوية جدولاً للسلع والخدمات المعروضة للتخفيضات الجمركية، وبعد انتهاء مرحلة العروض تتوجه الدولة إلى مجلس المنظمة وبحصولها على 2/3 من أصوات الأعضاء تصبح عضواً في المنظمة¹.

مرت الجزائر منذ تقديمها لأول طلب انضمام إلى الاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية والتجارة سابقاً قبل أن تتحول لاحقاً إلى المنظمة العالمية للتجارة بعدة مراحل، كما تلقت الجزائر طيلة مسار المفاوضات التي تحركت فعلياً عام 2001 بعد أن توقفت خلال العشرية السوداء ما يربو على 1200 سؤالاً². وفيما يلي سنتطرق لإجراءات ومراحل مفاوضات الجزائر بهدف الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة وفق المراحل التالية:

المرحلة الأولى: وتبدأ هذه المرحلة بتقديم طلب الانضمام إلى الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة في 30 أبريل 1987 وعند ظهور المنظمة في 01 جانفي 1995 تم الاتفاق بين الجزائر والأعضاء المتعاقدون في ألغات والذين أصبحوا يمثلون الأعضاء الأصليين للمنظمة على إنشاء لجنة مشتركة تتكفل بتحويل ملف التعاقد إلى المنظمة العالمية للتجارة، وكان ذلك فعلاً في 30 جانفي 1995³، ولكن الجزائر لم ترفقه بتقديم مذكرة الانضمام حيث أن الانضمام إلى هذه الاتفاقية لم يعد يشكل أولوية بالنسبة للحكومات المتعاقبة آنذاك وهذا

¹ - قويدر عيلش، إبراهيمي عبد الله، أثار انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة بين التفاؤل والتشاؤم، مجلة شمال إفريقيا، الجزائر، العدد 2، ص 62.

² - وردة خزندار، تأثير انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة على المنظومة المصرفية، مذكرة ماجستير في التحليل والاستشراف الاقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، 2011/2012، ص 32.

³ - ناصر دادي عدون، محمد متناوي، انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة: الأهداف والعراقيل، مجلة الباحث، ورقة، العدد 03، 2004، ص 74.

على الرغم من أن إصلاح التجارة الخارجية -وبالتالي الاندماج الدولي للبلاد- احتل جانبا كبيرا من الإصلاحات المعتمدة في تلك الفترة، فالإصلاحات الموضوعية بين فيفري 1986 وجويلية 1987 كانت تبحث عن اندماج نشيط في الاقتصاد الدولي من خلال تعزيز وتنويع الصادرات.

والهدف الذي كانت تسعى إليه من خلال إيداع طلب الانضمام إلى الاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية والتجارة هو تسريع عملية الإصلاح بفتح المنافسة في السوق الجزائرية والحد من إمكانيات التدخل مباشرة في الاقتصاد لصالح التدخل على أساس القواعد، فالانضمام إلى الاتفاقية -وهذا يبقى صحيحا بالنسبة للمنظمة العالمية للتجارة- يميل إلى زيادة حدة المنافسة انطلاقا من فرضية أن الاقتصاد المفتوح والقادر على المنافسة هو الأقدر على تحقيق أعلى مستويات النمو نظرا إلى الأثر المتوقع فيما يخص تخصيص الموارد وترشيد خيارات العملاء.

المرحلة الثانية: بعدما تم تحويل ملف الانضمام من الغات إلى المنظمة سنة 1995، قامت السلطات المعنية بتقديم طلب الانضمام فعليا إلى المنظمة في جوان 1996 وذلك من خلال تقديم مذكرة إلى سكرتارية المنظمة حيث قامت هذه الأخيرة بتوزيع المذكرة على كل الدول الأعضاء بالمنظمة، وقد احتوت هذه المذكرة معلومات عن مختلف جوانب الاقتصاد الوطني، والسياسة التجارية للبلاد¹. كما تم إعداد فريق عمل يتكون من عدة خبراء يترأسه Sanchez ARNAU سفير الأرجنتين لدى المنظمة خلال الفترة 1994-1998، بعدها سفير الأروغواي Carlos Perez DEL CASTILLO خلال الفترة 1998-2004 ثم Guillermo VALLES خلال الفترة 2004-2010. ومنذ نوفمبر 2011 أسندت إلى François ROUX سفير مملكة بلجيكا، بعد ذلك سفير الأرجنتين² Alberto D'alotto، ويشارك في أعمال هذا الفريق أزيد من 40 عضوا مكلفين بمتابعة ملف انضمام الجزائر إلى المنظمة.

المرحلة الثالثة (مرحلة المفاوضات المتعددة الأطراف): بعد قبول طلب الانضمام وتقديم المذكرة حول السياسة التجارية الخارجية* تشرح فيها سياستها التجارية بتاريخ 05 جوان 1996، تم طرح حوالي 500 سؤال

¹ - ورده خزندار، مرجع سابق الذكر، ص 33

² - وزارة التجارة الجزائرية، انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/06/27، على الساعة: 10:53، من الموقع الإلكتروني: <https://www.commerce.gov.dz/ar/processus-daccession-de-lalgerie-a-lorganisation-mondiale-du-commerce-omc>

* **مذكرة السياسة التجارية:** تحتوي مذكرة السياسة التجارية التي تقدمها الدول الراغبة في الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، على العناصر الأساسية التالية: مقدمة تحتوي على بيانات عن الأهداف العامة للنظام الذي تتبعه الدول طالبة العضوية في سياستها التجارية، و العلاقة بين هذه الأهداف وأهداف المنظمة العالمية للتجارة. البنية الاقتصادية، السياسات الاقتصادية والتجارة العالمية. إطار صنع وتنفيذ السياسات المؤثرة على التجارة الخارجية في السلع والخدمات. السياسات التي تؤثر على التجارة في السلع. نظام الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة. نظام الخدمات المتعلقة بالتجارة.

من طرف الدول الأعضاء وعلى إثرها تمت صياغة مشاريع الأجوبة وقدمت لمجلس الحكومة الذي صادق عليها سنة 1997 على أساس الأجوبة المقدمة¹.

وانطلقت أول جولة للمفاوضات المتعددة الأطراف** بين الجزائر وأعضاء منظمة التجارة العالمية في سنة 1998، تلقت الجزائر فيها مجموعة من الأسئلة من عدة دول وهي:

- الاتحاد الأوروبي بـ 124 سؤالاً حول مختلف أوجه النشاط الاقتصادي والتجاري وبعض الأسئلة عن حماية الملكية الفكرية، تأسيس الشركات، النظام الجمركي الجبائي والمصرفي وغيرها.
- سويسرا بـ 33 سؤالاً عن الأنظمة الضريبية الجزائرية ونشاطات البنوك والتأمينات، وتنقل رؤوس الأموال وشروط تأسيس الشركات وفروع البنوك الأجنبية وغيرها.
- اليابان بـ 9 أسئلة.
- أستراليا بـ 8 أسئلة.

ثم أعقبها مجموعة أخرى من الأسئلة والاستفسارات كان عددها 170 سؤالاً حيث كانت هذه المرة مطروحة من طرف الولايات المتحدة الأمريكية والغرض من هذه الأسئلة الأخيرة هو معرفة إمكانيات وآفاق هذا الانضمام، بعد ذلك تلت المجموعتين الأوليتين من الأسئلة مجموعة ثالثة تتكون من 121 سؤالاً كانت صادرة أساساً من الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية². والإجابة على هذه الأسئلة كان من طرف لجنة وزارية مشتركة مكلفة بتحضير ومتابعة المفاوضات يرأسها وزير التجارة والتي تتكون من 22 عضواً - من الوزارات والمؤسسات -³.

المرحلة الرابعة (المفاوضات الثنائية): مواصلة المفاوضات سنة 1999 بالموازاة مع انعقاد مؤتمر سياتل بالولايات المتحدة الأمريكية وكان على الجزائر بدأ المفاوضات الثنائية*، وتم تقديم مدونة تتضمن قواعد ومبادئ

¹ - فريد كورتل، الآثار المحتملة لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة على قطاعي السلع والخدمات، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول تأهيل المؤسسة الاقتصادية وتعظيم المكاسب للاندماج في الحركة الاقتصادية العالمية، سطيف، 2001/10/29، ص 34.

^{**} مفاوضات متعددة الأطراف: وهي مفاوضات يشارك فيها جميع أعضاء المنظمة العالمية للتجارة، حيث يتم خلالها معالجة نظام التجارة الخارجية والنظام الاقتصادي للدولة التي تقدمت بطلب الانضمام والبحث في مدى توافقهما مع اتفاقية المنظمة، حيث يجب على الدولة الطالبة أن تقدم مذكرة مساعدة تكون الأساس الذي تركز عليه مجموعة عمل تعين خصيصاً لدراسة طلبها وكذا طرح أسئلة مختلفة كتابية وشفهية وعلى الدولة الطالبة الإجابة بكل شفافية، حيث أن هذه الأسئلة تكون مركزة في الغالب على نظام الأسعار، ميزان المدفوعات، التعريفات الجمركية، التبادلات الخارجية، الدعم الموجه لقطاعات خاصة كقطاع الزراعة ... الخ.

² - كمال رزيق، فارس مسدور، انعكاسات انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة على الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، مدخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، البليدة، 2002، ص 3.

³ - عتيقة وصاف، أثار تحرير تجارة الخدمات على التجارة الخارجية في الدول العربية مع الإشارة إلى حالة الجزائر 1999-2009، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة، 2013/2014، ص 288.

* المفاوضات الثنائية الأطراف: هي مفاوضات يتم التفاوض فيها حول سلسلة تنازلات تخص تحرير التجارة الخاصة بالسلع والخدمات، و يترجم ذلك في تقديم قوائم على شكل جداول و تتفاوض من خلالها الدولة المعنية بالانضمام مع كل عضو من المنظمة على حدى.

النظام التجاري الجزائري واتجهت إلى تقديم الأجوبة الخاصة بالأسئلة المطروحة من أهم الشركاء الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الذين طالبوا بتوضيحات أكثر.

وتوقفت المفاوضات فيما بعد وتزامن ذلك مع بدأ المفاوضات مع الاتحاد الأوروبي في إطار اتفاقية الشراكة الأوروبية المتوسطية والتي يجب التأكد على أنها تعقد دون الإخلال بالقواعد التي تفرضها منظمة التجارة العالمية¹.

المرحلة الخامسة (مفاوضات من 2001 إلى 2017): ويمكن إجمالها في الجولات التالية²:

- الجولة الثانية: بعد توقف المفاوضات أعادت الجزائر صياغة المذكرة المتعلقة بنظام التجارة الخارجية من جديد وكان ذلك في أواخر جويلية 2001 ليعاد تقديمها إلى سكرتارية المنظمة العالمية للتجارة، وهكذا استمر التفاوض بين الجزائر والمنظمة العالمية بشكل بطيء، ولكن بصدور الأمر الرئاسي المنشور في الجريدة الرسمية في 22 أوت 2001 الخاص بالتعريف الجمركية كانت الجزائر قد بدأت الخطوات الفعلية للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة.

الجولة الثالثة: في 07 فيفري 2002 تم انعقاد ثاني اجتماع؛ قدمت الجزائر فيه لأول مرة عروضاً أولية فيما يخص السلع الصناعية والتجارية والخدمات، وبعدها تلقت الجزائر حوالي 353 سؤالاً من الدول الأعضاء في المنظمة وتتلخص أهمها حول نظام التعريف الجمركية، ونظام الضرائب، وإجراء دعم قطاعات اقتصادية معينة وخاصة قطاع الصناعة، الزراعة، ونظام حماية حقوق الملكية الفكرية.

الجولة الرابعة: عرفت هذه الجولة إيداع مذكرة إيضاحية تطرقت إلى مواضيع مختلفة كالخصوصية قطاع الاتصال الطاقة والمناجم، كما تعرضت لموضوع عقد الشراكة مع الاتحاد الأوروبي إذ يؤكد هذا الأمر اهتمام الجزائر لجعل اقتصادها مفتوحاً، ومنه إعادة النظر في علاقات الجزائر الاقتصادية الدولية، وكان ذلك بتطبيق برنامج واسع للإصلاحات القانونية والتشريعية وحتى المؤسساتية.

الجولة الخامسة: تم فيها عقد مفاوضات مع الوفد الجزائري عام 2003، صرح على إثرها السيد نور الدين بكروح وزير التجارة آنذاك على أن الجزائر تسعى لأقلمة تشريعاتها مع تلك المطبقة في مختلف دول العالم وذلك بالمصادقة على قوانين الملكية الصناعية وفتح قطاع الخدمات وملاءمة نظامها الجمركي للنظم المعمول بها عالمياً.

الجولة السادسة: في نوفمبر 2003 تم انعقاد من المفاوضات بجنييف بوفد جزائري مكون من 28 عضواً يمثلون الإدارة والقطاعات الاقتصادية ذات أهمية في المنظمة العالمية للتجارة إضافة إلى الشركاء الاجتماعيين برئاسة وزير التجارة آنذاك وقد تضمن جدول الأعمال:

- تأهيل الإطار التشريعي المنظم للتجارة الخارجية.
- محادثات متعددة الأطراف مرتبطة بالفلاحة.

¹ - قويدر عياش، عبد الله إبراهيمي، مرجع سابق الذكر، ص 62

² - عتيقة وصاف، مرجع سابق الذكر، ص ص 257-259.

- التطرق إلى المستجدات المتعلقة بمنع استيراد الخمور من قبل البرلمان الجزائري.

ال الجولة السابعة: من المفاوضات انعقدت بـ 25 جوان 2004 وقد تضمنت هذه المرحلة بحث تطور المفاوضات الثنائية المتعلقة بدخول الجزائر إلى الأسواق العالمية ودراسة تقرير فريق العمل ومدى التقدم الذي أحرز في أجندة التحولات في المنظومة التشريعية الجزائرية¹.

ال الجولة الثامنة والتاسعة: تم عقدها في أكتوبر 2005 بجنيف إلى غاية مطلع 2006 حيث دارت المناقشات حول المقترحات الجزائرية فيما يخص مسألة الحصص والتعريفات الجمركية، وأهم ما ميز هذه المرحلة تقديم الجزائر لعروض مفوضات وهي العروض التعريفية الثالثة المقترحة للمنتجات الفلاحية والرابعة للخدمات تطبيقا لخفض الرسوم الجمركية إلى المستوى المسموح به في المنظمة العالمية للتجارة أي من 0% إلى 20% للقطاع الصناعي، وما بين 0% إلى 25% للقطاع الفلاحي وهذا يبتعد كثيرا عن المدى الذي تطبقه الجزائر والذي يصل إلى 45% وبالتالي يتنافى وقواعد المنظمة التي تنص على مبدأ المعاملة بالمثل الذي يغطي كل الدول المنظمة تحت لوائها².

وفي جانفي 2008 قام الأعضاء بفحص مشروع التقرير الجزائري، حيث يصف هذا التقرير نظام التجارة الخارجية للجزائر بالإضافة إلى التعديلات التي شملته، وما تم تعديله في المؤسسات ذات الطابع القانوني وتكييفها بما يتلاءم وقواعد المنظمة العالمية للتجارة بالإضافة إلى قوانين جديدة فيما يخص الملكية الفكرية وسياسات الأسعار، التعريفات الجمركية، وكذلك فيما يخص استيراد المنتجات الصيدلانية والمشروبات الكحولية³.

ال الجولة العاشرة: تمت في بداية 2009 وتمحورت أسئلة المفاوضات حول سياسة الأسعار وعلى رأسها السعر المزدوج الغاز الطبيعي وحق الاستيراد للأشخاص غير المقيمين وتطبيق الضرائب الداخلية مثل الرسم على القيمة المضافة كما شملت الأسئلة قرار المالية التكميلي لسنة 2006 الذي قضى بحظر استيراد السيارات المستعملة والمسائل المتعلقة بدعم الصادرات، نظام رخص الاستيراد، تدعيم الصناعة وحرية العبور، الصفقات العمومية وما تعلق بانضمام الجزائر للاتفاقية المتعددة الأطراف حول الصفقات العمومية ومن المسائل التي دعت الجزائر للإجابة عليها، حماية المعلومات السرية فيما يخص المواد الصيدلانية والانضمام للاتفاقية المتعددة الأطراف حول تجارة الطيران المدني، المؤسسات التجارية التابعة للدولة ومسألة الخصخصة.

¹ - فريد كورتل، مرجع سابق الذكر، ص 55

² - مولحسان آيات الله، المنظمة العالمية للتجارة وانعكاساتها على قطاع التجارة الخارجية دراسة حالة الجزائر - مصر، أطروحة دكتوراه غير منشورة في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، باتنة، 2010، ص 116.

³ - عتيقة وصاف، مرجع سابق الذكر، ص 258.

وبحسب تصريحات وزارة التجارة فإن هذه المسائل العالقة التي تعود إلى مطلع سنة 2008 تجدد طرحها في اللقاءات الأخيرة التي جمعت المفاوضين الجزائريين بالاتحاد الأوروبي والو.م.أ. نهاية 2013 بداية عام 2014 إلا أن النتائج لم تكن وفقاً لما يتمناه المفاوض الجزائري.

ال الجولة الحادي عشر: وانهقدت في 5 أفريل 2013 وقدم الوفد الجزائري أجوبة دقيقة تخص ملف سعر الغاز في القطاع الصناعي، حيث حملت الوثيقة التزام الحكومة الجزائرية بتطبيق أسعار حرة على الغاز الموجه للصناعات الموجهة للتصدير، وهي النقطة التي ظلت تعرقل تقدم مفاوضات الجزائر مع المنظمة، كما قدمت أجوبة عن دور الدولة في الاقتصاد، والتزامها بتوفير نفس المعاملة للقطاعين العمومي والخاص والكف عن ممارسة قيود غير معلنة في القطاع الخاص المحلي والأجنبي¹.

ال الجولة الثاني عشر: قدمت الجزائر ردود على الأسئلة وخطة عمل ونصوص تشريعية من أجل التقدم في المفاوضات في جولتها الثالثة عشر. ويرتقب أن تعقد الجولة الـ 13 من المفاوضات متعددة الأطراف تحسباً لانضمام الجزائر لمنظمة التجارة العالمية خلال السداسي الجاري حسب ما ذكرته المنظمة في آخر نشرية إخبارية حول مسار الانضمام وهذا على موقعها الإلكتروني.

يرى الباحثون والخبراء المتتبعون أن الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة يشكل خطراً حقيقياً على الجزائر خصوصاً في ظل هشاشة اقتصادها واعتمادها على تصدير النفط وحده تقريباً، بينما يرى آخرون أن الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة بات شراً ولا يمكن تفاديه، وقد سبق وأن حددت الجولة الـ 13 من المفاوضات التي تستعد الجزائر لتلقي ملاحظات وأسئلة البلدان الأعضاء في المنظمة للإجابة عليها، وخلال 12 جولة السابقة عالجت الجزائر حوالي 1933 سؤال مرتبط في المقام الأول بالنظام الاقتصادي، كما عقدت أكثر من 120 اجتماعاً ثنائياً مع حوالي عشرين بلداً، توجت بإبرام ستة اتفاقيات ثنائية مع كوبا والبرازيل والأوروغواي وسويسرا وفنزويلا والأرجنتين.

بالتالي يتضح أن انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة متوقف على مجريات المفاوضات الثنائية ونتائجها وعلى قدرة المفاوض الجزائري ومدى التحكم في تقنيات التفاوض للحصول على حقوق وشروط انضمام متوازنة مع عدم الإفراط في تقديم التنازلات والالتزامات حتى لا يلحق الضرر الكبير باقتصادنا. وتجدد الملاحظة إلى أن المفاوضات الثنائية تعتبر الأكثر تعقيداً وتعطلها يزيد بها تعقيداً، حيث أن الجزائر لم تطلب الانضمام إلى المنظمة عندما كانت هذه الأخيرة تبحث عن تعزيز سلطتها، وإنما انتظرت إلى أن أصبحت المنظمة العالمية للتجارة ذات قوة ناجمة عن زيادة عدد المنضمين إليها وعن تعقد العلاقات التجارية الدولية وظهور التكتلات الاقتصادية القوية أو بصفة عامة العولمة الاقتصادية.

¹ - عتيقة وصاف، مرجع سابق الذكر، ص 260.

2- إجراءات التي اتخذتها الجزائر للتحضير لعملية الانضمام لمنظمة التجارة العالمية:

من أهم الشروط التي تفرضها المنظمة العالمية للتجارة على الدول الراغبة في الانضمام إليها، انتهاز نظام اقتصاد السوق بهدف تحقيق الانفتاح الاقتصادي بالإضافة إلى تفكيك الرسوم الجمركية وتعديل قوانينها وفق القوانين والتشريعات الدولية. وبما أن الجزائر تتفاوض حاليا من أجل الانضمام إلى المنظمة قامت باتخاذ عدة إجراءات، تتمثل أهمها في¹:

أ- تعديل المنظومة القانونية: من أهم التسهيلات التي يمكن تقديمها لتسريع عملية الانضمام هي تعديل المنظومة القانونية الجزائرية وفق القوانين المعمول بها على مستوى المنظمة، وفي هذا الصدد فقد خطت الجزائر خطوة كبيرة في مجال الإصلاح التشريعي بحيث تمت مراجعة قانون التعريف الجمركية، الشيء الذي يسهل في عملية التفاوض وذلك لأهمية التعريف الجمركية في المفاوضات. وهذا التعديل سوف يساعد في تسهيل عملية الاندماج في الاقتصاد العالمي، كما قد يساهم في جلب الاستثمارات الأجنبية إلى الجزائر، ومن هذا المنطلق عملت الجزائر على مثل إصدار أمر رئاسي في أوت 2001 يتضمن قانون الاستثمار، كما صادقت الجزائر على اتفاقية "بيرن" المتعلقة بحماية الأعمال الأدبية والفنية سنة 1997 مما أعطى القوانين الجزائرية مرجعية دولية، وفتح الفضاء الجزائري في المجال الفكري والفني والعلمي على التنظيمات العالمية والقوانين الدولية المنصوص عليها في الاتفاقيات.

من جهة أخرى فقد وقعت الجزائر على الاتفاقية الخاصة بحقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة التي تنص على ضرورة التزام الدول الأعضاء في المنظمة بعدة محاور منها حقوق المؤلف، حماية العلامات التجارية وبراءات الاختراع. وتعتبر هذه الاتفاقية مهمة بالنسبة للدول التي تتفاوض بشأن الانضمام، لذلك يجب على الجزائر أن تعمل على تعديل المزيد من القوانين بما يتناسب ومتطلبات السوق العالمية ويضمن الحقوق الفردية للإبداعات والاختراعات وتسويقها في الجزائر.

ب- التحرير الجزئي للتجارة الخارجية: إن أول إجراء رسمي ملموس بخصوص تحرير التجارة الخارجية جاء به قانون المالية التكميلي لسنة 1990، عندما أعاد الاعتبار لتجار الجملة، حيث سمح باستيراد البضائع لإعادة بيعها، وتم إعفاؤها من إجراءات مراقبة التجارة والصرف.

في سنة 1994 تضمن برنامج الإصلاح الاقتصادي الذي باشرته السلطات آنذاك عدة تدابير لتحرير التجارة الخارجية، حيث تم فتح المجال لزيادة الصادرات وتنويعها، وتمكين القطاع الخاص من الحصول على العملة الصعبة، أدى إلى ظهور عدة متعاملين خواص في التجارة الخارجية، الأمر الذي أدى إلى خفض الاحتكار، وفي إطار برنامج التعديل الهيكلي 1998/1995 تم التركيز على إعادة هيكلة التعريف الجمركية بما

¹ - ناصر دادي عدون، محمد متناوي، مرجع سابق الذكر، ص 70

يتناسب ومستويات الدول المجاورة¹، وجاء قانون المالية لسنة 1996 ببعض التعديلات التي مست التعريف الجمركية لسنة 1992.

ابتداءً من جوان 1996 أصبح نظام التجارة الخارجية خالياً من كل القيود الكمية، كما تم تحرير أسعار العديد من المواد، وتم إلغاء الضوابط على هوامش الربح وتحرير أسعار عدة مواد كالسكر والحبوب بخلاف القمح ابتداءً من منتصف سنة 1995، وفي نهاية سنة 1996 ألغي دعم جميع المواد الغذائية.

من جهة أخرى ورغم الالتحاق بالسوق الأوروبية بواسطة الاتفاق المبرم منذ سنوات، إلا أن هذه الإجراءات التي كانت الجزائر تسعى من ورائها إلى جلب الاستثمارات الخاصة الداخلية والخارجية، لم تر نتائجها المرجوة محققة بالمستوى المطلوب، مع تسجيل تأخر ملحوظ في إجراءات التصحيح الهيكلي للاقتصاد الوطني مثل التأخر في عمليات الخصخصة وتنفيذ المشاريع الاستثمارية على المستوى الوطني.

وهذه الجوانب في الواقع هي نتيجة لعدة أسباب لها علاقة بالظروف الوطنية العامة التي تميزت بها الجزائر منذ عشرية أو أكثر وبجوانب الخاصة بالخطاب السياسي غير الحاسم وغير الواضح أحياناً، وغير المتناسق مع الإجراءات الواقعية بالإضافة إلى:

- ضعف تأطير الجهاز المصرفي والمالي الذي يلعب الدور المحرك للنشاط التنموي وتباطؤ إصلاحه.
- ضعف مستوى الاستثمارات نتيجة عدة جوانب متعلقة بالخطط الاقتصادية، كاليبروقراطية، الوضع الأمني الذي تعرفه البلاد منذ التسعينات.
- النقص الفادح في عرض الإصلاحات الهيكلية على المستوى الوطني خاصة ونقص التنسيق مع المتعاملين الاقتصاديين والشركاء الاجتماعيين، وهو ما أدى إلى عدم فهم هذه الإصلاحات من طرف الشركاء ثم محاولة عرقلتها في التطبيق وهي نتيجة طبيعية لذلك.
- ضعف التنسيق بين الهيئات المعنية بمتابعة الإصلاحات ونتائجها وتضارب في الإحصائيات عنها.
- التأخر الكبير المسجل في التحولات الهيكلية في الاقتصاد عامة والصناعة بصفة خاصة، الجهاز المصرفي وكذا السوق المالية أو البورصة بالإضافة إلى تعثر مشروع الاتحاد المغاربي الذي يمكن أن يفتح فرصاً جد مفيدة للاقتصاد الوطني.

3- الأهداف التي تسعى الجزائر لتحقيقها من هذا الانضمام: تسعى الجزائر لتحقيق مجموعة من الأهداف من وراء الانضمام إلى منظمة التجارة الدولية أهمها ما يلي:

أ- تنويع التجارة: وذلك بتجاوز صفة البلد الأحادي التصدير والمعتمد على المواد الأولية، فليس هناك شك في أن تصدير منتجات الطاقة مثل البترول والغاز والمواد المشتقة سيقضي جزءاً حيوياً من تجارة الجزائر الخارجية

¹ صالح صالح، الآثار المتوقعة لانضمام الجزائر إلى المنظومة العالمية للتجارة، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، العدد الأول، 2001م، ص 65-66.

خلال العشرين أو الثلاثين سنة المقبلة، ومع ذلك يظهر أنه من الأهمية الاستفادة من قوة هذا النشاط الاقتصادي لمضاعفة جسور المبادلات بدلا من التوقع في تخصص دولي ضيق. ومن خلال وجهة النظر هذه يظهر أن القناعة بضرورة تحرير التجارة الدولية تنبع من البحث عن ضرورة تنويع الصادرات على المدى المتوسط والبعيد وبالتالي تنويع الإنتاج¹.

ب- رفع القدرة التنافسية للقطاعات الاقتصادية: قد يؤدي فتح الحدود أمام الشركات والمؤسسات الأجنبية الاقتصادية وزيادة المنافسة إلى إنعاش الاقتصاد الوطني خاصة بعد ربط التعريفات الجمركية عند حد أقصى وحد أدنى، ما يمكن أن يؤثر على المنتجين المحليين وتحسين منتوجاتهم من حيث الجودة، الفعالية والكفاءة والتسيير الجيد من أجل البقاء في السوق وهو ما يساهم في إنعاش وبعث الاقتصاد الوطني.

كما أن ارتفاع حجم وقيمة المبادلات التجارية قد يؤدي إلى احتكاك المنتجات المحلية بالمنتجات الأجنبية وبالتالي الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة والتقنيات المتطورة المستعملة في عملية الإنتاج وزيادة المنافسة التي يمكن أن تستغلها الجزائر كأداة ضغط لإنعاش الاقتصاد الوطني².

ج- تحفيز وتشجيع الاستثمارات: إن تشجيع الاستثمارات وتحفيزها مرتبط بنجاح الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر التي انطلقت في أواخر الثمانينات، وفي هذا الصدد فقد قدمت الجزائر عدة مزايا للمستثمرين سواء المحليين أو الأجانب، حيث أن قانون النقد والقرض 90/10 الصادر سنة 1990 تضمن عدة تحفيزات إلا أنه لم يتم التوصل إلى الهدف المنشود، إذ أن من بين مجموع الملفات المودعة لدى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار والتي بلغ عددها 48 ألف من سنة 1993 حتى سنة 2001، تم تجسيد 10% منها فقط. وبالتالي فإن انضمام الجزائر إلى هذه المنظمة سيفتح لها المجال بمنحها فرصة أكبر لجلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة من خلال استفادتها من الاتفاقية الخاصة بالاستثمارات في مجال التجارة والتي قد تعود باستثمارات مهمة عليها، خاصة مع الاستفادة من اثر الشبكات التي تكونها الشركات متعددة الجنسيات على المستوى الجهوي والدولي وما تمثله من وسائل هامة في تبادل السلع والخدمات، والتكنولوجيا وفي استغلال الهوامش المتوفرة في الربحية ومردودية عوامل الإنتاج بين الدول والتكتلات.

د- الاستفادة من المزايا التي تمنح للدول النامية الأعضاء بالمنظمة: الجزائر كغيرها من الدول النامية تسعى للانضمام بهدف الاستفادة من المزايا التي تمنح لها بصفتها كعضو من جهة، ومن جهة ثانية بصفتها كدولة نامية.

من أهم المزايا التي تمنح للدول النامية الأعضاء هي حماية المنتج الوطني من المنافسة خاصة في المدى القصير وذلك بالسماح لها بالإبقاء على تعريفات جمركية مرتفعة نوعا ما، وكذلك مدة التحرير والتي قد تصل إلى 10

¹ - ورده خزندار، مرجع سابق الذكر، ص ص 30-31.

² - ناصر دادي عدون، محمد متناوي، مرجع سابق الذكر، ص 70.

سنوات بدلا من ستة للدول المتقدمة. وبصفة عامة فقد منحت للدول النامية عند انضمامها إلى هذه المنظمة مجموعة من الامتيازات هدفها بالدرجة الأولى تسهيل التزام الدول النامية بأحكام المنظمة في إطار تحرير التجارة الدولية، كما تعتبر هذه الامتيازات بمثابة حوافز تساعد على إعادة هيكلة اقتصادياتها، وتعديل تشريعاتها وسياساتها التجارية حتى تتلاءم مع الفكر الجديد لتحرير التجارة الدولية.

ثانيا- فرص وتحديات المحتملة لاتفاقية تحرير الخدمات السياحية (الغاتس) على تنمية السياحة المستدامة بالجزائر:

اعتبرت السياحة منذ فترة طويلة محفزا للنمو الاقتصادي والتنمية في الدول الأقل نموا حيث أصبحت مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية لتلك الدول في الآونة الأخيرة محط اهتمام أكبر، لكن إذا نظرنا إلى اتفاقية الغاتس وبنود المتضمنة تحرير الخدمات السياحية فإننا نجد مجموعة من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الدول النامية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، وبالرغم من ذلك نجد بعض التحديات والمعوقات التي تحول دون تحقيقها، ومن خلال هذه النقطة نحاول أن نتطرق إلى هذه المكاسب والتحديات التي تنتج عن انضمام الجزائر لمنظمة التجارة العالمية وتنفيذها لاتفاقية الغاتس على التنمية السياحية المستدامة.

1- الفرص المتوقعة لاتفاقية الغاتس على التنمية السياحية المستدامة في الجزائر: تشير إحصائيات منظمة التجارة العالمية إلى أن إزالة العوائق أمام الخدمات عامة والخدمات السياحية بشكل خاص سيقوي الاقتصاد الوطني من خلال ارتفاع نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الوطني ومعظم هذه الفوائد ستتحقق على شكل ارتفاع النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية الشاملة، كما حدث مع العديد من الدول المنظمة. ويمكن إجمال مكاسب الجزائر من جراء اتفاقية الغاتس وتحرير الخدمات السياحية إلى:

- سيؤدي تحرير الخدمات السياحية بالنظر إلى الموقع الاستراتيجي للجزائر ووجودها على شريط ساحلي يقدر بـ 1200 كم واحتوائها على كم هائل من الآثار القديمة¹، إلى تطوير القدرة الاستيعابية للمنشآت السياحية وتنامي التدفقات السياحية، وهو ما سيدعم مكانة الجزائر كدولة سياحية في السوق السياحي العالمي، وسيؤدي إلى انتعاش السياحة الجزائرية، فقد فتحت عولمة السياحة عالما جديدا للتنمية السياحية كما حدث مع العديد من الدول فبعد فتح حدودها أدى ذلك ارتفاع عدد السواح فيها، لذا فاتفاقية الغاتس هي بمثابة فرصة للجزائر لتحقيق تنميتها السياحية المستدامة.
- تحرير الخدمات السياحية سيحقق تنمية للقطاع السياحي الجزائري من خلال زيادة الاستثمارات السياحية الأجنبية التي تعتبر ضئيلة مقارنة مع مساحة الجزائر وتنوع مناطقها²، وبالتالي توفير الخدمات

¹ - كرم زرومان، التنمية المستدامة في الجزائر من خلال برنامج الانعاش الاقتصادي 2001-2009، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، الجزائر،

عدد 7، 2010، ص 210

² - السعيد قطاني، تحديات وآفاق انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة، مجلة الاقتصاد والإحصاء التطبيقي، الجزائر، المجلد 11، العدد

22، ديسمبر 2014، ص 56.

السياحية وتحسينها على المستوى المحلي بسبب زيادة المنافسة مما يؤدي إلى تطوير القطاع السياحي الجزائري، وهذا سينعكس إيجابيا بدوره على القطاعات الاقتصادية الأخرى.

- إن تحرير التجارة في الخدمات السياحية سوف يساعد على نقل التكنولوجيا السياحية الحديثة والمتطورة للجزائر كما يمكنها من مسايرة التطورات العالمية، كما يؤدي هذا التحرير إلى تحسين المحيط المحلي الذي تعمل فيه الشركات السياحية من جانب السلطات المشرفة عن طريق توفير البنية التحتية من طرق ونظام مالي وغيرها وبالتالي جذب الاستثمارات السياحية ورؤوس الأموال الأجنبية ما يؤدي إلى زيادة الحصة في السوق السياحي وتحسين وتوفير فرص عمل جديدة وبالتالي إمكانية تحقيق تنمية سياحية مستدامة بأرباح كبيرة.

- من مقتضيات اتفاقية الخدمات شفافية الأنظمة وإنشاء مراكز للمعلومات، وينعكس ذلك إيجابا على سوق الخدمات والمنشآت السياحية المحلية من ناحية كفاءة واستقرار السوق نظرا لارتباط قطاع السياحة بالعديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى، لذا فإن تحرير القطاعات الأخرى خاصة القطاع المالي، الاتصالات، والبناء والتشييد، والخدمات العقارية سيساعد على نمو عرض القطاع السياحي وهو ما قامت به العديد من الدول العربية المنظمة للمنظمة من خلال تحرير أنشطة الخدمات وتوفير بنية تحتية ملائمة وخصخصة ومشاركة القطاع الخاص في تقديم خدمات البنية الأساسية كفتح قطاع الاتصالات أمام مشاركة القطاع الخاص ولاسيما في مجال الهواتف النقالة، كما فتحت أيضا بعض الدول العربية الخدمات المصرفية وخدمات التأمين للتواجد التجاري الأجنبي للمنافسة في السوق المحلية هذا وسمحت دول كالإمارات بتأسيس شركات طيران يمتلكها القطاع الخاص والعمل كمنافس لشركات الطيران العام¹، وهو ما ساهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في هذه الدول.

- زيادة كفاءة واستقرار المنتجات السياحية وتحسين مستوى رفاة المستهلك نتيجة انخفاض تكاليف الإنتاج ومن ثم أسعار الخدمات السياحية المقدمة وارتفاع مستوى الجودة نتيجة المنافسة، وسيؤدي فتح سوق الخدمات السياحية للمنشآت الأجنبية إلى توافر الخدمات كما وكيفًا بسبب المنافسة الدولية. ففي الاجتماع الذي عقد تحضيراً لمؤتمر الأمم المتحدة الثالث حول الدول الأدنى نموا عام 2001 اتفق الموفدون على أن الفرص الاقتصادية الثمينة التي جلبها تحرير الخدمات السياحية في العديد من الدول الأدنى نموا، كان أحد السبل بالنسبة للغالبية العظمى من هذه الدول الأقل نموا لزيادة المشاركة في الاقتصاد العالمي وتخفيف حدة الفقر وتحقيق التقدم الاقتصادي-الاجتماعي لكافة شعوبها. فمثلا نجد أن السياحة الآن تمثل أكثر من 70% من صادرات الخدمات في تلك الدول في حين أنها تحتل المرتبة الثالثة بين الصناعات التصديرية الثلاثة الأولى في نصف تلك الدول تقريبا

¹ - وفاء بن سيدي إبراهيم، حوكمة الاستثمار السياحي ودوره في تحقيق التنمية المحلية - الإمارات العربية المتحدة أمودجا، مجلة الناقد للدراسات السياسية، الجزائر، العدد 2، أبريل 2018، ص 232.

مثل جزر المالديف ونيبال فلم تعد السياحة القطاع الاقتصادي المهيمن وحسب بل إنه تم تحقيق معدلات نمو في عدد السواح القادمين والعوائد السياحية أعلى بكثير من المتوسط العالمي وبخاصة في كمبوديا وتنزانيا وأوغندا¹.

• إن اختفاء المعوقات أمام شركات السياحة سيؤدي إلى تحقيق نمواً ملحوظاً في قطاع السياحة ويزيد من تركيز الشركات السياحية على جودة الخدمات. وتتلور إفادة القطاع دولياً ليس فقط في السماح لمنظمي الرحلات السياحية الرئيسيين في العالم وشركات الإدارة الفندقية الضخمة بالتوسع أكثر فأكثر دولياً ولكن أيضاً في فتح آفاق المنافسة أمام الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لم تكن تجد مجالاً كافياً لأعمالها بجانب الشركات الضخمة المحتكرة، فضلاً على أن الشركات الصغيرة التي لم تكن قادرة على التغلب على المعوقات التجارية فإن هذا الوضع سيتغير مع تطبيق أحكام اتفاقية الغاتس التي لا تسمح بالاحتكارات².

• نتيجة لفتح الحدود الجزائرية سيؤدي ذلك لدخول الشركات السياحية العالمية التي أصبحت تساهم في تحقيق التنمية السياحية المستدامة من خلال خلق فرص للعماله وتحسين مستوى الدخل وارتفاع تحسين الإنتاجية، وكذا تنمية المنافسة المحلية بكسر حدة الاحتكار المحلي لبعض الشركات الوطنية وبالتالي زيادة حجم المنافسة بين الشركات السياحية سواء كانت وطنية أم أجنبية. ويكون دخول هذه الشركات عن طريق قيامها بتحالفات إستراتيجية مع شركات سياحية محلية وذلك لتسريع وتسهيل اندماجها في السوق الوطني، وهو ما سيخلق بيئة تنافسية كما حدث مع تحالف الشركات المصرية مع شركات أجنبية كالتحالف بين شركة TUI الألمانية مع شركات ترافكو المصرية والتحالف الذي تم بين شركة L.T.U الفرنسية مع شركة سيتي فيرست المصرية³.

• بالمقارنة مع قطاع الصناعات التحويلية حيث يمكن إنتاج السلع على الصعيد العالمي، تستهلك الخدمات السياحية ويتم إنتاجها على المستوى المحلي وهو ما يعني أن الشركات تؤثر في المنتج السياحي وذلك بتنسيق عملي لديها وتهيئة المحيط العام وهو ما يؤدي إلى تنمية المنطقة، وعلى سبيل المثال إقامة فندقاً كبيراً في منطقة ريفية يتطلب تكاليف تطوير وإدارة المنشأة ورعاية الأحداث المحلية بالإضافة إلى إجراءات تسويق للمنطقة وهو ما يحقق تنمية سياحية للمنطقة.

• سيؤدي تحرير الخدمات السياحية إلى تحول المشاريع السياحية إلى مشاريع سياحية عالمية تخدم في معظم الحالات السوق المحلية كالمشاريع السياحية في الإمارات مثل مشروعات الجزر ومشروع دبي

¹ - ريشارد شاربلي، مرجع سابق الذكر، ص ص 174-175.

² - محي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2008، ص ص 113-114.

³ - مروه فوزي عبد الوارث عبد الهادي، العولمة كنظام عالمي جديد وأثره على الشركات السياحية فئة (أ) على منطقة القاهرة الكبرى، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة المنوفية، مصر، كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات السياحية، 2002، ص ص 54-55.

لاند، مشروع المدينة الضائعة في دبي، مشروع إقامة فندق تحت الماء. فطالما أن السياحة أصبحت معولة فإن الشركات السياحية والوجهات السياحية تعمل الآن في سوق تنافسية عالمية¹ وهو ما يساهم في تحقيق تنمية حقيقية للسياحة في الدول التي تتم فيها المشاريع السياحية.

2- التحديات المحتملة التي يفرضها الالتزام باتفاقية الغاتس على التنمية السياحية المستدامة في الجزائر: إن انفتاح سوق الخدمات السياحية الوطنية لكثير من المنشآت الأجنبية دون أي قيود للوصول إلى العولمة السياحية في الوقت الحالي سيجعل التنمية السياحية المستدامة في الجزائر تواجه العديد من التحديات بغية التكيف مع الأوضاع الجديدة والمنافسة في السوق، ويمكن إبرازها في النقاط التالية:

- عدم اهتمام الشركات السياحية العالمية بمفهوم الاستدامة السياحية نتيجة لبحث هذه الشركات على الربح السريع حيث أن موضوع الاستدامة يركز على المدى الطويل والمؤسسات في هذا المجال لا تراعي ذلك.
- أسهم تحرير التجارة في ارتفاع درجة التكتل والتركز عبر الاندماج في قطاعات السياحة العالمية والاتجاه نحو التكامل الرأسي والأفقي في توزيع خدمات السفر وقطاع الفنادق، وهو ما يزيد من حدة المنافسة أمام المنتجين المحليين، ويضعف من قدرتهم التفاوضية، الأمر الذي قد يؤثر سلبا على استدامة تنمية السياحة الجزائرية².
- تشير الدراسات البحثية أن الآثار الاقتصادية التي ستترتب على اتفاقية الغاتس والتي ستؤثر على الاستثمار السياحي تتجه إلى أن العالم سيتأثر ويستفيد من تحرير التجارة في القطاع السياحي وأن النصيب الأعظم سيكون للدول الصناعية الكبرى وذلك نتيجة³ لسيطرة هذه الدول على سوق السياحة العالمية، فمن حيث الإحصائيات أن الدول المتقدمة تسيطر على الخدمات السياحية بنسبة 71% في حين نجد أن نسبة دول الجنوب لا تتعدى 29%. فشركات السياحة المتعددة الجنسيات تستولي على حصة معتبرة في السوق السياحي الدولي لذا فإن تحرير الخدمات السياحية يعتبر بمثابة فرصة كبيرة لهذه الشركات لغرض سيطرتها على أسواق الدول النامية من خلال ذلك الاحتكار الدولي، فمن حيث الاستثمارات السياحية فنجد على رأس القائمة أن في صناعة الفنادق الولايات المتحدة الأمريكية ب 08 شركات كبرى تليها بريطانيا ب 07 شركات، ثم إسبانيا واليابان بأربعة سلاسل فنادق كبرى.

¹ - كردودي سهام، تفرات يزيد، دور الاستثمار السياحي في تحقيق السياحة المستدامة: دراسة حالة الإمارات العربية المتحدة، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول "السياحة كآلية للتنوع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة، المركز الجامعي بالصفوف، ميلة يومي 31/30 أكتوبر، 2018، ص 15 .

² - عتيقة وصاف، مرجع سابق الذكر، ص 328.

³ - أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2008، ص 260.

- تزايد نفوذ منتجي الخدمات الأجانب في سوق الخدمات السياحية المحلية، نظرا لامتلاكهم كفاءة عالية من إنتاج الخدمات السياحية مقارنة بالمنتجين المحليين في هذه المرحلة وبسبب عدم توافر الخبرات والإمكانات اللازمة للمنافسة عالميا، مما يؤدي في بعض الحالات إلى سيطرة أجنبية على بعض القطاعات السياحية والمرتبطة بها¹.
- إن قيام المشاريع الاستثمارية السياحية يؤثر سلبا على المشاريع السياحية الصغيرة والمتوسطة الحجم فعند اختيار شركة سياحية كبرى موقع أو منطقة للقيام بالاستثمار قد يؤثر على تشغيل الشركات المحلية بعدة طرق مختلفة أو القضاء عليها وذلك بزيادة الضغط على الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال خفض التكاليف من طرف الشركات على المستوى العالمي والوجهات السياحية الجديدة الناشئة.
- توفر دول الشمال وتستقبل 3/4 من السواح في العالم وتحتل المرتبة الأولى عالميا بما أن العولمة هي فتح الحدود أمام التجارة الدولية، فحتى الأزمات الدولية أثرت على التنمية السياحية ففي السنوات القليلة الماضية كان هناك الكثير من الاضطرابات السياسية الاقتصادية في العالم كالأزمة المالية سنة 2008 بالولايات المتحدة الأمريكية وأدى اليورو والمسائل المالية المرتبطة به إلى اضطرابات مالية في أوروبا والربيع العربي في الدول العربية وما صاحبه من اضطرابات وطنية، كل هذا أثر على تنمية السياحة المستدامة، حيث أدى الانكماش الاقتصادي الناجم عن الأزمة المالية في 2008 إلى زيادة معدلات البطالة والذي رافقه انخفاض في القوة الشرائية والتي أثرت على معظم الاقتصاديات الغربية² ما أدى إلى تراجع عدد السواح. كما أثر انخفاض أسعار البترول على العديد من الدول وأدى إلى إتباع سياسة التقشف فيها مما أثر على التنمية السياحية في هذه البلدان كمصر.
- إن التعاون بين الشركات الكبرى السياحية والمحلية يكون فقط لدخول السوق السياحي للبلد بسرعة.
- تتميز السياحة بوجود عدم توازن واضح بين الدول المتقدمة والدول النامية بالنسبة إلى حجم الحركة السياحية (عدد السائحين وعدد الليالي السياحية والإيرادات السياحية) ويعدم التوازن المشار إليه في بعض العوامل مثل:
- ✓ احتجاز بعض الإيرادات السياحية بواسطة منافذ التوزيع المشار إليها في دول المصدر.
- ✓ ضعف المقابل المادي للخدمات السياحية في الدول النامية.
- ✓ المضمون الاستيرادي (الذي يمثل تسربا) في الدول النامية: اللازم للإبقاء على التسهيلات السياحية في حالة خدمة جيدة³.

¹ - المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، تأثير العولمة على السياحة في المملكة العربية السعودية، مرجع سابق الذكر، ص 22.

² - ريتشارد شاريلي، مرجع سابق الذكر، ص 190-192

³ - محي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، مرجع سابق الذكر، ص 112-113.

- جلب العمالة الأجنبية بصورة كبيرة نظراً لطبيعة العمل في قطاع السياحة خصوصاً في مجال الفنادق والمطاعم مما يؤدي إلى تفاقم مشكلة التركيبة السكانية والتأثير السلبي في عملية التوطين في قطاع السياحة وتقليل فرص التوظيف للمواطنين، في ظل مطالب الدول الأخرى بتوفير مرونة في حركة العمالة السياحية وانتقال الأشخاص العاملين بقطاع السياحة¹.

المطلب الثاني: ضعف الاستثمار السياحي في الجزائر

يلعب الاستثمار السياحي دوراً أساسياً في تنمية السياحة المستدامة لما يتيح من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة من جهة وتحقيق التنمية من جهة أخرى، وتبعاً لهذه الأهمية عملت العديد من الدول على التحسين من مناخها الاستثماري لتشجيع الاستثمار السياحي واتباع خطط إستراتيجية وسياسات اقتصادية ومالية واستثمارية متكاملة خاصة في ظل ما يشهده العالم من حركية وديناميكية في انتقال رؤوس الأموال بحرية وتعاضم دور الشركات متعددة الجنسيات وتزايد التكتلات الاقتصادية العالمية والتدويل المتزايد للعلاقات الاقتصادية الدولية، ناهيك عن زيادة التطبيقات الحديثة للتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطور البنية التحتية الرقمية عالمياً.

الجزائر كغيرها من الدول عملت على توفير بيئة استثمارية مناسبة لجلب الاستثمارات المحلية والأجنبية في القطاع السياحية من خلال قيامها بعدد من الإصلاحات الهيكلية بالإضافة إلى جملة من الإجراءات التنظيمية والتشريعية دعمتها بخطط إستراتيجية، ولكن رغم ذلك تشير العديد من التقارير الدولية إلى أن هناك العديد من العراقيل الكبيرة التي تقف أمام جذب الاستثمارات السياحية سواء كانت محلية أو أجنبية هو واحد من أهم التحديات التي يطرحها النظام الاقتصادي العالمي الجديد على الاقتصاديات الوطنية. ومن خلال هذه المطلب سنقوم بمعالجة لأهم أسباب ضعف الاستثمار السياحي ومعوقاته في الجزائر في ظل بيئة عالمية محتدمة المنافسة والصراع كتحدٍ آخر لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

أولاً - بيئة الاستثمار السياحي في الجزائر:

يتمثل الاستثمار السياحي في مجموع ما ينفق في قطاع السياحة كبناء وحدات فندقية وشبه فندقية والمساهمة في تحسين مستوى الهياكل القاعدية (التهئية العمرانية، مؤسسات صرف المياه والطاقة، الهياكل القاعدية الخاصة بالنقل والاتصالات... الخ) وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة لذا يمكن اعتباره كصناعة ثقيلة للخدمات السياحية وتطوره يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية

¹ - عتيقة وصاف، مرجع سابق الذكر، ص 328

للاستثمار إلى جانب قوة المنتج السياحي المعروض وحجم الطلب عليه في سوق السياحة العالمية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بمنتجاتها السياحي¹.

تبنّت الجزائر العديد من القوانين المتعلقة بالاستثمار السياحي بدءاً من سنة 2001 إلى غاية 2016م لتوفر بيئة جاذبة للاستثمارات الوطنية والأجنبية من خلال الحوافز المقدمة كالإعفاءات الضريبية والجمركية، والإعفاء من الرسوم على الاستيراد، وتخفيض أسعار الفوائد البنكية، وما إلى ذلك من تدابير لدعم البيئة الاستثمارية وتطوير فرص الاستثمار. وفي هذا الإطار شهدت قوانين الاستثمار في الجزائر مراجعات وتعديلات في فترات زمنية متعددة كان الهدف منها تحسين المناخ الاستثمار عموماً وبيئة الأعمال على وجه الخصوص، وكان آخر قانون الاستثمار رقم 09-16 المؤرخ في 03 أوت 2016 يتعلق بترقية الاستثمار².

1- الإطار التشريعي للاستثمار السياحي في الجزائر:

أ- **قانون الاستثمار 03-01:** الصادر بتاريخ 20 أوت 2001، ويعتبر هذا القانون الإطار المرجعي للاستثمار في الجزائر قبل سنة حيث حاولت الحكومة الجزائرية من خلال هذا القانون جلب الاستثمارات الأجنبية لإعطاء دفعة قوية للتنمية السياحية فتم بموجب القانون إنشاء صندوقاً لدعم الاستثمار في شكل حساب تخصيص خاص يوجه لتمويل والتكفل بمساهمة الدولة في كافة المزايا الممنوحة للاستثمار لاسيما المنشآت الضرورية لإنجاز الاستثمار، كما تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI بدلا من الوكالة الوطنية المكلفة بترقية ومتابعة الاستثمار APSI، ولقد قدم هذا القانون امتيازات إضافية للمستثمرين المحليين والأجانب وهي كالتالي³:

• النظام العام: وتمثل هذه المزايا فيما يلي:

- تطبيق النسبة المحفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص التجهيزات المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمارات.

- الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة والإعفاء من دفع حقوق رسم نقل الملكية.

• النظام الاستثنائي عند إنجاز الاستثمار: يستفيد المستثمر من المزايا التالية:

- الإعفاء من دفع حقوق نقل الملكية.

¹ - الطيب داودي، عبد الحفيظ مسكين، الاستثمار السياحي في المناطق السياحية دراسة حالة ولاية جيجل، ورقة بحثية مقدمة في المنتدى الدولي بعنوان: الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي تيبازة، يومي 26 / 27 نوفمبر 2014، ص 8.

² - ساعد بوراوي، مرجع سابق الذكر، ص 104

³ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، الأمر رقم 03-01، الصادرة في 2001/08/22، المؤرخ في 20 أوت 2001، العدد 47، ص ص 4-9

- تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها 02%.

أما فيما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال، تكفل الدولة جزئياً أو كلياً بالمصاريف بعد تقييمها من طرف الوكالة كما يلي:

عند انطلاق الأشغال: يتم الإعفاء لمدة عشر سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على الأرباح الشركات ومن الضريبة على الدخل الإجمالي على الإرباح الموزعة ومن الدفع الجزائي ومن الرسم على النشاط المهني. والإعفاء لمدة عشر سنوات ابتداءً من تاريخ الاقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار.

ب- قانون المالية التكميلي لسنة 2009: يعتبر بمثابة نقطة تحول للسياسة الجبائية اتجاه الاستثمار السياحي فقد تم في هذا القانون إعطاء امتيازات عديدة للمستثمرين في المجال السياحي وقد نص هذا القانون على تسعة إجراءات جديدة لفائدة المتعاملين والوكلاء السياحيين، وهي عبارة عن إعفاءات جبائية ومالية وذلك من أجل جعل القطاع السياحي قطاعاً جالباً للاستثمارات.

ج- قانون ترقية الاستثمار لسنة 2016: والصادر بتاريخ 03 أوت 2016، وجاء القانون استجابة للتغيرات الحاصلة في البيئة الاقتصادية في الجزائر وتكريس بعض المزايا الاستثنائية لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية خاصة للاقتصاد الوطني والاستثمارات المولدة لمناصب الشغل. وقد قدم هذا القانون مجموعة من الضمانات الممنوحة للاستثمارات الأجنبية وهي¹:

- مبدأ المعاملة المنصفة والعادلة فيما يخص الحقوق والواجبات المرتبطة باستثماراتهم.
- عدم تطبيق الآثار الناجمة عن مراجعة أو إلغاء هذا القانون بأثر رجعي إلا إذا طلب المستثمر ذلك صراحة.
- التعويض العادل والمنصف في حالة نزع الملكية.
- حق التحكيم والمصالحة عند نشوب نزاع قضائي.
- ضمان تحويل الرأسمال المستثمر والأرباح والعائدات المرتبطة به (الفوائد وأرباح الأسهم).
- استفادة المستثمر الأجنبي من الحقوق المكتسبة قبل صدور هذا القانون.

¹ - ساعد بوارى، مرجع سابق الذكر، ص 108.

2-المزايا والتحفيزات الممنوحة للاستثمار السياحي: وضعت الحكومة الجزائرية مجموعة من الإجراءات والتحفيزات لدعم الاستثمار السياحي وهي تتمثل فيما يلي¹:

- يتكفل صندوق دعم الإستثمارات والترقية ونوعية النشاطات السياحية، بنفقات الترقية السياحية والنفقات الأخرى الخاصة بدعم إنجاز مشاريع استثمارية سياحية.
- تخضع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات بنسبة 19% بينما تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25% من هذه الضريبة.
- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي ينشئها المقاولون الوطنيون أو الأجانب، بإستثناء وكالات السياحة والأسفار، وكذا شركات الإقتصاد المختلط التي تنشط في قطاع السياحة.
- تستفيد الاستثمارات في المشاريع السياحية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال ولايات الجنوب على التوالي من تخفيض ب 3% و 4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية.
- أما عمليات تحديث المؤسسات السياحية والفندقية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال وولايات الجنوب في إطار "مخطط النوعية السياحية"، فتستفيد من تخفيض ب 3% و 4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية.
- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية و الحموية.
- تطبيق النسبة المخفضة ب 7% من الرسم على القيمة المضافة، إلى غاية 31 ديسمبر 2019 فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية وكذا نشاطات المطاعم السياحية المصنفة، والأسفار وتأجير سيارات النقل السياحي.
- الإعفاء من رسم التسجيل بالنسبة لعمليات رفع رأس المال وكذا تأسيس شركات في قطاع السياحة.
- تطبيق النسبة المخفضة للرسم الجمركية فيما يخص اقتناء الأثاث والتجهيزات غير المصنعة محليا التي تدخل في إطار التأهيل طبقا لمخطط نوعية السياحة.
- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة على مستوى الجنوب و الهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الإمتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز المشاريع الإستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر، على التوالي ب 50% و 80%
- توسيع المزايا الممنوحة في إطار الترتيب الخاص بالوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار لفائدة الإستثمارات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية المصنفة.

¹- سعيداني رشيد، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية -دراسة حالة الجزائر-، مجلة البشائر الاقتصادية، الجزائر، المجلد الثالث،

ثانيا - واقع الاستثمار السياحي في الجزائر:

1- تطور الاستثمارات السياحية في الجزائر: يوضح الجدول التالي تطور الاستثمارات السياحية في الجزائر منذ سنة 2000 إلى غاية 2017م.

الجدول رقم (31): تطور الاستثمارات السياحية في الجزائر ما بين 2000-2017م.

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
حجم الاستثمارات السياحية مليار دولار	0.297	0.412	0.628	0.850	1.840	1.640	1.840	2.260	2.080
السنة	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
حجم الاستثمارات السياحية مليار دولار	1.770	1.554	1.664	1.774	1.814	1.991	1.6089	1.961	1.904

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: - إحصائيات وزارة السياحة لعدة سنوات

-World Travel and Tourism Council Data, 2017

من خلال الجدول يتضح ضعف الاستثمارات السياحية في الجزائر حيث أن إجمالي الاستثمارات لم يتجاوز 2 مليارات دولار فحتى لو ارتفعت وبنسبة بطيئة على ما كانت عليه في بداية 2000 حيث كانت تقدر بـ 0.297 مليار دولار لتصل إلى 1.904 في 2017 وهي قيمة ضعيفة مقارنة بالإمكانات والإستراتيجية الموضوعية من طرف الحكومة الجزائرية والتي تؤهلها لجذب استثمارات سياحية ضخمة، وهذا الضعف ما هو إلا نتيجة لعدم جاذبية المناخ الاستثماري في الجزائر.

2- **وضعية المشاريع السياحية في الجزائر:** ومن خلال الإحصائيات المقدمة من وزارة السياحة سنوضح وضعية المشاريع السياحية من 2015 إلى غاية نهاية 2017، ويمكن رصد أربع حالات للمشاريع السياحية في الجزائر وهي:

أ- **المشاريع السياحية المنجزة:** في نهاية سنة 2017 قدر عدد المشاريع المنجزة بـ 107 مشروع من أصل 1800 مشروع سياحي مصرح به لسنة 2017 والجدول التالي يوضح وضعيتها من سنة 2015 إلى 2017.

الجدول رقم (32): وضعية المشاريع السياحية المنجزة ما بين 2015-2017

السنة	مجموع المشاريع		مجموع الأسرة		مناصب الشغل	
	عدد المشاريع	نسبتها	عدددها	نسبتها	عدددها	نسبتها
2015	58	%4.56	4241	-	1951	-
2016	106	%82.76	9846	%32.09	5049	%58.79
2017	107	%0.94	10162	%3.24	4476	%11.35

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، إحصائيات 2017.

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد المشاريع المنجزة من سنة لسنة في ارتفاع بطيء مقارنة بعدد المشاريع المبرجة للانجاز حيث قدرت عدد المشاريع المنجزة في سنة 2015 بـ 58 مشروع بنسبة تقدر

ب 4.56% من إجمالي مشاريع بالغ عددها 1270 مشروعا وفي سنة 2017 بلغ عدد المشاريع المنجزة 107 مشروعا منجزاً من أصل 1800 مشروع مبرمج بنسبة 0.94%
 ب - المشاريع السياحية غير المنطلقة: والجدول التالي يوضح وضعيتها.

الجدول رقم (33): وضعية المشاريع السياحية غير المنطلقة في الجزائر ما بين 2015-2017

السنة	مجموع المشاريع		مجموع الأسرة		مناصب الشغل	
	نسبتها	عدد المشاريع	نسبتها	عددها	نسبتها	عددها
2015	-	607	-	78 813	-	29 074
2016	30,64%	793	33,20%	104 979	35,87%	39 502
2017	17,02%	928	23,49%	129 641	21,04%	47 812

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، إحصائيات 2017.
 في نهاية سنة 2017 قدر عدد المشاريع التي لم تنطلق ب 928 مشروع وتمثل هذه المشاريع حصة مهمة لدعم طاقة الإيواء بحصة تقدر ب 129641 سرير وتوفير 47812 منصب شغل مباشر. ويرجع هذا التأخر في انطلاق هذه المشاريع إلى التأخر المسجل في المصادقة على المخططات الولائية للتهيئة السياحية.
 ج - المشاريع السياحية قيد الانجاز:

الجدول رقم (34): وضعية المشاريع السياحية قيد الانجاز في الجزائر ما بين 2015-2017

السنة	مجموع المشاريع		مجموع الأسرة		مناصب الشغل	
	نسبتها	عدد المشاريع	نسبتها	عددها	نسبتها	عددها
2015	-	504	-	69138	-	28835
2016	15,87%	845	10,89%	76670	13,03%	32592
2017	30,82%	764	32,74%	101772	37,58%	44840

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، إحصائيات 2017.
 في نهاية سنة 2017 قدر عدد المشاريع السياحية ب 1800 مشروع، منها 764 مشروع قيد الانجاز ستسمح هذه المشاريع بدعم الحاضرة الفندقية بحوالي 101772 سرير بنسبة 32.74% من إجمالي الأسرة و 44840 منصب شغل مباشر بنسبة 37.58% وهي مقارنة مع سنة 2015 و 2016 تعتبر مرتفعة حيث قدر عدد المشاريع المنجزة في 2015 ب 504 مشروع منجز من إجمالي 1270 مشروع سياحي مبرمج و 584 مشروع سياحي منجز في 2016.

د- المشاريع السياحية المتوقعة:

الجدول رقم (35): وضعية المشاريع السياحية المتوقعة في الجزائر ما بين 2015-2017

السنة	مجموع المشاريع		مجموع الأسرة		مناصب الشغل	
	نسبتها	عدد المشاريع	نسبتها	عددها	نسبتها	عددها
2015	-	101	-	8 591	-	3 732
2016	17.82%	119	55.94%	13 397	34.06%	5 003
2017	23.53%	147	26.78%	16 985	39.48%	6 978

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، إحصائيات 2017.

من خلال الجدول يتبين أن عدد المشاريع المتوقعة في تزايد مستمر حيث قدر عددها بـ 101 مشروع متوقفاً في 2015، وفي سنة 2017م قدرت عدد المشاريع المتوقعة بـ 147 مشروعاً من إجمالي المشاريع السياحية أي ما نسبته 23.53% وكان مقدر أن تدعم طاقة الإيواء بـ 16.985 سرير وتوفر 6978 منصب شغل وهو راجع للعديد من الأسباب التي عرقل إتمامها والتي سوف نتطرق إليها فيما بعد.

3- وضعية الاستثمارات السياحية الأجنبية في الجزائر: بداية يجب أن نوضح بأنه لا يوجد مشروع سياحي أجنبي مملوك بالكامل للأجانب وذلك حسب قانون الاستثمار الجزائري في المادة 51 من قانون المالية التكميلي لسنة 2009 الذي يعتمد قاعدة 49/51 - أي 51% على الأقل من رأس المال للمستثمر الوطني و49% للمستثمر الأجنبي - لأنه لا يمكن انجاز مشروع أجنبي إلا بشراكة وطنية جزائرية¹.

وشكلت الاستثمارات الأجنبية السياحية نسبة 1.70% من إجمالي الاستثمارات الأجنبية في الجزائر خلال الفترة 2002 إلى 2016، كما بلغ عدد الشركات الأجنبية المستثمرة في القطاع السياحي 8 شركات استثمرت في 14 مشروعاً سياحياً بتكلفة 113772 مليون دينار جزائري بعدد وظائف تقدر بـ 6309 منصب شغل².

ثالثاً - معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر:

هناك العديد من التحديات والعراقيل التي تقف عقبة أمام تدفق الاستثمارات السياحية الأجنبية كانت أو محلية وهو ما يؤدي بالتالي إلى عدم تحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ويمكن إجمالها في:

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، قانون المالية التكميلي لسنة 2009، المادة 58 المنتمة للأمر رقم 03-01 المتعلق بتطوير الاستثمار، العدد 44.

² - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، بيانات التصريح بالاستثمار 2016-2002، تم الاطلاع بتاريخ 2018/06/29، على الساعة: 00:12، من الموقع الإلكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/ar/declaration-d-investissement?id=395>

1- مشكلة العقار السياحي وعدم التحكم في مناطق التوسع السياحي:

إن إشكالية العقار السياحي تعتبر من أهم العراقيل التي تقف أمام المستثمرين في الجزائر وذلك بسبب ندرته ونظرا لتعدد إجراءات الحصول عليه من جهة وارتفاع أسعاره من جهة أخرى¹، وقد كانت هناك عدة تلاعبات وعمليات مضاربة استغلت الثغرات القانونية في هذا المجال وعليه جاء القانون 03/03 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية حيث نصت المادة 20 منه ما يلي: "يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية ويضم الأراضي التابعة للأماكن العمومية والخاصة وتلك التابعة للخواص"².

وكانت هناك تسهيلات في مجال العقار لاسيما على مستوى مناطق التوسع السياحي لتمكين المستثمرين من إنجاز مشاريعهم دون عراقيل، حيث قام وزير السياحة بتوقيع تعليمة خاصة تسمح بتحرير الاستثمار في مناطق التوسع السياحي بداية بـ 130 مشروع و 50 هكتار تضم مشاريع مشتركة وأخرى خاصة ظلت لسنوات حبيسة التدابير التنظيمية والتشريعية السابقة التي حالت دون تجسيدها، وتتيح التدابير الجديدة لجميع المتعاملين الاقتصاديين الخواص لتجسيد استثماراتهم المعطلة على مستوى الوزارة وذلك من خلال تقديم صورة أولية فقط عن مخطط المشروع يتم الموافقة عليه مبدئيا من طرف الوكالة الوطنية لتنمية السياحة ويقوم المستثمرون بعمليات التهيئة ثم يعرض هؤلاء وفقا لسلم يتم تحديده³.

وبخصوص توفير العقار لإنجاز المشاريع الاستثمارية أوضح المدير المركزي لدعم وتقييم المشاريع السياحية بالوزارة بأن الإجراءات الجديدة التي نص عليها قانون المالية التكميلي لسنة 2015 والخاصة بتحديد مواقع إنجاز المشاريع الاستثمارية وفي هذا الإطار تحدد المادة 48 من هذا القانون شروط وكيفيات منح الامتياز على الأراضي التابعة للأماكن الخاصة التابعة للدولة والموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية⁴.

كما يتضمن القانون إجراءات تحفيزية لفائدة المستثمرين للحصول على قطع أراضي داخل أو خارج مناطق التوسع السياحي عن طريق التنازل والقروض الميسرة وتمنح كل الصلاحيات للوالي بتنسيق العمل مع المدراء المكلفين بدراسة ملفات المستثمرين، لتحديد مواقع إنجاز هذه المشاريع خاصة في المجال السياحي وأكد على توفر 205 منطقة للتوسع السياحي على المستوى الوطني مشيرا إلى أن 20 منطقة منها حازت لحد الآن على مخططات تهيئتها و 185 منطقة المتبقية هي حاليا في طور الدراسة.

¹ - جمال قتال، ليلي رشيدة بوطاطب، واقع السياسة الاستراتيجية للاستثمار السياحي في الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، الجزائر، المجلد 07، العدد 05، أكتوبر 2018، ص 37.

² - عبد القادر عوينان، مرجع سابق الذكر، ص 219

³ - الشريف بوفاس، بن خديجة منصف، ترقية المنتج السياحي في الجزائر: الواقع والتحديات، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق أهراس، يومي 22-23 أبريل 2014، ص ص 16-17.

⁴ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المادة 48 من الأمر رقم 01-15، الصادر بتاريخ 2015/07/23، المؤرخ في 07 شوال 1436 الموافق لـ 23 جويلية 2015 الذي يحدد قانون المالية التكميلي لسنة 2015، العدد 40

لقد أسقطت اللجنة المالية والميزانية بالمجلس الشعبي الوطني المادة 53 من مشروع قانون المالية لسنة 2016 والتي نصت على "أن تكون الأراضي التابعة للأملاك الخاصة للدولة الموجهة لإنجاز مشاريع ذات طابع سياحي محل منح امتياز قابل للتحويل إلى تنازل على أساس دفتر الشروط بشرط الإنجاز الفعلي للمشروع مثبت بشهادة مطابقة" حيث أكدت اللجنة أنه لا يوجد أي من البلدان تسمح بتملك أراضٍ عمومية وفي مقدمتها تلك الموجودة على الساحل للخواص.

رغم هذه الإجراءات القانونية إلا أنه تبقى هناك عراقيل حالت دون ترمين مناطق التوسع ومنها: سوء التسيير وعدم دقة الدراسات في المرحلة الأولى المتعلقة بتحديد الموارد السياحية بسبب نقص الإعتمادات المالية الممنوحة لهذا الغرض، تأخر في تحضير مناطق التوسع السياحي وتجهيزها بسبب نقص إمكانيات الدراسات ونتيجة لقوة وحجم إنجاز منشآت الاستقبال إضافة إلى ظهور السكنات الدائمة والنشاطات غير المتوقعة مع الطابع الإيكولوجي لهذه المناطق التي تقلل من قيمتها وغايتها السياحية¹.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك العديد من المشاريع التي جمدت بسبب غياب الأراضي المهيأة ما يمكن أن يؤدي إلى خطر تحويل العديد من المشاريع ذات الأهمية نحو دول أخرى تكون الإجراءات الإدارية فيها أكثر مرونة وأسرع في مواعيد اتخاذ القرارات.

2- إشكالية التمويل البنكي في المجال السياحي:

رغم معالجة مشكلة التمويل في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وذلك من خلال العديد من الإجراءات (سبق وتعرضنا لها في الفصل السابق) كدعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع من خلال نظام مرافقة مالي، مساعدات للتكوين، تشجيع شامل للنوعية، إنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية كإنشاء بنك الاستثمار السياحي²، إذ يكون هذا البنك متخصص في تمويل المشاريع السياحية والفندقية وإمكانه منح قروض استثمارية طويلة الأجل تصل إلى 20 سنة. بالإضافة إلى إبرام وزارة السياحة لعديد من الاتفاقيات مع المؤسسات البنكية من أجل تسهيل منح قروض للمستثمر في القطاع السياحي، إلا أن الحصول على القرض من أجل الاستثمار في القطاع السياحي يبقى من أهم العقبات التي تواجه المستثمرين السياحيين وذلك راجع إلى غياب المؤسسات المالية المتخصصة في تمويل الاستثمارات السياحية، كما يتطلب هذا النوع من الاستثمارات تمويلا كبيرا وطويل المدى وتحجم معظم البنوك على تقديمه للمستثمرين لانعدام الضمانات الكافية لديهم، نضيف إلى ذلك القروض المقدمة في إطار

¹ - الهام يحياوي، ليلي بوحديد، مساهمة الاستثمار السياحي في تطوير مناطق التوسع السياحي بالجزائر، مداخلة مقدمة في الملتقى العلمي الدولي الثاني بعنوان الاستثمار السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، يومي 26-27 نوفمبر 2014، ص 06.

² - الشريف بوفاس، منصف بن خديجة، مرجع سابق الذكر، ص 13.

الاستثمارات السياحية غير المشجعة نظرا لكون الفائدة عليها مماثلة وليست منافسة لباقي القروض الممنوحة لأغراض غير استثمارية¹.

بالإضافة إلى تدني الخدمات المصرفية² حيث يشير تقرير صادر عن البنك الدولي أن الجزائر جاءت في المرتبة 175 عالميا في مؤشر الحصول على القروض وذلك من مجموع 190 اقتصاد شملهم التقرير³ الذي أثر بشكل سلبي على المناخ العام للاستثمار، فبالرغم من إعادة رسملة البنوك وتمتعها بسيولة عالية لفتح القطاع المصرفي أمام الاستثماري الخاص الوطني والأجنبي لا يزال عائق التمويل وتدني جودة الخدمات المصرفية يعد كابح للاستثمار، فالبنوك الجزائرية والمملوكة بنسبة 90% للدولة لا تزال تسير بشكل بيروقراطي ومركزي يتميز بكثرة الإجراءات وطول مدة دراسة طلبات التمويل وكذا المبالغة في المطالبة بالضمانات مقابل الحصول على القروض.

3- البيروقراطية في الإدارة الجزائرية: تقرير الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (CNUCED) يعالج مناخ الاستثمار في الجزائر والذي يصف الإجراءات الإدارية بالرادعة حيث تعم البيروقراطية في كل دواليب الإدارة فالمستثمر الأجنبي كان أو المحلي يواجه العديد من التعقيدات خاصة ما تعلق بالتأخير المسجل في المراحل الأولى لإنجاز المشروع في الحصول على التراخيص الضرورية، استيراد، معدات الإنتاج والوصول إلى الخدمات العمومية كالكهرباء والماء...إلخ.

في تقرير البنك الدولي الخاص بترتيب الدول من حيث سهولة ممارسة الأعمال في مختلف دول العالم لسنة 2018 والذي يحظى بمصداقية عالمية ويقيم النظم والإجراءات السارية المفعول في أكثر من 180 دولة كالحصول على رخصة البناء والشهادات المطابقة، حيث صنفت الجزائر في المراتب 166، فيما جاءت الإمارات العربية المتحدة في المرتبة 21 عالميا والأولى عربيا، بينما احتلت المغرب المرتبة 69 عالميا ومصر المرتبة 128⁴.

4- الفساد الإداري: يعتبر ثالث أكبر العقبات ونتيجة حتمية ومنطقية لتفشي البيروقراطية وما ينجر عنها من كثرة الإجراءات وعدم وضوح اللوائح والتنظيمات الإدارية، ذلك أن المستثمر غالبا ما يكون مجبرا أمام هذا الوضع لدفع رشاي للموظفين الإداريين لاختصار الوقت وتسوية المعاملات. وترتيب الجزائر في مدرجات الفساد لمنظمة الشفافية الدولية في تدهور مستمر في السنوات الأخيرة فحسب تقرير المنظمة لسنة 2016 احتلت المرتبة 108 والذي شمل 167 دولة واحتلت المركز 17 في إفريقيا والعاشر عربيا. ويعود ذلك إلى عدة عوامل أهمها ضخامة الأرصدة المالية المخصصة لمختلف البرامج والخطط التنموية المسطرة لتدارك التأخر

¹ - عبد القادر عوينان، مرجع سابق الذكر، ص 226.

² - ساعد بوراوي، مرجع سابق الذكر، ص 122.

³ - World Bank., **Doing Business 2017: Equal Opportunity for All**. Washington, DC: World Bank. DOI, <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB17-Report.pdf>, p 189

⁴ - World Bank., **Doing Business 2018**, <http://arabic.doingbusiness.org>

المسجل في مختلف جوانب التنمية، هذه البرامج حولت الجزائر لورشة مفتوحة صاحبها استفحال ظاهرة الفساد.

المطلب الثالث: عدم الاستقرار السياسي والأمني وتأثيره على التنمية السياحية المستدامة في الجزائر

إن التنمية السياحية المستدامة اليوم مثلت قاعدته المنتج السياحي من جهة والأمن السياحي من جهة ثانية ورأسه الدخل الوطني، فالعلاقة بين السياحة والأمن والتنمية علاقة قوية فلا تنمية بدون أمن فالاستقرار السياسي والأمني يلعب دورا مهما وذا أثر فعلي على التنمية السياحية المستدامة باعتبار أن السياحة أحد أكثر القطاعات تأثيرا بالأوضاع الأمنية والسياسية السائدة في بلد معين، فتوتر الأوضاع السياسية والأمنية قد يولد العديد من التحديات والصعوبات التي تهدد استقرار القطاع السياحي والاستثمار فيه، وبالتالي يعتبر ذلك عائقاً أمام فاعلية هذا القطاع واستدامته، لاسيما إذا تعلق الأمر بالجانب الأمني الذي يُعتبر القاعدة الأساسية لجلب الاستثمار باعتبار أن الرأسمال يستثمر في مناطق الاستقرار، فشعور المستثمر والسائح بالاطمئنان والاستقرار في الدولة المستقبلية إضافة إلى توفر الخدمات يجعل منهما يتوجهان نحوها، في حين إذا لم يتوفر المعطى الأمني وكثرت فيه التهديدات والمخاطر الأمنية فإن المستثمر لن ينجذب إلى الدولة أو المنطقة المستقبلية نظراً لغياب البعد الأمني.

لذلك تسعى الدول جاهدة إلى تأمين الحماية الكافية للنشاط السياحي من الأعمال الإرهابية والإجرامية التي قد تلحق الضرر أو الأذى ببنائه وأعمدته ومقوماته، مما يجعل الأمن السياحي ضرورة ومطلباً سياسياً واقتصادياً واجتماعياً في عصر يموج بالمتغيرات والتقلبات والأحداث الأمنية¹. وخاصة تحت ظل التداعيات والمخاطر الأمنية وأحداث العنف والإرهاب في الدول العربية وعدم استقرار الأوضاع في منطقة شمال إفريقيا التي أفرزتها بعض الكيانات أو المجموعات الإرهابية في العراق، اليمن، سوريا وليبيا التي أضحت المراكز السياحية فيها عرضة لهجمات هذه الكيانات فظهرت جرائم سياحية في كثير من الدول العربية كمصر وتونس المغرب وغيرها، مما أثر سلباً على الصورة العامة لدول المنطقة العربية والجزائر خاصة، ما أدى ذلك لإفراز تحديات أمام تحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر. ومن خلال هذا المطلب سنحاول توضيح مدى تأثير العامل السياسي والأمني على تحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

¹ - مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي: الجرائم لسياحية، الإرهاب، العولمة، مرجع سابق الذكر، ص 273-288.

أولاً - أهمية الأمن السياحي في حركة السياحة الدولية:

إن الأمن السياحي* يعتبر من أهم عوامل الجذب السياحي في الدولة، فالعلاقة بين الأمن والسياحة علاقة طردية فعندما تكون السياحة في الدولة نشطة وجاذبه للسياح يكون الأمن في تلك الدولة مستقراً ومستتباً، بالإضافة إلى ذلك فإن السياح يحرصون على زيارة الدول التي تتوفر لديها مناخ سياحي آمن يشمل حماية السياح منذ لحظة دخولهم إلى الدولة وخلال فترة إقامتهم وحتى لحظة خروجهم منها كما يشمل الأمن السياحي تأمين المنشآت والمواقع السياحية والأثرية بمختلف أنواعها وبالشكل الذي يناسب طبيعة تلك المنشآت.

يعد الأمن السياحي من بين أهم عناصر النجاح لأي قطاع سياحي في أي دولة ذلك أن أي نشاط سياحي يتطلب ضرورة توافر درجة عالية من الأمن والاستقرار في المواقع والمنشآت السياحية في الدولة التي يقصدها السائح . ومن هذا المنطلق فإن الأمن السياحي له أهمية بالغة الأثر على الاقتصاد والتنمية وهو ما يتضح من خلال استقراء إحصاءات المنظمات الدولية التي تُعنى بالسياحة خصوصاً أن نمو السياحة يتصاعد سنة بعد أخرى، وقد أفاد تقرير المنظمة العالمية للسياحة لعام 2017 أن هناك ارتفاع في عدد الوافدين من السياح الدوليين في عام 2016 بنسبة 3.9% ليصل إلى ما مجموعه 1.235 مليار سائح بزيادة قدرها 46 مليون عن العام السابق، ومن المتوقع أن يصل إلى 1.8 مليار سائح بحلول عام 2030 وفقاً لإحصاءات ودراسات طويلة الأجل¹. ولكن المشكلة حينما نكون في اتجاه عكسي أي حدوث انخفاض أو تباطؤ في هذا النمو بسبب زيادة معدلات الحوادث الأمنية، بحيث تختلف هذه الأخيرة في طريقة تأثيرها على السائح، فبينما يمكن أن يتفهم السائح إمكانية وقوع كارثة طبيعية في وجهة سياحية معينة مثل حدوث زلزال أو بركان، أو مد بحري أو أمطار شديدة أو عواصف وأعاصير باعتبارها ليست من ارتكاب البشر وإن احتمال حدوثها يمكن التنبؤ به، ومنه يمكن تجنب القيام بالسياحة وقت الحدوث، وبعد زوال تلك الكارثة الطبيعية وآثارها يستطيع السياح التوجه إلى الوجهة السياحية، لكن المشكلة إن كانت هناك اختلالات أمنية من صنع البشر فعدم الاستقرار السياسي والإرهاب والجرائم الجنائية، والمعاملة السيئة للسائح ونقص الرقابة الأمنية كلها تجعل السائح يلغي فكرة التوجه لهذا المكان الذي تحدث فيه الاختلالات الأمنية .

بالإضافة إلى القفزات المتنوعة في الجانب الاحترافي للفواعل المهددة للسياحة كالإرهاب الذي يأخذ الصبغة الدولية من خلال اتساع دائرة الدول المتضررة منه، فلقد رصد خلال العقود الثلاث الأخيرة احترافية

* الأمن السياحي: هو مفهوم مركب من كلمتين الأمن والسياحة، ويعني الأمن السياحي توفير الأمن لكل من السائح والمنشآت السياحية، بحيث يشمل أمن السائح أمنه في نفسه وماله وعرضه وحمايته من الجرائم والمضايقات التي يمكن أن تقع عليه، بينما أمن المنشآت الساحة يقصد به أمن المواقع الأثرية والثقافية والدينية والتاريخية السياحية... وغيرها

¹ - unwto tourism highlights, edition 2017, op.ci, p 4

في توجيه الهجمات إلى الأماكن السياحية كال فنادق والمنشآت السياحية ووسائل النقل بغرض تحقيق أكبر قدر لها من الدعاية والإعلام من جهة ومن جهة أخرى فإن هذه الهجمات تؤدي إلى أضرار جسيمة على الاستثمارات السياحية وتقوم بشله¹. ومن الأمثلة المشهورة لتأثير الأعمال الإرهابية على السياحة آثار الاعتداء على برج التجارة العالمية في نيويورك في 11 سبتمبر 2001، حيث انخفض الطلب العالمي على السياحة في الولايات المتحدة بنسبة 7.4% في عام 2001 و 2002، وتسبب في بطالة أكثر من 10 ملايين موظف في مجال السياحة على مستوى العالم، وانخفضت نسبة الأشغال في الفنادق الأمريكية بنسبة أكبر من 50% رغم تخفيض نسبة الأسعار بـ 40% وهو ما أدى إلى تراجع في الاستثمارات السياحية نظراً لتراجع نسبة الفوائد².

نجد أيضاً منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا التي تعتبر منذ أمد طويل نقطة جذب رئيسية للسياح حيث تشكل السياحة فيها مصدراً هاماً للدخل والنمو ففي عام 2017 بلغ عدد السياح 85 مليون سائح بزيادة 5% عن العام الماضي ساهم بما يقدر بـ 110.8 مليار دولار أي ما يمثل 4.5% من الناتج المحلي الإجمالي للمنطقة³، وهو ما يوفر 4.9 مليون وظيفة وما يُعادل 07% من إجمالي العمالة حسب تقارير البنك الدولي، لكن نتيجة للتحركات الاجتماعية الحاصلة في المنطقة وحالة عدم الاستقرار الاقتصادي في أوروبا جعل السياحة تُعاني كثيراً، فلدى التحركات الاجتماعية القدرة على التأثير سلباً على تصورات السائح فيما يتعلق بالسلامة الشخصية وتوافر أماكن الإقامة واحتمال استهدافها وتعطل خطط السفر، حيث تُثبت التقارير بأن عدد السياح القادمين إلى المنطقة انخفض بنسبة 09% إلى 72 مليون في عام 2011 أي بانخفاض قدره 6.6 مليون خلال عام 2010⁴.

تؤثر المشاكل الأمنية، العنف السياسي، الحروب، الانقلابات، الإرهاب والتهديدات الأمنية بشكل كبير على السياحة، فبعد أن عُولِمة السياحة أصبحت حساسة للأزمات الدولية والإقليمية من حروب وأعمال عنف وإرهاب مثلما هي حساسة بالجريمة والفساد والأمراض الفتاكة وغيرها، فمثلاً تعد الحرب أمراً مأسوياً بالنسبة للتنمية السياحية المستدامة، فالنشاط العسكري يُمكن أن يُدمر البنية التحتية ويشل الاستثمار السياحي، فالحرب الأهلية الموجودة في العراق وليبيا وسوريا ولبنان أدت إلى إلحاق الضرر الكبير بالتنمية السياحية المستدامة وشلّت حركة الاستثمار الداخلي والخارجي التي كانت مزدهرة في هذه البلدان.

كما أدى عدم الاستقرار السياسي والتهديدات الأمنية في مصر مثلاً منذ سنة 2010 إلى التأثير سلباً على حركة السياح الدوليين ومنه على العائدات السياحية التي تمثل دوراً حيوياً في الاقتصاد والمجالات الأخرى

¹ - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق الذكر، ص 273-288.

² - United Nation World Tourism Organization Tourism Highlights 2016, Edition 2016, p03.

³ - world travel and tourism council, economic impact 2018 middle east, 2018, p7.

⁴ - علي بن فايز الجنحي وآخرون، مرجع سابق الذكر، ص 178.

بحيث تبلغ نسبتها من الناتج المحلي الإجمالي 7.73%، حيث انخفض عدد السياح الدوليين إلى 5.2 مليون في 2016، وكان هذا الرقم أقل حتى من عدد الوافدين عام 2000 (أنظر الجدول رقم 01)، وانخفضت عائدات السياحة بنسبة -32% أي بما يقدر ب 2.6 مليار دولار¹ (أنظر الجدول رقم 03). ومعظم الوجهات في الشرق الأوسط عانت بشكل مباشر أو غير مباشر من تطورات الأوضاع والتغيرات الاجتماعية والسياسية والأمنية في المنطقة حيث انخفضت في سوريا -14%، تونس -27.3%، لبنان -24%، فلسطين -15% الأردن -13%².

من خلال ما سبق يتضح أن أهمية السياحة تتعاظم مع توفر الأمن، فالسياحة والأمن وجهان لعملة واحدة إذ لا يتصور وجود نشاط سياحي بدون توفر الأمن، وإذا تصورنا أن السياحة هي الجسد فان الأمن هو الروح ولا قيمة لجسد بدون روح. وبالتالي كلما كان الأمن متوفر تعاظم دور السياحة في الاقتصاد الوطني وهو ما جعل السلطات الأمنية للعديد من الدول وخصوصا السياحية منها تضع نصب عينيها تحقيق الأمن السياحي حيث أضحى في أول سلم اهتماماتها الأمنية حيث بدأت تجند له كل الإمكانيات (سواء كانت أجهزة أمنية متخصصة أو بقية أجهزة الأمن) لتوفير الأمن للسائح والسياحة واتخاذ كل الإجراءات والاحتياطات والأساليب العلمية الحديثة لضمان توفير ذلك الأمن. ويعود سبب الاهتمام بالأمن السياحي إلى أن القاعدة الرئيسية في التنمية السياحية المستدامة تؤكد أن توفر كل مقومات وعناصر السياحة تحتفي وتصبح بلا جدوى حال افتقادها للأمن الذي هو عنصر وشرط أساسي لقيام سياحة ناجحة ذات استمرارية ومردود دائم التي من أجلها قامت السياحة على أن الأمن في مجال السياحة لا يقتصر على الإجراءات الأمنية ولا تختص به الأجهزة الأمنية وإنما يمتد بمفهوم شامل تغطي امتداد كل عناصر السياحة.

ثانيا - تأثير المشاكل الأمنية على التنمية السياحية المستدامة في الجزائر:

فيما يتعلق بالوضع الأمني في الجزائر وعلاقته التنمية السياحية المستدامة فيمكننا القول انه لولا الأزمة السياسية والأوضاع الأمنية التي مرت بها الجزائر في نهاية الثمانينيات وتسعينيات القرن الماضي لكان القطاع السياحي الآن من أهم القطاعات الاقتصادية في الجزائر. وهو ما يجعلنا نتساءل الآن ما مدى درجة تحقيق الأمن السياحي في الجزائر؟

بعد أن عرف القطاع السياحي في الجزائر نوعا من الرواج في سبعينات القرن الماضي، أصبح القطاع السياحي ومنذ أواخر الثمانينات وبداية الأزمة السياسية ثم العشرية السوداء في التسعينيات إلى تراجع وتأخر

¹ - صافاش ألباي، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات 2013، منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الاجتماعية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (SERIC)، 2013، ص 21.

² - نفس المرجع، ص 24.

القطاع السياحي مقارنة ببلدان أخرى كمصر والمغرب بسبب العزلة التي فرضت على الجزائر سواء من جانبها من خلال انشغالها بمكافحة الإرهاب أو من جانب دول العالم التي كانت ترى أن عدم الاستقرار الأمني الذي تمر به الجزائر هو انعكاس لفشل سياستها الداخلية على جميع الأصعدة. هذا بالإضافة أنه كرس ثقافة الرفض عند شرائح اجتماعية واسعة لأنواع محددة من الأنشطة السياحية في الجزائر¹.

تظل الهواجس الأمنية خلال مطلع هذا القرن المهم الأكبر للجزائر، حيث أن نهاية العشرية السوداء والقضاء على الجماعات الإرهابية في الداخل ليس وحده ما يهدد الأمن السياحي الجزائري، ففي الآونة الأخيرة ظهرت بعض التداعيات الأمنية والتي في الغالب هي عمليات إرهابية تستهدف الأجانب بمختلف جنسياتهم عامة والسواح الأجانب خاصة ولها بعد ثقافي وحضاري، حيث أن هذه الجماعات الإرهابية المتطرفة تبرر عملياتها بغرض التصدي للتهديد الذي تمثله تصرفات السياح الأجانب التي تمس الحضارة الوطنية والعقيدة الدينية، وتدعمت هذه الفكرة من خلال العمليات الإرهابية، خاصة منذ ثورات الربيع العربي وعدم استقرار الأوضاع الأمنية في منطقة شمال إفريقيا في الدول المجاورة كليبيا ومالي وحتى تنظيم داعش. ما أدى ذلك إلى تهديد الأمن الجزائري، وحسب تقارير أمنية فالتهديد الأكبر للأمن الجزائري يأتي من 4 منظمات إرهابية تنشط في الجزائر أو من خارج الحدود.

منذ نهاية 2011 والجزائر تشهد العديد من العمليات الإرهابية خاصة في الصحراء الجزائرية والتي أثرت على صورة الجزائر دوليا، بداية من عملية اختطاف ضد 4 عمال إغاثة إسبان من مخيم الرابوني في تندوف نهاية عام 2011، وحادثة تيفنتورين التي استهدفت المنشأة الغازية لمركب عين أميناس وتفجيرات استهدفت مطار أمنية في تمنراست وورقلة في عام 2012، وهو ما جعل السياحة الصحراوية تشهد تراجعاً كبيراً بسبب الإجراءات المشددة التي اتخذتها السلطات الجزائرية، نظراً لتدهور الوضع الأمني في هذه المناطق وخصوصاً في الحدود الجزائرية مع مالي نظراً للأزمة الأمنية التي تعرفها مالي، ونتيجة هذه الحالة الأمنية المتردية جعل السياح العرب والأجانب ينفرون من الجزائر قاصدين أماكن أكثر أمناً واستقراراً، ما كان له تأثير سلبي على التنمية السياحية المستدامة، مع العلم أن السياحة الصحراوية تعرف إقبال السياح الأجانب وخاصة من أوروبا لقضاء عطلتهم.

كما أن المشاكل الأمنية في الجزائر لا تقتصر فقط على الإرهاب -والذي هو بالنسبة للمسؤولين عن القطاع السياحي في الجزائر فإنهم يرون أنه خطر منعدم لا يوجد، على غرار العالم بأسره الذي يرى أن هناك تهديد ينبغي مواجهته- بل تضم كذلك جرائم العصابات المنظمة والجرائم العادية مثل الانحرافات المختلفة كالاغتيالات الجسدية والسرقة وغيرها، حيث أصبحت هذه الانحرافات تشكل خطراً كبيراً على المجتمع وبالتالي تهدد القطاع السياحي، وقد يتراجع السياح الوافدين للبلد إذا انعدم الأمن لممتلكاتهم

¹ - عبد القادر عوينان، مرجع سابق الذكر، ص 242

وأنفسهم. وهو ما يفسر انخفاض عدد السياح منذ التسعينات إلى غاية الفترة الحالية. بالإضافة إلى تجنب المستثمرون الأجانب أو محليين الاستثمار في مجال البنية التحتية السياحية.

بالتالي فالمشاكل الأمنية في الجزائر تؤثر على التنمية السياحية المستدامة من خلال عدة نقاط أبرزها:

- وقوع الأحداث الإرهابية والأمنية ستنعكس بالسلب على الاستثمار السياحي لأن رجال الأعمال وأصحاب رؤوس الأموال يتخوفون من الآثار السلبية الناجمة عن الأحداث الأمنية وتداعياتها المختلفة على أموالهم ومشروعاتهم السياحية لمخاطر جسيمة، مما يدفعهم إلى ترك هذا نشاط السياحي والتوجه إلى أنشطة أخرى أكثر أمناً وربحية وهو ما يؤثر بالسلب على الاستثمار السياحي الجزائري.
 - انتشار وزيادة المشاكل والمخاطر الأمنية يعني زيادة تكلفة أمنة التجهيزات السياحية والسياح فبدل أن توجه هذا المبالغ المالية إلى الاستثمار في منشآت وتجهيزات سياحية جديدة بمقاييس عالمية لجذب عدد أكبر للسياح، تُوجه هذه الأموال لأمننة السياحة.
 - التحذير المتواصل لعدة بلدان مثل الولايات المتحدة وكندا وأستراليا وبريطانيا ومواطنيها عدم السفر إلى البلدان التي تعاني من المشاكل الأمنية حتى لا يتعرض هؤلاء للمخاطر كالتعرض للقتل والإصابة والخطف¹، وهو ما يؤثر على التنمية السياحية المستدامة من خلال تراجع عدد السياح والاستثمار السياحي.
 - نتيجة للقفزات المتنوعة في الجانب الاحترافي للفواعل المهددة للسياحة كالإرهاب، فلقد رصد خلال ثلاث العقود الأخيرة احترافية في توجيه الهجمات إلى عناصر الاستثمار السياحي ووسائل النقل بغرض تحقيق أكبر قدر لها من الدعاية والإعلام من جهة، ومن جهة أخرى فإن هذه الهجمات تؤدي إلى أضرار جسيمة لتنمية السياحة وتقوم بشلها.
- يمكن القول في الأخير بان تحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل العولمة لا بُد من أمننتها ووضع خطط واستراتيجيات تركز على كيفية جذب الاستثمارات المحلية والخارجية وحمايتها. ولا يخفى على أحد أن الأمن هو عصب الاستثمار السياحي، والاستثمار السياحي هو عصب التنمية السياحية المستدامة، وبالتالي فرجال الأعمال وأصحاب رؤوس الأموال لا يستثمرون إلا في المناطق الآمنة التي تكفل لهم عائدات وفوائد مالية، والجزائر رغم غناها بالأمكان السياحية الجذابة وتوفر الإمكانيات التي تجعل السياحة فيها رائدة إلا إن افتقارها إلى عنصر الأمن والاستقرار سيظل عائقاً رئيسياً أمام تدفق السياح وتشجيع عملية الاستثمار سواء كان ذلك في الجزائر أو دول أخرى.

¹ - united Nation World Tourism Organization Tourism Highlights 2012, Edition 2012, p12

المبحث الثاني: التحديات التكنولوجية والتنظيمية للتنمية السياحية المستدامة

بما أن التكنولوجيا تعتبر من أهم العوامل الحاسمة لأي عملية نمووية في العالم وبدونها لا يمكن الحديث عن أي تنمية حقيقية ولا يمكن اكتساب الميزة التنافسية التي بواسطتها يتم اقتحام الأسواق الخارجية. فبالكنولوجيا تستطيع الدول أن تتفاعل مع العولمة وتستفيد منها في مدة زمنية قياسية باكتساب المزيد من المعارف العلمية والتقنية. وبما أن السياحة الآن أصبحت منتجا عالميا لذا فإن تطبيق تكنولوجيات المعلومات والاتصال أصبحت أكثر أهمية لبقائها ونموها وخصوصا مع تطبيق مبدأ الاستدامة وخير مثال على ذلك السياحة الإماراتية التي تمكنت في فترة قياسية من تحقيق قفزات كبيرة في التنمية السياحية حقيقية وذلك بتوفيرها لبنية تكنولوجية تحتية متطورة مع إتباع إستراتيجية تخطيطية وسياسة ترويجية للمنتجات السياحية.

فقد أدت العولمة السياحية في جانبها التكنولوجي من خلال الطفرة المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات إلى المساهمة في التنمية السياحية المستدامة من خلال استخدامها للتسويق والترويج للمنتجات السياحية محليا ودوليا حيث نجد أن أكثر من 90% من الشركات السياحية الآن تقوم باستغلالها للتسويق والترويج وهو ما نجده غائبا في الإستراتيجية السياحية الجزائرية وذلك راجع إلى أن التكنولوجيا الجزائرية لا تزال ضعيفة ودون المستوى المطلوب عالميا نضيف إلى ذلك غياب التخطيط السياحي الذي يعتبر هو المنفذ الوحيد الذي يستطيع أن يساعد في تحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، فهو ينظم إدارة الموارد السياحية و يمنع هدر الإمكانيات السياحية، إذ يجب وضع دراسة مستقبلية للقطاع على ألا تكون بعيدة عن الواقع الحقيقي للقطاع وهو ما طرح تحديات أخرى أمام التنمية السياحية المستدامة الجزائرية. لذلك ومن خلال هذا المبحث سنوضح أهم التحديات التنظيمية والتكنولوجية التي تعيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل العولمة السياحية.

المطلب الأول: ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال السياحي.

لا شك أننا نعيش في عصر احتلت فيه الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات مكان الصدارة في اهتمامات قطاعات الأعمال والاقتصاد والخدمات العالمية الدولية، وقد كان قطاع السياحة من أول القطاعات التي ارتبطت ارتباطا وثيقا بالتقدم في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات وخاصة استخدام الإنترنت وشبكات الاتصال والمعلومات باعتبارها قطاع خدماتي غير منظورة. فقد أصبح المنتجون السياحيون يتنافسون في استخدام التقنيات الجديدة في مجال خدمة السياح، وقد اتجه غالبيتهم إلى التركيز على أنظمة إلكترونية (Maps, Digital tourism GDS, Internet, Mobile Internet Digital , CRS) Information، وأصبحت التعاملات الإلكترونية السياحية شرطا مهماً من شروط تقديم خدمة سياحية

تنافسية ذات جودة عالمية، كل ذلك في بيئة تسويقية جديدة ألغيت فيها عنصر المسافة بين المسوقون السياحيون والموزعون السياحيون أو السائح إلى صفر وألغي عنصر الوقت إلى تقريباً 0.05 جزء من الدقيقة¹.

في ظل هذه المنافسة أصبحت الدول تتسابق في الوقت الحالي لتوطين تكنولوجيا المعلومات والاتصال كونها تلعب دوراً فعالاً في تحقيق التنمية السياحية المستدامة ونخص بالذكر الإمارات العربية المتحدة التي خطت خطوات عملاقة في هذا المجال وكذلك العديد من الدول العربية كمصر والمغرب، لذا فإنه لا بد من تبني تطبيقات هذه التكنولوجيا في الترويج لمنتجاتنا السياحية بغية تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر من جهة وعولمتها من جهة أخرى. ونتطرق من خلال هذا المطلب لواقع استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التنمية السياحية المستدامة في الجزائر كما سنتطرق إلى أسباب ضعف استخدامها في تنمية السياحة المستدامة بالجزائر وكيفية تطوير استخدامها لتحقيق تنمية سياحية في ظل التنافس الشديد الذي فرضته عولمة السياحة.

أولاً - واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي الجزائري:

إن قيام سياحة إلكترونية مربوط بقيام التجارة الإلكترونية وبالتالي فإن تطوير وتنمية السياحة المستدامة مربوط بتطوير التسويق والتجارة الإلكترونية، وواقع السياحة الإلكترونية في الجزائر لا تزال بطيئة حيث أن قلة المواقع السياحية المتخصصة في هذا المجال ينعكس على ذلك وأن وجدت مواقع لدى بعض الوكالات السياحية أو الفاعلين في النشاط السياحي فإنها لا تهتم كثيراً بتسويق ورواج منتجاتها فهي تعرض مواعيد لرحلات ووجهات وخدمات أخرى والسبب في ذلك يعود إلى انعدام التعامل الرقمي للتجارة في الجزائر². فحسب ترتيب المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2018 احتلت الجزائر المرتبة 122 في ترتيب الدول من منظور البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلى مستوى شمال إفريقيا جاءت الجزائر في المرتبة الرابعة بعد المغرب ومصر وتونس وهو ترتيب يعكس مدى ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ويفسر إلى حد كبير محدودية انتشار السياحة الإلكترونية في الجزائر، أما مؤشر التطور الرقمي^{*} فقد جاءت الجزائر في فئة "احذر" وهي فئة تتضمن قائمة البلدان التي تفتقر إلى البنى التحتية الرقمية من حيث انتشار ADSL والألياف الضوئية وغياب الدفع الإلكتروني. وحتى مؤشر الجاهزية الشبكية NRI الذي أشار في تقريره سنة

¹ - بوبكر سلال، مرجع سابق الذكر، ص 79.

² - السعيد بن لخضر، صورة شني، مرجع سابق الذكر، ص 244.

* مؤشر التطور الرقمي الذي تم وضعه من سنة 2016 من طرف مدرسة فليشر لجامعة تافنس بالشراكة مع ماستركارد يأخذ نبض الاقتصاد الرقمي من 60 بلد والذي يدخل فيها 100 مؤشر و4 عوامل من بينها البيئة المؤسسية، الابتكار و التغيير. وحسب المنتدى الاقتصادي العالمي فإن هذه النتائج تساعد على "تحديد حالة التطور الرقمي ومستوى الاستثمارات والابتكارات في المجال" لدى البلدان المعنية.

2018 أن التدني والتقهر المتزايد في مجال الاستثمار في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وهذا ما جعلها تحتل المرتبة 117 من أصل 137 دولة¹.

إن واقع الجزائر يشير إلى أن تخلفها في المجالات الرقمية لا يخدم تنميتها السياحية المستدامة وخصوصا في ظل المنافسة الشرسة التي أنتجتها عولمة السياحة فالفجوة الرقمية في الجزائر تبعتها ليس فقط عن الدول المتقدمة بل وحتى عن الدول العربية التي ليست لها مؤهلات الاقتصاد الجزائري وهذه الفجوة الواضحة، ويرجع ذلك إلى أن هذه الأخيرة تفتتت للأهمية القصوى لتكنولوجيات المعلومات والاتصال لتحقيق تنميتها واندماجها أكثر في العولمة السياحية. لكن رغم ذلك لا يمكننا تجاهل الجهود المتعددة التي قامت بها الجزائر نحو إدماج التكنولوجيا الحديثة والاتصال في تنمية السياحة المستدامة من خلال وضع مخططاً لتدعيم استخدام تكنولوجيا المعلومات عبر تفعيل السياحة الإلكترونية من خلال ثلاث مراحل:

- الأولى: ربط إدارات السياحة الوطنية إلكترونيا والتنسيق فيما بينها بشأن عرض المعلومات وإحالة الجزائر إلكترونيا إلى الشركات السياحية التي تعتمد السياحة الإلكترونية كأسلوب تسويقي لعروضها السياحية.
- وتتمثل المرحلة الثانية في إيجاد البنية التي تمكن المؤسسات السياحية في الجزائر من إتمام الصفقات التجارية وتسوية المبالغ المالية المترتبة عليها فضلا عن تمكين السائح من شراء العروض ودفع قيمتها إلكترونيا.
- ويتم في المرحلة الأخيرة تطبيق السياحة الإلكترونية المتكاملة حيث يتمكن القطاع السياحي بأكمله من الاستفادة من خدمات التجارة الإلكترونية في مجال السياحة وإنهاء المعاملات المالية إلكترونيا والتنسيق فيما بينهم علاوة على ربط السياحة الإلكترونية مع بقية الأنشطة التجارية والاقتصادية في البلدان المختلفة وفي هذا الإطار قامت الجزائر بإنشاء موقع للوزارة للتعريف بالمواقع السياحية بالجزائر بالإضافة إلى إنشاء مواقع الكترونية خاصة بمدرجات السياحة في عدد من ولايات الوطن.

الجزائر حاليا لا تتوفر إلا على عدد محدود جدا من المواقع السياحية الإلكترونية وهي لا تساهم إلا بشكل محدود في التعريف بالعرض السياحي وتلبية الطلب المحلي منه. وإذا قمنا بعرض المواقع السياحي في الجزائر على شبكة الانترنت نجد بعضها ينتمي إلى القطاع العام والبعض الآخر ملكا للقطاع الخاص فالموقع الذي أنشأته وزارة السياحة والصناعات التقليدية ويتضمن هذا الموقع على العديد من البيانات الخاصة بالقطاع السياحي في الجزائر وذلك لتعريف الزائر بالمقومات السياحية في الجزائر كما يحتوى على قائمة الشركات

¹-world economic forum, **networked readiness index**, from the site web :

<http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2016/networked-readiness-index/>

السياحية المعتمدة، وفي سنة 2008 قام بعض المصممين الخواص بفتح موقع voyage algerie.com الهدف منه تسهيل المهمة للوكالات التي لا تملك موقع خاص أو لها موقع ولا تستخدم تطبيقات هامة، وذلك مقابل تكاليف أقل، غير أن الإقبال كان محتشما رغم الترويج الذي تم من قبل الوزارة لدعمه أمام الفاعلين في السياحة، في حين أن البعض منهم يدعى عدم ثقته في الانترنت لترويج خدماته ومنتجاته كون أن زبائنه مضمونين وكذا محدودية نشاطاته وخوفا من تكاليف وضرائب إضافية، وأهم الخدمات التي طرحت امام الوكالات السياحية هي توفير التذاكر عبر الخط، قائمة للوكالات المنافسة، قاعدة بيانات لوكالات الحج والعمرة عبر الخط للفنادق غير المصنفة. والبوابة الالكترونية الرائدة المسماة www.algeriantourism.com والتي تعمل على الاتصال والحجز مع مختلف وكالات السفر والخطوط الجوية والفنادق ويعرض كافة المعلومات المتعلقة بالرحلات التي تنظم إلى الأماكن السياحية في الجزائر كما يعرض موقع الديوان الوطني للسياحة www.onat.dz معلومات سياحية حول الأماكن السياحية المصنفة من طرف اليونسكو وغيرها ويحتوي على عناوين لوكالات سياحية جزائرية وغيرها من المؤسسات السياحية في البلاد من فنادق ومطاعم، مخيمات، متاحف وحظائر سياحية، إلا أن الموقع يخلو من الديناميكية والتفاعلية المطلوبة في مثل هذه المواقع ويفتقر إلى الربط بمختلف الفاعلين في قطاع السياحة خصوصا الفنادق ووكالات السفر، ويجد المتصفح لموقع الديوان الوطني الجزائري للسياحة بأنه لا يختلف كثيرا عن سابقه¹.

بالرغم من عدم وجود تطبيقات كثيرة فإن هناك محاولات محتشمة في الجزائر لاستحداث تطبيقات على الهواتف النقالة في الجانب السياحي منها²:

- تطبيق Algeria وهو أول تطبيق في الجزائر يستخدم نظام IOS وهو نظام تشغيل ابتكرته شركة آبل أيفون عام 2007 للهواتف النقالة واللوحات الرقمية بحيث يحوي على أغلب المعلومات حول الجزائر ضمن المحاور الرئيسية التالية: معلومات حول السياحة الجزائرية، مواقع الجذب السياحي، المواقع المعتمدة على الخرائط، الترجمة الفورية للعربية مع اللغات العالمية.
- تطبيق Trip advisor وهو موقع عالمي أدخلت عليه لمسة جزائرية حيث يستخدم تطبيقات متخصصة في السياحة خاصة الإيواء السياحي، يطرح المعلومات التالية: خدمات ومواقع وأسعار الفنادق، النقل بأنواعه في الجزائر، مواقع العطل وسبل الوصول إليها، النشاطات الثقافية والتراثية الموجودة في الجزائر، موقع المطاعم الأقرب ووسائل الترفيه الأخرى.
- تطبيق Algérie guide: وهو يتضمن تطبيقات خاصة للسياح الأجانب القادمين للجزائر يمكن تحميلها بمجرد الوصول الى الجزائر وتتضمن: تطبيقات نفعيه فيها معلومات حول العملة الجزائرية

¹ - إدير معياش، واقع السياحة الالكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات الافريقية، الجزائر، المجلد 3، العدد 5، 2016، ص 103.

² - السعيد بن لخضر، صورة شني، مرجع سابق الذكر، ص 147-149.

ومقارنتها بالعملات العالمية وكيفية التحويل داخل الجزائر، والبطاقات التي يمكن استخدامها للدفع الإلكتروني ومعلومات تسويقية حول المنتجحات الجزائرية، معلومات عن الايواء الفندقية والمستشفيات ووسائل النقل، وتطبيقات الاكتشاف حول المطبخ الجزائري والثقافة والفن الجزائري والعادات والتقاليد والدين الجزائري، وتطبيقات النشاطات فيها أفكار عن كيفية قضاء العطل في الجزائر.

- تطبيق Lonely planet: ويتضمن التطبيقات حول وقت السفر والمناخ، المؤسسات المالية والصرف والبنوك، معلومات أساسية عن الجزائر، معلومات عن البنى التحتية والهياكل.

ثانيا - أسباب ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية السياحة المستدامة بالجزائر:

من خلال عرضنا لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يتضح أن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الخدمات السياحية بالجزائر لازالت بعيدة كل البعد عن اندماجها في الاقتصاد المعولم واستخدامها لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ويرجع ذلك لعدة نقائص ومعوقات تقف أمام اندماجها وعولمتها للسياحة، فما تحوز عليه الجزائر من مقومات لا يؤهلها للقيام بالخدمات الالكترونية السياحية وتطبيقات التجارة الالكترونية وذلك بسبب:

- **عدم القدرة على تحمل التكاليف:** واحد من أهم الأسباب التي أدت إلى ضعف تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي حيث تركت الأوضاع الاقتصادية والقيود المالية المفروضة على القطاع السياحي في الجزائر الكثير من المنشآت السياحية دون تمويل لتلبية احتياجات وإحداث تغيرات تنظيمية على مستوى بنية وهيكله وثقافة المؤسسات والهيئات السياحية التي تكون صعبة وتحتاج إلى وقت لتأمينها وإنجازها ناهيك عن تمويل تكاليف الرقمنة والحوسبة.
- **قلة الخبرة وعدم توفر الموارد البشرية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات السياحية:** نظرا لان الجزائر تفتقر إلى الكفاءات والكوادر المتخصصة والمؤهلة لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي مع نقص الوعي بقيمته وهو ما أدى بالشركات والمؤسسات والهيئات السياحية إلى استخدامها للطرق التقليدية.
- **قلة الأجهزة والمعدات الخاصة بإدخال نظام المعلومات السياحي:** تعاني إدارات مختلف المؤسسات والهيئات السياحية والفندقية في الجزائر من قلة الأجهزة والحواسيب الضرورية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال¹.

¹ - محمد يدو، سمية بخاري، نظام المعلومات السياحي كآلية لترويج الخدمات السياحية: دراسة تحليلية لحالة الجزائر (2000-2025)، مجلة دراسات، الجزائر، العدد 30، جوان 2017، ص 277-278.

- **ضعف البنية التحتية للمعلومات السياحية:** الجزائر كغيرها من دول العالم الثالث تفتقر إلى البنية التحتية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات وإلى سياسات الحوسبة والسياسات الوطنية للمعلومات مما أدى إلى انخفاض مستوى تكيف المعلومات السياحية في القطاع السياحي وفقا لما تمليه الظروف.
- **ضعف البنية التحتية للاتصالات:** رغم قيام الجزائر بداية بتطوير خدمات الانترنت وذلك باختيار العديد من الشركاء الأجانب ومنهم المجموعة الألمانية التي عملت على توظيف أطر التكنولوجيا المعتمدة في أوروبا لتدعيم قدرات الشبكة الجزائرية التي لا تزال تعاني من نقص وهذا ما يساعد على توفير خدمة تتوافق وقدرات الاستعمال الفعال للانترنت، كما عملت مؤسسة اتصالات الجزائر على تدارك التأخير الكبير فيما يخص البنية التحتية للاتصالات ووفرت عمودا فقريا وطنيا من الألياف الضوئية يسمح بالربط بين شمال البلاد وجنوبها لجل تلبية احتياجات كل من مزودي خدمات الانترنت والبنوك والمؤسسات، ويتكون العمود الفقري من الأجزاء التالية:
- ✓ العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته Gbit/s 2.5، وهو عملي منذ سبتمبر 2002.
- ✓ العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته Gbit/s 10، وهو عملي منذ جوان 2004.
- ✓ العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته Gbit/s 5.2، وهو عملي منذ مارس 2005¹

الجدول رقم (36): مستخدمي الانترنت في الجزائر ما بين 2012-2016

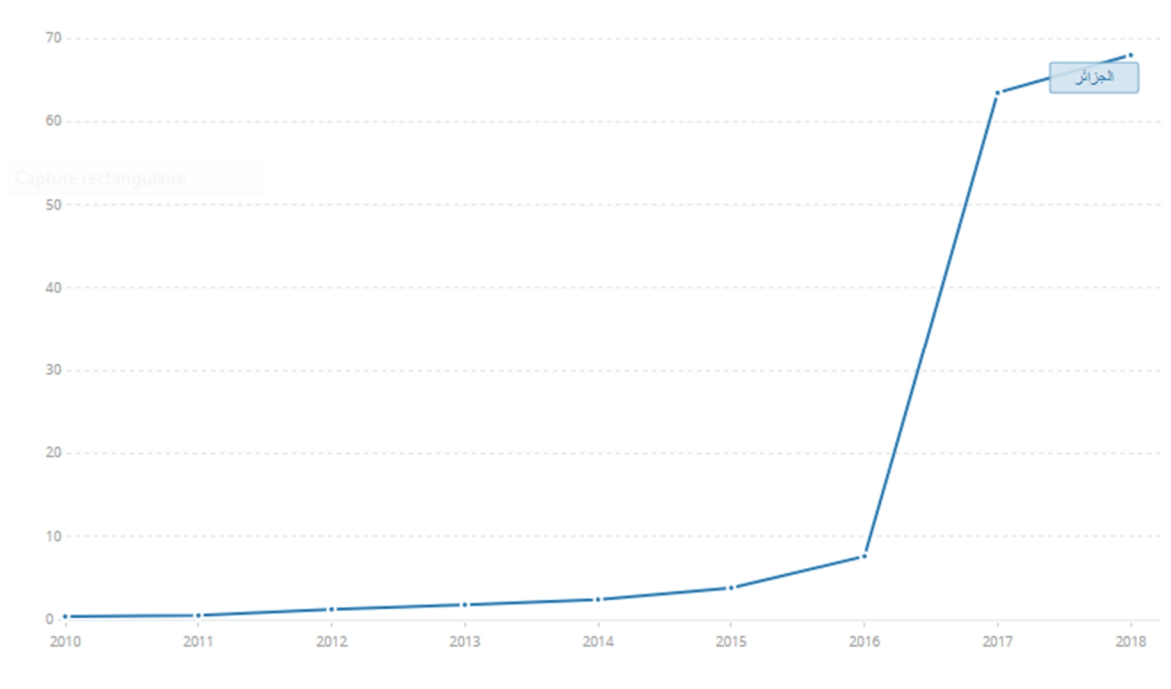
السنة	2012	2013	2014	2015	2016
نسبة مستخدمي الانترنت (% من عدد السكان)	15.23	16.50	25	38.20	-
مستخدمي الانترنت لكل مليون شخص	1.31	1.57	1.98	2.55	3.62

المصدر: مفيدة نادي، تقييم أثر البيئة المستحدثة على نمو القطاع السياحي من أجل تحقيق التنمية السياحية المستدامة -حالي القطاع السياحي في الجزائر-، أطروحة دكتوراه في العلوم، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، 2018/2017، ص 138

يتبين من الجدول أن نسبة استخدام الانترنت ارتفعت من 15.23% سنة 2012 لتصل إلى 38.20% من إجمالي عدد السكان سنة 2015 وعدد مستخدمي الانترنت لكل مليون شخص ارتفع من 1.31 سنة 2012 لتصبح 3.62 سنة 2016 وهي في ارتفاع مستمر. والشكل التالي يوضح استعمالات الانترنت في الجزائر لكل مليون شخص لسنة 2018.

¹ - عباس لحمر، عمار طهرات، واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وسبل اندماجها في الاقتصاد الجديد، مجلة الاقتصاد والمالية، الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2018، ص ص 41-42.

الشكل رقم (16): استعمال الانترنت في الجزائر لكل مليون شخص لسنة 2018



Sources :the world Bank, from the site :

<https://data.worldbank.org/topic/infrastructure?end=2018&locations=DZ&start=2010>

يوضح الشكل أن نسبة مستخدمي الانترنت في الجزائر قد وصلت إلى 67.96% كل مليون شخص سنة 2018 بعد أن كانت النسبة لا تتعدى 1.77% لكل مليون شخص سنة 2013، وقد قدر عدد مشتركي التدفق السريع للانترنت ADSL 830 ألف مشترك و 10 آلاف زبون " إيفيدو " و"ويماكس" وتوسع مؤسسة اتصالات الجزائر إلى الوصول إلى أكبر عدد من المشتركين والزبائن وفي سياق متصل فإن عائدات الانترنت تنمو بنسبة 50% كل سنة الأمر الذي يجسد الجهود التي تبذلها اتصالات الجزائر لتوسيع شبكات الاتصالات وخدمات الانترنت¹.

- غياب الإطار القانوني والتشريعي والأخلاقي والدستوري: المنظم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى ذلك إلى التأثير سلبا على تنمية السياحة في الجزائر.

لتفعيل استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتنمية السياحة المستدامة الجزائرية كان لزاما على الدولة أن تجد منفذا وتنطلق في تدابير جديدة لمواصلة طريق الإصلاحات حيث أبدت اهتماما كبيرا بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال ووضعت الحكومة إستراتيجية للانتقال إلى الحكومة الالكترونية

¹ - عباس لحمر، عمار طهرات، مرجع سابق الذكر، ص 42.

من خلال مشروع الجزائر الالكترونية الذي يندرج ضمن تحديد وتنفيذ رؤية مستقبلية ومقاربة لجعل الاقتصاد الرقمي يؤثر على عملية التنمية بصفة عامة وتنمية السياحة المستدامة كقطاع بديل للموارد النفطية، وكانت تهدف بهذه الإستراتيجية التي تتضمن خطة عمل متماسكة وقوية لتعزيز أداء القطاعات الاقتصادية وخصوصا السياحة، كما أنها تسعى إلى تحسين قدرات البحث والابتكار وإنشاء كوكبات صناعية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثالثا- تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمساهمة في تحقيق التنمية السياحية المستدامة بالجزائر.

يجب على الجزائر لتفعيل تكنولوجيا المعلومات والاتصال السياحي لتحقيق التنمية السياحية المستدامة أن:

- وجود أدنى من استخدام التجارة الالكترونية في المعاملات المختلفة: ويكون ذلك باتخاذ الجزائر لمجموعة من الإجراءات الضرورية لفتح المجال لتطوير التجارة الالكترونية وهي:
- ضرورة الإصلاح المصرفي الجزائري من خلال تحديث وسائل الدفع الالكتروني والتوسع في استخدام بطاقات الائتمان وتعويضها للنقد.
- ضرورة توفير بيئة قانونية وتشريعية ملائمة للتجارة الالكترونية.
- وضع أنظمة فنية لتأمين وضمان سرية التعاملات الالكترونية.
- فتح المجال أمام المستثمرين في مجال التكنولوجيا والاتصالات لتوفير خدمات ذات جودة عالية¹.

وستساهم هذه الإجراءات في نشر استخدام تطبيقات الانترنت والتجارة الالكترونية في المجالات المرتبطة بالسياحة الالكترونية كتذاكر وخدمات الطيران والخدمات الفندقية وشركات النقل وتأجير السيارات والمطاعم السياحية، ويتعلق ذلك باستخدام أنظمة الحجز الآلي من خلال الانترنت وفي حجز وشراء تذاكر الطيران وغرف الفنادق وفي إتاحة خدمات الانترنت سواء أثناء السفر على متن الطائرات أو أثناء إقامة السائح في الفنادق، فعلى سبيل المثال يتيح حجز وشراء تذاكر الطيران الالكترونية من خلال الانترنت حرية أكبر للسائح في تحديد السير الذي يريده ومكان جلوسه ونوع الوجبات الغذائية التي يحصل عليها، كما يتيح

¹ -Sofiane Bensaid, enjeux le e-commerce en algerie – un énorme potentiel à devlopper, DjazairCom, N°13, 2010.

بعض شركات الطيران الكبرى إمكانية تعديل الحجز وتعديل خط السير على التذاكر الالكترونية أو حتى بيعها إلى الآخرين خلال 24 ساعة فقط من تاريخ السفر¹.

- **توافر بيئة ثقافية:** من الضروري لتطبيق السياحة الالكترونية والمعاملات المرتبطة بها - شأنها شأن جهود تطبيق الحكومة الالكترونية - وجود بيئة ثقافية مهيأة لمثل هذا النوع من التعاملات من خلال خلق وعي لدى المجتمع لتقبل فكرة التجارة الالكترونية في المجال السياحي، فعدم المضي في تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السياحة سيلحق ذلك ضرر بالهيئات الحكومية والخاصة التي يقاوم فيها الموظفون الحاليين نظم العمل الجديدة وميكنة الخدمات المقدمة كنتيجة لعدم إلمامهم بالمهارات اللازمة لسوق العمل أو بسبب الإجراءات الروتينية والبيروقراطية المعوقة التي يلعب فيها موظفو الخدمة العامة أدورًا سيادية على من حولهم. وهذا ما يدفع إلى ضرورة بناء إستراتيجية جديدة لهؤلاء الوسطاء التقليديين تؤهلهم للحاق بالسياحة الإلكترونية وذلك من خلال القيام بمحلات تحسيسية والبرامج التدريبية التي تهدف للتوعية بأهمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وارتباط السياحة الالكترونية بها وتزويدهم بالمهارات اللازمة لذلك²، وهو ما يساهم في تنمية السياحة المستدامة بالجزائر.
- تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للاتصال بخدمات الانترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي.
- تشجيع ظهور الوسيط الالكتروني في القطاع السياحي وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الالكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة سواء في مجال الفنادق، خطوط الطيران، وكالات السفر، المرشدين السياحيين وغيرها من قطاعات العمل السياحي ويتم ذلك بالتعاون مع الوسطاء التقليديين في مجال السياحة فكلاهما مكملًا للآخر.
- خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة التي تعتمد في عملها على المواقع الالكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، وتوفير الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع. ويلزم أن يتم تصميم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها وذلك حتى يمكن لها التنافس مع غيرها من المواقع السياحية التنافسية في الدول الأخرى³.

المطلب الثاني: غياب التخطيط والترويج السياحي في سياسة التنمية السياحية المستدامة الجزائرية

¹ - محمد حامدي، شعبان بعبطيش، استخدام السياحة الالكترونية في وكالات السفر دراسة حالة وكالة تيمقاد للسفر - باتنة -، مداخلة

مقدمة في الملتقى الوطني فرص ومخاطر السياحة الداخلية بالجزائر، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ص 7.

² - محمد حامدي، شعبان بعبطيش، نفس المرجع، ص 7.

³ - خالد كواش، نوال قماروي، دور السياحة الالكترونية في تنمية القطاع السياحي في الجزائر بالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، الجزائر، المجلد 01، العدد 28، 2013، ص ص 45-46.

يقوم التخطيط والترويج السياحي بدور هام في تحقيق تنمية سياحية مستدامة فباستخدام التخطيط السياحي الاستراتيجي يكون هناك إدارة رشيدة لتأمين دوام السياحة والتحكم في تأثيراتها على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي والدرارية التامة بتطور أحوال البيئة والاقتصاد والحالة الاجتماعية للمواطنين بالاعتماد على مؤشراتهم لضمان استدامة جودة المنتج السياحي وأسواق السياحة. كما أن الترويج السياحي المتميز والناجح هو الذي يثير رغبة المستهلك ويولد لديه قناعة بأن المنتج السياحي المعلن عنه هو الأفضل في سوق السياحة العالمية ويلبي رغباته المطلوبة، فقد تمتلك الدول العديد من الموارد السياحية كما في الجزائر ولكنها تعاني مشكلة غياب التخطيط والتقصير في الترويج والتسويق لمواردها ومقوماتها السياحية داخليا وخارجيا وهو ما خلق تحدي أمام التنمية السياحية المستدامة الجزائرية.

أولا - غياب التخطيط الاستراتيجي السياحي في الجزائر:

إن التخطيط والتنمية في القطاع السياحي هما وجهان لعملة واحدة ومن أهم الركائز لتحقيق التنمية المستدامة باعتبارهما من الضروريات العلمية لنجاح المشاريع التنموية السياحية وتحقيق أكبر قدر ممكن من المكاسب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المباشرة وغير المباشرة، ولتحقق التطابق والتوافق بين الطلب السياحي والمنتج السياحي المقدم¹ وأيضاً تأمين عمليات التحديث والتطوير للمناطق السياحية والتوسع وإيجاد مناطق سياحية جديدة تتلاءم مع تغير وتطور عمليات التنمية السياحية المستدامة. لذلك من الضرورة الأخذ بالتخطيط العلمي كخطوة أساسية في تحقيق التنمية وذلك لكونه منهجاً علمياً يعتمد على الدراسات العلمية المسبقة وعلى جمع المعلومات والبيانات وعلى الدراسات التحليلية لتحديد الإمكانيات المتوفرة والمطلوبة للنهوض بالنشاط السياحي المعاصر بجميع عناصره وأنماطه، فهو يزود الجهات المسؤولة بالأساليب والإتجاهات العلمية التي تساعد على تحسين أداء عملها وتطويرها بأساليب علمية كما يساعد على توحيد جهود جميع الجهات المسؤولة عن تنمية المناطق السياحية في إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات الصحيحة اللازمة لإدارة النشاط السياحي وتوفير مكاسب اقتصادية واجتماعية لصالح المجتمع مع تأمين استمرار أداء القطاع السياحي عبر حماية البيئة الثقافية المحلية²، كما يلقي الضوء على المشكلات التي تعترض أو يمكن أن تعترض المشروع التنموي مما يحقق في النهاية التنمية السياحية المستدامة.

في ظل بيئة سياحية معولة ونظراً للطلب المتزايد على النشاطات السياحية المتعددة والمتنوعة وتزايد الطلب المحلي والعالمي عليها والمدخولات الاقتصادية الكبيرة منها وتعدد أذواق المستهلكين المحليين والعالميين

¹ - حسين الأمين شريط، فعالية التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، الجزائر، العدد 14، 2015، ص 144

² - قاسم هاشم عقيل، مستوى نتائج التخطيط الشامل والمبرمج للقطاع السياحي في ظل إدارة فعالة، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، العراق، المجلد 17، العدد 1، 2009، ص 89.

استحدثت الدول العديد من الأساليب وابتكرت طرق حديثة في الإنتاج لإرضاء أذواق المستهلكين من خلال اهتمامها بأصول التخطيط وقواعد العمران والتصميم وبشكل يتيح اندماج المباني والبيئة المحيطة بدون مشاكل مصاحبة لها ووفق معايير جودة عالمية لضمان حصولها لعوائد اقتصادية ثابتة لها، وهذا ما لاحظناه في عدد من الدول العربية كالإمارات العربية المتحدة حيث كان حجم القطاع السياحي ضئيلا ولا يساهم في الاقتصاد الوطني إلا بنسب ضعيفة نجده ينمو ويساهم في دعم الدخل الوطني نتيجة وضع تخطيط سياحي استراتيجي قام على تحسين المرافق وسهولة الوصول إلى المناطق السياحية وطرق النقل وتطوير المواقع الجاذبة للسياح وسائر المرافق والخدمات والصناعات المصاحبة لها وهو ما أدى إلى تحقيقها للتنمية السياحية المستدامة.

على غرار ذلك نجد أن القطاع السياحي في الجزائر ورغم امتلاكه للمقومات المتكاملة لقيام السياحة إلا أن الإهمال وغياب الرؤية والخطط التنموية السياحية من قبل القائمين على رسم السياسات الوطنية جعلنا نرى ضياع تام لهذا القطاع والتبديد الكامل لثرواته ولسنين طوال ولا ربما كان القطاع السياحي اليوم سيكون القطاع الثاني بعد القطاع النفطي في الجزائر. ومن بين أهم سمات غياب التخطيط السياحي في الجزائر نجد:

1- عدم استقرار القطاع السياحي على المستوى الرسمي: حيث نجد تعاقب الجهات المشرفة والقائمة على القطاع السياحي من وزارة لأخرى ما أثر ذلك سلبا على الخدمات الأخرى، فمرة نراها تدمج مع وزارة الصناعات التقليدية ومرة مع وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ثم تضم إلى وزارة البيئة والتهيئة الإقليمية ثم يعاد إدماجها من جديد مع قطاع الصناعة التقليدية، بالإضافة إلى تعاقب الإطارات الإدارية التي تفتقر إلى الخبرات العلمية والميدانية في مجال التنمية السياحية المستدامة خصوصا في السنوات الأخيرة حيث نرى كل ستة أشهر أو سنة وزير جديد يت رأس الوزارة بإستراتيجية جديدة وبأهداف جديدة بنمط تسييري جديد وبالتالي عدم وجود استمرارية في التسيير أدى بدوره لتلاشيها إلى ابعاد الحدود. فعدم استقرار الهيئة المشرفة على القطاع السياحي وتشتت الاختصاصات بين الوزارة المختصة بالسياحة وبعض المؤسسات والوزارات الأخرى ذات العلاقة أدى إلى تلاشي دور القطاع إلى ابعاد الحدود علما أن لوضع خطة إستراتيجية سياحية لا بد من أن تمر بالمراحل التالية: المسح الشامل للنشاط السياحي وموارده واتجاهات النمو فيه.

- تحديد الأهداف العامة للنشاط السياحي.
- تحديد الوسائل اللازمة لتنفيذ الأهداف المحددة.
- الإشراف والرقابة على المشروع السياحي لمعرفة جوانب القوة والضعف¹.

2- الدعم المحدود والتركيز على المناطق الشمالية الساحلية: منذ نشأة النشاط السياحي في الجزائر من أواخر الستينات من القرن الماضي والدعم القليل والمحدود للنهوض به حيث كان الدعم المحدود مقتصرًا على المناطق السياحية في المناطق الشمالية الساحلية وفي المدن الكبرى دون المناطق والنشاطات الأخرى بباقي

¹ - عثمان محمد غنيم، التخطيط، أسس ومبادئ، الأردن: دار صفاء، ط1، 1999، ص 161.

أقسام الجزائر هذا من جهة، ومن جهة أخرى فالتنمية السياحية المستدامة تتطلب من القائمين عليها الدعم الكامل لكل مستلزمات الإنتاج السياحي التي تواكب الشروط والالتزامات الدولية والخطط الحديثة للإنتاج السياحي والتي تفتقر الجزائر إليها بالكامل إذ كان الدعم الأكبر دائما للقطاعات الأخرى على حساب القطاع السياحي وإهمال كل متطلباته مما أدى إلى الخسارة الفادحة للقطاع والقطاعات الأخرى دون مراعاة أي شرط من شروط التنمية السياحية، وبالتالي تحجيم دوره حتى الإلغاء، ولو كان هنالك مراعات لتنويع الاستثمارات السياحية والموازنة في تمويلها وعلى مختلف الأشكال لأصبحت هنالك فائدة اقتصادية في دعم اقتصاد الدولة وميزان مدفوعاتها.

كما أن التخطيط السياحي يجب أن يندرج في عدة مستويات منها (الدولي، الوطني، المحلي) ومن الضروري الحرص على تأمين تنسيق الخطوات وعمليات الإنماء المنبثقة عن هذه المستويات المتدرجة في التخطيط للسياحة، ففي كل مستوى يركز على مقومات خاصة به ويقتضي حسن التدبير والتخطيط من الأعلى إلى الأدنى وهذا يقتضي جعل الخطط الأضيق نطاقا تندمج في إطار الخطط الأوسع نطاقا. إن مثل هذا التخطيط يجب أن يندمج في مستوياته وتتكامل خطط التنمية السياحية على مستوى (الإقليم، الولاية البلدية) والقيام بدراسة شاملة تفصيلية لسبل التخطيط والتأثيرات المحتملة على البيئة والمجتمع وثقافته فالتخطيط السياحي يجب أن يأخذ بالحسبان وعلى جميع المستويات والقطاعات والمناطق مايلي:

- اجتناب الهدر الذي تخلقه الازدواجية في بذل الجهود.
 - جعل السياسات والخطط الخاصة بكل مستوى واحدة تعزز الأخرى¹.
- وهو ما نجده غائبا في التخطيط السياحي الجزائري الذي يفتقر إلى هذه المعايير قد أوصلته لهذا المستوى.
- 3- غياب الخبراء والكوادر المختصة بالتخطيط السياحي:** إن غياب المخططين المتخصصين في المجال السياحي وعدم الأخذ بعين الاعتبار الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية وأثرها الإيجابي على الصناعات والقطاعات الأخرى جعلنا نرى بذور الفشل مقدما لهذا القطاع والمشاريع المنفذة والمردودات الاقتصادية لها لا تكاد تذكر أمام الإنفاقات الفعلية لهذه المشاريع ولا تكاد تغطي نفقات تشغيل المشروع السياحي الذي يدل على عدم الاهتمام والاكتراث بالقطاع السياحي وأثاره الإيجابية للاقتصاد ككل، فغياب التخطيط السياحي في السابق كان مبرراً آنذاك هو تمويل هذه المشاريع من قبل الدولة ولا ينظر من ورائها الربح الذي يغطي نفقاتها وهي نظرة متخلفة وغير متكاملة. لكن ما تبريره في الوقت الحالي؟

- 4- غياب نظام معلوماتي وإحصائي سياحي دقيق:** إن عملية التخطيط وتهيئة المواقع السياحية تحتاج إلى توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين التي تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية وهو ما نجده غائبا في النظام المعلوماتي والإحصاء السياحي الجزائري الذي يتصف بعدم الشمول

¹ - قاسم هاشم عقيل، مرجع سابق الذكر، ص 90.

ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية، عدد السائحين موزعا على شهور السنة وعدد الليالي السياحية. وهو ما أكدته المديرية الفرعية للمعلوماتية والإحصائية بوزارة السياحة وأرجعت غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للقائمين بالتخطيط في المجال السياحي مثل توزيع السواح على حسب طريقة الوصول إلى البلد (برا أو بحر، أو جوا). أماكن إقامة السياح (المدن - المصايف - الفنادق - الشقق...). الأماكن التي يزورها السائح، تصنيف السياح حسب السن والجنس وبلد القدوم، تصنيف السياح في الرحلات السريعة أو الترانزيت حسب الجنسية والمدة، استطلاع رأي السياح في الأماكن السياحية إلى قلة وجود اختصاصيين في الجانب الإحصائي بالإضافة إلى عدم قيام المديرية السياحية بالدور المنوط بها فيما يخص الجانب الإحصائي وتأخرها الدائم في مد الوزارة بالمعلومات والإحصائيات اللازمة¹.

إن توفر هذه البيانات والمعلومات يمكن القائمين بالتخطيط وتركيز جهودهم نحو التوسع في إنشاء الفنادق من فئة معينة وتحسين أداء الخدمات فيها من جهة وتطوير الخدمات المرفقة والملحقة بها من جهة أخرى، وكذلك تنمية وتطوير الموارد² والمقومات السياحية الموجودة، كما أن معرفة عدد السياح موزعا طبقا لطريقة الوصول يساعد في تطوير أو دعم طرق النقل ووسائل المواصلات اللازمة من البلد إلى الخارج أو من خارج البلد إلى الأماكن السياحية الموجودة داخل البلد بالإضافة إلى ذلك فإن عدم توفر كتيبات إرشادية وخرائط سياحية كاملة وشاملة تحتوي على مناطق الجذب السياحي القائمة تعتبر جميعها من أهم العوامل السلبية الرئيسية المؤثرة على التخطيط السياحي.

على الهيئة المشرفة على القطاع السياحي أن تكون على معرفة كاملة باتجاهات التنمية السياحية العالمية والتي بإمكانها من خلال ذلك التخطيط للنشاطات السياحية وتنميتها على المستوى العالمي وتحديد اتجاهات النشاط السياحي العالمي على مستوى الدولة بكل مناطقها وتعتبرها قاعدة أساسية في التخطيط لتنمية، لذلك على الإدارات السياحية في الجزائر أن تبدأ من قاعدة الهرم للنهوض من عملية الفشل الذريع للقطاع السياحي الجزائري والذي يجب أن يواكب دعم القطاع الخاص ومشاركته الرئيسة مع إقحام بقية القطاعات الأخرى في البلد لنحصل على تكامل في عملية التنمية الاقتصادية، التي تشمل كل المستويات لكل القطاعات لخلق علاقة وظيفية متكاملة فيما بينها.

كما أن التخطيط للتنمية السياحية المستدامة في ظل نظام عالمي شديد المنافسة يجب أن يكون بالتعاون بين القطاع العام والقطاع الخاص، فالقطاع العام مسؤول عن أمور رسم السياسة والتخطيط السياحي وإجراء الأبحاث ووضع معايير الجودة بالخدمات والمنتجات السياحية المقدمة في المواقع السياحية ومراقبة

¹ - مقابلة مع السيدة فينيش المدير الفرعي للمعلوماتية والإحصائية في وزارة السياحة والصناعات التقليدية، يوم 2018/05/14، على الساعة: 10:26.

² - أسماء محفوظ عمر، سوزان بكري حسن، غادة محمد وفيق، دور التخطيط السياحي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة بمحمية وادي الريان، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، مصر، المجلد الحادي عشر، العدد 1، مارس 2017، ص 3.

تطبيقها وبرامج حماية البيئة وتشجيع التعليم والتدريب السياحي وبعض أقسام التسويق، أما القطاع الخاص فهو مسؤول عن إنشاء وإدارة الفنادق والمنشآت السياحية ووكالات السفر وتنظيم الرحلات وبعض أقسام التسويق الخاصة، ففي المناطق التي تبدأ فيها الحركة السياحية بالنمو يقع على عاتق الدولة المسؤولية الأكبر للنهوض بالحركة السياحية وفق خطة ذات مراحل متعددة

بالإضافة إلى إنشاء بنك للمعلومات على المستوى المحلي حول الإحصاء السياحي إذ يساهم في تحقيق العديد من المزايا للمخططين والمسؤولي القطاع السياحي حيث تسمح بترشيد عملية اتخاذ القرارات وإنجاز المهام والأفعال بطريقة فعالة فبنوك المعلومات تساعد على تخطيط عمليات التنمية السياحية المستدامة، الإدارة اليومية للبرامج، المشروعات والتنبؤ بالأوضاع الطارئة فمن بين أهم أهدافه على المستوى المحلي هو:

- توفير المعلومات الضرورية عن قطاع السياحة.

- تجهيز البيانات المهمة لترشيد القرارات الخاصة بإنجاز مشاريع وبرامج سياحية.

- يساهم في مشاركة المواطنين في تحديد أولويات التنمية السياحية.

- يساهم في تقوم وتطوير برامج التنمية السياحية وبالتالي تطوير أدائها التنموي¹.

ثانيا - افتقار لسياسة الترويج السياحي بالجزائر:

يلعب الترويج السياحي* دورا أساسيا في تحقيق التنمية السياحية من خلال التعريف بالقدرات والمؤهلات السياحية للبلد وتسويق المنتج السياحي الذي يتميز بخصوصية نوعية تتمثل في إجبارية استهلاكه في عين المكان ولا يمكن نقله إلى الخارج كبقية المنتجات الأخرى وهذا ما يفسر أهميته في أي إستراتيجية تنموية في القطاع السياحي. في حين أن إستراتيجية وسياسة الترويج للسياحة الجزائرية تواجه بعض المعوقات. ونتطرق فيما يلي لسياسة الترويج السياحي في الجزائر، أهم معوقات الترويج للجزائر كوجهة سياحية.

¹ حمزة فيلاي، عادل انزارن، نحو تفعيل أداء الجماعات المحلية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث وللدراسات، الجزائر، العدد 02، ص 201-202.

* **الترويج السياحي:** يشمل جميع قنوات توصيل البيانات والمعلومات إلى السائح وذلك عن طريق وكلاء السياحة والسفر وعبر وسائل الإعلام المختلفة كالإذاعة والتلفاز والصحف والمجلات وغيرها. أما الإستراتيجية الترويجية السياحية هي كافة الجهود المباشرة وغير المباشرة التي تسعى إلى تحقيق الأهداف المحددة ضمن الإستراتيجية التسويقية السياحية العامة للبلد المعني أو تخص المواقع وتعلق بمزايا الفندق أو غير ذلك باستعمال المزيج الترويجي أكثر نجاعة، تتصل الوسيلة الترويجية لدى منافذ التوزيع السياحية وصولا إلى المستهلكين أو المستعملين للمنتجات السياحية. كما يقصد بها تلك الجهود التي تبذل بمختلف وسائل الإعلام والاتصالات السمعية والبصرية والشخصية لتوضح الصورة السياحية للدولة وإبرازها أمام المستهلكين السياحيين المرتقبين وجذب انتباههم لزيارة الدولة وشراء المنتج السياحي وذلك باستخدام مختلف وسائل الدعاية كالمصنقات والنشرات الدعائية المتعددة بالإضافة إلى وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية. هذا بالإضافة إلى الاعتماد على العلاقات العامة باعتبارها وسيلة فعالة للاتصال الشخصي بين رجال التسويق السياحي والعملاء السياحيين. وتسمى الدعاية والإعلان والعلاقات العامة بالمركب الترويجي السياحي، فالتنشيط السياحي يلعب دوره الهام كوظيفة من وظائف التموين السياحي في تنشيط الحركة السياحية والتأثير في سلوك المستهلكين السياحيين لزيارة منطقة أو دولة معينة. انظر: Tauran jamelin viviane, **marketing 1^{er} rt 2^{eme} années**, Bréal Rosny, France, 2002, p164

1- أهمية الإستراتيجية الترويجية في تنمية السياحة المستدامة: إن الترويج السياحي بشكل عام يهدف إلى إعلام السائح بوجود البرنامج والخدمة السياحية وإقناعه بضرورة التعامل معها والاستفادة منها، لذا يجب أن يركز الترويج السياحي على خلق البرامج والخدمات السياحية المناسبة بالوقت والكم والمكان والمضامين المناسبة¹.

في هذا الإطار كان قد عبر علم النفس الحديث والعلوم السلوكية عن الدوافع بالحاجات إذ يمكن الاستفادة من ديناميكية هرم ماسلو في تصنيف الحاجات، فالإنسان عندما يسعى لإشباع حاجاته فإن هناك قوة داخلية تحركه، لكنها تكون غامضة وغير محددة ولكي تصبح هذه الحاجات والدوافع رغبات محددة يجب تحريضها أو تحريكها عن طريق الإعلانات أو التسويق السياحي حتى لا يسعى الفرد إلى إشباعها لأنها أصبحت مدرّكة وواضحة بالنسبة له وفي كثير من الأحيان يسعى الإنسان إلى إشباع أكثر من دافع أو حاجة في وقت واحد، كأن يكون جائعًا ويدعو معه بعض أصدقائه للغداء وفي مكان سياحي مطل على بحيرة جميلة فيكون بذلك أرضى حاجات ودوافع عدة مثل الجوع (حاجة فيزيولوجية)، دعوة الأصدقاء (حاجة اجتماعية) المكان السياحي (حاجة تقدير الذات والاحترام) وقد تكون السياحة لإرضاء حاجات مرتبطة بالدوافع الأساسية كالحاجة إلى الترويج عن النفس أو التقليل من الضغوط النفسية الناتجة عن العمل والتخلص من روتين الحياة، ويمكن أن تضاف أيضًا الحاجات المعرفية وحب الإطلاع والفضول وهي مرتبطة بحاجات تأكيد الذات مثل زيارة الآثار والمتاحف وحضور المهرجانات والحفلات². وبناءً عليه تظهر أهمية الترويج السياحي في أنه الدليل المادي للسياحة من خلال وظيفته الأساسية وجوهرها هو التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء كانت طبيعية، أثرية تاريخية، فندقية أو أي قناة من قنوات توصيل البيانات أو المعلومات إلى السائح وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من أفلام وإعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد، وبالتالي فالترويج السياحي صفة لازمة ومحورية في تنمية السياحة المستدامة. ونجد العديد من الدول التي اعتمدت على الترويج لمنتجاتها السياحية داخليًا وخارجيًا كأساس لتنميتها السياحية كالإمارات العربية المتحدة ومصر .

تكمن أهمية الترويج السياحي الجيد في تحقيق التنمية السياحية المستدامة على ثلاث ركائز أساسية:

- أولاً إنه موجه للسائح: أي يجب أن يركز الترويج السياحي على توفير كل الخدمات التي تعمل على تحقيق أعلى درجات الإشباع لحاجات السائح ورغباته الحالية المستقبلية التي تختلف من فئة إلى أخرى ومن سائح إلى آخر فحاجات السياح الجزائريين ورغباتهم تختلف عن الألمانين، والسائح الشاب يختلف في حاجاته ورغباته عن السائح المسن الخ وهنا يكمن دور التسويق في تحقيق ذلك.

¹ - محمود بولصباح، واقع ترويج السياحة الحموية في الجزائر، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الرابع، الجزائر، ديسمبر 2016، ص 84

² - الحاج عيسى سيد أحمد، الإعلان السياحي ودوره في تسويق البلدان السياحية، مداخلة في الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر: الواقع والأفاق، المركز الجامعي البويرة، 2010، ص 8

- الثانية: إنه يعتمد على إرضاء تشكيلة متنوعة ومتبانية من الحاجات والرغبات التي تختلف من حيث النوعية والسعر والموقع ووسائل الترويج وطريقة التعامل والتخاطب فمثلا الاقتراب الزائد من السائح الخليجي أمر عادي أما من السائح الأوربي فهو أمر غير مرغوب فيه.
- الثالثة: إن الترويج السياحي كمفهوم حديث ومتجدد يعتمد على تكاثف جميع الجهود والطاقات ابتداء من جهود السفارة والمحلل السياحي في الخارج مروراً بموظف المطار والمعابر الأخرى والمهجرة والجوازات وحامل الحقائق وسائق التاكسي وصاحب المطعم والفندق والعاملين فيه والمرشد السياحي وصولاً إلى كل مواطن في البلد¹.

2 - وضعية السياسة الترويجية للسياحة في الجزائر:

عن وضعية السياسة الترويجية للسياحة في الجزائر وفي وقت تبذل فيه كل دول العالم أقصى جهودها لجذب السواح، فقد أفاد وزير السياحة والصناعات التقليدية أنّ الأجانب لا يعرفون الجزائر وأنّ الترويج للمقومات السياحية يبقى بعيداً عن اهتمامات وزارته بل أنّها تتفادى هذا المطلب، لأنّ الإمكانيات المتوفرة لا ترقى إلى خدمة أعداد السياح المتوافدين على البلاد ما يحتم استقبال أعداد محتشمة من السياح مقارنة مع الدول المجاورة²، وهو ما يجعلنا نتساءل عن مكانة الإستراتيجية الترويجية في المخطط الوطني للتهيئة السياحية وعن وظيفة الديوان الوطني للسياحة الذي أنشأ منذ 1990 بغرض الترويج للمنتجات السياحية الجزائرية. فمنذ ذلك الوقت والمؤسسة الوطنية تلعب دوراً محتشماً في الترويج للسياحة الجزائرية وعدم فعالية نشاطاته، ويمكن تلخيص أهم نشاطات هذه المؤسسة في المشاركة في عدد محدود من الصالونات المتخصصة في السياحة بالخارج وتنظيم صالون دولي سنوي للسياحة بالجزائر وحتى أنّها تكون أحياناً مشاركة سياسية أكثر منها تجارية وتدخل في إطار التعاون الثنائي مع هذه البلدان حيث تنص الاتفاقيات الثنائية المبرمة معها على تشجيع المتعاملين على المشاركة في التظاهرات والفعاليات السياحية المنظمة في كلتا البلدين، وإلا كيف نفسر مشاركة الجزائر في تظاهرات سياحية منظمة في كل من تونس، مصر الأردن، الإمارات العربية المتحدة ولبنان علماً أنّ كل هذه البلدان لها نفس أهداف الجزائر وهي الحصول على سياح أجانب كما أنّها تكون مكلفة ودون أي فائدة اقتصادية. لكن على العكس من ذلك نجد أنّ هذه الدول تجد الفائدة الاقتصادية والتجارية من المشاركة في هذه التظاهرات السياحية المنظمة في الجزائر لأنه يوجد طلب على المنتج السياحي لهذه الدول لدى المواطن الجزائري فعلى سبيل المثال المنتج السياحي المصري أو التونسي يلقي حالياً رواجاً عند المواطن الجزائري وبالتالي من خلال مشاركة المؤسسات والوكالات السياحية المصرية والتونسية ستقوم بجلب السياح الجزائريين لبلداتهم والمشاركة الجزائرية في هذه الصالونات تبقى رمزية لا أكثر.

¹ - أديب بروهوم، تقوم كفاءة التسويق السياحي في سوريا، مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية والقانونية، سوريا، المجلد 29، العدد 02،

2007، ص 7.

² - محمود بولصباغ، مرجع سابق الذكر، ص 84.

بالرغم من وضع لإستراتيجية لتنمية السياحة المستدامة منذ 2005 تضع من بين أهم أهدافها هو تحسين صورة الجزائر والترويج لها كمقصد سياحي إلا انه وعلى ارض الواقع لا نلاحظ أي تغيير. وعلى هذا تبقى آلية الترويج السياحي نقطة ضعف للسياحة والتنمية السياحية وهذا بالنظر إلى كونها تفتقر لآلية إيصال المعلومة للجمهور المستهدف سواء في الداخل أو في الخارج.

3- معوقات الترويج للسياحة الجزائرية: ويرجع ضعف الترويج السياحي في الجزائر إلى:

- عدم فاعلية الديوان الوطني للسياحة ويرجع ذلك بدرجة أساسية إلى انه مؤسسة وطنية غير ملزمة بالربحية ويتم تخصيص ميزانية سنوية له خلافا للمؤسسات والهيئات الترويجية السياحية في العديد من الدول بحيث يحكمها نظام المؤسسات ذات الطابع التجاري والصناعي التي تفرض عليها تحصيل مواردها المالية من خلال نشاطاتها الترويجية للمنتجات السياحية الخاصة بالشركات السياحية بالإضافة إلى دعم بسيط من الدولة باعتبارها تعمل على تحسين صورة البلد في الخارج. وتقدر قيمة ميزانية الترويج للجزائر بـ 30 مليار سنتيم وأكثر من 50% منها تخصص للمطويات التي تطبع بأخطاء وبشكل غير مدروس رغم أنها وسيلة للتسويق داخليا وخارجيا عبر الجناحات وفي المناسبات علما أن كامل ميزانية الديوان الوطني للسياحة تقارب 45 مليارا منها حوالي 15 مليار لتغطية رواتب العمال ولا تمارس المؤسسات السياحية بما فيها الفنادق أي نشاط ترويجي في الجزائر¹.
- عدم وجود ممثل للسياحة الجزائرية في الخارج للتعريف بمقصد الجزائر والترويج له حيث أنه في السابق كانت توجد أربع تمثيلات في كل من باريس، فرنكفورت، بروكسل وروما واستمر نشاطها إلى نهاية تلك العشرية وتم غلقها بعد ذلك بحجة أن الميثاق الوطني لسنة 1976 يشجع السياحة الداخلية على حساب السياحة الخارجية. تجدر الإشارة إلى أن العديد من الدول فتحت لها ممثليات سياحية في مختلف دول العالم كالمغرب، مصر، الإمارات العربية المتحدة، تونس... وغيرها.
- عدم فعالية المشاركات في الصالونات والمعارض الدولية في الخارج في ظل غياب المعلومات والإستراتيجية للنشاط السياحي ضف على ذلك نوعية المعلومات غير متطابقة مع مقتضيات عرض سياحي ذو نوعية، وتبقى المشاركات الجزائرية في المحافل الدولية شرفية.
- قلة استخدام الجزائر للإعلام والإعلان السياحي وانعدام مختصين أكفاء في هذا المجال بالإضافة إلى عدم اللجوء للمؤسسات السياحية والفندقية على وسائل الإعلام والاتصال للاطلاع على الطرق الترويجية المتبعة من طرف المؤسسات السياحية المنافسة والاستراتيجيات المتبعة من طرف الدول المجاورة رغم تعدد وسائل الاستخبارات وتوفر العديد منها بصفة مجانية عبر شبكة الانترنت.

¹ - محمود بولصباغ، مرجع سابق الذكر، ص 85

- انعدام العلاقات العامة في الواقع السياحي الجزائري ومحدودية الاستعمال في السياحة الجزائرية من قبل الهيئات النشطة في هذا المجال بالرغم من الإمكانيات السياحية المتوفرة لديها، والتي لم تستغل بصفة جيدة.
- غياب دعم إعلامي وتفاعلي من طرف المؤسسات الإعلامية في الجزائر رغم أهمية دورها في صنع صورة ايجابية عن المناطق السياحية الجزائرية بالإضافة إلى عدم التطرق إلى الجزائر كوجهة سياحية في الأدلة السياحية ذات الطابع العالمي على سبيل المثال Hachette-Jaguar.
- ولتفعيل السياسة الترويجية السياحية في الجزائر في عصر الأسواق المفتوحة والمنافسة الشديدة لابد من تنشيط العديد من العوامل وأهمها:
- الاعتماد على الأساليب العلمية في اختيار السياسات التسويقية السياحية لغزو واختراق الأسواق السياحية.
- التواجد الدائم في الأسواق السياحية العالمية والإقليمية وحضور المعارض المحلية والإقليمية والدولية في محاولة لوضع البلاد على خريطة العالم السياحية مع عقد المؤتمرات المتخصصة بكافة أشكالها وألوانها بواسطة المسؤولين عن التنشيط السياحي الخارجي وإقامة الندوات وتصميم وإخراج المطبوعات وتسهيل الأضواء على السياحة ودورها وأهميتها.
- مشاركة شركات الطيران ووكلاء السفر والسياحة والمؤسسات الفندقية والسياحية في الممارسة التسويقية
- فتح الممثلات السياحية في العديد من دول العالم للترويج للسياحة الجزائرية.
- الاهتمام باستخدام الوسائل المختلفة للتنشيط السياحي بداية بـ:
 - الاهتمام بالاتصال الشخصي كأحد أساليب الترويج لما فيه من تأثير واضح ومتميز على سلوك وتصرف السائح ومن خلال الاتصال الشخصي معرفة حاجات السائح والعمل على إشباع تلك الحاجات، فالإتصال الشخصي يعتبر من أفضل وأحسن وسائل المزيج الترويجي لإثارة الرغبة لدى السائح والحصول على الخدمات السياحية وذلك لما تتصف به عملية الاتصال الشخصي من سرعة تزويد السائحين بالمعلومات والبيانات¹.
 - الدعاية والإعلان والإعلام السياحي من خلال بث المعلومات والأنباء المهمة حول السياحة والمنتجات السياحية الجزائرية في إحدى وسائل النشر المقروءة أو المسموعة أو المرئية
 - تنشيط العلاقات العامة في السياحة وخلق حلقة اتصال لتقوية وتنمية علاقات المهتمين والمتفاعلين بالسياحة في بلد ما أو بلدين أو أكثر عن طريق²:

¹ - خلود وليد العكيلي، دراسة ميدانية لعينة فنادق في محافظة اربيل وبغداد والنجف، مجلة الإدارة والاقتصاد، العراق، العدد السابع والثمانون، 2011، ص120.

² - محمود بولصباغ، مرجع سابق الذكر، ص 89.

- ✓ دعوة الشخصيات التي تحوز قوة توجيه الرأي مثل الكتاب السياحيين والصحفيين وأصحاب وكالات السفر... لينقلوا عن تلك الأماكن
- ✓ السياحة في وسائل الإعلام المختلفة.
- ✓ طبع الكتيبات والنشرات الدورية وعقد الندوات والمؤتمرات وعرض الأفلام التسجيلية والأنشطة الإعلامية المختلفة لتنمية الوعي السياحي لدى المواطنين.
- ✓ إقامة علاقات الودّ والصدقة مع رجال الإعلام والصحافة.
- ✓ توثيق الصلة بالجمهير الخارجية الأخرى.
- ✓ متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة عن النشاط السياحي وتحليله وتقديم التوصيات للجهة المختصة بالترويج للسياحة الجزائرية.
- ✓ بحث شكاوي السياح والمتعاملين مع المنشأة ومحاولة إزالة أسبابها.

المطلب الثالث: واقع الموارد البشرية السياحية.

لطالما كانت الموارد البشرية أحد أهم القضايا الاقتصادية المعاصرة التي تساهم في تحقيق التنمية خاصة مع التغيرات التي شهدتها العالم على جميع الأصعدة فقد كان للعولمة الاقتصادية والعولمة السياحية وعولمة المؤسسات تأثير كبير على الموارد البشرية في قطاع السياحة فمن خلال التغيرات التنظيمية والمرفقة بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا بتطور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في العالم التي أصبحت تدمج منطقاً جديداً مرتكز على مقارنة الكفاءات ومن جهة أخرى فإن اتساع حقل التنافسية العالمية في قطاع السياحة دفع الدول للتفكير بجدية حول الطريقة التي يمكن بها للموارد البشرية أن تواكب القطار السريع للعولمة السياحية هذا إذا كانت تريد أن تحتل الصدارة بين المؤسسات والشركات السياحية والفندقية الدولية وبما أن القطاع السياحي يتميز بأنه قطاع خدماتي فإن العنصر البشري يحتل مكانة وأهمية كبيرة في تنمية السياحة المستدامة¹ باعتبار أن نجاح تقديم الخدمة يضمن نصف رضا الزبون.

بالتالي فتوفر المورد البشري الماهر والمؤهل المناسب للعمل في مجالات السياحة والضيافة أحد أهم التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة في الدول النامية والجزائر كبلد سائر في طريق النمو وكبقية دول العالم تبحث عن مكانة لها بين الدول التي تهتم بالقطاع السياحي وتحاول تحقيق تنمية سياحية مستدامة من خلال المخططات الاقتصادية قبل الألفية الثانية بالاعتماد على إستراتيجية ترويج سياحية فعالة وعصرية مبنية على برامج تكوينية للموارد البشرية التي تتكفل بالترويج والتسويق السياحي حتى يتم الوصول إلى السائح بشكل مباشر وفعال مما يسمح بتلبية حاجاته وتوقعاته. ويعد تأهيل وتكوين الموارد البشرية في مجال السياحة أحد الركائز الأساسية لإستراتيجية التهيئة لتطوير السياحة الوطنية. ومن خلال هذا المطلب نجد من الضرورة

¹ - فاتح مجاهدي، عبد الرحيم زديوي، تبني التخطيط التسويقي كأداة لتنشيط قطاع السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال

أن نوضح واقع العنصر البشري والكفاءات في القطاع السياحي بالجزائر في ظل تحديات ورهانات العولمة السياحية ثم تبيان التحديات التي يجب تخطيطها لتوفير الموارد البشرية المؤهلة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

أولا - مكانة الموارد البشرية في التنمية السياحية المستدامة:

يعد الإنسان الثروة الحقيقية لأي مجتمع إذا أحسن تكوينه وتأهيله وأخذ فرصته الحقيقية فإنه يبدع لكون الإنسان هو المنتج وهو المستهلك لذلك فالعنصر البشري يمثل أساس عملية التنمية السياحية المستدامة فهو العنصر المتحكم فيها ولا يمكن أن يكون هناك تنمية سياحية مستدامة بدون موارد بشرية مؤهلة فمواكبة التطور السريع في المعرفة والتقنية السياحية الحديثة احد عوامل نجاح التنمية السياحية المستدامة¹.

قد أشار أحمد محمد الشمسي إلى أن محور التنمية هو المورد البشري باعتبار أنه القادر على استيعاب مجمل المتغيرات، فنجد أن الدول المتقدمة تمكنت من بناء سوق سياحية هائلة من خلال إيجاد بنية فوقية وتحتية فبرزت إلى الوجود سلاسل الفنادق الدولية العملاقة وشركات الإطعام والمنتجعات المنتشرة في البلدان... إلخ² وكل ذلك من خلال مسألة التكوين والتعليم السياحي والفندقي التي تعد في غاية الأهمية لإعطاء سوق العمل يد عاملة مدربة ومؤهلة ولإكساب العاملين المهارات الأدائية³.

في هذا الإطار كان قد أشار العديد من الباحثين في المجال السياحي إلى أن التعليم والتكوين السياحي والفندقي يعد نقطة البداية للعمل الناضج في مجال السياحة ولذلك تحاول الجامعات والمعاهد السياحية تطوير برامجها بهدف جذب أعداد من الطلبة وهنا يبرز دور السياحي في إعداد وخلق القوى البشرية المدربة والمؤهلة والقادرة على المنافسة في الأسواق السياحية الإقليمية والعالمية، ويكون بذلك قد ساهم في تنمية تحقيق تنمية سياحية مستدامة حقيقية فمثلا هناك دول مثل فرنسا واسبانيا تلزم منشآتها السياحية والفندقية بعمل دورات تدريبية للعاملين فيها ففي اسبانيا تأخذ الحكومة نسبة 15% من أرباح المنشآت السياحية والفندقية كي تخصص لتمويل برامج التدريب وتكون هذه البرامج تحت إشراف ورقابة وزارة السياحة وبعد التأكد من تنفيذ برامج التدريب تقوم الحكومة برد نسبة 1% التي تم تحصيلها إلى كل مؤسسة سبق أن سددتها.

أما بالنسبة للدول العربية فقد كانت مصر أول الدول المهتمة بتكوين الموارد البشرية السياحية ثم تلتها دول المغرب العربي لبنان الأردن وسوريا ثم الخليج العربي خاصة الإمارات وعمان والبحرين غير أن البرامج التي

¹ - سلوى السامرائي، آمال العمادي، علاء السراي، مدى توفر المهارات التقنية والعلمية لدى العاملين في قطاع السياحة: دراسة تطبيقية للآراء عينة من العاملين في قطاع السياحة في المملكة الأردنية الهاشمية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العراق، العدد 30، ص 145.

² - فاطمة الزهراء ابن سيروود، حسان بوزيان، التعليم والتدريب السياحي والفندقي في الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، الجزائر، المجلد 01، العدد 03، ص 87.

³ - Bashar Aref Alhaj Mohammad and Hamam Talal Alsaleh, Motivation of students to study tourism hospitality programs, **International Journal of Asian Social Science**, 2013, P1638.

تقدمها المعاهد والكلديات في الوطن العربي تركز على المهارات الأساسية والعملية في السياحة في حين أن البرامج الأكاديمية التي تقدمها الجامعات تركز غالبا على المهارات الإدارية والوظيفية والعملية المتخصصة. إن وجود المراكز والمعاهد المتخصصة في مجال السياحة والفنادق هو مؤشر هام لإرادة الدولة لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في حين يعزى نجاح التنمية السياحية أولا إلى مدى جاهزية وتدريب وتعليم الأيدي العاملة في مجال الخدمات السياحية، وثانيا لا جدوى للسياحة إن لم تكن الأيدي العاملة في السياحة محلية المنشأ¹ وثالثا إن نجاح التنمية السياحية المستدامة في أي بلد سياحي يعتمد على الخدمات المقدمة للسياح وعن مستوى التعليم لذا لا بد أن نميز بين نوعين من المهن السياحية وكذلك التسميات في التكوين والتعليم السياحي والفندقي:

- المهن السياحية: تشمل وكالات السفر، الإدلاء، المرشدين، المخطط السياحي، التسويق، إلخ...
- المهن الفندقية وتشمل إجراءات الإسكان التدبير الفندقي، إنتاج الأطعمة، الضيافة، وخدمة الأطعمة والمشروبات... إلخ².

مما سبق يتبين لنا أن التعليم والتدريب السياحي والفندقي يحتلان الأولوية في خطة التنمية السياحية المستدامة وبدونه لا معنى لأي جهد يبذل في مجال التنمية السياحية المستدامة، وأن التدريب والتعليم السياحي والفندقي ليس ضرورة تنموية فحسب ولكنه ضرورة ثقافية وحضارية وإنسانية لأنه وسيلة كل بلد لترويج حضارته وثقافته.

ثانيا - وضعية الموارد البشرية السياحية وتكوينها بالجزائر في ظل العولمة السياحية:

ما يؤخذ على نمط التشغيل في هذا القطاع بالجزائر هو ارتفاع عدد العاملين على مستوى الإدارات في حين أن معايير التشغيل في القطاع السياحي تشير إلى عدم تجاوز نسبة 7% في المجال الإداري من مجموع المشتغلين به، كما يعاني القطاع السياحي في الجزائر من نقص التأهيل في أوساط العاملين به إذ لا تتوفر الموارد البشرية على حد أدنى من التأهيل الأمر الذي ساعد على تدهور نوعية الخدمات السياحية وحسب دراسة أعدتها المنظمة العالمية للسياحة فإن نسبة العمالة غير المؤهلة تقدر بـ 66% من مجموع المشتغلين في القطاع السياحي بالجزائر في حين أن المقاييس الدولية المطبقة في قطاع السياحي تتيح فقط ما نسبته 20% لهذا

¹ - Alsamawi, Habis Suileman, **The characteristics and Trends of Workers in Tourism and Hotels in Jordan**, Submitted to Lebanese University Conference, 1/2 March, 2008.

² - منهي أحمد محمد النعيمي، التعليم السياحي في العراق دراسة لعينة من طلبة قسم السياحة وإدارة الفنادق كنموذج للتعليم السياحي الجامعي في كلية الاقتصاد، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجزائر، العدد 73، 2008، ص 219.

الصنف من العمالة نظرا لما لهذا النشاط من حساسية لارتباط خدماته بالعنصر البشري أكثر من غيرها من العناصر الأخرى¹.

وتحقيق تنمية سياحية مستدامة وبناء وجهة سياحية جزائرية واعدة في ظل عولمة السياحة والمنافسة الشديدة في الأسواق السياحية يتطلب ترقية التكوين في قطاع السياحة ودعمه في مختلف المجالات ذات العلاقة بالسياحة والفندقة كما أن رفع مستوى الخدمات وبلوغ الجودة في السياحة والفندقة يعتمد أساسا على التكفل بالموارد البشري، وعليه فانخفاض مستوى التأهيل والتكوين في الموارد البشرية بالقطاع السياحي في الجزائر يعود أساسا إلى أن جهاز التكوين غير مكيف مع حاجات هذا القطاع سواء من حيث العدد أو من حيث النوع²:

الفترة الأولى 63-79: عند استقلال الجزائر ورثت مركز للتكوين الفندقي الذي كان خاضعا لوصاية العمل والشؤون الاجتماعية وإلى غاية سنة 1966 لم تكن تملك ولو مركزاً واحداً لتكوين الفندقي والسياحي فكانت تعتمد على الخارج في تكوين الإطارات السياحية، فقد بلغ عدد الطلبة والموظفين الذين أوفدتهم وزارة السياحة إلى الخارج الفترة (63-66) 46 طالباً.

في إطار توجيهات الميثاق السياحي وفي مجال التكوين السياحي الشروع في التكوين لضمان إطارات قادرة على تسيير السياحي من خلال: إنشاء مؤسسات للتكوين السياحي، برمجة تكوين الإطارات، التقنيين السامين على المدى المتوسط والطويل، تكوين وتدريب الموظفين غير المؤهلين والعاملين في قطاع السياحة. وعليه تقرر إنشاء ثلاثة أنواع من المؤسسات المختصة في التكوين السياحي تختص كل مؤسسة تكوينية في إعداد معين وتمثل هذه المؤسسات في:

- إنشاء مركزين في وهران وقسنطينة للتكوين الفندقي سعة كل مركز تقدر بـ 100 طالب وشرعا هذين المركزين في العمل ابتداء من سنة 1967
- إنشاء مركزين في بوسعادة وتيزي وزو لتكوين التقنيين والتقنيين السامين المختصين في إدارة الفنادق المطاعم السياحية سعة كل مركز تقدر بـ 100 طالب
- إنشاء مركز العالي للفندقة والسياحة مختص في تكوين الإطارات العليا شرع ابتداء من سنة 1976.

الفترة الثانية 80-83: نظرا للتغيرات التي طرأت على القطاع السياحي -إعادة الهيكلة- كان لابد على المنظومة التكوينية التي تسير هذه المتغيرات من اجل التكيف والتأقلم مع المستجدات التكوينية وتحسين

¹ - العربي حجام، كوثر بوبرمة، تكوين المورد البشري كأحد شروط الترقية السياحية -حالة الجزائر-، مجلة جيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، المجلد 03، العدد 20، 2016، ص 10.

² - فاطمة الزهراء ابن سيروود، حسان بوزيان، مرجع سابق الذكر، ص ص 92-93.

نوعية الخدمات الفندقية والسياحية، تطوير الكفاءات والمؤهلات لمستخدمي القطاع السياحي وجعل السياحة تحت تكفل خبراء في الميدان.

فإلى غاية نهاية 1983 تم الإبقاء على المنظومة التكوينية لكن بداية من سنة 1984 تم حل مركزي وهران وقسنطينة نظرا للنتائج غير المرضية حيث أصبحت المنظومة التكوينية تتكون من ثلاث مراكز تعمل على ضمان تكوين أفضل في مجال الخدمات السياحية سواء فندقية أو إطفام أو إرشاد سياحي، وهي تتماشى ومتطلبات العصر والتطور التكنولوجي. وللعلم يوجد ثلاث معاهد مكلفة بالتكوين الفندقي والسياحي والتي هي المزود الرئيسي للعمالة المتخصصة في هذا المجال لمعظم المؤسسات الفندقية في الجزائر وبعض البلدان الإفريقية والعربية وهي: المعهد العالي للفندقة والسياحة بفندق الأوراسي "ISHT"، معهد بوسعادة، معهد تيزي وزو.

لقد أدركت الجزائر أن أهمية الاستثمار في رأس المال البشري هي الأساس لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في ظل ما تفرضه المتغيرات الدولية فكلما ارتفع المستوى المهاري والفني للموارد البشرية السياحية في الجزائر كلما ساعد ذلك على تطوير وتنمية السياحة الجزائرية لما لها من دور في تسيير المؤسسات السياحية الفندقية وتحسين نوعية الخدمات في القطاع السياحي في الجزائر¹. فتضمنت السياسة الجديدة للتنمية السياحية المستدامة بإحداث تحرك واسع باتجاه عملية التعليم بما يتلائم ومتطلبات عمل المؤسسات السياحية فتم إعداد ورسم الخطط المستقبلية بإنشاء مدارس تقام بإعداد وتأهيل أيدي عاملة متخصصة في مجال السياحة حيث يدخل ضمن الآلية الثالثة ثلاث أهداف للتكوين في مجال السياحة:

- تعزيز القدرات التنظيمية، الكفاءات واحترافية القيادات وعمال التأطير في المدارس.
- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية (التربوية) وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين داخل المدارس
- إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي ويتعلق الأمر باعتماد التصديق والتسجيل الرسمي

وتتمثل الخريطة الجديدة للمدارس السياحية في: إطلاق مدرستين، تحديث المدارس الثلاث الموجودة 7 مؤسسات تكوين مهني مخصصة للسياحة.

حيث أن المدرستين المصممتين للتجهيز هما المدرسة السياحية بتيبازة والمدرسة السياحية بعين تيموشنت أما السبع التابعة لوزارة التكوين المهني التي ستخصص للتكوين السياحي من المقرر أن تكون في الطارف تلمسان عين البنيان، بومرداس، تيزي وزو، تمنراست وغرداية² وذلك لتدعيم الطاقة البيداغوجية للبلاد الموجودة إضافة إلى إدخال شعبة الاقتصاد السياحي على مستوى الجامعات.

¹ - العربي حجام، كوثر بوبريمة، مرجع سابق الذكر، ص 11.

² - فاطمة الزهراء ابن سيروود، حسان بوزيان، مرجع سابق الذكر، ص 95.

بالتالي من خلال ما سبق إذا ما قارنا بين ضرورة تحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر مع المؤسسات التكوينية الموجودة فنستطيع القول أن عدد هذه المؤسسات جد ضعيفة ضف إلى ذلك أن عدد المقاعد التي تؤطرها هذه المؤسسات قليل كذلك وكلها موزعة في الناحية الشمالية للبلاد، أما الناحية الجنوبية تغيب عليها مثل هذه المؤسسات التكوينية وبالتالي افتقار السياحة الصحراوية للكفاءات السياحية على جميع مستويات الخدمات السياحية، ولهذا يمكن القول أن تنمية الموارد البشرية في الجزائر مرهونة بمدى تطور مكانة قطاع السياحة في السياسة الاقتصادية للدولة وبوزن الاستثمار الخاص في هذا المجال وما يحمله ذلك من فرص عمل لمختلف التخصصات العلمية والمهنية المرتبطة بالسياحة نظرا لان السياحة تحتاج لمزيد من الموارد البشرية المؤهلة والقادرة على كسب السياح.

ثالثا - تحديات تنمية الموارد البشرية السياحية في الجزائر:

عندما فكرت الجزائر في إحداث تنمية للموارد البشرية السياحية وجدت نفسها أمام عدة عوائق تقف إما تكوين وتأهيل الموارد البشرية السياحية والذي بدونها لا يمكن التفكير بأي تنمية سياحية مستدامة والمتمثلة أساسا في افتقار الشعب الجزائري إلى التقاليد المهنية والتربوية والثقافية المقترنة بالسياحة باعتبار أن تلك التقاليد نشأت وازدهرت في البلدان المتقدمة، فالخصوصية الاجتماعية والثقافية للشعب الجزائري باعتباره يملك إرثا حضاريا يختلف عن حضارة الغرب هو ما أدى إلى ظهور العديد من المظاهر السلبية التي تحولت إلى تحديات تقف أمام تنمية الموارد البشرية في السياحة وتمثل على النحو الآتي:

- الإحجام عن التأهيل أو الانخراط للعمل في المرافق السياحية لأسباب ذاتية أو حضارية خاصة وأن شروط الانتساب لتلك تتطلب عناصر لديها استعداد ذاتي للعمل في ذلك المجال.
- عدم كفاءة مختلف السلطات لجذب العمالة للعمل في تلك المرافق والافتقار إلى خطط الترويج للمهنة بين الأفراد واحتقار المجتمع للمهنة ثقافيا واجتماعيا والنظرة المتدنية لها جعل من إقبال الناس عليها محدود¹.
- عدم استقرار العمالة وانتقالها من مرفق إلى آخر بسبب خلل في البنية الإدارية وقصور أو انعدام التشريعات التي تضمن الحقوق والواجبات وأيضا هجرة العمالة المؤهلة إلى بلدان تقدم فرص عمل أفضل.

¹ - كردودي سهام، السياحة كآلية لتحقيق التنمية المحلية بالجزائر، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الثاني عشر حول "ترقية السياحة الصحراوية في ظل الظروف الراهنة كآلية لتمويل الجماعات الإقليمية في الجنوب الغربي تندوف غوذج"، المركز الجامعي علي كافي، تندوف، يوم 16 أبريل 2018، ص 15.

- التطور السريع لحجم الطلب السياحي والذي يترتب عليه تطور كبير في البنية الفوقية للسياحة وعدم قدرة مؤسسات التدريب السياحي على مواجهة حاجة تلك المرافق من الأيدي العاملة المؤهلة والافتقار إلى آليات تحسين الأداء.
- التطور السريع في تقنية العرض السياحي والمهارات المهنية ومحدودية إمكانية الجزائر على اللحاق بذلك التطور.
- الخطوة المترتبة على الاعتماد على الأيدي العاملة الأجنبية وخاصة في مجال السياحة الذي يتطلب عنصراً وطنياً مؤهلاً .
- تفتقر الجزائر إلى مراكز التأهيل المهني والمراكز الموجودة لا تفي بحاجة الطلب الحالي ولا المستقبلي. بالرغم من فتح تخصص الاقتصاد السياحي في الجامعات الجزائرية لكن ما يلاحظ أن أغلبية الطلبة المسجلين في هذا التخصص لم يختاروا التخصص بمحض إرادتهم ولكن معدلاتهم المتدنية لم تسمح لهم باختيار تخصصات أخرى لهذا وبالرغم من كون رغبتهم لا تتماشى مع التخصص قرروا الاستمرار في الدراسة، كما أنهم لم يقوموا بإجراء تكوينات خارج الجامعة بالرغم من وجود مراكز تكوين خاصة تقدم لهم فرصة التكوين فيما يخص حجز التذاكر والاستقبال وغيرها من التكوينات بالإضافة إلى أن بعض الطلبة أبدوا رغبة العمل في مجال السياحة بعد التخرج.
- المتخرجون من التخصصات السياحية بالجزائر والمؤهلين تأهيلا علميا ولكن ليس لهم تدريباً يجعل استيعابهم في المرافق والمنشآت السياحية أمراً صعباً، كما لا توجد امتيازات حقيقية تشجع الطلبة للدراسة في التخصص كأن تكون هناك دورات تدريبية التي تعد أحد العوامل المهمة في اكتمال العملية التعليمية بالإضافة إلى وجود نقص في المستلزمات والمختبرات خاصة مختبرات اللغة التي من المفروض أن تغطي الساعات العملية للدراسة في اللغة الانجليزية والفرنسية التي تعدان من الضروريات العلمية لتأهيل الطلبة من ناحية اللغة لأهميتها في مجال عملهم¹.
- ندرة الكوادر الوطنية المؤهلة للعمل في مجال التدريب والتأهيل السياحي أما بخصوص أساتذة التخصص في الجامعات الجزائرية هم من حاملي الشهادات في الاقتصاد ولم تقدم لهم الجامعة تكويناً في مجال السياحة.
- أن برامج التدريب السياحي المتاحة تقلد بشدة النماذج الأجنبية وتفتقر إلى الأسس التي يجب أن تضع في الاعتبار خصوصية البلد.

¹ - فاطمة الزهراء ابن سيروود، حسان بوزيان، مرجع سابق الذكر، ص 96.

رابعا - آليات تنمية الموارد البشرية في السياحة بالجزائر في ظل العولمة السياحية:

إن للتطورات التكنولوجية المتلاحقة التي شهدتها الساحة العالمية وللسرعة الكبيرة في انتشار نظام العولمة السياحية وانضمام العديد من الدول العربية إلى هذا التوجه إلا أنه له أثر واضح على تزايد منافسة في السوق السياحي نوعا وكلفة، وبذلك تجد الموارد البشرية الفندقية في الجزائر نفسها أمام خبرات بشرية عالمية، ولم يعد بمقدورها أن تتبع أساليب تقليدية تنافس خدمات أكثر عصرية تصميمًا وتصنيعًا. أمام هذه التحديات أصبحت الجزائر بحاجة ملحة لتخطيط القوى العاملة في قطاع السياحة لمواجهة المنافسة الشرسة والطلب المتنامي مع ضرورة الابتعاد عن الأساليب التقليدية في التعليم والتكوين السياحي، كما أن نقص الأيدي العاملة بالمستوى والنوعية لا يمكن أن يسد إلا من خلال مؤسسات تعليمية قادرة على توفير الأيدي العاملة التي تحتاجها عملية التنمية السياحية المستدامة فالفرد المتعلم والمهيأ يؤدي عمله ويكمل دوره الأساسي في تقديم الخدمات السياحية الفندقية ولأجل ذلك لابد على الجزائر أن:

- وضع استراتيجيات وسياسات وخطط وبرامج تنموية تضع في مقدمتها إعداد الإنسان الجزائري المؤهل القادر على التفاعل بإيجابية مع مقتضيات الطلب السياحي الدولي ووسائله ابتداء من أول المشاهد المؤثرة على المستهلك السياحي قبل زيارته للمقصد السياحي وحتى عودته إلى وطنه، وذلك يعني أن على الجزائر التدريب ولا نعني بذلك تأهيل الكوادر العاملة في المرافق السياحية المباشرة بل يتعدى ذلك إلى أفراد الشعب الجزائري وخصوصا العديد من الأفراد العاملين في المرافق غير المباشرة التي تمثل البنية الأساسية للسياحة.
- تطوير التعليم السياحي حيث يتم بناء قدرات ومهارات العاملين في القطاع السياحي عبر التعليم والتدريب لتوفير العامل المتميز بالوعي في أداء مهنته السياحية وتلبية احتياجات السوق الوطنية من العمالة الفندقية¹ من خلال البدء في عمل برامج تدريبية وتأهيلية فعّالة وعن طريق استضافة عدد من الطلاب وتزويدهم بالمهارات والمعرفة الأساسية التي تحتاجها المؤسسات السياحية في مجالات الاتصال، المهارات اللغوية، خدمة العملاء وغيرها وتوفير فرصة حقيقية لتطبيق معارفهم النظرية وتعلم مهارات جديدة في مجال المعاملات الإدارية بالإضافة للحصول على مهارات مختلفة مثل العمليات والخدمات اللوجستية، تطوير وتنسيق البرامج السياحية، البحوث، التسويق والرسوم الإدارية بما في ذلك بعض الممارسات المهنية من الرد على الهواتف، كتابة وإرسال رسائل الفاكس وغيرها من المهام، إن هذا البرنامج في بالغ الأهمية لأنه من المهم للطلاب إيجاد مسار وظيفي واضح وليس

¹ - Michel Balfet, **Marketing des services touristiques et hoteliers, spécificités, méthodes et techniques**, éd ellipses marketing, 2001, P201.

الحصول على مهنة فقط ويوفر هذا البرنامج فرصة للعاملين في قطاع السياحة ليصبحوا أكثر انخراطا في برامج الدراسة والمناهج الدراسية لخريجي الجامعات¹.

- تعديل نظم التعامل مع الموارد البشرية في القطاع السياحي بتعديل نظم الرواتب والحوافز والمكافآت تعديل نظم الاستخدام والتعاقد وشروط العمل، تعديل نظم المزايا، تعديل نظم وشروط الترقية والتنمية الوظيفية هو ما يساهم في تأكيد القدرات الذاتية للتطوير والابتكار وذلك من خلال العناصر التالية:

✓ التنمية المستمرة لكفاءة ومهارة الموارد البشرية: بالاختيار السليم، التدريب المستمر، التقييم الموضوعي، التعويض العادل عن الأداء.

✓ خلق الظروف المؤدية إلى الإقدام والمبادرة بين العاملين بالمشاركة في الإدارة، العمل الجماعي في فرق، الوحدات المستقلة، تشجيع الابتكار.

✓ توثيق العلاقة مع مراكز التكوين ومراكز البحث ومصادر المعلومات: بالاتصالات المباشرة من خلال عقود، الاستفادة من خبرات الأفراد والباحثين في السياحة، الدخول في مشروعات بحوث وتطوير مشتركة².

بالتالي فتحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر مرهون بشكل رئيسي بكفاءة وفعالية التعليم السياحي والفندقي والبرامج التدريبية التي تتولى تهيئة الشباب من الناحية العلمية والتكنولوجية ليكونوا قادرين على قيادة هذا القطاع، لذلك فالحكومة الجزائرية ملزمة ببذل الكثير من الجهد والعمل على استغلال الفرص التي تمكنها من تحقيق التنمية السياحية المستدامة داخلها ولا يتأتى ذلك إلا بإدماج وتكوين الموارد البشرية ضمن هيكلها وسياساتها عن طريق رسم سياسات وتخطيط برامج تنمية وتكوينية لمواردها البشرية حتى تتناسب وحجم طبيعتها الخلافة ومجتمعها الكبير ومن اجل التحكم في التسيير والتكيف مع التحولات الحالية والاستجابة للتغيرات المستقبلية لأنه لا بد من الاعتماد في التسيير على الكفاءات البشرية وزيادة التحفيز وترشيد السياسات المطبقة على الموارد البشرية، ومن بين المتطلبات التي لا غنى للدول عنها إذا ما أرادت أن تقاوم وتنمو مع موجة التحديات التي تفرضها العولمة السياحية من تحديدات في الأفكار والتكنولوجيا وأنماط وتقنيات التسيير.

¹ - سلوى السمرائي، أمال العماوي، علاء السراي، مرجع سابق الذكر، ص 146.

² - ماضي بلقاسم، حنان برج، تحديات إدارة الموارد البشرية الفندقية في إطار العولمة، مداخلة مقدمة في المؤتمر العلمي الدولي حول "عولمة الإدارة في عصر المعرفة"، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان، يومي 15-17 ديسمبر، 2012، ص 14.

المبحث الثالث: التحديات الاجتماعية الثقافية والبيئية للتنمية السياحية المستدامة.

تعرف التنمية السياحية المستدامة مجموعة من التناقضات والتوترات الاجتماعية والثقافية والبيئية في الجزائر وذلك أن المنافسة الشديدة في الأسواق السياحية العالمية يفرض عليها تنمية السياحة من خلال الاستغلال المكثف للموارد السياحية والمرافق مكان له تأثير سلبي على مسار تنمية السياحة المستدامة، كما فرض عليها مجموعة من العراقيل والتحديات الاجتماعية والثقافية والبيئية لذلك لا بد من إيجاد أجوبة مستدامة عبر التنسيق بين ثلاثية الاقتصاد والمجتمع والبيئة التي من خلالها يمكننا تحقيق تنمية سياحية مستدامة في ظل العولمة السياحية. ومن خلال هذا المبحث سنبين أهم التحديات الاجتماعية والثقافية والبيئية التي تعرقل قيام التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

المطلب الأول: دور الجماعات المحلية في تنمية السياحة المحلية المستدامة

تعتبر الجماعات المحلية* الفاعل الأساسي لتفعيل التنمية المحلية وتنشيط الاقتصاد المحلي إذ خص القانون البلدية والولاية بمجموعة من الصلاحيات التي تسمح لها بتفعيل التنمية المحلية بصفة عامة والتنمية السياحية بصفة خاصة، حيث لا يمكن تصور تحقيق تنمية سياحية مستدامة دون مشاركة الجماعات المحلية كشريك أساسي للدولة لتنمية السياحة المحلية في الجزائر.

أولا - تشخيص دور الجماعات المحلية في تنمية السياحة المستدامة في الجزائر:

نجد أن الجزائر على غرار العديد من الدول تحاول إعطاء مكانة متزايدة للتنمية السياحية المستدامة من خلال التوسيع من صلاحيات واختصاصات المجالس المحلية بالولايات فيما يخص المرافق العامة المعنية بالسياحة لتسهيل انطلاق السياحة حيث تقوم بمراقبة كل المؤسسات والمرافق العامة ذات الطابع السياحي ونجد قانون رقم 01-03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة يكرس ذلك فنجد المادة الرابعة منه تقرر بأنه: "تكتسي تنمية الأنشطة السياحية وترقيتها طابع المصلحة العامة وتستفيد بهذه الصفة من دعم الدولة والجماعات الإقليمية"، وتبرز هذه المادة أهمية النشاط السياحي وربطه بالمصلحة العامة وتقر صراحة بدور الجماعات الإقليمية أين تعد فاعل أساسي بجانب الدولة في ترقية السياحة في الجزائر وتؤكد ذلك المادة الثامنة

* الجماعات المحلية: تعرف الجماعات المحلية بأنها أسلوب من أساليب التنظيم الإداري للدولة، تقوم بمقتضاه توزيع النشاطات والواجبات بين الأجهزة المركزية والمحلية، كذلك لغرض أن تتوفر الأولى لرسم السياسة العامة للدولة، إضافة إلى إدارة المرافق القومية في البلاد، وأن تتمكن هذه الأجهزة المحلية من تسيير مرافقها بكفاءة وتحقيق أغراضها المشروعة. والجماعات المحلية بالجزائر هي تجسيد لخيار اللامركزية الإدارية الذي اعتمدته الجزائر وهي تمثل خيارا لا رجعة فيه و تحظى بالأولوية في السياسات العامة الوطنية. وتقوم الجماعات المحلية في الجزائر على وحدتين إداريتين هما: البلدية والولاية، حيث تنص المادة 15 من الدستور الجزائري على أن: "الجماعات الإقليمية للدولة هي البلدية والولاية، البلدية هي الجماعة القاعدية".

من نفس القانون على لزوم إدراج الجماعات المحلية للترقية السياحية ضمن سياساتها القطاعية حيث تنص على: "تلزم الإدارات العمومية للدولة والجماعات الإقليمية وكذا الهيئات العمومية في إطار اختصاصاتها بإدراج ترقية السياحة ضمن سياساتها القطاعية".

إذن القانون يكرس مشاركة الجماعات المحلية وخاصة البلدية باعتبارها القاعدة الإقليمية للدولة في تنمية السياحة المستدامة وإدراجها ضمن مخططاتها وبرامجها التنموية بأطوارها القصيرة والمتوسطة والطويلة المدى وهو ما يؤكد الدور المهم الذي تلعبه الجماعات المحلية في توفير الأرضية المناسبة للمساهمة في تطوير ومساعدة المبادرات المحلية لتنمية السياحة المحلية، فيقر قانون البلدية بتشكيل لجان مختلفة من بينها لجان تهتم بمجال السياحة، وطبقا لقانون البلدية لها الحق في اتخاذ كل تدبير يرمي إلى توسيع قدراتها السياحية وتشجيع المتعاملين المعنيين باستغلالها.

بالتالي يمكن توضيح دور الجماعات المحلية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة الجزائرية في ثلاثة نقاط رئيسية هي:

- صياغة سياسات محلية تأخذ بعين الاعتبار تنمية السياحة ضمن أولوياتها، أين تلعب المجالس المحلية دور في ترقية برامج السياحة ضمن إدراجها في المخططات المحلية.
- تنفيذ البرامج والمشاريع السياحية على المستوى المحلي مما يساهم في خلق موارد مالية محلية لصالح الجماعات المحلية وهذا ما يساهم في تطوير ظروف المواطنين على المستوى المحلي.
- الرقابة وحماية التراث السياحي على المستوى المحلي وكذا فتح المجال أمام تنظيمات المجتمع المدني المهتمة بإشاعة الثقافة السياحية.

غير أن واقع تسيير الجماعات المحلية في الجزائر وتشخيص واقع التنمية السياحية المستدامة يبرز الدور الضعيف للجماعات المحلية في تنشيط السياحة على المستوى المحلي إذ أنه رغم أن المشرع الجزائري منح للجماعات المحلية صلاحيات للمساهمة في تنمية السياحة المحلية، إلا أن ذلك يبقى مرهوناً بمدى توفر الوسائل اللازمة لإدراج قطاع السياحة ضمن أولويات الجماعات المحلية للمساهمة في تحقيق التنمية المحلية.

فالجماعات المحلية أسندت لها مهام وادوار أكبر من طاقاتها فالملاحظ لواقع البلديات يجد أنها تعاني من عدة اختلالات خاصة على مستوى الأداء الوظيفي¹ والموارد المالية إذ أنها تبقى تابعة دائما للسلطة الوصية فقرة البلدية مرتبطة دائما بمدى توفرها على المداخل الذاتية التي تساعدها على تفعيل برامجها التنموية، غير أن

¹ - عبد القادر بودي، عبد الصمد بودي، الحكم الراشد كآلية لتفعيل تسيير الجماعات المحلية من أجل تنمية محلية مستدامة في الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، الجزائر، العدد الأول، ص243.

واقع البلدية الجزائرية يبرز أن نسبة البرامج والمشاريع التي تمول من البلدية نفسها محدود جدا مقارنة بما تمنحه الدولة من مشاريع في إطار المخططات المحلية وبذلك يتضح مدى التبعية وارتباط البلدية في إنجاز مشاريعها بالتمويل المركز من الدولة¹.

إذاً فرغم ما يمكن أن تلعبه السياحة من دور في تمويل الجماعات المحلية بمختلف المشاريع بالنسبة للمناطق التي يملك المواقع والآثار السياحية التي يمكن أن تستقطب السواح سواء على المستوى المحلي أو الدولي إلا أن أداء السياحة على المستوى المحلي يبقى بعيد عن المستوى المطلوب.

ثانيا - معوقات أداء الجماعات المحلية في تحقيق التنمية السياحية المحلية المستدامة:

تتمثل أهم المعوقات التي تحول دون تقدم الجماعات المحلية لدورها في مجال التنمية السياحية المستدامة في:

- عدم اهتمام الجماعات المحلية الجزائرية بالسياحة خاصة البلديات التي تتوفر على مؤهلات سياحية تختص بمسؤولية تسييرها ويعود ذلك إما لمحدودية الموارد المادية وخصوصا أن بعض البلديات الجزائرية تشهد عجز مالي باعتبار أن تطبيق أي سياسة تنمية يستلزم توفر موارد مادية كافية، وإما لعدم استغلال جميع إمكاناتها وطاقاتها هذا من جهة ومن جهة أخرى غياب العقلانية في إنفاق هذه الأموال في مشاريع تنمية هادفة لصالح المواطنين.
- محدودية الموارد البشرية المحلية المؤهلة في البلديات الجزائرية حيث تعاني هذه البلديات من أزمة حادة في توفير الموارد البشرية التي تتسم بتضخم كمي ونقص نوعي ويرجع ذلك بدرجة أساسية إلى دور الناخب المحلي الذي كان له دوراً كبيراً في وصول الأفراد الغير مؤهلين لهذه المناصب حيث يتطلب من المنتخب أن تتوفر فيه العديد من المؤهلات التي تواكب تطورات العصر، وغايها سينعكس بطبيعة الحال على إستراتيجية الجماعات المحلية وعلى المجالات ذات الأولوية.
- غياب الموارد البشرية المتخصصة في السياحة في الجماعات المحلية الجزائرية وغياب دور المجالس المنتخبة المحلية² في لعب دورها كما ينبغي وهو ما يحول خلق تصورات وخطط للتنمية السياحية المحلية المستدامة في خطط التنمية المحلية لجعلها مصدراً لتحقيق التنمية المحلية وهو مما يقلل وباستمرار من أهميتها في إطار تواضع التخصيصات المالية المخصصة للسياحة مما يعكس قلة المشاريع المنجزة في إطار المخططات البلدية والولائية، وهذا انعكاس عن ضعف أداء السياسات العامة في تبني إستراتيجية واضحة المعالم للسياحة وتنميتها.

¹ - فيلاي حمزة، انزارن عادل، مرجع سابق الذكر، ص 198.

² - عبد القادر بودي، عبد الصمد بودي، مرجع سابق الذكر، ص 244.

- وضعية البنية التحتية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى المحلي حيث تفتقر الجماعات المحلية للمرافق الأساسية لتقديم الخدمات وغياب الطرق وغيرها التي تعمل على جلب السواح وهو ما لا يسمح بالترويج للسياحة المحلية.

ثالثا - طرق تفعيل دور الجماعات المحلية للنهوض بالسياحة المحلية:

- لتفعيل دور الجماعات المحلية لتحقيق التنمية السياحية المحلية المستدامة لا بد من إحداث تغييرات داخل المجتمع المحلي من خلاله نستطيع تحقيق تنمية سياحية حقيقية، ويمكن إجمالها في:
- إشراك الفواعل المحلية في التنمية السياحية المحلية حيث يعتبر إشراكهم القاعدة الأساسية لنجاح التنمية السياحية المحلية وتتمثل في كل من البلدية والولاية والقطاع الخاص والمجتمع المدني والمواطنين في صنع السياسة التنموية السياحية على المستوى المحلي، فمشاركة هذه الأطراف تسمح للسلطات المحلية للتعرف على أوجه القصور وعلى رغبات المواطنين لتوصيلها للمسؤولين الذين يؤثرون في عملية صنع القرار بما يخدم مصالحهم فتحقيق التنمية الوطنية لا بد أن يمر من القاعدة باعتبارها اقرب لمعرفة أولويات وحاجات التنمية.
- تطوير الموارد البشرية المختصة على المستوى المحلي¹ على اعتبار أن النشاط السياحي يعتمد بدرجة كبيرة على العنصر البشري، وتوجيهها إلى الجماعات المحلية وكذا يمكن الاستعانة بالخبراء في هذا الإطار للتشاور مع المسؤولين المحليين.
- إلزام الجماعات المحلية على التخطيط السياحي من خلال رسم صورة تقديرية عن واقع قطاع السياحة على مستوى الولايات والبلديات، وتحديد القدرات والنقائص التي يعاني منها قطاع السياحة لأجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية متوازنة.
- تنمية الصناعات الصغيرة والحرفية ذات الطابع التراثي وتلك المرتبطة بشكل مباشر بدعم الصناعة السياحية على المستوى المحلي وتحديد المواقع المخصصة والصالحة للاستثمار السياحي وتوفير سبل إقامتها لما تشكله من أهمية في تحقيق التنمية السياحية.
- رصد التخصيصات المالية اللازمة للجماعات المحلية للشروع في النهوض بواقع السياحة في الخطط والبرامج الإنمائية وتطويره من خلال إجراء مسح دقيق وشامل حول الإمكانيات السياحية المحلية وضمان مشاركة الخبرات الوطنية والأجنبية بهذا الشأن فضلا عن دعم الإمكانيات المادية للبلديات والولايات لتطوير المناطق الأثرية القائمة إلى المستوى اللائق حضاريا، توسيع حجم الخدمات

¹ - علي بودلال، الجماعات المحلية بين الاكراهات البنوية وشروط التنمية المستدامة، المجلة الجزائرية للمالية العامة، الجزائر، العدد الثاني،

السياحية وتعميق مساهمتها في إثراء السياحة في البلاد، تشجيع المواطنين على إقامة المشروعات السياحية الصغيرة¹.

- تبسيط الإجراءات الإدارية قصد تخفيف وتسريع الإجراءات المتعلقة بتجسيد مشاريع الاستثمار السياحي وخصوصا المشاريع الاستثمارية في مناطق التوسع السياحي من اجل الخواص والمناطق الغاية.
- منح تسهيلات أكبر لإجراءات الصفقات العمومية للمؤسسات السياحية المصغرة ومساعدة المؤسسات المحلية المصغرة الناجحة من اجل توسيع نشاطها السياحي

وبالتالي يتبين أن أداء الجماعات المحلية في الجزائر يبقى بعيداً عن ما هو مأمول لتحقيق التنمية السياحية وذلك يعود للبيئة العامة التي تتفاعل فيها الجماعات المحلية سواء على المستوى الداخلي لها أو في علاقتها وتفاعلها مع الدولة لذلك لابد من إعادة النظر في ادوار الجماعات المحلية وخاصة ونحن في عصر اللامركزية والعولمة ومنح البلدية الاستقلالية والإمكانيات لتحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر.

المطلب الثاني: الفكر السياحي والثقافة السياحية في المجتمع الجزائري

تعتبر الثقافة السياحية* والوعي السياحي في المجتمع من أهم الوسائل الممكن استخدامها لتحقيق التنمية السياحية المستدامة حيث أصبحت العديد من البلدان تعتمد على فنون الجذب السياحي وعلى نحو يتحول فيه الوعي السياحي إلى سمة عامة تجعل السائح يشعر بالدفء في المعاملة والتميز في الاستقبال والألفة بينه وبين المواطن أينما حل حينئذ يفكر مليا في الرغبة بالعودة إلى التمتع بما لقيه من حسن الضيافة وكرم المعشر.

لذلك وجب على المجتمع إدراك أهميتها ومما لاشك فيه أن أي نوع من أنواع التنمية في الدولة سيخف في تحقيق أهدافه المنشودة ما لم يتوافر له قاعدة شعبية وجهود شعبي مبادر له عوامل البقاء ويرفده بروافد النجاح، ولا شك أيضا أن التنمية السياحية التي تكون تنمية الوعي السياحي أحد أهم محركاتها ستفقد قدرتها على الحركة بدون جهد شعبي جماعي الدفع وستحامل كثيرا ونجانب الصواب إذا تنصلنا من مسؤولياتنا كما

¹ - حمزة فيلاي، عادل انزان، مرجع سابق الذكر، ص ص 200-202.

* **الثقافة السياحية:** هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المشتتات والمظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح، واعتبرها آخرون على أنها عملية اكتساب الفرد لمعلومات سياحية عن البيئة التي يعيش فيها، وبالتالي مساعدته على توظيف هذه المعلومات والاستفادة منها بما يؤدي إلى النهوض بالسياحة. بالتالي فالثقافة السياحية تقوم على تضافر ما هو معرني أو فكري معلوماتي مع ما هو طبيعي ومادي، فهي أفكار ومهارات وجدانية وكذلك جهود وعمليات إدارية تخطيطية. للمزيد أنظر هناء حامد زهران، **الثقافة السياحية وبرامج تنميتها**، القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2004، ص 24.

هو حاصل في الجزائر حيث حصرنا مسؤولية تنمية السياحة بوزارة السياحة والوزارات والجهات الأخرى ذات العلاقة، لذلك ومن خلال هذا المطلب سنوضح مدى الدور الذي تلعبه الثقافة السياحية في المجتمع لتحقيق التنمية السياحية المستدامة ووضعيتها في المجتمع الجزائري واهم المعوقات التي تقف فعلا عقبة في نشر وعي سياحي بين أفراد المجتمع الجزائري.

أولا - أهمية الثقافة السياحية في التنمية السياحية المستدامة:

بما أن الثقافة السياحية تقوم على تضافر ما هو معرفي أو فكري معلوماتي مع ما هو طبيعي ومادي باعتبار أنها أفكار ومهارات وجدانية وكذلك جهود وعمليات إدارية تخطيطية حيث تقتضي توفير خطط تنمية وبرامج تعليمية وتربوية لأجل ترسيخها في المجتمع لتضاف إلى المهارات الوجدانية، فالفطري والمكتسب كلاهما يساهمان في نشرها.

ولما كانت الثقافة السياحية بمثابة محصلة لمفاهيم ومعايير ينبغي أن تعمل عليها جماعة بشرية معينة فإن تلك القيم والمعايير والمعارف قد تتداخل مع قيم أخرى أنثروبولوجية وسوسيوثقافية للجماعة البشرية ذاتها فينعكس ذلك على منسوب الوعي السياحي والثقافة السياحية سلباً وإيجاباً على التنمية السياحية أي بمعنى آخر كما بإمكانه أن يكون سلبياً ومثبطاً وهنا يكون لها تأثير سلبي على التنمية السياحية المستدامة وقد يكون إيجابياً في ترسيخها وتعليمها بالمجتمع وبذلك يكون لها دوراً كبيراً في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، وتتجلى أهمية الثقافة السياحية في العديد من المجالات تتمثل في:

1- معرفيا وتربويا: لا شك أن للثقافة السياحية أهمية بالغة من الناحية التربوية والمعرفية للإنسان والمجتمع على حد سواء فهي ميكانيزم هام وفعال في تربية الإنسان وإكسابه سلوكات رشيدة يتعامل بموجبها مع المؤسسات السياحية وكذلك السواح من الأجانب بطريقة حضارية تتم عن تواصل وتقبل الآخر ونبد التطرف الديني والأصوليات والطوائف لهذا أدرجتها بعض الدول في المقررات والمناهج الدراسية لما رأت فيها من أهمية، فأغلب الدول التي تمتلك حركة سياحية تعد برامج عمل في معاملة السائح الوطني والأجنبي خاصة لأن السائح الذي يزور منطقة معينة ينقل صورته وتطلعاته ومشاهداته ومعاملة الناس له إلى أفراد مجتمعه فإذا كانت الصورة التي ينقلها جيدة والمعاملة التي تلقاها لائقة سيشجع الآخرين على العودة إلى المنطقة أو البلد الذي زاره والعكس إذا كانت الصورة سيئة فهذا يؤثر على القدوم إلى تلك المنطقة¹، فالصورة الطيبة التي يأخذها السائح إلى بلده هي بمثابة إشهار مجاني للدولة السياحية وكذلك للمؤسسات النشطة في مجالها.

¹ - وهاب فهد الياسري، الوعي السياحي لدى طلبة المراحل الجامعية، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بابل، العراق، سبتمبر 2012، ص

إن الثقافة السياحية تقتضي المعرفة وحب الإطلاع فالسائح كذلك مطالب بالتحلي بالوعي السياحي الذي يدفعه للاكتشاف والتعرف على أشكال جديدة لممارسة العيش وهذه العملية الاستكشافية لها أهمية في ترسيخ ثقافة الحوار والتعايش والاعتراف بالآخر (المختلف)¹، فالاختلاف الديني والعنقي واللغوي لا ينفي وجود تواصل بين المجتمعات بواسطة السياحة ولكن إذا تحلت الدول والمؤسسات المضيفة بالثقافة السياحية وكذلك السائح الزائر من جهة أخرى والملاحظ أن المجتمعات الأكثر تسامحا وتعايشا هي التي يتميز أفرادها بحيوية وديناميكية السفر وحب الاستكشاف والتعرف على الآخر وكذلك قبوله والتماهي معه عكس المجتمعات المغلقة والأكثر تعصبا ورفضاً للآخر وهنا تتجلى أهمية الثقافة السياحية في دورها التربوي والتعليمي.

2- ثقافيا واجتماعيا: للثقافة السياحية أهمية كبيرة على المستوى الثقافي وخصوصا بعد الانفتاح العالمي وظهور العولمة الثقافية وتتجلى أدوارها في هذا المجال في تحقيق التلاقح والتناسق بين الفضاءات الثقافية المختلفة من حيث المعايير والمظاهر والمميزات مما يساهم في التخفيف من حدة المظاهر السلبية كالعنف والتعصب والتفوق على الذات ورفض الآخر والتمسك الأعمى بالهوية، فالسياحة ليست مجرد حركة أشخاص بل هي حركة أفكار كذلك وقيم وعادات وسلوكات وأديان... إلخ وكذلك هي التقاء أساليب وأنماط عيش مختلفة وفلسفات حياة متميزة إنها حركة إنسانية، واستيعابها من قبل مجتمع مثقف سياحيا ومفتوح على الآخر من شأنه أن يساهم في تكريس روح الحوار والتواصل والتفاعل والتداول، ولما كانت الثقافة بمفهومها العام هي سلوكات وأذواق فإن من شأن الثقافة السياحية أن تنعكس إيجابيا على أذواق الناس وسلوكاتهم فترفع من مستواهم وتهذب الأذواق وترقي الأذهان على المستويين الفردي والجماعي.

والثقافة السياحية كذلك تساهم في التغيير، التغيير الذي يحتاجه المجتمع بين حين وآخر وذلك في أنماط العلاقات الاجتماعية، وفي هذا الإطار يؤكد أحد الباحثين على إن السياحة لها دور فاعل ومهم في العلاقات الإنسانية لأنها ظاهرة طبيعية نابعة أصلا من طبيعة الإنسان وفطرته وما تحتويه من غرائز وحواس منذ خلقه². وهنا تظهر أهمية السياحة والثقافة السياحية في العلاقات الاجتماعية الإنسانية. وبالتالي نخلص إلى القول أن الثقافة السياحية هي نشاط اجتماعي يؤثر ويتأثر بالمجتمع.

3- اقتصاديا: للثقافة السياحية أهمية اقتصادية كبيرة تتجلى في تسهيل عملية حصول الدول المعتمدة على السياحة على إيرادات سياحية كبيرة، فالثقافة السياحية لا تنعكس على العلاقة بين السائح وأهل المنطقة

¹ خليل بن عزة، خليل بن عزة، استخدام وسائط الاتصال الجديدة في المؤسسات السياحية ودوره في تنمية الثقافة السياحية -دراسة حالة المؤسسات السياحية لولاية الشلف -، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة عبد الحميد بن باديس، قسم علوم الإعلام والاتصال، مستغانم، 2015، ص 70.

² محمد حسمن بارركة، العلاقات العامة والسياحة، بغداد: دار النهضة، 1968.

السياحية فحسب بل تتسع أهميتها لتشمل الجانب المادي الإنتاجي بمعنى آخر تحمل إلى جانب البعد الإنساني والاجتماعي بعدا اقتصاديا يتمثل في الإيرادات والأرباح التي تتحقق وفقا لمنسوب الثقافة السياحية السائدة في دولة أو جماعة بشرية معينة، فالمؤسسات السياحية يجب أن تتحلى بالثقافة السياحية والمتجلية في الأمانة وتوفير خدمات جيدة للسياح وتهيئة سبل الراحة بما يتناسب مع المقابل المادي الذي يدفعونه، كذلك الدولة يجب أن تتحلى بمسؤولياتها اتجاه المؤسسات السياحية في إطار أخلاقي وتشريعي يؤثر إيجابا على التنمية السياحية المستدامة.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن الثقافة السياحية للمؤسسات والأفراد هي بمثابة إشهار مجاني للدولة القائمة بالسياحة وإستراتيجية تسويقية فعالة تضمن من خلالها توافد عدد كبير من السياح بما يضمن لها مداخيل اقتصادية وتجارية تساهم في تنمية السياحة المستدامة. وهو ما يجعلنا نخلص إلى القول بأن بدون ثقافة سياحية لا وجود لتنمية سياحية مستدامة وخصوصا في المجتمعات النامية.

ثانيا - واقع الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري:

تعتبر الثقافة السياحية أحد أهم أسباب عدم تحقيق التنمية السياحية في الجزائر وخصوصا في ظل العولمة السياحية والتنافس في فنون الجذب السياحي وذلك حسب العديد من الدراسات والأبحاث التي أقيمت حول الأسباب التي أدت إلى عدم قدرة الجزائر على تحقيق تنمية سياحية رغم قيامها منذ ما يقارب 40 سنة على وضع القطاع السياحي على قائمة القطاعات ذات الأهمية، فحسب العديد من الملتقيات العلمية التي أقيمت حول واقع التنمية السياحية في الجزائر فقد اتفق اغلب الباحثين والمتخصصين في المجال السياحي أن عدم تنمية السياحة المستدامة في الجزائر لا يعود فقط إلى العشرية السوداء أو ضعف الهياكل القاعدية للسياحة وإنما يمتد ذلك إلى طبيعة المجتمع الجزائري وطبيعة الفكر السياحي للفرد الجزائري، فإذا نظرنا إلى معتقدات المجتمع الجزائري وقيمه وما يتبعها من سلوكيات نجد بأنه ينظر إلى بعض المهن بأنها أقل قيمة كتلك التي تعتمد على المجاملات التي هي أساس الخدمات السياحية وخاصة ما تعلق منها بخدمات الضيافة (الاستقبال، الفندقية) أو تلك المرتبطة بالصناعات التقليدية والحرفية¹، كما يظهر انخفاض مستوى الوعي الثقافي والسياحي فقد يصعب على أغلب الأفراد تحديد أهم المواقع السياحية سواء الطبيعية أو التاريخية أو العلاجية... عدا عن صعوبة تحديد الهيئات أو المؤسسات التي يمكن الاتصال بها أو توجيه السياح إليها عند الضرورة وهذا ما يجعل الأفراد غير قادرين على التعامل الجيد مع السياح سواء المحليين أو الأجانب والأكثر من ذلك هو عدم التفرقة بين السائح والضيف فاغلب الجزائريين ينظرون إلى السائح نظرة الضيف بالتالي فانه من

¹ - عبد القادر عوينان، مرجع سابق الذكر، ص 230.

الآداب التكفل التام أو النسبي بمصاريف تحركاته وتنقلاته وحتى مختلف استهلاكاته فبدل أن تستفيد السياحة من مداخليل السياح التي تكون بالعملة الصعبة فإن مداخليلها تتأتى من الاستهلاكات المحلية وبالعملة الوطنية. كل ما سبق قد يكون السبب في ضعف الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري وكذلك هذا الضعف ناتج عن عدم قيام المؤسسات الصانعة للوعي السياحي بواجباتها وتقصيرها في وظائفها وهو ما أنتج ثقافة سياحية وطنية سلبية.

ويمكننا ذكر أهم الأسباب التي تقف عقبة في سبيل نشر ثقافة سياحية في المجتمع الجزائري إلى:

- التصورات والقيم الاجتماعية والمعايير المترسبة والمتغلغلة في البنى العميقة للفكر السائد في المجتمع الجزائري كذهنية الخوف والتوجس من الآخر وفي هذا الإطار يرى الدكتور علي الحشيبان مدير عام إدارة برامج المجتمع في الهيئة العليا للسياحة أن الثقافة السائدة في المجتمع ما زالت تتوجس من مصطلح السياحة مشيرا إلى أن هناك بوادر توشي بتجاوز قضية الثقافة الاجتماعية ومدى قبولها للسياحة بالتفاعل ولو الجزئي مع معطيات السياحة حتى وإن كان هذا التفاعل على استحياء. وفي مجتمعنا هناك قضية مازالت عالقة بين السياحة كمفهوم وبين الثقافة السائدة التي تتوجس كثيرا من المصطلح "السياحة" حيث علقت في الأذهان مفاهيم لم تكن واردة فقط من الممارسات التي واكبت مفهوم السياحة على المستوى الاجتماعي ولكنها أتت من تقييم مسبق من الثقافة نفسها التي تردد عدم احتمالها لمفاهيم سياحية مثل زيارة الآثار أو الترفيه إضافة إلى الصورة السلبية التي رسمت عن السياح والسياحة الخارجة من المجتمع الجزائري، مشكلة السياحة في المجتمع أن الثقافة (الفكر الاجتماعي) مازالت لا تحتل إمكانية وجودها كمصطلح وك ممارسة وهنا لب المشكلة مع أن السياحة في أنظمتها العالمية (قوانين منظمة السياحة العالمية) لا تتعارض مع القيم والأخلاق والثقافات إلا أنها مازالت تشكل الكثير من المعاني غير المرغوب فيها في ثقافة المجتمع العربي كله وليس مجتمعا بعينه¹.
- غياب المؤسسات والهيئات الفاعلة في تنمية الثقافة السياحية واقتصار أدوار مؤسسات السياحة على الأنشطة السياحية فقط وغياب حركات وجمعيات مدنية مهتمة بالسياحة ونشاطاتها وتنمية ثقافتها.
- غياب دور المجتمع المدني كالجمعيات والمنظمات السياحية ولعب دورها في نشر الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري وتعريفه بالمناطق والمواقع السياحية في بلاده .

¹ - عبد الغني دادن، سعيدة تلي، الثقافة السياحية للمجتمع ودورها في تنمية السياحة الصحراوية، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الثاني حول "للسياحة الصحراوية ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية"، بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، يومي 12/11 مارس 2012، ص7.

- عدم التركيز على وضع خطة عمل مشتركة بين الأجهزة الخاصة بنشر الثقافة السياحية والأجهزة الأخرى المعنية لها من وسائل الإعلام المختلفة ، سواء المسموعة أو المرئية أو المكتوبة.
- فقدان التمرس في مجالات العلم والمعرفة والبحث الأكاديمي في المجتمع الجزائري وتغلب التعصب والجهل، وأحيانا انتصار العادات والتقاليد على حساب الغايات والمقاصد.
- تراجع الصناعات التقليدية من حيث تنوعها وكميتها ودرجة إتقانها إذ أصبحت تباع في السوق السياحي الجزائري الأواني الفخارية التونسية والحلي المصرية والتركية والألبسة التقليدية المغربية والسورية¹.

وكل هذا ساهم في تراجع الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري مما أثر بدرجة كبيرة على التنمية السياحية المستدامة في وقت وجب فيه أن تكون محل اهتمام من قبل جميع الأطراف في الدولة سواء الحكومة أو الجمعيات والمجتمع المدني فدور تفعيل الثقافة السياحية مهمة الجميع على كل المستويات وهو ما سيتم توضيحه في النقطة القادمة.

ثالثا - آليات إعداد الفرد الجزائري للوعي السياحي ونشر الثقافة السياحية في المجتمع:

لاشك أن تحقيق التنمية السياحية المستدامة وغرس الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري يعتمد أساسا على تضافر جهود مجموعة من المؤسسات والتي نسميها مؤسسات صناعة الوعي في المجتمع فهي وحدها القادرة على توجيه سلوكات الأفراد وفق قيم ومعايير معينة فضلا عن تهيئتهم من الناحية المعرفية والعقائدية فهي من المقومات الأساسية لنشر الثقافة السياحية والمتمثلة في:

1- الأسرة: تعتبر الأسرة النواة الأولى والأساسية في بناء المجتمع وتربية أفرادها على القيم الإنسانية الفاضلة فهي المؤسسة التربوية الأولى التي تلقن الفرد أدبيات وأخلاقيات التعامل والتعايش مع الآخر وأول من تحدد المعايير وتؤطر الأفراد على ما ينبغي عليهم فعلهم أو تركه، وعليه فلا أسرة دور كبير في ترسيخ الوعي السياحي وتنمية الثقافة السياحية من خلال تنمية اتجاهات لدى الأطفال والشباب² عن السياحة وفائدتها على الفرد والمجتمع بالإضافة إلى ترسيخ قيم تجعل الفرد متفتحا ومتسامحا ومتقبلا للآخر والتعايش مع مختلف الحضارات والثقافات والأديان، كما للأسرة دور تربوي أيضا من خلال إكساب الأفراد كيفية التعامل مع السائحين وحسن استقبالهم وعدم الانصهار في ثقافتهم وتنمية السلوك الحضاري بالمحافظة على المكتسبات السياحية والبيئية.

¹ - عبد القادر عوينان، مرجع سابق الذكر، ص 231.

² - منال ديابي، دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية، مجلة الباحث الاجتماعي، الجزائر، المجلد 13، العدد 01، ص 113.

2- المؤسسات التربوية والتعليمية: يقصد بالمؤسسات التربوية والتعليمية مختلف المؤسسات المكلفة بالتربية والتعليم في أي دولة من رياض الأطفال والمؤسسات التعليمية والجامعات والمعاهد والمدارس التكوينية... إلخ وهي مؤسسات فاعلة في صناعة وعي الأفراد في المجتمع لأنها تسهم في توجيه ثقافتهم عن طريق البرامج التعليمية والمقررات التي تغذي التلاميذ والطلبة.

إن ترسيخ الثقافة والوعي للسواح واجب على هذه المؤسسات القيام به نظرا لأهميتها وثقلها الكبير وكذلك قدرتها على التعبئة والتأثير، فتقدم مادة علمية خصبة ومتنوعة وفنية ومثقلة بقيم إنسانية كونية، والحث على ضرورة التحلي بثقافة السياحة والتنقل والتبادل والتداول كفيل بغرس قيم ثقافية سياحية ما دامت هذه الأخيرة تقتضي التحلي بقيم تقبل الآخر والرغبة في التعرف على ثقافته ابتغاء المتعة وإشباع الفضول المعرفي وذلك هو الأساس الفكري والفلسفي العميق للثقافة السياحية كذلك يجب أن لا يقتصر دور الجامعات والمعاهد على إعداد الإطارات السياحية فقط بل يجب أن يتعدى ذلك إلى إعداد مواطنين مثقفين سياحيا ومتقبلين لنشاط السياحة ومتفهمين لأهدافها العميقة وذلك بإدراجها في مناهجهم ومنظومتهم التي يدرسونها وكذلك إدراج السياحة والثقافة السياحية كمقاييس علمية للنقاش وتبادل الأفكار حول هكذا مواضع من خلال ملتقيات ومحاضرات وندوات وورشات تكوينية... إلخ.¹

3- المؤسسة الدينية: تلعب المؤسسات الدينية دورا كبيرا في المجتمعات البشرية عموما- قد يتجاوز الدور الذي تلعبه مؤسسات صناعة الوعي الأخرى- التي تبقى وضعية أي من صنع الإنسان لذا لا تعامل بالجدية والهيبة التي تعامل بها المؤسسة الدينية التي تحترم عقائديا لتعاليمها وسموها، وذلك ما يعطيها أهمية بالغة في نشر الثقافة السياحية وتوجيهها إيجابا أو سلبا وقدرتها على ضبط المعايير والقوانين والأحكام التي تحدد سلوكيات الناس(الأفراد) وتصرفاتهم وفقا لما يقرره رجال الدين وحماة الذاكرة والتاريخ والتراث الديني، فإذا ما أسقطنا المعطيات السالفة على مفهوم الثقافة السياحية وترسيخها في المجتمع الجزائري نجد أن للمؤسسات الدينية من مساجد وزوايا وغيرها سلطة قاهرة ويد سحرية تسمح لها بزرع الثقافة أي كان نوعها بما في ذلك السياحة وتحبيبها وترغيبها بسهولة مقارنة بالمؤسسات الأخرى وذلك يتطلب فهما تاريخيا وعقلانيا لما تحتويه الآيات القرآنية من أحكام والتحرر من المفاهيم القديمة لها، فالدين الإسلامي يؤكد على ذلك ويربط حتى الجوانب الأخرى كالمعرفة والعلم بالسياحة والسفر كما في حديث النبي "أطلبوا العلم ولو في الصين" وليس على المؤسسات الدينية والمحسوبين عليها سوى تطبيق هذه التعاليم وقبل ذلك فهمها تاريخيا وفي سياقها بما يتماشى مع مقتضيات العصر، تم ترسيخها في أذهان الأفراد الذين يجدون فيها ملاذا آمنا ومقدسا فذلك

¹- خليل بن عزة، مرجع سابق الذكر، ص 73.

أجدى من البهرج والاهتمام بالقشور التي غالبا ما تولد نقيضاً ما تسعى إليه السياحة من رفض للآخر تعصب، تطرف.... إلخ.

4- المؤسسات الإعلامية والاتصالية: يلعب الإعلام دوراً فاعلاً في ترسيخ وتنمية الثقافة السياحية فهو عبر وسائله التي شهدت تطوراً وانتشاراً كبيرين بإمكانه الوصول إلى أكبر قدر من الأفراد وفي أي وقت وبأي وسيلة ويتجلى دوره في تقديم البرامج الثقافية المغذية للوعي السياحي والتي تحث عليه والتعريف بأهمية السياحة والتحلي بالثقافتها والقيام بحملات توعية وتحسيس عبر وسائل الإعلام المختلفة وتخصيص قنوات وجرائد وإذاعات متخصصة في السياحة تهدف إلى توعية الجماهير بالدور الذي تلعبه في الاقتصادية والاجتماعية والثقافية¹، والقيام بدراسات وإحصائيات لفهم سلوك السائح وكيفية التعامل معه وكذلك تلعب وسائل الاتصال الجديدة دوراً فاعلاً وهاماً وذلك لما تتميز به من خصائص كالسرعة والتفاعل وذلك بإنشاء مواقع الكترونية تفاعلية تختص بشؤون السياحة وتعمل على نشر الثقافة السياحية والتعريف بواجبات المواطنين اتجاه المشتملات السياحية والسياح وضرورة التعامل الحسن مع السائح وإكرامه، وبإمكان وسائل الإعلام استغلال تكنولوجيات الاتصال ووسائله المتعددة والجديدة في العديد من النشاطات ومن بينها السياحة وبرامج تنميتها وتنمية الثقافة السياحية.

بالتالي على الدولة والمؤسسات الجزائرية أن تعيد النظر في سياستها التكوينية وتعطي مصداقية واهتمام أكثر للعنصر البشري من خلال هندسة فكر سياحي وأن تهتم بتنمية الثقافة السياحية إلى جانب مؤسسات المجتمع الدولي حتى تتكاتف الجهود لإنعاش هذا النوع من الثقافة باعتباره نوع من الاستثمار الفكري والتفعيل الصريح لنشاط السياحة ومن أجل التنمية السياحية المستدامة ومن أجل أن تبوء مكانة تؤهلها لكي تكون قطبا سياحيا في ظل العولمة السياحية وفي زمن لا يعترف فيه بالحدود المكانية ولا الزمانية.

المطلب الثالث: المشاكل البيئية وإهمال المناطق السياحية.

تبقى البيئة جوهرًا لاستمرار واستدامة الوجهات السياحية، والسياحة كأي نشاط اقتصادي يعتمد على الموارد يجب أن نحافظ عليه كشرط مسبق لدوام عافيتها على المدى الطويل، ولكن بعد السماح بحرية الأشخاص وتحرير الخدمات السياحية أصبح السياح يستنفذون البيئات السياحية سواء كان ذلك عبر التحديق بها ببساطة، أو عبر التفاعل معها هو ما أثر سلبيا على البيئة.

¹ - يوسف خروبي، الثقافة السياحية ودورها في تنشيط السوق السياحي في الجزائر - ولاية جيجل نموذجا -، مجلة رؤى اقتصادية، الجزائر، العدد

11، ديسمبر 2016، ص 431.

يتعرض الوسط البيئي في المجتمع الجزائري لمخاطر وتحديات كبيرة ناتجة عن تراجع الأداء التنموي وتدهور الأوضاع الاجتماعية المتخلفة، ولعل ابرز هذه المخاطر هدر الأراضي الزراعية، حرائق الغابات، تلوث المياه، التلوث الصناعي، انتشار البرك ورمي القاذورات. لذا نجد أن الكثير من الدراسات الآن تهتم بدراسة المشكلات الخاصة بتلوث البيئة وتأثير ذلك على التنمية السياحية المستدامة من جهة وعلى صحة المواطنين وجذب السياح من جهة أخرى لما تمثله من أهمية كبيرة من مقومات الجذب السياحي العالمي. فقد تناولت إحدى الدراسات التجربة البيئية التي مرت بها ثلاث جزر كاريبية فقامت هذه الجزر بعمل تطوير للسياسة البيئية لها بعد أن أدركت التأثير السلبي للملوثات البيئية على الجذب السياحي بها، مما أثر سلبا على اقتصادياتها ومن ثم على المستوى المعيشي لسكان هذه الجزر وكان من نتيجة ذلك تحسين الأحوال البيئية لها ما كان له أثر كبير في الجذب السياحي لها¹.

أولا - المشاكل البيئية في الجزائر:

بالرغم من كون الجزائر من أكبر بلدان القارة الإفريقية غير أن مواردها الطبيعية لا تناسب ما يمكن انتظاره من مثل هذه المساحة لأنها محدودة وهشة بالظروف المناخية وسوء التوزيع على الإقليم نتيجة السياسات التنموية الاقتصادية والاجتماعية المنتهجة منذ الاستقلال حيث أهملت الاعتبارات البيئية في المخططات التنموية مما أدى إلى تفاقم التلوث وتعرض أثمان الموارد لأخطار محققة خاصة بعد التوسع الكبير والسريع للمدن وتطور الصناعة وتغير أنماط الحياة الحضرية، حيث ارتفع من 40% سنة 1977 إلى 80% سنة 2007 حيث تضاعف عدد السكان بـ 06 مرات من 6 مليون نسمة إلى 40 مليون نسمة، وهذا التبذير للأراضي الزراعية القيمة بسبب الانتشار المفرط للمدن يولد واقعا مؤلما آخر يتمثل في تبذير موارد أخرى هامة كالماء الذي يتميز بالندرة وكثرة الطلب، كون 95% من الإقليم خاضعة لمناخ جاف من جهة، وكون الموارد الكامنة المتولدة عن الحجم السنوي لمياه الأمطار التي تستقبلها الأحواض المنحدرة لا تعبا إلا جزئيا وبصعوبة كبيرة.

كما أن وفرة هذا المورد لا تتعدى أكثر من 383م³، وهذا الوضع يرتبنا من بين البلدان التي تقع تحت حد الندرة في وفرة المياه المحددة دوليا بـ 1000م³ سنويا لكل ساكن، ونسبة التسريبات في القنوات بلغت 50% أما نسبة تنقية المياه القذرة فهي تقريبا معدومة وستنخفض في أفق 2020 بعدد السكان المتوقع 44 مليون نسمة إلى 261م³ سنويا لكل ساكن بالإضافة إلى الأسباب المناخية المسببة لهذه الندرة، يبقى الاستعمال غير العقلاني للماء وتبذيره من أهم العوامل الأساسية لذلك.

¹ - ياسر عوض عبد الرسول، مرجع سابق الذكر، ص 25.

أما مسألة التصحر في الجزائر فقد أصبحت قضية استعجالية، نظرا لتهديدها لمجموع المجال السهبي الواسع، وهو المنطقة الرعوية عالية الجودة للبلاد، حيث أظهرت الصور الملتقطة بالأقمار الصناعية أهمية المساحات المهددة بظاهرة التصحر 13.821.179 هكتار أي 69% من مساحة السهوب، وهذا يرجع لأسباب عديدة منها الجفاف، الأنشطة البشرية وكمثال لهذا الأخير هو كون السهوب لا يمكنها تحمل أكثر من 04 ملايين رأس من الغنم في حين يزيد هذا القطاع حاليا عن 10 ملايين رأس¹.

في حديثنا عن المناطق الحضرية والأنشطة الصناعية فلا يخفى عن أحد أن المجتمع الحضري يتميز بالكثافة السكانية وتزايد التخصص المهني الناجم عن تقسيم العمل وفي الجزائر يعتبر التوسع العمراني غير المدروس والنمو الديمغرافي وتغير نمط الاستهلاك فيه من العوامل المباشرة للتدهور التدريجي للإطار المعيشي الذي من بينه:

1- تلوث الهواء: عرفت الجزائر خلال السنوات الماضية تطورا هاما على الصعيد الحضري والصناعي الذي ولد تلوثا هوائيا يمكن في بعض الأحيان مشاهدته بالعين المجردة، وترجع التدفقات الهوائية في التجمعات الحضرية أساسا لحركة المرور، مصادر منزلية، تدفقات صناعية صادرة عن الوحدات الإنتاجية أو صادرة عن احتراق النفايات الصلبة في الهواء الطلق، كما أن للأحوال الجوية دور في مستويات التلوث الملاحظة كذا تغير درجات الحرارة حيث تنقص حرارة الهواء كلما زاد الارتفاع والهواء الساخن المحتوي على ملوثات تنتشر عموديا في حالة تقلب الحرارة².

يرتكز تلوث الهواء أساسا في مدينة الجزائر والمدن المحاذية لها (البليدة، تيبازة، بومرداس، البويرة، المدية) وكذا في مدن عنابة ووهران ويتفاقم خاصة على مستوى الساحل حيث الظروف المناخية المساعدة على انتشار وتقلب الحرارة غير الملائمة في كثير من الأحيان.

2- النفايات: إن أغلب النفايات حتى المسموح بها من طرف البلدية هي نفايات خام لا تخضع لمعايير حماية خاصة المنزلية منها فهي تشكل مصدرا هاما لتلوث البيئة في الجزائر بسبب طبيعتها السمية والمشوهة لجمال المناظر، فالجزائري ينتج يوميا ما يعادل بالقيمة المتوسطة 0.5 كغ من النفايات الحضرية وتزيد هذه النسبة إلى 1.2 كغ في كبريات المدن، بالإضافة إلى نتائج سلوكيات المواطن غير المحسوبة في تأزيم هذه الوضعية، أما عن طريقة التخلص منها فيشكل تفرغ النفايات الحضرية في المفارغ العمومية الحل الأسهل تقنيا³.

¹ - تقرير حول حالة ومستقبل البيئة في الجزائر 2000، وزارة تهيئة الاقليم والبيئة، ص 55.

² - المرجع نفسه، ص 57.

³ - أحمد ملحة، الرهانات البيئية في الجزائر، الجزائر: مطبعة النجاح، 2000، ص 62.

إن سوء تسيير النفايات في الجزائر والذي يتميز بنقص هامة كانهدام فرز النفايات في عين مصدرها، انعدام المزابيل الخاضعة للمراقبة، نقص في إعلام وتحسيس المستهلك اثر سلبا على سلامة البيئة ونظافتها.

3- التلوث الصناعي:

فيما يتعلق بالأنشطة الصناعية فقبل صدور القانون المتعلق بحماية البيئة عام 1983 كانت المشاريع الصناعية تنجز دون القيام بدراسة أثرها على البيئة، حيث كان الصناعيون يفضلون المواقع سهلة التهئة مما جعل الصناعة تبتلع مساحات شاسعة من الأراضي الزراعية، وكانت لهذه الوضعية آثار على البيئة والصحة العمومية، مثال ذلك هو أن تدفقات كل من مركب المنظفات لسور الغزلان لوث سد لكحل، والمنطقة الصناعية لتيارت لوث سد نجدة... إلخ، زد على ذلك إنتاج النفايات الصناعية كالإسمنت والجبس والغازات ذات المفعول الحراري الناجمة عن مصانع التكرير، ولا بد من الإشارة إلى أن التسممات الأكثر حدوثا سببها الرصاص، تدويب وتكرير الرصاص، صناعة الطلاء... وعليه فالتقييم البيئي للمشروعات الصناعية هو أفضل حل للتقليل من الآثار الناجمة.

في نفس الوقت لا يمكننا أن نغفل وجود أوساط وأنواع التنوع البيولوجي في خطر، فالمعروف أن التنوع البيولوجي هو مجموع الجسيمات الحية من حيوان ونبات مع دعيمتها الوراثية والأنظمة البيئية التي تتطور فيها والتنوع البيولوجي أساسي للمساعدة على التكيف مع التغيرات ، إلا أنه رغم كون هذا التنوع ثري في الجزائر إلا أنه متقهقر ففي الجزء الشمالي نجد الغابات المتوسطة وفي الهضاب، الحلفاء والعراعر أما الصحراء فهي قاحلة في مجملها تقريبا وكل منطقة تحوي حيواناتها وكائناتها البرية والبحرية التي يجب حمايتها، مع العمل على زيادة مساحة الغابات الجزائرية كما كانت عليه قبل قرنين، وتهئة السهوب بتنظيم عمليات الرعي والحماية من التصحر والجزائر أيضا فضاء للعديد من التنوعات الوراثية لأنواع مزروعة أو طوعيه، إلا أنها اليوم تعاني من وعدة مشاكل كالأضرار، الحرائق، الإفراط في الإرعاء تهدد بعضها بالانقراض، وأهم ما يمكن ذكره والذي يعمل حاليا على حمايته بدعم دولي هو الحظائر الوطنية والمحميات الطبيعية للحفاظ على التنوع البيولوجي وهي تغطي حوالي 53.000.000 هكتار لقد من الله على الجزائر بمناطق بحرية وشاطئيه أكسبتها واجهة بحرية رائعة ممتدة على طول 1200 كم، وبالرغم من كون عمق هذه المنطقة الساحلية لا يتعدى الـ 50 كم بمساحة 45.000 كم²، إلا أن معظم الأنشطة الصناعية تتمركز في هذه المنطقة وتشكل تجمعات (الجزائر العاصمة، وهران، عنابة، سكيكدة، بجاية) لوحدها 74% من النسيج الصناعي، أما الأراضي القابلة للزراعة فهي تحتل مساحة تقدر بـ 1632000 هكتار من المنطقة الشاطئية، إضافة إلى الضغط السكاني الناتج عن التجمعات

المرتبطة بالنشاطات المختلفة (صناعة، فلاحية، الصيد، السياحة) والهياكل القاعدية (الطرق، الموانئ، المطارات) حيث تأوي ما يعادل 43% من إجمالي السكان بكثافة سكانية¹.

هذا التركز الكبير للسكان وما يتبعه من تركز لمعظم الأنشطة الصناعية والسياحية والتجهيزات القاعدية المتنامية أثر على المساحة الشاطئية حيث تعرض الساحل لضروب التلوث الناجمة عن التخطيط دون الحرص على الجانب البيئي وعلى الموارد المائية حيث سجل التلوث البحري المتولد عن الأقطاب الصناعية نسبا تبعث على القلق خاصة تدفقات السوائل الحضرية المضاف إليها تلك التي تنجم عن الأنشطة الصناعية التي تصب مباشرة في البحر دون أي معالجة مسبقة والتي ينتج عنها تلوثا بكتيريا وبيولوجيا متزايد، كما تساهم التسربات البترولية من بعض السفن وناقلات البترول في تلويث مياه البحر بزيوت البترول المهددة للثروة السمكية² فحوالي 100 مليون طن من المحروقات تمر سنويا بالقرب من الشواطئ الجزائرية، و50 مليون طن تشحن سنويا من الموانئ الجزائرية، و10.000 طن تفقد وتتسرب في البحر أثناء هذه العمليات، وهذه التسريبات تشكل خطرا بيئيا حيث أن طنا واحدا من البترول يمكن أن يعطي سحابة رقيقة إلى غاية 1200 هكتار عن سطح البحر، وعندما يتبخر الجزء القابل للتبخّر من السطح فإن أجزائه الثقيلة تتسرب في الأعماق فتتلف النباتات وتموت الحيوانات البحرية³.

4- الصرف الصحي والمياه القذرة:

يقدر إنتاج المياه القذرة الحضرية بحوالي 600 مليون م³ سنويا وكانت نسبة الموصولين بشبكات صرف المياه العمومية تعادل نسبة 85% وهذا بالنسبة لسكان المدن، ويلاحظ في السنوات الأخيرة تزايد تدفقات المياه القذرة الحضرية في الوديان الأمر الذي يشكل تهديدا خطيرا على نوعية المياه السطحية، أما بخصوص المؤسسات الاقتصادية تشكل خطرا محتملا على تلوث الموارد المائية، فالمركبات والوحدات الصناعية تخلق يوميا أكثر من 200 مليون متر مكعب من المياه القذرة المحتواة على مواد ملوثة (مواد عضوية، المعادن الثقيلة والهيدروكربون)، والولايات التي تولد بها أكبر حجم من المياه القذرة هي: عنابة، بسكرة، وهران بحيث تصب هذه المياه غالبا في الوسط الطبيعي دون أن تخضع لأي معالجة مسبقة، فلا يعالج في أحسن الحالات سوى

¹ - مليكة بوضيف، إدارة السياسة البيئية في إطار التنمية المستدامة في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2006، ص 117.

² - مليكة بوضيف، مرجع سابق الذكر، ص 110.

³ - تقرير حول حالة ومستقبل البيئة في الجزائر 2000، مرجع سابق الذكر، ص 39.

20 مليون متر مكعب سنويا، أي ما يعادل 10% من حجم المياه الناجمة عن المركبات والوحدات الصناعية¹.

كل ذلك غير المعادلة فتحوّلت الجزائر في أقل من ثلاثة عقود من دولة ذات بيئة سليمة إلى دولة لها مشاكل بيئية من الدرجة الأولى، ويمكن القول أن التلوث البيئي سواء كان هوائي أو مائي أو ضوضائي أو مكاني أو غيره له بالغ الأثر السلبي الضار على استمرار خطى التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، حيث يؤدي إلى عرقلتها ولا يتصور قيام تنمية سياحية حقيقية في الجزائر بالمصاحبة لتفاقم أزمات التلوث البيئي.

ثانيا - إهمال المناطق السياحية الأثرية والمرافق المحيطة:

لا شك أن نظافة الشارع الجزائري وعلى الأخص المنطقة السياحية أو الأثرية تعتبر عامل هام للجذب السياحي، حيث تعاني بعض المناطق الأثرية من الإهمال وعدم نظافتها، وانتشار الباعة الجوالين والمتسولين وعدم تحسين المظهر الجمالي للمناطق السياحية، وعدم انتظام حركة المرور... وغيرها يعطى صورة سيئة عن الجزائر، كما أنها تسبب ضيق للسائح حيث أن السائح يجب التجوال بحرية في المكان الذي يزوره². ولن نبالغ إذا ما قلنا أن السائح يهتم بجمال المكان وجودة المرافق المتاحة جنبا إلى جنب مع عراقة وأصالة المعالم الأثرية. وقد لاحظنا من خلال زيارتنا لاماكن سياحية في العديد من المدن الجزائرية قيام بعض السياح بالتعليق على أنابيب الصرف الصحي غير محكمة الغلق، وتصويرهم لأعمدة الإنارة التي يخرج من جوفها مجموعة من أسلاك الكهرباء عارية الأطراف في شكل يوحي بالإهمال واللامبالاة وأيضا المظاهر غير اللائقة للأرصعة، والحفر والكسور والمطبات العشوائية في الطرق والشوارع. كما أن الفساد الإداري المتوغل في الإدارة السياحية والجهات المعنية بالرقابة على المنشآت والفنادق السياحية يرتب تقديم مرافق وأماكن إقامة وخدمات سياحية غير لائقة وغير مطابقة للمواصفات القياسية، بما يؤثر سلبا على السياحة في الجزائر.

¹ - أحمد ملحة، مرجع سابق الذكر، ص 91.

² - كردودي سهام، مرجع سابق الذكر، ص 16.

خلاصة واستنتاجات:

لقد أدت عولمة السياحة إلى فرض العديد من التحديات على التنمية السياحية المستدامة بالجزائر ففي الوقت الذي يشهد القطاع السياحي في مختلف دول العالم تغيرات وتطورات كبيرة سواء من الناحية التقنية أو الاقتصادية لاحظنا من خلال هذا الفصل أن القطاع السياحي الجزائري لا زال يعاني من نفس نقاط الضعف التي كان يعاني منها منذ أكثر ثلاثون سنة، رغم الجهود التي بذلتها الجزائر على تحسين القطاع السياحي حيث مهدت الطريق بفتح مجال الاستثمار للأجانب والخصائص وشجعتهم على الاستثمار في القطاع السياحي، وانتهاج إستراتيجية واضحة ومنسجمة من شأنها تحقيق تنمية سياحية مستدامة وتساهم بشكل فعال في الاقتصاد الوطني، إلا أنه رغم هذا الاهتمام الحكومي والمؤسسي بمجال السياحة إلا أن الإحصائيات والمؤشرات أثبتت وجود تأخر كبير في هذا الميدان بالمقارنة مع الدول العربية كمصر والمغرب والإمارات، حيث نجد أن العولمة السياحية ضغطت بكل ثقلها على القطاع السياحي الجزائري ووضعت في طريقه العديد من العراقيل يتصدرها العامل الاقتصادي بداية من هشاشة الاقتصاد الجزائري وصعوبة اندماجه في الاقتصاد العالمي، والخيارات التنموية التي اعتمدتها الحكومة الجزائرية وعدم دعمها للقطاع السياحي الذي يبقى إلى اليوم مهمشا ولا يلقي الدعم الكافي وقلة الاستثمارات السياحية الأجنبية كانت أو محلية، إضافة إلى الفترة الأمنية الصعبة وعدم الاستقرار السياسي الذي مرت به الجزائر والذي أثر بشكل كبير على التنمية السياحية المستدامة. إلى جانب العديد من المعوقات المتعلقة بالعامل التكنولوجي والتي مازالت الجزائر بعيدة عنه كل البعد لتطبيقه في القطاع السياحي، ضف على ذلك التحديات الداخلية والمتمثلة في غياب التخطيط والتسويق السياحي، وضعف الكوادر البشرية السياحية، وطبيعة الثقافة السياحية الموجودة داخل المجتمع الجزائري، في وقت يعرف فيه العالم انفتاحا كبيرا في السوق السياحي.

الخاتمة

تبين لنا من خلال هذه الدراسة أن السياحة أصبحت ظاهرة عالمية لا يمكن تجاهلها، كما حظيت باهتمام كبير في الكثير من بلدان العالم باختلاف أنظمتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية وبهذا أصبحت السياحة واحدة من أهم القطاعات الاقتصادية المساهمة في التنمية الاقتصادية للعديد من الدول حيث تمثل احد أهم مكونات الصادرات الخدمية ومحركا للنمو الاقتصادي من خلال مساهمتها في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي كما تعد مصدرا مهما من مصادر الإيرادات من العملات الأجنبية بالإضافة إلى مساهمتها الفعالة في التشغيل باعتبارها من أكبر القطاعات الاقتصادية ذات الكثافة العالية في العمالة.

النمو الكبير في قطاع السياحة أصبح هناك ضغط كبير على المناطق السياحية والمواقع التاريخية والأثرية والتراثية والدينية وبدرجة أعلى منها البيئية، لذلك ظهر بما يعرف بنموذج السياحة المستدامة الذي يهتم بتطوير وترقية السياحة من جهة ومراعاة الجانب البيئي من جهة أخرى، والذي يساهم بدرجة كبيرة في تحقيق التنمية المستدامة، فأصبحت هناك حاجة ملحة إلى إيجاد تخطيط مناسب للتنمية السياحية وإدخال مبدأ الاستدامة عليها، كون هذا المبدأ دخل في كل ميادين الحياة المختلفة. ولذلك يستلزم على الدول اعتماد استراتيجيات إنمائية بديلة للحد من المخاوف حيال التأثير على البيئة وينبغي عليها وضع رؤى سياحية متكاملة وتطوير الإدارة البيئية المتكاملة للمناطق السياحية وتشجيع الممارسات الخضراء في القطاع الفندقي وتكوين الإطارات بالنسبة للعاملين في القطاع السياحي من خلال تدريبهم لتحقيق سبل استدامة الأنشطة السياحية، فيجب أن لا تبني السياحة على الأبعاد الاقتصادية والتكنولوجية فقط بل يجب أن تأخذ بعين الاعتبار الواقع البيئي وكيفية المحافظة عليه، لكي تستجيب السياحة لشروط الاستدامة لأنها العامل الرئيسي للارتفاع بهذا القطاع للأفضل.

إن العولمة السياحة هي أمر واقعي نتيجة لاهتمام الدول المتقدمة والنامية على حد سواء من خلال تحرير القطاع السياحي وتطور وسائل المواصلات وتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تسهيل حركة السياح عبر مختلف مناطق العالم ويمكن لها أن تصبح إحدى الأدوات الفاعلة التي يمكن أن تحقق تنمية اقتصادية للبلد من خلال تأثيرها في التنمية السياحية المستدامة، حيث أتاحت العولمة السياحية زيادة نمو الاستثمارات السياحية وتحسين بنيته الأساسية، وعملت على توفير قدرات فنية وتنظيمية وبشرية متقدمة بالإضافة إلى تطوير منتجات سياحية محلية بطريقة مبتكرة لجذب السياح وبأسعار منافسة كما حصل مع العديد من الدول. في حين أن الجزائر وعلى الرغم من امتلاكها لمقومات سياحية كبيرة تؤهلها لأن تكون من أهم دول العالم جذبا للسياح والاهتمام الذي أولته مؤخرا لتنمية السياحة وبالرغم من بعض مؤشرات النمو الإيجابية التي يسجلها القطاع إلا أن حصتها من السياحة العالمية لا تتجاوز 0.15% عام 2015 ونسبة 3.2 % من السياحة الوافدة لدول إفريقيا وهي حصة لا تتناسب مع ما تزخر به من ثروات طبيعية وثقافية

وحضرارية وهو ما يؤكد أن الجزائر تفصلها أشواط كبيرة للتميز والوصول لمصاف الدول السياحية، رغم تعاقب السياسات السياحية من فترة إلى أخرى ورغم رصد أموال معتبرة للدراسات والتهيئة السياحية التي خص بها المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2030 إلا إن إنعاش القطاع السياحي يتم بخطى متباطئة ويتطلب تضافر الجهود والتنفيذ الفعلي للإستراتيجية لزيادة حركة الأنشطة السياحية.

كما أن العراقيل والصعوبات الكثيرة التي أصبحت تفرضها عولمة السياحة والتي تعترض تطوير القطاع السياحي الجزائري حالت دون تحقيق الهدف المرجو منها وهو جعل الجزائر كوجهة سياحية تنافسية. ففي ظل المعطيات الاقتصادية الراهنة أصبح خيار العزلة أمر تم تجاوزه وعليه فإن أنسب توجه للجزائر هو الاندماج في الاقتصاد العالمي من باب السياحة (مع عدم إهمال القطاعات الأخرى). وبما أن السياسة الناجحة هي التي تنتقل من استراتيجيات مدروسة وهادفة، فإنه لابد من البحث عن الوسائل الفعالة والآليات التي تساعد على استغلال الموارد والمقومات السياحية أحسن استغلال، بشكل يسمح لها بتحقيق التنمية السياحية المستدامة في وقت تعد فيه مسألة تحقيق نقلة نوعية في القطاع السياحي ضرورة حتمية.

من خلال الدراسة المقدمة قمنا باختبار الفرضيات التي تم وضعها كنقطة انطلاق في مقدمة الدراسة:

إن فرضية كلما كانت هناك استدامة سياحية بما يتوافق وتحقيق الجودة والرشادة الإنتاجية في مختلف الخدمات السياحية، كلما تحققت تنمية سياحية حقيقية في ظل استغلال المورد السياحي في الجزائر هي فرضية صحيحة لان التنمية السياحية المستدامة تعمل على الاستخدام غير الجائر للمورد السياحي والأخذ بعين الاعتبار الخصائص الاجتماعية والحضرية للمجتمعات المضيفة للسائحين، مع ضمان تحقيق منافع اقتصادية واجتماعية وبيئية لجميع الأطراف على المدى الطويل على عكس التنمية السياحية التي تقوم على استغلال المقومات السياحية لإشباع حاجات ورغبات السياح ما يؤدي إلى حدوث مشاكل وتأثيرات سلبية اجتماعية، وثقافية وبيئية واقتصادية.

إن فرضية كلما كانت هناك سياسات فعالة في القطاع السياحي من طرف صانع القرار في الجزائر، كلما زاد في إمكانية تحقيق تنمية سياحية مستدامة لتجاوز الاقتصاد الريعي الجزائري، وتوجهها لتحقيق اقتصاد مستدام تحققت جزئيا حيث نجد أنه بالرغم من وضع الحكومة الجزائرية لسياسة سياحية جديدة منذ مطلع الألفية الحالية من خلال إستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية حتى 2030م إلا أنها خلال فترة الدراسة لم تحقق النتائج المرجوة منها في الآجال المحددة فنسبة تحقيق الأهداف المسطرة على المدى القريب والمتوسط متواضعة جدا، فلم يتجاوز عدد السياح 2.4 مليون سائح في نهاية 2017 وكانت مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي متواضعة حيث بلغت 1.6% خاصة إذا ما قرناها ببعض الدول العربية.

- افترضت الدراسة أن غياب الثقافة السياحية والتخطيط الاستراتيجي للسياحة من التحديات التي تواجه السياسة السياحية في تطوير المجال التنموي، هي فرضية صحيحة جزئيا حيث أن عدم وجود الوعي السياحي

لدى المواطنين وغياب التخطيط الاستراتيجي هي من بين أخطر التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة ضف إلى ذلك عدم قدرة الحكومة الجزائرية على جذب الاستثمارات السياحية وبالأخص الاستثمارات السياحية الأجنبية التي قدرت نسبتها اقل من 4% من مجموع الاستثمارات الأجنبية بوجه عام وخصوصا ونحن في عصر انفتاح الحدود وتحرير الخدمات السياحية، دون أن ننسى ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي وضعف الموارد البشرية السياحية رغم وجود مؤسسات التكوين السياحي .

لقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي :

- تساهم التنمية السياحة المستدامة بشكل كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية باعتبارها مصدرا هاما للمداخيل بالعملة الصعبة وتحسين وضعية ميزان المدفوعات، وتوفير مناصب الشغل للكثير من فئات المجتمع وخصوصا المحلية منها، بالإضافة إلى أنها تساهم بنسب مهمة في الناتج المحلي الإجمالي للكثير من دول العالم.
- تمثل السياحة المستدامة نموذجا حديثا للسياحة العالمية وبديلا للسياحة التقليدية لأنها تسعى للحفاظ على البعد البيئي للمواقع السياحية وتساهم بشكل كبير في تحقيق التنمية المستدامة، لذلك اهتمت الكثير من دول العالم بهذا النوع من السياحة نظرا لتمييزها وبساطتها عن باقي الأنواع الأخرى من السياحة وأيضا للربحية المتزايدة من قبل السياح لزيارة مواقع السياحة البيئية والاستمتاع بالبيئة الطبيعية لها.
- أدت العولمة السياحية إلى تغييرين مهمين: الأول هو تقريب وتوحيد القوانين والأنظمة التي تحكم الأنشطة السياحية في مختلف الدول بهدف تقليص تكاليف إنتاج وتوزيع الخدمات السياحية وإتاحة المجال لمزيد من الحرية والانفتاح لتسهيل دخول المنتجات والاستثمارات السياحية والثانية المزيد من التخصص في إنتاج وتوزيع وتسويق الخدمات والمنتجات السياحية على المستوى العالمي.
- بعد عولمة السياحة من خلال تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي أصبحت أكثر أهمية لبقاء ونمو السياحة خاصة بالنسبة للبلدان التي تعتمد اعتمادا كبيرا على السفر الوافد من مناطق العالم التي تتوقع أن تكون التكنولوجيا المتطورة جزءا لا يتجزأ من خطط السياح مستقبلا.
- أوضحت الدراسة أن واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر لا يزال ضعيف ودون المستوى المطلوب، وذلك نظرا إلى أن اهتمام الجزائر بالسياحة جاء متأخرا وان الإستراتيجية السياحية المتبعة لم تحقق الأهداف المرجوة منها سواء كان ذلك على المدى القريب أو المتوسط 2015.
- اعترضت التنمية السياحية المستدامة في الجزائر العديد من العقبات والعراقيل حالت دون تحقيقها خاصة بعد عولمة السياحة والتي أفرزت العديد من التحديات والتي تنوعت في شتى المجالات بداية بالعراقيل الاقتصادية

كصعوبة اندماج الجزائر في الاقتصاد العالمي وتراجع الاستثمارات السياحية ولا سيما الأجنبية منها على الرغم من استحداث العديد من القوانين والتشريعات المحفزة لاستقطابها. من جهة أخرى ترجع الفجوة المعانية بين الاستثمارات المرخصة والمنفذة إلى الطبيعة الطارئة لمناخ الاستثمار السياحي في الجزائر بسبب كثرة المشاكل والعراقيل، إذ سجل في هذا المجال توقف ما يقارب 607 مشروعا سياحيا من مجموع 1270 مشروعا مسجلا نهاية 2015، إضافة إلى انسحاب العديد من الاستثمارات الأجنبية وعلى الخصوص العربية منها وأسباب ذلك متعددة أهمها: مشكلة توفير العقار السياحي وعدم التحكم في مناطق التوسع السياحي وغياب إستراتيجية ترقية فعالة، انعدام مصادر وآليات التمويل في المجال السياحي، مشاكل إدارية و تقنية. نضيف إلى ذلك العراقيل الأمنية والتي تعتبر من المحددات الرئيسية للنشاط السياحي بوجه عام، كما أن نمو السياحة ذو درجة عالية من الحساسية لهذا العامل وعند الدراسة لاحظنا أن تدهور الأوضاع الأمنية وما سمي بالربيع العربي وظهور الجماعات المتطرفة اثر بشكل سلبي على صورة المقصد السياحي في مصر، بعدما عانت الجزائر منه خلال سنوات التسعينات من القرن الماضي ومازالت تعاني من بعض تبعاته الآن. والعراقيل التكنولوجية والتنظيمية وعدم مواكبة التطورات الحاصلة في الميدان السياحي ولا سيما في جانب استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي أصبحت من بين أهم العوامل الأساسية للترويج السياحي وتنمية السياحة المستدامة، فعدم فعالية السياسة الترويجية وضعفها بسبب نقص خطط الترويج والتسويق السياحي في الجزائر. بالإضافة إلى ضعف مستوى ونوعية التكوين بسبب قلة المؤسسات التعليمية المتخصصة وضعف مستوى التأهيل والتدريب لدى نسبة عالية من العاملين بالقطاع والعراقيل الاجتماعية والثقافية كضعف دور الإعلام في نشر الوعي السياحي والثقافة السياحية وتخلف التوعية بأهمية السياحة لدى معظم المواطنين كل ذلك أدى إلى عدم تنمية السياحة المستدامة في الجزائر في ظل التغيرات والتطورات التي أدخلتها العولمة السياحية.

من خلال النتائج المتوصل إليها في الدراسة، يمكننا طرح مجموعة من التوصيات التالية:

- ضرورة الاستمرار والمواصلة في تطبيق أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأنه يمثل المرجع الأساسي لسياسة التنمية السياحية في الجزائر وتحقيق استدامته على المدى البعيد. بالإضافة إلى المتابعة المستمرة والرقابة الفعالة لتنفيذ المشاريع السياحية المبرمجة ضمن مخطط SDAT 2030 وذلك باحترام مدة الانجاز المسطرة وفق الفترة المبرمجة وتذليل كل العقبات التي تحول دون ذلك كمشكل التمويل ومشكل العقار.
- ضرورة تقييم وتقييم الإستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة وتحسينها مرحليا من خلال التجزئة الزمنية ومقارنة ما هو مستهدف بما هو محقق فعليا مع ضرورة إعداد خطة الأعمال للمخطط (SDAT 2030) لما بعد سنة 2015، أي الفترة 2016-2030.

- تشجيع التعاون والشاركة في القطاع السياحي وذلك من خلال مراجع قوانين الاستثمار في القطاع السياحي وجعلها أكثر مرونة لجلب المستثمرين. بالإضافة إلى تسريع وتيرة انجاز المشاريع السياحية المتوقفة وتطبيق

عقوبات على المستثمرين المتأخرين أو إلغاء رخص مقررات المنح في حالة التأخر غير المبرر من جانب المستثمرين.

- اعتماد مخطط دائم ومرن لتمويل السياحة يكمن في تخفيف إجراءات منح القروض البنكية للمشاريع السياحية ومشاركة القطاع الخاص أيضا في انجاز وتمويل المشاريع السياحية وإنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية مثل إنشاء بنك الاستثمار السياحي.

- إعادة الاعتبار للمحميات الطبيعية والحظائر الوطنية والمنتجعات السياحية التي تركز على الجانب البيئي في جاذبيتها واعتبارها نموذجا مثاليا للسياحة البيئية يمكن من خلاله تحقيق الاستدامة في السياحة نظرا لتمييزه وقلة تكاليفه مقارنة بأنواع السياحة التقليدية الأخرى.

- ضرورة مراجعة أسعار الخدمات السياحية المقدمة، إذ تعرف أسعار هذه الأخيرة غلاءً فاحشا في الجزائر كأسعار الإيواء في الفنادق، وأسعار الوجبات المقدمة في المطاعم وهذا ما يثقل كاهل السائح الجزائري في تحمل هذه النفقات والتفكير في تغيير الوجهة السياحية إلى دولة أخرى، إضافة إلى اعتباره مقياسا مهما لمدى تنافسية القطاع السياحي مقارنة بالدول الأخرى.

- الاهتمام الجاد بالإعلام السياحي من أجل التعريف والترويج الأمثل للمنتج السياحي ومحاولة استغلال التطور التكنولوجي الحديث في خدمة السياحة الوطنية كاستخدام شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وذلك لإعطاء السائح صورة واضحة ومسبقة عن المناطق السياحية في الجزائر.

- تفعيل دور الترويج والتسويق للسياحة الجزائرية من خلال تبني تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة (NTIC) وإعداد الخرائط السياحية المرقمنة باستعمال نظام المعلومات الجغرافية (SIG) ووضعها على المواقع السياحية الالكترونية وخاصة موقع وزارة السياحة والديون الوطني للسياحة.

- وضع برامج التأهيل والتدريب للموارد البشرية في المجال السياحي، تتلائم والمعايير المعمول بها دوليا ولا سيما ما تعلق منها بحسن الضيافة والاستقبال التي يفتقد إليها العاملون في مؤسسات الإيواء السياحي في الجزائر.

- تحسين الخدمات السياحية الملائمة لتوقعات وأذواق السياح وتحسين خدمات النقل الجوي باحترام المواعيد وفتح باب المنافسة لشركات الطيران الدولي.

- ضرورة قيام وكالات الأسفار بالترويج للسياحة الداخلية بدلا من الترويج للسياحة العكسية.

- تنويع المنتجات السياحية من خلال تنمية منتجات سياحية جديدة تتميز بها الجزائر مثل سياحة الريف في الشمال وتشجيع السياحة الصحراوية كمنتوج سياحي تتمتع فيه الجزائر بمزايا تنافسية في حوض البحر الأبيض المتوسط.

- تفعيل دور الديوان الوطني للسياحة في الخارج من خلال تنصيب مكاتب له على مستوى السفارات والقنصليات الجزائرية بالخارج (الدبلوماسية التجارية والاقتصادية).
- تنظيم الملتقيات الدولية المخصصة لجلب الاستثمارات السياحية الأجنبية إلى الجزائر تدعى له أكبر الشركات وسلاسل الفنادق العالمية المتخصصة في الفنادق والسياحة وكبار المستثمرين في العالم.
- تفعيل دور الجامعة من خلال الاستفادة من مخرجات البحث العلمي والبحوث التي تجربها المخابر في الميدان السياحي مع ضرورة إشراك الجامعة في عملية تكوين وتأهيل الموارد البشرية بإنشاء مدارس وطنية أو معاهد متخصصة أو فروع في الماستر المهني للتكوين السياحي والفندقي.
- ضرورة نشر ثقافة الوعي البيئي لدى المجتمع الجزائري ومحاولة جعله مجتمعا سياحيا واعيا ومتمكنا من احتضان الأنشطة السياحية وقادرا على الترويج لمنتوجه السياحي بالإضافة إلى جعله يفرق بين ما هو سائح وما هو ضيف، حيث أن الفرد الجزائري اليوم ما يزال في كثير من الأحيان لا يفرق بين ما هو سائح الذي يجلب العملة الصعبة و الضيف الذي يمكن التكفل بتكاليفه
- اعتماد برامج التربية البيئية في منهاج التربية والتعليم خصوصا في المراحل الابتدائية وهذا من أجل غرس ثقافة بيئية لدى الأجيال المستقبلية تبعث فيهم روح الاهتمام بعنصر البيئة في شتى مجالات الحياة اليومية.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً - المصادر

- القرآن الكريم
- المعاجم والقواميس:
- 1. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، بيروت، دار صادر، ط1، 1997.
- ثانياً - المراجع العربية
- الكتب:
- 2. إبراهيم وفاء زكي، دور السياحة في التنمية الاجتماعية: دراسة تقويمية للقرى السياحية، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2006.
- 3. أبو زيد جيهان، الشباب والأهداف التنموية للألفية في الوطن العربي، الأردن: جامعة صنعاء، 2006.
- 4. احمد أبو زنت ماجدة، وغنيم عثمان محمد، التنمية المستدامة فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، الأردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2007.
- 5. الأسدي سلام جعفر عزيز، وآخرون، البيئة والتنمية السياحية، د. ب. ن: دار السلام للنشر والتوزيع، 2015.
- 6. بارزكة محمد حسين، العلاقات العامة والسياحة، بغداد: دار النهضة، 1968.
- 7. بن غضبان فؤاد، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، د. ب. ن: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2015.
- 8. بيج ستيفن، إدارة السياحة، تر: خالد العامري، القاهرة: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، 2008.
- 9. جابر محمد مدحت، جغرافية السياحة والترويج، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ط1، 2004.
- 10. الجابري محمد عابد، العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات، بيروت: المستقبل العربي، 1998.
- 11. الجحني علي بن فايز، الأمن السياحي، السعودية: مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004.
- 12. الجلال أحمد ، السياحة المتواصلة البيئية، القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2002.
- 13. حامد زهران هناء، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2004.
- 14. حجاب محمد منير، الإعلام السياحي، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002.
- 15. الحريري محمد مرسى، جغرافية السياحة، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1999.
- 16. حسنين جلييلة حسن ، دراسات في التنمية السياحية، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2006.

17. الحمدان سهيل، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، سوريا: دار الرضا للنشر، 2001.
18. خانو مارك، ساير ادوارد، قطاع السياحة الفلسطيني الوضع الراهن وإمكانيات المستقبل، فلسطين: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية، 1997.
19. درادكه حمزة، وآخرون، السياحة البيئية **Eco-Tourism**، الأردن: مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع، 2014.
20. دعبس يسرى، السياحة، مصر: الملتقى المصري للإبداع والتنمية، 2001.
21. دعبس يسرى، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية: الملتقى المصري للإبداع والتنمية، ط1، 2003.
22. الروبي نبيل، اقتصاديات السياحة، الإسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية، 1985.
23. الروبي نبيل، التخطيط السياحي، الإسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية، 1987.
24. الروبي نبيل، نظرية السياحة، الإسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية، د. ت. ن.
25. الزوكة محمد خميس، صناعة السياحة من منظور جغرافي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1988.
26. السيسى ماهر عبد الخالق، صناعة السياحة الأساسيات والمبادئ، القاهرة: مطابع الولاء الحديثة، 2003.
27. شاربلي ريتشارد، التنمية السياحية والبيئة: ما بعد الإستدامة، تر: محمد طالب السيد سلمان، طلال نواف عامر، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2012،
28. شوقي عبد المعطى أحمد منال، محاضرات في التنمية السياحية، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2013.
29. الشيخ محمد صالح، الآثار الاقتصادية والمالية لتلوث البيئة ووسائل الحماية منها، الإسكندرية: مطبعة الإشعاع الفنية، ط1، 2002.
30. الشيراوي عبد المنعم محمد، واقع وأفاق مستقبل السياحة في البحرين، بيروت: توزيع دار الكنوز الأدبية، 2002.
31. صلاح زين الدين، التنمية الاقتصادية -مدخل جديد للقضاء على النكد العام وتحسين مؤشر السعادة القومية، القاهرة: دار النهضة العربية، 2016.
32. عبد السلام رضا، انهيار العولمة، مصر، د. د. ن، د. س. ن.
33. عبد العزيز توفيق ماهر، صناعة السياحة، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 1997.

34. عبد القادر مصطفى، دور الإعلان في التسويق السياحي -دراسة مقارنة-، بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2003.
35. عبد الله محمد فريد، وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015.
36. عبد الله محمد فريد، وآخرون، التخطيط والتنمية السياحية، الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015.
37. العطار عزة، التجارة الالكترونية بين البناء والتطبيق، مصر: الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البري، منشأة المعارف بالإسكندرية، ط2، 2010.
38. عقيل الطيار ناصر، أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية، الرياض: مكتبة العبيكان، ط1، 2006.
39. علام أحمد عبد السميع، علم الاقتصاد السياحي، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2008.
40. غنيم عثمان محمد، التخطيط، أسس ومبادئ، الأردن: دار صفاء، ط1، 1999.
41. غنيم عثمان محمد، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، الأردن: دار صفاء، ط2، 2003.
42. فؤاد نشوى، التنمية السياحية، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2008 .
43. قنوص صبحي محمد ، أزمة التنمية، طرابلس، د. ب. ن: الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والاعلان، ط1، 1992.
44. كافي مصطفى يوسف، السياحة المستدامة الخضراء ودورها في معالجة ظاهرة البطالة، الجزائر: الناشر الفا للوثائق، 2017.
45. كافي مصطفى يوسف، صناعة السياحة والأمن السياحي: الجرائم لسياحية ، الإرهاب، العولمة، دمشق: دار مؤسسة راسلان، 2009.
46. كفافي حسين، رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 199.
47. اللجنة العالمية للبيئة والتنمية، مستقبلنا المشترك، تر: محمد كامل عارف، الكويت: سلسلة عالم المعرفة، 1989.
48. مانتوش روبرت وآخرون، بانوراما الحياة السياحية، تر: عطية محمد شحاته، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، ط1، د. س. ن.
49. محمد حامد هند، التجارة الالكترونية في المجال السياحي، القاهرة: د. د. ن، 2003.

50. المحنة كاظم فلاح، العولمة والجدل الدائر حولها، الأردن: مؤسسة الوراق، ط1، د. س. ن.
51. مروان باسل، القطاع السياحي في ظل العولمة، لبنان: دار الهناء، 2008.
52. مسعد محي محمد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2008.
53. مسعد محي محمد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، مصر: المكتب العربي الحديث، د.س. ن.
54. ملحة أحمد، الرهانات البيئية في الجزائر، الجزائر: مطبعة النجاح، 2000.
55. ملوخية أحمد فوزي، اقتصاديات السياحة، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2007.
56. موسشيت دوجلاس، مبادئ التنمية المستدامة، مصر: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط1، 2000.
- التقارير:
57. برنامج التعاون بين مجلس الشعب المصري وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي لدعم البرلمان المصري في التشريع والرقابة في إطار اتفاقيات منظمة التجارة العالمية وغيرها من الاتفاقيات التجارية، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، قضايا اقتصادية 4/4، القاهرة.
58. تقرير المجلس الوطني والاقتصادي والاجتماعي، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مشروع تقرير حول مساهمة من أجل إعادة تحديد السياحة الوطنية، الدورة 16 نوفمبر 2000.
59. تقرير حول حالة ومستقبل البيئة في الجزائر 2000، وزارة تهيئة الاقليم والبيئة.
60. تقرير للأمم المتحدة -المجلس الاقتصادي والاجتماعي - لجنة خبراء التنمية المستدامة ، السياحة المستدامة: المساهمة في النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، مارس 2013.
61. تقرير للأمم المتحدة -المجلس الاقتصادي والاجتماعي - لجنة خبراء التنمية المستدامة ،تنمية السياحة المستدامة، - ماي 2001.
62. الديوان الوطني للسياحة، الهقار والطاسيلي عالم من الطمأنينة، الجزائر: مطبوعات الديوان الوطني للسياحة، د. س. ن.
63. صافاش ألباي، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات 2013، منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الاجتماعية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (SERIC)، 2013.
64. منشورات المنظمة العالمية للسياحة، تنمية السياحة المستدامة، المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للأمم المتحدة، 02 مارس 2001.

65. منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي.
66. نقابة المهندسين، المجلس الفلسطيني الأعلى للبناء الأخضر، الدليل الإرشادي للأبنية الخضراء - دولة فلسطين -، ط1، فلسطين، 2013.
67. الهيئة العليا للسياحة، تحرير تجارة الخدمات السياحية في ظل التزامات المملكة للمنظمة العالمية للتجارة، الأمانة العامة، المملكة العربية السعودية، النسخة السابعة، 1421هـ.
- **المجلات والدوريات:**
68. إبراهيم عطية حماد عبد القادر، تعزيز مفهوم الممارسات الخضراء في القطاع الفندقي لضمان التنمية السياحية المستدامة، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، فلسطين، المجلد الثالث والعشرون، العدد الأول، يناير 2015.
69. ابن سيروود فاطمة الزهراء، بوزيان حسان، التعليم والتدريب السياحي والفندقي في الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، الجزائر، المجلد 01، العدد 03.
70. أحمد محمد النعيمي منهي، التعليم السياحي في العراق دراسة لعينة من طلبة قسم السياحة وإدارة الفنادق كنموذج للتعليم السياحي الجامعي في كلية الاقتصاد، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجزائر، العدد 73، 2008.
71. أوسرير منور و بن الحاج جيلالي ومغروعة فتيحة، دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الاستثمارية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، الجزائر، العدد التاسع
72. بنحيتي إبراهيم، محمود فوزي شعوبي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، الجزائر، العدد 07، 2010.
73. بداش بوبكر، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات: رؤية استكشافية وإحصائية، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة، العدد 22، 2014.
74. بركان أمينة، السياحة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة بالجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، الجزائر، العدد 10، جانفي 2014.
75. بهوم أديب، تقويم كفاءة التسويق السياحي في سوريا، مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية والقانونية، سوريا، المجلد 29، العدد 02، 2007.
76. بزة صالح، مساهمة المجتمع المحلي في التنمية السياحية المستدامة بالجزائر -دراسة استطلاعية بولاية المسيلة-، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية - دراسات اقتصادية-، الجزائر، المجلد 9، العدد 18، جانفي 2013.

77. بن الدين فاطمة، الحميات الطبيعية ودورها في الحفاظ على العقار البيئي واستدامته، مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، الجزائر، العدد 08، جانفي 2017.
78. بن تافات عبد الحق، دور الحظائر الوطنية في استقطاب السياح —حالة الجزائر -، مجلة جديد الإقتصاد، الجزائر، المجلد 06، العدد 01.
79. بن سيدي إبراهيم وفاء، حوكمة الاستثمار السياحي ودوره في تحقيق التنمية المحلية —الامارات العربية المتحدة أنموذجا، مجلة الناقد للدراسات السياسية، الجزائر، العدد 2، أفريل 2018.
80. بن لخضر السعيد، شني صورية، الإعتماد على التكنولوجيا الحديثة لتحقيق السياحة الرقمية وواقعها في السياحة الجزائرية، مجلة أفاق علوم الإدارة والاقتصاد، الجزائر، المجلد 02، العدد 02، 2018.
81. بودلال علي، الجماعات المحلية بين الاكراهات البنيوية وشروط التنمية المستدامة، المجلة الجزائرية للمالية العامة، الجزائر، العدد الثاني، ديسمبر 2012.
82. بودي عبد القادر، بودي عبد الصمد، الحكم الراشد كآلية لتفعيل تسيير الجماعات المحلية من أجل تنمية محلية مستدامة في الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، الجزائر، العدد الأول.
83. بوكثير جبار، بسمه مناخ، مكانة الحميات الطبيعية ضمن مقومات السياحة المستدامة مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE، الجزائر، المجلد 02، العدد 01، مارس 2018.
84. بولصباع محمود، واقع ترويج السياحة الحموية في الجزائر، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الرابع، الجزائر، ديسمبر 2016.
85. حمام العربي، بوبريمة كوثر، تكوين المورد البشري كأحد شروط الترقية السياحية —حالة الجزائر -، مجلة جيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، المجلد 03، العدد 20، 2016.
86. حضري فضيل، بورعين وهيبة، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، الجزائر، العدد 10، جوان 2014.
87. خالدي أحمد، السياسة الوطنية للتنمية السياحية في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، الجزائر، المجلد 11، العدد الأول، 2018.
88. خان أحلام، صورية زاري، السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، الجزائر، العدد السابع، جوان 2010.
89. خروبي يوسف، الثقافة السياحية ودورها في تنشيط السوق السياحي في الجزائر —ولاية جيجل نموذجاً-، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الشهيد محمد لخضر، الوادي، العدد 11، ديسمبر 2016.

90. خلوط عواطف، نبوية عيسي، أثر السياحة على النمو الاقتصادي بدول المغرب العربي، مجلة دراسات - العدد الاقتصادي، المجلد 15، العدد 01، 2016.
91. خنتار نوال، قلش عبد الله، تقييم أداء قطاع السياحة الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 20250) دراسة مقارنة مع مجموعة من الدول العربية، مجلة الاقتصاد والمالية، الجزائر، المجلد 05، العدد 01، 2019.
92. الخواجة علا، الفرص والتحديات أمام تطبيق نموذج الحكومة الالكترونية في مصر، سلسلة أوراق اقتصادية، القاهرة، العدد 35، 2007.
93. داداي عدون ناصر، متناوي محمد، انضمام الجزائر الى المنظمة العالمية للتجارة: الأهداف والعراقيل، مجلة الباحث، ورقلة، العدد 03، 2004.
94. ديابي منال، دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية، مجلة الباحث الاجتماعي، الجزائر، المجلد 13، العدد 01.
95. الديوان الوطني للسياحة، الحمامات المعدنية منتوج خاص، مجلة الجزائر السياحية، العدد 33، ب. س.ن.
96. رابح فضيل، حفصي بونبعو ياسين، تشخيص واقع أهمية القطاع السياحي ومحاولة معالجة نقائصه في الجزائر، مجلة دراسات - العدد الاقتصادي، الأغواط، العدد 28، جانفي 2017.
97. رحالي حجيعة، التنمية في ظل المتغيرات العالمية (من التنمية الاقتصادية إلى التنمية المستدامة)، مجلة معارف، الجزائر، المجلد 09، العدد 17، ديسمبر 2014.
98. رشيد سعيداني، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية - دراسة حالة الجزائر -، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الثالث، العدد 02، جوان 2017.
99. زرمان كريم، التنمية المستدامة في الجزائر من خلال برنامج الانعاش الاقتصادي 2001-2009، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة خنشلة، الجزائر، عدد 7، 2010.
100. زباني خديجة، حراث حنان، التنمية السياحية الصحراوية في الجزائر: قراءة في تجارب عربية ناجحة، مجلة الاقتصاد والمالية، الجزائر، المجلد 04، عدد 02، جوان 2018.
101. السامرائي سلوى، العماوي أمال، السراي علاء، مدى توفر المهارات التقنية والعلمية لدى العاملين في قطاع السياحة: دراسة تطبيقية للآراء عينة من العاملين في قطاع السياحة في المملكة الأردنية الهاشمية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العراق، العدد 30.

102. سعدي يحي، العمراوي سليم، مساهمة السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العراق، العدد 36، 2013.
103. شريط حسين الأمين، فعالية التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، الجزائر، العدد 14، 2015.
104. شنايت صباح ، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، الجزائر، د.س.ن.
105. الشهري سالم عبد الله، مقومات السياحة في المملكة بين الوهم والحقيقة، المجلة العربية، الجزائر، العدد 353، جويلية 2006.
106. صالح صالح، الآثار المتوقعة لانضمام الجزائر إلى المنظومة العالمية للتجارة، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، العدد الأول، 2001.
107. صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، السياحة في الجزائر بين: الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، الجزائر، العدد 02، ديسمبر 2017.
108. عبد الوهاب صلاح الدين، مسؤولية وكالات السفر والسياحة عن أعمالها، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، مطبعة جامعة عين شمس العدد الثاني، جويلية 1967.
109. عصام عماري، رهانات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 بين الواقع والآفاق، مجلة الشريعة والاقتصاد، الجزائر، المجلد السابع، العدد الثالث عشر، جوان 2018.
110. علي عبيد نايف، العولمة والعرب، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 221، 1997.
111. عيلش قويدر، عبد الله إبراهيمي، آثار انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة بين التفاؤل والتشاؤم، مجلة شمال إفريقيا، الجزائر، العدد 2.
112. فهد الياسري وهاب، الوعي السياحي لدى طلبة المراحل الجامعية، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بابل، العراق، سبتمبر 2012.
113. فيلاي حمزة، انزارن عادل، نحو تفعيل أداء الجماعات المحلية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، الجزائر، العدد 02.
114. قاسم سعاد، الجرائم السياحية وأنواعها: قراءة نظرية ومفاهيمية، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، الجلفة، المجلد السابع، العدد الثاني، ديسمبر 2016.
115. قتال جمال، ليلي رشيدة بوطاطب، واقع السياسة الاستراتيجية للاستثمار السياحي في الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، الجزائر، المجلد 07، العدد 05، أكتوبر 2018.

116. قطاني السعيد، تحديات وآفاق انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة، **مجلة الاقتصاد والإحصاء التطبيقي**، الجزائر، المجلد 11، العدد 22، ديسمبر 2014.
117. قويدر كمال، أدوات حماية البيئة بالمحميات الطبيعية "دراسة حالة حظيرة ثنية الحد بتسمسليت"، **مجلة أبحاث ودراسات التنمية**، الجزائر، المجلد الأول، العدد الأول، ديسمبر 2014.
118. كواش خالد، قمرابي نوال، دور السياحة الالكترونية في تنمية القطاع السياحي في الجزائر بالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية، **مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة**، الجزائر، المجلد 01، العدد 28، 2013.
119. كواش خالد، قمرابي نوال، دور السياحة الالكترونية في تنمية القطاع السياحي في الجزائر (بالرجوع الى تجارب بعض الدول العربية)، **مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة**، الجزائر، المجلد 01، العدد 28، 2013.
120. لحمر عباس، طهرات عمار، واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وسبل اندماجها في الاقتصاد الجديد، **مجلة الاقتصاد والمالية**، الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2018.
121. متلف حدة، تكوين المورد البشري ودوره في تحسين خدمات السياحة الحموية، **مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية**، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، جوان 2017.
122. مجاهدي فاتح، زديوي عبد الرحيم، تبني التخطيط التسويقي كأداة لتفعيل قطاع السياحة في الجزائر، **مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE**، الجزائر، ديسمبر 2017.
123. محفوظ عمر أسماء، بكري حسن سوزان، وفيق محمد غادة، دور التخطيط السياحي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة بمحمية وادي الريان، **المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة**، مصر، المجلد الحادي عشر، العدد 1، مارس 2017.
124. مختار عبد الهادي، الاقتصاد الأخضر ورهان التنمية المستدامة في الجزائر، **مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية**، الجزائر، العدد التاسع، جوان 2017.
125. معياش إدير، واقع السياحة الالكترونية في الجزائر، **مجلة الدراسات الافريقية**، الجزائر، المجلد 3، العدد 5، 2016.
126. المليك محمد منصور، أحمد الخليدي عبد الولي، مهيب القديسي عبد الحميد، المحميات الطبيعية في اليمن: دراسة حالة محمية وادي عنة باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، **المجلة العالمية للبيئة والتغيرات المناخية**، المجلد 02، العدد 02، 2014.

- 127.** مولاي لخضر عبد الرزاق، بورحلي خالد، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية*، العدد 04، جوان 2016.
- 128.** هاشم عقيل قاسم، مستوى نتائج التخطيط الشامل والمبرمج للقطاع السياحي في ظل إدارة فعالة، *مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية*، العراق، المجلد 17، العدد 1، 2009.
- 129.** هويدي عبد الجليل، العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة، *مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية*، الجزائر، العدد 09، ديسمبر 2014.
- 130.** وليد العكيلي خلود، دراسة ميدانية لعينة فنادق في محافظة اربيل وبغداد والنجف، *مجلة الإدارة والاقتصاد*، العراق، العدد السابع والثمانون، 2011.
- 131.** يدو محمد، بخاري سمية، نظام المعلومات السياحي كآلية لترويج الخدمات السياحية: دراسة تحليلية لحالة الجزائر (2000-2025)، *مجلة دراسات*، الجزائر، العدد 30، جوان 2017.
- المنشورات الرسمية:
- 132.** الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، الجريدة الرسمية، المرسوم رقم 92-402، المؤرخ في 05 جمادي الأول 1413 هـ الموافق ل 31 أكتوبر 1992، العدد 79.
- 133.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، الأمر رقم 01-03، الصادرة في 2001/08/22، المؤرخ في 20 أوت 2001، العدد 47.
- 134.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 24، الصادر بتاريخ: 07/04/1999.
- 135.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون رقم 01/03 المتعلق بالتنمية السياحية المستدامة، المادة 02، الصادرة بتاريخ: 2003/02/19، المؤرخ في 2003/02/17 الموافق ل 16 ذي الحجة 1423، العدد 11.
- 136.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون رقم 09/69، العدد 24، الصادرة بتاريخ 1999/04/07.
- 137.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المادة 48 من الأمر رقم 15-01، الصادر بتاريخ 2015/07/23، المؤرخ في 07 شوال 1436 الموافق ل 23 جويلية 2015 الذي يحدد قانون المالية التكميلي لسنة 2015، العدد 40.
- 138.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 06-325، الصادر بتاريخ: 2006/09/20، العدد 58.

- 139.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم رقم 07-69 الذي يحدد شروط وكيفيات منح حق امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، الصادر بتاريخ: 2007/08/21، العدد 13.
- 140.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 88-214، المؤرخ في 31 أكتوبر 1988، العدد 44.
- 141.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 90-409، المؤرخ في 05 جمادي الثاني 1411 هـ الموافق لـ 22 ديسمبر 1990 م، العدد 56.
- 142.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم رقم 85-15، العدد 5، الصادرة بتاريخ: 1985/01/27.
- 143.** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، قانون المالية التكميلي لسنة 2009، المادة 58 المتممة للأمر رقم 01-03 المتعلق بتطوير الاستثمار، العدد 44.
- 144.** الجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 98-94، المؤرخ في 10 مارس 1998، العدد 14.
- 145.** المرسوم رقم 75/66، المادة 01 و 03، المؤرخ في 04 أبريل 1966 والمتضمن تطبيق الأمر 62/66 المتعلق بالمناطق والأماكن السياحية.
- 146.** الأمر 62/66، المادة الأولى، المؤرخ في 26 مارس 1966 المتضمن المناطق والأماكن السياحية.
- الصحف والجرائد
- 147.** بلقلاخ يونس، التكنولوجيا ترسم معالم مستقبل السياحة، مجلة العربي الجديد، فلسطين، العدد 191، 2015/03/11.
- المذكرات والرسائل الجامعية:
- أ - أطروحات الدكتوراه:
- 148.** آيات الله مولحسان، المنظمة العالمية للتجارة وانعكاساتها على قطاع التجارة الخارجية دراسة حالة الجزائر - مصر، أطروحة دكتوراه غير منشورة في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، باتنة، 2010.
- 149.** عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتنمية، جامعة الحاج لخضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، باتنة، 2010-2011.

- 150.** عياشي عبد الله، استراتيجيات تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور الاستدامة: حظيرة الطاسيلي بولاية إيزي أنموذجا، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص التحليل الاقتصادي، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016/2015.
- 151.** عيساني عامر، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، باتنة، 2010-2009.
- 152.** نادي مفيدة، تقييم أثر البيئة المستحدثة على نمو القطاع السياحي من أجل تحقيق التنمية السياحية المستدامة -حالة القطاع السياحي في الجزائر-، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة حسيبة بن بوعلي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الشلف، 2018/2017.
- 153.** وصاف عتيقة، أثار تحرير تجارة الخدمات على التجارة الخارجية في الدول العربية مع الإشارة إلى حالة الجزائر 1999-2009، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة، 2014/2013.
- ب - مذكرات الماجستير:**
- 154.** أبركان فؤاد، السياسة السياحية والتنمية في الجزائر -مثال ولاية بومرداس-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2010-2009.
- 155.** بن عزة خليل، استخدام وسائل الاتصال الجديدة في المؤسسات السياحية ودوره في تنمية الثقافة السياحية -دراسة حالة المؤسسات السياحية لولاية الشلف-، مذكرة ماجستير في اللغة والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015.
- 156.** بوضياف مليكة، إدارة السياسة البيئية في إطار التنمية المستدامة في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2006.
- 157.** بوعموشة حميدة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة -دراسة حالة الجزائر -رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سطيف، 2012-2011.
- 158.** حاج الله حيزية، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة البليدة، 2006.

159. خزندار وردة، تأثير انضمام الجزائر الى المنظمة العالمية للتجارة على المنظومة المصرفية، مذكرة ماجستير في التحليل والاستشراف الاقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، 2012/2011.
160. زيان بروجعة علي، أثر تحرير تجارة الخدمات على السياحة العربية، مذكرة ماجستير، جامعة حسيبة بن بوعلي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، الشلف، 2011-2010.
161. سلاي بوبكر، آفاق السياحة الإلكترونية على ضوء تجربة تونس والأردن، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، باتنة، 2014/2013.
162. عبد العاطي محمد علي متولي، التقييم الاقتصادي لإستراتيجيات تنشيط الطلب السياحي في وقت الأزمات، رسالة للحصول على درجة العضوية في العلوم الإدارية، المعهد القومي للإدارة العليا، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، مصر، 2000.
163. عبد القادر هدير، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2006/2005.
164. عمروش تومية، السياحة المستدامة في الجزائر الإشكالية والمتطلبات: دراسة حالة مدينة بومرداس، مذكرة ماجستير، جامعة المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2008/2007.
165. فوزي عبد الوارث عبد الهادي مروه، العولمة كنظام عالمي جديد وأثره على الشركات السياحية فئة (أ) على منطقة القاهرة الكبرى، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة المنوفية، مصر، كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات السياحية، 2002.
166. وفيق عبد العزيز سارة، مدخل التنمية السياحية للمناطق الصحراوية - رؤية تطوير واحة سيوة، مذكرة ماجستير، جامعة عين شمس، كلية الهندسة- 2013.
- الملتقيات والمؤتمرات:
167. إبراهيم عراقي محمد وعبد النبي عطا الله فاروق، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية - دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية-، الإسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، 2007.
168. احمد التقفي سلطان، أثار الإرهاب على عولمة الساحة - الرؤية والمواجهة، مداخلة مقدمة في ندوة الإرهاب والعولمة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002.

- 169.** أندرو برينز، التسويق السياحي الالكتروني، مداخلة مقدمة في المؤتمر الدولي العربي الثاني للسياحة ولتسويق الالكتروني، شرم الشيخ، مصر، أيام 15- 19 ديسمبر 2008.
- 170.** بلقاسم ماضي، برجم حنان، تحديات إدارة الموارد البشرية الفندقية في إطار العولمة، مداخلة مقدمة في المؤتمر العلمي الدولي حول "عولمة الإدارة في عصر المعرفة"، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان، يومي 15-17 ديسمبر، 2012.
- 171.** بوفاس الشريف، بن خديجة منصف، ترقية المنتج السياحي في الجزائر: الواقع والتحديات، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق أهراس، يومي 22-23 أبريل 2014.
- 172.** تقرورت محمد، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني حول السياحة والتسويق السياحي في الجزائر -الإمكانيات والتحديات التنافسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، يومي 25-26 أكتوبر 2009.
- 173.** حامدي محمد، بعيطيش شعبان، استخدام السياحة الالكترونية في وكالات السفر دراسة حالة وكالة تيمقاد للسفر -باتنة-، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني فرص ومخاطر السياحة الداخلية بالجزائر، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ص 7.
- 174.** دادن عبد الغني، تلي سعيدة، الثقافة السياحية للمجتمع ودورها في تنمية السياحة الصحراوية، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الثاني حول "للسياحة الصحراوية ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية"، بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، يومي 11/12 مارس 2012.
- 175.** داودي الطيب، بن طيب دلال، السياحة البيئية كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، يومي 09-10 مارس، 2010، بسكرة.
- 176.** داودي الطيب، مسكين عبد الحفيظ، الاستثمار السياحي في المناطق السياحية دراسة حالة ولاية جيجل، ورقة بحثية مقدمة في الملتقى الدولي بعنوان: الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي تيبازة، يومي 26/ 27 نوفمبر 2014.
- 177.** درويش حسام، السياحة والتسويق الالكتروني، المؤتمر الدولي حول السياحة الالكترونية والتسويق الالكتروني، شرم الشيخ، مصر، 25/30 أكتوبر 2008.

- 178.** رزيق كمال، مسدور فارس، انعكاسات انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة على الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، مدخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، البليدة، 2002.
- 179.** زين الدين صلاح، دراسة لفرض تحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، جامعة طنطا، كلية الحقوق، مصر، 26-27 أبريل، 2016.
- 180.** سيد أحمد الحاج عيسى، الإعلان السياحي ودوره في تسويق البلدان السياحية، مدخلة في الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر: الواقع والأفاق، المركز الجامعي البويرة، 2010.
- 181.** طالب ديلة، وهراني عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية سياحية مستدامة، ملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات الحكومية: نمو المؤسسات والاقتصاديات بيت تحقيق الأداء المالي والأداء البيئي، جامعة ورقلة، 22-23 نوفمبر 2011، .
- 182.** عايد القعيد مرزوق، الريادة والإبداع: استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة - السياحة البيئية في الأردن والسبل الكفيلة لتنميتها، المؤتمر العلمي الرابع، كلية العلوم الإدارية والمالية، الأردن، يومي 15-16 مارس، 2005.
- 183.** عبد القادر خليل، علواطي لمين، تحديات الصناعة السياحية في الجزائر بالإشارة إلى حالة ولاية المدية، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، يومي 24-25 أبريل 2012.
- 184.** كامل إبراهيم يوسف، العولمة والعالمية: مفاهيم وأبعاد للهيمنة والسيطرة الجغرافية، مدخلة مقدمة للمؤتمر التربوي الأول حول "التربية في فلسطين وتغيرات العصر، كلية التربية في الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى، فلسطين، يومي 23-24/11/2004، ص
- 185.** كردودي سهام، السياحة كآلية لتحقيق التنمية المحلية بالجزائر، مدخلة مقدمة في الملتقى الوطني الثاني عشر حول "ترقية السياحة الصحراوية في ظل الظروف الراهنة كآلية لتمويل الجماعات الإقليمية في الجنوب الغربي تندوف نموذجاً"، المركز الجامعي علي كافي، تندوف، يوم 16 أبريل 2018.
- 186.** كردودي سهام، تفرات يزد، دور الاستثمار السياحي في تحقيق السياحة المستدامة: دراسة حالة الإمارات العربية المتحدة، مدخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول "السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة، المركز الجامعي بوالصوف، ميلا يومي 30/31 أكتوبر، 2018.

187. كورتل فريد، الآثار المحتملة لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة على قطاعي السلع والخدمات، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول تأهيل المؤسسة الاقتصادية وتعظيم المكاسب للاندماج في الحركة الاقتصادية العالمية، سطيف، 2001/10/29.
188. لحبيب بليه، تطور السياسة السياحية في الجزائر، مداخلة مقدمة في اليوم الدراسي حول "السياحة كمورد إستراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، يوم 30 نوفمبر، 2016.
189. مرزاق عيسى، شخشاخ محمد الشريف، التنمية السياحية المستدامة: دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائري، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، بسكرة، 09-10-2010 مارس 2010
190. معطى الله خير الدين، عزوزي خديجة، السياحة كإستراتيجية لتنمية محلية مستدامة في الجزائر، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول التنمية السياحية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شادي بن حديد، الطارف، ماي 2014.
191. معموري صورية، بلعلاء خديجة، السياحة كبديل لتحقيق التنمية في الجزائر، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول البدائل التنمية في الاقتصاديات العربية وترشيد استغلال الموارد في ظل التغيرات الإقليمية والدولية.
192. المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، تأثير العولمة على السياحة في المملكة العربية السعودية، ورقة عمل مقدمة لندوة السياحة والعولمة، كلية سلطان لعلوم السياحة والعولمة، أبها، 2004.
193. الهيئة العليا للسياحة، تحرير تجارة الخدمات السياحية (من منطلق مفاوضات المملكة للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية)، ورقة داخلية، السعودية، 2007.
194. الهيئة العليا للسياحة، تحرير تجارة الخدمات في دول مجلس التعاون الخليجي، ورقة عمل مقدمة إلى ملتقى السياحة والاستثمار الخليجي الأول، البحرين، بين 14-16. فيفري 2006 .
195. يحياوي الهام، بوحديد ليلي، مساهمة الاستثمار السياحي في تطوير مناطق التوسع السياحي بالجزائر، مداخلة مقدمة في الملتقى العلمي الدولي الثاني بعنوان الاستثمار السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، يومي 26-27 نوفمبر 2014 .
- المواقع الالكترونية:
196. سعاد دولي، فاطمة لعلمي، إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر: إسناد للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2030، ص12، ملف محمل بتاريخ: 2019/01/03، من الموقع الالكتروني: <http://e->

- biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/7650/f4.pdf?sequence=1&isAllowed=y
197. ماجد عباس محمود، السياحة البيئية.. تنميتها ودور المحميات الطبيعية، تم الاطلاع بتاريخ: 2016/06/12، على الساعة: 04:54، من الموقع الإلكتروني: http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=25639
198. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع النقل، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/07/29، على الساعة: 16:42، من الموقع الإلكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>
199. الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، تم الاطلاع بتاريخ: 2013/10/12، على الساعة: 15:30، من الموقع الإلكتروني: <http://www.andt-dz.org/ar/?action=formunik&type=menu&idformunik=45>
200. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، بيانات التصريح بالاستثمار 2002-2016، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/06/29، على الساعة: 00:12، من الموقع الإلكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/ar/declaration-d-investissement?id=395>
201. وزارة التجارة الجزائرية، انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/06/27، على الساعة: 10:53، من الموقع الإلكتروني: <https://www.commerce.gov.dz/ar/processus-daccession-de-lalgerie-a-lorganisation-mondiale-du-commerce-omc>

■ المقابلات

- مقابلة مع السيدة فنيشاش المدير الفرعي للمعلوماتية والاحصائية بوزارة السياحة والصناعات التقليدية.

ثالثا - المراجع الأجنبية

■ المعاجم والقواميس:

1. **La Rousse-Borda**, Dictionnaire de français, France, 1997.
2. **Le petit Rebetrt**, Dictionnaire de français, France, 1987.

■ الكتب:

أ - باللغة الفرنسية

1. Ahmed Tessa, **Economie Touristique et Aménagement Du Territoire**, Alger, OPU.

2. G.P lq zoto, **géographique du tourisme**, France, maison Paris, 1990.
3. Gérard Guibilato, **Economie Touristique**, Berne, Ed. Delta et Spes, 1983.
4. Jean marie breton, **Tourisme envirennement et aires protégées Haïti**, Quebec, éditions Karthala, 2004.
5. lanquar Robert, et Raynouard Yves, **Le tourisme sociale et associatif**, Paris, 1974.
6. Michel Balfet, **Marketing des services touristiques et hoteliers, spécificités, méthodes et techniques**, éd ellipses marketing, 2001.
7. René Baretge et Pierre Defert, **Aspecte économiques du tourisme**, France, éditions Berger-Lavault, 1972.
8. Robert Lanquard, **Le tourisme international**, paris, 1980.
9. Tauran jamelin viviane, **marketing^{1^{er}} et 2^{eme} années**, France, Bréal Rosny, 2002.

ب - المراجع باللغة الانجليزية:

3. David L. Edgell, Sr Maria DelMastro Allen Ginger Smith Jason R. Swanson, **Tourism Policy and Planning Yesterday, Today and Tomorrow**, Great Britain, Elsevier Inc, First edition ,2008.
4. Jennifer Blanke & Thea Chiesa, **The Travel & Tourism competitiveness** , Report 2009. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability (World Economic Forum, March 2009).
5. Ron Katz , Bob Tailor and Lionel Walsh, **International Chamber of Commerce ICC Electronic tourism** , Technical Business and Legal issues New Jersey ,2004

■ الدراسات والتقارير:

أ - باللغة الفرنسية:

1. Anis Khanchouch, **E-Tourism ; an Innovative Approach for the small and medium-sized Tourism enterprises (SMTE)in Tunisia**, OECD, 2004.

2. office national du tourisme, **Algérie balnéaire** (guide touristique), 2013.
3. Office national des statistiques et ministère du tourisme et de l'artisanat.
4. Organisation Mondial du Tourisme, **Charte mondiale du tourisme durable**, Lanzarote, Avril, 1995.
5. ministry of tourism, egypt in figures 2017
6. Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, **la mis en œuvre du schéma national d'aménagement du territoire (SNAT)**, février 2008.
7. Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, **le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre4, la mis en œuvre du SDAT 2025 : le plan opérationnel**, janvier 2008
8. Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, **le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre1, le diagnostic : audit du tourisme algérien**, janvier 2008.
9. Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , schema directeur d'amenagement touristique "SDAT 2025" , **Livre 3 Les sept pôles touristiques d'excellence (POT)** , Janvier 2008
10. Programme des Nations Unies pour L'Environnement et Organisation Mondiale du Tourisme, **Vers un tourisme durable**, 2006.
11. Report of the World Tourism Organization, October 2015.

ب - باللغة الانجليزية:

12. Government UAE, federal competitiveness and statistics authority, statistics of tourism.
13. World Commission on Environment and Development, **Our Common Future**, UN General Assembly, A/42/427, August, 1987.
14. World Development Indicators (WDI), November 2015

15. World Tourism Barometer and Statistical Annex, August 2015.
16. World Tourism Organization Tourism Highlights 2012, Edition 2012.
17. World Tourism Organization Tourism Highlights 2016, Edition 2016.
18. World Tourism Organization, **sustainable Tourisme Developement : Guide for Local Planners**, Madrid, Spain, 1993.
19. World Tourism Organization, Tourism Highlights 2013 Edition
20. World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017 Edition, WTO
21. world Tourism Organization, Tourism Highlights, 2017 Edition
22. world tourisme Organization, **The Tourism sector and the Sustainable Development Goals**, 2015.
23. World Travel and Tourism Council Data, 2016
24. world travel and tourism council, economic impact 2018 middle east, 2018.
25. world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, United Arab Emirates.
26. world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, egypt.
27. world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, marocco.
28. world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, algeria,

■ المجلات والدوريات:

أ - باللغة الفرنسية:

29. Bashar Aref Alhaj Mohammad and Hamam Talal Alsaleh, Motivation of students to study tourism hospitality programs, **International Journal of Asian Social Science**, 2013.
30. Sofiane Bensaid, **enjeux le e-commerce en algerie – un énorme potentiel à devlopper**, DjazairCom, N°13 ,2010.

ب - باللغة الانجليزية:

31. Janne Liburd, **Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption**, Annals of Tourism Research, Great Britain, Vol 29, No 3, 2002

■ المنشورات الرسمية:

32. République Algérienne Démocratique et Populaire, JO N° 10 du 1/09/1962.
33. République Algérienne Démocratique et Populaire, JO N° 97 du 27/12/1963.

■ الملتقيات والمؤتمرات:

34. Alsamawi,Habis Suileman ,**The characteristics and Trends of Workers in Tourismand Hotels in Jordan**, Submitted to Lebanese University Conference, 1/2 March,2008.
35. **Unctad's e-tourismintlative**, United Nations Conference on Trade and Development, Eleventh Session, Sao Paulo, 13-18 June 2006, published in English in 24 April 2006.

■ المواقع الالكترونية:

أ - باللغة الفرنسية:

36. **Berlin déclaration biological diversity and sustainable tourism**, Depuis le site Web: <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/berlin.html>.
37. Le développement durable en question - Parc Naturel Régional , Depuis le site Web:
<http://www2.brgm.fr/Fichiers/TerreDurable/plaqDDTerrePr%C3%A9s.pdf>, 28-08-2016
38. ministère du tourisme du Maroc, **tourisme en chiffres**, Arrivées des touristes, site web : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/arrivees-des-touristes>
39. Ministère du tourisme du Maroc, **Tourisme en chiffres**, Fréquentation hôtelière, site webe : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/frequentation-hoteliere>

ب - باللغة الانجليزية:

40. World Bank., **Doing Business 2017: Equal Opportunity for All.** Washington, DC: World Bank. DOI, <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB17-Report.pdf>.
41. World Bank., **Doing Business 2018**, <http://arabic.doingbusiness.org>
42. world economic forum, **networked readiness index**, from the site web : <http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2016/networked-readiness-index/>
43. World Tourism Organization (UNWTO), **Tourism and the Sustainable Development Goals**, 2015. From site web: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
44. world tourisme Organization, From the website : <http://www2.unwto.org/content/history-0>

قائمة المختصرات

المختصر باللغة الأجنبية	المعنى باللغة العربية
SDAT	المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
SNAT	المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية
ONT	الديوان الوطني للسياحة
ONAT	الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة
ANDT	الوكالة الوطنية للتنمية السياحية
ENET	المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية
TCA	النادي السياحي الجزائري
ATI	الجزائر للسياحة و الاستثمار
ITS	خدمات الأسفار الدولية
TVA	الجزائر للسياحة والأسفار
VSF	الأسفار بدون حدود
FWT	الجهات الأربعة للأسفار
ENST	المدرسة الوطنية العليا للسياحة بالأوراسي
INTHT	المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحة بتزي وزو
CHT	مركز الفندقة والسياحة ببوسعادة
POT	الأقطاب السياحية للامتياز
UNWTO	منظمة السياحة العالمية
OMS	منظمة التجارة العالمية
GATS	اتفاقية العامة لتجارة الخدمات

الفهارس

فهرس الخرائط

الخريطة رقم 01: المحميات الطبيعية في العالم	68.....
الخريطة رقم 02: شبكة الطرق الجزائرية لسنة 2018	107
الخريطة رقم 03: المحاور الكبرى لتنمية السكك الحديدية الوطنية	108
الخريطة رقم 04: مشروع السكة الحديدية قيد الانجاز	109.....
الخريطة رقم 05: الأرضيات المينائية والجوية للشمال الجزائري	111.....
الخريطة رقم 06: الألياف البصرية للاتصالات في الجزائر سنة 2018	112.....
الخريطة رقم 07: المرافق والنشاطات السياحية في الجزائر	116.....
الخريطة رقم 08: تقسيم الأقطاب حسب ال SDAT	141.....

فهرس الأشكال البيانية

الشكل رقم 01 : تطور عدد السياح الدوليين في العالم لآفاق 2030	27.....
الشكل رقم 02: الدول السياحية الأكثر زيارة في 2015-2016	28
الشكل رقم 03: يبين عوائد الدول السياحية بين 2015-2016	30.....
الشكل رقم 04: تطور عدد السياح الوافدين للجزائر ما بين 2001-2017	157.....
الشكل رقم 05: هدف من زيارة السياح الأجانب للجزائر سنة 2017	158
الشكل رقم 06: تدفقات السياحة العكسية في الجزائر ما بين 2008-2017	159
الشكل رقم 07: تطور الليالي السياحية للجزائر خلال الفترة 2000-2017	164.....
الشكل رقم 08: تطور الإيرادات السياحية الجزائرية خلال الفترة 2000-2017	166
الشكل رقم 09: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر خلال الفترة 2000-2017	167.....

الشكل رقم 10: تطور مساهمة السياحة في التشغيل بالجزائر ما بين 2000-2017	169
الشكل رقم 11: تدفق السياح الوافدين في بعض الدول العربية والجزائر ما بين 2000-2017.....	171
الشكل رقم 12: الليالي السياحية للدول العربية والجزائر خلال الفترة 2000-2017.....	172
الشكل رقم 13: الإيرادات السياحية للدول العربية والجزائر ما بين 2000-2016.....	173
الشكل رقم 14: المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي (PIB) لبعض الدول العربية والجزائر خلال الفترة 2000-2017.....	175
الشكل رقم 15: المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في التشغيل لبعض الدول العربية والجزائر خلال 2000-2017.....	175
الشكل رقم 16: استعمالات الانترنت في الجزائر لكل مليون شخص لسنة 2018	217

فهرس المخططات

المخطط رقم 01: تصنيف السائحين.....	21
المخطط رقم 02: يبين الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية.....	43
المخطط رقم 03: عملية التخطيط السياحي	40
المخطط رقم 04: المناطق الثلاث للتنمية المستدامة	50
المخطط رقم 05: الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية.....	124
المخطط رقم 06: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.....	134

فهرس الجداول

الجدول رقم 01: يبين تطور عدد السياح في العالم من 1950-2010.....	26
الجدول رقم 02: يبين الدول السياحية الأكثر سياحة ما بين 2015-2016.....	28

الجدول رقم 03: تطور الإيرادات السياحية العالمية خلال الفترة 1990-2016	29
الجدول رقم 04: يبين عوائد الدول السياحية بين 2015-2016	30
جدول رقم 05: مقارنة بين التنمية السياحية والتنمية السياحية المستدامة	54
الجدول رقم 06: المؤشرات العامة للسياسة السياحية المستدامة	61
الجدول رقم 07: التزامات الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية حسب أسلوب توريد الخدمات عام 1998	84
الجدول رقم 08: توزيع التزامات دول منظمة التجارة العالمية حسب القطاعات السياحية في سنة 2004	85
الجدول رقم 09: دور تكنولوجيا قديما وحديثا في السياحة	91
الجدول رقم 10: تطور اشتراكات الهاتف الثابت والنقال في الجزائر ما بين 2012-2015	113
الجدول رقم 11: توضيح بالأرقام لبرنامج عمل التنمية السياحية المستدامة لـ 2015	136
الجدول رقم 12: الإعتمادات المالية المخصصة لتسيير وترقية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ما بين 2010-2015	137
الجدول رقم 13: مشاريع القرى السياحية في القطب السياحي شمال وسط	143
الجدول رقم 14: مؤشر الاستدامة البيئية للسياحة في الإمارات وبعض الدول العربية لسنة 2015م	150
الجدول رقم 15: تطور عدد السياح في الجزائر ما بين 2001-2017	156
الجدول رقم 16: تدفقات السياحة العكسية في الجزائر ما بين 2008-2017	159
الجدول رقم 17: تطور عدد الأسرة في الجزائر ما بين 2000-2017	160
الجدول رقم 18: توزيع طاقة الإيواء حسب درجة التصنيف ما بين 2000-2017	161
الجدول رقم 19: توزيع طاقة الإيواء حسب نوع المنتج السياحي ما بين 2000-2017	162
الجدول رقم 20: توزيع طاقة الإيواء حسب الطابع القانوني ما بين 2015-2017	163
الجدول رقم 21: تطور الليالي السياحية للجزائر ما بين 2000-2017	164
الجدول رقم 22: تطور الإيرادات السياحية للجزائر في الفترة 2000-2017	165

الجدول رقم 23: إيرادات السياحة كنسبة مئوية من إجمالي الصادرات (%).....	166
الجدول رقم 24: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) للجزائر خلال الفترة 2000-2017	167
الجدول رقم 25: تطور مساهمة السياحة في التشغيل بالجزائر مابين 2000-2017	169
الجدول رقم 26: تدفق السياح الوافدين بين الجزائر وبعض الدول العربية مابين 2000-2017	170
الجدول رقم 27: تطور الليالي السياحية ما بين الجزائر وبعض الدول العربية خلال الفترة 2000-2017	171
الجدول رقم 28: الإيرادات السياحية للجزائر وبعض الدول العربية مابين 2000-2016	173
الجدول رقم 29: المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي (PIB) بين بعض الدول العربية خلال الفترة 2000-2017	174
الجدول رقم 30: المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في التشغيل بين الدول خلال 2000-2017	176
الجدول رقم 31: تطور الاستثمارات السياحية في الجزائر مابين 2000-2017م	199
الجدول رقم 32: وضعية المشاريع السياحية المنجزة مابين 2015-2017	199
الجدول رقم 33: وضعية المشاريع السياحية غير المنطلقة في الجزائر مابين 2015-2017	200
الجدول رقم 34: وضعية المشاريع السياحية قيد الانجاز في الجزائر مابين 2015-2017	200
الجدول رقم 35: وضعية المشاريع السياحية المتوقفة في الجزائر مابين 2015-2017	201
الجدول رقم 36: مستخدمي الانترنت في الجزائر ما بين 2012-2016	216

فهرس المحتويات

أ.....	شكر وتقدير
ب.....	إهداء
ج.....	الملخص
01.....	مقدمة

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية المستدامة والعولمة السياحية

المبحث	الأول:	التنمية	السياحية
وآثارها.....	16		
المطلب الأول: السياحة وتطور الحركة السياحية الدولية	16		

المطلب الثاني: مفهوم التنمية السياحية.....	31
المطلب الثالث: آثار التنمية السياحية.....	41
المبحث الثاني: التنمية السياحية المستدامة	46
المطلب الأول: التنمية المستدامة وأبعادها.....	46
المطلب الثاني: السياحة المستدامة.....	51
المطلب الثالث: الأهمية البيئية للسياحة المستدامة.....	62
المبحث الثالث: ماهية العولمة السياحية.....	69
المطلب الأول: مفهوم العولمة السياحية	69
المطلب الثاني: دور المنظمات الدولية في عولمة السياحة.....	77
المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعولمة السياحة	85
خلاصة واستنتاجات.....	98

الفصل الثاني

تشخيص واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر

المبحث الأول: المقومات السياحية الجزائرية.....	101
المطلب الأول: الموارد السياحية في الجزائر.....	101
المطلب الثاني: النصوص التشريعية والتنظيمية للقطاع السياحي في الجزائر.....	117
المطلب الثالث: المؤسسات والهيئات المشرفة على السياحة.....	123

المبحث الثاني: سياسة التنمية السياحية المستدامة في الجزائر	131
--	------------

المطلب الأول: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار المرجعي للتنمية السياحية المستدامة.....	131
المطلب الثاني: آليات سياسة التنمية السياحية المستدامة الجزائرية.....	138
المطلب الثالث: السياحة البيئية المستدامة في الجزائر.....	149
المبحث الثاني: الإنجازات المحققة في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية	156

المطلب الأول: تطور التدفقات السياحية في الجزائر.....	156
المطلب الثاني: تطور الطاقة الفندقية وعدد الليالي السياحية في الجزائر.....	160
المطلب الثالث: مساهمة السياحة في الاقتصاد الجزائري.....	165
خلاصة واستنتاجات.....	177

الفصل الثالث

تحديات التنمية السياحية المستدامة بالجزائر في ظل العولمة السياحية

المبحث الأول: التحديات الاقتصادية والسياسية للتنمية السياحية المستدامة بالجزائر.....	180
--	------------

المطلب الأول: صعوبة اندماج الجزائر في الاقتصاد العالمي.....	180
المطلب الثاني: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر.....	195
المطلب الثالث: عدم الاستقرار السياسي والأمني وتأثيره على التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.....	205
المبحث الثاني: التحديات التكنولوجية والتنظيمية للتنمية السياحية المستدامة بالجزائر.....	211

المطلب الأول: ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال السياحي	211
المطلب الثاني: غياب التخطيط والترويج السياحي في سياسة التنمية السياحية المستدامة الجزائرية.....	220

المطلب الثالث: واقع الموارد البشرية السياحية.....	229
المبحث الثالث: التحديات الاجتماعية الثقافية والبيئية للتنمية السياحية المستدامة بالجزائر.....	238
المطلب الأول: دور الجماعات المحلية في تنمية السياحة المحلية المستدامة.....	238
المطلب الثاني: الفكر السياحي والثقافة السياحية في المجتمع الجزائري.....	242
المطلب الثالث: المشاكل البيئية وإهمال المناطق السياحية	249
خلاصة واستنتاجات.....	255
الخاتمة.....	256
قائمة المراجع.....	263
قائمة المختصرات.....	286
فهرس الخرائط.....	289
فهرس الأشكال البيانية.....	289
فهرس المخططات.....	290
فهرس الجداول.....	290
فهرس المحتويات.....	293