

الأبعاد الاجتماعية لظاهرة السياحة ومقومات الصناعة السياحية في الجزائر

د. عتيقة حرايرية

أستاذة محاضرة - جامعة الجزائر 2

ملخص:

لم تعد السياحة تقتصر اليوم في مفهومها على ذلك النشاط المتعلق بالحركة والتنقل من مكان إلى آخر بغرض الترفيه وقضاء وقت الفراغ أو قضاء الاجازات أو العلاج والاستشفاء أو لحضور المهرجانات والمؤتمرات وغيرها، فقد فرضت نفسها - أي السياحة - كظاهرة إنسانية إجتماعية مستقلة و متميزة لها عدة أبعاد اجتماعية، وثقافية، ونفسية، وسياسية وليس اقتصادية فحسب، من هذا المبدأ سنحاول من خلال هذه الورقة تسليط الضوء على بعض الأبعاد الاجتماعية لظاهرة السياحة ومحاولة إبراز دورها في دفع مقومات الصناعة السياحية لاسيما في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الظاهرة السياحية، الأبعاد الاجتماعية، الصناعة السياحية.

Résumé:

Le tourisme ne se limite plus à la notion de mouvement et de déplacement d'un endroit à un autre à des fins de loisirs, Ou passer des vacances ou un traitement et une le -hospitalisation ou d'assister à des festivals et des conférences et d'autres, Il s'est imposé tourisme- en tant que phénomène social indépendant revêtant de nombreuses dimensions sociales. Culturels, psychologiques, politiques et pas seulement économiques, nous allons essayer, à travers ce document, de souligner certaines des dimensions sociales du phénomène du tourisme et de souligner leur rôle dans la promotion des éléments de l'industrie du tourisme, en particulier en Algérie.

. Tourisme, phénomène du tourisme, Dimensions sociales, Industrie du tourisme: **Mots-clés**

ساهمت التطورات السريعة التي يعرفها العالم اليوم لوسائل النقل والمواصلات وحالة الرفاه التي يعيشها الفرد نتيجة تحسن ظروف العمل وكذا انفتاح الشعوب على مختلف الحضارات القديمة والمعاصرة نتيجة ارتفاع المستوى التعليمي والثقافي وتطلع الأفراد إلى المعرفة وحب المغامرة إلى نمو وتطور الحركة السياحية، حيث حقق الدخل من الصناعة السياحية في ستينيات القرن الماضي (1964) ما يزيد عن عشرة آلاف مليون دولار¹ وهو مستوى لم تبلغه صناعة أخرى في العالم من قبل، ومنه توجه الاهتمام أكثر بهذا النشاط الإنساني الذي أصبح صناعة ثم قطاع إقتصادي ثم ظاهرة ثم علم يقوم على دراسة الناس بعيدا عن إقامتهم وعاداتهم المعتادة، وأيضا دراسة المؤسسات المسؤولة عن تنظيم تلك الرحلات، بل والمثرات الاجتماعية والاقتصادية والفيزيائية للزائرين، كما تشمل دوافع وخبرات السياح وتوقعاتهم والتعديلات التي تتم للنزلاء (أو السياح) في أماكن الاستقبال، والقواعد المتبعة في عمل الوكات والمؤسسات التابعة والعلاقة فيما بينهم²، وتعتبر السياحة علم جديد ساهم في تكوينه عدة علوم أخرى.

تعددت في الواقع نظرة العلماء إلى الظاهرة السياحية، حيث ينظر علماء الاقتصاد إلى السياحة على أنها "الطلب على خدمة السفر والمواصلات والإقامة وكل ما يتصل بالرحلة من عرض للخدمات والسلع المذكورة"، أما علماء القانون فيدرسون السياحة على أنها مجموعة "الإجراءات الرسمية الخاصة بالتنقل والانتقال وكيفية الدخول وفترة الإقامة المسموح بها، والتشريعات الخاصة بالمؤسسات والهيئات القائمة على السياحة والاهتمام بالسياح" بينما ينظر علماء النفس إلى السياحة على أنها "الحاجة النفسية المرتبطة بحاجة الأفراد إلى التنقل والانتقال من مكان إقامتهم الدائم لبعض الوقت بغرض الترويح عن النفس بعيدا عن مكان العمل والإقامة ونمط الحياة المعتاد ثم العودة إليه مرة أخرى" أما علماء الأنثروبولوجيا فينظرون إلى السياحة على أنها "وسيلة للإتصال الثقافي والحضاري الذي يساعد على تكوين الشخصية القومية وتقليل المسافات الاجتماعية بين الشعوب"³، بينما ينظر علماء الاجتماع لسياحة على أنها "رغبة في التعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية، أو ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى، ويرى البعض الآخر أن السياحة تعني الحركة الاجتماعية التي تتم إراديا وإختياريا"⁴، كما ترتبط الظاهرة السياحية بالسياسة والتاريخ والأثار والجغرافيا والعديد من العلوم التي ساهمت في بناء وتطوير الصناعة السياحية، هذا وقد ركزت بعض الدراسات على السياحة الدولية فيما أهتمت أخرى بالسياحة الداخلية، وتوجه البعض الآخر إلى الاهتمام بتحليل عناصر السياحة الرئيسية، والواقع أن كل هذه المعطيات ساهمت في تطوير السياحة ودفعت بمقومات بناء الصناعة السياحية إلى التنمية والتطوير.

في إطار هذا السياق، سنعمل على مناقشة وتحليل الأبعاد الاجتماعية لظاهرة السياحة ومقومات الصناعة السياحية في الجزائر من خلال تسليط الضوء على النقاط التالية:

- مدخل مفاهيمي حول السياحة والمفاهيم المرتبطة بها
- الأبعاد الاجتماعية لظاهرة السياحة
- مقومات الصناعة السياحية في الجزائر.

أولاً: مفاهيم حول السياحة

1. تعريف السياحة:

أول من قدم تعريف محدد للسياحة كان الباحث الألماني **جويير فرويلر** عام 1905 على أنها " ظاهرة من ظواهر العصر، تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغيير المكان، إلى التمتع بجمال الطبيعة والإحساس بها، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً تطور الاتصالات بين الشعوب والأفراد وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، هذه الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة وتقدم وسائل النقل"⁵، ومن ثم تعددت تعاريف السياحة واختلفت باختلاف نظرة الباحثين والدارسين إليها، كما أهتمت الهيئات الإقليمية والدولية خاصة منها الاقتصادية والسياحية بتحديد معنى السياحة، ولعل من أهم تلك التعاريف نذكر تعريف منظمة السياحة الدولية التي تؤكد على أن " السياحة هي أنشطة الأشخاص المسافرين في أماكنهم والإقامة في أماكن خارج أماكنهم المعتادة لمدة لا تزيد عن سنة مستمرة لقضاء إجازة أو للأعمال أو أغراض أخرى"⁶، أما الأكاديمية الدولية للسياحة فقد عرفت السياحة على أنها "عبارة عن لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة، فهي مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار"⁷، في حين عرفها المجلس الأعلى الفرنسي للسياحة على أنها "نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكون السبب هو التسلية، التداوي، الاجتماعات، زيارة المقدرات الدينية، تجمعات رياضية وغيرها"⁸. ويمكن القول أنه ورغم تعدد المفاهيم حول السياحة إلا أنها انقفت على جملة من المبادئ التي يجب أن تقوم عليها العملية السياحية، وهي:

- تقوم العملية السياحية على عنصرين أساسيين هما التنقل والإقامة،
- السياحة تفاعل ينتج عن سفر وإقامة الأشخاص في مجتمع آخر غير مجتمعهم الأصلي، الأمر الذي يولد نوع من العلاقات تسمح بتناقل الثقافات والحضارات، وهو مبدأ أساسي في السياحة، حيث تحرص المجتمعات المضيفة على نقل ثقافتها وراثتها الحضارية.
- تستهدف السياحة سد حاجيات طالب الاستجمام والترفيه من خلال تمكينه من كافة الوسائل الضرورية لذلك من هياكل استقبال، نقل وترفيه وكل ما ارتبط بها من خدمات.

2. الظاهرة السياحية وصعوبة دراستها

الظاهر السياحية هي واحدة من الظواهر الإنسانية والاجتماعية التي تشير حسب الدراسات إلى أن "الحقائق الواقعية السياحية ليست مجرد نماذج تنطبق بطريقة آلية مع إختلاف الزمان والمكان كما هو معروف في العلوم الطبيعية(كقوانين الحركة والقوة على سبيل المثال) وإنما هي تعتبر قواعد نسبية"⁹،

وكما هو الحال في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية ومنها علم السياحة، فإن فهم الظاهرة يتطلب تحليل الميكانيزمات والوظائف والعلاقات بين مختلف أبعادها وعناصرها، ليتسنى معرفة طبيعة الظاهرة وبنائها، بالإضافة إلى القواعد التي تحكمها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها. في هذا السياق فإن دراسة الظاهرة السياحية يتطلب إبراز عناصرها الأساسية، والتي يمكن تقسيمها من الناحية العضوية، إلى ما يلي:

- **عنصر حركي (ديناميكي)**، والمتعلق بفعل الانتقال من مكان إلى آخر.
- **عنصر ثابت (ستاتيكي)**، والمتعلق بفعل الإقامة في المنطقة أو الدولة التي تم التنقل إليها، والثبات هنا هو ثبات نسبي لأنه يمكن تسجيل تنقلات أو زيارات داخلية.
- **عنصر الإنسان**، وهو العنصر الذي يحرك العنصرين السابقين (الحركة والثبات).
- **مجموعة العناصر الظرفية**، والمتعلقة بجملة العناصر التاريخية والحضارية والطبيعية، والبيئية والجغرافية، وأيضا عناصر التسهيلات والخدمات السياحية اللازمة للسائحين، وكذلك عناصر التنظيم والإدارة، بالإضافة إلى عناصر السياحي ووسائله.

كما ترتبط الظاهرة السياحية بمحددتين أساسيين هما:

- **النشاط السياحي (الموضوع)**، وهو النشاط الذي يتخصص في إنتاج المنتجات السياحية التي توجه لخدمة القطاع السياحي، والمتعلقة بالعرض الذي يحدد الطاقة الإستيعابية للأنشطة السياحية وقدرة السياح على تنشيط الطلب.
- **القوى البشرية (محرك الموضوع)**، وتشمل القوى العاملة في القطاع السياحي أو الصناعات والأنشطة المكلمة لها، والمتعلق بالطلب على زيادة الإستثمارات السياحية.

وبالتالي فإن صعوبة دراسة الظاهرة السياحية باعتبارها "ظاهرة إنسانية تنطوي على انتقال الأفراد من مكان إقامتهم الدائم إلى مكان آخر بهدف إشباع أو تحقيق رغبة معينة، مما يعني الإنفاق للإقامة المؤقتة والمأكل والمشرب والتنقل والمشتريات وغيرها، وهذا يعني أيضا طلب سياحي يقابله عرض سياحي يتمثل في تجهيزات وخدمات سياحية تتطلب بدورها إستثمارات وقوى عاملة ومدخلات إنتاجية، وتشغيل وإستيراد وتصدير وعلاقات إقتصادية دولية، وأسعار صرف ومعاملات وتسويات، دون إغفال الآثار الناتجة عن الإنفاق، بالإضافة إلى تدخل عدة قطاعات لضمان التنشيط السياحي" الأمر الذي يتطلب تدخل العديد من العلوم والتخصصات مما يزيد من تعقد الظاهرة وبالتالي تعقد دراستها، والمرتبطة أساسا بطبيعة تعقد النشاطات الإنسانية عموما.

ثانيا: الأبعاد الاجتماعية لظاهرة السياحة

ينظر اليوم إلى السياحة على أنها "ضرورة حتمية للإنسان فالتنقل والحركة غريزة إنسانية إجتماعية كغريزة المعرفة والدفاع عن النفس وو إلى آخره، والانتقال من المكان الأصلي والرحيل والتجوال والعودة

مرة أخرى إلى نفس المكان يعد إحدى الطبائع البشرية، إذ أن كل إنسان يحتاج إلى بعض الوقت ليروح فيه عن نفسه حيث يحتاج إلى التغيير فيبتعد بعض الوقت عن مكان عمله وإقامته ونمط الحياة التقليدي¹⁰ سيما في ظل ظروف الحياة العصرية الضاغطة، بالإضافة إلى مجموعة من العوامل الأساسية التي ساهمت بشكل فعال في تنمية السياحة والسياسة العالمية، وهي¹¹: ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال (TIC)، كثافة التنقلات والاتصال الجماهيري، نمو الثروة الاقتصادية العالمية، الاستقرار الاجتماعي السياسي، وفرة وقت الفراغ. هذا وقد لعب تطور وسائل الإشهار والدعاية، وكذلك تنوع المنتج السياحي وتفعيل وسائل الجذب السياحي، توجه الأفراد إلى الاهتمام أكثر بثقافة الآخر والرغبة في التعرف على الغير، التوجه نحو الاهتمام المتواصل بالبيئة وحمايتها ضمن أهداف التنمية المستدامة.

كما أصبح السفر "جزءا عاديا من طبيعة حياة الكثير من الناس، الذين يرددون بدورهم جزءا غير قليل من موازنات بيوتهم لهذه الغاية، حتى في أوقات الركود الاقتصادي"¹² ومنه زاد الاهتمام بتطوير ضمن أبعادها المتعددة والتي تتضمن البعد "الاقتصادي ويتمثل في مجموعة من المتغيرات الاقتصادية التي تتأثر من خلال تأثير الإنفاق السياحي واستعداد الدولة لاستضافة السياح، كما تتضمن جانب طبيعي يتمثل في حركة وتنقلات الأفراد من أماكن إقامتهم إلى أماكن أخرى من أجل الترويج عن النفس أو أغراض أخرى، وكذلك جانب اجتماعي سلوكي ينشأ عن اختلاط الأفراد بالأنظمة الاجتماعية في الدولة"¹³، فمن أهم الأبعاد الأساسية للسياحة البعد الاجتماعي الذي يركز على مجموعة العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد أو بين المجموعات في المناطق السياحية، نتيجة التفاعل الاجتماعي بين هؤلاء الأفراد، مما يساعد على التنمية العقلية والروحية والاجتماعية والنفسية والثقافية للأفراد والجماعات، وفي هذا السياق يؤكد Mathieson & Wall أنه يمكن دراسة المؤثرات الاجتماعية والثقافية للسياحة من ثلاث نواحي، وهي: السائح، المضيف والعلاقات المتداخلة بين المضيف والسائح. حيث تعزز هذه العلاقة البعد الاجتماعي في مكون الظاهرة السياحية من خلال:

- دخول السائح مع السكان المحليين في علاقات اجتماعية، تتخللها أنماط سلوكية متباينة حسب المحتوى الثقافي لكل من السائحين وأبناء البلد المضيف.
- تتيح السياحة المجال للاتصال الثقافي بين السواح وأبناء البلد المضيف، مما يترتب عنه غزو سمات ثقافية مادية أو معنوية للبلد المضيف، واستعارة بعض عناصر الثقافة القادمة عن طريق السائح.
- السياحة تسمح بالتعامل الاجتماعي بين السائح وأبناء الموطن الأصلي، وأثر ذلك في الجذب السياحي لنمط مجتمعي دون آخر.

كما يساعد تفعيل البعد الاجتماعي في تنشيط السياحة وتسويقها وتنميتها من خلال "التعرف على النظم الاجتماعية القائمة وعلاقتها بالأنظمة الاقتصادية والسياسية والقانونية والأخلاقية، بالإضافة إلى العادات والتقاليد السائدة في المجتمع والأسباب التي ساعدت على تكوينها، وسلوك الأفراد والجماعات من الجنسيات المختلفة، والدوافع ورائها وأهم المشكلات الاجتماعية والعوامل التي تسببت فيها، وهم ما يمكن الإستعانة به عند رسم السياسات ووضع الخطط السياحية لكي تبنى على حقائق وأسس علمية"¹⁴.

ثالثا: مقومات الصناعة السياحية في الجزائر

تنبت الجزائر تعريف المنظمة العالمية للسياحة، المذكور أعلاه، إلا أنها أضافت بعض المفاهيم التي حددتها وزارة السياحة والمتعلقة بتوافد السواح والمنشآت الفندقية مثل: الداخل، المسافر، الجوال في رحلة بحرية، الزائر وحددت من هو السائح بناءً على معيار المقيم وغير المقيم، وقامت بتحديد المقصود بالنشاط السياحي، ومنطقة التوسع السياحي، والموقع السياحي، والتهيئة السياحية، كما حددت بعض أنواع السياحة وعرفتها والذي ورد في القانون رقم 03 - 01 المؤرخ في 17 فيفري 2003، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة¹⁵.

في هذا الإطار عملت الجزائر على الارتقاء بالسياحة إلى مصاف القطاعات المنتجة للثروة وبناء قطاع سياحي جذاب للسياح، حيث سارعت إلى بعث سياسة جديدة تهدف إلى تنمية وترقية المنتج السياحي الجزائري وإدماجه في السوق السياحية العالمية في إطار شروط التنمية السياحية المستدامة، إذ شرعت في إعداد مخطط توجيهي لتهيئة السياحة وتطويرها، حيث تعتمد إستراتيجية التنمية السياحية على رسم إطار سياسي عام، يركز على تنمية الثروات الطبيعية والثقافية وذلك للمحافظة على البيئة وتنميتها البعد الايكولوجي في التنمية المستدامة.

1. الإستراتيجيات المعتمدة لدعم مقومات الصناعة السياحية في الجزائر

ارتكز العمل على تطوير قطاع السياحة في الجزائر لبناء مقومات سياحية على مجموعة من الإستراتيجيات والسياسات، سيما بعد الوضعية التي آلت إليها السياحة في الجزائر في فترة التسعينات، حيث اعتمدت سياسة "الاستثمار والشراكة في المجال السياحي" من خلال الانفتاح على الاستثمار الأجنبي في مختلف القطاعات وقطاع السياحة بشكل خاص، وذلك عن طريق جلب رؤوس الأموال، وخلق فرص العمل، وجلب التكنولوجيا. وفي هذا الإطار صدر قانون 90 - 10 المتعلق بالنقد والقرض، وقد تُم هذا القانون بالمرسوم التشريعي 93 - 12 المتعلق بترقية وتشجيع الاستثمارات الوطنية والأجنبية على حد سواء، والذي كرس عدة مبادئ وإجراءات لطمأننة المستثمرين، خاصة الأجانب، حيث قدم عدة ضمانات داخلية ودولية كمبدأ المعاملة العادلة، وضمان التحويل أو التنازل مع إمكانية تحويل رأس المال المستثمر الناجم عنه، إضافة لعدة امتيازات جبائية، لكن حجم الاستثمارات خاصة الأجنبية لم تكن مستوى الطموحات والأهداف التي سطرته الدولة، ولعل الأزمة الأمنية التي كانت

تعاني منها البلاد في تلك الفترة، مع ما رافق الوضع من تهويل إعلامي مارسه بعض المؤسسات الإعلامية، هي التي رهنت هذه العملية. من خلال العمل على مجالات محددة منها:

- **تطوير الاستثمارات من خلاله إعطاء دفعا جديدا لقطاع السياحة، والتي امتدت من فترة 2000-2010، من خلال مجموعة من القوانين سيما قانون 1993، تم جاء الأمر 06 - 08 المعدل والمتمم له، وهو ما سمح لعدة شركات فندقية دولية الاستثمار في إطار شركات مختلطة لإنجاز سلسلة من الفنادق في عدة ولايات من الوطن مثل انجاز فندق شيراطون في وهران وحاسي مسعود، تسيير فندق مزفران من طرف مجموعة سفير الكويتية وغيرها¹⁶، رغم ما واجه تحقيق هذا الهدف من صعوبات بسبب فشل عملية الخصخصة بسبب تأخر عملية تقديم المؤسسات المراد خصصتها، بالإضافة إلى مشكل ملكية الأراضي التي تقام عليها المؤسسات¹⁷.**

- **إستراتيجية التنمية السياحية لآفاق 2013، تم في مطلع سنة 2000 صياغة إستراتيجية حول تطوير قطاع السياحة لآفاق 2013 في شكل وثيقة تحت عنوان مخطط أعمال التنمية المستدامة في الجزائر آفاق 2013، أدخلت عليه بعض التعديلات بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي، قصد إعطاء الديناميكية لقطاع السياحة من خلال: تحديد الاختيارات المستقبلية، وتحديد الأهداف النوعية والكيفية المنتظرة لآفاق 2013، تحديد التدابير والأدوات المعتمدة لتنفيذ البرامج المسطرة بهدف الشروع في إنشاء صناعة سياحية مستقلة، هذا التصور يستمد محتواه من المبادئ والاختيارات الأساسية التي جاء بها القانون رقم 03 - 01 المتعلق بالتنمية السياحية، مناطق التوسع السياحي، واستعمال الشواطئ لأغراض السياحة.**

- **ضبط قائمة المنتوجات السياحية الواجب تنميتها للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر: إن تطوير وتنويع المعروض السياحي وتنمية نشاطات سياحة جديدة يمثلان اختيارات إستراتيجية تسمح بإدماج الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة، وتلبية حاجيات المواطنين في مجال السياحة والاستجمام والترفيه والتي تعرف سنويا ارتفاعا متزايدا بسبب تحسن المستوى المعيشي والنمو الديموغرافي، والتطوير المنسجم والمستدام والمتوازن للنشاطات السياحية، تثمين التراث السياحي الوطني، وعلى هذا الأساس فإن تلبية الطلب السياحي يستلزم تنمية جادة للمنتوجات السياحية التالية: السياحة الشاطئية، السياحة الصحراوية، سياحة الأعمال والمؤتمرات، السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر، السياحة الثقافية، السياحة الرياضية والترفيهية والاستجمامية.**

لقد تضمنت إستراتيجية تطوير قطاع السياحة لآفاق 2013 أهدافا كمية ونوعية من شأنها المساهمة في ترقية اقتصاد بديل للبلاد، يُمكن من إحداث التوازنات الاقتصادية والمالية الكبرى المطلوبة، لكن يبقى التحدي الحقيقي هو إمكانية تحقيق هذه الإستراتيجية، من أجل ذلك وقصد إزالة العقبات التي تقف أمام تنمية وترويج المنتجات السياحية من جهة، ووضع أدوات تنفيذية قادرة على ضمان أحسن تأطير وتنظيم للقطاع من جهة أخرى، اتُخذت مجموعة من الإجراءات نجملها في النقاط التالية¹⁸:

- دعم مختلف الاستثمارات السياحية، من خلال دعم التهيئة والتحكم في العقار السياحي، وكذلك تأطير وتمويل المشاريع السياحية.
- دعم التدريب وتكوين الموارد البشرية في القطاع السياحي.
- الدعم النوعي للخدمات السياحية المقدمة.
- دعم الترويج السياحي.

- **المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025:** هذا المخطط التوجيهي هو نتيجة عمل فكري واستشارة واسعة بمشاركة المتعاملين الوطنيين والمحليين العموميين والخواص، ويشكل إلتزام الدولة بتنفيذ السياسة السياحية لآفاق 2025، من خلال وضع الشروط الرئيسية للتهيئة السياحية والعمل الأساسي لدعم النمو الاقتصادي، قصد إعادة التنظيم السياحي والارتقاء به إلى المرتبة الثانية في الأنشطة الاقتصادية المصدرة بعد المحروقات، ويُعد هذا المخطط جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية الذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بموجب القانون 01 - 02 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، وتصبوا من خلاله الدولة إلى¹⁹:

- تحديد المحطات الرئيسية للتنمية السياحية الوطنية على فترات مختلفة على المدى القصير والمتوسط والبعيد،
- تحديد وسائل وضع المخطط حيز التنفيذ وتحديد شروط قابلية تجسيده،
- تحسين التوازنات الاقتصادية الكلية، التشغيل والميزان التجاري، والاستثمار،
- المساهمة في المبادلات والانفتاح على الصعيد الوطني والدولي،
- تقويم الثروة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة.

تسعى الدولة من خلال المخطط إلى تحقيق ثلاث محاور كبرى هي:

- تحقيق العدالة الاجتماعية،
- تحقيق الفعالية الاقتصادية،
- القيام بعملية الدعم التكنولوجي.

على أن يتم تجسيد هذه المحاور في إطار التنمية المستدامة وتشمل كل مناطق الوطن خلال العشرين سنة القادمة، كما يهدف المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية إلى التطبيق الميداني والعمل استنادا إلى عدة برامج في شكل خطوط (أو مخططات) رئيسية، من شأنها تحقيق الإنعاش السريع والمستدام للسوق السياحية بالطرق التي تضمن إعادة الاعتبار للمكان والدور الذي يتعين على السياحة الجزائرية أن تلعبه على مستوى السياحة الدولية، ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها سياسة التنمية المستدامة، وقد شرعت الجزائر بالعمل بالمخططات الخمس حسبما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، وهي:

1. **مخطط تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية:** وهي مسألة أساسية لتصبح الجزائر وجهة سياحية وتنافسية كاملة، ويتحقق ذلك من خلال إبراز ملامحها الأصيلة، تشجيع الابتكار والنوعية، أيضا تعزيز جاذبية وجهة الجزائر بالتموقع بالصورة المميزة على مستوى الأسواق المطلوبة والمحافظة عليها وعلى الفئات السكانية المستهدفة.

2. **الأقطاب السياحية للامتياز:** حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية سبعة أقطاب سياحية للامتياز، ويتشكل كل قطب من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل وفقا لقدراتها بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن، وهذا بتوفير منتجات سياحية متعددة ومتنوعة، وستسمح هذه الأقطاب ببروز تنوع سياحي على كافة الإقليم، وتستخدم كنقطة ارتكاز وكقاعدة للتطور السياحي، والهدف المتوقع من بناء هذه الأقطاب هو تحريك الدافع الذي يسهل الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني عبر إنشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع.

3. **مخطط النوعية السياحية:** أصبحت النوعية اليوم مطلبا ضروريا في الدول السياحية الكبرى، ويرمي مخطط السياحة إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني عن طريق التركيز على التكوين والتعليم، كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والاتصال حتى يحقق التناسق المطلوب مع تطور المنتج السياحي في العالم.

4. **مخطط الشراكة العمومية - الخاصة:** يسعى مخطط الشراكة من خلال هذا المبدأ إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص، ذلك أن دور الدولة ضروري في المجال السياحي خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت القاعدية، بينما يضمن القطاع الخاص أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي بتمثيين وتسويق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه، وبالتالي خلق تعاون فعال بين القطاعين من شأنه المساهمة في مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي، وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية.

5. **مخطط تمويل السياحة:** خصوصية قطاع السياحة بكونها صناعة ثقيلة تتطلب استثمارات ضخمة من جهة، بالنظر إلى عوائدها البطيئة من جهة أخرى، فإن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة جاء لموازنة أطراف هذه المعادلة الصعبة، من خلال دعم ومرافقة الشريك المُرقي أو المطور²⁰.

2. **مؤسسات صناعة السياحة للجزائر:** من أجل تنفيذ سياسة تنمية وترقية النشاطات السياحية في الجزائر أنشأت عدة أجهزة تابعة لهذا القطاع يكمن دورها في تنفيذ الإستراتيجية السياحية، وتختلف هذه الأجهزة من بلد إلى آخر حسب درجة تطوره، وتصنف مؤسسات صناعة السياحة في الجزائر إلى:

1. المؤسسات العمومية السياحية
2. الأعموان المتعاملون

أولاً - المؤسسات العمومية السياحية

1. وزارة السياحة والصناعات التقليدية: تعتبر أعلى سلطة مسؤولة عن القطاع في الجزائر، تأسست بموجب المرسوم التنفيذي رقم 63 - 474 المؤرخ في 1963 /12/20 المتضمن إنشاء وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تتكون الوزارة من سبع مديريات هي: المديرية العامة للسياحة، المديرية العامة للصناعة التقليدية، مديرية الدراسات والتخطيط والإحصائيات، مديرية التكوين وتنمية الموارد البشرية، مديرية الاتصال والتعاون، مديرية التنظيم والشؤون القانونية، مديرية الإدارة العامة والوسائل، من مهامها:

- التعريف بالمنتج السياحي الجزائري وتوجيهه وترقيته،
- تجسيد سياسة الحكومة في مجال السياحة،
- إنجاز المخططات التنموية السياحية.

2. الديوان الوطني للسياحة: الديوان مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 88 - 214 المؤرخ في 1988/10/31 المتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه، والمعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92 - 402 المؤرخ في 1992/10/31، وهو أداة تابعة لوزارة السياحة المكلفة بترقية السياحة ودراسة السوق والعلاقات العامة، من مهامها:

- إنجاز أو تكليف من ينجز أي دراسة عامة أو خاصة ذات علاقة بهدفه،
- جمع وتحليل واستغلال المعلومات والإحصائيات المتعلقة بالترقية السياحية وعلى الخصوص تقييم نتائج الأعمال المقررة،
- إجراء كل بحث أو دراسة بغية ضبط الأساليب وتحولات السوق السياحية الداخلية والخارجية،
- المشاركة في ترقية السياحة و متابعة العمليات المعتمدة في هذا القطاع،
- المشاركة في التظاهرات الدولية المرتبطة بالسياحة المناخية والحمامات المعدنية،
- تنشيط وتطوير التبادلات مع المؤسسات والهيئات الخارجية في ميدان ترقية السياحة،

3. الوكالة الوطنية لتنمية السياحة: مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98 - 70 المؤرخ في 1998/2/21، تخضع لوصاية وزارة السياحة والصناعات التقليدية مقرها بسيدي فرج ولاية تيبازة، وهي مكلفة بـ :

- حماية وصيانة مناطق الاستغلال السياحي،
- اقتناء الأراضي الضرورية وتخصيصها للمشاريع السياحية،
- إجراء دراسة التهيئة للأراضي المخصصة للأنشطة السياحية الفندقية والمعدنية،

- تساهم مع المؤسسات المعنية في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع السياحي وحول منابع المياه المعدنية،

- تقوم بالتنسيق مع المؤسسات والهيئات المعنية على التسيير العقلاني للأماكن والتجهيزات ذات المنفعة المشتركة وتقدم كل اقتراح يهدف إلى ضرورة تحسينها وتحديثها.

4. المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية: الدراسات من المتطلبات الضرورية لتقدير حجم

الإمكانيات السياحية للبلاد قصد استغلالها والمحافظة عليها، في هذا الإطار تم إنشاء هذه المؤسسة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98 - 94 المؤرخ في 10/3/1998، وأوكلت لها المهام التالية:

- الدراسات الخاصة بتحديد القدرات السياحية وتنميتها

- دراسات التهيئة السياحية والمعدنية

- مراقبة ومتابعة المنشآت السياحية، المرافق الفندقية، المياه المعدنية ومعاينتها

- إنشاء بنك للمعلومات الخاصة بتهيئة السياحة وتنميتها

- إنشاء كل الدراسات المرتبطة بمجال نشاطها بطلب من السلطات العمومية.

5. اللجنة الوطنية لتسهيل الأنشطة السياحية: أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94 - 39

المؤرخ في 25/1/1994، وهي مكلفة بـ:

- اقتراح القوانين التنظيمية الضرورية لتنمية وترقية السياحة،

- تأمين شروط الموافقة لدخول وإقامة وانتقال السياح،

- تحسين العلاقة بين مختلف الخدمات والأنشطة السياحية،

- تسهيل التدفقات السياحية الوطنية والدولية،

- تبسيط الإجراءات الإدارية لأجل انتقال السياح،

- حماية وتقييم الإرث الطبيعي والثقافي والتاريخي،

- تسهيل الصيغ والإجراءات الواقعة بصفة مباشرة أو غير مباشرة على المنظمات السياحية والفندقية.

6. الدواوين المحلية للسياحة: موزعة على المستوى الوطني، وعددها 51 ديوانا محليا، وأنشأت

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 85 - 15 المؤرخ في 26/1/1985 فهي مكلفة بـ:

- إعلام السياح وتنظيم الرحلات السياحية.

- عرض خدمات المرشدين المحليين.

- المساهمة في حماية وحفظ المواقع السياحية الطبيعية والتاريخية.

- المشاركة في إحياء الأعياد المحلية.

- التنسيق والتبادل مع الدواوين المحلية الوطنية والأجنبية.

7. مؤسسات التكوين: توجد على مستوى الوطن ثلاثة مؤسسات مختصة في التكوين السياحي وهي معهد ببوسعادة ومعهد بنتيزي وزو ومعهد الجزائر، أما بخصوص المدرسة العليا للسياحة تم اختيار موقعها المتواجد بمدخل ولاية تيبازة (إلا أن المشروع مازال مجمدا).

8. الجمعيات السياحية: تشمل الجمعيات التي تتشط في مجال العمل سياحي على المستوى الجهوي أو الوطني، من أهمها نذكر: الفيدرالية الوطنية لدواوين السياحة، الفيدرالية الوطنية لجمعيات وكلاء السياحة والسفر، اتحاد عملاء السياحة، الجمعية الوطنية لأجل ترقية السياحة، الجمعية الوطنية للدفاع والتعبير عن السياحة، الاتحاد الوطني لوكلاء السياحة، الفيدرالية الوطنية للفنادق والمطاعم

ثانيا - الأعدان المتعاملون في السوق السياحي الجزائري

يوجد مجموعة من المتعاملين في السوق السياحية الجزائرية لا تقل أهميهم عن الصنف الأول، فهم يعتبرون ركيزة أساسية في تفعيل السوق السياحية وتنشيطها، وتتمثل في:

1. الديوان الوطني للسياحة: أول متعامل سياحي جزائري أنشأ بموجب الأمر رقم 62 - 27 المؤرخ في 1962 / 8 / 25، يتكون من خمس وحدات جهوية هي: الجزائر، وهران، عنابة، غرداية، تيميمون، وهي تمتلك شبكة للتوزيع تتكون من 35 وكالة، من مهامها:

- تصميم وترقية وتسويق المنتج السياحي الوطني على المستويين الوطني والدولي،
- ضمان الأمن والحماية للسياح إثناء تنقلهم وإقامتهم وتوفير أسباب الراحة والتمتع،
- استقبال ونشر المعلومات السياحية،
- تنظيم الدورات والرحلات السياحية،
- توفير عوامل الترقية السياحية و وضع برنامج للترفيه والتنشيط،

2. النادي السياحي الجزائري: تأسس في أكتوبر 1963 وهو مكلف بتنمية النشاطات السياحية،

يملك 42 وكالة موزعة عبر كامل التراب الوطني، له مهام رئيسية تتمثل في:

- تقديم المساعدة للسياح الراغبين في زيارة الجزائر،
- نشر أو المساهمة في نشر المطبوعات لإعلام السياح،
- المساهمة في حماية وحفظ المواقع السياحية،
- المساعدة في تنمية السياحة بالجزائر،
- تنظيم الرحلات بهدف التعريف بالبلد،
- بيع وحجز تذاكر السفر

3. وكالات السياحة والأسفار: يضم القطاع السياحي حوالي 783 وكالة، تعتبر من أهم المتعاملين

الاقتصاديين في قطاع السياحة، حيث عرفها القانون رقم 99 - 06 المؤرخ في 04 أفريل 1999 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة 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"، وتعمل على ضمان الخدمات الآتية:

- تنظيم وتسويق أسفار ورحلات سياحية وإقامات فردية وجماعية.
- تنظيم جولات وزيارات برفقة مرشدين داخل المدن والمواقع والآثار السياحية.
- تنظيم نشاطات الصيد البحري والتظاهرات الفنية والثقافية والرياضية والمؤتمرات.
- وضع خدمات المترجمين والمرشدين السياحيين تحت تصرف السياح.
- الإيواء أو حجز غرف في المؤسسات الفندقية وتقديم الخدمات المرتبطة بها.
- النقل السياحي وبيع كل أنواع تذاكر النقل حسب الشروط والتنظيم المعمول به لدى مؤسسات النقل.
- بيع تذاكر أماكن الحفلات الترفيهية والتظاهرات ذات الطابع الثقافي أو الرياضي وغيرها.
- القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل الأخطار التي تمس نشاطاتهم السياحية.
- تمثيل وكالات السفر المحلية أو الأجنبية.
- كراء سيارات بسائق ونقل الأمتعة وكراء البيوت المنقولة وغيرها من معدات التخيم.

خاتمة

لا شك أن السياحة والصناعة السياحية تمثل اليوم واحدة من أهم الصناعات في العالم، وهي متعلقة بنشاط إنساني إجتماعي معقد تتشابك فيه الظواهر الإنسانية والاجتماعية بالظواهر الثقافية والتاريخية والجغرافية وعلم الإدارة والأنثروبولوجيا وعلوم الطبيعة والبيئة وغيرها، وقد أضفت عليها التطورات التكنولوجية ووسائل الإتصال طابعا عالميا ساهم في تداخل الثقافات وزاد من شغف الإنسان وفضوله إلى معرفة المزيد عن تلك الحضارات والتعارف بينها، هذا ما حتم ضرورة الإهتمام بالظاهرة السياحية كظاهرة إقتصادية بالخصوص توّطرها نظم سياسية وقانونية وأخلاقية، فتطور الإهتمام بالظاهرة السياحية كعلم وصناعة وفن من أجل فهم وتحليل أبعادها المتعددة سيما البعد الإجتماعي، حيث إقترح كوهين (1984) أربع إتجاهات أساسية للبحث الإجتماعي في السياحة، وهي:

- السياحة في حد ذاتها،
- العلاقة بين السياح والمحليين،
- البناء الوظيفي للنظام السياحي،
- آثار السياحة.

الهوامش والمراجع

1. موفق عدنان الحميري، إدارة القرى والمنتجعات السياحية: تحليل وظيفي وأفاق مستقبلية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص33. عن حسن رجب، النهضة السياحية ومستقبلها، الدار القومية للطباعة والنشر، 1966، ص9.

2. Alister Mathieson & Geoffrey Wall, Tourism: Economic Physical & Social Impacts, Longman, London, 1982, P1.
3. W.Mcintosh Robert, Tourism: Principles, Practice, Philosophies, Jon Wiley Sons, New York, P2.
4. أمال الحمامي، "السياحة والتنمية الإجتماعية في جمهورية مصر العربية"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات مؤتمر السياحة في مصر، جامعة المنصورة، 1988.
5. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، 1997، ص 22.
6. صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة، 2004، ص 20.
7. Stephen Williams, tourism geography, 2003, p 03
8. G. p l'azote, géographique du tourisme, 1990, p 13.
9. نبيل الروبي، نظرية السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، دت، ص ص 25/24.
10. جليلة حسن حسنين، الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، دت، ص ص 4/2.
11. المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة، الكتاب الأول تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، جانفي 2008، ص 28.
12. عثمان محمد غنيم وبنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي: في سبيل تخطيط مكاني شامل متكامل، ص 33.
13. عبلة عبد الحميد بخاري، اقتصاديات السياحة، 2012، ص 05.
14. هدى سيد لطيف، السياحة: النظرية والتطبيق، العربية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، دت، ص ص 89/88.
15. الجريدة الرسمية، العدد 58، سبتمبر 2006.
16. عبد القادر شلالى وعبد القادر عوينان، الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025، 2010، ص ص 12/11.
17. حميدة بوعموشة، دور قطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - حالة الجزائر، 2012/2011، ص ص 131/128.
18. عبد القادر لحسين، إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لآفاق 2025: الآليات والبرامج، 2013، ص ص 193/190.
19. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2025 (SDAT)، 2008، ص 03.
20. عبد القادر لحسين، مرجع سابق، ص ص 197/195.