

الوعي السياحي ودوره في تنمية القطاع السياحي الجزائري

Tourism awareness and its role in the Algerian tourism sector development

أ. بودريالة رفيق، جامعة أم البواقي ، الجزائر

تاريخ التسليم: (2015/11/25)، تاريخ القبول: (2016/08/20)

Abstract:

the tourism awareness mainstay can not be overlooked when planning for the advancement and development of the tourism sector . Where the tourist awareness of great importance in improving the image of tourism in the community , and to reduce some of the negative effects that accompany the tourist industry in any country , and this is by building a literate society tourism , and are familiar with the importance of the achievements and successes of the tourism sector and the sector provided jobs and economic gains are reflected in the end, the members of the community

Came this paper in order to shed light on the role of tourism awareness in the development of tourism and improve the image of tourism in Algeria and contribute in creating awareness to understand the tourist activity to the relevant bodies of the re- planning of the tourist areas and interest areas, promising rich environment tourist able to attract international tourism

Keywords: awareness of tourism, culture, tourism, tourism, tourism development, tourism investment.

ملخص :

يعتبر الوعي السياحي ركيزة أساسية لا يمكن إغفالها عند التخطيط للنهوض وتنمية القطاع السياحي. حيث يشكل الوعي السياحي أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحية في المجتمع، والتقليل من بعض الآثار السلبية التي ترافق الصناعة السياحية في أي بلد، ويكون ذلك من خلال بناء مجتمع مثقف سياحياً ، وعلى دراية بأهمية الإنجازات والنجاحات التي يحققها القطاع السياحي وما يقدمه هذا القطاع من فرص ومكاسب اقتصادية تنعكس في النهاية على أفراد المجتمع.

ولقد جاءت هذه الورقة البحثية بهدف إلقاء الضوء على دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية وتحسين الصورة السياحية للجزائر والمساهمة في خلق وعي لفهم النشاط السياحي لدى الهيئات المعنية في إعادة تخطيط المناطق السياحية والاهتمام بالمناطق الواعدة التي تزخر ببيئة سياحية قادرة على جذب السياحة الدولية.

الكلمات المفتاحية: الوعي السياحي

الثقافة السياحية، السياحة، التنمية السياحية استثمار سياحي.

مقدمة:

أصبح الاهتمام بتنمية القطاع السياحي في الجزائر واحدة من أهم القضايا الرئيسية التي تواجه الاقتصاد الوطني، حيث يلعب هذا القطاع دورا هاما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة، فهو يعد مصدرا من مصادر النقد الأجنبي للدولة، ويقلل من البطالة ويخلق فرص عمل جديد ويساهم في سد العجز في ميزان المدفوعات وكما يساهم أيضا في زيادة الدخل الوطني.

ويعتبر الوعي السياحي من أهم أدوات التنمية السياحية المعاصرة، التي تهدف إلى زيادة الدخل الفردي والوطني، وإلى تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية في الاقتصاد الوطني حيث يساهم الوعي السياحي في خلق تنمية سياحية ووعي وإدراك للأفراد بأهمية السياحة وبالخصوصية الثقافية للمجتمع، وما تحمله من مضامين متعددة مرتبطة بالهوية والانتماء، وهذه المفاهيم تحتاج إلى تنشئة قائمة على نقل وبت القيم والعادات والتقاليد والمفاهيم وكل ذي قيمة في ثقافة أو حضارة الوطن والتي تساهم في الوصول إلى حالة عالية من الوعي السياحي الذي يصنع السياحة. كما يعتبر الوعي السياحي على أنه المعرفة والفهم والإدراك لمجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السائدة في مجال السياحة، والتي تتيح للأفراد المشاركة بفاعلية في أوضاع مجتمعهم ومشكلاته، وتحدد موقفهم منها وتدفعهم للتحرك من أجل تطويرها والعمل على غرسها في الأذهان بما يساهم في نجاح الصناعة السياحية، ومن هنا فالوعي السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية المستدامة الذي يمكن للدول خصوصا الدول النامية منها من أن تواجه المنافسة في السوق السياحية الدولية.

إشكالية الدراسة: وتأسيسا على ما سبق تتبلور الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة، من خلال التساؤل

الجوهري التالي: كيف يمكن تفعيل الوعي السياحي للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر؟

يمكن تجزئة هذا التساؤل، إلى التساؤلات الفرعية التالية :

1- ماهية الوعي السياحي وما أهميته في التنمية السياحية؟

2-ما مدى اهتمام السلطات الجزائرية بالوعي السياحي من أجل الارتقاء بالقطاع السياحي في

الجزائر؟ وما هي أهم السياسات المتبعة منذ الاستقلال .

3-ما التصور المقترح للسلطات الجزائرية من خلال المخطط التوجيهي للنهضة السياحية 2025

لنشر الوعي السياحي من أجل تحقيق تنمية سياحية واعدة ؟

أهمية الدراسة: تبرز وتتجلى أهمية الدراسة فيما يلي:

✓ محاولة لفت الانتباه لدور القطاع السياحي كونه بديل اقتصادي، من شأنه المساهمة في الدخل

الوطني وتوفير إيرادات مهمة بالعملية الصعبة.

✓ إبراز أهمية نشر الوعي السياحي من أجل تحقيق تنمية سياحية شاملة

✓ محاولة لتقييم أهم السياسات والبرامج التي طبقت في الجزائر للنهوض بالقطاع السياحي

✓ وضع تصور مقترح من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من اجل تفعيل الوعي السياحي في الجزائر

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى:

1- تبيان أهمية الوعي السياحي ودوره في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، خاصة وأن السلطات الجزائرية أولت أهمية كبيرة لهذا القطاع الذي أصبح يمثل احد القطاعات الاقتصادية الواعدة التي يعول عليها كمصدر من مصادر الدخل خارج قطاع المحروقات.

2- استعراض لأهم المشاكل والمعوقات التي تواجه القطاع السياحي في الجزائر.

3- إبراز سبل تفعيل الوعي السياحي من اجل تحسين الوجهة السياحية للجزائر.

منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة سعيا لتحقيق أهدافها على منهجين: المنهج الوصفي والمنهج التحليلي عبر جوانبها المختلفة، وذلك بتشخيص وتحليل التقارير والجدول الإحصائية الخاصة بواقع القطاع السياحي في الجزائر، ومدى اهتمام السلطات الجزائرية بالوعي السياحي المناسب لدعم وتنمية القطاع السياحي.

تقسيمات الدراسة: بناء على ما سبق وتحقيقا لأهداف الدراسة قمنا بتقسيم موضوعاتها إلى ثلاث محاور رئيسية على النحو التالي:

المحور الأول- الإطار المفاهيمي للوعي السياحي.

المحور الثاني- واقع القطاع السياحي في الجزائر، واهم السياسات السياحية المتبعة منذ الاستقلال.

المحور الثالث- الآفاق المستقبلية للتنمية السياحية في الجزائر .

المحور الأول- الإطار المفاهيمي للوعي السياحي: يبرز الوعي السياحي كمتغير في الدراسة له أهمية كبيرة في تحسين صورة الوجهة السياحية للبلاد

1- **مفهوم الوعي السياحي:** إن التعريف العام الذي يتفق عليه في المنهج العلمي للوعي هو أنه: ناتج أساسي من الأحاسيس الخارجية المستمدة من البيئة، فالحواس تنقل المعلومات الحسية إلى جذع الدماغ وخاصة التشكل الشبكي والذي بدوره ينقل ويوزع هذه المعلومات إلى المناطق المختصة في القشرة الدماغية والتي تغذي بدورها وبشكل ارتجاعي التشكل الشبكي الذي يعمل على نقل ردود الأفعال إلى الأعضاء الحركية للتعامل مع المستجدات البيئية.

ويختلف مفهوم الوعي باختلاف وجهات النظر إليه ومجالات البحث فيه وقد ظهر مصطلح الوعي السياحي في الآونة الأخيرة باعتباره أهم شكل من أشكال الوعي الاجتماعي. ويمكن تعريفه بأنه:

هو إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية وتقديره للتنمية السياحية وهو جملة من آداب السلوك والتعامل مع السائح واحترامه وعدم استغلاله والتضييق عليه أو النظر إليه على أنه مصدر

للريح، إنما هو ضيف كريم يختلف عليه في السلوك والثقافة لذا يجب الترحيب به وتقديره لأنه يحقق لبلدهم فوائد اقتصادية (تيمور، 2008 ص، 109)

2- نشر الوعي السياحي في المجتمع المضيف: يعتبر الوعي السياحي من أهم الوسائل التي من شأنها أن تؤدي إلى تحسين صورة الوجهة السياحية والارتقاء بالقطاع السياحي، وهذا الوعي يجب أن يخص جميع فئات المجتمع من أفراد وأسر ومؤسسات، لذلك سيخصص هذا العنصر إلى الفئات المستهدفة من برامج التوعية السياحية التالية:

1-2) الوعي السياحي لدى المواطنين: لا يمكن أن تتحسن صورة الوجهة السياحية والارتقاء بالسياحة وتحقيق التنمية السياحية ما لم يتم تعليم المجتمع قيم السياحة كصناعة متميزة وقبول النشاط السياحي، إدراك الأهمية البالغة له في عملية التنمية الاقتصادية وتحسين مستوى المعيشة.

2-2) الوعي السياحي لدى العاملين بشكل مباشر مع السائح: تتوقف التنمية السياحية على مدى الوعي السياحي عند العاملين في الأنشطة السياحية ومدى القدرة والمهارة والرغبة في إشباع رغبات السائحين واحتياجاتهم واستقبالهم وأداء الخدمة بشكل جيد، بمعنى آخر يجب أن يلمس السائح أن الكل يعمل على إرضاء وراحته كون هؤلاء العمال على اتصال مباشر مع السائح. حيث يعرف العاملون في النشاط السياحي على أنهم القائمون على تقديم خدمات متنوعة للسياح منذ وصولهم أرض الدولة المضيفة (الجمارك، الجوازات، أجهزة الموانئ والمطارات كذلك خدمات النقل والإقامة وتقديم المشروبات والأطعمة ... وغيرها. فإذا كان هؤلاء العمال على وعي تام بأن إرضاء السائح والسرور على راحته سيعمل على تحسين صورة بلدهم وكانوا في المستوى المطلوب في أداء مهامهم فإن ذلك سيؤثر على الحركة السياحية من عدة جوانب: (بن عيسى، فويل، من الموقع www.jorljo.com)

- زيادة معدل إنفاق السائح في المواقع السياحية للبلد

- الوصول لأقصى درجة من رضا السائح عن المنتج السياحي للبلد المضيف

- زيادة احتمالية تكرار زيارته بنسبة كبيرة

2-3) الوعي السياحي لدى السائح: ويكون بتثقيفه بوسائل الإعلان والترويج والاهتمام بإصدار النشرات والكتيبات والخرائط السياحية ويجب أن تكون تلك النشرات والمنشورات والكتيبات واضحة وصحيحة متوفرة إما عن طريق وكلاء السفر أو الشركات السياحية أو مكاتب السياحة الوطنية وكذلك يجب توزيع هذه المنشورات على السياح مجاناً عند دخولهم البلد عن طريق المطارات أو الموانئ أو مراكز الحدود البرية (مكية، 2002 ص 101)

3- أهمية نشر الوعي السياحي في تحسين وجهة الصورة السياحية

إن صناعة السياحة تمثل صناعة الخدمات التي تعتمد اعتماداً كلياً على العنصر البشري وقد شهدت السياحة في الوقت الحالي تطوراً للخدمات السياحية وتنوعها ولم تعد تقتصر على فئات سكانية معينة بل

أصبحت ظاهرة شعبية يمارسها الجميع، كما أنها لم تعد مجرد ظاهرة ذات أبعاد اقتصادية واجتماعية بل تطورت وبرزت جوانبها الثقافية والحضارية والسياسية بشكل جعل منها ظاهرة إنسانية متعددة الأبعاد، من هنا تظهر أهمية نشر الوعي السياحي في تحسين صورة الوجهة السياحية وتهيئة المناخ المناسب لاستقبال السياح.

3-1) أهمية الوعي السياحي: يشكل الوعي السياحي أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحية والتقليل من الآثار السلبية التي ترافق صناعة السياحة، وهذا الوعي لا يتحقق إلا إذا تضافرت كافة الجهات المعنية والمتمثلة في الأسرة والمؤسسات التعليمية وأجهزة الدولة وكافة المؤسسات العامة والخاصة ويمكن بيان أهمية الوعي السياحي من خلال ما يلي: (الياسري، 2012، ص.260)

- الوعي السياحي يجعل المجتمع حاضن للسياحة وواع لقيمتها
- جعل السياحة ثقافة عامة لدى جميع الفئات السكانية
- جذب السائح وإطالة مدة إقامته، وترك أثر طيب يدفعه إلى العودة مرة أخرى ودعوة الآخرين للزيارة
- الحفاظ على مكونات المنتج السياحي سواء من آثار أو موارد بيئية
- توطيد العلاقات الإنسانية باعتبار أن للسياحة دورا فعالا ومهما في العلاقات الإنسانية لأنها ظاهرة طبيعية نابعة أصلا من طبيعة الإنسان وفطرته وما تحويها من غرائز وحواس منذ خلقه.
- تعزيز القنوات الإيجابية لدى المجتمع اتجاه السياحة باعتبارها نشاط إنساني بمردود اقتصادي وبعد ثقافي

- الحفاظ على الموروث الحضاري والثقافي للبلد المادي وغير المادي
- تعزيز قيم التفاهم والتأخي والسلام بين الشعوب
- احترام عادات وتقاليد المجتمع والمحافظة عليه
3-2) الآثار السلبية لتدني الوعي السياحي: إن من أهم الآثار السلبية لتدني الوعي السياحي نذكر منها:

- غياب الوعي السياحي يؤدي إلى اعتداء الإنسان على البيئة وبالتالي تلوث المحيط وهذا يؤثر على صورة الوجهة السياحية وعلى ترقية السياحة
- التلغظ بالألفاظ الجارحة وإمعان النظر بالسائحين يعد تعديا على خصوصياتهم وشعورهم بعدم الارتياح

- استغلال سائقي سيارات الأجرة للسائح والمغالاة في الأجرة وعدم إعطاء السعر الحقيقي
- إلحاح أصحاب المحلات على السائح للدخول وعرض سلعهم من ملابس وحلي وهدايا والمغالاة في الأسعار يعطي نظرة سيئة للسائح والذي ينقلها للسائحين الآخرين في بلده

-عدم إمام المرشدين السياحيين بتاريخ المعالم الأثرية وأماكن البعض منها لحداتها يؤثر سلبا على صورة الوجهة السياحية

-عدم وجود مرشدين سياحيين وتاريخيين ذوي كفاءات علمية أكاديمية يؤدي إلى استياء السياح لعدم حصولهم على المعلومات الكافية حول المنطقة

-هناك العديد من المعتقدات والأفكار والأعراف تؤثر سلبا على صورة الوجهة السياحية وبالتالي تعيق التنمية السياحية

المحور الثاني:- واقع القطاع السياحي في الجزائر وأهم السياسات السياحية المتبعة منذ الاستقلال:

تعد الجزائر لما تتمتع به من قدرات وإمكانات اقتصادية وموقع جغرافي استراتيجي وخصائص طبيعية أخرى بمثابة قطب سياحي دولي، إلا أن عدم الاهتمام بالصناعة السياحية خلال المسار التنموي حال دون الاستفادة من الإمكانيات السياحية والتعرف عليها محليا ودوليا، لذلك تولي الجزائر أهمية لإعادة إصلاح القطاع السياحي، وتظهر إرادة الدولة من خلال الإستراتيجية الحالية للسياحة الجزائرية والمتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 SDAT °.

1- مقومات الجذب السياحي في الجزائر: إن الجزائر بلد شاسع يمكن اعتباره قارة، بمساحة تعادل مساحة أوروبا الغربية أكملها (حوار مع وزير السياحة قارة، 2005. ص06) تقدم عرضا سياحيا متنوعا وثريا جدا، وهي تملك مقومات كبيرة ترشحها لكي تكون من بين البلدان السياحية الكبرى في العالم.

1-1) المقومات السياحية الطبيعية: تمتلك الجزائر مساحة شاسعة في القارة الإفريقية، وتعتبر الأولى إفريقيا، حيث تمتد من البحر الأبيض شمالا إلى أعماق الصحراء الكبرى جنوبا، وتتوفر على مقومات متنوعة تتمثل في الشريط الساحلي الذي يمتد على طول 1200 كلم، ويمنح الجزائر إطلالة حقيقية على البحر الأبيض المتوسط من خلال 552 شاطئ منها 364 مسموح للسباحة و188 ممنوع وتتميز الجزائر بثلاثة أنواع من المناخ: مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب، مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا، مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات، كما تتربع الجزائر على أربع أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الامتداد، حيث تمتد أرض الجزائر على مساحة تقدر بـ 2,381.741 كلم تميزها في الشمال سهول التل الجزائري، ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية من الغرب إلى الشرق، وتندرج به عدة جبال كجبال تلمسان، تساله، بني شقران، الونشريس الأطلس البليدي، جرجرة، الحضنة... الخ (WWW.ECHOROUKONLINE.COM)

تتخلل هذه الجبال منابع مائية وحيوانات وطيور بمختلف الأشكال والألوان، مما يؤهل هذا المنتج السياحي ليرقى إلى مستوى الطلب عليه وتلبية رغبات هواة السياحة الترفيهية والجبلية. أما جنوب الجزائر

فيمثله الأطلس الصحراوي ويظهر في الصحراء الجزائرية الممتدة على مساحة شاسعة تشكل أكثر من 80 % من المساحة الكلية للبلاد (2 مليون كلم) (بوفليح، تقرورت 2010، ص.07) ويحتوي على واحات متناثرة تتميز بغابات النخيل وتربة خصبة وكثبان رملية، وهضاب صخرية وسهول حجرية ومن هذه المناطق بسكرة، غرداية، أدرار، وادي سوف، عين صالح، ورقلة، تقرت، جانيث، تمنراست... الخ كما يعتبر المنتج السياحي الصحراوي، من أكثر المنتوجات التي حظيت باهتمام السلطات الجزائرية، نظرا لثراء هذا المنتج وتنوعه (الديوان الوطني للسياحة، 2011، ص.39)

1-2) المقومات السياحية الحضارية والتاريخية في الجزائر: الجزائر هي الأرض التي احتضنت «إنسان ما قبل التاريخ» من مناطق الطاسيلي والأهقار وعين الجنش والتوات، تشهد عليها الرسوم الصخرية وبقايا الكائنات البشرية، والحيوانات التي تم اكتشافها كما أنها تحتضن أكبر متحف مفتوح في الهواء الطلق موجود في الصحراء الكبرى، وتعد الجزائر موطن الحضارات التي ما تزال بصمة كل منها خالدة من الحضارة النوميديّة التي خلفت آثار ونصب تذكارية حاضرة عبر كل المناطق إلى الحضارة الفينيقية التي ما تزال مقابرها منتشرة بكل من الكدية وتيبازة والحضارة القرطاجية والنصيب الأكبر من المدن الأثرية يرجع إلى الحضارة الرومانية بكل من تيبازة وشرشال وجميلة... الخ، أما الحضارة الإسلامية فتتمركز آثارها بنسبة 70 % بولاية تلمسان بالإضافة للعديد من المساجد والمدن العثمانية المنتشرة عبر كل المناطق الجزائرية، الأمر الذي جعل الجزائر تمتلك مواقع تاريخية ذات سمعة عالمية (Hachimi, 2000, p56). كما تتباهى الجزائر بموروث ثقافي محلي ثري وغني جدا، يبرز من خلال العادات والتقاليد المحلية على غرار الاحتفالات والأعياد المحلية السنوية.

2- السياسات السياحية في الجزائر عبر المراحل التتموية: لقد مر تنمية القطاع السياحي في الجزائر على عدة مراحل تتموية نذكر منها مايلي:

1-2 الفترة 1962-1966:

- ورثت الجزائر بعد استقلالها من الاستعمار الفرنسي إرثا سياحيا متدهورا مما عجل بالسلطات في تلك الفترة بصدور الميثاق الوطني للسياحة سنة 1966 والذي تم فيه تحديد التوجهات الأساسية للقطاع السياحي وأهمها (Hachimi, 2000, p57).

- خلق مناصب شغل -استقطاب النقد الأجنبي- تعريف وتحسين صورة الجزائر في السوق السياحية

2-2) المخطط الثلاثي 1967-1969: كان الاهتمام في تلك الفترة على تنمية قدرات الاستقبال حيث تم تخصيص مبلغ 285 مليون دينار جزائري من أجل إنجاز 13081 سرير (بوعقلين، 1999، ص.64) بالإضافة إلى التركيز على السياحة الشاطئية.

2-3) المخطط الرباعي الأول 1970-1973: حيث كان الهدف من هذا المخطط هو التركيز على زيادة قدرات الإيواء.

2-4 المخطط الرباعي الثاني 1974-1978: في هذه الفترة تم التركيز على المشاريع التي لم تنجز في المخططات السابقة بالإضافة إلى زيادة طاقات الاستقبال، حيث بلغ حجم الاستثمارات المخصصة لمنشآت الاستقبال سنة 1978 حوالي 328,5 مليون دينار جزائري وذلك لإنجاز 868 سرير إضافي (Conseil national économique et social 2000, p 57)

2-5 المخطط الخماسي الأول 1980-1984: تم التركيز في هذا المخطط على توسيع الفنادق الصحراوية، والحمامات المعدنية بالإضافة إلى برمجة الفنادق الحضرية وتم تخصيص ميزانية قدرت بـ 3400 مليون دينار جزائري لهذا المخطط (محمدي، 2008، ص.17).

2-6 المخطط الخماسي الثاني 1985-1989: حيث كان الاهتمام أيضا بالتخطيط لمواصلته التهيئة السياحية وتطوير سياحة الحمامات المعدنية، وتنويع المتعاملين، حيث فتح المجال أمام الخواص للاستثمار أيضا في القطاع السياحي، وتم تخصيص مبلغ قدره 1800 مليون دينار جزائري لهذا المخطط (محمدي، 2008، ص.70)

2-7 الفترة 1990-1995: ما يميز تلك الفترة هو صدور القانون الخاص بترقية الاستثمار الصادر في 05 أكتوبر 1993 (وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، 2008، ص.17)، والذي بموجبه يتم منح امتيازات جبائية وجمركية من أجل جلب الاستثمار في المجال السياحي، ولكن تدهور الوضع الأمني خلال تلك الفترة بالجزائر أدى إلى تدهور النشاط السياحي ككل بالجزائر.

2-8 الفترة 1996-1999: أكد البرنامج الحكومي في بداية هذه الفترة على ضرورة تخلي الدولة عن دورها الاحتكاري، وكذا وجوب إدماج السياحة في اختيار إستراتيجية ملائمة، وخصوصة الفنادق لتحسين خدماتها وقد شمل هذا البرنامج ما يلي: تطوير وتحسين وسائل ترقية مناطق التوسع السياحي- تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي- استغلال الصندوق الخاص بترقية الجنوب-توظيف الشباب في القطاع السياحي.

2-9 الفترة 2000-2007: حيث شمل البرنامج الحكومي تطوير القطاع السياحي، إذ أصبحت السياحة في الجزائر تشكل قطبا سياحيا ذو سياسة قطاعية خاصة تتميز بوسائلها القانونية والتنظيمية، ومواردها المالية المستقلة، وتمت هيكلة القطاع من الناحيتين الإدارية والاقتصادية.

كما أن انتعاش سياسة تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي سنة 2005 من خلال تقديم تسهيلات للمستثمرين وتسهيل الإجراءات الإدارية والتمويل من طرف البنوك إلا أنها باءت بالفشل بسبب عدم ملائمة قوانين الاستثمار لقانون العقار السياحي وكذا عدم ملائمة طريقة التمويل لطبيعة الاستثمار السياحي، وعدم منح البنوك قروض طويلة المدى. (Heddar.b, 1988, p48)

2-10 الفترة 2008- إلى يومنا هذا: حيث تم تبني واعتماد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT 2025". والذي يشكل الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياحة في الجزائر والذي بموجبه تقوم الدولة ب :

- الإعلان عن رؤيتها للتنمية السياحية الوطنية لمختلف الآفاق، على المدى القصير 2009، وال المدى المتوسط 2015 و المدى الطويل 2025 وذلك في إطار التنمية المستدامة.
- تحديد الأدوات لتنفيذه مع توضيح شروط إمكانية تحقيق ذلك، وعليه يصبح المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT 2025" أداة تترجم إرادة الدولة في تنمية القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية للجزائر، ووضعها في خدمة السياحة لترقيتها إلى مصاف الجهات السياحية الدولية.

3- الحركة السياحية في الجزائر

تبنت الجزائر بعد الاستقلال نهجا اقتصاديا متمثلا في الصناعات المصنعة والذي لم يولي أهمية كبرى لقطاع السياحة رغم المؤهلات السياحية المميزة للجزائر، ثم عملت المخططات الوطنية (1966، 1967، 1989) على تدارك الوضع، إلا أنها لم تكن كافية لتحسين صورة المنتج السياحي الجزائري، وتلي ذلك تدهور الوضع الأمني طيلة سنوات التسعينات وغياب الاستقرار السياسي، ونقص الثقافة السياحية لدى بعض الجزائريين مما جعل الجزائر متأخرة في الصناعة السياحية على الصعيدين العربي والدولي إلا أن السنوات الأخيرة عرفت تحسنا ملحوظا لمؤشرات القطاع السياحي على الصعيدين العربي والدولي مفسرا ذلك برادة الدولة في تحقيق التغيير مع الاستقرار النسبي للوضع الأمني والسياسي للبلاد.

3-1) **وضعية الطلب السياحي في الجزائر:** عرفت الجزائر قدوم السياح حتى قبل فترة الاستقلال وبلغ عددهم حين ذاك 150000 سائح (معطيات الديوان الوطني للإحصائيات ONS, 2004). كما عرفت فترة السبعينات والثمانينات تطورا ملحوظا فيما يخص التدفق السياحي حيث بلغ عدد السياح 966906 سائح سنة 1988، في حين تميزت سنوات التسعينات انخفاضا مستمرا لعدد السياح من سنة لأخرى وهذا راجع لتدهور الوضع الأمني بالبلاد خلال هذه الفترة. ومع تحسن الأوضاع الأمنية خلال السنوات الأخيرة كان له أثر في زيادة التدفق السياحي، كما يبينه الجدول الموالي الملخص لتوافد السياح خلال الفترة الممتدة ما بين 2005-2011.

الجدول رقم (01): تطور عدد السياح في الجزائر خلال الفترة 2005-2013

السنوات	2005	2007	2009	2011	2012	2013
عدد السياح	1443090	1743084	1911506	2394887	2416950	2452620
نسبة النمو	/	%6.44	%7.88	%15.67	%15.81	%16.04

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على: إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية سنة 2012 ومنشورات خاصة بالديوان الوطني للإحصاء

يتبين من خلال الجدول التطور الايجابي للحركة السياحية، حيث تجاوز عدد السياح 2 مليون لأول مرة في تاريخ الجزائر، مما يبشر بمؤشرات واعدة لتطوير هذا الميدان الحيوي، وهذا مع تحسن الأوضاع الأمنية كذا التطور الملحوظ في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية. ولتوضيح أكثر نستعين بالجدول الموالي والذي يبين تطور عدد السياح مع الإشارة لبلدهم الأصلي وتحديد عدد الأجانب وكذا الجزائريين المقيمين بالخارج.

الجدول رقم (02): تطور عدد السياح حسب بلدهم الأصلي في الفترة (2005-2009)

الوحدة: سائح

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009
إفريقيا	172985	173222	171077	208343	274295
أمريكا	8117	9724	10271	10939	13120
آسيا	15157	19207	27590	39227	46613
أوروبا	227618	252553	270881	267552	283843
الشرق الأوسط	17329	23652	31369	30636	37939

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية سنة 2012

نلاحظ أن عدد السياح الجزائريين المقيمين بالخارج أو حتى الأجانب في تزايد مستمر، كما نلاحظ أن أغلب سياح الجزائر هم أوروبيين، وهذا راجع لقرب الجزائر من أوروبا على غرار الأعمال والتجارة التي تربط بين الجزائر ومعظم الدول الأوروبية. والجدير بالإشارة أن الأغراض السياحية للوافدين عبر الحدود تتعدد ويمكن توضيحها حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (03): توزيع السياح الأجانب حسب الدافع في الفترة 2005-2013

الوحدة: سائح

السنوات	2005	2007	2009	2011	2012	2013
الترفيه والراحة	322942	325960	428856	629912	631254	632941
النسبة %	73.19	63.76	65.39	69.86	69.80	69.80
الأعمال	108741	153479	208076	267789	268970	267789
النسبة %	24.64	30.02	31.72	29.70	29.74	29.71
المهام	9532	31749	18878	3941	4122	4369
النسبة %	2.11	6.81	2.87	0.4	0.45	0.48

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على: إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية سنة 2012 ومنتشورات خاصة بالديوان الوطني للإحصاء

نلاحظ من الجدول أن السياحة الترفيهية والاستجمامية هي الدافع الأول للسياح القادمين للجزائر، تليها سياحة الأعمال ثم سياحة المهام، أي أن معظم السياح الأجانب غرضهم الأساسي هو الترفيه والراحة.

3-2) مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني

أ- مساهمة القطاع السياحي في التشغيل: لقد كان عدد عمال القطاع السياحي لا يتجاوز 10054 عامل سنة 1985 وبلغ سنة 1999 حوالي 12067 عاملا (Ministère du tourisme et d'artisanat, 2008, p4) وفي ما يلي ملخص لتطور عمال القطاع السياحي في قطاع الفنادق والمطاعم خلال السنوات الأخيرة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04): تطور عمال القطاع السياحي في الفترة (2005-2013)

السنوات	2005	2007	2009	2011	2012	2013
عدد العمال	172000	204400	370000	397500	398200	399500
نسبة النمو	%4.42	%5.42	%15.62	%7.05	%7.06	%7.09

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على: إحصائيات وزارة السياحتو الصناعة التقليدية سنة 2012 ومنشورات خاصة بالديوان الوطني للإحصاء نلاحظ أن فرص التشغيل في تزايد مستمر وتشغل حوالي 1.8 % من العدد الإجمالي لسكان الجزائر، وحسب إحصائيات المجلس العالمي للسياحة والأسفار لسنة 2011 تحتل الجزائر المرتبة 85 عالميا من حيث مساهمة قطاع السياحة والسفر في التشغيل.

ب- مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الخام: سعت السياسات السياحية التنموية المتبعة في القطاع السياحي للحصول على إيرادات سياحية بالعملة الصعبة، إلا أن هذه الإيرادات لم ترق لمستوى التأثير في الاقتصاد الوطني وتسجيلها ضمن الصادرات خارج قطاع المحروقات كما بقيت نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام متواضعة إن لم نقل ضعيفة.

الجدول رقم (05): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام خلال الفترة (2005-2013)

السنوات	2005	2007	2009	2011	2012	2013
المساهمة	%1.7	%1.7	%2.3	%3.7	%3.95	%4.05

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على: إحصائيات وزارة السياحتو الصناعة التقليدية سنة 2012 ومنشورات خاصة بالديوان الوطني للإحصاء

ظلت مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام ثابتة نسبيا بقيمة 1.8 % منذ 1999 إلى غاية 2004، في حين منذ سنة 2008 سجلنا زيادة ايجابية (2.05 %) وتؤكد ذلك منذ سنة 2009 إلى غاية 2013 على التوالي.

ج- مساهمة القطاع السياحي في ميزان المدفوعات: إن الميزان السياحي في ميزان المدفوعات يعكس العملية الحسابية للمصروفات السياحية وما تحقق من إيرادات سياحية، والجدول التالي يحدد وضعية الميزان السياحي في الجزائر

الجدول رقم (06): الميزان السياحي في الجزائر خلال الفترة (2001-2013)

السنة	2001	2002	2003	2005	2007	2008	2009
الميزان السياحي	94-	137-	143-	185.7-	151.8-	94-	101.2-
2011	2012	2013					
116.8-	121-	131.5-					

Source : world travel and tourism conseil : navigating the path ahead, the 2007 travel et tourism economic research, 2007 .and Special publications of ONS.

المحور الثالث: الآفاق المستقبلية للتنمية السياحية في الجزائر: تداركا للتأخر المسجل في القطاع

السياحي عمدت الجهات الوصية على وضع سياسة سياحية جديدة طموحة وفعالة، لأنها تعتمد على التجارب الناجحة للبلدان الأخرى، وبالأخص التي تقع في حوض البحر الأبيض المتوسط، والتي حققت نجاحا في هذا الميدان وتجنب تكرار الأخطاء التي واجهتها في الماضي هذا من جهة، ومن جهة أخرى الاعتماد على مجموعة من الترتيبات التشريعية والتنظيمية والمنكيفة مع مبادئ السياحة المستدامة. ولقد تمحورت هذه السياسة السياحية في إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT. 2025) من طرف وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة. ولقد نظمت جلسات جهوية ثم وطنية لقطاع السياحة بمشاركة الوزارة، السلطات المحلية، وكالات السفر السياحية، مؤسسات السياحة والفندقة المستثمرون، الحركة الجمعوية، وكذلك قطاعات أخرى معنية بالقطاع السياحي، وذلك من أجل تجسيد برامج عمل ميدانية بعد تسجيل النقائص التي عرفها القطاع السياحي في السابق Ministère du tourisme et (d'artisanat, 2008, p.60)، وفي إطار المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (S.N.A.T) والذي يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) أ حد مركباته الأساسية، قامت وزارة السياحة بتحديد قاعدة عمل على شكل مخطط توجيهي وهذا لآفاق 2025. حيث يعتبر هذا المخطط الإطار المرجعي للتنمية السياحية في الجزائر .

1- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ورهانات المستقبل: لقد حدد هذا المخطط المعالم الكبرى لترسيخ مفهوم جديد للسياحة في الجزائر، لكونه محركا للتنمية وداعما للنمو الاقتصادي ومصدرا لخلق الثروة وإنشاء مناصب شغل، وجعل الجزائر مقصدا وجهة سياحية متميزة في غضون 2025 (1-1) التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية : إن هذا المخطط يعتبر ثمرة جهود مرحلة طويلة من البحوث والتحقيقات والتقارير والخبرات والاستثمارات، التي توضح إرادة الدولة لتنمية وتطوير

الإمكانات الطبيعية والثقافية والتاريخية للجزائر ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية لتلتحق برتبة الامتياز في ناحية البحر الأبيض المتوسط . ويتكون التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT.2025 من ستة كتب :

الكتاب 01: تشخيص الحالة السياحية في الجزائر .

الكتاب 02 : الحركيات الخمس وبرامج العمل السياحي ذات الأولوية .

الكتاب 03 : الأقطاب السياحية للامتياز POT والقرى السياحية VTE .

الكتاب 04: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (الأقطاب السياحية للامتياز والقرى السياحية للامتياز) .

الكتاب 05: المشاريع السياحية ذات الأولوية Ministère du tourisme et d'artisanat,

(2008, p.60)

الكتاب 06: تلخيص عام للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

2-1) أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT.2025): لا يقتصر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على كونه إطارا مرجعيا ستتطور ضمنه المبادرات العمومية والخاصة إلى غاية 2025. بل يرسم برنامج تطوير السياحة الوطنية وترقيتها من أجل إدراجها ضمن الشبكات الدولية بدعم مكانة الجزائر كوجهة سياحية ودعم مكتسباتنا الطبيعية والثقافية بالاستثمار وجودة العرض، وتتلخص أهدافه فيما يلي: (Ministère du tourisme et d'artisanat 2008, p. 61)

1-3) جعل السياحة أحد محركات النمو الاقتصادي

1-4) تنشيط القطاعات الاقتصادية المرتبطة بالقطاع السياحي

1-5) ربط ترويج السياحة بالمحيط

1-6) تهمين التراث التاريخي والثقافي والديني

1-7) التطوير المستمر لصورة السياحة في الجزائر

ويكون ذلك عن طريق تحديد مفهوم جديد للسياحة الجزائرية يسمح بإدخالها في السياحة

العالمية. (Ministère du tourisme et d'artisanat, 2008, p. 61)

2- الديناميكيات الخمس للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 : ويشمل هذا المخطط خمس حركيات لتفعيل السياحة بالجزائر وهي: مخطط وجهة الجزائر، الأقطاب السياحية للامتياز والقرى السياحية للامتياز ومخطط جودة السياحة ومخطط الشراكة العمومية والخاصة ومخطط التمويل .

2-1) تهمين الوجهة السياحية للجزائر

2-2) إنشاء أقطاب سياحية ذات امتياز وبناء قرى سياحية ذات امتياز

2-3) تطبيق مخطط الجودة السياحية:

2-4) تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص

2-5) وضع مخطط تمويل سياحي.

خاتمة :

إن التشخيص الأولي لقطاع السياحة بالجزائر، يبين ضعف النتائج المحققة في هذا القطاع وهذا واضح من خلال مساهمته الضئيلة في الناتج المحلي الخام المحددة حاليا بـ: 3.7% (2011) كما يرجع ذلك إلى العجز في الهياكل الفندقية وضعف في جودة العرض السياحي المتوفر، فالجزائر وجهة عذراء يجب استغلالها لجعل القطاع السياحي قطاع استراتيجي وتنافسي على المستوى الدولي، وهو ما نلمسه من خلال التحدي الذي رفعته الجزائر بالاعتماد على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، واستغلال المزايا التي يقدمها الاستثمار الأجنبي، كفرصة لتطوير مختلف القطاعات المحلية بما فيها القطاع السياحي، باعتباره أحد مصادر التمويل الخارجي ويساهم في خلق فرص جديدة للعمل، ونقل التكنولوجيا الحديثة، والعمل على ترقية المنتج السياحي الجزائري .

أ- النتائج: ومما سبق، تم التوصل إلى بعض الاستنتاجات حول موضوع الدراسة، يمكن إدراجها في

مايلي:

1- ترخر الجزائر على إمكانيات طبيعية هائلة تمكنها من أن تكون قطبا سياحيا دوليا في المستقبل

2- قلة الوعي السياحي لدى المواطن الجزائري، واقفاره للثقافة السياحية يجعل من عدم اختيار

السياح الأجانب الجزائر كوجهة سياحية.

3- إن إهمال وهميش القطاع السياحي من خلال المخططات الوطنية للتنمية جعله غير قادر

لمواكبة بقية القطاعات الأخرى .

ب-التوصيات:

01- الاهتمام بتنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع بشكل عام والعاملين في مجالات السياحة

المختلفة والأجهزة الرسمية بشكل خاص، وذلك باستخدام مختلف الوسائل المتاحة بالإضافة إلى وضع

برامج ثقافية التي يمكن من خلالها أن ترفع من مستوى الثقافة السياحية لدى جماهير المجتمع.

02- ضرورة إدخال الثقافة السياحية في المناهج التربوية ولتعليمية بشرط أن يكون ذلك بشكل

صحيح بحيث لا يتعارض مع ديننا وقيمنا.

03- العمل على تدريب وتكوين رجال الأمن تكوينا سياحيا وثقافيا وتاريخيا وليس فقط أمنيا خاصة

أولئك الذين يعملون في المواقع السياحية والأمنية حتى يحسنوا التعامل مع السياحة.

قائمة المراجع:

أولا - المراجع باللغة العربية:

- بن عيسى، فيال، الوعي السياحي للمجتمع المحلي ودوره في الترويج، تم استرجاعها بتاريخ 28/08/2013 على الموقع الإلكتروني: www.jorljo.com
- بوفليح، تقوروت، (2010)، "دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا" مداخلة قدمت إلى الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر-الواقع والآفاق، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة البويرة.
- بوعقلين، بديعة، (1999)، السياسات السياحية في الجزائر وانعكاساتها على العرض والطلب السياحي، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر.
- تم استخراجها بتاريخ (20/06/2014) من الموقع WWW.ECHOROUKONLINE.COM
- داليا، محمد، وتيمور، زكي، (2008)، الوعي السياحي والتنمية السياحية مفاهيم وقضايا، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة.
- دن، (2013)، الديوان الوطني للسياحة "الجزائر البلد النور"، الديوان الوطني للسياحة، ص 39.
- الديوان الوطني للإحصائيات، 2004، منشورات خاصة ب ONS.
- راجع موقع الإنترنت (20/06/2013) WWW.ECHOROUKONLINE.COM
- مكية، منال، عبد المنعم، (2002)، السياحة تشريعات ومبادئ، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- محمدي، عز الدين، (2008)، التطور السياحي بالجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر
- قارة، محمد الصغير، (2005)، حوار مع وزير السياحة، السيد مجلة الجزائر السياحية، الجزائر.
- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، (2008)، تشخيص السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الجزائر.
- الياسري، وهاب فهد، (2012)، الوعي السياحي لدى طلبة المراحل الجامعية، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بابل.

ثانيا - المراجع باللغة الأجنبية:

- Conseil national économique et social, (2000). avant projet rapport, contribution pour la définition de la politique nationale du tourisme, Alger. - Hachimi, madouche, (2000). le tourisme en Algérie, Edition Houma, Alger.
- Heddar, b, (1998). "Role socio économique du tourisme", OPU, Alger.
- (M.A.T.E) Ministère de l'aménagement du tourisme de l'environnement et du tourisme, SDAT 2025, livre1, Alger.
- Ministère du tourisme et d'artisanat, 2008, audit du tourisme algérie, 2008, SDAT 2025, livre 1, Alger.