



أهمية السياحة في تحقيق التنمية بالمنطقة الصحراوية

The importance of tourism in achieving development in the desert region

أ.د. فتيحة كركوش
جامعة البليدة 2، الجزائر

الملخص:

يعد قطاع السياحة الصحراوية أحد البدائل التي تسعى الجزائر إلى توفير شروط ترقيتها بسبب آثارها المحتملة على تنمية المناطق الصحراوية من حيث توفير مناصب عمل للسكان المحليين والتخفيف من تأثير الطابع الموسمي للقطاع الصحراوي على وضعيتهم الاقتصادية والاجتماعية.

على هذا الأساس، نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى إيجاد بعض السبل الممكنة لتنمية السياحة الصحراوية بهدف تحقيق عملية التنمية الاقتصادية، وذلك انطلاقاً من:

- تسليط الضوء على خصوصيات السياحة الصحراوية ومشكلاتها،
- إبراز العلاقة القائمة بين السياحة الصحراوية والتنمية،
- البحث في بعض السبل قصد تنمية السياحة بالصحراء.

الكلمات الدالة: السياحة؛ السياحة الصحراوية؛ التنمية السياحية؛ الاقتصاد.

Abstract

The desert tourism sector is one of the alternatives that Algeria seeks to provide conditions for its advancement because of its potential effects on the development of the desert areas in terms of providing jobs for the local population and reducing the impact of the seasonal nature of the desert sector on their economic and social situation. On this basis, we seek through this paper to find some possible ways to develop desert tourism in order to achieve the process of economic development, from:

- Highlight the specificities and problems of desert tourism,
- To highlight the relationship between desert tourism and development,

- Research some ways to develop tourism in the desert.

Keywords: tourism; desert tourism; tourism development; economy.

1- إشكالية الدراسة

تعد السياحة في الوقت الراهن من أهم عناصر التجارة الدولية وأكثرها نمواً وازدهاراً وهو عامل نتج عن تزايد الإنفاق لدول العرض السياحي على الدعاية للسياحة، إذ أوضح محمد الزوكة (محمد خميس الزوكة، 2000، ص9) أن حجم الإنفاق على السياحة في العالم يقدر بما يتجاوز مليار دولار أمريكي سنوياً؛ وهو الأمر الذي أشار إليه محيا زيتون (محيا زيتون، 2002، ص11) في كون الاهتمام بصناعة السياحة ازداد في الآونة الأخيرة نظراً لأهميتها الاقتصادية وما تحققه من أرباح كبيرة تدعم الاقتصاد الوطني لبعض الدول على اعتبار أنها مصدراً من مصادر الدخل الوطني، يضاف إلى ذلك أنه بعد دخول عصر الاتصالات الرقمية وتقنية المعلومات والتطور الهائل في وسائل الانتقال ازدهرت السياحة الحديثة واكتسبت شكلاً جديداً وأهمية أكبر لتصبح مدخلاً نحو عصر التقدم.

وبالرغم من الإمكانيات الهائلة للجزائر في قطاع السياحة وتعدد منتجاتها السياحية وتنوعها، فقد بلغ عدد السواح 1640000 سائح سنة 2006 بحيث منهم 480000 سائح أجنبي (ما يمثل 08.5%) و1160000 سائح جزائري مقيم بالخارج (أي ما نسبته 71%)، مقابل مبلغ مالي مقدر بـ 23.4 مليون دولار أمريكي أي ما نسبته 2.6% من مجموع الصادرات خارج المحروقات؛ وهو ما لا يعكس إمكانيات التي تزخر بها الجزائر كمناطق سياحية حسب ما جاء عن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

وجاء أيضاً عن منظمة السياحة العالمية (World Tourism Organization, 2015) أن الصحراء مثلاً تعتبر عامل جذب سياحي يساهم بما نسبته 70% من عائدات القطاع السياحي في بعض الدول كالإمارات العربية المتحدة، ونوعاً فاعلاً من أنواع السياحة الأخرى، في حين يعتبر الأمر مخالفاً لذلك في دول أخرى كالجزائر.

في هذا الصدد، أوضح أبو بكر بوسالم وآخرون (أبو بكر بوسالم ومحمد بن زهية 2017) أن السياحة الصحراوية بإمكانياتها السياحية الكبيرة تعد ركيزة التنمية السياحية في الوجهة السياحية الجزائرية باعتبارها قبلة سواح الأجانب خاصة السوق السياحي الأوروبي على أساس أنها بيئة

تختلف عن بيئتهم وتقع قريبة من هذا السوق السياحي، وبالتالي تعتبر المصدر الأول للعملة الصعبة في القطاع السياحي.

كما أن المنتج السياحي الصحراوي يعد منجما لم يقع استغلاله بعد ويعتقد الكثير من المختصين في المجال السياحي أن السياحة الصحراوية يمكن أن تكون مُنقذا للسياحة الجزائرية إذا أُحسن استثمارها بالشكل الملائم لأن المنافسة فيها قليلة في الحوض المتوسطي وشمال إفريقيا خاصة في ظل الأوضاع التي تعيشها المنطقة؛ بل أن الاستثمار في قطاع السياحة يعد أحد البدائل التي يمكن للجزائر المراهنة عليه بهدف المساهمة في تحقيق التنمية السياحية بالمنطقة الصحراوية خاصة لما لها من موارد طبيعية ومميزات سياحية معتبرة وعناصر جذب مهمة قابلة للاستثمار في ميادين متعددة. وهذا ما يمثل تطورات كل السكان المحليين للمنطقة الذين يأملون أن ترتقي السياحة الصحراوية وتحدث تنمية اقتصادية تعمل على سد بعض متطلباتهم الاجتماعية وتفتح لهم آفاقا للتبادلات التجارية والثقافية لتصبح المنطقة الصحراوية نبعاً للحياة والتدفق والمعيشة الطيبة؛ بمعنى أن المنطقة الصحراوية هي بحق تراث حضاري وثقافي واجتماعي متنوع يمكنه أن يكون مُولداً لمختلف أنواع السياحة (سياحة ثقافية، علاجية وغيرها) بما يوفره من ديكور طبيعي وفنون معمارية وعادات وتقاليد شعبية يمكن من خلالها تحقيق تنمية سياحية بصفة مستدامة بفضل توفير احتياجات السواح من خدمات وتسهيلات.

وعلى هذا الأساس يحق لنا أن نتساءل عن الدور الذي يمكن أن تقوم به السياحة الصحراوية على المستوى الاقتصادي وعن كيفية تنمية مثل هذه السياحة؟

2- مفاهيم أساسية

من المفيد تقديم بعض التعريفات مختصرة بخصوص السياحة والسياحة الصحراوية والتنمية السياحية.

1-2- مفهوم السياحة

بدأت الأفكار في تحديد مفهوم ظاهرة السياحة مع بداية القرن العشرين، حيث أوضح صلاح الدين عبد الوهاب (صلاح الدين عبد الوهاب، 2008، ص89) أن أول تعريف محدد للسياحة يعود للعالم الألماني جويبر فريدير (Guyer Freuller)، حيث عرّف السياحة بأنها: "ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام، وتغيير الجو

والإحساس بجمال الطبيعة، وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة، وأيضاً إلى تطور الاتصالات وعلى الأخص بين الشعوب، حيث كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناع تقدم وسائل النقل.

من جهته، عرّف محمود كامل (محمود كامل، 1975، ص13) مفهوم السياحة على أساس المتعة والراحة معتبراً أنها: "تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغيير الهواء والحاجة إلى الإحساس بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وإلى نمو الاتصالات بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعة الإنسانية".

إلا أن مصطلحات السياحة التقليدية في ظل الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية قد تغيرت، فلم تعد السياحة مجرد نشاطاً ترفيهياً؛ بل أصبحت تمثل صناعة تصديرية قائمة بذاتها وتقوم بأدوار هامة في عملية التنمية الاقتصادية. وعلى هذا الأساس، حدد زبير عياش وفاتن باشا (زبير عياش وفاتن باشا، 2016، ص27) مفهوم السياحة على مستويين، هما:

- السياحة **كصناعة** هي صناعة مركبة غير تقليدية تقوم على انتقال السائح من مكان إقامته الدائم إلى المقصد السياحي لأي غرض من الأغراض غير العمل.
- السياحة **كنظرية** هي العلم الذي يقوم على مجموعة من الحقائق والمعارف التي تتصل بالعمل السياحي في أي دولة من الدول بحيث تكون في مجموعها القاعدة الأساسية كنظرية السياحة".

من مجموع هذه التعريفات للسياحة يمكننا أن نستنبط تعريف السائح ، إذ لا يكتمل تعريف السياحة إلا بتعريف السائح الذي يمثل محور النشاط السياحي، فقد عرّف الإتحاد الدولي لمنظمات السفر السائح على أنه الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته لمدة 24 ساعة أو تزيد، ونتيجة للنمو الذي عرفته السياحة وتعدد أوجهها ونظراً للمشكلات التي واجهت لجنة الأمم المتحدة للإحصاء في تجميع المعلومات حول السياحة، فقد لجأت هذه الأخيرة إلى تعريف آخر بلوره بودي عبد القادر (بودي عبد القادر، 2009، ص99) في ما يلي: "إن كلمة زائر تصف الشخص الذي يزور بلد غير بلد إقامته لأي غرض كان عدا العمل المأجور في البلد المضيف".

من جهته، عرّف محمد حجاب (محمد منير حجاب، 2003) السائح هو الشخص الذي ينتقل بغرض ما خارج الأفق الذي اعتاد الإقامة فيه، وينتفع بوقت فراغه لإشباع رغبة الاستطلاع تحت

أي شكل من أشكال هذه الرغبة ولسد حاجة من الاستجمام والمتعة؛ ومعنى ذلك أنه أي زائر مؤقت للبلد لأي أغراض غير الإقامة، ولا تتجاوز مدة إقامته عن 12 شهرا ولا تقل عن 24 ساعة. إلا أن هذا التعريف حسب محمد ساحل وعبد الحق بن تقات (محمد ساحل وعبد الحق بن تقات، 2018، ص35) أغفل شرط المسافة، حيث كل إنسان يقطع مسافة 40 كلم يعتبر سائحا، وقد تم رفع حد هذه المسافة في بعض الدول إلى 160 كلم.

2-2- مفهوم السياحة الصحراوية

تعد السياحة الصحراوية نوعا من أنواع السياحة البيئية مجالها الصحراء بما فيها من مظاهر طبيعية تتمثل بتجمعات الكثبان الرملية والأودية الجافة والواحات الطبيعية والضائيات، وتشمل مظاهر بشرية تتمثل في أسلوب حياة وثقافة الشعوب الصحراوية المنسجمة مع طبيعة الصحراء لتشكل نمطا مختلفا من أنماط الحياة المألوفة في المدن و الأرياف.

كما أنها تمتاز بوجود تنوع هائل يتمثل في مجموعة كبيرة من أنواع النباتات و الحيوانات التي تعيش في أجواء من التكيف مع الظروف الطبيعية. لذلك بدأت الصحاري في استقطاب السياح الذين يبحثون عن الهدوء و السكينة.

إضافة إلى ذلك، اعتبر شبوطي حكيم (شبوطي حكيم، 2011) السياحة الصحراوية نوعا من أنواع السياحة التي يهدف إلى زيارة المناطق الصحراوية والأثرية والتعرف على المسائر القديمة المتواجدة في الصحراء في عمق الرمال.

2-3- مفهوم التنمية السياحية

إذا كان مفهوم التنمية الاقتصادية يُعبّر عن استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة في المجتمع أحسن استخدام ممكن، فإن مفهوم التنمية السياحية هو تعظيم الدور الذي يمكن أن يكون عليه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد الوطني؛ ومعنى ذلك أنها تشمل جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين والتوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية وكذا للتدفق والحركة السياحيين.

لذلك، عرّفت أنا دورا (Anna Dóra, 2013, P 48) التنمية السياحية على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض التأثيرات الاقتصادية

مثل إيجاد فرص عمل جديدة ودخل جيد دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية حاجياتهم الخاصة.

معنى ذلك أن التنمية السياحية تعمل على الارتقاء بالخدمات السياحية إلى مستوى أفضل بما تلبية من متطلبات بغية تحقيق تنمية اقتصادية، لذلك فهي تُعبر عن مختلف البرامج التي تهدف لتحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق الإنتاجية في القطاع السياحي، وبذلك نلمس بوضوح العلاقة الإرتباطية الوثيقة بين التنمية السياحية والحركية الاقتصادية التي لها آثارها الملموسة بالنسبة للسكان المحليين والسواح على حد سواء خاصة وأن عملية تنمية السياحة هي عملية مخطط لها وغائية، إذ حددت بن فرج زوينة (بن فرج زوينة، 2009، ص100) أهدافها في العناصر الآتية:

- **على الصعيد الاقتصادي:** تتمثل في تحسين وضع ميزان المدفوعات وتحقيق التنمية الإقليمية خصوصاً إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق المُستهدفة (الصحراوية) بالإضافة إلى توفير خدمات البنية التحتية وهذا كله يؤدي إلى زيادة مستويات الدخل وبالتالي زيادة إيرادات الدولة من الضرائب ومنه خلق فرص عمل جديدة،
 - **على الصعيد الاجتماعي:** تكمن في توفير تسهيلات ترفيهيه واستجمام للسكان المحليين وكذلك حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات،
 - **على الصعيد البيئي:** تتمثل في المحافظة على البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات حماية مشددة لها،
 - **على الصعيد السياسي والثقافي:** نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب بالإضافة إلى تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.
- وهو ما أوضحته ريم قدوري (قدوري فتيحة ريم، 2017) كون التنمية السياحية هي عمليات موجهة لاستحداث تحولات هيكلية في بناء وتركيب المنتجات السياحية التي تقدمها أي منطقة جغرافية، وذلك عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية والاقتصادية والعمرانية لهذه المنطقة، بما يتفق مع طلب واحتياجات الحركة السياحية بهدف تكوين قاعدة اقتصادية فعالة يتحقق بموجبها تزايد نمو الحركة السياحية إلى المنطقة وبالتالي زيادة الدخل الحقيقي الناتج عن النشاط السياحي.

3- السياق التحليلي

تمتاز السياحة الصحراوية بخصائص منفردة بما تحمله من عادات وتقاليد مرتبطة بالبيئة الصحراوية وحبية الإنسان الصحراوي المشحون بموروث حضاري وشعبي متنوع.

3-1- خصائص السياحة الصحراوية ومشكلاتها

أشار غرابية خليف (غرابية خليف، 2009) إلى أن الصحاري العربية في الوطن العربي تحتل ما نسبته 88% من المساحة العامة للوطن العربي، ولا يسكنها سوى 15% من السكان، في حين يعيش 85% من السكان في 12% من المساحة. وهو ما ينطبق كذلك على صحراءنا الجزائرية التي تتربع على ما يقارب 2 مليون كلم، والزاهرة بإمكانيات طبيعية وتراث تاريخي وثقافي وحضاري منفرد يبرحها أن تكون قطبا سياحيا عالميا حسب ما أشار إليه جليبي وآخرون (Gélinier, O. Simon, et autres, 2005, p19).

3-1-1- خصائص السياحة الصحراوية

تعتبر صحراء الجزائر ثاني أكبر صحراء في العالم لأنها تغطي مساحة 84% من المساحة الإجمالية للجزائر، وتعتبر القبلة الأولى للسياح الأجانب لما لها من جمال وروعة الجبال والسكون، وهي مشهورة بحظيرتي الهقار [طاسيلي ناجر] في ولاية تمنراست وإليزي التي تشتهران برسومات تبين تاريخها القديم الذي يصل إلى العصر الحجري وجبالها البركانية التي تسلب العيون. كما تتصف الأهقار بأنها تملك أجمل شروق وغروب للشمس في العالم بأسره حسب المنظمة العالمية يونسكو. وتشتهر قبائل الصحراء كذلك بمدينة المزابيين وهي غرداية التي تزخر بثقافة التحضر والتاريخ رغم وعورة منطقة عيشهم والتي تحولت من صحراء جرداء إلى واحة من أكبر الواحات في الجزائر، إضافة إلى ما تشتهر به صحراء الجزائر بحيوانات كالظبي والغزال والفنك (ar.wikipedia.org/wiki/: السياحة في الجزائر).

كما يوجد قسمان من الصحراء يمثلان قطعة من آيات الجمال: صحراء الشمال الغربي بسلاسل الأطلس المتموجة وصحراء الجنوب الشرقي بدرع الهقار والطاسيلي المشهور برسومه الجدارية والنحوت الصخرية، وبين هذين القسمين الصحراويين خط منحرف يمتد من الجنوب الغربي إلى الشمال الشرقي مارا بعرق تتروف وهضبة تادميت وشط ملغير. وتظهر الطبيعة الصحراوية حول :

- الرق الذي هو عبارة عن مساحة واسعة من الحصى والحجارة،
- العرق الذي يحوي رمالا شاسعة تمثل خمس الصحراء،
- الحمادة التي هي عبارة عن مساحة كبيرة من الحجارة الكلسية،
- الجبال التي مصدرها بلوري ذات تكوين بركاني،
- السبخات أو الأحواض المغلقة التي تنمو حول النباتات والجلال (أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، 1999، ص8).

ونجد منطقة تمنراست التي تتميز بتنوعها المورفولوجي الذي يؤهل سواها لممارسة السياحة الرياضية كتسلق الجبال أو ممارسة السياحة العلاجية بالدفن في الرمال بفضل الكثبان الرملية المنتشرة بشمالها، إضافة إلى السياحة الثقافية بما تزخر به من مقومات تاريخية وحضارية من خلال تراثها المادي والمعنوي (المواقع الأثرية، الصناعات التقليدية، الفنون الشعبية والمهرجانات وغيرها).

وأضاف غرابية خليف (غرابية خليف) إلى ذلك منطقة اليزي التي توجد بها حظيرة الطاسيلي التي تعتبر أكبر متحف للرسوم الصخرية البدائية في كل الكرة الأرضية، وقد تم إحصاء أكثر من 30000 رسم لوصف الطقوس الدينية والحياة اليومية للإنسان الذي عاش في هذه المناطق أثناء حقبة ما قبل التاريخ: وهو ما يحفز على تنمية السياحة الدينية أيضا.

وأشارت دريدي منيرة وآخرون (دريدي منيرة وحروش سلمى، 2017) إلى أنه من بين سبعة أقطاب سياحية للامتياز في الجزائر، حظيت السياحة الصحراوية على أربعة أقطاب، وهي:

- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق (الواحات)،
- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب توات قورارة،
- القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير طاسيلي ناجر،
- القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير الهوقار.

يضاف إلى كل هذه المعالم الجميلة تراثا حرفيا متنوعا بحيث أوضحت سميحة يونس وآخرون (سميحة يونس وكلثوم مسعودي، 2016) أن الصناعات التقليدية والفنية المختلفة من صناعة المعادن، التحف، الصوف والسعفيات والجلود وكذا الألبسة التقليدية كلها تشكل نقطة إيجابية للتطور الاقتصادي المحلي؛ بل أن دعم وترقية مثل هذه النشاطات يمكن أن يعمل ويزيد من

الوعي بضرورة تهيئة الإقليم. ومعنى ذلك أن الصناعات التقليدية تمثل مظهرا مهما يُعبّر عن جانب من الحياة الثقافية والاجتماعية التي تُجسّد معالم هوية المنطقة الصحراوية ورمزيتها الحضارية والتاريخية بحيث أننا نلمس تنوع ثقافة المجتمع الصحراوي بفضل مختلف صناعاته من الحلي والزرابي وبما فيه أيضا من تراث معنوي (أعراس، حفلات وطبخ وغيرها).

من جهتها، أثرت دريدي منيرة وآخرون (دريدي منيرة وحرش سلمي، 2017) ما تجود به الجزائر بما فيها الصحراء- من مقومات مادية تكمن في بنية تحتية حديثة؛ فالجزائر تتوفر على شبكة طرق تقدر بـ 180039 كلم، 95% منها في وضعية مقبولة، وحوالي 3766 كلم من السكك الحديدية، إضافة إلى وجود 35 مطار من بينها 13 مطار دولي. كما تعرف الجزائر في مجال الحظيرة الفندقية إنشاء الفنادق التي وصل عددها إلى 1151 فندق منها 801 فندق حضري، 141 فندق شاطئي، 157 فندق صحراوي، 35 فندق حموي، و 17 فندق مناخي.

يبدو من خلال هذه المقومات أن الجزائر بإمكانها المراهنة على مختلف أشكال السياحة الصحراوية (كالسياحة الرياضية مثل التزلج وتسلق الجبال، السياحة الثقافية، رحلات الصيد، السياحة الحموية، الاستكشافية، المناخية في فصل الشتاء)، وتجعل المنطقة الصحراوية فضاء لجذب السياح بامتياز ومن صحراء الجزائر منطقة سياحية تنافس البلدان المجاورة، بشرط اعتماد إستراتيجية واضحة وتخطيط شامل وحصر لجميع المقومات وتحسينها.

3-1-2- مشكلات السياحة الصحراوية

بناء على ما سبق نستنتج أن إمكانية تفعيل السياحة الصحراوية وتنميتها مسألة ممكنة وذلك لتوفر الكثير من الشروط الموضوعية المتمثلة في الموارد السياحية (الفضاء الصحراوي بما فيه من آثار تاريخية معمارية ودينية وصناعات تقليدية ومختلف الفنون الشعبية والعادات والتقاليد) والإمكانيات المادية والبشرية، غير أن روعة الأمكنة وحدها ليست كافية لصناعة سياحية راقية، إذ ذكر شبوطي حكيم (شبوطي حكيم، 2011، ص94) أن المناطق الصحراوية تعاني من الإهمال:

فحظيرة الطاسيلي المصنفة ضمن المناطق المحمية عالميا تعاني من أضرار جمة بفعل الإنسان (أكثر من الظروف الطبيعية)، وعليه أوجب تجنيد نظام رقابة يسمح بالحفاظ على هذا التراث الثقافي العريق، إضافة إلى تأثير الرياح والأمطار على هذه المناطق بفعل تفتيت الصخور المنقوشة والرسومات، كما أن للنمو الديموغرافي والتعمير الفوضوي والمشكلات البيئية وعدم ترميم المعالم

الثرية وعدم تطبيق القوانين المتعلقة بحماية التراث الثقافي والتاريخي دور كبير في إتلاف هذه الموارد الثقافية.

وأشار نفس الباحث إلى وجود مشكلات ترتبط بقطاع الصناعات التقليدية والذي تتمحور أهم متاعبه في مشكل التموين بالمادة الأولية والعتاد الضروري لعملية الإنتاج وتسويق منتجات الحرفيين التي آلت إلى الكساد، إضافة إلى ضعف برامج التكوين وقلة وجود مراكز تكوين متخصصة.

من جهتها، خلصت دراسة قنادزة جميلة (قنادزة جميلة، 2012) إلى أن واقع السياحة عموما يتسم بضعف نوعية المنتجات والخدمات السياحية ونقص في تكوين المستخدمين في المؤسسات السياحية ووجود فنادق ذات طاقات غير كافية ونوعية سيئة.

وَدَعَمَت الدراسة التي أنجزها شبوطي حكيم (شبوطي حكيم، 2012) مثل هذا الواقع المتدني للسياحة الجزائرية عموما مستخلصا أن معظم الفنادق تعاني من قدرات استقبالية غير كافية ولا ترقى إلى تنوع الموارد السياحية الجزائرية، بالإضافة إلى تمركزها في الشمال الجزائري وبذلك تفويت الفرصة على ترقية وتنمية السياحة الصحراوية والجنوب الجزائري.

كل هذه المعطيات مجتمعة تعمل للأسف على محدودية أداء القطاع السياحي؛ وهو الأمر الذي أوضّحه بوحفص حاكمي وآخرون (بوحفص حاكمي وخديجة العارف، 2017) إذ يتسم بضعف مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي بالجزائر (3.26 % سنة 2014 و3.54 % سنة 2015)، إضافة إلى ضعفه في استقطاب اليد العاملة (5.57 % سنة 2014 و5.68 % سنة 2015) مقارنة بالمغرب أين بلغت مساهمة هذا القطاع سنة 2014 بـ 15.89 و 15.65 % سنة 2015.

لذلك نأمل أن تجد مثل هذه المشكلات حلا لها خاصة أنه جاء في مداخلة حول تقييم موسم السياحة الصحراوية المنصرم (2017/2018) تأكيد المدير العام للسياحة (الزبير سفيان): أنه تم إحصاء أزيد من 326 ألف وافد إلى مناطق الجنوب، من بينهم أزيد من 250 ألف سائح أجنبي خلال تلك الفترة مقابل 170 ألف خلال موسم 2016/2017. كما ذكر بهذا الخصوص أن ولايات الجنوب الـ 14 تحصي 370 وكالة سياحية، وهو ما يمثل 17 % من العدد الإجمالي على

المستوى الوطني، كما تتوفر على 203 مؤسسات فندقية و79 منبعا صمويًا" (جريدة التحرير الجزائرية).

2-3- علاقة السياحة الصحراوية بالتنمية

أوضحت فتيحة منصورى (فتيحة منصورى، 2016) بأنه يجب النظر إلى الصحراء ليس كمورد فقط للثروات النفطية؛ بل كمجال جغرافي مترامي الأطراف يزخر بموارد طبيعية، تراث تاريخي، ثقافي وحضاري منفرد يرشحها من شأنه أن يكون قاعدة لصناعة سياحية تساهم في تنويع مصادر الدخل الوطني والتخلص من شبح نفاذ النفط في المستقبل.

ففي هذا السياق، نستشهد بما جاء عن تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي (تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي، 2000) الذي خلص إلى أن السياحة الصحراوية أثبتت نجاحها خلال المخطط الخماسي 1985-1998 عندما تعرضت الجزائر إلى أزمة نفطية سنة 1986 أدت إلى انهيار مداخل المحروقات واحتياطات الصرف؛ مما أدى بالسلطة السياسية آنذاك إلى محاولة الاعتماد على السياحة الخارجية قصد تعويض الضرر الناتج عن أزمة المحروقات، وقد ركزت السياسة المتبعة على تنمية المناطق الصحراوية (الهقار، الطاسيلي) ومناطق التوسع السياحي، وبالفعل فإن هذه السياسة حققت نتيجة مرضية حيث بلغ عدد السياح سنة 1.2 - 1989 مليون سائح؛ وهو ما يؤكد دور السياحة الصحراوية في تنمية اقتصاد الدولة.

3-2-1- التنمية الاقتصادية

إن المعطيات السابقة الذكر دفعت بالجزائر إلى التفكير في إحداث نقلة نوعية في القطاع السياحي وهذا من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يضم برنامجا ثريا من حيث الرفع من عدد مؤسسات الإيواء وطاقتها الاستيعابية مع الاعتماد على التنوع والجودة. إلا أننا نلاحظ من العدد الإجمالي للسياح الوافدين أن الجزائر لم تُحصن بعد مكانتها في مجال السياحة حتى بالنسبة لدول الجوار. والجدول (01) يدعم ذلك.

جدول (01): عدد السواح الوافدين للجزائر والمغرب وتونس خلال 2010-2015

الوحدة: مليون سائح

السنة	الجزائر	المغرب	تونس
2010	2.070	9.288	7.728
2011	2.395	9.342	5.746
2012	2.634	9.375	6.999
2013	2.733	10.046	7.352
2014	2.301	10.283	7.163
2015	1.71	10.17	5.359

المصدر: خلوط عواطف وعيسي نبوية (2016). أثر السياحة على النمو الاقتصادي بدول المغرب

العربي (الجزائر-المغرب-تونس). مجلة دراسات - العدد الاقتصادي -، عدد 1، المجلد 15، جامعة الأغواط.

إن هذه الوضعية التي آلت إليها السياحة بالجزائر تثير العديد من التساؤلات بخصوص فعالية مخططاتها التي لم تُمكنها من تحقيق ما حققه المغرب وتونس (الجزائريان) اللتان قامتتا بصقل إمكاناتهما السياحية الهائلة وتحويلها إلى منتج سياحي معتبر.

إضافة إلى تدفق أعداد السواح، أوضح أحمد ماهر (أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف،

1999) بأن الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية تظهر كذلك في تدفق الموارد المالية من خلال مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في إنشاء الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة كبناء الفنادق والمطاعم والمدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلاد، والإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية الأساسية والتكميلية؛ ومعنى ذلك أن السياحة تساعد على فتح أسواق جديدة للسلع المحلية خاصة تلك المتعلقة بالصناعات التي تمثل موروث البلد المستقبلي للسائح، كما أنها تساهم في تنمية المناطق النائية. وهنا نفتح قوسا لنبرز من خلاله منتجاتنا التقليدية والفنية التي تميز المنطقة الصحراوية والتي هي بحاجة إلى دعم مستمر ليكون في مستوى طموح الحرفيين الصحراويين خاصة بما عُرفوا من كفاءات ومهارات في الأداء الحرفي.

3-2-2- نحو تنمية سياحية صحراوية

من العبرة أن نُذَكِّر بأن من أهم عوامل نجاح التجربة السياحية لكل من تونس والمغرب هو اعتمادهما استراتيجيات مجدية وتخصيص جهد كبير من أجل تنمية القطاع السياحي. فرغم أن الجزائر ومنذ الاستقلال قامت برسم معالم السياسة السياحية وذلك من خلال ميثاق السياحة والمخططات السياحية المولية التي أكدت في كل مرة على أهمية السياحة كمورد اقتصادي هام، إلا أن ذلك كان بخطى متباطئة ولم يحظى القطاع السياحي على مرور السنين بالدعم الكافي حسب ما أوضحه خالد كواش (خالد كواش، 2014)، كما أن العراقيل والصعوبات الكثيرة التي تعترض تطوير القطاع السياحي لم تسمح بتحقيق الأهداف المرجوة، على هذا الأساس، فإنه لا بد من البحث عن الاستراتيجيات الفعالة والميكانيزمات التي تساعد على استغلال المصادر والمقومات السياحية المتوفرة بالمنطقة الصحراوية أحسن استغلال حتى تتمكن من تطويرها على اعتبار أن هذه القضية صارت اليوم أكثر من ضرورة. لتحقيق ذلك، بلور كل من بوحفص والعارف (بوحفص حاكمي وخديجة العارف، 2017، ص259) بعض الشروط التي يمكن تبنيها لترقية قطاع السياحة، لعل من أهمها:

- توفير الهياكل السياحية (الفنادق، المواقع، وسائل الاتصال، مواقع الترفيه والرياضة)،
 - وجود الهياكل الأقل تكلفة توجد جنبا إلى جنب مع الهياكل ذات التكلفة العالية،
 - الأمن السياحي الاستقرار السياسي والاجتماعي الأمني، المناخ، الإطار المؤسستي،
 - جودة الخدمات السياحية المقدمة،
 - تطور القطاعات المرافقة (الصناعة التقليدية.. الخ)
 - التنوع السياحي (السياحة الثقافية، السياحة الرياضية، السياحة الحموية، ترفيهية، وغيرها.
- وبما أننا حددنا مفهوم السياحة على أنها صناعة متكاملة، سنعمل على تجسيد هذه الرؤية والتي على أساسها نسعى إلى تجسيد هدف التنمية السياحية وذلك من خلال هذه الاستراتيجيات التي نراها مستعجلة:

- **التخطيط:** بما أن السياحة أصبحت صناعة تتضمن بذلك عنصر التخطيط الجيد فان هذا يستدعي الأخذ بالأساليب الحديثة للتسويق السياحي والقيام بحملات ترويجية في مختلف المعارض السياحية المقامة. ومن أجل تنمية السياحة بالجزائر (بما فيها السياحة الصحراوية)، فان المخطط التوجيهي للتهيئية السياحية (SDAT) سنة 2030 يُشكّل مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة ويعد جزءا من

المخطط الوطني لهيئة الإقليم؛ فهو المرآة التي تعكس هدف الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل الرقي الاجتماعي والاقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرينية القادمة. وحدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى لتنفيذ سياسة جديدة وهي:

- ترقية اقتصاد بديل للمحروقات،
- تثمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز،
- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى،
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي مع مراعاة خصوصية كل التراب الوطني،
- التوثيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة. (أنظر: المخطط للتوجيهي للهيئة السياحية).

وعلى ذلك، فإن من آليات التخطيط السياحي أنه يعمل على تحقيق الأهداف المسطرة وفق إستراتيجية واضحة المعالم من أجل وضع تسهيلات للترفيه بالنسبة للسكان المحليين إضافة إلى وإشباع وتلبية متطلبات الوافدين.

- **الإعلام السياحي المتخصص:** انه إعلام مطالب بغرس ثقافة السياحة لدى المواطنين، إذ اعتبر الياس شاهد وآخرون (الياس شاهد وعبد المنعم دفرور، 2017، ص114) أن تنمية الوعي السياحي المجتمعي هو عملية جد مهمة لما لها من أدوار متعددة في تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية مستدامة على الصعيد المحلي والوطني تهدف إلى تغيير السلوكيات الخاطئة اتجاه السياحة؛ ومعنى ذلك أن السكان في النشاط السياحي يعتبرون العامل الإنتاجي والاستهلاكي في آن واحد؛ فهم المستقبلون للزوار ويعطون للسياحة مدلولها في تسخير الإمكانيات الطبيعية والبشرية.

إضافة إلى ذلك، فإن التسويق السياحي لا يعطي ثماره في غياب مثل هذا الإعلام على اعتبار أن عملية التسويق السياحي تمثل حسب ما أشار إليه محمد عبيدات (محمد عبيدات، 2005، ص18) "كافة الجهود والأنشطة المنظمة التي يتم تأديتها بتناغم مدروس من قبل مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها وأجهزتها المختلفة التي تهدف إلى إشباع أنواع مختلف المتلقين والراغبين في السياحة بشتى أنواعها".

لذلك فإنه من بين ما اقترحه المتدخلون في لقاءهم مع وزير القطاع (جريدة التحرير الجزائرية، 2018) رقمنة الإعلام السياحي وتكوين دليل سياحي يعمل على التأسيس لإعلام سياحي قادر على الترويج الفعلي والحقيقي لوجهة الجزائر؛ وهو أيضا نفسه ما خلصت إليه دراسة

صليحة عيشي (صليحة عيشي، 2016، ص44). من جهتها، أضافت بوعينة سليمة (بوعينة سليمة، 2016) أن حصول المستهلك على جميع المعلومات عن المنتج السياحي يستحسن أن يكون من خلال شبكة الانترنت وما يمدده ذلك من امتيازات (تخفيض تكاليف الخدمات السياحية، التعريف بالخدمات والمنتجات السياحية بسهولة وسرعة، استقطاب شرائح أوسع من المستهلكين السياحيين...).

وبالنسبة إلى الإعلام السياحي المتخصص، أكد وزير القطاع أنه سيتم مع الدخول الاجتماعي المقبل (2018-2019) إبرام اتفاقية مع وزارة الاتصال من أجل تمكين وسائل الإعلام العمومية والخاصة من مرافقة قطاع السياحة والترويج لوجهات الجزائر السياحية.

- الاهتمام بالموارد البشرية

يتجسد هذا الاهتمام من خلال تكوين الموارد البشرية مع متطلبات السياحة العصرية، ويكون ذلك وفق مستويات متعددة، منها:

أ- المستوى الأول: في لقاء تحضيري جمع وزير السياحة والصناعة التقليدية بمتعاملين في القطاع، تحضيراً لموسم السياحة الصحراوية، ثمن المتدخلون الإجراءات التي اتخذتها الدولة مؤخراً لترقية وجهة الجنوب، من خلال تخفيض أسعار تذاكر الطيران والفنادق، داعين بالمقابل إلى إعادة النظر في مدة دراسة طلبات التأشيرة بالنسبة للسياح الأجانب وتأمين المسالك السياحية. وهنا ذكر الوزير بالاتفاقيات التي تم إبرامها مع شركة الخطوط الجوية الجزائرية لتخفيض تكاليف الرحلات بنسبة 40% وكذا تخفيض أسعار الإقامة بالفنادق، كما دعا متعاملون في قطاع السياحة بولايات الجنوب، لاسيما منهم أصحاب الوكالات السياحية، إلى تأهيل المورد البشري العامل في القطاع.

في نفس سياق التسهيلات اعتبر حكيم شبوطي (شبوطي حكيم، 2011) أن توفير النقل والمواصلات يعد عاملاً مهماً في تطوير السياحة والعكس صحيح، حيث أنه بدون إمكانية التنقل بصفة مؤكدة ومنظمة، فإنه لا يمكن أن يحدث أي تطور وذلك بفعل عدم مجيء السواح إلى المناطق تعاني من مشكلة قلة وسائل وتجهيزات النقل.

ب- المستوى الثاني: مساعدة السكان المحليين على تحقيق طموحاتهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بواسطة السياحة من خلال تشجيعهم على إقامة مشروعات سياحية صغيرة. وفي هذا السياق خلصت دراسة دريدي منيرة وآخرون (دريدي منيرة وحرش سلمى، 2017) إلى تكوين

أفراد من أبناء المنطقة لتنظيم النشاط السياحي واستقبال السياح وتوجيههم، ومرافقتهم في مختلف الرحلات السياحية في الصحراء، وأيضا لتفادي كل التجاوزات والقوانين البيئية، وتشمل هذه الدورات التكوينية اللغات الأجنبية، تكوين متعلق بتاريخ المنطقة، وتكوين في كل ما له علاقة بالبيئة وشروط حمايتها المحافظة عليها.

ج- المستوى الثالث: أوضح خالد كواش (خالد كواش، 2004، ص8) أن العمل على تقديم تسهيلات سياحية يتمظهر أيضا في القضاء على السوق السوداء في التعامل بالعملة والحصول على إيرادات بالعملة الصعبة، لأن انتشار السوق السوداء للعملة يعتبر من معوقات القطاع السياحي، من خلال إضعاف القيمة الحقيقية لهذا القطاع، وضعف ثقة السائح بالبلد، لذلك يجب مراقبة التعامل بالعملة الصعبة بصورة قانونية وواضحة لغرض القضاء على هذه السوق التي تهدم الاقتصاد الوطني.

وهو الأمر الذي يصب بطريقة أخرى في ما اقترحه بلحمري خيرة وآخرون (بلحمري خيرة وحفصي بونبعو ياسين، 2017) من خلال ضرورة مراجعة أسعار الخدمات السياحية المقدمة، إذ تعرف أسعار هذه الأخيرة غلاء فاحشا في الجزائر، كأسعار الإيواء المطاعم، هذا ما يثقل كاهل السائح الجزائري في تحمل هذه النفقات، وبالتالي العزوف على التنقل بين أرجاء الوطن لغرض السياحة والراحة، أو التفكير في تغيير الوجهة السياحية إلى دولة أخرى.

- توفير الأمن للسياح: بخصوص الوضع الأمني في الجزائر وعلاقته بالقطاع السياحي، يمكن أن نميز ما يلي:

- نقص الأمن بكل أنواعه (الأمن الصحي، الغذائي، الاضطرابات وغيرها)،
 - عدم اتخاذ التدابير التي من شأنها حماية المواقع السياحية من العمليات الإجرامية،
 - مراقبة ومتابعة العناصر المشبوهة، والتي تخطط للإيقاع بالسياح وخاصة أثناء الليل.
- ويمكن إنشاء الشرطة السياحية حيث تعتبر سلامة السياح من الأسس التي تركز عليها أي سياحة ناجحة، ولهذا يجب أن تكون سلامة السائح أحد الأهداف الأساسية التي يتعين على الخطط والقوانين السياحية أن تسعى إلى تحقيقها، حيث أن المشاكل المتعلقة بسلامة وأمن السياح سواء كانت حقيقية أو متوقعة تؤثر سلبا على سمعة وصورة البلد المستقبل للسياح.

خاتمة

يتضح من خلال المعطيات السابقة أن السياحة الصحراوية بإمكانها أن تكتسي أهمية أكبر وتساهم بشكل فاعل ومباشر في تحسين الظروف المعيشية للسكان بالاعتماد على المقومات الطبيعية والبشرية المتوفرة وتحسين الموارد المالية والخدماتية. كما أن الدولة تسعى لإعادة الاعتبار لقطاع السياحة عموماً والسياحة الصحراوية على وجه الخصوص على اعتبار أن السياحة تمثل اليوم مصدراً أساسياً لتنويع الاقتصاد خاصة بالنسبة للدول النامية، بحيث تمثل بديلاً هاماً للقطاعات الأخرى التي لا تمتلك فيها هذه الدول قدرات تنافسية كبيرة، لذلك فإن عملية التنمية السياحية تعد من القضايا المعاصرة كونها تهدف إلى الإسهام في الدخل القومي وتعمل على زيادة رؤوس الأموال الأجنبية مما يؤدي إلى انتعاش ميزان المدفوعات وخلق فرص العمل.

الهوامش

- 1- محمد خميس الزوكه. صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000.
- 2- محيا زيتون. السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر، مكتبة مصر، 2002.
- 3- World Tourism Organization (2015). **Tourism Satellite Account: The conceptual framework**, Madrid.
- 4- أبو بكر بوسالم ومحمد بن ذهيب. مساهمة القطاع السياحي في دعم إستراتيجية الإقلاع الاقتصادي بالجزائر، مجلة الباحث، 2017.
- 5- صلاح الدين عبد الوهاب. نظرية السياحة الدولية، دار الهناء للطباعة والنشر، القاهرة، 2008.
- 6- محمود كامل. السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً، الهيئة العلمية المصرية للكتاب، مصر، 1975.
- 7- زبير عياش وفاتن باشا. إمكانيات السياحة المحلية بالجزائر من المنظور التكنولوجي - بين الواقع والمأمول- حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 14 ، مارس، 2016.
- 8- بودي عبد القادر. أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر" السياحة بالجنوب الغربي"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التنسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2009.

- 9- محمد ساحل وعبد الحق بن تقات. إبراز العلاقة بين السياحة والتنمية المستدامة مع محاولة نمذجة البعد الاقتصادي للسياحة المستدامة في الجزائر للفترة 1995-2016. مجلة دراسات وأبحاث، عدد 30، مارس السنة العاشرة، 2018.
- 10- شبوطي حكيم. الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 5، جويلية، 2011.
- 11- Anna Dóra (2013). Managing popularity: Changes in tourist attitudes in a wilderness destination, **Tourism Management Perspectives**, Volume 07.
- 12- بن فرج زوينة. الفنادق الخضراء أحد المداخل لتحقيق التنمية السياحية، ملتقى دراسي حول: التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية، وزارة التهيئة العمرانية البيئية والسياحة، مديرية السياحة لولاية برج بوعريريج، الجزء الأول، الجزائر، 21 ديسمبر، 2009.
- 13- قدوري فتحة ريم. الإعلام السياحي ودوره في تحقيق أهداف التنمية السياحية بالجزائر- دراسة وصفية تحليلية لجريدة السياحي، الملتقى الدولي "العمل السياحي وتنمية الموارد البشرية"، 28-29 نوفمبر، مخبر تنمية الموارد البشرية البلدة 2، 2017.
- 14- غرابية خليف. السياحة الصحراوية في الوطن العربي- الواقع والمأمول-، دار قنديل للنشر والتوزيع، 2009.
- 15- Gélinaier, O. Simon, et autres (2005). **Développement durable** : pour éd, édition ESF, èmeune entreprise compétitive et responsable, Paris, 2005.
- 16- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف. تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، ط2، الإسكندرية، 1999 .
- 17- دريدي منيرة وحروش سلمى. أهمية ترقية السياحة الريفية في تحقيق التنمية الريفية في الجزائر، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، عدد6، جوان، 2017.
- 18- سميحة يونس وكلتوم مسعودي. دور الصناعة التقليدية الصحراوية في تفعيل السياحة الصحراوية-دراسة ميدانية في منطقة الزيبان بسكرة-، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، عدد 5، ديسمبر، 2016.
- 19- قنادزة جميلة. دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، المجلة المغربية للاقتصاد والإدارة، عدد 1، مارس، 2012.

- 20- حفص حاكمي وخديجة العارف. رؤية حول السياحة في الجزائر مقارنة بمثيلاتها في تونس والمغرب، مجلة دراسات، العدد 30 جوان، جامعة الأغواط، 2017.
- 21- منصور فتيحة. صناعة السياحة كبديل للثروة النفطية بالجزائر، مجلة الباحث، 2016.
- 22- جريدة التحرير الجزائرية يومية وطنية إخبارية شاملة، ترقية السياحة الصحراوية بتقليص مدة منح التأشيرة للأجانب وتأمين المسالك، بتاريخ 23 يوليو، 2018.
- 23- تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي. مشروع هيكلية السياحة بالجزائر، دورة نوفمبر، 2000.
- 24- صليحة عيشي. تنشيط السياحة البيئية العربية بين الواقع والطموح، مجلة جديد الاقتصاد، عدد 11، ديسمبر، 2016.
- 25- خالد كواش. أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004.
- 26- خالد كواش. أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004.
- 27- محمد عبيدات. التسويق السياحي مدخل سلوكي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 28- بلحمري خيرة و حفصي بونبعو ياسين. مؤشرات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات تفعيله لتنمية الاقتصاد الوطني في ظل التحولات الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والتنمية - مخبر التنمية المحلية المستدامة - جامعة يحيى فارس - المدينة العدد 08، جوان، 2017.