ISSN: 2437-0827 مجلة دراســـات في علم اجتماع المنظمات
المجلد: 11(العدد: 01)السداسي الأول/2023 https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/234

صناعة السياحة في الجزائر وتأثيرها على التنمية الاقتصادية والاجتماعية

The tourism industry in Algeria and its impact on economic and social development

[1] ذهبية سيدعلي ، [2] الأمين بلقاضي

[1] أستاذة محاضرة أ، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، الجزائر ، dahbisidali@yahoo.fr

[2] أستاذ محاضر أ، المركز الجامعي مرسلي عبد الله تيبازة الجزائر، aminebelkadi@live.fr

تاريخ الإستقبال: 2022/12/13 تاريخ القبول: 2023/04/23 تاريخ النشر: 2023/06/30

ملخص:

تؤدي صناعة السياحة في الجزائر دورا محوريا في تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي، كما تعكس درجة التقدم الحضاري والعلمي من هنا ارتأينا أن يتناول موضوع بحثنا صناعة السياحة في الجزائر وتأثيرها على التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث يهدف بحثنا الى إبراز دور قطاع صناعة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، توضيح آليات تفعيل صناعة السياحة في الجزائر. ومن أبرز النتائج التي توصلنا الى استخلاصها هو ان صناعة السياحة في الجزائر تساهم بشكل كبير في تحقيق تنمية مستدامة في القطاعين الاقتصادي والاجتماعي باعتبارها قطاعا استراتيجيا يعمل على رفع الموارد المالية بعيدا عن قطاع المحروقات.

الكلمات مفتاحية: صناعة السياحة ؛ تفعيل السياحة ؛ التنمية المستدامة.

Abstract:

tourism industry in Algeria pays a pivotal rôle in achieving economic and social growth. It also reflects the degree of civilizational and scientific progress. From here, we decided that the topic of our research should address the tourism industry in Algeria and its impact on economic and social development. Our research aims to highlight the role of the tourism industry sector in economic and social development. Clarify the mechanisms of activating the tourism industry in Algeria. One of the most prominent results that we have concluded is that the tourism industry in Algeria contributes significantly to achieving sustainable development in the economic and social sectors as a strategic sector that works on The fuel sector.

Keywords: tourism industry;activating tourism;sustainable development

*المؤلف المرسل: ذهبية سيدعلي

1. مقدمة

إن المتمعن للسياحة عبر التاريخ يدرك أن الإنسان منذ بدايته يتنقل من مكان إلى آخر بدافع ديني، اجتماعي، ثقافي، علمي...الخ؛ حيث أن السياحة تعكس مدى التقدم الحضاري والاجتماعي والعلمي للشعوب وذلك لما لها من أبعاد اقتصادية وثقافية وسياسية واجتماعية كما تعتبر ظاهرة إنسانية تتصف بالحركية خاصة وأنها تعتبر في عصرنا الحالي بمثابة غذاء للروح والترفيه على النفس لكل إنسان. وتجدر الإشارة إلى أن السياحة أصبحت وسيلة الاتصال الفكري والثقافي والاجتماعي بين الشعوب المختلفة بطريقة تتخللها روح التفاهم والتسامح والسلام، ويعتبر هذا الحقل الذي يضم كل من النقل، الإيواء، البرامج السياحية والبنى التحتية من أكبر الصناعات في العالم، ومن الناحية الاستراتيجية يشكل تفوقا على حقول النفط والغاز والفحم الحجري والتي تساهم في التغيرات المناخية، ارتفاع درجات الحرارة إضافة إلى تلوث البيئة على كوكب الأرض.

فبعد الحرب العالمية الثانية ساد العالم نوعا من التوازن سمح لقطاع السياحة لأن يتطور بشكل مستمر له أبرمته العديد من الاتفاقيات، وشرعت قوانين قصد السير العقلاني لهذا القطاع، والآن أصبحت السياحة علما يدرس في الجامعات والمعاهد. ولها علاقة وطيدة بالعلوم الأخرى كعلم الاجتماع البيئة، علم الاقتصاد، علم الآثار. فإذا كان القرن العشرون يعتبر محطة انطلاقة السياحة، أصبح القرن الحادي والعشرون قرن السياحة بمفهومها الحديث (استعمال التكنولوجيات الحديثة في التسيير).

وصناعة السياحة في الجزائر تستطيع أن تكون قطاعا بديلا لقطاع المحروقات والغاز الصخري، وهذا بطبيعة الحال يقتضي معرفة كيفية استغلال الموارد المتاحة استغلالا عقلانيا مما يعمل على الجذب السياحي خاصة وأن السائح يتخيل أنه قطع مواطنا ومواسم مختلفة فيما أنه في الواقع لم يغير بلدا[1]

ومن هذا المنطلق تتجلى معالم إشكالية هذه الورقة البحثية فيما يلي: مفهوم صناعة السياحة في الجزائر، أهميتها وحركيات تفعيلها، تأثيرها على التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

وللإجابة على هذه الإشكالية تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

. ما مفهوم صناعة السياحة في الجزائر؟

. ما هي مقومات صناعة السياحة وفيما تكمن خصائصها؟

. فيما تكمن أهمية صناعة السياحة وما التحديات التي تواجهها

. ما هي الآليات التي وجب الاعتماد عليها من أجل تفعيل حركية صناعة السياحة في الجزائر؟

. كيف تؤثر صناعة السياحة على التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر؟

ولمعالجة هذا الموضوع تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور رئيسية تمثلت في:

المحور الأول: مفهوم صناعة السياحة في الجزائر.

المحور الثاني: أهمية صناعة السياحة في الجزائر، تحدياتها وحركيات تفعيلها.

المحور الثالث: تأثير صناعة السياحة في الجزائر على التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة الحالية من أهمية الموضوع الذي تعالجه حيث يعتبر موضوع صناعة السياحة في غاية الأهمية بالنسبة لكل دولة ترغب في تحقيق تنمية مستدامة ورفع مستوى النمو الاقتصادي لها، حيث تعتبر صناعة السياحة قطاعا استراتيجيا ومصدرا مهما لتحقيق موارد مالية بعيدا عن قطاع المحروقات، كما تعتبر صناعة السياحة مجالا للتبادل الثقافي والمعرفي، إضافة إلى مساهمتها في الحد من ظاهرة البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين. كما أنها تشكل وسيلة من وسائل الاتصال الفكري.

أهداف الدراسة: تتمثل هده الورقة البحثية فيما يلي:

. إبراز دور قطاع صناعة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

. توضيح آليات تفعيل صناعة السياحة في الجزائر.

. محاولة حصر المشاكل التي تعيق النهوض بقطاع صناعة السياحة في الجزائر.

2. مفهوم صناعة السياحة في الجزائر مقوماتها وعناصرها، أنواعها

1.2 مفهوم السياحة:

أ . تعريف صناعة السياحة :

لكي يتضح لنا ما ذا يقصد بصناعة السياحة ينبغي أن نتطرق إلى تعريف كل من: السياحة، السائح وصناعة السياحة.

تعني كلمة السياحة "السفر والإقامة المؤقتة خارج مكان السكن الأصلي[2] (أي الانتقال من مكان إلى مكان آخر؛ حيث أنه إذا كان السفر من مدينة إلى أخرى داخل حدود الدولة سميت سياحة داخلية وإن كانت من دولة إلى أخرى سميت سياحة دولية. وينظر علماء الاجتماع للسياحة على أنها رغبة في التعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية أو ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى، إذ تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية حيث يلتف حولها عدد كبير من الناس في الداخل والخارج. كما تشكل السياحة

عملية اقتصادية تتعلق بانتقال وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة ترتبط بهم ارتباطا مباشرا.

وتعتبر كذلك ظاهرة اقتصادية باعتبارها تعمل على تحسين المستوى الاقتصادي للبلدان كما لها أهمية كبيرة في الاقتصاد العالمي حيث تتميز بخصائص الاستدامة وقلة التكلفة ولها تأثيرا قويا في ازدهار القطاعات الأخرى المكملة لحلقة التنمية كقطاع النقل بأنواعه الثلاث البري، البحري والجوي، والقطاع الزراعي بشقيه التقليدي والحديث، وقطاع البنى التحتية من طرق معبدة، فنادق، قرى سياحية، وقطاع الصناعة سواء الحديثة في المدن أو البدائية في الريف والبادية. كما تعتبر كذلك ظاهرة ثقافية؛ حيث تؤدي إلى مزج الثقافات والعادات والتقاليد بين الأمم وتشكل أساس التواصل الدولي وربط العلاقات الدولية والإنسانية بين الشعوب.

ب-تعريف السائح:

يقصد بالسائح ذلك الشخص الذي ينتقل من مكان إقامته المعتاد إلى مكان آخر داخل الدولة مؤقتا، ومن ثم يباشر نشاطا آخر غير العمل وهناك شرطان أساسيان لتعريف السائح:

. شرط المسافة: ينطبق على كل إنسان يقطع مسافة 25 ميلا (40 كلم) يعتبر سائحا، وقد رفع حدّ هذه المسافة في بعض الدول إلى 100 ميل (160 كلم).

شرط بقاء ليلة في المكان المزار: وهذا الشرط ينطبق على السياحة الداخلية من حيث أن السائح هو الشخص الذي يترك مكان إقامته المعتاد ليزور مكان آخر داخل حدود الدولة التي يقيم فيها بحيث يقطع مسافة لا تقل عن 40 كلم، ويقضي ليلة على الأقل في المكان المزار ويشترط ألا يكون انتقاله لغرض الكسب، حيث أن الغرض من السياحة الداخلية قد يكون الترفيه أو الاستجمام أو ممارسة الأنشطة الرياضية أو زيارة الأهل والأصدقاء أو العلاج أو حضور مؤتمرات وندوات...الخ.

ج-تعريف صناعة السياحة:

تعتبر صناعة السياحة أول صناعة عبر التاريخ، وهي قطاعا استراتيجيا يؤدي دورا محوريا في تحقيق معدلات النمو الاقتصادي كما تعكس درجة التقدم الحضاري والعلمي للشعوب، وذلك باعتبارها من الأنشطة الإنسانية ذات ديناميكية وتظهر بصورة واضحة في تبني الدول لاستراتيجية فعالة التي تعمل على توفير وسائل الجذب السياحي، وعلى تنمية هذا القطاع البديل؛ حيث تأخذ طابع التصنيع المتكامل والذي يعني إقامة وتشييد مراكز سياحية تحتوي على الخدمات التي يحتاجها السائح خلال إقامته بها وبالشكل الذي يتلاءم مع القدرات المالية للفئات المختلفة من السائحين وتأخذ التنمية السياحية أشكالا

مختلفة تتنوع من منطقة لأخرى، حيث أنه هناك المناطق الجبلية والسياحية ومناطق الينابيع الحارة، وهناك المدن الكبيرة وغيرها.

وتتميز صناعة السياحة بخصائص عديدة نذكر أهمها كالتالي:

-تتطلب صناعة السياحة استثمارات مالية اقل نسبيا إذا ما قورنت بقطاعات إنتاجية أخرى كالصناعات الثقيلة مثلا.

- بيع المنتوج السياحي يتأسس على ثروات غير مادية كنوع المناخ، وجمال الطبيعة ووجود أماكن تاريخية وأثرية وهي ذات إمكانيات كبيرة لتحقيق عوائد مالية غير محدودة في حالة تخطيطها بشكل جيد وتسويق المتوج وفق قواعد علمية وتجارية.[3]

- يرتبط صناعة السياحة بالنشاط الإنتاجي الذي يقدم خدمات طبيعتها مرتبطة بالتنمية الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية...الخ.[4]

2.2 مقومات صناعة السياحة، عناصرها وخصائصها:

أ-مقومات صناعة السياحة: للسياحة مقومات طبيعية، بشرية ومادية:

- ✓ المقومات الطبيعية: تتمثل في كل الظروف المناخية، تمايز الفصول، مناطق دافئة وحمّامات معدنية بمعنى كل مظاهر جذب السياح مثلا الحمامات المعدنية تستغل لعلاج المرضى او للمتعة والترفيه وكذلك المناطق الصحراوية التي تلعب دورا بارزا في جلب السياح نظرا لما تتوفر عليه من خصائص عن المناطق الأخرى كتوفرها على الكثبان الرملية[5]
- ✓ المقومات البشرية: تشمل الجوانب التاريخية مثل الآثار، المعالم، الشواهد الأطلال الفنون الشعبية بكل طبوعها، الثقافات والعادات لدى السكان.
- ✓ المقومات المالية والخدماتية: تشمل البنى التحتية كالمطارات، النقل البري والجوي، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران، ومدى توفر الخدمات المكملة كالبريد، الإطعام الفنادق، المقاهي، مراكز التسلية والترفيه.

ب-عناصر صناعة السياحة: تتضمن الصناعة السياحية عدة عناصر أهمها:

- ✓ عناصر الجذب يساعد السياحي (العرض السياحي الأساسي): وهذه تشمل العناصر الطبيعية مثل أشكال السطح، المناخ والجبال والغابات والسهول والأنهار والبحار والثلوج، المياه المعدنية، بيئة

خلابة تحتوي على حيوانات، نباتات وصدف وأحجار إضافة إلى العناصر غير الطبيعية من صنع الإنسان كالمدن الحضارية، ناطحات السحاب المتنزهات والمعالم الأثرية الأماكن الدينية والتاريخية.

- ✓ النقل: يلعب النقل دورا هاما في تطوير السياحة ونجاحها فإن توافر وتطوير وسائل المواصلات السريعة والمريحة وتوافر طرق المواصلات يساعد على نجاح المناطق السياحية (المطارات الموانئ البحرية، محطات سكك الحديد والنقل البري)؛ فالسائح عندما يفكر في زيارة منطقة معينة فإن أول ما يفكر فيه هو طريقة الوصول.
- ✓ خدمات مكاتب السياحة والأسفار وشركات تأجير السيارات.
- ✓ خدمات الإيواء كالفنادق، وأماكن النوم الخاص كبيوت الضيافة وشقق الإيجار أو غير التجاري كبيوت الشباب.
- ✓ التسهيلات السائدة بكل أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والبنوك التجارية، خدمات صحية، علاجية...الخ.

وعليه فيمكننا حصر عناصر السياحة في ما يلي:

- الديناميكية (الحركية): وهو السفر إلى منطقة أو عدة مناطق مختلفة.
- الستاتيكية (السكونة): يتضمن البقاء في المنطقة المضيفة.
- السببية (التبعية): وهو ناتج عن العنصرين السابقين والذي يهتم بتأثير السائح بصفة مباشرة أو غير مباشرة في الأنظمة الاقتصادية والطبيعية والاجتماعية.

3. أهمية صناعة السياحة في الجزائر وتحدياتها:

1.3 أهمية صناعة السياحة:

صناعة السياحة بصفة عامة وفي الجزائر على وجه الخصوص لها أهمية بالغة على مختلف المستويات الاقتصادية الاجتماعية، الثقافية والبيئية وتكمن هذه الأهمية فيما يلي:

-منح فرصة الاستمتاع بفضاء السياحة المتنوعة التي تعمل على تحقيق الراحة والترفيه

-التعرف على ثقافات ومعارف جديدة وكسر روتين الحياة اليومية.

-خلق التوافق الاجتماعي والثقافي بواسطة تبادل الثقافات والتقاليد والأعراف بين مختلف الشعوب.

-زيادة درجة الاهتمام بالسياحة عند الباحثين والمختصين في المجال العلمي وذلك باعتبارها من المتطلبات الفورية لتحقيق التنمية المستدامة ووسيلة فعالة للمساهمة في دفع عجلة النمو الاقتصادي وترقية المجتمع بصفة عامة.

-جلب رؤوس الأموال الأجنبية والعملة الأجنبية.

-دعم المنتوج المحلي وتدعيم النشاط الاقتصادي وذلك من خلال تشجيع المؤسسات الصغيرة والصناعات التقليدية

-تحسين المستوى المعيشي للمجتمعات المحلية من خلال تطوير البنى التحتية إضافة إلى توفير الخدمات الصحية.

- تنشيط قطاع الخدمات (النقل، المطاعم، والفنادق) وتشغيل العمال على مختلف المستويات.

2.3 تحديات صناعة السياحة في الجزائر:

لقد رأينا أن أهمية صناعة السياحة تكمن في الدور الذي تؤديه في سبيل تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال توفير قدر أكبر على جذب واستقطاب السياح الأجانب من جهة، ومن جهة أخرى تشجيع السياحة الداخلية عن طريق تحسين البنى والهياكل القاعدية الموجهة إلى تثمين وتطوير القطاع، وهذا يعمل على زيادة موارد الدولة في العملة الصعبة وعدم مغادرتها البلاد بتوجه السياح المحليين نحو البلدان الأجنبية، بالإضافة إلى ذلك فإن تطوير هذا القطاع من شأنه أن يساهم بشكل فعّال في القضاء على الكثير من المشكلات كالبطالة، وهذا بفضل تشجيع وتطوير المشاريع الاستثمارية السياحية.

ولكن ما ينبغي الإشارة إليه هو أن الصناعة السياحية مازالت تتخبط في مشكلات جعلت القطاع السياحي يعاني قصورا في المساهمة الفعّالة لتحقيق التنمية الاقتصادية. وتتمثل مصادر كلّ هذه المشكلات في الوضع الأمني في الجزائر الذي تدهور مع بداية التسعينات في القرن الماضي، إضافة إلى عدم وجود استراتيجية واضحة ورغبة سياسية في جعل القطاع قطاعا استراتيجيا وليس ثانويا، وقد ترتب على ذلك وجود العديد من العوامل التي أدت ولا تزال تؤدي إلى تدهور القطاع على مستوى البنى التحتية. ويشمل ذلك ضعف قدرة الاستيعاب الفندقي وعدم تنوعها، وضعف شبكة المواصلات والاتصالات، أضف إلى ذلك غياب ثقافة سياحية عن المجتمع الجزائري، والتي بإمكانها العمل على تسويق المنتجات السياسية بشكل فعّال.

وعليه فإن التحدّي الحقيقي الذي يواجه القطاع السياحي يكمن في عدم وجود مجال واسع لتطوير الخدمات السياحية، فوجود كل الإمكانيات والمؤهلات السياحية الطبيعية من دون القدرة على توفير

الخدمة سيؤدي إلى نتيجة حتمية، وهي سوء أداء القطاع، ويمكننا تلخيص المشكلات التي تشكل تحديات كبيرة للقائمين على السياحة فيما يلي:

. غياب الأمن والاستقرار

. غياب ما يعرف بالشرطة السياحية

. غياب الخدمات السياحية.

. ضعف قدرة الاستيعاب الفندقي وعدم تنوعها.

. غياب المعلومة السياحية وغياب المنشورات التوجيهية.

. قلة الأنشطة الترفيهية وعدم تهيئة الغابات.

. غياب النظافة بشكل عام ونظافة الشواطئ بشكل خاص.

. مشكلة التنقل والمواصلات، الأمر الذي تسبب في عزلة الكثير من المناطق السياحية.

. عدم تطور شبكة الاتصال.

. غياب الأنشطة التحسيسية التي من شأنها أن تساهم في الحفاظ على البيئة.

– ضعف مستويات المأكل وعدم وجود صرامة في التعامل مع الباعة الذين لا يحترمون تعليمات النظافة.

. غلاء الأسعار خاصة في المناطق السياحية وعدم تفعيل أجهزة الرقابة على الأسعار.

– غياب استراتيجيات تسويق المنتجات السياحية خاصة على المستوى الدولي لاستقطاب السياح الأجانب

– مشكلة السياحة الموسمية التي تعانيها الكثير من المناطق السياحية؛ حيث يكاد ينعدم السياح خارج المواسم نتيجة لعدم تشيع السياحة الداخلية وعدم الترويج للمعالم السياحية والترفيهية غير المرتبطة بالموسم.

. غياب الثقافة السياحية لدى المواطن ونقصد بالثقافة السياحية امتلاك الفرد قدر من المعارف والمفاهيم والمعلومات والمهارات والاتجاهات والقيم التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح

كما تعني الثقافة السياحية كذلك عملية اكتساب الفرد لمعلومات سياحية عن البيئة التي يعيش فيها وبالتالي مساعدته على توظيف هذه المعلومات والاستفادة منها بما يؤدي إلى النهوض السياحي، وللثقافة السياحية أهمية كبرى تتمثل في[7]

-تنمية الثقافة السياحية من خلال المؤسسات التربوية والتعليمية المدرسة، الأسرة، الجامعة، وسائل الإعلام.

-فهم وتنمية التراث حيث أن الذاكرة التاريخية لأي دولة هي تراثها الحضاري، والتي تعمل على التنمية والمحافظة عليه، من خلال تعريف المجتمع به، وكيفية المحافظة عليه واستغلاله بطريقة أمثل وزيادة الوعي لدى المجتمع بأهميته.

-تنظيم الخدمات الهامة بشكل عقلاني وتوفيرها بالصورة المطلوبة.

-المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.

-الاهتمام باستراتيجية تنمية القوى البشرية وذلك من خلال توفير القوى البشرية المدربة وذلك من أجل الرفع من مستوى الأداء في المنشآت وزيادة الرضا الوظيفي للعاملين في جميع المستويات، تحقيق التنمية الإدارية الشاملة.

4 حركيات تفعيل صناعة السياحة في الجزائر

تتطلب صناعة السياحة في الجزائر أساليب إنعاش سريعة ومستدامة تضمن إعادة الاعتبار للمكان والدور الذي يعين على مستوى الساحة الدولية ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، ولقد شرعت الجزائر في العمل ببرنامج السياحة ذات الأولوية ابتداء من سنة 2008 [8] قصد تفعيل التحوّل السياحي للجزائر، وهذا عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز المدرجة كمشاريع ذات الأولوية وكدافع الانطلاق السياحي ابتداء من سنة 2008 مدعمة بمخطط النوعية والشراكة بين القطاع العام والخاص، إضافة إلى مخطط التمويل السياحي، وفي ما يلي سوف نعرض هذه المخططات الخمس بحسب ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 [9]

أ-مخطط وجهة الجزائر:

ويقصد به أي إعداد صورة سهلة للقراءة لوجهة الجزائر؛ حيث أن تحسين صورة الجزائر مسألة جوهرية لكي تعطي لها طابع سياحي تنافسي من خلال استراتيجية التسويق السياحي وهذا كله يستوجب ابتكار علامة تسجيل للمنتوج الجزائري مزودا بشعار (LOGO) وهناك 07 قواعد ضرورية يجب التركيز عليها من أجل إنجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر وهي كالتالي:

. ثقافة ذهنية: أي اختيار طريقة جيدة لإعداد الصورة والسوق من أجل الاتصال والبيع.

. الالتزام: بمعنى التنسيق المنسجم وكذا تجنيد وسائل الاتصال الحديثة المادية، البشرية والتقنية.

- **الأدوات:** أي استخدام وسائل التنشيط الأقلام، أقراص، صفقات، شاشات فيديو، انترنيت، فضاء مرئي.

– **فضاء الاتصال:** تبني وضعية مراقبة ورصد إستراتيجية على المستوى الوطني جناح لكل قطب امتياز يوفر خمس وظائف: الاستقبال، الإعلام، فضاء المحلات، المعارض.

. **المسعى:** شراكة فعالة على المستوى المحلي والدولي.

– **توحيد العمل في كافة الهيئات:** الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة (ONAT) الوكالة الوطنية للسياحة (ONT).

وكل هذا من أجل تعزيز وجهة صورة الجزائر على مستوى الأسواق، وكذا الحفاظ على الفئات السكانية المستهدفة والمتمثلة في كل من السياح المحليون، الجزائريون المقيمون بالخارج، متوسط السن في الأسواق المطلوب المحافظة عليها.

ب. الأقطاب السياحية للامتياز:

يتضمن القطب السياحي قرى سياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودا بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية، فالقطب يدمج المنطق الاجتماعي (الاحتياجات الأولية للسكان)، الثقافية الإقليمية (خاصيات، مميزات الإقليم)، التجارية (مراعاة توقعات ومتطلبات السوق، فهو يتأسس على موضوع رئيسي (السياحة الصحراوية، سياحة الاهتمام، السياحة العلاجية والصحة) من أجل التماسك في تموقعه وتتمركز هذه الأقطاب في: [10]

-القطب السياحي للامتياز شمال شرق: عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة ، سوق أهراس، تبسة.

-لقطب السياحي للامتياز شمال وسط: الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، البويرة، تيزي وز، بجاية.

-لقطب السياحي للامتياز شمال غرب: مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.

-القطب السياحي للامتياز جنوب شرق: الواحات، غرداية، بسكرة، الواد، المنيعة.

-القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: توات، القرارة، طرق القصور، ادرار، تيممون وبشار.

-القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير: طاسلي ناجر، اليزي، جانت.

يتشكل كل قطب من هذه الأقطاب السبعة من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل ووفقا لقدراتها سيتم تطوير عدة مواضيع يكون إحداها دليلا مرشدا وذلك لضمان عرض متعدد ومتنوع يستجيب لتوقعات مختلف الزبائن. ومن أجل ذلك يعرف كل قطب من خلال موضوع رئيسي ومسيطر يحدد هويته

ويمنحه صورته وعلامته: قطب صحراوي جنوبي، غربي، شمالي غربي...وتهدف هذه الأقطاب السبعة إلى تحريك الانتشار السياحي على مستوى التراب الوطني.

ج-مخطط نوعية السياحة:[12]

يسعى هذا المخطط إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني حيث يرتكز على التكوين والتعليم ويدرج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتوج السياحي في العالم، كما يهدف إلى تحسين نوعية العرض السياحي وتشجيع ترقيته في الجزائر وخارجها.

د-مخطط الشراكة العمومية الخاصة:

تؤدي الدولة والجماعات المحلية دورا رئيسيا في المجال السياحي وبالخصوص في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت كالمطارات والطرق في خدمة السياحة كما أنها تسهر على النظام العام والأمن وتدير المتاحف والأضرحة التاريخية، أما القطاع الخاص فإنه يعمل على ضمان أساسيات الاستثمارات والاستغلال السياحي يثمن ويسوق الخدمات التي تصنعها الدولة تحت التصرف، ومن أجل جعل الجزائر أكثر جاذبية وتنافسية يجب- جعل بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية، السفارات، القنصليات، المطارات، الموانئ، المحطات.

. تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية: النظافة، المياه، تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

. تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية والقرى السياحية للامتياز.

. صيانة الثروة الطبيعية والبيئية.

. تحسين النوعية بالتكوين المستمر.

هـ . مخطط تمويل السياحة: يتمثل دور مخطط التمويل في:

. حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة.

. السهر على تجنيب المشاريع السياحية التوقف والذوبان.

. جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.

. تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز.

. تسهيل وكسب التمويل البنكي للنشاطات السياحية.

ويتعلق مخطط تمويل السياحة بالنقاط التالية:

. تخفيف إجراءات منح القروض البنكية.

. التمديد في مدة القرض.

. مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار في تقدير المخاطر وفي تمويل عتاد الاستغلال.

5. الخاتمة

يمكننا القول أن صناعة السياحة في الجزائر مهمة جدا خاصة وأن الجزائر تتوفر على إمكانيات سياحية عظيمة، طبيعية فهي تشكل قطاعا يؤثر في كل القطاعات الأخرى، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، والعلمية، كما تساهم في الجذب السياحي حيث أنها تؤثر بدرجة كبيرة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

وعليه فإنه حان الوقت لمعرفة كيفية استغلال هذه الإمكانيات المتاحة للجزائر، وذلك من خلال تبني استراتيجية سياحية التي تعمل على التنسيق بين القطاع العام والخاص من خلال تشجيعهما على الاستثمار في السياحة والعمل على تحقيق جودة هذا القطاع الاستراتيجي للارتقاء بهذه الصناعة السياحية وفي سبيل تحقيق التنمية الشاملة.

نستنتج مما سبق أن صناعة السياحة لها دور لا يستهان به على الصعيد الوطني والعالمي وعليه فلكي نرتقي في هذا المجال في الجزائر اقترحنا التوصيات التالية:

1.نشر الوعي السياحي لدى مختلف فئات المجتمع وتحسيسهم بأهمية النشاط السياحي للفرد والمجتمع.

2.الاهتمام بالمعالم الأثرية وذلك بترميمها بصفة مستمرة.

3.تدعيم الثقافة السياحية في الجزائر ونشرها.

4.دعم الصناعات السياحية التقليدية منها والحديثة.

5.تحسين مستوى أداء العاملين بالسياحة وذلك من خلال البرامج التكوينية التي تؤهلهم لذلك.

6.رد الاعتبار للبيئة من خلال إيلاء الاهتمام لعامل النظافة وكذلك البنى التحتية السياحية.

7.تدعيم الاستثمار المحلي وتفعيل المهن السياحية.

8.تشجيع السياحة وذلك بالعمل على تقديم تسهيلات ومستوى الأسعار.

9. العمل على تحسين صورة الجزائر بالخارج وذلك بأخذ بعين الاعتبار وسائل الإعلام وما تقوم به من حرصها على جذب السائحين من خلال إبراز كل الجوانب التي تهمهم من سهولة المواصلات، الاستقرار الأمني والرعاية الصحية وحسن المعاملة؛ حيث أن الجزائر لها إمكانيات تعمل على تأهيلها لكسب مكانة عالية في السوق العالمية للسياحة، إذ تمكنها من الاستفادة من مداخيل هامة من العملة الصعبة. وعليه

فإنه حان الوقت للاهتمام بهذه الصناعة وجعلها كبديل للمحروقات التي هي في مقام الزوال فصناعة السياحة هي الصناعة التي لا تزول باعتبارها ذات ديناميكية مستدامة.

6. قائمة المراجع

1) وزارة السياحة، الديوان الوطني للسياحة، ذاكرة ومناظر، الجزائر ، 2015، ص13.
2) درويش ريان، الاستثمارات السياحية في الأردن، قسم علوم التسيير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر 1997،ص42.
3) برنجي أيمن، الخدمة السياحية وأثرها على سلوك المستهلك، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس محمد بوقرة، الجزائر ، 2009 ، ص12.
4) أبو قحف عبد السلام، أساسيات التسويق، الدار الجامعية مصر، 1996 ، ص55.
5) عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر: الامكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3 ، الجزائر 2014 ، ص38.
6) حامد زهران هناك، (2004)، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب ، مصر، 2004،ص77.
7) عيساني عامر، (2009-2010)، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر -باتنة-، الجزائر 2010 ، ص68.
8) -Ministère de l'Aménagement du territoire de l'Environnement et du Tourisme, Les sept pôles touristique d'Excellences (pot) ; janvier 2008, p06.
9) وزراة التهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، (2008)، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمس وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، الجزائر ، ص19.