

دور السياحة المسؤولة في صناعة سياحة راقية: تحليل واقع السياحة في الجزائر من خلال التصنيف العالمي للسياحة 2019

إبراهيم سعد الشاكر فزاني

جامعة يحي فارس - المدية (الجزائر) chakerfezzani@gmail.com

The role of responsible tourism in the high-end tourism industry in Algeria

FEZZANI Ibrahim Saad Chaker

YahyaFaris University - Médéa (Algeria)

تاريخ الاستلام: 2021/04/02؛ تاريخ القبول: 2022/05/05؛ تاريخ النشر: 2022/06/30

ملخص:

أصبحت السياحة في الفترة المعاصرة بمثابة صناعة قائمة بذاتها، فهي تتطلب وجود تكامل بين قطاعات مختلفة، ومن أجل تقديم خدمة سياحية راقية فإنه لا بد من الاستغلال الأمثل والعقلاني لكل الإمكانيات الطبيعية والبشرية المتوفرة، وذلك عن طريق الاعتماد على أساليب تنظيمية علمية، أساسها التخطيط العلمي الذي يقوم برسم سياسة سياحية مبنية على المقومات المتوفرة لدى الإقليم السياحي لتوفير خدمة سياحية تكون في مستوى تطلعات السياح، وتعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني من خلال تجسيد التنمية الشاملة، وهذا ما يسمى بالسياحة المسؤولة. والجزائر اليوم في حاجة ماسة إلى إنشاء الثروة، كبديل عن الاقتصاد الريعي المحصل من الجباية البترولية، ولما كانت للجزائر مؤهلات سياحية، فإن الأخذ بالسياحة المسؤولة سوف يمكنها من صناعة سياحة راقية.

الكلمات المفتاح: السياحة المسؤولة، السياسة السياحية، التشريعات السياحية، الوعي السياحي.

تصنيف JEL : Z310؛ Z320؛ Z330؛ Z380

Abstract :

Tourism in the contemporary period has become an autonomous industry, because it requires integration between different sectors, and in order to provide a high-end tourist service, it is necessary to optimally and rationally use all available natural and human resources, based on scientific methods and planning. The latter are developing a tourism policy in the tourist area to provide a tourist service that meets the aspirations of tourists and benefits the national economy by embodying global development, and this is called responsible tourism.

Today, Algeria needs more than ever to create wealth as an alternative to the rentier economy, and since Algeria has tourist qualifications, responsible tourism will allow it to create luxury tourism.

Keywords: responsible tourism; tourism policy; tourism legislation; tourism awareness.

Jel Classification Codes : Z380؛ Z330؛ Z320؛ Z310

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA

إبراهيم سعد الشاكر فزاني (2022)، دور السياحة المسؤولة في صناعة سياحة راقية: تحليل واقع السياحة في الجزائر من خلال التصنيف العالمي للسياحة 2019، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 10 (العدد 01)، الجزائر: جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة، ص 304 - 322 .

1. مقدمة.

تعتبر صناعة السياحة والسفر أكبر صناعة على المستوى العالمي، وهي أصبحت اليوم تقوم على الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، وخاصة البشرية منها، من حيث تخطيط القوى البشرية، التدريب، التنمية والتطوير، وإعادة التأهيل الوظيفي، وزيادة الوعي والتثقيف السياحي وإبراز أهمية السياحة الاقتصادية، الثقافية، الحضارية والبيئية. ولتحقيق الجدوى الاقتصادية المقصودة من النشاط السياحي، فإنه لا بد من إتباع أساليب علمية وتنظيمية قائمة على تخطيط سياحي هادف، وعلى هذا الأساس أصبح هناك اهتمام بالغ بما يسمى في أدبيات العمل السياحي بـ " السياحة المسؤولة "، التي تعتبر السياحة صناعة متكاملة الجوانب، غايتها الأساسية تقديم خدمة سياحية راقية وذات جودة من أجل جذب المزيد من السياح، ومن ثم زيادة الدخل، وإنعاش الاقتصاد الوطني.

والسياحة كصناعة تلعب دورا بارزا في دعم اقتصاديات العديد من الدول، فهي تساهم في قيام صناعات أخرى، وما ينتج عن ذلك من زيادة في فرص العمل وفي تحسين مستوى المعيشة، والجزائر اليوم هي في أمس الحاجة إلى السياحة، وخاصة بعد تراجع مداخيلها من النفط. تملك الجزائر إمكانيات طبيعية وبشرية تؤهلها لأنها تكون وجهة سياحية مفضلة بامتياز، ولكن واقع السياحة في الجزائر يبين بأن السياحة مازالت بعيدة عن مواصفات العمل السياحي الراقى المتوفر في الدول السياحية، فالجزائر في المجال السياحي هي بلد المتناقضات، حيث أن الإمكانيات الطبيعية الكبيرة، تقابلها الخدمات السياحية المحتشمة، وهذا الأمر أرجعه البعض إلى المداخيل الهامة من البترول، التي صرفت السلطات العليا في البلاد عن الاهتمام بجد القطاع السياحي، غير أن تهاوي أسعار النفط في الآونة الأخيرة، دفع بالحكومة الجزائرية إلى البحث عن بدائل خارج قطاع المحروقات لإنشاء الثروة، ويعتبر القطاع السياحي من بين أهم القطاعات المرهق عليها لإحداث الطفرة في الاقتصاد الوطني، وفي هذا الإطار يرى الخبراء في المجال السياحي بأن ذلك لن يتحقق إلا من خلال انتهاج سبيل السياحة المسؤولة.

1.1. الإشكالية الرئيسية: وتمثل في

ما هو دور السياحة المسؤولة في صناعة سياحة ذات جودة قادرة على الجذب السياحي وخدمة الاقتصاد الوطني الجزائري ؟

2.1. التساؤلات الفرعية: تنبثق عن هذه الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات الفرعية ، وهي كالاتي :

- ما هي السياحة المسؤولة ؟
- ماهي مراكز ودعائم السياحة المسؤولة ؟
- إلى أي مدى تساهم السياحة المسؤولة في خدمة السائح والمستثمر والسكان المحليين ؟
- ما هو واقع السياحة المسؤولة في الجزائر ؟

3.1. أهمية الدراسة:

تمثل أهمية هذه الدراسة في أنها تثير مفهوم جديد دخل أدبيات الدراسات السياحة في الفترة الأخيرة، وهو "السياحة المسؤولة" التي تعتبر أحد الدعائم الأساسية للتنمية المستدامة بأهدافها السبعة عشرة التي نصت عليها أجندة التنمية المستدامة لعام 2030، وهي الأهداف التي اعتمدها جميع الدول الأعضاء في الأمم المتحدة عام 2015.

وتتمثل أهمية السياحة المسؤولة في أنها توفر فوائد اقتصادية معتبرة للسكان المحليين، وتحسين المستوى المعيشي للمجتمعات المضيفة، وملاءمة ظروف العمل، وتأهيل وتدريب العاملين في المجال السياحي بما يحقق الجذب السياحي. والجزائر بما تملكه من إمكانيات طبيعية وبشرية في مجال السياحة لا ينقصها إلا تفعيل السياحة المسؤولة في الواقع لتكون قطب سياحي بامتياز.

4.1. أهداف الدراسة:

إن الأهداف المرجوة من هذه الدراسة هي :

- الإحاطة بمفهوم جديد في المجال السياحي وهو السياحة المسؤولة .
- إبراز معوقات النشاط السياحي في الجزائر واقتراح البديل للنهوض بسياحة راقية ذات جودة .

5.1. محاور الدراسة:

ومن أجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية وما تطرحه من تساؤلات فرعية، وخدمة الأهداف تم تقسيم الدراسة إلى المحاور التالية :

- مفهوم السياحة المسؤولة
 - مرتكزات السياحة المسؤولة
 - واقع السياحة المسؤولة في الجزائر
- ### 2. مفهوم السياحة المسؤولة.

تعتبر السياحة المسؤولة من المفاهيم المعاصرة المتداولة في حقل الدراسات المهمة بالنشاط السياحي، ويعتبر هذا المفهوم نتاج النقاشات بين مختلف الباحثين والدارسين حول تطوير السياحة، وذلك في إطار النظرة الشاملة للتنمية التي تركز على التوزيع العادل للثروة من النشاط السياحي بين المستثمر والسائح والمضيف.

ولتوضيح مفهوم السياحة المسؤولة كان لا بد في البداية من توضيح مفهوم السياحة.

1.2. تعريف السياحة لغة.

من أجل الوقوف على المعنى اللغوي للسياحة نبرز أهم ما جاء في بعض قواميس ومعاجم اللغة العربية على الشكل التالي:

- جاء في " معجم مقاييس اللغة " تعريف السياحة من خلال: «السين والياء والحاء، أصل صحيح يدل على استمرار الشيء، قال ساج في الأرض، قال الله تعالى : فسبحوا في الأرض أربعة أشهر. (التوبة : 02)، والسيح الماء الظاهر الجاري، والسيح: العبادة المخططة وسمي بذلك تشبيهاً بخطوطها بالشيء الجاري» (بن زكريا، 1979، ص 120).
- وورد في "المعجم الوسيط" : «السائح : المتنقل في البلاد للتنزه أو الاستطلاع والبحث والكشف ونحو ذلك، وجمعه سياح، والسياحة: التنقل من بلد إلى بلد طلباً للتنزه أو الاستطلاع والكشف. والسياح الكثير السياحة، وهي سياحة». (عطية، 2004، ص 469)
- انطلاقاً من التعريفات اللغوية السابقة يمكن القول بأن السياحة في اللغة تعني التنقل من بلد إلى بلد بغرض العبادة أو الاستطلاع أو البحث والكشف، أو التنزه .

2.2. تعريف السياحة اصطلاحاً.

تباينت وتعددت التعريفات حول السياحة، الأمر الذي يصعب معه حصر كل تلك التعريفات في هذا المقام، وعلى هذا الأساس

نشير إلى بعض تلك التعريفات على سبيل المثال لا الحصر على النحو التالي:

- يرى " والتر هانزيكر " (Walter HUNZIKER) - باحث في علم السياحة - بأن : « السياحة هي إقامة مجموعة أجنبية في مكان ما، طالما لا تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة، وطالما لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط تدريجي لهذا الأجنبي » (BOYER, 1999, p. 19).

- ويعتبر " ديفيد ويفر " (David WEAVER) في كتابه : " إدارة السياحة " (Tourism management) بأن السياحة هي : « مجموعة العمليات والأنشطة والنتائج من العلاقات والتفاعلات بين السياح، والفاعلين في القطاع السياحي من حكومات ومجتمعات مضييفة، وكذا المنشآت والهياكل السياحية المساهمة في عملية الجذب كالنقل، والإقامة، والتعامل مع السائحين » (WEAVER & LAWTON, 2014, p. 03).

انطلاقاً من هذه التعريفات يتضح جلياً بأن السياحة هي نشاط إنساني ينتج عنه اتصال بين السكان المحليين الأصليين والسياح الأجانب بغرض الترفيه والاستجمام لمدة زمنية محدودة، يقع فيها على عاتق الوجهة السياحية المستضيفة تقديم كافة الخدمات للسائح الأجنبي.

3.2. تعريف السياحة المسؤولة.

هناك تعريفات مختلفة للسياحة المسؤولة ، ومن بينها ما يلي :

• « السياحة المسؤولة مفهوم متشابك المعاني، يشمل كلا من السائح، المنظم والمنشأة السياحية، مشيراً إلى مسؤولية الشخص عن السياحة في بلاده، من حيث الحفاظ على البيئة، التراث، وكيفية مساعدته على ديمومة السياحة، وسلامة الوعي السياحي ». (كاني، 2015، ص42).

• السياحة المسؤولة ليست المنتج السياحي، وإنما تمثل الأسلوب الذي يتم من خلاله وضع تخطيط وسياسة سياحية، تضمن الاستخدام الأمثل للإمكانيات المتاحة بما يخدم السكان، الحكومة، السياح والمستثمر «(LESLIE, 2012, p. 20). انطلاقاً من التعريفات السابقة يمكن القول بأن السياحة المسؤولة هي السياحة التي يجب أن تُحطَّط أو تُدار بأسلوب التوجيه الذي يهدف إلى حماية الاستخدامات الاقتصادية المناسبة للموارد الطبيعية والبشرية، وأن يكون التخطيط السياحي مبني على أساس الشمول والتكامل مع القطاعات الأخرى، وأن تضم العملية السياحية الجهات العامة والخاصة والمواطنين، ليكون بذلك التخطيط عقلانياً والتنفيذ علمياً، وأن تعتمد السياحة على مبدأ العدالة في توزيع الفوائد والأعباء بين مروجي السياحة (المستثمر، السياح، السكان المحليين والمناطق السياحية).

3.3. مركزات السياحة المسؤولة.

إن تحقيق الظفرة في الاقتصاد الوطني من خلال النشاط السياحي يتطلب تبسيط إجراءات صناعة السياحة، ولا بد أن يكون ذلك عن طريق اتخاذ أساليب علمية وتنظيمية، فالسياحة أصبحت صناعة متكاملة الجوانب، هادفة وراقية في منتجاتها (خدماتها)، من أجل جذب المستهلك (السائح)، ومن أجل ذلك كله كان لزاماً على الدولة من الأخذ بالسياحة المسؤولة، والتي تقوم على الركائز التالية :

1.3. التخطيط السياحي.

يعتبر التخطيط السياحي من أهم دعائم السياحة المسؤولة، و يمكن تعريف التخطيط السياحي بأنه:

• «تلك الاتجاهات الهادفة، والتي تتضمن المقومات الأساسية لصناعة السياحة، من حيث توافر عناصر إنتاج صالحة للوصول للهدف، أو بيئة مناسبة تتداخل فيها تلك العناصر من أجل تحقيق ذلك الهدف» (علام، 2008، ص 57).

• وبعبارة أخرى التخطيط السياحي هو: « أسلوب تنظيمي يهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال فترة زمنية معلومة وذلك عن طريق حصر إمكانيات المجتمع السياحية، المادية والبشرية، وتعريفها وتحريكها نحو تحقيق أهداف المجتمع وفلسفته الاجتماعية» (الصيرفي، 2009، ص 155).

• ويمكن القول كذلك بأن التخطيط السياحي هو: « الذي يعمل على تنظيم الظروف التي تؤدي إلى التنمية السياحية وتعجل بها، وهو لا يعدوا أن يكون وسيلة علمية منظمة، ومستمرة، تتضمن صورة مستقبلية تقديرية، وتمثل عملية التخطيط السياحي في حصر وتعبئة الموارد والطاقات السياحية في المجتمع، واستخدامها أفضل استخدام ممكن، وصولاً إلى تحقيق أكبر معدل للنمو السياحي» (مسعد، 2009، ص56)

إذن يعتبر التخطيط السياحي مسألة جوهرية في تطوير النشاط السياحي، فهو يقوم بالدرجة الأولى على جرد الموارد السياحية ومسح مصادرها، وعلى هذا الأساس يحظى التخطيط السياحي بعناية خاصة لدى الدول السياحية، حيث أن التخطيط يسبق كل عملية اتخاذ القرار (سعادة، 2000، ص195).

والتخطيط السياحي له أبعاد مختلفة، فهو يشمل دراسات المسح والتقييم للموارد الطبيعية، وطرق استغلال الأوعية العقارية المتاحة، ويشمل كذلك دراسة وتتبع المنتج السياحي بما يتلاءم مع الطلب، وبذلك يعتبر التخطيط بأبعاده المختلفة أساساً للانطلاق في طريق التنمية السياحية من أجل الوصول إلى نمو سياحي يتلاءم مع إمكانيات البلاد، وتحقيق التكامل بين السياحة وبين القطاعات الإنتاجية الأخرى لتحسيد تنمية اقتصادية واجتماعية تحقق الرخاء للمواطنين.

ويمكن القول بأن التخطيط السياحي يهدف إلى تحقيق ما يلي:

- العمل على زيادة الحركة السياحية بنسبة معينة سنويا؛
- تلبية رغبات السائحين؛
- الحصول على العائد السياحي بنسبة معينة؛
- العمل على رفع مستوى معيشة سكان المنطقة السياحية؛
- الحفاظ على التراث الحضاري والمعماري؛
- تكوين اليد العاملة الفنية المؤهلة؛
- المشاركة الشعبية في التخطيط السياحي؛
- الاهتمام بحماية البيئة والتوسع في المحميات الطبيعية والمناطق الخضراء، التي تسهم في زيادة الحركة السياحية.

انطلاقاً من هنا يمكن القول بأن السياحة ليست ظاهرة اقتصادية مجردة فقط، وإنما هي تؤثر وتتأثر بدرجة كبيرة بالظروف والأوضاع المحيطة بها، وعليه لا بد من أن تكون هناك نظرة شاملة للتخطيط السياحية، التي تأخذ في الحسبان النواحي الاقتصادية، الاجتماعية وغيرها، وعلى هذا الأساس فإنه من الخطأ الاعتقاد بأن النشاط السياحي يقوم على أساس إنشاء مشروع واحد أو عدد من المشاريع في مجال معين، بل يتوقف على التنمية الشاملة التي تضم الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والتي تضمن متطلبات الحياة والإعاشة المتطورة للسائحين الذين يزورون المنطقة.

2.3. السياسة السياحية.

يمكن تعريف السياسة السياحية على أنها: « إطار العمل الأساسي للأجهزة الرسمية وغير الرسمية في الدولة للنهوض بالسياحة والتقدم بها لتحقيق الأهداف الوطنية المرجوة منها، ويجب النظر إليها من زاوية علمية تختلف عن زاوية مساهمتها في التنمية الاقتصادية الشاملة، على أساس أنها تتضمن مجموعة القواعد والمبادئ العلمية الرامية إلى تحقيق الأهداف المحددة وخاصة وضع برنامج علمي لكي يسير العمل السياحي في الدولة على نهج سليم يُرتَّب النتائج الإيجابية ويتفادى السلبيات، وهو أمر لا يمكن تحقيقه إلا عن طريق العلم والتخطيط» (الصيرفي، 2009، ص 221).

إن تحقيق التنمية السياحية كقطاع إنتاجي يكون من خلال إتباع سياسة سياحية تشمل على ما يلي:

أ. التنسيق بين القطاعات المختلفة:

إن السياحة عبارة عن قطاع إنتاجي مركب، تتداخل فيه وزارات وهيئات مختلفة، فممنح تأشيرات الدخول تكون من صلاحيات وزارة الخارجية، وأما إجراءات تسهيلات الدخول من المطارات والموانئ هي من اختصاص وزارة الداخلية، كما أن التسهيلات الجمركية مرتبطة بوزارة المالية، وغيرها، وبالتالي فإن نجاح السياحة يتوقف على إتباع سياسة سياحية توضح بدقة مسؤولية كل هيئة. (غنيمة، 2003، ص 25)

ب. التسهيلات التشريعية:

يشمل العمل السياحي على أنشطة ومجالات متنوعة، والتي تخضع في ممارستها للتشريعات المختلفة، والتشريعات هي عبارة عن قوانين صادرة عن المؤسسات الحكومية، والتي بإمكانها أن تؤثر على أماكن الجذب السياحي في جوانب مختلفة (سواربروك، 2014، ص 166) مثل : إجراءات الدخول والخروج، التأشيرات، الإقامة، أنظمة النقد، الجمارك ، الضرائب، العمالة، التوظيف، الصحة، الاستثمار واستغلال الأراضي، حماية السائحين، والبيئة، والمناطق الأثرية، بالإضافة إلى شق الطرقات، ومد الجسور، وتوفير النقل، وبناء الفنادق، وغيرها من الأنشطة التي تدخل في صناعة السياحة، ومن أجل تسهيل مختلف الأنشطة السياحية كان لزاماً إيجاد نظام قانوني مرن يتماشى مع مختلف تطورات العصر، ويزيل مختلف العوائق البيروقراطية التي تعرقل السير الحسن للنشاط السياحي.

3.3. الأمن السياحي.

الأمن السياحي هو ضمان أمن وسلامة السائح منذ دخوله الوجهة السياحية وحتى وقت مغادرتها، وذلك من خلال وقايته وحمايته من مختلف التهديدات الأمنية كالجرمة والسرقفة والابتزاز والمضايقات، وكذا توفير كل التسهيلات والخدمات التي تنعكس على طمأنينته وسكينته طوال فترة إقامته.

تأمين السائح من كل التهديدات الأمنية هي مهمة تقع على عاتق الأجهزة الأمنية، وفي هذا الإطار عملت الدول على وضع تشريعات بغرض استحداث إصلاحات من الناحية الهيكلية والإجرائية والموضوعية، فمن الناحية الهيكلية قامت بعض الدول بإنشاء جهاز خاص تنصب مهمته على السهر على حماية أمن السائح، ويعرف ذلك الجهاز في بعض الدول باسم "الأمن السياحي"، كما هو الحال في تونس بموجب الأمر رقم 66 المؤرخ في 26 جوان 2006، ومن هنا يبرز دور وضع إطار قانوني للأمن السياحي، الذي هو عبارة عن جهاز أمن متخصص يجمع بين حماية الأمن كمطلب أساسي لاستقرار الحياة، ومرونة التعامل مع السائح كمصدر دخل وعامل جذب سياحي، وتمثل مهام جهاز الأمن السياحي في القيام بأعمال التحري والبحث عن المجرمين، والتصدي لكل ما يهدد أمن السائح من جريمة، مضايقات، أعمال السمسرة، التسول، وفي مصر نجد جهاز مشابه يسمى "بشرطة السياحة والآثار"، يضطلع بنفس المهام التي يكون محورها هو حماية أمن السائح.

إن السائح يعتبر محور العملية السياحية، وعلى هذا الأساس يقع على عاتق الدولة المضيفة ضمان أمنه منذ لحظة دخوله أراضيها من خلال تأمين سرعة إنهاء إجراءات الدخول عبر الجمارك، والحرص على عدم تعرضه لمضايقات خلالها، وتأمين حركة تنقلاته في ربوع الدولة، وتأمين إقامته، وتأمينه خلال زيارته السياحية والأثرية (كافي، 2009، ص 164).

4.3. تقديم تسهيلات ومزايا للاستثمارات الأجنبية السياحية.

إن إنجاح العملية الاستثمارية يتوقف على تحسين بيئة مناخ الأعمال، وذلك عن طريق ضمان الأمان، السيولة والعائد، وإرساء متطلبات الاستقرار الاقتصادي والسياحي، والسهر على حماية رؤوس الأموال الأجنبية ضد التأمين والمصادرة، مع وضع آليات قانونية واضحة ومنظمة لتحويل أرباح المستثمرين، من خلال إيجاد قواعد قانونية في المجال السياحي والاستثماري، وكذا تقديم تفضيلات ضريبية للاستثمار الأجنبي بما يخدم الاقتصاد الوطني (علام، 2008، ص 113).

وما ينبغي الإشارة إليه في هذا المقام هو أن الاستثمارات الأجنبية شديدة الحساسية بالأوضاع السياسية والاقتصادية السائدة داخل الدولة، فلا استقرار سياسي والأمني، ووجود مناخ اقتصادي تطبعه العلاقات الاقتصادية الحسنة مع المستثمرين الأجانب يعتبر من أهم عوامل الاستقطاب للاستثمار الأجنبي، ذلك أن المناخ السياسي والاقتصادي المستقر هو أساس زيادة إقبال الاستثمار الأجنبي.

5.3. جودة الخدمات السياحية.

ويقصد بجودة الخدمات السياحية تقديم خدمات سياحية راقية في مختلف أوجه النشاط السياحي: خدمات الإقامة، الإعاشة، النقل السياحي، الإرشاد السياحي، الترفيه السياحي، البيع السياحي، الاتصالات والمعلومات السياحية. وتحسين الخدمة السياحية وتطويرها يكون من خلال إدخال تعديلات جوهرية على الخدمات السياحية الموجودة بما يتناسب مع احتياجات ورغبات السائحين، واستحداث خدمات سياحية جديدة تساهم في زيادة الجذب السياحي، حيث أن الخدمة السياحية كلما تميزت بالسهولة واليسر في تقديمها، كلما كانت أكثر فائدة وجذبا للسائح، الذين يبحثون دائما على الهدوء، الراحة، الأمن والاستقرار، وهذا ما يكون صعب المنال في ظل إجراءات تتسم بالتعقيد والصعوبة (السيسي، 2016، ص 133).

6.3. تأهيل العنصر البشري.

إذا كانت السياحة صناعة فإنها تستلزم توفير اليد العاملة الفنية والمؤهلة، وذلك من خلال الاهتمام بإنشاء المعاهد والكليات التي تقوم بتكوين وتدريب الأجيال على أساليب هذه الصناعة الحديثة، وذلك في مختلف المرافق السياحية كمصلحة الجوازات، الجمارك،

التفتيش الشرطة، السياحة، المرور، رجال الإعلام، وفي إدارات وهيئات السياحة والفنادق، « فالسياحة هي فن التعامل وتغيير أنماط السلوك الاجتماعي » (غنيمة، 2003، ص 140).

وذلك من خلال نشر « فلسفة المسؤولية الاجتماعية » (الحميري و الطويل، 2015، ص69) بين العاملين في النشاط السياحي من خلال التدريب والاجتماعات الإرشادية، ورفع مستوى التعليم السياحي الجامعي عن طريق تدريس مواد السياحة في كليات التجارة والآثار والإعلام، وتشجيع سفر الطلبة إلى الخارج للاحتكاك بالأجانب واكتساب اللغة.

فمن أهم عوامل التنمية هو العناية برأس المال البشري، وعلى هذا الأساس فإن وضع أية خطة للتنمية لا بد من أن تضع في الحسبان تنمية الإنسان، الذي يعتبر المحرك الرئيسي لعملية التنمية (الشريعي، 2009، ص 137).

7.3. توعية المجتمعات المحلية (الوعي السياحي).

إن نجاح النشاط السياحي في أي دولة لا يتوقف فقط على إنفاق الأموال الطائلة في إنشاء المرافق والمنشآت السياحية، وإنما يعتمد كذلك على المواطن ودرجة وعيه بالنشاط السياحي، والفائدة التي تعود بالنفع على الفرد والمجتمع والدولة، وهنا يقع على عاتق الحكومات الرفع من درجة الوعي بصناعة السياحة كمصدر لفرص عمل جديدة، وتحصيل للضرائب، واستقطاب للعملة الصعبة، وعليه فإن السياحة بقدر ما هي صناعة في عالم اليوم، إلا أنها تعتبر كذلك فن التعامل من حيث آداب السلوك والبشاشة والخدمات الراقية، وهذا ما ينتج عنه تدفق سياحي يساهم في زيادة الدخل من العملة الصعبة.

إن تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع يجعلهم يُقدِّرون قيمة ما يحيط بهم، الأمر الذي يدفعهم إلى تقديمه في أفضل صورة تجذب إليه السياح من مختلف العالم، لا سيما وكما هو معروف بأن درجة نجاح السياسة السياحية للدولة يتوقف على مدى رضا السائح. وانطلاقاً مما سبق يمكن القول بأن: « السياحة مرتبطة بسلوكيات الأفراد، ولن تنهض السياحة وتزدهر إلا إذا حضنها المجتمع، إذن فالسياحة قضية مجتمع » (السيسي، 2016، ص192).

8.3. حماية البيئة.

تقوم السياحة على إبراز المعالم الجمالية لأي بيئة في العالم، وكلما كانت البيئة نظيفة وصحية كلما ازدهرت السياحة وانتعشت، وبالرغم من الجوانب الإيجابية للسياحة فهي تعتبر مصدراً للتلوث، وعلى هذا الأساس لا بد من تحقيق التوازن بين السياحة والحفاظ على البيئة.

إن كل نشاط اقتصادي تترتب عليه آثار خارجية، والمشاريع السياحية كغيرها من النشاطات الاقتصادية تترتب عليها آثار خارجية، إذ أنه من الآثار السلبية للنشاط السياحي تلوث الشواطئ أو المحطات المائية من خلال الرمي بالمخلفات والبقايا الناتجة عن ممارسة الأنشطة السياحية المتعددة، وهذا ما يؤدي مع مرور الوقت إلى هروب السياح بعيداً عن هذه المياه الملوثة، كما أن من أهم التأثيرات السلبية للسياحة على البيئة إقامة مرافق سياحية على البيئات الحساسة، الذي ينتج عنه التدهور المادي للأراضي وفقدان التنوع البيولوجي، كما أن تشغيل المنشآت السياحية يمكن أن يؤدي إلى إجهاد مقومات البيئة أو تدميرها، مثل الموارد المائية (بظاظو، 2009، ص 418).

يتضح مما سبق بأن هناك علاقة وطيدة بين البيئة والسياحة، وإذا كان للسياحة أحياناً آثار سلبية على البيئة، فإنه يجب العمل على حماية النظام البيئي بما يعود بالنفع على البيئة بحمايتها، وعلى السياحة بتوفير المقومات الطبيعية.

4. واقع السياحة المسؤولة في الجزائر.

تزخر الجزائر بمؤهلات سياحية معتبرة من شواطئ وجبال وصحراء، غير أن النشاط السياحي يبقى ضئيلاً بالمقارنة مع دول مجاورة كتونس والمغرب، وحقائقه فإن الوضع الأمني الذي عرفته الجزائر منذ منتصف التسعينات أثر سلباً على النشاط السياحي، حيث تشير الإحصائيات إلى أن عدد السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر سنة 1991 بلغ 722.682 سائح، ليتراجع هذا العدد سنة 1996 إلى 93.491 سائح أجنبي فقط (وزارة السياحة الجزائرية)، ومنذ ذلك التاريخ إلى يومنا هذا لم تتمكن السياحة من استرجاع عافيتها في

الجزائر، رغم التحسن النسبي في الأوضاع الأمنية مع مطلع سنة 2000، وقد بلغ عدد السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر سنة 2020 591 ألف سائح (منظمة السياحة العالمية، 2022) أنظر الملحق رقم I.

جدول 1. مساهمة السياحة (فرع فنادق، المقاهي، المطاعم) في الناتج المحلي الخام الجزائري

السنة	2015	2016	2017	2018	2019(*)
حصة السياحة في الناتج المحلي الخام(%)	1.3	1.4	1.6	1.7	1.8

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء

ملاحظة: (*) تقدير الناتج المحلي الخام خارج المحروقات

وبتاريخ 20 سبتمبر 2017 كشف وزير السياحة والصناعات التقليدية آنذاك "حسان مرموي" خلال استضافته في برنامج "ضيف الصباح" بالقناة الإذاعية الأولى بأن السياحة في الجزائر تمثل نسبة 02% من الدخل الإجمالي، معقبا على ذلك بأنها نسبة ضعيفة جدا إذا ما قورنت بنسبتها من الدخل الإجمالي للدول، والتي قد تصل إلى 11% (حوار مع وزير السياحة والصناعات التقليدية، 20 سبتمبر 2017)، وفي سنة 2020 بلغت مساهمة السياحة في الدخل الإجمالي 50 مليون دولار ما نسبته 0,20% من إجمالي الدخل (منظمة السياحة العالمية، 2022) انظر الملحق رقم II، ورقم III.

وفي سنة 2019 جاء تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي في دافوس الصادر بعنوان: "السفر والسياحة: في نقطة تحول" ليصنف 140 دولة في القطاع السياحي بالاعتماد على مؤشرات تنافسية السياحة والسفر، وعرض أهم الإنجازات والنتائج لدول العالم في قطاع السياحة والسفر من خلال استخدام مؤشر التنافسية الذي يقوم بقياس مجموعة من العوامل والسياسات التي تمكن الدول من التنمية المستدامة للسياحة والسفر، وتعزيز القدرة التنافسية بين الدول، وهي تشمل أربعة مؤشرات أساسية، وأربعة عشر مؤشرات فرعية أنظر الملحق رقم IV.

تتمثل المؤشرات الرئيسية والفرعية لتنافسية السفر والسياحة لعام 2019 كما يلي:

1. بيئة الأعمال؛
2. السلامة والأمن؛
3. الصحة والنظافة؛
4. الموارد البشرية وسوق العمل؛
5. جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛

البيئة التمكينية

6. تحديد أولويات السياحة والسفر؛
7. الانفتاح الدولي؛
8. تنافسية الأسعار؛
9. التنمية البيئية المستدامة؛

سياسة وشروط التمكين للسياحة والسفر

10. البنية التحتية للنقل الجوي؛
11. البنية التحتية للموانئ؛
12. البنية التحتية للخدمات السياحية؛

البنية التحتية

13. الموارد الطبيعية؛

14. الموارد الثقافية وأعمال السياحة.

الموارد الطبيعية والثقافية

وبالنسبة للجزائر فقد أظهر التقرير بأنها ما زالت متأخرة في العديد من المجالات، فقد احتلت الجزائر المرتبة 116 من مجموع 140 دولة في مجال القدرة التنافسية في قطاع الأسفار والسياحة، حيث منحت للجزائر علامة 3,1 (تتراوح الدرجات من 1 إلى 7، حيث 1 = الأسوأ و 7 = الأفضل)، علما بأن اسبانيا احتلت المرتبة الأولى كأحسن وجهة وصناعة سياحية بعلامة قدرها 5,4، تلتها فرنسا، فألمانيا، اليابان وفي المرتبة الخامسة الولايات المتحدة الأمريكية. (Forum World Economic, 2019, p. 65) أنظر الملحق رقم V.

وعلى الصعيد المغاربي، حل المغرب في المرتبة الأولى و66 عالميا، قبل تونس التي حلت في المركز الثاني و85 عالميا، ثم الجزائر في المركز الثالث و116 عالميا، وموريتانيا في المرتبة الرابعة و135 عالميا، فيما لم يشمل التقرير ليبيا.

وعربيا جاءت الإمارات في المركز الأول و33 عالميا، ثم قطر في المرتبة الثانية و51 عالميا، تليها عمان في المركز الثالث و58 عالميا، تليها البحرين في المركز الرابع و64 عالميا، ثم مصر في المركز الخامس و65 عالميا، ثم المغرب في المركز السادس و66 عالميا، ثم السعودية في المركز السابع و69 عالميا، ثم الأردن في المركز الثامن و84 عالميا، ثم تونس في المركز التاسع و85 عالميا، ثم الكويت في المركز العاشر و96 عالميا، ثم لبنان في المركز الحادي عشر و100 عالميا، ثم الجزائر في المركز الثاني عشر و116 عالميا، لتأتي في الأخير اليمن في المركز الثالث عشر و140 عالميا.

إن تصنيف الجزائر في المرتبة 116 عالميا في مجال تنافسية السفر والسياحة كان من خلال عدة مؤشرات، والتي يمكن عرضها بالشرح والتحليل على النحو التالي:

2.4. المؤشر الرئيسي الأول: البيئة التمكينية:

جدول 2. تصنيف الجزائر في مؤشر البيئة التمكينية

البيئة التمكينية		
المؤشرات	النتيجة*	الرتبة عالميا**
بيئة الأعمال	3.9	118
السلامة والأمن	5.6	53
النظافة والصحة	5.2	76
الموارد البشرية وسوق العمل	4.1	102
جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	4.2	89
	4.6	80

* (تتراوح الدرجات من 1 إلى 7، حيث 1 الأسوأ و 7 الأفضل)

** الرتبة العالمية من مجموع 140 دولة.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

World Economic Forum,(2019)The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019;Travel and Tourism at a tipping point, Geneva.

تحصلت الجزائر في هذا المؤشر الرئيسي على علامة 4,6 ومرتبة 80 عالميا، ويحتوي هذا المؤشر الرئيسي على خمسة مؤشرات فرعية: المؤشر الأول الفرعي يتعلق ببيئة الأعمال، إذ تحصلت الجزائر على علامة 3,9 برتبة 118 على المستوى العالمي، وهي مرتبة متأخرة، ويمكن إرجاع ذلك إلى قصور التشريعات السياحية في الجزائر، حيث أن التشريعات السياحية في الجزائر تقتصر على مفهوم خدمة الإدارة المحلية دون أدنى نظر إلى خدمة السائح أو المستثمر، وفي المقابل من ذلك فإن التشريعات السياحية في الدول المتقدمة تعمل على خدمة

المستثمر والسائح، كما أن التشريعات السياحية في الجزائر غامضة ومبهمه، لا سيما عندما يتعلق الأمر بتنظيم وتسيير المجال السياحي، وخاصة العقار السياحي، حيث لم تتمكن الإدارة السياحية من السيطرة عليه لوحدها، حيث تتداخل الصلاحيات بين العديد من المتعاملين والشركاء الاجتماعيين والاقتصاديين، الأمر الذي أدى إلى طغيان الفوضى والعشوائية، وعدم التنسيق، فهناك الوكالة العقارية، أملاك الدولة، الجماعات المحلية لدعم الاستثمار، وهذا ما أدى إلى عرقلة الإدارة السياحية في تسيير وتنظيم النشاط السياحي... وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى قضية صنعت الحدث في السنوات الأخيرة وهي قضية " تالين " - القرية السياحية بالبلج بغابة سيدي الطيب بجبل شنوة بتييزة - حيث أن القطعة الأرضية التي شيدت فوقها فيلات فخمة بالخشب المستورد صنفها المخطط التوجيهي الولائي للتعمر بأنها منطقة غير قابلة للبناء، ورغم ذلك فصاحب المشروع يتوفر على عقود ملكية ورخص بناء، الأمر الذي يطرح السؤال حول الجهة الذي منحت الرخصة (بوجمة، 2017).

ومهما تكن ملابسات القضية فإن ذلك يشوه بيئة مناخ الأعمال في الجزائر، ولا سيما عند المستثمر الأجنبي، الذي لا محالة سوف يتردد أو يمتنع عن قصد الوجهة السياحية الجزائرية، وما يبدد شكه في ذلك هو وجود تقارير دولية تثبت وجود البيروقراطية غير الفعالة والفساد أو الرشوة، إضافة إلى صعوبة الحصول على القروض البنكية أو الوصول إلى التمويل المصرفي، وهو ما يشكل أبرز الكوابح التي تعترض تنافسية الاقتصاد الجزائري، ضف إلى ذلك عدم الاستقرار في السياسات المعتمدة، ثم التضخم، والسياسات الجبائية، وضعف القدرة على الإبداع والابتكار، والقيود المفروضة على قوانين العمل وسياسات الضبط المتعلقة بالعملة وتحويلها، وهي كلها عوامل تعيق مناخ الأعمال والاستثمار والنشاط.

والمؤشر الثاني الفرعي يدور حول السلامة والأمن، حيث تحصلت الجزائر على علامة 5,6 برتبة 53 على المستوى العالمي، يمكن تفسير ذلك بضعف الأمن السياحي في الجزائر في علاقته مع الأمن الشامل، فالأمن السياحي لا يقتصر فقط على الأمن الصلب الذي يكون مضمونة الأمن العسكري فقط، وإنما هو الأمن في معناه الشامل، والذي يشمل الأمن السياسي، والأمن الاجتماعي، والأمن الاقتصادي، فتوفر كل هذه المستويات للأمن هي التي تحقق الأمن السياحي الذي يعتبر أهم عنصر من عناصر الجذب والإغراء السياحي، ففي المجال الأمني، وبعد خروج الجزائر من أزمتها الأمنية التي كادت تعصف بالبلاد، ظهر نوع جديد من التهديد الأمني، وهو اللامن الشخصي، المتعلق بإرهاب الأفراد والممتلكات، حيث تنامت جرائم سرقة السيارات، وعصابات قطاع الطرق، السرقة والاختطاف، وهذا ما أدى إلى إحجام السياح الأجانب عن الوجهة السياحية الجزائرية.

أما المؤشر الثالث الفرعي فيتعلق بالنظافة والصحة، والذي حصلت فيه الجزائر على علامة 5,2، وبرتبة 76 عالميا. إن هذا التصنيف يدل على تأخر الجزائر في مجال الأمن الصحي، حيث أن المنظومة الصحية في الجزائر تعاني الكثير من الاختلالات، وفي هذا الإطار صنف مؤشر الصحة العالمية لسنة 2019 الجزائر في المرتبة 173 من أصل 195 دولة بدرجة مؤشر Hopkins, October 23,6 (2019, p. 119). أنظر الملحق رقم VI.

وعن المؤشر الرابع الفرعي المتعلق بالموارد البشرية وسوق العمل فقد منحت الجزائر درجة 4,1 لتحتل المرتبة 102 عالميا، وهذا يوضح بصورة جلية ضعف التأطير في القطاع السياحي في الجزائر، حيث لا توجد مدارس كبيرة للفندقة والعمل السياحي، بالإضافة إلى ضعف التربية أو الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري، وهذا ما أوجد صعوبة في التواصل مع السياح الأجانب أو حتى السياح المحلي، فأماكن توقف السيارات والشواطئ استولى عليها مجموعة من الشباب يفرضون عليك أن تدفع، وأحيانا يعتدون عليك لفظيا وربما جسديا إذا لم ترسخ لمطالبهم، وهذا في غياب رقابة الدولة، وهذه المظاهر دفعت السياح الأجانب إلى العزوف عن السفر باتجاه الجزائر، وأدت بالسائح المحلي إلى اللجوء إلى الدول المجاورة لقضاء عطلته في أمن واستقرار.

إن صانع القرار في السنوات الأخيرة بالجزائر ركز على صناعة السياحة في الجانب الاقتصادي من خلال بعث مشاريع بناء الفنادق، غير أنه أغفل بأن السياحة لها أبعاد اجتماعية وثقافية ونفسية، فما زالت هناك النظرة التقليدية للسياحة عند السكان المحليين، وعدم تقدير

الأهمية للدلالات الاجتماعية والثقافية والنفسية للنشاط السياحي، حيث أن هناك ضعف في الوعي السياحي بين الجماهير وبين الجهات التي تتعامل مع السائحين كمصلحة الجوازات، الجمارك، البنوك، الموانئ، الإعلام، الشركات السياحية، ويرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى ضعف استخدام الوسائل الدعائية لنشر الوعي السياحي بين المواطنين، بالإضافة إلى غياب شبه تام في المفردات والمناهج الدراسية لموضوع السياحة، وهذا ما أدى إلى تغييب حلقة هامة من حلقات التنشئة الاجتماعية للأجيال، من حيث كيفية التواصل والتفاعل مع السائح الأجنبي، كما أن هناك تخوف السكان المحليين من النشاط السياحي، إذ يعتقد الكثير منهم بأن النشاط السياحي هو تعدي على الثقافة والتقاليد الوطنية، بسبب الخشية من أن يكون ذلك عامل من عوامل طمس الهوية الوطنية، من جراء السلوكيات التي ترافق السياح الأجانب، والتي قد تؤثر على العادات والتقاليد المحلية، وعلى أصالة المجتمع المحلي.

وبالنسبة للمؤشر الخامس الفرعي حول جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فإن الجزائر مُنحت علامة 4,2، ورتبة 89 عالميا ويقصد بجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو توظيف التكنولوجيا المعلوماتية والاتصالية في المجال الاقتصادي، الاجتماعي والتعليمي والسياسي...، والهدف الرئيسي من ذلك هو تحسين الخدمة العمومية، وتعتبر الإدارة الإلكترونية من أهم صور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بالإضافة إلى التجارة الإلكترونية، وما تتيحه من مرونة وانسيابية في حركة الأموال، وفيما يتعلق بالجزائر فهي مازالت تعرف تأخرا في هذا المجال.

3.4. المؤشر الرئيسي الثاني: سياسة وشروط التمكين للسياحة والسفر.

جدول 3. تصنيف الجزائر في مؤشر سياسة وشروط التمكين للسياحة والسفر

سياسة وشروط التمكين للسياحة والسفر		
المؤشرات	النتيجة*	الرتبة عالميا**
تحديد أولويات السياحة والسفر	3.1	132
الافتتاح الدولي	1.5	139
تنافسية الأسعار	6.2	08
التنمية البيئية المستدامة	3.5	133
النتيجة الإجمالية	3.6	134

* (تتراوح الدرجات من 1 إلى 7، حيث 1 الأسوأ و 7 الأفضل)

** الرتبة العالمية من مجموع 140 دولة.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

World Economic Forum,(2019)The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019;Travel and Tourism at a tipping point, Geneva.

تحصلت الجزائر على علامة 3,6 لتصنف بذلك في المرتبة 134 عالميا، وهذا المؤشر الرئيسي يحتوي بدوره على أربعة مؤشرات فرعية : المؤشر الأول الفرعي يتعلق بتحديد أولويات السفر والسياحة، تحصلت الجزائر على علامة 3,1 وترتيب عالمي 132، إن هذا الترتيب المتأخر يمكن تفسيره بإفتقار السياحة في الجزائر إلى السياسات والاستثمار، إذ تعتبر السياحة من أهم مظاهر تجارة الخدمات، إذ أصبحت محل عناية خاصة في الكثير من الدول نظرا للأرباح المعتبرة التي أصبحت تدرها السياحة على الاقتصاد الوطني، ولكن السياحة في الجزائر هي غير ذلك، فهناك انخفاض في درجة التدعيم السياسي والحكومي للقطاع السياحي، ويظهر ذلك في التهرب من مشاريع السياحة، وقد يعود ذلك إلى الاعتقاد الخاطئ بأن الإنفاق على النشاط السياحي يعتبر تبذيرا للمال العام، وأنه لا بد من توجيه الاستثمارات إلى قطاعات أخرى، وهذا راجع إلى انخفاض درجة الوعي السياحي، وعدم إدراك الجدوى الاقتصادية للنشاط السياحي. إن الاستثمارات السياحية في الجزائر هي ضحية للبيروقراطية وسوء التسيير، إذ أنه من مجموع 500 مشروع إنجاز فنادق في 2015، 340 مشروع تنتظر رخصة البناء (TORCHE, 09/06/2017).

وفي 16 نوفمبر 2017، وخلال إشرافه على أشغال اللقاء الوطني التقييمي لإنجازات القطاع بمشاركة إدارات المركزية والمدراء

الولايتين للسياحة والصناعة التقليدية، قدر وزير السياحة والصناعة التقليدية آنذاك " حسن مرموري " بأن المشاريع السياحية التي تم إنجازها لحد الآن تقدر ب 936 مشروع من ضمن 1800 مشروع معتمد، معتبرا ذلك ب " المخيف والرهيب " (جريدة الخبر، 11 / 2017 / 16).

جدول 4. المشاريع المتوقعة في المجال السياحي

السنة	2015	2016	2017	2018	2019
عدد المشاريع	101	119	147	181	239
معدل النمو(%)	-	17.82	23.53	23.13	32.04
عدد الأسرة	8591	13397	16985	19745	27816
معدل النمو(%)	-	55.94	26.78	16.25	40.88
عدد العمال	3732	5003	6978	8535	10988
معدل النمو(%)	-	34.06	39.48	22.31	28.74

المصدر: مديرية الاستثمار السياحي

والمؤشر الفرعي الثاني يخص **الافتتاح الدولي** سجلت فيه الجزائر علامة 1,5 ومرتبة 139 عالميا، وهذا راجع إلى عدم وجود تسهيلات في انتقال الأفراد في إطار منح التأشيرة بسبب العراقيل والبيروقراطية التي زادت في كبح القطاع السياحي في الجزائر، وما زاد في تدهور قطاع السياحة هو تلك الترسانة من القوانين الصارمة، والغير الواضحة، البعيدة عن المرونة والتكيف مع المعطيات الجديدة، أما المؤشر الثالث الفرعي فيدور حول **تنافسية الأسعار** إذ حصدت في الجزائر علامة 6,2 والمرتبة 08 عالميا، وهي مرتبة جيدة، وهذا راجع إلى تدني قيمة الدينار، وانخفاض أسعار بعض المواد المدعمة ذات الاستهلاك الواسع، والوقود، ولكن ذلك يبقى دون جدوى في غياب الخدمات السياحية التي تجذب السائح، أما المؤشر الرابع الفرعي فيتمحور حول **التنمية البيئية المستدامة**، حيث كان للجزائر علامة 3,5 ورتبة 133 عالميا، ويمكن تفسير هذا التصنيف المتأخر بتلوث البيئة، حيث تعاني الجزائر من تلوث كبير في البيئة، فهناك المفرغات الفوضوية للنفايات، وحتى الشواطئ أصبحت ملوثة من جراء الصب العشوائي لقنوات الصرف الصحي في البحر، و هذا ما أصبح يشكل عائق أساسيا أمام التنمية البيئية المستدامة.

4.4. المؤشر الرئيسي الثالث: البنية التحتية:

جدول 5. تصنيف الجزائر في مؤشر البنية التحتية

البنية التحتية		
المؤشرات	النتيجة*	الرتبة عالميا**
البنية التحتية للنقل الجوي	2.2	99
البنية التحتية للموانئ	2.8	90
	1.8	136
النتيجة الإجمالية	2.3	115

* (تراوح الدرجات من 1 إلى 7، حيث 1 الأسوأ و 7 الأفضل)

** الرتبة العالمية من مجموع 140 دولة.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

World Economic Forum.(2019)The Travel& Tourism Competitiveness Report 2019;Travel and Tourism at a tipping point, Geneva.

تحصلت الجزائر في هذا المؤشر على علامة 2,3، ورتبة 115 على المستوى العالمي، وهذا يدل على ضعف البنية التحتية الخاصة بالنشاط السياحي في الجزائر، ويضم هذا المؤشر الرئيسي الثالث ثلاثة مؤشرات فرعية: المؤشر الفرعي الأول يتعلق **بالبنية التحتية للنقل الجوي** حيث تم منح الجزائر علامة 2,2 برتبة 99 عالميا، حيث أن الجزائر لا تملك أسطول جوي جديد، وجل الطائرات أصبحت قديمة لا تتماشى مع المواصفات الدولية، أما المؤشر الثاني الفرعي فيتعلق **بالبنية التحتية للموانئ** إذ تحصلت الجزائر على علامة 2,8، وترتيب 90

عالميا، وذلك بسبب أن الجزائر لا تملك موانئ عصرية، وفيما يتعلق بالمؤشر الفرعي الثالث، والمتعلق بالبنية التحتية للخدمات السياحية فقد صنفت الجزائر في ذيل الترتيب العالمي برتبة 136، وبعلامة قدرها 1,8، وهذا بسبب غياب أدنى الخدمات السياحية في الجزائر. في الحقيقة إن هذا التصنيف يمكن تفسيره بضعف وقلة في البنية الأساسية، حيث أن المنشآت السياحية من فنادق ومركبات سياحية في الجزائر قديمة تحتاج إلى إعادة تهيئة وتحديث، وحتى شبكات الكهرباء، والطرق، والمياه، ووسائل الاتصال تحتاج دائما إلى تجديد وتطوير ولكن هذا غير متوفر، نظرا إلى ضعف إمكانيات وتمويل المشروعات السياحية، حيث أن الميزانية المخصصة لوزارة السياحة ضئيلة بالنظر إلى أهمية هذا القطاع، فهي لا تكفي لتحديد الفنادق القائمة وإنشاء فنادق جديدة وفتح أسواق سياحية جديدة لجذب المزيد من السياح، بالإضافة إلى متطلبات التدريب السياحي الذي يفرض تكوين أعداد متزايدة من الشباب على الخدمات السياحية، حيث بلغت ميزانية قطاع السياحة سنة 2020 أكثر من 3 ملايين دينار (قانون المالية لسنة 2020، ص 51)، وفي قانون المالية للسنة المالية 2022، سيستفيد قطاع السياحة والحرف من ميزانية قدرها 3.5 مليار دينار (حوالي 25 مليون دولار)، أي أكثر بقليل من الميزانية المخصصة للقطاع في 2021 (3.25 مليار دينار) (قانون المالية لسنة 2022، ص 66)، وهذا ما يدل على ضعف الغلاف المالي المخصص للسياحة. وقد بلغت نفقات السياحة سنة 2020 حوالي 272 مليون دولار، أي بنسبة 0,64 % من إجمالي النفقات. (المنظمة العالمية للسياحة، 2022) انظر الملحق رقم VII ورقم VIII

5.4. المؤشر الرئيسي الرابع: الموارد الطبيعية والثقافية:

الجدول 6. تصنيف الجزائر في مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية

الموارد الطبيعية والثقافية		
المؤشرات	النتيجة*	الرتبة عالميا**
الموارد الطبيعية	2.1	126
الموارد الثقافية وأعمال السياحة	2.0	51
النتيجة الإجمالية	2.1	90

* (تتراوح الدرجات من 1 إلى 7، حيث 1 الأسوأ و 7 الأفضل)

** الرتبة العالمية من مجموع 140 دولة.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على :

World Economic Forum,(2019)The Travel& Tourism Competitiveness Report 2019;Travel and Tourism at a tipping point Geneva.;

استحوذت الجزائر في هذا المؤشر على المرتبة 90 عالميا، بعلامة قدرها 2,1، ويضم هذا المؤشر الرئيسي مؤشرين فرعيين : المؤشر الفرعي الأول يتعلق بالموارد الطبيعية حيث صنفت الجزائر في المرتبة 126 عالميا، وبعلامة 2,1، ويقصد بالموارد الطبيعية الثروات الباطنية من غاز وبتروول ومعادن، والثروات الطبيعية من غطاء نباتي، ومناظر طبيعية، وتعتبر الجزائر بلد غني بالموارد الطبيعية إلا أن الاستغلال الغير عقلاني والغير الرشيد لهذه الموارد جعلها تحتل مراتب متأخرة في التصنيف العالمي.

أما المؤشر الفرعي الثاني فيتعلق بالموارد الثقافية وأعمال السياحة حيث حصدت الجزائر المرتبة 51 عالميا، بعلامة قدرها 2,0، ويقصد بالموارد الثقافية وأعمال السياحة الثقافة والعادات والتقاليد، والتراث المادي والغير المادي، ومختلف الأنشطة السياحية من حفلات ومعارض دولية، التي هي مصدر لجذب السياح.

5. الخاتمة.

إن هذه الورقة البحثية حاولت إبراز أهم المفاهيم الحديثة المتداولة في حقل الدراسات السياحية، ومن بينها السياحة المسؤولة، لتقوم بعد ذلك بإسقاط هذا المفهوم على واقع السياحة في الجزائر، الأمر الذي أدى إلى الوصول إلى النتائج التالية:

1.5. نتائج الدراسة.

- إن صناعة السياحة في الفترة المعاصرة أصبحت صناعة متكاملة، بمعنى أن نجاح السياحة في أي دولة يتوقف على إحداث تكامل بين القطاعات المختلفة: القطاع السياسي، القطاع الاقتصادي، القطاع الاجتماعي، القطاع الثقافي...
- تعتبر السياحة المسؤولة من أهم دعائم نجاح النشاط السياحي فهي تعني بساطة تهيئة أماكن أفضل للناس للعيش فيها وأماكن أفضل للناس لزيارتها، فالسياحة المسؤولة تقوم على أسس علمية صحيحة، من خلال اعتمادها على التخطيط السياحي، وإتباع سياسة سياحية هادفة ومدروسة من أجل تحقيق التنمية السياحية العادلة، وتحسين مستوى المعيشة للسكان المحليين، وزيادة الوعي والتثقيف السياحي لدى الجهات الرسمية والغير رسمية، بالإضافة إلى حماية البيئة من خلال الاستغلال العقلاني للموارد الطبيعية في تنشيط السياحة، وأخيرا توفير المناخ الملائم لتشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي في المجال السياحي عن طريق اعتماد تسهيلات تشريعية.
- تزخر الجزائر بمقومات سياحية وبشرية وتاريخية محفزة على قيام نشاط سياحي نوعي، غير أن الواقع يبرز بأن قطاع السياحة يواجه الكثير من العراقيل، فالأزمة الأمنية التي عصفت باستقرار الجزائر وأمنها في منتصف التسعينات أثرت سلبا على النشاط السياحي، وعلى الرغم من استعادة الجزائر لأمنها مطلع سنة 2000، إلا أن السياحة لحد الساعة مازالت تراوح مكانها، وذلك لاعتبارات عديدة ولعل من أهمها غياب ما يسمى السياحة المسؤولة في الجزائر، والتي تترجم في ضعف الإرادة السياسية للنهوض بهذا القطاع الخام والحيوي، ويرجع الكثير من الخبراء انصراف السلطات العليا في البلاد عن القطاع السياحي إلى الطفرة البترولية التي عرفتها الجزائر، والتي أدت إلى تحصيل مبالغ ضخمة من الجباية البترولية، وتبرز بصفة واضحة مظاهر غياب السياحة المسؤولة في الجزائر عدم وجود سياسة سياحية واضحة المعالم قائمة على التخطيط السياحي العلمي الصحيح، الأمر الذي جعل الجزائر نموذجا للفشل السياحي، وهذا ما أثر على صورة السياحة سواء على الصعيد الداخلي أو على الصعيد الدولي.

2.5. توصيات الدراسة :

انطلاقا مما سبق فإن الباحث يوصي بضرورة الأخذ بالسياحة المسؤولة، لأنها تعتبر مخرجا من الوضعية المزرية التي يعرفها قطاع السياحة في الجزائر، وإنشاء مصدر جديد للثروة خارج إطار المحروقات، لا سيما في ظل وجود أزمة مالية صعبة في الوقت الراهن، والتي قد تؤثر على استقرار الجزائر السياسي، الأمني والاجتماعي.

المراجع والإحالات

– المراجع باللغة العربية:

المعاجم والقواميس:

- ابن منصور أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم. (2003). لسان العرب (المجلد الثاني). بيروت، لبنان: دار صادر.
- بن زكريا أبي الحسن أحمد بن فارس. (1979). معجم مقاييس اللغة (المجلد الثالث). بيروت، لبنان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.

– عطية شعبان عبد العاطي. (2004). المعجم الوسيط، (الإصدار 04). مصر: مكتبة الشروق الدولية.

الكتب:

- الحميري موفق عدنان عبد الجبار، ورامي فلاح الطويل. (2015). التسويق الإستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة (الإصدار الأول). عمان، الأردن: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- السيسي ماهر عبد الخالق. (2016). مبادئ السياحة (الإصدار الثاني). القاهرة، مصر: مجموعة النيل العربية.
- الشريعي طارق عبد الفتاح. (2009). تنمية المبيعات السياحية في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية (الإصدار الثاني). الإسكندرية، مصر: مؤسسة حورس الدولية.

- الصيرفي محمد. (2009). **مهارات التخطيط السياحي**. الإسكندرية، مصر: دار الحناء للتجليد الفني.
- العسالي علاء إبراهيم. (2015). **السياحة في الوطن العربي : التاريخ - المخاطر - المهددات**. عمان، الأردن: دار أحمد للنشر والتوزيع.
- بظاظو إبراهيم الخليل. (2009). **الجغرافيا السياحة : تطبيقات على الوطن العربي** (الإصدار الأول). عمان، الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- سعادة يوسف جعفر. (2000). **التربية السياحية** (الإصدار الأول). القاهرة، مصر: دار الكتاب الحديث.
- سواربوك جون؛ ترجمة : دار فاروق. (2014). **فن تنمية وإدارة أماكن الجذب السياحي** (الإصدار الأول). الجزيرة، مصر: دار الفاروق للإستثمارات الثقافية.
- علام أحمد عبد السميع. (2008). **علم الإقتصاد السياحي** (الإصدار الأول). الإسكندرية، مصر: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- غنيمة عبد الفتاح مصطفى. (2003). **موضوعات وقضايا التخطيط السياحي لأقاليم مصر المعاصرة**، (الإصدار الثالثة). الإسكندرية، مصر: دار الفنون العلمية.
- مسعد محيي محمد. (2009). **الاتجاهات الحديثة في السياحة**. الإسكندرية، مصر: المكتب الجامعي الحديث.
- ناقور هاشم بن محمد بن حسين. (2003). **أحكام السياحة وآثارها: دراسة شرعية مقارنة** (الإصدار الثاني). السعودية: دار ابن الجوزي.
- يوسف مصطفى؛ كاني هبة. (2015). **جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية**. عمان، الأردن: دار ومكتبة الحامل للنشر والتوزيع.
- كافي مصطفى يوسف. (2009). **صناعة السياحة والأمن السياحي** (الإصدار الأول). دمشق، سوريا: دار مؤسسة رسلان لطباعة والنشر والتوزيع.
- القوانين والمراسيم:**
- قانون المالية لسنة 2020. (2019). **قانون رقم 19 - 14 مؤرخ في 14 ربيع الثاني عام 1441 الموافق 11 ديسمبر 2019** المتضمن قانون المالية لسنة 2020. الجريدة الرسمية (81).
- قانون المالية لسنة 2022. (2021). **قانون رقم 21 - 16 مؤرخ في 25 جمادى الأولى عام 1443 الموافق 30 ديسمبر 2022** المتضمن قانون المالية لسنة 2022. الجريدة الرسمية (100).
- الجرائد والدوريات :**
- ب بوجمة. (10 01، 2017). **هذه قصة القرية السياحية لتالين**. جريدة الشروق.
- جريدة الخبر. (16 /11 /2017). **تأخر كبير في انطلاق المشاريع السياحية**. جريدة الخبر.

5.1.6. حصص إذاعية:

- حوار مع وزير السياحة حسان مرموري والصناعات التقليدية. (20 سبتمبر 2017). **حصص ضيف الصباح**. القناة الإذاعية الأولى.
- 6.1.6. التقارير:**

- المشاريع المتوقفة في المجال السياحي. (2020). **الجزائر: مديرية الاستثمار**. وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي.
- تطور حصص قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام: فرع فنادق، المقاهي، المطاعم. (2020). **الجزائر: الديوان الوطني للإحصائيات**.

2.6. المراجع باللغة الأجنبية :

6.2.1. Livres :

- BOYER, m. (1999). **Le tourisme de l'an 2000**. Lyon, France: Presse universitaire de Lyon.

- LESLIE, D. (2012). **Responsible tourism: concept, theory and practice**. United Kingdom: MPG Book group.

- WEAVER, D., & LAWTON, L. (2014). **Tourism management**. Australia: John Wiley and Sons. **6.2.2. Journaux**

- TORCHE, R. (09/06/2017). **Le tourisme en Algérie: ce qui passe vraiment**, Journal liberté.

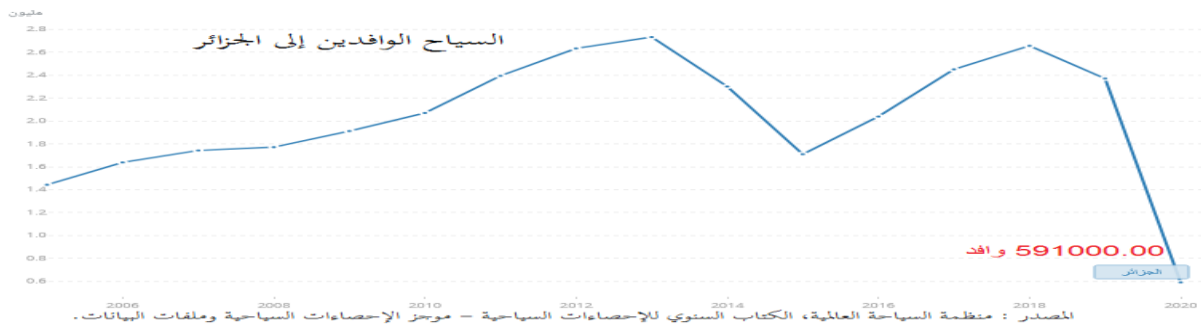
6.2.3 Rapports :

- Hopkins, J. (October 2019). **GHS INDEX Global Health Security index: building collective action and accountability. united state of America**: Center for Health Security and other.

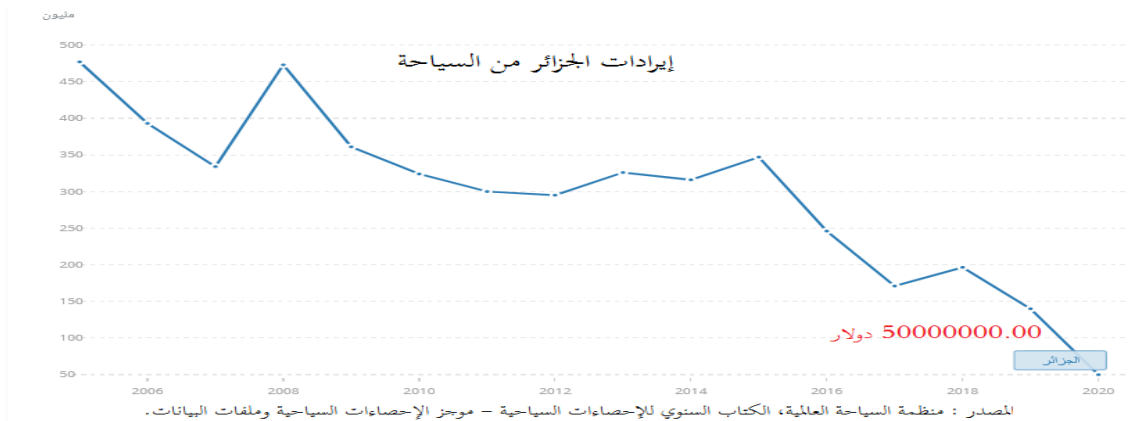
- World Economic Forum. (n.d.). **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point**. Geneva.

الملاحق

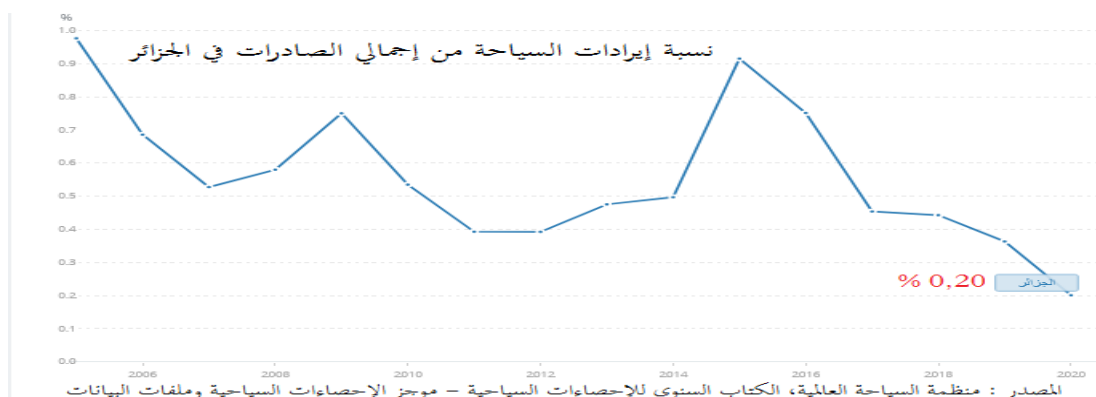
الملحق رقم I السياح الوافدين إلى الجزائر



الملحق رقم II إيرادات الجزائر من السياحة



الملحق رقم III نسبة إيرادات السياحة من إجمالي الصادرات في الجزائر



الملحق IV مؤشرات تنافسية السفر والسياحة 2019



الملحق رقم V الترتيب العام لتنافسية السفر والسياحة لعام 2019

تقرير تنافسية السياحة والسفر لعام 2019

الملحق أ
مؤشرات التنافسية 2019

يعرض هذا الملحق الترتيب التفصيلي والنتائج الخاصة بالمؤشرات الفرعية الأربعة و 14 ركيزة التي تتألف منها مؤشر التنافسية لعام 2019 لجميع الاقتصادات 140 المشمولة هذا العام.

الترتيب العام لتنافسية السفر والسياحة لعام 2019

الترتيب	النتيجة	الترتيب	النتيجة	الترتيب	النتيجة	الترتيب	النتيجة
1	5.4	36	4.3	71	3.8	106	3.3
2	5.4	37	4.3	72	3.8	107	3.2
3	5.4	38	4.3	73	3.8	108	3.2
4	5.4	39	4.3	74	3.8	109	3.2
5	5.3	40	4.3	75	3.8	110	3.2
6	5.2	41	4.3	76	3.7	111	3.2
7	5.1	42	4.2	77	3.7	112	3.2
8	5.1	43	4.2	78	3.7	113	3.2
9	5.1	44	4.2	79	3.7	114	3.2
10	5.0	45	4.2	80	3.7	115	3.1
11	5.0	46	4.2	81	3.7	116	3.1
12	4.9	47	4.2	82	3.6	117	3.1
13	4.9	48	4.2	83	3.6	118	3.1
14	4.8	49	4.2	84	3.6	119	3.1
15	4.8	50	4.2	85	3.6	120	3.1
16	4.8	51	4.1	86	3.6	121	3.1
17	4.8	52	4.1	87	3.6	122	3.0
18	4.7	53	4.0	88	3.6	123	3.0
19	4.7	54	4.0	89	3.5	124	3.0
20	4.6	55	4.0	90	3.5	125	2.9
21	4.6	56	4.0	91	3.5	126	2.9
22	4.6	57	4.0	92	3.5	127	2.9
23	4.6	58	4.0	93	3.5	128	2.9
24	4.5	59	4.0	94	3.5	129	2.8
25	4.5	60	4.0	95	3.4	130	2.8
26	4.5	61	4.0	96	3.4	131	2.8
27	4.5	62	3.9	97	3.4	132	2.8
28	4.5	63	3.9	98	3.4	133	2.8
29	4.5	64	3.9	99	3.4	134	2.7
30	4.5	65	3.9	100	3.4	135	2.7
31	4.5	66	3.9	101	3.4	136	2.7
32	4.5	67	3.9	102	3.3	137	2.7
33	4.4	68	3.9	103	3.3	138	2.6
34	4.4	69	3.9	104	3.3	139	2.5
35	4.4	70	3.9	105	3.3	140	2.4

● إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى

● شمال إفريقيا والشرق الأوسط

● الأمريكيتين

● أوروبا وأوراسيا

● آسيا والمحيط الهادي

المصدر:

ملحظة: تتراوح الدرجات من 1 إلى 7 ، حيث = 1 الأسوأ و 7 الأفضل

الملحق رقم VI تصنيف الجزائر في مؤشر الصحة العالمية لعام 2019

الجزائر
195/173 درجة المؤشر 23.6



الدرجة	المتوسط	الدرجة	المتوسط
13.1	26.4	25.7	34.8
7.5	24.4	8.2	27.1
0	21.2	0	16.0
47.2	38.4	0	22.8
0	15.1	0	1.7
0	20.8	96.5	85.0
25	42.2	12.0	41.9
29.1	48.5	16.7	54.4
50	62.3	28.3	39.1
0	54.4	0	42.3
40.6	53.4	0	29.7
0	17.7	19.6	38.4
16.7	36.4	0	16.9
66.7	68.1	0	16.2
51.4	55.0	0	23.6
46.4	60.4	0	22.6
63.4	66.1	0	39.4
41.7	49.0	69.4	72.7
54.8	52.9	100	97.4
52.4	46.9		

*المتوسط: كافة الدول الـ 195
تسوية الدرجات (صفر - 100، حيث تشير 100 إلى الاختيار الأكثر ملائمة)

Johns Hopkins. Center for Health Security and other, (October 2019), **GHS INDEX**
Global Health Security index : building collective action and accountability,
united state of America, p.119.

