

صناعة السياحة والعولمة واقع وتحديات

دراسة حالة الجزائر

أ/ يسعد عبد الرحمان، أ مساعد جامعة مستغانم

أ/ أحسن جميلة، أ مساعدة جامعة مستغانم

المقدمة:

لقد عرف الاقتصاد العالمي موجة من التغيرات أهمها تحرر التجارة العالمية بكل جوانبها من السلع والخدمات وحقوق الملكية الفكرية والاستثمارات، وبالتالي إزالة كل القيود والحواجز التي تقف في وجه تحرك السلع والخدمات، وأصبح العالم بفعل التطور التكنولوجي الهائل بمثابة قرية صغيرة حقيقية، كما توحدت الأسواق المحلية في سوق واحدة تتسع فيها المنافسة بين الفاعلين فيه، وهذا ما صار يسمى بالعولمة.

كل هذه التغيرات أثرت في حركة السياحة العالمية، حيث تشير الدلائل العلمية وتجارب الدول إلى التزايد الملحوظ في الدور الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في قضايا التنمية بمفهومها الشامل، وقد ترجم الاهتمام الشديد بقطاع السياحة في الكثير من دول العالم في شكل تشجيع الاستثمارات الأجنبية وإعطاء المزيد من الحريات للقطاعين العام والخاص. والجزائر شأنها شأن جميع دول العالم تتخذ إجراءات وأعمال الدعم وتقدم المساعدات وتمنح الامتيازات المالية والجبائية النوعية الخاصة بالاستثمار السياحي قصد تشجيع التنمية السريعة والمستدامة للسياحة واستحداث آثار إيجابية على الاقتصاد الوطني؛ مع ذلك تبقى الجزائر في ذيل الترتيب بالمقارنة بدول الجوار رغم أنها تتربع على إمكانات هائلة من المقومات الطبيعية التي تجعلها تلام على ذلك التأخر في استقطاب مشاريع سياحية والاستفادة من قطاع السياحة جنبا إلى جنب مع قطاع المحروقات، ومن خلال هذا البحث نريد إلقاء الضوء على واقع وأهمية السياحة العالمية وإسقاطها على بلد الجزائر الذي لا يزال لا يفرق بين السياحة كثقافة أم اقتصاد، كما سنتطرق إلى الآفاق المعول عليها من خلال الاستراتيجيات المسطرة في برنامج 2009_2013 في مجال السياحة، ولمعرفة مدى نجاعة هذه الإستراتيجية قمنا بمقارنتها مع استراتيجيات بعض البلدان العربية مصر، تونس والمغرب في ثلاثة محاور أساسية:

- صناعة السياحة والعولمة.
- مكانة الجزائر السياحية بالمقارنة بدول الجوار.
- الإستراتيجية السياحية الجزائرية آفاق 2013.

الكلمات المفتاحية: السياحة، العولمة، الإستراتيجية، إستراتيجية التسويق السياحي، المنتجات السياحية .

الإشكالية: ينطلق بحثنا من الإشكالية الرئيسية الآتية:

ماهو واقع صناعة السياحة الجزائرية في ظل العولمة وما هي الإستراتيجية الواجب إتباعها للسير على خطى دول الجوار؟

الأسئلة الفرعية:

- كيف يمكن أن نعرف السياحة بالمفهوم الجديد في ظل العولمة ؟.
- ماهو واقع السياحة في الجزائر حيال دول الجوار؟.
- ماهي آفاق السياحة الجزائرية في ظل العولمة الاقتصادية ؟.
- الفرضيات :** للإجابة على التساؤلات السابقة الذكر نضع الفرضيات الآتية:
- لقطاع السياحة دور مهم في رفع أداء الاقتصاد الوطني.
- السياحة لم تكن من أولويات الدولة الجزائرية في ما مضى .
- تحسين الخدمات السياحية مرهون بنوعية الإستراتيجية التسويقية المتبعة.

أهداف البحث:

- إبراز المكانة الاقتصادية لقطاع السياحة على المستوى الدولي.
- محاولة معرفة نقاط الضعف في السياسة السياحية في الجزائر.
- توسيع دائرة الأمل للنهوض بالاقتصاد السياحي الجزائري.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في كون القطاع السياحي في الجزائر أصبح يمثل بديلا اقتصاديا مهمّشا وهذا ما يترجم سوء استغلال الموارد المتاحة لدى البلد وتضييع فرص بديلة للنهوض بالاقتصاد من جهة والبحث عن موارد الميزة التنافسية في ظل الشراكة والعولمة أصبح أكثر من ضروري من جهة أخرى وعليه نريد تحسيس المصالح المعنية بالقطاع وترسيخ ثقافة السياحة لدى المستهلك الجزائري.

المنهج المعتمد في البحث:

اتبعنا في هذا البحث على المنهج الوصفي المدعم بالمنهج التحليلي اللّذين نراهما ملائمين لتشخيص القطاع وإعطاء صورة واضحة عنه، وكذا تقديم الحلول الكفيلة للنهوض به، وهذا باستعمال مجموعة من الأدوات المتمثلة

في البيانات والإحصاءات السياحية الدولية والمحلية والقوانين والتشريعات، وكذلك مقارنة السياحة الجزائرية ببعض التجارب الناجحة لبلدان أخرى.

صعوبات البحث:

تكمن صعوبات البحث أساسا في ضيق الوقت المخصص لقراءة كل المراجع المتوفرة لدينا، خاصة فترة البحث تزامنت من فترة الامتحانات إلى جانب قلة الإحصائيات حول السياحة في الجزائر وإن وجدت فهي ليست حديثة وليست متناظرة وصعبة المنال.

حدود الدراسة: وتتمثل في الحد الزمني الذي وضعناه فيبحثنا والمتمثل في معالجة واقع القطاع السياحي ما بعد الإصلاحات وآفاق تنميته إلى غاية آفاق 2013.

أما الحدود المكانية فهي الجزائر، مصر، المغرب وتونس.

أولا: صناعة السياحة والعولمة.

1. **مفهوم العولمة:** تعتبر العولمة مصطلح جديد ظهر في النصف الثاني من القرن العشرين حيث تعددت التعاريف والمصطلحات في إعطاء تعريف موحد نظرا لاختلاف المجالات والأزمة لكن يتفقون حول نقطة واحدة وهي الشمولية أي وجود الشيء في كل مكان مهما اختلفت مصادره وهذا التمسناه من التعاريف التالية:

— **سيمون رايش Simon Riech**: "العولمة بمثابة ملتقى لسلسلة من الظواهر الاقتصادية المتصلة في جوهرها. وتشمل هذه الظواهر تحرير الأسواق ورفع القيود عنها، وخصخصة الأصول، وتراجع وظائف الدولة، وانتشار التقنية، وتوزيع الإنتاج التصنيعي عبر الحدود، وتكامل أسواق رأس المال"⁽¹⁾

— **فرانسيسك وفوكوياما Francis Fukuyama**: العولمة نتاجا للمعركة الإيديولوجية التي سادت العالم، التي تمخضت عن انتصار الحداثة والديمقراطية.²

— **ريتشارد هيجوت Richard Higgot**: "ثورة تقنية اجتماعية تحمل في طياتها مجموعة جديدة من الأنشطة التي تقود إلى تحول حاسم من الرأسمالية الصناعية إلى مفهوم العلاقات الاقتصادية لما بعد المرحلة الصناعية."⁽³⁾

— **هارس مان مارشال وروبرت ريتش**: "العولمة"⁽⁴⁾ هي اندماج أسواق العالم في حقول التجارة والاستثمارات المباشرة، وانتقال الأموال والقوى العاملة والثقافات ضمن إطار من رأسمالية حرية الأسواق "عن طريق الشركات الرأسمالية الضخمة متخطية أو عابرة الحدود، التي تعد العنصر الأساس لهذه الظاهرة."⁽⁵⁾

سيار الجميل: "العملة عملية احتراق كبرى للإنسان وتفكيره، وللذهنيات وتراكيبها، وللمجتمعات وانسحاقها، وللدول وكياناتها، وللجغرافية ومجالاتها، وللإقتصاديات وحركاتها، وللثقافات وهوياتها، وللإعلاميات وتداعياتها" (6).

2. مفهوم السياحة:

__ عرفت منظمة التعاون الاقتصادي للتنمية الاقتصادية السائح بأنه " شخص ينتقل لمدة لا تقل عن 24 ساعة إلى بلد آخر غير البلد التي بها موطنه المعتاد." ⁷

__ الأمم المتحدة السائح بأنه " :الشخص الذي يسافر إلى بلد آخر غير البلد التي بها موطنه ويقوم بها لمدة تزيد على أربع وعشرين ساعة دون أن تطول إقامته إلى الحد الذي يعد فيه البلد الأجنبي موطناً له " . ⁸

__ المنظمة العالمية للسياحة :وتشمل كل النشاطات التي يقوم بها الأشخاص خلال فترة سفرهم وإقامتهم في مناطق خارج محيط إقامتهم الدائمة، وهذا لفترة لا تتجاوز السنة لأغراض الترفيه، أو أعمال، أو أي أغراض أخرى لا تدر عائدا في المنطقة التي يزورونها".

3. السياحة والعملة:

تعد السياحة أحد مظاهر العملة، من خلال حركة السياح عبر العالم وتنقلهم المستمر، وكذلك لأن السياحة هي نوع من التبادل الثقافي الذي يمكن الشعوب والدول من معرفة ثقافات وعادات شعوب أخرى ، وعليه فإن هذا الاتصال المباشر أو الغير المباشر للأفراد يقلل من الفوارق الثقافية ويجعل العديد من الأفراد على علم بثقافة الغير ، ويوجد في الواقع العديد من الأمثلة التي تبين تدعيم السياحة للعملة، كتقديم وميل الفنادق إلى تقديم الوجبات السائدة في بلاد النشأة، وهذا في المراحل الأولى من التطوير السياحي ثم مع الوقت يتعود السواح على أكل المأكولات الموجودة في البلد المضيف، ومثال هذه الثقافات العابرة للقويات نذكر الانتشار الواسع لمطاعم الأكلات السريعة الأمريكية، كمطاعم، "MACDONALD" فهو مظهر من مظاهر العملة. وكذلك من عوامل تأثير العملة هو نمو وتطور أنظمة عالمية تدعم السياحة مثل نظم التوزيع العالمية، وثورة المعلومات التي أصبحت عند أطراف أصابع المستخدمين للحسابات الآلية، وشبكة المعلومات الدولية، وتقصير المسافات وتسهيل السفر والتبادل.

وحسب التقرير الإحصائي لسنة 2010⁽⁹⁾ تعد أوروبا المنطقة الأولى في العالم من حيث المنشأ السياحي، ومن حيث كونه أكبر سوق سياحي، حيث تمثل القارة الأوروبية نسبة % 76 من السياحة العالمية، و % 17 لكل من آسيا والشرق الأوسط، ونسبة % 4 للأمريكتين، و % 3 فقط بالنسبة لقارة إفريقيا.

عليه ندرك أن السياحة اليوم لم تعد مجرد نشاط ترفيهي للإنسان، الذي ينحصر على التمتع فقط، بل أصبحت تمثل صناعة تصديرية قائمة بذاتها، تلعب دور مهم في عملية التنمية الاقتصادية. كما تمثل السياحة الدولية في ظل العولمة إحدى الرهانات الأساسية بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين، هذا ما يفرض على هذه البلدان الانفتاح الاقتصادي على الاستثمار الخاص المحلي و الأجنبي و دفع عملية الشراكة الدولية⁽¹⁰⁾.

4. صناعة السياحة:

تعتمد الصناعة السياحية على تحليل العرض والطلب على السياحة وهيكلية كل منهما، فقد عرفت الصناعة السياحية تطورا ملحوظا في الدول المتقدمة، وذلك راجع للتطور التكنولوجي والمعيشي الحاصل، وبالمقابل عرف العرض السياحي انتعاشا ملموسا في العالم المتقدم والمتخلف على حد سواء، بعدما صارت هذه الدول قبلة للسواح لعذرية طبيعتها، وتطور المركبات السياحية فيها وتعدد المنتجات السياحية وتطور طرق استقطابها.⁽¹¹⁾

5. أنواع السياحة:

__ السياحة الصحية والعلاجية كسياحة الحمامات المعدنية، السياحة الرياضية وإقامة دورات محلية ودولية، سياحة الإجازات والعطل، جولات إلى الصحراء وغيرها.
__ السياحة الأثرية وزيارة الأماكن التاريخية، السياحة الاجتماعية والدينية، سياحة المؤتمرات والندوات، السياحة الثقافية، السياحة التسويقية مثل المعارض والصالونات.

ثانيا: إستراتيجية الجزائر السياحية بالمقارنة بدول الجوار.

1. تعريف الإستراتيجية :

__ "الإستراتيجية هي مجموعة الخيارات الطويلة الأجل التي يضعها مديرو البرامج في شكل خدمات وسياسات وخطط عمل".¹²
__ " مجموعة من الخيارات التي يأخذ بها قادة البرامج فيما يتعلق بالأهداف والخدمات والسياسات وخطط العمل".

2. التخطيط الاستراتيجي السياحي: هو "التخطيط طويل المدى الذي تقوم به وزارة السياحة، أو الإدارات الرسمية للسياحة والذي يركز على كيفية تحقيق الأهداف الشاملة بعيدة المدى للمنظمة ككل، ويهتم التخطيط الاستراتيجي بتحديد المستقبل السياحي للبلاد وتحقيق الأهداف العريضة الخاصة بذلك وهو ما تقوم به الإدارات الرسمية وتتركز على التنمية السياحية بكافة أنواعها".¹³

3. الإستراتيجية السياحية:

__على المستوى الكلي: إن ظهور ما يعرف بالعملة السياحية راجع لإدراك هذه الدول لمدى أهمية قطاع السياحة في بعث التنمية الشاملة، خصوصا بعد فتح الحدود بين العديد من الدول وإدماج تقنيات حديثة في العمل السياحي، إذ صارت المصارف المالية العالمية تهتم بهذا القطاع، مما زاد في حركية السياحة العالمية، وعموما تدور أهداف الإستراتيجية السياحية حول ما يلي:

- تنويع وتعدد وسائل الجذب السياحي.
- إخراج المنتج السياحي للأسواق العالمية من خلال العمل على تطويره.
- العمل على خلق التنمية المستدامة وتطوير المجتمعات.
- تطوير أدوات التسويق والترويج السياحي.

__على مستوى المنشآت السياحية: فيمكن ذكرها فيما يلي:

- وضع خطط للحملات الإعلامية المحلية والدولية.
- العمل على تنشيط الحركة السياحية.
- الاهتمام بالمشروعات السياحية ومتابعتها.
- الإبداع السياحي وخلق أنواع سياحية جديدة وإثراء الموجودة.
- فتح أسواق سياحية والتعامل مع الأسواق السياحية الأخرى وجذب سواح جدد¹⁴.
- صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية.
- المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.

4. أنواع الاستراتيجيات السياحية: تختلف الإستراتيجية السياحية من بلد لآخر، وذلك حسب منتجها السياحي ووضعه، والخطط التنموية، ويمكن ذكر هذه الأنواع فيما يلي:¹⁵

- __ إستراتيجية تنوع المنتج السياحي، إستراتيجية تنويع الأسواق السياحية، إستراتيجية الانتشار.
 - __ إستراتيجية التنشيط السياحي: تقوم الدولة في هذه الإستراتيجية بعملية الربط بين الأحداث الهامة الوطنية والأعياد والإجازات وإقامة المناسبات والمهرجانات الخاصة بذلك¹⁶
 - __ إستراتيجية التركيز على السياحة العلاجية، إستراتيجية الحوافز، إستراتيجية تنمية القوى البشرية.
 - __ إستراتيجية التركيز على السياحة الداخلية.
- ويمكن حصر هذه الاستراتيجيات في ثلاثة خطط رئيسية هي:

- الإستراتيجية التسويقية الهجومية: مثل التوسع الجغرافي في السوق الحالية، اختراق أسواق جديدة، احتكار السوق السياحية. قيادة وتوجيه السوق.
- الإستراتيجية التسويقية السياحية الدفاعية: مثل إستراتيجية التبعة السوقية، إستراتيجية تخفيض الجودة والنزول بالأسعار. إستراتيجية تقليد البرامج الناجحة للشركات الكبرى.
- الإستراتيجية التسويقية الرشادة: مثل إستراتيجية تحسين الأداء، إستراتيجيه تخفيض التكلفة، إستراتيجية تكميش السوق، إستراتيجية تنشيط مزيج الخدمات، إستراتيجية اقتصاد النشاط التسويقي.

5. تجارب بعض الدول العربية الرائدة:

ـ التجربة السياحية المصرية.

مصر من البلدان التي عرفت المعنى الحقيقي للسياحة وأبعاده خاصة بانفرادها بعناصر جذب سياحية هامة، وذلك لتعاقب مختلف الحضارات عليها من عصر الفراعنة مروراً بالحضارات القبطية والإسلامية والعصور القديمة والحديثة، وقد شكلت تلك الحضارات أثاراً معمارية خالدة من مبان وقصور ومعابد، لذلك تعتبر مصر من أقدم المجتمعات الحضارية في التاريخ حتى صارت تسمى بأُم الدنيا، إلى جانب ذلك يوجد بمصر الشواطئ الممتدة على البحر الأبيض المتوسط والبحر الأحمر، والذي يساعد على تنويع السياحة في مصر، من سياحة دينية وثقافية إلى رياضية وسياحة الترفيه، إذ يدوم موسم السياحة في مصر على مدار السنة بفضل مناخها الملائم والمعتدل⁽¹⁷⁾.

لقد عرفت السياسة المصرية عدة تقنيات وأساليب شجعت على السياحة بها نذكر منها:

- تم إنفاق ما يقارب 60 مليار دولار على مشروعات البنية الأساسية والمرافق العمومية، والتي فكت العزلة عن المناطق النائية كسواحل البحر الأحمر وخليج العقبة وجنوب الوادي.
- تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في المشروعات السياحية الكبرى كإنشاء المطارات وشق الطرق، إصدار القوانين والتشريعات التي تيسر وتمكن من تنفيذ السياسات التنموية السياحية .
- 1. تطبيق قوانين التيسيرات والإعفاءات لآلات والأجهزة اللازمة للمنشأة السياحية وتسهيل استيراد المعدات للمشاريع الاستثمارية، وإعادة النظر في الرسوم التي يتحملها السائح القادم إلى مصر.
- قامت مصر بوضع برامج للإصلاح المالي والنقدي، والعمل على التحرير الاقتصادي، والعمل على تثبيت سعر صرف الجنيه المصري مقابل العملات الأجنبية.
- طورت قوانين الاستثمار، وعملت على دمجها في قانون موحد بدءاً من عام 1997، والذي نص على مجموعة من الإعفاءات والحوافز الجاذبة للاستثمار والتي تمثلت فيما يلي:

- إعفاء الوفود الإعلامية وبعثات التصوير الزائرة من رسوم التصوير للمناطق السياحية والمتاحف.
- إعطاء محور السياحة أولوية متقدمة في المشروعات الكبرى للتنمية.

__ التجربة السياحية التونسية:

إن السياحة في تونس مدروسة علميا ومنظمة بحسب الأصول الدولية، حيث وصفها الرئيس الفرنسي في أحد تدخلاته حول السياحة **بالمعجزة التونسية**، تحولت تونس إلى قطب سياحي إفريقي ومتوسطي مهم خاصة للأوروبيين، نظرا إلى الاستقرار الأمني بهذا البلد الصغير الحجم ومتنوع الموارد السياحية، من شواطئ جميلة ومناخ معتدل ومرافق ذات خدمات عالية، وتعتمد تونس على إستراتيجية كثيفة في التسويق السياحي التي تستقطب غالبية الأوروبيين.

حيث لم يقتصر تونس على سياحة الشواطئ، بل عملت على تنويع المنتج السياحي، مثل إقامة منتجعات فخمة للرياضة المائية في مجمعات سياحية في " بورت الكنتاوي " شمال سوسة وغيرها من المناطق، بالإضافة إلى السياحة الصحراوية التي أخذت هي الأخرى نصيبها من التنمية في تونس، وانتهجت سياسة المنتجعات الصديقة بالبيئة.

__ التجربة السياحية المغربية:

تتميز المغرب بموقعها الجغرافي المتميز والقريب من أوروبا، منشأ معظم سياح العالم، وتتميز السياحة المغربية بسياحة الصحاري، وزيارة مدن تعود للعصور القديمة والوسطى، كما تتميز المغرب أيضا بشريط ساحلي طويل يمتد على المحيط الأطلسي والبحر الأبيض المتوسط، وهي ميزة لدول المغرب العربي.

ولقد بذلت الدولة المغربية جهود جبارة لتطوير القطاع السياحي وتم الإعلان عن الميثاق الاستثماري السياحي سنة 1996 الذي يساعد على تحفيز الاستثمارات وينص على ما يلي¹⁸ :

- تبسيط الإجراءات الإدارية وتخفيف العبء الضريبي على المشاريع الاستثمارية.
- الإعفاء من الرسوم الجمركية بالنسبة لبعض المنتجات.
- حرية تحويل الأرباح وفائض القيمة التي تم تحقيقها على المستوى الوطني دون تحديد المبلغ.
- حرية إنشاء المقاولات دون التمييز بين المغاربة والأجانب، وإعطاء المستثمرين الحق في فتح الشركات بالمغرب وتملك 100 بالمائة من رأس مالها.

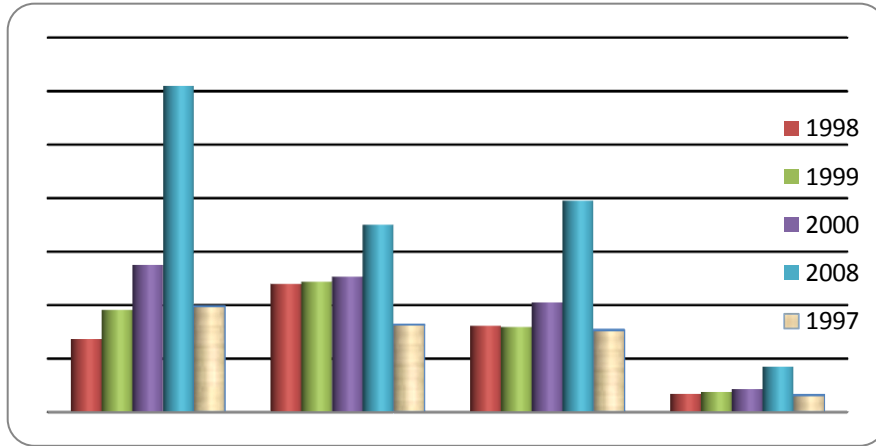
الجدول : رقم 1 مقارنة عدد السياح في دول المغرب العربي للفترة 1997- 2008

السنة	الجزائر	المغرب	تونس	مصر
1997	634752	3071668	3271623	3961000
1998	678448	322737	4795201	2733090

3826326	874126	3184014	748536	1999
5500000	5057000	4100000	865984	2000
12200000	7000000	7900000	1700000	2008

المصدر: وزارة السياحة 2001 .

الشكل رقم 1: مقارنة عدد السياح في دول المغرب العربي للفترة 1997-2008



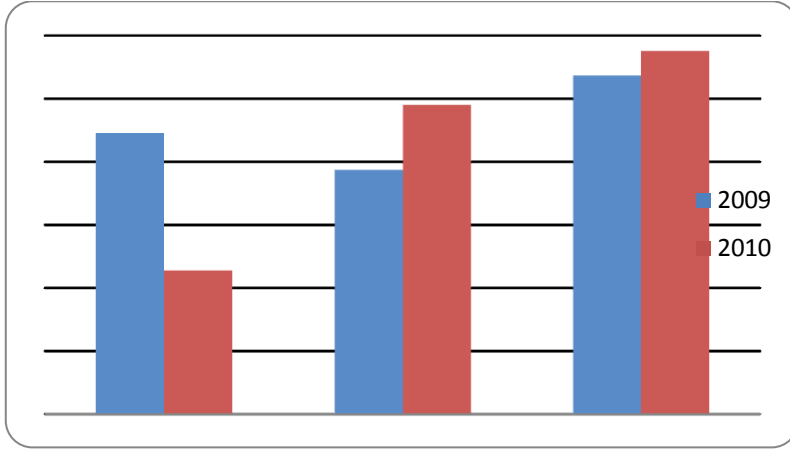
المصدر : من إعداد الباحثين استنادا إلى إحصائيات وزارة السياحة و 2001 و 2009

الجدول رقم 2: عدد السواح الوافدين من الخارج لسنة 2009 و 2010.

السنة	الجزائر	تونس	المغرب
2009	44585	38719	53663
2010	22782	49033	57591

المصدر : من إعداد الباحثين استنادا إلى إحصائيات وزارة السياحة و 2009 و 2010

الشكل رقم 2: عدد السواح الوافدين من الخارج لسنة 2009 و 2010.



المصدر : من إعداد الباحثين استنادا إلى إحصائيات وزارة السياحة 2009 و 2010

6. واقع السياحة في الجزائر:

الجزائر تعد من بين البلدان التي تتميز بطبيعة خاصة جعلتها محل اهتمام الباحثين والرحالة العرب والغرب، وهذا ما يؤكد الدكتور عبد الله ركيبي في مؤلفه "الجزائر في عيون الرحالة الإنجليز" الذي ذكر العديد من الرحالة الذين زاروا الجزائر وكتبوا عنها، أمثال: **HILTON Simson** في كتابه "رحلة في ربوع الأوراس" (1912-1921) وكذلك **R. V. C. Bodlley** في كتابه "ريح الصحراء" 1944 و **M. D. Stot** في "كتاب الجزائر على حقيقتها" وغيرهم من الكتاب الغرب الذين وصفوا الجزائر بأنها فسيفساء حضاري وثقافي ونخفة نادرة. (19)

7. المقومات السياحية الطبيعية والحضارية في الجزائر.

– المقومات السياحية الطبيعية: المناطق الخلابة مثل السواحل الذهبية، التضاريس المتباينة جبال وتلال ، بالإضافة إلى الصحراء الجزائرية الممتدة على مساحة شاسعة تشكل أكثر من 80% من المساحة الكلية للبلاد.

– المقومات السياحية الحضارية والتاريخية: نذكر منها ما يلي: ²⁰

- موقع التاسيلي: يعتبر كنز حضاري وإنساني وجيولوجي، له قيمته التاريخية والأثرية ضمن التراث الوطني والعالمي، حيث تم تسجيله تراثا عالميا من طرف منظمة اليونسكو للتراث العالمي سنة 1982،
- حي القصبة بالجزائر: تم تسجيل هذا الموقع تراثا عالميا سنة 1992.
- موقع وادي ميزاب: تم تسجيله تراثا عالميا سنة 1982.

● **موقع تيمقاد:** يشمل هذا الموقع الأثري الروماني على عدة هياكل تتمثل في مسرح كبير يقام به **مهرجان تيمقاد الدولي للغناء كل عام**، وقوس نصر القائد << **ترجان** >> والسوق والقصر الذي شيده البيزنطيون . سجل هذا الموقع تراثا عالميا سنة 1982.

● **قلعة بني حماد:** يوجد هذا الموقع بمدينة بجاية، وسجل تراثا عالميا عام 1980.

● **موقع جميلة:** يوجد هذا الموقع شمال مدينة سطيف وعلى مقربة من جبال فرجوة، وسجل تراثا عالمي .
_ **المقومات السياحية المادية في الجزائر:** وهي عبارة عن مجموعة من الوسائل المادية المستعملة في قطاع السياحة مثل الفنادق ووسائل النقل لتنظيم الرحلات الاستكشافية ووسائل الاتصال وغيرها من الوسائل المادية.

ثالثا: الإستراتيجية السياحية الجزائرية أفاق 2013 :

لقد أدركت الدولة الجزائرية ضرورة تعزيز قطاع السياحة وعصرنته، وإعطائه المكانة الحقيقية، إذ شرعت الوزارة الوصية في سنة 2000 في إعداد خطة حول تطوير قطاع السياحة في أفاق 2010، وخلصت إلى صيغتها النهائية في سنة 2001 تحت عنوان " **مخطط أعمال للتنمية المستدامة للسياحة في الجزائر أفاق 2010**"، وبعد مرور سنتين على تنفيذ هذا المخطط بات من الضروري إدخال بعض التعديلات لمسايرة التطورات الجديدة داخليا وخارجيا، فجاءت بمشروع جديد سمي **أفاق 2013** لتحديد الأهداف الكمية والنوعية وإجراءات دعم وترقية الاستثمار السياحي، .بالإضافة إلى المنتجات الواجب ترقيةها لسنة 2013 .

1. أهداف البرنامج: وتنقسم إلى أهداف نوعية وأهداف كمية كما يلي:²¹

_ الأهداف النوعية للبرنامج :

- **تثمين الطاقات الطبيعية والثقافية، الدينية والحضارية.**
- **تحسين نوعية الخدمات السياحية.**
- **إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية.**
- **الحفاظة على البيئة والفضاءات الهشة لتوسيع السياحة البيئية.**
- **تلبية حاجة الطلب الوطني المتزايد باستمرار قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج لقضاء العطل.**

_ الأهداف الكمية: زيادة التدفقات السياحية على مرحلتين:

- **المرحلة الأولى: من 2004 إلى 2007 :** تطبيق نسبة نمو متوسط للزيادة ب % 10 خلال هذه المرحلة، ليصل عدد السواح الوافدين إلى الجزائر في نهاية 2007 إلى 679000 سائح أجنبي .
- **المرحلة الثانية: من 2008 - 2013 :** إن تطور التدفقات خلال هذه المرحلة تم الحصول عليه بتطبيق نسبة نمو متوسط التدفقات عند بداية العشرية % 10، أعيد تعديلها سنويا بنصف

نقطة 0,5% ابتداء من 2008 ، الرقم المتحصل عليه لهذه المرحلة أي عدد السياح المتوقعين بتطبيق هذه النسبة سيصل إلى 1507000 سائح في سنة 2008 ، وللعلم فإنه قد ورد في وثيقة مخطط إستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر بأن المنظمة العالمية للسياحة تعتبر بأن الجزائر لها فرص كبيرة لبلوغ عدد أربع ملايين سائح أجنبي في أفق 2020 .

وبناء على التقديرات السابقة والاستقرار المحلي لدخول السياح الأجانب، فإن عدد السياح المرتقبين في 2013 سيقارب 3100000 سائح منهم 1900000 سائح أجنبي.

__ زيادة طاقات الإيواء في المرحلة ما بين 2008 _ 2013.

إن بطاقات الإيواء في هذه المرحلة سطررت الدولة وسائل لبلوغ نمو سنوي متوسط يتوقع تقديره بـ 07%، لتكون طاقة قدرها 187000 سرير في أفق 2013 .

__ تنمية الاستثمار السياحي ما بين : 2008 - 2013 .

انطلاقا من المشاريع المبادر بها في هذه المرحلة، والتي هي من النوع المتوسط والرفيع، فإن 60000 سرير سيتم إنجازه بفضل استثمار متوقع بـ 150 مليار د ج، ومنه فإن الاستثمار المتوقع خلال 2013 سيصل إلى نحو 232,5 مليار د ج مع الإشارة إلى أن مبالغ اقتناء القطع الأرضية ليست محسوبة في هذا التقييم، وهذا راجع للفوارق الكبيرة التي تبقى تميز سوق العقار الجزائري.

2.المنتجات السياحية الواجب تنميتها من خلال البرنامج.

- السياحة الصحراوية، السياحة الشاطئية، سياحة الأعمال والمؤتمرات.
- السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر، السياحة الثقافية، السياحة الرياضية، الترفيهية و الاستجمامية.

3.الإجراءات المتخذة لدعم وترقية الاستثمار ضمن مخطط أفق 2013 .

استحدثت القطاع نصوص قانونية متعلقة بالتنمية المستدامة، العقار السياحي، استعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية، وهذه القوانين تمثلت فيما يلي:

1. قانون متعلق بالتنمية المستدامة للسياحة :لقد صدر القانون رقم 03_ 01 المؤرخ في 17 فيفري 2003، والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة لمجموعة من الأسباب، وهي:²²

- تهيئة الإمكانيات الطبيعية والثقافية والحضارية التي تزخر بها الجزائر.
- ترقية الخدمات السياحية وإعادة بعث صورة الجزائر السياحية.
- تطوير نتائج القطاع السياحي والعمل على رفع الإيرادات السياحية.
- العمل على تقليص البطالة وتلبية حاجيات المواطنين السياحية،

- المساهمة في التنمية والتوازن الجهوي والمحافظة على البيئة.

2_ قانون متعلق باستغلال الشواطئ: يهدف القانون رقم 03_02 ، والمؤرخ في 19/02/2003 والمتعلق باستغلال الشواطئ إلى ما يلي:

- تامين وحماية الشواطئ للاستفادة منها.
- توفير شروط تنمية منسجمة ومتوازنة، تستجيب حاجيات المصطافين.
- تحسين خدمات إقامة المصطافة.
- تحديد نظام تسليّة مدمج ومنسجم مع النشاطات السياحية الشاطئية.

3_ قانون متعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية:

جاء القانون رقم 03_03 المؤرخ في 19/02/2003 ، والمتعلق باستغلال الشواطئ، والمتضمن التصريح عن مناطق التوسع والمناطق السياحية.

4_ مخطط التهيئة السياحية وتمثلت أهدافه في فيما يلي:

- تحديد المناطق القابلة للتعمير والبناء والتي يجب تنميتها.
- تحديد برنامج النشاطات المزمع إنجازها وتحديد الوظائف والاستثمارات المناسبة لها.
- ويتولى عملية مراقبة ومعاينة المخالفات كل من ضباط وأعوان الشرطة القضائية، مفتشي السياحة، مفتشي التعمير ومفتشي البيئة.

• تأطير وتمويل المشاريع السياحية: ويشمل:

1. العمل على تشجيع إنشاء منتج مالي متميز يسمى " قرض فندقي " على مستوى المؤسسات البنكية، يكون متوافقا مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يتطلب قروضا طويلة المدى.
2. إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي والتي يمكن أن تنشئها المؤسسات العمومية الاقتصادية السياحية، شركات التأمين، البنوك، المتعاملون الخواص، شركات النقل... الخ، بالإضافة إلى تخفيض نسبة الفائدة، كإجراء إضافي لتشجيع وتخفيض الاستثمارات.

• إجراءات دعم التكوين: ويترتب عليه ما يلي:²³

تأسيس شهادة بكالوريا تقنية في السياحة قصد ضمان وتوفير مهنيين ومتخصصين ومسيرين في ميدان السياحة، وعليه فإن حاجيات التكوين في أفق 2013 تقارب 17000 عنصرا من مختلف المستويات.

- فتح فرع الاقتصاد السياحي في الجامعات، مع توسيعه إلى ما بعد التدرج.
- مواصلة إدماج مهن السياحة في النظام الوطني للتكوين المهني والتربية الوطنية.

- الحث على إنشاء مراكز جديدة للتكوين لمواجهة الطلب المتوقع نتيجة تنمية وتطور القطاع السياحي الجزائري، وبخاصة في مجالات الطبخ التقليدي، السياحة البيئية، السياحة الصحية، السياحة الثقافية والدينية.
- 6_ **تدابير دعم النوعية:** ويتعلق الأمر هنا ببرنامج العمل الذي يعرض للدراسة من طرف المجلس الوطني للسياحة، ومن بينها:
 - مواصلة عمليات التقييم والتنظيم ومراقبة النشاطات والمهن في قطاع السياحة من خلال تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية التي تحكم تلك النشاطات والمهن.
 - توعية المتعاملين باللجوء إلى نظام منح شهادات النوعية المعتمد في العالم، والمعمول به في ميدان السياحة المستدامة.
 - تحسين محيط السياحة، وذلك بالتطبيق الصارم للإجراءات والقواعد المتعلقة بالنظافة العمومية، حماية الصحة، حماية المستهلك، حماية الموارد الطبيعية والتراث، أمن الأشخاص والممتلكات، تسهيل الإجراءات الإدارية للدخول إلى الجزائر، وكذا تنقل السياح.
 - فتح مكاتب صرف دائمة بالتشاور مع القطاع البنكي على مستوى الموانئ، المطارات مراكز الحدود، والفنادق المصنفة، والشوارع الرئيسية للمدن السياحية، وذلك حتى في أيام نهاية الأسبوع.
 - تطبيق إجراءات تهدف إلى تعميم نظام الدفع ببطاقة القرض.

الخاتمة:

هي الجزائر كما عرفناها في هذا البحث المتواضع بلد واسع المساحة يتجمع على ثقافات، تراث وآثار لا يمكن حصرها في كتاب، يزخر بمناطق خلابة متنوعة العطاء، في المقابل بلد أقل استقطابا للسياح الأجانب والمحليين حتى، لا شيء إلا لأسباب وأعداد نلخصها في نتائج البحث كما يلي :

1. النتائج:

- مرت الجزائر بمرحلة تنعدم فيها إستراتيجية واضحة لتطوير القطاع السياحي و ذلك لتبنيها سياسة الصناعات المصنعة وإهمال قطاع السياحة واعتباره قطاع ثانوي.
- سوء تسيير المؤسسات السياحية و الفندقية، وهو مبني أساسا على تدخل الدولة، وارتباط عمليات التمويل بالخبزينة العمومية، فأصاب المؤسسات السياحية ما أصاب المؤسسات العمومية الأخرى
- تردي الوضع الأمني، كان أكبر حجة يتذرع بها المسؤولون عن القطاع.
- غياب تشريعات وقوانين تحل مشكل العقار السياحي، وان وجدت فهي غير مطبقة.

- غياب ثقافة سياحية لدى المواطنين الجزائريين، وذلك راجع للظروف الصعبة من جهة، وغياب أساليب ترويجية من جهة أخرى.
- افتقار الجزائر إلى سياسة تسويقية ناجحة، و غياب وقلة الأيدي الماهرة و المدربة، بالإضافة إلى غياب سياسة تكوين المكونين في المجال السياحي.
- غياب بما يسمى الإستراتيجية مبنية على خطط مستقبلية واضحة.
- زيادة العبء الضريبي على الأنشطة السياحية.

2. اختبار الفرضيات:

- لقطاع السياحة دور مهم في رفع أداء الاقتصاد الوطني فهذه حتمية التمسناها في هذا البحث لا ينكرها أحد من خلال الاهتمام المتزايد بهذا القطاع.
- السياحة لم تكن من أولويات الدولة الجزائرية في ما مضى، كذلك هذه فرضية تثبت صحتها الإحصائيات ابتداء من 1997 والمقارنة التي تمت مع دول الجوار.
- تحسين الخدمات السياحية مرهون بنوعية الإستراتيجية التسويقية المتبعة، وهذه فرضية يجيبنا عليها أصحاب تعاريف الإستراتيجية ومن خلالها أدركنا أنه لا يمكن نجاح أي مشروع بالمستوى المطلوب بدون خطة مستقبلية وإستراتيجية مدروسة.

3. التوصيات:

- إشراك الحركة الجمعوية والمنظمات المهنية في الترويج السياحي.
- وضع خريطة للاستثمارات السياحية، و فك العزلة عن المناطق النائية بتشجيع الاستثمارات بها.
- إصدار المزيد من التحفيزات الاستثمارية والإعفاءات الضريبية، إنشاء بنك متخصص في تمويل الاستثمارات السياحية.
- تشجيع التعاون والشراكة في المجال السياحي، وذلك من خلال مراجعة قوانين الاستثمار في القطاع السياحي وجعلها أكثر مرونة لجلب المستثمرين.
- إرساء ثقافة سياحية لدى المجتمع الجزائري لتشجيع السياحة الداخلية من جهة، و من أجل إيجاد توافق بين السواح المحليين والأجانب من جهة أخرى.
- يجب إقامة برامج تسويقية متجددة، تتماشى مع متطلبات السوق العالمية.
- نقترح إدخال مادة التربية السياحية، و مادة السياحة البيئية في المقررات التربوية والاقتصاد السياحي في الجامعة.

- ضرورة إنشاء المزيد من مراكز التكوين في المجال السياحي، من مدارس ومعاهد أو كليات.
 - تكثيف المشاركة في المعارض المتخصصة في الخارج وتدعيم التظاهرات الترويجية المنظمة في الجزائري.
 - تعزيز سلك مفتشي السياحة المحدث على المستوى المحلي بإنشاء " سلك الشرطة السياحية "، بالتنسيق مع وزارة الداخلية والجماعات المحلية، هذا السلك الذي سيكلف بالمحافظة على المواقع السياحية الثقافية والطبيعية والسهر على طمأنينة السياح، إن عناصر هذا السلك الذي يوجد في عدد من البلدان السياحية يمكن جلبهم من وحدات الحرس البلدي الموزعة على مستوى الأقطاب ومناطق النشاطات السياحية، لكن من الضروري أن يستفيد عناصر هذا السلك من تكوين تكميلي في المجال السياحي ..
- في الأخير نقول أن الجزائر بحيرة على تحديث هذا القطاع خاصة بعد الطفرة المالية التي منيت بها جراء ارتفاع أسعار المحروقات في العشرية الأخيرة وتحسن الأوضاع السياسية والأمنية للبلاد ومع إطلاق برنامج الجزائر الالكترونية 2009_2013 فيعمل كثيرا على هذا البرنامج في قطاع السياحة خاصة السياحة الالكترونية.
- 4.الهوامش:**
1. عبد الحميد ع، النظام الاقتصادي العالمي، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة 1998 ص 25.
 2. هيجوت راشد، العولمة والأقلمة، سلسلة محاضرات الإمارات، مركز الدراسات والبحوث الإستراتيجية. أبو ظبي 1998. ص 6
 3. راشد هيجوت، مرجع سابق ص 8.
 4. هانس بيتر مارتن، هارولد شيمان، فح العولمة، ترجمة عدنان علي - الكويت 1998 ص 29
 5. رضوان، زيادة، الإسلاميون وحقوق الإنسان، مجلة المستقبل العربي، عدد 236، 1998، ص 109-110
 6. محمود كامل: السياحة الحديثة علما و تطبيقات، الهيئة العلمية المصرية للكتاب، مصر 1975، ص 13
 7. محمود كامل، السياحة الحديثة علما و تطبيقات، الهيئة العلمية المصرية للكتاب، مصر 1975، ص 18
 8. وزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصائيات، المجموعة الإحصائية السنوية للجزائر، نشرة 90 رقم 14
 9. نفس المرجع السابق، ص 15
 10. محمد مدحت جابر، جغرافية السياحة والترويج، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة، الطبعة الأولى 2004، ص 55
 11. هدير عبد القادر، "واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها" رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص نقود، مالية وبنوك، جامعة الجزائر 2005_2006.
 12. عبد اللطيف بن أشنهو، عصرنة الجزائر، حصيلة و آفاق، الجزائر 1999 - 2009 ص 14.

13. الموقع: www.alarabonline.org

17. مجلة الاقتصاد والأعمال، الصادرة عن الشركة العربية للصحافة والنشر والإعلام، إيكو، عدد نوفمبر 2002 ص 6

12. فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سابق، ص 199

13. فؤاد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية، عالم الكتاب، الطبعة الأولى 2004، ص 91.

14. صمويل بول، الإدارة الإستراتيجية لبرامج التنمية، الأردن المنظمة العربية للعلوم الإدارية، مصر 1985، ص 91

15. فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سابق، ص 99

19. أحمد الجلال، طور الاتجاهات الحديثة في السياحة، عالم الكتب القاهرة 2001، ص 10

20. فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سابق ص 100

21. وزارة السياحة، تصور تطوير قطاع السياحة للعشرية 2013_2004. ص 1-12

22. الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 02_02 2003 ص 1

23. وزارة السياحة، نفس المرجع، ص 3

5.المراجع:

1. د. الخزرجي، ثامر كامل، والباحث ياسر المشهداني، العولمة وفجوة الأمن في الوطن العربي، دار مجدلاوي للنشر، عمان 2004

2. هانس بيتر مارتن، هارولد شيمان، فخ العولمة، ترجمة عدنان علي، الكويت 1998

3. رضوان، زيادة، الإسلاميون وحقوق الإنسان، مجلة المستقبل العربي، عدد 236 / 1998

4. ع.م. عبد الحميد، النظام الاقتصادي العالمي، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة 1998 ص 25.

5. راشد هيجوت، العولمة و الأقلمة. سلسلة محاضرات الإمارات مركز، الدراسات و البحوث الإستراتيجية. أبو ظبي

6. يس السيد، العولمة والطريق الثالث، مكتبة الأسرة، القاهرة 1991

7. محمود كامل، السياحة الحديثة علما و تطبيقا، الهيئة العلمية المصرية للكتاب، مصر 1975، ص 18

8. وزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصائيات، المجموعة الإحصائية السنوية للجزائر، نشرة 90 رقم 14

9. روجيه غارودي، "العولمة المزعومة، الواقع الجذور البدائل"، دار الشوكاني،، صنعاء، 1998

10. التقرير الإحصائي لمنظمة السياحة العالمية 2010.

11. الجميل سيار، العولمة والمستقبل، إستراتيجية تفكير، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان 1999
12. عمر احمد مصطفى، إعلام العولمة وتأثيره على المستهلك، المستقبل العربي
13. د. الجابري، محمد عابد، قضايا من الفكر العربي المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، 1997.
14. د. شوفان نعيمة، العولمة بين النظم التكنولوجية الحديثة
15. هانس بيتر مارتن، هارولد شيمن، فسخ العولمة، ترجمة عدنان علي - الكويت 1998
16. رضوان، زيادة، الإسلاميون وحقوق الإنسان، مجلة المستقبل العربي - عدد 236، 1998
17. الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 2003، 02، 2-
18. أحمد الجلاد، عبد اللطيف بن أشنهو، عصرة الجزائر، حصيلة و طور الاتجاهات الحديثة في السياحة، عالم الكتب القاهرة 2001، ص 10 أفاق، 1999 .
19. فؤاد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية، عالم الكتاب، الطبعة الأولى 2004 .
20. صمويل بول، الإدارة الإستراتيجية لبرامج التنمية، الأردن المنظمة العربية للعلوم الإدارية، مصر 1985.
21. مجلة الاقتصاد والأعمال، الصادرة عن الشركة العربية للصحافة والنشر والإعلام، إيكو، عدد نوفمبر 2002
22. محمد مدحت جابر، جغرافية السياحة والترويج، مكتبة لأبجلو المصرية القاهرة، الطبعة الأولى 2004 ،
23. خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول.
24. عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر ،المغرب وتونس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد تنمية، جامعة الجزائر، 2004_2005.
25. د. صالح فلاح، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، نادي الدراسات الاقتصادية الجمعية العلمية ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.