

المقاربة التشاركية للنهوض بالسياحة في الجزائر دراسة للإمكانيات والمعوقات

*The participatory approach to promoting tourism in Algeria
-A study of the possibilities and obstacles-*

د. سامية سرحان¹ / مخبر البحث في المالية العمومية والأسواق المالية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل (الجزائر)
samia-serhane@univ-jjzel.dz

تاريخ النشر: 2022/12/31

تاريخ القبول: 2022/11/05

تاريخ الأرسال: 2022/02/26

ملخص

هدفت هذه الورقة البحثية، إلى تسليط الضوء على المقاربة التشاركية باعتبارها إحدى التوجهات الحديثة التي يتم الاعتماد عليها في عملية التنمية. من خلال التركيز على الفاعلين في التنمية وإعطائهم المجال للمساهمة في هذه عملية كل حسب دوره. والجزائر في إطار محاولتها للنهوض بالقطاع السياحي وضعت مجموعة من المخططات كمحاولة منها في تجنيد كل الفاعلين والعاملين في القطاع من أجل تبيين واستغلال الإمكانيات السياحية المتاحة. لكن هذه الإستراتيجية المتبعة تخللها مجموعة من النقائص والعوائق حالت دون تحقيق الأهداف المنشودة. الكلمات المفتاحية: المقاربة التشاركية، التنمية السياحية، الإمكانيات، المعوقات. تصنيف JEL : E26, C97 .

Abstract:

This research paper aimed to study the participatory approach as one of the modern trends that are relied upon in the development process. By focusing on the actors in development and giving them the opportunity to contribute to this process, each according to its role. Algeria, as part of its attempt to promote the tourism sector, has developed a set of schemes as an attempt to recruit all the actors and workers in the sector in order to value and exploit the available tourism potentials. However, this strategy was punctuated by a set of shortcomings and obstacles that prevented the achievement of the desired goals.

Keywords: Participatory approach, tourism development, possibilities, obstacles

Jel Classification Codes : E26, C97

¹ المؤلف المرسل: سامية سرحان، الإيميل: samia-serhane@univ-jjzel.dz

I - تمهيد :

من بين أهم قضايا التنمية في الجزائر ما تعلق بالسياحة فبالرغم من الإمكانيات الطبيعية، المادية والبشرية التي تزخر بها الجزائر. والتي يمكن من خلالها النهوض بالقطاع السياحي، وتحقيق قيمة مضافة خارج قطاع المحروقات. إلا أن هذا القطاع مازال بعيد البعد عن ما هو متاح من إمكانيات. وإدراكا من الدولة بمكانة هذا القطاع تم وضع مخططات لذلك والمتمثلة في المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لتنبثق عنه مخططات ولائيه هدفها تقليل التمرکز ومحاولة لتثمين القدرات المحلية وإشراك أوسع للفاعلين المحليين في عملية التنمية السياحية. معتمدة في ذلك على النهج التشاركي، الذي يعتبر منهجية عمل مساعدة على تحقيق التنمية من خلال إشراك الجميع في تسيير مؤسسات الدولة وفي جميع مراحل تدبير مشاريع وبرامج التنمية.

I-1- إشكالية البحث

تعتمد التنمية السياحية المستدامة على القدرات والموارد المحلية من أجل إنجاح المشاريع والحلول المقترحة محليا لمشاكل السكان، وتؤدي المقاربة التشاركية إلى إحداث نوع من الاستقلالية الفكرية للجماعات بدل التبعية للأخر، بحيث يصبح السكان أعضاء فاعلين ومتفاعلين ومسؤولين، يمكنهم اتخاذ القرارات بأنفسهم والتحكم في مصيرهم واختيار الحلول لمشاكلهم وبالتالي تنمية أنفسهم، وهي مقاربة تنقل الناس من وضعية الانتظار إلى وضعية المبادرة والفعل، فتصبح الخدمات المقدمة للسكان تهدف إلى التغلب على المعوقات لا غير، ويدرك خلالها السكان أنفسهم كمواطنين مالكيين لحقوق وواجبات بدل أن يدركوا أن الخدمات المقدمة ليست سوى مساعدة ذات طبيعة سياسية أو انتخابية. ومن أجل الاستفادة من هذا النموذج كآلية للنهوض بالسياحة في الجزائر من خلال الوقوف عند الإمكانيات الموجودة والعراقيل، جاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي:

ما هي إمكانيات ومعوقات تطبيق النموذج التشاركي للنهوض بالسياحة في الجزائر؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات:

✓ ما مدى وجود للنهج التشاركي في مخططات التنمية السياحية؟

✓ هل توجد عراقيل تقلل من إمكانية تحقيق أهداف التشاركية من أجل النهوض بالسياحة؟

I.2 - فرضيات البحث :

من أجل الإجابة على إشكالية البحث والأسئلة الفرعية، تم اقتراح الفرضيات التالية:

✓ الفرضية الأولى: هناك إمكانيات لتطبيق النهج التشاركي في الجزائر من خلال المخطط التوجيهي

للهيئة السياحية لأفاق 2030:

✓ الفرضية الثانية: توجد مجموعة من العراقيل تحول دون تحقيق أهداف النموذج التشاركي.

I.3 - أهداف البحث :

يهدف البحث إلى مجموعة من النقاط الأساسية تتلخص في:

✓ معرفة مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بمفهوم التشاركية والتنمية السياحية:

✓ استعراض مختلف الإمكانيات المتاحة من أجل تطبيق النموذج التشاركي؟

✓ الوقوف على أهم النقائص التي من شأنها أن تحول دون تحقيق أهداف التنمية السياحية وفق

النموذج.

4.I - أهمية البحث :

يستمد البحث أهميته من أهمية القطاع السياحي بالنسبة للاقتصاد الجزائري، في إطار سياسة التنوع والخروج من تبعية قطاع المحروقات. بالإضافة إلى أهمية المقاربة التشاركية في العمل التنموي والتخلي عن أساليب التنمية التقليدية التي تعتمد على التخطيط المركزي لمشاريع التنمية دون إشراك جميع الأطراف في ذلك.

5.I - الدراسات السابقة:

حسب ما تم الاطلاع عليه من المواضيع ذات الصلة بموضوع البحث نجد:

✓ دراسة (محمد العطا، محمد عمر 2011): بعنوان دور المشاركة الشعبية في التنمية الريفية، حيث تناولت إستراتيجية التنمية الريفية المتكاملة في ظل المشاركة الشعبية الفاعلة للمواطنين في جميع مراحل العملية الإنتاجية. وقد توصلت هذه الدراسة وجود أهمية لمشاركة المستفيدين في العملية التنموية باعتبار أن الإنسان هو وسيلة التنمية وهدفها.

✓ دراسة (قدومي 2008): هدفت هذه الدراسة إلى توضيح دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي، وكذلك البحث في العلاقة ما بين المشاركة المجتمعية ومستواها في تنمية المجتمع المحلي في مدينة نابلس. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود رغبة وتوجه إيجابي لدى أفراد عينة الدراسة نحو المشاركة المجتمعية وأهمية دورها في تنمية وتطوير المجتمع المحلي،

✓ دراسة (ذكورة العونية 2016): بعنوان دور الفاعلين والشركاء في إستراتيجية التنمية السياحية. حيث تناولت واقع القطاع السياحي في الجزائر، مختلف المقومات السياحية للبلد ونقاط الضعف المتعلقة بالقطاع. وقد ركزت الدراسة على توضيح دور الفاعلين والشركاء في إستراتيجية التنمية السياحية، لكن لم يتم التطرق إلى أهم العراقيل التي تواجه تحقيق أهداف هذه التنمية.

✓ دراسة (Donizete Beck, Jose Storopoli, 2021) بعنوان: Cities through the lens of Stakeholder Theory: A literature review. ركزت هذه الدراسة على الأدبيات النظرية لنهج أصحاب المصلحة، محاولة في ذلك التطبيق في المجال الحضري والإدارة الحضرية من خلال الاقتباس المشترك. حيث توصلت إلى أهم نتيجة ألا وهي أن الإستراتيجية الحضرية تركز على تلبية توقعات أصحاب المصلحة في المناطق الحضرية من خلال خلق القيمة بينها في النهاية تحقيق مصلحة جميع الأطراف.

✓ دراسة (Jeremy Rose, Leif Skiftenes Flak, 2018) بعنوان: Stakeholder theory for the E-government context: Framing a value-oriented normative core. ركزت هذه الدراسة على الصعوبات التي أدت إلى فشل الاستثمارات الكبيرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع العام على مدى العقود الماضية، والتي أحدها الفجوة بين توقعات أصحاب المصلحة الرئيسيين (مثل حكومات وشركات ومواطنين) ونتائج المشروع. على الرغم من كونها معيارية ووصفية وفعالة كانت جوانب نظرية أصحاب المصلحة مؤثرة في شرح اهتمامات وعلاقات أصحاب المصلحة في مجال الإدارة، فقد أهمل باحثو الحكومة الإلكترونية الجوهر المعيارية للنظرية. وعليه جاءت هذه الورقة لتستعرض كيف يمكن لنظرية القيمة تحسين الأسس المعيارية في هذا المجال لتقديم تحليل مركز وإثبات ذلك كيف يوفر الجمع بين نظرية القيمة ونظرية أصحاب المصلحة، وكيف ترتبط مصالح أصحاب المصلحة بالقيمة العامة.

من خلال الدراسات السابقة حاولنا في هذه الدراسة الربط بين المتغيرين: المقاربة التشاركية والتنمية المستدامة. كإطار فعال قد يسمح بالنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر من خلال الوقوف على واقع التطبيق ومعوقات تحقيق أهداف التنمية السياحية.

II - الإطار النظري لمتغيرات الدراسة

قبل الوصول إلى إعطاء نموذج تشاركي يمكن من خلاله النهوض بالسياحة في الجزائر لابد أولاً إعطاء جانب نظري للمقاربة التشاركية من حيث المفهوم، الأهداف والمبادئ التي تبنى عليها.

II-1- المقاربة التشاركية

II-1-1- الأدبيات النظرية للتشاركية

يمكن التماس النهج التشاركي من خلال خلق الميزة التشاركية التي جاء بها رواد نظرية أصحاب المصلحة بقيادة Edward Freeman. الذي وضع أسس نظرية أصحاب المصلحة ويرى فيها أن الإشراف الحقيقي لأصحاب المصلحة ككل والذين بينهم في كتابه سنة 1984 يخلق قيمة تنظيمية للمؤسسة ويسمها " قيمة أصحاب المصلحة " أو " القيمة التشاركية " (Freeman Edward R, p. 04) وفي هذا السياق فان قيمة أصحاب المصلحة هي معيار الكفاءة بالنسبة للمنظمات الأمر الذي يؤدي إلى تعزيز المشاركة بين الجهات الفاعلة في المنظمة.

لكن مفهوم صاحب المصلحة أخذ جذوره من أعمال (Berle et Means, 1932)، اللذان لاحظا أن رقابة المؤسسات الكبرى يمكن أن تقود إلى تقنوقراطية حيادية توازن مصالح مختلف المجموعات داخلها. (Berle A., 1932, p. 312) هذه الفكرة تم طرحها حول مذهب المسؤولية الاجتماعية الذي يركز على العديد من المراجعات حول الالتزام الاجتماعي والأخلاقي الذي يجب على رجال الأعمال مراعاته خلال اتخاذ قراراتهم المؤثرة على المجموعات الخارجية المرتبطة بقراراتهم.

حسب (freeman) وخلال سنوات الستينات ظهر مصطلح (stakeholder) عبر عمل منجز داخل معهد ستانفورد للبحوث من قبل (Ansoff et Stewart)، هذه الكلمة المستحدثة أتت في الماضي عبر رغبة ملحة للمقابلة مع مصطلح (stakeholder) المعرف لحامل السهم، ليتبين وجود أطراف أخرى لهم مصلحة (Stake) داخل المؤسسة. (Freeman, 1984, p. 31)

هذا على المستوى الجزئي وعلى مستوى السياسات التنموية أي المستوى الكلي يبقى نفس المبدأ مع تغيرات في مستويات الأطراف الفاعلة. فخلق القيمة التشاركية لدى الأطراف ذات المصلحة في العملية التنموية تخلق نوعاً من المسؤولية الاجتماعية اتجاه هذه المشاريع. في القطاع السياحي مثلاً يؤثر ويتأثر بالأطراف ذات المصلحة، وفقاً لتصنيف منظمة السياحة العالمية (World Tourism Organization, 2013, p. 19)، فإن التصنيف الرئيسي لأصحاب المصلحة في السياحة المستدامة هم: وكالات المساعدة الإنمائية الدولية، والحكومة الوطنية، والحكومة المحلية و جهات الوجهة والشركات والموظفين والهيئات ذات الصلة والمنظمات غير الحكومية وهيئات التعليم والتدريب المحلية والمجتمع (المستهلكين / السياح). و في هيكل موجز، يتكون أصحاب المصلحة الرئيسيون من الهيئات الحكومية والمجتمعات المضيفة، السياح وشركات السياحة والقطاعات الأخرى ذات الصلة.

II-1-2- مفهوم التشاركية

المقاربة التشاركية تتضمن الطرق والأساليب التي تساعد الجماعات على التدبير الذاتي بحصولها على الثقة في النفس وعلى الفهم و الشعور بامتلاك مشاريع التنمية التي ستحدث تغييرات دائمة. هذه الطرق والأساليب تستهدف احترام كرامة الناس وتحسين ظروف عيشهم. كما أن إشراكهم مقرون بالتزامهم وبموافقتهم على تحمل المسؤولية وعلى التحسينات المقترحة. (الفيلاي، المقاربة التشاركية، 2015). كما عرفها البنك الدولي على أنها؛ عملية يؤثر من خلالها أصحاب المصلحة ويتحكمون جزئيا في مبادرات التنمية والقرارات والموارد التي تؤثر عليهم. (shah, 2012, p. 117)

ويمكن اختصار مفهوم المقاربة التشاركية في عبارة "العمل مع" عوض "العمل من أجل"، بمعنى عمل في اتجاه أفقي عوض الاتجاه العمودي من أعلى إلى أسفل، كما تعمل أغلب الحكومات والمؤسسات العمومية في الأنظمة المركزية التي تفرض على شعوبها سياسات فوقية دون استشارتها ودون إشراكها في التنفيذ والتتبع والتقويم، وهذا ما يفسر فشل هذه السياسات بالرغم من صرف أموال طائلة على الدراسات القبلية التي ينجزها أحسن الخبراء. (الفيلاي، المقاربة التشاركية، 2015).

II-1-3- أهداف التشاركية

تهدف المقاربة التشاركية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نوجزها فيما يلي: (الفيلاي، المقاربة التشاركية)

- ✓ تشجيع مشاركة الأفراد في أنشطة المجموعة دون الأخذ بعين الاعتبار السن والجنس والطبقة الاجتماعية أو المستوى التعليمي،
 - ✓ تنمية الثقة في النفس والشعور بالمسؤولية من أجل اتخاذ القرارات
 - ✓ تيسير عملية التخطيط الجماعي والمساعدة على إغناء التعاون والتعاقد، والعمل على احترام معارف وقدرات الجميع
 - ✓ إحداث شراكات بين الجماعات السلالية والجماعات المحلية والمنظمات غير الحكومية والقطاع الخاص والمنظمات المتخصصة في التنمية
- في هذه الحالة تعتمد التنمية على القدرات والموارد المحلية من أجل إنجاح الحلول المقترحة محليا لمشاكل السكان عبر المساعدات الخارجية التي تقوم بإنجاز المخططات والبرامج الوطنية، وليس اعتمادا على أولويات المانحين.

كما تؤدي المقاربة التشاركية إلى حدوث نوع من الاستقلالية الفكرية للجماعات بدل التبعية والخنوع للآخر، سواء كان القطاع العام أم المنظمات الدولية المانحة. بحيث يصبح المواطن فاعلا ومتفاعلا ومسؤولا، يمكنه اتخاذ القرار بنفسه والتحكم في مصيره واختيار الحلول لمشاكله وبالتالي تنمية نفسه بنفسه. وهي مقاربة تنقل الناس من وضعية الانتظار التي ينتجها الفهم غير السليم والممارسة الخاطئة للمقاربة الحقوقية، إلى المبادرة والفعل، وتكون المساعدات الخارجية في هذه الحالة (المساعدات المالية والتقنية) للتغلب على المعوقات لا غير.

II-1-3- آلية تطبيق التشاركية

يتم تطبيق المقاربة التشاركية على مرحلتين متكاملتين فيما بينهما، هما: (معتصم، 2011)

- 1-مرحلة تحليل موقع التدخل عبر جمع المعطيات الضرورية لتحديد أولويات الجماعات وإشراكها في جميع المراحل، ومن أجل تأسيس الشراكات التي ستساهم في نجاح المشاريع المبرمجة.

2-مرحلة ثانية متدرجة وتفاعلية تقوم على التدبير التشاركي لكل العناصر مع اعتماد نظام للتتبع والتقييم مكون من مؤشرات تساعد على إحداث التعديلات اللازمة في كل وقت.

أما تقنيات المقاربة التشاركية فهي أربع، يمكن اختصارها: (معتصم، 2011)

1-مع" أي المجموعة التي سأعمل معها أو المستفيدين، بحيث لا ينبغي إغفال أي أحد؛
2-العصف الذهني Brainstorming وهو يعني تحريك عقول الناس عبر وضع السؤال وإعطاء الفرصة للجميع للإجابة؛

3-مقارنة نتائج الحوار، بين الإيجابي والسلبي، بين الأهم والأقل أهمية، بين المستعجل وغير المستعجل... أي القيام بمقارنات Bunchmarking يساهم فيها الجميع أيضا؛

4- الكتابة والتدوين بشكل جماعي، لكل الأفكار والآراء.

II-2-2-ماهية التنمية السياحية

في هذا المحور سوف نحاول إعطاء نظرة مختصرة حول أهم العناصر المتعلقة بالتنمية السياحية والتي تساهم بشكل مباشر في بناء النموذج التشاركي للوصول إلى هذه التنمية.

II-2-1-مفهوم التنمية السياحية

هناك عدة تعاريف للتنمية السياحية فبعضها لها علاقة ببروز السياحة كظاهرة حضارية واجتماعية من ناحية وظاهرة اقتصادية من ناحية أخرى، وأيضا يعبر بعضها عن تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية أو زيادة الإنتاجية في القطاع السياحي بالاستغلال الأمثل للموارد الإنتاجية السياحية ومن بين هذه التعاريف نذكر:

تعرف بأنها:"الاستخدام الأمثل أو تفعيل كافة موارد البيئة السياحية المتاحة لزيادة التدفق السياحي الرشيد وذلك من خلال الأخذ بمختلف البرامج والخطط التي تحقق التنمية السياحية المتواصلة، وتعني تعظيم النتائج والآثار الإيجابية وتقلص الآثار السلبية للسياحة والعمل على تحقق التنسيق والتوازن بين مختلف القطاعات المرتبطة بالسياحة من خلال التخطيط العلمي والاستفادة من تجارب دولية أخرى". (دعبس، 2007، صفحة 511)

أما احمد جلال فعرف التنمية السياحية بأنها:" مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعظيم وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي". (الجلاد، 2002، صفحة 43) وتعرف أيضا على أنها:" توفير التسهيلات والخدمات لإشباع الحاجات ورغبات السياح وتشمل أيضا بعض تأثيرات السياحة مثل فرص عمل جديدة، فهي الارتقاء بالخدمات السياحية واحتياجاتها". (غنيم،، 1999، صفحة 54)

وتعرف أيضا على أنها: "تعظيم الدور الذي يمكن أن يلعبه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد من حيث تحسن ميزان المدفوعات وزيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية والمحلية وخلق فرص عمل جديدة مباشرة والزيادة في التوسع العمراني عن طريق خلق مناطق جذب سياحي وسكانية في المناطق النائية". (الهيبي، 2009، صفحة 11)

من خلال ما سبق يمكن القول أن التنمية السياحية هي مختلف الجهود والخطط والبرامج التي تهدف إلى التطوير المستمر والمتوازن في الموارد السياحية من خلال توفير الخدمات والتسهيلات لإشباع حاجة ورغبات السياح.

II-2-2-أهداف التنمية السياحية

لتحقيق التنمية بالمعنى المتكامل هو هدف في حد ذاته هو مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر من تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة، وكل له علاقة بالأخذ كحلقة متسلسلة وهذا في النواحي التالية:

1. من الناحية الاقتصادية: والتي نوجزها فيما يلي:
 - ✓ زيادة العائدات الاقتصادية من الضرائب المختلفة والرسوم التي يعود بالإيجابيات على السكان المحليين من جهة ودعم مشاريع التنمية السياحية من جهة أخرى.
 - ✓ توفير خدمات البنية التحتية وذلك من خلال تشجيع الاستثمار السياحي وتسهيل عمل شركات للاستثمار من خلال تحقيق الضرائب والرسوم الجمركية على الأجهزة والمعدات لمشاريعهم. (عجيمية، 2001، صفحة 21)
 - ✓ زيادة مستويات الدخل أي تحسين معيشية الأفراد من خلال الموارد المالية التي توفرها السياحة وبالتالي يخلق القدرة لديهم للإنفاق.
 - ✓ خلق فرص عمل جديدة من خلال التقليل من البطالة وحدة نسب تفاقمها نتيجة ارتفاع تدفق السائحين إلى المقاصد السياحية
 - ✓ تنشيط الصناعات التي تعتمد على التنمية السياحية. (عطية، 2002، صفحة 17)
2. من الناحية الاجتماعية: والمتمثلة في:
 - ✓ زيادة المعرف والتعرف على عادات وتقاليد وثقافات الآخرين، وتفادي النشاطات التي تؤدي إلى تدهور القيم الحضارية والاجتماعية.
 - ✓ حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات والذي يؤدي إلى الاهتمام بالسائحين والعمل على النشر الوعي بينهم. (حسين،، 2009، صفحة 54)
3. من الناحية البيئية: وتتمثل في:
 - ✓ الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية.
 - ✓ الحفاظ على موارد التراث القومي وإحياء فن المارة.
 - ✓ وضع إجراءات حماية للبيئة وتطورها كسبيل رئيس من سبل التنمية المتوازنة والمتواصلة. (جليلة، بدون سنة نشر)
4. من الناحية الثقافية والسياسية: وتتمثل في:
 - ✓ التعرف على الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب.
 - ✓ تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية المختلفة.
 - ✓ زيادة التفهم لأوضاع الآخرين وظروفهم المعيشية والحياتية.
 - ✓ تشجيع القطاع الخاص بشتى الحوافز لتوسيع دائرة اهتماماته بالتنمية المتوازنة والمتواصلة.
 - ✓ رفع مستوى الوعي الشعبي بالسياحة.
 - ✓ إصدار التشريعات اللازمة ورفع مستوى خدماتها. (دعبس، 2007، صفحة 511)

II-2-3-محددات ومتطلبات التنمية السياحية:

1- محددات التنمية السياحية

هناك العديد من المحددات تتمثل أهمها فيما يلي:

أ- وضع الأسعار متناول السياح

بغض النظر عن مشروعات البنية الأساسية والتي تعد ضرورة محلية للقيام بأي نشاط سياحي، من شبكات الطرقات ووسائل اتصال فعالة وخدمات ذات كفاءة، ماء وكهرباء وصرف صحي وتوفير الأمن، ولا بد أيضا من توفير تسهيلات في الإقامة والإطعام وخدمات النقل السياحي وغيرها، من متطلبات النشاط ذات النوعية الجيدة والأسعار التنافسية مقارنة بالمناطق الأخرى.

ب- الموقع

يعد الموقع الجغرافي عاملا أساسيا في السياحة، فعلى أساسه تحدد نفقات الرحلة من حيث الأهمية، فإذا كان هناك موقع جيد فإن السائح لا يهتم كم يدفع لكن المهم الوصول إلى هذا المكان، كالسياحة في الجنوب الجزائري، فبرغم من قساوة الطبيعة وقلة المواصلات إلا أنه نجد أغلبية الوافدين إلى الجزائر يفضلون الأماكن السياحية الجنوبية على الشمال والوسط والإقبال الكبير على مختلف المهرجانات، ومن هنا فالموقع الجغرافي يلعب دورا كبيرا في الحركة السياحية للاستمتاع بالمناطق الموجودة والآثار. (مسعد، 2008، صفحة 45)

ج- طبيعة ومصدر الاستثمار في السوق السياحي

نظرا لأن النشاط السياحي يتطلب موردا لإنشاء المرافق السياحية الأساسية والمنشآت السياحية من فنادق ومراكز... إلخ وغيره من المشروعات التي تخدم القطاع السياحي نظرا للاعتبارات التي تحيط بالطلب السياحي في هذه البلاد، فضلا عن المستثمرين الذين لا يكونون مطمئنين لهذا النوع من الاستثمارات وهذا لبقاء الاستثمار في أصول ثابتة لمدة طويلة لما يحدث في السوق من متغيرات، بالإضافة إلى التغيرات السياحية والاجتماعية. (مسعد، 2008، صفحة 45)

د- الأماكن الأثرية والتاريخية

لها تأثير كبير على التطور السياحي وتعد جاذبة للسياح وتقسم المواقع الأثرية إلى قسمين:

- ✓ مواقع أثرية تاريخية: وهي مرتبطة بكل الثقافات الإنسانية.
- ✓ مواقع أثرية خاصة: هي التي ليست معروفة لدى عامة الناس ويتجه إليها الباحثون والمتخصصون وتجذب في العادة نسبة متوسطة من السياح. (هدير، 2005، صفحة 52)

2- متطلبات التنمية السياحية

تتمثل متطلبات التنمية السياحية فيما يلي: (حجاب، 2002، صفحة 45)

أ- متطلبات تنظيمية

وهي التي تتعلق بالعوامل التنظيمية والإدارية التي تحدد القواعد والضوابط التي تهم النشاط السياحي سواء وزارة الثقافة أو القطاع السياحي بأكمله من تحديد الاختصاصات والمسؤوليات بين الأجهزة المعنية المختلفة.

ب- متطلبات بيئية

وهي التي تخص بحماية البيئة والحفاظ عليها لكي يكون المناخ ملائما للنشاط السياحي واستقبال السياح بالتنمية مرتبطة بالتنمية السياحية ارتباطا وثيقا لما لها من دور فعال في عملية الجذب السياحي متضمنة حماية الآثار والموارد السياحية الطبيعية من أخطار تلوث البيئة.

ج- متطلبات إدارية

وهي المتعلقة بإدارة النشاط السياحي والعاملين في المجال السياحي من عمال ومهندسين وإداريين حيث يجب أن تتوافر فيهم الكفاءة والفاعلية والإلمام بالعمل السياحي كل وخاصة فيما يتعلق بالفنادق الإقامة والنقل والمواصلات التي يجب أن تتوافر فيها.

د- متطلبات عامة

وتتضمن الخدمات التي تقدمها الدولة وتضعها في خططها العامة مثل الخدمات التي تقدم لتنمية الحركة السياحية، ولتنمية صناعة السياحة من مطارات وتشريعات وقوانين وتسهيلات للمشروعات السياحية والجمركية وغيرها.

II-2-4-مراحل إعداد خطة التنمية السياحية

أ- تعريف خطة التنمية

تنحصر خطة التنمية السياحية في أنها "رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية معينة، وهذه العملية تقتضي حصر الموارد السياحية في الدولة انطلاقاً من قاعدة قوية من المعلومات والمعطيات والإحصائيات تضمن تحديد أهداف واضحة وإعداد برامج متناسقة بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية. (هرمز، 2006، صفحة 19)

ب- الأهداف التي تسعى خطة التنمية السياحية لتحقيقها: (الصيرفي، 2007، صفحة 25)

✓ تطوير النشاط السياحي عن طريق توظيف النهج العلمي الذي ينضم إدارة النشاط السياحي بكل عناصره ويوفر إطار وعمل مشترك لاتخاذ القرارات.

✓ تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.

✓ تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وتساعد على رسم السياسات السياحية ووضع الإجراءات التنفيذية لها.

✓ تساعد على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى والعمل على تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل المستويات.

ج- مراحل إعداد خطة التنمية السياحية

تشمل عملية إعداد خطة التنمية السياحية على عدد من الخطوات المتسلسلة والمتراصة كالتالي: (بزة، 2006، صفحة 43)

1- إعداد الدراسات الأولية.

2- تحديد أهداف التخطيط بشكل أولى بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار.

3- جمع المعلومات وإجراء المسوحات وتقييم الوضع الراهن للمنظمة السياحية.

4- تحليل البيانات (المسوحات): وتشمل هذه المرحلة على تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من خلال المسوحات وتولييفها والخروج بحقائق وتعميمات تساعد في إعداد الخطة، ورسم خطواتها العامة والتفصيلية.

5- إعداد الخطة: وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه (البدايل) ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، وكذا يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة.

6- تنفيذ الخطة بتوصياتها بالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة.

7- تقسيم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذ تطلب الأمر كذلك.

والجدير بالذكر أن المسوحات وجمع البيانات وتحليلها تشكل المدخلات الأساسية لخطط التنمية السياحية وتحتاج هذه المرحلة إلى دقة وتنظيم كبيرين، وأهم الجوانب التي يمكن جمع معلومات عنها:

- عناصر الجذب السياحي.

- المرافق والخدمات.

- وسائل النقل.

- خدمات ومرافق البنية التحتية.

وتتطلب هذه المرحلة الأخذ بآراء المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه، أيضا ممثل القطاع الخاص وممثل المجتمعات المحلية، ومراجعة الدراسات المتوفرة والخرائط والبيانات الجغرافية والخصائص الطبيعية والبيئية ودراسة الأسواق السياحية، وخصائص السياح ومعدلات إنفاقهم وأوجه الإنفاق السياحي وكفاءة السياحة المحلية، وخطوط النقل الجوي... إلخ. (بزة، 2006)

III- إمكانيات ومعوقات تطبيق النموذج التشاركي للنهوض بالسياحة

III-1- مقومات السياحة في الجزائر

من أجل جعل السياحة تلعب دورها كاملا لايد من توفر جملة من الإمكانيات تتراوح بين إمكانيات طبيعية، و تتمثل أساسا في المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية و أماكن الراحة و الترفيه ، الجبال، والشواطئ ، والغابات والصحاري ، و الينابيع والحمامات الطبيعية ، هذا بالإضافة إلى توفر الآثار التاريخية والمعمارية و الدينية و الصناعات التقليدية ، وكذلك العادات و التقاليد و الفنون الشعبية المختلفة.

أما الإمكانيات المادية فتتجسد في البنية التحتية كهياكل الاستقبال و وسائل النقل ، المطارات، الطرق و الموانئ و السكك الحديدية و وسائل الاتصال ، والتي تعتبر من بين أهم العوامل التي تساعد على تطوير السياحة ، إذ أثبتت العديد من التجارب الدولية مدى أهمية الدور الذي تلعبه البنى التحتية في تطوير السياحة ، حيث تعمل على توفير سهولة الحركة و ربح الوقت و الجهد و بالتالي توفير الراحة ، و أخيرا الإمكانيات المؤسساتية إذ يحتاج قطاع السياحة للعديد من المؤسسات القائمة عليه ، من آليات تنفيذ إستراتيجية السياحة الجزائرية ، و آخرين متعاملين في السوق السياحية ، و تلعب هذه المؤسسات دورا كبيرا في ترقية القطاع السياحي. و يمكن تلخيص الإمكانيات السياحية للجزائر في الجدول الموالي:

الجدول (1): الإمكانيات السياحية للجزائر

المقومات المالية والخدمية	المنتج السياحي	المقومات
- شبكة نقل بري بطول 118306 كم وشبكة نقل بالسكة الحديدية بطول 4200 كم. - 53 مطار جوي و 13 ميناء بحري. - 1449 فندق بطاقة استيعابية 127614 سرير.* (2020) - 29 بنك ومؤسسة مالية موزعة في شكل فروع على المستوى الوطني.	السياحة الصحراوية تعد الصحراء الجزائرية ثاني أكبر صحراء في العالم، وذلك لشاسعتها، حيث تقارب مساحتها 2 مليون متر مربع وتحتوي على تراث طبيعي وثقافي وتاريخي غني ومتنوع. تعد السياحة الصحراوية جوهرا للمنتج السياحي الجزائري. تحتوي الصحراء على 05 حظائر ثقافية مصنفة، وهي حظيرة الطاسيلي في ولاية ايليزي، الهقار في ولاية تمنراست، وادي ميزاب في ولاية غرداية والحظيرة الثقافية للأطلس الصحراوي في حظيرة توات، قورارة، تيديكلت. السياحة الساحلية يحتوي الساحل الجزائري الذي يمتد على طول 1200 كلم على شواطئ تطل على البحر الأبيض المتوسط، وتعد مصدراً لمتعة المنتزهين والسباحين والصيدادين وممارسي الرياضات المائية. السياحة الثقافية بالإضافة إلى التراث غير المادي، تحتوي الجزائر على 7 مواقع ثقافية مصنفة في قائمة اليونسكو	الإمكانيات

	<p>كتراث مادي عالمي:</p> <ul style="list-style-type: none"> • قلعة بني حمادة 1980 • وادي ميزاب 1982 • جميلة 1982 • تيمقاد 1982 تيبازة 1982 • طاسيلي ناجر 1982 • قصبه الجزائر 1992 <p>بإضافة الى حوالي 1000 موقع ومعلم ثقافي وتاريخي مصنّف كتراث وطني.</p> <p>السياحة الحموية</p> <p>تحتوي الجزائر على إمكانات كبيرة فيما يخص السياحة الحموية، حيث تزخر بأكثر من 282 منبع حموي ذو خصائص علاجية تم إحصائه في جميع أنحاء البلاد. كما تم إدراج 30 محطة حموية لاستقبال الآلاف من المستجمين من مختلف ربوع الوطن البعض لاستمتاع بعطل الاستجمام واللياقة البدنية والبعض الأخر لأسباب علاجية محددة.</p> <p>تقع غالبية هذه المحطات في الجزء الشمالي من البلاد فيما يقع البعض الأخر منها في الصحراء، كما تقوم الدولة حاليا بتحديث المحطات الموجودة وتشجيع أصحاب المشاريع الاستثمارية على إنشاء محطات جديدة من أجل تلبية الطلب المتزايد من المستجمين وكذا السياح الباحثين عن عطل إعادة اللياقة البدني</p>
--	--

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على وزارة السياحة والصناعة التقليدية والمديرية الفرعية للإحصائيات.

III-2-2- الفاعلون في التنمية السياحية في الجزائر (الإمكانات والنقائص)

يتعلق الأمر بالجهات التي تساهم بشكل مباشر في فعالية المنتج السياحي الجزائري أو في صورة الجزائر السياحية. وهي العناصر التي تضمن نجاح إستراتيجية التنمية السياحية شريطة أن تقوم السلطات العمومية المركزية والمحلية بالدور المنوط بها وتضم.

III-2-1- عناصر التسويق التجاري أو تسويق صورة الجزائر السياحية

يعتبر هؤلاء سفراء (تجارين وإعلاميين) للنشاط السياحي؛ لذلك يجب منحهم فرصة لأداء مهامهم بشكلٍ مهني فعال. وهم:

1- وكلاء السياحة والأسفار

تعتبر وكالات السياحة والأسفار من بين أهم عناصر التسويق السياحي فهي بمثابة وسيط بين المنتج السياحي والسائح. فالترويج الفعال يخلق الفرق في هذا المجال خاصة في ظل المنافسة المتزايدة. وفيما يلي تطور لعدد الوكالات في الجزائر.

الجدول (2): تطور وكالات السياحة والسفر خلال الفترة: 2016-2020

2020	2019	2018	2017	2016	2015
2970	2942	2626	2220	2041	1643

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المديرية الفرعية للإحصائيات.

من خلال الجدول نلاحظ تطور لعدد وكالات السياحة من سنة إلى أخرى والذي يفترض أن ينعكس على قطاع السياحة. ولكن الملاحظ والمعروف لدى الجميع أن نشاط وكالات السياحة والأسفار يتسم بانعدام المهنية، ويقتصر عملها في أغلب الأحيان في (بيع تذاكر السفر الجوي، وتنظيم رحلات إلى البقاع المقدسة) في

منتج العمرة، بالإضافة إلى تنظيم رحلات إلى دول مجاورة أي بدل استقطاب السياح يتم تصدير سياح محليين إلى دول أخرى. بالرغم من تعديل النصوص التشريعية للفصل بين (السياحة المستقبلية للسياح والسياسة الوافدة للسياح).

2-الناقولون:

تمتلك الجزائر كما رأينا سابقا شبكة نقل بري بطول 118306 كم وشبكة نقل بالسكة الحديدية بطول 4200 كم، 53 مطار جوي و13 ميناء بحري. وعلى الرغم من هذه الإمكانيات إلا أن عنصر النقل يعد من بين أهم التحديات التي تواجه قطاع السياحة خاصة في ظل وتأخر الرحلات، وعدم تناسق الوصول الدولي مع انطلاق الرحلات الداخلية يؤثر سلبا على المنتج السياحي علما أن نتائجه وخيمة على المتعاملين وعلى السياح على حد سواء. حيث أن النقل السياحي يتميز بمجموعة من الخصائص أهمها الراحة، الأمان السرعة، الانتظام والتكلفة المناسبة. وهنا تظهر أهمية إشراك هذا العنصر في التنمية السياحة كعنصر فعال وليس كقطاع مكمل للقطاع السياحي.

3- المرشدون السياحيون:

المرشد السياحي يعد احد أهم الفاعلين في القطاع السياحي نظرا للتعامل المباشر مع السياح. خاصة وأنه يعتبر المعرف بماهية البرد وهويته ومقوماته السياحية. كما يعتبر داعم لنشر الثقافة السياحية في البيئة التي ينشط فيها. لكن الملاحظ في الجزائر أن مهنة المرشد السياحي غير معروفة، ولا يهتم بدورها في (الإعلام والتعريف) بالمواقع السياحية المختلفة؛ فبالرغم من صدور التنظيمات التشريعية التي تنظم نشاط المرشدين السياحيين؛ إلا أن الإقبال عليها يبقى شبه منعدم. هذا وحسب إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية، فإن عدد المرشدين السياحيين لم يتغير منذ سنة 2014 حتى سنة 2019 حيث تم اعتماد 26 مرشد سياحي وطني، 28 مرشد سياحي محلي بمجموع 54 مرشد سياحي. أما في سنة 2020 فتم اعتماد 63 مرشد وطني و102 مرشد وطني بمجموع 165 مرشد. ومع ذلك تبقى هذه الأرقام منخفضة مقارنة مع إمكانيات الجزائر السياحية. (وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، 2020)

4-الصحافة المتخصصة

من الملاحظ في الجزائر ضعف المنظومة الإعلامية بشكل عام وما يتعلق بالسياحة شبه منعدم، ما تعلق بمواقع التواصل الاجتماعي التي تروج بشكل مباشر أو غير مباشر. وعليه لابد من تشجيع الصحافة الوطنية على إعداد نشرات إعلامية خاصة حول السياحة في الجزائر، وكذا وضع قناة متخصصة على الأرقام الاصطناعية باللغات المتداولة عالميا. مثلما موجود بالأردن حيث تم تخصيص إذاعة للتعريف بالسياحة في البلد سميت إذاعة سياحة FM.

III-2-2-المستثمرون في قطاع السياحة

يهدف تحقيق نجاعة أفضل لدور أصحاب المشاريع الفندقية والسياحية، ومن أجل التنفيذ العملي للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT ، وهو جزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم . تم برمجة عدة استثمارات سياحية. وللوقوف على مدى نجاعة هذه البرامج يمكن إدراج الجدول التالي حول وضعية المشاريع السياحية خلال الفترة 2015-2020.

وضعية المشاريع السياحية للفترة 2015-2020

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
مشاريع في طور الانجاز	504 %39.86	584 %36.45	764 %39.26	794 %39.07	889 %36.21	804 %31.17
مشاريع متوقفة	101 %7.95	119 %7.4	147 %7.55	181 %8.9	239 %9.73	308 %11.94
مشاريع غير منطلقة	607 %47.79	793 %49.5	928 %47.68	1163 %57.23	1220 %49.69	1380 %53.5
المشاريع المنجزة	58 %4.56	106 %6.61	107 %5.49	67 %3.29	107 %4.35	87 %3.37
المجموع	1270	1602	1946	2032	2455	2579

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المديرية الفرعية للإحصائيات.

من خلال الإحصائيات المبوبة في الجدول نلاحظ أن عدد المشاريع المنجزة خلال الفترة 2015-2020 تراوحت بين 58 مشروع و 107 و بمعدل تراوح بين 3.29% و 6.61% خلال نفس الفترة. وهي نسبة ضعيفة لان هذه المشاريع أطلق عليها اسم مشاريع ذات الأولوية خلال الفترة (2008-2015)، وهذه المدة انقضت مند خمس سنوات. هذا ما يبين وتيرة انجاز متأخرة جدا. أما المشاريع في طور الانجاز بلغت 504 مشروع سنة 2015 لترتفع إلى 889 مشروع سيأتي سنة 2019 لتتخفض إلى 804 سنة 2020 وبنسبة تراوحت بين 31.17% و 39.86% خلال فترة الدراسة . في حين بلغ عدد المشاريع المتوقفة 101 سنة 2015 ليرتفع إلى 308 سنة 2020 بنسبة تراوحت بين 7.95% و 11.94%. وأخذت المشاريع التي لم تنطلق بعد النسبة الأكبر حيث تم تسجيل 607 مشروع غير منطلق فيه سنة 2015 لترتفع إلى 1380 سنة 2020 بنسبة تراوحت بين 47.79% و 53.5%. وهذا ما يدل على أنها مجرد دراسات للمشاريع فقط لم تطبق على أرض الواقع.

وعليه ومن خلال ما سبق يجب إعادة النظر في سياسة الاستثمار السياحي ومحاولة الوقوف على العراقيل الموجودة وإيجاد حل لها. ولعل من أهم العراقيل التي تواجه الاستثمار السياحي هو مشكل العقار.

III-2-3- مهنيو الفنادق والإطعام والترفيه

تعتبر هذه الفئة واجهة القطاع السياحي فتوفر مؤسسات الإيواء السياحي بالإضافة إلى الإطعام إحدى المحددات المهمة والعوامل الرئيسية للنهوض بالسياحة. حيث تتوفر الجزائر على 1449 فندق نهاية عام 2020 بطاقة إيواء 127614 سرير في حين سنة 2015 بلغ عدد الفنادق 1159 بطاقة إيواء 102244. (وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، 2020). لكن رغم هذا التقدم من حيث العدد إلا أن عنصر الكفاءة والجودة في تقديم الخدمة في هذا المجال تبقى دون المستوى المطلوب. ومن أجل دارك هذا الوضع تم اقتراح مخطط سمي مخطط الجودة السياحي الي سوف نتطرق له في العنصر الموالي.

III-2-4- المجتمع المدني

حسب نموذج التشاركية : التنمية تكون من وإلى المواطن. هذا المواطن يمكن أن يشارك بشكل مباشر في عملية اتخاذ القرار، أو بشكل غير مباشر من خلال ممثليه من مجالس منتخبة وجمعيات ذات العلاقة بالقطاع. لكن الملاحظ أن إشراك المجتمع المحلي في التنمية يبقى محدود حيث أحصت وزارة السياحة سنة 2017 في هذا الإطار 07 جمعيات ذات طابع سياحي، 44 ديوان محلي للسياحة، 01 اتحاد وطني لدواوين السياحة. (وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، 2020).

III-3-تفعيل دور الفاعلين في التنمية السياحية حسب نموذج التشاركية

يقوم النموذج التشاركي على مجموعة من المبادئ تتمثل في:

- ✓ الحوار والتواصل؛
- ✓ المشاركة؛
- ✓ الاعتماد على المعنيين المباشرين في تحديد الاحتياجات والأهداف؛
- ✓ وضوح القرارات ودقتها.

وعليه من أجل النهوض بالسياحة المستدامة في الجزائر وللتقليل من العراقيل السالفة الذكر؛ كان لابد من إشراك جميع الفاعلين في القطاع، وعليه قامت الجزائر بوضع مخططات ساهمت بشكل مباشر أو غير مباشر في توسيع دائرة المساهمة للفاعلين في التنمية السياحية.

III-3-1- مخطط وجهة الجزائر

ويتكون مخطط وجهة الجزائر من ثلاث إجراءات رئيسية، هي: (المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للافاق 2030، 2008، صفحة 24)

- ✓ وضع إستراتيجية تسويقية للسياحة الجزائرية، تدرس العرض والطلب وتحدد الأسواق المستهدفة ذات الأولوية، وتحدد الإستراتيجية التجارية؛
- ✓ تنفيذ مخطط عملي للنشاطات، الذي يركز أساسا على ترقية وسائل الاتصال، وجعلها في خدمة وجهة الجزائر؛
- ✓ وضع إجراء مستدام للمراقبة السياحية، بإنشاء مركز دائم للموارد السياحية والسوق السياحي، يسمى بالنظام الدائم للملاحظة والتقييم السياحيين (SPOT).

III-3-2- الأقطاب السياحية للامتياز (POT)

الهدف من بناء الأقطاب السياحية للامتياز، تسهيل الانتشار السياحي من خلال: (المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للافاق 2030، 2008، صفحة 45)

- ✓ تسهيل التنافسية، الجاذبية واستمرارية الأقاليم؛
- ✓ التطوير وفقا لميزاتهم: سياحة الحمامات البحرية، سياحة المدن والأعمال، السياحة الصحراوية والتجوال، السياحة العلاجية، الصحة والرفاهية، السياحة الثقافية والتعبدية، السياحة النوعية؛
- ✓ السماح بوصول جيد لمختلف المركبات السياحية، وبتكامل الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية على كامل تراب القطب؛
- ✓ إشراك السكان المحليين؛
- ✓ ضمان امتياز الصورة النوعية لوجهة الجزائر الجديدة.

III-3-3- مخطط جودة السياحة (PQT)

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإداري للجودة، الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم، وطنيين وأجانب. تم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية مع المهنيين ومن اجل المهنيين، طبقا للمعايير الدولية، يسمح مخطط الجودة بتحديد المسار من اجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية. ويرتبط مخطط جودة السياحة الجزائرية بالنقاط التالية: (وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، 2020)

- ✓ تأسيس العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر؛

- ✓ تدعيم كفاءات الموارد البشرية؛
- ✓ تنظيم الأنشطة السياحية؛
- ✓ تحديث البنى التحتية.

حسب الإحصائيات على مستوى وزارة السياحة وصل عدد المؤسسات السياحية المستغلة المخرطة في مخطط الجودة السياحي حتى سنة 2020 إلى 451 مؤسسة سياحية، منها: 226 مؤسسة فندقية، 200 وكالة سياحة وأسفار، 07 محطات حموية و18 مطعم. وعلى الرغم من ذلك يبقى ها العدد ضئيل مقارنة بعدد المؤسسات الناشطة في القطاع.

III-3-4-مخطط الشراكة العامة/الخاصة (PPP)

يسعى مخطط الشركة العمومية-الخاصة، إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص، وذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي، وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية، لبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلا. وفي إطار الشراكة بين مؤسسات الدولة والأطراف الفاعلة تم إنشاء عدة جمعيات ناشطة على المستوى المحلي والوطني، (المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للافاق 2030، 2008، صفحة 51) أهمها:

- ✓ الفدرالية الوطنية للدواوين السياحة وأصحاب الفنادق؛
- ✓ الفدرالية الوطنية لوكالات السياحة والأسفار؛
- ✓ النقابة الوطنية لوكالات السياحة والأسفار.

III-3-5-مخطط تمويل السياحة (PFT)

أخذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بعين الاعتبار ببطء عائدات المشاريع السياحية، حيث وضع مخطط تمويل لدعم الأنشطة السياحية والمركبين والمطورين وجذب المستثمرين المحليين والأجانب، ويتجلى دور مخطط التمويل في: (المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للافاق 2030، 2008، صفحة 57)

- ✓ حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة (PME)؛
- ✓ جذب كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب؛
- ✓ تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية؛
- ✓ تسهيل وتكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية، وخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار.

وفي هذا الإطار تم إبرام اتفاق شراكة بين وزارة السياحة والصناعة التقليدية لدعم وتوفير صيغ التمويل التي تتلاءم وطبيعة المشاريع الاستثمارية السياحية مع البنوك التجارية العمومية وهي : القرض الشعبي الوطني (CPA) بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BAD) ، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP)، بنك التنمية المحلية (BDL)، صندوق الضمان (FGAR)، وصندوق الاستثمار (Eldjazair Investissement). من أجل تسهيل عمليات التمويل.

من خلال ما سبق يمكن الجزم بصحة الفرضية الأولى التي مفادها أن: هناك إمكانيات لتطبيق النهج التشاركي في الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2030؛

III-4-معوقات تطبيق المقاربة التشاركية في السياحة

من خلال دراسة إمكانيات تطبيق التشاركية للنهوض بالسياحة في الجزائر ، لاحظنا توفر العناصر الفاعلة للوصول إلى ذلك. لكن هناك مجموعة من العراقيل تحول دون تحقيق الأهداف المرجوة وهو ما يثبت صحة

الفرضية الفرضية الثانية والتي تنص على: وجد مجموعة من العراقيل تحول دون تحقيق أهداف النموذج التشاركي.

أهم هذه العراقيل نجد:

- ✓ بالنسبة لوكلاء السياحة والأسفار؛ فبالرغم من التسهيلات المتاحة لهؤلاء والتي انعكس على تطور عدها السنوي، إلا أن نشاطها بقي مقتصر على حجز تذاكر السفر وتنظيم رحلات الحج والعمرة، ورحلات خارجية للمحليين بدل جلب السياح الأجانب.
- ✓ بالنسبة للناقلين؛ رغم الإمكانيات المتاحة إلا أن النظرة إلى النقل كقطاع مكمل للسياحة حال دون تطوير القطاعين معا. بالإضافة إلى ضعف طبيعة الخدمات المقدمة أثناء النقل مقارنة بدول مجاورة.
- ✓ المرشدون السياحيون؛ من خلال ما سبق يبقى العدد محدود مقارنة بالإمكانيات السياحية المتاحة، وها راجع إلى عدم الاقبال على هذه المهنة في ظل تسويق للسياحة الخارجية، بالإضافة إلى ضعف ثقافة اللجوء إلى المرشد السياحي.
- ✓ الصحافة المتخصصة؛ يبقى مشكل الإعلام المتخصص مشكل عام ولا يخص القطاع السياحي فقط. خاصة في ظل المنافسة العالمية للترويج للوجهات السياحية، نجد الإعلام المتخصص ميزة تنافسية يتم الاعتماد عليه في الترويج للسياحة.
- ✓ المستثمرون في القاع السياحي؛ يواجه الاستثمار السياحي عراقيل متعددة، أهمها مشكل العقار الذي حال دون تجسيد المشاريع المخطط لها. بالإضافة إلى التمويل خاصة أن الاستثمار السياحي يتطلب أموال ضخمة.
- ✓ مهنيو الفنادق والإطعام والترفيه؛ تعتبر الحلقة الأضعف في القطاع السياحي لأنها الواجهة المباشرة للقطاع. وتعاني الجزائر من نقائص في المجال، خاصة في مجال تكوين هؤلاء المهنيين رغم وجود معاهد ومدارس للتكوين. إلا أن الواقع الملاحظ يبرز العكس حيث نجد المتعامل المباشر مع السائح دون المستوى المطلوب.
- ✓ المجتمع المدني؛ يمكن القول أن عدم توفر ثقافة سياحية لدى المجتمع المحلي، خاصة ما تفرضه السياحة من تقبل للأخربعاداته وتقاليده حالت دون المساهمة الفاعلة في تطوير القطاع.

IV- الخاتمة :

تغير الفكر التنموي ابتعادا عن المركزية وابتعادا عن الفئتين، متوجها نحو اللامركزية ونحو مزيد من المشاركة الشعبية، فقوم المنظومة الجديدة تقوم على التنمية من الأسفل عوض التنمية من الأعلى. هذه المبادئ التي تقوم عليها المقاربة التشاركية تساهم بشكل فعال في بناء السياسات وتحقيق الأهداف بالأخذ بعين الاعتبار جميع الفاعلين في عملية التنمية لأي قطاع كان. وفي هذه الورقة البحثية تم دراسة ذلك بالنسبة للقطاع السياحي وقد أسفر عن ذلك مجموعة من النتائج وتمخض عنها مجموعة من الاقتراحات.

1.IV. نتائج البحث:

من خلال مفهوم المقاربة التشاركية، ومتطلبات التنمية السياحية، وواقع القطاع في الجزائر توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ تزخر الجزائر بمجموعة من المقومات تهلها لتكون قطب سياحي متوسطي بمعايير السياحة العالمية؛
- ✓ يحتوي المخطط التوجيهي للتنمية السياحية على آليات تتماشى ومبادئ المقاربة التشاركية؛

- ✓ توجد مجهودات لإشراك الأطراف الفاعلة في التنمية السياحية من خلال مخططات التنمية.
- ✓ ورغم الجهود المبذولة من طرف الدولة ورغم وضع مخططات توجيهية للنهوض بالسياحة إلا أن الواقع الملاحظ يعكس قلة نجاعتها نظرا لوجود مجموعة من العراقيل التي حالت دون ذلك.

2.IV. مقترحات البحث:

- من خلال النتائج السابقة يمكن وضع مجموعة من الاقتراحات قد تساهم في إثراء هذا الموضوع بشكل ما:
- ✓ الحوار والتواصل بين جميع أطراف المجتمع المحلي يساعد على نجاح الخطط التنموية للقطاع؛
- ✓ الاندماج والتنسيق بين جميع المتدخلين في القطاع السياحي يساهم في بناء قاعدة تشاركية في اتخاذ القرارات السياحية؛
- ✓ لا بد من مشاركة كل الفاعلين في أخذ المبادرة في البرمجة والتنفيذ والتقويم للبرامج السياحية؛
- ✓ الشعور بالمسؤولية اتجاه عملية تنمية القطاع يخلق نوع من الشفافية في تأدية المهام كل حسب وظيفته؛
- ✓ الإحساس بالانتماء يعد القاعدة الأساسية لبداية أي تنمية؛
- ✓ احتياجات وأهداف القطاع السياحي محليا تحدد انطلاقا من الإستراتيجية الوطنية للقطاع؛
- ✓ الإدارة المحلية هي من تقوم بتحديد الاحتياجات وتقوم بوضع الأهداف الخاصة بالقطاع؛
- ✓ يجب الاعتماد على جميع أفراد المجتمع المحلي على اختلاف مناصبهم في تحديد احتياجات وأهداف القطاع.
- ✓ لا بد من توفر الحاكمية في تطبيق المشاريع السياحية للحد من التجاوزات والفساد بشتى أنواعه.

3.IV. آفاق البحث:

- وتنبثق عن هذه الدراسة مجموعة من المواضيع ذات الصلة يمكن أن تكون كأفاق بحثية مكتملة لهذا البحث
- ✓ دور الفاعلين المحليين في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر؛
- ✓ المقاربة التشاركية منبر جديد لتحقيق التنمية المحلية.

V- المراجع :

1- (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المديرية الفرعية للإحصائيات). (بلا تاريخ). وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي. تم الاسترداد من <https://www.mta.gov.dz>.

2-Berle A. A., M. G. (1932). *The Modern Corporation and the Private Property*. New-York: Mc Millan.

3-Freeman Edward R, J. M. *A Stakeholder approach to Strategic Management* (Vol. n1). School of Business Administration University of Virginia: Darden Graduate.

4-Freeman, E. R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.

5-iqtidar ali shah. (2012). participatory approach to development in pakistan. *journal of economic and social studies*.136-111، (1) 2 ،

6-World tourism organization, e. c. (2013). *sustainable tourism for development guidebook*. madrid.

- 7- ابراهيم معتصم. (2011). المجتمع المحلي ودور التشاركية في السعي لتحقيق التنمية. تاريخ الاسترداد 15 جانفي، 2020، من مؤسسة دام برس الاعلامية:
lang=ar&id=12422&category_id=48&https://www.dampress.net/mobile/?page=show_det
- 8- أحمد الجلاد. (2002). السياحة المتواصلة البيئية. مصر: عالم الكتاب.
- 9- التنمية المستدامة. (2021). جمهورية مصر العربية، وزارة البيئة، جهاز شؤون البيئة، مصر.
- 10- الفيلاي. (2015). المقاربة التشاركية. تاريخ الاسترداد 10 جوان، 2019، من تنمية:
http://tanmia.ma/article.php3
- 11- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للأفاق 2030. (2008).
- 12- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للأفاق 2030. (2008). الكتاب 02.
- 13- حسن حسين جليلة. (بدون سنة نشر). دراسات في التنمية السياحية. الاسكندرية: الدار الجامعة.
- 14- صالح بزة. (2006). تنمية السوق السياحية بالجزائر. ماجستير في علوم التسيير. جامعة مسيلة.
- 15- صبري فارس الهيتي. (2009). التخطيط الحضري. عمان: اليازوري.
- 16- عبد القادر محمد عطية. (2002). اتجاهات حديثة في التنمية. الاسكندرية: الدار الجامعة.
- 17- عبد القادر هدير. (2005). واقع السياحة في الجزائر وافاق تطورها. مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، 52. جامعة الجزائر.
- 18- عثمان غنيم،. (1999). التخطيط السياحي. عمان: دار صفاء.
- 19- محمد الصيرفي. (2007). التخطيط السياحي. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- 20- محمد حسن حسين،. (2009). التنمية الاقتصادية. المملكة العربية السعودية: دار المريخ.
- 21- محمد عبد العزيز عجيبة. (2001). التنمية الاقتصادية. الاسكندرية: الدار الجامعة.
- 22- محي محمد مسعد. (2008). الاتجاهات الحديثة في السياحة. الاسكندرية: المكتب الجامعي.
- 23- منير حجاب. (2002). الاعلام السياحي. القاهرة: دار الفجر.
- 24- نور الدين هرمز. (2006). التخطيط السياحي والتنمية السياحية. مجلة تشرين للدراسات والبحوث ، 28 (3)، 11-25.
- 25- وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي. (15، 1، 2020). تم الاسترداد من <https://www.mta.gov.dz>
- 26- وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي. (20، 01، 2020). مخطط جودة السياحة. تم الاسترداد من www.mta.gov.dz
- 29- يسرى دعبس. (2007). التنمية السياحية المتواصلة. الاسكندرية: البيطاش.