

أهمية مساهمة القطاع السياحي في التنمية في الجزائر

د/ خالد كواش

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

- جامعة الجزائر 03-

مقدمة:

السياحة عبارة عن مجموعة الأنشطة المتعلقة بالسفر، التنقل والإقامة خارج مقر السكن العادي لأغراض متعددة، وأصبحت تعرف باسم صناعة القرن العشرين، لما حققته من نتائج وتطورات متسارعة، فهي تعتبر صادرات غير منظورة فنتحقق من ذلك إيرادات بالعملية الصعبة التي تؤثر على ميزان المدفوعات، تساهم في خلق مناصب عمل، على اعتبار أن السياحة تعتمد على العمل البشري بدرجة كبيرة، وبصفة عامة تساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

تعتبر صناعة السياحة من الصناعات الهامة لما لها من أهمية كبيرة في دعم عملية التنمية الشاملة اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وسياسيا، حيث أن مجالات السياحة وأنشطتها الخدمية المتنوعة وعلاقتها بالتنمية المستدامة أصبحت تثير اهتمام الكثير من علماء الاقتصاد، والجغرافيا والإجتماع والنفس والادارة، وأصبحت مجال خصب لتوفير فرص العمل و بذلك تساعد في حل مشكلة البطالة، تساهم في حركة العمران، تساعد على تدفق العملات الأجنبية وجذب رؤوس الأموال من الخارج، تشكل مصدراً هاماً من مصادر الدخل الوطني في الدول السياحية، والمتتبع للبيانات الخاصة بالسياحة الدولية يلاحظ أن صناعة السياحة أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم نظرا لأنها تساهم بحوالي 12% من اجمالي الناتج العالمي، وتساهم

بنحو 7% من حجم الإستثمارات العالمية، وتستوعب أكثر من 64 مليون فرصة عمل.

أصبح العالم ينظر إلى صناعة السياحة بوصفها قاطرة للتنمية الإقتصادية، سواء البلدان المتقدمة اقتصاديا ذات مصادر الدخل المتعدد كالولايات المتحدة الأمريكية او البلدان الأقل نموا و الساعية الى تعزيز مصادر دخلها بتنشيط و ترويج السياحة ، فقد أصبحت السياحة قطاعاً اقتصادياً له أهميته وبإمكانه المساهمة الى جانب باقي القطاعات الأخرى في التنمية الإقتصادية والإجتماعية. لذلك فإن أغلبية الدول سواء النامية أو المتطورة تعتبر النشاط السياحي كصناعة -صناعة تقديم الخدمات- فهو لم يعد حاجة إجتماعية فقط بل أصبح هذا النشاط يشكل مورداً هاماً، تعتمد عليه الدول في تنويع صادراتها، وبالتالي تعزيز مواردها المالية، وقد شهدت السياحة الدولية تطورات مذهلة و مستمرة، وقد وصلت السياحة العالمية بشقيها الداخلي والخارجي الى 5500 مليون زيارة سياحية تقريبا، ووصل حجم الإنفاق الى 4200 مليار دولار أمريكي، ويتوقع أن يصل حجم السياحة الدولية في غضون 2020 الى مليار و600 مليون سائح، وبذلك فإن السياحة تكون القطاع الرائد، و قد أصبحت الصناعة التصديرية الأولى في العالم بنهاية القرن العشرين، وعلى رأس الأولويات لأنها صناعة كثيفة العمل تعتمد كثيرا على العنصر البشري فهي بذلك تتيح فرصاً كثيرة للعمالة، مدرة للدخل، باعثة على النمو ورواج عشرات الصناعات والخدمات المقدمة والمكملة للنشاط السياحي .

ترجع فكرة هذه الدراسة الى العوامل التالية :

1. التطورات المتسارعة التي شهدتها السياحة العالمية من حيث التدفقات و الإيرادات : 700 مليون سائح و أكثر من 621 مليار دولار خلال سنة 2000، فما هو نصيب الجزائر من هذه التدفقات؟

2. الجزائر و بحكم موقعها الجغرافي و شساعة مساحتها، تتوفر على مقومات و موارد سياحية نادرا ما تكون مجتمعة في دولة واحدة، فهل هذه الموارد مستغلة أحسن استغلال ؟
 3. النتائج المحققة في الدول المجاورة : تونس و المغرب أكثر من 5 و 4 مليون سائح سنويا على الترتيب، ما هو العمل الذي قامت به هذه الدول حتى وصلت الى هذا المستوى ؟
 4. المعطيات و المتغيرات الجديدة: العولمة، المنظمة العالمية للسياحة، الشراكة مع الإتحاد الأوروبي، فلماذا لا يتم استغلال هذه المعطيات في صالح القطاع السياحي ؟
- و عليه كيف يساهم القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية في الجزائر؟

سنحاول معالجة هذا الموضوع من خلال النقاط التالية :

1. مفهوم السياحة.
2. خصائص السياحة وأنواعها.
3. الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة.
4. التنمية السياحية.

أولا- تحديد مفهوم السياحة:

وردت العديد من المحاولات لتعريف السياحة حسب تعدد الجهات الدارسة للسياحة، فهناك من ينظر للسياحة على أنها ظاهرة اجتماعية، ومنهم من ينظر للسياحة على أنها ظاهرة اقتصادية.

لفظ السياحة لغة يعني التجوال، ساح في الأرض تعني ذهب و سار على وجه الأرض، و في الإنجليزية نجد أن to tour تعني يجول و يدور أما كلمة tourisme فهو لفظ مستحدث و كان يطلق على طلاب العلم الإنجليز في أوروبا. (1) و سوف نقتصر على تقديم التعريف المعتمد من طرف المنظمة العالمية للسياحة

1-1 تعريف المنظمة العالمية للسياحة : "OMT"

حسب المنظمة العالمية للسياحة، كلمة سياحة تحتوي على

مفهومين:(2)

أ-السائح: كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل بحيث أسباب الزيارة "السفر" تكون من أجل: الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة، أو من أجل القيام بأعمال عائلية، حضور مؤتمرات، ندوات علمية، ثقافية وسياسية.

كما عرفت لجنة الخبراء الإحصائيين التابعة لعصبة الأمم في سنة 1937 السائح بأنه كل شخص يزور بلدا غير البلد التي اعتاد الإقامة فيها لمدة لا تقل عن 24 ساعة، و على هذا الأساس فإن الفئات التي لم تعتبرها اللجنة من ضمن السائحين هي:

- الأشخاص الذين يسافرون الى بلد ما بغرض الحصول على وظيفة أو عمل بها.
- الدارسون بمختلف المراحل التعليمية.
- الأشخاص الذين يأتون للإقامة الدائمة.
- المسافرون الذين يعبرون الي بلد آخر.
- المقيمون في مناطق الحدود.
- الأشخاص الذين يقيمون في بلد ويعملون في بلد مجاور.

ب-المتجول (المنتزه): كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته المعتاد.

هذا التعريف ينطبق على السياحة الدولية فقط، والمنظمة العالمية للسياحة تبذل مجهودات لإعتماد هذا التعريف من طرف كل الدول الأعضاء في المنظمة، كون بعض الدول تعتبر السائح كل شخص يقيم بعيد عن مقر إقامته المعتادة، فمثلا ألمانيا تعتبر الفرد سائحا، كل شخص يبقى أربعة أيام فأكثر خارج مقر

إقامته، النمسا تعتبر السائح كل من يبقى ثلاث ليالي فأكثر خارج مقر إقامته، بريطانيا، بلجيكا، هولندا، وسويسرا، هذه الدول تعتبر السائح كل شخص يبقى أربعة ليال خارج مقر إقامته المعتادة، إيطاليا أربعة أيام فأكثر، السويد خمسة أيام فأكثر. (3)

ومن خلال ما سبق نستخلص أن: السياحة عبارة عن نشاط مركب، يشمل العديد من القطاعات: النقل، الإيواء، الإطعام، التسلية وتكون لأسباب عديدة: الترفيه، الراحة، العلاج، الأعمال، الرياضة، الديانة.... وهي تؤثر وتتأثر بالمحيط الاجتماعي، الثقافي، الاقتصادي، السياسي، البيئي، التكنولوجي.

ثانيا- خصائص السياحة وأنواعها:

1-2 خصائص السياحة:

تعتبر السياحة صناعة متميزة لإعتبارات متعددة أهمها: (4)

- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة ، فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر، بل هي واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك ، بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه، وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي "الدولة المضيضة" لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى، التي تتطلب بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها، تكاليف نقلها.
- المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي: الموارد السياحية (الطبيعية، التاريخية، الأثرية) لا تباع إلا من خلال السياحة، فهذه الموارد لا تدر عائدا بطبيعتها، إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي. وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود سلع وخدمات مساعدة التي تتمثل في التسهيلات السياحية، التي يجب أن تتواجد جنبا إلى جنب مع الموارد السياحية و منها : توفر الهياكل الأساسية "القاعدية": كشبكات النقل، الخدمات المرفقة (المياه، الكهرباء...)، وسائل

- الإتصال، توفر الأمن والاستقرار، توفر منشآت الإقامة: الهياكل الفندقية وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية (المخيمات، القرى السياحية...)، توفر النقل: البري، البحري، الجوي، توفر المنشآت السياحية الترويجية: كدور اللهو، التسلية، محلات بيع الهدايا التذكارية والسلع السياحية .
- المنتج السياحي منتج مركب، فهو مزيج مشكل من مجموعة عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض، وتؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى في المجتمع. فالسواح يستهلكون مجموعة من السلع والخدمات منها التي تبيعها المنشآت السياحية كالإقامة، الإطعام، النقل، الهدايا، التذكارات ودور اللهو...، ومنها ما يتعلق بالتي تبيعها المنشآت الأخرى (التجارية مثلا)، ومنها ما يتعلق بتسهيلات البنية الأساسية والخدمات الأخرى في البلد المضيف، وهذه المنتجات تتكامل مع بعضها البعض، بحيث لو إنخفض مستوى السلعة أو الخدمة في الفنادق أو المطاعم أو النقل أو الإجراءات الجمركية، إنخفض التدفق السياحي وتأثرت العناصر التي تساهم في تقديم المنتج السياحي، فصناعة السياحة صناعة متكاملة، وبالمثل لو إرتفع مستوى السلعة أو الخدمة زاد التدفق السياحي وتأثرت العناصر وأثرت في القطاعات الأخرى (الدخل، العمالة...).
 - السياحة الدولية منتج تصديري، يتعرض في بعض الأحيان إلى درجة من عدم الإستقرار، لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية، ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكلة الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي كمايلي: (5)

○ تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية: فقد تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة، كوجود إضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار الصرف، التغيرات المناخية غير المنتظرة، بالإضافة الى قرارات

الدول القاضية بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح للسائحين الخروج به.

○ تتميز السياحة بمرونة عالية، لكل من السعر والدخل، وهذا يعني أن القرارات السياحية قد تتأثر كثيراً بالتغيرات الطفيفة في الأسعار والدخول، فبالنسبة للمرونة السعرية، فإنه يمكن تحديدها بسهولة، مقارنة بالمرونة الدخلية، نظراً لكون آثار المرونة السعرية تكون سريعة، أما التغيرات في الدخول فإنها تكون بصفة عامة أكثر تدرجاً ومن تمّ لا يتم تحديدها إلا بعد مدة من الزمن عادة سنة.

○ موسمية النشاط: إن النشاط السياحي في غالبية نشاط موسمي فهناك عوامل تؤدي الى الموسمية أهمها تركيز العطل المدرسية، والعطل في المنشآت الصناعية وغيرها في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في كل من الدول المصدرة والمستقبلة للسواح تدعو الى هذه الظاهرة، ومن الواضح أن سياحة الإجازات "العطل" والتي تمثل حجمها كبيراً في النشاط السياحي، وهي التي تدعم هذه الظاهرة. أما بالنسبة للأشكال الأخرى من النشاط السياحي (سياحة الأعمال، سياحة المؤتمرات....) لا تكون لها علاقة بمشكلة الموسمية.

2-2- أنواع السياحة :

تتعد أنواع السياحة تبعاً لأغراضها: (7)

- **سياحة المتعة (الترفيه، الإستجمام):** تكون الزيارة فيها من أجل قضاء العطل (الإجازات) في الأماكن التي تشتهر بإعتدال الطقس أو بمنظرها الطبيعية وهدوء ربوعها وجمال شواطئها، صحتها....

- **السياحة الثقافية:** تكون الزيارة فيها للمناطق الأثرية المشهورة بآثارها القديمة من مختلف الحضارات، ويهدف السائح من خلالها الى تنمية معارفه الثقافية.

- **سياحة العلاج (الإستشفاء) :** الزيارة تكون فيها بهدف العلاج أو قضاء فترات النقاهة، وتكون في الأماكن التي تحتوي على المستشفيات ذات الطابع الخاص أو المصحات أو الأماكن الخاصة لعلاج حالات متميزة.

- **سياحة الرياضة:** وتكون الزيارة فيها لأغراض رياضية بقصد ممارسة مختلف الألعاب والهوايات الرياضية والإشتراك في المسابقات والبطولات الرياضية، كتسلق الجبال وألعاب القوى....إلخ

- **سياحة الأعمال (التجارية):** تكون الزيارة بها بقصد تجاري يضعه السائح في إعتباره الأول، ويقوم بهذا النوع من السياحة رجال الأعمال والتجارة يزورون فيها المعارض والأسواق التجارية الدولية، القيام بعقد الصفقات التجارية، والوقوف على أسعار المنتجات الحديثة في الدول الأخرى.

- **السياحة الدينية:** فكرة الزيارة فيها تكون بقصد ديني، وتجرى في بعضها شعائر دينية معينة، وزيارة أماكن خاصة ذات طابع تاريخي وديني كالحج والعمرة

إن أسباب وأغراض السفر ليست المعيار الوحيد لتصنيف السياحة، حيث توجد معايير أخرى تتناسب ووسيلة السفر، المكان،الإتجاه، الوقت، الموسم، المدة، الفئة، العدد والأعمار.

- فحسب نوع وسيلة النقل المستعملة نجد السياحة الجوية، البحرية، البرية، السكك الحديدية.
- حسب إتجاهها ومكان مزاولتها نجد: السياحة الشاطئية، الصحراوية، الجبلية، المعدنية.....

- حسب المدة: نجد سياحة الإقامة، سياحة العبور، سياحة نهاية الأسبوع.
 - حسب الموسم نجد: السياحة الصيفية، السياحة الشتوية.....
 - حسب عدد السواح: نجد السياحة الفردية والعائلية، السياحة الجماعية (مجموعات)
 - حسب نوع وسيلة الإيواء: نجد سياحة فندقية، شبه فندقية وسياحة التخيم...
 - حسب السن : نجد سياحة الشباب ، سياحة متوسطي الأعمار ، سياحة كبار السن
 - حسب الفئات الاجتماعية: نجد سياحة الرفاهية، السياحة الإجتماعية، السياحة الشعبية ...
 - حسب الموقع الجغرافي: هناك السياحة الداخلية والسياحة الإقليمية والسياحة الدولية
- وهناك أنواع سياحية أخرى حديثة تتمثل عموما في: السياحة البدئية، سياحة المعاقين، سياحة التسوق، سياحة الحوافز....

ثالثا - الآثار الاقتصادية والاجتماعية لصناعة السياحة :

تعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم التي تساهم في دعم الاقتصاد الوطني وتلعب دورا هاما في تحقيق التنمية الاقتصادية، وينفق المستهلكون في الدول المتطورة على السفر والسياحة أكبر مما ينفقون على السلع والمواد الأخرى، وتساهم صناعة السياحة في: ايجاد فرص عمل، تحسين ميزان المدفوعات وتزايد إسهام السياحة في التجارة الخارجية، رواج الصناعات والخدمات المرتبطة بأنشطة السياحة.

1-3 - الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة :

تتمثل أهم الآثار الاقتصادية المختلفة للسياحة في: (8)

1-1-3 أثر السياحة على ميزان المدفوعات :

تعتبر السياحة مصدراً هاماً من مصادر الدخل بالعملات الصعبة نتيجة بيع الخدمات السياحية و السلع المتعلقة بها، و حققت بعض الدول أرقاماً كبيرة للنتائج السياحي، مما ينعكس أثره على تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات فالسياحة تمثل صادرات غير منظورة و عنصراً أساسياً من عناصر النشاط الاقتصادي .

2-1-3 أثر السياحة على العمالة :

تعتمد السياحة على العامل الإنساني اعتمادا كبيرا، فكافة الاستثمارات التي يقوم بها البلد السياحي كالمشآت الفندقية، وسائل النقل السياحي، مكاتب، و وكالات السفر، و السياحة تؤدي الى إستيعاب قدر مناسب من اليد العاملة، فهي بذلك تهدف الى تحقيق فرص عمل كثيرة، و حسب تقارير المجلس العالمي للسياحة و السفر، فان صناعة السياحة ساهمت في ايجاد أكثر من مليون فرصة عمل شهريا بشكل مباشر أو غير مباشر في جميع أنحاء العالم خلال عام 1997 ، و حسب خبراء السياحة فان كل غرفة فندقية تنشئ 2.75 فرصة عمل في مجالات مختلفة.

3-1-3 أثر السياحة على الإنفاق :

يعرف الانفاق السياحي بأنه مجموع الخدمات المقدمة للسائحين، بمعنى آخر أن كل انفاق من جانب السائح انما هو في المقابل خدمة يحصل عليها، و بزيادة سلسلة الإنفاق (على الإيواء، الإطعام، النقل، الهدايا....) يتوسع الوعاء الضريبي، حيث تستطيع الدولة تحقيق زيادة كبيرة في إيراداتها العامة عن طريق السياحة من خلال تحصيل أنواع مختلفة من الضرائب و الرسوم التي تفرض على الأنشطة والخدمات السياحية .

وحتى نقف على حقيقة الأهمية الإقتصادية للسياحة، نقدم بعض المؤشرات المتعلقة بالسياحة العالمية والمتمثلة في تطور التدفقات السياحية والنقدية العالمية كما يلي:

جدول رقم 01 : تطور تدفقات السياحة العالمية من حيث الوصول الدولي والمداخيل

السنة	الوصول الدولي > مليون سائح <	إيرادات > مليار دولار امريكي <
1980	287	106
1985	327	117
1990	458	266
1995	564	399
2000	702	621
2010	*1.018	*1.550
2020	*1.600	---

*: توقعات

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة 2000

يبين الجدول السابق تطور حركة السياحة العالمية لسنوات 1980، 1985، 1990، 1995، 2000 وتوقعات 2010 و 2020، ويتضح أن التدفقات السياحية شهدت تطورات جد سريعة، فمن 287 مليون سائح فقط سنة 1980، وصل العدد الى أكثر من 700 مليون سائح في سنة 2000، ويتوقع أن يتجاوز العدد مليار ونصف المليار من السياح في أفق سنة 2020، نفس الشيء بالنسبة للإيرادات فهي الأخرى شهدت تطورات مذهلة فمن 106 مليار دولار امريكي سنة 1980، وصلت الى 621 مليار دولار أمريكي سنة 2000 ويتوقع أن تصل الى أكثر من 1550 مليار دولار أمريكي في غضون سنة 2010.

بالنسبة للجزائر : بلغت إيرادات السياحة خلال سنة 2005 ، 173 مليون دولار ، أما بالنسبة للتدفقات السياحية فقد بلغت سنة 2001 ، 901416 سائح منهم 705187 سائح من بين المقيمون في الخارج ، و في سنة 2004 بلغ عدد السياح الوافدين إلى الجزائر ، 1233719 سائح منهم 865157 سائح من المقيمين في الخارج ، وتتوقع الوصاية في إطار الإستراتيجية المسطرة الوصول الى 4 ملايين سائح في أفق 2015 ، في الوقت الذي تتطلع فيه كل من تونس والمغرب الوصول الي 10 ملايين سائح في أفق 2010 .

23 - الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة :

ينتج عن انتقال السياح ذوى اللغات والعادات والديانات المختلفة، من منطقة الى اخرى، مجموعة من الآثار الاجتماعية والثقافية والتي تتمثل في : (9)

1.2.3 التحولات الطبقيّة: تشجع السياحة كثير من الأشخاص على ممارسة الأنشطة السياحية، مما يؤدي الى زيادة دخلهم ومكاسبهم وارباحهم ويرفع مستوى حياتهم الاقتصادية والاجتماعية، وينقلهم من شريحة اجتماعية معينة الى شريحة اجتماعية اعلى.

2.2.3 الاهتمام بالتراث والعادات والتقاليد والبيئة : تؤدي السياحة الى الاهتمام بالقيم والعادات والتقاليد والمعالم والتراث الشعبي و الفنى.

3.2.3 التطور الاجتماعي: تعتبر السياحة أحد أهم أسباب التطور الإجتماعى في الدول السياحية، حيث تتاح الفرص أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والإهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم ومشاهدتهم و اتصالهم المباشر مع السياح وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي.

4.2.3 التبادل الثقافي: تعمل السياحة على زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين من مختلف الجنسيات و بين شعوب الدول المستقبلية لهم، حيث يكتسب كل منهم بعض المقومات الثقافية نسبة للأخر، مما يؤدي الى التقليل من الفوارق و الاحترام المتبادل .

بالإضافة الى الأثار الإقتصادية والإجتماعية للسياحة هناك مجموعة من الأثار لا تقل عنها أهمية، منها التأثير على البيئة، التأثير على ارتفاع الأسعار، التأثير على السكان والعمران.

رابعا - التنمية السياحية :

تتمثل التنمية السياحية في مختلف الخطط والبرامج التي تهدف الى تحقيق الزيادة المستمرة و المتوازنة في الموارد السياحية و تعميق و ترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، و يعتبر التخطيط العلمي للتنمية السياحية السبيل الوحيد لتحقيق الإنسجام و التوافق بين مختلف القطاعات. فالسياحة تعتبر دعامة أساسية من دعومات التنمية الشاملة لإحتوائها على عدة أنشطة تتفاعل مع غيرها من العوامل الإقتصادية الأخرى، فالتنمية السياحية هي الإمداد بالتسهيلات و الخدمات لتلبية حاجات السائح، من خلال تشيد مراكز سياحية، و تعتمد التنمية السياحية على تنمية مختلف الموارد الموجودة بالمنطقة السياحية من موارد زراعية و صناعية و إجتماعية .

1-4 أهداف التنمية السياحية:

إن تحقيق التنمية السياحية تفيد في: (10)

- سرعة تحقيق عائد المشاريع السياحية و استرجاع الأموال التي انفقت و دفع عجلة التنمية .
- تشغيل عدد كبير من العمال في المشاريع السياحية و ايجاد أسواق استهلاكية و تحقيق الفائدة الاقتصادية و الإجتماعية .

- جلب أعداد متزايدة من السياح .
- تحسين الخدمات و تنمية البنية التحتية .
- تحقيق مداخيل بالعملات الصعبة
- تحريك الصناعات الأخرى
- زيادة مستوى الدخل الفردي
- القضاء على البطالة من خلال تحقيق وخلق مناصب عمل
- تساهم في المحافظة على البيئة على اعتبار أن السياحة صناعة نظيفة
- صناعة مهمة تساهم في جذب الإستثمارات الأجنبية .

2-4 متطلبات التنمية السياحية:

لتحقيق التنمية السياحية من الضروري تحقيق متطلباتها والتي تتمثل في:

1-2-4 متطلبات تنظيمية:

وهي كل ما يرتبط بالعوامل التنظيمية والإدارية التي تحدد القواعد والضوابط التي تهم النشاط السياحي من وزارات وأجهزة الثقافة، وتحديد الإختصاصات والمسؤوليات.

2-2-4 متطلبات بيئية:

وهي كل ما يرتبط بحماية البيئة و المحافظة عليها و تهيئة الظروف و المناخ الملائم لاستقبال السياح، فالتنمية البيئية مرتبطة بالتنمية السياحية ارتباطا وثيقا لما لها من دور فعال في جذب السياح متضمنة حماية الآثار و المعالم التاريخية.

3-2-4 متطلبات ادارية :

وهي المتعلقة بإدارة النشاط السياحي والعاملين في الميدان السياحي من عمال ومهندسين واداريين حيث يجب أن تتوافر فيهم الكفاءة والفعالية والدراية والإلمام بالعمل السياحي ككل.

4-2-4 متطلبات عامة:

وتتضمن مختلف الخدمات التي تقدمها الدولة و تضعها في خططها التنموية كالخدمات التي تعتبر الدعامة الرئيسية للنشاط السياحي، بالإضافة إلى القرارات والتشريعات والقوانين والتسهيلات الخاصة بالمشاريع السياحية.

3-4 بالنسبة للجزائر:

تتميز الجزائر بموقع استراتيجي هام فهي قريبة من أوروبا تعتبر بوابة افريقيا، تحتل مساحة شاسعة بأكثر من 2 مليون كلم مربع، أكثر من 1200 كلم شواطئ على امتداد البحر الأبيض المتوسط، فهي زاخرة بثراوتها و مناظرها المتنوعة، من جبال و هضاب و سهول و صحاري وسواحل بحرية، وتتميز بمناخ معتدل على طول فترات السنة .

هذه المعطيات الطبيعية و الجغرافية و الحضارية التي تتمتع بها الجزائر تسمح بممارسة العديد من الأنشطة السياحية : كالسياحة الشاطئية، السياحة الجبلية، السياحة المعدنية، السياحة الثقافية، السياحة الرياضية، السياحة الصحراوية، سياحة الصيد، سياحة المؤتمرات وانطلاقا من هذه المعطيات فقد تم احصاء 174 منطقة للتوسع السياحي.

النتائج المحققة في الجزائر لا تعكس حجم الموارد والمغريات السياحية التي تتوفر عليها: (11)

لم يحض القطاع السياحي في الجزائر بالأهمية اللازمة، التي تجعل منه قطاعاً يساهم في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، على الرغم من المميزات الطبيعية والجغرافية والثقافية والتاريخية للجزائر، التي بوسعها أن تلبي متطلبات السياحة و يبرز ذلك من خلال:

- ضعف طاقات الإيواء السياحي، والتي لم تتعد الى غاية نهاية سنة 1999، 67087 سرير، والتي لا تتوافق مع التقديرات المبرمجة عبر مختلف السياسات السياحية، كما أنها بعيدة كل البعد عن الطاقات المحققة في كل من تونس والمغرب .
- استغلال الجزائر لجزء بسيط من مواردها السياحية ، حيث تم التركيز على نوعين من السياحة : السياحة الحضرية والسياحة الشاطئية، على حساب أنواع اخرى كان بالإمكان الاستفادة منها كما هو الشأن بالنسبة للسياحة الصحراوية .
- تمركز طاقات الإيواء السياحي في المدن الكبرى، مما يعرقل بروز الدور الحقيقي للسياحة في ازالة الفوارق بين المناطق وتنميتها .
- تقلص عدد مناصب الشغل التي بإمكان القطاع السياحي إحداثها، نظرا لضعف الإستثمارات السياحية، وبالتالي ضعف انجاز الهياكل القاعدية، وانخفاض التدفقات السياحية.
- انخفاض تدفق عدد السياح وخاصة الأجانب، حيث لم يتجاوز 30% من اجمالى التدفقات السياحية خلال الفترة 1990-1996، نظرا لعدم قدرة المنتج السياحي على تلبية متطلبات السياح، وضعف مستوى الخدمات السياحية، وصعوبة وتعقد الإجراءات الإدارية الخاصة بالدخول، والوضعية التي سادت الجزائر سابقا.

- عدم الاهتمام بالاستثمار السياحي من قبل القطاع الخاص المحلي والأجنبي، على الرغم من المحاولات العديدة لترقية الاستثمار في قطاع السياحة .
- تعرض العديد من المناطق السياحية للتدهور نتيجة الإلتلاف، والإهمال والنهب كما هو الحال بالنسبة لرمال بعض الشواطئ، وكذا بعض المعالم السياحية والأثرية.
- انخفاض إيرادات السياحة بالعملة الصعبة، فمن 105 مليون دولار امريكي كإيرادات لسنة 1990، انخفضت إلى 5.23 مليون دولار امريكي سنة 1996، لتصل 173 مليون دولار خلال سنة 2005.

تتوفر الجزائر على مقومات طبيعية و تاريخية وحضارية تؤهلها لأن تصبح وجهة سياحية مهمة في حوض المتوسط وخاصة في ظل المعطيات الجديدة المحلية والدولية : اقتصاد السوق، الشراكة مع المجموعة الأوروبية، والانضمام المستقبلي للمنظمة العالمية للتجارة. فالجزائر لها طاقات سياحية معطلة، إن أحسنت استغلالها ستحقق نتائج لا يستهان بها.

خلاصة وتوصيات:

انطلاقا مما سبق ونظرا لتوفر الجزائر على الموارد والمغريات السياحية والتي تبقى غير مستغلة، وانطلاقا من متطلبات وشروط التنمية السياحية المعروضة سابقا، ونظرا لأهمية التنمية السياحة في تحقيق التنمية الشاملة (كما هو مبين فيما سبق) نقدم مجموعة من التوصيات من شأنها إعادة الاعتبار للقطاع السياحي للمساهمة في التنمية الشاملة :

- وضع استراتيجية سياحية وطنية تتماشى مع السوق العالمية للسياحة، تهدف إلى جرد، وإحصاء، واستغلال كامل

الثروات السياحية التي تزخر بها الجزائر، وحمائتها والتعريف بها، وتحديثها، وإدماج مناطق التوسع السياحي وحمائتها بنصوص قانونية وتشريعية.

■ ضرورة تنمية البنية التحتية والمرافق الأساسية، كشبكات الصرف الصحي، الكهرباء، الماء، وسائل الاتصال المختلفة باعتبارها من دعائم وركائز و شروط التنمية السياحية، التي لا يمكن الإستغناء عنها، والعمل على توفير التسهيلات السياحية كتطوير قطاع النقل، توفير شروط السلامة والأمن، وتسهيل اجراءات الدخول والحصول على التأشيرة .

■ ضرورة تنويع المنتج السياحي الجزائري و البرامج السياحية و ادخال أنواع جديدة من السياحة لجلب العديد من السياح كسياحة الحوافز، سياحة المؤتمرات، سياحة المغامرات و السياحة العلاجية و غيرها من أنواع السياحة الأخرى، و إعادة الاعتبار للسياحة الثقافية و الصحراوية، و حماية المنابع الجهوية و المناطق السياحية و التراث الثقافي في المناطق الريفية بهدف تنمية هذه المناطق و خلق توازن جهوى .

■ مضاعفة قدرات الإيواء السياحي، من خلال تشجيع الاستثمار الخاص المحلى والأجنبي، لبلوغ مستوى مقبول من هياكل الإستقبال من حيث الكم و الكيف .

■ ضرورة المحافظة على البيئة ومكافحة التلوث، وكذا الإهتمام بنظافة المحيط باعتبار السياحة البيئية مفتاح للتنمية المستدامة .

■ نشر الثقافة السياحية في الأوساط الشعبية، و التحسيس بأهمية السياحة في التنمية الإقتصادية عن طريق وسائل الاعلام والاتصال المختلفة، ورفع مستوى الوعي الشعبي بأهمية السياحة و دورها في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية .

- خلق وتشجيع المنافسة بين المؤسسات السياحية، وتشجيع عمليات الخوصصة والشراكة وخاصة مع الإتحاد الأوروبي على اعتبار أن أكبر الدول استقداً للسياح هي دول أوروبية و على رأسها فرنسا في المرتبة الأولى .
- ضرورة الاستفادة من تجارب البلدان الرائدة في المجال السياحي، وإجراء دراسات وبحوث خاصة بالنشاط السياحي في الدول السياحية المنافسة (الدول المغاربية خاصة)، ومعرفة أسباب تقدمها السياحي، ومحاولة الإستفادة من تجاربها السياحية للحد من منافستها .
- ضرورة إحداث بنك للمعلومات يحوى معلومات تخص القطاع السياحي، من اجل تسهيل عملية سير وتدقيق المعلومات لتمكين السائح أو المستثمر أو الباحث، معرفة ما يحيط بالسياحة.
- ضرورة تدعيم استعمال الأساليب العلمية في التسويق من خلال الدعاية والإشهار، وتنظيم والمشاركة في المعارض والمؤتمرات السياحية الدولية، والتعامل مع الشركات السياحية العالمية للتعريف بالمنتج السياحي الجزائري على المستوى العالمي لفتح أسواق سياحية جديدة.
- ضرورة دعم وتطوير أجهزة التنشيط السياحي (الترقية السياحية) لى تقوم بالدور المطلوب منها في تنشيط القطاع السياحي و جذب العديد من السياح، وضرورة الإستفادة من المناسبات والأعياد السياحية والترويج لها محليا وعالميا لجذب المزيد من السياح، والمشاركة الفعالة في المعارض السياحة الدولية لإثبات وجود الجزائر الدائم على خريطة العالم السياحية.
- ضرورة إعادة تنظيم قطاع الصناعات التقليدية وتاطير، وتدعيم وتشجيع الحرف لما لها من أهمية في تنشيط الحركة السياحية وخلق فرص عمل عديدة.

- ضرورة الاهتمام بالتكوين، نظرا لاعتماد السياحة بدرجة كبيرة على العنصر البشري، ووضع خطة متكاملة لتدريب العاملين في قطاع السياحة و الإهتمام بهم صحيا و نفسيا واجتماعيا و علميا، وضرورة انشاء المعاهد و المدارس والكليات السياحية على مستوى مؤسسات التعليم العالي، وإدراج مادة السياحة في مختلف الأطوار التعليمية.
- ضرورة تدعيم مشاركة القطاع الخاص في التنمية السياحية من خلال تخفيف القيود و الإجراءات الخاصة بالإستثمار السياحي الخاص، و سن القوانين و التشريعات التى تساعد على جذب الإستثمارات السياحية، وتخفيض الضرائب، و الرسوم الجمركية على المشاريع السياحية الجديدة و تخفيف العبء على المشاريع السياحية القديمة، وضرورة التنسيق بين وزارة السياحة و العديد من الجهات الأخرى.

الهوامش:

- (1) هدى سيد لطيف: السياحة النظرية و التطبيق، الطبعة الأولى، الشركة العربية للنشر و التوزيع، 1994، القاهرة، ص 10.
- (2) Robert Lanquard: Le tourisme international, serie que sais-je?,paris, PUF,1980,p1
- (3) Gerard Guibilato: Economie Touristique, Delta et Spes, Suisse, 1983 ,p10
- (4) R.christine,Le tourisme .Publication Universitaires D'études Européennes, Genève, 1985. p190
- (5)R.Baratje: La consommation Touristique, une Contribution: Berger-Levrault: Paris:1972,p12
- (6) نبيل الروبي: التخطيط السياحي: مؤسسة الثقافة الجامعية: الإسكندرية، 1987، ص 14
- (7) ماهر عبد الخالق السيبي: مبادئ السياحة، مطابع الولاء الحديثة، القاهرة، 2002، ص 52.

(8) خالد كواش: أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004، ص 97.

(9) هدى سيد لطيف : مرجع سبق ذكره ، ص 44

(10) فؤادة عبد المنعم البكري: التنمية السياحية، عالم الكتب، مصر، 2004، ص 70 .

(11) خالد كواش: مرجع سبق ذكره ،ص118