

Université de Guelma
PARTICIPATION AU DEUXIEME SEMINAIRE NATIONAL SUR :
LES NOUVELLES TENDANCES DU TOURISME
25-26 JUIN 2024

Dr. Messaoud CHOUIA

Université BATNA1

Contacte ;

✉ messaoud.chouia@univ-batna.dz

☎ +213(0)7.71.24. 06.45

Intitulé de la communication ;

**TOURISME DE GUERRE ET CHAMPS DE BATAILLE COMME NOUVELLE
DESTINATION TOURISTIQUES DANS UN MONDE EN CONFLIT**

Introduction :

Dans un contexte mondial marqué par une recrudescence des conflits armés, on observe depuis quelques années un phénomène préoccupant : l'émergence et la banalisation du "tourisme de guerre". Des sites historiques de batailles, des champs de ruines et autres lieux de tragédies deviennent de nouvelles attractions touristiques.

Cette communication vise à examiner ce phénomène sous différents angles. Tout d'abord, nous analyserons les facteurs qui contribuent à l'essor de ce tourisme macabre, la recherche de sensations fortes, la curiosité morbide, mais aussi la marchandisation de la souffrance et de la mort. Nous étudierons ensuite les impacts de cette activité touristique sur les communautés locales et sur la préservation de la mémoire des conflits.

Enfin, nous réfléchissons aux enjeux éthiques et aux dilemmes posés par ce tourisme de guerre. Comment concilier le devoir de mémoire et le respect de la dignité des victimes avec les impératifs économiques et la demande touristique ? Quelles sont les bonnes pratiques et les régulations à mettre en place pour encadrer ce phénomène ?

Cette communication s'appuiera sur des études de cas concrets, en Europe, en Asie et en Afrique, afin d'alimenter une réflexion approfondie sur ce sujet délicat et controversé. Elle examinera les enjeux économiques, sociaux et mémoriels du tourisme de guerre. Elle analysera les motivations des touristes, les stratégies de développement touristique et les dilemmes auxquels sont confrontés les acteurs du secteur.

Question de départs :

- 1) Comment peut-on s'assurer que le tourisme de guerre soit développé de manière responsable et éthique ?
- 2) Quelles sont les meilleures pratiques pour impliquer les communautés locales dans le tourisme de guerre ?
- 3) Quels sont les principaux défis sécuritaires à prendre en compte pour le tourisme de guerre ?
- 4) Comment le tourisme de guerre peut-être être une opportunité de réconciliation dans les zones de conflit ?

PLAN D'ANALYSE

Introduction :

- Définir et contextualiser le tourisme de guerre.
- Souligner l'importance du sujet et les enjeux actuels.

Partie 1 : Historique et typologie du tourisme de guerre :

- 1) Retracer l'évolution historique du tourisme de guerre.
- 2) Différentes formes de tourisme de guerre.
- 3) Destinations touristiques majeures liées à la guerre et aux champs de bataille.
- 4) L'attrait des champs de bataille comme destinations touristiques.

Partie 2 : Enjeux éthiques et impacts du tourisme de guerre :

- 1) Questions éthiques et controverses autour du tourisme de guerre.
- 2) Évaluer les impacts sociaux, économiques et environnementaux.
- 3) Débats autour de la marchandisation de la guerre et de la sensibilité des sites.

Partie 3 : Bonnes pratiques et perspectives d'avenir :

- 1) Exemples de réussites et d'initiatives exemplaires dans différents pays.
- 2) Recommandations pour un tourisme de guerre responsable et durable.

Conclusion :

- Résumé des principaux points abordés.
- Ouvrir sur les perspectives futures du tourisme de guerre.

PARTIE 1 : HISTORIQUE ET TYPOLOGIE DU TOURISME DE GUERRE :

1) Retracer l'évolution historique du tourisme de guerre.

Le tourisme de guerre, également appelé tourisme noir ou tourisme sombre, fait référence à la pratique de voyager vers des sites liés à la guerre, à la tragédie ou à la mort dans un but récréatif ou éducatif. Cela peut inclure des visites de champs de bataille, de camps de concentration, de monuments commémoratifs ou d'autres lieux historiques ayant une connotation violente ou macabre.

Voici un aperçu de l'évolution historique du tourisme de guerre :

- Origines :
 - Les premières formes de tourisme lié à la guerre remontent au 18ème siècle, avec des voyages organisés vers des champs de bataille européens comme Waterloo.
 - Au 19ème siècle, le développement du transport et du tourisme a permis à davantage de personnes de visiter ces sites historiques.
 - Essor du tourisme de guerre au 20ème siècle :
 - Après la Première Guerre mondiale, le tourisme de guerre s'est développé autour des champs de bataille et des monuments aux morts.
 - Durant la Seconde Guerre mondiale, certains voyages étaient organisés pour visiter des camps de concentration et d'extermination, suscitant de vives controverses.
 - Pendant la Guerre Froide, des touristes ont visité des zones de conflit comme Berlin-Ouest et Berlin-Est.
 - Tourisme de guerre contemporain :
 - Depuis les années 1990, le tourisme de guerre s'est diversifié, avec la visite de zones de conflits récents comme en Irak, en Afghanistan ou en Syrie.
 - Les motivations des touristes sont variées : intérêt historique, curiosité morbide, recherche de sensations fortes, etc.
 - Le tourisme de guerre soulève des débats éthiques sur la commercialisation de la souffrance humaine.
- En somme, le tourisme de guerre a évolué d'un phénomène marginal au 18ème siècle à une activité touristique plus répandue, suscitant des controverses sur ses aspects éthiques.

2) Différentes formes de tourisme de guerre :

Voici quelques formes de tourisme de guerre que l'on peut observer :

- A. **Tourisme de champ de bataille :** Les voyageurs visitent des sites historiques de batailles et d'autres lieux liés à des conflits armés, souvent dans un but éducatif ou mémoriel. Exemples : Normandie (France), Gettysburg (États-Unis), Gallipoli (Turquie).
- B. **Tourisme de ruines de guerre :** Des villes entières détruites par la guerre, comme Hiroshima au Japon ou Sarajevo en Bosnie-Herzégovine, attirent de nombreux visiteurs curieux de voir les dommages causés.
- C. **Tourisme militaire :** Certains visitent des bases militaires, des musées de l'armée ou des cimetières de guerre pour explorer l'histoire et la culture militaire d'un pays.

- D. **Tourisme de catastrophes naturelles liées à la guerre** : Des événements comme la marée noire causée par la guerre du Golfe de 1991 peuvent devenir des attractions touristiques.
- E. **Tourisme de prisons de guerre ou le tourisme d'anciens camps de concentration** : La visite de sites d'anciens camps de prisonniers de guerre ou de camps de concentration, pour se remémorer les atrocités passées. Exemples : Auschwitz-Birkenau (Pologne), Tuol Sleng (Cambodge).
- F. **Tourisme de guerre contemporaine** : Bien que plus controversé, des gens visitent parfois des zones de conflit actives, comme la bande de Gaza, pour observer les combats et leurs conséquences.
- G. **Tourisme des vestiges de guerre** : Les touristes visitent des sites tels que des bunkers, des tranchées, des épaves de navires de guerre ou des ruines de villes bombardées pour observer les dommages et les traces laissées par les conflits.
- H. **Tourisme de musées de guerre** : La visite de musées consacrés à l'histoire militaire, exposant des artefacts, des véhicules et des équipements de guerre. Exemples : Musée de l'Armée à Paris, Musée de la Guerre Impériale à Londres.
- I. **Tourisme de sites de mémoire** : La visite de sites commémorant les victimes de guerre, comme des cimetières militaires, des monuments aux morts ou des mémoriaux. Exemples : Cimetière américain d'Omaha Beach, Mémorial du Génocide à Kigali (Rwanda).
- J. **Tourisme post-conflit** : Après la guerre de Bosnie (1992-1995), la Bosnie-Herzégovine est devenue une destination touristique émergente, attirée par la volonté de découvrir les traces de ce conflit meurtrier.
- K. **Tourisme de zones de conflits actifs** : Bien que controversé, certains voyageurs s'aventurent dans des zones de guerre en cours, à leurs propres risques. Exemples : Visites de zones démilitarisées entre les deux Corées, tourisme de guerre en Syrie.

3) Destinations touristiques majeures liées à la guerre :

Voici un aperçu de quelques destinations touristiques majeures liées à la guerre et aux champs de bataille dans le monde :

1. Champs de bataille de la Première Guerre mondiale (Europe) :

- Verdun (France)
- Somme (France)
- Ypres (Belgique)
- Gallipoli (Turquie)

2. Champs de bataille de la Seconde Guerre mondiale (Europe) :

- Normandie (France)
- Stalingrad (Russie)
- Auschwitz-Birkenau (Pologne)
- Berlin (Allemagne)

3. Champs de bataille de la Guerre de Sécession (États-Unis) :

- Gettysburg (Pennsylvanie)
- Antietam (Maryland)
- Vicksburg (Mississippi)

4. Sites de catastrophes humaines :

- Hiroshima et Nagasaki (Japon)

- Tchernobyl (Ukraine)
- Ground Zero à New York (États-Unis)

5. Anciens camps de concentration et prisons :

- Dachau (Allemagne)
- Robben Island (Afrique du Sud)
- Tuol Sleng (Cambodge)

6. Mémoires et monuments commémoratifs :

- Arc de Triomphe à Paris (France)
- Mémorial de l'Holocauste à Berlin (Allemagne)
- Mémorial national du Vietnam à Washington D.C. (États-Unis)

7. Zones de conflit plus récent :

- Sarajevo (Bosnie-Herzégovine - Guerre de Bosnie)
- Phnom Penh (Cambodge - Régime des Khmers rouges)
- Bagdad (Irak - Guerre d'Irak)

Voici quelques destinations touristiques de guerre et de champs de bataille dans le monde :

Europe :

- Verdun, France : Site de la célèbre bataille de Verdun pendant la Première Guerre mondiale, avec des tranchées, des cimetières militaires et des musées.
- Waterloo, Belgique : Lieu de la bataille de Waterloo, où Napoléon fut vaincu en 1815. On peut visiter le champ de bataille, le musée de Waterloo et le Lion de Waterloo.
- Gettysburg, États-Unis : Site de la bataille de Gettysburg, un tournant de la guerre de Sécession. On peut visiter le champ de bataille, le cimetière national de Gettysburg et le musée de Gettysburg.
- Normandie, France : Lieu du débarquement allié en 1944. On peut visiter les plages du débarquement, les cimetières militaires et les musées de la guerre.
- Berlin, Allemagne : Ville marquée par la Seconde Guerre mondiale, avec des vestiges du mur de Berlin, le Mémorial de l'Holocauste et le bunker d'Hitler.

Asie :

- Hiroshima, Japon : Ville détruite par la bombe atomique en 1945. On peut visiter le Mémorial de la paix d'Hiroshima, le dôme de Genbaku et le musée du mémorial de la paix.
- Saïgon, Vietnam : Ancienne capitale du Vietnam du Sud, théâtre de la guerre du Vietnam. On peut visiter le musée de la guerre du Vietnam, le palais de la réunification et le tunnel de Cu Chi.
- Corée du Nord : Pays marqué par la guerre de Corée. On peut visiter la zone démilitarisée (DMZ) et la ville de Panmunjom, où les accords d'armistice ont été signés.

Afrique :

- Kigali, Rwanda : Ville marquée par le génocide de 1994. On peut visiter le Mémorial du génocide de Kigali et le musée d'art contemporain de Kigali.
- Afrique du Sud : Pays marqué par l'apartheid. On peut visiter le musée de l'apartheid à Johannesburg et le musée de la prison de Robben Island, où Nelson Mandela a été emprisonné.

Amérique du Nord :

- Pearl Harbor, États-Unis : Lieu de l'attaque japonaise sur la base navale américaine en 1941. On peut visiter le mémorial de l'USS Arizona et le musée de Pearl Harbor.
- Washington D.C., États-Unis : Ville marquée par la guerre de Sécession et la guerre du Vietnam. On peut visiter le monument à Lincoln, le monument aux soldats et marins et le musée national de la guerre du Vietnam.

Amérique du Sud :

- Lima, Pérou : Ville marquée par la guerre d'indépendance du Pérou. On peut visiter le musée d'art précolombien et le musée national d'anthropologie et d'archéologie.

4) L'attrait des champs de bataille comme destinations touristiques.

Les champs de bataille, lieux de violence et de souffrance, exercent un attrait fascinant sur les touristes. Ce phénomène, complexe et multiforme, s'explique par plusieurs facteurs :

A. Histoire et Patrimoine :

- Compréhension du passé : Les champs de bataille offrent une fenêtre sur des événements historiques importants, permettant aux visiteurs de se connecter à des moments clés de l'histoire et de comprendre les enjeux des conflits.
- Héritage culturel : Ils constituent un patrimoine culturel précieux, témoignant de la bravoure, des sacrifices et des tragédies des générations passées.
- Liens familiaux : De nombreux visiteurs recherchent les traces de leurs ancêtres qui ont participé à ces batailles, nourrissant un lien personnel avec l'histoire.

B. Fascination pour le conflit :

- Curiosité et mystère : La nature brutale et souvent méconnue des conflits attire la curiosité et le désir de comprendre les motivations, les stratégies et les conséquences des guerres.
- Sentiment d'aventure : L'exploration de lieux chargés d'histoire et de mystère offre une expérience unique et enrichissante.
- Esthétique et beauté tragique : Certains champs de bataille présentent une beauté particulière, mêlant paysages naturels et traces de la guerre, suscitant une émotion complexe.

C. Tourisme mémoriel et commémoration :

- Hommage aux victimes : Les champs de bataille servent de lieux de recueillement et de commémoration pour honorer la mémoire des soldats tombés au combat.
- Réflexion sur la guerre : La visite de ces lieux incite à la réflexion sur les conséquences des conflits et les valeurs de paix et de tolérance.
- Éducation et sensibilisation : Les musées et les centres d'interprétation présents sur les champs de bataille contribuent à l'éducation du public sur les réalités de la guerre.

D. Aspects économiques et touristiques :

- Développement économique : Le tourisme sur les champs de bataille génère des revenus pour les communautés locales et soutient les infrastructures touristiques.
- Offre touristique diversifiée : Les sites historiques, les musées, les circuits guidés et les événements commémoratifs offrent une variété d'expériences aux visiteurs.

Cependant, il est important de souligner les aspects sensibles et controversés liés au tourisme sur les champs de bataille :

- **Respect des victimes :** Il est crucial de maintenir un comportement respectueux et de ne pas banaliser les souffrances et les sacrifices des soldats.
- **Exploitation commerciale :** La commercialisation excessive de l'histoire et la présence de souvenirs de guerre peuvent être perçues comme une banalisation du conflit.
- **Sensibilité culturelle :** Il est important de tenir compte des sensibilités culturelles et des opinions divergentes concernant les événements historiques.

En conclusion, l'attrait des champs de bataille comme destinations touristiques est un phénomène complexe et multiforme. Il est important de concilier la fascination pour l'histoire et la commémoration des victimes avec le respect du passé et la sensibilisation aux enjeux éthiques et culturels.

PARTIE 2 : ENJEUX ETHIQUES ET IMPACTS DU TOURISME DE GUERRE :

1) Questions éthiques et controverses autour du tourisme de guerre.

Le tourisme de guerre, qui inclut la visite de champs de bataille, de sites de massacres et de musées militaires, soulève de nombreuses questions éthiques et controverses. Voici quelques-uns des principaux points de discussion :

a) Respect des morts et des victimes :

- Sacralisation des lieux : Certains considèrent que les lieux de guerre sont sacrés et doivent être traités avec respect et recueillement. La présence de touristes peut être perçue comme une profanation de ces lieux et une revitalisation des souffrances endurées.
- Exploitation des victimes : L'exploitation commerciale de la mémoire des victimes, par exemple la vente de souvenirs ou l'organisation de reconstitutions historiques, peut être perçue comme une instrumentalisation de leur souffrance.
- Sensibilité des familles : La présence de touristes sur des sites de massacres ou de cimetières militaires peut être douloureuse pour les familles des victimes et raviver des blessures profondes.

b) Commémoralisation et instrumentalisation :

- Objectivité historique : Il est important de garantir que les sites de guerre soient présentés de manière objective et factuelle, sans propagande ou manipulation.
- Distorsion de la réalité : Certains sites peuvent être utilisés pour glorifier la guerre ou promouvoir des idéologies nationalistes, ce qui peut contribuer à la glorification de la violence et à la justification de conflits futurs.
- Tourisme de guerre et tourisme de paix : Il est important de distinguer entre le tourisme de guerre qui vise à commémorer les victimes et à promouvoir la paix et le tourisme de guerre qui vise à glorifier la violence et à susciter un sentiment de patriotisme exacerbé.

c) Impact sur les communautés locales :

- Perturbation de la vie quotidienne : La présence de touristes peut perturber la vie quotidienne des communautés locales et créer des tensions.

- Compréhension et respect des cultures locales : Il est important de respecter les sensibilités et les traditions locales et de s'assurer que le tourisme ne contribue pas à la marginalisation ou à l'exploitation des communautés locales.
- Développement économique et exploitation : Le tourisme de guerre peut générer des revenus pour les communautés locales, mais il est important de s'assurer que ces revenus sont répartis équitablement et que le développement économique ne se fait pas au détriment de l'environnement et de la culture locale.

d) Exploitation commerciale et éthique :

- Responsabilité des agences de voyages : Les agences de voyages et les tour-opérateurs ont une responsabilité éthique de s'assurer que les sites de guerre sont visités de manière respectueuse et que les touristes sont sensibilisés aux enjeux éthiques.
- Transparence et information: Il est important que les touristes soient informés de la nature sensible des sites qu'ils visitent et des enjeux éthiques liés au tourisme de guerre.
- Éducation et sensibilisation : Le tourisme de guerre peut être une occasion d'éducation et de sensibilisation aux conséquences de la guerre et aux valeurs de la paix.

En conclusion, le tourisme de guerre est un phénomène complexe qui soulève de nombreuses questions éthiques. Il est important de concilier l'intérêt touristique avec le respect des victimes, la promotion de la paix et le développement durable des communautés locales.

Il est nécessaire de promouvoir un tourisme de guerre responsable et éthique qui contribue à la compréhension et à la commémoration des événements historiques, tout en respectant la mémoire des victimes et en favorisant la paix.

2) Évaluer les impacts sociaux, économiques et environnementaux.

Le tourisme de guerre, bien qu'attirant un nombre croissant de visiteurs, a des impacts sociaux, économiques et environnementaux complexes et souvent controversés.

a) Impacts Sociaux :

- ✓ Reviviscence du traumatisme : La présence de touristes sur des sites de guerre peut raviver les souvenirs douloureux et les traumatismes des populations locales qui ont vécu les événements de près.
- ✓ Conflit de mémoire : Les différentes interprétations des événements historiques entre les populations locales et les touristes peuvent engendrer des tensions et des conflits.
- ✓ Manque de respect : Certains comportements touristiques peuvent être perçus comme un manque de respect envers les victimes et leurs familles, notamment la prise de selfies devant des monuments commémoratifs ou la revitalisation des événements historiques.
- ✓ Déplacement des populations locales : L'essor du tourisme de guerre peut entraîner des déplacements de populations locales, notamment si les sites touristiques sont situés dans des zones sensibles ou si les infrastructures touristiques se développent au détriment des habitations locales.

b) Impacts Économiques :

- ✓ Création d'emplois : Le tourisme de guerre peut générer des emplois dans les secteurs de l'hôtellerie, de la restauration, du transport et des services touristiques.
- ✓ Revenus pour les communautés locales : Les revenus générés par le tourisme de guerre peuvent contribuer au développement économique des communautés locales, notamment dans les zones rurales et reculées.
- ✓ Dépendance économique : La dépendance économique à l'égard du tourisme de guerre peut rendre les communautés locales vulnérables aux fluctuations du marché touristique.
- ✓ Augmentation des prix : L'afflux de touristes peut entraîner une augmentation des prix des biens et des services, ce qui peut pénaliser les populations locales.

c) Impacts Environnementaux :

- ✓ Dégradation des sites historiques : Le tourisme de guerre peut entraîner la dégradation des sites historiques, notamment par le piétinement, la pollution et l'érosion.
- ✓ Pollution : Le tourisme de guerre peut contribuer à la pollution atmosphérique, à la pollution sonore et à la pollution des eaux, notamment par les transports et les infrastructures touristiques.
- ✓ Déforestation : Le développement des infrastructures touristiques peut entraîner la déforestation et la perte de biodiversité.
- ✓ Surconsommation d'eau et d'énergie : L'augmentation du nombre de touristes peut entraîner une surconsommation d'eau et d'énergie, ce qui peut mettre à rude épreuve les ressources locales.

En conclusion, le tourisme de guerre présente des impacts sociaux, économiques et environnementaux complexes et souvent contradictoires. Il est crucial de développer une approche responsable et durable qui prenne en compte les besoins des populations locales, la préservation des sites historiques et la protection de l'environnement.

Pour minimiser les impacts négatifs du tourisme de guerre, il est nécessaire de mettre en place des mesures telles que :

- ❖ Sensibilisation des touristes : Éduquer les touristes sur l'histoire, les enjeux éthiques et les impacts du tourisme de guerre.
- ❖ Gestion responsable des sites : Mettre en place des mesures de gestion des sites touristiques pour minimiser l'impact sur l'environnement et les populations locales.
- ❖ Collaboration avec les communautés locales : Impliquer les communautés locales dans la planification et la gestion du tourisme de guerre.
- ❖ Développement d'alternatives touristiques : Proposer des alternatives touristiques plus durables et respectueuses de l'environnement et des populations locales.

Le tourisme de guerre peut être une opportunité de développement économique, mais il est important de le gérer avec prudence et responsabilité pour éviter les impacts négatifs et garantir un tourisme durable et respectueux.

3) Débats autour de la marchandisation de la guerre et de la sensibilité des sites.

La marchandisation de la guerre, et plus particulièrement la commercialisation des sites liés aux conflits, suscite de nombreux débats et soulève des questions de sensibilité. Voici quelques points clés de ces débats :

A. Exploitation des tragédies et manque de respect :

- Profit sur la souffrance : Certains accusent l'industrie touristique de profiter des tragédies passées en transformant des sites de guerre en attractions touristiques, réduisant ainsi la gravité des événements et la souffrance des victimes à un simple spectacle.
- Manque de respect envers les morts et les familles : La présence de touristes sur des sites de massacres, de cimetières militaires ou de monuments commémoratifs peut être perçue comme un manque de respect envers les victimes et leurs familles, qui peuvent ressentir une intrusion dans leur douleur et leur deuil.
- Revitalisation de l'histoire : La commercialisation de la guerre peut contribuer à la revitalisation de l'histoire et à la banalisation des conflits, en occultant la complexité des événements et les conséquences humaines.

B. Sensibilité des populations locales et des descendants des victimes :

- Reviviscence du traumatisme : La présence de touristes sur des sites liés à la guerre peut raviver les souvenirs douloureux et les traumatismes des populations locales qui ont vécu les événements de près.
- Conflit de mémoire : Les différentes interprétations des événements historiques entre les populations locales et les touristes peuvent engendrer des tensions et des conflits, notamment sur la façon de commémorer les victimes et de préserver la mémoire.
- Manque de considération : La présence de touristes peut être perçue comme une intrusion dans la vie privée et une négligence de la souffrance des populations locales.

C. Instrumentalisation de l'histoire et de la mémoire :

- Réécriture de l'histoire : La commercialisation de la guerre peut contribuer à une simplification et à une instrumentalisation de l'histoire, en occultant les nuances et les perspectives multiples.
- Nationalisme et propagande : Certains sites de tourisme de guerre peuvent être utilisés pour promouvoir un nationalisme exacerbé ou une propagande politique, en biaisant l'interprétation des événements historiques.

- Commémoralisation et exploitation : La distinction entre la commémoration des victimes et l'exploitation touristique des événements historiques est parfois floue, ce qui soulève des questions éthiques sur la manière dont les sites de guerre doivent être gérés et exploités.

D. Responsabilité des entreprises touristiques et des visiteurs :

- Éducation et sensibilisation : Les entreprises touristiques ont une responsabilité d'éduquer les visiteurs sur les événements historiques, les enjeux éthiques et les impacts du tourisme de guerre.
- Respect des cultures locales : Il est important de respecter les traditions et les sensibilités des populations locales lors de l'organisation de voyages de tourisme de guerre.
- Comportement des visiteurs : Les visiteurs doivent être conscients de l'impact de leurs actions et de leurs comportements sur les populations locales et les sites historiques.

En conclusion, la marchandisation de la guerre et la commercialisation des sites liés aux conflits soulèvent des questions éthiques et de sensibilité importantes. Il est crucial de développer une approche responsable et respectueuse, en tenant compte des victimes, des populations locales et des enjeux de mémoire et d'histoire.

Pour minimiser les impacts négatifs, il est nécessaire de mettre en place des mesures telles que :

- Gestion responsable des sites : Mettre en place des mesures de gestion des sites touristiques pour minimiser l'impact sur l'environnement et les populations locales.
- Collaboration avec les communautés locales : Impliquer les communautés locales dans la planification et la gestion du tourisme de guerre.
- Sensibilisation des touristes : Éduquer les touristes sur l'histoire, les enjeux éthiques et les impacts du tourisme de guerre.
- Développement d'alternatives touristiques : Proposer des alternatives touristiques plus durables et respectueuses de l'environnement et des populations locales.

Le tourisme de guerre peut être une opportunité de développement économique, mais il est important de le gérer avec prudence et responsabilité pour éviter les impacts négatifs et garantir un tourisme durable et respectueux.

PARTIE 3 : BONNES PRATIQUES ET PERSPECTIVES D'AVENIR :

1) Exemples de réussites et d'initiatives exemplaires dans différents pays.

Voici quelques exemples de réussites et d'initiatives exemplaires de tourisme de guerre dans différents pays, qui mettent l'accent sur la sensibilisation, la responsabilité et le respect des victimes et des populations locales :

a. Le Mémorial de la Paix de Hiroshima (Japon) :

- Sensibilisation : Le mémorial met l'accent sur la paix et la non-prolifération nucléaire, racontant l'histoire de la bombe atomique et ses conséquences.
- Respect : Le mémorial honore les victimes et offre un espace de recueillement.
- Éducation : Des expositions et des programmes éducatifs sont proposés pour sensibiliser les visiteurs aux horreurs de la guerre et promouvoir la paix.

b. Le Musée de l'Holocauste :

- Compréhension : Le musée présente l'histoire de l'Holocauste à travers des témoignages, des objets et des documents.
- Mémoire : Il commémore les victimes et permet aux visiteurs de comprendre les dangers de l'intolérance et de la haine.
- Engagement : Le musée s'engage dans des programmes éducatifs et de lutte contre l'antisémitisme.

c. Le champ de bataille de Gettysburg (États-Unis):

- Préservation : Le champ de bataille est un parc national qui conserve les lieux de la bataille de Gettysburg et offre des visites guidées et des expositions.
- Histoire : Le site permet aux visiteurs de comprendre les enjeux de la guerre de Sécession et d'apprécier le sacrifice des soldats.
- Respect : Le champ de bataille honore la mémoire des soldats tombés et offre un espace de recueillement.

d. Le Mémorial de Verdun (France) :

- Commémoralisation : Le mémorial commémore la bataille de Verdun, l'une des plus meurtrières de la Première Guerre mondiale.
- Réflexion : Le site incite à la réflexion sur les conséquences de la guerre et les sacrifices des soldats.
- Dialogue : Le mémorial organise des événements et des expositions pour promouvoir le dialogue et la compréhension entre les peuples.

e. Le Mémorial de la Guerre de Corée (Corée du Sud) :

- Histoire : Le mémorial présente l'histoire de la guerre de Corée et ses conséquences.
- Réconciliation : Le site s'engage dans des efforts de réconciliation entre les deux Corées.
- Éducation : Le mémorial organise des programmes éducatifs pour sensibiliser les visiteurs aux dangers de la guerre.

Initiatives exemplaires :

- ❖ Le tourisme responsable : Des agences de voyage proposent des voyages de guerre respectueux des populations locales et des sites historiques.
- ❖ Le tourisme participatif : Des initiatives impliquent les communautés locales dans la gestion des sites touristiques et la création d'activités touristiques durables.
- ❖ Le tourisme éducatif : Des programmes sont développés pour sensibiliser les visiteurs aux enjeux éthiques et historiques du tourisme de guerre.

Ces exemples illustrent la possibilité de développer un tourisme de guerre responsable, respectueux et éducatif. Il est important de s'engager dans des initiatives qui honorent les victimes, préservent les sites historiques et promouvant la paix et la compréhension entre les peuples.

2) Recommandations pour un tourisme de guerre responsable et durable.

Le tourisme de guerre, bien que controversé, peut être une opportunité de sensibilisation et de réflexion sur les événements historiques. Pour garantir un tourisme responsable et durable, voici des recommandations clés :

A. Sensibilisation et Éducation :

- **Avant le voyage** : Les agences de voyages et les organisateurs de voyages doivent fournir aux visiteurs une information complète sur l'histoire du conflit, les enjeux éthiques et les impacts du tourisme sur le site.
- **Sur place** : Des guides touristiques compétents et sensibles doivent être présents pour expliquer les événements historiques, les conséquences humaines et le contexte culturel du site.
- **Musée et expositions** : Des musées et expositions doivent être conçus pour offrir une perspective équilibrée et informative sur le conflit, en mettant en avant les victimes et les conséquences de la guerre.

B. Respect des Victimes et des Populations Locales :

- **Comportement approprié** : Les visiteurs doivent être conscients de l'impact de leurs actions et de leurs comportements sur les populations locales et les sites historiques. Il est important de respecter les lieux de sépulture, les monuments commémoratifs et les traditions locales.
- **Éviter la revitalisation** : Les selfies, les comportements irrespectueux et la banalisation des événements historiques doivent être proscrits.
- **Dialogue et compréhension** : Encourager le dialogue et la compréhension entre les visiteurs et les populations locales, en favorisant l'échange d'expériences et de perspectives.

C. Gestion Durable des Sites :

- **Protection de l'environnement :** Mettre en place des mesures pour minimiser l'impact environnemental du tourisme, notamment la pollution, la dégradation des sites et la surconsommation des ressources.
- **Gestion des foules :** Contrôler le nombre de visiteurs pour éviter la surpopulation et la dégradation des sites.
- **Collaboration avec les communautés locales :** Impliquer les communautés locales dans la gestion des sites touristiques, en leur offrant des opportunités économiques et en respectant leurs traditions et leurs valeurs.

D. Alternatives et Diversification :

- **Activités alternatives :** Proposer des activités touristiques alternatives qui valorisent la culture locale, l'artisanat, la gastronomie et les paysages naturels.
- **Tourisme responsable :** Encourager le tourisme responsable en privilégiant les hébergements et les activités touristiques respectueux de l'environnement et des populations locales.
- **Écotourisme :** Développer des initiatives d'écotourisme qui contribuent à la conservation de la biodiversité et à la protection des écosystèmes.

E. Promotion de la Paix et de la Réconciliation :

- **Mémoire et dialogue :** Utiliser le tourisme de guerre comme un outil de promotion de la paix et de la réconciliation, en favorisant le dialogue et la compréhension entre les peuples.
- **Éducation à la paix :** Intégrer des programmes éducatifs sur la paix et la non-violence dans les initiatives de tourisme de guerre.
- **Collaboration internationale :** Encourager la collaboration internationale entre les pays concernés par le tourisme de guerre pour partager les bonnes pratiques et développer des initiatives communes.

F. Développer une approche pédagogique et mémorielle.

- Développer une approche pédagogique et mémorielle pour le tourisme de guerre exige de trouver un équilibre délicat entre la sensibilisation aux événements historiques, le respect des victimes et des populations locales, et la promotion de la paix et de la réconciliation.

En conclusion, le tourisme de guerre peut être une expérience enrichissante et éducative, mais il est crucial de le gérer de manière responsable et durable. En respectant les victimes, les populations locales et l'environnement, le tourisme de guerre peut contribuer à la sensibilisation, à la réflexion et à la promotion de la paix.

Conclusion :

Le tourisme de guerre est un phénomène complexe qui soulève de nombreuses questions éthiques et sociales. Il est important de le considérer avec prudence et responsabilité, en tenant compte des victimes, des populations locales et des enjeux de mémoire et d'histoire.

D'une part, le tourisme de guerre peut être une opportunité de sensibilisation et d'éducation, permettant aux visiteurs de comprendre les événements historiques, les conséquences de la guerre et les sacrifices des soldats. Il peut également contribuer à la préservation des sites historiques et à la promotion de la paix et de la réconciliation.

D'autre part, le tourisme de guerre peut être exploiteur et irrespectueux, en particulier si les sites historiques sont commercialisés de manière inappropriée, si les populations locales sont marginalisées et si les souvenirs des victimes sont bafoués. Il est donc crucial de développer une approche responsable et durable du tourisme de guerre, en privilégiant les initiatives qui respectent les victimes, les populations locales et l'environnement.

En conclusion, le tourisme de guerre peut être une expérience enrichissante et éducative, mais il est crucial de le gérer de manière responsable et durable. En respectant les victimes, les populations locales et l'environnement, le tourisme de guerre peut contribuer à la sensibilisation, à la réflexion et à la promotion de la paix.

Il est important de se rappeler que les sites de guerre ne sont pas des parcs d'attractions. Ce sont des lieux de mémoire et de recueillement, qui doivent être traités avec respect et dignité.

Références bibliographiques :

Livres :

- "Tourisme de guerre : Visions, représentations et expériences" sous la direction de C. Dupuis et T. Thivant (2017), Éditions Karthala
- "Tourisme sombre : Enjeux et pratiques" par C. Marcotte et P. Bourdeau (2014), Presses de l'Université du Québec
- "Les lieux de mémoire et le tourisme de guerre" par A. Kamel (2013), L'Harmattan
- "Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster" par J. Lennon et M. Foley (2000)
- "Wars, Wildcat and Wine: The Dark Tourism Trade" par D. Stone (2013)
- "Le tourisme de guerre : une nouvelle forme de tourisme ?" par C. Marcotte et P. Bourdeau (2012)

Articles scientifiques :

- "Dark Tourism: Mediating Between the Dead and the Living" par P. Stone (2006), dans *International Journal of Heritage Studies*

- "Dark Tourism and Thanatourism: New Page in Hospitality and Tourism" par K. Seaton (1996), dans Hospitality Review
- "Understanding the Motivations and Experiences of Visitors to Dark Tourism Sites" par J. Biran, Y. Poria et G. Oren (2011), dans International Journal of Heritage Studies

Rapports et études de cas :

- "The Development of Dark Tourism in Scotland" par VisitScotland (2018)
- "Étude du tourisme de guerre à Ypres, Belgique" par l'Université de Gand (2015)
- "Impacts économiques et sociaux du tourisme de guerre au Vietnam" par l'Organisation Mondiale du Tourisme (2017)

Le tourisme de montagne entre potentiel et obstacles : L'exemple des Aurès (Algérie).

Dr. REDJAL Omar¹ Dr. MEDDOUR Oualid²

^{1,2} Institut de Gestion des techniques Urbaines – Université de Constantine 3 Salah BOUBNIDER (Algérie)
E-mail : omar.redjal@univ-constantine3.dz E-mail : oualid.meddour@univ-constantine3.dz

المحور: الآثار الاجتماعية والثقافية والبيئية لصناعة الوجهات السياحية

Résumé :

L'Algérie figure parmi les pays magrébins qui disposent de potentialités touristiques riches et variées, ce qui devrait permettre l'essor du secteur touristique conditionné à une sérieuse volonté de développer toutes sortes de tourisme qui s'y trouvent, à savoir ; le tourisme saharien, balnéaire, thermal...etc.

Le tourisme durable est un compromis entre les besoins des visiteurs et ceux de la région qui les accueille, c'est un tourisme responsable qui concilie entre les aspirations du touriste sans pour autant nuire au ressources naturelles, c'est un ensemble d'activités qui a pour but la sauvegarde et la mise en valeur du patrimoine naturel et culturel, l'intérêt de ce type de tourisme réside dans le fait qu'il préserve l'environnement.

Ce présent travail met en exergue un des principaux problèmes du tourisme en Algérie et qui est le faible développement de l'activité touristique dans les régions saharienne, et parmi ces zones nous avons choisis celle de Oued Abdi située dans le sud des Aurès qui dispose de potentialités touristiques considérables notamment des paysages naturels magnifiques et une richesse culturelle spécifique et unique et l'existence d'habitations anciennes sous la forme de ranches, dites "Dechras" construites en harmonie avec le site naturel.

La région d'Oued Labiod a également un important potentiel touristique qui réside surtout dans des sites dont la richesse patrimoniale est avérée, parmi ces sites celui de Ghoufi riche par sa géographie spécifique, son architecture particulière et son histoire, c'est un tableau dont le mélange de couleurs s'inscrit dans un décor singulier qui attire les regards, ce site est l'héritage d'un long passé riche historiquement et culturellement.

Le Ghoufi figure parmi les zones traitées par notre étude, et malgré ses nombreux attraits touristiques naturels culturels historiques et architecturaux, ce site souffre d'une faiblesse de rendement touristique causée par le manque d'infrastructure de base nécessaire.

Les régions de Oued Abdi et Oued Labiod disposent de ressources naturelles touristiques riches et variées, constitués de montagnes de vallées, de superbes plaines, et des zones humides ainsi que des sites archéologique et de l'habitat traditionnel, elles disposent également d'un patrimoine culturel et social, et les structures qui doivent être mises en œuvre pour participer à l'essor d'un tourisme intérieur.

L'originalité de ces deux régions est indiscutable car elles sont le cadre de l'évolution de la société Auréssienne et représente une grande unité variée : une société Amazigh qui conserve et garde sa langue, ses us et coutumes, son habitat en terrasses qui s'intègre bien dans la géomorphologie locale.

A partir de ces potentialités de la région, notre étude va essayer de répondre au questionnement suivant :

- *Quel sont les entraves au tourisme de montagne en Algérie ?*
- *Comment peut-on utiliser le tourisme de montagne comme moteur d'un développement local et régional équitable qui améliore le niveau de vie dans les zones marginalisées possédant un potentiel touristique ?*

Les mots clés : Tourisme de montagne, offre touristique, développement local et régional équitable, inertie touristique.

Abstract:

Algeria is one of the Maghreb countries with a rich and varied tourism potential, which should enable the tourism sector to expand, provided there is a serious desire to develop all kinds of tourism, including Saharan, seaside, and spa tourism. Etc.

Sustainable tourism is a compromise between the needs of visitors and those of the host region. It is responsible tourism that reconciles the aspirations of tourists without damaging natural resources, and it is a set of activities aimed at safeguarding and enhancing the natural and cultural heritage.

This study highlights one of the main problems facing tourism in Algeria, which is the poor development of tourist activity in the Saharan regions. Among these regions, we have chosen Oued Abdi, located in the south of the Aures, which has considerable tourist potential, in particular magnificent natural landscapes and a specific and unique cultural wealth, as well as the existence of ancient dwellings in the form of ranches (known as Dechras) built in harmony with the natural site.

The Oued Labiod region also has significant tourist potential, particularly in terms of sites with a rich heritage, including Ghoufi, which is rich in terms of its specific geography, its particular architecture, and its history. It is a painting with a mixture of colors in a singular setting that attracts the eye. This site is the legacy of a long past rich in history and culture.

The Ghoufi is one of the areas covered by our study, and despite its many natural, cultural, historical, and architectural tourist attractions, this site suffers from a low tourist yield caused by a lack of the necessary basic infrastructure.

The Oued Abdi and Oued Labiod regions have rich and varied natural tourist resources, consisting of mountains, valleys, superb plains, and wetlands, as well as archaeological sites and traditional dwellings. They also have a cultural and social heritage and structures that need to be implemented to participate in the development of inland tourism.

The originality of these two regions is indisputable, as they are the setting for the evolution of Auresian society and represent a great and varied unity: an Amazigh society that has preserved and kept its language, its habits and customs, and its terraced habitat, which blends in well with the local geomorphology.

Based on the region's potential, our study will attempt to answer the following question:

- *What are the obstacles to mountain tourism in Algeria?*
- *How can mountain tourism be used as an engine for equitable local and regional development that improves living standards in marginalized areas with tourism potential?*

Keywords: Mountain tourism, the tourism offer, equitable local and regional development, tourism inertia.

❖ **INTRODUCTION.**

En réalité, le problème central que nous traitons dans cette présentation, qui expose la structure globale de ses principaux axes, est celui de l'achoppement touristique dans les régions de montagne, ou, plus précisément, dans les « villes de montagne », dont l'héritage multiculturel pose plus d'une question sur les politiques locales et la géopolitique du concept de tourisme de montagne.

L'aspect urbain a pris une grande place dans la vie et l'histoire de l'homme amazigh en général, et de l'homme Aurèssien en particulier, qui a finalement réussi à construire des bâtiments de formes et de rôles différents qu'il a utilisés comme habitation pour passer d'une vie de nomadisme, d'errance et de grottes à la stabilité et à l'habitat¹. C'est le début de la civilisation d'Oued Abdi, car les archéologues ont confirmé et découvert que la plus grande réalisation de l'homme dans sa longue histoire est l'art de la construction, y compris la Dechra, qui peut jouer un rôle dans le tourisme de la région.

¹ www.tawalt.com

La Dechra est l'un des types les plus importants de construction architecturale traditionnelle, caractéristique de la région des Aurès. Elle se distingue par un style architectural particulier, qui témoigne de la présence de cette ancienne construction dans ses différentes régions, notamment de part et d'autre de la vallée de Oued Abdi. La construction de ces bâtiments est liée aux conditions historiques qu'a connues la région.

Le choix de la région de ce travail, et plus particulièrement de ses villages, comme étude de cas s'explique par les raisons suivantes :

Premièrement ; la région bénéficie des caractéristiques naturelles propres aux zones montagneuses en plus de ses attractions touristiques.

Deuxièmement ; Les transformations urbaines, sociales et économiques qui ont eu un impact négatif sur l'environnement naturel, ce qui a souvent un impact négatif sur la réalité touristique.

Troisièmement ; La nécessité de trouver des moyens de préserver le patrimoine urbain de la région et de développer des méthodes de développement et de reconstruction de ces zones et de l'environnement, et de promouvoir le secteur du tourisme.

❖ PROBLEMATIQUE DE RECHERCHE.

Bien que la région des Aurès en général et l'Oued Abdi et l'Oued Labiod en particulier soient dotés d'atouts touristiques naturels, patrimoniaux et historiques, de nombreuses questions se posent sur les enjeux et les obstacles les plus importants dans le processus de protection de son patrimoine et de valorisation de ses attraits touristiques :

- ✓ *Comment ces centres ont-ils pu s'adapter aux spécificités de la région ?*
- ✓ *Comment concilier le développement du tourisme patrimonial en zone de montagne avec la préservation du patrimoine urbain, les spécificités de la région et la sensibilité de ce type d'espace ?*

1. PRESENTATION DU CAS D'ETUDE.

Localisation :

Géographiquement : Situés au cœur des Aurès et appartenant à la chaîne de l'Atlas saharien dans la zone de la province de Batna, l'Oued Abdi et l'Oued Labiod constituent une zone de transition entre la chaîne montagneuse (Atlas saharien) et le désert, l'unité naturelle qui englobe ces centres étant les bassins de l'Oued Abdi et de l'Oued Labiod.

Sur le plan administratif : La zone d'étude est constituée de communes appartenant administrativement à la wilaya de Batna, avec un nombre total de 61 communes et 21 arrondissements, située au sud-est de la wilaya, avec une extension nord-est vers le sud-ouest, et la route nationale n°87 est considérée comme l'une des caractéristiques les plus importantes de la zone d'étude. La RN 87 est l'un des atouts de la région de l'Oued Abdi et la RN 31 est l'un des atouts de la région de l'Oued Labiod, car elle assure la liaison entre les différentes régions des deux bassins, reliant la ville de Batna à la ville de Biskra sur une longueur de 150 kilomètres, et desservant la majorité des communes de la région.

2. CARACTERISTIQUES DE L'OUED ABDI ET DE L'OUED LABIOD «POTENTIEL LIMITE ET OBSTACLES A L'URBANISATION».

- La zone est essentiellement montagneuse.
- Presque homogène en termes de géologie solide.
- Oueds secs en période estivale et faibles sources et puits.
- Végétation diversifiée et dégradation continue.

Ces caractéristiques constituent des obstacles à l'urbanisation et contribuent à ses limites.

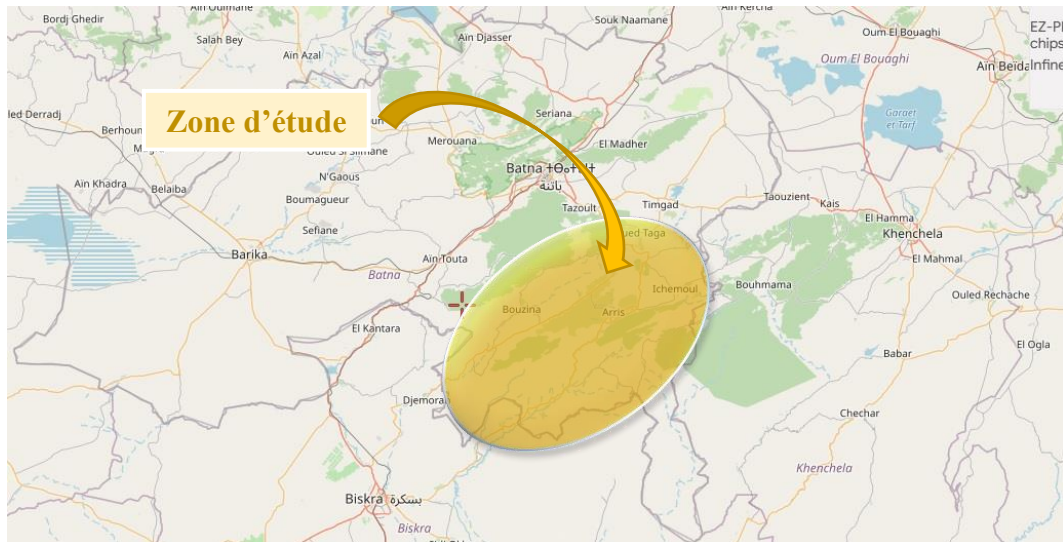


Figure 01 : Carte de situation (Zone d'étude)

Source : <https://satellites.pro>, Traitement Auteurs 2024.

1. **Les zones de montagne** : sont tous les espaces formés par des chaînes de montagnes et/ou des massifs et caractérisés par des caractéristiques géographiques telles que la topographie, l'altitude et la pente, ainsi que tous les espaces voisins qui sont liés à l'économie, aux facteurs de développement territorial et aux écosystèmes de l'espace montagneux en question, qui sont également considérés comme des zones de montagne. Les zones de montagne sont classées en quatre (4) types² :

- Les zones de haute montagne.
- Zones de moyenne montagne.
- Zones de piémont.
- Zones limitrophes.

3. FACTEURS CONTRIBUANT A L'ADAPTATION ET A L'URBANISATION DE LA REGION :

Les facteurs et motifs les plus importants qui ont contribué à l'adaptation de l'homme dans les Aurès (la zone d'étude) peuvent être résumés comme suit :

a) Facteurs politiques :

Les décisions politiques ont contribué à un changement dans le sens de l'expansion des centres, que ce soit par extension, intensification ou création de nouveaux centres comme le centre de Teniet El Abed (Draâ Taga), le quartier premier novembre d'Arris avec toutes ses composantes d'habitat, d'équipement, de voirie, de réseaux divers.

Ces décisions ont également favorisé l'émergence de pôles de services performants, et la demande croissante en immobilier trouve sa réponse dans l'intensification et le remplissage des poches vides dans le tissu urbain, ce qui a conduit à la transformation et à la croissance de ces centres comme le centre de Menaâ.

Le découpage administratif a également joué un rôle important dans l'établissement du cadre général du réseau urbain en Algérie³. La base administrative est fondée sur une décision

² Journal officiel algérien, n° 41, loi n° 04-03 du 23 juin 2004, relative à la protection des zones de montagne dans le cadre du développement durable.

³ Tijani Bachir, Urbanisation et aménagement en Algérie, Office des publications universitaires de Ben Aknoun, Algérie, 2000, p. 51.

gouvernementale qui attribue aux centres urbains, dans le cadre de la politique d'aménagement du territoire, certains niveaux de hiérarchie administrative⁴.

Dans la région de l'Oued Abdi, le centre de Teniet El Abed a été élevé en 1984 au rang de chef-lieu d'arrondissement. Les centres de Tigherghar et de Chir ont été élevés au rang de commune, et la commune de Menaâ a été élevée dans l'amendement de 1991 au rang de chef-lieu d'arrondissement (Daïra), ce qui lui a permis de bénéficier d'une série d'investissements et d'accomplir des tâches administratives, d'où une augmentation des fonctions économiques et un rôle important dans la conduite du processus de développement de la région.

b) Facteurs économiques :

La présence de certaines installations industrielles, commerciales et administratives (centres de Menaâ et Teniet El Abed, ville d'Arris) a entraîné la création d'emplois et la concentration du niveau de services dans les centres, ce qui a conduit à l'expansion des centres et à l'exode rural et des agglomérations secondaires vers les sièges des départements et des municipalités (centres), et a entraîné une transformation de l'environnement urbain.

c) Facteurs sociaux :

L'amélioration des services sociaux fournis par les centres en a fait un pôle d'attraction pour la population de certaines autres communautés, car la croissance démographique est étroitement liée à l'expansion et à la croissance des centres urbains, puisque l'augmentation de la croissance démographique accroît la consommation d'espace, en plus du facteur de migration vers ces centres en raison de l'amélioration du niveau de vie dans ces derniers, ce qui a entraîné la disparition du mode de vie traditionnel dans les centres d'étude.

d) Facteurs de sécurité :

La situation sécuritaire récente dans le pays en général, et dans la région de Oued Abdi en particulier, a contribué à inciter les habitants des zones dispersées et éloignées de la région à migrer vers les établissements urbains, car elle a entraîné une migration intensive vers les centres d'une part et vers les villes voisines d'autre part, les centres de Teniet El Abed et de Tigherghar ayant connu une immigration importante, tandis que les centres de Chir et de Menaâ ont perdu un pourcentage important de leur population en raison de l'émigration.

e) Les facteurs d'aménagement :

Depuis l'indépendance, l'Etat s'est doté d'un certain nombre d'outils et d'instruments pour organiser son espace urbain, qui sont liés à la création, à la gestion et à la disposition de l'espace urbain ou citoyen, et les communes de la zone d'étude ont vu se développer des outils d'aménagement et d'urbanisation (PDAU - POS), qui ont été réalisés à la fin des années 1990 par des bureaux d'études éloignés de la région, qui n'ont pas pris en compte les caractéristiques de cette zone sensible, et malgré les propositions faites par ces plans, leur taux de réalisation est faible, et des équipements et des aménagements ont été réalisés dans des lieux autres que ceux qui ont été choisis pour eux dans le plan.

Quant au plan d'aménagement de Wilaya (PAW) réalisé en 2009 par l'Agence Nationale de l'Urbanisme de Biskra, il a donné la première place au centre de Teniet El Abed au sixième niveau, qui sera soutenu par un ensemble d'équipements et d'aménagements (banque, marché quotidien, ...), le centre de Menaâ vient en deuxième position au cinquième niveau, qui bénéficie d'équipements tels qu'un hôpital, des unités économiques et un marché quotidien. La troisième place revient aux centres de Tigherghar et de Chir, qui sont programmés avec des

⁴ Larouk, Mohamed El Hadi, Le concept d'urbanisation en Algérie : Fondements de la classification, des schémas et de la hiérarchie des villes, Revue du Laboratoire d'urbanisme, Université de Constantine, n° 07, 2007, p. 10.

aménagements et des équipements (aires et terrains de jeux...), et ces outils peuvent jouer un rôle dans la micro-construction de la région s'ils tiennent compte de ses spécificités.

Tous ces éléments ont fait de la région de Oued Abdi une zone distinctive qui chevauche la complexité de l'espace physique et les ambitions de transformation urbaine dans cet environnement entouré d'obstacles dictés par la nature de la région, ce qui a imposé une sorte de difficulté à vivre avec elle, et a soulevé plusieurs questions sur la façon de s'y installer, de l'adapter, de l'exploiter et de l'adapter aux différents besoins de ses habitants.

Face à cette équation difficile, la question reste donc de savoir comment les citoyens doivent se comporter vis-à-vis de leur territoire pour atteindre l'équilibre économique et la stabilité tout en protégeant la culture héritée des générations : *s'inspirent-ils de la culture héritée des générations et surmontent-ils les obstacles, l'adaptent-ils à la situation pour la surmonter, ou cèdent-ils aux obstacles et quittent-ils le territoire ?*

4. LE TOURISME PATRIMONIAL.

Malgré les efforts déployés pour développer ces zones, plusieurs obstacles s'opposent au développement et à la promotion de ces villages, dont les plus importants sont les facteurs naturels, immobiliers et culturels, ces centres patrimoniaux, même s'ils ont été pris en charge et employés dans le cadre du tourisme patrimonial, qui est défini par le Fonds national pour la préservation des monuments historiques : « *C'est l'expérience de voyager vers des lieux et des activités qui représentent l'authenticité des histoires des gens du passé et du présent qui incluent l'histoire, la culture et les ressources naturelles* ».

Ce type de tourisme peut stabiliser la population face à des conditions de vie difficiles et créer un lien entre elle et le reste du territoire national. Cela ne peut se faire que par une gestion rationnelle de ces zones sensibles, d'une part, et par la protection du patrimoine urbain, d'autre part, afin de soutenir le tourisme de montagne et l'économie de groupe, de stimuler les revenus du tourisme, de renforcer l'économie locale et d'améliorer la qualité de vie des résidents et des visiteurs.

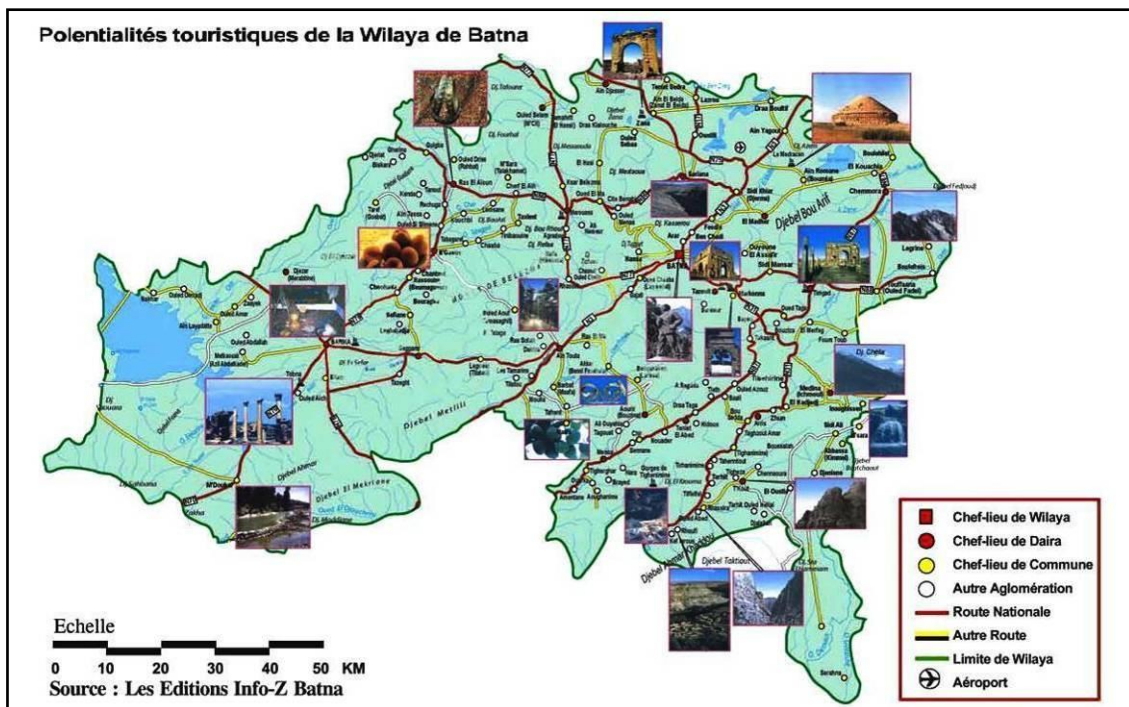


Figure 02 : Potentialités touristiques de la Wilaya de Batna.

Source : les Editions Info-Z Batna

Il ressort de la carte ci-dessus (figure n°02) que la région Aurasienne possède un patrimoine naturel, culturel et social riche et diversifié, chaque ville ayant des caractéristiques spécifiques qui contribuent à la richesse du patrimoine local de la région et, en même temps, à la valorisation de la région Auréssienne et donc au soutien du tourisme national conformément aux principaux axes du Schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT)⁵ lancé en 2008. Ces axes sont la promotion de l'Algérie en tant que destination touristique privilégiée, le développement de pôles touristiques de niveau international, la promotion du partenariat public-privé et l'encouragement de l'investissement dans le secteur du tourisme.

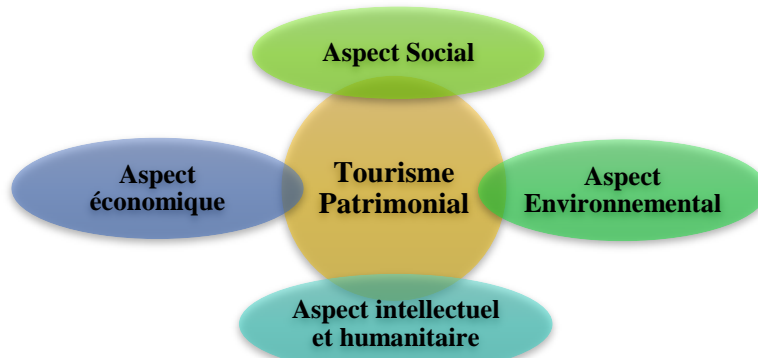


Figure 03 : Les aspects du tourisme patrimonial.

Source : Conception Auteurs.

5. L'OFFRE TOURISTIQUE ET PATRIMONIALE DE LA REGION.

Le tourisme ne signifie plus une simple situation récréative, mais a été appelé la nouvelle industrie économiquement rentable et étant donné la grande diversité dont jouit la région des Aurès, que ce soit dans les paysages naturels et archéologiques, ou même les coutumes et les traditions, ainsi que les industries traditionnelles, nous avons donc choisi d'aborder les questions suivantes ; le patrimoine de la région d'étude qu'est une ressource touristique naturelle avec une diversité distinctive de montagnes, de vallées, de plaines pittoresques, de zones humides, de sites archéologiques, d'habitations anciennes, un riche patrimoine culturel et social, des composants et des structures qui nécessitent une activation pour contribuer à l'industrie touristique nationale, en particulier l'importance patrimoniale des différents monastères dans le bassin de la vallée d'Abdi.



Photos (01, 02, 03) : La diversité du patrimoine culturel et urbain dans la région d'Aurès.

6. POTENTIEL TOURISTIQUE DE LA REGION D'AURES :

Les régions montagneuses sont souvent les premières à accueillir des projets récréatifs, en raison des caractéristiques naturelles qui les qualifient pour les attirer et de l'étendue de leurs effets positifs sur les zones dans lesquelles ils sont établis, et suite à notre analyse de la situation actuelle des qualifications naturelles, sociales, historiques et culturelles de la région d'Oued

⁵ Schéma Directeur d'Aménagement Touristique

Abdi, il a été constaté qu'elle peut jouer un rôle dans l'aspect touristique. En raison de ses caractéristiques naturelles, climatiques, topographiques, historiques et culturelles immatérielles, outre le fait que cette région est directement reliée à la région des Aurès par la route nationale 87 entre Batna et Biskra, et constitue donc un musée touristique naturel à partir des sites qui abondent dans la région, tels que le château de Baloul, le château d'Igfen, Dechras : Amentane, Ouarka, Mena, ...), en plus des sites qui abondent dans la région. En plus des paysages naturels attrayants qui caractérisent la région d'Oued Abdi, le secteur touristique de la région doit être soutenu.



Photo n° 04 : Zone de Tijedai
Commune de Mena (potentiel
touristique)



Photo n° 05 : Zone de Tasserifte
Centre Mena (potentiel touristique)



Photo n° 06 : Dechra d'Ouarka
Commune de Tigherghar



Photo n° 07 : Dechra d'Amentane
Commune de Tigherghar

7. ARCHITECTURE TRADITIONNELLE AURESIIENNE :

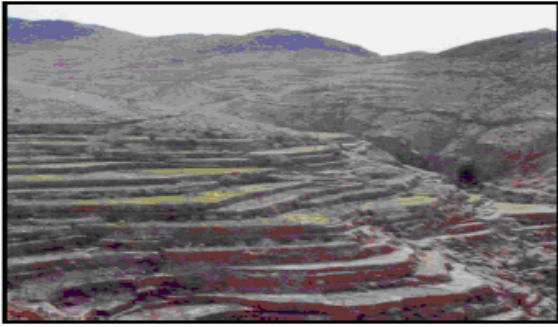
La Dechra⁶ : La Dechra, qui est à la base de l'architecture de la région d'Oued Abdi, se caractérise par les traits urbains suivants :

- ✓ La mosquée est le noyau principal de la Dechra.
- ✓ Des bâtiments résidentiels entourent le noyau principal (la mosquée).
- ✓ Un réseau complexe de chemins étroits qui entrelacent les toits.
- ✓ La plupart des Dechras ont pris des positions défensives.
- ✓ Les chemins sont très sinueux et interrompus par des extrémités fermées, à des fins défensives et environnementales.

Le tissu urbain de Dechra est resté inchangé pendant longtemps, en raison de la nature de la communauté locale.

Comme la plupart des villages de la région d'Oued Abdi sont similaires dans leur structure de terrain, nous avons modélisé la Dechra de Mena. Son habitat est construit en terrasses et en gradins.

⁶ La Dechra : La construction de ces villages était liée aux circonstances historiques de la région, et ils ont su concilier les aspects résidentiels, fonctionnels, esthétiques et l'adaptation aux données topographiques.



Photos (08, 09) : La contribution des formations naturelles au profil touristique de la région.

Cependant, la forme urbaine traditionnelle de la Dechra a été reconnue comme site du patrimoine national en 1928. Cela est dû à son caractère spécial, qui est discuté en détail dans cette étude.

▪ **Le château -Kelaâ:**

Trois châteaux ont été construits dans la région pendant la période Kahina, le plus important étant celui de Baloul, qui a été reconnu comme site du patrimoine national en 1993.



Photos 10 : Kalâa (château) Baloul

8. LES TRANSFORMATIONS URBAINES ET LEUR IMPACT SUR LES SITES TOURISTIQUES DE LA REGION :

La Dechra est l'un des types les plus importants de construction architecturale traditionnelle, caractéristique de la région des Aurès et caractérisée par un style architectural particulier, qui témoigne de la présence de cette ancienne construction dans ses différentes régions, des deux côtés de la vallée de Oued Abdi en particulier. La construction de ces bâtiments est liée aux conditions historiques qu'a connues la région.

8.1. Manifestations de transformation dans les sites archéologiques :

Le tissu traditionnel et l'émergence de nouvelles extensions (l'émergence des centres urbains) :
L'urbanisation de la période récente a connu une croissance extraordinaire des agglomérations urbaines et du réseau urbain, et ceci est le résultat de la révolution industrielle qui a bouleversé les concepts d'urbanisation, car les villes et les centres urbains ont gonflé, se sont multipliés et

ont compliqué leurs structures, et le modèle urbain a dominé les rassemblements humains, et la culture et le style de vie de la ville ont dominé les mentalités. Au cours de la première période, la croissance a prévalu en fonction des nœuds de communication, puis de l'adoption de routes standard transversales qui se sont ensuite transformées en urbanisation, ce qui a conduit à l'émergence de petits centres urbains, notamment dans la région de Oued Abdi, qui a connu un changement et une transformation de son modèle urbain connu, et les manifestations de la transformation et de la direction de la croissance ont varié d'un centre à l'autre.

Le centre de Teniet El Abed : Ce centre était auparavant représenté par la Dechra de Teniet El Abed, avec les mêmes caractéristiques que nous avons discutées dans l'élément précédent «pensée traditionnelle de la planification », et la plupart des établissements secondaires étaient des Dechras à côté de l'oued Abdi et dans des positions défensives.

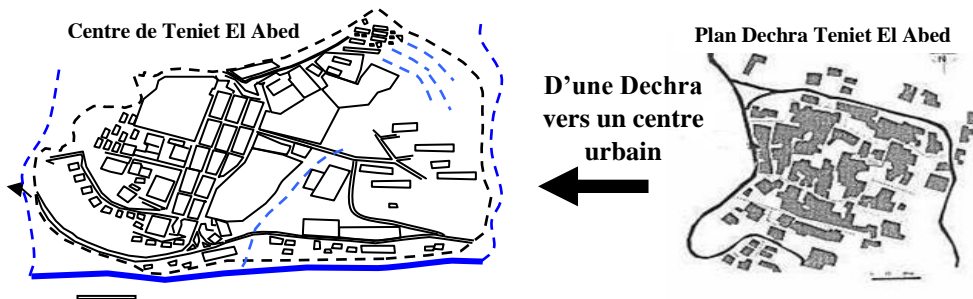


Figure 04 : Création du Centre Teniet El Abed.

Source : Conception Auteurs.

Aujourd'hui, la plupart des communautés se sont étendues le long de la route nationale, en particulier le centre de Teniet El Abed (Figure 04).

▪ **Centre de Chir :** (*Conurbation résidentielle*)

Il est rare que la coalescence s'étende sous une forme purement circulaire, car elle pousse rapidement les points extérieurs qui peuvent conduire à la naissance de communautés linéaires, ce qui est le modèle de la croissance générale du centre de Chir, où il était représenté par les villages de Chir et de Nouader et quelques habitations dispersées situées des deux côtés de la vallée, et le modèle dominant est le caractère traditionnel que la région est connue pour, et à la suite de l'étalement urbain au niveau de la route nationale et l'apparition de caractéristiques de cohésion urbaine a conduit à la formation du centre de Chir, dont la plupart des bâtiments actuels sont d'un style moderne.

▪ **Centre de Menaâ :** (*Une extension urbaine discontinue dans plusieurs directions*)

Menaâ est la plus ancienne ville de la région d'Oued Abdi, en raison de son caractère architectural distinctif et de ses caractéristiques urbaines avec une architecture traditionnelle et des matériaux de construction naturels, représentés par la pierre, l'argile et le bois. Suite aux transformations de la région et aux changements du centre, elle est devenue un centre urbain avec une variété de formes urbaines contenant divers équipements et installations, et inclut dans son environnement urbain une zone d'activité (Figure 05).

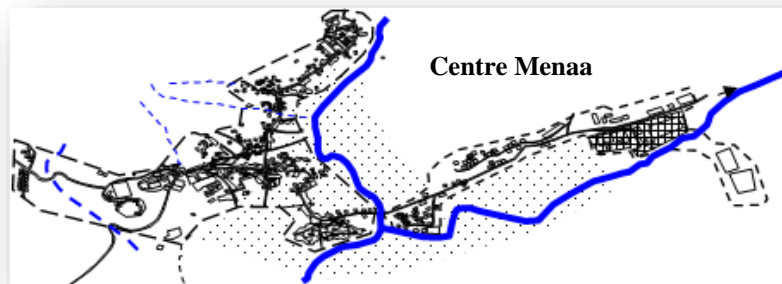
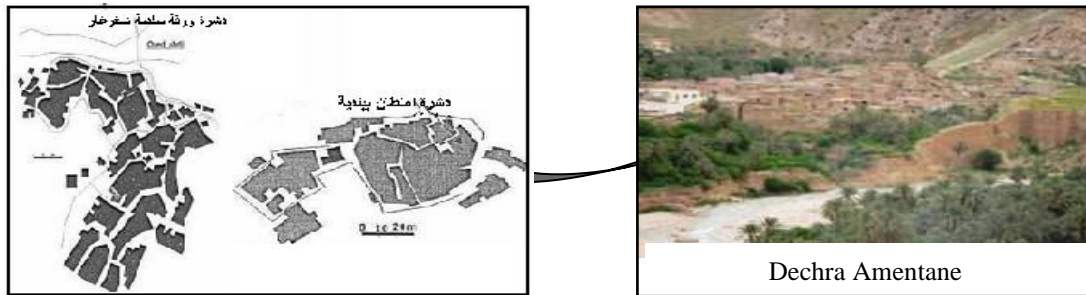


Figure 05 : Extension multidirectionnelle

▪ **Centre de Tigherghar :** (Créer un centre au lieu d'un hameau)

Le centre de Tigherghar était une zone plate utilisée pendant la période coloniale comme aérodrome militaire. La zone que le centre supervise actuellement était composée de quatre Dechras, à savoir Dechra Aoughanim, Dechra Ouarka, Dechra Amentane supérieure et inférieure, et le modèle urbain qui prévalait dans la zone était le caractère traditionnel jusqu'au début des années 1970. Lorsque le modèle urbain moderne s'est répandu dans ces communautés secondaires, qui étaient subordonnées à la municipalité de Menaâ jusqu'en 1984 lors de la division administrative qui a créé la municipalité de Tigherghar qui comprend le centre actuel et les anciennes communautés secondaires (Dechras).



Le centre a connu un mouvement urbain suite à une série d'investissements, ainsi qu'à l'établissement d'un quota dans le centre, ce qui a encouragé les résidents des communautés secondaires à s'y installer.

8.2. Transformation du tissu urbain du centre :

Si le champ urbain et architectural renvoie une certaine image, cette image est une réalité quotidienne avec ses dimensions sociales⁷, et en effet, les forces dynamiques qui affectent réellement le centre sont les mêmes que celles qui sont à l'œuvre dans le centre.

Dans le bassin de l'oued Abdi, en 1977, le modèle traditionnel représentait environ 90 % du nombre total d'habitations dans la région de l'Oued Abdi, et à la lumière des résultats du recensement de la population et de l'habitat de 2008, ce modèle ne représente plus que 4,81 %, plusieurs interventions sur son tissu urbain et architectural, dont les plus importantes sont les suivantes :



Photos 11 : Interventions de la population sur le modèle traditionnel (Détérioration du modèle urbain traditionnel).

- Démolition totale et reconstruction avec des matériaux modernes
- Connexion à différents réseaux.
- Restauration avec des matériaux modernes.
- Restauration avec des matériaux locaux.
- Bâtiments très délabrés menaçant de s'effondrer.
- Bâtiments complètement effondrés.

⁷ Ribouh Bachir, Organisation de l'espace architectural et urbain dans la ville algérienne, facteurs et acteurs, thèse de doctorat en architecture, Constantine, 2005, p. 97.

L'image ci-dessus (*photo n°11*) montre une sorte de transformation du tissu ancien, et si les transformations urbaines se poursuivent de cette manière, *quel sera le sort du patrimoine culturel urbain de la région de Oued Abdi ?*

9. LES FACTEURS CONTRIBUANT A LA DEGRADATION DU PATRIMOINE URBAIN DE MENAA.

En passant en revue les transformations du tissu urbain du patrimoine culturel, les facteurs qui contribuent à la dégradation du patrimoine architectural et en brique crue du centre de Menaa peuvent être résumés comme suit :

- **Facteurs sociaux** : L'augmentation de la taille des familles et la nécessité d'agrandir les bâtiments.
- **Facteurs culturels** : Tels que le manque de conscience culturelle parmi les habitants des bâtiments en terre du patrimoine de leur valeur, le manque d'appartenance aux valeurs culturelles locales et les aspirations culturelles de l'Occident.
- **Facteurs administratifs** : Le concept de préservation se limite à la restauration des constructions archéologiques sans tenir compte de leur environnement urbain, et la tendance générale des autorités à accorder des permis de construire dans ce domaine pour répondre aux besoins actuels de la population.
- **Facteurs économiques** : Absence de plan pour couvrir les coûts de préservation et de suivi.
- **Facteurs environnementaux** : Absence de prise en compte des techniques scientifiques dans l'acheminement des différents réseaux et de leurs déchets.
- **Facteurs organisationnels** : Absence d'organismes spécialisés dans la préservation du patrimoine urbain.



Photos (12, 13) : Dechra : Entre négligence et isolement



Photos (14) : Nouvelle production et apparence urbaine : l'absence d'urbanisme imitant les bases de la construction et d'urbanisme



Photos (15) : Un paysage qui constitue l'un des attraits de la région de l'Oued Abdi

10. INTERVENTIONS DE PROTECTION :

Quelle que soit la raison de la préservation de l'architecture en brique crue de la région, il faut prévoir les moyens de préserver non seulement le bâtiment individuel, mais aussi les caractéristiques originales de la Dechra en particulier et de la région dans son ensemble :

10.1. Interventions des habitants : Les méthodes de préservation varient en fonction du type et de l'état de l'impact et de la détérioration de l'habitat dans le village :

- ✓ Reconstruction : La reconstruction des bâtiments à l'identique est rare.
- ✓ Restauration : La restauration des bâtiments en terre pour les remettre dans l'état où ils se trouvaient et que l'on retrouve dans les bâtiments habités.
- ✓ Rénovation : Elle consiste à utiliser des matériaux modernes pour remettre un bâtiment en terre dans un état proche de celui qu'il avait au moment de sa construction. C'est le cas le plus fréquent dans le village.

10.2. Interventions des autorités locales (municipalité) : L'intervention des autorités locales dans la protection du patrimoine urbain en terre cuite dans le centre est la suivante :

- ✓ Des travaux de raccordement des maisons aux différents réseaux.
- ✓ Le revêtement des sols des allées et des espaces entre les bâtiments.
- ✓ L'éclairage public du village.
- ✓ L'entretien des canaux de drainage qui entraînent la détérioration de nombreux bâtiments en terre.



Photos (16) : Revêtement du sol du village et éclairage public



Photos (17) : Revêtement du sol de la Dechra (Pistes)

10.3. Comment préserver le patrimoine architectural de la région et l'orienter vers le tourisme de montagne ?

Les méthodes de préservation du patrimoine architectural de la région varient en fonction du type de patrimoine architectural et sont les suivantes :

- ✓ La reconstruction : Tentative de remise à l'état naturel des bâtiments urbains.
- ✓ Restauration : Restauration de bâtiments existants afin de préserver leur authenticité.
- ✓ Rénovation : Utilisation de matériaux modernes dans un cadre traditionnel.
- ✓ Élévation : Redonner vie au patrimoine de la région et créer des activités et des équipements pour revitaliser l'offre touristique.
- ✓ Réutilisation : utilisation des bâtiments pour les industries traditionnelles Aurésiennes.

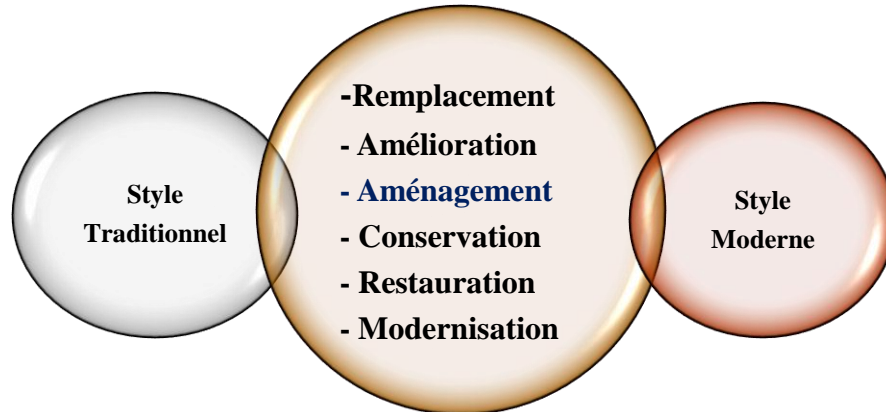


Figure 06 : Comment concilier le style architectural traditionnel et le style moderne.

11. OBSTACLES AU TOURISME DANS LA REGION⁸ :

- L'autonomie des plans de développement, qui sont aveuglés par un manque d'organisation, ce qui rend difficile l'évaluation des efforts accomplis.
- La question des établissements hôteliers existants, dont la plupart ne répondent pas aux normes légales.
- L'absence de culture environnementale au niveau local.
- Le manque d'intérêt des communautés protégées pour le tourisme en raison de leur manque de moyens financiers.
- Le manque de nouveaux projets d'investissement dans le tourisme.
- Le problème de la faible intégration entre les secteurs pour protéger les sites archéologiques et historiques.
- L'absence de médias jouant un rôle stratégique dans le développement du tourisme.
- Le manque d'installations touristiques dans certaines municipalités.

12. DES MESURES POUR ASSURER LA PROTECTION A L'AVENIR ET ASSURER LE CONTROLE NECESSAIRE A TRAVERS :

- ✓ L'information et la sensibilisation à l'importance de la préservation du patrimoine en général et du patrimoine urbain de Oued Abdi en particulier.
- ✓ Appliquer les lois et la législation sur le patrimoine urbain, en particulier la loi 98/04 du 15 juin 1998 sur la protection du patrimoine.
- ✓ Créer un plan de protection du patrimoine de la région d'Oued Abdi conformément au décret exécutif 03/323 du 05 octobre 2003, dans le cadre du respect des dispositions du schéma directeur d'aménagement et de reconstruction.

⁸ Zraib Saleh : Le projet touristique et les problèmes de développement touristique dans les oasis des Aurès, deuxième forum international sur le tourisme dans les déserts et son rôle dans le développement économique et social, Université de Biskra. Mars 2012.

✓ L'inscription d'un plan d'occupation des sols pour ces lieux et les instructions du schéma de protection et de mise en valeur des sites archéologiques doivent être respectées pour cette zone.

✓ Employer le concept de conservation préventive du patrimoine urbain.

13. ÉLABORATION D'UN GUIDE POUR L'IDENTITE URBAINE DANS LES ZONES MONTAGNEUSES : L'OBJECTIF EST D'ATTEINDRE LES POINTS SUIVANTS :

✓ Identifier le style architectural et le caractère urbain traditionnel de la région de Oued Abdi (centres urbains, datchas, châteaux, zones montagneuses d'intérêt touristique).

✓ Identifier les éléments de l'architecture locale et traditionnelle et du patrimoine culturel, y compris les inscriptions et les décorations.

✓ Reconnaître les attractions touristiques naturelles, urbaines et culturelles.

✓ Identifier les styles architecturaux locaux spécifiques à la région et reconnaître l'adaptation naturelle du climat architectural.

✓ Reconnaître les matériaux locaux utilisés dans la construction (argile, pierre, marbre, bois...).

❖ CONCLUSION :

La région d'Aurès possède de nombreux atouts touristiques distinctifs, qu'il s'agisse d'atouts historiques et archéologiques tels que les villes et les châteaux, ou d'atouts naturels représentés par la diversité du climat et la disponibilité de divers environnements naturels, de terrains montagneux et de vallées, qui sont aptes à attirer de nombreux visiteurs et peuvent conduire à l'avancement du secteur du tourisme de manière tangible.

L'architecture de la Dechra n'est pas le fruit du hasard, mais plutôt de l'expérience de ceux qui l'ont créée, et ses générations ont su unir les nécessités des usages fonctionnels, la dimension esthétique et l'adaptation aux données topographiques, malgré les changements et les effets de l'urbanisation moderne directe ou indirecte. Cependant, ces structures traditionnelles ne font l'objet d'aucune attention de la part des habitants de la région ou des autorités locales, ce qui a entraîné une détérioration constante de leur état. Il est donc plus que jamais nécessaire de réfléchir et d'agir pour les protéger et les réhabiliter, préserver ce patrimoine urbain ou, du moins, limiter les cas de détérioration, que ce soit par les propriétaires, les autorités locales ou la société civile, en les restaurant et en les exploitant dans des activités qui profitent aux habitants de la région, comme c'est le cas du secteur touristique.

Nous avons également conclu que le recours au tourisme patrimonial doit être confirmé par la préservation du patrimoine de ces zones du point de vue de l'originalité et de la contemporanéité, car l'existence de ce patrimoine signifie l'émulation du passé et le reflet des aspects civilisationnels et historiques de la nation et la réalisation du principe de continuité dans le processus de construction effective de la société d'une génération à l'autre, et est un moyen de construire et de revitaliser les sociétés intellectuellement, culturellement et artistiquement, et le désir de préservation ne peut être réalisé qu'en incarnant le concept de bonne gouvernance basé sur la méthode de consultation à travers l'activation de la participation publique dans la protection et l'entretien des réserves patrimoniales.

▪ REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- BENABBAS. M, « impact du développement sur les agglomérations Auréliennes », the 3rd architecture and sustainability conference in (BASC 2008)
- FAISAL ABDEL MAKSOUD. A, MONA AZZA. A, « Evaluating Urban Development Policies in Rural Egypt », troisième conférence égyptienne sur le développement rural, Shebin El Koum, 2001.

الملتقى الوطني الثاني للاتجاهات الجديدة في السياحة: الابتكار والاستدامة في صناعة الوجهات السياحية

- Journal officiel algérien, n° 41, loi n° 04-03 du 23 juin 2004 relative à la protection des zones de montagne dans le cadre du développement durable.
- LAROUK. M, « Le concept d'urbanisation en Algérie : Fondements de la classification, des schémas et de la hiérarchie des villes », Revue du Laboratoire de l'aménagement du territoire, Université de Constantine, n° 07, 2007.
- Le colonel de Lartigue monographie de l'Aurès, Constantine 1904.
- Meddour. O, « Mutations urbaines dans une région montagneuse : le cas des centres Oued Abdi (Aurès), mémoire de magister en aménagement du territoire, Université de Constantine, 2009.
- Monographie des potentialités socioéconomiques et touristiques. wilaya de Batna tourisme et patrimoine des outils de développement durable .mars 2008. URBA-TECH.
- RIBOUH. B, « L'organisation de l'espace architectural et urbain dans la ville algérienne : Facteurs et acteurs », thèse de doctorat en architecture, Université de Constantine, 2005.
- SAINSAULIEU. A, « l'évolution des activités et de l'habitat a Menaâ (Aurès) », mémoires présenté pour grade de maître en géographie université de paris – IV, 1985.
- Schéma Directeur d'Aménagement Touristique, 2008.
- TIJANI. B, « Urbanisation et planification urbaine en Algérie », Bureau des publications universitaires de Ben Aknoun, Algérie, 2000.
- ZRAIB. S, « Le projet touristique et les problèmes de développement touristique dans les oasis des Aurès », Deuxième forum international sur le tourisme dans les déserts et son rôle dans le développement économique et social, Université de Biskra, mars 2012.
- www.tawalt.com.

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE
Université Amar Telidji
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion

Succès du secteur du tourisme
et sa relation avec la
transformation numérique

DOCTORANT : FATHI BENFATTOUM
EMAIL : F.BENFATTOUM@LAGH-UNIV.DZ
Tel :0660625417
Université de Laghouat

Abstract :

The development of tourism and its economic benefits is important for many territories. However, the potential negative impacts on the environment and society can be serious and minimizing them constitutes one of the major challenges for the sector for decades to come. This requires awareness among all stakeholders, particularly tourists. This research offers an original analysis combining sustainable tourist behaviors (in a vacation situation) and socially responsible consumption behaviors on a daily basis.

This research provides elements that make it possible to refine the awareness-raising and promotion strategies of sustainable tourism practices of the various stakeholders involved in the sector.

Keywords : sustainable tourism, socially responsible consumption, consumer behavior, tourism actors, stakeholders.

Résumé :

Le développement du tourisme et de ses vertus économiques est important pour de nombreux territoires. Cependant, les impacts négatifs potentiels sur l'environnement et la société peuvent être graves et les minimiser constitue l'un des défis majeurs du secteur pour les décennies à venir. Cela passe par une prise de conscience de l'ensemble des parties prenantes, en particulier des touristes. Cette recherche propose une analyse originale croisant les comportements touristiques durables (en situation de vacances) et les comportements de consommation socialement responsable au quotidien.

Cette recherche apporte des éléments qui permettent d'affiner les stratégies de sensibilisation et de promotion des pratiques touristiques durables des différentes parties prenantes impliquées dans le secteur.

Mots-clés : tourisme durable, consommation socialement responsable, comportement des consommateurs, acteurs touristiques, parties prenantes.

Introduction :

Les innovations technologiques dans le tourisme ont tendance à se développer à un rythme accéléré, ce qui entraîne un fort changement dans la structure du secteur. De plus en plus d'entrepreneurs et de touristes profitent donc des possibilités offertes par la mobilité, les applications de géolocalisation, la réalité augmentée, etc. En outre, les dispositifs portables tels que les montres intelligentes, les bracelets et les lunettes, ainsi que les balises, représentants de l'Internet des objets (IoT) ont pu offrir de grandes solutions pour les applications dans l'industrie du tourisme, comme de nouveaux moyens de contrôle ou de paiement, la billetterie électronique, les éléments générateurs d'informations, etc.

En bref, le succès du secteur du tourisme dépend de sa transformation numérique, de l'écoute de ses consommateurs, de leur compréhension et de la possibilité de leur offrir autant que possible des expériences uniques adaptées à leurs besoins. On entend par développement du tourisme durable toute forme de développement de cette activité touristique qui respecte, préserve et met en valeur à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales d'un territoire. Le développement du tourisme durable doit s'inscrire dans une dynamique qui articule des modes de production et de consommation responsables, tout en offrant aux populations qui vivent, travaillent ou séjournent sur cet espace des avantages socio-économiques équitablement répartis.

Ce développement suppose un aménagement et une gestion intégrés des ressources ainsi que la participation des acteurs locaux, afin de concilier sa mise en oeuvre avec les besoins et les capacités du territoire.

Problématique : La question prédominante est de savoir quel est la structure des Stratégies fintechs dans le secteur du tourisme durable ?

AXE I : Outils essentiels pour la numérisation du secteur du tourisme:

Compte tenu de la grande valeur du tourisme pour l'économie espagnole, sa transformation numérique et sa survie sont essentielles. Mais quels sont les outils clés qui peuvent faire du tourisme une expérience économique intelligente et numérisée ? Parmi eux, nous soulignons :

L'écosystème mobile. Dans un monde où 29 % des réservations de voyages en ligne vers l'Espagne sont effectuées via des téléphones mobiles, le secteur du tourisme est obligé de s'adapter aux tendances qui impliquent l'utilisation de ce type d'appareil.

Internet des objets (IoT) Imaginez que vous puissiez connecter des objets du quotidien à l'internet et obtenir des informations précieuses sur les touristes et leur comportement. En outre, cette possibilité permet au secteur d'automatiser et de numériser l'utilisation des objets.

Big Data Elle permet de recueillir et d'analyser de grandes quantités de données sur les clients, ce qui permet de mieux les connaître et d'adapter l'expérience à leurs goûts et à leurs besoins.

Intelligence artificielle (IA) Grâce à cette technologie, il sera peut-être possible non seulement de personnaliser l'expérience touristique, mais aussi d'optimiser et d'automatiser de nombreux processus coûteux dans le secteur du tourisme.

Médias sociaux Ceux-ci se consolident non seulement comme un nouveau canal de communication avec les touristes, mais aussi comme un moyen de marketing efficace avec lequel privilégier l'attention personnalisée, tout en offrant une expérience plus visuelle et réelle des propres destinations touristiques du territoire.

En Algérie Le ministre du Tourisme et de l'Artisanat, Yacine Hamadi a mis l'accent, sur la nécessité de mettre en œuvre le programme de numérisation du secteur et de concrétiser les premiers pas de la coopération avec l'Organisation mondiale du tourisme (OMT). Lors d'une rencontre consacrée au lancement du portail électronique de promotion de la destination touristique Algérie, présidée par le Premier ministre, Aïmene Benabderrahmane M. Hamadi a souligné l'importance du lancement de ce portail pour faire connaître la destination touristique Algérie ainsi que les richesses et la diversité qu'elle recèle. (<https://opa.dz/tourisme-imperative-mise-en-oeuvre-du-programme-de-numerisation-du-secteur/>, 2024)

Principaux défis de la numérisation de l'industrie du tourisme

Les technologies numériques nourrissent désormais chaque étape de l'expérience touristique : la réservation, la transaction, la préparation du voyage en amont, son déroulement, le feedback et le suivi en aval. La tendance croissante à la mobilité refaçonne également la relation entre les acteurs du secteur touristique et leur clientèle. Personnalisée, sociale (au sens « réseau social » avec un partage d'expérience de plus en plus important dans le cercle de connaissances et d'amis sur les réseaux sociaux) et géo-localisée, l'expérience offerte au client peut prendre une nouvelle dimension. L'environnement des applications mobiles – plus contrôlé – permet de mieux maîtriser le cheminement du client, donc de lui offrir a priori un meilleur service. Un mouvement sans doute amené à se poursuivre avec les innovations et nouvelles interfaces connectées (lunettes, vêtements, capteurs ; réalité augmentée ; recherche sémantique), grâce auxquelles la machine sera capable d'interpréter des requêtes en fonction du contexte. (<https://www.caissedesdepots.fr/blog/article/e-tourisme-et-territoires-le-numerique-sinvite-au-voyage>, 2024)

Le secteur du tourisme, dans son processus de modernisation et de numérisation, doit faire face à 4 défis principaux :

1. Rétablir la confiance des consommateurs Regagner la confiance des utilisateurs est un processus qui doit repartir de zéro après que l'impact du coronavirus a bouleversé toutes les habitudes. Nous entendons par là la mise en œuvre de modèles de sécurité nouveaux et transparents, garantissant la protection des données à tout moment. De même, les solutions sans contact dans les processus peuvent être soutenues par l'internet des objets, l'intelligence artificielle et la blockchain. C'est dans ce domaine que l'on peut percevoir la montée en puissance de ce que l'on appelle les assistants virtuels. Prenons un exemple : imaginez que l'un des nouveaux changements à mettre en œuvre après la pandémie consiste à rendre public le flux d'informations qui, jusqu'à récemment, était à usage interne. Il est essentiel de gagner la confiance des clients et de ne pas la perdre. Heureusement, les consommateurs d'aujourd'hui sont moins réticents à fournir leurs données car ils savent à quoi elles serviront, mais c'est le fruit de leur expérience de processus transparents et sécurisés que le secteur du tourisme se doit de poursuivre.

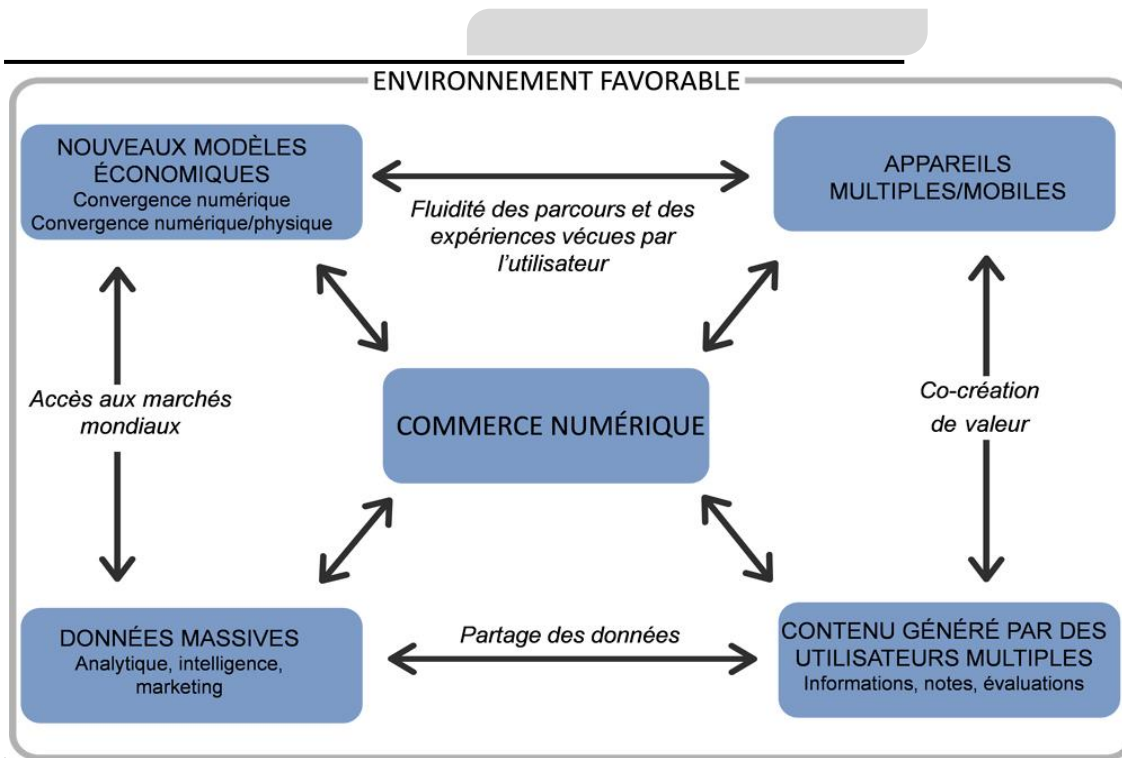
2. Recadrer l'expérience client L'objectif de ce défi est d'établir des relations durables en personnalisant les expériences. Ce résultat est obtenu grâce à l'automatisation et à l'intelligence artificielle, appliquées pour fusionner de manière synergique différentes sources de données et en extraire des informations pertinentes.

3. Partenariats public-privé La collaboration entre les secteurs public et privé doit avoir lieu comme jamais auparavant et être efficace grâce à de nouveaux paradigmes. Pour y parvenir, la création de

plateformes communes a été proposée pour permettre la normalisation des processus garantissant la confidentialité des données. Par exemple, la blockchain. Les membres de l'office du tourisme ont été favorables à ce que l'on repense l'écosystème numérique comme faisant partie de leur chaîne de valeur et que l'on rassemble tout le monde pour gagner en efficacité grâce à la blockchain. Mais, pour ce faire, il faut faire un grand pas en avant en adoptant la technologie dans les processus afin d'augmenter sa force dans les trois à cinq prochaines années avant que l'environnement concurrentiel ne change. Il est essentiel de créer une telle plateforme afin de partager les connaissances et d'améliorer l'intelligence collective de la chaîne de valeur pour accroître la productivité, la durabilité et la compétitivité sur la base d'informations comparables, fiables et pertinentes.

4. Des modèles commerciaux flexibles Pour relever ce défi, l'objectif est de réduire autant que possible les coûts fixes face à l'incertitude des mois et des années à venir, voire face à la pandémie elle-même. De cette manière, il sera possible de garantir un retour sur investissement minimal. De même, tous les experts s'accordent à dire que la reprise sera progressive et que l'on travaille à maintenir la même agilité de l'embarquement touristique grâce à la numérisation, à l'homogénéisation des processus avec des partenaires qui offrent une flexibilité aux services et à l'amélioration de la communication et de la gestion de l'information. (<https://blog.gestiondirect.eu/fr/numerisation-de-lindustrie-du-tourisme/>, 2024)

Lorsque les technologies numériques sont utilisées dans le cadre de modèles économiques innovants, la dynamique de la concurrence, de l'innovation et de l'investissement peut changer radicalement. La convergence des technologies numériques crée un système d'innovation dynamique, comme le montre le ci-dessous



AXE II : pratiques de tourisme durable :

Dans la littérature scientifique, plusieurs concepts et diverses définitions sont utilisés pour aborder les enjeux de développement durable en tourisme, (Liu, , 2003): ces variantes mettent l'accent sur un pilier précis du TD ou une catégorie particulière d'acteurs, rendant le champ d'étude peu homogène. Le concept de référence est toujours celui de développement durable (DD), à savoir un développement permettant la conciliation des enjeux économiques, sociaux et environnementaux. Ces trois piliers, appliqués au secteur touristique, définissent donc les objectifs à atteindre par le tourisme durable. La vision large du concept qui en ressort permet d'inclure toutes les considérations éthiques d'un voyage (environnementales, économiques et sociales), toutes les étapes (du choix de la destination et du mode de transport à celui de l'hébergement et des prestataires sur place), et d'englober à la fois les comportements marchands et non marchands. (Vandewalle & Manouk Borzakian,, 2009,)

À côté de cette logique de l'offre, il apparaît nécessaire de prendre en compte la demande : le touriste, pourtant au cœur du dispositif, est trop souvent oublié dans les démarches de DD (Dolnicar, Geoffrey Crouch , & Patrick Long, , 2008). Les questions fondamentales – Combien de consommateurs pratiquent le TD ? Qui sont-ils ? Comment les repérer et les cibler ? Quelles sont leurs motivations et leurs attentes ? – n'obtiennent pas encore de réponses homogènes dans la littérature scientifique. Les typologies existantes ne portent souvent pas sur le TD, mais seulement

sur une de ses composantes ou sur un contexte particulier : visite d'une zone protégée au Portugal (Marques, , Elisabeth Reis , & Joao Menezes, 2010), segmentation des segmentations des touristes selon leur empreinte écologique, segmentation des géo touristes, segmentation selon les modes de déplacement utilisés pour les vacances, et ainsi de suite. Ces typologies sont difficilement comparables du fait de leur objet d'étude hétérogène et d'échelles de mesure souvent construites ad hoc. Même lorsque l'objet d'analyse converge, comme sur l'écotourisme, les définitions adoptées sont différentes, chaque auteur proposant une vision particulière du concept. (Boley & Norma Nickerson,, 2012,)

Cette absence d'outils de mesure fiables du TD, basés sur une définition universelle et décontextualisée, constitue une des limites des travaux de ce champ de recherche. Le plus souvent, les typologies mettent à jour deux profils opposés, l'un de touristes durables, l'autre de touristes non durables, et des groupes présentant des niveaux d'engagement intermédiaires entre les deux. Pour autant, le poids représenté par le groupe durable varie selon les recherches et ses caractéristiques sociodémographiques restent difficiles à établir. Un autre constat important qui ressort de la revue de littérature est celui de l'écart entre attitudes et comportements au sujet des vacances. Les fortes déclarations d'intention des consommateurs ne se traduisent pas dans les comportements, la pratique réelle du TD s'avérant beaucoup plus faible. (Chafe, 2005)Affirme que seulement 5 % des consommateurs achètent des forfaits de TD, choisissent des transports respectueux de l'environnement ou concentrent leurs achats sur des produits locaux durant leur séjour. Selon les données de l'OMT et de The International Ecotourisme Society (TIES), l'écotourisme représentait, en 2012, 6 % du tourisme mondial. Certains freins sont sans doute en cause, notamment le risque financier, c'est-à-dire la crainte de payer un surcoût injustifié pour ce type de séjour, et le risque fonctionnel, c'est-à-dire des inquiétudes quant à l'hygiène ou à des prestations inférieures à celles des concurrents ,Ces résultats soulignent donc la nécessité de mieux comprendre le point de vue du consommateur sur le TD, afin d'identifier les leviers qui susciteraient une plus forte adhésion de sa part. (Brieu, , Fabien Durif,, Jean Roy , & Isabelle Prim-Allaz,, 2011)

AXE II : L'importance du fonds de développement touristique

Le tourisme est reconnu depuis longtemps comme un contributeur important à la croissance économique et au développement dans de nombreux pays du monde. Il génère non seulement des

revenus et des opportunités d'emploi, mais favorise également les échanges culturels, favorise la compréhension entre les nations et préserve les sites patrimoniaux. Cependant, afin d'exploiter pleinement le potentiel du tourisme, il est crucial de disposer d'un mécanisme bien établi pour financer et soutenir son développement. C'est là qu'intervient le Fonds de développement touristique.

1. Stabilité financière : L'une des principales raisons pour lesquelles le Fonds de développement du tourisme est important est qu'il assure la stabilité financière des projets touristiques. En allouant des fonds spécifiquement au développement du tourisme, les gouvernements peuvent garantir un flux constant de ressources pour soutenir l'amélioration des infrastructures, les campagnes de marketing et d'autres initiatives visant à attirer les touristes. Par exemple, l'Office du tourisme de Singapour a créé le Fonds de développement du tourisme pour fournir une aide financière aux entreprises et organisations impliquées dans la promotion du tourisme dans le pays. Ce fonds a joué un rôle essentiel dans l'amélioration de l'offre touristique de Singapour et dans le maintien de sa position de destination touristique de premier plan.

2. Développement durable : Le Fonds de développement du tourisme joue également un rôle crucial dans la promotion des pratiques touristiques durables. Face aux préoccupations croissantes concernant la dégradation de l'environnement et l'érosion culturelle dues au tourisme de masse, il est essentiel d'investir dans des projets qui donnent la priorité à la durabilité. Le fonds peut être utilisé pour soutenir des initiatives telles que des hébergements respectueux de l'environnement, des efforts de conservation et des projets touristiques communautaires qui responsabilisent les communautés locales tout en préservant leur patrimoine culturel. Par exemple, le Fonds national du tourisme du Costa Rica a joué un rôle déterminant dans le financement de projets de tourisme durable qui protègent la riche biodiversité du pays et favorisent les voyages responsables.

3. Diversification de l'offre touristique : Un autre aspect important du Fonds de développement touristique est sa capacité à diversifier l'offre touristique d'une destination. En soutenant

financièrement des projets innovants et le développement de produits, le fonds encourage les destinations à explorer de nouvelles avenues au-delà de leurs attractions traditionnelles. Cela peut contribuer à attirer un plus large éventail de touristes et à réduire la dépendance à l'égard de secteurs ou de saisons spécifiques. Un excellent exemple en est le Fonds de développement du tourisme islandais, qui a joué un rôle déterminant dans la promotion des paysages naturels uniques du pays et des activités de tourisme d'aventure, telles que la randonnée sur les glaciers et l'exploration des volcans. Cette diversification a considérablement stimulé l'industrie touristique islandaise et réduit sa vulnérabilité aux chocs extérieurs.

4. Collaboration et engagement des parties prenantes : Le Fonds de développement du tourisme facilite également la collaboration entre les différentes parties prenantes impliquées dans l'industrie touristique. En réunissant des agences gouvernementales, des entités du secteur privé, des communautés locales et des organisations à but non lucratif, le fonds encourage le dialogue et la coopération pour identifier des objectifs communs et relever les défis collectivement. Cette approche collaborative garantit que le développement du tourisme est inclusif, durable et aligné

La préservation du patrimoine culturel est reconnue depuis longtemps comme un aspect crucial du développement durable, susceptible non seulement d'enrichir la vie des individus, mais également de servir de catalyseur pour la stabilité économique. Alors que les pays du monde entier s'efforcent de se remettre des effets dévastateurs de la pandémie de COVID-19, il devient encore plus impératif de tirer parti de leur patrimoine culturel pour le développement du tourisme. Cette section examine les avantages multiformes de la préservation du patrimoine culturel et la manière dont il peut contribuer à la stabilisation économique sous différents angles.

1. augmenter revenus du tourisme :

La préservation des sites du patrimoine culturel et des traditions peut attirer des touristes d'ici et d'ailleurs, générant ainsi des revenus substantiels pour les économies locales. Par exemple, l'ancienne ville de Petra en Jordanie, site du patrimoine mondial de l'unesco, attire chaque année des

milliers de visiteurs qui contribuent à l'économie locale par l'hébergement, la restauration, le transport et l'achat de souvenirs. En investissant dans la préservation et la promotion de ces sites, les pays peuvent exploiter le vaste potentiel de revenus du tourisme.

2. Création d'emplois et emploi local :

Les initiatives de préservation du patrimoine culturel nécessitent souvent une main-d'œuvre qualifiée et une expertise, offrant ainsi des opportunités d'emploi aux communautés locales. Les projets de restauration, les fouilles archéologiques, les opérations de musée et les visites guidées ne sont que quelques exemples d'emplois qui peuvent être créés grâce aux efforts de préservation du patrimoine. Ces opportunités d'emploi contribuent non seulement à réduire les taux de chômage, mais renforcent également l'autonomie des communautés locales en leur permettant de participer activement à la préservation de leur propre identité culturelle.

3. Revitalisation des économies locales :

La préservation du patrimoine culturel peut insuffler une nouvelle vie aux régions en difficulté ou sous-développées en attirant les investissements et en favorisant l'entrepreneuriat. Lorsque des bâtiments historiques sont restaurés ou que l'artisanat traditionnel est relancé, cela crée des opportunités pour les petites entreprises de prospérer. Par exemple, dans la ville d'Oaxaca au Mexique, la préservation des techniques traditionnelles de tissage des textiles a conduit à la création de nombreuses coopératives artisanales qui produisent des textiles de haute qualité recherchés tant par les locaux que par les touristes.

4. Échange culturel et éducation :

La préservation du patrimoine culturel profite non seulement à l'économie, mais favorise également les échanges et la compréhension culturels. Lorsque les touristes visitent des sites patrimoniaux, ils ont l'occasion de découvrir différentes cultures, traditions et histoires. Cet échange de connaissances peut promouvoir la tolérance, le respect et l'appréciation de la diversité. De plus, des programmes éducatifs centrés sur le patrimoine culturel peuvent être développés pour impliquer

les communautés locales et les écoles, garantissant ainsi que les générations futures soient conscientes de leur riche héritage culturel.

5. Développement durable :

La préservation du patrimoine culturel s'aligne sur les principes du développement durable en promouvant des pratiques touristiques responsables et la conservation de l'environnement.



Source : (<https://fastercapital.com/fr/contenu/Fonds-de-developpement-du-tourisme---exploiter-le-patrimoine-pour-la-stabilisation-economique.html>, 2024)

Conclusion :

Le développement durable du tourisme requiert la participation, en connaissance de cause, de tous les acteurs concernés, ainsi qu'une forte direction politique pour assurer une large participation et l'existence d'un consensus. Le tourisme durable est le fruit d'efforts permanents et il exige le contrôle constant des effets de cette activité, ce qui suppose l'adoption, chaque fois qu'il y a lieu, des mesures préventives et/ou correctrices nécessaires.


Le tourisme durable devrait aussi satisfaire, au plus haut niveau possible, les touristes, et représenter pour eux une expérience utile en leur faisant prendre davantage conscience des problèmes de durabilité et en encourageant parmi eux les pratiques adaptées.

Il est possible que dans 10 ans, l'industrie du tourisme connaisse un changement total, non seulement en raison de l'arrivée de nouveaux concurrents, mais aussi en raison de l'intégration de nouveaux médias qui amèneront de nombreuses entreprises à s'interroger sur leur rôle et à s'y préparer. Il est clair que la normalité - d'avant - ne reviendra pas et qu'il est donc temps d'admettre la technologie dans les processus touristiques.

Recommandations :

Les principes directeurs du développement durable et les pratiques de gestion durable du tourisme sont applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destination, y compris au tourisme de masse et aux divers créneaux touristiques. Les principes de durabilité concernent les aspects environnemental, économique et socioculturel du développement du tourisme. Pour garantir sur le long terme la durabilité de ce dernier, il faut parvenir au bon équilibre entre ces trois aspects. Par conséquent, le tourisme durable doit :

1. Exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement qui constituent un élément clé de la mise en valeur touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en aidant à sauvegarder les ressources naturelles et la biodiversité ;



2. Respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leurs atouts culturels bâti et vivant et leurs valeurs traditionnelles et contribuer à l'entente et à la tolérance interculturelles.

3. Assurer une activité économique viable sur le long terme offrant à toutes les parties prenantes des avantages socio-économiques équitablement répartis, notamment des emplois stables, des possibilités de bénéfices et des services sociaux pour les communautés d'accueil, et contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté.

Bibliography

- Boley, B., & Norma Nickerson,. (2012,). « Profiling Geotravellers: An a Priori Segmentation Identifying and Defining Sustainable Travelers Using Geotraveler Tendency Scale (GTS) . *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 21, no 2,, p. 1-17.
- Brieu, M., , Fabien Durif,, Jean Roy , & Isabelle Prim-Allaz,. (2011). Valeurs et risques perçus du tourisme durable : le cas du Spa Eastman », *Revue française du marketing*, vol. 232, septembre,, p. 7-24.
- Chafe, Z. (2005). *Consumer Demand and Operator Support for Socially and Environmentally*.
- Dolnicar, S., Geoffrey Crouch , & Patrick Long, . (2008). Environment-friendly Tourists: What Do We Really Know About Them? ». *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 16, no 2, , p. 197-210.
- <https://blog.gestiondirect.eu/fr/numerisation-de-lindustrie-du-tourisme/>. (2024, 01 19).
- <https://fastercapital.com/fr/contenu/Fonds-de-developpement-du-tourisme---exploiter-le-patrimoine-pour-la-stabilisation-economique.html>. (2024, 02 22). Retrieved from <https://fastercapital.com/fr/contenu/Fonds-de-developpement-du-tourisme---exploiter-le-patrimoine-pour-la-stabilisation-economique.html>
- <https://opa.dz/tourisme-imperative-mise-en-oeuvre-du-programme-de-numerisation-du-secteur/>. (2024, 01 19).
- <https://www.caissedesdepots.fr/blog/article/e-tourisme-et-territoires-le-numerique-sinvente-au-voyage>. (2024, 01 19).
- Liu, Z. (, 2003). Sustainable Tourism Development: A Critique . *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 11, no 6, p. 459-475. DOI : 10.1080/09669580308667216.
- Marques, C., , Elisabeth Reis , & Joao Menezes. (2010). Profiling the Segment of Visitors to Portuguese Protected Areas », *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 18, no 8,, p. 971-996.
- Vandewalle, I., & Manouk Borzakian,. (2009,). *Le tourisme durable à l'étranger ou la possibilité d'un autre voyage*. Paris: Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie.

جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية

ينظم
الملتقى الوطني الثاني

الاتجاهات الجديدة في السياحة

بعنوان

الابتكار و الاستدامة في صناعة الوجهات السياحية
25-26 جوان 2024

الاسم واللقب: هشام عبد الكريم

الرتبة: استاذ التعليم العالي

الجامعة: جامعة باتنة-1

البريد الالكتروني: hichem.abdelkrim@yahoo.fr

الهاتف: 0551886359

الاسم واللقب: حميدة عدوم

الرتبة: دكتوراه في العلوم السياسية

الجامعة: جامعة أم البواقي

البريد الالكتروني: hamida.adoum@univ-batna.dz

الهاتف: 0698316113

محور المداخلة: المحور الخامس

عنوان المداخلة: التأمين السياحي كآلية لتنمية السياحة المستدامة بالجزائر

مقدمة :

إن موضوع التأمين السياحي في الجزائر يعد أمرًا ذا أهمية بالغة، فقطاع السياحة له دور كبير في اقتصاد البلاد، ويعد التأمين السياحي جزءًا أساسيًا من هذا القطاع. يهدف التأمين السياحي إلى توفير الحماية والرعاية اللازمة للسياح أثناء إقامتهم في الجزائر، سواء كانوا من داخل البلاد أو من خارجها. وتعد هذه المداخلة فرصة لتسليط الضوء على أهمية التأمين السياحي، أنواعه وتطبيقاته في الجزائر، الشروط والضوابط المنظمة له وكذا التحديات والمشكلات التي تواجهه، مع إمكانية تقديم و اقتراح بعض الحلول لتعزيزه.

سيتم أيضًا استعراض استراتيجيات الحكومة في مجال التأمين السياحي، و سبل تطويره، وأهم التحسينات المستقبلية المقترحة حول التأمين السياحي كآلية لتطوير السياحة المستدامة في الجزائر.

سيتم تناول موضوع "التأمين السياحي كآلية لتنمية السياحة المستدامة في الجزائر" من خلال المحاور التالية :

- التأمين السياحي ودوره في دعم التنمية المستدامة : يُعتبر التأمين السياحي عنصرًا مهمًا في تعزيز السياحة المستدامة، حيث يساهم في حماية السائحين والمستثمرين ويعزز الثقة في القطاع السياحي.
- الجهود المبذولة لتطوير السياحة المستدامة في الجزائر : تشير الدراسات إلى أن الجزائر بذلت جهودًا كبيرة لتطوير السياحة وتحقيق التنمية المستدامة، لكن النتائج المحققة لا تزال دون المستوى المطلوب وهناك حاجة لتعزيز تنافسية السياحة الجزائرية.
- دور مؤسسات التأمين السياحي : يعتبر من التوجهات الإستراتيجية للسياحة المستدامة في الجزائر، وتهدف من خلاله إلى تطوير القطاع السياحي وتعزيز مؤهلاته وإمكانياته السياحية.
- التحديات والفرص : من الضروري التغلب على التحديات مثل ضعف البنية التحتية والخدمات السياحية والاستفادة من الفرص المتاحة لتحسين القطاع السياحي وجعله أكثر استدامة.

انطلاقاً من هذه المعطيات تأتي هذه الدراسة و التي سنحاول من خلالها الاجابة على الإشكالية الرئيسية التالية: كيف يمكن لمؤسسات التأمين أن تساهم في تطوير السياحة و مرافقة الفاعلين في المجال بتوفير الضمانات الكافية من مختلف المخاطر بالجزائر ؟

أولاً : لتأمين السياحي :

1- مفهوم التأمين السياحي:

التأمين السياحي هو نوع من تأمين السفر الذي يغطي المخاطر المرتبطة بالسفر، بما في ذلك حالات الطوارئ الطبية وإلغاء الرحلة والأمتعة المفقودة وغيرها من الظروف غير المتوقعة. وهي مصممة لتوفير الحماية المالية وراحة البال للمسافرين، مما يضمن قدرتهم على الاستمتاع برحلتهم دون القلق بشأن الأحداث غير المتوقعة.

2- تسعير تأمين السفر والسياحة :

يتم تسعير تأمين السفر والسياحة بناءً على عدة عوامل، منها الوجهة، ومدة الرحلة، وعمر المسافر، ومستوى التغطية المرغوبة، وسياسات وأسعار شركة التأمين. بشكل عام، تكلفة تأمين السفر منخفضة نسبياً، وغالباً ما تتراوح بين 4% إلى 8% من إجمالي تكلفة الرحلة. من المهم مقارنة السياسات والأسعار من شركات التأمين المختلفة للعثور على أفضل صفقة تلبي احتياجاتك الخاصة.

3- أهمية تأمين السفر:

التأمين السفر يعد أمراً مهماً جداً لأنه يحمي المسافرين من العديد من المخاطر التي يمكن أن يتعرضوا لها أثناء السفر. من بين الأسباب الرئيسية للتأمين السفر:

- حماية الصحة : يوفر التأمين السفر تغطية للمصاريف الطبية والعلاجية في حالة الإصابة أو

المرض خلال السفر.

- تأمين الأمتعة والممتلكات: يوفر التأمين السفر تغطية للأمتعة والممتلكات المفقودة أو المسروقة خلال السفر .

-إلغاء الرحلة: يغطي التأمين السفر تكاليف إلغاء الرحلة أو تأجيلها في حالة حدوث ظروف طارئة مثل المرض أو الإصابة.

- التأمين على المسؤولية المدنية: يوفر التأمين السفر تغطية للمسؤولية المدنية التي يمكن أن يتحملها المسافر في حالة تسببه في إصابة أو ضرر للآخرين أثناء السفر.

-السفر إلى الدول التي تتطلب التأمين: هناك بعض الدول التي تتطلب من المسافرين الحصول على تأمين سفر قبل دخولهم إلى البلاد.

بشكل عام، يمكن القول إن التأمين السفر يوفر الحماية اللازمة للمسافرين ويساعدهم على التعامل مع أي مشكلة قد تحدث خلال السفر.

ثانيا : العلاقة بين التأمين لإدارة المخاطر و دعم التنمية السياحية:

1- تأثير المخاطر على الفعل السياحي : نحو فهم لطبيعة العلاقة السببية بينهما.

بسبب التغير الذي حدث في التعامل مع مفهوم " المخاطر " كمفهوم مرن و مؤثر جدا ، فقد أصبح لزاما على شركات السياحة الاستجابة بفعالية مع المتطلبات الجديدة للرفاه المجتمعي و للأبعاد الجديدة لمفهوم الأمن . على اعتبار أن الفعل السياحي فعل مجتمعي ويرتبط بكل التفاعلات التي تحدث داخل المجتمعات.

يؤكد الخبراء في مجال السياحة على ضرورة تضمين الأبعاد البيئية و المجتمعية les dimensions environnementales et sociétales ، وبناء نموذج اقتصادي لصناعة سياحية مستدامة modèle économique pour une industrie du tourisme durable ، يسمح بالتعامل مع التزايد والتنوع

الدائم للمخاطر في مجال السياحة ، وأيضاً من منطلق المسؤولية المجتمعية و التنمية التي يمكن أن تقوم بها الشركات السياحية .

تتطلب التنمية السياحية توفر جملة من الشروط الموضوعية و الأساسية و الإمكانيات المادية و البشرية لاستغلال أحسن لهذه الموارد و حمايتها من مختلف المخاطر التي يمكن أن تواجه الفاعلين في المجال. فبعد الخطر بدأ يأخذ اليوم أهمية كبيرة في مختلف المجالات حيث أصبح من بين أهم أسس اتخاذ القرارات على كل المستويات، على مستوى الأفراد أو الجماعات، على مستوى المؤسسة أو الدولة باعتبارها وحدات تعيش في بيئة معرضة للأخطار و التي لا بد من البحث عن السبل الكفيلة لإدارتها.

تحديد هذه الأخطار يساعد على تجنب التهديدات التي يمكن أن تتعرض لها هذه الوحدات، أهمها الكوارث الطبيعية، الانفجار، الأضرار التقنية، ضياع المعلومات، الإضرابات ... الخ، كما يمكن لمؤسسة أن تكون مصدراً للأخطار بالنسبة لها و لغيرها. هذا الأمر دفع بعض المحللين إلى تقسيم المؤسسة ليس حسب الوظائف التقليدية و لكن حسب مراكز الخطر لتحقيق غاية أو هدف المؤسسة.

إن دور الصناعة التأمينية لا يركز فقط على حماية الممتلكات و الأشخاص و لكن لها دور في تعبئة الادّخار و المساهمة في التنمية الاقتصادية بكل أبعادها، فهي في مجال تطوير السياحة الصحراوية يمكنها أن ترافق و تدعم الأنشطة المرتبطة بها كالصناعات التقليدية و اليدوية، حماية الآثار التاريخية، التماثيل و المتاحف المفتوحة و المغلقة. فالتحول من الاقتصاد الموجه و الذي تكون فيه المؤسسة محمية من طرف الدولة إلى اقتصاد السوق الذي تكون فيه المؤسسة مستقلة، يدفع المسيرين إلى التفكير و بجدية في حماية المؤسسة و أنشطتها من الأخطار الممكنة الحدوث، و لعلّ التأمين هو من بين الأدوات الأساسية التي يمكن من خلالها إدارة هذه المخاطر.

لتحقيق غاية المؤسسة التأمينية لا بد من توفير معلومات ذات خصائص معينة تسمح بإصدار القرارات المناسبة عن معرفة. لذلك يجب توفير أدوات التشخيص الضرورية للمعلومات التي توجّهنا نحو البعد

العمليات لنشاط المؤسسة، بالإضافة إلى البعد الإستراتيجي حول البيئة، السوق، العملاء، التكنولوجيا، المالية الدولية و تحولات الاقتصاد العالمي¹ .

2-التأمين وعلاقته بالتنمية السياحية:

تمتلك الجزائر الكثير من المقومات التي يمكن أن تجعلها رائدة في مجال الصناعة السياحية لو وفرت لها متطلبا لها الأساسية لاستغلال أحسن لهذه المقومات وحمايتها من مختلف المخاطر التي يمكن أن تواجه الفاعلين ، فدراسة مستويات المخاطر أصبح اليوم يأخذ من أهمية كبيرة في مختلف الأبحاث ، حيث أصبح من بين أهم أسس اتخاذ القرارات على كل المستويات (مستوى الأفراد أو الجماعات، على مستوى المؤسسة أو الدولة) با اعتبارها وحدات تعيش في بيئة معرضة للأخطار والتي لا بد من البحث عن السبل الكفيلة لإدارتها . تحديد هذه الأخطار وإدارتها بالنسبة للنشاط و للمسؤولية المدنية (كأخطار الحرائق و الانفجارات و أخطار الكوارث الطبيعية.....) يساعد على تجنب التهديدات التي يمكن أن يتعرض لها الفاعلون في المجال السياحي ، ومن أهمها الأخطار المرتبطة بالنشاط السياحي .

بالنظر للأهمية الاقتصادية والاجتماعية للصناعة السياحية وضعت الجزائر جملة من القوانين المؤطرة لمختلف الأبعاد الخاصة لتنمية السياحية، أهمها:

- القانون رقم 20-2004 المتضمن الوقاية و الحماية من المخاطر الكبرى و تسيير الكوارث و

التمية المستدامة و الصادر في 25 ديسمبر 2004 .

- القانونيين المتعلقين لتنمية المستدامة للسياحة والمواقع السياحية سنة 2003 ، والذين يهدفان إلى

الارتقاء بقطاع السياحة من خلال تثمين الثروات الطبيعية والثقافية والحضارية المتاحة، تطوير وبعث

أشكال جديدة للأنشطة السياحية، تحديد المواقع السياحية وحمايتها من التوسع العمراني والمناطق الصناعية.

- القانون رقم 02 - 2002 المتعلق بتثمين و حماية الساحل و الصادر في 05 فيفري 2002 .

¹ - Peter Drucker, à propos du management, (paris : édition village mondial, 2000). P148.

- القانون رقم 20-2001 المتعلق بتهيئة و التنمية المستدامة للإقليم والصادر في 12 ديسمبر

.2001

ثالثا: المسؤولية المدنية والأدوار الجديدة لشركات التأمين :

يمكن أن تلعب شركات التأمين إضافة إلى أدوارها التقليدية في توفير التغطيات اللازمة لحماية الممتلكات والأشخاص وكذا تعبئة الأضرار من خلال تجميعها للأقساط التأمينية وإعادة توظيفها في قنوات استثمارية أخرى أدوارا أخرى في المساهمة في مرافقة قي القطاعات منها القطاع السياحي، فهي تدعم كل الأنشطة المرتبطة كالصناعات التقليدية و اليدوية، حماية الآثار التاريخية، التماثيل و المتاحف المفتوحة و المغلقة من خلال توفير الآليات والأدوات الكافية للمسيرين والفاعلين في ا لمجال السياحي لحماية المؤسسات التي يشرفون عليها من الأخطار الممكنة الحدوث .²

هناك عدة أخطار مرتبطة بالنشاطات السياحية باختلاف أنواعها و التي يجب البحث عن كيفية إدارتها، أخطار متعلقة بوظائف الهيئات السياحية، بممتلكاتها، بوسائل النقل، بالمستخدمين، بالسياح، بالكوارث الطبيعية، أضرار على البيئة، أخطار صناعية، أخطار الإرهاب ... فالرهان كبير نظرا للتعقيدات المتواصلة من ناحية إدارة هذه الأخطار .

ففي إطار الوظائف المرتبطة بالهيئات المشاركة في العملية السياحية كالفنادق، وكالات السياحة و الأسفار، الحمامات المعدنية، الحرفيين الذين يمارسون الصناعات التقليدية، المرشد السياحي، المسرح و قاعات التظاهرات الثقافية و السياحية ... يعتبر مسئولاً مدنيا كل شخص يتصرف في إطار وظائفه عن تبعات أخطائه على الغير و خاصة السياح منهم. لكل هؤلاء الهيئات يمكن لشركات التأمين توفير تغطيات

² Jean-Jacques Croutsche and Michel Roux , Risques et tourisme : vers un modèle causal d'évaluation de l'impact des risques sur le comportement des touristes , **Maroc Analyses** , 24- 1 , 2005 , P 65 .

عن خطر مسؤوليتهم المدنية للتعويض عن الأضرار التي يمكن أن يتسببوا فيها للغير كما سيأتي شرح بعض الأمثلة لاحقا ... فالأخطار واسعة و الحالات التي يمكن أن تعترضهم في حالة المسؤولية المدنية عديدة، لذلك فمسئوليتها في الغالب مطلوبة.

ويهدف التأمين على المسؤولية المدنية إلى تغطية الخسائر المادية المترتبة عن مسؤولية المؤمن له بسبب الأضرار التي ألحقت بالغير، و التي يكون فيها مسئولا قانونا³ . يهدف التأمين على المسؤولية المدنية إلى تحقيق الحماية بفضل الضمان الذي تمنحه مؤسسة التأمين، فيمكن للهيئة السياحية تعويض الضحية السائح عن كل الخسائر التي لحقت به دون أن تتحمل الخسائر التي وقعت بسبب مسؤوليتها. يجب أن يأخذ عقد التأمين على المسؤولية المدنية مبلغ التأمين أو الحد الأقصى للضمان بعين الاعتبار و الذي يمكن أن يرتبط بمجموعة من العناصر كعدد السياح الذين تستقبلهم الهيئة خلال مدة معينة، المساحة الجغرافية و المسار المسطر للزيارات السياحية، عدد الطوابق المكونة للفنادق السياحية و مدى تجهيزها بالمصاعد الآلية و غيرها من العناصر حسب الحالة. و في غالب الأحيان يكون عقد التأمين على المسؤولية المدنية محل تفاوض بين مؤسسة التأمين و الهيئة السياحية المعنية. و الجدول التالي يبين أهم التغطيات عن المسؤولية المدنية لبعض الهيئات السياحية.

جدول رقم 1 : التأمين عن الأشخاص و مسؤوليتهم المدنية.

الأشخاص		
التأمين على المسؤولية المدنية للهيئة السياحية، كما يمكن اكتتاب عقد التأمين على الحياة بالنسبة للسياح. في حالة ممارستهم الصيد لأبد عليهم من اكتتاب عقد التأمين على المسؤولية المدنية للصيد.	يمكن أن يتعرضوا لخطر الموت، العجز و مختلف الأضرار خلال تواجدهم في المراكز السياحية. كما يمكن أن يتسببوا في أضرار لغير أثناء ممارستهم للنشاطات السياحية كالصيد مثلا.	السياح الأجانب

³ - Art 56, Ordonnance 95-07 du 25 janvier 1995 relatif aux assurances, journal officiel de la république algérienne n°13 du 8 mars 1995, Alger.

التعويض عند صندوق الضمان الاجتماعي CNAS، كما يمكن اكتتاب عقد تأمين مكمل عند مؤسسة تأمين متخصصة في تأمينات الحياة.	يمكن أن يتعرّض لخطر الموت، العجز و مختلف الأضرار عند ممارسته مهامه.	عون تابع للهيئة السياحية مسجل في هيئة الضمان الاجتماعي.
يمكن اكتتاب عقد تأمين عند مؤسسة تأمين متخصصة في تأمينات الحياة.	يمكن أن يتعرّض لخطر الموت، العجز و مختلف الأضرار عند ممارسته مهامه.	عون مؤقت يمارس نشاط سياحي و غير مسجل في هيئة الضمان الاجتماعي.
التعويض على أساس اكتتاب عقد تأمين عن المسؤولية المدنية للهيئة السياحية.	يمكن أن يتعرّض لخطر الموت، العجز و مختلف الأضرار عند القيام بالمساعدة.	شخص يساعد وبدون مقابل .aide bénévole
التعويض على أساس اكتتاب عقد تأمين عن المسؤولية المدنية للهيئة السياحية.	يمكن أن يتعرّضوا لخطر الموت، العجز و مختلف الأضرار عند ممارسته مهامهم.	أشخاص انتدبوا لمصلحة الهيئة السياحية نتيجة مثلا لفيضانات أو كوارث طبيعية أخرى.

المصدر : معطيات تقارير الشركة الوطنية للتأمين.

مع امكانية أن تأخذ التأمينات على الأشخاص عدّة صور منها التأمين على الإصابات و الحوادث، التأمين على المرض، التأمين على الحياة، و الوفاة، و التأمينات الجماعية للسائح.

رابعاً: صور التأمين السياحي بالجزائر وأنواعه :

توجهت الجزائر إلى إشراك القطاع الخاص في الصناعة السياحية وتسخير الإمكانيات الضرورية لدعم السياحة لا سيما في مجال مرافقة الإستثمار وتشجيع الشراكة بين القطاعين العمومي والخاص وبين المتعاملين الجزائريين وشركائهم الأجانب.

بهدف تحقيق تنمية مستدامة كأحد أهم أهداف قانون رقم 03-01⁽¹⁵⁾ المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل 17 فبراير سنة 2003، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة ، كان لابد من التفكير في كل الأبعاد المرتبطة بهذه التنمية، و إدارة الأخطار المرتبطة بالمناطق السياحية باشتراك مختلف الفاعلين في الصناعة السياحية و تفعيل نظام فعال وواضح للتأمين السياحي يساعد على تطوير السياسة السياحية بالجزائر .

ومن صور نظام التأمين السياحي بالجزائر يمكن الإشارة إلى بعض الأمثلة التالية:

1- التأمين على أخطار السفر للسياح:

التأمين على أخطار السفر للسياح يرتبط بكل الاخطار التي يمكن أن تصيبهم في أبدانهم أو حتى تؤدي بحياتهم، على سيارات الهيآت السياحية في المناطق الصحراوية و الذي يشمل مجموعة من الضمانات أهمها الاصطدام، السرقة، الحريق أو يمكن أن تكون سيارة الهيئة السياحية سببا في أضرار للغير، أو استعمال حافلة للغير في سفر منظم نحو المناطق السياحية و تعرضت لحادث... الخ.⁴

2- تأمين السفر في سياحة الأعمال :

تأمين السفر في سياحة الأعمال يغطي المسافرين الذين يسافرون لأغراض عملية من مخاطر مثل الإصابة والمرض وفقدان الأمتعة وتأخر الرحلات وإلغائها وتأخر الوصول ومخاطر أخرى. ويتضمن التأمين أيضًا تكاليف العلاج الطبي والإجلاء الطبي الضروري إذا لزم الأمر.

أهمية وجود تأمين السفر في سياحة الأعمال تكمن في حماية المسافرين من المخاطر المحتملة وضمان عدم تعرضهم لأي نوع من المسؤوليات المالية أثناء السفر. يمكن أن يساعد التأمين أيضًا على تخفيف التكاليف المرتبطة بالعلاج الطبي والإجلاء الطبي. وبالإضافة إلى ذلك ، يمكن أن يزيد التأمين من راحة البال والثقة لدى المسافرين ويساعدهم على التركيز على العمل الذي يجب القيام به خلال الرحلة دون القلق من المخاطر الطارئة.

3- تأمين المناطق الأثرية و السياحية:

الأخطار التي تعترض المناطق الأثرية السياحية تختلف من منطقة إلى أخرى و حسب حجم و الموقع الجغرافي لها، بالإضافة إلى عوامل أخرى. فمن الضروري تشكيل لجنة مركزية لجرد مفصل لكل

⁴ - 17 - Mourad Kezzar, Algerie à recherche de son tourisme, (Alger : éditions saec liberté, 2009) .p15.

المناطق الأثرية و السياحية لمعرفة و بالدقة الكافية طبيعة الأخطار و الضمانات المناسبة التي توافق الأخطار الفعلية الممكن أن تصيب هذه المناطق. هذا النوع من التأمينات يهدف إلى إصلاح الخسائر التي تصيب هذه المناطق و هو يخضع بكافة أنواعه إلى المبدأ التعويضي.

كما يمكن أن تكون محل تأمين من مختلف الأخطار كل العقارات العينية، للهيآت السياحية من فنادق، حمامات معدنية، مقرات الإستجمام و الراحة، المساجد العريقة، المتاحف، مناطق التظاهرات الثقافية،... و كذلك كل المنقولات و المعدات المملوكة لها من معدات المكاتب، الأرشيف، السيارات، الشاحنات و آلات الحفر و التنقيب، الكتب و المخطوطات، اللواحق الفنية و غيرها.

4- التأمين الصحي في تأمين السفر:

التأمين الصحي هو نوع من التأمين يغطي تكلفة النفقات الطبية والعلاجات. وهو مصمم لتوفير الحماية المالية ضد مخاطر التكاليف الطبية المرتفعة. ومن ناحية أخرى، فإن تأمين السفر هو نوع من التأمين يغطي تكلفة الأحداث غير المتوقعة التي قد تحدث أثناء السفر، مثل فقدان الأمتعة أو تأخير الرحلات أو حالات الطوارئ الطبية. وهو ليس بديلاً عن التأمين الصحي، بل هو شكل إضافي من أشكال الحماية للمسافرين. في حين أن بعض وثائق تأمين السفر قد تتضمن التأمين الصحي كميزة إضافية، فمن المستحسن أن يكون لديك تغطية تأمين صحي منفصلة للحماية الطبية الشاملة.

خاتمة :

يمكن لنظام التأمين أن يلعب دوراً هاماً للمساهمة أكثر في مرافقة مختلف الفاعلين لتنمية أكثر للسياحة الصحراوية بالنظر لأهمية هذا المورد بالنسبة لبلد كالجزائر.

تقوم مؤسسات التأمين بتوفير ضمانات لحماية السياح من مختلف المخاطر التي يمكن أن يتعرضوا لها خلال رحلتهم السياحية ، و إمكانية مرافقة أهم الفاعلين في المجال خاصة المؤسسات الفندقية و توفير الضمانات الكافية لمختلف المخاطر المحتملة.

من هنا تكمن أهمية دور مؤسسات التأمين في دعم والمساهمة في تطوير السياحة في الجزائر إذا ما استغل هذا الدور بطريقة متوازنة ووفقا لأطر صحيحة.

تتطلب التنمية السياحية توفر جملة من الشروط الموضوعية و الأساسية و الإمكانيات المادية و البشرية لاستغلال أحسن لهذه الموارد و حمايتها من مختلف المخاطر التي يمكن أن تواجه الفاعلين في المجال .

يجب الاهتمام أكثر بالصناعة التأمينية لتحديد أدق لمختلف المخاطر السياحية و البحث عن المنتجات التأمينية المناسبة لتغطيتها.

ضرورة اشراك مؤسسات التأمين في الصناعة السياحية وتطوير المنتجات التأمينية المناسبة للسياح بغرض طمأننتهم و حمايتهم من المخاطر التي يمكن أن يتعرضوا لها، خاصة ما تعلق بتأمينات الأشخاص، و السفر السياحي.

صناعة السياحة في الابعاد العالمية للتنمية المستدامة-المستديمة

أ.د. إدريس عطية

كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية - جامعة الجزائر 3

ldriss.attia12@gmail.com

الملتقى الوطني الثاني المنظم من طرف قسم العلوم السياسي - جامعة قلمة،

الاتجاهات الجديدة في السياحة

الموسوم بـ

الابتكار والاستدامة في صناعة الوجهات السياحية

25-26 جوان 2024

مقدمة:

تعتبر التنمية بمفهومها الشامل والمعاصر عملية تضم جميع مستويات الحياة ومجالاتها، وتقوم على مجموعة من العوامل الذاتية المساعدة، تتلخص في الإيمان بإمكانية الإصلاح والتقدم، أي بإمكانية تغيير أنماط الحياة السائدة،

إضافة إلى عاملي الطوعية والعون الذاتي، حيث تتوافر الهيئات الطوعية القادرة على تعاونها مع الأجهزة الحكومية على تحقيق التقدم بكل حرية، وكذا التحفيز والاستثارة من خلال تحفيز الأفراد المواطنين واستثارة جهودهم للمشاركة في عملية التنمية، وأخيرا عامل الخدمة والتضحية الواجب القيام به من طرف القائمين على التنمية بأدوارهم وواجباتهم. أما فيما يخص العوامل المساعدة الموضوعية فتتلخص أيضا في أن تصدر البرامج التنموية عن الحاجات الأساسية للمجتمع استجابة لحاجات الأفراد، وقيام عملية التنمية على أساس من التوازن في كافة المجالات الوظيفية، وأن تهدف برامج التنمية إلى زيادة فعالية مشاركة الأفراد في شؤون مجتمعهم المحلي، وكذا اكتشاف وتدريب القيادات المهنية والشعبية، إضافة إلى ضرورة التركيز على مساهمة الشباب والنساء في برامج التنمية⁽¹⁾ وتبني تنمية متوازنة على المستوى الوطني.

أولاً: تعريف التنمية المستدامة:

تعني التنمية المستدامة في مفهومها الاستجابة لحاجات الأجيال الراهنة دون أن تتعرض للخطر قدرة الأجيال القادمة على تلبية حاجاتها هي الأخرى، فالتنمية المستدامة هي بناء منطوق قائم على الجمع بين الظروف التمكين الحر للإنسان – المواطن مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة الحفاظ على حقوق الأجيال اللاحقة في العيش و في الموارد غير المتجددة (مفهوم جيلنة التنمية) ، وليست قضية تأويل وتداول وحكم معياري من طرف المتعاملين الاجتماعيين، وليست فرضيات تكنوقراطية لمعايير ومؤشرات يفترض أنها تعكس معارف علم وضعي، وهي تمثل مشروعا للسلام باعتباره قاعدة للحوار، ومصالحة بين نماذج التنمية المختلفة، وتدعيما للعلاقات الاجتماعية-السياسية ومسؤولية كل القوى في عملية تطوير مقومات الدولة كما جاء في تقرير "جرو هارلم برانتلان" Gro Harlem Brundtland مستقبلنا المشترك². وقد تعرض هذا التعريف لانتقادات متعددة، ف "بول دي باكر" Paul D. Backer ركز على أربع قضايا في هذا المجال، إذ إن تعريف "برانتلان" أغفل البعد الزمني، والبعد المالي، والبعد التكنولوجي والبعد الأيديولوجي. ولتجاوز هذه المعوقات، طالب الكاتب بدمج الأبعاد الأربعة المغيبة لتحقيق ما سماه التدبير المستدام³.

وتقوم التنمية المستدامة على ثلاثة ركائز هي:

1. التنمية الإنسانية؛ يمكن القول أن التنمية الإنسانية بالمنظور الذي قدمه برنامج الأمم المتحدة للتنمية PNUD هو بالأساس معياري وهادف لتحقيق أكبر قدر من الحاجات الإنسانية في أقل وقت و أقل تكلفة مع مراعاة منطوق عبر جيلني *Inter-generational perspective* بشكل يحقق تنمية إنسانية مستدامة وضامنة لأمن الإنسان.
2. التنمية البيئية؛ ضرورة تطوير رشاده بيئية مانعة للتلويث ولتسميم الماء والأرض والهواء، وقوائم على العدالة المناخية وفق لتصميم نابع من عقيدة بيئية شاملة وعمامة.

¹(Johan Galtung and Carl G. Jacobsen, *Searching for Peace: The Road to TRANSCEND* (LONDON: Pluto Press,2000),p.57.

² -World Commission on Environment and Development, *Our Common future* (UK: Oxford University Press, 1987), p. 8

³ Paul D. Backer, *Les Indicateurs financiers du développement durable* (Paris: Éditions d'Organisation, 2005), pp. 16-32.

3. النمو الاقتصادي؛ وهو معطى عددي/حسابي قائم على فارق الدخل الداخلي الخام بين كل سنة وأخرى. ويختلف عن التنمية في كونها مشروع أكبر يحتوي الدلالات العددية وغير العددية لتطوير المجتمعات في شتى المجالات.

وهناك فرق بين التنمية المستدامة والتنمية المستديمة

* مستدام (مستدامة) هو اسم مفعول: أي يعني من فعل فاعل، فهو قابل للدوام والاستمرار والتواصل (محتمل الدوام)، وقابل للصمود/للبقاء مع الاعتناء بالمستقبل.

* مستديم (مستديمة) هو اسم فاعل: أي يعني من تلقاء نفسه، فهو الدوام أو البقاء الذاتي دون الاعتناء بالمستقبل، ويمكن أن يكون هنا الأمن مستديم-مستدام.⁴

ثانياً: السياق التاريخي لتطور التنمية المستدامة وحدود العلاقة مع المفاهيم المشابهة

يرتبط مفهوم التنمية المستدامة بالكثير من المفاهيم الأخرى، التي تتداخل وتتقارب معه، فإن فهم المفهوم بصورة عامة، لا يمكن إلا من خلال رسم خريطة مفهومية بتحديد العلاقة بينه وبين بعض المفاهيم الأخرى ذات الصلة، ومن ثم كان لابد من إقامة الفواصل بين كل من مفهوم التنمية المستدامة، وعلاقته بمفهوم حقوق الإنسان، ثم العلاقة بين المفهوم ومفهوم الأمن الإنساني ومفهوم التدخل الدولي الإنساني.

1: مفهوم التنمية المستدامة ومفهوم حقوق الإنسان^(5*):

كثيراً ما يقع الخلط ما بين مفهوم التنمية المستدامة، ومفهوم حقوق الإنسان على الرغم من أحكام كل منهم، إذ يعد موضوع حقوق الإنسان *Human Rights* والإشكاليات التي يطرحها من أهم المواضيع التي تستقطب اهتمام المنشغلين بالسياسة، وبالدين، وبالأخلاق، والعلاقات الاجتماعية؛ فمنذ نهاية الحرب العالمية الثانية وما خلّفته من حقائق دامغة من انتهاكات لحقوق الإنسان، دخلت المسألة أعمال الأمم المتحدة ونصوصها، حيث صدر الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في العاشر من ديسمبر 1948، والذي تلتته مجموعة كبيرة من المواثيق الدولية والإقليمية⁽⁶⁾، فصارت موضوعات حقوق الإنسان تعرض نفسها على الفكر السياسي، والقانوني والتنظيم الدولي، ويرجع ذلك إلى مجموعة من الأسباب أهمها؛

■ 1/ عالمية وإنسانية قضية حقوق الإنسان التي تجاوزت حدود الدول ونطاقها، ونطاق قوانينها، وأنظمتها الداخلية؛

■ 2/ اهتمام الكثير من الأنظمة غير الديمقراطية بهذه القضية لإبعاد شبح اتهامها بعدم احترام حقوق الإنسان في ممارستها الداخلية؛

⁴ -صالح سعود، "دور المجتمع المدني في بناء الدولة المدنية"، في صالح سعود (محرر)، المجتمع المدني والتطور السياسي بالمنطقة

المغاربية (الجزائر: مخبر البحوث والدراسات في العلاقات الدولية بجامعة الجزائر 2012، 3)، ص.2

(*) لقد أصبح الأمن أحد مقتضيات حقوق الإنسان، وحقوق الإنسان هي حقوق كل إنسان في المجتمع.

(6) يجري تعريف حقوق الإنسان؛ بأنها امتيازات يحوزها شخص طبيعي في علاقاته مع أشخاص آخرين أو مع السلطة، وهي جملة حقوق تحكم حرية الإنسان وازدهار شخصيته. أنظر:

-كمال حماد، الإرهاب والمقاومة في ضوء القانون الدولي العام (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر)، ص.45-

■ 3/إن قضية حقوق الإنسان ومدى احترامها والالتزام بها يعد بمثابة مقياس لتقدم الأمم ورفعتها⁽⁷⁾.

ولذلك فإن مفهوم الأمن الإنساني يعد مكملاً لمفهوم حقوق الإنسان، فعلى الرغم من أن البعض قد يتصور أن كليهما يعني الشيء نفسه ممثلاً في ضرورة توافر حد أدنى من الحقوق السياسية والاقتصادية، والاجتماعية للأفراد كافة بصرف النظر عن النوع، أو الدين، أو الجنس، بيد أنه في واقع الأمر توجد مجموعة من التباينات بين المفهومين؛ فإذ كان مفهوم حقوق الإنسان يرتكز بالأساس على تحديد مجموعة من الحقوق السياسية والاقتصادية والاجتماعية اللازم توافرها للأفراد.

فإننا نجد في المقابل مفهوم التنمية المستدامة يسهم في خلق ترتيب أو وضع أولويات لتلك المجموعة واسعة النطاق من الحقوق، كأسبقيات التحرر من الحاجة على الخوف أو العكس، وذلك وفقاً لأجندات وحالات متباينة؛ ففي حالات الدول التي تعاني من النزاعات المسلحة تصبح الأولوية في تلك الحالة للتركيز على البعد السياسي لمفهوم التنمية (التحرر من الخوف)، من خلال العمل على حماية الأفراد من آثار تلك الحروب والنزاعات، بينما في الدول التي تعاني من أزمات اقتصادية تصبح الأولوية لتحقيق التنمية الاقتصادية للأفراد (التحرر من الحاجة).

ويمكن النظر من ناحية ثانية، إلى مفهوم التنمية الإنسانية على كونه يخطو خطوة أبعد من مفهوم حقوق الإنسان، وذلك فيما يتعلق بكون مفهوم حقوق الإنسان — في أغلب الأحيان — يأخذ شكل المطالبات القانونية ممثلة في ضرورة توافر تشريعات قانونية كفيلة بوضع التزامات محددة تجاه حقوق بعينها⁽⁸⁾ (كاتفاقية حقوق الطفل، أو المرأة، أو اللاجئين... وغيرها) رغم أنهما يشتركان في عالمية وإنسانية الطابع المتجاوز لحدود الدول ونطاقها.

إلا أننا نجد أن مفهوم التنمية المستدامة يركّز على كيفية إصلاح المؤسسات القائمة والمعنية بتحقيق أمن الأفراد أو إنشاء مؤسسات جديدة كفيلة بهذا الأمر، ولعل هذا راجع إلى عدم فاعلية القواعد القانونية لضمان احترام حقوق الأفراد، فوجود القاعدة القانونية لا يعني الالتزام بتنفيذها⁽⁹⁾.

ويتضح من ناحية أخرى، أن مفهوم التنمية المستدامة لا يزال يتطلب اعترافاً سياسياً⁽¹⁰⁾، خاصة أن المفهوم ما يزال في مرحلة التشكّل، وربما يكون من الملائم أن يتحقق ذلك من خلال تعريف مفهوم التنمية المستدامة في إطار مفهوم حقوق الإنسان خاصة ما يحضى به الأخير من اعتراف وقبول سياسي، حيث شهد القرن الماضي تحركاً كبيراً نحو

⁽⁷⁾ هيثم مناع، "مقاربة غير نمطية لحماية حقوق الإنسان"، أنظر على الرابط التالي:

<http://www.aljazeera.net/Nr/EVERES/84cb24E2-4c17-48cc-9cca-14d9crr6c31b.btm> (19/09/2012)

⁽⁸⁾ خديجة عرفة، مرجع سابق، ص 64-65.

⁽⁹⁾ أحمد الرشيد، حقوق الإنسان: دراسة مقارنة في النظرية والتطبيق (بيروت: مكتبة الشروق الدولية، 2003)، ص 227.

^(*) آثار مفهوم الأمن الإنساني انتباه العديد من الباحثين والساسة منذ نشر برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، لتقرير التنمية الإنسانية للعام 2016، ورغم اعتباره فكرة جديدة حول البيئة الأمنية في فترة ما بعد الحرب الباردة، ووجود دول مثل: "كندا"، و"النرويج" تربط سياستها الخارجية بمفهوم التنمية المستدامة وكذلك "اليابان" التي تسعى جاهدة لإنشاء صندوق عالمي لتدعيم التنمية المستدامة. إلا أن العديد من الباحثين يشككون في أهمية المفهوم الجديد ويؤكدون أن مفهوم التنمية المستدامة هو أكثر غموضاً واتساعاً من إمكانية دراسته وتحليله أكاديمياً وتطبيقه عملياً، ومن ثم يتعد عن الاعتراف السياسي؛ أنظر:

قبول حقوق الإنسان كجزء أساسي من السياسة العالمية أكبر من وقت آخر⁽¹¹⁾، بل إن قضية حقوق الإنسان، ومدى احترامها والالتزام بها يعد بمثابة مقياس لتقدم الأمم ورفعتها.

تلك كانت أهم الاختلافات الأساسية والفواصل القائمة بين مفهوم حقوق الإنسان الذي يمثل الإطار القانوني الذي يمكن أن يستند إليه مفهوم التنمية المستدامة، في حين تصبح مهمة مفهوم التنمية المستدامة في هذا الصدد، تحديد الخطوات الفعلية المطلوبة استناداً لهذا الإطار القانوني، ليصبح المفهومين من أبرز المسائل العالمية والإنسانية التي تتجاوز حدود الدول ونطاقها.

2: مفهوم التنمية الإنسانية المستدامة ومفهوم الأمن الإنساني:

يتركز مفهوم التنمية الإنسانية المستدامة^(12*) على الفرد كأساس للتفاعلات، وهذا باعتباره الهدف والوسيلة في آن واحد (تنمية الناس، من أجل الناس، بواسطة الناس)، إذ تعتبر التنمية الإنسانية - حسب تعريف تقرير التنمية الإنسانية للعام 2000، *UNDP* - الفرد كهدف من خلال تقوية القدرات الإنسانية للفرد، حيث يعرفها التقرير بأنها:

"عملية توسيع الخيارات المتاحة للأفراد عن طريق توسيع الوظائف والقدرات

الإنسانية الأساسية الثلاث للبشر؛ وهي أن يحيا الأفراد حياة مديدة، وصحية، وأن يحصلوا

على الموارد اللازمة لمستوى معيشة لائق"⁽¹³⁾.

وهذا تتعلق التنمية الإنسانية بإشباع الحاجيات الإنسانية للفرد والمرتبطة أساساً بالصحة، التعليم، وضمان دخل كافي ودائم للأفراد، وبالمقابل تعتبر التنمية الإنسانية الفرد كوسيلة من خلال زيادة إنتاجية الأفراد، واستغلال المعرفة والعلم لتطوير السبل وآليات الإنتاج.

وبناءً على ما سبق، فإذا كان مفهوم الأمن الإنساني يعني بالأساس تحرر الأفراد من كل ما يهدد أمنهم وحريةهم وكرامتهم، فلربما يبدو أن مفهوم الأمن الإنساني لا يختلف عن مفهوم التنمية الإنسانية^(14**). إذ يتضح أن كلا من

(11) غراهام إيفانز وجيفري نوبنهام، قاموس بنغوين للعلاقات الدولية، مادة [حقوق الإنسان]، مرجع سابق، ص 228-230.
(*) على الرغم من أنه شاع بالعربية استخدام مصطلح "التنمية البشرية" كترجمة للمصطلح *HumanDéveloppement*، إلا أن "التنمية الإنسانية" عندنا تعريف أصدق تعبيراً عن المضمون الكامل للمفهوم، مع الإبقاء على مصطلح "التنمية البشرية" دلالة أضيقة، يقابله تقريباً ما اصطلح عليه في وقت سابق بعبارة "تنمية الموارد البشرية" أو "الأمن البشري" الأمر الذي يسمح به ثراء اللغة العربية.

فعلى حيث تستعمل كلمتا "البشرية" و"الإنسانية" تبادلياً في العربية يمكن إنشاء تفرقة دقيقة بين الأول كمجموعة من المخلوقات (فهم الأصل)، والثانية كحالة راقية من الوجود البشري، وحين يتصف كائن بشري بالرقى، يُوسم بأنه إنسان، وهذه التفرقة هي أساس تفضيل استعمال مصطلح "التنمية الإنسانية"، بل إن العالم دخل مرحلة "أسنة العلوم" فكل شيء إنساني بدل بشري. أنظر:

-نادر فرجاني، "التنمية الإنسانية: المفهوم والقياس"، المستقبل العربي، ع. 283 (2002)، ص 18-32.

(13) خديجة عرفة، مرجع سابق، ص 66.

(**) من الجدير بالذكر أن هناك ارتباط وتكامل أيضاً، ما بين مسألة التنمية الإنسانية ومسألة حقوق الإنسان، حيث يدعم كل منهما الآخر، بل إن الآراء المعاصرة لا تكتفي بالنظر إليهما كأمرين متكاملين، ولكنها تعتبر أن التنمية في حد ذاتها تشكل حقاً تزامنياً (الحق في التنمية)، وتستفيد هذه الآراء إلى مجموعة من المبررات الأخلاقية والقانونية، فـ "التنمية شرط وجود كل حياة إنسانية واجتماعية"، وبالتالي يجب أن تصير جزءاً لا ينفصم من كل تنظيم أو التزام أو نشاط اجتماعي. أنظر:

-إبراهيم أحمد خليفة، دور الأمم المتحدة في تنمية الشعوب الإفريقية في ظل التطورات الدولية المعاصرة: دراسة في الطبيعة القانونية للقاعدة الدولية للتنمية (الإسكندرية: درا الجامعة الجديدة، 2007)، ص 24-25.

مفهوم الأمن الإنساني ومفهوم التنمية الإنسانية يكمل بعضه الآخر، إذ يسعى كلاهما لتحقيق ذات الأهداف، وهي محاربة الفقر وتأمين الحريات الأساسية للأفراد مما يجعلهما يلتقيان في بعض النقاط ممثلة في السعي نحو تحقيق تحرر الأفراد من الحاجة، كما أنه يمكن الاعتماد على مؤشرات المستخدمة في قياس التنمية الإنسانية كأساس مفيد في التحليل لقياس الأمن الإنساني⁽¹⁵⁾.

أما أوجه الاختلاف أو الافتراق، بين مفهومي التنمية الإنسانية والأمن الإنساني، فيمكن تحديدها في النقاط

التالية؛

1. إذا كانت التنمية الإنسانية تعني توسيع نطاق الخيارات المتاحة أمام الأفراد، فمفهوم الأمن الإنساني

يعني قدرة الأفراد على الاختيار بين تلك البدائل في بيئة آمنة؛

2. بينما يقوم مفهوم التنمية الإنسانية على محاولة إزالة مجمل العقبات التي تعوق الحياة الإنسانية

وتمنع ازدهارها، في حين يذهب مفهوم الأمن الإنساني أبعد من ذلك بخطوات، حيث لا يقتصر على

العمل في حماية الحياة الإنسانية، وإنما يدفع إلى مزيداً من الاهتمام نحو ما يطلق عليه "تقليل

المخاطر"، إذ لا يقتصر على حماية الأفراد مما يهدد أمنهم من أخطار فحسب، وإنما يسعى إلى بحث

السبل الكفيلة بتقليل تلك المخاطر المستقبلية من خلال تمكين الأفراد بما يجعلهم قادرين على

التعامل والتغلب عن تلك المخاطر؛

◀ ويندرج الحق في التنمية ضمن الجيل الثالث لحقوق الإنسان (حقوق التضامن)، وقد طرح "العالم النامي" هذا المبدأ خلال الستينيات من القرن العشرين كتجاوز للمقاربة الضيقة للمنظور الليبرالي الذي يتحدث عن الحقوق المدنية والسياسية، والحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في صيغتها الأرثوذكسية فقط.

والاجتماعية الشعوب الاقتصادية حقوق تنمية على 22 المادة في (1981) الإنسان والشعوب لحقوق الأفريقي الميثاق وقد نص إعلان المجال، وأكد هذا في حاسماً التنمية في الحق بشأن 1996 للعام المتحدة للأمم العامة إعلان الجمعية جاء جهته، من والثقافية والمستقبلية الحالية البيئة للأجيال على للحفاظ موازية التنمية تكون أن على مع الحرص التنمية، في الحق على الثالث المبدأ ريو(1992) في حول حقوق فيينا الدولية كمؤتمر المؤتمرات عن الصادرة الأدبيات المنظور عزز هذا وقد المستدامة. التنمية في سواء أي الحق حد على المرأة(1995). حول بكين ومؤتمر (1995) للتنمية الاجتماعية كوينهاغن ومؤتمر (1994) والتنمية للسكان ومؤتمر القاهرة (1993) الإنسان

⁽¹⁵⁾ منذ تقرير التنمية الإنسانية للعام 1990، بدأ البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة إصدار مؤشرات تهدف إلى قياس التنمية الإنسانية بطرق تكميلية قابلة للقياس وبذلك تسهل عملية المقارنة.

1. مؤشر التنمية الإنسانية: *Human Development Index (HDI)*؛ وكان يركز على ثلاث متغيرات تتمثل في:

- المستوى الصحي؛ معبراً عنه بالعمر المتوقع عند الميلاد (الحياة الطويلة والصحية).

- مستوى التحصيل العلمي (معدل الالتحاق بالتعليم)

- مستوى المعيشة (متوسط الدخل الحقيقي).

2. مؤشر الفقر الإنساني: *Human Poverty Index (HPI)*؛

• مؤشر الفقر الإنساني الخاص بالدول النامية (HPI1)؛

• مؤشر الفقر الإنساني بالدول المرتفعة الدخل (hPI2)؛

3. مؤشر التنمية الخاص بالجنس: *Human Development Sexe Index (HDSI)*

-أنظر: طارق تاجي، "مفهوم الأمن بين الفرد والدولة: دراسة في تطور ومجالات الأمن"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الجزائر: كلية

العلوم السياسية والإعلام، 2006)، ص ص. 116-118.

3 إن مفهوم الأمن الإنساني أوسع من مفهوم التنمية الإنسانية، بل إن مفهوم الأمن الإنساني يعمل على التنمية الإنسان - حسبما جاء في تقرير لجنة الأمن الإنساني، التي شكلتها الأمم المتحدة في العام 2000، وقدمت تقريرها في العام 2003، أن المفهوم لا يتضمن فقط حماية الإنسان، وإنما تنميته كذلك، وترتبط بين توفير السلام والأمن والتنمية المستدامة⁽¹⁶⁾؛ كما يركز الأمن الإنساني على إصلاح المؤسسات القائمة أو حتى إنشاء مؤسسات كفيلة بالحفاظ على صون الكرامة الإنسانية لكافة الأفراد.

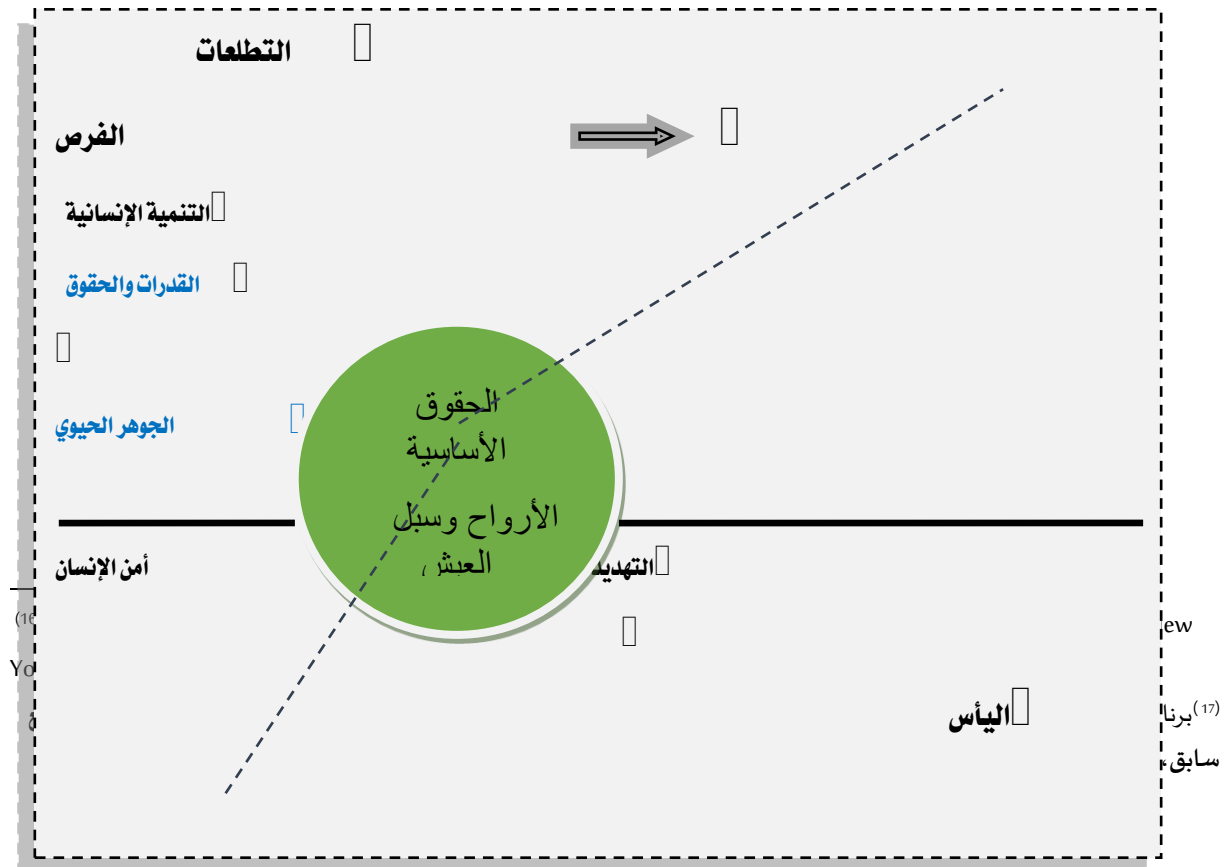
فهذا يعني أن هناك اختلاف في الاستراتيجيات المتبعة لبلوغ الأهداف المنشودة، حيث يظهر أن التنمية الإنسانية جزء مسطر من الهدف الكلي لمفهوم الأمن الإنساني.

4 خلافاً لمفهوم التنمية الإنسانية، ليس لمفهوم الأمن الإنساني تعريف مقبول على نطاق واسع، ومع أن الاصطلاح قد أُدرج في الخطاب الإنساني والدبلوماسي والتنموي على مدى أكثر من عقدين، فإن نطاق المفهوم الكامن يتباين من سياق إلى آخر، وهو أمر متوقع.

وبناءً على هذه النظرة الأشمل، يمكن أن يعد أمن الإنسان هو "الركيزة الأساسية" للتنمية الإنسانية، وفيما تعني التنمية الإنسانية بتوسيع قدرات الأفراد والفرص المتاحة لهم، ويهتم أمن الإنسان بتمكين الشعوب من احتواء المخاطر التي تهدد حياتهم وسبل معيشتهم وكرامتهم أو تجنبها.

وذلك ما أوجزه "أمارتيا سن" في اصطلاح "التوسع مع الإنصاف" (التنمية الإنسانية)، و"الانتكاس مع الأمن" (أمن الإنسان)⁽¹⁷⁾، ولذلك، من الواضح إذاً أن هذين المفهومين على خط يمتد من اليأس الإنساني، إلى التطلمات الإنسانية، وفقاً لما يوضحه الشكل مبسط التالي:

الشكل-01- يوضح الالتقاء بين أمن الإنسان والتنمية الإنسانية-الحدود ونقاط التداخل-





المصدر: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2009، بعنوان: تحديات أمن الإنسان في البلدان العربية (بيروت: مطبعة كركي، 2009)، ص.22.

ثالثاً؛ السياسة السياحية الدولية من منظور التنمية المستدامة؛ رهانات الفهم العالمي

إذا كان من المبكر الحكم على حتمية استخدام مفهوم التنمية المستدامة كأداة إستراتيجية، إلا أن هناك بعض المؤشرات التي يمكن فقط طرحها للنقاش في ضوء ما طرح من تطبيقات للمفهوم، وتتمثل تلك الملاحظات في مدى وجود أبعاد غير معلنه للمفهوم، وكذلك النوايا الفعلية للدول التي طرحت بالفعل رؤى متباينة لمفهوم الأمن الإنساني، وأخيراً وضع مفهوم الأمن الإنساني في سياق الاستخدامات المتناقضة للمفاهيم.

إذ يأتي الحديث عن وجود أبعاد إستراتيجية وأهداف غير معلنه دفعت بعض الدول نحو تبني المفهوم في سياق تناقض المفاهيم مع بنية النظام الدولي التي أفرزت المفهوم، خاصة أن الدول التي طرحت المفهوم كأحدى أدوات أجندة سياستها الخارجية. اليابان، كندا، والاتحاد الأوروبي. هي دول متطلعة لممارسة دور دولي أكبر. وفي هذا السياق، فإن طرح تلك الدول لمفهوم الأمن الإنساني يحتمل أموراً ثلاثة؛

● الاحتمال الأول؛ فيتمثل في فترة ما بعد الحرب الباردة والقائمة على الهيمنة والتدخل في الشؤون

الداخلية للدول، والسعي بدلا من ذلك إلى تحقيق الأمن الإنساني على مستوى العالم⁽¹⁸⁾؛

● أما الاحتمال الثاني؛ فيتمثل في الرغبة في تحقيق مصالح الولايات المتحدة الأمريكية، القوة العظمى

في الترتيب الدولي من خلال دفع الولايات المتحدة لتلك الدول لتبني وطرح المفهوم⁽¹⁹⁾؛

● أما الاحتمال الثالث؛ فيتجسد في تطلع تلك الدول لممارسة دور دولي أكبر، مما دفعها لاختيار

مفهوم لم تطرحه الولايات المتحدة، إذ رغبت تلك الدول في أن تتحرك بعيداً عن الهيمنة والمنظومة المفهومية الأمريكية⁽²⁰⁾.

⁽¹⁸⁾ Tor Dahl-Eriksen, "Human Security : A New Concept Which Adds New Dimeusions to Human Rights," **Human Security JOURNAL**, Vol.5,(Winter 2007), pp.16-25.

⁽¹⁹⁾ **Ibid.**

⁽²⁰⁾ **Ibid.**

وفي واقع الأمر، يُعدُّ الاحتمال الثالث هو الأقرب إلى الواقع الفعلي، إذ نجد الأطراف الثلاثة استخدمت تعبير "المسؤولية" *Responsabilité*، فاليابان استخدمت تعبير "المسؤولية الإنسانية"، أما كندا فقد أكدت أنها واحدة من الدول الكبرى التي يقع على كاهلها "مسؤولية تحقيق الأمن الإنساني" أما بالنسبة لدول الاتحاد الأوروبي فقد أشارت وثيقة الاتحاد الأوروبي عن الأمن الإنساني إلى أن أحد مبررات طرح تلك الرؤية هو أن هناك "مسؤولية تاريخية" تقع على عاتق دول الاتحاد الأوروبي، وتتجسد في السعي نحو تحقيق الأمن الإنساني على المستوى العالمي⁽²¹⁾.

وبناء على ما سبق، تتعرض الدراسة لكل من الرؤية اليابانية التي ركزت على البعد التنموي لمفهوم الأمن الإنساني، إلى جانب الرؤية الكندية التي أعطت أهمية أكبر للبعد السياسي للمفهوم، في حين تركز الرؤية الأوروبية على ضرورة التدخل الدولي الإنساني من أجل كفالة وضمان الأمن الإنساني.

أولاً: البعد التنموي؛ في الرؤية اليابانية للأمن الإنساني:

تطرح اليابان رؤية لمفهوم الأمن الإنساني تركز على البعد التنموي للمفهوم، فرغم أن اليابان تعلن أنها تتبنى إقتراباً شاملاً للمفهوم من حيث التركيز على كافة أبعاده الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، إلا أن اليابان ركزت في تحركها الخارجي على البعد الاقتصادي أو التنموي، وذلك من خلال التركيز على تقديم المساهمة المالية لمشروعات تنموية تهدف إلى مساعدة الأفراد⁽²²⁾.

وبوجه عام، يقترب تعريف اليابان لمفهوم الأمن الإنساني من مفهوم الأمم المتحدة ليشمل تعريفها، تحقيق كلاً من التحرر من الحاجة والتحرر من الخوف، إذ تقوم الرؤية اليابانية على أن الأمن الإنساني يمكن تحقيقه في حالة واحدة، وهي عندما يعيش الأفراد حياة متحررين فيها من كل حاجة وخوف، وبذلك يشمل مفهوم اليابان للأمن الإنساني العناصر كافة التي تهدد البقاء الإنساني وحياة الأفراد اليومية وكرامتهم، ومنها التهديدات البيئية وانتهاكات حقوق الإنسان، والجريمة المنظمة، وقضايا اللاجئين والفقر وانتشار المخدرات والأمراض المعدية.

وبعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001، لوحظ توجه في الخطاب الرسمي الياباني نحو إدراج الإرهاب الدولي على قائمة مصادر تهديدات الأمن الإنساني في القرن الحادي والعشرين.

فاليابان قوة اقتصادية مهمة تسعى إلى ممارسة دور عالمي في سياق السعي الياباني للحصول على مقعد دائم في مجلس الأمن، وهو ما يتطلب منها رؤية عالمية حول دورها المستقبلي ومدى أحقيتها بهذا المقعد وربما وجدت في مفهوم الأمن الإنساني أداة ملائمة في هذا الصدد⁽²³⁾.

⁽²¹⁾ Ibid.

⁽²²⁾ Rita Floyd, "Human Security and The Copenhagen School's Securitization Approach: Conceptualizing Human Security as a Securitizing Move," *HUMAN SECURITY JOURNAL*, Vol.5.(Winter 2007), pp.38-45.

⁽²³⁾ إن من أبرز التوجهات لإعادة هيكلة الأمم المتحدة هو السعي إلى إعادة تشكيل مجلس الأمن الدولي، بحيث يضم عدداً جديداً من الدول تتمتع بعضوية دائمة في مجلس الأمن أسوة بالخمس الكبار الذين يتمتعون بحق الفيتو، وهم: أميركا وروسيا وفرنسا وبريطانيا والصين، إذ يرى الكثيرون أنه من الإجحاف أن يبقى التشكيل الراهن لمجلس الأمن على حاله بعد مرور أكثر من سبعين عاماً على إنشاء الأمم المتحدة، وأنه لا بد أن يتضمن تشكيل مجلس الأمن الذي يمثل قمة القرار الدولي في مسائل الحرب والأمن والسلام ترجمة للقوى الدولية المؤثرة والصاعدة التي تبلورت خلال النصف الثاني من القرن الماضي، فضلاً عن توسيع نطاق المساهمة في القرار الدولي لتشمل دول الجنوب والقارات النامية مثل: أفريقيا وأميركا اللاتينية وآسيا، وفي هذا الإطار، تدور الاقتراحات حول ضرورة إعطاء كل من اليابان وألمانيا والهند والبرازيل صفة العضوية الدائمة في مجلس الأمن الدولي، بالإضافة إلى ممثل للقارة الأفريقية.

وقد شكلت كل من "اليابان وألمانيا والهند والبرازيل" تحالفاً مشتركاً أطلقت عليه (لجنة الأربعة) من أجل العمل بشكل مشترك من أجل نيل العضوية الدائمة بمجلس الأمن الدولي، وترك لأفريقيا أمر اختيار من يمثلها، ولكن هناك مشكلات وتحديات كبيرة تواجه مشروع توسيع عضوية مجلس الأمن، فأفريقيا تعترض من حيث المبدأ على منح دول أخرى حق النقض

والدليل على ذلك أنه عندما حدث تناقض بين اعتبارات الأمن الإنساني والمصالح السياسية تمت التوضيحية بالأولى، حيث يمكن الإشارة في هذا الصدد إلى قرار اليابان في ديسمبر 2003 بإرسال عناصر قوات الدفاع الذاتي للمشاركة في دعم الاحتلال الأمريكي للعراق⁽²⁴⁾، في مهمة وصفتها الحكومة اليابانية بأنها "مهمة إنسانية" للقوات اليابانية في العراق، وهو ما يتناقض مع مبادئ الأمن الإنساني التي أعلنتها اليابان.

ثانياً: البعد السياسي؛ في الرؤية الكندية للأمن الإنساني^{(25)*}:

تطرح كندا إقتراحاً لمفهوم الأمن الإنساني مغايراً للاقتراح الياباني، إذ تركز كندا على البعد السياسي لمفهوم الأمن الإنساني من خلال التركيز على حماية الأفراد أثناء النزاعات المسلحة والحروب، دون التركيز على الأبعاد الاقتصادية للمفهوم، إذ ترى أن هذا يدخل الأمر الذي من شأنه إيجاد خلط بين مفهوم الأمن الإنساني ومفهوم التنمية الإنسانية⁽²⁶⁾. وتتفق كندا مع اليابان في عدم إدراج الكوارث الطبيعية ضمن مفهومها للأمن الإنساني، إذ تحكم كل من اليابان وكندا في هذا الصدد منطلقاً يقوم على إدراج الكوارث الطبيعية ضمن عناصر أو مكونات مفهوم الأمن الإنساني، انطلاقاً من أن الكوارث الطبيعية ليست من صنع الإنسان، ومن ثم لا تدرج الكوارث الطبيعية ضمن مكونات مفهومها للأمن الإنساني، انطلاقاً من أن الكوارث الطبيعية ليست من صنع الإنسان، ومن ثم لا تُدرج الكوارث الطبيعية ضمن النطاق الأكاديمي للمفهوم، أي أن العبرة وفقاً للرؤيتين الكندية واليابانية في هذا الصدد بمصدر الضرر وليس بمن يقع عليه الضرر⁽²⁷⁾.

(الفيتو)، وتعتبر ذلك سوف يعرقل ويضعف القدرة على اتخاذ القرار داخل مجلس الأمن، ولهذا هي تدعو إلى منح بعض الدول العضوية الدائمة في مجلس الأمن ولكن من غير منحها حق استخدام الفيتو، في حين أن الدول المرشحة لدخول مجلس الأمن تتطلع إلى استخدام هذا الحق لتأكيد مكانتها الدولية وجدارتها في صنع القرار العالمي، ولذلك يدور جدل كبير حول من سيكون له الحق في الحصول على امتياز استخدام حق النقض أو الفيتو أنظر:

-حسن نافعة، الأمم المتحدة في نصف قرن: دراسة في تطور التنظيم الدولي منذ 1945 (الكويت: عالم المعرفة، 2006)، ص.411.
(24) عرفة، مرجع سابق، ص.95.

(*) يعد السيد "لويد أكسورتي" *Lloyd Axswordgy*، وزير الخارجية الكندي الأسبق أبرز المدافعين عن المفهوم، بل هو الفاعل الأساسي في صياغة التصور الكندي للأمن الإنساني.

(26) Smithe, op.cit., pp.9-10.

(27) منها 90 % سنوياً، كارثة 400 من أكثر من 200 إلى فارتفع الماضيين، العقدين في الطبيعية تضاعف الكوارث عدد إن العلماء يقدر⁽²⁷⁾ في 2008 في العام نزحوا نسمة مليون عشرين عن يقل لا ما لاجئين أن الترويجي المجلس إحصائيات الحراري وتفيد بالاحتباس متصلة المدن، نحو من الأرياف السكان نزوح تعزيز إلى التصحر الأرض وتفاقم حرارة ارتفاع يؤدي أن بالتغير المناخي، ويتوقع مباشرة متصلة ظروف العالم، ولأن حول المدن والعواصم في الخدمات قطاع على أصلاً والضعف الضئيلة والموارد الثروات على تقاسم المنافسة بذلك معززاً يتخذ أن واجتماعيون سياسيون خبراء إذ لا يستبعد والطاقة، والغذائية المائية الموارد اقتسام صراعات على ستكون المقبلة الصراعات خطراً جيوسياسياً بعداً المناخي التغير.

أنه وفي والنزوح" إلى الطبيعية الكوارث "التغير المناخي، بعنوان 2008 العام في السامية للاجئين المفوضية أعدتها دراسة وتشير كارثة طبيعية بعد النزوح كان والبعيد، ولئن المدين القريب على مختلفة استراتيجيات إلى اعتماد الشعوب ستضطر التغييرات، هذه ظل احتمالاً مختلفة يبقى اتجاهات في طويلة زمنية مدة كبيرة خلال بأعداد السكان نزوح فإن فورياً، وإنزلاقات التربة والفيضانات كالأعاصير أنظر: للحدود عابر تهجير إلى النزوح تحول هذا تستبعد أن دون من كبيراً،

-Jon Barnett and W. Neil Adger, " Climate change, human Security and violent conflict," *Political Geography*, vol. 03, No.26, (2007),

639.655.

وبالنظر إلى الدوافع أو المبررات التي تطرحها كندا في سياق تبنيها لمفهوم الأمن الإنساني، نجد أنها تدور بالأساس حول رغبة كندا في ممارسة دور دولي أكبر، ومن هذا المنطلق حرصت كندا على أمرين تمثل:

- أولهما؛ في الربط بين مفهوم الأمن الإنساني ومفهوم التدخل الدولي الإنساني؛
- أما الأمر الثاني؛ فتمثل في طرح المبادرة الكندية لمفهوم بناء السلم؛

وينصرف البعد الأول للمفهوم الكندي للأمن الإنساني في التركيز على التدخل الدولي عسكرياً لتحقيق الأمن الإنساني، انطلاقاً من أن التدخل الدولي الإنساني يعد ضرورة إنسانية تقع على كاهل الدول الكبرى في العالم؛ ومن بينها كندا، وهذا وفقاً للتصور الكندي على حماية كافة الأفراد في العالم خاصة في حالات قيام الدول بانتهاكات حقوق الأفراد الأساسية، والأهم من ذلك هو التدخل لحماية الأفراد في حالات انهيار الدولة⁽²⁸⁾.

وإذا ما انتقلنا إلى الإستراتيجية الأوروبية على أن هناك "مسؤولية تاريخية" للاتحاد الأوروبي كقوة دولية كبرى مسؤولة عن تحقيق ذلك من خلال إنشاء "قوة عمل لتحقيق التنمية المستدامة" مكونة من خمسة عشر ألف شخص (15000) للتدخل في الدول التي تعاني من النزاعات، وذلك للعمل على تحقيق الأمن الإنساني بها⁽²⁹⁾. وهو ما يطرح بعض التساؤلات حول الهدف الأوروبي من هذا الأمر، فهل يهدف الاتحاد الأوروبي فعلياً إلى تحقيق الأمن الإنساني على مستوى العالم؟.

وبذلك يُلاحظ في أن تلك الرؤى تحوي الكثير من التناقضات بين ما هو اعتبار إنساني، وما هو طرح سياسي، وتهمل غالبية الدول التحديات المناخية للأمن الإنساني والتنمية المستدامة، إذ تمس التغيرات المناخية عدة من الأبعاد العمودية للأمن الإنساني منها⁽³⁰⁾؛

○ السياحة والأمن البيئي؛

مثلت الاهتمامات البيئية أحد الأبعاد الجديدة في مفهوم الأمن، حيث ظهر ما يسمى بالأمن الأيكولوجي أو الأمن البيئي، والذي يختص بدراسة العلاقة ما بين الإنسان والبيئة المحيطة به، وكيفية إساءته إليها، وذلك من خلال استخدام الإنسان للموارد المتاحة أو النظام البيئي ككل، وقد عرف مؤتمر الأمم المتحدة الذي عقد في إستكهولم العام 1972 البيئة بأنها:

"جملة الموارد المادية والاجتماعية المتاحة في وقت ما، وفي مكان ما لإشباع حاجات الإنسان وتطلعاته"⁽³¹⁾.

- UNU. EHS, REPORT Human Security, Climate Change and Environmentally Induced Migration (New York :United Nations University - Institute for Environment and Human Security ,30 June 2008) , p.p.51-57.

⁽²⁸⁾ عرفة، مرجع سابق ، ص.39.

⁽²⁹⁾ Floyd, *op.cit.*, pp.38-45.

⁽³⁰⁾ إذ تشكل التغيرات المناخية والتداعيات التي تطرحها سواء، كتهديدات/ مخاطر/ تحديات، إخلالاً للأمن الإنساني في أغلب أبعاده؛ حيث تعد عاملاً أساسياً يغطي الأبعاد الجهوية والعالمية للأمن الإنساني، حتى أن أغلب الدراسات الأمنية التي تقر بأن التهديدات الأمنية الجديدة تمس هذه الأبعاد الأفقية إلا أن التحديات المناخية هي الأبرز في صلتها بالمستوى الجهوي كقضية التصحر في إفريقيا، والمستوى العالمي. الكوني كظاهرة الاحتباس الحراري وتبدل أحوال الطقس.

⁽³¹⁾ سعيد سالم جويلي، "حق الانسان في البيئة" في محمد عاطف كشك (محرر)، العدالة البيئية في مصر (القاهرة: دار مصر المحروسة، 2002)، ص.46.

وعليه، فالبيئة بمعناها الواسع لا يقتصر مفهومها على الوسط المادي وإنما يشمل كل ما يحيط بالإنسان، وبعبارة أخرى يمكن القول بأن البيئة هي الإطار الذي يمارس فيه الإنسان حياته ونشاطاته. ويقصد بـ "الأمن البيئي" إيجاد نظاما إيكولوجيا ملائما ومستديما (لذاته)، وتتسم القضايا البيئية بأنها تعد عاملا مساعدا على بلورة الاعتقاد^(**32) بأن للإنسانية مستقبلا مشتركا.

والإنعاس الأول والأساسي الذي تطرحه التغيرات المناخية القائمة على الإحترار الكوني وزيادة التصحر، وكذا زيادة منسوب مياه البحر وذوبان الجليد، وزيادة التلوث بصوره وأشكاله المختلفة، والذي بالفعل تتعرض له عناصر البيئة الأساسية من هواء وماء وأرض، إضافة إلى استنزاف الموارد الطبيعية بأنواعها الثلاثة المتجددة وغير المتجددة والدائمة، ونضوب مصادر الطاقة، هذا فضلا عن الازدياد المستمر في أعداد السكان وما يخلفه من آثار، حيث يظهر أن الإنسان بحاجة إلى البيئة أكثر من حاجة البيئة إليه.

ومن المتوقع أن تتسبب التغيرات المناخية في تفاقم وزيادة حدة ووتيرة الظواهر المناخية الخطيرة، على غرار الفيضانات والأعاصير والجفاف واضطراب الفصول واشتعال الحرائق بالغابات، مع ما تسببه هذه الظواهر من خسائر بشرية ومادية جسيمة خصوصا بالمناطق الفقيرة بالعالم، التي تفتقد الإمكانيات للتقليص من انعكاسات هذه الظواهر والتأقلم معها.

كما أن ارتفاع درجات الحرارة سوف تحدث تغيرات كبيرة وجسيمة على المحيط الذي تعيش به الحيوانات والنباتات على حد سواء، وهو ما قد يساهم في زيادة خطر انقراض بعض الأجناس و تدهور التنوع البيولوجي بكل أرجاء الأرض⁽³³⁾.

ويتوقع أيضا العلماء أن تتعرض جميع المنظومات الطبيعية إلى تهديد شديد بما فيها الأنهار الجليدية والشعب المرجانية والأنظمة البيئية في القطب الشمالي، والغابات الاستوائية وغابات البحر الأبيض المتوسط وغيرها. ويثير البعد البيئي للأمن قضيتين أساسيتين:

1- قدرة الموارد البيئية على الوفاء بمتطلبات الأعداد المتزايدة من البشر؛

2- كفالة السلامة البيئية، والحفاظ على البيئة المحيطة بالبشر.

⊙ السياحة والأمن الصحي؛

يقصد بالأمن الصحي توافر الخدمة الصحية بأسعار في المتناول، وقدرة الأفراد على الحصول على تلك الخدمة، سواء من خلال نظم التأمين الصحي، أو حمايتهم من الأمراض التي يمكن الوقاية منها.

ويشرح العلماء أن ذوبان الجليد هو من الظواهر المتوقعة نتيجة الاحتباس الحراري، وسيؤدي إلى ارتفاع مستوى سطح البحار وغرق الجزر المنخفضة والمدن الساحلية، وازدياد الفيضانات، وموجات جفاف وتصحر في مساحات كبيرة من الأرض، وتفاقم العواصف والأعاصير، وانتشار الأمراض المعدية، إذ تشير عديد الدراسات إلى أن التغيرات المناخية ستساهم في انتشار أنواع من الأوبئة كالمالاريا، وحمى المستنقعات والكوليرا في مناطق لا تشهد عادة مثل

^(**) تتجه المنظومات الوطنية والعالمية (غير الحكومية) نحو إنشاء "عقيدة بيئة" فاعلة، من أجل زرع ثقافة عالمية مشتركة لحماية البيئة، وكذا السعي الدائم لإدراج قضية البيئة كقضية عالمية تهم الجميع عن طريق "أمننة البيئة"، بمختلف وسائل الإعلام والخطاب البيئي، بل يدفعون بضرورة إقامة العدالة البيئية *Justice Environmental* والتي تعني، حسب "روبين إيكيرسلي" *Eckersley Robyn*، أولاً، التوزيع العادل لمنافع التعاون الاجتماعي ومخاطره؛ وثانياً، إنقاص هذه المخاطر في علاقتها بأخلاق الجماعة.

⁽³³⁾ أوين غرين، "قضايا البيئة"، في جون بيلس وستيف سميث (محرران)، عولمة السياسة العالمية، مرجع سابق، ص. 665-669.

هذه الأمراض، مما يؤدي إلى أزمات طبية عصبية ليثبت ضرورة اعتبار أن صحة المواطنين ذات علاقة مباشرة بشعورهم بالأمن.

إذ أن ارتفاع معدلات درجات الحرارة وتزايد الرطوبة بمنطقة معينة قد يوفر المناخ الملائم لتكاثر الحشرات وناقلات الأمراض الاستوائية بهذه المنطقة، هذا بالإضافة إلى زيادة خطر التعرض لأمراض خطيرة أخرى مثل سرطان الجلد وتآكل قرنية العين وانعكاساتها على صحة الإنسان⁽³⁴⁾.

كما يؤدي ذلك أيضاً، إلى انقراض العديد من الكائنات الحية ووقوع كوارث زراعية وفقدان بعض المحاصيل، وتوقع باحثون فنلنديون فقدان الكرة الأرضية للكثير من الأراضي الزراعية وخصوصاً في الدول الآسيوية، وذلك جراء ارتفاع منسوب البحر بمعدل يتراوح بين نصف متر ومتر واحد بنهاية القرن الجاري، مما يثبت مخاوف المنظمات الإنسانية عن احتمال قضاء العديد من سكان المدن الساحلية والجزر غرقاً.⁽³⁵⁾

⊙ السياحة والأمن الغذائي؛

يقصد بالأمن الغذائي أن تكون لدى جميع الناس في جميع الأوقات إمكانية الحصول مادياً واقتصادياً على الغذاء الأساسي، والمسألة الخاصة بالأمن الغذائي لا تعني مجرد توافر الغذاء في المجتمع، وإنما تتلخص المشكلة الأساسية في توزيع الأغذية، وتوافر القدرة الشرائية لدى الأفراد، ولاشك أن أزمة الجوع تمثل أحد التهديدات الأساسية للإنسانية. وقد حذرت منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة "الفاو" FAO على هامش مؤتمر قمة كوبنهاغن للتغير المناخي العام 2011 من أخطار تأثير هذه الظاهرة على قطاعات الزراعة والغابات والثروة السمكية في جزر المحيط الهادئ، مما سيخل بالأمن الغذائي الهش أصلاً في العالم.

وأفاد تقرير موجز السياسات الذي أعدته المنظمة بعنوان: "تغير المناخ والأمن الغذائي في إقليم المحيط الهادئ" في ديسمبر 2009 أن التغير المناخي سيشكل "عاملاً مضاعفاً للتهديدات" في العالم الذي يعاني أصلاً من إجهاد حاد، بيئياً واقتصادياً⁽³⁶⁾.

ويتوقع أن تعاني جزر المحيط الهادئ من ارتفاع مستويات المحيط وتدفئة المياه البحرية، وزيادة مستويات الحمض وتغير أنماط المطر وساعات ضوء الشمس، وتزايد الغطاء الغيمى (السحب)، وتبدل أنماط الدوران المحيطي لكتلة المياه والدوران الجوي، وتفاقم الكوارث الطبيعية كالأعاصير الاستوائية والقحط، ويرجع التقرير أن تنعكس هذه التأثيرات سلبيًا على المحاصيل الزراعية والسمكية جزاء اختلال التوازن الطبيعي للبحار، وارتفاع حرارة الجو وتآكل التربة وانتشار الآفات والأمراض النباتية، واشتداد وتيرة حرائق الغابات⁽³⁷⁾.

⁽³⁴⁾ عزالدين بن الطيب، "الأمن البيئي العالمي"، أنظر على الرابط التالي:

<http://www.aljazeera/ND/exeres/DF592FC47-4C27-8CDB-BC31FAF93422.htm> (05/12/2013)

⁽³⁵⁾ (UNU. EHS, op. cit., p. 55.)

⁽³⁶⁾ بن الطيب، مرجع سابق

نظرنا، في المناخية، والعدالة البيئية *Environmental Justice* العدالة البيئية ضمن؛ والتي تندرج: *Climate Justice* (*) العالم الآن في حاجة للعدالة المناخية للبيئة، الملوثة البنيات التحتية وجود أماكن تبعاً المختلفة والأقاليم والأفراد والفئات والأمم الأجناس مختلف بين البيئية التكاليف والأعباء تحمّل هي حقوق على الصحة، الحفاظ الاقتصاد، (جودة وحياته الحالية وضعية الإنسان تحسين إلى أساساً المناخية العدالة التلوث، وتهدف هذا مجابهة وأساليب، المستدامة التنمية مقارنة من القادمة الأجيال إهمال احتياجات البيئة)، دون حماية الإنسان،

والفلسفية والاجتماعية الأخلاقية والسياسية العناصر فيما تتداخل التي والمستقبلية البشرية الانية الاحتياجات من مزيج عن تعبير هي وبإيجاز، العالمي". البيئي من "الشأن معاً المنتفعين والمتضررين قبل من البيئية والمخاطر للأضرار يهدف التصدي والاقتصادية،

وبناء على ما سبق، يمكن القول أن البشرية - على مر العصور - انتقلت من التنمية الوطنية (تنمية الدول) إلى التنمية المجتمعية ثم التنمية الإنسانية المستدامة (الأفراد)، فالتنمية البيئية (النظام الإيكولوجي) الذي يعد أحد أبعاد هذه الأخيرة، ويمكن أن نتساءل؛ ألم تحن بعد مرحلة انتقال الإنسانية من الأمن البيئي إلى الأمن المناخي؟، إنه سؤال تصعب الإجابة عنه في هذا المقام، على الرغم من أن مسار المراجعات الشاملة لمفهوم الحداثة وما بعدها قد بدأ يتبلور في جميع الأصعدة.

رابعاً؛ السياحة في أهداف التنمية المستدامة 2030:

وقد ذُكرت هذه الأهداف في قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة في 25 سبتمبر 2015

✓ وفي 1 جانفي 2016، أدرجت أهداف التنمية المستدامة الـ 17 في خطة التنمية المستدامة لعام 2030.

✓ أهداف التنمية المستدامة، والمعروفة كذلك باسم الأهداف العالمية، هي دعوة عالمية للعمل من أجل القضاء على الفقر وحماية كوكب الأرض وضمان تمتع جميع الناس بالسلام والازدهار.

• وتستند هذه الأهداف السبعة عشر إلى ما تم احرازه من نجاحات في تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية (2000-2015)، كما تشمل كذلك مجالات جديدة مثل تغير المناخ، وعدم المساواة الاقتصادية، وتعزيز الابتكار، والاستهلاك المستدام، والسلام، والعدالة، ضمن أولويات أخرى.

• الأهداف مترابطة -وغالباً ما يكمن مفتاح النجاح في تحقيق هدف بعينه في معالجة قضايا ترتبط بشكل وثيق بأهداف أخرى.

الاسم بعض المنظمات الغربي، وحملت في العالم وخاصة الحكومية، غير المنظمات داخل بصفة تدريجية يتبلور المناخية العدالة مفهوم بدأ وقد CAN المناخي"، للعمل الدولية و"الشبكة Climate Justice Action المناخية"، العدالة و"مبادرة Climate Justice Now المناخية الآن"، ذاته، كـ "العدالة الدولي" "المجتمع أعضاء كل هو أن ذلك، كل بين المشترك والقاسم: Environmental Justice Foundation البيئية" العدالة و"مؤسسة International الانتقال يتم حيث للعدالة المناخية، الحقيقي الرهان هو الدمار، وهذا من كوكب الأرض لإنقاذ المادية التزاماتهم الفردية" وأداء إشباع "حاجاتهم حق لهم تتبلور في فالمسألة والتكاليف، المنافع في الأمم و"المساواة" بين الأجيال التوزيع، وعدالة(Green Economy الأخضر" إلى "الاقتصاد المستهلك مجتمع من البيئي". مكونات "المجتمع الدولي كل بين والعطاء الأخذ ضرورة

من الفالئة المادة كانت أيضاً، وإذا المقاربة الأخلاقية إلى بل فقط، والمالية والاقتصادية المقاربات السياسية إلى ليس ماسة، الحاجة وتبدو خطر حيال العالمية واللامبالاة فإن التفاعل الشخصي؛ والأمن والحرية الحياة حق لكل شخص أن على تنصّ الإنسان(1948) لحقوق الإعلان العالمي الأصوات تعالت الدولي المسرح على الفاعلة المصالح تناقض، وأمام الأجيال والعدالة بين المساواة مبدأ(العالمي الحق لهذا انتهاكاً المناخي يمثل التغيّر الحراري الاحتباس مجابهة إلى الرامية المقاربات والأيدولوجيات وتعددت)، النامي الجنوب(و) المصنع الشمال(بين Climat Clash مناخي" صدام بوجود" ومعايير مبادئ إيجاد نحو الاستراتيجي التفكير العالمي، وتحول المناخي الأمن وتعزيز الأخضر الاقتصاد لدعم والانتقال العالمية، المالية للأزمة مخرج وإيجاد الحدود يتخطى الجديد بمفهومة الأمن دام وما والأفراد، والشعوب والأمم الدول بين يفرق لا الاحتباس الحراري دام ما مناخية، عدالة لإرساء وقواعد كلة. أنظر: بالمجتمع شاملاً ارتباطاً ويرتبط الوطنية

الاجتماعية، "رؤى إستراتيجية، ع.01 (ديسمبر 2012)، ص 98-123. للعدالة جديد منظور المناخية...نحو - الحسين شكراني، "العدالة

وتقتضي أهداف التنمية المستدامة العمل بروح الشراكة وبشكل عملي حتى يمكننا اليوم اتخاذ الخيارات الصحيحة لتحسين الحياة، بطريقة مستدامة، للأجيال القادمة. وهي توفر مبادئ توجيهية وغايات واضحة لجميع البلدان لكي تعتمد عليها وفقا لأولوياتها مع اعتبار التحديات البيئية التي يواجهها العالم بأسره.

تمثل أهداف التنمية المستدامة جدول أعمال شامل. وهي تعالج الأسباب الجذرية للفقر وتوحدنا معا لإحداث تغيير إيجابي لكل من البشر والكوكب.

وقالت هيلين كلارك مديرة برنامج الأمم المتحدة الإنمائي إن "دعم خطة عام 2030 هو أولوية قصوى بالنسبة لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي"، وأضافت "إن أهداف التنمية المستدامة توفر لنا خطة وجدول أعمال مشتركين لمعالجة بعض التحديات الملحة التي تواجه عالمنا مثل الفقر وتغير المناخ والصراعات. ويتمتع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بالخبرة والقدرات اللازمة لدفع عجلة التقدم والمساعدة في دعم البلدان على طريق التنمية المستدامة".

ما هو دور برنامج الأمم المتحدة الإنمائي؟

دخلت أهداف التنمية المستدامة حيز النفاذ في جانفي 2016، وستستمر في توجيه سياسات وتمويل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي لخمسة عشر سنة. ويوصفه الوكالة الرائدة في مجال التنمية في منظومة الأمم المتحدة، فإن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في وضع فريد يمكنه من المساعدة في تنفيذ الأهداف من خلال عملنا في نحو 170 بلدا وإقليما.

وتركز الخطة الاستراتيجية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي على عدة مجالات رئيسية، تشمل الحد من الفقر، وتعزيز الحكم الديمقراطي وبناء السلام، ومواجهة آثار تغير المناخ، ومخاطر الكوارث، وعدم المساواة الاقتصادية.

ويقدم البرنامج الإنمائي الدعم للحكومات لإدماج أهداف التنمية المستدامة في خططها وسياساتها الإنمائية الوطنية. فالعمل يقوم على تحقيق أهداف متعددة بحيث يوفر خبرة قيمة وتجربة راسخة في مجال السياسات لضمان وصولنا جميعا إلى الغايات المحددة في أهداف التنمية المستدامة بحلول عام 2030. ولكن لا يمكننا أن نفعل ذلك بمفردنا. فتحقيق أهداف التنمية المستدامة يتطلب شراكة واسعة تجمع الحكومات والقطاع الخاص والمجتمع المدني والمواطنين على حد سواء للتأكد من أننا نترك كوكبا أفضل للأجيال المقبلة.

أهداف التنمية المستدامة

١٧ هدفاً لتحويل عالمنا



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحديد قرارات السفر

أ.د. إسماعيل بوقنور

جامعة ماي 1945 قالمة

أ.د. بوستي توفيق

جامعة ماي 1945 قالمة

مقدمة:

لم تعد المسافات واختيار الوجهات السياحية بالامر الصعب للعديد من الافراد الذين يبحثون على التغيير والاستكشاف، فشبكات التواصل الاجتماعي والانترنت سهلة هذه العملية وقربت المسافات، فبفضلها باتت طريقة سفرنا أكثر سهولة وملاءمة، كما اصبحت السياحة بذلك اكثر جاذبية وأقل تكلفة، هذا بفضل هذه التطبيقات الذكية التي اختصرت مشاكل تحديد الوجهة وحجز تذاكر الطيران والفنادق ...

كما أن وسائل التواصل الاجتماعي تسمح للعديد من المستخدمين بالدخول إلى الإنترنت للمشاركة والتعاون والنشر والتغيير والإعلام والتقييم وإبداء الإعجاب بمحتويات مختلفة، بالإضافة إلى أنها تؤثر بشكل كبير على تطور المجتمع الحديث، نظراً لأن الناس يستخدمونها للتواصل مع الآخرين، والالتقاء بأشخاص ذوي اهتمامات مشتركة، وتبادل المعلومات، وعيش حياة اجتماعية جيدة، وغير ذلك، كما يتيح هذا التفاعل المؤسسي بين الأشخاص مجموعة واسعة من الأنشطة في شكل الترفيه والتواصل الاجتماعي وإقامة اتصالات بين الأشخاص في مهنة معينة، ولكنه يساهم أيضاً في التغلب على الحواجز بين الأشخاص من مختلف الأجناس والأعمار والتعليم والخصائص الثقافية والجغرافية. يمكن أن تكون الشبكات الاجتماعية وسيلة ممتازة لإبلاغ العملاء المحتملين بشكل أفضل وسريع بالأحداث المهمة والعروض الترويجية الحالية والأخبار المتعلقة بالأعمال التجارية.

لذلك نطرح التساؤل التالي: كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على قرارات السفر للسائح؟

• فهم طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي :

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به وربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع مجموعة من الأفراد ممن لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو جمعه مع أصدقاء الذين كانت معهم معرفة سابقة¹.

إضافة إلى ذلك هناك العديد من التعاريف التي تناولت مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، من ذلك: يعرفها بلاس (2006) Balas على أنها: "برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن لأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض في مناسبات مختلفة"

أما محمد العواد عرفها بأنها: "تركيبية اجتماعية تتم صناعتها من قبل أفراد أو جماعات أو مؤسسات ويتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد، بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لجنسية بلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمق كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص²

• خصائص مواقع التواصل الاجتماعي³:

-التعريف بالذات: أولا إنشاء صفحة شخصية يتم استحداثها من قبل المستخدم ويقوم بتطويرها عن طريق التعريف على نفسه من خلال الكتابة، الصورة، الموسيقى، والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى...

- طرق جديدة لتكوين المجتمع: تسمح هذه المواقع بالتعرف على أصدقاء جدد يتبادلون نفس الاهتمام والمحتوى وحتى الأفكار.

- سهولة الاستخدام: تتميز الشبكات الاجتماعية باستخدام لغة بسيطة وسهلة، كما أنها تستعمل رموزا وصورا لغرض التفاعل

¹ - زاهر، راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 23

² - سهيلة غماري، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على سلوك الزبائن السياحيين في الجزائر، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، مجلد 05، العدد 02، جوان 2020، ص 15

³ - نفس المرجع، ص 16

- تنوعها وتعدد استعمالها: فقد يستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبحث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء..

-التفاعلية: يتفاعل الافراد من خلال تجسيد دور القارئ والمستخدم والفاعل.

- مبدأ العالمية: من خلال هذه الشبكات تلغى كل الحواجز وتختصر.

مكونات مواقع التواصل الاجتماعي :

1-شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، منصة اكس، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع

الدرشة، والبريد الالكتروني ... فهي تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث

2-تطبيقات قائمة على الاجهزة المحمولة المختلفة ومنها الهواتف الذكية واللوحات الرقمية وغيرها .

3- أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون "شبكات التواصل الاجتماعي

الخاصة بالقنوات والإذاعات والبرامج " التي أضيفت إليها مميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب¹

● مميزات وسائل التواصل الاجتماعي :

وبالرغم من ذلك فإن الشبكات الاجتماعية تتميز عن غيرها من المواقع في الشبكة العنكبوتية بعدة ميزات، من أبرزها:

أ- إن هدف المواقع الاجتماعية خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحدة، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانه، وتتفق لغتهم التقنية

ب- إن الاجتماع يكون على وحدة الهدف سواء التعارف أو التعاون أو التشاور أو لمجرد الترفيه فقط وتكوين علاقات جديدة، أو حب للاستطلاع والاكتشاف

ت- إن الشخص في هذا المجتمع عضو فاعل، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك، ويسمع ويتحدث، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع والاطلاع فقط، ودور صاحب الموقع في هذه الشبكات دور الرقيب فقط، أي الاطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي¹.

¹ - عبد المحسن أحمد العصيمي، الآثار الاجتماعية للإنترنت، الرياض: دار قرطبة، 2004، ص 162.

● دور نظرية الاعتماد على الجمهور وعلاقتها بوسائل الاعلام:

إن من أهم النظريات الاعلامية التي يمكن الاعتماد عليها في هذه الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، والتي تركز على نقطة اساسية وهي أن وسائل الاعلام والاتصال يمكنها تحقيق أكبر قدر ممكن من التأثير العاطفي والمعرفي والسلوكي على الافراد، كما تركز هذه النظرية على أن الافراد يعتمدون على وسائل الاعلام في فهم و ادراك ما يحتاجونه من معارف محيطة بهم، وترتكز أيضا على استقاء المعلومات والحصول عليها، ومعرفة أهم الاحداث والمستجدات، ويختلف الافراد في اعتمادهم على وسائل الاعلام والاتصال، فمنهم من يعتمد عليها بشكل كلي لمساعدته في الحصول على المعلومات المختلفة، والفئة الأخرى تعتمد عليها بشكل ثانوي أي أنها ليست المصدر الاساسي للحصول على المعلومة.²

ومن آثار الاعتماد على وسائل الاعلام يرصد كل من الكاتبين " ملف ديفل " و " ساندرابول " مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الافراد على وسائل الاعلام من خلال مايلي:

- 1- الغموض: هو عبارة عن مشكلة نقص في المعلومات
- 2- تكوين التوجهات: مساهمة وسائل الاعلام في تكوين الاتجاهات نحو قضايا معينة
- 3- ترتيب الاولويات: تلعب وسائل الاعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور في القضايا البارزة
- 4- اتساع مساحة المعتقدات: ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات: الاسرة أو الدين أو السياسة
- 5- القيم: تقوم وسائل الاعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم مثل: الامانة، والحرية، والمساواة

● أثر وسائل التواصل الاجتماعي على صناعة السياحة

لقد أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير في صناعة السياحة. فهي لم تعد مجرد وسيلة للتواصل الاجتماعي، بل أصبحت أداة حاسمة في تأثير القرارات السياحية والترويج للوجهات السياحية.

¹ - أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد: (169 الجزء الثالث) لسنة 2016، ص 337

² - أشرف عبد الرحيم الرفاعي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج العالمي للسياحة في الأردن من وجهة نظر السائحين المحليين والعرب، ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2019، ص 11

تمكنت وسائل التواصل الاجتماعي السائحين من مشاركة تجاربهم وصورهم، وتقديم التوصيات والنصائح للآخرين، مما يعتبر طريقة فعالة للتسويق وجذب المزيد من الزوار.

وبفضل وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للوجهات السياحية التواصل مباشرة مع الزوار ومراقبة ردود فعلهم وتقييم تجاربهم. يمكنهم الاستفادة من التعليقات والتوجيهات لتحسين خدماتهم وتقديم تجربة سفر مميزة للزوار. بالإضافة إلى ذلك، تعزز وسائل التواصل الاجتماعي التفاعل الثقافي وتبادل المعرفة بين الثقافات المختلفة، مما يساهم في تعزيز صناعة السياحة وترويج الوجهات السياحية.

لا شك أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أهم الأدوات في صناعة السياحة ولها تأثير كبير على قرارات السفر وتجارب السفر. إن القدرة على مشاركة التجارب والتوصيات والتواصل المباشر مع الزوار تعزز الثقة وتعمل على تحسين تجربة السفر بشكل عام. بفضل وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح السفر تجربة مليئة بالتواصل والمشاركة، وتعزز التواصل الثقافي والتعرف على ثقافات جديدة¹.

وبحسب دراسة قامت بها الشركة الرائدة في مجال تقديم خدمات التأمين في الإمارات فقد اوردت أن 69% من المقيمين في هذه الدولة بأنهم يشعرون بالحاجة إلى السفر إلى وجهة معينة خاصة بعد مشاهدة ما يتم نشره من قبل اخرين من صور وفيديوهات على شبكات التواصل الاجتماعي، ونسبة (61%). ممن شملتهم الدراسة أنهم يمضون اوقاتهم خلال مرحلة التخطيط لرحلاتهم في إجراء بحوث عن أفضل المواقع للتقاط الصور والحرص على ارتيادها. كما أن نسبة 62% ممن يخشون أن تفوتهم اللقطات المميزة لمشاركتها على إنستغرام إنهم يختارون أفضل الأماكن التي يجب زيارتها والتي توصي بها المنصات الإلكترونية والمنتديات من أجل التقاط صور. ويجري 53% على الأقل بحثاً عن أفضل المواقع المناسبة للتقاط صور جميلة، فيما يتحرى 48% عن التفاصيل ويستعلموا عن الوقت الأمثل لزيارة كل موقع من أجل التقاط أفضل الصور الممكنة. وما يدعو للمفاجأة أكثر أن 33% من المسافرين يخططون مسبقاً لأدق التفاصيل في الصور التي سيلتقطونها قبل وصولهم إلى المواقع التي سيقصدونها.

1- تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على السفر: كيف تغيرت طريقة سفرنا، متوفر على الموقع:

من ناحية أخرى، وحسب إحصاء صدر 2022 عن شركة «أريفييا» المتخصصة في السفر: "يعتمد نحو 60 في المائة من جيل زد، و40 في المائة من جيل الألفية، على مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض السفر".¹

وتعتبر الشخصيات المؤثرة في مجال السوشيال ميديا أيضاً من أهم العوامل التي تؤثر بقرارات السفر، حيث يلجأ 38% إلى الشخصيات المؤثرة في مجال السفر التي زارت معلماً سياحياً معيناً من أجل زيارة المعالم ذاتها في كل وجهة، ويظهر هذا الأمر بالتالي مدى الإلهام الذي توقّره الشخصيات المؤثرة على مواقع التواصل الاجتماعي لمسافري اليوم.²

• مراحل اتخاذ قرار المستهلك السياحي:

يمر اتخاذ القرار للسائح بعدة مراحل وهي :-

- مرحلة الاستقرار (التوازن): ويقصد بها، الحالة التي يصبح فيها حجم المنافع التي سيتحصل عليها السائح خلال استفادته من الخدمات السياحية أكبر أو مساوية للحفاظ السائح بالمال والجهد والوقت الذي كان سيتحمله في سبيل هذه المتعة، وهي أيضاً الحالة الطبيعية للإنسان . كما يمكن لسائح السائح أن يتغير بتغير أحد أطراف المعادلة السابقة الذكر، وهذا نتيجة الحملات الإشهارية والدعاية وكذا الترويج، أي نتيجة تعرضه لعناصر الجذب السياحي .

- البحث عن المعلومات: وهذا عن طريق شبكة المعارف والاصدقاء الموجودين لديهم والذين كانت لهم تجارب سياحية، وقدموا تجاربهم حتى يتم مقارنة أهم الانطباعات والتكاليف والبرامج التي يقترحونها.
- المعارف: وهي اكتمال جميع المعلومات والبيانات والانطباعات التي يرغب في الحصول عليها السائح حول البرنامج السياحي.

1- «تيك توك» تُعزز حضورها كمنصة ترفيهية ذات محتوى سياحي، للاطلاع أكثر:

<https://aawsat.com/%D>

2- دراسة: كيف تأثر مواقع التواصل الاجتماعي على قرارات السفر للمقيمين في دولة الإمارات، للإطلاع أكثر أنظر:

<https://www.forbesmiddleeast.com/ar/lifestyle/travel-hospitality/>

- المقارنة بين البدائل: بعدما يتم جمع المعلومات والتعرف والامام بكل جوانب البرنامج السياحي يقوم السائح بعملية التقييم والتي تتم عن طريق تقييم المنافع التي يتحصل عليها من خلال استفادته من الخدمات السياحية ومقارنتها مع التكاليف والجهد والوقت الذي سيتحمله
- اتخاذ القرار: يتخذ السائح في هذه المرحلة قراره النهائي حول اختيار البرنامج المناسب حيث يتعاقد مع شركة سياحية لشراء الرحلة والاستعداد لتنفيذها
- التوازن وخلق رغبة جديدة: بإمكان السياحة أن تخلق رغبة جديدة لدى السائح عند بلوغه مرحلة التوازن، يكون الانسان متعدد ومتجدد الرغبات ويسعى دائما الكتساب وتجريب الجديد¹.

* تأثير تطبيق TikTok على قرارات السفر:

TikTok هو تطبيق يوزع مقاطع فيديو قصيرة ومسلية على المستخدمين. تحظى المنصة بشعبية خاصة لدى الجيل Z، الذي يشكل معظم قاعدة مستخدميه، وأحد الأسباب الرئيسية لنجاح TikTok هو أنه يركز على جزء واحد من مقاطع الفيديو القصيرة على عكس منصات التواصل الاجتماعي الأخرى، ويمتلك TikTok خوارزمية مختلفة تعمل على نشر المحتوى بناءً على اتصالات المستخدم ومواد الفيديو والأجهزة وإعداد الحسابات، كما يقدم TikTok منصة للمستخدمين لإنشاء المحتوى، ويقوم أصحاب العروض السياحية بإنشاء مقاطع فيديو قصيرة توضح وجهتهم أو أعمالهم، وعادةً ما تكون مقاطع الفيديو هذه جيدة ومسلية وتجذب انتباه الأشخاص، كما يعمل TikTok على تغيير أعمال السفر والسياحة، فهي تمنح العلامات التجارية طريقة أصلية للوصول إلى العملاء المحتملين وإلهام سلعهم أو مرافقهم، وأصبح TikTok قناة مؤثرة بشكل متزايد عندما يتعلق الأمر بالمحتوى المتعلق بالسفر.

ووجد استطلاع اتجاهات السفر لعام 2023 الذي أجرته Booking.com، أن²:

- 30% من المسافرين حول العالم الذين يستخدمون TikTok للعثور على إلهام السفر؛
- 56% من المسافرين يستخدمون TikTok للعثور على نصائح السفر؛
- 54% منهم يستخدمونه للحصول على أفكار للوجهات السياحية؛

¹ - سهيلة غماري، المرجع السابق، ص 23

² - Sandra Dramićanina *, The impact of Tik Tok on travel decision, International Scientific Conference on Economy, Management and Information Technologies –ICEMIT 2023, p131

- 51% منهم يستخدمونه للعثور على أفكار للسكن؛

• اليوتيوب وتأثيراته على اختيارات السياح:

تأسس موقع اليوتيوب عام 2005م على يد موظفين سابقين في شركة (باي بال) هم تشاد هيرلي وستيف تشين وجادو كريم، في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع تصوير فيديو على شبكة الانترنت بحيث تكون متاحة لمالئين الاشخاص حول العالم دون أي تكلفة مادية؛

كما يتيح اليوتيوب إمكانيات أوسع بكثير من تحميل فيديو وتزيله ومشاهدته، يعطي أيضاً مؤشرات عن طبيعة الذين قاموا بنشر فيديو معين، مما يتيح تتبعهم والتأكد من صحة ما نشر، بالإضافة إلى ذلك يمكن التعرف على تاريخ نشر الفيديو، وأيضاً الاستفادة مما ينشره المستخدمون العاديون لاستخدامه في وسائل الاعلام المختلفة، كما يتيح إمكان العودة إلى البرامج التي لم يستطع المستخدم مشاهدته، كما يوجد ميزات لموقع اليوتيوب ومنها¹:

1- جعل إمكان توثيق الاحداث بتفاصيلها ممكنة.

2- إمكان إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب .

3- إمكان التحكم في أن يكون الفيديو خاصاً أو عاماً

4- إعطاء إمكان تعديل الفيديو قبل نشره

5- سهولة الاستعمال والمشاهدة

6- إمكان إضافة ترجمة ما ينشر على اليوتيوب.

خاتمة:

تركز شبكات التواصل الاجتماعي على الربط بين الافراد وتسهيل عمليات البحث عن المعلومات وكل التفاصيل التي يريدونها دون عناء، كما أن الافراد وعن طريق نشر تفاصيل حياتهم وسفرياتهم وتنقلاته عبر مختلف المناطق في العالم، استغلها الكثيرون لبرمجة رحلاتهم السياحية دون الحاجة إلى البحث عنها ومعرفة جزئياتها، لهذا فإن مواقع التواصل الاجتماعي اختصرت العديد من المسافات اجتماعية وسياحيا، كما أن العديد من الافراد وعبر متابعتهم لحسابات المؤثرين في

¹ - أشرف عبد الرحيم الرفاعي، المرجع السابق، ص 22

مجال السوشال والمشاهير، جعل من الأماكن التي يقصدها مزارات وأماكن مفضلة للكثير ممن يبحثون على تقليد مثل هذه التفاصيل.

قائمة المراجع:

¹- زاهر، راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.

²- سهيلة غماري، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على سلوك الزبائن السياحيين في الجزائر، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، مجلد 05، العدد 02، جوان 2020.

³- عبد المحسن أحمد العصيمي، الآثار الاجتماعية للإنترنت، الرياض: دار قرطبة، 2004.

³- أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد: (169 الجزء الثالث) لسنة 2016.

⁴- أشرف عبد الرحيم الرفاعي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج العالمي للسياحة في الأردن من وجهة نظر السائحين المحليين والعرب، ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2019.

5- تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على السفر: كيف تغيرت طريقة سفرنا، متوفر على الموقع:

<https://awqattravel.com/archives/16710>

6 - «تيك توك» تُعزز حضورها كمنصة ترفيهية ذات محتوى سياحي، للاطلاع أكثر:

<https://aawsat.com/%D>

7 - دراسة: كيف تأثر مواقع التواصل الاجتماعي على قرارات السفر للمقيمين في دولة الإمارات، للاطلاع أكثر أنظر:

<https://www.forbesmiddleeast.com/ar/lifestyle/travel-hospitality/>

⁸ -Sandra Dramićanina *, The impact of Tik Tok on travel decision, International Scientific Conference on Economy, Management and Information Technologies –ICEMIT 2023, p131

Enhancing Tourist Attraction through Regional Integration: A Case Study of the Aurès Region in Algeria

Adel Zeggagh, LSRMPUDI Research Lab., University of Batna 1

Abstract:

The Aurès region in Algeria, rich in historical, cultural, and natural attractions, holds significant potential for tourism development. This study explores various strategies to enhance tourism in the region, including thematic circuits and linkages, innovative marketing, funding mechanisms, and sustainable practices. By integrating diverse attractions into cohesive and engaging travel itineraries, these strategies can offer enriched tourist experiences, promote efficient resource utilization, and drive sustainable tourism development. The study examines successful examples worldwide and suggests practical applications for the Aurès region. The findings indicate that such strategies can boost tourism, foster local economic development, and support the preservation of cultural and natural heritage.

Keywords: Thematic Circuits ; Tourism Development ; Aurès Region ; Sustainable Tourism ; Cultural Heritage

Introduction:

The Aurès region in Algeria, with its rich historical, cultural, and natural heritage, holds immense potential for tourism development. Despite its wealth of attractions, including historical sites like Timgad and Imedghassen, natural wonders like Ghoufi Canyon, and cultural landmarks such as the 1st November Mosque, the region has yet to fully capitalize on its tourism potential. The key to unlocking this potential lies in a strategic approach that integrates various attractions into cohesive and engaging travel experiences. This study explores how regional integration through thematic circuits and innovative strategies can enhance the tourist appeal of the Aurès region.

The primary problem addressed in this study is how to effectively increase the attractiveness and sustainability of the Aurès region's tourism sector. This involves not only improving infrastructure and marketing but also ensuring that tourism development benefits local communities and preserves cultural and natural heritage. The integration of different sites into thematic circuits, supported by innovative funding and marketing strategies, is proposed as a solution to these challenges. These strategies aim to offer comprehensive tourist experiences that cater to diverse interests while promoting efficient resource utilization and sustainable practices.

The presentation is structured into several key sections. Firstly, it examines the concept of regional integration and its relevance to the Aurès region, highlighting successful examples worldwide. Secondly, it explores funding strategies for infrastructure development, emphasizing public-private partnerships, tourism levies, grants, and crowdfunding. Thirdly, it discusses innovative marketing strategies, including digital

marketing, storytelling, and personalization. Finally, it addresses sustainable tourism development practices, focusing on eco-friendly practices and community involvement. The study concludes with recommendations on how these strategies can be effectively implemented in the Aurès region to boost tourism and support local development.

1. Regional Integration

Regional integration in tourism involves strategic coordination among various tourism destinations to create a unified and appealing visitor experience. This approach is particularly relevant to the Aurès region in Algeria, which boasts a rich array of historical, archaeological, religious, ecological, and recreational sites. According to Xu, Bao, and Zhou (2006), regional integration requires collaborative efforts from multiple stakeholders, including government agencies, private enterprises, and local communities, to develop a cohesive tourism product. In the context of the Aurès region, such collaboration could enhance the overall appeal by linking significant sites like Timgad, Ghoufi, Imedghassen, and others to create a diverse and attractive tourism offering (Xu, Bao, & Zhou, 2006).

Efficient resource utilization is one of the primary benefits of regional integration in tourism. Liang and Lei (2022) emphasize that by linking various attractions within a region, resources can be pooled to improve infrastructure, marketing, and overall visitor services. This integration allows for a more strategic allocation of funds and efforts, ensuring that all parts of the region benefit from tourism development. For the Aurès region, this could mean enhancing lesser-known sites, such as the ecological reserves and thermal springs, thus distributing tourist traffic more evenly and preventing overcrowding at popular destinations like Timgad (Liang & Lei, 2022).

Promotional strategies play a crucial role in the success of regional integration in tourism. Effective marketing that emphasizes the unique attributes of each site within the integrated framework can attract a diverse range of tourists. For example, Florido-Benítez (2022) discusses how thematic tours that connect archaeological sites with historical and recreational locations can provide a more comprehensive and engaging experience for visitors. In the Aurès region, creating thematic tours that highlight the historical significance of Timgad, the natural beauty of Ghoufi, and the spiritual heritage of local mosques can significantly enhance the region's attractiveness (Florido-Benítez, 2022).

Innovative funding mechanisms are essential for the development and maintenance of tourism infrastructure within an integrated region. According to George (2021), public-private partnerships, tourism levies, and other creative funding strategies can generate the necessary financial resources to support infrastructure projects. These projects include improving transportation links, developing accommodation facilities, and enhancing visitor services, which are crucial for providing a seamless and enjoyable tourist experience. For the Aurès region, such funding could be directed towards developing eco-friendly accommodations near natural reserves and improving access roads to remote historical sites, ensuring sustainable tourism growth and increased economic benefits (George, 2021).

2. Funding Strategies for Infrastructure Development

Innovative funding mechanisms are essential for the sustainable development and maintenance of tourism infrastructure within an integrated region like the Aurès. Public-

private partnerships (PPPs) are particularly effective in securing necessary financial resources for large-scale infrastructure projects. According to Errichiello and Marasco (2017), PPPs facilitate collaboration between public sector organizations and private companies, enhancing the efficiency and effectiveness of project execution. In the Aurès region, PPPs could be utilized to develop crucial infrastructure such as transportation networks, hotels, and recreational facilities, thereby enhancing the overall tourist experience and supporting the region's development (Errichiello & Marasco, 2017).

Tourism levies and taxes are another viable funding strategy. These can be applied to various aspects of the tourism industry, such as accommodation, transportation, and activities. The revenues generated from these levies can be reinvested into the tourism sector to improve infrastructure and services. Hall (2022) highlights how tourism taxes have been successfully implemented in several European countries to fund sustainable tourism initiatives and infrastructure projects. In Algeria, however, the centralized fiscal system can limit the ability of local governance bodies to allocate funds efficiently. Decentralizing some financial authority could empower local governments in the Aurès region to direct more budgets towards fruitful infrastructure projects, including tourism development (Hall, 2022).

Grants and subsidies from government and international organizations play a crucial role in funding tourism infrastructure. These financial aids are often directed towards projects that aim to enhance the sustainability and accessibility of tourism destinations. Smith and Johnson (2023) note that grants can be particularly effective in supporting small and medium-sized enterprises (SMEs) in the tourism sector, which might otherwise struggle to secure funding for infrastructure improvements. For the Aurès region, grants could help develop sustainable tourism practices, improve waste management systems, and upgrade local attractions, contributing to a more sustainable tourism ecosystem (Smith & Johnson, 2023).

Crowdfunding has emerged as an innovative approach to raise funds for specific tourism projects. This method involves collecting small amounts of money from a large number of people, typically via online platforms. Research by George (2021) indicates that crowdfunding can be particularly effective for niche tourism projects that resonate with a specific community or interest group. In the Aurès region, community contributions have proven fruitful in the past, such as the construction of the 1st November Mosque, which was primarily built thanks to donations from the public. Similarly, crowdfunding could be used to restore historical sites like Timgad, develop cultural festivals, and create unique tourist attractions. This approach not only generates the necessary funds but also builds a community of engaged and supportive stakeholders (George, 2021).

3. Innovative Marketing Strategies for Tourism Destinations

Innovative marketing strategies are crucial for promoting tourism destinations and enhancing their appeal to a diverse range of tourists. Effective marketing can significantly impact the visibility and attractiveness of a destination, helping to draw in more visitors and increase tourism revenues. According to Sotiriadis (2021), destination marketing involves a comprehensive approach that integrates various marketing tools and techniques to promote a destination's unique features and experiences. This holistic strategy ensures that all stakeholders, including local communities, businesses, and tourism organizations, work together to achieve common goals (Sotiriadis, 2021).

For the Aurès region, digital marketing can play a pivotal role in reaching a global audience. The rise of social media platforms, online travel agencies, and digital content marketing allows destinations to reach a broader audience more effectively. Xiang and Gretzel (2010) highlight that digital marketing strategies, such as targeted social media campaigns, influencer partnerships, and content marketing, can create engaging and interactive experiences for potential tourists. These digital efforts can enhance the destination's brand image and attract tech-savvy travelers who rely heavily on online resources for trip planning (Xiang & Gretzel, 2010). For instance, showcasing the rich historical and natural attractions of the Aurès through visually appealing content on platforms like Instagram and YouTube could significantly boost its appeal.

Another innovative approach to tourism marketing is the use of storytelling. According to Moscardo (2010), storytelling can create a powerful emotional connection between the destination and potential visitors. By highlighting the unique cultural, historical, and natural aspects of a destination through compelling narratives, marketers can evoke a sense of curiosity and desire to explore. In the Aurès region, storytelling can be used to narrate the history of ancient sites like Timgad, the beauty of the Ghoufi canyon, and the cultural heritage of local communities. This method not only informs potential tourists about the destination but also creates memorable experiences that encourage word-of-mouth promotion (Moscardo, 2010).

Personalization is also a key aspect of innovative tourism marketing strategies. Dredge and Jamal (2015) emphasize the importance of tailoring marketing messages to suit the preferences and interests of different tourist segments. By utilizing data analytics and customer insights, marketers can create personalized travel recommendations and offers that resonate with individual travelers. For the Aurès region, this could involve developing personalized itineraries that cater to specific interests such as historical tours, eco-tours, or adventure activities. This targeted approach can increase engagement and conversion rates, as tourists are more likely to respond positively to customized experiences that meet their specific needs and desires (Dredge & Jamal, 2015).

Moreover, involving local communities in the marketing process can enhance the authenticity and appeal of the tourism offerings. Community-based marketing initiatives that promote local culture, traditions, and products can provide tourists with unique and authentic experiences. According to research, such initiatives not only boost local economies but also ensure that tourism development benefits the host communities directly (Richards & Wilson, 2006). In the Aurès region, promoting local crafts, cuisine, and cultural events through marketing campaigns can enhance the tourist experience and support sustainable tourism development.

4. Thematic Circuits and Linkages in Tourism

Thematic circuits and linkages are strategic routes connecting various tourist attractions based on a specific theme, creating a cohesive and enriched travel experience. These circuits can significantly enhance the tourism potential of a region by offering curated itineraries that highlight its unique cultural, historical, and natural assets. For the Aurès region, developing thematic circuits can help integrate its diverse attractions, such as historical sites, natural landscapes, and cultural experiences, into a unified and compelling tourist offering.

a. Importance and Benefits of Thematic Circuits

Thematic circuits provide several benefits for tourism development:

- **Enhanced Tourist Experience:** By linking related attractions, thematic circuits offer a more engaging and immersive experience. Tourists can explore various aspects of a region's heritage, culture, and natural beauty within a well-organized itinerary.
- **Efficient Resource Utilization:** Thematic circuits help distribute tourist traffic across multiple sites, reducing pressure on popular destinations and promoting lesser-known attractions. This balanced distribution ensures that resources are utilized more effectively.
- **Increased Economic Benefits:** Linking attractions through thematic circuits can extend tourists' stay in the region, increasing their spending on accommodation, dining, and local services. This, in turn, boosts the local economy.
- **Sustainable Tourism Development:** Thematic circuits can be designed to promote sustainable tourism practices, such as eco-friendly transportation and accommodations, and raise awareness about conservation efforts.

b. Examples of Successful Thematic Circuits Worldwide

- **The Romantic Road, Germany:** This famous circuit links several picturesque towns and historical sites in Bavaria and Baden-Württemberg, including the medieval town of Rothenburg ob der Tauber and the Neuschwanstein Castle. The Romantic Road is renowned for its scenic beauty, charming villages, and historical landmarks, making it one of Germany's most popular tourist routes (Böhm, 2013).
- **The Inca Trail, Peru:** This iconic trekking route connects several ancient Inca sites, culminating at the famous Machu Picchu. The Inca Trail offers an immersive experience of Peru's rich history and breathtaking landscapes, attracting adventurers and history enthusiasts from around the world (Murray, 2004).
- **The Great Ocean Road, Australia:** Stretching along the southeastern coast of Australia, this scenic drive links natural landmarks like the Twelve Apostles, rainforests, and pristine beaches. The Great Ocean Road is celebrated for its stunning coastal views and diverse wildlife, making it a major attraction for nature lovers (Fennell, 2015).

c. Application in the Aurès Region

For the Aurès region, thematic circuits can be developed to highlight its unique attractions and create comprehensive tourist experiences:

- **Historical and Archaeological Circuit:** This circuit could connect the ancient Roman city of Timgad, the mausoleum of Imedghassen, Lambeses (Tazoult), and other historical sites. It would offer tourists a deep dive into the region's rich historical heritage, supported by guided tours and interpretative centers.
- **Nature and Adventure Circuit:** Linking natural attractions such as the Ghoufi Canyon, the Belezma National Park, and the Chelia Mountains, this circuit could cater to eco-tourists and adventure seekers. Activities like hiking, bird watching, and eco-tours could be included to enhance the experience.

- **Cultural and Religious Circuit:** This circuit could connect significant cultural and religious sites, including local mosques and traditional villages. It would provide insights into the region's cultural diversity and spiritual heritage, supported by cultural performances and local cuisine.
- **Health and Wellness Circuit:** Focusing on the region's thermal springs and wellness resorts, this circuit could attract tourists seeking relaxation and rejuvenation. It would include spa treatments, wellness programs, and natural therapies, promoting the health benefits of the region's natural resources.
- **Mixed Experience Circuit:** This comprehensive circuit would offer a blend of historical, natural, and recreational experiences. It could include:
 - **Historical and Archaeological Sites:** Timgad, Lambeses (Tazoult), and Arris (site of the 1st November Revolution).
 - **Natural Attractions:** Belezma National Park and Ghoufi Canyon.
 - **Health and Wellness:** Thermal springs like Hammam Essalihine.
 - **Recreational Areas:** Recreational spots like Djerma for leisure activities.

d. Implementation Strategies

- **Collaborative Planning:** Engaging local communities, tourism businesses, and government agencies in the planning and development of thematic circuits ensures that all stakeholders have a voice in the process and that the circuits meet the needs and expectations of tourists and residents alike.
- **Marketing and Promotion:** Effective marketing campaigns highlighting the unique features of each circuit can attract a broad audience. Digital marketing, social media, and partnerships with travel agencies can enhance the visibility and appeal of the circuits.
- **Infrastructure Development:** Improving transportation links, signage, and visitor facilities along the circuits ensures a seamless and enjoyable tourist experience. This includes developing eco-friendly transport options and ensuring that accommodations and attractions are accessible and well-maintained.
- **Sustainable Practices:** Incorporating sustainable tourism practices into the design and operation of thematic circuits helps preserve the region's natural and cultural heritage. This includes promoting eco-friendly accommodations, minimizing waste, and encouraging responsible tourist behavior.

5. Sustainable Tourism Development

Sustainable tourism development aims to minimize the negative impacts of tourism on the environment and local communities while maximizing the economic benefits for host regions. This approach is particularly pertinent to the Aurès region, which is rich in natural and cultural heritage. According to Buckley (2012), sustainable tourism requires comprehensive planning and management strategies that balance the needs of tourists, the environment, and local communities. In the Aurès, sustainable tourism practices could help preserve the region's unique ecosystems and historical sites, ensuring they remain intact for future generations (Buckley, 2012).

One key aspect of sustainable tourism is the implementation of eco-friendly practices in tourism operations. This includes using renewable energy sources, reducing water consumption, managing waste efficiently, and promoting eco-friendly transportation options. Gössling et al. (2009) emphasize that sustainable tourism practices not only help preserve the natural environment but also attract environmentally conscious tourists who prefer destinations that prioritize sustainability. For the Aurès region, adopting green practices in accommodations and tourism services can significantly reduce the ecological footprint and make the region a model for sustainable tourism in Algeria (Gössling et al., 2009).

Community involvement is another critical element of sustainable tourism development. According to Tosun (2006), involving local communities in tourism planning and decision-making processes ensures that their needs and concerns are addressed. This participatory approach fosters a sense of ownership and responsibility among residents, leading to more sustainable tourism practices. In the Aurès, community-based tourism initiatives can provide direct economic benefits to locals through job creation and the promotion of local products and services. By empowering local communities, the Aurès can develop a more inclusive and sustainable tourism model that benefits all stakeholders (Tosun, 2006).

Education and awareness programs are essential for promoting sustainable tourism. These programs can target both tourists and local stakeholders, raising awareness about the importance of conserving natural and cultural resources. Mair and Jago (2010) highlight that educational campaigns can encourage responsible tourist behavior, such as respecting local customs, reducing waste, and supporting conservation efforts. Additionally, training programs for tourism operators can improve their understanding of sustainable practices and enhance their ability to implement them effectively. In the Aurès region, such programs can help ensure that tourism development is aligned with environmental and cultural preservation goals (Mair & Jago, 2010).

Conclusion:

The application of thematic circuits in the Aurès region holds significant promise for enhancing its tourism potential. By integrating historical sites like Timgad, Lambeses (Tazoult), and Arris with natural attractions such as the Belezma National Park and the Ghoufi Canyon, a comprehensive Historical and Nature Circuit can be developed. This circuit would not only attract history enthusiasts and nature lovers but also distribute tourist traffic more evenly, reducing the environmental impact on individual sites. This approach leverages the rich historical and ecological assets of the region, offering a unique and cohesive tourist experience.

A Mixed Experience Circuit, incorporating elements of history, nature, wellness, and recreation, could offer a diversified tourist experience. For example, linking the historical sites of Timgad and Lambeses with the natural beauty of the Ghoufi Canyon, the wellness offerings of Hammam Essalihine, and recreational activities in Djerma could cater to a wide range of tourist interests. This approach would enhance the region's attractiveness and encourage longer stays, boosting local economic benefits through increased spending on accommodation, dining, and local services. Additionally, integrating wellness and

recreational activities can attract different tourist demographics, including those seeking health and leisure.

To ensure the success of these thematic circuits, collaborative planning involving local communities, businesses, and government agencies is essential. Effective marketing campaigns, infrastructure development, and the incorporation of sustainable tourism practices will further support the region's development. By adopting these strategies, the Aurès region can not only enhance its tourism appeal but also achieve sustainable growth that benefits both the environment and the local population. Such a comprehensive approach ensures that tourism development is inclusive and supportive of local culture and heritage, providing long-term benefits for all stakeholders involved.

References:

1. Böhm, H. *The Romantic Road: From Würzburg to Füssen*. DuMont Reiseverlag, 2013.
2. Buckley, R. (2012). Sustainable Tourism: Research and Reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.
3. Errichiello, L., and Marasco, A. "Tourism Innovation-Oriented Public-Private Partnerships for Smart Destination Development." in *Knowledge Transfer to and within Tourism*, 147-166. Emerald Publishing Limited, 2017.
4. Florido-Benítez, L. "The Impact of Tourism Promotion in Tourist Destinations: A Bibliometric Study." *International Journal of Tourism Cities*. 8, no. 4 (2022): 844-882.
5. Fennell, D. A. **Ecotourism**. Routledge, 2015.
6. Gössling, S., Hall, C. M., and Weaver, D. *Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring, and Innovations*. Routledge, 2009.
7. Liang, L., and Lei, Z. "Understanding the Regional Integration Process from the Perspective of Agglomeration and Urban Networks: Case Study in Central China." *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 19, no. 19 (2022): 12834.
8. Mair, J., & Jago, L. (2010). The Development of a Conceptual Model of Greening in the Business Events Tourism Sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 77-94. <https://doi.org/10.1080/09669580903291007>
9. Sotiriadis, M. "Tourism Destination Marketing: Academic Knowledge." *Encyclopedia*. 1, no. 1 (2021): 42-56.
10. Tosun, C. (2006). Expected Nature of Community Participation in Tourism Development. *Tourism Management*, 27(3), 493-504. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.12.004>
11. Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.
12. Xiang, Z., and Gretzel, U. "Role of Social Media in Online Travel Information Search." *Tourism Management*. 31, no. 2 (2010): 179-188.
13. Xu, H., Bao, J., & Zhou, C. (2006). Effectiveness of regional tourism integration. *Chinese Geographical Science*, 16, 141-147.

استمارة المشاركة

الإسم و اللقب: أ.د دحدوح منية / د. حسناوي مهدية

البلد: الجزائر

الجنسية: الجزائرية

الوظيفة: أستاذة جامعية/ أستاذة جامعية

الرتبة العلمية: أستاذة تعليم عالي / دكتوراه

الجامعة: جامعة 8 ماي 1945 قالمة

القسم: علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات

الهاتف الشخصي: 0661344614

البريد الإلكتروني: mouna-doudou@hotmail.com

dahdouh.mounia@univ-guelma.dz

محور المداخلة: المحور الثالث الابتكار في تخطيط و إدارة و تسويق الوجهات السياحية.

عنوان المداخلة: المنصات الرقمية كآلية لتعزيز السياحة بالجزائر دراسة تحليلية لمنصة Booking

المنصات الرقمية كآلية لتعزيز السياحة بالجزائر دراسة تحليلية لمنصة Booking

Digital platforms as a mechanism to promote tourism in Algeria, an analytical study of the Booking platform

الملخص:

توفر المنصات الرقمية للمستهلكين إمكانية الوصول إلى أي مكان بالعالم وتتيح لمقدمي الخدمات تعزيز تطوير قطاع السياحة ومعايير التنافسية. وبمقدور العديد من البلدان منخفضة الدخل الاستفادة من هذا التحول الرقمي، وهناك بلدان أخرى معرضة لخطر التأخر والتخلف إذا لم تغتنم هذه اللحظة.

حيث تساعد التقنيات والمنصات الرقمية البلدان النامية على تجاوز التحديات التقليدية المتعلقة بإدارة المقاصد السياحية وتعزيز قدرتها على المنافسة.

سوف نحاول من خلال مداخلتنا الوقوف على أهمية هذه المنصات الرقمية كآلية تعمل على تعزيز القطاع السياحي بالجزائر، و لتحقيق ذلك قمنا بدراسة تحليلية لمنصة Booking من خلال إبراز الخدمات التي تقدمها و التي تسهل من خلالها الحجز الفوري، الإلغاء المجاني، والمراجعات الصادقة من المستخدمين، و الدور الكبير الذي تلعبه في تعزيز الثقة بين المسافرين وتقديم تجربة سفر خالية من القلق والتعقيدات، و كذا توضيح استخدام منصة Booking من اجل تعزيز قطاع السياحة في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، المنصات الرقمية، منصة Booking.

Summary:

Digital platforms provide consumers with access anywhere in the world and allow service providers to enhance the development of the tourism sector and its competitive standards. Many low-income countries can benefit from this digital transformation, and others risk falling behind if they do not seize this moment.

Digital technologies and platforms help developing countries overcome traditional challenges related to managing tourist destinations and enhance their ability to compete.

Through our intervention, we will try to highlight the importance of these digital platforms as a mechanism that works to enhance the tourism sector in Algeria. To achieve this, we conducted an analytical study of the Booking platform by highlighting the services it provides, through which it facilitates immediate booking, free cancellation, and honest reviews from users, and The great role it plays in enhancing confidence among travelers and providing a travel experience free of anxiety and complications, as well as clarifying the use of the Booking platform in order to enhance the tourism sector in Algeria..

Keywords: Digital transformation, digital platforms, Booking platform.

المقدمة:

أحدثت التقنيات والمنصات الرقمية تحولا شاملا في الطريقة التي يعمل بها قطاع السياحة. حيث وفرت المنصات الرقمية للمستهلكين إمكانية الوصول إلى أي مكان بالعالم وأتاحت لمقدمي الخدمات تعزيز وتطوير قطاع السياحة ومعايير التنافسية. كما سهلت للعديد من البلدان منخفضة الدخل الاستفادة من هذا التحول الرقمي. وعلى غرار هذه البلدان أصبحت الجزائر تعتمد كثيرا على رقمنة قطاع السياحة، باعتبارها ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها حيث أصبحت في قلب النشاط السياحي .

وتشهد الجزائر تحولا كبيرا نحو تنشيط القطاع السياحي وخاصة السياحة الصحراوية للمساهمة في تنويع الاقتصاد، إذ تراهن وزارة السياحة الجزائرية على رفع نسبة السياح في الصحراء الجزائرية بين محليين وأجانب ليصلوا إلى 11 مليونا بحلول عام 2030، حسب ما جاء على لسان مسؤولين رسميين في قطاع السياحة.

و من هنا ركز القائمون على القطاع بالاعتماد على المنصات الرقمية و مواقع التواصل الاجتماعي لإنعاش السياحة في الجزائر، حيث أضحت توجهها يعتمد عليه للوصول إلى الزبائن و التفاعل معهم، حيث وفرت محتوى رقمي ملائم لاحتياجات الزبائن بأقل تكلفة و بأسرع وقت

على هذا الأساس سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تساهم المنصة الرقمية Booking في تعزيز السياحة الجزائرية؟

و تندرج تحت التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل فيما يلي:

1. ما المقصود بكل من التحول الرقمي، الرقمنة، المنصات الرقمية؟

2. ما هو واقع رقمنة القطاع السياحي وفق المخطط التوجيهي لهيئة السياحة؟

3. ما هي التسهيلات و الخدمات التي توفرها المنصة الرقمية Booking لتعزيز السياحة الجزائرية؟

أهداف الدراسة:

تتبلور أهداف الدراسة في مايلي:

✓ تسليط الضوء على مفهوم التحول الرقمي، الرقمنة، المنصات الرقمية.

✓ معرفة واقع رقمنة القطاع السياحي في الجزائر.

✓ مساهمة المنصة الرقمية Booking في تعزيز السياحة الجزائرية.

منهج الدراسة:

من أجل معالجة الموضوع بمختلف أبعاده و جوانبه تم الاعتماد على المنهج الوصفي، الذي يقوم أساسا على استعراض الجانب النظري لمختلف المفاهيم المرتبطة بالمنصات الرقمية المتخصصة في قطاع السياحة، وكذا المنهج التحليلي لتجميع البيانات وتحليلها، بطريقة علمية موضوعية للوصول إلى النتائج المتوقعة للدراسة.

الإطار المفاهيمي للدراسة:

انطلقت هذه الدراسة من عدة مفاهيم متداخلة و مترابطة حول التحول الرقمي و الرقمنة و المنصات الرقمية و تعزيز السياحة الجزائرية.

تعريف التحول الرقمي: يعتبر مصطلح التحول الرقمي من المصطلحات الحديثة التي ظهرت في نهاية القرن الماضي في ظل التطور التكنولوجي المتسارع و إختراع الأنترنت مع زيادة إنتشارها في مجال الأعمال الأمر الذي أدى إلى إحداث تغيرات جذرية في بيئة الأعمال ومختلف مجالات الحياة، وكغيره من المصطلحات الأخرى فقد تباينت آراء الباحثين تعددت وجهات النظر حول تعريف هذا المصطلح لاسيما

مع ظهور العديد من المصطلحات المتشابهة على غرار التحولات الرقمية و الرقمنة مما أدى إلى عدم الوصول إلى تحديد تعريف مشترك لظاهرة التحول الرقمي(خوصة مصطفى، قرابري نور الدين، 2023، ص52).

كما يمكن تعريفه بأنه عملية انتقال الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات وفرص تزيد من قيمة منتجها(البار عدنان مصطفى، 2020، ص02).

تعريف الرقمنة: على أنها عملية استنساخ رقمية تمكن من تحويل الوثيقة مهما كان نوعها ووعائها إلى سلسلة رقمية يواكب هذا العمل التقني عمل فكري ومكتبي لتنظيم ما بعد المعلومات، من أجل فهرستها وجدولتها وتمثيل محتوى النص المرقمن، كذلك فإن الرقمنة أو اللغة الرقمية هي لغة تعد خصيصا طبقا لقواعد معينة لتستخدم في الحاسبات الالكترونية وتتحول بواسطتها النصوص والكلام والموسيقى والأشكال والقوانين والقواعد إلى أرقام، كما تمثل جوهر الوظيفة الأساسية التي تقوم بها وحدات الإدخال التي تحول الكمبيوتر مهما كان أصله إلى أرقام في حين تقوم وحدات الإخراج بجرد الأرقام إلى الصورة الطبيعية في نصوص وأشكال وأصوات (مهري سهيلة، 2011، ص63).

تعريف المنصات الرقمية: توصف على أنها مجموعة من الموارد الرقمية التي تتضمن خدمات و محتوى متنوعا من شأنه خلق القيمة والتفاعلات بين الشركاء الخارجيين والمنتجين والعملاء. (بارة فتيحة، 2000، ص676)

المنصات الرقمية هي أجهزة أو برامج تستخدم تطبيق (application) أو خدمة ما تعمل وفق نظام التشغيل وتنسيق البرامج التي تستخدم مجموعة من التعميمات لمعالج معين. كما تعرف على أنها أروضيات عن بعد، قائمة على تكنولوجيات الويب وتتكون من عرض تقني وتجاري متماسك من أجل النفاذ إلى

عالم من الخدمات البعيدة التفاعلية أو غير تفاعلية والتي يمكن بثها أو توفيرها على الخط، والتي يمكن أن تخضع إما للدفع أو تكون مجانية والوصول إليها إما محدود أو غير محدود، ويعتمد هذا العرض على تطوير مجتمع من المستخدمين مع كل من مشغل لمنصة ما.(صلاح الدين جلال، خالد مرشيش، 2021، ص28)

تتميز هذه المنصات الرقمية بعدة خصائص أهمها التفاعلية، المرونة، التنوع في عرض المحتوى، التواصل، تخفيض التكاليف، تنظيم و تنسيق التطوير التكنولوجي، الذي أدى إلى إزدياد الحصة السوقية، وتعزز قوة الاتصال بين مختلف الفاعلين في المجال السياحي مما سهل العملية السياحية.

واقع رقمنة القطاع السياحي الجزائري وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 (SDAT) مرجعاً لسياسة جديدة تبنتها الدولة الجزائرية ويعد جزءاً من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق 2030 (SNAT) فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل تحقيق توازن ثلاثي يشمل الرقي الاجتماعي والفعالية الاقتصادية والاستدامة البيئية.

تهدف الجزائر من خلال هذا المخطط صناعة السياحة التي تتجاوز الاهتمام بعدد السائحين بل نوعية الخدمات السياحية، جودتها وتطورها التكنولوجي بتشجيع الاستثمار بهذا القطاع وإنشاء مؤسسات ناشئة صغيرة ومتوسطة والتحول إلى اقتصاد المعرفة السياحية.

و قد شهدت السنوات السابقة عدة تصريحات من مسؤولين جزائريين على أن ربح معركة الرقمنة وتعميمها على كل النشاطات السياحية والفندقية ليست خيارا بل أصبح ضرورة ملحة لتدعيم تنافسية العروض السياحية الوطنية داخليا وخارجيا مما يستلزم على كل المتعاملين استعمال الأراضيات الرقمية.

تتلخص الجهود المبذولة في مجال الرقمنة حسب هذا المخطط (منظور اتصالي) فيما يلي:(محسن

- مراقبة المشاريع التي تساهم في التعريف بالمنتج السياحي وتميمته من خلال استخدام الوسائط التكنولوجية والمنصات التي تجعل من الجزائر قلة سياحية، لها وزنها في السياحة الدولية؛
- إنشاء البوابة الرقمية التي تم إطلاقها خلال سنة 2021، التي ستشروع في تقديم خدماتها للتعريف بما تتوفر عليه الجزائر من مقومات سياحية متنوعة حيث شملت الإرشاد السياحي والتعريف بالاستثمار الفندقي واستغلال المياه الحموية و الترويج للمنتج السياحي، باستقطاب السياح إلى كل المناطق المؤهلة لاستئناف النشاط السياحي لمواكبة أكبر التطورات في مجال الرقمنة والترويج للسياحة عبر وسائط التواصل الاجتماعي؛
- تسليط الضوء على تحديات الرقمنة بهدف الوصول إلى سياحة رقمية متجاوزة الجانب الإلكتروني لمراقبة السائح و رقمنة الخدمات المقدمة؛ إلى سياحة افتراضية تستخدم الذكاء الاصطناعي واستخدام البيانات الضخمة، المنصات السياحية الرقمية التي تجمع بين الرفاهية واكتساب ثقافات في بيئة تكنولوجية متغيرة؛
- بناء صورة جديدة وتوسيع شهرة وجهة الجزائر من خلال خلق بوابات إلكترونية سياحية لنشر المعلومات؛
- وضع هيكل للرصد واليقظة السياحية ومراقبة تطور رغبات ومتطلبات السياح (النظام الدائم المراقبة والتقييم السياح) ؛
- تأسيس العلامة التجارية لجودة السياحة بالجزائر؛
- جعل بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية على غرار السفارات، المطارات، المراكز الحدودية، والموانئ؛
- تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية والقرى السياحية؛

➤ المشاركة في الفعاليات والتظاهرات السياحية الدولية؛

➤ تنظيم مسابقة احسن عمل في المجال السياحي؛

➤ الانفتاح على العالم الخارجي عبر رقمنة التنوع السياحي على غرار السياحة الدينية والعلاجية والتاريخية وغيرها من الأنماط التي يمكن أن نعتمد عليها لتطوير مداخل الجزائر من العملة الصعبة؛

➤ استحداث منصة "مملتك" و هي المنصة الجزائرية الأولى في سنة 2019 واجهة رقمية لحجوزات الفنادق عبر الانترنت، تساعد على وصل الزبون بالفندق الذي يرغب في الإقامة به، هي منصة آمنة وفعالة بداية من تأكيد الحجز بشكل فوري، مروراً بالدفع عن طريق بطاقة الائتمان أو التحويل المصرفي. ويمكن للزبون أيضًا إلغاء حجزه في أي وقت دون عواقب مالية من بين المزايا الأساسية التي تتمتع بها هذه المنصة اقتراحها لخارطة 250 فندق بامتداد نحو أكثر من 45 مدينة جزائرية لحد الآن.

ان استغلال الرقمنة و التسويق لبعث النشاط السياحي و الترويج للجزائر كوجهة للسياحة بامتياز تحدي رفعتة الجزائر و يعمل على تجسيده الفاعلون في القطاع.

التسهيلات و الخدمات التي توفرها المنصة الرقمية Booking لتعزيز السياحة الجزائرية:

عملت الرقمنة على النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، من خلال تسهيل خدمات منها عملية الحجوزات في الفنادق، بيع تذاكر السفر، و ما تابعه من خدمات الأمر الذي وفر راحة كبيرة على السياح الراغبين في السفر، كما ساعدت هذه المنصات من خفض تكاليف الوقت و الجهد، و من بين هذه المنصات منصة Booking.

نبذة عن منصة Booking:

نمت booking.com منذ تأسيسها في عام 1996 في أمستردام، من شركة هولندية صغيرة ناشئة إلى إحدى الشركات الرائدة عالميا في مجال السفر، وتتمحور مهمة booking.com حول تمهيد طريق استكشاف العالم للجميع، تستثمر في التكنولوجيا التي تجعل السفر في غاية السهولة، لتأمين تجارب لا تنسى ومجموعة من خيارات التنقل وأماكن الإقامة الرائعة، من البيوت إلى الفنادق، وكونها إحدى أكبر أسواق السفر عالميا، تمكن booking.com أماكن الإقامة حول العالم من الوصول إلى عملاء عالميين وتنمية أعمالهم، تتوفر بـ 43 لغة وتقدم أكثر من 28 مليون خيار لأماكن الإقامة، وهي ممثلة عالميا من قبل 198 مكتب في 70 دولة حول العالم (www.booking.com)

التسهيلات و الخدمات المقدمة من قبل منصة Booking:

تعتبر منصة Booking من المنصات الأكثر استخداما و ريادة في العالم حيث سهلت لنا عدة خدمات يمكن تحديدها فيما يلي:

- ❖ منصة مجانية و تحميل مجاني.
- ❖ إمكانية الحجز (فنادق أو اقامات) و الإلغاء في أي لحظة.
- ❖ توفر تطبيق الحجز على Google play او على App store.
- ❖ تقديم أفضل الحجوزات المتاحة في بلد أو مدينة أو منطقة معينة.
- ❖ تقديم خيارات البحث عن طريق التصفية حسب الميزانية، المرافق، الوجبات، نوع المكان الإقامة، نقاط التقييمالخ
- ❖ خدمة حجز تذاكر سفر عبر الطائرة لمختلف أنحاء العالم.

❖ خدمة حجز تاكسي المطار عند الاستقبال وعند التوديع، خدمة مميزة وسهلة بمجرد الحجز مباشرة نتوجه إلى التاكسي ثم الفندق.

❖ خدمة استئجار سيارة تناسب جميع أنواع الرحلات، تقديم عروض رائعة من أكبر شركات تأجير السيارات.

❖ خدمة حجز جولات وتذاكر لزيارة المعالم السياحية، فعند الدخول إلى المعالم السياحية تحدد الدولة التي تود زيارتها مباشرة يرسل لك دليل لأهم المعالم السياحية في العالم ويعطي العروض المتميزة لحجز تذاكر لزيارتها سواء لوحدهك أو برفقة مرشد سياحي.

تحليل منصة Booking:

تطبيق Booking هو الأكثر تنزيلًا عبر الإنترنت في جميع أنحاء العالم حيث حقق 74 مليون عملية تنزيل إجمالية في سنة 2023.

كما حققت شركة Booking في سنة 2023، خدمة الحجز بزيادة قدرها 25.2% على أساس سنوي، حيث أبلغت الشركة عن حجم حجوزات بقيمة 150 مليار دولار، كما تم حجز أكثر من مليار ليلة وشراء 36 مليون تذكرة طيران، 120 مليون مستخدم نشط للهاتف المحمول.

أول ما يفتح موقع <https://www.booking.com> نلاحظ بان الشركة اعتمدت على اللون الأزرق على المستوى الأساسي، تؤثر الألوان على نظرة المستهلك أو الزبون لـ "شخصية" العلامة التجارية التي أمامه، وطبيعتها والمغزى منها، و التفسير السيميولوجي لهذا اللون هو الفعالية والجودة والهدوء والجدية والقوة والحكمة والولاء والقوة والإنتاجية والثقة والأمن، كما يمكن أن يكون اللون الأزرق القاتم معبرا عن الانتعاش والحيوية.

تتخلله كتابة باللون الأبيض دلالة (السيميولوجية) على النقاء والنظافة والسعادة و الإخلاص والأمان.

نجد في واجهة المنصة كل الخدمات التي تقدمها الشركة (سألقة الذكر) كما نلاحظ خانة خاصة باللغة تمكن المتصفح من اختيار اللغة التي تتناسب معه، و أخرى خاصة بالعملة حيث يتم تحويل الأسعار و عرضها بالعملة التي يحددها المتصفح.

منصة Booking من أشهر المنصات في العالم حيث تحتوي على تصميم بسيط، جعلت السفر في غاية السهولة، توفر مجموعة من الخيارات في التنقل و أماكن الإقامة، من البيوت إلى الفنادق و غيرها لملايين المسافرين بكل سلاسة حيث يمكن من خلال:

✓ ضغط المتصفح على خانة الوجهات الرائجة و تحديده الوجهة الجزائر تظهر لنا صفحة الواب

التالية:




يتم تحديد فيها عدد الفنادق في مدن جزائرية مع تحديد مكانها على الخريطة، كما يتم تحديد الفنادق في أكثر الأقاليم رواجاً في الجزائر، كما يتم تحديد أفضل خيارات الفنادق في الجزائر مع إمكانية الاطلاع على المزيد منها مع تحديد التقييم و تحديد موقع الجغرافي للفندق. ، مع إمكانية الحجز .

فنادق في أكثر الأقاليم رواجاً في الجزائر
استكشف الجزائر باسكتشاف أفضل أقاليمها



ولاية الجزائر


أفضل خيارات الفنادق في الجزائر
جزء من هذه الفنادق الرائجة والمتاحلة على خيمايات عالية في الجزائر



AZ Hotels Grand Oran
فندق في وهران
تقييم: 8.4
ممتاز: 119 تقييم

يقع AZ Hotels Grand Oran في مدينة وهران، وتلحق به 9 كم من فله سانيا كروز في وهران، وهو مكان إقامة يضم مطعماً ومواقف خاصة للسيارات مجاناً ومركزاً للرياضة. عرض المزيد


أجر هذا الفندق



ZH Hotel
فندق في وهران
تقييم: 8.0
ممتاز: 8 تقييمات

Set in Oran, 6 km from Oran Santa Cruz fortress, ZH Hotel offers accommodation with a terrace, free private parking and a restaurant. This 5-star hotel عرض المزيد

أجر هذا الفندق



AFRIC HOTEL- Casbah
فندق في الجزائر
تقييم: 8.1
جيد جداً: 876 تقييم

يقع AFRIC HOTEL- Casbah في الجزائر، ويوفر خدمة الواي فاي مجاناً، فيما يتميز مكان الإقامة بخدمة الغرف وصالة مشتركة وخدمة تنظيم الجولات للضيوف. Owner and عرض المزيد

أجر هذا الفندق

كما يتم عرض الفنادق الأكثر حجراً في الجزائر خلال الشهر الماضي مع إظهار كل التفاصيل المتعلقة الاسم و عدد النجوم بعلامة التقييم كمرجع للزائر أو السائح.

الفنادق الأكثر حجراً في الجزائر خلال الشهر الماضي



Holiday Inn Algiers - Cheraga Tower, an IHG
فندق في الجزائر
تقييم: 7.8
جيد: 320 تقييم

يقع رانج بين الضيوف الذين يتجرون فندقاً في الجزائر



Hotel Best Night
فندق في الجزائر
تقييم: 8.3
جيد جداً: 461 تقييم

يقع رانج بين الضيوف الذين يتجرون فندقاً في الجزائر



Hotel Mercure Alger Aéroport
فندق في دار البيضاء
تقييم: 6.4
ممتاز: 1,035 تقييم

يقع رانج بين الضيوف الذين يتجرون فندقاً في الجزائر



Sofitel Algiers Hamma Garden
فندق في الجزائر
تقييم: 7.8
جيد: 643 تقييم

يقع رانج بين الضيوف الذين يتجرون فندقاً في الجزائر

✓ كما ان هناك بطريقة أخرى بعد اختيار البلد (الجزائر) و تحديد تواريخ الزيارة و عدد أفراد العائلة ثم كلمة بحث لتظهر صفحة الواب التالية:

Booking.com

الجزائر: وجدنا 33 مكان إقامة

ترتيب حسب: المراتب الأفضل للإقامة الطويلة

Hôtel Sidi Yahia
الجزائر، ارض غفلة، الخريطة
تقييم: 8.6
جيد جداً: 592 التقييم

8 تالي شخصان بالغين فقط
DZD 239,200
DZD 27,908
عرض التوافر

موقعه استراتيجي
كنوب سويت
جناح خاص، غرفة نوم واحدة، غرفة معيشة واحدة، حمام واحد
33م²
3 سرير مزدوج كبير
في إلقاء مجاني

النصحة حسب:

المصعبات التي استخدمتها سابقاً

تطبيق جميع المصعبات

فنادق

مرايسك (في الليلة الواحدة)
+DZD - 70,000 DZD 10,000

الجزائر: وجدنا 33 مكان إقامة

ترتيب حسب: المراتب الأفضل للإقامة الطويلة

تقييم: 7.3
جيد: 333

Numidien Hotel
الجزائر، ارض غفلة، الخريطة
تقييم: 7.3
جيد: 333

حيث يتم فيها تحديد الفنادق المتوفرة في تلك الفترة موضحة كل التفاصيل المتعلقة بعدد النجوم و مكان التواجد مع إمكانية الولوج الى الخريطة، المرافق، نوع مكان الإقامة، الوجبات، نقاط التقييم، السعر، و الضرائب و الرسوم. فبمجرد النقر على اسم الفندق يمكن للمتصفح الاطلاع أكثر على تفاصيل تخص

الفندق مع أكثر صور مع إمكانية الحجز، و خدمة مطابقة الأسعار، و تقديم معلومات أكثر حول الخدمات المقدمة من الفندق المختار كما هو موضح في الصورة.

احجز الآن

خدمة مطابقة الأسعار

Hôtel Sidi Yahia

الجزائر، الجزائر، الجزائر - موقع رائع - اعرض الخريطة

8.1 جيد جداً

592 تقييم

تعامل رائع من الموظفين بدون استثناء ولطف وحسن أسلوب.

Ibrahim
المملكة العربية السعودية

8.9 طاقم العمل

المراعيه
Fruits et Légumes Radouane Sellier
حندرة
نهر مراد رئيسي
اعرض على الخريطة

الخيار الأقل سعراً في مكان الإقامة هذا مع خيار الإلغاء المجاني ل شخصين بالغين، طفلين

8 ليالٍ، شخصان بالغان، طفلان

DZD 239,200 ~~DZD 312,000~~

ضرائب ورسوم DZD 27,928+

[عرض الخطة](#)

[احجز](#)

لا تقبل — عند الضغط على هذا الزر، لن تقوم بالدفع مطلقاً!

1 × كميوغ بيسويت

السعر ل: 2 شخصين

شحن خاص

1 سرير مزدوج كبير

سرير أطفال متوفر عند الطلب

إلغاء مجاني قبل الساعة 16 يونيو 2024

ادفع مسبقاً

شامل الإفطار

تبقى 2 فقط على موفينا

و الملاحظ عند تصفح واجهة المنصة جزء يتحدث عن الجزائر و الوجهات السياحية المتواجدة بها، مع تحديد عدد أماكن الإقامة.

استكشف الجزائر

لدى هذه الوجهات الراحلة الكثير لتقدمه

سطيف

12 مكان إقامة

قسنطينة

12 مكان إقامة

عنابة

13 مكان إقامة

بجاية

25 مكان إقامة

وهران

79 مكان إقامة

الجزائر

78 مكان إقامة

استكشف الجزائر

لدى هذه الوجهات الراحلة الكثير لتقدمه

جيجل

12 مكان إقامة

Mostaganem Province

20 مكان إقامة

تلمسان

12 مكان إقامة

سكيكدة

5 مكان إقامة

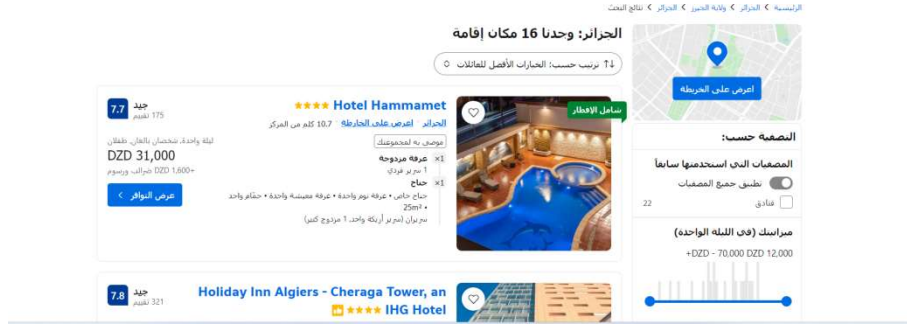
سطيف

12 مكان إقامة

قسنطينة

12 مكان إقامة

وبمجرد النقر عليها يمكنك الولوج إلى الفنادق الموجودة بتلك المنطقة، و توضيح كل التفاصيل الخاصة بالفندق أو الإقامة.



نتائج الدراسة: من أبرز النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة ما يلي:

- ✚ تساهم المنصة الرقمية Booking على تسهيل عملية عرض الخدمة السياحية، مما يسمح بتخفيض التكاليف و ربح الوقت و توليد قيمة مضافة للمنتج السياحي؛
- ✚ توفر المنصة الرقمية Booking العديد من التسهيلات التي تضمن سرعة الرد على طلبات المسافرين؛
- ✚ تعتبر المنصة الرقمية Booking فضاء رقمي يسهل الحصول على الخدمة السياحية في أي زمان ومكان؛
- ✚ توفر المنصة الرقمية Booking خدمات سياحية دقيقة كما لها القدرة على التكيف مع طلبات المسافرين؛
- ✚ إن الجزائر تمتلك إمكانيات سياحية هائلة وذو تنافسية إن أمكن استغلالها أحسن استغلال؛
- ✚ تأخر الجزائر في مجال الرقمنة للترويج السياحي مقارنة بدول الجوار.

الخاتمة:

بناء على كل ما سبق، نجد أن رقمنة القطاع السياحي في الجزائر أضحت حتمية ملحة، لذلك وجب على الدولة الجزائرية وضع خطط و استراتيجيات على المدى القريب و البعيد لضمان نجاح هذه العملية، خاصة في شقها المتعلق بتطوير القطاع السياحي، و من أجل تعزيز العمل السياحي و تقريب الخدمة السياحية من السائح و الترويج للوجهة السياحية للجزائر و العمل على تسطير مشاريع مستقبلية لإنشاء منصات رقمية أخرى تساهم في تفعيل القطاع السياحي ككل.

الهوامش:

- (1) خوصة مصطفى، قريري نور الدين (2023)، التحول الرقمي في قطاع الأعمال: مفاهيم أساسية، المجلة الجزائرية للعولمة و السياسات الاقتصادية، المجلد 14، الجزائر.
- (2) البار عدنان مصطفى (2020)، تقنيات التحول الرقمي، كلية الحسابات و تقنية المعلومات، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
- (3) مهري سهيلة (2011)، المكتبة الرقمية: الأسس النظرية و التطبيقية، دار بهاء الدين، قسنطينة.
- (4) بارة فتيحة، بوخاري سمية (2000)، تحديات و رهانات تطبيقات المنصات الرقمية بمؤسسات التعليم العالي منصة موودل جامعة البليدة 2 انموذجا، مجلة دراسات في الاقتصاد و إدارة الأعمال، المجلد 5 العدد 2، الجزائر.
- (5) صلاح الدين جلال، خالد مرشيش (2021)، استخدامات طلبة الإعلام الرياضي السمعي بصري للمنصات الرقمية و دورها في تحسين العملية البيداغوجية، مجلة روافد للدراسات و الأبحاث في علوم الرياضة، المجلد رقم 1، العدد 02، الجزائر.
- (6) محسن إيهاب، بلحمير إبراهيم، التحول الرقمي للقطاع السياحي في الجزائر، مجلة البصائر للبحوث في العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، المجلد 2، العدد 01، الجزائر.
- (7) www.booking.com إطلع يوم 2024/06/04، على الساعة 23:10.

جامعة قلمة
كلية الحقوق والعلوم السياسية

الملتقى الوطني:

الاتجاهات الحديثة في السياحة
الابتكار والاستدامة في صناعة الوجهات السياحية

25 - 26 جوان 2024

استمارة المشاركة

الاسم واللقب: الأمين كرواز

مؤسسة الانتماء: جامعة باجي مختار - عنابة -

الكلية: الحقوق والعلوم السياسية

القسم: العلوم السياسية

الصفة: أستاذ باحث

الرتبة العلمية: أستاذ محاضر " أ "

البريد الإلكتروني: ker-amine@hotmail.fr

رقم الهاتف: 0670127082

عنوان المداخلة: التخطيط الاستراتيجي للسياحة المستدامة من أجل المجتمعات المحلية

التخطيط الاستراتيجي للسياحة المستدامة من أجل المجتمعات المحلية

"عودوا إلى الطبيعة فإنكم تجدون فيها جذوركم"

جون جاك روسو

• مقدمة

في عالم أصبحت فيه نشاط السياحة بمثابة صناعة قائمة بذاتها، بالنظر إلى حجم مساهمتها الكبير جدا في الناتج القومي للكثير من الدول، حيث هناك دول محددة يقوم اقتصادها بالأساس على السياحة، أين تولي حكوماتها اهتمام كبير باستراتيجيات التخطيط من أجل تطوير السياحة، ومنه ابتكار الآليات المناسبة لجذب أكبر عدد ممكن من السياح أكانوا أجانب أو محليين، إلا أن التحدي الكبير هنا يتمحور حول كون الأعداد الكبيرة للسياح أصبحت مصدر تلوث مهم، فكمية النفايات التي يخلفها هؤلاء في الأماكن التي يقصدونها، كما يزداد خطر هذه المخلفات في نوعها البلاستيكي تحديدا، بالنظر أولا لحجمها الكبير من هذه المادة غير القابلة للتلف، وثانيا للأضرار الكبيرة التي من شأنها أن تهدد السلامة البيئية في البر أو البحر، ومنه تهديد استمرار دورة حياة الكثير من الكائنات الحية من الحيوانات، الكائنات البحرية والنباتات.

هذا التلوث الذي من مصادره النشاط السياحي والمهدد للتنوع البيولوجي في الكثير من مناطق العالم، والذي في حالة تفاقم حدته وعدم وضع الخطط والسياسات التي تحد منه من قبل الحكومات وشركائها في إدارة شؤون الدولة والمجتمع، قد يكون له آثار سلبية على النشاط السياحي ذاته وعلى عوائده الاقتصادية تحديدا، فتلوث البيئة بشكل عام لن يكون عامل جذب للسياح، الذين عادة ما يضعون شرط السلامة البيئية في مقدمة الشروط التي تحكم عملية اختيار مقصدهم السياحي، وأيضا أولئك السياح الباحثين عن استكشاف معالم الحياة البرية أو البرية، هذا ما زاد من أهمية ما أصبح يعرف بالنشاط السياحي المستدام المراعي للسلامة والحياة البيئية، والضامن لسلامة مختلف أبعاد الحياة في المجتمعات المحلية في دول المقصد، التي عادة ما يكون النشاط السياحي وعوائده مصدر مهم لكسب لقمة العيش للكثير من أهالي هذه المجتمعات، بحيث سيؤثر تراجع أعداد السياح أو غيابهم بشكل مباشر على قدرتهم المعيشية جراء تواضع مداخيلهم أو انعدامها حتى.

تحاول هذا الورقة البحثية الإجابة عن سؤال مفاده:

✓ حول ماذا ارتكز التخطيط من أجل دعم السياحة البيئية، حتى تكون عوائدها في خدمة صالح المجتمعات

المحلية؟

أولاً: السياحة كنشاط إنساني مستدام .. كيف ولماذا؟

إن السياحة كنشاط وفعل إنساني وقبل أن تصبح إلى ما آلت إليه في عالم اليوم باعتبارها صناعة وقطاع اقتصادي هام جدا بالنسبة لكثير من دول العالم، تساهل بشكل كبير في دعم وتطوير مختلف أبعاد حياة البشر الاجتماعية والثقافية، فإنها قد بدأت في التبلور في العصر الحديث خلال القرن السابع عشر ميلادي (ق 17 م) عندما أخذت طبقة النبلاء في المجتمع الأوروبي في التجول في أنحاء أوروبا بغرض اكتشاف الفنون والثقافة والتاريخ، أما خلال القرن الثامن عشر ميلادي (ق 18 م) فقد بدأ طبقة الأغنياء في أوروبا في اعتياد هذا السلوك أو نمط الحياة، وبدأ معها التوجه الرحلات بشكل مكثف نحو القارات الجديدة على غرار الأمريكيتين، كما ازدادت حركة وانتقال الإنسان من مكان إقامته إلى أماكن أخرى ولأسباب متعددة ليس بالضرورة بغرض السياحة، عندما بدأ تأسيس ما أصبح يعرف لاحقا بوكالات السفر والسياحة*.

فبالرغم من أن السياحة كنشاط إنساني فهي قديمة نسبيا، إلى أن محاولة تعرف السياحة بحد ذاته قد عرف تطورات وتحولات خلال القرن العشرين، لاسيما مع نشأة المنظمات الدولية الحكومية والغير الحكومية التي تهتم بموضوع السفر والسياحة، والتي من أهمها "منظمة السياحة العالمية" التابعة لمنظمة الأمم المتحدة، والتي أصبحت منذ جانفي 2024 تحت تسمية "الأمم المتحدة للسياحة"*، فعلى العموم أن التطورات التي طرأت على مفهوم السياحة وما تعنيه يمكن أن نجمله في ما يلي:

- العام 1905، الألماني "جوير فرولر Guyer Freuler" عرف السياحة بأنها "ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والاحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، والشعور بالبهجة والمتعة بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وهي ثمرة تقدم وسائل النقل"¹.

* - تذكر كتب التاريخ والأدبيات المتخصصة في موضوع السياحة والسفر، من أن أول وكالة للسفر قد أسست عبر العالم كانت في لندن العام 1758 من طرف "ريتشارد كوكس Richard Cox" والتي عرفت باسم "كوكس أند كينغس"، كما أن الجدير بالذكر أن هذه الوكالة تعد اليوم من أكبر وكالات السفر العالمية، بحيث تسيّر رحلات سياحة إلى كل قارات العالم، كما أن لها الكثير من الفروع في مختلف دول العالم.

* - من خلال هذا التحول في التسمية أرادة منظمة السياحة العالمية أن تصنع لنفسها علامة تجارية جديدة، توطن من خلالها مجددا مركزها بوصفها وكالة الأمم المتحدة المتخصصة في السياحة والرائدة العالمية للسياحة في سبيل التنمية، ما يعزز التحول الاجتماعي والاقتصادي حرصا على أن يكون "الناس والكوكب" دائما في الصدارة.

¹ - سعيد غزلان، "الصناعة السياحية والتنمية السياحية المستدامة في الجزائر (2007 - 2015)"، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 02، العدد 17، 2017، ص 6.

- العام 1910، النمساوي "شرانتهومن Sholtheron" بأنها "اصطلاح يطلق على العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة"، إن هذا التعريف هو محاولة للتركيز على الطابع الاقتصادي للنشاط السياحي¹.
- العام 1963، وافق مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين على استخدام مصطلح "الزوار" (بمخلاف المقيمين) لوصف الأفراد الذين يزورون بلداً آخر، لقد غطى هذا التعريف فئتين من الزوار، حيث تم تصنيف السياح على أنهم "زوار مؤقتون" يقيمون لمدة 24 ساعة على الأقل في الوجهة، ذلك إذا كانوا مسافرين لأغراض الترفيه أو الصحة أو الرياضة أو العطلات أو الدراسة أو لأغراض دينية، بالتالي تصنيف زيارتهم على أنها ترفيهية، وبمخلاف ذلك يمكن اعتبار المتزهين - بما في ذلك مسافري الرحلات البحرية - على أنهم زوار مؤقتين، إذا أقاموا في وجهة ما لمدة تقل عن 24 ساعة².
- العام 1976، اعتبر معهد السياحة (الذي أصبح فيما بعد جمعية السياحة) أن السياحة هي حركة مؤقتة قصيرة المدى للأشخاص إلى وجهات خارج الأماكن التي يعيشون ويعملون فيها عادة، ولذلك فإن السياحة تشمل حركة الأشخاص لجميع الأغراض، بما في ذلك الزيارات اليومية أو الرحلات³.
- العام 1981، تمت إعادة صياغة هذا التعريف الأوسع قليلاً في المؤتمر الدولي للسياحة الترفيهية الذي نظمته الشبكة العالمية لخبراء السياحة (AIEST) وجمعية السياحة في كارديف (ويلز)، عندما عرفت السياحة عبر التركيز على أنشطة معينة، يتم اختيارها بواسطة الاختيار وتنفيذها خارج البيئة المنزلية، بالتالي فإن الساحة أول ما تعنيه هو المبيت بعيداً عن المنزل⁴.
- إلا أن التعريف الذي أصبح معتمداً للسياحة من طرف مختلف دول العالم، هو ذلك التعريف الذي قدمته منظمة السياحة العالمية العام 1991، والتي اعتبرت فيه أن السياحة تعني أنشطة الشخص الذين يسافرون إلى أماكن خارج بيئتهم المعتادة و يقيمون فيها لمدة لا تزيد عن سنة متتالية لأغراض الترفيه والعمل وأغراض أخرى⁵.
- وفق هذا الفهم، ينتقل الملايين من البشر سنويا من بيئاتهم المعتادة نحو بيئات أخرى من أجل السياحة، ساعدهم في ذلك التطورات الكبيرة التي عرفتها وسائل النقل، التي جعلت من بلوغ مناطق المقصد السياحي سهلة وممكنة، كما استغلت الكثير من بلدان العالم إمكاناتها الطبيعية وما تزخر به من ثروات ثقافية وتنوع بيولوجي من أجل جذب

¹ - نفس المرجع، ص 6.

² - Mark Anthony Camilleri, "The Tourism Industry: An Overview", *In Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*, Switzerland: Springer Nature, 2018, P4.

³ - Ibid, P4.

⁴ - Ibid, P4.

⁵ - Ann Row & Others, *Travel and Tourism : Standard level*, The United Kingdom, Cambridge university press, 2002, P3.

أكبر عدد ممكن من السياح لا سيما الدوليين منهم، لقد أصبحت السياحة صناعة قائمة بذاتها، تقدر عائداتها بملايير الدولارات سنويا، كما أنه بالنسبة لبعض الدول فإن السياحة هي المورد الرئيسي لدخلها من العملة الصعبة، ففي عام 2023 على سبيل المثال، وفي أعقاب تخلي دول العالم عن استراتيجيات الإغلاق التي فرضتها جائحة كورونا، والتي أضرت كثيرا بقطاع السياحة العالمي، قدر إسهام هذا النشاط بما يتضمنه من خدمات عديدة على غرار:

- النقل

- الإطعام

- الإسكان

في الناتج الإجمالي العالمي بنحو 5.8 تريليون دولار، أي بما يقارب من 6.1 بالمئة من حجم الاقتصاد العالم، وهذا بعد خسارة قدرت ب 4.9 تريليون دولار جرات الإغلاقات التي فرضتها الجائحة، كل هذا هو نتيجة حركة حوالي 1.3 مليار سائح دولي، وهذا وفقا لأول مقياس للسياحة العالمية لمنظمة السياحة العالمية للعام 2024، مع توقعات بارتفاع هذا الرقم خلال العام 2024، العام الذي تصفه منظمة الأمم المتحدة للسياحة بأنه عام التعافي الكامل لقطاع السياحة العالمي، بعدما إطلاق العنان للطلب المكبوت المتبقي جراء حالة الإغلاق العالمي التي فرضتها جائحة كورونا، وأيضا وزيادة الاتصال الجوي، والانتعاش الأقوى للأسواق في الكثير من الوجهات السياحية عبر العالم¹.

إن هذا العدد الضخم لحركة السياح عبر العالم، وما يرتبط بها من خدمات نقل وإطعام وغيرها، يدفعنا للتركيز على نقطة مهمة، هي التي ستكون منطلق لورقتنا البحثية هذه، وذلك بالإجابة عن سؤال مفاده ما تبعات حركة السياح ومنه قطاع السياحة بشكل عام على البيئة؟، الإجابة التي تقتضي ضرورة البحث عن الجانب السلبي لقطاع السياحة على البيئة تحديدا وذلك بالرغم من فوائدها الاقتصادية الكبيرة جدا والتي يمكن استشفافها فقط من خلال من ملاحظة الأرقام الكبيرة جدا التي نلخصها لقطاع السياحة العالمي خلال العام 2023 فقط، إن الكثير من المهتمين بموضوع التأثيرات السلبية لقطاع السياحة على البيئة وكذلك المنظمات الدولية الحكومية والغير حكومية التي تتخذ من هذا الموضوع مجالا لعملها، ترصد موجة من هذه السلبيات يمكن اجمالها في ما يلي²:

▪ يساهم قطاع السياحة بشكل كبير ومتزايد في تغير المناخ، وذلك بحوالي 5٪ من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون العالمية، الناتجة بالأساس عن وسائل النقل، وأيضا عن طريق تشغيل المرافق السياحية المختلفة كالفنادق على سبيل المثال.

¹ - UN Tourism, "International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024", 19 Jan 2024, , seen in 15 Mai 2024, at : <https://bit.ly/4dyFK2v>

² - World Tourism Organization & e European Commission, The Sustainable Tourism for Development, Madrid, World Tourism Organization, 2013, PP 14 – 15.

▪ قطاع السياحة مصدر مهم للتلوث المحلي للأراضي والمياه سواء مياه البحر* أو المياه الصالحة للشرب، جراء سوء معالجة النفايات الصلبة والسائلة من قبل شركات السياحة، النفايات التي مصدرها أنشطة السياح المختلفة.

▪ قد يكون لتطوير السياحة في مواقع سيئة وكذا الأنشطة السياحية غير المناسبة، تأثير سلبي على بالتنوع البيولوجي بل قد يهدده في كثير من الأحيان.

▪ الاستخدام اللاحق للموارد غير المتجددة من طرف قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية - الخدمية الأخرى المرتبة بالسياحة والسياح.

▪ يمكن أن يكون لقطاع السياحة آثار سلبية على المجتمع المحلي، ذلك من خلال تقييد الوصول إلى الأراضي والموارد، مما قد يؤدي إلى زيادة الجريمة والاستغلال الأخلاقي للفئات المجتمعية الضعيفة (الأطفال والنساء)، دون نسيان خطر التهديدات التي قد يمثلها قطاع السياحة وأنشطة السياح للتقاليد والقيم الاجتماعية والثقافية المحلية في دول المقصد.

كل ما سبق، كان دافعا للبحث عن محاولة تكييف قطاع السياحة مع أجندة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة للعام 2030، وذلك عبر طرح مبادرات واستراتيجيات من طرف المؤسسات الدولية وفي مقدمتها منظمة الأمم المتحدة للسياحة بغرض جعل قطاع السياحة قطاع أكثر استدامة، ليترأ تطور جديد على الفهم التقليدي حول النشاط السياحي من خلال ابتكار مفهوم السياحة المستدامة.

تعني السياحة المستدامة **Sustainable Tourism**، وفقا لمنظمة الأمم المتحدة للسياحة منظمة السياح العالمية سابقا، فإن السياحة المستدامة يقصد بها: "النشاط السياحي الذي يأخذ في الحسبان التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الحالية والمستقبلية، والذي يلبى احتياجات الزوار والصناعة والبيئة والمجتمعات المضيفة"¹.

تعريف آخر يمكن الاسترشاد به لفهم السياحة المستدامة، والذي قدمه برنامج الأمم المتحدة للبيئة من خلال الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي (2002)، حيث اعتبر أنها تعني "الاستغلال الأمثل للمواقع

* - على سبيل المثال وإيضاح خطر تلوث مياه البحر وتهديدها لسلامة الحياة البحرية، فإن منطقة البحر الأبيض المتوسط التي تضم أبرز وجهات السياحة العالمية، لضغط بشري هائل، كما تستحوذ خصوصاً على ربع حركة الملاحة البحرية حول العالم، إذ حذر الصندوق العالمي للطبيعة من أن مياه المتوسط تضم ما بين 5% و10% من إجمالي كميات البلاستيك العالمية، وأن 90 بالمئة من النفايات في الحوض من مادة البلاستيك كما يتسرب إليه حوالي 203 ألف طن من هذه المادة سنويا من البر، كما يعتبر قطاع السياحة مساهم رئيسي في النفايات الشاطئية بنسبة تصل إلى 60 بالمئة.

¹ - عباس فاضل السعدي، *جغرافيا السياحة المستدامة والسكان (العراق أمودجا)*، بغداد، مؤسسة دار الصادق الثقافية، 2023، ص 38.

السياحية من حيث دخول السياح بأعداد متوازنة، على أن يكونوا على علم مسبق ومعرفة بأهمية المناطق السياحية والتعامل معها بشكل ودي، وذلك للحيلولة دون وقوع أضرار على الطرفين"¹.

وفق هذا الفهم، فإن السياحة وحتى تصبح مستدامة فإنها بالضرورة تعني - حسب ما أصبح يعرف "بالاستراتيجية العلمية للتنمية السياحة" التي تم التخطيط لها في مؤتمر "Globe 90"* - ما يلي²:

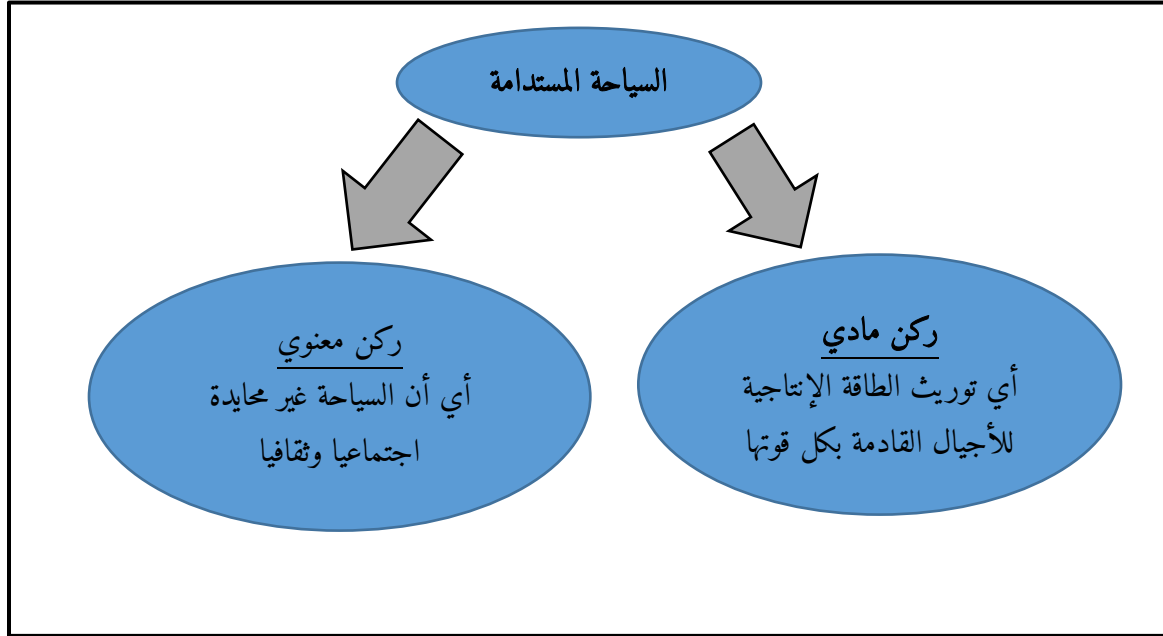
- ضرورة العمل للحد من التأثير البشري على سطح الأرض على المستوى الذي يتناسب مع الطاقة الاستيعابية للكوكب، والتي تهدف للحد من التأثيرات السيئة للتنمية السياحية بإتباع طرق الإدارة الواعية لهذا المقصد.
- الحفاظ والتمسك بمخزون الثروة الحيوانية في المناطق السياحية من اعتماد مجموعة من الأنشطة التي تساعد على الحد من التأثير السلبي والضرار بالثروة الحيوية (توعية، سن قوانين، ...).
- العمل على تقليل استنفاد الموارد غير المتجددة، على غرار المياه وبعض المعادن والموارد الطاقوية.
- الترويج للتنمية الاقتصادية طويلة الأجل التي تعمل على تعظيم الفوائد من مخزون معين من الموارد في حين تعمل على الحفاظ على الثروة الحيوية الموجودة بالمنطقة.
- المساهمة الفعالة للمجتمعات المحلية دي اتخاذ القرارات خاصة المؤثرة عليهم، وهذا المبدأ يقوم على تفعيل دور ومشاركة المجتمع مثل الناشطين في مجال البيئة والغرف التجارية والتقابات في اتخاذ القرارات السياحية في مجتمعاتهم المحلية.
- التوزيع العادل للفوائد والتكاليف المترتبة عن استخدام الموارد والإدارة البيئية، وذلك بغرض الحصول على التوزيع العادل لكل من الإيجابيات والسلبيات الناتجة عن استخدام الموارد المتاحة بدين مختلف الفئات ذات العلاقة بصناعة السياحة.
- الترويج للقيم التي تشجع الآخرين على انجاز وتنفيذ مفهوم التواصل في المجتمع وذلك لدورها الرئيسي والقيادي المميز الذي يقوم على حماية البيئة كأحد أهم مقومات استمرار هذه الصناعة.

¹ - ريم فاروق النشار، "المجتمع المحلي وتأثيره على السياحة الخضراء في ضوء التنمية المستدامة -دراسة حالة الفنادق البيئية -"، Journal of Tourism, Hotels and Heritage، مجلد 6، العدد 1، ص 32.

* - هي سلسلة من المؤتمرات والمعارض التجارية الدولية المصممة لتعزيز التنمية المستدامة العالمية من خلال تشجيع الحلول العملية للتحديات البيئية وتعزيز الفرص والمسؤوليات التجارية ذات الصلة. تركز سلسلة GLOBE في المقام الأول على دور الصناعة في تحقيق التنمية المستدامة، وتشجع على ابتكار الحلول التي تعتمد على الصناعة للتحديات البيئية التي تتماشى مع استراتيجية الأعمال التي أثبتت جدواها.

² - خليفة تركية، "التنمية السياحية المستدامة واستراتيجية ترقيةها بالجزائر"، المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، المجلد 2، العدد 5، أكتوبر 2018،

شكل تصوري لمرتكبات السياحة المستدامة



إعداد الباحث

ثانيا: السياحة المستدامة .. المضامين، الأهداف والمؤشرات

رافق بداية الحديث عن السياحة المستدامة ظهور اتجاهين فيما يخص ترشيد قطاع السياحة، حيث دعا الاتجاه الأول إلى ضرورة التنبيه إلى المسؤولية الكبيرة التي تقع على السياح / الزوار تجاه احترام سكان المقصد وثقافتهم، وذلك على إثر تزايد الآثار السلبية التي يتسبب فيها السياح والسياحة بشكل علم على المضيفين وبيئتهم، أما الاتجاه الثاني هو ضرورة زيادة الوعي لدى السياح والمسافرين عموما حول نمو نماذج جديدة من الاستهلاك السياحي، حيث أصبح الأفراد يتخذون من التعليم وتطوير الذات كدوافع مهمة لسفرهم¹، كما ازداد الزخم العالمي حول ضرورة تضمين بعد الاستدامة لقطاع السياحة، مع بلورة الأجندة الألفية لأهداف التنمية المستدامة السبعة عشر للعام 2030، حيث من شأن السياحة المستدامة أن تتقاطع وتدعم على المدى المتوسط والبعيد تحقيق بعض من هذه الأهداف. لرغبة المنظمات الدولية المشتغلة بموضوع السياحة والبيئة وفي مقدمتها طبعاً منظمة الأمم المتحدة للسياحة، للدفع نحو مزيد من جعل قطاع السياحة فاعل هام في تحقيق جملة هذه الأهداف ذات الركائز الخمسة (الناس، الكوكب

¹ - مصطفى يوسف كافي، السياحة البيئية المستدامة، دمشق، دار مؤسسة رسلان، 2014، ص 90.

الازدهار، السلام، الشراكة في مجال التنمية المستدامة)، ذلك من أجل أن يحقق قطاع السياحة المستدامة جملة الأهداف التالية التي حددتها كل من منظمة الأمم المتحدة للسياحة وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة¹:

- الجدوى الاقتصادية: ضمان جدوى الجهات والمؤسسات السياحية وقدرتها التنافسية، حتى تكون قادرة على الاستمرار في الازدهار وتحقيق الفوائد على المدى الطويل.
 - الرخاء المحلي: تعظيم مساهمة السياحة في ازدهار الوجهة المضيفة، بما في ذلك نسبة إنفاق الزوار التي يتم الاحتفاظ بها محليا.
 - جودة العمالة: تعزيز عدد ونوعية الوظائف المحلية التي تخلقها وتدعمها السياحة، بما في ذلك مستوى الأجور وشروط الخدمة ومدى توفرها للجميع دون تمييز على أساس الجنس أو العرق أو الإعاقة أو بطرق أخرى.
 - العدالة الاجتماعية: السعي إلى توزيع واسع النطاق للمنافع الاقتصادية والاجتماعية من السياحة في جميع أنحاء المجتمع الملتقي، بما في ذلك تحسين الفرص والدخل والخدمات المتاحة للفقراء.
 - إرضاء الزائر: توفير تجربة آمنة ومرضية للزوار، ومتاحة للجميع دون تمييز على أساس الجنس أو العرق أو الإعاقة أو بطرق أخرى.
 - السيطرة المحلية: إشراك وتمكين المجتمعات المحلية في التخطيط واتخاذ القرار بشأن إدارة السياحة وتطويرها المستقبلي في منطقتهم، بالتشاور مع أصحاب المصلحة الآخرين.
 - رفاهية المجتمع: الحفاظ على نوعية الحياة في المجتمعات المحلية وتعزيزها، بما في ذلك الهياكل الاجتماعية والوصول إلى الموارد والمرافق وأنظمة دعم الحياة، وتجنب أي شكل من أشكال الحياة من التدهور الاجتماعي أو الاستغلال.
 - التراث الثقافي: احترام وتعزيز التراث التاريخي والثقافة الأصيلة والتقاليد والتميز للمجتمعات المضيفة.
 - السلامة المادية: الحفاظ على جودة المناظر الطبيعية وتحسينها، سواء في المناطق الحضرية أو الريفية، وتجنب التدهور المادي والبصري للبيئة.
 - التنوع البيولوجي: دعم الحفاظ على المناطق الطبيعية والموائل والحياة البرية وتقليل الأضرار التي تلحق بها.
 - كفاءة الموارد: تقليل استخدام الموارد النادرة وغير المتجددة في تطوير وتشغيل المرافق والخدمات السياحية.
 - النقاء البيئي: التقليل من تلوث الهواء والماء والأرض وتوليد النفايات من قبل المؤسسات السياحية والزوار.
- الأهمية التي أصبحت تحض بها السياحة المستدامة على المستوى العالمي، وحالة التدافع نحو التبشير بها كفلسفة لا بد أن تحكم قطاع السياحة العالمي، بالنظر إلى فوائدها الكبيرة ليسا اقتصاديا فحسب، بل اجتماعيا وثقافيا والأهم

¹ - World Tourism Organization & e European Commission, Op.Cit, P 16.

من ذلك بيثيا، بالإضافة إلى منافعتها بالنسبة للمجتمعات المحلية في دول المقصد في الكثير من مناطق العالم التي شكلت بالنسبة لها السياحة التقليدية عنصر تهديد على البيئة والتنوع الأيكولوجي وحياة الكثير من الكائنات الحية، إلى درجة أن مخلفات هذا النمط من السياحة (النفايات، الاستهلاك المفرط للطاقت غير المتجددة، تلوث المياه...) أصبحت بمثابة عنصر تهديد حقيقي لواقع السياحة في هذه المناطق، والتنوع البيولوجي في البر والبحر، التي هي بمثابة مصادر مهمة للرزق بالنسبة لفئات عريضة من المجتمعات المحلية هناك، لذلك اجتهدت المنظمات الدولية أيضا الباحثين في مجال السياحة والبيئة لوضع مجموعة المؤشرات التي يمكن أن يمكن العودة إليها للتمييز بين أنماط السياحة المستدامة وغيرها من الأنماط الغير كذلك، المؤشرات التي يمكن اختصارها في الجدول التالي:

جدول توضيحي لمجموعة مؤشرات السياحة المستدامة

المؤشرات الاقتصادية	المؤشرات الاجتماعية	المؤشرات البيئية
مؤشر العملة الصعبة	مؤشر الانعكاس الاجتماعي	مؤشر معالجة النفايات
مؤشر العمالة	مؤشر رضا السكان المحليين	مؤشر كثافة استخدام التربة
مؤشر الدخل	مؤشر الأمن	مؤشر كثافة استخدام المياه
مؤشر الاستثمار	مؤشر الصحة العامة	مؤشر حماية الجو من التلوث

المصدر: خليفة تركية، "التنمية السياحية المستدامة واستراتيجية ترقيتها بالجزائر"، المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، المجلد 2، العدد 5، أكتوبر 2018، ص 7.

لم تكن الدعوة لتبني مختلف الفواعل في قطاع السياحة العالمي لمبدأ الاستدامة في كل ما يتعلق من أنشطة ضمن هذا القطاع، هي دعوة للتخلي عن العوائد الاقتصادية الكبيرة لهذا القطاع، بل هو ضمان لهذه العوائد مع استمرارها مستقبلا، حيث يتم ذلك عبر ضمان حق الأجيال المستقبلية من هذا النشاط البشري، وذلك عبر ضمان سلامة المجال الحيوي الذي هو بالضرورة عامل جذب مهم للأعداد الكبيرة من السياح، وأن أي ضرر قد يلحق به هو خطر يهدد لا محالة استمرار تدفق العائدات التي مصدرها قطاع السياحة، كما يهدد حياة الملايين من البشر والكائنات الحية ضمن المجتمعات المحلية في مناطق المقصد.

ثالثا: متطلبات السياحة المستدامة من أجل المجتمعات المحلية

عادة ما يثار النقاش حول الآثار السلبية في المقام الأول التي يخلفها قطاع السياحة على المجتمعات المحلية في مناطق المقصد، فلما كان المنطق الاقتصادي الذي يحكم قطاع السياحة هو البحث بالدرجة الأولى عن رضى الزوار وإشباع رغباتهم، فإن صناع السياحة ليسوا بالضرورة ممن يسعون لإرضاء المجتمعات المحلية المضيفة، هذه المجتمعات

التي قد تكون على قدر من العزلة، البدائية، الفقر¹، فالرغم أن المشاريع السياحية في هكذا مجتمعات قد تمثل فرصة لتحسين المستوى المعيشي لأفرادها، إلا أنها أيضا قد تكون مصدر للمشاكل والتحديات بالنسبة لهذه المجتمعات، التي قد تتأثر سلبا من هكذا مشاريع، يضاف إلى ذلك الأخطار البيئية التي قد تخلفها هذه المشاريع بما تتضمنه من أنشطة وتوليد للنفايات، قد تجعل من حياة أفراد هذه المجتمعات صعبة، لذا فالعلاقة التبادلية بين قطاع السياحة، السياح والمجتمعات المحلية مهمة لما يتعلق الأمر بالحدث عن السياحة المستدامة، على اعتبار أن كل التقارير الصادرة عن المنظمات الدولية المهتمة بقطاع السياحة تنبأ بنمو كبير لقطاع السياحة العالمي خلال السنوات المقبلة.

لمراعاة الخصوصيات الاجتماعية الثقافية والبيئية للمجتمعات المحلية، بدأ في التبلور اتجاه على المستوى العالمي لدعم متطلبات قطاع السياحة المستدامة من خلال وضع استراتيجيات لبناء وتشيد منشآت مستدامة للضيافة على غرار المنتجعات والفنادق والمطاعم، هذا النوع من المنشآت التي أصبحت تمثل مقصد لملايين من الزوار / السياح، فعلى سبيل المثال فإن الفنادق البيئية أو الخضراء Eco Hotels تعني مجموعة المنشآت الفندقية التي تسعى جاهدة لتكون أكثر صداقة للبيئة من خلال الاستخدام الفعال للطاقة والمياه والمواد مع تقديم خدمات عالية الجودة. تقوم الفنادق الخضراء بالحفاظ على المياه والحفاظ عليها من خلال توفير المياه وتقليل استخدام الطاقة وتقليل النفايات الصلبة، والتي ازدادت شعبيتها نظرا لحجم الفوائد التي تقدمها مثل انخفاض التكاليف والالتزامات، وكذلك عوائد الاقتصادية المرتفع والاستثمارات منخفضة المخاطر، وزيادة الأرباح، والتدفقات النقدية الإيجابية التي تكون هذه الفنادق سببا فيها، لتكن بذلك على النقيض تماما من المبدأ الذي حكم عمل المؤسسات الفندقية التي عادة من ما تكون أكثر تكلفة وإهدار للموارد والاستهلاك الكبير للطاقة غير المتجددة، والاستخدام المفرط للمياه، وتوليد النفايات².

إن هذا لنمط من المنشآت الصديقة للبيئة Eco friendly hospitality buildings، يمكن الاستفادة منها بالنسبة للمجتمعات المحلية في مناطق المقصد السياحي من خلال ما يلي:

- الاستعانة بالمياه الرمادية Grey Water* التي تطرحها هذه المنشآت، واستغلالها لأغراض سقي أنواع من النباتات والزراعات التي تقتات عليها بعض الجماعات المحلية، حيث أن هذا النوع من المياه يمتاز بأنها لا تحتوي على مواد عضوية وتحتوي على عنصر النيتروجين بتركيز أقل من المياه السوداء، والتي لا تكلف

¹ - ريم فاروق النشار، المرجع السابق، ص 32.

² - Raposo Stefnie & Others, "GREEN HOTEL: AN ECO-FRIENDLY APPROACH (A case study of Hotel Dona Sa Maria)", Anchor, Vol 1, 2015, P 12.

* - هي المياه الخارجة من المغاسل وأحواض الاستحمام والغسالات. تأخذ المياه الرمادية اسمها من اللون الرمادي الذي تؤول إليه بعد الركود

عمليات معالجتها الشيء الكثير، لكن عندما لا تكون هناك مراقبة صارمة للامتثال من قبل الحكومة، لا تتم معالجة هذا النوع من المياه من قبل منشآت الضيافة التي تنتجها، ويمكن أن يؤدي سوء معالجة مياه الصرف الصحي إلى تلوث المياه الجوفية والسطحية وتدهور الموارد البحرية، مثل الشعاب المرجانية، أما بالنسبة للبشر، يمكن أن تؤدي المعالجة غير الكافية للنفايات البشرية إلى الإصابة بأمراض والتهابات مختلفة. وعندما يحدث هذا في منطقة ما، تتأثر السياحة فيها سلباً¹.

- استخداك العديد منشآت الضيافة الصديقة للبيئة لممارسات التصميم الحيوي المستوحاة من الطبيعة، وذلك بفرض خلق جو ترحيبي لضيوفها بشكل مستدام، حيث تعتبر الألوان الترابية جزء رئيسي من هذا التصميم، مما يجعل الناس يشعرون بالانسجام مع الطبيعة من خلال استخدام الألوان التي تخلق شعور بالهدوء والتركيز، كما تلعب العناصر الطبيعية المستخدمة في التصميم أيضا دور في التأثيرات المعززة للمزاج للتصميم الحيوي، حيث تحل التركيبات الحجرية والخشبية محل المواد الاصطناعية، مما يخلق مساحة أكثر استدامة تربط الضيوف بالعالم من حولهم².

- إن هذا النوع من المنشآت على غرار الفنادق فإنه تقدم مساعدات اقتصادية كبيرة لمعظم المجتمعات المحلية من خلال جذب الضيوف والزوار، كما يمكنها دعم هذه المجتمعات بطرق أخرى، حيث يمكنها الحفاظ على بيئة هذه المجتمعات من خلال رفض استخدام المواد وطرق البناء التي تضر النظام البيئي المحلي، كما يمكنها أن تستثمر في التحسينات الخضراء للمدارس والمنظمات المحلية الأخرى، كما تميل هذه المنشآت الصديقة للبيئة أيضا إلى الاستثمار في المنتجات المحلية (صناعات يدوية تقليدية...) مما قد يساعد في زيادة ظهورها والتعريف بها للضيوف القادمين من مناطق أو بلدان أجنبية من الذين لا يعرفون عنها شيئا آخر. بما يجعل على استعداد للعودة لتجربتها أو طلبها عبر الإنترنت³.

هذه باختصار المجالات التي يمكن لمنشآت الضيافة الصديقة للبيئة توفيره للمجتمعات المحلية، عوائد اقتصادية، اجتماعية، ثقافية وبيئية، تجعل من القائمين على شأن تطوير قطاع السياحة في أي دولة ما مراعاتها عند التخطيط لمتطلبات السياحة المستدامة من أجل دعم المجتمعات المحلية.

1 - Ibid, P 15.

2 - Rose Morrison, "6 Benefits An Eco-Friendly Building Can Have On Your Guests", 19 Feb 2023, seen in 21 mai 2024, at: <https://bit.ly/3VaMYTh>

3 - Ibid.

رابعاً: مقاربات أخرى لدعم استراتيجيات السياحة المستدامة من أجل المجتمعات المحلية

بالنظر إلى الأهمية التي أصبحت عليها السياحة المستدامة، انخرطت المنظمات الدولية في مهمة البحث عن شراكات فيما بينها، أو بينها وبين كيانات أخرى من أجل خلف مبادرات الهدف منها تطوير الوعي العالمي حول السياحة المستدامة، عبر التنبيه حول مجموعة الأخطار التي أصبحت تمثلها السياحة بالمفهوم التقليدي على البيئية، وعلى السياحة كنشاط إنساني بحد ذاتها، ومن بين هذه الشراكات تنطرق إلى تلك التي حدثت بين منظمة الأمم المتحدة للسياحة ومنظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، وذلك من أجل مواصلة ترسيخ الالتزام بتعزيز الابتكار وتنظيم المشاريع، ودفع عجلة التنمية المستدامة، وتعزيز سبل كسب العيش بفضل السياحة الريفية، والسياحة الزراعية، والسياحة الطبيعية، والأنشطة في الهواء الطلق، وغير ذلك من أشكال السياحة القائمة على المناظر الطبيعية¹.

فحسب الأمين العام لمنظمة السياحة العالمية "زوراب بولوليكاشفيلي Zurab Pololikashvili" فإنه يمكن للسياحة المستدامة أن تشكل محرك مهم لدفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية، كما أن السياحة القائمة على المجتمعات المحلية والتي تتم إدارتها إدارة جيدة تؤدي إلى زيادة مداخيل الأسر وتنوعها، وإلى تعزيز فرص العمل وسبل كسب العيش، ودعم النظم التقليدية، وبناء القدرة على الصمود، وتساعد على صون التراث الطبيعي والثقافي وتعزيزه عبر مختلف المناظر الطبيعية².

هذا الشراكة بين المنظمين التابعين لمنظمة الأمم المتحدة نتج عندها طرح ثلاثة مبادرات كبرى ذات بعد عالمي الغرض منها إتاحة الفرصة للسياحة المستدامة من أن تدعم متطلبات المجتمعات المحلية، حيث تبلورت جملة الأفكار التي حميتها كما يلي:

1 - مبادرة نظم التراث الزراعي ذات الأهمية العالمية

يقصد بنظم التراث الزراعي ذات الأهمية العالمية Globally Important Agricultural Heritage Systems (GIAHS) تلك النظم الإيكولوجية زراعية التي تسكنها مجتمعات محلية تعيش في علاقة معقدة مع أراضيها، وهذه المواقع التي تتطور باستمرار هي نظم تتمتع بالقدرة على الصمود وتميز بتنوع بيولوجي زراعي رائع، ومعارف تقليدية، وثقافات ومناظر طبيعية لا تقدر بثمن، يتولى إدارتها المزارعون والرعاة وصيادو الأسماك وسكان الغابات على نحو مستدام وبطرق تسهم في ضمان سبل كسب عيشهم وأمنهم الغذائي. وقامت منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، بفضل برنامج نظم التراث الزراعي ذات الأهمية العالمية، بتحديد ما يزيد عن 80 موقع عبر العالم، والتي نذكر منها:

¹ - منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، "بإمكان السياحة المستدامة أن تتيح للمجتمعات المحلية الجبلية سبيلاً للرخاء والإدماج"، 10 ديسمبر 2021، شوهد في: 28 ماي 2024، على الرابط <https://bit.ly/3V3akIW>

² - نفس المرجع

مناطق التراث الرعوي لقبائل الماساي في تنزانيا، نظام ثقافة الياسمين والشاي في مدينة فازو الصينية، نظام واحات الغوط بوادي سوف الجزائرية.

لا يختلف مفهوم نظم التراث الزراعي ذات الأهمية العالمية (GIAHS) عن موقع التراث التقليدي أو المنطقة المحمية أو المناظر الطبيعية فقط، بل ويعد أكثر تعقيد منه، حيث يعتبر نظام حي ومتطور للمجتمعات البشرية في علاقة معقدة مع أراضيهم أو مناظرهم الثقافية أو الزراعية أو البيو-فيزيائية وبيئتهم الاجتماعية الأوسع، لقد تكيف البشر وأنشطة معيشتهم باستمرار مع إمكانات وقيود البيئة كما خلقوا كذلك مناظر طبيعية وبيئات بيولوجية بدرجات مختلفة، مما أدى إلى تراكم الخبرات عبر الأجيال، وتطور نطاق وعمق نظم المعرفة الخاصة بهم بشكل عام، ولا يمثل ذلك بالضرورة مجموعة معقدة ومتنوعة من أنشطة سبل العيش ولكنها على الأغلب متكاملة ومتراصة بشكل وثيق¹. لقد تم تطوير العديد من هذه المواقع لتصمد وتتكيف مع التقلبات والتغيرات المناخية، مثل الأخطار الطبيعية والتكنولوجيات الجديدة والأوضاع الاجتماعية والسياسية المتحولة، وذلك لضمان الأمن الغذائي وسبل العيش وتخفيف المخاطر. كما تسمح استراتيجيات وعمليات الحفظ الديناميكي بالحفاظ على التنوع البيولوجي وخدمات النظم البيئية الأساسية بفضل الابتكار المستمر وتناقل الخبرات عبر الأجيال والتبادل بين المجتمعات والأنظمة البيئية الأخرى، لذا فإن ثروة واتساع المعارف والخبرات المتراكمة في إدارة واستخدام الموارد هو كنز ذو أهمية عالمية في حاجة لتعزيز والحفاظ عليه، وإتاحة الوسائل بما يسمح له بالتطور².

2 - مبادرة تحالف النظم الأيكولوجية الهشة

تحالف النظم البيئية الهشة (CoFE) The Coalition of Fragile Ecosystems، هو تحالف عالمي للمجتمعات الضعيفة التي تعيش في نظم بيئية هشة ويدعو عالميا إلى حماية النظم البيئية الجبلية والجزرية وقدرة سكانها على الصمود³، ضمن هذا الإطار ازدادت أهمية الكثير من المناطق في مختلف جهات العالم، والتي في كثير منها يحض قطاع السياحة بأهمية قصوى، على اعتبار أنها قد تمثل مصدر دخل للكثير من الجماعات المنتمية للمجتمعات المحلية في هذه المناطق، لذا ازدهرت المبادرات العالمية التي قادتها المنظمات الدولية وفي مقدمتها منظمة الأمم المتحدة والكثير من وكالاتها المتخصصة، من أجل تعبئة الاهتمام العالمي حول المخاطر التي تهدد هذه المناطق وتشكل تحديا كبيرا بالنسبة لمجتمعاتها المحلية بسبب مخاطر التلوث التي من شأنها أن تجعل حياة المنتمين إليها صعبة.

¹ - منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، "نظم التراث الزراعي ذات الأهمية العالمية"، د ت ن، شوهذ في: 28 ماي 2024، على الرابط <https://bit.ly/3R8147R>

² - نفس المرجع

³ - The Mountain Partnership, "Coalition of Fragile Ecosystems (CoFE)", seen in 01 Jun 2024, at: <https://bit.ly/3KmjyeJ>

تأسست هذه المبادرة من طرف شراكة الجزر العالمية (GLISPA) وشراكة الجبال (MP) العام 2017 خلال الاجتماع العالمي الخامس لشراكة الجبال في روما، وهي آلية تهدف إلى تسريع التقدم في تحقيق خطة عام 2030 في النظم البيئية الهشة من خلال زيادة الاهتمام العالمي. والحث على الالتزامات والأنشطة الملموس، يعتمد هذا التحالف على الشبكات القوية لـ MP وGLISPA، الممثلة في أكثر من 101 دولة وتضم أكثر من 64 حكومة و400 مجموعة رئيسية كشركاء. ترحب CoFE بالشركاء والرعاة الملتزمين الذين يدعمون النظم البيئية الهشة في العالم وتميئتها المستدامة¹.

تهدف مبادرة حماية النظم الأيكولوجية الهشة CoFE، بحلول العام 2023 إلى إنشاء شبكة دولية لسياحة النظم البيئية الهشة، من خلال جعلها الوجهات التي تصبح فيها النظم الغذائية المستدامة محركات للسياحة المستدامة ويساهم كلاهما في تحسين سبل عيش المجتمعات المحلية من خلال²:

- خلق فرص العمل.

- التكامل الاجتماعي الشامل.

- حماية التراث الطبيعي والثقافي.

- الحفاظ على التنوع البيولوجي.

تأسست مبادرة الشراكة هذه على أساس أن الجبال والجزر في سمات مشتركة تجعلها ذات قيمة للمجتمع العالمي³:

- ارتفاع معدلات التنوع البيولوجي.

- الوجهات السياحية الهامة.

- منتجات تقليدية عالية الجودة، من المواد الغذائية إلى المنسوجات.

- القيم الثقافية المتنوعة.

تقوم هذه الشراكة ذات البعد العالمي على تشجيع المزارعون من أصحاب الحيازات الصغيرة والتعاونيات، وكذلك الشركات ومنظمي الرحلات السياحية والمؤسسات السياحية المستدامة مع التركيز على الحفاظ على التنوع البيولوجي والتنوع البيولوجي الزراعي والتراث الثقافي وفن الطهي المحلي. وتعد الجبال والجزر أيضاً من بين النظم البيئية الأكثر عرضة للتأثر بالعوامل الخارجية مثل تغير المناخ والكوارث الطبيعية والأنشطة البشرية، مثل الزراعة والسياحة، فمن الأهمية بمكان حماية النظم الأيكولوجية الهشة في من أجل حماية كوكب الأرض⁴.

¹ - Ibid

² - Kate Brown, Giorgio Grussu, "Coalition of Fragile Ecosystems (CoFE)", seen in 01 Jun 2024, at: <https://bit.ly/4bSntvs>

³ - Ibid

⁴ - Ibid

3 - مبادرة المدن الخضراء*

مبادرة أطلقتها منظمة الأغذية والزراعة في سبتمبر 2020، بهدف تحسين سبل عيش سكان المناطق الحضرية وشبه الحضرية ورفاههم، وبعد أن كان الهدف هو نشر ما تتضمنه المبادرة في 100 مدينة على الأقل حول العالم خلال الأعوام الثلاثة التي تلك التأسيس، تطوع المنظمة إلى انضمام 1000 مدينة إليها بحلول عام 2030، تركز المبادرة على تحسين البيئة الحضرية، وتعزيز الروابط القائمة بين المناطق الحضرية والريفية، وقدرة النظم والخدمات الحضرية وسكان المناطق الحضرية على الصمود أمام الصدمات الخارجية، ومن شأن ضمان الانتفاع ببيئة صحية وأنماط غذائية صحية عن طريق نظم زراعية وغذائية مستدامة، وزيادة توافر المساحات الخضراء من خلال الحراثة في المناطق الحضرية وشبه الحضرية، أن يساهم أيضا في التخفيف من حدة آثار تغير المناخ والتكيف معه والإدارة المستدامة للموارد الطبيعية، وستتيح "شبكة المدن الخضراء" للمدن من جميع الأحجام، من المدن الضخمة إلى المتوسطة والصغيرة الحجم، تبادل التجارب وأفضل الممارسات والنجاحات والدروس المستفادة، إلى جانب بناء فرص التعاون فيما بين المدن¹.

تبرز أهمية هذه المبادرة بالنظر إلى كون أن سكان المناطق الحضرية عبر العالم يمثلون ما نسبته 55% من سكان العالم، على أن ترتفع هذه النسبة لتناهز 68% مع حلول العام 2050، لا سيما في البلدان المنخفضة الدخل، كما أن المدن تنتج ما نسبته 70% من النفايات في العام، وأن المدن الكبرى عبر العالم يعيش فيها نحو 41% من سكان العالم، كما تستهلك المدن نحو 80% من الطاقة المنتجة في العالم، و70% من الإمدادات الغذائية، أما عن معدلات الفقر فهي ترتفع في المدن الصغرى مقارنة بنظيرتها الأكثر حجما².

تزداد أهمية مبادرة المدن الخضراء بالنسبة لقطاع السياحة، كون الكثير من المواقع السياحية ومنشآت الضيافة عادة ما تقع في المدن، ففي الكثير من المدن عبر العالم توجد أيضا مزارات ثقافية وتاريخية، ومواقع تراثية تجذب مجموعات كبيرة من السياح المحليين والدوليين³، حيث تضمن المدن التي تصمم كي تصعب خضراء - مستدامة مزيدا

* تعرف المدينة الخضراء باعتبارها أقطاب حضرية وفضاءات لتنظيم حياة مشتركة تخضع لمعيار وحيد هو إحترام البيئة وتخفيف التنمية المستدامة فهي مدن إيكولوجية تحافظ على الموارد الطبيعية وتعتمد الطاقات النظيفة كما تثن المجال البيئي، تغطي المدن الخضراء آلاف المناطق الحضرية حول العالم وتعمل كلها على الحد من تأثيرها البيئي عبر تقليل النفايات ورفع وتيرة إعادة التدوير وخفض معدل الانبعاثات من خلال اعتماد الطاقات المتجددة. (انظر: يخلف أسماء، حسن حميدة، "المدن السياحية الخضراء تجديد حضري وسياحة مستدامة في القانون الجزائري"، حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 35، العدد 2، 2020)

¹ - منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، "مبادرة المدن الخضراء"، د ت ن، شوهدي في: 03 جوان 2024، على الرابط <https://bit.ly/3x1BKHg>

² - نفس المرجع.

³ - يخلف أسماء، حسن حميدة، "المدن السياحية الخضراء تجديد حضري وسياحة مستدامة في القانون الجزائري"، حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 35، العدد 2، 2020، ص 185.

من هذا الجذب، وبالتالي مزيد من الفرص بالنسبة للمجتمعات المحلية التي تشتغل في قطاع السياحة، فالتخطيط يجعل المدن خضراء هو تخطيط ضمني لتطوير السياحة المستدامة، ومنه توطين التنمية المستدامة في الفضاء البيئي السياحي¹. مثل هذه المبادرات والشراكات جزء من الجهود التي تبذلها منظمة الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة، لا سيما منظمة الأمم المتحدة للسياحة التي تحاول أن تجعل من قطاع السياحة ذو البعد الاقتصادي الهام، يقدم حلولاً لما يتعلق الأمر بالتحديات الكبرى التي تواجه الكوكب والبشر بشكل عام، على غرار الطوارئ والتغير المناخي، الحلول التي لتكون فعالة إلا عبر إنجاح مسارات التحول نحو اقتصادات أكثر استدامة، تعود بالفائدة بالدرجة الأولى على الجماعات المنتمة للمجتمعات المحلية، التي وجب أخذها بعين الاعتبار عند التخطيط للساحة التي يجب أن تكون اليوم مستدامة هي الأخرى.

• الخلاصة

إن قطاع السياحة اليوم لم يعد مجرد قطاع ثانوي ضمن المنظومة الاقتصادية للدول، بل أصبح بالنسبة للكثير منها ركن أساسي من اقتصاداتها، وفي ظل التحولات التي شهدتها العالم وزيادة الاهتمام بمواضيع حتمية حماية والحفاظ على البيئة وبالتالي الاستدامة ودورها الفعال في الحفاظ على حياة البشر والكائنات الحية بمختلف أنواعها أيضاً، لم يكن قطاع السياحة ليستثنى عن هذه التحولات وهذا الاهتمام، خاصة وأن التقارير الصادرة عن الكثير من المنظمات الدولية الحكومية والغير حكومية تؤكد على أن قطاع السياحة هو مصدر مهم للتلوث والنفايات التي من شأنها أن تلحق الكثير من الأضرار بالنظام البيئي والتنوع الأيكولوجي، إلى درجة قد تضعف من النشاط السياحي وتهدد مصادر الدخل للكثير من الدول وأيضاً للكثير من المجتمعات المحلية التي تكسب رزقها من السياحة ومن سلامة التنوع الأيكولوجي في البر والبحر على حد سواء، لذا ركزة مختلف المبادرات الدولية التي تطرقنا إليها وكذلك التي تخطط لها الدول، لجعل البيئة والحفاظ عليها في صميم المخططات والاستراتيجيات التي تستهدف تطوير قطاع السياحة، وذلك دون إهمال المجتمعات المحلية التي يجب أن تقع أيضاً في صميم هذه المخططات والاستراتيجيات.

¹ - نفس المرجع، ص 190.

- قائمة المراجع المستعملة:

أولاً: باللغة العربية:

- 1 - خليفة تركية، "التنمية السياحية المستدامة واستراتيجية ترقيةها بالجزائر"، المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، المجلد 2، العدد 5، أكتوبر 2018.
- 2 - ريم فاروق النشار، "المجتمع المحلي وتأثيره على السياحة الخضراء في ضوء التنمية المستدامة -دراسة حالة الفنادق البيئية -"، *Journal of Tourism, Hotels and Heritage*، مجلد 6، العدد 1
- 3 - سعيد غزلان، "الصناعة السياحية والتنمية السياحية المستدامة في الجزائر (2007 - 2015)"، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 02، العدد 17، 2017.
- 4 - عباس فاضل السعدي، *جغرافيا السياحة المستدامة والسكان (العراق أنموذجاً)*، بغداد، مؤسسة دار الصادق الثقافية، 2023.
- 5 - مصطفى يوسف كافي، *السياحة البيئية المستدامة*، دمشق، دار مؤسسة رسلان، 2014.
- 6 - منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، "بإمكان السياحة المستدامة أن تتيح للمجتمعات المحلية الجبلية سبيلاً للرخاء والإدماج"، 10 ديسمبر 2021، شوهد في: 28 ماي 2024، على الرابط <https://bit.ly/3V3akIW>
- 7 - منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، "مبادرة المدن الخضراء"، د ت ن، شوهد في: 03 جوان 2024، على الرابط <https://bit.ly/3x1BKHg>
- 8 - منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، "نظم التراث الزراعي ذات الأهمية العالمية"، د ت ن، شوهد في: 28 ماي 2024، على الرابط <https://bit.ly/3R8l47R>
- 9 - يخلف أسماء، حسن حميدة، "المدن السياحية الخضراء تجديد حضري وسياحة مستدامة في القانون الجزائري"، *حوليات جامعة الجزائر* 1، المجلد 35، العدد 2، 2020.

ثانياً: باللغة الإنجليزية:

- 10 - Ann Row & Others, *Travel and Tourism : Standard level*, The United Kingdom, Cambridge university press, 2002.
- 11 - Kate Brown, Giorgio Grussu, "Coalition of Fragile Ecosystems (CoFE)", seen in 01 Jun 2024, at: <https://bit.ly/4bSntvs>
- 12 - Mark Anthony Camilleri, "The Tourism Industry: An Overview", *In Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*, Switzerland: Springer Nature, 2018.

- 13 - Raposo Stefnie & Others, “GREEN HOTEL: AN ECO-FRIENDLY APPROACH (A case study of Hotel Dona Sa Maria)”, Anchor, Vol 1, 2015.
- 14 - Rose Morrison, “6 Benefits An Eco-Friendly Building Can Have On Your Guests”, 19 Feb 2023, seen in 21 mai 2024, at: <https://bit.ly/3VaMYTh>
- 15 - The Mountain Partnership, “Coalition of Fragile Ecosystems (CoFE)”, seen in 01 Jun 2024, at : <https://bit.ly/3KmjyeJ>
- 16 - UN Toutism, “International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024”, 19 Jan 2024, , seen in 15 Mai 2024, at : <https://bit.ly/4dyFK2v>
- 17 - World Tourism Organization & e European Commission, The Sustainable Tourism for Development, Madrid, World Tourism Organization, 2013.

الإسم واللقب: أمال زرنيز

الوظيفة: أستاذ محاضر أ

المؤسسة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار - عنابة

التخصص: علوم سياسية

الهاتف: 0793828245

البريد الإلكتروني: amoulazer83@gmail.com

عنوان المداخلة : التوجه نحو سياحة الذكاء المحيطي كمدخل لتحويل الوجهات السياحية إلى بيئات ذكية

مستدامة: الفرص والتحديات

الملخص: تبرز سياحة الذكاء المحيطي كمجال ناشئ واعد بتحويل الوجهات السياحية إلى بيئات ذكية مستدامة من منطلق مقارنة مبتكرة قادرة على الاستجابة للطلب السياحي الذكي والمستدام. غير أنه برغم ما يقدمه هذا المجال من فرص، تواجه العديد من التحديات المرتبطة بالتقنيات والقضايا الأخلاقية. ومنه تهدف هذه المداخلة إلى تحديد فرص وتحديات تحويل الوجهات السياحية إلى بيئات ذكية مستدامة باستخدام تقنيات الذكاء المحيطي، وذلك من خلال تحديد أهمية التوجه نحو سياحة الذكاء المحيطي، وبمبحث نصح ومجالات تطبيقاتها، ومن ثمة تحديد تحديات تنفيذها في ظل ضرورة الأخذ بمجموعة من الإعتبارات المتعلقة بالخصوصية ، وإضفاء الطابع الشخصي على أنظمة المستخدم ، واعتبار التفاعل الاجتماعي عنصراً أساسياً في التصميم.

الكلمات المفتاحية: سياحة الذكاء المحيطي، الوجهات السياحية، بيئة ذكية ومستدامة، فرص، تحديات.

مقدمة:

نظراً للأهمية الاجتماعية والاقتصادية للسياحة في الاقتصاد العالمي، كونها أسرع قطاع نموًا في العالم، فإن التحدي الذي تواجهه الوجهات السياحية هو أن تكون تنافسية ومبتكرة ومستدامة وذكية. وفي هذا السياق، تُقدم تقنيات الذكاء المحيطي حلولاً واعدة لتحويل الوجهات السياحية إلى بيئات ذكية مستدامة، تُحسن تجربة الزوار وتقلل من التأثير البيئي السلبي للسياحة، حيث تبرز سياحة الذكاء المحيطي كمجال ناشئ يقدم رؤية لمجتمع

المعلومات المستقبلية عبر الاستفادة من الأنظمة الذكية في تطوير أنظمة إيكولوجية حساسة ومرنة قابلة للتكيف، باعتباره نموذج متعدد التخصصات يرسم نوعاً جديداً من العلاقات بين البشر وبيئتهم والتكنولوجيا بشكل يضمن تقديم خدمات متسقة وشخصية للعملاء، وهو ما يعيد تصميم النظام البيئي للسياحة بشكل فعال نتيجة التشبيك الفائق والاستجابات والخصخصة في الوقت الفعلي. غير أن تنفيذ الذكاء المحيطي الذي يدفع إلى إعادة هندسة التفاعلات والمشاركة عبر إزالة الحدود بين العالم الحقيقي والعالم الافتراضي، ودعم التفاعل المادي والرقمي تواجهه العديد من التحديات.

ومنه تهدف هذه المداخل إلى تحديد فرص وتحديات تحويل الوجهات السياحية إلى بيئات ذكية مستدامة باستخدام تقنيات الذكاء المحيطي التي تمثل ثورة محتملة في صناعة السياحة، وذلك من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي التالي: إلى مدى يمكن أن يساهم التوجه نحو سياحة الذكاء المحيطي في تحويل الوجهات السياحية إلى بيئات ذكية مستدامة في ضوء التحديات القائمة؟

المحور الأول: أهمية التوجه نحو سياحة الذكاء المحيطي كمدخل لتحويل الوجهات السياحية إلى بيئات ذكية مستدامة

أثر المسار التطوري السريع للتكنولوجيا في صناعة السياحة، ومن المتوقع أن يكون له دور حاسم في المستقبل بفضل بروز نموذج السياحة الذكية، فيما يتوقع أن الخطوة التالية في هذا التطور ستكون سياحة الذكاء المحيطي (Ambient Intelligence Tourism)، حيث سيتم مواءمة المصالح الفردية والجماعية لتعزيز تحسين الأداء التعاوني والتنافسية. وعليه، يتم العمل على وضع سياسات وإجراءات لإدارة وجهات سياحية ذكية ومستدامة (SSDs)، من منطلق مقارنة مبتكرة قادرة على الاستجابة للطلب السياحي الذكي، بحيث تكتسب المنتجات والخدمات السياحية الصيغة المستدامة كونها مسؤولة بيئياً ومستدامة اقتصادياً.

1- مفهوم الذكاء المحيطي:

الذكاء المحيطي (AmI) مجال ناشئ، بدأ دوره المؤثر بداية القرن 21م، عندما نشرت المجموعة الاستشارية للمجتمع والتكنولوجيا (ISTAG) التابعة للمفوضية الأوروبية مجموعة من التقارير حوله في إطار برنامج IST FP6. وقد ظهر كحقل متعدد التخصصات ضمن الحوسبة اليبانية (حوسبة كل مكان)¹، ليشكل آخر تطبيقات مفاهيم الذكاء الإصطناعي، بما يتماشى مع مفهوم "حاسوب المستقبل الذي يخنفي" بوصف (Weise)².

تعتبر مصطلحات الذكاء المحيطي (المصطلح الأكثر شيوعاً في أوروبا) ، أو الحوسبة اليوبيقية (المصطلح الأكثر استخداماً في الو.م.أ)، التي ابتكرها باحثو علوم الكمبيوتر حول العالم، عن تخصص حديث إلى حد ما يستفيد من التغييرات المهمة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، ويهدف إلى جلب "الذكاء" إلى بيئات الحياة اليومية، وتعني هذه المصطلحات بشكل أساسي نفس الشيء: "بيئة رقمية تدعم الناس بشكل استباقي ولكن بذكاء في حياتهم اليومية" بناءً على استخدام شبكات المستشعرات والاتصالات اللاسلكية والأجهزة الذكية (مع تصغير المعالجات الدقيقة)، ذلك أن الفكرة المركزية للذكاء المحيط هي: أولاً ، تقليل حجم أجهزة الكمبيوتر حتى يمكن دمجها في أشياء مألوفة (الهواتف المحمولة ، جهاز تحديد المواقع العالمي ، معدات المنزل) ؛ ثانياً ، توظيف قدرة الحوسبة المعززة والانتشار الواسع للأجهزة - التكنولوجيا الموزعة حولنا - من أجل توفير تجربة مختلطة حقيقية افتراضية "يجب" أن تحسن الطريقة التي يمكن بها الاستفادة من محيطنا، حيث تسمح بدمج أكثر من جهاز إلكتروني واحد للتفاعل بطريقة "ذكية" مع المستخدمين، وتكون قابلة للتكيف والاستجابة لخصائص وسلوك وأفعال المستخدمين، وبالتالي تقديم خدمات شخصية بناءً على توقع احتياجاتهم،³ من خلال انتهاج مجموعة من الإجراءات، تشمل عموماً ما يلي:

- تصميم مساعدات الآلة التعاونية (CMA) في شكل وكيل افتراضي أو روبوت يتفاعل مع المستخدم ، ذلك أن الفكرة الأساسية للذكاء المحيط هي توصيل ودمج الأجهزة التكنولوجية في بيئة المستخدم بحيث تختفي التكنولوجيا نفسها عن الأنظار ولا يبقى سوى واجهة المستخدم.

- المراقبة الحساسة للخصوصية للمعيشة المستقلة: نهج الكاميرا الذكية

- استخراج البيانات لنمذجة المستخدم والتنوع في المساحات الشاملة.⁴

وعلى هذا الأساس، تحاول تطبيقات الذكاء المحيطي توفير رؤية مستقبلية مليئة بالذكاء والتفاعل مع الحياة اليومية المتجاوبة مع أنشطة البشر وردود أفعالهم واحتياجاتهم على نحو يتأسس على مكونين رئيسيين هما: أجهزة الاتصال، وأجهزة الاستشعار. وحتى يتسنى للذكاء المحيط أن يعمل بكفاءة على النحو المتوقع، فإنه يعتمد على أربعة أسس ذكرها XU، تعد بمثابة الإطار المرجعي الذي يعمل في الذكاء المحيطي، وتشمل:⁵

- الاستشعار (Sensing): تعد أجهزة الاستشعار اللاسلكية المستوى الأعلى من الاستخدام (WSN).

- التفكير (Reasoning): تتعمق تقنيات التفكير بالتعلم، وله ثلاث ميزات رئيسية: النمذجة، معرفة سلوك الناس ومحاولة التنبؤ به، عملية صنع القرار.

-الإجراءات (Acting): عادة ما تستخدم أجهزة الاستشعار لجمع البيانات ونقل البيانات إلى نماذج التفكير من أجل الحصول على اقتراحات بشأن الإجراءات التالية.

-التفاعل بين الإنسان والحاسوب (Human-computer interaction): الأمر الذي يتطلب الوعي بالسياق المحيط بالنشاط البشري من منطلق التفكير في تفضيلات المستخدمين، ومن ثم توفير خيارات ذكية للمستخدمين، من خلال استخدام تقنيات ذكية مثل التعرف على تعبيرات الوجه، والتعرف على الإيماءات والتعرف على الكلام.

تم تحديد الخصائص المميزة للذكاء المحيطي إلى حد كبير من قبل تقارير ISTAG حول الذكاء المحيطي، حيث يتم وصفه على النحو التالي: "سيحاط البشر بواجهات ذكية مدعومة بتكنولوجيا الحوسبة والشبكات الموجودة في كل مكان [...] الذكاء المحيط [...] يدرك الخصائص المحددة للوجود البشري والشخصيات، ويهتم بالاحتياجات وقادر على الاستجابة بذكاء للإشارات المنطوقة أو بالإيماءات التي تعبر عن الرغبة، ويمكن حتى المشاركة في حوار ذكي. يجب أن يكون الذكاء المحيطي أيضًا غير ملحوظ، وغالبًا ما يكون غير مرئي: في كل مكان ولكن في وعينا - لا وجود له إلا إذا احتجنا إليه. يجب أن يكون التفاعل مريحًا وممتعًا للمواطن، ولا يتطلب منحنى تعليم صعب."⁶

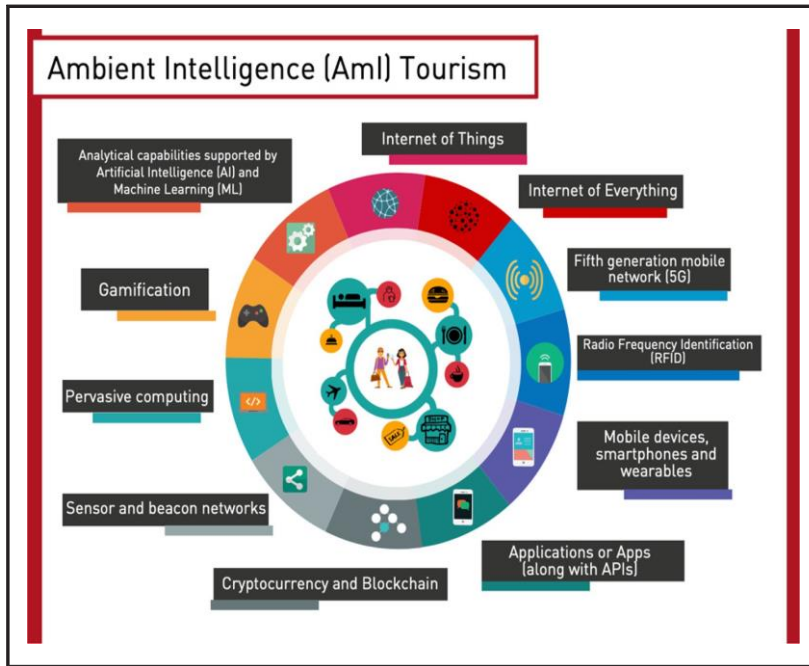
عموما، يرتبط مفهوم الذكاء المحيطي ارتباطاً وثيقاً بـ "علم الخدمة" بمعنى أن الهدف منه هو تقديم خدمات مناسبة للمستخدمين، فقد لا يهتم المستخدم بنوع المستشعرات المضمنة في البيئة أو نوع بنية البرامج الوسيطة المستخدمة لتوصيلها بقدر ما يهتم بالخدمات التي يتلقاها،⁷ بحيث يمكن تعريفه بأنه بيئة رقمية ذكية مدمجة تستشعر وتستجيب لوجود الأشخاص، مع خمسة ميزات تكنولوجية رئيسية مرتبطة بها: مدمجة، ومدركة للسياق، ومخصصة، وقابلة للتكيف، واستباقية، إذ يتعلق الذكاء المحيطي بخلق بيئات معيشية (توصف بالبيئات الذكية) يتفاعل فيها المستخدمون بطريقة طبيعية وبديهية مع الخدمات الحاسوبية التي تسهل إنجاز مهام المستخدم اليومية، سواء للترفيه أو المساعدة أو العمل.⁸

2- سياحة الذكاء المحيطي: المفهوم والأهمية

سياحة الذكاء المحيطي (Ambient Intelligence Tourism) مفهوم جديد نسبياً، يهدف إلى دمج التقنيات الذكية في جميع جوانب صناعة السياحة، لتوفير تجارب سياحية مخصصة وشخصية تتيح العديد من الفوائد مثل تحسين تجربة السائح، وزيادة كفاءة العمليات وتقليل التكاليف، بحيث يستهدف هذا النمط من السياحة خلق بيئة ذكية تتفاعل مع احتياجات السياح وتوقعاتهم بشكل سلس ودون جهد، مما يؤدي إلى تأثيرات جذرية على ابتكار الخدمات والاستراتيجية والإدارة والتسويق وتنافسية جميع الأطراف المعنية. وقد تنبأ (Poon)

بأنه "سيتم نشر نظام كامل لتكنولوجيا المعلومات بسرعة في جميع أنحاء صناعة السياحة ولن يفلت أي لاعب من تأثيراتها". وبدا، كان على العديد من المنظمات تحويل إدارتها التسويقية الاستراتيجية وإعادة تصميم أفضل الممارسات التشغيلية للاستفادة من التحولات النموذجية التكنولوجية التي شهدتها.⁹

الشكل رقم (01): سياحة الذكاء المحيطي



Source : Dimitrios Buhalis, op.cit, P269

سياحة الذكاء المحيطي كما هو موضح في الشكل رقم (01) ، مدفوعة بمجموعة من التقنيات التي تحدث تغييرات جذرية على مستوى هياكل صناعة السياحة وعملياتها وممارساتها: إنترنت الأشياء ، وإنترنت كل شيء ، وشبكة الجوال من الجيل الخامس (5G) ؛ تحديد الهوية بالموجات الراديوية (RFID) ؛ الأجهزة المحمولة والهواتف الذكية القابلة للارتداء والأجهزة الأخرى ؛ الطباعة ثلاثية الأبعاد، والتطبيقات جنبًا إلى جنب مع واجهات برمجة التطبيقات (APIs)، والعملات المشفرة والبلوكشين، وشبكات المستشعرات والمنارات ، والحوسبة المنتشرة ، والألعاب بالإضافة إلى القدرات التحليلية المعززة التي يدعمها الذكاء الاصطناعي (AI) والتعلم الآلي (ML). تجلب تقنيات الذكاء المحيطي الذكاء إلى أنظمة السياحة وتجعل هذه البيئات حساسة ومرنة وقابلة للتكيف مع احتياجات أصحاب المصلحة، حيث تخلق هذه التقنيات البنية التحتية والشبكة الرقمية الذكية التي تدعم التشغيل البيئي السلس لجميع أصحاب المصلحة في سياق التفاعلات المادية والرقمية بما يقدم الخدمة في الوقت الفعلي.

ومن خلال الترابط والتشغيل البيئي للتقنيات المتكاملة عبر الخلق المشترك الديناميكي والتنوع الشخصي والتكيف مع السياق، تتضح أهمية سياحة الذكاء المحيطي من خلال أدوارها على النحو التالي:

- إعادة هندسة العمليات والبيانات من أجل إنتاج خدمات ومنتجات وإجراءات مبتكرة تضمن تعظيم قيمة أصحاب المصلحة.

- الزيادة من الشمول والوصول للمسافرين من خلال دعم السياح الذين يعانون من إعاقات في الحركة والبصرية والسمعية والإدراكية للتعامل مع العوائق البدنية والخدمية .

- تعزيز السياحة من خلال مكافأة التفاعلات ورفع مستوى رضا الزوار و مشاركتهم.¹⁰

وذلك بالنظر إلى ما تتصف سياحة الذكاء المحيطي من خصائص تميزها عن السياحة التقليدية، أهمها:

- **التخصيص**: تقدم سياحة الذكاء المحيط تجارب مخصصة، شخصية وفريدة لكل سائح بناءً على تفضيلاتهم واحتياجاتهم، حيث يتم جمع البيانات وتحليلها لتقديم توصيات تناسب كل سائح انطلاقاً من فهم سلوكه وتوقع احتياجاته.

- **السلاسة**: توفر سياحة الذكاء المحيط تجارب سلسلة ودون جهد، حيث يتم أتمتة العديد من المهام، مثل تسجيل الوصول إلى الفندق وحجز الرحلات.

- **التفاعل**: تتفاعل سياحة الذكاء المحيط مع السائح في الوقت الفعلي، بحيث يتم استخدام تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي لتوفير المعلومات والخدمات التفاعلية.

- **الاستدامة**: تسعى سياحة الذكاء المحيط إلى تقليل التأثير البيئي للسياحة، إذ يتم استخدام تقنيات ذكية لإدارة الطاقة والموارد بكفاءة.

3- أهمية تحويل الوجهات السياحية إلى بيئات ذكية مستدامة:

أشار Leung إلى أن الذكاء في السياحة يرتبط باعتماد التقنيات الذكية داخل النظام البيئي للسياحة، وتبين أن التقنيات الذكية تؤثر بشكل إيجابي على عملية اتخاذ القرار السياحي والتجربة، حيث يمكنها أن تعزز قيمة السمات الملموسة وغير الملموسة للمقصد قبل السفر وأثناءه وبعده. وعلى الرغم من تزايد الأبحاث في مجال السياحة الذكية، إلا أن القليل منها نسبياً تناول السياحة الذكية بالنظر إلى نهج يركز ليس فقط على التكنولوجيا نفسها ولكن أيضاً على كيفية استكشاف أصحاب المصلحة المختلفين في صناعة السياحة لها. أدى دمج هذه

المنظورات إلى تطوير إطار عمل من منظور البرامج البشرية، يشمل خمسة أبعاد رئيسية: (1) التقنيات الذكية، (2) خلق القيمة، (3) اقتصاد المشاركة، (4) النظم البيئية الذكية، و (5) التجربة السياحية،¹¹ بحيث تشكل شبكات الأعمال الذكية إلى جانب الوجهة السياحية الذكية والبنية التحتية للتكنولوجيا الذكية، نظامًا بيئيًا للسياحة الذكية.¹²

وعليه، يحتاج التحول الرقمي في السياحة إلى فهم ليس فقط سلوكيات تكيف السائحين فيما يتعلق بالتقنيات الذكية، ولكن أيضًا كيفية تعامل المستخدمين مع قيم كل وجهة سياحية واستيعابها، مما يعزز التجربة السياحية،¹³ بحيث تشكل الوجهات السياحية الذكية (STDs) التي تعد امتدادًا لفكرة المدن الذكية، وجهات مبتكرة ومستدامة تتبنى تكنولوجيات السياحة الذكية بهدف تعزيز استدامتها وتنافسيتها عن طريق اعتبار هذه التقنيات عوامل رئيسية لتطوير صناعة السياحة.¹⁴ وتتكون الوجهات السياحية الذكية بشكل رئيسي من أربعة مكونات للذكاء الصلب: الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية والاتصالات المتنقلة وإنترنت الأشياء. ومع ذلك، فإن الذكاء الصلب ليس له قوة ولا يمكن أن يكتفي بذاته. يعد الذكاء الناعم، الذي يمثل الابتكار الذكي المفتوح ورأس المال البشري والاجتماعي وقيادة الحوكمة التشاركية، ضروريًا لجعل الذكاء الصلب ذا مغزى. لذلك، يمكن اعتبار الذكاء الناعم موارد تشغيلية أساسية لتعزيز القدرة التنافسية للوجهات السياحية الذكية وتعزيز تقدم الذكاء الجماعي في نظام الوجهات بأكمله.¹⁵

ومنه تتحدد أهمية تحويل الوجهات السياحية إلى بيئات ذكية مستدامة من منطلق كونها أنظمة بيئية مترابطة ومتصلة فيما بينها، تخدم أصحاب المصلحة المتنوعين من خلال تحسين تجارب المسافرين وتحسين نوعية حياة السكان المحليين مع الدعوة إلى تنمية الوجهة المستدامة والشاملة، وبالتالي تعكس "عروض القيمة" للسائحين والمقيمين والأهداف الإستراتيجية للوجهة.

المحور الثاني: تطبيقات تقنيات سياحة الذكاء المحيطي

تزايدت التطبيقات المحيطة خلال العقد الماضي بفضل تطوير تقنيات الاتصالات والتقنيات المحمولة، وتغطي هذه التطبيقات مجموعة واسعة من مجالات العمل السياحي التي تهدف إلى بناء بيئات ذكية ومستدامة تدعم العديد من أنواع التفاعلات البشرية.

1- نهج تطبيق تقنيات سياحة الذكاء المحيطي:

بما أن البيئة الافتراضية ذات المحيط الذكي تتمتع بعدة خصائص، بما في ذلك الحساسية والاستجابة والتكيف والشفافية والانتشار والذكاء، يمكنها اكتشاف وتفسير النشاط البشري وتقديم ملاحظات الوسائط المتعددة لتقديم الإرشادات والتوصيات والتعلم،¹⁶ وذلك عبر نوعان رئيسيان من التطبيقات المعتمدة في دعم السياح، هما:

- أدلة المعلومات المحمولة :

توفر خدمات مهمة لتوجيه السياح أثناء سفرهم، وتعرض نقاط الاهتمام (POIs) وفقاً للبيانات السياقية. ويعد استخدام الهواتف المحمولة المزودة بتقنية الاتصال قريب المدى (NFC) والملصقات الذكية المنتشرة في البيئات الذكية التي توفر للمستخدمين بطريقة سهلة وبديهية معرفة بالظروف المحيطة، دعم للتنقل والتحديد المكاني في السيناريوهات الذكية الحضرية، أهم التطبيقات التي تمكن المستخدم من تصميم مساراته الخاصة.¹⁷

وقد تم اقتراح العديد من النماذج الأولية لتطوير بيئات سياحية ذكية بالاعتماد على تقنية الاتصال قريب المدى (NFC) لتقديم مجموعة من الخدمات للسياح مثل إرشاد المستخدم في السيناريوهات الداخلية كالمتاحف وحركة المرور وخدمات النقل والتجارة... كما تستخدم اقتراحات أخرى تقنية GPS لدعم تنقل المستخدم في المدينة أو السيناريوهات الخارجية الأخرى، أو خريطة ورقية معززة ببطاقات تحديد الهوية بموجات الراديو، وتقترح هذه الأنظمة بشكل عام استخدام لوحات إعلامية موضوعة في مواقع النقل، مما يسمح للمستخدم باستخدام جهاز الاتصال قريب المدى الخاص به للحصول على معلومات حول جداول النقل، ووقت انتظار الوصول، وشراء التذاكر...¹⁸

- أنظمة التوصية:

تعمل أنظمة التوصية عادة وفقاً للملفات الشخصية للسياح، مما يسمح بتخطيط واختيار مسار رحلة مناسب بناءً على مجموعة من نقاط الاهتمام،¹⁹ حيث يستخدم نظام التوصية كنظام دعم لتوليد معرفة حول توصيات اختيار وجهة سياحية يتم عرضها من خلال تغيير البيئة الافتراضية في كل سيناريو محدد، بحيث يتم إنشاء توصيات اختيار الوجهة السياحية بشكل تكيفي بناءً على بيانات ميزات الاختيار التي يمتلكها المستخدم (اللاعب)، ويتم استخدام ترتيب التوصيات مع بيانات توقعات اللاعب (EP) كمرجع لتحديد سيناريو رحلة سياحية تلقائياً.

يتكون نظام التوصية من المكونات التالية:

- قاعدة بيانات المعرفة: تخزن معلومات حول وجهات سياحية مختلفة، والخصائص الشخصية وتقييمات سمات الوجهة وتوقعات اللاعب.

- محرك التوصيات :مسؤول عن إنشاء توصيات لوجهات سياحية بناءً على بيانات اللاعب.
- وحدة التحكم في السيناريو :مسؤولة عن إدارة خيارات السيناريو المعروضة للاعب.

يستخدم نظام التوصية طريقتين مختلفتين للتوصية بوجهات سياحية محددة:

- التقييم المعروف : يتم استخدام هذه الطريقة عندما يكون لدى اللاعب تقييمات لاثنتين على الأقل من وجهات سياحية .في هذه الحالة، يستخدم النظام طريقة "نظام التوصية متعدد المعايير" لحساب التوصيات.
- التقييم غير المعروف : يتم استخدام هذه الطريقة عندما لا يمتلك اللاعب أي تقييمات لوجهات سياحية .في هذه الحالة، يستخدم النظام شبكة اصطناعية عصبية لتصنيف أفضل وجهة سياحية بناءً على بيانات الخصائص الشخصية للمستخدم /اللاعب²⁰.

يستخدم نظام التوصية لاختيار وجهة سياحية مناسبة للمستخدم شبكة لامركزية بها نوعان رئيسيان من العقد، وهما المستخدم والخادم .تربط عادة بشبكة Blockchain كل عقدة لدعم عملية لامركزية لمشاركة البيانات .يمكن لكل من عقدة المستخدم والخادم إرسال بيانات تقييم خصائص الوجهة السياحية ،حيث يمكن تقسيم بيانات سمات الوجهة (DA) إلى فئتين رئيسيتين:²¹

- بيانات تقييم المستخدم أو السائح : وفقاً لإطار (6 AsTD)، تتكون هذه البيانات من تصنيفات للمعالم السياحية ، والوصول ، والمرافق ، والحزم المتاحة ، والأنشطة ، والخدمات المساندة ، والتصنيف العام.
- بيانات المستشعر:تضمن بيانات حول حجم حركة المرور وعدد الزوار ،وحول الطقس في وجهة سياحية معينة.

2- مجالات تطبيق تقنيات سياحة الذكاء الحيطي:

وفقاً لكل من Bernabeu,Ivars-Baidal وPerles Ivars هناك حاجة إلى إيجاد منظور شامل للاستفادة الكاملة من البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطبيقات الرقمية في وجهات السياحة الذكية.وفي هذا الإطار اقترح Ivars, Solsona, and Giner عام 2016 أنموذج تطبيقي شامل يقر بالدور التمكيني لتقنيات المعلومات والاتصالات في تشكيل وجهة سياحية ذكية بناءً على الظروف الاستراتيجية والعلائقية المسبقة التي تحدد قدرة الوجهة على العمل،وينقسم النموذج إلى ثلاثة مستويات مترابطة :

- المستوى الاستراتيجي والعلائقي: يعتمد على حوكمة تتميز بالتعاون بين القطاعين العام والخاص لضمان استدامة الوجهة وبيئة ابتكار مفتوحة وتعاونية.

- **المستوى الآلي:** يعتمد على الاتصال الرقمي والاستشعار لتكوين نظام معلومات الوجهة وهو أمر ضروري لاتخاذ القرارات.

- **المستوى التطبيقي:** يسمح بتطوير حلول ذكية لتسويق وإدارة الوجهة، مما يؤدي إلى كفاءة أكبر في إجراءات الاتصال وتحسين التجربة السياحية²².

وفي هذا السياق، تسهم تطبيقات الذكاء المحيطي في بناء نموذج ذكي لبيئة السائح يحتوي على تفاصيل محددة عن مناطق الجذب السياحي المختلفة في ضوء السياق المكاني للسائح، أي موقعه واتجاهه، وكذلك ملف اهتمامه الشخصي، فيمكن تقدير سلوكه المستقبلي المحتمل بدرجة عالية إلى حد ما من اليقين. وبالتالي، يمكن تنزيل المحتوى المناسب إلى جهازه بشكل عاجل وفي الوقت المناسب. ونظرًا لأن هذا المحتوى يتكيف بطبيعته مع سياق السائح، ويتم تخصيصه ليتوافق مع ملفاته الفردية، يمكن توقع تجربة مرضية بشكل معقول²³.

انطلاقًا مما سبق، يتطلب تحقيق التطور الأمثل للدور الذي تؤديه تقنيات الذكاء المحيطي في تحويل الوجهات السياحية إلى بيئات ذكية مستدامة تغطية مجموعة من المجالات، تشمل:

- **المعلومات السياحية:** توفير معلومات شاملة في أي وقت وفي أي مكان وعلى أي جهاز، مع إمكانية التأثير على دورة السفر السياحية بأكملها (الحلم والتخطيط والحجز والتجربة والمشاركة) وخلق إطار جديد للعلاقة بين السائح والوجهة من خلال المحتوى الذي يدره المستخدم والتفاعل المستمر بينهما.

- **تحسين التجربة:** يمكن تحسين التجارب من خلال تطبيق تقنيات مختلفة تسهل استهلاك السياحة، وإثراء التجربة السياحية، وزيادة إمكانيات الإبداع المشترك وإضفاء الطابع الشخصي على الخدمات السياحية.

- **التسويق:** زيادة إمكانيات تسويق وجهة السياحة نحو تسويق أكثر تخصيصًا قائم على الموقع، مع نهج جديدة لتسويق القرب أو التسويق الفوري أو البيع المتقاطع.

- **إدارة الزوار والموقع:** إدارة أكثر كفاءة للزوار من خلال تطبيق شبكة استشعار تسمح بتطوير إنترنت الأشياء، وهي مناسبة بشكل خاص للمساحات الحساسة (مثل تطبيقات التراث الذكية للمباني التاريخية التي تقيس درجة الحفظ وتأثير الزيارات) أو للمناطق المزدحمة، بما يضمن كل من جودة تجربة الزائر والإدارة المستدامة للمساحة أو المعلم السياحي.

- **ذكاء الوجهة:** معرفة أكبر بالطلب ومتغيرات إدارة وجهة السياحة، يوفر استخدام موقع الويب الخاص بالوجهة أو شبكات التواصل الاجتماعي أو التطبيقات المحمولة وتقنيات أخرى معلومات للسائح وكمية كبيرة من البيانات

لوجهات السياحة والتي يمكن ربطها بمتغيرات أخرى متعلقة بالتجربة السياحية، مثل الطقس أو المعلومات البيئية أو المرورية. وبالتالي، تم إنشاء آفاق جديدة لأنظمة إدارة الوجهات (DMS) حيث تكون البيانات المفتوحة.²⁴

من أجل تغطية المجالات سابقة الذكر، توفر سياحة الذكاء المحيطي خدمات تكيفية ومخصصة، ذكية، شاملة وتفاعلية، تشمل بشكل رئيسي خدمتين أساسيتين عند التفكير في احتياجات السياح، هما:

- دعم التنقل
- توفير المحتوى الثقافي بما يساهم في إرشاد السياح نحو وجهات سياحية محددة.

بشكل عام، يعد الإرشاد السياحي أهم المجالات التي يمكن أن يقدم فيها الذكاء المحيط مساهمة كبيرة في جودة الخدمة، حيث يحتاج السياح، الذين قد لا يكونون على دراية كبيرة بموقع الزيارة إلى خدمة تدرك الموقع وتكون شاملة ومخصصة وغنية بالمعلومات، و يجب أن تكون هذه الخدمات قادرة على فهم تفضيلات المستخدمين دون الحاجة إلى تحديدها من قبلهم، وتوقع اهتماماتهم، وتقديم خدمات ذات صلة ومخصصة بأفضل طريقة ممكنة، بما في ذلك الصوتية والبصرية واللمسية، وذلك من خلال مجموعة من الإجراءات توفرها تقنيات الذكاء المحيطي، تشمل:

- تحديد أنماط تحركات السياح وتحليلها للتعرف على نقاط الاهتمام لأنظمة التوصية
- الحرص على تخزين بيانات المسارات دون أي إشارة إلى هوية المستخدم المتحرك عبر العديد من طرق إخفاء الهوية المختلفة للتأكد من الحفاظ على سرية البيانات، إذ يمكن للمساهمين في المسارات ببساطة تحميل مسارات نظام تحديد المواقع العالمي (GPS) الخاصة بهم أو رسم وتخزين خطوط مساراتهم على الخرائط، من الممكن أيضاً التقاط المسارات بشكل غير مباشر من موارد أخرى، بما في ذلك كاميرات المراقبة، ونظام الملاحة عبر الأقمار الصناعية العالمي (GNSS) المضمن في الهواتف المحمولة أو المركبات، ومقاييس التسارع.

- تحليل المسار باستخدام تقنيات تحليل البيانات الضخمة، لذلك يتم تخزين بيانات المدخلات في قاعدة بيانات للبيانات البيانية، Neo4j، من أجل إدارة أكثر كفاءة لبيانات المسارات وتحليل عناصر المسار (العقد والحواف) بالمقارنة مع حلول أخرى.²⁵

نظراً لمعرفة السياق المكاني والملف الشخصي للسائح، فهناك فرص كبيرة لتعزيز تجربته من خلال تقديم المحتوى المناسب بشكل استباقي وانتقائي، حيث يتم تنفيذ الخدمة عادة عبر الوكيل الذكي الخاص بالسائح مثل الوكيل Gulliver's Genie بالاعتماد على استراتيجية استدلال تقوم على نموذج الاعتقاد-الرغبة-القصود، انطلاقاً من تحديد السياق المكاني للسائح، وتحديد مناطق الجذب المحتملة التي قد يزورها السائح، العرض

التقديمي ومراقبة تفاعل السائح وتقديم ملاحظات إلى وكيل الملف الشخصي،الذي يضطلع بمسؤولية الحفاظ على ملفات تعريف المستخدم وتحديثها في ضوء التفاعلات المستمرة للسائح مع الوكيل الذكي.²⁶

المحور الثالث: التوجه نحو تطبيقات سياحة الذكاء المحيطي:الواقع والتحديات

بينما توفر تقنيات الذكاء المحيطي دعمًا غير مسبوق للدخول في حقبة رقمية حديثة حقيقية حيث تساعد أجهزة الكمبيوتر في كل مكان بصمت. من ناحية أخرى ، يمكن أن يشكل حقل ألغام تقني حيث تنشأ العديد من المشكلات في محاولة تقديم الخدمات المقصودة.ذلك أن التصميم الذي يركز على المستخدم ، والحفاظ على الخصوصية ، والتنوع ، والذكاء الاجتماعي، يجب أن يتعامل مع هذه المفاهيم الأساسية بكفاءة في ضوء مجموعة من الإعتبارات المتعلقة بالخصوصية ، وإضفاء الطابع الشخصي على أنظمة المستخدم ، واعتبار التفاعل الاجتماعي عنصرًا أساسيًا في التصميم ،بالنظر إلى مسألتين مهمتين:

- الأولى:تتعلق بوجود بنية تحتية محلية سيتم تثبيتها وتكوينها لدعم بيئة الذكاء المحيط، مما يتيح لجميع الأجهزة المتصلة بالشبكة في البيئة تنسيق إجراءاتها؛

- الثانية:وجود مستشعرات عامة ستوفر معلومات السياق التي ستستخدمها بعد ذلك عمليات التكيف المتعددة لخدمة احتياجات الأشخاص في تلك البيئة.²⁷

ومن الواضح في هذا السياق أن تطوير الذكاء المحيطي يوجه العديد من التحديات،والتي يبدو أنها تزداد فقط مع اقتراب مشاريع البحث من مراحل التنفيذ،وتشمل هذه التحديات كل من التحديات التكنولوجية (معظمها على مستوى التكامل) والتحديات المتعلقة بالأمن والخصوصية وما تثيره من تداعيات اجتماعية وقضايا أخلاقية.

1-التحديات التكنولوجية :

هناك تحديات تقنية كبيرة لا تزال قائمة متعلقة بالقيود المادية وطبيعة الأجهزة الضرورية في ضوء العلاقة المعقدة بين الحاجة المتزايدة لقوة حوسبة واتصال أكبر لدعم خدمات أكثر تعقيدًا، وفي الوقت نفسه الحاجة إلى أجهزة أصغر وأخف وزنا وأكثر كفاءة،إضافة إلى العديد من التحديات الأخرى، مثل:الحاجة إلى زيادة الحساسية، والتي ترتبط ارتباطًا وثيقًا بتقييم الاحتياجات والتفضيلات ،حدود عمر البطارية،النمذجة المتزامنة لعدة مستخدمين في نفس البيئة.ناهيك عن قضية أخرى تعيق التطوير الأسرع للذكاء المحيطي،وهي تشتت جهود البحث .في الواقع، يوجد حاليًا العديد من المؤسسات المختلفة التي تجري أبحاثًا حول مواضيع متشابهة جدًا .

عندما ترغب هذه المؤسسات في التوفيق بين الجهود، فقد تجد صعوبة في القيام بذلك لأنها تستخدم تقنيات أو معايير أو نهج مختلفة. يمكن أن يؤدي تسهيل هذا التكامل والتشغيل البيئي إلى تقريب الفرق المختلفة، والتي يمكن أن تتعاون معًا وتعمل معًا بشكل أكثر كفاءة من أجل نفس الهدف²⁸.

2- التداييات الإاجتماعية والقضايا الأخلاقية:

تتمثل إحدى هذه التحديات، التي غالبًا ما يتجاهلها علماء الكمبيوتر (الذين يشكلون العمود الفقري لتطوير الذكاء المحيطي)، في قضايا الخصوصية والهوية والأمان. وكما قال كل من Rouvroy and Brey على حدة، فإن التحدي هنا هو الحفاظ على الحرية الفردية لبناء شخصية الفرد دون قيود وتأثيرات مفرطة مع التحكم في جوانب هويته التي يعرضها على العالم²⁹.

كشف مشروع SWAMI (ضمانات في عالم الذكاء المحيطي) - مشروع بحث موجه نحو السياسات يركز على القضايا الاجتماعية والاقتصادية والقانونية والتكنولوجية والأخلاقية للذكاء المحيطي مع التركيز بشكل خاص على الخصوصية والثقة والأمن والهوية- من خلال أربع سيناريوهات قائمة تشمل مخاوف فردية واجتماعية وخاصة وعامة نتائج تحليل كل سيناريو عن مخاطر وتهديدات ونقاط ضعف مختلفة يشكلها الذكاء المحيطي فيما يتعلق بالخصوصية والثقة والأمن والهوية والإدماج، من بينها زيادة كبيرة في المراقبة والمتابعة، وتعميق الفجوة الرقمية، وسرقة الهوية، والهجمات السيبرانية...

يحدد الباحثون السمتين الرئيسيتين للذكاء المحيطي اللتين تشكلان التحدي الرئيسي للخصوصية، وهما: قدرة أنظمة الذكاء المحيطي على جمع كميات كبيرة ومفصلة من البيانات حول الأنشطة اليومية للأفراد على مدى فترات طويلة، والقدرة المعززة على دمج هذه البيانات الكبيرة وبحثها واسترجاعها. هذين الميزتين أساسيتين لتوفير خدمات مخصصة، إلا أن تحقيقها بحاجة إلى استخدام شبكة مراقبة شاملة وغير مرئية، وعلى هذا الأساس لا بد من مراعاة ثلاث قضايا إضافية في بيئة الذكاء المحيطي: الموثوقية، وتفويض التحكم، والتوافق الاجتماعي والقبول³⁰.

الخاتمة:

تقدم تطبيقات سياحة الذكاء المحيطي في ظل ما يشهده قطاع السياحة من ارتفاع ملحوظ في استخدامات التكنولوجيا الرقمية بشكل متكامل ومستمر، العديد من الفرص التي من شأنها تحويل الواجهات السياحية إلى بيئات ذكية مستدامة، بما في ذلك تحسين كفاءة استخدام الموارد، وتعزيز الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية، وتخصيص تجربة السياح من منطلق مقارنة مبتكرة قادرة على الاستجابة للطلب السياحي الذكي (الاستخدام المتكامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات) والمستدام (في المجالات البيئية والاجتماعية والاقتصادية،

لصالح تحسين نوعية الحياة، لتلبية احتياجات السكان والسياح وتحسين تخصيص واستخدام الموارد البشرية والطبيعية لحماية البيئة). ومع ذلك هناك أيضًا بعض التحديات التكنولوجية إضافة التدايمات الاجتماعية المرتبطة بقضايا أخلاقية يجب التغلب عليها، وذلك من خلال :

- دعم الحكومات للوجهات السياحية في تبني تقنيات الذكاء المحيطي
- توفير برامج تدريبية لبناء القدرات في مجال الذكاء المحيطي
- تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص
- نشر الوعي بأهمية سياحة الذكاء المحيطي وفوائدها.

- الهوامش:

¹ Rui Jos'e, Helena Rodrigues and Nuno Otero, " Ambient Intelligence: Beyond the Inspiring Vision" , **Journal of Universal Computer Science**, 16(12),2010, P1480-1481

² Juan Carlos Augusto, Hideyuki Nakashima and Hamid Aghajan , " Ambient Intelligence and Smart Environments: A State of the Art ",in : Hideyuki Nakashima ,Hamid Aghajan and Juan Carlos Augusto.(eds),**Handbook of Ambient Intelligence and Smart Environments**, New York :Springer,2010, P3-4

³Shara Monteleone," Ambient Intelligence and the right to privacy:The challenge of Detection Technologies" ,(Thesis submitted for assessment with a view to obtaining the degree of Master in Comparative ,European and International Law (LL.M.)of the European University Institute), 2010, P12-13

⁴ Juan Carlos Augusto, Hideyuki Nakashima and Hamid Aghajan, op.cit , P23-24

⁵ محمد الحارثي، "الذكاء المحيط: مفهومه، وأسس، وتطبيقاته في العملية التعليمية"، *المجلة الدولية للتربوية المتخصصة*، 04 (12)، 2015، ص122-

129

⁶ Rui Jos'e, Helena Rodrigues and Nuno Otero, op.cit P1481

⁷ Juan Carlos Augusto, Hideyuki Nakashima and Hamid Aghajan ,op.cit,P5

⁸ Mar Lopez et al , " Ambient Intelligence: Applications and Privacy Policies, In: Corchado, J.M. et al. (eds.), **Highlights of Practical Applications of Heterogeneous Multi-Agent Systems. The PAAMS Collection, Communications in Computer and Information Science (CCIS 430)**, New York :Springer,2014,P192

⁹ Dimitrios Buhalis, " Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article " , **Tourism Review**, 75 (1),2020,p 267–268

¹⁰ Ibid, p268–269

¹¹ Teresa Borges et al, " Smart tourism: a scientometric review (2008–2020)" , **European Journal of Tourism Research**,30(3006),2022,P3

¹² Ulrike Gretzel et al, " Smart Tourism Challenges" , **Journal of Tourism**, XVI(1), 2015, P42–43

¹³ Teresa Borges et al,op.cit, P4

¹⁴ Bunyod Matyusupov et al," The concepts of Smart cities, Smart Tourism Destination and Smart Tourism Cities and their interrelationship" , BIO Web of Conferences(82), 2024 , P4–5,at: <https://www.bio-conferences.org/articles/bioconf/pdf>

¹⁵ Wenqi Weia, Irem Önderb and Muzaffer Uysal, " Smart tourism destination (STD): developing and validating an impact scale using residents' overall life satisfaction",at: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf>

¹⁶ Yunifa Miftachul Arif et al," Decentralized recommender system for ambient intelligence of tourism destinations serious game using known and unknown rating approach", [9 \(3\)](https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14267), E14267, MARCH 2023 , P02, DOI:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14267>

¹⁷ Mar Lopez et al,op.cit,p192–193

¹⁸Francisco Borrego-Jaraba, Irene Luque Ruiz , and Miguel Ángel Gómez-Nieto," NFC Solution for the Development of Smart Scenarios Supporting Tourism Applications and Surfing in Urban Environments " ,In: García-Pedrajas et al, **Trends in Applied Intelligent Systems**, Berlin: Springer, 2010, P229–230

¹⁹ Ricardo Anacleto et al," Recommendation and Planning through Mobile Devices in Tourism Context", Paulo Novais, Davy Preuveneers, and Juan M. Corchado (eds.), **Ambient Intelligence – Software and Applications :2nd International Symposium on Ambient Intelligence (ISAmI 2011)**, Berlin: Springer,2011,P134

²⁰ Yunifa Miftachul Arif et al, **Pengembangan Teknologi Ambient Intelligence Dalam Tourism Serious Game**, Jl. Manggis : Cerdas Ulet Kreatif , 2022, P23–25

²¹ Ibid, P26–30

²² [J. Ivars-Baidal](#) et al, "Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management? " , **Current Issues in Tourism**, 22(4),2019,p2

²³ Gregory M.P. O’Hare, M.J et al," Ambient Intelligence Through Agile Agents "in : Yang Cai (Ed.), **Ambient Intelligence for Scientific Discovery – Foundations, Theories, and Systems** Berlin: Springer,2005,P297

²⁴ [J. Ivars-Baidal](#) et al,op.cit,p3–4

²⁵ Anahid Basiri et al, " Making tourist guidance systems more intelligent, adaptive and personalised using crowd sourced movement data" ,**Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing**, 9(2) , 2018,DOI:[10.1007/s12652-017-0550-0](https://doi.org/10.1007/s12652-017-0550-0)

²⁶ Gregory M.P. O'Hare, M.J et al,op.cit ,P296-298

²⁷Rui Jos'e, Helena Rodrigues and Nuno Otero, " Ambient Intelligence: Beyond the Inspiring Vision" , **Journal of Universal Computer Science**, 16(12), 2010, P1488-1489

²⁸ Davide Carneiro and Paulo Novais," New Applications of Ambient Intelligence",at : <https://core.ac.uk/download/pdf/55634678.pdf>

²⁹ Ibid

³⁰ Mar Lopez et al,op.cit, p. 195-196

وزارة البيئة والطاقات المتجددة

المحافظة الوطنية للساحل
COMMISSARIAT NATIONAL DU LITTORAL



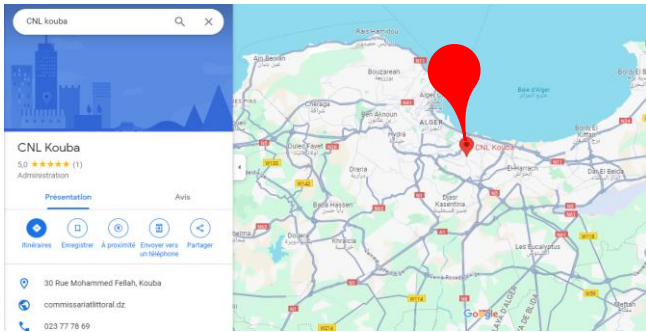
المنظور البيئي لتنمية السياحة الساحلية في اطار التنمية المستدامة : حالة ولاية الطارف



من اعداد و تقديم : بلولو بلال
دكتور و رئيس المحافظة الوطنية للساحل
- محطة الطارف -



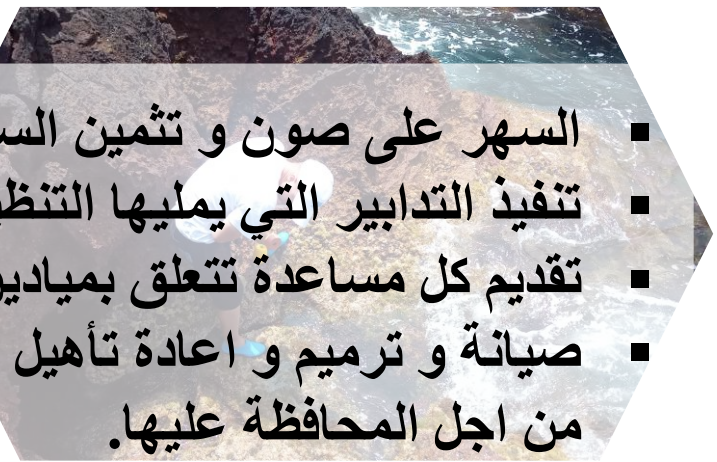
المحافظة الوطنية للساحل COMMISSARIAT NATIONAL DU LITTORAL



التعريف بالمحافظة الوطنية للساحل

المحافظة الوطنية للساحل هيئة مركزية مستقلة استحدثت نظرا لأهمية الساحل و اشماله على نظم ايكولوجية متنوعة تساهم في التوازن الطبيعي للبيئة بموجب القانون 02-02 المؤرخ في 5 فيفري 2002 المتضمن حماية الساحل و تثمينه و التي تعد اداة مهمة لتسيير الساحل و السهر على تنفيذ السياسة الوطنية لحماية الساحل.

مهام المحافظة الوطنية للساحل



- السهر على صون و تثمين الساحل و المناطق الساحلية و الانظمة الايكولوجية التي توجد فيها.
- تنفيذ التدابير التي يملئها التنظيم المعمول به لحماية الساحل و المناطق الساحلية.
- تقديم كل مساعدة تتعلق بميادين تدخلها للجماعات المحلية.
- صيانة و ترميم و اعادة تأهيل الفضاءات البرية و البحرية الفذة او الضرورية للمحافظة على التوازنات الطبيعية من اجل المحافظة عليها.

مفهوم السياحة الساحلية

تشير السياحة الساحلية إلى أي شكل من أشكال السياحة التي تتم على طول السواحل والشواطئ والمناطق الساحلية. ويشمل الأنشطة الترفيهية والثقافية والرياضية والترفيهية والاسترخاء التي تجري في هذه المناطق. فيما يلي بعض الأمثلة على أنشطة السياحة الساحلية:

- الشواطئ والسباحة
- مراقبة الحيوانات والنباتات
- أنشطة رياضية
- الرحلات الثقافية
- فن الطهو



الأهمية الكبيرة للسياحة



الأهمية الاقتصادية:

- المساهمة في الاقتصاد المحلي
- خلق فرص العمل
- تطوير البنية التحتية

الأهمية الاجتماعية:

- تعزيز الروابط المجتمعية
- تعزيز الثقافة المحلية
- تحسين الظروف المعيشية



الأهمية البيئية:

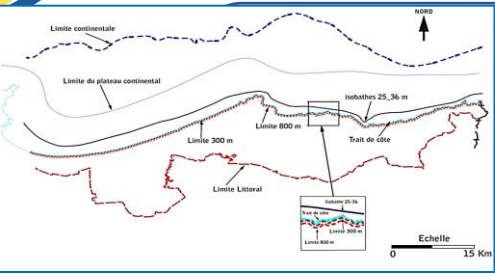
- التوعية بضرورة الحفاظ على البيئة
- تمويل المشاريع الهادفة لتعزيز التوازن البيئي



تحديات السياحة الساحلية في سياق التنمية المستدامة

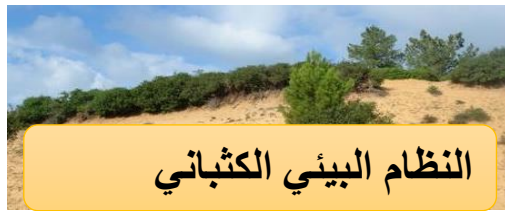


- الضغط على النظم البيئية الهشة
- إدارة النفايات والتلوث
- التآكل الساحلي والتنمية الساحلية
- الإفراط في تناول الطعام وتدمير الموائل
- إدارة الموارد المائية
- التأثيرات الاجتماعية والثقافية

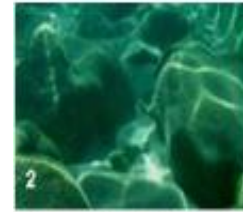


الشريط الساحلي لولاية الطارف

النظام البيئي البحري



النظام البيئي الكثباتي



النظام البيئي البحري



النظام البيئي الغابي

تطبيق مبادئ التنمية المستدامة على السياحة الساحلية

تهدف مبادئ التنمية المستدامة، عند تطبيقها على السياحة الساحلية، إلى ضمان تلبية الأنشطة السياحية في هذه المناطق للاحتياجات الحالية للزوار والمجتمعات المحلية مع الحفاظ على الموارد الطبيعية والنظم البيئية ونوعية حياة السكان المحليين وتعزيزها للأجيال القادمة. وفيما يلي بعض هذه المبادئ:

الحفاظ على الموارد الطبيعية:

من المهم الحفاظ على الموارد الطبيعية القيمة في المناطق الساحلية، مثل الشواطئ والشعاب المرجانية والأراضي الرطبة.

يتضمن هذا غالبًا إنشاء مناطق محمية وتنفيذ ممارسات الإدارة المستدامة للموارد للحفاظ على التنوع البيولوجي والنظم البيئية.

احترام القيم الثقافية والاجتماعية:

يجب أن تحترم الأنشطة السياحية وتعزز التقاليد الثقافية وأنماط الحياة المحلية وحقوق المجتمعات الأصلية. ومن المهم إشراك المجتمعات المحلية في التخطيط والإدارة السياحية لضمان ذلك

تعميم الاستدامة البيئية:

ينبغي تخطيط الأنشطة السياحية وإدارتها لتقليل الآثار السلبية على البيئة الساحلية، مثل تلوث المياه، وتدهور الموائل الطبيعية، وفقدان التنوع البيولوجي، وتآكل السواحل. يعد الحفاظ على صحة النظم البيئية البحرية والبرية أمرًا ضروريًا للحفاظ على جاذبية السياحة على المدى الطويل.

الرؤية البيئية: المفاهيم والمبادئ

الرؤية البيئية للتنمية السياحية هي نهج استراتيجي يهدف إلى دمج مبادئ الاستدامة البيئية في تخطيط وإدارة وترويج الأنشطة السياحية. ويدرك هذا النهج أهمية الحفاظ على الموارد الطبيعية، وتقليل الآثار البيئية السلبية، وتعزيز الحفاظ على النظم البيئية لضمان استمرارية صناعة السياحة على المدى الطويل. وفيما يلي بعض العناصر الأساسية للرؤية البيئية للتنمية السياحية:

- الحفاظ على الموارد الطبيعية
- الإدارة المستدامة للموارد
- التقليل من التأثيرات البيئية
- التثقيف والتوعية البيئية
- التعاون والشراكات

Protection Littoral
Préservation Aménagement Forestier Mer
Halieutiques Biologiques
Espèces Ressources Algérie
Systeme
Pollution Marine Information
Environnement
Géographique
Faune Services
Accompagnement Flore
Déchets Écosystémiques
Biodiversité
Sensibilisation Artisanale Pêche Responsable
Gestion Aquaculture
Intégrée Zones Côtières
Fonds Marins Développement durable Aire
Écosystèmes terrestres
Écosystèmes marins



Projet régional pour le développement d'aires protégées marines et côtières dans la région méditerranéenne (Projet MedMPA)



Plan de gestion de Paire marine du Parc National d'El Kala (Wilaya d'El Tarf)

Sauve GRIMES
Mai 2005



الرؤية البيئية: حالة ولاية الطارف

• الإدارة المستدامة للموارد

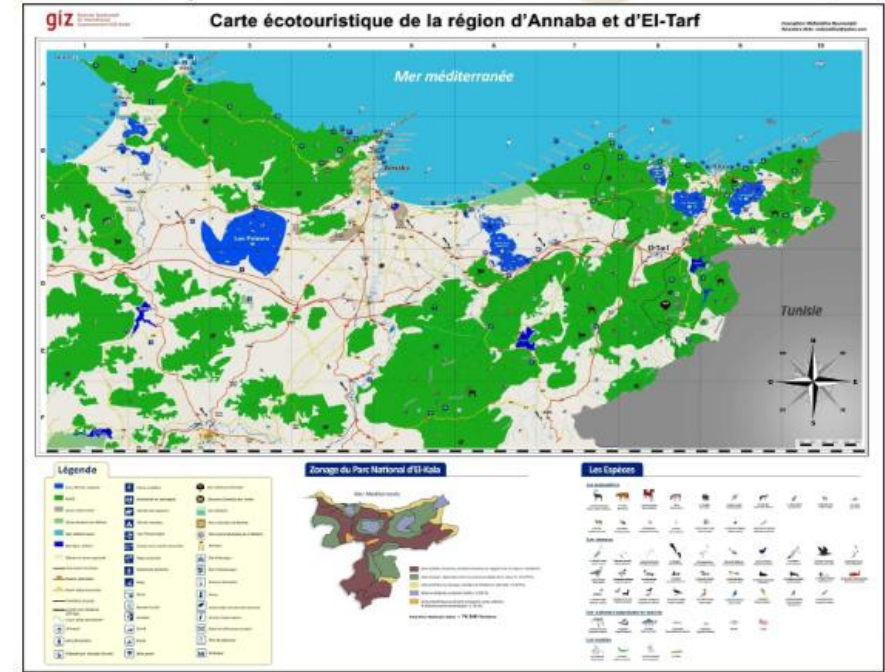
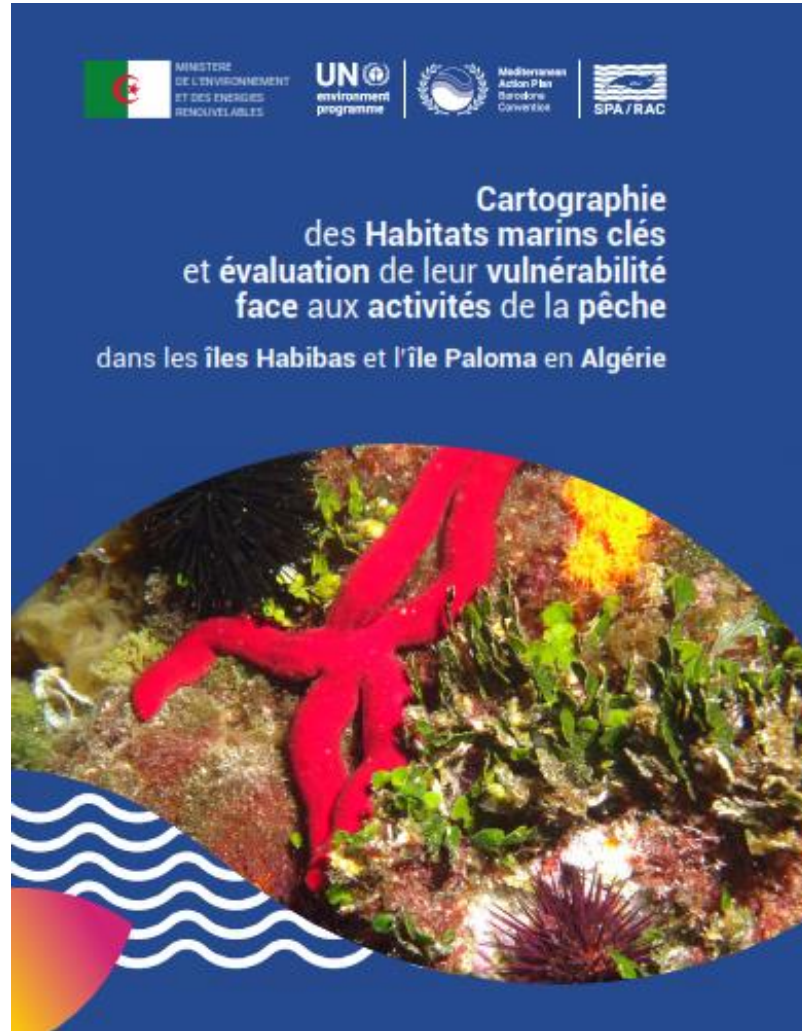


تقييم القيمة الاقتصادية لخدمات الأنظمة الإيكولوجية لمنطقة البحيرات في الحظيرة الوطنية للقالمة



الرؤية البيئية: حالة ولاية الطارف

• الإدارة المستدامة للموارد



الرؤية البيئية: حالة ولاية الطارف

• التثقيف والتوعية البيئية

Logo of "coopérative allemande" and "Ministère de l'Environnement et des Energies Renouvelables" with a globe icon and "giz" logo.

Quelques exemples des visuels réalisés suite aux nouvelles recommandations, en y intégrant quelques espèces emblématiques du PNEK



Logo of "Ministère de l'Environnement et des Energies Renouvelables" and "giz".

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

C'est votre patrimoine, préservez-le! هذا تراثكم، حافظوا عليه!



الرؤية البيئية: حالة ولاية الطارف



- التقليل من التأثيرات البيئية
- التعاون والشراكات



Le projet de coopération avec la Wallonie Bruxelles: Mise en place d'un Programme de Formation d'éco-conseillers en Algérie.

Le secteur de l'Environnement dispose d'un **projet** inscrit dans le cadre du Programme institutionnel algéro-français **PROFAS C+**: « Implication, capitalisation et duplication des expériences de la femme algérienne dans la gestion et la valorisation des déchets ».



الشعاب الاصطناعية و تنمية السياحة البيئية

décret exécutif n17-363 du 25 décembre 2017, fixant les modalités de création des récifs artificiels

توفير مواقع للغوص والغطس:

. الشعاب الاصطناعية يمكن أن تحسن من تجربة الغوص والغطس بتوفير بيئة محيطية للحياة البحرية. يمكن للسياح استكشاف هذه المناطق ومشاهدة مجموعة متنوعة من الكائنات البحرية.

جذب الصيادين وعشاق الغوص:

. توفير بنية بحرية صديقة للحياة البحرية يمكن أن يجذب الصيادين وعشاق الغوص، مما يعزز السياحة البحرية ويسهم في تطوير قطاع السياحة المتعلق بالبيئة البحرية.

تطوير الأنشطة الرياضية المائية:

. يمكن استخدام الشعاب الاصطناعية لدعم الأنشطة الرياضية المائية مثل ركوب الأمواج، والتجديف، والغطس بالزجاجة، مما يوسع نطاق الفعاليات المتاحة للزوار.

تقديم تجارب الغوص الفريدة:

. تكون الشعاب الاصطناعية مواقع فريدة للغوص تُقدم تجارب فريدة للغواصين، مما يجعلها وجهة جذابة للرياضات البحرية.



المحافظة على الشريط الساحلي مع مراعاة الجانب السياحي

يتطلب تناغما بين تلبية احتياجات السياح والحفاظ على البيئة البحرية والسواحل, و إليكم بعض الإرشادات لتحقيق هذا التوازن

1. تخطيط مستدام:

- تطوير خطط استدامة تأخذ في اعتبارها الحفاظ على التنوع البيولوجي والبيئي.
- ضمان توجيه النمو السياحي بشكل يحافظ على توازن النظام البيئي الساحلي.

2. الحفاظ على التضاريس الطبيعية:

- منع التنقيب غير المشروع وإزالة النباتات الرملية التي تثبت التربة.
- تعزيز استخدام الأساليب الطبيعية للحفاظ على الكثبان الرملية.

3. إدارة المخلفات:

- تنظيم نظام فعال لإدارة المخلفات السياحية وتعزيز إعادة التدوير.
- التحفيز على استخدام مواد صديقة للبيئة في المناطق السياحية.

4. التثقيف البيئي:

- تقديم برامج توعية بيئية للزوار لفهم أهمية الحفاظ على الشريط الساحلي.
- إشراك المجتمع المحلي في جهود التثقيف حول الممارسات البيئية المستدامة.



المحافظة على الشريط الساحلي مع مراعاة الجانب السياحي

يتطلب تناغما بين تلبية احتياجات السياح والحفاظ على البيئة البحرية والسواحل, و إليكم بعض الإرشادات لتحقيق هذا التوازن



5. تنظيم البنية التحتية:

- تطوير بنية تحتية قائمة على استدامة للمرافق السياحية.
- تحسين وسائل النقل العامة والتشجيع على وسائل النقل ذات الصلة بالبيئة.

6. تحديد المناطق المحمية:

- إقامة مناطق محمية تحظر النشاطات البشرية غير المستدامة وتحمي النظام البيئي.
- تشجيع الزوار على الاحترام والالتزام بالقوانين البيئية.

7. المشاركة المجتمعية:

- إشراك المجتمع المحلي في عمليات اتخاذ القرار لضمان تأثير إيجابي واستدامة السياحة.
- تعزيز فرص العمل المحلية من خلال السياحة المستدامة.

8. رصد الأثر البيئي:

- إجراء دراسات لتقييم تأثير السياحة على البيئة وتحديد السلبيات لتلافيها.
- تحسين التدابير التصحيحية للتعامل مع أي تأثير بيئي سلبي.

بتنفيذ هذه

الخطوات، يمكن

تحقيق التوازن بين

تطوير السياحة

وحماية الشريط

الساحلي، وتعزيز

تجربة الزوار بشكل

مستدام ومسؤول.





الملتقى الوطني الثاني بعنوان:

الإتجاهات الجديدة في السياحة

- الإبتكار والإستدامة في صناعة الوجهات السياحية -

يومي 25 -26 جوان 2024

قسم العلوم السياسية جامعة 8 ماي 1945 .

عنوان المداخلة:

السياحة التضامنية كألية لتحقيق التنمية المحلية المستدامة

- السياحة الحموية في ولاية خنشلة نموذجا -

د/ حكار حنان

أستاذ مساعد ب

جامعة عباس لغرور - خنشلة

الملخص:

تعد السياحة التضامنية شكل من أشكال التنمية السياحية المستدامة، والتي تأخذ بعين الاعتبار الجانبين الاجتماعي والبيئي ولا تقتصر على الجانب الاقتصادي فحسب وذلك باعتبارها آلية لتحفيز التنمية المحلية في الجزائر وتجاوز الهشاشة التي تعانيها بعض المناطق لاسيما الداخلية منها.

وتعتبر السياحة الحموية من القطاعات الإستراتيجية الهامة التي تساهم في تنمية الاقتصاد وضمان استدامته، كونها الأقرب لتجسيد مفهوم السياحة التضامنية والأكثر دعما للثقافة المحلية و الحفاظ على البيئة و احترام الثقافات المختلفة، والجزائر من أكثر الدول التي تتوفر على كم هائل من المنابع الحموية المنتشرة على كامل التراب الوطني، وتشهد إقبالا سياحيا كبيرا بفضل ماتقدمه من خدمات استشفائية واستجمامية في الوقت ذاته، وتعد مدينة خنشلة إحدى هذه المحطات السياحية الهامة والمتجسدة خاصة في كل من حمام الصالحين وحمام لكنيف، المتواجدين ضمن إطار طبيعي وموقع أثري وتاريخي بامتياز، وهو الأمر الذي جعل من مفهوم السياحة العلاجية رهانا جديدا يخوض فيه العديد من الفاعلين في القطاع السياحي.

مقدمة :

تعتبر الجزائر إحدى البلدان السياحية الهامة والمتنوعة لما تزخر به من شواطئ ومساحات خضراء وجبال وواحات وآثار وحمامات معدنية ، وبعد دخولها اقتصاد السوق بدأ التركيز أكثر على المجال السياحي يظهر تدريجيا بعد أن كان هشا ، حيث أدى هذا الاهتمام إلى توجهات سياحية كبيرة هدفها تحقيق التنمية المستدامة، ونظرا لما تزخر به هذه الأخيرة من إمكانيات سياحية معتبرة تدخل معظمها

ضمن إطار السياحة التضامنية وما تحمله من قدرات على تنمية المناطق السياحية المختلفة كونها تؤثر تأثيرا مباشرا على مسألة التنمية فيها لاسيما منها السياحة الحموية والريفية والجبلية التي تحتك مباشرة بالساكنة المحلية ومن شأنها خلق مناصب وفرص عمل شتى اعتمادا على مؤهلات محلية بسيطة جدا، كما هو الحال في العديد من الدول لاسيما تركيا، ولمعالجة هذه الدراسة سنحاول التركيز على الإشكالية التالية:

إشكالية الدراسة :

إلى أي مدى يمكن أن تساهم السياحة التضامنية في تحقيق استدامة التنمية السياحية في الجزائر ؟

المحاور الرئيسية:

- 1- السياحة التضامنية والتنمية السياحية المستدامة : إطار مفاهيمي علائقي
- 2- السياحة الحموية في الجزائر وتحديات الاستدامة
- 3- المحطات الحموية في مدينة خنشلة وأثرها على تنمية المنطقة

أهداف الدراسة :

يمكن حصر أبرز أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- التعرف على أبرز المفاهيم المتعلقة بكل من السياحة التضامنية والتنمية السياحية المستدامة والسياحة الحموية وماتقدمه هذه المفاهيم من دلالات لها الأثر البارز في تكوين الفهم العام للوجهات السياحية وكيفية تطويرها .
- الإطلاع على واقع السياسات المنتهجة لتفعيل دور السياحة الحموية في الجزائر باعتبارها من أبرز مجالات النشاط السياحي المطروحة بقوة، وما يطرحه من تحديات عليها.
- محاولة التعرف على أبرز المحطات الحموية في ولاية خنشلة ودورها في تفعيل عجلة التنمية المستدامة.

المحور الأول: السياحة التضامنية والتنمية السياحية المستدامة : إطار مفاهيمي علائقي

مفهوم السياحة:

لقد تعددت التعاريف المرتبطة بالسياحة بتعدد آراء الباحثين وتوجهاتهم واختلاف زوايا النظر كل ومجاله واختصاصه فمنهم من اعتبرها ظاهرة اقتصادية اجتماعية وثقافية أو مزيج فيما بينهم ومنهم من اعتبرها الأساس في تنمية العلاقات الدولية والثقافية والرياضية

وقد عرفت منظمة السياحة العالمية (WTO) World Tourisme Organisation بأنها " نشاط من الأنشطة التي تتعلق بخروج الفرد عن الوسط الذي يقيم فيه ولمدة لا تتجاوز سنة متواصلة لغرض الترفيه والاستمتاع وغيرها على ألا تكون مرتبطة بممارسة نشاط يهدف الحصول على دخل " ¹

كما تعرف بأنها: " نشاط يقوم به الإنسان بغية الترويج عن نفسه من الأعمال التي يزاولها في مدة من الزمن فهي حركة يؤديها الفرد أو مجموعة من الأفراد بغرض الانتقال من مكان الى آخر لأسباب

¹ -Barma . J, Marketing du Tourism de l'hotellerie, Troisième édition, PARIS: édition d'organisation, 2004,p 50.

اجتماعية أو للترفيه أو لقضاء الإجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات أو للعلاج وليس بغرض العمل أو الإقامة الدائمة ولا يدخل في السياحة الهجرة من بلد الى بلد أو حتى للعمل المؤقت أو أعضاء السلك الدبلوماسي " 1

وعليه يمكن القول أن لمفهوم السياحة مجموعة من الخصائص يمكن إجمالها في نقطتين رئيسيتين وهما :

الأولى: ضرورة انتقال الفرد من مكان إقامته الرئيسي الى مكان آخر قصد التمتع والانتفاع الثانية: من الضروري أيضا أن تكون فترة الانتقال مؤقتة وليست دائمة وبذلك نستثني الهجرة والإقامة الدائمة .

وباختصار حتى يتحقق مفهوم السياحة يجب الأخذ بعين الاعتبار كل من العامل المكاني والزمني .

مفهوم السياحة المستدامة:

على الرغم من درجة الاهتمام الأكاديمي بموضوع السياحة المستدامة إلا انه لا يوجد لحد الآن تعريف متفق عليه لها، لكن سنورد بعض الاجتهادات:

حسب (Butler) فهي السياحة التي تم تطويرها والمحافظة عليها بطريقة تبقى القابلية للحياة على مدى فترة غير محددة ولا تغير البيئة (البشرية والمادية) في جميع الأحوال التي كانت موجودة بحيث يحقق تنمية ناجحة ورفاهية للمجتمع.²

أما (Hunter) فيرى السياحة المستدامة تتمحور حول منظور يؤكد على استدامة السياحة في حد ذاتها بدلا من مساهمة السياحة في التنمية المستدامة بشكل عام.³

وحسب (Sezgin and Kalaman) هي تعلق العملية الإدارية بالبيئة ، وهذه الإدارة يجب أن تكون مصممة خصيصا لتلبية احتياجات كل من المضيفين والسياح للسلامة الثقافية والبيئة والتنوع البيولوجي والوظائف الحيوية.⁴

ولذلك يمكن القول أن السياحة المستدامة تركز على حماية التنوع البيئي والبيولوجي والثقافي والحفاظ على مقومات المجتمع ككل أي سياحة تتماشى مع القيود البيئية وهذا لخلق عائد دائم للمجتمع أي ضمان التوازن بين العوائد على المدى القصير وعلى المدى الطويل (القابلية للحياة والاستدامة)

أشكال السياحة المستدامة:

¹ - كريم عامرة، عادل زيراوي، دور السياحة التضامنية في دعم التنمية الريفية – تقييم واقع السياحة الريفية بولاية سوق اهراس وفقا لتحليل SWOT، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية ، المجلد 6، العدد 1، 2022، ص . 124.

² - Richard Sharpley, tourism development and the environment Beyond Sustainability?, Earthscan publishes in association with the international Institute for environment, USA ,2012, p. 61.

³ - Op.cit p.59.

⁴ - Mehmet Bahzat ,Ekinci the cittas low philosophy in the context of sustainable tourism development: the case of Torky, 'Jornal of Tourism Management' Volume 41, April 2014, p.179.

توجد عدة أشكال للسياحة يمكن دمجها ضمن التعريف العام للسياحة المستدامة، وتشترك هذه الأشكال في عدة نقاط وتختلف في نقاط أخرى تعتبر هذه الأخيرة من خصوصيات كل شكل ، وعموما فإنها توجهها نحو إحدى الركائز الثلاث للتنمية المستدامة ، وتؤثر عوامل ومعايير أخرى في تحديد أشكال السياحة كالمستوى الاقتصادي للبلد ومدى وعيه الاجتماعي ومستواه الثقافي بالإضافة الى تاريخه وحضارته وبيئته ومناخه ومؤهلاته السياحية وتموقع منتجته السياحي حيث تتمحور السياحة البيئية مثلا حول المكون البيئي (الطبيعة كمنتج سياحي) من خلال الحفاظ على المواقع الطبيعية من الغابات ، المجمعات المائية الثروة الحيوانية)

1- **السياحة المسؤولة :** حسب التحالف الدولي للسياحة تعبر السياحة المسؤولة عن كل شكل من أشكال التهيئة والانشطة السياحية التي تحترم وتحافظ على المدى الطويل على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية التي تساهم بدورها بشكل ايجابي وعادل في تنمية وازدهار الأفراد الذين يعيشون ويقومون بهذه الفضاءات، كما تساهم السياحة المسؤولة كذلك في خلق التفاهم والاحترام المتبادل بين الناس وباعتبارها محركا للازدهار الفردي والجماعي تركز السياحة المسؤولة على الأصالة ولقاء السياح بالسكان المحلية من جهة والتسيير المعقلن للموارد الطبيعية من جهة أخرى.¹

2- **السياحة البيئية:** تحدد السياحة البيئية أشكال السياحة التي يتم اعتمادها في المجال الطبيعي ، وهي مرتبطة ارتباط وثيقا بمفهوم اكتشاف الأوساط الطبيعية والحرص على الحفاظ على عليها وتحسيس السياح بأفضل الممارسات المتعلقة باحترام البيئة الطبيعية والبشرية التي تستضيفهم.²

3- **السياحة العادلة:** تعرف بأنها مجموعة من أنشطة الخدمات السياحية التي يقدمها الفاعلون السياحيون لمسافرين مسؤولين ويتم إعدادها من قبل الجهات المستضيفة المحلية التي تشارك بكيفية مهمة في تطوير تعريف هذه الأنشطة (مع احتمال تعديلها وتوجيهها أو وقفها) وتسييرها المستمر ويجب ان تكون الفوائد الاجتماعية والثقافية والمالية لهذه الأنشطة ملموسة محليا وموزعة بشكل متساو بين أعضاء الساكنة المحلية.

4- **السياحة الاجتماعية:** وتؤكد على البعد الاجتماعي فهي نتاج ضرورة أخلاقية بغية جعل السياحة للجميع وهي تولي أهمية خاصة لفئات المجتمع ذات الدخل الضعيف والمحدود (الشباب وفئة من المتقاعدين على وجه الخصوص) وذوي الاحتياجات الخاصة الذين يمكنهم العمل في المجال السياحي ، وحسب المكتب الدولي للسياحة الاجتماعية الذي يهدف الى تشجيع تنمية السياحة الاجتماعية دوليا فالسياحة الاجتماعية هي " مجموع التقارير والظواهر الناتجة عن المشاركة في السياحة خصوصا مشاركة الطبقات الاجتماعية ذات الدخل المحدود ويمكن تحقيق هذه المشاركة أو تسهيلها عبر إجراءات ذات طابع اجتماعي"³

5- **السياحة التضامنية:**

السياحة التضامنية هي مفهوم يجمع بين أشكال السياحة البديلة التي تعطي أولوية وأهمية قصوى للناس واللقاء خلال السفر وتندرج ضمن إطار تنمية الوجيهات السياحية المحلية في مختلف مراحل المشروع السياحي واحترام الأفراد والثقافات والطبيعة، والتوزيع العادل للثروات والموارد المحصلة كما

1 - عيد الله شكة ، عز الدين عطية، السياحة الخضراء نحو سياحة مستدامة – عرض لعلامة المفتاح الأخضر بالمملكة المغربية-، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد الأول، العدد 1 ، ديسمبر 2016، جامعة الشهيد حمه لخضر ، الجزائر، ص.63.

2 - نفس المرجع ، ص.64.

3 - هارولد جودوين، السفر بمسؤولية في عالم محدود ، مجلة الوجهة: نحو سياحة مسؤولة، العدد الأول، 2010، ص.7.

تهدف السياحة التضامنية الى جعل كل من السياح والساكنة المحلية في آن واحد كمتعهد ومستهلك للنشاط السياحي .

يمكن القول أيضا أن السياحة التضامنية هي نوع من أنواع السياحة المستدامة والتي تهدف بالأساس الى تنمية سياحية محلية في إطار دعم الثقافة المحلية والحفاظ على البيئة واحترام الثقافات المحلية وترتكز السياحة التضامنية على المقومات التالية:

- تحسيس السياح بتنظيم أسفار عبر مجموعات تضامنية .
- تشجيع التواصل مع الساكنة المحلية لقاءات أنشطة فلكلورية مأوى تقليدي مع الساكنة.
- تحسيس السياح بضرورة الحفاظ على البيئة من خلال تحسيسهم بعدم رمي القمامات والاهتمام أكثر بنظافة المحيط.
- تنظيم رحلات لفائدة السياح ومصاحبتهم لاكتشاف الثقافة المحلية والمساهمة في الاقتصاد المحلي من خلال دعم المشاريع التنموية المحلية من طرف السياح المتضامنين.

وتتميز السياحة التضامنية بكونها تجمع بين عدد من أشكال السياحة سواء الثقافية أو الاجتماعية أو الرياضية ، وتهدف بالأساس الى تنظيم رحلات جماعية استكشافية لمنطقة معينة حيث يتم إحساس الساكنة المحلية بضرورة إحسان التعامل مع السياح وانفتاحهم على الزوار من خلال تبادل الثقافات والمساهمة في التنمية المحلية خاصة المرتبطة بالسياحة المحلية، (إيواء تقليدي، منتج محلي، احترام السياح ...) ويساهم السياح بدورهم في التنمية المحلية من خلال دعمهم المشاريع المحلية ثم إن الميزة الأساسية للسياحة التضامنية هي ترسيخها لأهمية التضامن والتكافل مع الساكنة المحلية المستقبلية مرتكزة على ثلاث مبادئ أساسية : التواصل ، التضامن ثم التنمية

والهدف الأساسي من السياحة التضامنية هو محاولة خلق علاقة تعايش وتسامح بين السكان المحليين والسياح، علاقة تبنى على الاحترام مما يسمح للسياح بتعميق نظرهم في المجتمع المستقبل والتعرف عن قرب على ثقافته وخصائصه ، حيث يعيش السياح الى جانب الساكنة والتعرف من خلالها على خصوصياتهم وشروط عيشتهم وعن نمط معيشتهم وأنشطتهم الفلاحية والاقتصادية والثقافية ثم فلسفتهم في الحياة.¹

المحور الثاني: السياحة الحموية في الجزائر وتحديات الاستدامة

قبل التعرّيج على واقع ومتطلبات السياحة الحموية في الجزائر لابد بداية من الحديث عن تعريف السياحة الحموية والتي تعرف امتدادا تاريخيا واسعا لكن ازدادت بروزا مع التطور الذي عرفه هذا القطاع من خلال إنشاء الفنادق والمنتجعات الصحية والمرافق الترفيهية من أجل توفير الراحة لتحقيق العلاج والمتعة كما تعد السياحة الحموية من أهم أنواع السياحة الحديثة وهي تلك السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند المواطنين، وتمارس من أجل الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع ، كما تستخدم فيها الينابيع المعدنية كوسيلة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب وتؤدي المياه المعدنية دورا بالغ الأهمية في السياحة العلاجية وعليه تعتمد السياحة الحموية

¹ - سفراء السياحة القروية التضامنية ، مفهوم السياحة التضامنية ، على الرابط الإلكتروني: <https://solidarityhebron.org/ar/alternative-tourism-arabic> .

أساسا على الحمامات المعدنية التي تعتمد بدورها على المياه المعدنية الحرارية المستخدمة في علاج العديد من الأمراض كما تعتبر الحمامات المعدنية مقاصد للترفيه والاستجمام¹.

واقع السياحة الحموية في الجزائر:

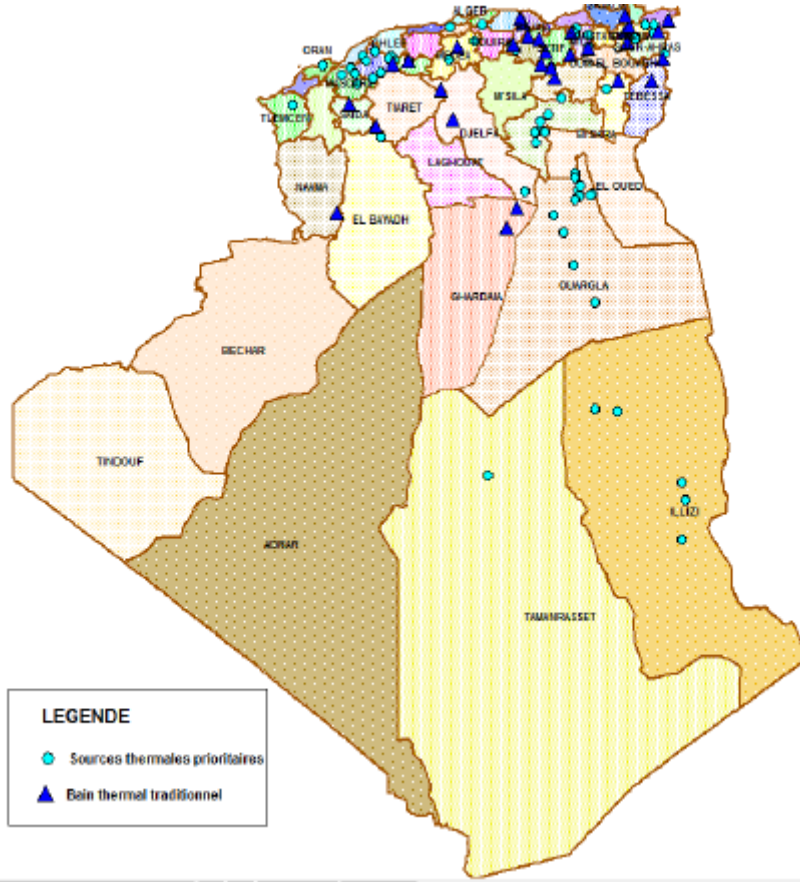
يشهد قطاع السياحة الحموية في الجزائر نشاطا مكثفا سواء ما تعلق بالقوانين المنظمة أو الترويج للإمكانيات أو إبرام صفقات التعاون ما ترك انطبعا إيجابيا لدى المعنيين من المهنيين والمواطنين بأن تنوع الاقتصاد ومنه أصبحت السياحة الحموية في الوقت الراهن شكل من أشكال الإنتاج والصناعة، حيث أصبحت العيون المعدنية محطات سياحية ومراكز تتوفر على وسائل الاستقبال والبنيات التجارية كما تتكيف مع واقع وجغرافية جديدة وتستجيب لحاجيات وثقافة سياحة وليدة دون ان تفقد جوهر وجودها كعيون معدنية طبيعية ونتيجة لمظهرها العصري ساهمت هذه المحطات في إنشاء السياحة العلاجية لجميع أشكالها وأصبحت نشاطا واعدة على مستوى الحركة السياحية ككل.

ولقد أظهرت دراسة تحيين الحصيصة الحموية في الجزائر المنجزة سنة 2020 عبر كل التراب الوطني بينت وجود 282 منبع حموي على شكل منابع طبيعية بالإضافة الى 90 حق امتياز استعمال المياه الحموية الذي تم منحه، ومع مراعاة الخصائص الفيزيوكيميائية وكذا القيمة العلاجية لهذه المياه الحموية يوجد حاليا مايقارب 100 منبع حموي يمكنها إيواء مشاريع حموية جديدة والتي من بينها 34 حمام معدني يستغل بطريقة تقليدية من جهة أخرى تتمتع الجزائر بشريط ساحلي بطول 1600 كيلومتر والذي يعتبر مناسبا لتطوير سياحة الصحة والترفيه اعتمادا على استغلال هذا المورد لانجاز مراكز المعالجة بمياه البحر².

الشكل رقم (01): توزيع مناطق التوسع السياحي عامة والسياحة الحموية خاصة

¹ - منى لخساف ، دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، ص.89.

² - السعيد جقييل، آدم رحمون، القطاع السياحي ودوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة- السياحة الحموية في الجزائر نموذجا، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 13، العدد 01، 2023 ، ص.651، 652.



المصدر : وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة ، على الرابط الإلكتروني:

<https://www.eco-algeria.com/tags>

أهم مقاصد السياحة الحموية في الجزائر:

توفر المنابع الحموية المنتشرة بكثرة في الجزائر خدمات صحية بالجملة تساهم في العلاج الطبيعي لما يزيد عن عشرة أمراض نظرا لنجاعتها العلاجية وتمتع مياهها الحارة بخواص أقنعت الأطباء بجدوى توجيه مرضاهم إليها وهذا الأمر أدى الى تطوير تسميتها من الحمامات المعدنية الى المؤسسات الصحية البديلة وبالرغم من توفر الجزائر على هذه المصادر الحموية إلا ان العدد المستغل منها فعليا يقدر ب 09 مصادر فقط، وقد شيدت أمام هذه المياه مراكز صحية واستحمام وترفيه منها للعلاج بمياه البحر بسيدي فرج ، حمام قرقور ، حمام ريغة ، حمام الصالحين... وغيرها¹، ويوضح الجدول التالي أهم محطات الحمامات المعدنية في الجزائر بمؤشرات الفيزيائية والعلاجية.

جدول رقم (1): أهم المحطات والمقاصد الحموية في الجزائر

¹ - نفس المرجع السابق، ص. 653.

الحمام	الولاية	المؤشرات الفيزيائية	المؤشرات العلاجية
ربي	سعيدة	الكلور ، الصوديوم 49 درجة	الجلدية، التنفسية، الروماتيزم
بوغرارة	تلمسان	بيكربونات الصوديوم ، الكلور 45 درجة	الجلدية، التنفسية، الروماتيزم
ريغة	عين الدفلى	الحديد و الكبريت و كبريتات الكالسيوم، 68 درجة	الجلدية و العظام
بوحنيقة	معسكر	اليكربونات و المغنيزيوم، 45 درجة	الروماتيزم ، داء الشلل، الأنف و الاذن ،الخنجرة ، تصلب الشريين،، الالتهاب
الصالحين	بكرة	الكبريت، 40 درجة و 60 درجة	الروماتيزم، الجلدية، التنفس
دباغ	قالمة	الكالسيوم ، المغنيزيوم، الصوديوم، الكلور، سلفات، البكربونات، النترات ، 96 درجة	الروماتيزم، ضغط الدم، الجلد، الحساسية، الاذن و الخنجرة، الجهاز البولي، التنفسية، تفتت حصيات الكلى
أولاد علي	قالمة	المغنيزيوم، اليكربونات الصوديوم ،سلفات، كالسيوم، بوتاسيوم، 57 درجة	أمراض المفاصل، الأعصاب ، التنفسية، الجلدية، الأنف و الاذن و الخنجرة
قرقور	سطيف	كبريتات الصوديوم، 45 درجة	الروماتيزم الجلدية ، العيون ،أمراض النساء
بوحجر	عين تيموشنت	كلورد الصوديوم 57 درجة ،72 درجة	الروماتيزم ، العظام، و البدانة

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة ، مرجع سابق.

يلاحظ من الجدول أعلاه عدد وأهمية الأمراض التي يمكن علاجها من خلال الحمامات المعدنية وهذا بفضل المؤشرات الفيزيائية وما تحتويه من مختلف العناصر الضرورية في العلاج ويلاحظ تواجد كل هذه الحمامات في المناطق الداخلية للجزائر ومنها ولاية قالمة التي تملك أهم حمامين كما يتضح ان عدد المصادر الحموية في الجزائر المستغلة والمعروفة هو قليل بالمقارنة مع العدد الكلي للمصادر الحموية الذي يفوق 200 مصدر لهذا يمكن للجزائر أن تصبح رائدة في صناعة السياحة الحموية ان استغلت هذه المصادر أحسن استغلال.

آفاق السياحة الحموية في الجزائر:

ضمن خطة بعث السياحة في آفاق 2025 ومن أجل تحسين حال الثروة السياحية الحموية قررت وزارة السياحة والصناعة التقليدية بالتنسيق مع شركة مساهمات الدولة للتسيير السياحي (جيبستور) عرض الحمامات المعدنية التابعة للدولة للخصخصة لترقية وتطوير السياحة الحموية في الجزائر وإقامة مراكز للمعالجة بمياه البحر على الساحل الجزائري الى جانب مركز (طلاسو تيرابي) بسيدي

فرج، وكتجربة أولى قد تم منذ ثلاث سنوات خصخصة حمام ملوان بالبليدة وتتضمن قائمة الحمامات المعنية بالخصخصة من حمام الصالحين ببسكرة حمام بوحنيقية بمعسكر حمام قرقور بسطيف وكذلك حمام السخنة بسطيف أيضا وكذلك مركز العلاج بمياه البحر طالاسو تيرابي بسيدي فرج وحمام بوحجر بعين تيموشنت حمام بوغرارة بولاية تلمسان حمام ريغة بعين الدفلى وهي تعاني في معظمها من تدني مستوى خدماتها وإضافة الى تدهور الوضعية المالية بسبب سوء التسيير وعدم استغلال الثروة الطبيعية التي تزخر بها استغلالا كاملا على الرغم من توفر كل الإمكانيات¹، وقد تم عقد بعض الملتقيات لدراسة كيفية النهوض بالسياحة الحموية منها الملتقى الوطني الذي احتضنته مدينة قالمة تحت شعار النشاط الحموي عامل لتنمية السياحة الوطنية بإشراف وزير السياحة وهو بمثابة دعوة جميع الفاعلين في هذا القطاع الى رفع التحدي وتضافر الجهود بهدف الارتقاء بالسياحة الحموية في الجزائر باعتبار وجود مؤهلات طبيعية وثقافية في الجزائر غير مستغلة بالشكل المطلوب مما يستدعي الإسراع الى تدارك التأخر ومسايرة متطلبات السوق السياحية الحموية الوطنية والدولية كما قامت السلطات العمومية بالجزائر باستحداث مديرية على المستوى المركزي للوزارة الوصية تعنى حصريا بالحمامات المعدنية مع إدراجها ضمن النشاطات السياحية ذات الأولوية كما عليها تشخيص ومعالجة العراقيل للنهوض بهذا النمط السياحي.²

متطلبات تطوير وتنمية السياحة الحموية المستدامة في الجزائر:

يتضح مما سبق أن الجزائر تمثل فرصة استثمارية هائلة في قطاع السياحة الحموية الا ان الدولة بحاجة الى اتخاذ عدد من الإجراءات ووضع السياسات والتشريعات الملائمة التي تساعد على تحسين البيئة والمناخ الاستثماري بالإضافة الى تحسين بيئة الأعمال حتى تتمكن من توفير خدمات أكثر فعالية وأكثر تطورا لتناسب كافة الاحتياجات والإمكانيات وتسعى الجزائر الى رفع عائداتها السياحية الى 900 مليون دولار بحلول عام 2025 أي مايمثل 3 بالمئة من الناتج الداخلي للجزائر علما ان الأخيرة لم تحقق سوى 140 مليون دولار كعائدات سياحية في العام الأخير في حين تجاوزت كل من تونس والمغرب هذه النسبة بكثير ويربط خبراء إنعاش المنظومة السياحية في الجزائر بتحسين مستوى ونوعية الخدمات وإنشاء بنك للاستثمار السياحي يتكفل بضمان تمويلات لمختلف المشاريع السياحية بغرض إعطاء دفع جديد للشراكة والاستثمار في المجال السياحي بالجزائر ضمن خطة بعث السياحة في أفق سنة 2025، وتقوم الخطة على تجهيز مواقع الجزائر السياحية وهيكلها الفندقية لاستقبال أربعة ملايين سائح نصفهم من الأجانب بمعدل خمس ليالي لكل سائح، لكن ذلك يتطلب بحسب الخبراء ضرورة إقناع 1.4 مليون سائح جزائري بعدم قضاء عطلم في الخارج وتوفير مبالغ كبيرة من العملة الصعبة وللوصول الى ذلك لابد على الحكومة الجزائرية أن تعمل على تطوير استراتيجيات محددة الهدف وان تعمل على وضع خطط منسقة ومتناسقة تعمل باتجاه موحد لتحقيق هدفها، كما انه لابد من تبني سياسات تعمل على خلق بيئة أكثر تنافسية وجاذبية للاستثمار تتيح قدرا من الحرية والمرونة للقطاع الخاص حتى يتمكن من تبني مبادرات رائدة وعقد شراكات إقليمية ودولية وعلى الحكومة أيضا تطوير شركات فاعلة بين القطاع العام والخاص بحيث يتحقق تعاون وتنسيق مستمر بين كافة الأطراف المعنية، وكذلك تطوير قنوات تعاون وتنسيق مستمرة مع شركات

¹ - خالد كواش، الدور الاقتصادي والاجتماعي للسياحة حالة الجزائر المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة- دراسة تجارب بعض الدول، جامعة البليدة، الجزائر، يومي 24 و25 أفريل 2012، ص.06.

² - عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة باتنة، 2010، ص.17.

السياحة ومنظمو الرحلات في الدول الأخرى وخلق شركات مشتركة ، إضافة الى رفع الوعي المجتمعي بضرورة الاهتمام بهذا القطاع جنبا الى جنب مع الحكومة الوصية والحفاظ على المواقع والوجهات السياحية لضمان مستقبل واعد يخلق فرص خدماتية للامة ويوفر مناصب شغل متخصصة في القطاع السياحي للمهتمين بهذا المجال.¹

المحور الثالث: المحطات الحموية في ولاية خنشلة وأثرها على تنمية المنطقة

موارد قطاع السياحة في ولاية خنشلة :

تتمتع ولاية خنشلة بإمكانيات سياحية هائلة: غابات، حمامات، جبال والآثار والمعالم التاريخية ومناظر جد خلابة، كما تتوفر الولاية على غابات متنوعة منها (الصنوبر الحلبي، الصنوبر الأطلسي) هذه الأخيرة بإمكانها منح فرص كبيرة في مجال التسلية والراحة وخلق سياحة إقامية وعبور. بالإضافة إلى مناطق الرمال؛ الآثار والمواقع التاريخية، في مختلف المناطق وخاصة وادي العرب، وبيجر وبني بربير. حيث الواحات الرائعة والحدائق والممرات والأودية، وكذلك مواقع طبيعية ذات المناظر الخلابة الرائعة يمكن استصلاحها في قطاع الغابات على غرار غابات أولاد يعقوب وبني أوجانا وبني إملول.

أما فيما يخص المواقع الحموية، فإن ولاية خنشلة تتوفر على الكثير من المنابع الحموية ومن أهمها المحطة الحموية حمام الصالحين والمحطة الحموية حمام لكنيف (المحطة البخارية الوحيدة على مستوى الوطن).

الشكل رقم (2): مناطق التوسع والمواقع السياحية المتواجدة على مستوى ولاية خنشلة

التسمية	الموقع	المساحة (هكتار)	المقومات السياحية
حمام الصالحين	خنشلة- الحامة	327.70	- سياحة طبيعية (المحطة المعدنية حمام الصالحين) - سياحة ثقافية (معالم رومانية ، بربرية)
تانوت	خنشلة	48	سياحة جبلية ومعدينية
عين السيلان	خنشلة	07	سياحة جبلية ومعدينية

¹ - السعيد جقيدل آدم رحمون، مرجع سابق، ص.256،257.

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية خنشلة، المواقع السياحية، على الرابط الإلكتروني:
<https://khenchela.mta.gov.dz/%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%88%d8%a7%d9%82%d8%b9-%d8%a7%d9%84%d8%b3%d9%8a%d8%a7%d8%ad%d9%8a%d8%a9>

كما توجد منابع حموية اخرى غير مستغلة نذكر منها:

- عين الخيان وعين جرير - بلدية بوحمامة
- تمرسيت على بعد 5 كم شمال خيران
- أركان بالقرب من منطقة هلة ، بلدية خيران
- تحسونت على بعد 6 كم من مدينة جلال.

إن استغلال كل هذه القدرات يمكن لها أن تظفي نشاطات أخرى في قطاع السياحة منها:

- السياحة ورياضة المضامير
- السياحة الإقامية
- التسلية والترفيه.

كما أن استغلال المنشآت الملائمة (الفنادق، المأوى وغابات التسلية والرياضات الخريفية) من شأنه خلق سياحة ذات بعد جهوي ووطني.¹
الجدول رقم (02) : أهم المواقع السياحية في ولاية خنشلة وتاريخ تصنيفها

تاريخ التصنيف	الموقع	طبيعة الموقع
30/01/1928	منطقة تيزقرارين - تبردة - وادي بني بربر (ششار) - منطقة جلال - وادي العرب (بابار خيران - الولجة) - مغارات فرينقال -	المواقع الطبيعية
03/11/1999	قصر الكاهنة ببلدية بغاي - قصر الجازية اضريح سيدياس) منطقة أولاد عزالدين بلدية المحمل -	المواقع الأثرية

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية خنشلة، المواقع السياحية، على الرابط الإلكتروني:
<https://khenchela.mta.gov.dz/%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%88%d8%a7%d9%82%d8%b9-%d8%a7%d9%84%d8%b3%d9%8a%d8%a7%d8%ad%d9%8a%d8%a9>

محطة حمام الصالحين :

¹ - د.م، إمكانيات الولاية: خنشلة، على الرابط الإلكتروني:
https://interieur.gov.dz/Monographie/ar/detail_axe.php?wilaya=40&type=potentialite

تعد محطة حمام الصالحين المعدنية بولاية خنشلة، معلما اثريا تاريخيا رومانيا مصنفا، بحيث يعود تاريخ تشييده إلى العهد الروماني سنة 69 ميلادي، على يد القائد الروماني «فلافيان»، استنادا إلى الباحث الأثري الفرنسي «ستيفان جسال» في كتابه المعالم القديمة الجزائرية، وهو عبارة عن مرفق سياحي استشفائي، يقع وسط منطقة غابية، ذات مناخ متميز، ومناظر طبيعية ساحرة، تضاف إلى خصائص مياهه المعدنية الحموية، ذات التركيبة الكيميائية الاستشفائية، بدرجة حرارة 70 درجة عند المنبع، ما يؤهل هذا المركب لأن يكون مقصدا سياحيا بامتياز، ومورد اقتصاديا جد هام يدر الكثير على ميزانيتي البلدية والولاية، إذا استغل استغلالا جيدا وتكاثفت الجهود من عدة جهات للنهوض به.

وتقع محطة حمام الصالحين، غرب عاصمة الولاية خنشلة، على بعد 07 كيلومتر، وتبعد بـ 02 كيلومتر على بلدية الحامة صاحبة الاختصاص الإقليمي والتسيير الإداري لهذا المرفق الذي يتشكل من مسبحين رومانيين للرجال، وأربعة مسابح مغطاة للنساء، إضافة إلى 40 غرفة فردية للاستحمام مزودة بالأحواض و50 غرفة أخرى خاصة بالمبيت. كما تتواجد بالمحطة، عدة مرافق خدمتية، منها فندق دار المعلم، مركز الراحة الخاص بالمجاهدين وفندق البريد وفندق الإخوة بوزيدي، يتوسطهم منتزه للعائلات يحتوي على مطعم كبير ومساحات للراحة واللعب، ومركز الأمن الشبه حضري، وهي المرافق التي أهلت هذا المركب لأن تصل قدرة استيعابه إلى 700 ألف شخص سنويا!

مدى مساهمة المحطة الحموية حمام الصالحين في تنمية المنطقة

على الرغم من الإمكانيات الهائلة التي تتمتع بها هذه المحطة الحموية وما قدمته من فرص عمل للسكان المحلية وجعل المنطقة محل إقبال كبير من طرف السياح خاصة من طرف المناطق المجاورة للولاية إلا انه لم يرقى بعد للوصول الى كونه وجهة سياحية وطنية ذات إقبال من مختلف ولايات الوطن وهو ما يستوجب من السلطات المحلية والوطنية ضرورة الاهتمام بهذا المورد السياحي الهام خاصة انه يتموقع في إقليم جبلي سياحي بامتياز وبالتالي إمكانية الجمع بين السياحة الحموية والجبلية أو ما يعرف بالسياحة الريفية بصفة عامة وبالتالي تحقيق مفهوم السياحة التضامنية بامتياز .

ولكون العوائد المالية التي تنجم عن استغلال مثل هذه الوجهات السياحية تصب مباشرة في ميزانية الولاية فبالتالي بإمكان هذه المحطة الحموية الهامة الدفع باقتصاد المنطقة للأمام وخلق فرص تنمية أخرى تستهدف العديد من القطاعات .

خاتمة :

وعليه يمكن القول أن السياحة التضامنية هي شكل من أشكال السياحة المستدامة ذات النفع الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والثقافي والتنمية والتعمير وعلى الساكنة المحلية ان تساهم في التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية بما يمكن من تحفيز التنمية للمجتمعات المحلية وفك العزلة والتهميش وكذا تحسين جودة عيش الساكنة من الناحية الاقتصادية والتجارية والثقافية

1 - مديرية السياحة والصناعة التقليدية خنشلة، المحطة الحموية حمام الصالحين، على الرابط الإلكتروني :

<https://khenchela.mta.gov.dz/%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%8A%D9%86/>

والسياسية أيضا من خلال فتح قنوات على مشاكل مختلفة كالتمدرس ووضعية المرأة والطفل من خلال الاطلاع عن كثب على حياة الساكنة المحلية وثقافتهم ومشاكلهم.

والسياحة الحموية هي الشكل الأمثل لتجسيد مفهوم السياحة التضامنية في الجزائر كونها الأقرب للساكنة المحلية ونمط عيشهم، وبحكم تواجد اغلب المحطات الحموية في مناطق ريفية تسمح باستثمار مختلف المقومات التي تتمتع بها هذه المناطق والدفع بعجلة التنمية السياحية المستدامة لتحقيق التنمية الشاملة .

قائمة المراجع:

الكتب:

1- Barma . J, Marketing du Tourism de l'hotellerie, Troisième édition, PARIS: édition d'organisation, 2004.

2- Richard Sharpley, tourism development and the environment Beyond Sustainability?, Earthscan publishes in association with the international Institute for environment, USA ,2012.

المذكرات:

1- لخساف منى ، دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر.

2- عيساني عامر ، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة باتنة، 2010.

المجلات:

1- جودوين هارولد ، السفر بمسؤولية في عالم محدود ، مجلة الوجهة: نحو سياحة مسؤولة، العدد الأول، 2010.

2- جقيدل السعيد ، آدم رحمون، القطاع السياحي ودوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة- السياحة الحموية في الجزائر نموذجا، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 13، العدد 01، 2023.

3- عمامرة كريم ، عادل زيراوي، دور السياحة التضامنية في دعم التنمية الريفية – تقييم واقع السياحة الريفية بولاية سوق اهراس وفقا لتحليل SWOT، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية ، المجلد 6، العدد 1، 2022.

4- شكة عبد الله ، عزالدين عطية، السياحة الخضراء نحو سياحة مستدامة – عرض لعلامة المفتاح الأخضر بالمملكة المغربية-، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد الأول، العدد 1 ، ديسمبر 2016، جامعة الشهيد حمه لخضر ، الجزائر.

5- Mehmet Bahzat ,Ekinci the cittas low philosophy in the context of sustainable tourism development: the case of Torky, 'Jornal of Tourism Management' Volume 41, April 2014.

الملتقيات:

خالد كواش، الدور الاقتصادي والاجتماعي للسياحة حالة الجزائر المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة- دراسة تجارب بعض الدول ، جامعة البليدة، الجزائر، يومي 24 و 25 أفريل 2012.

المواقع الالكترونية:

- 1- سفراء السياحة القروية التضامنية ، مفهوم السياحة التضامنية ، على الرابط الإلكتروني: https://solidarityhebron.org/ar/alternative-tourism_arabic .
- 2- د.م، إمكانيات الولاية: خنشلة، على الرابط الإلكتروني: https://interieur.gov.dz/Monographie/ar/detail_axe.php?wilaya=40&type=potentialite
- 3- مديرية السياحة والصناعة التقليدية خنشلة، المحطة الحموية حمام الصالحين، على الرابط الإلكتروني : <https://khenchela.mta.gov.dz/%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%8A%D9%86/>

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 – قالمة –

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

استمارة المشاركة في:

الملتقى الوطني الثاني حول: الابتكار والإستدامة في صناعة الوجهات السياحية

الاسم واللقب: غريب ريم _ كنزة عشاشة

الوظيفة: أستاذ مساعد ب

جهة العمل: كلية الحقوق والعلوم السياسية /قسم العلوم السياسية/جامعة 08 ماي 1945 قالمة

البريد الإلكتروني: rimghrib23000@gmail.com

البريد الإلكتروني: achachakenza34@gmail.com

الهاتف: 06.62.10.32.72

الهاتف: 06.58.93.99.08

المحور الثالث: الابتكار في تخطيط وإدارة وتسويق الوجهات السياحية

عنوان المدخلية:

التسويق الإبتكاري كألية لتعزيز التنمية السياحية

الملخص:

تعالج هذه الدراسة أهمية التسويق الإبتكاري بإعتباره عاملا مهما في تعزيز التنمية السياحية نظرا لدوره في تطوير المزيج التسويقي السياحي وبالتالي جذب الزبائن وزيادة الطلب على المنتجات السياحية المبتكرة وهذا ما يحقق للمؤسسة السياحية الميزة التنافسية، البقاء الإستمرارية والنمو كما تمثل التنمية السياحية التوسع بالخدمات السياحية وإحتياجاتها بما في ذلك تحقيق الزيادة المستقرة للتوازن في الموارد السياحية وبالتالي الإرتقاء بالمؤسسات السياحية بصفة خاصة وتطوير القطاع السياحي بصفة عامة.

الكلمات المفتاحية:

التسويق الإبتكاري، السياحة، التنمية السياحية، السوق السياحي.

Abstract

This study addresses the importance of innovative marketing as an important factor in promoting tourism development, duo to its role in developing the tourism marketing mix thus attracting customers and increasing demand for innovative tourism products This is what gives the tourism institution a competitive advantage, survival, continuity And growth , tourism development also represents the expansion of tourism services and their needs including achieving a stable increase in the balance in tourism resources and thus improving tourism institution in particular and developing the tourism sector in general

Key words:

Innovative marketing, Tourism, Tourism development, tourist market.

مقدمة

يشهد العالم اليوم تحديات واسعة النطاق كالتوجه نحو إقتصاد المعرفة وإنتشار تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات وهذا ما أدى إلى زيادة حدة التنافس بين مختلف المؤسسات سواء المنتجة أو الخدماتية وبذلك أضحت السيطرة على الأسواق أمرا صعبا ، واتضح دور التسويق على مستوى المؤسسة السياحية ، إذ بدون تسويق فعال لايمكن لهذا النوع من المؤسسة الإستمرار والبقاء و كذا النمو و التواصل في السوق بدون مواكبة التغيرات المحيطة للتوجه نحو الريادة التسويقية التي تحقق الإبداع التسويقي وتعزيز الإستباقية التسويقية ، إذ أن الإخفاق في ذلك سيؤدي حتما إلى فشلها والخروج من السوق .

إن للتميز عدة مصادر ويعتبر الإبتكار أحد أهم مصادر التميز بحيث لا يقل كفاءة وقيمة عن أي مصدر آخر لما له من دور كبير في التوصل إلى منتجات وأسواق وتقنيات وعمليات وأساليب جديدة تحقق للمؤسسة بما فيها السياحية مركز الريادة ، ويعد الإبداع أو الإبتكار مطلبا ضروريا في هذا العصر المتميز بالتغير والتطور السريع خاصة وأن القدرة على الإبتكار آلية رئيسية للنمو والتجدد التنظيمي، وتحسينا لأداء المؤسسة السياحية وتطويرا لإنتاجها وتكثيفا لعائدها النهائي ، إذ يمثل الإبتكار سواءا كان في الخدمة أم في السلعة أساس نجاح المنشآت بما فيها

السياحية منها ، لأنه من المهم إرضاء الزبائن وتحقيق رغباتهم وتطلعاتهم لكل ما هو جديد ومفيد ، لا سيما وأن هذه الحاجات والمتطلبات متغيرة بتغير الأذواق والرغبات والتطلعات الجديدة ، تسعى هذه الورقة البحثية للتعريف بالتسويق الابتكاري بوصفه مطلباً أساسياً لما يلعبه من دور رائد في وقتنا الحاضر، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مهارات التسويق الابتكاري ومدى توفرها في المؤسسات السياحية الجزائرية ، من أجل تحديد مساهمتها في تحقيق التنمية السياحية بالجزائر .

يعد التسويق الابتكاري من السمات الأساسية للفكر الإستراتيجي لكافة أنواع المؤسسات في عالم اليوم، وذلك لإنعكاساتها المعقدة المختلفة على تصميم وتنفيذ النشاطات المختلفة للمؤسسة ومنها النشاط التسويقي الذي يمثل محور هذه النشاطات، فالفكر التسويقي فكر متجدد لإستناده على الابتكار في تصميم الأنشطة التسويقية، لذا يعتبر التسويق والابتكار في إدارة الأعمال السياحية من المهام الحيوية والأساسية التي تقع على عاتق الإدارة الخاصة بالمؤسسة السياحية أو الفندقية فإذا كان التسويق الابتكاري واضحاً لدى الإدارة فبإمكان المؤسسة السياحية أن تضمن بقاءها في مركز الريادة وهذا ما يساهم بدوره في تحقيق التنمية السياحية ، تسعى هذه الدراسة إلى تحديد تأثير متغيرات التسويق الابتكاري داخل المؤسسات السياحية والمتمثلة في تطوير إستراتيجية تكنولوجيا التسويق ، إيجاد قيمة للزبون ، رفع قيمة الموارد وكذا المخاطرة المحسوبة والتخيل الابتكاري في الممارسات المؤدية إلى النجاح التسويقي للمؤسسة السياحية ، وهذا نظراً لقلّة إهتمام المؤسسات السياحية خاصة في الجزائر بمتغيرات بعد التسويق الابتكاري من قبل إدارات المؤسسات السياحية والتي تعاني من نقص الابتكار في مجال الأنشطة التسويقية لاسيما في مجال الممارسات التسويقية المؤدية إلى النجاح التسويقي ، مما يؤدي إلى البقاء ضمن إطار تقليدي في طرح منتجاتها وخدماتها وهذا في حد ذاته يشكل تهديداً يواجه المؤسسة السياحية في ظل التغيرات السريعة التي تشهدها بيئة إدارة الأعمال السياحية .

مشكلة البحث:

يعد التسويق الابتكاري عاملاً مهماً في تحقيق التنمية السياحية، نظراً لما يقوم به في تطوير المزيج التسويقي السياحي، وبالتالي إقناع العملاء بزيادة طلبهم على المنتجات السياحية المبتكرة كما تمثل التنمية السياحية مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة والتوازن في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي وهي تمثل الهدف الذي تسعى إليه مختلف المؤسسات السياحية، وبناءً عليه نطرح الإشكالية التالية:

كيف يمكن أن يساهم التسويق الابتكاري في تحقيق التنمية السياحية؟

أهمية الموضوع:

جاءت هذه الدراسة لتبين مختلف جوانب العلاقة بين التسويق الابتكاري والتنمية السياحية وذلك بتسليط الضوء على مختلف المؤسسات السياحية بما فيها الوكالات السياحية خاصة في الجزائر ومدى قدرتها على إبتكار مزيج تسويقي سياحي متكامل لتحقيق التنمية السياحية.

- تتبع أساسا من القيمة الاقتصادية لقطاع السياحة و آثارها الإيجابية على الفرد و المجتمع من جميع النواحي (اقتصاديا، اجتماعيا، ثقافيا، بيئيا، ...) ، و ما يمكن أن يقدمه التسويق الإبتكاري في المجال السياحي للاقتصاد الوطني.
- تتمثل أهمية هذا الموضوع أكاديميا في تناوله للإبتكار التسويق و الريادة التسويقية و هو الموضوع الأكثر رواجاً في بيئة المنظمات المعاصرة خاصة مع التطور التكنولوجي والمعلوماتي والتوجه نحو الريادة التسويقية.
- وتكمن أهمية الموضوع على المستوى الميداني في دراسة وتحليل مثل هذه الموضوعات الحديثة والحيوية قصد الإستفادة منها في تعزيز أداء المؤسسات السياحية.
- الاهتمام المتزايد الذي توليه الدول بما فيها الجزائر لقطاع السياحة، خاصة مع الإصلاحات المهمة التي قامت بها هذه الأخيرة في هذا القطاع.
- معرفة مدى إسهام التسويق الإبتكاري في عملية التنمية السياحية.
- توعية المؤسسات السياحية بما فيها الوكالات السياحية بالدور الذي يؤديه التسويق الإبتكاري في تحقيق التنمية السياحية.
-

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى بيان مساهمة التسويق الإبتكاري في تعزيز التنمية السياحية وذلك من أجل تحقيق الأهداف التالية:

- تحديد المفاهيم الأساسية لهذه الدراسة.
- تشخيص واقع التسويق الإبتكاري وبيان دوره في تحقيق أبعاد التنمية السياحية.
- تقديم إطار نظري عن أهمية التسويق الإبتكاري في المجال السياحي بحيث يكون مرجعا علميا يمكن الإعتماد عليه خاصة الباحثين في مجال تخصص إدارة الأعمال السياحية.
- الكشف عن أهم العقبات والمشاكل التي تعيق تبني التسويق الإبتكاري الذي يحقق التنمية السياحية، ومحاولة إقتراح بعض الحلول التي تساهم في تحسين الوضع المتدهور.
- الحاجة إلى تنويع مصادر الدخل الوطني من خلال تنمية القطاعات الأخرى خاصة قطاع السياحة بعيدا عن الاقتصاد الريعي الذي يعتمد على قطاع النفط كمصدر أساسي للدخل.

منهج الدراسة:

إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل ظاهرة التسويق السياحي وأثره في تحقيق التنمية السياحية.

- وللإلمام بموضوع البحث وللإجابة على التساؤلات المطروحة سوف نتطرق إلى المحاور التالية:
- المحور الأول: تحديد الإطار المفاهيمي للسياحة والتنمية السياحية.
- المحور الثاني: تأثير التسويق الإبتكاري على السوق السياحي.
- المحور الثالث: متطلبات التسويق الإبتكاري في تحقيق التنمية السياحية.

المحور الأول: تحديد الإطار المفاهيمي للسياحة والتنمية السياحية.

➤ **أولاً: مفهوم السياحة:** تعرف السياحة على أنها: " ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى الإحساس بجمال الطبيعة، ونمو هذا الإحساس والشعور بالبهجة والمتعة، والإقامة في مناطق لها بهجتها الخاصة وأيضاً نمو الاتصالات خاصة بين الشعوب وهي الاتصالات التي كانت ثمرة إتساع نطاق التجارة والصناعة ووسائل النقل " (1)

كما تعرف بأنها: " الإصطلاح الذي يطلق على أي عمليات، خصوصاً العمليات التي تتعلق بانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة، أو أية بلدة ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً " (2) ومن خلال التعاريف يمكن القول إن السياحة ظاهرة إجتماعية وإنسانية تقوم على إنتقال الأفراد من مكان إقامتهم الدائم إلى أماكن أخرى لفترة مؤقتة بهدف السياحة الترفيهية أو التاريخية أو العلاجية ومن ثم بناء جسر للتواصل بين الثقافات والمعرفة الإنسانية بين الشعوب والأمم من خلال فن تقديم الخدمة السياحية وهذا ما يساهم في تكوين قطاع إنتاجي يلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل الوطني.

➤ **ثانياً: 1_ مفهوم التنمية السياحية:** تعرف التنمية السياحية بأنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة وبالتالي فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها. (3)

2_ عناصر التنمية السياحية:

وتتكون من عدة عناصر أهمها (4)

- * عناصر الجذب السياحي منها الطبيعية كالمناخ والغابات وعناصر من صنع الإنسان كالمنتزهات المتاحف والمواقع الأثرية والتاريخية.
- * النقل بأنواعه المختلفة البري ، البحري والجوي.
- * أماكن النوم سواء التجاري منها كالفنادق وأماكن النوم الخاص مثل بيوت الضيافة و شقق الإيجار.
- * التسهيلات المساندة بجميع أنواعها الإدارة السياحية والبنوك ،الإعلانات السياحية والأشغال اليدوية.
- * خدمات البنية التحتية كالمياه ، الكهرباء و الاتصالات.

ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الإثنين معاً.

3_ أهداف التنمية السياحية:

تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية وترشيد وزيادة درجة الإنتاجية في قطاع السياحة، وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية، وتشجيع الإستثمار السياحي وتسهيل عمل شركات الإستثمار من خلال تخفيض الضرائب والإجراءات الجمركية على المعدات اللازمة لمشاريعهم، إضافة إلى تنسيق السياسات المختلفة نظراً لإرتباط السياحة مع مختلف الأنشطة الأخرى. (5)

ولتحقيق التنمية في قطاع الصناعة السياحية لابد من مراعاة الإعتبارات التالية: (6)

* رفع مستوى الخدمات السياحية لأنها تؤدي دورا مهما في تطوير التنمية السياحية إضافة إلى الحفاظ على النظافة العامة خاصة في الشواطئ والمدن التاريخية ومناطق الآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي.

* المحافظة على حقيقة المواقع السياحية لجذب السياح لمثل هذه المناطق التي تعتمد على الطبيعة أو المناخ أو التاريخ أو أي عامل تتميز به المنطقة السياحية.

* الإستغلال الأمثل والجيد للموارد السياحية المتاحة لمواكبة إحتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمى.

* دعم الدولة للقطاع السياحي والتعاون مع القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية المقترحة.

* إجراء دراسة شاملة للتأكد الجدوى الاقتصادية للإستثمارات السياحية المقترحة.

* ربط خطط التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لتحقيق نمو متوازن.

* تحديد المشاكل التي قد تعترض التنمية السياحية ، ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ ما.

* وبما أن حركة السياحة لم تعد تقتصر على الأغنياء فقط لابد من توفير شبكة من الفنادق المناسبة التي تتناسب مع كل شكل من أشكال الدخل.

المحور الثاني: تأثير التسويق الإبتكاري على السوق السياحي.

➤ **مفهوم التسويق الإبتكاري:** يمثل التسويق الإبتكاري: " طرح منتجات أو خدمات جديدة ذات قيمة وظيفية وإقتصادية ونفسية عالية تفوق توقعات الزبائن، والتي من شأنها تحقيق الشعور بالسعادة وبشكل إستباقي من خلال الإستخدام الناجح لعمليات التسويق المبني على المعرفة مما يجعل المؤسسة متميزة ومتفردة عن منافسيها"⁷ ويتسم التسويق الإبتكاري بالخصائص التالية:

- ✓ التسويق الإبتكاري لا يتوقف على عند توليد فكرة جديدة، بل يستمر إلى غاية التطبيق الفعلي في السوق.
- ✓ إستغلال الأفكار الجديدة بفعالية وكفاءة ونجاح حتى يمكن الإستفادة منه.
- ✓ لا يقتصر على مجال تسويقي معين ، بل يشمل أي ممارسة تسويقية في المؤسسة.⁸

➤ مفهوم السوق السياحي:

1_ مفهوم السوق: عرفت لجنة التعاريف التابعة لجمعية التسويق الأمريكية السوق بعدة صيغ أهمها:⁹

- ✓ المكان أو المنطقة التي يقوم فيها المشترون والبائعون بوظائفهم.
- ✓ القيام بنشاط الأعمال الذي يوجه انسياب السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك أو المستعمل.
- ✓ مجموعة القوى أو الشروط التي في ضوءها يتخذ المشترون والبائعون قرارات ينتج عنها غنتقال السلع والخدمات.

2_ مفهوم السوق السياحي: يعرف السوق السياحي بأنه: " كل المؤسسات وكافة الضيوف الذين يسعون إلى إشباع حاجات ورغبات معينة بأقطار وأماكن سياحية تقدم عددا من المنتوجات السياحية التي قد ترتبط بموقع أثري أو ديني أو ثقافي، ومن خلال وسائل مساعدة كالنقل بأنواعه والفنادق والمطاعم وغيرها" ¹⁰

➤ علاقة التسويق الإبتكاري بالسوق السياحي:

إن تحقيق التنمية السياحية في ظل المتغيرات الاقتصادية الراهنة والمتمثلة في تحرير التجارة الدولية والثورة التكنولوجية الدولية، يتطلب من المؤسسات السياحية الاستفادة من الفرص التي تمنحها تلك المتغيرات وذلك من خلال الاهتمام بتطبيق بعض الآليات كالتسويق الإبتكاري السياحي لاكتساب الميزة التنافسية داخل السوق السياحي كشرط أساسي في عملية التنمية السياحية.

يمكن التسويق الإبتكاري السوق السياحي من إفراز منتج سياحي يزيد من عوامل الجذب السياحي من خلال مجموعة من العناصر التي تميزه عن غيره وهي على النحو التالي:¹¹

✓ مساهمة السوق السياحي في توفير فرص عمل تحقق زيادة في دخل بعض المواطنين.

✓ تحقيق السوق السياحي لزيادة في عناصر الإستثمار والترويج لتصدير المنتجات المختلفة والذي يؤدي إلى زيادة الدخل القومي من خلال زيادة العملات الأجنبية.

✓ تحقيق السوق السياحية زيادة في معدل الاستهلاك.

✓ السوق السياحية هي صادرات غير منظورة لأنها تتمثل في التعامل مع منتج لا يتم نقله من دولة إلى أخرى، بمعنى أن المستورد هو الذي ينقل بنفسه للحصول على المنتج من مكان إنتاجه وبالتالي يوفر على الدولة مصاريف النقل والجمارك.

✓ توفير أكبر عدد ممكن من العملات الأجنبية من خلال الإنفاق السياحي.

المحور الثالث: متطلبات التسويق الإبتكاري في تحقيق التنمية السياحية.

يركز التسويق الإبتكاري على النشاط التسويقي وأساليب العمل التسويقي وما تقوم به المؤسسة من أساليب وطرق و إجراءات ، وكذلك إستخدام آليات ومعدات تساهم في خلق حالة جديدة تسويقيا سواء في مجال المنتج أو التوزيع أو الترويج وهكذا فاستحداث طريقة جديدة في تقديم الخدمة هو إبتكار تسويقي ، إبتكار طريقة تسعير تعزز القيمة هو إبتكار تسويقي كذلك الحال بالنسبة لتوزيع المنتجات أو تقديم الخدمات بطريقة آلية هو إبتكار تسويقي أيضا إبتكار طريقة الاتصال الترويجي من خلال الحفلات الخاصة لعينة من الزبائن هو إبتكار تسويقي ، وهكذا فإن أي فعل مميز ومنفرد في مجال التسويق يجعل المؤسسة مختلفة عن الآخرين في السوق يدخل في مجال الابتكار التسويقي .

يهدف التسويق الإبتكاري في المجال السياحي إلى تحقيق التنمية السياحية من خلال مجموعة من العناصر أو المتغيرات والتي يجب أن تتواجد في المؤسسات السياحية حتى يمكن تبنيه وتطبيقه فيها والاستفادة منه في تحقيق أهدافها.

➤ أولاً: متطلبات إدارية وتنظيمية

وتتعلق بنمط الإدارة السائدة بالمؤسسة السياحية وخصائص التنظيم بها ومن أهم هذه المتطلبات:

✓ **تهيئة البيئة التنظيمية:** تشير البيئة التنظيمية للمؤسسة السياحية إلى خصائص بيئة العمل داخل هذه المؤسسة وتتكون من عدة عناصر " سيادة روح العمل في شكل فريق داخل المؤسسة، كيفية اتخاذ القرارات، الهيكل التنظيمي للمؤسسة والعلاقات داخلها، الولاء والانتماء ونظم الحوافز والمكافآت للعاملين داخل المؤسسة " وبالتالي لا بد من تهيئة البيئة التنظيمية لتكون مشجعة للعاملين لتوليد الأفكار التسويقية ووضعها موضع التطبيق الفعلي:

✓ **اقتناع الإدارة العليا للمؤسسة السياحية:** يجب أن تكون المؤسسة العليا للإدارة السياحية مقتنعة بأهمية وضرورة الابتكار في مجال التسويق لتحقيق أهدافها ونجاحها، لذلك فإن وجود هذا الاقتناع ضروري لتهيئة المناخ التنظيمي الملائم لقيام الابتكار.

✓ **التنسيق والتكامل بين الإدارات المهمة بالأنشطة الابتكارية:** ويتحقق ذلك بتكامل كل جهود الإدارات المختلفة في المؤسسة السياحية، باعتبار أن الابتكار ليس مسؤولية قسم التسويق أو قسم البحوث أو قسم البحوث والتطوير فقط وإنما مسؤولية كل أقسام المؤسسة السياحية.¹²

➤ ثانياً: متطلبات متعلقة بالأفراد المشتغلين بالتسويق

✓ **اعتبار القدرات الابتكارية شرطاً لشغل الوظائف:** تعتبر القدرات الابتكارية من الأمور الهامة في شخصية من يعمل في مجال التسويق فكلما كان الشخص مبتكراً كلما كان أكثر إنجازاً للعمل المطلوب.

✓ **نظام فعال للتحفيز والابتكار:** يجب على المؤسسة السياحية أن تعنى بتوفير نظام للتحفيز على الابتكار في مجال التسويق، ويأخذ التحفيز على الابتكار شكلاً مادياً كالحوافز النقدية أو شكلاً معنوياً كشهادات التقدير وشهادات التميز.

✓ **التدريب في مجال التسويق الابتكاري:** وذلك من خلال وضع برنامج تدريبي للعاملين في مجال الابتكار والإبداع بهدف تنمية قدراتهم ومهاراتهم في هذا المجال، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية عن طريق تنمية الموارد البشرية.¹³

➤ ثالثاً: متطلبات خاصة بالمعلومات التسويقية

➤ **وجود آلية أو نظام أمني للمعلومات التسويقية:** وذلك من خلال توفير نظام أو آلية للمحافظة على سرية المعلومات الخاصة بالتسويق الابتكاري، وضمان عدم تسرب هذه المعلومات خاصة في المراحل المبكرة من مراحل الابتكار.

➤ **نظام فرعي للمعلومات:** بحيث يوفر هذا النظام الكثير من المعلومات لوضعي الاستراتيجيات ومتخذو القرارات ذات الصلة والتي تتم داخل المؤسسة السياحية.

➤ **توفر المعلومات الخاصة بمخرجات الابتكار التسويقي:** يضمن هذا النوع من المعلومات تمكين المؤسسة من تقييم نتائج التسويق الابتكاري موضع للاستفادة من نتائج هذا التقييم لاحقاً.¹⁴

➤ **رابعاً: متطلبات متعلقة بتقييم الابتكارات التسويقية:** بعد أن تقوم المؤسسة السياحية بتطبيق التسويق الإبتكاري يتطلب الأمر تقييمه وذلك في ضوء النتائج المتوقعة منه وما تحقق منها بالفعل والاستعانة بالخبراء والكوادر المتخصصة لتجنب المؤسسة مخاطر الفشل في السوق وذلك من خلال المعايير التالية:¹⁵

- ✓ نسبة الزيادة في الأرباح بالنسبة للمؤسسة السياحية الناتجة عن تطبيق التسويق الإبتكاري.
- ✓ التغيير في درجة رضا أو عدم رضا العملاء.
- ✓ التكلفة الفعلية للإبتكار مقارنة بالعائد منه.
- ✓ التغيير الذي طرأ على الصورة الذهنية للمؤسسة السياحية كنتيجة لتبني وتطبيق الأفكار الجديدة.

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة قمنا بالعمل على إبراز الدور الذي يلعبه التسويق الإبتكاري في تحقيق التنمية السياحية ، حيث يمكن تحقيق التسويق الإبتكاري من خلال توفير مجموعة من المتطلبات وهو في الغالب لا يتطلب تكنولوجيا جديدة لتحقيقه بقدر ما يتطلب أفكارا تسويقية جديدة وغير مألوفة إضافة إلى البحث عن الفرص وهو بالتالي يعمل على خلق العرض والطلب وهذا ما يمثل التوجه الجديد للتسويق ، إن الهدف من دراسة أثر التسويق الإبتكاري على التنمية السياحية هو توضيح الجوانب العامة التي من خلالها تتمكن المؤسسة السياحية من كسب الزبون و إبتكار وتبني أفكار جديدة وتقديم منتجات سياحية جديدة مبتكرة ذات قيمة عالية تساهم في خلق الميزة التنافسية للمؤسسة السياحية وبالتالي إنعاش السوق السياحي الوطني .

يعتبر التسويق الإبتكاري أحد العوامل التي تساهم في خلق الميزة التنافسية بين مختلف المؤسسات السياحية وتضمن إستمراريتها وتحقيق التنمية السياحية ، لذلك يعد التسويق الإبتكاري ركنا أساسيا وهدفا تطمح إلى بلوغه العديد من الهيئات السياحية لما له من أهمية كبيرة وتأثير إيجابي عليها ، لاسيما في بيئة تكثر فيها المنافسة وما يرافق ذلك من تهديدات ، ويبرز الهدف من التسويق الإبتكاري في تحقيق مزيج تسويقي سياحي متكامل والقيام بأنشطة تسويقية ذات طابع ابتكاري مما يؤدي إلى الرفع من مستوى أداء المؤسسات السياحية وبذلك يمكن تحقيق التنمية السياحية المنشودة .

التوصيات:

- ضرورة التدريب والتكوين السياحي المستمر من أجل زيادة الوعي الثقافي والسياحي المهم لعملية التنمية السياحية.
- العمل على البحث والتطوير ومتابعة ما يتم ابتكاره على مستوى مؤسسات السياحية العالمية.
- محاكات التجارب الرائدة عالميا في مجال التنمية السياحية.
- زيادة الوعي الثقافي والسياحي المهم لعملية التنمية عن طريق التدريب والتكوين السياحي المستمر.
- تحفيز العاملين على الابتكار من خلال خلق نظام للحوافز والمكافآت خاص بالأفراد الذين يساهمون في العملية الابتكارية.
- تشجيع الابتكار عن طريق العمل الجماعي وبفريق متلاحم.
- مراجعة وتقييم ما تم تقديمه من خدمات سياحية بشكل دوري من طرف المؤسسات السياحية والعمل على تحسين المزيج التسويقي السياحي والتأكد من توفر الجودة بهدف إرضاء العملاء.
- خلق نظام للمعلومات التسويقية يتضمن معلومات عن العميل ومستوى دخله ووضع الاجتماعي إضافة إلى مكان سكنه وعمره وحاجاته ورغباته ومقترحاته وهذا يدخل في إطار ابتكار المؤسسات السياحية خدمات تخلق قيمة للعميل وتلبي رغباته وتطلعاته.
- العمل على الاستفادة القصوى من كافة مهارات التسويق الابتكاري " الإحساس بالمشاكل المرونة، المثابرة وقبول التحدي، القدرة على الاتصال الفعال " كي تتمكن المؤسسة السياحية وتضمن بقاءها في الريادة.
- تحمل المخاطرة من طرف مديري المؤسسات السياحية، إذ أن الإبتكارية لا تعني أخذ المخاطرة بصورة عشوائية وإنما تعتمد على أسس منطقية في تحمل المخاطرة فضلا عن أن الأخذ بالمخاطرة يعتبر أحد العوامل المحفزة لإقتناص الفرص وإستثمارها والتوسع فيها.
- التوجه نحو التحسين المستمر وإبتكار منتجات جيدة من خلال التنبؤ بحاجات ورغبات الزبائن المستقبلية وذلك من خلال إنشاء قسم خاص بالتعرف على حاجات ورغبات الزبائن المتعلقة بتقديم منتجات مبدعة ومبتكرة.
- تشجيع وتمكين العاملين داخل المؤسسات السياحية في تأدية مهاراتهم التسويقية ومنحهم حرية التعبير عن آراءهم بغية المبادرة في توليد الأفكار والإبتكارات الجديدة والتمتيزة الغير متوفرة لدى المنافسين.
- البحث عن الفرص التي تعزز القدرات الحالية الإبتكارية للمؤسسات السياحية والذي لا يبدأ برأس مال كبير وإنما بإستغلال فكرة مبتكرة وهي التي تدعم رأسمالها لتكون ثروة هائلة في وقت قصير.

قائمة المراجع:

- 1_ أحمد، الجداد، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، القاهرة: عالم الكتاب، 1988، ص8.

- 2_ محمود، كامل السياحة الحديثة علما وتطبيقا، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1957، ص 16.
- 3_ محمد، عبد المومن، التخطيط السياحي، مصر: المركز الجامعي الحديث، 2009، ص 102.
- 4_ بن فرج، زوينة، الفنادق الخضراء أحد المداخل لتحقيق التنمية السياحية، مداخلة في اليوم الدراسي حول التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية، مديرية السياحة لولاية برج بوعريريج 21 ديسمبر 2009، ص 97.
- 5_ أبو بكر بكر، بوسالم ومحمد، بن زهيبية، مساهمة القطاع السياحي في دعم إستراتيجية الإقلاع الاقتصادي بالجزائر، مجلة مجاميع المعرفة، المركز الجامعي تندوف، العدد 62، 2017، ص 129.
- 6_ مصطفى، عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2003.
- 7_ نزار، عبد المجيد وآخرون، التسويق المبني على المعرفة، الأردن: دار الورق للنشر، 2013، ص 365.
- 8_ المرجع السابق، ص 105_110.
- 9_ بشير، عباس العلق، التسويق الحديث، ليبيا: الدار الجماهيرية للنشر، 2014، ص 72.
- 10_ فلاح، تاية النعيمي، وآخرون، السوق السياحي والفندقي، الأردن: دار دجلة للنشر، 2017، ص 16.
- 11_ أحمد، عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، الإسكندرية: دار الوفاء للنشر، 2008، ص ص 161_162.
- 12_ مصطفى، يوسف كافي، الإبتكار والإبداع التسويقي وفلسفة التوجه نحو التسويق الأخضر. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2016، ص ص: 126_128.
- 13_ عادل، ذاكر النعمة ورعد، عدنان رؤوف، التوجهات البيئية المعاصرة وانعكاساتها على التسويق الإبداعي، تنمية الرافدين، المجلد 33، العدد 104، 2011، ص ص 86_87.
- 14_ إياد عبد الفتاح، النصور، عبد الرحمان، بن عبد الله الصغير، قضايا وتطبيقات تسويقية معاصرة، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2014، ص 118.
- 15_ عادل، ذاكر النعمة، مرجع سابق، ص 87.

جامعة 8ماي 1945

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

الملتقى الوطني الثاني للاتجاهات الجديدة في صناعة الوجهات السياحية:

الابتكار والاستدامة في صناعة الوجهات السياحية

د/ليندة لفحل

د/سميرة شرايطية

جامعة 8ماي 1945

جامعة 8ماي 1945

مداخلة موسومة ب"الذكاء الصناعي ورهان التحول نحو سياحة مستدامة"



مقدمة

تعد السياحة اداة اقتصادية تنموية قوية، حيث توفر فرص العمل، وتعمل على توفير العملات الأجنبية، وتحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، والتبادل الثقافي، والحفاظ على البيئة، وتدعم اقتصاديات الدول من خلال تحقيقها العديد من الفوائد والآثار الايجابية على كافة الجوانب، سواء الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية البيئية، وكأحد أهم الصناعات في العالم، استمرت مساهمتها في الاقتصاد العالمي في النمو بسبب التطور السريع للتكنولوجيا، حيث شهدت السياحة بعض التغييرات الحاسمة في كيفية تفاعل الناس مع المنتج السياحي.

تعد الإدارة المستدامة للسياحة أمرًا ضروريًا لتحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي والحفاظ على البيئة والرفاهية المجتمعية. تستكشف هذه الورقة إمكانية الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لتعزيز رضا العملاء ضمن أطر السياحة المستدامة، من خلال البحث فيما توفره تقنيات الذكاء الاصطناعي من فرصًا غير مسبوقة لتحسين جوانب مختلفة من صناعة السياحة في اطار احترام مستدام للبيئة.

بناء على ذلك تقوم الإشكالية المحورية لهذه الورقة البحثية على السؤال التالي:

هل يمكن توظيف الذكاء الصناعي بما يضمن التحول نحو سياحة مستدامة وتحسين المنتج السياحي؟

بناء على الإشكالية الرئيسية فإنه يمكن الوقوف على التساؤلات الفرعية التالية:

-ماهو الاطار المفهومي المحدد لكل من السياحة المستدامة و الذكاء الصناعي؟

-ماهي الفرص التي يوفرها الذكاء الصناعي من أجل التحول نحو التنمية المستدامة؟

-هل يشكل تطبيق الذكاء الصناعي في الصناعة السياحية أي تحد؟

انطلاقاً من الإشكالية المحورية للبحث والتساؤلات الفرعية المنبثقة عنها، فإنه سيجري تنظيم المعلومات المتصلة بالموضوع وفق الإطار الاستكشافي والتحليلي، ضمن خطة مكونة من ثلاث محاور:

المحور الأول مقاربة مفهومية

1.1 تعريف الذكاء الصناعي

لغة: يجمع بين كلمتين الذكاء والاصطناع
الذكاء: يقصد به القدرة على فهم الظروف أو الحالات الجديدة، حيث أن مفاتيح الذكاء هي الإدراك أي القدرة على الفهم والتعلم
في معجم المعاني الجامع (اصطناعي): اسم

- اسم منسوب إلى اصطناع
- ما كان مصنوعاً، غير طبيعيّ حرير/ وَرْدٌ اصطناعيّ،¹

الاصطناع: ترتبط بكلمة يصنع أو يصطنع وتطلق على كل الأشياء التي تنشأ نتيجة النشاط أو الفعل الذي يتم من خلاله اصطناع وتشكيل الأشياء تمييزاً عن الأشياء الموجودة بالفعل والمولدة بصورة طبيعية من دون تدخل الانسان.

اصطلاحاً

تتعدد التعاريف التي قدمت عن الذكاء الصناعي، وفي هذا السياق يمكن الاستعانة بالجدول الذي قدمه Stuart Russell, Peter Norvig الذي يوضح ثمانية تعريفات للذكاء الاصطناعي، موزعة على بعدين. التعاريف في الأعلى معنية مع عمليات التفكير والاستدلال، في حين أن تلك الموجودة في الأسفل تتناول السلوك. ال التعريفات الموجودة على اليسار تقيس النجاح من حيث الإخلاص للأداء البشري، في حين أن العقلانية هي التي تتخذ المقياس الصحيح مقابل مقياس الأداء المثالي، وهو ما يسمى بالعقلانية. أن يكون النظام عقلاً إذا فعل "الشيء الصحيح" في ضوء ما يعرفه².

الجدول رقم 01 يوضح تعريفات الذكاء الصناعي

التفكير البعقلانية	التفكير الإنساني التفكير العقلاني
دراسة القدرات العقلية من خلال استخدام النماذج الحسابية. (Charniak and McDermott, 1985) دراسة الحسابات التي تجعل من الممكن أن الإدراك، والتفكير، والعمل (Winston, 1992)	الجهد الجديد المثير الذي يجعل أجهزة الكمبيوتر "تفكر . . . الآلات ذات العقول بالمعنى الكامل والحرفي). (Haugeland, 1985) دراسة القدرات العقلية من خلال استخدام النماذج الحسابية (Charniak and McDermott, 1985) الأنشطة التي تقوم بها "الآلات يرتبط بالتفكير البشري والأنشطة مثل اتخاذ القرار، وحل المشكلات

¹ المعاني الجامع (- https://www.almaany.com/ar/dict/ar/

(ar/%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A/

² Stuart Russell ,Peter Norvig, Artificial Intelligence A Modern Approach .3rded .(pearsons: New Jersey,2010)1.

التعلم . . . " (Bellman، 1978)	
<p>التصرف بشكل إنساني</p> <p>فن إنشاء الآلات التي تؤدي أداءً جيداً الوظائف التي تتطلب الذكاء عندما يقوم بها الناس".</p> <p>Kurzweil, 1990)</p> <p>دراسة كيفية صنع أجهزة الكمبيوتر الأشياء التي تجعل أشياء الناس أفضل، في الوقت الراهن،</p> <p>Rich and Knight, 1991)</p>	<p>عقلانية التصرف</p> <p>الذكاء الحسابي هو الدراسة "لتصميم العملاء الأذكىاء</p> <p>Pool et al., 1998</p> <p>الذكاء الاصطناعي. . . يهتم بالسلوك الذكي""</p> <p>Nilsson, 1998</p>

المصدر:2. Russell ,Norvig, Artificial Intelligence:

حسب "روسال" و"نوروينغ" فإنه تاريخياً، تم اتباع جميع الأساليب الأربعة للذكاء الاصطناعي، كل منها من قبل أشخاص مختلفين بأساليب مختلفة. إن النهج الذي يتمحور حول الإنسان يجب أن يكون في جزء منه علماً تجريبياً، يتضمن الملاحظات والفرضيات المتغيرة حول السلوك البشري مع مزيج من الرياضيات والهندسة.¹

بالنسبة لـ "مارفن مانسكي" فإنه يشير إلى أن الذكاء الصناعي هو " فرع من فروع العلم الذي يهتم بالآلات التي تستطيع حل ذلك النوع من المسائل التي يلجأ الإنسان عند حلها إلى ذكائه".²

فالذكاء الاصطناعي هو مجموعة من النظريات والتقنيات التي يتم تنفيذها لإنشاء آلات قادرة على محاكاة الذكاء البشري ومع ذلك تجدر الإشارة إلى أن إن الذكاء الاصطناعي ليس اصطناعياً تماماً، هو اصطناعي لان الآلة هي التي تنفذه، ولكن في جوهره ليس كذلك، فمرجعيتة هي الذكاء الطبيعي الإنساني، فالآلة في تنفيذها لهذا الذكاء تقوم بمحاكاة ذكاء الإنسان.³

2.1 خصائص الذكاء الاصطناعي:

تعددت خصائص الذكاء الاصطناعي نذكر منها:

- يعتبر الذكاء الاصطناعي علماً تطبيقياً وليس نظرياً، حيث انه يسعى لتسهيل نمط الحياة عملياً وتقديم حلول لمشكلات عن طريق " الآلة " مع توفير وترشيد النفقات وتقليل التكاليف.
- يعمل الذكاء الاصطناعي على جعل الآلة قادرة على حل المشكلات التي تواجهها بعدة أساليب لاستخدام الإنتاج والتحليل.
- يتميز الذكاء الاصطناعي بالقدرة على الاستجابة السريعة للمواقف، والفهم من التجارب والخبرات من خلال استخدام التجربة والخطأ لاستكشاف أمور مختلفة.⁴

¹ Ibid,p2.

² سليمان يعقوب الفراء، " الذكاء الصناعي". مجلة البدر. العدد. 1. المجلد.4. (2012) ص ص3-6

³ أحلام زايد، كمال زموري، (AI)الذكاء الاصطناعي و تطبيقاته في القطاع السياحي -الامارات العربية المتحدة نموذجاً مجلة البشائر الاقتصادية. المجلد 07.العدد1(أفريل 2021).

⁴ الويزة خلفه ساهل، أسامة سنوسي. " تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة والسفر تحول جديد في الرحلات والإقامة دراسة حالة فنادق سويسرا. مجلة القانون والعلوم البيئية. المجلد3. العدد01.(2024).607.

➤ إمكانية تمثيل المعرفة: إن برامج الذكاء الاصطناعي على عكس البرامج الإحصائية تحتوي على أسلوب لتمثيل المعلومات إذ تستخدم هيكلية خاصة لوصف المعرفة، وهذه الهيكلية تتضمن الحقائق والعلاقات بين هذه الحقائق والقواعد التي تربط هذه العلاقات،... الخ. استخدام الأسلوب التجريبي المتفائل: يقوم بحل المسائل المعقد، والتي لا تمتلك طريقة حل عامة ومعروفة.¹

3.1 أهداف الذكاء الصناعي:

- إعادة إنتاج القدرات المعرفية البشرية، مثل الفهم والإدراك واتخاذ القرار.
- أداء المهام المعقدة والمتكررة.
- تحسين كفاءة وأداء الأنظمة الحالية.

2.2 تعريف السياحة المستدامة

هناك العديد من المصطلحات التي قد تبدو متشابهة ولكنها تشير في الواقع إلى شيء مميز.

السياحة المستدامة *Sustainable Tourism*

تشير **السياحة المستدامة** إلى الممارسات المستدامة في صناعة السياحة، وهذا يتضمن الاعتراف بجميع تأثيرات السياحة، سواء كانت إيجابية أو سلبية. بهدف إلى تقليل التأثيرات السلبية وتعظيم التأثيرات الإيجابية. تشمل التأثيرات السلبية على الوجهة السياحية التسرب الاقتصادي والأضرار التي تلحق بالبيئة الطبيعية والاكتظاظ على سبيل المثال لا الحصر، بينما تشمل التأثيرات الإيجابية على الوجهة خلق فرص العمل والحفاظ على التراث الثقافي وتفسيره، واستعادة المناظر الطبيعية للحفاظ على الحياة البرية، والمزيد.

يتم تعريف السياحة المستدامة من قبل برنامج الأمم المتحدة للبيئة ومنظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة على أنها "السياحة التي تأخذ في الاعتبار الكامل الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الحالية والمستقبلية، وفي نفس الوقت تلبى احتياجات الزوار والصناعة والبيئة والمجتمعات المضيفة." ²

بالإضافة إلى ذلك، يؤكد البرنامج البيئي العالمي على "ان السياحة المستدامة «تشير إلى الجوانب البيئية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للتنمية السياحية، ويجب إيجاد توازن مناسب بين هذه الأبعاد الثلاثة لضمان استدامتها على المدى الطويل»".²

و حسب الاتحاد العالمي للحفاظ على البيئة فان السياحة المستدامة هي:

" السفر والزيارة المسؤولة بيئيًا إلى المناطق الطبيعية غير المضطربة نسبيًا، من أجل الاستمتاع وتقدير الطبيعة (وأي سمات ثقافية مصاحبة - في الماضي والحاضر على حد سواء) التي تعزز الحفاظ عليها ولها تأثير سلبي منخفض على الزائرين، وتوفر مشاركة اجتماعية واقتصادية نشطة مفيدة من السكان المحليين".

السياحة البيئية *Ecotourism*

¹ زايد، زموري. الذكاء الصناعي وتطبيقاته.3

² Global Sustainable Tourism Council .What is Sustainable Tourism? (<https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/?lang=fr>).

مصطلح "السياحة البيئية" تمت صياغته من قبل وكالة تسويق تروج لكوستاريكا كوجهة لقضاء العطلات؛ منذ ذلك الحين، أصبح يُنظر إلى السياحة البيئية على أنها سوق متخصصة من قبل الصناعة السياحية.

و عندما أعلن برنامج الأمم المتحدة للبيئة عام 2002 باعتباره السنة الدولية للسياحة البيئية، تلقى دعماً ورعاية هائلين من صناعة السياحة واتحادات السفر، وكان السبب بسيطاً، حيث كانت "السياحة البيئية" الشعار السحري الذي مكّن صناعة السياحة من تهدئة المنتقدين باستخدام لغة الحفاظ على البيئة، تحت غطاء إدارة التأثيرات البيئية الضارة التي تخلفها السياحة - من دون المساس بالأرباح. وداعميها.¹

السفر المسؤول Responsible Travel

يشير السفر المسؤول إلى سلوك المسافرين الأفراد الذين يطمحون إلى اتخاذ خيارات وفقاً لممارسات السياحة المستدامة. تتوافق السلوكيات عادةً مع تقليل التأثيرات السلبية، وتعظيم التأثيرات الإيجابية عند زيارة وجهة سياحية.

ملخص الفرق بين السياحة المستدامة والسياحة البيئية والسفر المسؤول

- السياحة البيئية هي قطاع متخصص من سياحة الخيم في المناطق الطبيعية، ولا تشير السياحة المستدامة إلى نوع معين من السياحة، بل هي تطلع إلى أن تكون تأثيرات جميع أشكال السياحة مستدامة للأجيال القادمة.
- السفر المسؤول هو مصطلح يشير إلى سلوك وأسلوب المسافرين الأفراد. تتوافق السلوكيات مع إحداث تأثير إيجابي على الوجهة بدلاً من التأثيرات السلبية.²

2.2 مبادئ وأهداف السياحة المستدامة

ناشدة منظمة السياحة العالمية في إعلانها العالمي للسياحة المستدامة (1995) المجتمع الدولي، وعلى وجه الخصوص، حثت الحكومات و السلطات وصناع القرار والمهنيين في مجال السياحة، والجمعيات العامة والخاصة والمؤسسات التي ترتبط أنشطتها بالسياحة، والسياح أنفسهم، باعتماد مبادئ وأهداف الإعلان التالي:

- يجب أن تكون التنمية السياحية مبنية على معايير الاستدامة، مما يعني ضرورة أن تكون قابلة للتحمل من الناحية البيئية على المدى الطويل، وكذلك قابلة للحياة اقتصادياً، وأخلاقياً وتحقيق العدالة الاجتماعية للمجتمعات المحلية.
- ينبغي أن تساهم السياحة في التنمية المستدامة وأن تتكامل مع الطبيعة، البيئة الثقافية والإنسانية ويجب أن تحترم التوازنات الهشة التي تتسم بها العديد من الوجهات السياحية، وخاصة الجزر الصغيرة والمناطق الحساسة بيئياً.
- يجب أن تأخذ السياحة بعين الاعتبار آثارها على التراث الثقافي والعناصر والأنشطة التقليدية وديناميات كل مجتمع محلي.
- إن المساهمة النشطة للسياحة في التنمية المستدامة تقتض بالضرورة التضامن والاحترام المتبادل ومشاركة جميع الجهات الفاعلة، العامة والخاصة.

¹ Global Forest Coalition, Ecotourism(<https://globalforestcoalition.org/fr/resources/life-as-commerce/life-commerce-toolkit/analyzing-impacts/ecotourism/>).

² Global Sustainable Tourism Council.

- الحفاظ على التراث الطبيعي والثقافي وحمايته وتقدير قيمته، وتوفير مجال مميز للتعاون.
- معايير الجودة للحفاظ على الوجهة السياحية والقدرة على إرضاء السائحين، وتحديدتها بالاشتراك مع المجتمعات المحلية واستناداً إلى مبادئ تنمية مستدامة.
- للمشاركة في التنمية المستدامة، يجب أن تقوم السياحة على تنوع الفرص التي يوفرها الاقتصاد المحلي.
- ويجب أن تخدم جميع خيارات التنمية السياحية بشكل فعال لتحسين نوعية الحياة للجميع
- الناس ويجب أن تؤثر على الإثراء الاجتماعي والثقافي لكل وجهة.
- الحكومات والجهات المختصة بمشاركة المنظمات غير الحكومية و المجتمعات المحلية ، يجب أن تتخذ إجراءات تهدف إلى تكامل التخطيط السياحي باعتباره مساهما في التنمية المستدامة.
- اعترافا بالتماسك الاقتصادي والاجتماعي بين شعوب العالم ك المبدأ الأساسي للتنمية المستدامة فمن الملح تعزيز التدابير للسماح بتوزيع أكثر عدالة لفوائد وأعباء السياحة.
- يجب توفير إعطاء المساحات المعرضة للخطر بيئياً وثقافياً، سواء الآن أو في المستقبل أولوية خاصة في مسألة التعاون الفني والمعونة المالية من أجل تطوير السياحة المستدامة.
- تشجيع الأشكال البديلة للسياحة التي تتوافق مع مبادئ تمثل التنمية المستدامة، إلى جانب تشجيع التنوع، أو ضمانة الاستقرار على المدى المتوسط والطويل.
- ينبغي للحكومات والصناعة والسلطات والمنظمات غير الحكومية ذات الصلة بالسياحة تعزيز و المشاركة في إنشاء شبكات مفتوحة للبحث ونشر المعلومات و نقل المعرفة المناسبة في مجال السياحة والسياحة المستدامة بيئياً التقنيات.
- إن إرساء سياسة سياحية مستدامة يتطلب بالضرورة الدعم و الترويج لأنظمة إدارة السياحة المتوافقة مع البيئة، ودراسات الجدوى لتحويل القطاع، فضلا عن تنفيذ المشاريع التجريبية، وتطوير برامج التعاون الدولي.
- صناعة السفر، إلى جانب الهيئات والمنظمات غير الحكومية التي ترتبط أنشطتها بالسياحة، يجب وضع أطر محددة للإجراءات الإيجابية والوقائية لتأمينها تنمية السياحة المستدامة ووضع برامج لدعم تنفيذها من مثل هذه الممارسات.
- وينبغي إيلاء اهتمام خاص للدور والتداعيات البيئية النقل في السياحة، وتطوير الأدوات الاقتصادية المصممة للحد من استخدام الطاقة غير المتجددة وتشجيع إعادة التدوير وتقليل المخلفات في المنتجات.
- اعتماد وتنفيذ مدونات قواعد السلوك التي تساعد على الاستدامة من قبل تعتبر الجهات الفاعلة الرئيسية المشاركة في السياحة، وخاصة الصناعة، أساسية إذا ما أريد للسياحة أن تكون مستدامة. يمكن أن تكون هذه القواعد أدوات فعالة لتطوير المسؤولين الأنشطة السياحية.
- وينبغي تنفيذ جميع التدابير اللازمة من أجل الإعلام وتعزيز الوعي بين جميع الأطراف المشاركة في صناعة السياحة، على المستوى المحلي والوطني والإقليمي والدولي المستوى، فيما يتعلق بمحتويات وأهداف مؤتمر لانزاروت¹.

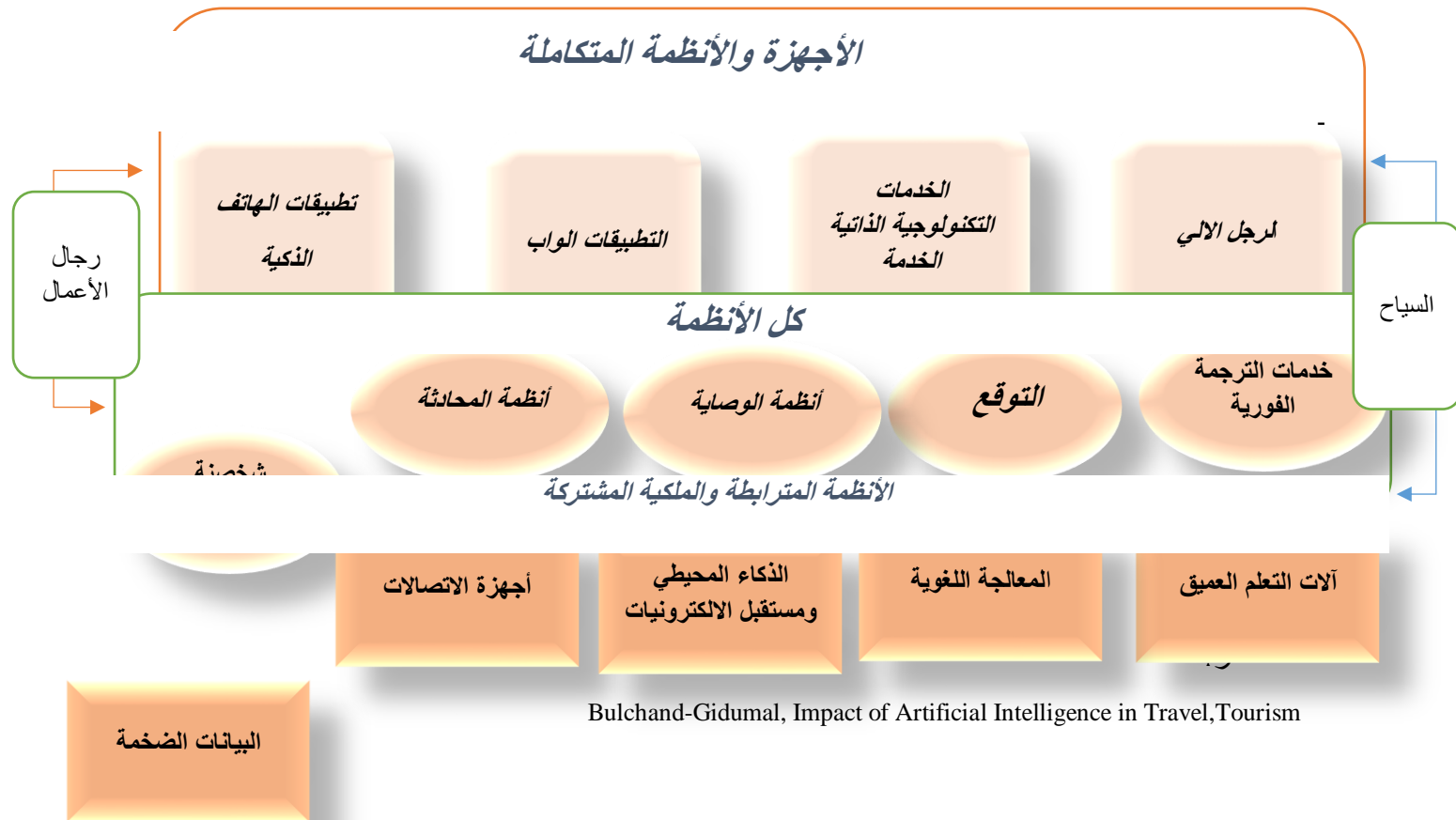
المحور الثاني : استثمارات الذكاء الصناعي من أجل سياحة مستدامة

2.2 الذكاء الصناعي كمدخل لتطوير الصناعة السياحية

¹ World Tourism Organization, urism Organization (UNWTO)| Charter for Sustainable Tourism.

بصفة عامة الواجهات الذكية هي النظم البيئية التي تم إنشاؤها في الواجهات التي يتم خلالها نشر التقنيات المتقدمة جنبًا إلى جنب مع غيرها من التقنيات الاجتماعية والتنظيمية الميزات ، حيث يمكن أن تكون أنظمة الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة أنظمة قائمة بذاتها أو جزءا لا يتجزأ من التطبيقات والأنظمة الموجودة. وتشمل هذه الأنظمة الموصى بها كما هو موضح في الشكل 01 أنظمة وتقنيات التخصيص، أنظمة المحادثة(روبوتات الدردشة والمساعدين الصوتيين)، وأدوات التنبؤ، والوكلاء المستقلين، واللغة من خلال تطبيقات الترجمة والواجهات السياحية الذكية، وهنا يجب الإشارة إلى أن السائحين عادة ما يتفاعلون مع التقنيات التي تدمج العديد من هذه الأنظمة، على سبيل المثال، قد يتفاعل السائح مع روبوت يدمج نظام المحادثة، ووفقًا للمتطلبات، نظام التوصية، أو تقنية التخصيص، أو وكيل مستقل الذي يعتمد الحوار مع المستخدم على برنامج الدردشة الآلي أو المساعد الصوتي¹.

الشكل 01 يوضح العلاقة بين أسس تكنولوجيا المعلومات للذكاء الاصطناعي التي تم تحليلها وأنظمة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم ربطها بالاستثمارات السياحية



¹ Jacques Bulchand-Gidumal, Impact of Artificial Intelligence in Travel, Tourism, and Hospitality. August 2020(at: <https://www.researchgate.net/publication/344444604>).

يعمل الذكاء الاصطناعي على إحداث تغييرات في وصناعة السياحة من خلال تحويل الطريقة التي يخطط بها المسافرون ويحجزون ويعيشون تجاربهم.

التخصيص والتوصيات:

- تقديم وجهات وأماكن إقامة وأنشطة تتكيف مع أذواق واحتياجات كل فرد.
- تحليل بيانات البحث والحجز لإنشاء عروض مخصصة.
- تقديم توصيات في الوقت الفعلي بناءً على موقع المسافر وسياقه.

الأداء والتحسين:

- أداء المهام المتكررة، مثل حجز الرحلات الجوية والفنادق.
- تحسين إدارة تدفقات وموارد السياح.
- تحسين كفاءة خدمات العملاء.

تجارب غامرة وتفاعلية:

- إنشاء أدلة سياحية افتراضية ومساعدين شخصيين أذكيا.
- تطوير تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي لإثراء تجربة المسافر.
- تقديم تفاعلات أكثر طبيعية وبديهية مع أنظمة المعلومات السياحية.

الاستدامة والتنمية المسؤولة:

- تحسين إدارة الموارد الطبيعية والطاقة في الجهات السياحية.
- تعزيز السياحة المسؤولة والصدقية للبيئة.
- الحفاظ على المواقع الطبيعية والثقافية للأجيال القادمة.

2.2 ثورة الذكاء الصناعي نحو سياحة مستدامة

في الوقت الحالي، ارتبطت حياة الإنسان بالتقنيات الناشئة مثل الذكاء الاصطناعي (AI)، وسلسلة الكتل، وإنترنت الأشياء، والميتافيرس، وما إلى ذلك. في المستقبل، قد يبدو من الصعب العيش بدون هذه التقنيات على الرغم من أنها قد يكون البعض متها غريبا بالنسبة لنا الآن. مع نمو هذه التقنيات، من الضروري فهم تأثيرها على مجال بحثنا وحتى على حياتنا، و الذكاء الاصطناعي هو أحد التقنيات التي أصبحت نقطة اهتمام صناع السياحة والمدافعين عن البيئة.¹

¹ David, L. D., & Dadkhah, M. (2023). Artificial intelligence in the tourism sector: Its sustainability and innovation potential. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 18(3), 609–613. doi: 10.24136/eq.2023.019 P609.



توفر التقنيات المتقدمة مثل خدمات العلامات الجغرافية والواقع الافتراضي والواقع المعزز لأصحاب المصلحة في صناعة السياحة فرصًا لتعزيز تجربة السائح. و تبني مثل هذه التكنولوجيا في الوجهات السياحية - والتي تُعرف عمومًا باسم "السياحة الذكية" - يمكن أن يدعم أجندة الاستدامة أيضًا. غالبًا ما يشار إلى هذه الأجندة الخاصة، في سياق السياحة، بالسياحة المستدامة، والتي تغطي السياسات والممارسات والبرامج التي تأخذ في الاعتبار احتياجات المجتمعات المتأثرة بالأنشطة السياحية (على سبيل المثال، كيفية حماية الموارد الطبيعية والحفاظ على التراث الثقافي).

وقد أشارت الأبحاث إلى إمكانات السياحة الذكية في دعم أجندة الاستدامة. على سبيل المثال، يمكن للواقع الافتراضي أن يلعب دورًا كأداة للحفاظ على المواقع المهددة نظرًا لإمكاناته في خلق "تجارب افتراضية قد يقبلها السياح كبديل للزيارة الحقيقية" وهذا على الرغم من حجة أخرى تؤكد أن الواقع الافتراضي قد لا يكون قادرًا أبدًا على تكرار العديد من جوانب تجربة السائح، مثل رائحة المكان أو رذاذ الماء الحقيقي، ومع ذلك، من منظور الحفاظ على التراث، لا تزال مثل هذه التدابير تستحق التبني لأن عدد الزوار يظل أحد التهديدات الرئيسية لاستدامة أي مواقع¹.



يُحدث الذكاء الاصطناعي (AI) ثورة في جهود الاستدامة في صناعة السياحة من خلال توفير حلول مبتكرة لمواجهة التحديات البيئية وتعزيز الممارسات المسؤولة، حيث توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي قدرات متقدمة في تحليل البيانات والنمذجة التنبؤية والأداء، مما يمكن أصحاب المصلحة في مجال السياحة من اتخاذ قرارات مستنيرة تقلل من التأثير البيئي مع تعظيم الفوائد الاجتماعية والاقتصادية.

أحد التطبيقات الرئيسية للذكاء الاصطناعي لتحقيق الاستدامة في السياحة هو الرؤى المستندة إلى البيانات يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي تحليل كميات هائلة من البيانات المتعلقة بسلوك السائح والظروف البيئية وأنماط استهلاك الموارد لتحديد الاتجاهات والأنماط ومجالات التحسين، ومن خلال الاستفادة من هذه الأفكار، يمكن للوجهات تطوير استراتيجيات مستهدفة للحد من انبعاثات الكربون، والحفاظ على الموارد الطبيعية، والتخفيف من الآثار السلبية للأنشطة السياحية على النظم البيئية. علاوة على ذلك، تتيح النمذجة التنبؤية المدعومة بالذكاء الاصطناعي لمخططي السياحة توقع الاتجاهات المستقبلية وتخطيط التدخلات وفقًا لذلك. على سبيل المثال، يمكن للتحليلات التنبؤية التنبؤ بتدفقات الزوار إلى الوجهات السياحية الشهيرة مما يسمح للسلطات بتنفيذ تدابير إدارة الحشود لمنع السياحة الزائدة وتقليل التدهور البيئي. وبالمثل، يمكن للنمذجة التنبؤية توقع التغيرات في أنماط الطقس والكوارث الطبيعية، مما يمكن الوجهات من تنفيذ خطط الاستعداد للكوارث وضمان سلامة السياح والمقيمين على حد سواء².

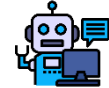
¹ Gilang Maulana Majid and auther, Arificiel Intellegence(AI): Penetration and Sustenable Tourism In Indounisia: a review and Synthesis. CONFERENCE PROCEEDINGS. SYMPOSIUM ON SOCIAL SCIENCE 2020.pp159-160.

² Tarsem Fatima, Huzaiifa Arsalan , AI-Driven Innovations for Sustainable Tourism Development and Customer Engagement.may2024 (<http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.36272.57608>).



يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا حاسمًا في تعزيز الممارسات الصديقة للبيئة في صناعة السياحة من خلال تحليل البيانات المتعلقة بتوليد النفايات واستخدام المياه وإدارة الطاقة، يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي تحديد الفرص المتاحة لكفاءة استخدام الموارد وتحسينها. على سبيل المثال، يمكن للشبكات الذكية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي تحسين توزيع الطاقة في الوجهات السياحية، والحد من هدر الطاقة وخفض انبعاثات الكربون. وبالمثل، يمكن لأنظمة إدارة النفايات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي تحسين طرق جمع النفايات، والحد من استخدام مدافن النفايات، وتعزيز مبادرات إعادة التدوير والتسميد. علاوة على ذلك يتيح الذكاء الاصطناعي توصيات وتجارب شخصية تعزز خيارات السياحة المستدامة. يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي تحليل تفضيلات المستخدم وسلوكياته السابقة والبيانات الديموغرافية لتقديم توصيات مخصصة بشأن أماكن الإقامة والأنشطة وخيارات النقل الصديقة للبيئة.¹

أصبحت الاستدامة حجر الزاوية في صناعة الضيافة، مع إدراك الشركات بشكل متزايد لأهمية الإشراف البيئي والممارسات التجارية المسؤولة. فأحد مجالات التركيز الرئيسية لتحقيق الاستدامة في مجال الضيافة هو الحفاظ على الطاقة وكفاءتها. وتقوم الفنادق بتنفيذ أنظمة الإضاءة والتدفئة والتبريد الموفرة للطاقة، فضلاً عن الاستثمار في مصادر الطاقة المتجددة مثل الألواح الشمسية والتدفئة الحرارية الأرضية، ومن خلال تقليل استهلاك الطاقة والاعتماد على الوقود الأحفوري، فإن هذه المبادرات لا تؤدي إلى خفض تكاليف التشغيل فحسب، بل تخفف أيضاً من انبعاثات الغازات الدفيئة وتكافح تغير المناخ. يعد الحفاظ على المياه جانباً مهماً آخر من جوانب الاستدامة في مجال الضيافة، وتقوم الفنادق بتنفيذ تدابير لتوفير المياه مثل التركيبات منخفضة التدفق، والمناظر الطبيعية الموفرة للمياه، وبرامج إعادة استخدام البياضات لتقليل استخدام المياه وتوليد مياه الصرف الصحي. بالإضافة إلى ذلك، تقوم بعض الفنادق بتطبيق تقنيات مبتكرة مثل أنظمة إعادة تدوير المياه الرمادية لمعالجة وإعادة استخدام مياه الصرف الصحي لأغراض غير صالحة للشرب، مما يقلل من تأثيرها البيئي.²



تعمل روبوتات الدردشة والمساعدون الافتراضيون المدعومون بالذكاء الاصطناعي على تمكين الفنادق وشركات السفر من توفير دعم العملاء و توصيات مخصصة بشأن أماكن الإقامة والأنشطة وخيارات النقل الصديقة للبيئة. يُحدث الذكاء الاصطناعي ثورة في صناعة الضيافة من خلال تعزيز الكفاءة التشغيلية، وتخصيص تجارب الضيوف، وتحسين إدارة الموارد. ويتم دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك التعلم الآلي ومعالجة اللغات الطبيعية، في جوانب مختلفة من عمليات الضيافة، بدءاً من خدمة العملاء وحتى إدارة الإيرادات. أحد التطبيقات الأساسية للذكاء الاصطناعي في مجال الضيافة هو تفاعل الضيوف ومشاركتهم. تعمل روبوتات الدردشة والمساعدون الافتراضيون المدعومون بالذكاء الاصطناعي على تمكين الفنادق وشركات السفر من توفير دعم العملاء على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع والإجابة على الاستفسارات وتقديم توصيات مخصصة. يمكن لهذه الأنظمة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي فهم استفسارات اللغة الطبيعية والرد عليها، مما يوفر للضيوف قنوات اتصال فعالة وسلسة. علاوة على

¹ Tarsem Fatima, Huzaifa Arsalan , AI-Driven Innovations for Sustainable Tourism Development and Customer Engagement

² Ali Zafer, Kashif Saleem , Innovation Dynamics in Hospitality and Tourism: AI, Sustainability, and Customer Satisfaction .May 2024.pp4-5 (<http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28722.82889>).

ذلك، يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا حاسمًا في تعزيز إدارة الإيرادات واستراتيجيات التسعير. من خلال تحليل بيانات الحجز التاريخية واتجاهات السوق والعوامل الأخرى ذات الصلة، يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي التنبؤ بالطلب وتحسين الأسعار في الوقت الفعلي. يتيح ذلك للفنادق ووكالات السفر تحقيق أقصى قدر من الإيرادات عن طريق تعديل أسعار الغرف والعروض الترويجية ديناميكيًا بناءً على تقلبات الطلب وأسعار المنافسين.

ومن خلال تصميم التوصيات حسب التفضيلات الفردية، يمكن للجهات أن تشجع السياح على اتخاذ خيارات أكثر استدامة أثناء رحلاتهم، يمكن تحليل التعليقات في الوقت الفعلي المدعوم بالذكاء الاصطناعي شركات السياحة من مراقبة رضا العملاء والاستجابة السريعة للمخاوف، كما يمكن لخوارزميات تحليل المشاعر تحليل منشورات وسائل التواصل الاجتماعي والمراجعات عبر الإنترنت واستطلاعات آراء العملاء لقياس الرأي العام وتحديد مجالات التحسين. ومن خلال معالجة مخاوف العملاء في الوقت الفعلي، يمكن لشركات السياحة تعزيز رضا العملاء وبناء الولاء للعلامة التجارية وإظهار التزامهم بالاستدامة¹.



تعد إدارة النفايات أيضًا أحد مجالات التركيز الهامة لمبادرات الاستدامة في مجال الضيافة. تنفذ الفنادق برامج للحد من النفايات وإعادة تدويرها لتقليل كمية النفايات المرسلة إلى مدافن النفايات. يتضمن ذلك مبادرات مثل تحويل نفايات الطعام إلى سماد، وإعادة تدوير الورق والبلاستيك والزجاج، والتبرع بوسائل الراحة المتبقية للجمعيات الخيرية المحلية. ومن خلال تحويل النفايات من مدافن النفايات وتشجيع إعادة التدوير، يمكن للفنادق تقليل بصمتها البيئية والمساهمة في الاقتصاد الدائري. علاوة على ذلك، تمتد الاستدامة في مجال الضيافة إلى ما هو أبعد من المبادرات البيئية لتشمل الجهود الاجتماعية والموجهة نحو المجتمع. تتفاعل الفنادق بشكل متزايد مع المجتمعات المحلية من خلال الشراكات مع الشركات المحلية والمنظمات الثقافية والمجموعات غير الربحية. ويشمل ذلك مبادرات مثل تحديد مصادر الأطعمة والمشروبات المنتجة محليًا، وتشجيع الحرفيين والحرفيين المحليين، ودعم مشاريع تنمية المجتمع مثل التعليم والرعاية الصحية. بالإضافة إلى المبادرات التي تركز على البيئة والمجتمع، تشمل الاستدامة في مجال الضيافة أيضًا الممارسات التجارية الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية للشركات².



بالإضافة إلى ذلك، تتيح منصات مشاركة الضيوف المعتمدة على الذكاء الاصطناعي لمقدمي خدمات الضيافة تثقيف الضيوف وتمكينهم من تبني سلوكيات أكثر استدامة أثناء إقامتهم. على سبيل المثال، يمكن لتطبيقات الهاتف المحمول المدعومة بالذكاء الاصطناعي أن توفر للضيوف توصيات شخصية للأنشطة الصديقة للبيئة، وتعزيز ممارسات توفير الطاقة، وتحفيز السلوكيات المستدامة من خلال برامج اللعب والمكافآت. ومن خلال إشراك الضيوف في مبادرات الاستدامة، يمكن لمؤسسات الضيافة تعزيز ثقافة المسؤولية البيئية والمساهمة في تحقيق نتائج بيئية إيجابية. ومع ذلك، فإن اعتماد الذكاء الاصطناعي للممارسات المستدامة في مجال الضيافة لا يخلو من التحديات. يجب التعامل بعناية مع المخاوف المتعلقة بخصوصية البيانات، والحوجز التكنولوجية، والحاجة إلى تعاون أصحاب المصلحة لضمان فعالية جهود

¹ Tarsem Fatima, Huzaiifa Arsalan , AI-Driven Innovations for Sustainable Tourism Development and Customer Engagement.may2024 (<http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.36272.57608>).

² Zafer, Kashif Saleem , Innovation Dynamics in Hospitality and Tourism.).

الاستدامة وأخلاقيتها. ومع ذلك، مع التخطيط الاستراتيجي والحلول المبتكرة والالتزام بالتحسين المستمر فإن الذكاء الاصطناعي يحمل وعدًا كبيرًا لتعزيز الممارسات المستدامة وتحفيز التأثير البيئي الإيجابي في صناعة الضيافة¹.



أنظمة التخصيص والتوصية: لسنوات عديدة كان على السياح أن يقرروا الجهات التي سيزورونها والأماكن التي سيذهبون إليها الزيارة في الوجهة، والأنشطة في الوجهة باستخدام الصور في كتالوجات، وقد أدى الإنترنت إلى زيادة كمية المعلومات المتاحة، كما ساعد المحتوى الذي ينشئه المستخدمون السائحين على اتخاذ قرارات مستنيرة ومع ذلك، حتى ومع هذه المعلومات الإضافية، كان السعر هو العنصر الأكثر أهمية في صنع القرار. الذكاء الاصطناعي يغير هذا السلوك لأنه يسمح للسياح للعثور

المحور الثاني التحديات التي يطرحها الذكاء الصناعي على الصناعة السياحية

يمكن أن يلعب فن الذكاء الاصطناعي دورًا في التحول إلى السياحة البيئية. ولكن ما هو الثمن؟

التحدي الأخلاقي

الأخلاقيات وسرية البيانات من الشواغل الرئيسية التي يجب أخذها في الاعتبار. يجب أن يكون الوصول إلى التكنولوجيا والتدريب منصفًا لجميع أصحاب المصلحة في السياحة. التعاون بين الجهات الفاعلة العامة والخاصة أمر ضروري لضمان التنمية المستدامة للسياحة²

عواقب الذكاء الاصطناعي على المهن السياحية: التغييرات والفرص الجديدة

يعمل الذكاء الاصطناعي على تعطيل صناعة السياحة، مع عواقب عميقة على المهن القائمة وظهور فرص جديدة

إعادة تعريف المهارات: سيحتاج المتخصصون في السياحة إلى تطوير مهارات في تحليل البيانات وإدارة الذكاء الاصطناعي والتفاعل بين الإنسان والآلة

ظهور مهن جديدة: ستكون هناك حاجة إلى مهن جديدة مرتبطة بالذكاء الاصطناعي، مثل مطوري تطبيقات الواقع الافتراضي ومهندسي الذكاء الاصطناعي للسياحة والخبراء في أخلاقيات الذكاء الاصطناعي

اختفاء بعض الوظائف: يمكن أن تهدد المهام المتكررة والقابلة للأتمتة بعض الوظائف، وخاصة في خدمات الحجز والاستقبال

• تطور الوظائف الحالية: سوف تتطور المهن الحالية نحو وظائف أكثر تخصصًا تتطلب إتقانًا متزايدًا للذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية.

¹ King Baber, Huzaifa Arsalan, Maximizing Hospitality Industry Efficiency: AI Applications for Sustainability and Customer Satisfaction. May2024.p4(<http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.30819.98080>).

² (, une révolution en marche, c'est maintenantL'IA dans le tourisme ,ressources TourismeCentre national de s://www.tourisme.ac-versailles.fr/spip.php?article1888).

خلق فرص عمل جديدة: ستظهر مهن جديدة مرتبطة بالذكاء الاصطناعي والابتكار الرقمي في قطاع السياحة.¹

من المجالات غير السياحية. يجب استكشاف قبول التقنيات المبتكرة من قبل كل من السياح والحكومات، وخاصة بالنسبة للمناطق الأقل نمواً، من خلال الأساليب الكمية والنوعية. هناك أيضاً حاجة إلى إجراء بحث متعمق حول جدوى التقنيات المبتكرة وتوفير جدول زمني للاستخدام العملي لمثل هذه التقنيات.²

يظهر تقدم تكنولوجي آخر إمكاناته لدعم أجندة السياحة المستدامة وهو استخدام الروبوتات. كانت القضية الرئيسية التي أثرت تتعلق بالسلوك البيئي لنزلاء الفنادق والذي كان من المتوقع أن يتم إثارته من خلال تقديم الملاحظات لهم من خلال روبوت و/أو مساعد افتراضي يعمل بالذكاء الاصطناعي كعامل مراقبة. على الرغم من استخدام تصميم تجريبي قائم على السيناريو فقط (أي، طُلب من المشاركين تخيل الموقف الذي حدث فيه التدخل ثم الإبلاغ عن استجاباتهم لهذا التدخل)،

تكشف دراستهم بشكل مثير للاهتمام أن إدراك وجود مثل هذا العامل "في الغرفة" كافٍ لتحفيز السلوك المعياري للضيوف. وهذا يفتح إمكانات جديدة لتطوير أكثر تركيزاً لمثل هذه التقنيات لإحداث تغييرات إيجابية ومستدامة بنجاح في الصناعة.³

يمكن أن يلعب فن الذكاء الاصطناعي دوراً في انتقال السياحة البيئية. ولكن ما هو الثمن؟

الخاتمة

يظهر من خلال هذه الورقة البحثية إن الاستفادة من التقنيات المعاصرة مثل الذكاء الاصطناعي يمكن أن تحقق التغيير المطلوب للسعي إلى مستقبل مستدام، وخاصة في مجال السفر والسياحة. فلدى الذكاء الاصطناعي القدرة على تحويل السياحة إلى تجربة أكثر تخصيصاً وكفاءة وغامرة ومستدامة. الذكاء الاصطناعي أداة قوية يمكن أن تساعد في معالجة تحديات السياحة وخلق مستقبل أكثر استدامة وشاملاً لهذه الصناعة.

يمثل الذكاء الاصطناعي قوة تحويلية رئيسية لمهن السياحة، حيث يحمل الذكاء الاصطناعي -كغيره من التقنيات الحديثة- كثيراً من الحلول التي تدعم تحقيق أهداف السياحة المستدامة، مثل: التطوير المتسارع في جودة وكفاءة الخدمات والعمليات الإنتاجية المختلفة، وإيجاد حلول جديدة لمشكلات كانت تظنها البشرية أبدية. لكن على الجانب الآخر، يمكن أن يؤثر الذكاء الاصطناعي -بصورة سلبية حادة- في كثير من الأنشطة البشرية عن طريق استبدال العنصر البشري بالألة، ولا يخفى عليكم ما يثيره هذا الأمر من مخاوف، لذلك سيعتمد مستقبل السياحة على قدرة اللاعبين في الصناعة على التكيف مع الذكاء الاصطناعي واستخدامه بمسؤولية وأخلاق.

¹ Centre national de ressources Tourisme.

^{2 2} Gilang Maulana Majid and auther, Arificiel Intellegence(AI): Penetration and Sustenable Tourism In Indounisia: a review and Synthesis. CONFERENCE PROCEEDINGS. SYMPOSIUM ON SOCIAL SCIENCE 2020.p158.

³ Gilang Majid and auther, Arificiel Intellegence..pp159-160.

قائمة المراجع:

باللغة العربية

المعاني الجامع (<https://www.almaany.com/ar/dict/ar->)
([ar/%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A/](https://www.almaany.com/ar/dict/ar-))

-سليمان يعقوب الفراء، " الذكاء الصناعي". مجلة البدر. العدد 1. المجلد 4. (2012).
-أحلام زايد، كمال زموري، (AI)الذكاء الاصطناعي و تطبيقاته في القطاع السياحي -الامارات العربية المتحدة نموذجا
مجلة البشائر الاقتصادية. المجلد 07. العدد (أفريل 2024).
-الويزة خلفه ساهل، أسامة سنوسي. " تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة والسفر تحول جديد في الرحلات
والإقامة دراسة حالة فنادق سويسرا. مجلة القانون والعلوم البيئية. المجلد 3. العدد 01. 2024
1 زايد، زموري. الذكاء الصناعي وتطبيقاته.

باللغة الأجنبية

-Stuart Russell ,Peter Norvig, Artificial Intelligence A Modern Approach .3rded. (pearsons: New Jersey.2010)1.

ainable Tourism Council .What is Sustainable Tourism? (<https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/?lang=fr>).

Global Forest Coalition, Ecotourism(<https://globalforestcoalition.org/fr/resources/life-as-commerce/life-commerce-toolkit/analyzing-impacts/ecotourism/>).

-World Tourism Organization, urism Organization (UNWTO)| **Charter for Sustainable Tourism.**

-Jacques Bulchand-Gidumal, Impact of Artificial Intelligence in Travel,Tourism, and Hospitality. August 2020(
at: <https://www.researchgate.net/publication/344444604>).

- David, L. D., & Dadkhah, M. (2023). Artificial intelligence in the tourism sector: Its sustainability and innovation potential. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 18(3), 609–613. doi: 10.24136/eq.2023.019

-Gilang Maulana Majid and auther, Arificiel Intellegence(AI): Penetration and Sustenable Tourisme In Indounisia: a review and Synthesis. CONFERENCE PROCEEDINGS. SYMPOSIUM ON SOCIAL SCIENCE 2020.

-Tarsem Fatima, Huzaiifa Arsalan , AI-Driven Innovations for Sustainable Tourism Development and Customer Engagement

-Ali Zafer, Kashif Saleem , Innovation Dynamics in Hospitality and Tourism: AI, Sustainability, and Customer Satisfaction .May 2024.pp4-5 (<http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28722.82889>).

- King Baber, Huzaiifa Arsalan, Maximizing Hospitality Industry Efficiency: AI Applications for Sustainability and Customer Satisfaction. May2024.p4(<http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.30819.98080>).

!(L'IA dans le tourisme, une révolution en marche, c'est maintenant ,Centre national de ressources Tourisme ¹⁵
s://www.tourisme.ac-versailles.fr/spip.php?article1888).

التراث الثقافي والسياحة لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر

Patrimoine culturel et le tourisme pour le développement durable en Algérie

د/ ناصر صولة: soulanacer@yahoo.fr

جامعة التكوين المتواصل: مركز سطيف

الملخص

لا يمكن الحديث عن التراث الثقافي دون الكلام عن السياحة فكلاهما وجهان لعملة واحدة عنوانها التنمية المستدامة. هذا التراث الذي يمثل شواهد على حضارات كانت تضيء ظلمات العالم في وقت من الأوقات، وهو عنوان لهوية الأمة وكيانها الحضاري يجب استغلاله بالتعريف به وتنشيط السياحة إليه باعتباره موردا ماليا ينهض ببعض الأعباء الاقتصادية وإحدى البدائل للجزائر في التخلص من تبعيتها للمحروقات.

غير أنه وبالنظر للواقع السياحي والثقافي في بلادنا نجد أن عراقة ومكنوز وتنوع التراث الثقافي الممتد زمانا لآلاف السنين ومكانا على مساحة تناهز مساحة قارة لا يتناسب مع يجب أن تكون عليه المداخل السياحية الوطنية، ولا يتم توظيفه لتحقيق الإقلاع السياحي الحقيقي في بلادنا. لذلك كان هدف هذا البحث هو إيجاد الآليات التي تكفل الاستثمار في التراث الثقافي الوطني من أجل تحقيق تنمية مستدامة للسياحة في الجزائر.

الكلمات المفتاحية

التراث الثقافي - الاستثمار السياحي - التنمية المستدامة - السياحة - القانون الجزائري.

Résumé

Le patrimoine culturel ne peut être parlé sans le tourisme, sont deux faces d'une même pièce intitulée Développement durable. Cet héritage, qui est un témoignage des civilisations qui à un moment ont illuminé l'obscurité du monde, est le titre de l'identité de la nation et doit être exploité en identifiant et en stimulant le tourisme comme une ressource financière qui favorise un fardeau économique et l'une des alternatives de l'Algérie pour éliminer sa dépendance aux incinérateurs.

Cependant, compte tenu des réalités touristiques et culturelles de notre pays, le trésor et la diversité du patrimoine culturel ne sont pas à la mesure du besoin de revenus touristiques nationaux et ne sont pas utilisés pour réaliser un véritable décollage touristique dans notre pays. L'objectif de cette recherche était donc de trouver des mécanismes pour assurer l'investissement dans le patrimoine culturel national algérien pour le développement durable du tourisme.

mots clés

Le patrimoine culturel- Investissement touristique- Développement durable - Tourisme- Droit algérien.

المقدمة

تزخر الجزائر بتراث ثقافي عرّ نظيره في العالم، نظرا لما يمثله من امتداد عبر المكان بمساحة تناهز مساحة قارة ، وعبر الزمان إذ يمتد لألاف السنين والأحقاب. وأن هذا التراث الثقافي محمي بمقتضى القانون رقم 04/98. لكن يبقى الإشكال قائما في مدى استغلال هذا التراث لتحقيق تنمية مستدامة للسياحة، ومؤدى ذلك تقليص التبعية في المداخل للمحروقات.

وعلى ضوء ما سبق، ومواكبة للواقع الثقافي والسياحي في الجزائر، جاءت هذه الدراسة لتسليط المزيد من الضوء على التراث الثقافي الوطني ودوره في جلب السياحة الثقافية لتحقيق التنمية المستدامة المنشودة، التي أرادها المشرّع، وفي هذا إمالة للثام عن مدى قصور أو كفاية قواعد القانون ذي الصلة في تحقيق ذلك. كما تتمثل أهمية الدراسة في:

- ثراء وتنوع التراث الثقافي الجزائري محليا ودوليا، يستلزم معه أن تكون الجزائر في مصاف الدول الأكثر سياحة في العالم، لكن الواقع يشهد على عكس ذلك، لذلك فطرق هذا الموضوع بمثابة وضع الأصبع على الجرح ويكتسي أهمية بالغة.

- الجزائر دولة تعتمد على الريع البترولي، وقد شهد هذا الأخير في السنوات الماضية تراجعا حادا في الأسعار في السوق الدولية بما أدى إلى فرملة مشاريع التنمية المحلية فضلا عن التنمية المستدامة، ويمثل التراث الثقافي رافدا ماليا مهما بما يدرّه من عائدات مالية بفعل السياحة الثقافية عموما و السياحة الصحراوية خصوصا، لذلك فَطَرَقَ هذا الموضوع في هذا الوقت بالذات له أهمية خاصة.

وعلى سند ما تم ذكره تثار الإشكالية التالية: ما الآليات التي وضعها المشرّع الجزائري لجلب السياحة الثقافية قصد تحقيق تنمية مستدامة بالنظر لمكانة و ثراء التراث الثقافي الوطني ؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات أهمها:

- ما ماهية التراث الثقافي لغة وقانونا؟ وما مدى اتفاقهما أو اختلافهما؟
- فيم يختلف مفهوم السياحة لغة عنه في اصطلاح الباحثين؟
- بم عرف المشرّع الجزائري كلاً من السياحة الثقافية والتنمية المستدامة؟
- كيف يمكن الاستثمار في التراث الثقافي الوطني لتحقيق التنمية المستدامة للسياحة من خلال القانون رقم 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة؟

كما أهدف من خلال هذه المداخلة إلى:

- معرفة الآليات التي وضعها المشرع الجزائري لتحقيق التنمية المستدامة للسياحة الثقافية عبر الاستثمار في التراث الثقافي الوطني من خلال التشريع ذي الصلة. ومدى كفايتها أو قصورها.
- إبراز أهمية ومكانة التراث الثقافي الجزائري بما يتعين استغلاله اقتصاديا وتجاريا.

وقد اقتضت الدراسة استخدام المنهج الوصفي الذي يصف الحالة كما هي, كما المنهج المقارن أحيانا.

وعليه, سأحدّد في هذه الورقة البحثية مصطلحات البحث أولا, ثم أتطرق إلى آليات تحقيق التنمية المستدامة للسياحة في ظل الاستثمار في التراث الثقافي الوطني من خلال القانون رقم 03/01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة.

1. تحديد المصطلحات

أتناول فيما يلي تعريف التراث الثقافي, ثم السياحة, وأخيرا التنمية المستدامة, وبيان ذلك على الوجه الآتي:

1.1. تعريف التراث الثقافي

أتطرق إلى تعريفه لغة, ثم إلى تعريفه في القانون الجزائري.

1.1.1 تعريف التراث الثقافي في اللغة العربية

التراث في اللغة العربية: مصدر من كلمة "وَرَّثَ", وهو ما يخلّفه الرجل لورثته, ويقال وَرِثَ و وَرِثٌ وإرثٌ ووراثٌ وإراثٌ وميراثٌ بمعنى واحد. وتراث أصله: وراث فأبدلت التاء من الواو: وهو ما يخلّفه الميت من مال فيورث عنه. ويقال وَرِثَ العلم والصلاح ونحوهما: أي أدركه وناله واستقر له¹.

وفي المصباح المنير: "التُّرَاثُ بِالضَّمِّ وَالْإِرْثُ كَذَلِكَ، وَالْفَاعِلُ وَاِرِثٌ وَالْجَمْعُ وِرَاثٌ وَوَرِثَةٌ مِثْلُ كَافِرٍ وَكُفَّارٍ وَكَفَرَةٍ وَالْمَالُ مَوْزُوثٌ وَالْأَبُ مَوْزُوثٌ أَيْضًا وَأُورِثَهُ أَبُوهُ مَا لَمْ يَجْعَلْ لَهُ مِيرَاثًا وَوَرِثْتُهُ تَوْرِثًا أَشْرَكْتُهُ فِي الْمِيرَاثِ".²

وفي هذا المعنى قوله جلّ وعلا حكاية عن زكريا ودعائه إياه: ﴿وَإِنِّي خِفْتُ الْمَوَالِيَ مِنْ وَرَائِي وَكَانَتِ امْرَأَتِي عَاقِرًا فَهَبْ لِي مِنْ لَدُنْكَ وَلِيًّا يَرْثُنِي وَيَرِثُ مِنْ آلِ يَعْقُوبَ وَاجْعَلْهُ رَبِّ رَضِيًّا﴾³.

يتبين مما سبق أن التراث والميراث والإرث بمعنى واحد, وهو ما يخلّفه الإنسان لورثته أو لمن يبقى بعده. وقد يكون ماديا وهو المعنى المقصود غالبا, وقد يكون معنويا كالتقوى والصلاح والمجد. كما يلاحظ أيضا, أن الميراث والورث هو ما يُدرك ويُنال بعد موت المورث ويستقر للوارث.

أما الثقافة فقد تعددت واختلفت تعاريفها، لذلك اقتصرنا على بعض التعاريف التي تخدم الموضوع، ومن ذلك: تعريف ابن خلدون الذي عرفها بأنها: " آداب الناس في المعاش كالعمران والصنائع والدراية في مجالات الحياة اليومية، وتشكل آداب الناس بالتعليم والاكتساب وإعمال الفكر."⁴

وعرفها د. حسام محاسب بأنها: " الوعاء الذي تحفظ فيه الأمم خبراتها المتمثلة في تجاربها ولغتها ودينها وتاريخها وتطورها الحضاري والأحداث التي مرت بها."⁵ وأضاف الثقافة تعني: " جوهر المجتمع وبالتالي تعني كل ما أنتجه المجتمع من إنتاج مادي ومعنوي."⁶

وبتركيب مدلول الكلمتين: " التراث " من جهة؛ و " الثقافة " من جهة أخرى، للحصول على مدلول لغوي " للتراث الثقافي "، نستنتج أن التراث الثقافي يعني: كل ما يخلفه الأجداد للأبناء والأبناء أو لمن يبقى بعدهم من عادات وتقاليد وآداب وأعراف وأخلاق وفنون، وكل موروث تاريخي مادي أو معنوي. وأن كل ذلك يُدرك ويُنال بعد موت المورث (الأجداد) ويستقر للوارث (الأبناء). وبتعبير أشمل: كل ما يبقى من آثار ومخلفات مادية أو معنوية للحضارات السابقة والأمم الغابرة.

2.1.1 تعريف التراث الثقافي في القانون الجزائري

عرّف المشرع الجزائري التراث الثقافي من خلال القانون رقم 04/98 المؤرخ في 15 يونيو 1998م المتعلق بحماية التراث الثقافي⁷ بالقول: " يعدّ تراثا ثقافيا للأمة، في مفهوم هذا القانون، جميع الممتلكات الثقافية العقارية، والعقارات بالتخصيص، والمنقولة، الموجودة على أرض عقارات الأملاك الوطنية وفي داخلها، المملوكة لأشخاص طبيعيين أو معنويين تابعين للقانون الخاص، والموجودة كذلك في الطبقات الجوفية للمياه الداخلية والإقليمية الوطنية الموروثة عن مختلف الحضارات المتعاقبة منذ عصر ما قبل التاريخ إلى يومنا هذا. وتُعدّ جزءا من التراث الثقافي للأمة أيضا الممتلكات الثقافية غير المادية الناتجة عن تفاعلات اجتماعية وإبداعات الأفراد والجماعات عبر العصور والتي لا تزال تعرب عن نفسها منذ الأزمنة الغابرة إلى يومنا هذا."⁸

وما يلاحظ على هذا التعريف، أنه جاء شاملا وجامعا لكل أشكال التراث الثقافي:

-تراث ثقافي مادي: عقار، منقول، مغمور بالماء....

-تراث ثقافي غير مادي.

كما يستفاد من هذا التعريف أيضا، أن التراث الثقافي يشمل: الممتلكات الثقافية العقارية⁹؛ والمنقولة¹⁰؛ وغير المادية¹¹، وهذا ما عناه المشرع من خلال المادة 3 من القانون رقم 04/98 المتعلق بحماية التراث الثقافي. وأنه يدخل ضمن الأملاك الوطنية العمومية.

وبمقارنة تعريف التراث الثقافي لغة مع التعريف القانوني له، يتبين أن التراث الثقافي هو ما خلفه السلف للخلف من حضارة مادية ومعنوية، ويتضح أيضاً أن التراث يتضمن جانبين: معنوي (علوم، أدب، قيم... إلخ)، ومادي (أشياء، مباني، آثار، حضائر ثقافية... إلخ).

2.1. تعريف السياحة

أتناول تعريف السياحة لغة، ثم تعريفها في الاصطلاح.

1.2.1. تعريف السياحة لغة

قال ابن منظور: "ساح يسيح سَيْحاً وسَيْحَاناً إذا جرى على وجه الأرض. والسيّاحة: الذهاب في الأرض للعبادة والترهب؛ وساح في الأرض يسيح سياحةً وسُيُوحاً وسَيْحاً وسَيْحَاناً أي ذهب؛ وفي الحديث: "لا سياحة في الإسلام"، أراد بالسيّاحة مفارقة الأمصار والذهاب في الأرض. ومنه المسيح بن مريم، علمهما السلام؛ في بعض الأقاويل: كان يذهب في الأرض فأينما أدركه الليل صفّ قدميه وصلّى حتى الصّباح".¹²

ويعني لفظ: "سياحة": التجوال أي: ساح في الأرض وجال فيها: أي: ذهب وسار على وجه الأرض¹³. وفي اللغة الإنجليزية: "to tour": يعني يجول ويدور، أما لفظ: "tourism" فهو لفظ مستحدث في اللغات اللاتينية¹⁴.

يتضح مما سبق، أن السياحة لغة تعني الذهاب والسير على وجه الأرض.

2.2.1. تعريف السياحة في الاصطلاح

عرّفها الباحث الألماني: "جون برفرديلر" بأنها: "ظاهرة تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة".¹⁵

والملاحظ على هذا التعريف أنه تطرق إلى ما هو أبعد من تعريف السياحة (أهداف السياحة)، وبذلك فقد خالف قواعد المنطق التي توجب في التعريف أن يكون بالفاظ واضحة المعاني غير مبهمة أو غامضة، ووفقاً لهذه القواعد فلا يجوز أن يكون التعريف بما هو أعم من الشيء المعرف¹⁶.

وعرّفت منظمة السياحة العالمية السياحة على أنها: "نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن ليلة واحدة ولا تزيد عن سنة واحدة لغرض من أغراض السياحة المعروفة، ما عدا الدراسة والعمل".¹⁷

وعرّفها الخبيران السويسريان: هونزيكير وكرافت "Hunziker et Kraft" بأنها: " مجموع العلاقات والظواهر الناجمة عن سفر وإقامة الأفراد بحيث لا يشكل مكان مكوثهم إقامة رئيسية ودائمة أو مقرا اعتياديا للعمل".¹⁸

باستعراض التعاريف السابقة, نجد أنها تتفق في ثلاثة معايير تقوم عليها السياحة وهي: التنقل من مكان الإقامة المعهود , يجب ألا يتحول مكان المكوث أو الإقامة إلى مكان إقامة دائمة أو رئيسية, وألا يكون الدافع إلى السفر هو العمل بمقابل.

3.2.1. تعريف السياحة

أشير ابتداء إلى أن هناك نوعا من أنواع السياحة يسمى السياحة الثقافية, وقد عرّفها المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة¹⁹, بأنها: " كل نشاط استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة والانفعالات من خلال اكتشاف تراث عمراني مثل المدن والقرى والمعالم التاريخية والحدائق والمباني الدينية أو تراث روجي مثل الحفلات التقليدية والتقاليد الوطنية أو المحلية".²⁰

أما السياحة الصحراوية, فقد عرّفها ذات القانون رقم 01/03 أعلاه, بأنها: " كل إقامة سياحية في محيط صحراوي تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية, مرفقة بأنشطة مرتبطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف".²¹

وقد آثرت التعرّض لهذا النوع من السياحة, باعتبار أن الصحراء الجزائرية تزخر بعدد هائل من عناصر التراث الثقافي الممتدة زمانا لآلاف السنين ومكانا على مساحة تناهز مساحة قارة. حيث توجد بها أكبر الحضائر الثقافية التي تزخر بتراث ثقافي قل نظيره في العالم, منها على سبيل المثال: الحضيرة الثقافية "طاسيلي"²² بجانت ولاية إيليزي, ومساحتها: 138000 كم², والحضيرة الثقافية للأطلس الصحراوي²³, والحضيرة الثقافية لتوات- قورارة تديكلت²⁴, والحضيرة الثقافية لتندوف²⁵.

3.1. تعريف التنمية المستدامة

عرّفها المشرع الجزائري بمقتضى القانون رقم 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة, على أنها: " نمط تنمية تضمن فيه الخيارات وفرص التنمية التي تحافظ على البيئة والموارد الطبيعية والتراث الثقافي للأجيال القادمة".²⁶

ومن خلال هذا التعريف, نستشف إرادة المشرع في إحداث فرص للتنمية من خلال السياحة الثقافية بشرط المحافظة على المكنوز الثقافي والتاريخي والطبيعي الوطني. ومن هنا يتأكد دور التخطيط السياحي

باعتباره ضرورة من ضرورات التنمية السياحية لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية، وأن يشمل هذا التخطيط جميع الجوانب المتعلقة بالأماكن السياحية وأنواع التراث الثقافي الذي تزخر به.

2. تحقيق التنمية المستدامة للسياحة في ظل الاستثمار في التراث الثقافي من خلال القانون رقم 03/

01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة

تمتد الجزائر على مساحة تناهز مساحة قارة، وتقف بتضاريسها وجبالها و معالمها الأثرية ومواقعها التاريخية وقصباتها وقصورها ومحمياتها الطبيعية والثقافية الضاربة في جذور التاريخ في كل مناطقها شمالا وشرقا وغربا، فضلا عن جنوبها الكبير الذي ترتبي في أحضانه الحظائر الثقافية بصحرائنا الكبرى التي تغطي مساحة تناهز 80% من مساحة البلاد، وتقف هي الأخرى بكثبانها الرملية وسيولها الحجرية وهضابها الصخرية وبعادات سكانها وتقاليدهم شاهدة على الثراء والزخم والتنوع الثقافي، فهي تشكل متحفا ثقافيا وطبيعيا وتاريخيا مفتوح على الهواء مباشرة. لكن التحدي الأكبر يكمن في جلب السياحة لمجموع هذه المناطق الأثرية والثقافية بما يعزز الدخل القومي والفردى على حدّ سواء، وينعش الاقتصاد في ظل انخفاض أسعار البترول في السوق الدولية، ذلك أن الجزائر دولة بترولية ريعية بنسبة تفوق 90%.

وعلى هذا الأساس، ولتحقيق تنمية مستدامة للسياحة ببلدنا، استلهاما مما جاء في القانون رقم 03/

01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، ينبغي:

1.3. دعم الدولة والجماعات الإقليمية للأنشطة السياحية:

مثل تعزيز ودعم مشاريع الصناعات والحرف التقليدية بالمناطق التي تتواجد بها عناصر التراث الثقافي والمعالم التاريخية، وحماية الموارد الثقافية والطبيعية والتاريخية وضمان القدرة التنافسية للعرض السياحي وديمومته. كما تتكفل الدولة ومديرياتها المركزية في قطاع الثقافة والسياحة بالأعباء المترتبة عن إعداد الدراسات وأشغال التهيئة القاعدية داخل المناطق السياحية²⁷. وكذا إقامة نزل ومتاحف في أو بالقرب من مناطق أثرية وتاريخية وثقافية أو القصور و منازل قادة المقاومات الشعبية بالواحات، وهذا تشجيعا على المحافظة على البيئة والتراث.

2.3. تنمية الوعي الأثري بالتراث الثقافي الوطني

ويكون ذلك بإشراك المجتمع المحلي في البرامج والأنشطة السياحية وتدريبهم وتشجيع الصناعات اليدوية والمحافظة على المباني التاريخية القديمة والمعالم الأثرية والحظائر الثقافية، وأن تتبنى المؤسسات الجامعية والإعلامية والتربوية والثقافية هذا الدور.

3.3. تشجيع وتسهيل الاستثمار السياحي

إن الاستثمار في التراث الثقافي عن طريق السياحة الثقافية لتنمية مستدامة له عائد لا يستهان به في تغطية النفقات المباشرة والوظائف الجديدة والعائد الضريبي الإضافي. ولذلك فإن التحدي الأبرز يكمن في إقناع مثلث القوة المتمثل في: الحكومة، المنظمات المانحة (البنوك، رجال أعمال....) والقطاع الخاص متضمنًا المجتمع المحلي، بالاستثمار في التراث الثقافي على المدى المتوسط أو الطويل²⁸. وعندما يتم إرساء هذا المفهوم، ستكون الهيئات المانحة مستعدة للاستثمار والتعلم والابتكار في مجالات عدة.

4.3. التنمية السياحية والتهيئة السياحية

تنهض التنمية السياحية على ركنين: رفع قدرات الانتاج السياحي عن طريق الاستثمار وغيره، والحرص على تامين التراث الثقافي السياحي. وقصد ترقية الاستثمار السياحي ورفع القدرة التنافسية للمنتوج السياحي تضع الدولة تدابير تشجيعية لا سيما في مجال تهيئة وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية²⁹.

أما التهيئة السياحية فتتم عن طريق تهيئة وإنجاز المنشآت السياحية طبقا لمواصفات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المنصوص عليه في القانون رقم 01 / 20 المتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة³⁰.

هذا، وقد نصت المادتان 18 و 19 من القانون رقم 03 / 01 أعلاه، على ضرورة دعم الدولة للتنمية السياحية وذلك باتخاذ إجراءات و أعمال الدعم وتقديم المساعدات ومنح الامتيازات المالية والجبائية النوعية الخاصة بالاستثمار السياحي قصد تشجيع التنمية المستدامة والسريعة للسياحة واستحداث آثار إيجابية على الاقتصاد الوطني وذلك ب:

- تشجيع استحداث مؤسسات جديدة،

- ترقية نشر الإعلام ذي الطابع التجاري والاقتصادي والمهني المتعلق بقطاع السياحة،

- تشجيع كل عمل يرمي إلى رفع عدد مواقع وهياكل الاستقبال الموجهة للسياحة،

- تمكين المستثمرين من الاستفادة من الأدوات والخدمات المالية الملائمة مع متطلباتهم،....

5.3. تامين الخدمات السياحية والترقية والإعلام السياحي

نصت المادة 22 من القانون رقم 03 / 01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة على أن تامين الموارد البشرية المرتبطة بالمهن والانشطة السياحية يشكل محورا للتنمية السياحية، وفي هذا الإطار تشجع الدولة:

- الإدماج المكثف لجِزف السياحة ضمن المنظومة الوطنية للتكوين المهني،

- إنشاء مؤسسات تكوين في مختلف شعب السياحة من طرف الدولة ومن قبل الخواص...

واعتبرت المادة 24 من القانون ذاته، أن كل عمل إعلامي واتصالي موجّه لتثمين القدرات السياحية قصد استغلالها التجاري يعتبر ترقية سياحية. وأن هذه الأخيرة تشكّل الأداة المميزة لتثمين والقدرات والمؤهلات السياحية، وهذا طبقاً لنص المادة 25 من القانون نفسه.

الخاتمة

بحمده تعالى تمكنا من إنجاز هذه الورقة البحثية المتواضعة، وفي ثناياها توصلنا إلى عدة نتائج وبعض التوصيات نوردها على النحو الآتي:

النتائج

- التراث الثقافي لغة هو كل ما يبقى من آثار ومخلّفات مادية أو معنوية للحضارات السابقة والأمم الغابرة، وهو محل اتفاق مع تعريف المشرّع الجزائري.
- تهض السياحة على ثلاثة ركائز هي: التنقل من مكان الإقامة المعهود، ويجب ألا يتحول مكان المكوث أو الإقامة إلى مكان إقامة دائمة أو رئيسية، وألا يكون الدافع إلى السفر هو العمل بمقابل.
- عرّف المشرّع الجزائري كلاً من السياحة الثقافية والسياحة الصحراوية و التنمية المستدامة بمقتضى القانون رقم 01/03، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، فليُراجع ذلك في موضعه من البحث.
- يكتسي التراث الثقافي الوطني الجزائري أهمية كبيرة محليا ودوليا وتنطوي عناصره على ثراء ثقافي وتنوع قلّ نظيره في العالم، إلا أن توظيف ذلك في جلب تنمية سياحية مستدامة لم يكن بالقدر المنشود. وقد تظن المشرّع الجزائري لهذا الخلل وأصدر عدة تشريعات في هذا الإطار منها القانون رقم 01/03، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، والذي يعدّ بحق تشريعا متكاملًا يمكن له الإسهام في المحافظة على الموروث الثقافي الوطني مع جلب تنمية سياحية مستدامة.

التوصيات

- استغلال الموارد الطبيعية والثقافية المتاحة بشكل كبير: مناخ، جمال، موارد، حضائر، تاريخ، ثقافة، تقاليد، طقوس، احتفالات وغيرها.
- اهتمام الحكومة بالسياحة وترميم عناصر التراث الثقافي المادي: المباني الأثرية، القصور والمواقع الأثرية... وغيرها.
- دعم الصناعات التقليدية وإقامة المهرجانات وإحياء المناسبات والاحتفالات والطقوس الثقافية والعادات والتقاليد لكي تبقى صامدة في مواجهة تيار العولمة الجارف.
- توفير بنوك معلومات للتراث اللامادي، عن طريق تسجيله وتوثيقه على وسائط مادية (أقراص صلبة...).

- توفير التمويل اللازم وتقديم التسهيلات لخلق فرص الاستثمار.
- تبني المؤسسات التربوية والجامعية والتثقيفية والإعلامية سياسة التوعية الأثرية والعمل على نشرها بين الأفراد بضرورة المحافظة على التراث الثقافي بشقيه المادي واللامادي.
- إنشاء متاحف ونُزل في أو بالقرب من القصور الثقافية أو المواقع الأثرية أو المعالم التاريخية وغيرها، وتوفير الخدمات اللازمة تشجيعاً على السياحة المستدامة، وتوفيراً للدخل.
- تسويق السياحة الصحراوية والثقافية إعلامياً وبالإشهارات وغير ذلك من الوسائل داخلياً وخارجياً.
- تشجيع الباحثين والمهتمين بالتراث الثقافي على عقد الملتقيات والمؤتمرات بالمناطق الأثرية الوطنية، وتعزيز البحوث والاستكشافات وعمليات التنقيب الممنهج عبر المحميات والمواقع الأثرية ببلدنا الحبيب.
- تعزيز وتوجيه البحوث الأكاديمية نحو التراث الثقافي الوطني على اختلاف تمايزه وأماكن تواجده.

الهوامش:

- ¹ - محمد بن مكرم بن منظور (ت 711هـ)، لسان العرب، مادة (ورث)، دار صادر، بيروت، ط. 3، 1414 هـ، 201/2؛ الطاهر أحمد الزاوي، ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير و أساس البلاغة، مادة (ورث)، دار الفكر، القاهرة، ط. 3، د. د. تا، 595/4.
- ² - أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ (ت 770هـ)، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، تحقيق: د. عبد العظيم الشناوي، دار المعارف، القاهرة، ط. 2، 655/2.
- ³ - سورة مريم: الآية 6.
- ⁴ - عبد الرحمن بن محمد الشهير بابن خلدون (ت 808هـ)، تاريخ ابن خلدون: العبر وديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والعجم والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر، اعتنى به أبو صهيب الكرمي، بيت الأفكار الدولية، عمان-الأردن، د. د. ط. د. تا، ص. 199؛ د. فهد بن علي الحسين، محاضرات في إدارة التراث، جامعة الملك سعود، الرياض، 1327 هـ، ص. 1؛ ابن خلدون، المقدمة، تحقيق عبد الله محمد الدرويش، دار يعرب، دمشق، ط. 1، 2004 م، 131/1.
- ⁵ - د. حسام محسب، ماهية الثقافة ودورها في تعريف الرقص الشعبي، مجلة الثقافة الشعبية، أرشيف الثقافة الشعبية للدراسة والبحوث والنشر، المؤسسة العربية للطباعة والنشر، المنامة-البحرين، العدد 2، يوليو 2008 م، ص. 111.
- ⁶ - المرجع السابق، الصفحة نفسها.
- ⁷ - القانون رقم 04/98 المؤرخ في 15 يونيو 1998 م، المتعلق بحماية التراث الثقافي، ج. ر. ج. ج. ج. عدد 44، صادرة بتاريخ 17 يونيو 1998 م، ص. 3.

- 8- المادة 2 من القانون رقم 04/98, المتعلق بحماية التراث الثقافي, م. س, ص. 4.
- 9 - حيث عرّفت الممتلكات الثقافية العقارية من خلال المادة 8 بالقول: " تشمل الممتلكات الثقافية العقارية ما يأتي: المعالم التاريخية, المواقع الأثرية, المجموعات الحضريّة أو الريفيّة (القطاعات المحفوظة). " وتشمل الممتلكات الثقافية المنقولة؛ على وجه التحديد والحصر, طبقاً لنص المادة 50, ما يلي:
- "- ناتج الاستكشافات والأبحاث الأثرية في البرّ و تحت الماء,
- الأشياء العتيقة مثل الأدوات, والمصنوعات الخزفية, والكتابات, والعُمَلات, والأختام, والحليّ والألبسة التقليدية والأسلحة, وبقايا المدافن,
- العناصر الناجمة عن تجزئة المعالم التاريخية,
- المعدّات الأنتروبولوجية و الإثنولوجية,
- الممتلكات الثقافية المتّصلة بالدين وبتاريخ العلوم والتقنيات, وتاريخ التطور الاجتماعي والاقتصادي والسياسي,
- الممتلكات ذات الأهمية الفنيّة مثل:
- * اللّوحات الزيتية والرّسوم المنجزة كاملة باليدّ على أيّة مادّة كانت,
- * الرسومات الأصلية والمصقّات والصّور الفوتوغرافية باعتبارها وسيلة للإبداع الأصيل,
- * التّجميعات والتّركيبات الفنيّة الأصليّة من جميع المواد مثل منتجات الفنّ التّمثالي و النقش من جميع المواد, وتحف الفنّ التّطبيقي في موادّ مثل الزجاج والخزف والمعدن والخشب... إلخ,
- * المخطوطات و المطبوعات طباعة استهلاكيّة, والكتب والوثائق والمنشورات ذات الأهميّة الخاصّة,
- * المسكوكات (أوسمة وقطع نقدية) أو الطّوابع البريدية,
- * وثائق الأرشيف بما في ذلك تسجيلات النصوص, والخرائط وغير ذلك من معدّات رسم الخرائط, والصّور الفوتوغرافية, والأفلام السينمائية, والمسجّلات السّمعيّة, والوثائق التي تقرّأ عن طريق الآلة.
- 10 - وتشمل الممتلكات الثقافية المنقولة؛ على وجه التحديد والحصر, طبقاً لنص المادة 50, ما يلي:
- "- ناتج الاستكشافات والأبحاث الأثرية في البرّ و تحت الماء,
- الأشياء العتيقة مثل الأدوات, والمصنوعات الخزفية, والكتابات, والعُمَلات, والأختام, والحليّ والألبسة التقليدية والأسلحة, وبقايا المدافن,
- العناصر الناجمة عن تجزئة المعالم التاريخية,
- المعدّات الأنتروبولوجية و الإثنولوجية,
- الممتلكات الثقافية المتّصلة بالدين وبتاريخ العلوم والتقنيات, وتاريخ التطور الاجتماعي والاقتصادي والسياسي,
- الممتلكات ذات الأهمية الفنيّة مثل:
- * اللّوحات الزيتية والرّسوم المنجزة كاملة باليدّ على أيّة مادّة كانت,

- * الرسومات الأصلية والمصنقات والصّور الفوتوغرافية باعتبارها وسيلة للإبداع الأصلي،
- * التّجميعات والتّركيبات الفنيّة الأصليّة من جميع المواد مثل منتجات الفنّ التّمثالي و النقش من جميع المواد، وتحف الفنّ التّطبيقي في موادّ مثل الزجاج والخزف والمعدن والخشب...إلخ،
- * المخطوطات و المطبوعات طباعة استهلاكيّة، والكتب والوثائق والمنشورات ذات الأهميّة الخاصّة،
- * المسكوكات (أوسمة وقطع نقدية) أو الطّوابع البريدية،
- * وثائق الأرشيف بما في ذلك تسجيلات النصوص، والخرائط وغير ذلك من معدّات رسم الخرائط، والصّور الفوتوغرافية، والأفلام السينمائية، والمسجّلات السّمعية، والوثائق التي تقرّأ عن طريق الآلة.
- 11 - عرّف المشرّع الجزائري الممتلكات الثقافية غير المادية طبقاً لنص المادة 67 الفقرة 1 من القانون الآنف ذكره، بأنّها: " مجموعة معارف، أو تصورات اجتماعية، أو معرفة، أو مهارة، أو كفاءات أو تقنيات قائمة على التقاليد في مختلف ميادين التراث الثقافي، وتمثّل الدّلالات الحقيقية للارتباط بالهوية الثقافية، ويحوزها شخص أو مجموعة أشخاص."
- ويحصرها، بموجب الفقرة 2 من المادة نفسها؛ في الميادين الآتية: علم الموسيقى العريقة، والأغاني التقليدية والشعبية، والأناشيد، والألحان، والمسرح، وفنّ الرقص والإيقاعات الحركية، والاحتفالات الدينية، وفنون الطّبخ، والتعبير الأدبية الشفوية، والقصص التاريخية، والحكايات، والحكّم، والأساطير، والألغاز، والأمثال، والأقوال المأثورة والمواعظ، والألعاب التقليدية."
- 12 - ابن منظور ، م. س ، 2 / 492 - 493.
- 13 - وفاء زكي إبراهيم ، دور السياحة في التنمية الاجتماعية: دراسة تقويمية للقرى السياحية ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، ط. 1 ، 2006م ، ص. 7.
- 14 - وفاء زكي إبراهيم ، م. س ، ص. 7 ؛ وانظر أيضا: حسن الحسن ، السياحة: صناعة وعلاقات ، الدار اللبنانية للنشر والتوزيع ، بيروت ، 1978م ، ص. 15.
- 15 - منير حجاب ، الإعلام السياحي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط. 2 ، 2002م ، ص. 21.
- 16 - عبد الهادي الفضلي ، خلاصة المنطق ، مطبعة الآداب ، النجف- العراق ، ط. 2 ، 1389هـ ، ص. 26 و ص. 28.
- 17 - منير حجاب ، م. س ، ص. 22 ؛ وزاني محمد ، السياحة المستدامة: واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر: دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة - حمام ربي ، رسالة ماجستير في تسويق الخدمات ، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2011 ، ص. 9.
- 18 - Ahmed Tessa . *Economie Touristique et Aménagement du territoire* , Ed, OPU , Alger, 1993 , p. 21.
- 19 - قانون رقم 03 / 01 مؤرخ في 17 فبراير 2003 م ، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة ، ج. ر. ج. ج عدد 11 ، صادرة بتاريخ 19 فبراير 2003 م ، ص. 4.
- 20 - المادة 3 الفقرة 6 من القانون رقم 03 / 01 ، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، م. س، ص. 5.

- 21 - المادة 3 الفقرة 9 من القانون رقم 01/03 , المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة, م. س , ص.5.
- 22 - المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 292/12 المؤرخ في 21 يوليو 2012م , الذي يحدد القانون الأساسي للديوان الوطني للحظيرة الثقافية للتاسيلي ن أزجر , ج. ر. ج. ج عدد 44 , صادرة بتاريخ 29 يوليو 2012م , ص.11 .
- 23 - المرسوم التنفيذي رقم 157/08 المؤرخ في 28 مايو 2008م , يتضمن إنشاء الحظيرة الثقافية للأطلس الصحراوي وتعيين حدودها , ج. ر. ج. ج عدد28 , بتاريخ 01 يونيو 2008 م , ص.3 .
- 24 - المرسوم التنفيذي رقم 158/08 المؤرخ في 28 مايو 2008 م , يتضمن إنشاء الحظيرة الثقافية لتوات-قورارة تديكلت وتعيين حدودها , ج. ر. ج. ج عدد28 , بتاريخ 01 يونيو 2008م , ص.4 .
- 25 - المرسوم التنفيذي رقم 159/08 المؤرخ في 28 مايو 2008م , يتضمن إنشاء الحظيرة الثقافية لتندوف وتعيين حدودها , ج. ر. ج. ج عدد28 , بتاريخ 01 يونيو 2008م , ص.6 .
- 26 - المادة 3 الفقرة 4 من القانون رقم 01/03 , المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة, م. س , ص.5 .
- 27 - المادتان 5 و 7 من القانون رقم 01/03 , المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة , م. س , ص.6 .
- 28 - الاستثمار في التراث الثقافي والتنمية المستدامة, مقال على النت , على الرابط:
<http://www.bibalex.org/arf/ar/News/turath.pdf>.
- 29 - انظر: المادتين 9 و 11 من القانون رقم 01/03 , المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة, م. س , ص.6 .
- 30 - القانون رقم 01/20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001م , المتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة , ج. ر. ج. ج عدد 77 , صادرة بتاريخ 15 ديسمبر 2001م , ص.18 .

ملتقى: الاتجاهات الحديثة في السياحة بعنوان: الابتكار والاستدامة في صناعة

الوجهات السياحية

السياحة البيئية والتاريخية من أجل صناعة الوجهات السياحية

د. آسيا ليفة و حسان شهب

كلية علوم الارض ، قسم التهيئة العمرانية

جامعة قسنطينة1

الملخص:

تحتل السياحة مكانة هامة في دعم التنمية المحلية خاصة منها السياحة المستدامة، التي تهدف إلى تحقيق توازن دقيق بين النمو الاقتصادي، الحفاظ على البيئة وتحسين جودة حياة المجتمعات المحلية. تسعى العديد من الدول جاهدة لتعزيز هذا القطاع الحيوي، في حين نجد أن ولاية قلمة لا تلقى الرواج والاقبال الكافي على هذا الأخير، بالرغم من إمكاناتها التاريخية، الطبيعية والثقافية المميزة التي تشهد على ماضي عريق للمنطقة، ومن الشواهد على هذا الماضي، حوالي أربع مائة موقع أثري من مختلف الأزمنة أغلبها يعود للفترة الرومانية، نذكر منها المسرح الروماني الذي لا يزال قائما إلى حيننا هذا، إضافة إلى السياحة الحموية التي تشتهر بها الولاية، خاصة حمام دباغ أو "حمام المسخوطين" والذي يعرف بدور مياهه الحموية في معالجة العديد من الأمراض.

من خلال هذه المداخلة سنسلط الضوء على السياحة البيئية من اجل صناعة وجهات سياحية مستدامة.

الكلمات المفتاحية: السياحة المستدامة، السياحة الحموية، السياحة البيئية.

مقدمة

السياحة البيئية هي نوع من أنواع السياحة التي تهدف إلى الاستكشاف والتفاعل مع الطبيعة بشكل مستدام ومسؤول، تعتمد هذه الصناعة على الحفاظ على البيئة الطبيعية وتعزيز الوعي بأهمية المحافظة عليها، بالإضافة إلى تقديم فرص للسياح للاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة والتفاعل مع الحياة البرية، يتباين مفهوم السياحة بتباين الزاوية التي ينظر إليها مختلف الباحثين و المهتمين بموضوع السياحة، فالبعض يتأثر بالسياحة كظاهرة اجتماعية و البعض الآخر يتأثر بها كظاهرة اقتصادية و منهم من يركز على دورها في تنمية العلاقات الدولية و كعامل من عوامل العلاقات الانسانية او التنمية الثقافية.

اولا: مفاهيم حول السياحة: حيث اختلفت التعاريف :

* الباحث الالماني "جون بيررديلر" عام 1905 ويعرف السياحه : "بانها ظاهره من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجه المتزايدة للراحة والى تغيير الهواء والاحساس بجمال الطبيعة والى الشعور بالبهجة والمتعة

من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وايضا الى نمو الاتصالات على الاخص بين شعوب المختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمره لاتساع نطاق التجارة والصناعة¹.

اما الاقتصادي النمساوي "شوليون" لقد عرفها عام 1910 بانها: مجموعته كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي التي ترتب على وصول المسافرين الى منطقته ما او دوله معينه واقامتهم فيها ورحيلهم عنها وهي الظواهر التي ترتبط بالتبعية . وغيرهم من العلماء الاجانب² .

من العلماء العرب يعرفها كل من "صبيحي عبد الحكيم" و"حمدي ديب" في كتابهما جغرافيا السياحة 1995: بانها خليط من الظواهر والعلاقات وان هذه العلاقات والظواهر تتبع من حركه الافراد واقامتهم في اماكن مختلفة ومن ثم يتمثل فيها عنصر الحركة "الرحلة" والثبات "الإقامة" وان ذلك يتم في منطقته للجذب ينتج عنها انشطه تختلف عن تلك التي تمارس في مناطق الارسال الخاصة وان الحركة المؤقتة الى مناطق لا ترتبط بعمل مدفوع الأجرة³.

* اما منظمة السياحة العالمية "WTO" فتعرف السياحة على انها : نشاط انساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الافراد من اماكن الإقامة الدائمة لهم الى مناطق اخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن عام كامل لغرض من اعراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة او العمل⁴ .

و منه فالمقصود بالسياحة : هي عملية انتقال الانسان من مكان الى اخر لفترة زمنية بطريقة مشروعة تحقق المتعة النفسية كما انها ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق منه الحاجات المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام و تغيير الجو الروتيني و الاحساس بجمال المنظر و الشعور بالبهجة كالمتعة في الإقامة⁵

1- مقومات السياحة

ا- المقومات الطبيعية : تتمثل في الظروف المناخية و تمايز الفصول و الحمامات الطبيعية و غيرها.
ب- المقومات البشرية : و تتمثل في الجوانب التاريخية كالأثار و المعالم كذلك العادات و التقاليد و ثقافات الشعوب

ج- الهياكل القاعدية : و تتمثل في مدى تطور البنى التحتية و تنوع وسائل النقل البري و الجوي كذلك تطور مختلف القطاعات و توفر الخدمات .

¹ محمد منير حجاب ، الاعلام السياحي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، مصر ، 2002 ، ص21.
² مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص تسويق سياحي و فندقي تحت عنوان الترويج للمقومات السياحية و دوره في تحقيق التنمية المحلية حالة ولاية قالمه ص 11
³ نفس المرجع السابق ص 12
⁴ حميد عيد الطائي ، مدخل الى السياحة و السفر و الطيران ، مؤسسة الوراق ، عمان الاردن ، 2003 ، ص106.
⁵ زيد منير سليمان ، الاقتصاد السياحي ، الطبعة الاولى ، دار الراية للنشر و التوزيع ، الاردن ، ص15.

02 مفهوم البيئة: يعد مفهوم البيئة من بين المفاهيم الحديثة وأهمها نظرا لما تواجهه كل الكائنات الحية من مخاطر بسبب تدهور البيئة، وقد اختلفت التعريفات لهذا المصطلح باختلاف تخصصات واهتمامات العلماء في هذا المجال .

- "فاليئة هي عبارة عن حيز مكاني له صفاته الطبيعية والحياتية المميزة والذي يضم كل العناصر الأساسية في حياة الكائنات الحية كالمناخ بعناصره المختلفة، الطاقة، الضوء والتربة"
- وتعرف المجالس القومية المتخصصة البيئة بأنها : « ذلك المحيط الذي يعيش فيه الإنسان ويمارس فيه نشاطه في الحياة، هي أيضا ذلك المستودع الموارد الإنسان وعناصر الثروة المتجددة وغير المتجددة والتي تؤثر على الإنسان تتأثر به».
- أما مؤتمر "ستوكهولم" فقد أعطى بعدا أعمق لمفهوم البيئة، فهي لا تقتصر على مجرد عناصر طبيعية فقط، بل هي : « رصيد الموارد الطبيعية المادية والاجتماعية المتاحة في وقت ما وفي مكان ما لإشباع حاجات الإنسان وتطلعاته. ».
- وفي اجتماع بغداد عام 1975 عرفت البيئة بأنها : « العلاقة الأساسية القائمة بين العالم الطبيعي الفيزيائي والعالم الاجتماعي السياسي الذي هو من صنع الإنسان. »
- وعرفت منظمة اليونسكو البيئة على أنها : « مجموعة من المنظومات الطبيعية والاجتماعية والتقنية والثقافية والاقتصادية والسياسية، التي تتفاعل مع بعضها البعض وتعيش فيها الكائنات وتمارس فيها نشاطها وتستمد منها مقومات حياتها. »
- ومن خلال كل هذه التعريفات لمصطلح البيئة نلاحظ انه يحمل الكثير من الدلالات والمعاني، وذلك لتشعب الاختصاصات والميادين العلمية والحياتية للإنسان، لكن يبقى المدلول الأساسي والمهم فيما تعلق بالجانب الطبيعي خاصة في مجال السياحة وبالأخص السياحة البيئية.

03/ مفهوم السياحة البيئية:

لقد برز مفهوم السياحة البيئية للاستمتاع بالطبيعة والتراث الثقافي المحلي والحفاظ عليهم ولقد قدم لهذا النوع من السياحة عدة تعريفات جاءت لتبين معنى السياحة البيئية نذكر منها:

- تعريف الصندوق العالمي للبيئة والذي يرى بأنها : "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلتحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وحضاراتها في الماضي والحاضر فهي سياحة تعتمد على الطبيعة في المقام الأول بمناظرها الخلابة"⁶.
- هي: "نشاط إنساني يمارسه البشر، وفق ضوابط حاكمة وقواعد متحكمة تحمي وتصون الحياة الفطرية الطبيعية وترتقي بجودة هذه الحياة، وتحول دون تلوثها، وتعمل على المحافظة

⁶ مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات السياحة البيئية و المحميات الطبيعية ، الطبعة الاولى ، دار المناهج للتوزيع و النشر ، عمان ، الاردن ، 2016 ، ص 68 ، 69.

علمها صالحة وصحيحة، ليس فقط من أجل الأجيال الحالية ولكن من أجل الأجيال القادمة في المستقبل"7.

- بينما يعرفها (Marthamoney) في كتابه السياحة البيئية والتنمية المستدامة بأنها: "هي السفر إلى المناطق الطبيعية النظيفة والمناطق المحمية التي تكافح من أجل تقليل أثر الزوار والمستثمرين عليها كما أن هذا المناطق الطبيعية النظيفة والمناطق المحمية التي تكافح من أجل تقليل أثر الزوار والمستثمرين عليها كما أن هذا النوع من السياحة يساعد على تثقيف الزوار حول كيفية التعامل مع المناطق الطبيعية الهشة، ومع الثقافات المحلية التي تعيش بالقرب أو في هذه المناطق، ومن ثم السعي إلى توفير مصادر التمويل المناسبة لاستمرار مسألة الحفاظ وعدم توفيقها وبالتالي فإن السياحة البيئية تساهم وبشكل مباشر في التنمية الاقتصادية للمجتمعات المحلية وإشراكهم في صناعة القرار واحترام ثقافتهم وحقوقهم الإنسانية"8.
- ومما سبق يمكن القول بأن السياحة البيئية هي: نشاط إنساني يمارسه البشر وفق قواعد وضوابط تحمي وتصون الحياة الفطرية الطبيعية، كما تحمي الكائنات من الانقراض، وتعمل على المحافظة على الأجيال الحالية والقادمة، وهي متعددة الجوانب، ولها قيم حميدة حيث تتحول المحافظة على سلامة البيئة بفعل هذه القيم إلى مبادئ سامية.

04- اهداف و اهمية السياحة البيئية :

ان السياحة البيئية تكتسب اهميتها الخاصة من كونها تعمل على تحقيق حزمة متكاملة من الاهداف، وهي في نفس الوقت ذاته تستمد اهميتها من ذاتها ، كما يظهرها لنا بوضوح الشكل التالي :

- فالأهمية الذاتية للسياحة البيئية : متعددة الجوانب نذكر منها :
- 01- المحافظة على التوازن البيئي ومن ثم حماية الحياة الطبيعية البرية والبحرية والجوية من التلوث وبالتالي فإنها تستخدم كمنهج للوقاية بدلا من أساليب المعالجة مما يحافظ على آليات تحقيق التوازن والصحة والبيئة.
- 02- وضع ضوابط الترشيد السلوكي في استهلاك المواد أو في استعمالها، أو استخراجها بما يحافظ على الصحة والسلامة العامة وتجدد الموارد وعدم هدرها أو ضياعها وفي نفس الوقت تحقيق أعلى قدر من المحافظة على الطاقة وسلامة المجتمع وفعاليتها.
- 03- توفر السياحة البيئية الحياة السهلة البسيطة البعيدة عن الإزعاج والقلق بمنع الضوضاء والانبعاثات الغازية التي تؤثر على كفاءة الإنسان حيث تقترب به إلى الفطرة الطبيعية والحياة البسيطة الغير معقدة.

للسياحة البيئية مراحل و عناصر في مختلف المجالات ، كما لها انواع متعددة تختلف باختلاف دوافع الناس ورغباتهم ، ولقد وجدت عدة تقسيمات لأنواع السياحة البيئية جاءت تماشيا مع ميول السياح

⁷ محسن احمد الخضيرى، السياحة البيئية ، الطبعة الاولى ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، 2005 ، ص4.

⁸ اكرم عاطف رواشد، السياحة البيئية (الاسس و المرتكزات) ، الطبعة الاولى ، دار الراية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2009، ص 63، 64.

ورغبتهم لإشباع حاجاتهم من خلال تنقلاتهم السياحية ، وفي هذا الاطار سنحاول معرفة اهمية
واهداف وانواع السياح البيئية.

05-عناصر السياحة البيئية:

إن السياحة البيئية في ممارستها لها نظامها الخاص الذي يستمد خصوصيته من طبيعة هذه الممارسة
ومن مجالها، ومن طرقها وأدواتها حيث يتم إخضاعها لكل من العناصر التي تتعلق بمفهوم السياحة
البيئية التي تحددها بإيجاز فيما يلي:9

أ – الرشادة العقلية والفكرية الناجمة عن النضوج والإدراك لأهمية المحافظة على سلامة البيئة
وأهمية الحياة في بيئة صحية سليمة خالية من التلوث.

ب العائد والمردود والمكسب البيئي وتفوقه على أي عائد آخر مادي ومعنوي ومدى استدامته واستمراره
من الأجيال الحاضرة والقادمة.

ج التوازن البيئي الحركي الأدائي والتنموي، وفاعليته في تحقيق الأمن والسلامة والصحة البيئية.

د - نشر ثقافة الالتزام والإحساس الجمعي بالمسؤولية تجاه قضايا العالم التزاما لصالح البشر جميعا
... الخ وان التلوث خطره يهدد العالم بكامله.. وإن المسؤولية شاملة تشمل كافة الأفراد والجمعيات
الأهلية، كما أنها تشمل كافة الدول والمنظمات العالمية الحكومية وشبه الحكومية، وإن السياحة
البيئية بذلك هي سياحة العودة إلى الطبيعة، وإلى التوازن البيئي الطبيعي...

06-أنواع السياحة البيئية:

لقد تم تصنيف السياحة البيئية إلى عدة أنواع وفقا للمعايير والعوامل والاحتياجات والدوافع المختلفة
التي يسعى الفرد السائح لإشباعها، ومن ثم أصبحت السياحة البيئية تمارس بأشكال متعددة ومن
أهمها نذكر:

- سياحة الاستكشاف : تعد من أهم وأخطر أنواع السياحة البيئية، لأنها سياحة تبحث عن
المجهول وارتياك الأماكن الغير مأهولة بغية الوصول إلى المعارف الجديدة أو التحقق من
معلومات مشكوك فيها، أو استكمال معلومات لم تكتمل بعد، وتعتبر البيئة الطبيعية هي
المجال الخصب الذي يقصده المستكشفين للبحث والدراسة ومعرفة الحقائق والتعامل مع ما
هو متوفر في البيئة من مخلوقات ونظم وقوانين، وعادات وتقاليد الشعوب في المقصد

السياحي.10

⁹ امال ناصر ، نهاد دربال ، مرجع سبق ذكره ص 12 ، 13.
¹⁰ محسن احمد الخضري ، مرجع سابق ، ص 70.

● **سياحة الاستجمام والترفيه:** هي السياحة التي تهدف إلى البحث عن الراحة الضرورية لاستعادة القوى النفسية والفيزيائية للفرد، لأن الإنسان بحاجة إلى وجود التنوع في حياته ونشاطاته للهروب من الروتين والعمل اليومي، وذلك بالذهاب إلى مواقع ومقاصد سياحية طبيعية بعيدة عن صخب المدينة ومشاكلها للاسترخاء والاستجمام. 11.

● **السياحة البيئية العلاجية:** يكون الغرض منها هو السفر للعلاج الصحي أو النفسي أو لقضاء فترة نقاهة، وذلك بارتياح المناطق التي تتمتع بخصائص شفاءية طبيعية للعديد من الأمراض باستخدام المياه المعدنية وعيون المياه الساخنة وحمامات الطين أو أشعة الشمس ومياه البحر والرمال. 12.

● **السياحة الرياضية:** تتعلق بالاشتراك بالفعاليات الرياضية، وتكون في عدة أشكال كالرياضة المائية التي تمارس على سواحل البحار الرملية الآمنة من الأخطار والسياحة والغوص وركوب الزوارق.. الخ، ولا ننسى رياضة التزلج على الجليد وتسلق الجبال، أن هذا النوع من السياحة يستقطب عددا كبيرا من السياح للمشاهدة والتشجيع أيضا. 13.

● **السياحة البيئية الثقافية:** تعتبر من أهم أنماط السياحة البيئية التقليدية التي يسعى فيها السائح إلى التعرف على أشياء جديدة، تثرى معلومات وتوسع دائرة فكره عن طريق زيارة مناطق أخرى، ودراسة أحوال شعوبها وخصائصها، كما يسعى إلى زيارة المعالم الحضارية والتاريخية والأثرية والمشاركة في المناسبات الثقافية، وهذا ما ينتج عنه احتكاك السياح بالثقافات الأخرى والاطلاع عليها واحترامها. 14.

ثانيا: تقديم منطقة الدراسة

تعتبر ولاية قلمة من بين أهم المناطق السياحية في الجزائر فهي تقع في موقع يتوسط الولايات الشمالية الشرقية، وباعتبار أن القطاع السياحي أحد دواليب التنمية وذلك لما يحتوي عليه من عوامل تعمل وتساهم على تنشيط جميع المجالات، فقد أعطي لهذا القطاع في قلمة اهتمام خاص حيث انعكس ذلك على التدفق السياحي بالمنطقة سواء الاجانب أو الجزائريين وذلك بحكم وجود حمامات معدنية تلقى إقبال معتبر من السياح إلى جانب المناظر الطبيعية الخلابة هذا ما جعل الاستثمار السياحي يعرف تطورا ملحوظا من أجل إعطاء دفع لاستغلال الامكانيات بالمنطقة وبالتالي العمل على تلبية حاجات

¹¹ مروان السكر ، مختارات الاقتصاد السياحي ، دار المجدلوي ، الاردن ، 1999 ، ص16.

¹² كمال الدرويش، محمد الحمامي ، رؤية عصرية للترويج وقضاء وقت الفراغ ، الطبعة الثانية ، مركز الكتاب ، مصر ، 2004 ، ص256.

¹³ مثني طه الحوري، اسماعيل علي الدباغ ، مبادئ السفر و السياحة ، مؤسسة الوراق ، الاردن ، 2001 ، ص84.

¹⁴ حسن احمد شحانة ، التلوث البيئي واعاققة السياحة ، مكتبة الدار العربية للكتاب ، القاهرة ، 2002 ، ص42.

الطلب السياحي المتزايدة الا أن هذا القطاع لن يؤدي دوره الحقيقي الا إذا عمل على تحقيق تنمية مستدامة تعمل على استمراره والمحافظة على الموروثات المختلفة للمنطقة.

تم إنشاء ولاية قالمة خلال التقسيم الاداري لسنة 1974 وأصبحت بعد التقسيم الاداري لسنة 1984 تضم 34 بلدية تتوزع على 10 دوائر. تقع والية قالمة في الناحية الشمالية الشرقية للبلاد، يحدها من الشمال كل من واليات عنابة، سكيكدة، الطارف، من الشرق والية سوق أهراس، من الغرب والية قسنطينة، وولاية أم البواقي من الناحية الجنوبية. تربع الولاية على مساحة كالم 2 84,3686 تمتك والية قالمة العديد من الامكانيات المحلية فهي ولاية فلاحية بالدرجة الاولى حيث تضم ثروة غابية هائلة وأيضا مياه سطحية و باطنية الى جانب الامكانيات الفلاحية تعتبر قالمة ولاية سياحية لما تتوفر عليه من معالم سياحية خاصة الشلالات المعدنية التي يقصدها العديد من السياح. تمتلك والية قالمة إمكانيات طبيعية هائلة وطاقات بشرية معتبرة هذا إلى جانب الموقع الاستراتيجي التي تحتله، فهذه المؤهلات أكسبتها مكانة هامة على المستوى الوطني، لذا يمكن من خلالها دعم التنمية الوطنية المستدامة إذا أحسن استغلال إمكانياتها في دفع عجلة التنمية المحلية المستدامة.

وفقا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)، تم تنظيم القطاع السياحي على المستوى المحلي، من خلال أربعة متعاملين فاعلين: مديرية السياحة للولاية، الوكالات السياحية، الدواوين المحليين للسياحة، الجمعيات السياحية، وتعتبر والاية قالمة من أقدم وأكبر المدن التاريخية، حيث استوطنت بها عدة شعوب والذين خلفوا ما يدل على مرورهم بالمنطقة بالاضافة أن المنطقة تقع في موقع استراتيجي يتمتع بوزن سياحي ثقيل، هذا ما جعل السلطات المحلية تخصص مديرية خاصة بتسيير النشاط السياحي

1-المؤهلات الطبيعية

تقع قالمة داخليا بالشمال الشرقي للجزائر، إذ تشكل نقطة التقاء بين الاقطاب الصناعية في الشمال "عنابة وسكيكدة" ومراكز التبادل في الجنوب "أم البواقي وتبسة"، ولها حدود مع عدة واليات: عنابة شمالا وسوق أهراس شرقا وأم البواقي جنوبا وسكيكدة من الشمال الغربي وقسنطينة غربا، وتعتبر منطقة قالمة حوض شبه مغلق تتوسطه مدينة قالمة، التي ترتفع عن سطح البحر بـ 279 م وتبتعد عنه بـ 60 كلم، وقد أنشئت على أثر التقسيم الاداري لسنة 1974، وتشتمل على 34 بلدية مجمعة في 10 دوائر، وتمتد على 2مساحة تقدر بـ 84.3686 كلم وبتعداد سكاني بلي 37.481 نسمة. ومناخ منطقة قالمة رطب على العموم، دافئ وممطر شتاء وحار وجاف صيفا، حيث تتراوح درجة الحرارة ما بين 04 درجات شتاء و36 درجة صيفا، وتختلف درجة الحرارة في الفصل الواحد بين المرتفعات والجبال والمنخفضات المحصورة بينهما، وان كانت أكثر اشتدادا في فصل الصيف. هذا و تتمتع والية قالمة بأربعة سلاسل جبلية هامة بها مساحات غابية معتبرة خاصة غابات الفلين، أهمها:

جبل ماونة: يقع جنوب المنطقة ويرتفع عن سطح البحر بـ 1411 م، ويعتبر من أهم المناطق التي تلجأ إليها العائلات القالمية

المسيح الروماني: بحمام برادع ببلدية هيليوبوليس يبعد 07 كلم عن مدينة قالمة، وهو عبارة عن مسبح مائي دائري قطره 55 م، كان يمأل قديما من منابع المياه الساخنة ومحاط بأحجار منحوتة وقعره مبلط .

المدينة الاثرية تبليس: -بسالوة عنونة – هي مدينة نوميديية من الدرجة الاولى، عرفت تمركز روماني وبيزنطي كبير، إذ كانت جزء من مملكة ماسينييسا ثم التحقت بالمقاطعة الافريقية سنة 46 قبل الميلاد، وجمعت بأربعة مستعمرات وهي سيرتا، ميالف، شولو وروسيكادا .

بئر عصمان: وهو بحيرة تحتية يدخل الانسان إليها من فتحة صغيرة ويبلغ طولها حوالي 80 م والبحيرة يمكن السير فيها بقارب أو سباحة وهي قريبة من منطقة حمام دباغ .

غار الجماعة: (مغارة الجماعة): بجبل طاية بلدية بوحمدان قامت باكتشافها بعثة فرنسية في 23 ماي 1867 وطول المغارة المكتشفة 1200 م 2 .

مسجد ابن خلدون : يتواجد وسط مدينة قالمة يتربع على مساحة 1500 م شرع في بناءه سنة 1824 أواخر العهد العثماني وبداية فترة الاستعمار الفرنسي، فتح سنة 1852 م ذو طاقة استيعاب 1900 مصلي، ويعتبر هذا المسجد الشاهد الوحيد الذي يعكس وجود واستمرار تأثير نموذج وطراز العمارة العثمانية بمنطقة قالمة، ويفترض أن انعدام الشواهد التي تثبت هذا العهد بمدينة قالمة يرجع لكون الباي استوطن بمدينة قسنطينة وتركت مدينة قالمة كأرض فالحية تستغل ثرواتها

زاوية الشيخ الحفناوي بديار الناظور-بلدية بني مزلين:- تقع الزاوية شرق مدينة قالمة على بعد حوالي 22 كلم، من مقر الولاية، تم تأسيسها سنة 1872م، على يد الشيخ عمارة بديار ويرجع نسب والده صالح إلى أوالد عمران الذين ينحدرون من ذرية إدريس الأكبر الذي وفد من المشرق أيام الخليفة العباسي المشهور هارون الرشيد، والتي تعد منارة علمية من خلال التكوين والتعليم في مجال حفظ القرآن الكريم وتدریس مبادئ الشريعة الاسلامية .

الشلال الشامخ ببلدية حمام دباغ: يعد معلما طبيعيا فريد من نوعه تشكل نتيجة ترسبات كلسية مصدرها المياه الحموية لتشكل منظرا شامخا يستهوي العديد من السواح الجزائريين وأجانب .

2- الامكانيات الحموية بولاية قالمة:

تشتمل قالمة على 15 منبع معدنيا ساخنا، منها المستغلة وأخرى غير مستغلة، والتي تتواجد ضمن فضاءات للراحة والاستجمام والراحة لمياهها الطبيعية والشلالات ضمن فضاءات ومناظر طبيعية خالصة، وتعتبر مقص المعدنية الساخنة والتي تستخدم في علاج الكثير من الامراض خاصة تلك التي لها عالقة بالعظام، لذا سنحاول من خلال هذا المطلب عرض أهم المنابع الحموية المتواجدة بالمنطقة .

5.1.4.1. أهم المنابع الحموية بولاية قالمة تتوفر والية قالمة على إمكانيات سياحية كبيرة ومختلفة، لأنها تتوفر على إمكانات سياحية فيما يخص السياحة الحموية، وذلك بتوفرها على منابع حموية عديدة تستغل للعلاج، وهو ما يجعلها تمثل جزءا مهما في ترقية القطاع السياحي في المجال الحموي على مستوى والية قالمة. والجدول التالي يوضح مختلف المنابع المعدنية في ولاية قالمة. (جدول 01)

الخصائص العلاجية	البلدية	نسبة التدفق (ل/ثا)	اسم المنبع	الرقم
داء المفاصل، داء الأعصاب، اضطراب غدي، داء التنفس، أمراض النساء، أمراض الأذن، الأنف والحنجرة، الأمراض الجلدية.	حمام دباغ	08	عين شداخة	01
		06	عين بن ناجي	02
		13	عين الشفاء	03
أمراض المفاصل، أمراض الأعصاب، أمراض التنفس، الأمراض الرئوية (الربو-الزلة الرئوية)، الأمراض الجلدية، أمراض الأنف، الحنجرة والأذن، أمراض النساء.	حمام أولاد علي (هليلبوليس)	20	منبع رقم 1 محطة رقم 1	04
		08	منبع رقم 2 محطة رقم 2	05
		08	منبع رقم 3 محطة رقم 3	06
		25	بئر حمام أولاد علي	07
أمراض الروماتيزم، أمراض الشرايين، أمراض الجهاز البولي، الأمراض الجلدية، الأعصاب، أمراض النساء.	عين العربي	11	قرفة	08
		11	بلحساني	09
أمراض: الروماتيزم، الأعصاب، الشرايين، النساء، الجلدية، التنفس.	حمام القبائل	06	منبع حمام التبايل	10
		/	منبع المينة	11
أمراض: التنفس، الجهاز الهضمي، الأعصاب، الروماتيزم، الجلدية.	بوحنانة	15-20	منبع عساسة	12
		20	منبع رومية	13
		08-12	منبع بن طاهر	14
		02	منبع النخلة	15

ضف إلى ذلك كون هذه الحمامات تطل على مناظر طبيعية خالصة، مما زادها مكانة هامة لدى سكان المنطقة القوافل السياح ومحج ، ونخص بالذكر منها :

1 حمام دباغ: يقع على بعد 25 كلم من عاصمة الولاية، وهذا الحمام يتميز بالهدوء والجمال والمنظر الطبيعي لأنه منطقة سياحية فريدة من نوعها، وهو مشهور عالمي كون مياهه تنساب على مجرى صغير متصل بالجبل الكلسي، الذي يسمى بالشلال cascade (،) مياهه الطبيعية تنبعث من باطن الأرض بدرجة حرارة تبلغ 96 درجة مئوية وتتجاوز 6500 لتر في الدقيقة الواحدة، وقد حصلت على المرتبة الثانية عالمي حيث درجة الحرارة بعد براكين آيسلندا، ويعتبر في الوقت نفسه شلال أنه يأتي على شكل مياه متدفقة ساخنة، كما يشتمل على مجموعة من الصخور المتصاعدة بجانب الشلال.

2-حمام أولاد علي: وهو الذي يبعد عن عاصمة الولاية سوى بـ 15 كلم، يتوفر على أربعة منابع حموية، تصل نسبة تدفق مياهها ما بين 8 و25 لتر في الثانية بدرجة حرارة تصل إلى 57 درجة مئوية. يحوي الحمام مركبين، وهما: "مركب البركة" و"مركب بوشهرين"، إضافة إلى "المركب البلدي القديم"، الذي ما زال يعاني من نقص في التحسين والاهتمام. ويشتهر "حمام أولاد علي" بمياهه المعالجة لبعض الأمراض، منها: أمراض المفاصل، والتنفس، وأمراض الأعصاب، حيث تحتوي مياهه على العديد من المكونات المعدنية، وهي مواد مساعدة على العلاج. المستغلة الحموية المنابع. 2.4.1.5 نحصي بولاية قالمة العديد من المنابع المعدنية الحارة المتواجدة ببعض بلديات الولاية بنسب تدفق مختلفة ودرجة حرارة

متفاوتة منها ما هو مستغل ومنها الغير مستغل، كمنابع بلدية بوحشانة نظرا لعدم وجود طلب عليها بسبب ضعف نسبة التدفق، صعوبة المسلك المؤدي إليها. والجدولين التاليين يوضحان المنابع الحموية المستغلة والمنابع الحموية التي وقع عليها الامتياز ولم يشرع في استغلالها من طرف الولاية (جدول 2).

الجهة المستغلة	المنبع الحموي
مركب بوشهرين المعدني	المنبع الحموي النخلة (حمام أولاد علي) 16/ل/ثا
مركب البركة المعدني	المنبع الحموي النخلتين (حمام أولاد علي) 08/ل/ثا
مركب الشلال المعدني	المنبع الحموي شداخة (حمام دباغ) 13/ل/ثا

3-السياحة التاريخية

ترتبط السياحة التاريخية بثقافات وخبرات الشعوب، ومهرجاناتها، وتقاليدها، كما ترتبط بالمواقع وفسيفسائها، وأنواع الفنون فيها، وضمن مفهوم السياحة التاريخية فإنّ من أفضل ما يبقى في ذهن السائح التاريخي والثقافي هو خوضه للتجارب السياحية الراسخة في الذهن، والتي ترتبط بالغالب بزيارة الأماكن التي تتوافق مع هوايات الزائر واهتماماته، ويُعدّ السفر لرؤية المعالم التاريخية الأثرية، وزيارة المتاحف من النشاطات المفضّلة لدى الزائر المهتم بالسياحة التاريخية ونذكر منها: المسرح الروماني: يقع المسرح الروماني في الجهة الشمالية الغربية لمدينة قالمة، صنف المعلم كبقايا مسرح سنة 1900 م الجريدة الرسمية رقم 07 الصادرة في (23/01/1968)، بني المعلم في نهاية القرن الثاني وبداية القرن الثالث ميلادي ، في عهد الامبراطور الافريقي الاصل سيبتيموس سيفيروس ، من خلال الهبة التي قدمتها الراهبة أنيا ايليا ريستيتوتا قدرت ب 400000 قطعة نقدية من نوع سيسترس، يستقبل هذا المعلم حوالي 4500 متفرج، اعيد بنائه من طرف رئيس البلدية شارل البرت جولي من 1902 الى 1908 و من 1918 الى 1924، حاليا المسرح يحتوي على متحف اثري متكون من قاعتين للعرض نجد في القاعة الاولى بعض تماثيل ،مذابح ،طاوالت جنائزية انصاب، و القاعة الثانية مخصصة للفسيفساء ،الفخاريات، كما يوجد عرض خارج القاعات يتمثل في مجموعة من الانصاب التي تعود إلى فترات مختلفة ليبية بونية ورومانية ،إضافة الى مجموعة من التماثيل ،وبالرجوع إلى ما أوردناه سابقاً من توضيح خصائص السياحة البيئية بشكل عام؛ فإننا نجد أنها تكمن إجمالاً في الحفاظ على العناصر والمكونات البيئية والطبيعية وعدم الإضرار بها تبعاً للنشاطات السياحية غير المسؤولة والمؤذية لها، إذ يُمكن أن يُنتج يؤدي تأثير السياحة على البيئة إلى خطر حقيقي مؤذٍ وحتى مُدمرٍ لها إلى لم تجرِ مراعاة نُظم ومقتضيات السلامة البيئية بقدرٍ ملائم. وبالتالي؛ فيمكننا القول في هذا الصدد؛ أنها تتجلى فوائد السياحة البيئية بشكل عام، في الحفاظ على المواقع والمناطق السياحية بأبهى وأنضر حالاتها، مما يُبقي عليها كوجهة تُسعد الزائرين وتهمهم نعيماً واستجماماً استثنائياً ورائعاً وفريداً من نوعه، ذلك إلى جانب المساهمة في الحرص على سلامة الكائنات

الحية بما فيها من نباتات وحيوانات، ضف إلى ذلك عدم المشاركة في إحلال التغير المناخي الوشيك والذي قد يأتي بمشكلات مناخية يُمكن أن تؤثر على العديد من القطاعات في المنطقة ككل . وإضافةً إلى ما سبق؛ فإنها تتبدى فوائد السياحة البيئية في ولاية قالمة في هذه العناصر، جنباً إلى جنب مع تصدير الصورة المُشرقة عن الجزائر، واستقطاب السُيَّاح والزوّار من مختلف أقطار العالم إلى ما تضمه الولاية من مواقع وأماكن ومناطق خلّابة ومذهلة ومدهشة بجمالها وفرادة طبيعتها، الأمر الذي يُعزز مكانة قالمة في هذا الجانب، ويعود عليها بفوائد وثمار اقتصادية كبيرة تسعى الجزائر إلى تنية السياحة بغرض مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي، فضلاً عن المكتسبات والمغانم الاجتماعية التي يُمكن أن تجنّبها قالمة من جرّاء تنمية وتفعيل السياحة البيئية .

جبل مونة بؤرة السياحة البيئية وابتكار لصناعة السياحة

ماونة أو "ماهونة" هو جبل في مدينة قالمة يبلغ ارتفاعه 1411 م. ماونة من أهم المناطق التي كانت تلجأ إليها العائلات القالمية صيفا نظرا لبرودته وشتاء للتمتع بالمناظر الخلابة التي ترسمها الثلوج وهذا مثلما كان جبل ماونة معقل الضباط الفرنسيين الذين وجدوا فيه راحتهم. وللأسف أصبح هذا الجبل اليوم لا يعرفه أكثر السكان عن قرب نظرا لفساد الطريق المؤدية إليه حيث أن السلطات المحلية تلقت دعما للارتقاء بالسياحة ولكنها لم تكمل المشروع حيث أن الغطاء الأرضي الأولي الذي وضع منذ سنتين ولم يكتمل أكلته الأمطار قبل أن يوضع الغطاء الثاني وبذلك ذهب المشروع وربما أيضا الغطاء المالي قد اختلس وحول إلى جيوب العصابات الإدارية التي تغزو الجزائر. وسيصبح أيضا على البعد القريب جزء من المدينة حيث أن السلطات المحلية بدأت في التقدم المعماري نحو أعلى الجبل الذي يعد من المعالم الطبيعية الكبرى في الولاية.

تم افتتاح مخيم الشباب الشهيد بلقاسم أومدور في جويلية 2018، في إطار برنامج الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة، بمبادرة من وزير الشباب والرياضة، كان المخيم في السابق منطقة عسكرية مغلقة ومستخدمة للتعذيب خلال الاستعمار، ولكن تحول الآن إلى مرفق للشباب والرياضة. يتضمن المخيم 23 غرفة بـ 1000 سرير، وثلاثة مراقد بـ 30 سرير، مع ساحتين للتخييم قادرة على استيعاب من 250 إلى 300 شخص، ومرافق أخرى مثل مطعم يكفي لـ 150 فرد وكافتيريا، مصلى، مغسلة، قاعة نشاطات وعيادة. يستقبل المخيم الزوار على مدار السنة حيث اسقبل منذ نهاية السنة إلى تاريخ 29 ماي 2024 . 900مقيم، وتتوفر فيه نشاطات رياضية وخدمانية، بما في ذلك دورات المشي على الأقدام والتحسيس. يأتي الزوار من مختلف الولايات. يتم تمويل المخيم من العائدات التي يحققها، وخطط الآن لتحويل إدارته من مديرية الشباب و الرياضة لتصبح جزءًا من الوكالة الوطنية للسياحة، مما سيساهم في تعزيز دوره كمؤسسة اقتصادية.

وما زاد من جاذبية المكان توفره على كافة شروط الرفاهية والراحة بداية من الطريق المعبد الذي يربطه بكل من عاصمة الولاية وكذا مركز بلدية بن جراح مع تواجد مصالح الأمن التي تسهر على راحة العائلات ناهيك عن المرافق المتنوعة التي يحتاجها الزوار كبيرهم وصغيرهم .

وفي الفترة المسائية التي عادة ما تشكل ساعات الذروة لتوافد الزوار حيث كانت ساحة المخيم تعج بالعائلات التي يجتمع أفراد كل واحدة منها على طاولة من الطاولات المنتشرة بالساحة يتناولون المشروبات التي يقدمها نادي المخيم و يتجاذبون أطراف الحديث وعلى ملامحهم علامات الفرح والابتهاج في الوقت الذي يفضل فيه الأطفال ممارسة لعبة كرة القدم أو الجري في الأرجاء أو حتى الاستمتاع بمشاهدة صغار الأرانب التي تقفز هنا وهناك .إنجاز هذا المخيم على مستوى المنطقة الغابية لعين الصفراء بجبال ماونة يعد بحق نموذجا للأفكار الخلاقة التي تنعكس آثارها الإيجابية مباشرة على المواطنين،و المخيم عادة ما يستقبل أفواج الزوار القادمين من ولايات الوطن وذلك في إطار توأمة ما بين الولايات أو ضمن زيارات منظمة.

نظرة مستقبلية لتحويل منطقة عين الصفراء إلى قبلة للسياحة البيئية

تتجه نظرة السلطات المحلية لولاية قالمة إلى جعل منطقة عين الصفراء قبلة للسياحة الجبلية وذلك من خلال إنجاز غابة استجمام غير بعيدة عن مخيم الشباب تبرع على مساحة تصل إلى 21 هكتارا وهو المشروع الذي سيدخل الخدمة رسميا في القريب العاجل بعد منح عملية استغلاله لأحد المستثمرين الخواص وفق دفتر شروط، حسب العرض المقدم مؤخرا من طرف محافظ الغابات، غابة الاستجمام المنجزة بعين الصفراء تتوفر على كامل شروط الراحة لقاصديها من خلال المرافق التي أنجزت بها على غرار أماكن للعب الأطفال ومضامير للمشي وأماكن للاستراحة منها مطعم ومقهى ما سيجعل من المنطقة الغابية مقصدا مفضلا للعائلات للهروب من صخب المدن، تعمل فرق محافظة الغابات رفقة مصالح الحماية المدنية والسلطات المحلية و الناشطين في المجمع المدني على تكثيف النشاط التحسيسى و مرافقة قاصدي الغابات للتنزه والاستجمام من أجل ضمان حماية الغطاء النباتي من الحرائق ومحاربة بعض السلوكيات المعادية للبيئة خاصة بالمواقع التي تفضلها العائلات لقضاء فترات للراحة سواء يوميا أو خلال عطلة الأسبوع

النتيجة.

إن الجزائر ورغم ما تمتلكه من موارد سياحية هامة الا أنها لم تستطع أن تكون من بين الدول السياحية أو أن تكون منافسة للدول المغاربية نتيجة عدة عوامل وأسباب، حيث تبين لنا بأن جميع الاهداف المسطرة في المخططات الوطنية للتنمية لم تتحقق بالشكل المنتظر والدليل على ذلك الفارق الكبير بين ما هو مبرمج في هذه المخططات وما هو محقق، سواء من حيث المداخل من العملة الصعبة أو مناصب الشغل المنتظر تحقيقها أو طاقات الايواء المنتظر إنجازها، باستثناء المرحلة الممتدة من

1966 إلى 1976 التي تميزت بتوفر إرادة سياسية حقيقية لتطوير القطاع تم ترجمتها من خلال إصدار ميثاق للسياحة الذي حدد أهدافا واضحة على المدى الطويل تتمثل على الخصوص في تطوير السياحة الخارجية، حيث أن غياب الرؤية الشاملة انعكست على السياسات المتعددة التي طبقتها السلطات العمومية منذ الاستقلال لترقية القطاع، التي كانت تتغير في كل مرة دون أن تحقق هدف الترقية، كما أن النتائج المحققة في الجزائر ال تعكس حجم الامكانيات السياحية التي تتوفر عليها وتم استغلال جزء بسيط من الموارد حيث تم التركيز على نوعين من السياحة هما السياحة الحضرية والسياحة الشاطئية وتم إهمال السياحة الحموية. والبيئية .

يعتبر القطاع السياحي بمثابة محرك للتنمية المستدامة على غرار القطاعات الأخرى فهو يشكل دعما للنمو الاقتصادي ومصدر لخلق الثروات و المداخيل المستدامة لا سيما على المستوى المحلي، إن الجزائر أولت أهمية كبيرة لهذا القطاع اعتمادا على ما بنته أو ورثته من القدرات التراثية والحضارية والبشرية ومن المكتسبات الطبيعية الموروثة و المشيدة، وذلك عن طريق التأطير الملموس للانطلاق القوية للسياحة الوطنية وتحويل الجزائر من بلد مصدر إلى بلد مستقبل للسواح، هذا المسعى يترجمه المخطط التوجيهي للهيئة السياحية في آفاق 2025، الذي يعد إطارا مرجعيا لرؤية بعيدة المدى لجعل الجزائر وجهة سياحية، إن تحقيق تنمية مستدامة لقطاع الصناعة التقليدية والحرف، ووضع حد لمختلف المشاكل التي يعاني منها القطاع، سيساهم بشكل فاعل في تحقيق التوازن الاقتصادي المحلي وتثبيت الافراد في مناطقهم، لهذا الغرض فقد تم طرح منهجية لتحقيق الديناميكية الاقتصادية المحلية وفق أنظمة إنتاج محلية بين الحرفيين، وأنظمة الانتاج المحلي.

من خلال دراستنا توصلنا إلى النتائج التالية :

تتوفر قائمة على إمكانيات سياحية متنوعة ومتعددة، لكن لا يمكن أن تجعل منها وجهة سياحية ما لم يتم تدعيمها ببنية تحتية خاصة بالقطاع السياحي وبكل القطاعات الأخرى المرتبطة به، و بالتالي فان المنتج السياحي بالجزائر قادر على المنافسة إذا توفرت الخدمات المكملة.

ضعف أداء السياسات التنموية السياحية بالجزائر والتغيرات العديدة التي عرفتها في ظل لاقتصاد الموجه وعدم تضمها مبادئ الاستدامة ، أثر بشكل كبير على فعالية القطاع التنموي بحيث أدت إلى عدم استقراره و تهميشه وانعكس ذلك سلبا على تطوره، توافد ضئيل جدا مقارنة مما تتمتع به ولاية قائمة من مؤهلات طبيعية سياحية وتاريخية.

عدم استقرار الهيكل التنظيمي للقطاع السياحي، حيث أن وزارة لسياحة ألحقت في فترات مختلفة بكل من: الثقافة، الرياضة، البيئة، الهيئة العمرانية، الصناعات التقليدية.

قلة المخططات الانمائية اللازمة لهوض بواقع السياحة الحالي، أو الاستراتيجيات التنموية السياحية المستدامة.

الملتقى الوطني الثاني: الاتجاهات الجديدة في السياحة

الابتكار والاستدامة في صناعة الوجهات السياحية

25-26 جوان 2024

جامعة 8 ماي 1945 قلمة

المحور الثالث

الابتكار في تخطيط وإدارة وتسويق الوجهات السياحية

عنوان المداخلة:

دور الابتكار في تعزيز وجهات السياحة المستدامة

د.خديجة زباني / جامعة باتنة

KHEDIDJA.ZIANI@UNIV-BATNA.DZ

0552.52.94.83

د.رحيمة يونس / جامعة بسكرة

politic.younes@gmail.com

0672.33.11.68

دور الابتكار في تعزيز وجهات السياحة المستدامة

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى استكشاف دور الابتكار في تعزيز استدامة القطاع السياحي، بما يوفره من إمتيازات وحلول مبتكرة وذكية، وذلك من خلال إدارة مستدامة للسياحة والعمل على تطوير الوجهات السياحية، وتشجيع مشاركة المجتمع المحلي، وتقديم تجارب سياحية مبتكرة، كالفنادق الذكية حيث قد تساهم تطبيقات التكنولوجيا في تعزيز تجربة السياح وتحقيق الإستدامة، باستخدام التسويق الرقمي للجذب السياحي. فالإبتكار يساهم في تعزيز التوجه نحو السياحة الخضراء والمبادرات المستدامة في السفر والإقامة، كما يعمل على الحفاظ على الموارد الطبيعية والتنوع البيولوجي، ومن أهم ما ينبثق عن التطور التكنولوجي ما يسمى التنقل الذكي لإستدامة السياحة ولتخفيف الإزدحام وتحسين كفاءة النقل العام.

كما يسلط المقال الضوء على أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا في مجال السياحة، وهي السياحة الافتراضية وما يمكن أن يتيح التفاعل الافتراضي للترويج للوجهات السياحية مثل تحفيز الإهتمام بالسياحة المستدامة، وتعزيز الوعي بالثقافات المحلية والبيئات الطبيعية.

الكلمات المفتاحية: السياحة المستدامة، الابتكار، التسويق الرقمي، السياحة البيئية، التنقل الذكي، السياحة الافتراضية.

Abstract:

This article aims to explore the role of innovation in promoting the sustainability of the tourism sector, providing it with innovative and intelligent concessions and solutions, by managing sustainable tourism, working to develop sustainable tourist destinations, encouraging community participation, and offering innovative tourism experiences, such as smart hotels, where technology applications contribute to enhancing the tourism experience and achieving sustainability, as well as digital marketing of attractions. Innovation contributes to the promotion of green tourism orientation and sustainable travel and accommodation initiatives, as well as the conservation of natural resources and biodiversity. The most important emergence of technological development is the so-called intelligent mobility to sustain tourism, relieve congestion and improve public transport efficiency.

The article also highlights the latest technologies in tourism, namely virtual tourism and what virtual interaction can make possible to promote destinations such as stimulating interest in sustainable tourism, and promoting awareness of local cultures and natural environments.

Keywords: sustainable tourism, innovation, digital marketing, ecotourism, smart mobility, virtual tourism.

المقدمة

للابتكار دور في تعزيز استدامة قطاع السياحة، خاصةً في ظل التحديات البيئية والاجتماعية التي يواجهها العالم. يطلب التفكير الإبداعي والابتكار في جميع جوانب الصناعة السياحية لضمان تحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي والحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية. إن أحد أهم أوجه الابتكار في قطاع السياحة هو استخدام التكنولوجيا لتعزيز تجربة السياح وجعلها أكثر استدامة. يمكن استخدام التطبيقات والمنصات الرقمية لتوفير معلومات دقيقة عن الوجهات السياحية ووسائل النقل العامة. كما يمكن استخدام التكنولوجيا لتطوير وسائل نقل صديقة للبيئة مثل السيارات الكهربائية والدراجات الهوائية الكهربائية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يسهم الابتكار في تطوير مفاهيم جديدة للسياحة تركز على الاستدامة بما في ذلك السياحة البيئية والسياحة الثقافية. من خلال تطوير مناطق سياحية جديدة تعتمد على الحفاظ على الطبيعة والثقافة المحلية، يمكن أن يحقق القطاع السياحي أثرًا إيجابيًا على المجتمعات المحلية ويعزز التنمية المستدامة.

علاوة على ذلك، يمكن أن يسهم الابتكار في تحسين إدارة السياحة وتقليل التأثيرات السلبية على البيئة والمجتمع المحلي. على سبيل المثال، يمكن استخدام التكنولوجيا لتطوير أنظمة إدارة الزوار للحد من الازدحام في الوجهات السياحية الشهيرة وتوزيع الزوار بشكل أفضل، مما يساهم في الحفاظ على الموارد الطبيعية وتجنب التأثيرات السلبية على البيئة المحلية.

يلعب الابتكار دورًا حاسمًا في تعزيز استدامة قطاع السياحة، ويمكن أن يسهم بشكل كبير في تحقيق التوازن بين تلبية احتياجات السوق والمسؤولية البيئية والاجتماعية، مما يضمن استمرارية القطاع وتحقيق التنمية المستدامة في المستقبل. هذا الموضوع يطرح الإشكالية الآتية: **كيف تؤثر تقنيات السياحة الذكية المبتكرة في صناعة الوجهات السياحية المستدامة؟**

الأسئلة الفرعية:

1. ما المقصود بالسياحة المستدامة؟
2. كيف يمكن إدارة السياحة المستدامة؟
3. ما دور الابتكار في تعزيز الوجهات السياحية المستدامة؟
4. ما هي العلاقة بين الابتكار والسياحة البيئية؟
5. كيف يؤثر التنقل الذكي في استدامة السياحة؟
6. ما المقصود بالسياحة الافتراضية؟

إن الإشكالية أعلاه تحيلنا للفرضية الرئيسية التالية:

يؤدي توظيف التكنولوجيا الرقمية في قطاع السياحة إلى خلق وجهات سياحية مبتكرة تساهم في تحقيق تنمية سياحة مستدامة.

إن الإجابة على الاشكالية وغيرها من الاسئلة ذات الصلة، يجعلنا نقسم المقال إلى المحاور الآتية:

1. آليات إدارة السياحة المستدامة:

السياحة المستدامة هي التي تلبي احتياجات السياح الحاليين والمناطق المضيفة مع حماية وتعزيز الفرص للمستقبل. ومن المتوخى أن يؤدي ذلك إلى إدارة جميع الموارد بطريقة يمكن من خلالها تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية، مع الحفاظ على السلامة الثقافية والعمليات الإيكولوجية الأساسية والتنوع البيولوجي وأنظمة دعم الحياة¹.

وعليه تقوم السياحة المستدامة على عدة أبعاد:

أ- الاستدامة الاقتصادية

إن كل بلد يفكر في تطوير قطاعه السياحي يجب أن يقيم بعناية أصوله وموارده المتعلقة بالسياحة. فالأصول السياحية هي في الأساس العوامل الرئيسية التي تحفز السياح في اختيار وجهة معينة. لذلك يجب تقييم الأصول السياحية بعناية قبل تحديد ما إذا كانت هناك أي إمكانية لتطوير أو توسيع السياحة في منطقة معينة، وإذا كان الأمر كذلك، فما نوع الأنشطة السياحية التي ينبغي تطويرها. هناك ببساطة تمييز بين الأنواع المختلفة من الأصول السياحية؛ وهي مجموعة في فئتين: الموارد الطبيعية والأصول الثقافية. تتمثل إحدى أفضل الطرق لتعزيز الفوائد الاقتصادية في دمج السياحة في الاقتصاد الوطني من خلال إقامة روابط قوية بين السياحة والقطاعات الاقتصادية الأخرى مثل الزراعة ومصايد الأسماك والتصنيع والبناء.

ب- الاستدامة الاجتماعية والبيئية

يقيس البعد الاجتماعي مشاركة المجتمعات المحلية في الأنشطة السياحية المختلفة. ويقوم الجانب البيئي بتقييم تنفيذ المعايير البيئية ومعايير الجودة المتفق عليها من قبل المنظمات الدولية ذات الصلة للمشاريع السياحية وتخصيص عائدات السياحة لمنع تدهور الموارد في بلد المقصد. يرتبط مكونا هذا البعد ارتباطاً واضحاً بمسألة الروابط والتسربات ويحتاجان إلى تحليل مشترك. على سبيل المثال، على الرغم من أن النشاط السياحي قد يكون له آثار تسرب منخفضة، إلا أن هذا لا يعني بالضرورة أن المجتمع سيجني أي فوائد لهذا

¹ Cernat, L., & Gourdon, J. (2011). Is the concept of sustainable tourism sustainable? Developing the Sustainable Tourism Benchmarking Tool, P1.

النشاط إذا لم يخلق المشغلون المحليون وظائف كافية للمجتمع أو إذا كانت الأجور منخفضة للغاية. علاوة على ذلك، لن يتم ضمان الاستدامة الاجتماعية والبيئية إذا لم يتم فرض ضرائب مناسبة على هذا النشاط لتوفير الموارد لحماية البيئة.

ج- استدامة البنية التحتية

تعد أصول البنية التحتية العامة أساسية لتنمية السياحة المستدامة لأن إمكانية الوصول إلى أصول سياحية محددة تعتمد على جودة البنية التحتية الشاملة. تعتمد جودة البنية التحتية بشكل أكبر على مجموعة من السياسات الأخرى، بدلاً من استراتيجيات الترويج السياحي وحدها، وبالتالي، نظراً لأهميتها العالية للسياسة، فإن هذا يبرر معاملتها بشكل منفصل.

د- الجاذبية:

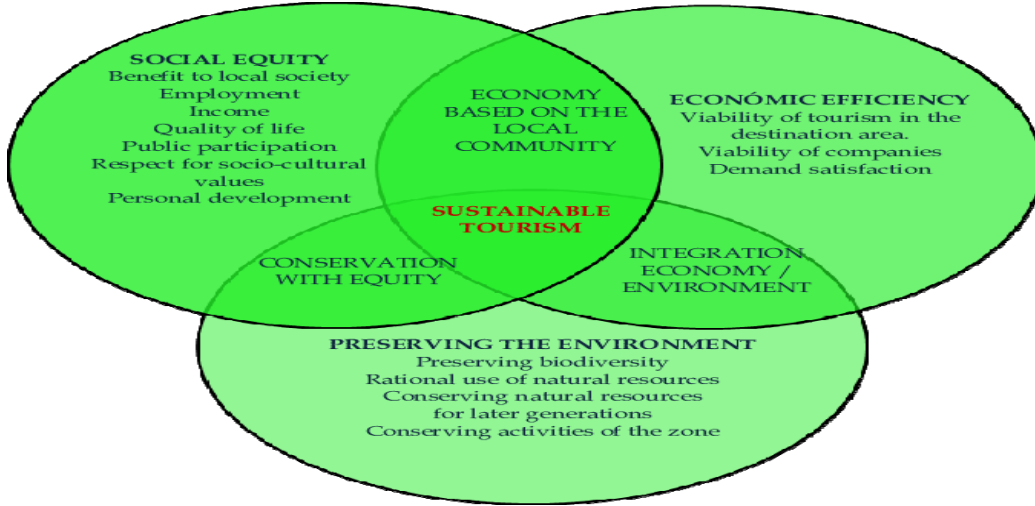
عادة ما تعتبر القدرة التنافسية السعرية واحدة من أهم العوامل التي تدعم القدرة التنافسية لوجهة معينة، لذلك يمكن أن يفسر هذا الاختلافات في النشاط الاقتصادي بين البلدان. يمكن أن تعتمد الجاذبية أيضاً على مدى كفاءة السكان وعلى الوضع الأمني العام في البلاد¹.

إذا السياحة المستدامة هي السياحة التي تقلل من تكاليف السياحة وتزيد من فوائدها للبيئات الطبيعية والمجتمعات المحلية، ويمكن تنفيذها إلى أجل غير مسمى دون الإضرار بالموارد التي تعتمد عليها. يتم التخطيط للسياحة المستدامة عن عمد منذ البداية لإفادة السكان المحليين، واحترام الثقافة المحلية، والحفاظ على الموارد الطبيعية، وتثقيف كل من السياح والسكان المحليين.

تتكون السياحة المستدامة من ثلاثة مكونات رئيسية (أنظر الشكل 1)، يشار إليها أحياناً باسم "الحد الثلاثي الأدنى".

¹ Cernat, L., & Gourdon, J, op cit, p 7-9.

الشكل 01: السياحة المستدامة



Source: Ismatillaevna, F. A, op cit, p 396.

1. من الناحية البيئية: تؤثر السياحة المستدامة تأثيراً منخفضاً على الموارد الطبيعية، لا سيما في المناطق المحمية. فهو يقلل من الأضرار التي تلحق بالبيئة (النباتات والحيوانات والمياه والموارد البحرية الحية واستخدام الطاقة والتلوث وما إلى ذلك) ويحاول بشكل مثالي أن يفيد البيئة.
 2. اجتماعياً وثقافياً: لا يضر بالبنية الاجتماعية أو ثقافة المجتمع الذي يوجد فيه؛ وبدلاً من ذلك، تحترم الثقافات والتقاليد المحلية وهي تشرك أصحاب المصلحة (الأفراد والمجموعات ومنظمي الرحلات والمؤسسات الحكومية) في جميع مراحل التخطيط والتطوير والمراقبة، وتتقيد أصحاب المصلحة حول أدوارهم.
 3. من الناحية الاقتصادية: يساهم في الرفاهية الاقتصادية للمجتمع، وتوليد دخل مستدام ومنصف للمجتمعات المحلية وأكبر عدد ممكن من أصحاب المصلحة الآخرين ولا تبدأ ببساطة ثم تنتهي بسرعة بسبب الممارسات التجارية السيئة¹.
- يتطلب تنفيذ مبادئ السياحة المستدامة ما يلي:
- الاستخدام الأمثل للموارد البيئية التي تشكل عنصراً رئيسياً في تنمية السياحة، والحفاظ على العمليات البيئية الأساسية والمساعدة في الحفاظ على التراث الطبيعي والتنوع البيولوجي.

¹ Niedziółka, I. (2014). Sustainable tourism development. *Regional formation and development studies*, 8(3), p 160.

- احترام الأصالة الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المضيفة، والحفاظ على تراثها الثقافي المبني والحيوي وقيمها التقليدية، والمساهمة في التفاهم والتسامح بين الثقافات.

- كفاءة وجود عمليات اقتصادية بعيدة المدى تتوفر لها مقومات البقاء، تتيح لجميع الأطراف المعنية منافع اجتماعية واقتصادية توزع بالعدل، بما في ذلك إتاحة فرص للمجتمعات المحلية المضيفة للعمل وإدراج الدخل بصفة مستقرة وتوفير الخدمات الاجتماعية لها، والمساهمة في تخفيف حدة الفقر.

يتم تطبيق مبادئ التنمية المستدامة في المؤسسات السياحية بشكل نادر نسبياً. ويرجع ذلك إلى حقيقة أن شركات السياحة في الحساب الاقتصادي لا تشمل (أو تشمل إلى حد محدود) التكاليف الاجتماعية والتكاليف المتعلقة بحماية البيئة. من الناحية العملية، فإن الحلول الأكثر شيوعاً هي تلك غير المكلفة (طباعة الكتيبات، ووضع علامات على الموقع، وما إلى ذلك) مما يساعد على تقليل التكاليف (توفير الطاقة في الفنادق، وإعادة التدوير)، والسماح بوضع أفضل لشركات العلامة التجارية لتمييز نفسها عن المنافسة، والحث على رد فعل إيجابي من العملاء¹.

ينطوي مفهوم الاستدامة الاقتصادية على وجود طلب كافٍ في السوق على المنتجات والخدمات السياحية التي تلبي احتياجات ورغبات الزوار المحتملين. يمكن إعادة استثمار أرباح السياحة لتحسين المنتجات السياحية وتحسين نوعية الحياة لمشغلي السياحة المحليين والمجتمعات المحلية. إذا كانت المكاسب الاقتصادية أقل من تكاليف التشغيل، فقد تفشل الوجهات السياحية. فالأنشطة السياحية تعزز النمو الاقتصادي وتحفز الاستثمار؛ وحين تحقق الشركات المحلية أرباحاً كبيرة من بيع المنتجات والخدمات للزوار تواصل الاستثمار أكثر في تحسين هذه المنتجات، ومثل هذا النهج يخلق عملية اقتصادية مستدامة. ومن ناحية أخرى، تشير الاستدامة الاجتماعية إلى قدرة نظام اجتماعي مثل بلد أو أسرة أو منظمة على تحسين العمليات واللوائح التي لا تلبي احتياجات الأعضاء الحاليين فحسب، بل تدعم أيضاً قدرات الأجيال القادمة ونوعية حياتهم. تجذب العديد من الوجهات السياحية الشهيرة في جميع أنحاء العالم العديد من السياح من البلدان الأجنبية كل عام، وعندما تبدأ وجهة سياحية في استقبال السياح، يكون لها آثار اجتماعية وثقافية معينة على المجتمع المضيف².

يتم تعريف الهدف الرئيسي من إنشاء استراتيجية للسياحة المستدامة لمنطقة معينة على أنه زيادة عدد السياح مع مبادئ التنمية المستدامة. ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال عدد من الأهداف المحددة، مثل:

¹ Niedziółka, I. op cit, p 160,161.

² Ünsaldi, Müyesser et Sahin, Gonca Güzel. Developing Sustainable Tourism: An Innovative Approach for Elazığ. Economic Research, 2023, vol. 7, no 3, p 123,124.

- التنسيق بين جميع الأطراف المهمة بتطوير السياحة في المنطقة؛
- جرد المنتجات السياحية في المنطقة؛
- مراعاة مصالح المجتمعات المحلية والبيئة في تشكيل المنتج السياحي والأنشطة التسويقية؛
- تقييم التسويق وتصور المنتج من قبل المشتريين المحتملين؛
- وضع رؤية ورسالة وأنشطة خطة تسويق إطارية طوال مدة الاستراتيجية؛
- تطوير علامة تجارية مشتركة للمنطقة؛
- تطوير أدوات لتقييم التقدم المحرز في تنفيذ الاستراتيجية¹.

تحدد أهداف التنمية السياحية المستدامة أولاً، من خلال حماية التراث الثقافي والتاريخي والموارد الطبيعية، فالحفاظ على نغمة الوجهة يؤدي إلى إطالة أمد الموارد المحلية. ثانياً، من خلال تضمين الصناعات والأنشطة الخدمية الأخرى، يتم تعزيز العرض السياحي للوجهة. وهذا يعني في المقام الأول أن المجتمع المحلي، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، مدرج في العرض السياحي وبسلعه أو خدماته بالإضافة إلى تعزيز الثقافة المحلية وخصوصيات هذه الوجهة. على سبيل المثال، من خلال إشراك المزارعين المحليين، ستتاح للسياح الفرصة للاستمتاع بالمنتجات المحلية، مما يعني أن هؤلاء المنتجين مدرجون أيضاً بشكل غير مباشر (وأحياناً بشكل مباشر) في العرض السياحي. يمكن أن يحدد هذا أيضاً الأهمية الثالثة، وهي التنمية الاقتصادية للمجتمع المحلي؛ أي عندما يؤدي إدراج منتجين وموردين محليين آخرين للسلع والخدمات، وتوظيف أشخاص جدد في المراكز السياحية المحلية، وتوليد الأموال من بيع الخدمات والسلع السياحية (مثل الهدايا التذكارية) إلى زيادة الرفاه الاقتصادي للمجتمع المحلي².

يمكن زيادة إمكانات الوجهات السياحية من خلال الجمع بين مبادئ الاستدامة والابتكار. وفيما يلي بعض الطرق لزيادة إمكانات الوجهات السياحية من خلال الجمع بين مبادئ الاستدامة والابتكار:

1. إدخال التكنولوجيا الصديقة للبيئة:

يمكن للوجهات السياحية الاستفادة من التقنيات الصديقة للبيئة، مثل الطاقة المتجددة ومعالجة النفايات الصديقة للبيئة. يمكن أن يساعد هذا في تحسين جودة البيئة في الوجهات السياحية، حتى يتمكن السياح من الاستمتاع بالطبيعة بشكل أفضل. تستخدم العديد من البلدان تقنيات صديقة للبيئة كجزء من الجهود المبذولة لتعزيز السياحة المستدامة. تروج النرويج للسياحة كجزء من استراتيجيتها، ويتم استخدام السيارات الكهربائية

¹ Niedziółka, I. op cit, p 161.

² Panić, A., Pavlaković, B., & Koščak, M. (2019). Managing a sustainable tourism destination. In *Ethical and Responsible Tourism*, Routledge, 362.

للسياح الذين يرغبون في استكشاف الجمال الطبيعي للزويج، كما تروج دول أخرى مثل هولندا استخدام الدراجات ووسائل النقل العام كوسيلة صديقة للبيئة لاستكشاف بلادهم.

2. تطوير وجهات سياحية مستدامة:

يمكن تطوير وجهات السياحة المستدامة مع مراعاة مبادئ الاستدامة، مثل الحد من انبعاثات الكربون، والإدارة الجيدة للمياه والنفايات، وتعزيز الممارسات الاقتصادية المستدامة ويمكن أن يساعد ذلك في الحفاظ على الجمال الطبيعي والثقافي في الوجهات السياحية.

3. تشجيع مشاركة المجتمع المحلي:

يمكن أن تلعب المجتمعات المحلية دورًا مهمًا في الحفاظ على الاستدامة في الوجهات السياحية. يمكن أن يساعد تعزيز مشاركة المجتمعات المحلية في التنمية السياحية في الحفاظ على التراث الثقافي والبيئي المحلي. ومن خلال المشاركة والتعاون يمكن للمجتمعات المحلية تقديم مساهمات مهمة في صنع القرار والتخطيط لوجهات السياحة المستدامة.

4. تقديم تجارب سياحية مبتكرة:

يمكن أن تقدم الوجهات السياحية تجارب سياحية مبتكرة، مثل زيارة أماكن غير مألوفاً أو القيام بأنشطة فريدة وغير عادية. يمكن أن يساعد ذلك في زيادة اهتمام السياح بزيارة الوجهات السياحية وزيادة جاذبية هذه الوجهات.

5. تنفيذ السياسات واللوائح المستدامة:

يمكن أن تساعد السياسات واللوائح المستدامة في زيادة الاستدامة في الوجهات السياحية. على سبيل المثال الحد من عدد السياح الذين يدخلون وجهات معينة، أو فرض لوائح على إدارة النفايات والاستخدام الفعال للطاقة¹.

من أجل زيادة إمكانات الوجهات السياحية من خلال الجمع بين مبادئ الاستدامة والإبتكار، من المهم النظر في الاستدامة البيئية والاجتماعية وتعزيزها، وكذلك الحفاظ على التراث الثقافي المحلي. يمكن أن يساعد ذلك في خلق سياحة مستدامة ومربحة لجميع الأطراف المعنية (أنظر الجدول 1)، بما في ذلك المجتمعات المحلية والسياح والبيئة.

الجدول رقم: 1 مفاهيم إدارة التنمية السياحية المستدامة

¹ Ismatillaevna, F. A., Pratama, B. D. S., & Rohimi, U. E. (2023). Increasing the Potential of Tourism Destinations Through Combining the Principles of Sustainability and Innovation. Journal of World Science, 2 (2), p 398,399.

المفاهيم	الوصف	الأهداف الرئيسية في السياحة المستدامة	أمثلة على الأدوات المستخدمة
حمولة قصوى	عدد الزوار الذين يمكن للوجهة تحملهم دون التأثير سلباً على البيئة والمجتمع المحلي وتجربة الزائر	منع التدهور البيئي	تقنيات إدارة الزوار مثل - قوائم الانتظار والحجوزات واليانصيب والتسعير والدخول الموقوت وتقسيم المناطق والتصاريح والإعداد تخطيط المناطق المحمية-
تدخل حكومي	سلطة التدابير الإلزامية التي تفرضها مركزية للحد من التدهور البيئي	منع التلوث ومراقبته	التشريعات والتراخيص-
النهج الاقتصادي	يتم استخدام أدوات مثل الضرائب والحوافز المالية لإقناع شركات السياحة بالانخراط في أنشطة أكثر استدامة الأنشطة	منع التلوث ومكافحته وتشجيع الممارسات المستدامة	الضرائب
التنظيم الذاتي	صناعة السياحة تتحمل مسؤولية عملها الخاص	منع التلوث ومكافحته وتشجيع الممارسات المستدامة	مدونات قواعد السلوك
التعليم	تثقيف السائح حول تطوير وعرض سلوكيات أكثر استدامة	أنماط الاستهلاك الصحي المستدام	مدونات قواعد السلوك
الرقابة	تطوير الأهداف والغايات والتوقعات لقضية محددة والتقييم المستمر	توفير قياس واضح للتقدم والمعلومات المحدثة وتعزيز تبادل المعارف	تطوير المؤشر ووضع العلامات البيئية
خدمات التسويق والمعلومات	شريحة سوق الوجهات من أجل جذب أنواع السياح التي يريدونها	تعزيز أشكال معينة من السياحة والتأثير على سلوك السائح والترويج لعروض المنتجات وتقليل العروض الموسمية من خلال الترويج لها في غير موسمها	التسويق وإنهاء التسويق

الإدارة البيئية	تحديد التخصيص الأمثل للموارد التي من شأنها الاستفادة المثلى من البيئة وتلبية احتياجات المستخدمين لفترة زمنية محددة وتحسين جودة البيئة	يتم دمج الأهداف البيئية في السياسة والتخطيط السياحي	تقنيات إدارة الزوار والضرائب والمراقبة
-----------------	---	---	--

Source: ALI, Alisha et FREW, Andrew J. Technology innovation and applications in sustainable destination development. *Information Technology & Tourism*, 2014, vol. 14, p 266.

لا يمكن أن تنجح إدارة السياحة المستدامة إلا عندما يتم الاعتراف بالعلاقات المتبادلة بين الأبعاد الثلاثة السابق شرحها أعلاه. ويتم الجمع بين هذه الأبعاد الثلاثة تحت عناوين الاستدامة البيئية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية¹.

قد يقول البعض أن النجاح مبني على الابتكار حيث أن الناس يختبرون العولمة في صناعة السياحة. تعد الابتكارات في المنتجات والخدمات والمنظمات والعمليات والاستراتيجيات الجديدة للمنافسة ضرورية لتعزيز السياحة. في الآونة الأخيرة، أصبحت التقنيات المتقدمة الجديدة، مثل تقنيات الوسائط المتعددة والواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR)، أدوات حاسمة في الترويج والتنمية السياحية. على وجه التحديد، إذ يمكن استخدامها لتعزيز ثراء ومشاركة السياح من خلال تزويدهم بزيارة محاكاة وتجربة افتراضية قبل الوصول إلى الوجهة أو الجذب من خلال تأثير عنصرين بيئيين محتملين: الكثافة التنافسية والديناميكية التكنولوجية. ذلك أن كفاءة الابتكار تعد مؤشرا حاسما للموقف الرائد في مؤسسات الضيافة والسياحة. إذ تكسب المتاحف الأموال ليس فقط من تذاكر الدخول، ولكن أيضًا من الظهور أمام الجمهور. وبالتالي، كانت التكنولوجيا الرقمية أداة مهمة للمتاحف للابتكار في العديد من المجالات وإعادة وضعها في قطاع السياحة التراثية. إذ ينبغي لشركات السياحة أن تتولى وظائف إبداعية لخلق أشكال جديدة من الابتكار السياحي².

2. الابتكار في الفنادق والخدمات الذكية لممارسات مستدامة

الابتكار هو تقديم شيء جديد لم يكن موجودًا من قبل، سواء كنا نتحدث عن تحسين القائمة أو تقديم شيء لم يكن سابقا جزءا من العمل أو العرض أو الخدمة. يمكن أن يعتمد على اتجاهات عمل جديدة تمامًا، ومنتجات جديدة، وأيضا على تحديث استراتيجية العمل الحالية. في وقت سابق، كانت الابتكارات مشروطة إلى حد كبير بالإنجازات التقنية والتكنولوجية على أساس تطوير أفكار جديدة. ذلك أن إنشاء منتجات جديدة

¹ Ünsaldı, M., & Şahin, G. G. op cit, p 123.

²Luekveerawattana, R.. Enhancing innovation in cultural heritage tourism: navigating external factors. *Cogent Social Sciences*, 2024, vol.10 no1, P 3.

أو محسنة، وإدخال عمليات إنتاج جديدة، وتطوير أسواق مبيعات جديدة، وتطوير أسواق توريد وإعادة تنظيم جديدة أو إعادة هيكلة كلها مجالات الابتكار.

ومن حيث المجالات التي يمكن أن يحدث فيها الابتكار، هناك ثلاث فئات من الابتكار، تتعلق بابتكار المنتجات وعمليات الإنتاج والإدارة للابتكار. يمكن أن تشير ابتكارات المنتجات إلى إدخال منتج جديد تماما في السوق، ولكن أيضا تشير إلى التغييرات في خصائص معينة أو تحسين منتج موجود. من ناحية أخرى، إذا تحدثنا عن الابتكارات في عملية الإنتاج، فإننا نعني تنفيذ بعض النماذج الاقتصادية أو الأفضل لعملية الإنتاج. الفئة الثالثة من الابتكارات هي الابتكارات الإدارية التي بسبب نطاق مسؤوليات صانعي القرار الرئيسيين نجدها معقدة للغاية، ويمكن أن تتعلق بالتغييرات في مختلف جوانب الأعمال مثل المعايير والممارسات الحالية والتوظيف وما إلى ذلك. ترجع الابتكارات في صناعة السياحة إلى عمليات عالمية أخرى؛ كنمو المكون الفكري وتغيير الناس في سياق التعليم والتطوير التدريجي، كما أنها تتأثر بإضفاء الطابع المعلوماتي على جميع مجالات الشركة السياحية، والتعاون بين موضوعات السوق السياحي، وزيادة المنافسة والأنشطة عبر الوطنية للشركات السياحية¹.

أولا: تطبيقات التكنولوجيا لتعزيز تجربة السياح وتحقيق الاستدامة

أدى التطور السريع للإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (STTs) في العقد الماضي إلى تحول عميق في السفر والسياحة، والطريقة التي يعيش بها السياح ما أنتج أنواعا مختلفة من التجارب. إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي البنية التحتية الأساسية التي تدمج الأجهزة والبرامج والشبكات وخدمات السفر وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتوفير بيانات في الوقت الفعلي لتسهيل اتخاذ قرارات أكثر نكاءا من قبل أصحاب المصلحة في الوجهة. وهي تشمل مجموعة متنوعة من الحلول، مثل إنترنت الأشياء (IoT)، والحوسبة السحابية، والذكاء الاصطناعي، والأجهزة المحمولة والتطبيقات، والبيانات الضخمة، والواي فاي، والواقع الافتراضي، والواقع المعزز، وروبوتات الدردشة، والأجهزة القابلة للارتداء، ورموز الاستجابة السريعة، والاتصالات الميدانية القريبة (NFC)، وتحديد الترددات الراديوية (RFID)، والشبكات الاجتماعية؛ وبشكل عام، تشمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات STTs مجموعة واسعة من التطبيقات التي يمكن أن تثرى تجارب السياح مع توليد قيمة إضافية².

¹Ratković, Rade, Jablan, Milica, Et Liješević, Milan. Innovation in tourism as a model of recovery in the postpandemic period. *Economics*, 2022, vol. 10, no 2, p 132,133.

² Sustacha, Ines, Banos-Pino, Jose Francisco, et Del Valle, Eduardo. The role of technology in enhancing the tourism experience in smart destinations: A meta-analysis. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2023, vol. 30, p 2.

الموضوع المتكرر في مشاركة المجتمع في السياحة المستدامة هو فائدة تطوير شراكات مثمرة بين أفراد المجتمع وأصحاب المصلحة. في جزيرة تشول منطقة مافيا Mafia (تنزانيا Tanzania) طورت القرية المحلية علاقة قوية مع مالكي فندق صغير للسياحة البيئية مقابل الحصول على إذن لبناء الفندق وتشغيله، ووافق المالكون على المساهمة بموارد مالية في مشاريع تنمية القرى ذات الأولوية، وتمكنت القرية من بناء سوق جديد وعيادة صحية ومدرسة ابتدائية. وتشمل المبادرات الأخرى التي تم تطويرها دروسا في اللغة الإنجليزية ومكتبة ومشروعاً للتاريخ الشفهي وأبحاثاً حول الآثار الأثرية للجزيرة. كما طور المجتمع نظام رسوم لجمع الأموال من زوار الجزيرة؛ أين يتم توجيه إيرادات هذه المبادرة إلى صندوق تنمية مجتمعية تحت رعاية لجننتين منتخبتين سنوياً. في الواقع، يستفيد كل من الفندق والمجتمع المحلي من هذه العلاقة القوية التي نمت على مدى السنوات الماضية.

وفي أوشونغو Ushongo مقاطعة بانغاني Pangan (تنزانيا)، أبرمت الفنادق الشاطئية الثلاثة اتفاقية مع القرية المحلية، وقد وافق اثنان من الفنادق الثلاثة رسمياً عند الحصول على سندات ملكية الأراضي وتصاريح البناء على توجيه نسبة مئوية معينة من إيراداتهم إلى القرية للمشاريع ذات الأولوية. ووافق الفندق الثالث على الرغم من أنه غير مطلوب كجزء من اتفاقية رسمية، على المشاركة في هذا المخطط أيضاً. وقد تم الاتفاق بين القرية والفنادق على أن يتم استخدام الأموال لتحسين المرافق المدرسية في القرية¹.

أطلقت صناعة الضيافة مبادراتها الدولية للبيئة الفندقية (IHEI) عام 1992، المصممة للحد من تأثير إقامة الزوار على البيئة. وفي نفس العام، وضعت مجموعة الضغط المعنية بالسياحة ومقرها المملكة المتحدة إرشاداتها الخاصة وبدأت بالضغط على القطاع الخاص لمراعاة الحاجة إلى التخطيط المستدام.

على الرغم من أن مصطلح "السياحة البيئية" أو "السياحة المستدامة" عصري للغاية، إلا أنه في الوقت الحالي هو في الغالب نهج نظري. وهناك بعض الأمثلة الفردية على "الفنادق البيئية" مثل مجموعة فنادق كونتيننتال Continental Hotels الشهيرة في جميع أنحاء العالم (IHG) في بورا بورا Bora Bora أو فندق بولندي في بيسلوفيتش Bysławiec، ولكن بشكل عام يتغير قطاع السياحة وخاصة قطاع الضيافة ببطء إلى فرع أكثر صداقة للبيئة. على الرغم من أن مديري الفنادق البولنديين غالباً ما يدركون جيداً مفهوم البيئة والاستدامة، إلا أن هذه الحقيقة لا تلعب دوراً مهماً في الحملات التسويقية حتى الآن. فقد لا يكون عملاء خدمات الإقامة البولندية على دراية بفكرة الفنادق البيئية أو قد لا يكونون مهتمين بمزودي الخدمات الفندقية هؤلاء. والسبب الثاني المحتمل هو أن الفنادق البيئية قد يُنظر إليها على أنها أكثر تكلفة بسبب أنظمتها المبتكرة والحديثة. تبرز الفكرة ببطء في سوق الفنادق البولندية؛ إذ تقوم جمعية الفنادق البولندية

¹ Niedziółka, I. op cit, p 162.

(Polskie Zrzeszenie Hoteli) بإعداد أول علامة بيئية "EKOHOTEL". علاوة على ذلك، يتقدم المزيد من مديري الفنادق للحصول على معيار الإيزو 14001 الذي أعده نظام الإدارة والتدقيق البيئي وهو معيار أوروبي للإدارة ضمن المعايير المتغيرة باستمرار في السوق؛ ومع ذلك ربما يهتم معظم مديري الفنادق بالاعتراف بهم أكثر كأصدقاء للبيئة فقط لأسباب مالية. تعتمد معظم التقنيات المبتكرة المقدمة على أنظمة توفير الطاقة أو تقليل النفايات، مثل الاستفادة من موارد الطاقة المتجددة (طاقة الرياح والطاقة الحرارية الأرضية والمد والجزر وطاقة ضوء الشمس وما إلى ذلك)، أو الأنظمة الفعالة لعزل المباني. يتم الوصول إلى الحد من استخدام المياه عن طريق تركيب نظام اقتصادي للمياه، وتستخدم الفنادق ملصقات تعزز المستهلكين لتوفير المياه¹.

يوصف الفندق الذكي بأنه فندق البيئة المتقدمة القائمة على التكنولوجيا لاكتساب المزايا التنافسية في تشغيله؛ ويتميز الفندق الذكي بمجموعة واسعة من التقنيات الجديدة التي تمكن الخدمات الآلية والمبتكرة والشخصية. على سبيل المثال قام كيم وهان بتوضيح Yotel Singapore Orchard Road و Flyzoo Hotel في الصين؛ يوفر فندق Yotel للنزلاء سريرا ذكيا وتقنيا مع إضاءة مزاجية قابلة للتعديل وأجهزة تلفزيون ذكية وروبوتات خدمة (مثل Yoshi و Yolanda) وفاز الفندق بالمركز الأول في فئة "الروبوتات للضيافة والترفيه" في جائزة التميز التكنولوجي لعام 2019. افتتح فندق فلايزو أبوابه في هانغتشو بالصين حيث يفتح الضيوف غرفتهم بالتعرف على الوجه، ويتم توظيف روبوتات الخدمة لتقديم الميزات والأطعمة، ويستمتع الضيوف بتجارب رقمية ممتعة مع شاشات تفاعلية. وعلى الرغم من معالجة المخاطر المحتملة المتعلقة بتبني التقنيات الجديدة بين الحين والآخر، فإن اتجاهات تطوير صناعة الفنادق ستقودها بشكل أساسي التطورات في التكنولوجيا. وفقا للاستطلاع الذي أجرته أماديوس ومجموعة إنتركونتيننتال للضيافة تم ترشيح سماعات الأذن التي تقدم ترجمة فورية، وخوارزمية توفر أفضل الاقتراحات أو الحلول الممكنة، والمساعدة الصوتية في غرف الضيوف كتقنيات يبحث عنها ضيوف الغد. وبالمثل، فإن اعتماد التقنيات الذكية أمر لا جدال فيه، ومن المرجح أن يستمر لأن كل من المشتريين والموردين اليوم يقدرون التقنيات الذكية في صناعة الفنادق لتحسين كل جانب من جوانب أهدافهم؛ لذلك يعتبر الفندق الذكي فندق المستقبل².

ثانيا: استخدام الذكاء الصناعي والإنترنت في إدارة حاجيات السياح

¹ Niedziółka, I. op cit, p 162,163.

² Kim, Jinkyung Jenny et Han, Heesup. Hotel service innovation with smart technologies: exploring consumers' readiness and behaviors. *Sustainability*, 2022, vol. 14, no 10, p 2,3.

مع ازدياد وجود التكنولوجيا في حياتنا اليومية، أصبح من الطبيعي أن يظل السياح على اتصال حتى أثناء العطلة؛ بيد أن هناك اختلافات كبيرة. تظهر أوروبا وأوراسيا ارتباطا أعلى، في حين أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات STT لها تأثير متوسط على تجربة السياحة في منطقة آسيا والمحيط الهادئ وتأثير أقل في الأمريكتين. يمكن أن تفسر هذه النتيجة الزيادة الأكاديمية في الوجهات الذكية في بلدان مثل كوريا الجنوبية وإيطاليا، بالإضافة إلى الدعم المؤسسي في إسبانيا والصين. كما أن توقيت تنفيذ التقنيات الجديدة أمر بالغ الأهمية ويتحدد ليس فقط من خلال عدد السنوات التي مرت ولكن أيضا من خلال مستوى جاهزية التكنولوجيا. ومع ذلك، لوحظ عبر الدراسات أنه لا يمكن أن يعزى إلى الاختلافات في الجاهزية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لأن الدراسات التي أجريت في البلدان ذات المستوى (المتوسط إلى العالي) من الجاهزية التكنولوجية تشير إلى أحجام تأثير أعلى¹.

تستخدم الوجهات السياحية الرائدة في العالم التقنيات الافتراضية لتقريب عروضها من الزوار المحتملين بأكثر الطرق إقناعًا. وأصبح استخدام العملات المشفرة في معاملات الدفع الحديثة أكثر تكرارًا، لذلك وجد تطبيقه في صناعة السياحة، وهو ما يؤكد توفير الفرص لمستخدمي بعض وكالات السفر والمستخدمين للدفع الرقمي. في الوقت الحالي، هناك العديد من وكالات السفر عبر الإنترنت، والتي تتعامل مع بيع الترتيبات وتذاكر الطيران واستئجار خدمات السيارات والتأمين، والتي بالإضافة إلى الأشكال القياسية للأسعار والمدفوعات شكلت عمليات جديدة مصممة خصيصا لاحتياجات العملات المشفرة².

السياحة هي صناعة كثيفة المعلومات وإدارة هذه المعلومات أمر بالغ الأهمية لنجاح الصناعة. من خلال التحكم الأفضل في المعلومات، يمكن لمديري الوجهات تخطيط وإدارة صناعة السياحة بشكل أفضل. اعترف مديرو الوجهات السياحية بالرضا السياحي باعتباره المجال الثاني الذي يمكن أن تكون فيه أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أكثر فائدة. ربما تم تحديد هذا على أنه أمر بالغ الأهمية لأن الرضا مهم للسياح العائدين إلى الوجهات وتم تصنيفه على أنه مهم. تم تصنيف النقل ثالثًا من حيث الأهمية؛ لأنه إذا كان من الممكن إيجاد حلول مستدامة للنقل، فيمكن للوجهات تقليل انبعاثات ثاني أكسيد الكربون. وجاء الاستهلاك المستدام في المرتبة الرابعة وتليها الشراكات التمكينية، وكان المجال الأقل أهمية الذي حدده مكتب إدارة الكوارث هو المشاركة المجتمعية³.

من خلال تطوير قدرات التقنيات الذكية، يمكن للمنظمات السياحية تقديم خدمات شخصية، وإجراء

¹ Sustacha, I, op cit, p 5.

² Ratković, Rade, op cit, p 133.

³ Ali, Alisha et al, op cit, p 275.

عمليات الإدارة، وتطوير ممارسات مستدامة. تقدم التقنيات الذكية فوائد لكل من السياح والمنظمات؛ إذ يمكن لروبوتات الدردشة والمساعدين الافتراضيين تقديم ردود سريعة وشخصية على استفسارات المستهلكين. ويساعد التعلم الآلي في تحديد خيارات المستهلك وسلوكه ويقدم توصيات لمسارات الرحلة والإقامة والأنشطة المختلفة. إذ تحلل أدوات الذكاء الاصطناعي البيانات التاريخية حول أنماط الحجز واتجاهات التسعير ومعدلات الإشغال، ويمكن أن تركز على إدارة المخزون ولوجستيات سلسلة التوريد. ويمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي فحص البيانات حول التأثير البيئي للسياحة لتطوير وتنفيذ ممارسات مستدامة في الصناعة السياحية¹.

3. التسويق الرقمي للجذب السياحي:

أحدث التسويق الرقمي ثورة في ممارسات التسويق التقليدية في صناعة السياحة. لقد كان هذا التحول نحو المنصات الرقمية مدفوعًا بتغيير سلوكيات المسافرين، حيث يعتمد السياح بشكل متزايد على الموارد عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لتخطيط السفر؛ ذلك أن تقنيات مثل تحسين محركات البحث وتسويق المحتوى والإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي مكّنت الشركات السياحية من تعزيز وجودها عبر الإنترنت والتواصل الفعال مع المسافرين المحتملين. أصبحت منصات وسائل التواصل الاجتماعي بما في ذلك فيسبوك وإنستغرام وتويتر ويوتيوب قنوات اتصال متكاملة لصناعة السياحة. تسمح المشاركة في الوقت الفعلي على وسائل التواصل الاجتماعي لشركات السياحة بالتفاعل المباشر مع المسافرين، وتقديم المساعدة الفورية، ومعالجة الاستفسارات، وحل المشكلات على الفور، وتعزيز الشفافية والثقة والقدرة على التواصل².

النظام البيئي للسياحة الذكية هو نظام سياحي يستفيد من التكنولوجيا الذكية في إنشاء وإدارة وتقديم خدمات/تجارب سياحية ذكية ويتميز بتبادل مكثف للمعلومات وخلق قيمة مشتركة. في الواقع، تشمل مختلف الأنواع والتي تنطبق على المستهلكين السياحيين، وموردي السياحة، والوسطاء السياحيين، وخدمات الدعم، والمنصات ووسائل الإعلام، والمنظمين والمنظمات غير الحكومية، وشركات النقل، والخدمات الاستشارية، والبنية التحتية للسياحة والإسكان والشركات التي عادة ما يتم منحها صناعات أخرى. تجلب السياحة الذكية العديد من الفوائد للتراث الصناعي من خلال زيادة قيمتها وتعريف نفسها كمورد ثقافي. بالإضافة إلى

¹ Ionescu, Ana-Maria et Sârbu, Flavius Aurelian. Exploring the Impact of Smart Technologies on the Tourism Industry. *Sustainability*, 2024, vol. 16, no 8, p 17.

² Afren, Sumaia. The role of digital marketing promoting tourism business. A study of use of the social media in prompting travel. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 2024, vol. 21, no 01, p 274,275.

تكنولوجيا المعلومات (أنظر الجدول رقم 2)، فإن دور البيانات في الوجهات الذكية مهم للغاية من وجهات نظر مختلفة؛ أولاً، لأنها تتيح إدارة أكثر كفاءة للمواقع السياحية بما توفره من البيانات والمعلومات اللازمة لفهم الاستراتيجيات التي ينبغي اتباعها لتحسين الترويج وإدارة الوجهة. ثانياً، تسهل البيانات الاتصال بين الزوار والمساحات التي تمت زيارتها والموارد المتاحة، بالإضافة إلى تفاعل هذه العناصر الثلاثة مع البيئة، والنتيجة هي ظهور قدرات تنافسية جديدة، وتحديد الوجهة بطريقة حديثة وجذابة والترويج لنموذج أكثر استدامة بشكل عام.

لا يتحقق تعريف نموذج سياحي ذكي وفعال جديد إلا من خلال استخدام التقنيات الرقمية الجديدة. يشير مفهوم النظام البيئي الذكي لأعمال السياحة الصناعية (SITBE) المثير للاهتمام في منطقة لم يتم استكشافها بعد إلى حقيقة أن التراث الصناعي يتطلب الاستثمار في الاسترداد المادي للمباني، وكذلك في إنشاء هيكل تنظيمية جديدة تستند إلى القدرة التنافسية التكنولوجية والمعلومات الذكية. بالإضافة إلى الوظيفة الترويجية يجب إيجاد حلول في تطوير البرامج والتطبيقات التي ستساعد في التحكم في النتائج وتخطيطها في السياحة. يجب أن يستند النظام الذي يتعامل حصرياً مع مؤشرات السياحة إلى بيانات دقيقة يسهل الوصول إليها حتى يمكن اتخاذ القرارات بشأن مسارات العمل المستقبلية في الوقت المناسب. أيضاً التطبيقات التي من شأنها تزويد السياح بمعلومات حول المطاعم والفنادق والمعالم والشواطئ والمراقبة عالية الجودة وغيرها من الأنشطة في الوجهة، سيكون لها دعماً مفيداً للسياح أثناء إقامتهم. في العديد من البلدان، هناك عدد من التطبيقات التي تعمل على تزويد السياح بمعلومات ذات محتوى مماثل، وأيضاً من خلال جمع البيانات من مستخدمي الإنترنت الآخرين يمكن إبلاغ السياح عن الحشود المحتملة في أماكن معينة¹.

الجدول رقم 2: الأدوات والاستخدامات القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل التنمية

السياحية المستدامة

الأدوات القائمة على تكنولوجيا المعلومات	التعريف	الاستخدامات للسياحة المستدامة
---	---------	-------------------------------

¹ Ratković, Rade, op cit, p 138,139.

الاتصالات		
حاسبة البصمة الكربونية	يستخدم لتحديد انبعاث الكربون بناءً على نوع وكمية الطاقة المستهلكة.	رصد الانبعاث من أجل بيئة أنظف يفيد الزوار والمجتمع المحلي. قد تكون الجهات قادرة على جذب الوعي البيئي للمسافر مما يؤدي إلى فوائد اقتصادية.
المعلوماتية المجتمعية	يركز على تصميم وتقديم الوسائط الإلكترونية عبر الإنترنت لتعزيز المشاركة المجتمعية.	يسهل زيادة مشاركة المجتمع في صنع القرار، ويمكن الأفراد، ويعزز هوية المجتمع ويخلق فرص الانماء الاقتصادي، تحديد إمكانيات التنمية.
محاكاة الكمبيوتر	محاكاة لإعدادات العالم الحقيقي حيث تم تصميم النماذج لتصوير كيفية عمل الأنظمة بمرور الوقت.	تتم محاكاة القضايا المعقدة للغاية للمراقبة المباشرة أو التلاعب أو التحليل الرياضي للتحقيق في فعالية ممارسات الإدارة البديلة. وهذا يؤدي إلى قرارات أفضل بشأن التأثيرات على البيئات الاقتصادية والطبيعية والاجتماعية والثقافية مع وجود سيناريوهات واقعية متاحة لإشراك جميع أصحاب المصلحة بما في ذلك السياح والمخططين والمجتمع المحلي.
نظام إدارة الوجهات	نظام يجمع ويوزع مجموعة شاملة من المعلومات والمنتجات السياحية من خلال مجموعة متنوعة من القنوات والمنصات.	يسهل إنشاء منصات لتعزيز الفوائد الاقتصادية للمجتمعات المحلية، والحد من التوترات الاجتماعية والثقافية والآثار السلبية ويمكن أن يسلط الضوء على النظم البيئية الهشة في الوجهات السياحية. قد يعزز نظام إدارة الوجهات السياحية أيضًا مستويات المشاركة والرضا السياحي من خلال معلومات الوجهة ذات الصلة التي يمكن الوصول إليها بسهولة.
تحليل الأثر الاقتصادي	البرمجيات المستخدمة لرصد الآثار الاقتصادية للسياحة من خلال توفير معلومات عن نوع ومقدار الإنفاق.	يمكن استخدام المعلومات لتحديد الجدوى المالية والاختيار من بين البدائل وزيادة مستوى النشاط الاقتصادي والضغط على الدعم العام للتنمية السياحية.
نظم المعلومات الإدارية	أنظمة الكمبيوتر التي تدمج مصادر المعلومات البيئية المتباينة من أجل تسهيل الإدارة.	يتم تحليل البيانات البيئية مثل التتبع ومراقبة النفايات والانبعاث وتقييم التكلفة/الفائدة من أجل اتخاذ قرارات اقتصادية وطبيعية واجتماعية وثقافية أفضل.
نظم المعلومات	نظم المعلومات التي يمكنها التقاط وتخزين وإدارة ومعالجة وتحليل ودمج	يمكن تحديد مؤشرات السياحة المستدامة وتحديدها وقياسها. المعلومات المقدمة لنمذجة وتقييم المواقع

الجغرافية	وعرض كميات كبيرة من البيانات الجغرافية	المناسبة للتطوير المقترح
النظام العالمي لتحديد المواقع	نظام ملاحه قائم على الأقمار الصناعية يوفر خدمات تحديد المواقع والملاحه والتوقيت للمستخدمين في أي ظروف جوية حول العالم على مدار ساعة في اليوم 24	من خلال التخطيط للتوزيع المكاني والزمني للسياح عبر تتبع الحركة، يمكن إدارة الآثار على البيئة وتقليلها
نظام النقل الذكي	أنظمة الاتصالات عن بعد، والتي توفر معلومات مفصلة عن حركة المرور، ومعلومات من مواقع مستقلة، وتوجيه حركة المرور والتوجيه الديناميكي.	تسمح أنظمة النقل البري المحسنة للسائحين بأن يكونوا أكثر وعياً بخيارات سفرهم في الوجهة مما يؤدي إلى استخدام أوسع لوسائل النقل العام مما يفيد أيضاً المجتمع المحلي من خلال تقليل الازدحام المروري في الوجهة وقد ينخفض أيضاً العداء بين السائح والمضيف
خدمات تحديد المواقع	يجمع المعلومات ويسلمها من وإلى الجهاز المحمول اعتماداً على الموقع التلقائي للمستخدم. يتم توفير المعلومات المستهدفة للمستخدم بناءً على موقعه الجغرافي	يمكن إرسال معلومات حساسة للموقع إلى السائحين لرفع مستوى الوعي وتعريفهم على سبيل المثال. ثقافة وتراث وعادات الوجهة وتعزيز احتمالية اتخاذ خيارات مستدامة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن توفير معلومات عن العروض الترويجية وأماكن الزيارة والإقامة وغيرها من المعلومات العامة مثل السلامة والأمن والطقس. قد يؤدي هذا إلى زيادة إنفاق السائحين وسيكون له تأثير إيجابي بشكل عام من خلال تقليل الطباعة
نظام المعلومات	مستودعات البيانات التي تدير المعلومات الهامة للأعمال من أجل توفير معلومات عالية الجودة في متناول اليد للمساعدة في اتخاذ القرار من خلال العمل كنظام دعم القرار لمديري الوجهة	تتوفر المزيد من المعلومات عالية الجودة للمساعدة في اتخاذ القرار من خلال العمل كنظام لدعم القرار لمديري الوجهات
السياحة الافتراضية	استناداً إلى الإنترنت، يمكن لأي شخص تجربة الثقافة والتاريخ والنقاط الأخرى ذات الأهمية السياحية بطريقة	قد تكون الجولات الافتراضية بمثابة بديل كامل أو جزئي للوجهات التي تجاوزت قدرتها الاستيعابية أو التي تكون هشة بطريقة ما، على سبيل المثال. من خلال

	مرئية وتفاعلية دون زيارة الوجهة فعلياً	استبدال الأنشطة التي يمكن اعتبارها غير مقبولة اجتماعياً، مما يقلل من التأثيرات المرورية وما إلى ذلك.
برامج التنبؤ بالطقس والمناخ وتغير المحيطات	البرمجيات المستخدمة لرصد التغيرات في الطقس والمناخ والمحيطات.	يمكن أن تكون هذه المعلومات مفيدة لتقديم العطاءات للأحداث، واتخاذ القرارات بشأن التطوير المقترح، ووضع التدابير اللازمة لمواجهة المخاطر والمخاطر المرتبطة بالطقس السيئ، وتزويد السائحين بمعلومات محدثة، وإدارة الطاقة وغيرها من القضايا

Source: ALI, Alish et al, op cit, p 267,268.

تساهم التقنيات الذكية في تطوير السياحة المستدامة من خلال إدارة الوجهات الذكية والتنقل الذكي والمنصات الرقمية والواقع المعزز والواقع الافتراضي. فعند تحليل المصادر الديناميكية، يمكن للبيانات المتعلقة بالسلوكيات السياحية وأنماط حركة المرور أن تساعد صانعي القرار في تحسين العمليات السياحية لتعزيز الاستدامة. يمكن أن يؤدي استخدام التحليلات التنبؤية للتنبؤ بفترات السياحة وتوزيع تدفقات الزوار بشكل أكثر توازناً إلى منع الازدحام المفرط في مناطق معينة. يمكن للمنصات عبر الإنترنت عرض أماكن إقامة معتمدة بيئياً، مما يبسط عملية اختيار خيارات الإقامة المسؤولة بيئياً. يمكن أن يؤدي تطبيق التقنيات الذكية (الإضاءة الذكية والتدفئة والتهوية وأنظمة تكييف الهواء) في أماكن الإقامة إلى تقليل استهلاك الطاقة. يقدم الواقع الافتراضي جولات افتراضية للوجهات ومناطق الجذب السياحي ويمكن أن يقلل من الرغبة في السفر الفعلي، مما يوفر طريقة أكثر استدامة للناس لاستكشاف أماكن مختلفة. ويساعد الواقع المعزز السياح في عملية تفسير تجاربهم في الأماكن الثقافية والطبيعية. إذ توفر تقنية البلوك تشين (Blockchain) الشفافية في سلسلة التوريد للمنتجات المتعلقة بالسياحة (أي الممارسات المستدامة). وقد يؤدي تطبيق تقنيات فعالة لمراقبة استخدام المياه في الفنادق والمنتجعات والأماكن العامة إلى تعزيز ممارسات الحفاظ على المياه¹.

يصل بنا (Afren, S) في دراسته إلى أن التسويق الرقمي مثل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن أن يجعل الناس يرغبون في السفر. وضيف على سبيل المثال أن إحدى الدراسات في عام 2014 أظهرت أن السياح الذين شاهدوا التسويق الرقمي كانوا أكثر عرضة للتفكير في زيارة مكان معين وإنفاق المزيد من المال على رحلاتهم. وكشفت تقارير مثل Skift في عام 2022 أن معظم المسافرين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتخطيط لرحلاتهم وحتى حجز تجارب السفر بناءً على ما رأوه. ذكر تقرير صادر عن

¹ Ionescu, A. M., & Sârbu, F. A, op cit, p 18.

منظمة السياحة العالمية في عام 2020 أن المزيد من الناس يستخدمون الإنترنت للتخطيط لرحلاتهم وحتى أنهم يحجزون رحلاتهم عبر الإنترنت، ونفس الشيء بالنسبة للمنصات ذات الصلة عبر الإنترنت مثل Tourism Tomorrow و Travel Marketer. أظهرت هذه المصادر أن وسائل التواصل الاجتماعي موجودة في كل مكان وأن الناس يثقون بما يشاركه الآخرون عبر الإنترنت عند تحديد المكان الذي يذهبون إليه. وأخبرنا تقرير Intrepid Travel لعام 2020 أن الناس يثقون في المحتوى الذي أنشأه مسافرون آخرون. وهذا يدل على أن العالم الرقمي، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي تحدد كيفية سفرنا وخياراتنا بشأن رحلاتنا¹.

قد يُنظر إلى التغيير الهائل في التسويق الرقمي والتكنولوجيا المرتبطة بالتسويق الرقمي على أنه تحدٍ لأنه سريع للغاية؛ لذلك يحتاج مديرو التسويق الرقمي إلى متابعة التغييرات بسرعة كبيرة وتكييفها. يمكن أن يكون المنافسون أيضا تحديا آخر؛ حيث يحتاج مديرو التسويق الرقمي إلى متابعتهم عن كثب، وقد تكون سرعة التكيف مع التغييرات ميزة تنافسية مهمة. قد يكون استخدام المنافسين للتسويق الرقمي مختلفا وقد يكون أكثر فعالية، وبالتالي، فإن المنافسين هم أحد أصحاب المصلحة المهمين الذين يجب متابعتهم مقارنة بالتسويق التقليدي لأنهم دائما ما يكونون متصلين بالإنترنت ويمكن الوصول إليهم.

يمكن النظر إلى التوقعات المستقبلية للمشاركين على أنها اتجاهات في التسويق الرقمي. يفترض المشاركون أن الطريقة التقليدية للخدمة سيتم تغييرها وأن الخدمات ستكون أكثر توجها نحو العملاء، كمثال على ذلك قد يتضاءل منظمو الرحلات السياحية، وقد تكون الخدمات والأنظمة أكثر ارتباطا وقد يسود المزيد من الرقمنة. قد تؤدي هذه التغييرات إلى تقليل عدد الموظفين على المدى الطويل؛ ومع ذلك فإن صناعة السياحة هي صناعة قائمة على الخدمات حيث يكون الاتصال البشري الفردي ضروريا. بالإضافة إلى ذلك، تخلق التطورات التكنولوجية ظروفًا مثالية للشركات السياحية لتطوير علاقة حميمة مع السياح وضمان ولائهم. اتجاه آخر في التسويق الرقمي هو توقع الحصول على المزيد من الخدمات المتصلة. يعتمد التسويق الرقمي على إدارة البيانات التي تأتي من أنظمة الإدارة المختلفة؛ لذلك، من المتوقع أن تكون أنظمة إدارة الفنادق مرتبطة ببيانات العملاء والمعلومات ذات الصلة التي قد تؤدي إلى خدمة ذات جودة أعلى حيث أن الخدمة أكثر تخصيصا. قد توفر الفنادق التوافر التكنولوجي للعملاء لنقل تفضيلاتهم الشخصية إلى أجهزة التلفزيون الخاصة بهم في غرف الفنادق وما إلى ذلك، مما قد يؤدي إلى زيادة رضا العملاء (السياح)².

¹ Afren, Sumaia, op cit, p 282.

² BAŞER, Gözdegül. Digital marketing practices: Trends and challenges for the tourism industry. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2020, vol. 4, no 1, p 9.

4. صناعة وجهات السياحة البيئية:

يلعب الابتكار دوراً حاسماً في صناعة السياحة البيئية، حيث يؤدي الابتكار إلى تطوير منتجات وخدمات وتجارب جديدة، مما يعزز تجربة الزائر بشكل عام، فهي تمكن شركات السياحة من الحفاظ على قدرتها التنافسية في سوق سريع التغير وتلبية الاحتياجات والتوقعات المتطورة للمسافرين.

أولاً: التوجه نحو السياحة الخضراء والمبادرات المستدامة في السفر والإقامة:

لقطاع السياحة أهمية كبيرة، وهو ما توضحه بيانات قطاع صناعة السياحة في بريطانيا حيث أن مليون ونصف عامل يعملون في قطاع السياحة منهم أكثر من مليون يعملون في قطاع الفنادق والمطاعم فقط، وتؤكد البيانات والمعلومات أيضاً أن معظم الوظائف في قطاع السياحة تتركز في الفنادق والمطاعم وعليه يصبح قطاع الفنادق والمطاعم ليس من أكبر القطاعات في صناعة السياحة البيئية فحسب، ولكن من أسرعها في النمو وخلق فرص عمل جديدة.¹

فإدارة الابتكار في صناعة السياحة البيئية، هي واحدة من أبرز الموضوعات الرئيسية في السياحة الدولية وإدارة السفر، سواء على المستوى الأكاديمي أو المهني والذي يحمل فهماً عميقاً لإدارة الصراع وفهماً للواقع الذي يحتاجه مدراء المؤسسات السياحية للإرتقاء بها وتطوير مستويات الأداء المسجلة، إن ما يقارب من 4% من الناتج المحلي الإجمالي الأوروبي يأتي من خلال السياحة حيث يعمل ما يقارب من واحد من عشرة من السكان العاملين في الإتحاد الأوروبي في الصناعة (الفنادق والمطاعم ومقدمي خدمات الإعاشة) وهذه الأرقام هي نفسها تقريباً في أجزاء أخرى من العالم، أما من حيث سيناريوهات المستقبل فإن الفنادق والمؤسسات السياحية التي سوف توظف أكبر مجموعة من الابتكارات ستكون أكثر قدرة على التنافسية وتستطيع أن تقلل من فجوة إنتاجيتها وتلبية التغير في مطالب العملاء وتوقعاتهم، وبالتالي تستطيع الوصول إلى قيادة السوق في مجالها، أما التنبؤ البسيط للابتكارات ذات الصلة في تنظيم وإدارة علاقات العملاء والموردين واستخدام أساليب مبتكرة في الإدارة وقيادة السوق.²

وبالنظر إلى طبيعة العلاقة بين كل من الابتكار والسياحة البيئية كأحد الأنشطة الخدمية الهامة التي تطورت بشكل هائل في العقود الأخيرة، فإنه من الملاحظ أنه لم يتم بشكل كبير التركيز على دراسة وبحث

¹ rob Davidson, Tourism, 2nd Edition, ELBS, P 68.

² Carlos Martin Rios, Hospitality report, ECOLE HOTELIÈRE de Lausanne.

مفهوم الابتكار وتطبيقه داخل قطاع الخدمات السياحية حيث كان يُنظر للابتكار دائماً بإعتباره شيئاً ثانوياً ذو استخدام منخفض لرأس المال.¹

إن سيناريو "الإستثمار الأخضر" **Green investment scenario** الذي وضعه برنامج الأمم المتحدة للبيئة في قطاع السياحة هو التحليل المفصل الوحيد لتخفيضات الانبعاثات المحتملة في إقتصاد منخفض الكربون، يتضمن هذا السيناريو نمواً في عدد الوافدين الدوليين حتى عام 2030 أقل قليلاً من تقرير منظمة السياحة العالمية لعام 2013، واستمر النمو إلى 2.6 مليار وافد أخضر بحلول عام 2050 واستثمار سنوي كبير في هذا القطاع، مع الإستثمار الكبير في كفاءة الطاقة وزيادة استخدام الطاقة المتجددة (تقدر بنحو 61 مليار دولار أمريكي سنوياً من عام 2011 إلى عام 2050) وافتراضات التحول النموذجي إلى أشكال النقل الأقل كثافة في الكربون والتغيير الإجتماعي نحو مسافات أقصر وإقامات أطول، يمكن تخفيض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون القطاعية المتوقعة بنسبة 52% مقارنة بسيناريو العمل المعتاد، لذا يظل لزاماً على قطاع السياحة أن يعمل على وضع خطة تفصيلية يمكن من خلالها تحقيق أهداف خفض الانبعاثات المعلنة بشكل معقول.²

وعليه تعتمد صناعة السياحة على الابتكار الذي يمكن أن يقدم أفكاراً جديدة لإعادة هيكلة المنظمات وتوفير التكاليف وتحسين الإتصالات وتصميم العلامات التجارية وتجميع المنتجات، علاوة على ذلك يعتمد الابتكار السياحي في كثير من الأحيان على كيفية إرتباط الشركات ببعضها البعض، فالروابط بين الشركات يمكن أن تقيد الابتكار عن طريق الوصول إلى موارد مالية متزايدة والمهارات الفنية، كما توفر الوصول إلى المدخلات المادية والمعرفة والأسواق والتكنولوجيات.³

فالابتكار السياحي، ساهم في إنشاء ما يسمى بالفنادق السياحية الخضراء وقد عرفته منظمة السياحة الدولية WTO عام 1995 "بأنه مكان للإقامة يعتمد على الممارسات البيئية ويقدم نوعية جديدة من نظم الإستهلاك في أشكال مبتكرة، ويعمل على تشجيع الإنتاج بحيث يحقق مجموعة الأهداف التي تسعى إليها السياحة البيئية".⁴

¹ Xavier Decelle, A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism, universitie Paris, 1 pantheon-Sorbonne, France, OECD, P;01.

² Stefan Gossling, Daniel Scott and C. Michael Hall, "challenges of tourism in a low-carbon economy", Jhon Wiely & Sons, LTD, Volume4, November/ December, 2013, P; 534.

³ Jinwen(jimmy) Tang, Allan m. williams, teemu makkonen, jinbo jiang, "are different types of interfirm linkages conducive to different types of tourism innovation?", doi:10.1002/jtr.2313, 2019, 21, P;901.

⁴ شاقور جلطية فايذة و طهراوي دومة علي، "المسؤولية البيئية للمنشآت السياحية نموذج الفنادق الخضراء"، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثالث عشر حول : دور المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية

حيث تنامت المسؤولية الاجتماعية والبيئية لدى بعض المؤسسات السياحية، وعملت بذلك إلى خلق سبل بسيطة في مشاريعها وإعتماد معايير صديقة للبيئة وقد أصبحت هذه المنشآت اضافة إلى ما توفره من سياحة طبيعية وخدمات هي بحد ذاتها مقصداً سياحياً، ففي عام 2009 افتتح أول فندق بيئي **yves rocher** بمدينة كورنون بهدف توعية المواطنين حول البيئة المستدامة، إضافة إلى فندق **strattons hôtel** في المملكة المتحدة وقد طور أصحاب الفندق سياسة بيئية بنتأثر جهود عمال الفندق الذين يساهمون بأرائهم، وتدعم هذه السياسة المنتجات المحلية، تخفيض نوعي في الفضلات واللجوء إلى وسائل تسمح بتسيير بيئي طاقوي للمبنى.¹

يمكن للسياحة البيئية أن تقلل من المشاكل التي تسببها السياحة الجماعية كالأضرار البيئية الناجمة عن استغلال وتدهور الثقافة المحلية نتيجة استيعاب الثقافات الأجنبية.

ثانياً: تطبيق التكنولوجيا البيئية في الحفاظ على الموارد الطبيعية والتنوع البيولوجي

تلعب التكنولوجيا البيئية دوراً مهماً في الحفاظ على الموارد الطبيعية والتنوع البيئي، منها على سبيل المثال:

1-الإستدامة البيئية الرقمية: مع استمرار العالم في التوجه نحو الرقمنة، والتوسع في تبني التقنيات الرقمية والبنية التحتية اللازمة، لا بد من التأكد من أن هذا التوسع والتوجه لا يتسبب في زيادة استهلاك الطاقة والنفايات الإلكترونية وألا يكون له تأثير بيئي سلبي.²

2-تقنيات الذكاء الاصطناعي: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يسرع الجهود العالمية لحماية البيئة والحفاظ على الموارد، من خلال مراقبة تلوث الهواء وانبعاثات الطاقة، والمساعدة في تطوير شبكات النقل ومراقبة إزالة الغابات والتنبرؤ بالظروف الجوية القاسية.

ويذهب الباحث **owen mulhern** للقول بأن الآلة التي تعمل بالذكاء الاصطناعي في التعلم العميق المبني على تحليل النتائج واستخلاصها، تمتلك القدرة على جمع البيانات وتحليلها للمساعدة في تجنب المشاكل البيئية، ومن ثم تقديم حلول بديلة فعالة لمكافحة التغير المناخي، حيث تقوم بجمع البيانات اللازمة

التنمية المستدامة الواقع والرهانات، يومي 14/15 نوفمبر 2016، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسبية بن بو علي الشلف، ص08.

¹ بن فرج زوينة، "الفنادق الخضراء-أحد المداخل لتحقيق التنمية المستدامة"، يوم دراسي حول التهيئة العمرانية ودورها في التنمية المحلية، وزارة التهيئة العمرانية البيئية والسياحة ومديرية السياحة لولاية برج بوعريريج، ديسمبر 2009، ص100.

² الأمم المتحدة، الإستدامة البيئية الرقمية: تحقيق الإستدامة البيئية من خلال التكنولوجيا الرقمية، يوم 10/05/2024، ص13:56، متحصل عليه من:

من خلال نشر أجهزة الإستشعار والعدادات الذكية داخل المباني والمؤسسات وجمع جل البيانات المحملة وتحليلها لتقديم طرق أفضل لإستخدام الطاقة والتركيز على استخدام الطاقة المتجددة الصديقة للبيئة.¹

3-التنوع البيولوجي: هو مجموعة متنوعة من الكائنات الحية التي تشكل الحياة على الأرض، وهو أمر حيوي للحفاظ على الصحة العامة للكوكب.

يعد تطبيق التكنولوجيا البيئية في هذه المجالات أساسياً لتحقيق التوازن بين التقدم التكنولوجي والحفاظ على البيئة للأجيال القادمة.²

5. التنقل الذكي لاستدامة السياحة:

التنقل الذكي، هو مجال يجمع بين التكنولوجيا والابتكار لتحسين نظم النقل وجعلها أكثر كفاءة وصديقة للبيئة، يستخدم هذا المجال تقنيات متقدمة كالذكاء الاصطناعي وأنترنت الأشياء لتحقيق أهداف متعددة.

أولاً: الحلول الذكية لتخفيف الإزدحام وتحسين كفاءة النقل السياحي

لتخفيف الإزدحام وتحسين كفاءة النقل العام، تُستخدم الحلول الذكية التي تعتمد على الحلول المتقدمة والبيانات الضخمة، استراتيجيات فعالة، في تعزيز كفاءة أنظمة النقل وسلامتها واستدامتها، حيث غالباً ما تستفيد هذه الحلول من التقدم في التكنولوجيا الرقمية وتحليلات البيانات، والإتصال لتمكين التكامل السلس بين وسائل النقل المختلفة والمراقبة في الوقت الحقيقي لظروف حركة المرور، ومعلومات السفر الشخصية للمستخدمين. يتمتع التنقل الذكي بالقدرة على تقليل الإزدحام بشكل كبير وتحسين طرق السفر وتحسين الفعالية الشاملة لأنظمة النقل العام.³

وفي سياق المدن النامية، يوفر تكامل أنظمة التنقل الذكية وسيلة لتعزيز تدفق حركة المرور، وتقليل التأثير البيئي وتحسين الإستدامة الحضرية الشاملة، من خلال الإستفادة من تقنيات مثل معالجة البيانات في الوقت الفعلي، والإتصال اللاسلكي، والبنية التحتية السحابية تعمل هذه الأنظمة على تسهيل إنشاء شبكات نقل متصلة

¹ Owen mulhern, « can AI help achieve environmental sustainability? », mar 1st, 2021, 10/05/2024, H14:48, obtained: https://earth.org/data_visualization/ai-can-it-help-achieve-environmental-sustainable

²برنامج الأمم المتحدة للبيئة، التنوع البيولوجي: حلولنا تكمن في الطبيعة، يوم 2024/05/10، الساعة 19:39، متحصل عليه من:

<https://www.unep.org/ar/alakhbar-walqss/algst/altnw-albywlwly-hlwlina-tkmn-fy-altbyt>

³ Todd Litman, "new mobilities: smart planning for emerging transportation technologies", 2021, 17Juin, island press.

ومستدامة¹، كما تلعب عوامل أخرى كجاهزية البنية التحتية والتقدم التكنولوجي ومشاركة المواطنين والبيئات التنظيمية أدواراً محورية في التنفيذ الناجح لحلول التنقل الذكي في المدن الجديدة داخل البلدان النامية، ومن خلال إعطاء الأولوية لمشاركة المجتمع والتخطيط الحضري الإستراتيجي، والجهود التعاونية يمكن للمدن أن تمهد الطريق لأنظمة نقل أكثر كفاءة وصديقة للبيئة قادرة على معالجة الإزدحام وتعزيز فعالية النقل العام.²

***المدن الذكية:** لقد اكتسب مفهوم المدن الذكية، الذي يدمج التقنيات المبتكرة والحلول المستندة إلى البيانات لتحسين الحياة الحضرية، زخماً في السنوات الأخيرة. أحد العناصر الرئيسية للمدن الذكية هو تطوير أنظمة النقل الذكية التي تستخدم البيانات والاتصال في الوقت الحقيقي لتحسين التنقل وتمتع هذه الحلول الذكية بالقدرة على إحداث ثورة في وسائل النقل العام، مما يجعلها أكثر كفاءة وسهولة في الوصول إليها وأكثر جاذبية للركاب، فأحد الأساليب للحد من الإزدحام هو من خلال تطبيق أنظمة إدارة المرور الذكية، حيث تستخدم هذه الأنظمة أجهزة الإستشعار والكاميرات وتحليلات البيانات لمراقبة تدفق حركة المرور واكتشاف الحوادث وتحسين توقيت الإشارة فعلى سبيل المثال يمكن لأنظمة التحكم في إشارات المرور التكيفية ضبط توقيت الإشارة بناءً على ظروف حركة المرور في الوقت الفعلي، مما يقلل الإزدحام ويحسن تدفق المركبات ولا يؤدي هذا إلى تعزيز شبكات الطرق فحسب، بل له أيضاً تأثير إيجابي على وسائل النقل العام من خلال تحسين موثوقية وقت السفر وتقليل التأخير، يعد التكامل بين وسائل النقل المختلفة أمراً أساسياً أيضاً لتحسين كفاءة وسائل النقل العام، فقد أدى ظهور المدن الذكية إلى التعجيل بتبني استراتيجيات النقل المبتكرة والإستفادة من وسائل النقل الصغيرة المشتركة والبيانات الضخمة لإنشاء أنظمة نقل حضرية أكثر كفاءة ومن خلال تطوير أطر للمدن الذكية التي تعمل على دمج التقنيات المتقدمة في شبكات النقل يستطيع صناع السيارات والمهنيون تمهيد الطريق لحلول التنقل الحضري المستدامة والمترابطة التي تعالج التحديات الإقتصادية والبيئية والإجتماعية.³

ويمكن أن يؤدي الإتصال السلس بين وسائل النقل المختلفة كالحافلات والقطارات وأنظمة مشاركة الدراجات إلى تشجيع السياح الركاب على إختيار وسائل النقل العام بدلاً من المركبات الخاصة.

¹ Alaa Ababneh, "Smart Mobility Solutions through Bike Sharing System Design: A Case Study of Jerash Archaeological Site", International journal of automation and digital transformation, Vol(2), Issue(1)2023, pp; 43-66.

² Raya Fadel, S. Abu-Eisheh, "Identification of Strategic Planning Factors to Achieve Smart Mobility for New Cities in Developing Countries Using CIB Method", 2024ASU International Conference in Emerging Technologies for Sustainability and intelligent Systems(ICETSIS) Manama, Bahrain, pp. 1963-1967, doi:10.1109/ICETSIS61505.2024.10459709

³ Cohen, Adam, Davis, Richard, Dowd, Mark K., Shaheen, Susan, "A Framework for Integrating Transportation Into Smart Cities", Report19-29, Mineta transportation Institute, October 2019, doi :10.31979/mti.2019.1705

ثانياً: تطبيق التكنولوجيا في تعزيز النقل المستدام

يشهد قطاع النقل تحولاً كبيراً مدفوعاً بالتغيرات البيئية، كما أن الحاجة إلى الحد من التأثيرات البيئية وتعزيز وسائل التنقل الأكثر استدامة توفر السيارات الكهربائية والدراجات إلى جانب التقدم التكنولوجي حلاً واعدة لتحقيق أنظمة نقل أكثر استدامة.

ومن خلال دمج خوارزميات الذكاء الاصطناعي AI المتقدمة في المركبات ذاتية القيادة والإستفادة من مصادر الطاقة الخضراء، يمكن للمدن أن تمهد الطريق لمستقبل حيث تساهم فيه السيارات الكهربائية المدعومة بالطاقة المستدامة، في نظام بيئي للنقل الحضري أكثر كفاءة ووعياً بالبيئة.¹

ويمكن لتكامل تحليلات البيانات في الوقت الحقيقي أن يتيح استراتيجيات إدارة حركة المرور التنبؤية مما يؤدي إلى إنشاء شبكات نقل أكثر سلاسة، علاوة على ذلك فإن دمج التكنولوجيا الذكية في التنمية الحضرية من الممكن أن يساعد في الحد من انبعاثات الكربون وخلق المزيد من خيارات النقل الصديقة للبيئة.²

فوفقاً (Bleching et al) فإن الطبولوجيا المعزولة وحجمها واقتصادها في الدول الجزرية الصغيرة النامية توفر مزايا واضحة للانتقال نحو أنظمة تنقل خالية من الكربون، ويشكل قطاع السياحة في الدول الجزرية الصغيرة النامية ساحة رئيسية لتجربة خيارات التنقل المشتركة وتثقيف السكان المحليين والسياح بشأن ممارسات النقل المستدام، إن الإستفادة من التقنيات مثل السيارات الكهربائية والدراجات كما ذكر سلفاً تصبح ضرورية لتحقيق إمكانات حلول التنقل الذكية في تعزيز تجربة السياحة مع المساهمة في الإستدامة البيئية، ويشكل ضمان الإستثمارات المستهدفة والتدخلات السياسية خطوات حاسمة نحو تحقيق مستقبل خال من الكربون في قطاع السياحة، حيث يتم دمج حلول التنقل الذكية في السياحة مع استمرار تقدم التكنولوجيا وذلك لتعزيز تجارب السفر للزوار.³

¹ V. Morelli Gargiulo, "Intelligently-Sustainable Cities? Assessing the contribution of Intelligent and Knowledge City Programmes to the achievement of urban sustainability", 2012.

²Tooran Alizadeh, "Global Trends of Smart Cities: Comparative analysis of geography, city size, governance and urban planning», Elsevier science, 31March, 2021.

³ Blechinger, Philipp, Creutzig, Felix, Soomauroo, Zakia, "Unique Opportunities of Island States to Transition to a Low-Carbon Mobility System", Sustainability, 2020,12(4):1435, doi:10.3390/su 12 041435

يعد تطبيق التكنولوجيا أمراً بالغ الأهمية في تعزيز اعتماد وفعالية السيارات الكهربائية والدراجات كخيارات النقل المستدام والتي بدورها تساهم في دعم السياحة البيئية.

6. تجارب السياحة الافتراضية المستدامة:

مع التطور السريع للتكنولوجيا، شهد عالم السياحة ظهور شكل جديد من أشكال الاستكشاف كالسياحة الافتراضية، حيث تتيح هذه التجارب للأشخاص استكشاف وجهات وأماكن جديدة دون الحاجة إلى السفر جسدياً.

أولاً: إمكانيات التفاعل الافتراضي في الترويج للوجهات السياحية وتحفيز الإهتمام بالسياحة المستدامة

تساهم التفاعلات الافتراضية في تعزيز الوجهات السياحية وتشجيع ممارسات السياحة المستدامة، بالتركيز على دور التقنيات الرقمية، ووسائل التواصل الاجتماعي، شهدت صناعة السياحة تحولات كبيرة بسبب ظهور التقنيات الرقمية، لاسيما في تسويق الوجهات والترويج لها، أصبحت التفاعلات الافتراضية التي تسهلها منصات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي أداة محورية لمنظمات تسويق الوجهات التي تهدف إلى الوصول إلى جمهور عالمي وإشراك السياح المحتملين.

حيث أدى التقدم في تقنيات الهاتف المحمول والوعي بالسياق والواقع المعزز إلى خلق إمكانيات جديدة لتعزيز التجارب السياحية من خلال تطبيقات الهواتف الذكية.¹

وقد مهدت هذه الابتكارات الطريق لتكنولوجيا غير مرئية ومتكيفة يمكنها أن تزود السائحين بخدمات ومعلومات مخصصة في أي وقت وفي أي مكان، ومع تطور تصميم مثل هذه التطبيقات يذهب الباحثون بعيداً في دراسة التحديات الخاصة بالمجال المتمثلة في تطوير تطبيقات الواقع المعزز للهواتف الذكية الفعالة وسهلة الاستخدام للسياح.²

ضمن المشهد الأوسع لأبحاث السياحة الافتراضية، يمثل استكشاف تجارب السياحة الإلكترونية وسيلة مقنعة لإشراك المسافرين والترويج للوجهات، ومن خلال الاستفادة من التفاعل الافتراضي يمكن للوجهات عرض عروضها الفريدة وتبسيط الضوء على ممارسات السياحة المستدامة وبالتالي جذب موجة جديدة من

¹ Al-Emran, M, Aw, E, Baabdullah, A, Buhalis, D, Cham, T, Dennis, C, Dutot, V, Dwivedi, Y, Hughes, L, Koochang, A, Mogaji, Emmanuel, Nord, J, Ooi, K, Pandey, N, Phau, I, Raman, R, Sharma, A, Sigala, M, Tan, G, Ueno, A, Wong, L. "Shaping the metaverse into reality: multidisciplinary Understanding of opportunities, challenges, and Avenues for Future Investigation",2023, RePEc:hal : journal-04292613doi:10.1080/08874417.2023.2165197

² Buhalis, Dimitrios, Gatzidis, C, Yovcheva, Z."Overview Smartphone Augmented Reality Applications for Tourism", special Issue-ENTER, Idea Exchange-Review of Tourism Research(eRTR),Vol(10),No(02),2012.

المسافرين المهتمين بالبيئة، وعليه فإن دمج تقنية الواقع الافتراضي في السياحة إلى إحداث تحولات كبيرة في تجربة الزائر ووضع معياراً جديداً للمشاركة الغامرة مع الوجهات.¹

تلعب الموارد الرقمية دوراً محورياً في نشر المعلومات حول مبادرات السياحة البيئية وتسلط الضوء على أهمية الحفاظ عليها، إن تبني تجارب السياحة الافتراضية لا يؤدي إلى وجهات متنوعة فحسب، بل يعزز أيضاً الوعي المتزايد بالترابط بين السياحة والثقافة والحفاظ على البيئة، أي النهوض بممارسات السياحة المستدامة.²

تمثل التفاعلات الافتراضية فرصة فريدة لتعزيز ممارسات السياحة المستدامة وزيادة الوعي حول المسؤوليات البيئية والاجتماعية ومن خلال المحتوى التفاعلي وسرد القصص، يمكن للتفاعلات الافتراضية تثقيف السائحين المحتملين حول قضايا الاستدامة وتشجيعهم على تبني سلوكيات صديقة للبيئة أثناء زيارتهم وتنقلاتهم.

ثانياً: توظيف التكنولوجيا لتوفير تجارب سياحية فريدة وتعزيز الوعي بالثقافات المحلية والبيئات الطبيعية

أحدثت تقنيات الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) ثورة في الطريقة التي يختبر بها الأشخاص، الأماكن والأحداث سواء عن بعد أو في الموقع.

كما يتجلى تأثير التغيير التكنولوجي في مجال النقل على التدفقات السياحية بشكل أكبر مثل الأنفاق وتصميمات السفن السياحية المتقدمة، والقطارات عالية السرعة وفي مجمل الأحوال كان للتغيير والتطور التكنولوجي تأثير على نظام السياحة ككل، بعضها بالمعنى الإيجابي وبعضها بالمعنى السلبي، فعلى سبيل المثال سيؤدي تطوير النفق إلى إعادة تشكيل الطرق السياحية بين بريطانيا والقارة مما يؤدي إلى تراجع بعض قطاعات الأعمال كعمليات العبّارات الحالية، وقد تساعد القطارات فائقة السرعة في تخفيف إزدحام المطارات وتوفير وسيلة سفر سريعة لأولئك الذين لديهم خوف من الطيران، إن دور التكنولوجيا في خلق التجربة السياحية كبير ومهم، وربما يكون أيضاً الدور الأكثر شهرة، حيث أن مهارات المهندس في تخطيط البنية

¹ Osman, Zamri Bin.” ADOPTING NEW MANAGEMENT TECHNOLOGIES FOR BETTER TOURIST EXPERIENCES IN MALAYSIA’S TOURISM SECTOR”, REVENUE: jurnal manajemen bisnis Islam, Vol (4), No2 (2023), doi: 10.24042/ revenue.v4i2.20594, P; 285-298.

² Abad, Agarwal, Albrecht, Alfaro, & others, ”Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research», Tourism Management, Vol(29), Issue (4), August 2008, P;609-623, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005

التحتية والمعماري في التصميم والتخطيط والحرفي في البناء من الضروريات المطلقة لمعظم تجارب السياحة الحديثة.

أحد التطبيقات الشائعة حالياً للتكنولوجيا لإنشاء تجارب سياحية يتضمن استخدام أجهزة محاكاة الحركة كجزء من المنتزهات الترفيهية، وتستخدم مواقع مثل عالم ديزني ويونيفرسال ستوديوز، هذه المحاكيات لإنشاء مناطق جذب تحقق مستويات مذهلة من محاكاة الواقع وتتضمن المباني الشاهقة، الأبراج، الملاعب الرياضية الكبيرة، فنادق الأتريوم، ردهات الفنادق...¹

وعليه تم تبني التكنولوجيا الرقمية كعامل رئيسي في الترويج للسياحة المستدامة، بفضلها يمكن أن تعزز تسويق الوجهة، وتحسين إدارة الموارد السياحية، وتعزيز تجربة الزائر، وتساهم أيضاً في زيادة فعالية التسويق والإتصالات مما يساعد على خفض التكاليف وتمكين استهداف أكثر دقة للقطاعات المفضلة من خلال التسويق الشخصي، حيث أصبح لإستخدام التكنولوجيا الرقمية القدرة على التأثير بشكل كبير على استدامة الوجهات السياحية سواء بالسلب أو الإيجاب.²

ولقد لعبت تكنولوجيا المعلومات والإتصالات دوراً هاماً في تطوير السياحة، خاصة السياحة الثقافية فالواقع المعزز يوفر للزوار معلومات عن موقع التراث الثقافي من أجل إثراء تجربتهم، فتطبيقات الواقع المعزز في السياحة الثقافية يتم تنفيذها عن طريق نظام تصور ثلاثي الأبعاد وغيرها من بيانات الكمبيوتر كالأصوات أو الرسومات، يُطلق عليها عرض رسم خرائط الفيديو الذي يعيد الحياة إلى المباني مثل طريقة Darmstadt Unter Storm Panorama Projection في ألمانيا وترتبط هذه التجربة أيضاً بالمنظار، وعلى سبيل المثال متحف Canterbury Museum في نيوزيلندا وتجربة الهاتف المحمول المعززة أو Droid AR بواسطة الهواتف الذكية، مثل iPhone 3GS والأجهزة الداعمة لنظام تشغيل أندرويد من خلال توجيه الكاميرا نحو المبنى أو المعلم السياحي وقراءة اسمه وتاريخ إنشائه، قرب المواقع الأخرى من الموقع وغيرها من المعلومات، تتيح تطبيقات الواقع المعزز للمستخدمين من السياح استكشاف العالم من خلاله إضافة تجربة تفاعلية جديدة وديناميكية لواقعهم تسمح بإعادة الحياة والأحداث التاريخية الحية.

¹ David M Stipanuk, «Tourism and technology :Interactions and implications », Tourism Management, Vol(14), Issue (4), 1993,P;269, [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90061-O](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90061-O)

² Youssef El Archi, Brahim Benbba, Moaaz Kabil,&Lorant Dénes David, «Digital Technologies for Sustainable Tourism Destinations: State of the Art and Research Agenda», Administrative Sciences,2023,13,184,P; 02,<https://doi.org/10.3390/admsci13080184>

توفر هذه التكنولوجيا نهجاً بديلاً لإكتشاف المدن وأداة للسياحة المستدامة من خلالها يتم عرض الواقع كما كان في الماضي مع تعزيز التراث الثقافي الذي يعد وسيلة للحافظ على التاريخ، والتقاليد الثقافية¹. في الأخير يمكن القول إن التكامل الفعال للتكنولوجيا في السياحة يفتح عالماً من الإمكانيات لإنشاء تجارب غامرة وتعليمية ومستدامة، وعبر استخدام وتوظيف الواقع المعزز والواقع الافتراضي والسرد التفاعلي وتقنيات تحديد المواقع الجغرافي، بإمكان الجهات تعزيز الوعي الثقافي والحساسية البيئية وتقديم تجارب فريدة لا تنسى للزوار.

الخاتمة:

إن دور الابتكار في تعزيز السياحة المستدامة ضروري ومهم، فمن خلال التكنولوجيا الجديدة والأفكار المبتكرة، يمكن لصناعة السياحة والوجهات السياحية وشركات الضيافة أن تقلل من تأثيرها البيئي وأن تحسن من تجربة الزوار وأن تخلق نماذج أعمال مستدامة، وتحمي التراث الثقافي، ومع تزايد وعي المسافرين بالسياحة المستدامة ستصبح هذه الابتكارات ضرورية للحفاظ على جاذبية الوجهات وقدرتها التنافسية، ويجب على صناعة السياحة تبني الابتكار كأداة رئيسية لضمان مستقبل مستدام ومرن لقطاع السياحة على المدى الطويل مع حماية البيئة والمجتمعات المحلية.

فالابتكار عامل مهم في تشكيل مستقبل السياحة المستدامة، بما يتيح من تجارب غامرة ومستدامة وعبر الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية وإعتماد ممارسات مستدامة بيئياً وتمكين المجتمعات المحلية، وبإمكان صناعة السياحة أن تتحول إلى نموذج أكثر إستدامة من خلال الشراكات التعاونية، والتعليم، ومراعاة الخصوصية الثقافية، فبإمكان الابتكارات أن تحدث تأثيراً إيجابياً على الوجهات السياحية والمجتمعات المحلية. توظيف التكنولوجيا الرقمية من خلال أدواتها المتمثلة في الواقع الافتراضي والواقع المعزز، والذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء (IoT) في قطاع السياحة يمكنه أن يؤدي إلى خلق وجهات سياحية مبتكرة وجذابة ومخصصة تساهم في تحقيق تنمية سياحة مستدامة.

يلعب الابتكار دوراً محورياً في تعزيز السياحة المستدامة حيث يمكن أن يسهم بشكل كبير في تحقيق توازن بين التنمية الاقتصادية وحماية البيئة واحترام الثقافات المحلية من خلال تبني تقنية ذكية وتطوير بنية تحتية مستدامة وتشجيع التجارب السياحية المبتكرة يمكن للسياحة أن تتطور بطريقة تحافظ على الطبيعة وتدعم المجتمعات المحلية.

¹ Noha Ibrahim Khalil, "Applications of Augmented Reality in cultural tourism: The case of Bibliotheca Alexandrina", Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality, Special Issue December 2014, Part1, P; 1-2.

إن دمج ممارسات مثل استخدام الطاقة المتجددة وإدارة الموارد بكفاءة وتقديم تجارب سياحية غنية ثقافياً وبيئياً يعزز من قدرة السياحة على الاستدامة ويضمن أن الأجيال القادمة ستستمتع بمواردنا الطبيعية والثقافية. ببساطة الابتكار ليس مجرد أداة لتطوير السياحة المستدامة بل هو ركيزة أساسية لضمان استدامتها واستمراريتها في المستقبل.

إن تعزيز السياحة المستدامة يتطلب توظيف الابتكار بطرق فعالة لتحقيق التوازن بين التنمية الاقتصادية والحفاظ على البيئة والتراث الثقافي؛ وفيما يلي بعض التوصيات لدور الابتكار في تعزيز السياحة المستدامة:

1/ استخدام التكنولوجيا الذكية:

-التطبيقات الذكية: تطوير تطبيقات تساعد السياح على التخطيط لرحلاتهم بطريقة مستدامة مثل التطبيقات التي تعرض الأنشطة المحلية المستدامة.

-أنترنت الأشياء IoT: استخدام أجهزة استشعار لجمع البيانات وتحليلها لتحسين إدارة الموارد البيئية مثل المياه والطاقة.

2/ تشجيع الابتكار في البنية التحتية:

-المباني الخضراء: الاستثمار في البنية التحتية المستدامة مثل الفنادق والمرافق السياحية التي تعتمد على الطاقة المتجددة وتقلل من استهلاك المياه.

-النقل المستدام: تعزيز وسائل نقل صديقة للبيئة مثل الدراجات الهوائية، السيارات الكهربائية، وتحسين النقل العام.

3/ الابتكار في التجارب السياحية:

- السياحة الثقافية والبيئية: تطوير عروض سياحية جديدة تركز على التفاعل مع الثقافة المحلية والطبيعة مما يعزز الحفاظ على التراث الثقافي والطبيعي.

-التجارب الرقمية: تقديم تجارب افتراضية تتيح استكشاف المواقع قبل زيارتها مما يمكنهم من التخطيط بشكل أفضل وتقليل الأثر البيئي.

4/ تعزيز التعاون والشراكات:

-التعاون بين القطاعين العام والخاص: تشجيع الشركات بين الحكومات والشركات والمؤسسات غير الربحية لتطوير مشاريع سياحية مبتكرة ومستدامة.

-التعاون الدولي: تبادل الخبرات وأفضل الممارسات بين الدول لتعزيز السياحة المستدامة على مستوى عالمي.

5/ التوعية والتعليم:

-حملات التوعية: تنظيم حملات التوعية لتعريف السياح بأهمية السياحة المستدامة وكيف يمكنهم المساهمة فيها.

-برامج التدريب: تقديم برامج تدريب للعاملين في قطاع السياحة لتمكينهم من تطبيق ممارسات مستدامة في عملهم اليومي.

6/ دعم الابتكار الاجتماعي:

-التمويل والدعم: توفير التمويل والدعم للمشروعات الرياضية الصغيرة التي تساهم في تعزيز السياحة المستدامة وتقديم حلول مبتكرة للتحديات البيئية والاجتماعية.

7/ تشجيع الاقتصاد الدائري:

-إعادة التدوير وإعادة الاستخدام: إنشاء أنظمة لإدارة النفايات بشكل فعال في المواقع السياحية وتشجيع إعادة التدوير وإعادة الاستخدام لتقليل الأثر البيئي.

-منتجات مستدامة: تقديم المنتجات والخدمات السياحية المصنوعة من مواد معاد تدويرها أو مستدامة.

8/ الابتكار في التسويق السياحي:

-التسويق الرقمي المستدام: استخدام تقنيات التسويق الرقمي للترويج للوجهات السياحية المستدامة وزيادة الوعي حول أهمية السياحة المستدامة.

-الترويج للتجارب المستدامة: إبراز تجارب السياحة التي تلتزم بمبادئ الاستدامة في الحملات التسويقية.

9/ تطبيقات السياحة الذاتية التوجيه:

-الأدلة الذكية: تطوير تطبيقات وأدلة ذكية تعتمد على تقنيات الواقع المعزز لتقديم معلومات مفصلة عن المواقع السياحية بشكل مستدام وذاتي التوجيه.

-الخرائط الذكية: توفير خرائط رقمية تعرض المسارات البيئية وتوجه السياح نحو الأماكن التي تعتمد ممارسات سياحية مستدامة.

10/ البحث والتطوير:

-الدراسات البيئية: تشجيع البحث العلمي والدراسات البيئية لتطوير حلول جديدة تعزز السياحة المستدامة وتقلل من الأثر البيئي.

-التكنولوجيا النظيفة: الاستثمار في البحث والتطوير للتكنولوجيا النظيفة التي يمكن استخدامها في القطاع السياحي لتحسين كفاءة استخدام الموارد.

11/ الابتكار في تقديم الخدمات:

-الخدمات اللوجستية الخضراء: تحسين الخدمات اللوجستية المرتبطة بالسياحة مثل النقل والتوزيع لتكون أكثر كفاءة وأقل تأثيراً على البيئة.

-التغذية المستدامة: توفير خيارات غذائية مستدامة في المطاعم والفنادق مع التركيز على استخدام المكونات المحلية.

12/ تحفيز السياسات الداعمة:

-الاعفاءات الضريبية: تقديم حوافز ضريبية وتشجيعات مالية للمشروعات السياحية التي تتبنى ممارسات مستدامة.

-القوانين والتشريعات: وضع قوانين وتشريعات تدعم السياحة المستدامة وتلزم المشروعات السياحية بالمعايير البيئية.

13/ تعزيز الاقتصاد المحلي:

-المشروعات المحلية: دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة المحلية التي تقدم منتجات وخدمات السياحية المستدامة وتساهم في تعزيز الاقتصاد المحلي.

-التوظيف المحلي: توظيف العمالة المحلية في المشاريع السياحية المستدامة مما يعزز التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات المحلية.

14/ السياحة المائية المستدامة:

-إدارة الموارد المائية: تطوير تقنيات لإدارة الموارد المائية بكفاءة في الفنادق والمنتجعات السياحية لتقليل استهلاك المياه.

-الأنشطة البحرية الصديقة للبيئة: تنظيم الأنشطة المائية مثل الغوص والتجديف بطريقة تحافظ على الحياة البحرية وتقلل من التلوث.

15/ تشجيع السياحة الثقافية المستدامة:

-الحفاظ على التراث الثقافي: دعم المشاريع التي تحافظ على التراث الثقافي المحلي وتشجع السياح على التفاعل مع الثقافات المحلية بطرق مستدامة.

-الترويج للمنتجات الثقافية: تشجيع شراء المنتجات المحلية الحرفية والفنية التي تعكس الثقافة والتراث المحلي وتدعم الحرفيين المحليين.

16/ تطوير أنظمة إدارة الطاقة:

-الطاقة المتجددة: استخدام الطاقة الشمسية والرياح وغيرها من مصادر الطاقة المتجددة في المنشآت السياحية لتقليل البصمة الكربونية.

-أنظمة الإضاءة الذكية: تركيب أنظمة إضاءة ذكية تقلل من استهلاك الكهرباء وتزيد من كفاءة استخدام الطاقة.

17/ السياحة الصحية المستدامة:

-المنتجات الصحية الخضراء تطوير منتجات صحية تعتمد على ممارسات مستدامة مثل استخدام المواد العضوية والطبيعية في العلاجات.

-الانشطة الصحية الصديقة للبيئة: تقديم برامج الرياضية والصحية تتوافق مع البيئة مثل اليوغا والتأمل في الطبيعة.

18/ الابتكار في التعليم السياحي:

-المناهج التعليمية المستدامة: إدماج مبادئ الاستدامة في المناهج التعليمية لبرامج الدراسات السياحية.
-ورش العمل والدورات التدريبية: تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية للعاملين في قطاع السياحة لزيادة الوعي وتطوير المهارات في ممارسات السياحة المستدامة.

19/ التخطيط الحضري المستدام:

-البنية التحتية الحضرية: تصميم المدن والمناطق السياحية بطريقة مستدامة تشمل المساحات الخضراء والممرات المخصصة للمشاة والدراجات.
-النقل العام المستدام: تطوير وتحسين وسائل النقل العام لتكون أكثر كفاءة وأقل تأثيراً على البيئة مما يسهل تنقل السياح بطرق مستدامة.

20/ السياحة الريفية المستدامة:

-تنمية القرى الريفية: تطوير السياحة في المناطق الريفية بطرق تحافظ على البيئة وتعزز الاقتصاد المحلي مع التركيز على التفاعل بين السياح والمجتمعات المحلية.
-الإقامة الريفية: تشجيع السياحة البيئية من خلال توفير خيارات إقامة في المناطق الريفية تعتمد على الممارسات المستدامة.

21/ تطبيقات تحليل البيانات:

-التحليل التنبؤي: استخدام تقنية تحليل البيانات والتعلم الآلي للتنبؤ بتوجهات السياحة وتطوير استراتيجيات مستدامة مبنية على البيانات.
-إدارة التدفق السياحي: تطوير أنظمة لإدارة تدفق السياح إلى المواقع السياحية الشهيرة لتجنب الإكتظاظ وتقليل الأثر البيئي.

22/ دور رواد الأعمال السياحيين:

-حاضنات الأعمال: إنشاء حاضنات أعمال مخصصة لدعم الشركات الناشئة التي تعمل في مجال السياحة المستدامة وتقديم الدعم المالي والتقني لهم.
-الجوائز والمسابقات: تنظيم مسابقات وجوائز لأفضل المشاريع السياحية المبتكرة التي تركز على الاستدامة.

23/ السياحة التعليمية والتطوعية:

-التطوع البيئي: تشجيع السياح على المشاركة في برامج التطوع البيئي التي تهدف إلى حماية البيئة والمحافظة على التنوع البيولوجي.

-الرحلات التعليمية: تنظيم رحلات تعليمية تستهدف زيادة الوعي البيئي والثقافي لدى السياح وتعزيز فهمهم لأهمية السياحة المستدامة.

بهذه الاستراتيجيات والتوصيات يمكننا تحقيق سياحة مستدامة تقدر البيئة وتحثي بالثقافات وتدعم الاقتصادات المحلية مما يخلق تجربة سياحية متكاملة ومفيدة للجميع.

قائمة المراجع:

Cernat, L., & Gourdon, J. (2011). Is the concept of sustainable tourism sustainable? Developing the Sustainable Tourism Benchmarking Tool.

² Niedziółka, I. (2014). Sustainable tourism development. *Regional formation and development studies*, 8(3).

³ Ünsaldi, Müyesser et Sahin, Gonca Güzel. Developing Sustainable Tourism: An Innovative Approach for Elazığ. *Economic Research*, 2023, vol. 7, no 3.

⁴ Panić, A., Pavlakovič, B., & Koščak, M. (2019). Managing a sustainable tourism destination. In *Ethical and Responsible Tourism*, Routledge.

⁵ Ismatillaevna, F. A., Pratama, B. D. S., & Rohimi, U. E. (2023). Increasing the Potential of Tourism Destinations through Combining the Principles of Sustainability and Innovation. *Journal of World Science*, 2(2).

⁶ Luekveerawattana, R.. Enhancing innovation in cultural heritage tourism: navigating external factors. *Cogent Social Sciences*, 2024, vol.10 no1.

⁷ Ratković, Rade, Jablan, Milica, Et Liješević, Milan. Innovation in tourism as a model of recovery in the postpandemic period. *Economics*, 2022, vol. 10, no 2.

⁸ Sustacha, Ines, Banos-Pino, Jose Francisco, et Del Valle, Eduardo. The role of technology in enhancing the tourism experience in smart destinations: A meta-analysis. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2023, vol. 30.

⁹ Kim, Jinkyung Jenny & Han, Heesup. Hotel service innovation with smart technologies: exploring consumers' readiness and behaviors. *Sustainability*, 2022, vol. 14, no 10.

¹⁰ Ionescu, Ana-Maria et Sârbu, Flavius Aurelian. Exploring the Impact of Smart Technologies on the Tourism Industry. *Sustainability*, 2024, vol. 16, no 8.

¹ Afren, Sumaia. The role of digital marketing promoting tourism business. A study of use of the social media in prompting travel. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 2024, vol. 21, no 01.

² BAŞER, Gözdegül. Digital marketing practices: Trends and challenges for the tourism industry. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2020, vol. 4, no 1.

³ rob Davidson, *Tourism*, 2nd Edition, ELBS.

⁴ Carlos Martin Rios, *Hospitality report*, ECOLE HOTELIÈRE de Lausanne.

⁵ Xavier Decelle, *A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism*, universitè Paris, 1 pantheon-Sorbonne, France, OECD.

⁶ Stefan Gossling, Daniel Scott and C. Michael Hall, "challenges of tourism in a low-carbon economy", *Jhon Wiely & Sons, LTD, Volume4*, November/ December, 2013.

⁷ Jinwen(jimmy) Tang, Allan m. williams, teemu makkonen, jinbo jiang,"are different types of interfirm linkages conducive to different types of tourism innovation?", doi:10.1002/jtr.2313,2019,21

18 شاقور جلطية فاييزة و هراوي دومة علي،" المسؤولية البيئية للمنشآت السياحية نموذج الفنادق الخضراء"، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثالث عشر حول : دور المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة الواقع والرهانات، يومي 15/14 نوفمبر 2016، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسبية بن بوعلي الشلف.

19 بن فرج زوينة، "الفنادق الخضراء-أحد المداخل لتحقيق التنمية المستدامة"، يوم دراسي حول التهيئة العمرانية ودورها في التنمية المحلية، وزارة التهيئة العمرانية البيئية والسياحة ومديرية السياحة لولاية برج بو عرييج، ديسمبر 2009.

²⁰ الأمم المتحدة، الإستدامة البيئية الرقمية: تحقيق الإستدامة البيئية من خلال التكنولوجيا الرقمية، يوم 2024/05/10، سا 13:56، متحصل عليه من:

<https://www.un.org/techenvoy/ar/content/digital-environmental-sustainability>

²Owen mulhern, « can AI help achieve environmental sustainability?», mar 1st, 2021, 10/05/2024, H14:48, obtained:

https://earth.org/data_visualization/ai-can-it-help-achieve-environmental-sustainable

²²برنامج الأمم المتحدة للبيئة، التنوع البيولوجي: حلولنا تكمن في الطبيعة، يوم 2024/05/10، الساعة 19:39، متحصل عليه من:

<https://www.unep.org/ar/alakhbar-walqss/algst/altnw-albywlvjy-hlwlina-tkmm-fy-altbyt>

²³ Todd Litman,"new mobilities: smart planning for emerging transportation technologies", 2021, 17Juin, island press.

²⁴ Alaa Ababneh, "Smart Mobility Solutions through Bike Sharing System Design: A Case Study of Jerash Archaeological Site», International journal of automation and digital transformation, Vol(2),Issue(1)2023.

²⁵ Raya Fadel, S. Abu-Eisheh, "Identification of Strategic Planning Factors to Achieve Smart Mobility for New Cities in Developing Countries Using CIB Method", 2024ASU International Conference in Emerging Technologies for Sustainability and intelligent Systems(ICETISIS) Manama, Bahrain, pp. 1963-1967,doi:10.1109/ICETISIS61505.2024.10459709

²⁶Cohen, Adam, Davis, Richard, Dowd, Mark K., Shaheen, Susan, "A Framework for Integrating Transportation Into Smart Cities", Report19-29, Mineta transportation Institute, October 2019, doi: 10.31979/mti.2019

²⁷ V. Morelli Gargiulo, "Intelligently-Sustainable Cities? Assessing the contribution of Intelligent and Knowledge City Programmes to the achievement of urban sustainability", 2012.

²⁸Tooran Alizadeh,"Global Trends of Smart Cities: Comparative analysis of geography, city size, governance and urban planning», Elsevier science, 31March, 2021.

²⁹Blechinger, Philipp, Creutzig, Felix, Soomauroo, Zakia," Unique Opportunities of Island States to Transition to a Low-Carbon Mobility System", Sustainability, 2020, 12(4):1435, doi: 10.3390/su 12 041435

³⁰ Al-Emran, M, Aw, E, Baabdullah, A, Buhalis, D, Cham, T, Dennis, C, Dutot, V, Dwivedi, Y, Hughes, L, Koohang, A, Mogaji, Emmanuel, Nord, J, Ooi, K, Pandey, N, Phau, I, Raman, R, Sharma, A, Sigala, M, Tan, G, Ueno, A, Wong, L. "Shaping the metaverse into reality: multidisciplinary Understanding of opportunities, challenges, and Avenues for Future Investigation",2023, RePEc:hal : journal-04292613doi:10.1080/08874417.2023.2165197

³ Buhalis, Dimitrios, Gatzidis, C, Yovcheva, Z."Overview Smartphone Augmented Reality Applications for Tourism", special Issue-ENTER, Idea Exchange-Review of Tourism Research(eRTR),Vol(10),No(02),2012.

³²Osman, Zamri Bin." ADOPTING NEW MANAGEMENT TECHNOLOGIES FOR BETTER TOURIST EXPERIENCES IN MALAYSIA'S TOURISM SECTOR", REVENUE: jurnal manajemen bisnis Islam, Vol (4), No2 (2023), doi: 10.24042/ revenue.v4i2.20594

³³Abad, Agarwal, Albrecht, Alfaro, &others, «Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of

eTourism research», *Tourism Management*, Vol (29), Issue (4), August 2008, P;609-623, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>

³⁴ David M Stipanuk, « Tourism and technology: Interactions and implications », *Tourism Management*, Vol (14), Issue (4), 1993, P;269, [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90061-O](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90061-O)

³⁵ Youssef El Archi, Brahim Benbba, Moaaz Kabil, & Lorant Dénes David, « Digital Technologies for Sustainable Tourism Destinations: State of the Art and Research Agenda », *Administrative Sciences*, 2023, 13, 184, <https://doi.org/10.3390/admsci13080184>

³⁶ Noha Ibrahim Khalil, “Applications of Augmented Reality in cultural tourism: The case of Bibliotheca Alexandrina”, *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, Special Issue December 2014, Part1.

جامعة 8ماي 1945 قالمة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

الملتقى الوطني الافتراضي الثاني:

الاتجاهات الجديدة في السياحة: الابتكار و الاستدامة في صناعة الوجهات السياحية

محور المشاركة: الابتكار في تخطيط وإدارة وتسويق الوجهات السياحية

عنوان المداخلة:

المعرفة التسويقية ودورها في تحقيق الابتكار التسويقي للوجهات السياحية -دراسة تحليلية لوكالة

KINGS TRAVEL السياحية

ط. د بوجاهم سعاد

جامعة 8ماي 1945-قالمة

مخبر تنويع ورقمنه الاقتصاد الجزائري

Boudjehem.souad@univ-guelma.dz

ط. د بوشلخة زينب

جامعة 8ماي 1945-قالمة

مخبر تنويع ورقمنه الاقتصاد الجزائري

Bouchelkha.zeyneb@univ-guelma.dz

المخلص:

تهدف الدراسة لمعرفة الدور الذي تلعبه المعرفة التسويقية في تحقيق الابتكار التسويقي للوجهة السياحية، باعتبار أن المعرفة التسويقية مجموعة تراكمات معرفية محركة للتفكير الإبداعي ومخزن للأفكار الجديدة وهذا من خلال أبعادها (معرفة المنتج، المنافسين، السوق، ومعرفة الزبون) وكيفية التأثير على الابتكار التسويقي الذي يكون عادة في عناصر المزيج التسويقي.

ولتحقيق أهداف الدراسة قمنا باعتماد دراسة تحليلية لصفحة الوكالة السياحية (Kings Travel) لمعرفة مدى تأثير المعرفة التسويقية في الابتكار التسويقي لجذب الزبائن للجهات السياحية المراد الترويج لها، وقد توصلت الدراسة لوجود دور مهم لأبعاد المعرفة على الابتكار في عناصر المزيج التسويقي تسلط الضوء على الجهات السياحية

الكلمات المفتاحية: المعرفة التسويقية، الابتكار التسويقي، الوجهة السياحية، المزيج التسويقي

Abstract:

The study aims to find out the role played by marketing knowledge in achieving marketing innovation for the tourist destination, considering that marketing knowledge is a set of accumulations of knowledge that drives creative thinking and stores of new ideas through its dimensions (product knowledge, competitors, market, and Customer knowledge) and how to influence marketing innovation, which is usually in the elements of the marketing mix.

To achieve the objectives of the study, we have adopted an analytical study of the Tourism Agency page (Kings Travel) to find out the impact of marketing knowledge on marketing innovation to attract customers to the tourist destinations to be promoted, and the study found that There is an important role for the dimensions of knowledge on innovation in the elements of the marketing mix highlighting tourist destinations

Keywords: Marketing Knowledge; Marketing Innovation; Tourist Destination; Marketing Mix.

المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة

المقدمة:

ان التغييرات التي عرفها العالم اثرت بشكل كبير على صناعة السياحة والاسفار، فاشتداد المنافسة أصبح يفرض على القائمين بتقديم الخدمات سياحية البحث على طرق وأساليب جديدة لإدارة أنشطتها تجديد وجهاتها السياحية لتعزيز تنافسيتها باستدامة زبائنها.

وتعد المعرفة التسويقية الأداة الفعالة في صياغة الخطة التسويقية التي من شأنها أن تؤدي الى تعزيز وخلق الابتكار التسويقي في المؤسسة من خلال امتلاك المعرفة المرتبطة بكل ما له علاقة بنشاطها (الزبائن، المنافس، المجهزون، السوق...) ومعرفة حاجات السوق الحالية والمرتبقة كي تتمكن من مواكبة ما يحدث من تغييرات في السوق وفق رؤية جديدة مستمدة من الواقع الحالي.

وتبرز أهمية امتلاك المؤسسة لمعرفة تسويقية عميقة من فاعلية معرفة محددة تسعى لتعظيم مخرجاتها قياسا بمدخلاتها، حيث تتجه المؤسسة في تطبيقها للمعرفة التسويقية نحو التركيز على استخدام أبعادها لتحقيق الابتكار التسويقي وخلق واستدامة الوجهة السياحية

وعليه يمكن صياغة الإشكالية التالية:

مشكلة الدراسة:

من خلال ما تقدم تظهر لنا معالم الإشكالية محل الدراسة والتي يمكن بلورتها من خلال السؤال الرئيسي التالي:

❖ ما هو الدور الذي تلعبه المعرفة التسويقية في تعزيز وخلق الابتكار التسويقي للوجهة السياحية؟

للإجابة عن الإشكالية تم وضع الفرضيتين التاليتين

❖ الفرضية الرئيسية الأولى: المعرفة التسويقية تعزز الابتكار التسويقي للوجهة السياحية.

❖ الفرضية الرئيسية الثانية: المعرفة التسويقية تحقق الابتكار التسويقي للوجهة السياحية.

أهمية الدراسة:

- إبراز مدى أهمية المعرفة التسويقية بالنسبة للابتكار التسويقي؛
- إظهار العلاقة التي تربط بين المعرفة التسويقية والابتكار التسويقي؛
- إظهار الميزة التي تقدمها المعرفة التسويقية للابتكار التسويقي للوجهات السياحية.

أهداف الدراسة:

- محاولة معرفة العلاقة القائمة بين المعرفة التسويقية والابتكار التسويقي من جهه والتسويق للوجهات السياحية من جهة أخرى؛

- التأكيد على ضرورة الاهتمام بالمعرفة التسويقية والابتكار التسويقي للتعريف بالوجهات السياحية و التسويق لها.

منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، المنهج الوصفي للإحاطة بالجانب النظري من خلال توضيح أهم المفاهيم الخاصة بالمعرفة التسويقية، الابتكار التسويقي، الوجهات السياحية والعلاقة بينهم أي وصف الحقائق المتعلقة بموضوع الدراسة، والمنهج التحليلي في دراسة وتحليل صفحة الوكالة وتحويل المعطيات في جداول واحصائيات واستخلاص النتائج.

تقسيمات الدراسة:

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور:

- المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة؛

- المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة؛

- المحور الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة.

المحور الأول: الإطار النظري للدراسة

أولاً- المعرفة التسويقية:

عند الحديث عن المعرفة التسويقية تجدر الإشارة إلى أنها جزء كبير متداخل مع المعرفة الكلية للمنظمة إلا أنها مرتبطة بشكل كبير مع التسويق، كونها منصة على إدراك وفهم متغيرات السوق أو البنية التي تؤثر على نشاط المنظمة.

1-تعريف المعرفة التسويقية :

هي مختلف المعلومات والمعارف المكتسبة والمتراكمة لمدراء التسويق حول البيئة التسويقية للمنظمة (نطور و سعودي ، 2020) ، وأحد مهارات المؤسسة في الاكتساب والخلق والاحتفاظ والتشارك بالمعرفة المتعددة على نظرة المؤسسة لبيئتها، فضلا عن مناقلة تلك المعرفة في سبيل تطويل الأداء أو الابداع في المنتجات والخدمات (حمزة و بن جلول ، 2020)، فهي جزء حيوي من معرفة المنظمة التي يوفر لها امكانيات جديدة بعرض معرفة كل ما يحيط بها (الحبيب و نجاة، 2021) .

ويحدد (P. kotler) المعرفة التسويقية بعد جمع المعلومات المتعلقة بالسوق وتحليلها للوصول إلى بيانات ناطقة فيها حجم السوق ومعدلات نموه، حجم المنافسة وطبيعتها، ورغبات العملاء وتوجهاتهم لتكيف الخدمة أو المنتج و فقط احتياجاتهم (Kohlbacher, 2008) .

2-ابعاد المعرفة التسويقية :

ويمكن القول مما ورد أن المعرفة التسويقية هي تلك المعرفة التي تعبر عن مدى إلمام وفهم المنظمة لعناصر السوق الأساسية (الزبون، المنتج، المنافس) م ناجل الوصول إلى الشكل النهائي الذي تكسبه المنظمة ميزة تنافسية. إن المفهوم الشامل لأبعاد المعرفة التسويقية يضع بين يديه عدة أبعاد ولكن من خلال هذه الدراسة سيتم تناول الأبعاد التي لها علاقة مباشرة مع العلاقة مع الزبون والتي تأثر وتتأثر به، وعليه تم الأخذ بعين الاعتبار كل من (الزبون، المنتج والمنافس، المورد).

2-1 معرفة الزبون :

إن النجاح التسويقي يتطلب توجه كافة الجهود لتحديد حاجات ورغبات المستهلكين والعمل على تقييم منتجات يكون الزبون بحاجة إليها، وتعد المعرفة المتعلقة بالزبون الحلقة الأكثر أهمية في السوق وهي المصدر المتجدد لمعرفة الحاجة إلى تطوير المنتجات (Kohlbacher, knowledge based Marketing:building and sustaining competitive advantage trough knowledge co-creation, 2008) وكلما كانت المنظمة أكثر قدرة على التفاعل على بيئة الزبون كلما كانت الاستجابة أسرع وتحسنت المعرفة لديها، لتصبح أكثر فهما وتوجها نحو المستقبل. تسهل معرفة الزبون في معرفة الزبائن وما يحتاج إليه وهذا من خلال التفاعل معه، وقد سهلت التطورات التكنولوجية من عمليات التفاعل وجمع البيانات (I.G.Serrano, Ballestro, Romez, Ruiz, & Alvarez, 2020)، ومن الضروري التمييز بين أربع أبعاد معرفة الزبون والتي تلعب دوراً مهماً في التفاعل بين المنظمة والزبائن وهي (Aechit, 2014)

- **معرفة الزبون:** وتتمثل في البيانات الشخصية وصولاً إلى معرفة التفاصيل والتوجهات وبهذا الحصول على رؤية شاملة عن زبائننا.
- **المعرفة للزبون:** وهي المعرفة التي تقدمها المنظمة وتصنعها تحت تصرف زبائننا وقريبة منه وتساعد هذه المعرفة في توسيع رؤية الزبون عن المنظمة.
- **المعرفة من الزبائن:** ويمكن القول أنها التعدية العكسية للمنظمة وهذا لوصولها للمعرفة التي يمتلكها زبائننا عنها كحصول تجاربهم وتعاملهم معها، ومن خلالها يتم تطوير نشاطها وابداعاتها وتعد تدقيق وقيامه نشاط المنظمة مع زبائننا.
- **المعرفة حول الزبون:** وهو كل ما يستطيع أن يمد المنظمة المعرفة عن زبائننا أو إيصال المعرفة لهم.

2-2 معرفة المنتج (الخدمة) :

ويأخذ بعين الاعتبار المنتج أو الخدمة من وجهة نظر الزبون ويمكن تعريف المعرفة بالمنتج بأنها " الأداء الفني والمواصفات للسلع والخدمات المقترحة والحالية، وهذا ما يتضمن معرفة خصائص ومواصفات المنتجات لتجنب أية ادعاءات خاطئة وتتضمن بوضوح خصائص المنتجات التي يرغب بها الزبون وبلد التي ترغب المنظمة تقديمها لإشباع حاجات الزبائن والسوق وهذا من خلال تملكها (نايف و الثابت)

- الوصف التفصيلي للمنتج المنظمة من وجه الزبون;
- المعلومات المتعلقة بدورة حياته;

- أنشطة البحث والتطوير.

2-3 المعرفة بالمنافسين :

هي الجهات التي تقدم خدمات لنفس الأسواق وبأسعار متشابهة ويسعون دائماً لتلبية حاجات الزبائن على نحو أفضل (البكري و أحمد ، 2006)، وهو كل طرف يشترك مع المنظمة للحصول على المواد او الأموال التي ينفقها الزبون من اجل الحصول على الأفراد الأكفاء، وتعتمد على مجموعة من التقوى التنافسية التي تتمثل فيما يلي (فرحات، 2011):

- تهديدات الداخلين الجدد;
- القوة التعاونية للمشتريين;
- القوة التعاونية للمجهزين;
- تهديدات السلع البديلة;
- التنافس بين المنظمات.

ثانياً-الابتكار التسويقي:

1- مفهوم الابتكار التسويقي :

إن مجال الابتكار التسويقي واسع فهو مرتبط بكل مجال من مجالات النشاط التسويقي فلا يقتصر فقط على المنتج او الإعلان بل يشمل جميع المجالات التسويقية والأنشطة المرتبطة بتوجيه المنتج للوصول للمستهلك النهائي. ويعرف الابتكار على أنه " وضع أفكار جديدة وغير تقليدية في الممارسات التسويقية (حافظ، 2003، صفحة 4) وتطبيقها من خلال رؤية مختلفة للأشياء يعطي للمنظمة الأفضلية وبالتالي تميز مؤقت ". وهو أيضا " النشاط الذي يسبق الحاجات والبحث عن اكتشاف الحاجات الجديدة والكامنة، واكتشاف أسواق جديدة، كما يمكن أن ينصب على المزيج التسويقي ككل أو أحد عناصره" (خلوط، 2014) من خلال ما سبق يمكن تعريف الابتكار التسويقي على أنه نظام متكامل يمكن تعلمه وممارسته فهو لا يقتصر فقط في توليد أو إيجاد الفكرة بل يتعدى إلى وضعها حيز التطبيق الفعلي كما يجب استخدام الأفكار الجديدة بنجاح حتى تعود بالفائدة على المنظمة.

2-مجالات الابتكار التسويقي :

لابد من الابداع و الابتكار في التسويق لتحقيق مزيج تسويقي متكامل و القيام بأنشط تسويقية ذات طابع إبتكاري تساهم في رفع فعالية الأداء للمنظمات عليه يتضمن الابتكار التسويقي عناصر المزيج التسويقي المتمثلة في :

- تطوير منتج أو خلق منتج جديد

- السعر ابتكار طرق تسعيرية جديدة
- الترويج الابداع في إظهار جوانب جديدة
- التوزيع إعادة بعث طرق توزيعية أو خلق منافذ توزيعية جديدة
- الابتكار في البيئة المادية
- تنمية المهارات الابتكارية للأفراد
- الابتكار في عملية تقديم الخدمة
- **ثالثا-الوجهة السياحية:**

1. تعريف الوجهة السياحية:

الوجهة السياحية كيان طبيعي تحيط به مجموعة ظروف فريدة تجعله مهئاً للسياحة وله خصائص مختلفة تميزه عن أماكن أخرى (فوزية مقراش، 2020).

توصف الوجهة السياحية بأنها: "موقع جغرافي يسافر إليه السائحون (أماني محمد توفيق، 2023).

الوجهة السياحية هي: "منطقة يزورها السياح ويتم استقبالهم فيها، وتختلف الوجهات السياحية من حيث الحجم، الأسواق المستهدفة بحيث يكون بعضها يحتاج إلى هياكل متماسكة لإدارتها، تخطيطها وتطويرها" (نرجس حداد وعمر شريف، 2021). أو "المكان الذي يزوره السياح، يمكن أن تكون مدينة، منطقة أو بلد والتي تشكل عنصر جذب وإقبال عليها بزيارتها بفضل سماتها المتعددة من فضاءات سياحية، خدمات ذات جودة، مناظر طبيعية تزخر بها وهياكل قاعدية منشأة مرافقة من صنع الإنسان" (مسعودي عبد الرؤوف وهشماوي كمال، 2021).

2-مكونات الوجهة السياحية:

تتكون الوجهة السياحية من مزيج من المنتجات السياحية أهمها (حياة حلايمية ولندة فريحة، 2023):

- ✓ جاذبية الموقع (مهرجانات، متاحف، معارض، حضائر برية، حدائق الألعاب)؛
- ✓ الضيافة (الفنادق والنزل، شقق للكراء، القرى الصيفية، المخيمات، المطاعم، النوادي)؛
- ✓ منظمو الوجهة والسفر (الديوان الوطني للسياحة، الدواوين المحلية للسياحة، مكاتب السياحة، الجمعيات السياحية، وكلاء السفر، منظمو المؤتمرات)؛
- ✓ قطاع النقل (البري، الجوي، البحري والسكك الحديدية).

رابعا- العلاقة بين المعرفة التسويقية والابتكار التسويقي للوجهة السياحية:

1. المعرفة التسويقية ومساهمتها في تحقيق الابتكار التسويقي:

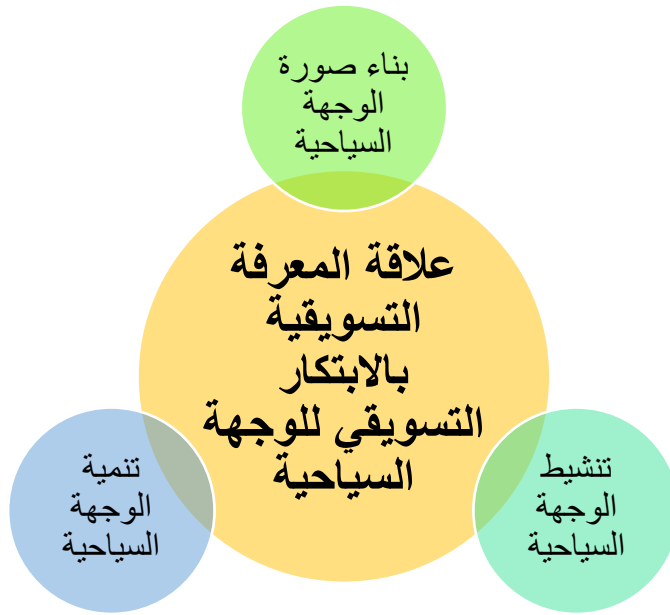
تكمّن مساهمة المعرفة التسويقية في تحقيق الابتكار التسويقي من خلال (خيري علي اوسو، 2010):

- ✓ المعرفة التسويقية بمختلف مستوياتها تشكل مصدر للابتكار؛
- ✓ المعرفة تعزز الابتكار وقدرة المنظمة على التنافس؛
- ✓ المعرفة تحفز الابتكار وتمكن المنظمات من مواكبة التغييرات المتسارعة في بيئتها؛
- ✓ المعرفة التسويقية تشكل المادة الأساسية لتقديم الابتكارات المطلوبة في التسويق.

2. المعرفة التسويقية وعلاقتها بتحقيق الابتكار التسويقي للوجهة السياحية:

توجد علاقة وطيدة تكاملية بين المعرفة التسويقية وتحقيق الابتكار التسويقي للوجهات السياحية، فالمعرفة التسويقية تساعد على القرارات الاستراتيجية التسويقية والابتكار التسويقي أداة لترجمة الاستراتيجية التسويقية. والشكل الموالي يوضح العلاقة بينهما.

شكل رقم 01: علاقة المعرفة التسويقية بالابتكار التسويقي للوجهة السياحية



المصدر: من إعداد الباحثين

- **بناء صورة الوجهة السياحية:** المعرفة التسويقية تساعد على الابتكار التسويقي بإنشاء قيمة خاصة وبناء هوية مميزة للوجهة السياحية؛
- **تنشيط الوجهة السياحية:** المعرفة التسويقية تشجع الابتكار التسويقي باستمالة السياح واكتساب وفائهم لتنشط الوجهة السياحية؛
- **تنمية الوجهة السياحية:** المعرفة التسويقية تدعم الابتكار التسويقي بتهيئة مناخ استثماري مناسب للاهتمام بالبنى التحتية وإنشاء مرافق سياحية لتنمية الوجهة السياحية.

المحور الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

تدعيما لما قمنا به في الجانب النظري كان لزاما علينا القيام بدراسة ميدانية من أجل الوقوف على دور المعرفة التسويقية في تحقيق الابتكار التسويقي للوجهات السياحية، وللقيام بدراسة التحليلية اخترنا وكالة "كينغ تراف" Kings « Travel ».

أولا- تقديم الوكالة السياحية Kings Travel:

1. التعريف بالوكالة السياحية Kings Travel:

وكالات السياحة ما هي إلا صلة ربط بين السائح والمنشآت السياحية الأخرى، والتي تعمل على تسهيل سفر وإقامة السياح واستغلال المنشآت السياحية أفضل استغلال، وذلك من خلال قيامها بعمليات تنظيمية للرحلات السياحية وعمليات وساطة بين السياح والمنشآت السياحية كالفنادق والمطاعم، وعمليات أخرى مثل تبادل العملات والتأمين على السياح (العايب أماني، بن تركي عز الدين، 2018)

يعرف المشرع الجزائري وكالة السياحة والأسفار بأنها: "كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر: رحلات وإقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها" (سمايل حسينة، بن نافلة مسعود، 2021).

والجدول الموالي يوضح وكالة Kings Travel السياحية

جدول رقم: التعريف بوكالة Kings Travel السياحية

نشأتها وبداية نشاطها	مقرها	شعارها	علامتها	موقعها وبريدها الإلكتروني
<ul style="list-style-type: none">تم إنشائها تحديدا في 22 مارس 2020.بدأت نشاطها الفعلي في نوفمبر 2020.	تقع وكالة Kings Travel 2 شارع فرنان حنافي القبة /الجزائر العاصمة.	"حوس بلاك شابة بلاك ما تحقراش"	 	Kingstravel187@gmail.com

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الصفحة الرسمية للوكالة السياحية

2. مهام الوكالة السياحية Kings Travel :

تتمثل مهام وكالة Kings Travel السياحية في:

- ✓ نشر الثقافة السياحية؛
- ✓ ترقية وتشجيع السياحة المحلية الداخلية؛
- ✓ التعريف بالجزائر كوجهة سياحية بالترويج لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛

- ✓ حجز التذاكر؛
- ✓ تنظيم الرحلات.

3. هدف الوكالة السياحية Kings Travel:

يتمثل هدف وكالة Kings Travel السياحية فيما يلي:

- ✓ تلبية احتياجات ورغبات الزبائن؛
- ✓ العمل على التوسع في تقديم الخدمات السياحية؛
- ✓ استقطاب وجذب السياح محليا ودوليا؛
- ✓ تحقيق الربح والاستمرارية؛
- ✓ زيادة الحصة السوقية.

ثانيا- السياحة والوجهات السياحية:

1. السياحة التي تنشط بها وكالة Kings Travel السياحية:

الشكل الموالي يوضح الأنماط السياحية التي تنشط بها وكالة Kings Travel السياحية:

شكل رقم: الأنماط السياحية التي تنشط بها وكالة Kings Travel السياحية



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على موقع الفيس بوك و إنستغرام الوكالة .

2. الوجهات السياحية الداخلية للوكالة السياحية Kings Travel:

السنة	الوجهة	عدد الرحلات خلال السنة	طبيعة الرحلة
2020	بسكرة	01	عطلة الشتاء وبرامج (4J+5J)
	تيميمون تاغيت(الواحة الحمراء)	03	
		03	عطلة نهاية الأسبوع

		بجاية (أعالي جبال تيكجدة)			
عطلة نهاية الأسبوع	07	ثنية الحد	2021		
	04	المدية (بحيرة الضاية)			
	15	بجاية			
	01	عين الدفلة (واد شرفة)			
	05	وهران			
	03	دلس (القصبية)			
	01	العاصمة عين بنيان (جولة بحرية)			
	01	بومرداس (زموري البحري)			
	01	بني حوة			
	01	مستغانم (مستا لاند)			
	02	سطيف (بارك مول)			
	01	بوسعادة			
	عطلة مير مجة خلال السنة (4J+5J)	02		بسكرة (سفاري)	2022
		10		تلمسان، مغنية، وهران	
01		بشار (تاغيت)			
06		عنابة-القالا			
01		سكيكدة			
03		بريزينة-النعام-بوسمغون-البيض-تيميمون			
عطلة نهاية الأسبوع	10	بجاية	2022		
	02	وهران			
	03	بوسعادة			
	02	قسطنطينة			
	03	سطيف (بارك مول)			
	03	مستغانم (مستا لاند)			
	01	تيزي وزو (البحيرة الخضراء)			
	03	بريزينة-النعام-بوسمغون-البيض-تيميمون-الواحة الخضراء	2023		
	21	تلمسان، مغنية، وهران			
	03	بسكرة-أولاد جلال (سفاري)			
	01	غرداية (زلفانة)			
	03	جيل-بجاية			
	04	القالا-عنابة			
	عطلة نهاية الأسبوع	04		سطيف (بارك مول)	2023
10		بجاية			
06		بوسعادة			
02		تيزي وزو (إكورن)			
01		ثنية الحد			
01		دلس (القصبية)			
عطلة مير مجة خلال السنة وخاصة بمناسبة واعياد		31	تلمسان، مغنية، وهران	2023	
	09	بريزينة البيض -بوسمغون-أولاد جلال النعام (سفاري)			
	15	القالا -عنابة			
	01	جيل (سد أوغروف-أوفتيس)			
	01	بسكرة أولاد جلال- باتنة			

	01	واد سوف(سفاري)	
عطلة نهاية الأسبوع (السداسي الأول)	08	بجاية	2024
	04	بوسعادة	
	01	ثنية الحد	
	01	قسنطينة	
	02	تيزي وزو (غابة أقوليم)	
	01	دلس (القصبية)	
عطل مبرمجة خلال السنة (4J+5J)	03	بريزينة البيض -بوسمغون-أولاد جلال النعام(سفاري)	
	09	تلمسان، مغنية، وهران	
	03	بسكرة(سفاري)	
	01	سكيكدة-عنابة-قسنطينة	

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مواقع الفيس بوك و إنستغرام الوكالة

ثالثا- المعرفة التسويقية والابتكار التسويقي للوجهة السياحية في الوكالة السياحية Kings Travel :

1- المعرفة التسويقية في الوكالة السياحية:

من خلال تحليل الصفحة الرسمية للوكالة يظهر لنا جليا أنها تولي أهمية معتبرة بالمعرفة التسويقية بأبعادها الأربعة لكن بصفة أكبر لكل من معرفة السوق ومعرفة الزبون.

✓ بالنسبة لمعرفة السوق فإن الوكالة برغم حداثة نشأتها (2020) وبالرغم أنها ظهرت في فترة الغلق العام بسبب الكورونا إلا أنها حولت الأمر من واقع سلبي الى واقع إيجابي، وهذا من خلال فهمها لمعطيات السوق (الطلب أكثر من العرض).

حيث تسبب غلق الحدود مع الدول المجاورة التي كانت تستقطب الملايين من السياح الجزائريين اليها الى خلق طلب محلي وهذا ما استغلته الوكالة وظهر هذا في شعارها "حوس بلادك".

✓ بالنسبة لمعرفة الزبون فإن الوكالة اولت أهمية لفهم الزبون الجزائري (السائح) وتحديد احتياجاته ورغباته والقيمة التي يتوقعها من الوجهة التي تقدمها له.

فالمجتمع الجزائري يتكون من 70% من الشباب (طلاب جامعيين، محدودي الدخل أو حتى بطالين) الباحثين عن المغامر الترفيه والاستكشاف.

بالإضافة عائلات جزائرية تبحث عن وجهة سياحية للاستمتاع لكن لا تستطيع دفع فاتورة الإقامة في فنادق الخمس نجوم الجزائرية، ولكن اعتادت السفر بميزانية متوسطة الى حدا ما، ويظهر هذا في طبيعة تشكيلة المنتجات المقدمة من طرفها.

2- الابتكار التسويقي في الوكالة السياحية:

اهتمت الوكالة بالابتكار في التسويقي حت تستطيع مجازات المتطلبات المتزايدة للزبون بالإضافة الى المعطيات البيئية التي تأثر وتتأثر في سوق صناعة الضيافة. وقد اهتمت الوكالة بالابتكار في المجال الترويجي بصفة كبيرة من خلال: ✓ التعريف بالوجهات السياحية الجديدة عبر صفحتها الرسمية وهذا من خلال تقديم نبذة تاريخية عن المنطقة، اهم مقوماتها السياحية، اهم المقاصد والتعريف بالعادات والتقاليد الخاصة بها قبل طرح التشكيلة.

- ✓ الترويج من خلال إقامة علاقات عامة كقيامها باستضافة تلاميذ مدرسة ضرارية من الجزائر العاصمة في خرجة استكشافية للتعريف بالمعالم الاثرية لولاية تيبازة.
- ✓ التعريف بالمقومات السياحية التي تمتلكها الجزائر تحت شعار حوس بلاد حتى وان لم تبرمج الوجهة.
- ✓ من خلال المسابقات ومنح الرحلات مجانية كمسابقة أفضل صورة سياحية ملتقطة خلال أحد السفريات مع الوكالة.

كذلك اهتمت بالابتكار في السعر من خلال:

- ✓ تقديم تشكيلة تتضمن أسعار مناسبة لكل فئة عمرية (0-4)، (أقل من 12)، (لل كبار).
- ✓ تسعيرة خاصة بالزبائن القدامى للوكالة.
- ✓ تسعيرة خاصة بالحجز المبكر للرحلة.

كذلك بالنسبة في الابتكار في العمليات:

- ✓ ويتمثل في طريقة تقديم الخدمة فتعتمد الوكالة على منح الخدمة مرفقة بتشكيلة مساندة كتحديد وجهة سياحية رئيسية واعتبارها مقر لاستكشاف الوجهات المجاورة.

رابعا - عرض وتحليل نتائج الدراسة:

تحليل نتائج الدراسة على ضوء الفرضيتين:

❖ الفرضية الرئيسية الأولى: المعرفة التسويقية تعزز الابتكار التسويقي للوجهة السياحية.

قبول الفرضية الرئيسية الأولى كون المعرفة التسويقية تطور الأداء والابداع مما يعزز الابتكار التسويقي بخلق ميزة تنافسية وتحسين الوجهة السياحة.

❖ الفرضية الرئيسية الثانية: المعرفة التسويقية تحقق الابتكار التسويقي للوجهة السياحية.

قبول الفرضية الرئيسية الثانية فالمعرفة التسويقية أداة هامة في معرفة السوق السياحي، المنافسين وحاجات ورغبات السياح تساعد في تحقيق الابتكار التسويقي بإيجاد أفكار جديدة مبتكرة للوجهة السياحية.

قائمة المراجع:

- أبو جمعة نعيم حافظ. (2003). التسويق الابتكاري. المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- أحمد سمير نايف، و نعمان الثابت. (بلا تاريخ). أبعاد المعرفة التسويقية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية -دراسة تطبيقية في شركة أسيا سيل. مجلة الجامعة العراقية(51)، صفحة 556.
- العايب أماني، بن تركي عز الدين. (ديسمبر، 2018). واقع تبني مفهوم إدارة علاقات الزبون في الوكالات السياحية-دراسة استطلاعية حول الوكالات السياحية بولاية قسنطينة-الجزائر. مجلة دراسات اقتصادية، المجلد (5)(العدد (2))، 9.
- أماني محمد توفيق. (يونيو -حزيران، 2023). أثر أبعاد العلامة التجارية للوجهة السياحية على الولاء الإتجاهي للسائح الأجنبي تحليل الدور الوسيط للصورة الذهنية للوجهة ورضا السائح الأجنبي: دراسة تطبيقية على السياح الأجانب بمدينة الغردقة وشم الشيخ. المجلة العربية للإدارة، 43(2)، 66.
- بعلي حمزة، و خالد بن جلول . (2020). دور إدارة المعرفة التسويقية في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة حالة مؤسسة فرتيال (fertial) بعنابة الجزائر .- Revue Algerienne D'economie et Gestion ،14(2).
- بلال نظور، و محمد سعودي . (2020). تبني المعرفة التسويقية الحديثة ثلاثية الأبعاد(D3) عند تقديم الخدمة البنكية في ولاية سكيكدة. مجلة الواحات للبحوث و الدراسات، 9(1)، الصفحات 93-94.
- تامر ياسر البكري، و حاكم سليمان أحمد . (2006). إدارة المعرفة التسويقية و إنعكاساتها على العلاقة مع الزبون لتحقيق الميزة التنافسية . المؤتمر العلمي الثاني (صفحة 10). الجامعة التطبيقية الاردنية.

- حياة حلايمية ولندة فريحة. (30 6, 2023). أثر الإعلان السياحي في تكوين صورة الوجهة السياحية الداخلية تاغيت -دراسة إستطلاعية لأراء عينة من السياح الجزائريين-. مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، 10(01)، 674.
- خيرى علي اوسو. (2010). دور المعرفة التسويقية في تحقيق الابتكار التسويقي -دراسة استطلاعية في عدد من المنظمات السياحية في مدينة دهوك-. تنمية الرافدين، 32(97)، 248-249.
- زهرة خلوط. (2014). التسويق الإبتكاري و أثره على بناء ولاء الزبون. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- سماعيل حسينة، بن نافلة مسعود. (جوان، 2021). وكالات السياحة والسفر وحتمية التوجه للسياحة الداخلية بعد جائحة كورونا (كوفيد-19). مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد (9)(العدد (2))، 511.
- ع الحبيب، و ج نجاه. (2021). دور إدارة المعرفة التسويقية و إتجاهات المؤسسة المصغرة و الناشئة لدعم الاستراتيجية التنافسية-دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات ولاية غيليزان. مجلة إيليزا للبحوث و الدراسات، 6(2)، صفحة 265.
- علا فرحات. (2011). المعرفة التسويقية و القرارات الاستراتيجية. عمان -الأردن: دار الصفا للنشر و التوزيع.
- فوزية مقراش. (31 12, 2020). أثر وسائل الإعلام في تحسين إدراك صورة الوجهة السياحية -دراسة حالة ولاية جيجل-. مجلة العلوم الإنسانية، 20(02)، 774.
- مسعودي عبد الرؤوف وهشماوي كمال. (6, 2021). تأثير المخاطر المدركة على صورة الجزائر كوجهة سياحية داخلية. دفاتر، 17(2)، 495.
- نرجس حداد وعمر شريف. (6, 2021). أثر موارد وعوامل الجذب السياحي على القدرة التنافسية للوجهة السياحية. مجلة العلوم الإنسانية، 8(2)، 830.

Aechit, H. (2014). *The role of marketing knowledge management in productive-case study of sample of Algerian productive institutions*. (A. university3, Éd.)

I.G.Serrano, Ballestro, P., Romez, R., Ruiz, C., & Alvarez, J. (2020). A Big Data approche to customer Relationship management strategy in hospitality using correspondence domaine description. *Applie science*, 11(256).

Kohlbacher, F. (2008). Knowledge based marketing: building sustaining competitive advantage trough knowledge co-creation. *international journal of management and marketing*, p. 622.

Kohlbacher, F. (2008). knowledge based Marketing:building and sustaining competitive advantage trough knowledge co-creation. *international journal of management and decision marketing*, p. 624.

الملتقى الدولي حول : الابتكار والاستدامة في صناعة الوجهات السياحية

مداخلة بعنوان : دور المنصات الالكترونية في التسويق للوجهات السياحية

– تجارب بعض الدول العربية –

محور المشاركة : الابتكار في تخطيط وإدارة وتسويق الوجهات السياحية

الاسم واللقب: جمال دالي

الدرجة العلمية: طالب سنة ثالثة دكتوراه LMD

مؤسسة الانتماء : جامعة الجزائر 3

البريد الالكتروني: dalidjamel@gmail.com

الهاتف : 0660133555

مخبر الانتماء : مخبر رأس المال البشري و الأداء

جامعة الجزائر 3

ملخص :

تم في هذه الدراسة تسليط الضوء على دور المنصات الالكترونية في التسويق للوجهات السياحية ، كون وسائل تسويق الوجهات السياحية تتعدد ، منها التقليدية و الحديثة ، أما في الوقت الحالي فتعددت الوسائط الالكترونية لتسويقها ، منها المواقع الرسمية للهيئات السياحية ، مواقع التواصل الاجتماعي ، سواء مستحدثة من طرف هذه الأخيرة أو أفراد المجتمع المدني أو من سياح زوار الإقليم ، وكذا إبراز تجارب دول عربية نجحت في تسويق أقاليمها السياحية ، ومعرفة واقع استعمالها في الجزائر؛

وخلصت الدراسة إلى أن المنصات الالكترونية أصبحت وسيلة هامة ولها دور فعال في الترويج وجذب التدفق السياحي للوجهات والأقاليم السياحية عالميا وعربيا ، و يزداد استعمالها كل يوم من طرف الكثير من الدول السياحية

الكلمات المفتاحية : المنصات الالكترونية ، الوجهات السياحية ، التسويق السياحي .

Abstract:

In this study, we shed light on the role of electronic platforms in marketing tourist destinations, since the means of marketing tourist destinations are numerous, including traditional and modern ones. However, at the present time, electronic media for marketing them have multiplied, including the official websites of tourism bodies, social networking sites, whether developed by The latter, members of civil society, or tourists visiting the region, as well as highlighting the experiences of Arab countries that have succeeded in marketing their tourist regions, and knowing the reality of their use in Algeria.

The study concluded that electronic platforms have become an important means and have an effective role in promoting and attracting tourist flow to tourist destinations and regions globally and in the Arab world, and their use is increasing every day by many tourist countries.

Keywords: Electronic Platforms, Tourist Destinations, Tourism Marketing.

مقدمة:

مع بداية القرن الواحد والعشرون أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بصفة عامة ، والتجارة الالكترونية بصفة خاصة من أهم العوامل الأساسية في تسهيل نشاطات وإجراءات إدارة الأعمال في العالم ، وأصبحت التجارة الالكترونية عاملا محفزا لكثير من الأعمال لتغيير هيكلها وطرق إدارتها ، وأصبح القائمون على الحملات التسويقية الرقمية يستخدمون الوسائط التكنولوجية كوسيلة تسويقية نظرا لعدة اعتبارات منها : التكلفة ، الوقت ، ... الخ ، ومن بين هذه الوسائط استعمال المنصات الالكترونية كأرضية للتعريف بمختلف المقومات السياحية للكثير من البلدان ، مما ازدادت عن طريقها حصتهم السوقية ، وتعززت قوة الاتصال بين مختلف الفاعلين في المجال السياحي مما سهل العملية السياحية .

- إشكالية الدراسة : إنطلاقا مما سبق، يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية :

ما هو دور المنصات الالكترونية في التسويق للوجهات السياحية ؟

ويتفرع عن إشكالية الدراسة الأسئلة الفرعية التالية :

- مالمقصود بالمنصات الرقمية والتسويق السياحي للوجهات؟
- هل نجحت حقا الدول العربية في التسويق لوجهاتها السياحية عن طريق المنصات الالكترونية ؟
- ما فعالية المنصات الالكترونية في الترويج للوجهات السياحية الجزائرية وما التسهيلات التي توفرها ؟

لمعالجة هذه الإشكالية الرئيسية وأسئلتها الفرعية نقتراح الخطة التالية :

أولا:مقدمة ؛

ثانيا: مفهوم الوجهات السياحية وعلاقتها بالأقاليم السياحية ؛

ثالثا : المنصات الالكترونية ودورها في التسويق السياحي ؛

رابعا : تجارب عربية.

خامسا : المنصات الالكترونية ودورها في ترويج الوجهة السياحية الجزائرية .

- الفرضيات : ولالإجابة على إشكالية الدراسة وأسئلتها الفرعية تم صياغة الفرضيات التالية :

- للمنصات الالكترونية دور فعال في الترويج للوجهات والأقاليم السياحية .
- تمتلك الجزائر المؤهلات المادية والبشرية لإنشاء المنصات الخاصة بالترويج للمنتجات السياحية ، وتتلقى الدعم الكافي من الجهات الوصية .

- أهمية الدراسة : تكمن أهمية الدراسة انطلاقا من الاهتمام و توضيح الرؤية والإحاطة بالجوانب النظرية لموضوع المنصات الرقمية ودورها في الترويج للوجهات السياحية خاصة في الوقت الحالي الذي انتشرت فيه وسائل ووسائط تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل موسع.

- أهداف الدراسة : تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها :

- التطرق إلى تعريف المنصات الالكترونية أو الرقمية ودورها في التسويق السياحي ؛

- التعرف على الجهات السياحية وعلاقتها بالأقاليم السياحية ؛

- تسليط الضوء على تجارب بعض الدول العربية الناجحة في التسويق لوجهاتها السياحية عن طريق المنصات الالكترونية .

● **منهج الدراسة :** للإلمام بإشكالية الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي حيث تم الاطلاع على مجموعة من المراجع ذات الصلة بالموضوع قيد الدراسة بهدف تحديد إطاره النظري وإثرائه .

● **الدراسات السابقة :**

■ **دراسة راضية بن نوي ، والموسومة بعنوان : واقع تطبيق السياحة الالكترونية في الجزائر - دراسة ميدانية بالهياآت السياحية الوطنية** ، مقال في مركز جيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 71 ، يناير 2021 ، هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على بوادر السياحة الالكترونية في الجزائر وأهم النقائص التي تواجهها ، وخلصت الدراسة إلى أن الجزائر لا زالت تعاني من نقائص ومشاكل عديدة تعيق التطبيق الفعال للسياحة الالكترونية ، أهمها غياب ثقافة التعامل الالكتروني بين الهيئات السياحية والمستهلك فيما يخص خدمات السياحة الداخلية ، إضافة إلى غياب عملية الدفع الالكتروني والتي تعتبر حلقة ضرورية لإتمام عملية الحجز والتوزيع وتسوية التعاملات الالكترونية ، رغم المبادرة الايجابية التي سعى إليها الفاعلون في القطاع السياحي حول اتفاق تعميم استعمال وسائل الدفع الالكتروني في المؤسسات السياحية بانتظار نتائج تطبيقها على أرض الواقع خاصة مع وجود مشكل نقص التغطية الهاتفية .

■ **دراسة ساسي نجاة ، الموسومة بعنوان : نحو تدعيم سياحة افتراضية ورقمية في عالم ما بعد كورونا (تجديد منظومة القانون الدولي للسياحة)** ، مقال ضمن المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية ، المجلد 58 ، العدد 02 سنة 2021 ، هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أزمة السياحة أثناء وبعد جائحة كورونا ، كما أبرزت حقيقة الترحال الرقمي هل حقيقة أم خيال وهل يعتبر نشاط سياحي أم عمل سياحي بالتبعية كما تطرقت لتجارب عدة " الدنمارك ، فلندا ... " ، وخلصت الباحثة إلى أن السياحة الافتراضية أو الرقمية باتت من المستلزمات الجديدة التي فرضت ظروف ما بعد الوباء لتسريع في وتيرتها مقارنة مع الفترة السابقة ، كما أوضحت بتكريس السياحة الرقمية وفق المنظومة الحديثة للقانون الدولي للسياحة ، ويتعين على المنظمة العالمية للسياحة المبادرة بدعم الاستراتيجيات الوطنية للدول التي تحتاج إلى الدفع قدما للحاق بركب الرقمنة .

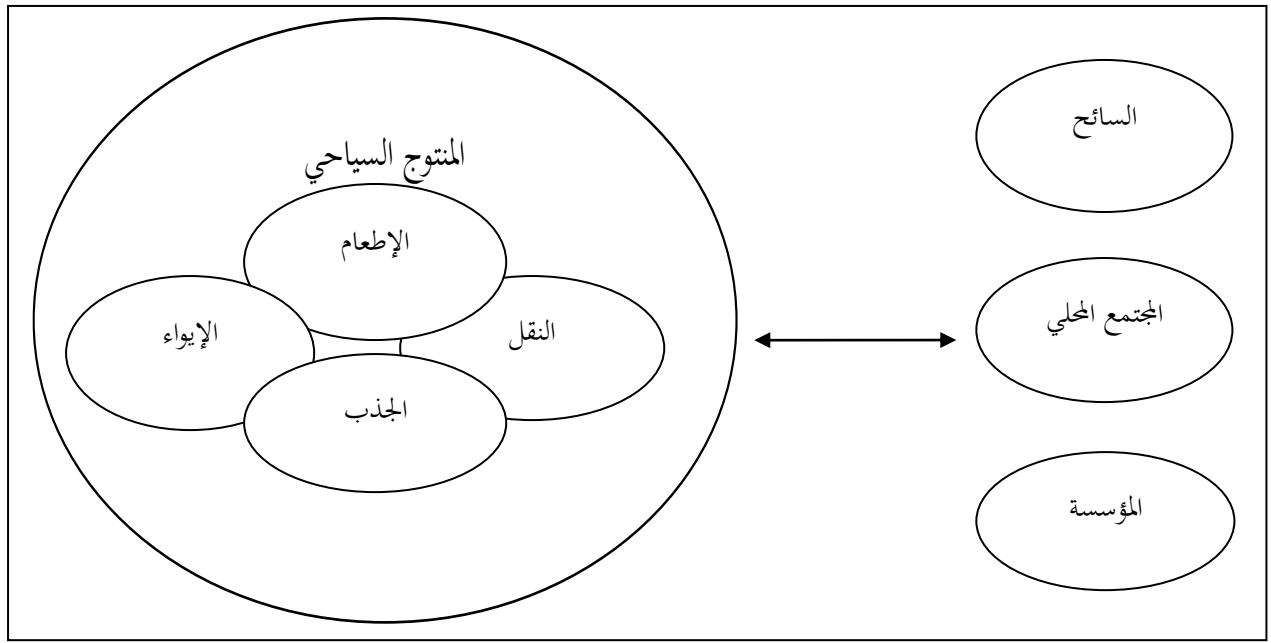
نشير إلى أن أغلب الدراسات التي اطلعنا عليها تختلف مع دراستنا في المعالجة المنفردة للمنصات الرقمية خصوصا ، على عكس الدراسات التي تناولت في أغلبها السياحة الرقمية أو الالكترونية ، كما تم التركيز في هذا العمل على المنصات الرقمية السياحية في الجزائر .

2. مفهوم الجهات السياحية وعلاقتها بالأقاليم السياحية :

في هذا العنصر سيم التطرق لمفهوم الجهات السياحية وكذا الإقليم السياحي ، ومناطق التوسع السياحي .

1.2 الجهات السياحية : الجهات السياحية هي مناطق جغرافية يقرر السائح قضاء وقته فيها ، وهي مزيج من المنتجات والخدمات والموارد الطبيعية... الخ ، قادرة على جذب السياح ، لتوضيح المفهوم أكثر نستعين بالشكل الموالي :

الشكل رقم (01) : نظام الوجهة



source: Laurent botti et autres, ingénierie du tourisme, de Boeck, paris, 2008, p 20.

تؤكد الإحصائيات أن عدد السياح على مستوى العالم بلغ عام 1999 نحو 625 مليون سائح أنفقوا نحو 445 مليار دولار ، بزيادة قدرها 2 % عن عام 1998 ، وبلغ عددهم 980 مليون سائح سنة 2011 بنسبة زيادة قدرها 46,12 % عن سنة 1995 ، أغلب السياح يتوجهون إلى قارة أوروبا وعددهم 503 مليون سائح ، بينما تستقبل آسيا ودول الباسفيك 216 مليون سائح ، في حين يتوجه إلى قارة أمريكا 156 مليون سائح ، أما دول الشرق الأوسط وقارة إفريقيا فلا يستقبلان سوى 55 مليون سائح ، بينما بلغ عدد السياح 842 مليون سائح سنة 2006 بزيادة بلغت 4,5 % مقارنة بسنة 2005 وبلغت أرباحها 623 مليار دولار في 2004 و800 مليار دولار في 2006 ، وتشكل السياحة نحو 10 % من إجمالي الدخل العالمي ، وأن بعض الدول حققت ما نسبته 25 % إلى 30 % من دخلها الوطني من السياحة (عمر على صالح، 2000، صفحة 73) .

بلغ سنة 2013 عدد السواح على مستوى العالم 1,087 مليون سائح ، بزيادة قدرها 52 مليون سائح عن سنة 2012 (www.unwto.org, 2015) ، أما في سنة 2015 فبلغ عدد السياح عالميا 1,184 مليون سائح منهم 609 مليون سائح في أوروبا يشكلون نسبة 51 % ، و54 مليون سائح في الشرق الأوسط يشكلون نسبة 5 % ، و227 مليون سائح في آسيا والمحيط الهادي يشكلون نسبة 23 % ، أما قارة أمريكا فبلغ عدد السياح 191 مليون سائح يشكلون نسبة 16 % ، وأخيرا إفريقيا ب53 مليون سائح يشكلون نسبة 5 % ، أما في 2016 فبلغ عدد السياح 561 مليون سائح بين جانفي وجوان وذلك بارتفاع قدره 4 % مقارنة بنفس الفترة لسنة 2015. (http://statistics.unwto.org/news, 2015).

2.2. الإقليم :

يستخدم مفهوم الإقليم région استخداما واسعا في شتي مجالات المعرفة ، وهو يعني مساحة معينة أو جزءا جغرافيا ذا خصائص طبيعية وتاريخية وبشرية ، اقتصادية و اجتماعية ، معينة ، يتميز الإقليم الجغرافي بمؤشرات ثلاثة : الموضوعية ، والخصوصية ووحدة مكوناته أو عناصره ، (دياب محمد(2012, p. 457) ، كم أشار ويلتيلسي whilteley للإقليم بأنه جزء متميز من سطح الأرض ، (دياب محمد(2012, p. 461) ، كما يعرف الإقليم السياحي بأنه منطقة جغرافية غنية بعوامل الجذب السياحي وتحتوي منشآت

ومرافق سياحية ، وإدارة سياحية تشرف على تطوره مع ازدياد أعداد السياح ، فهو إقليم متخصص بخدمة ، سواء للاستجمام أو للاستشفاء والعلاج أو للمعرفة والاطلاع... الخ ، في أغلب بلدان العالم توجد مناطق تشتهر بتطور السياحة فيها وأخرى خارج نطاق السياحة ، لذلك نجد مناطق يتم فرزها إلى أقاليم سياحية متطورة ، وأخرى أقل تطورا ، وثالثة محتملة أي كامنة ، حيث تمتلك موارد سياحية لكنها غير مستثمرة . (دبس، صفحة 01)

3.2. مناطق التوسع السياحي : يشار لمنطقة التوسع السياحي بأنها كل منطقة أو امتداد من إقليم يتميز بصفات أو خصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة ، مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية ويمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات المردودية . (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2003، صفحة 05)

بهذا التعريف نلاحظ أن خلق مناطق التوسع السياحي كفيلة بتنمية نمط أو نموذج سياحي يزيد من المردودية والعوائد ، دون تحمل أعباء كبيرة ، وحتى وان تم تحملها فيمكن توزيعها وإطفاؤها خلال السنوات المقبلة ، إذا ما قامت الهيئة بالنشر والدعاية السياحية وفق البعدين المكاني والزمني ، وتحصي الجزائر حوالي 225 منطقة توسع سياحي سنة 2018 ، و 153 منطقة بما الدراسات منتهية (مديريات السياحة ، موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية ، 2021).

الشكل رقم (02) : صورة توضيحية لمنطقة التوسع السياحي لقلعة بني حماد بالمسيلة



المصدر : صورة أخذت من طرف الباحث

3. المنصات الالكترونية ودورها في التسويق السياحي :

تعددت تعاريف التجارة الالكترونية ، حيث تعتبر مصطلح يطلق على عملية بيع أو شراء أو تبادل منتجات خدمات أو معلومات عن طريق شبكات الحاسب والانترنت (الطار، 2003، صفحة 2) ، كما أنها عملية القيام بصفقات مالية بطرق الكترونية ، ومع زيادة التجارة على شبكة الانترنت ، أصبحت التجارة الإلكترونية تعني الشراء عن طريق الشبكة ، ويمكن أن تتم التجارة الالكترونية بين الأفراد وبين الشركات (السيد أحمد، 2006، صفحة 34) ، أما المشرع الجزائري فيعرف التجارة الالكترونية وفقا للقانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 ماي 2018 بأن التجارة الالكترونية هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني ، عن طريق الاتصالات الالكترونية (القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، 2018) .

1.3. السياحة الالكترونية : تعرف على أنها استخدام الأعمال الالكترونية في خدمة السياحة والسفر ، واستخدام آليات تكنولوجيا المعلومات من أجل تفصيل عمل الموردين السياحيين وإيصال المنتج السياحي إلى المستهلك النهائي عن طريق هذه التكنولوجيا التي تخدم

السائحين من مختلف دول العالم ، ومن هذه الأدوات الشبكة الدولية (الانترنت) (الخصاونة و المشاقبة، 2011، صفحة 365)، كما تعرف بأنها :كل منتج سياحي هو منتج ثقة يحتاج إلى تدفق للمعلومات بين مجموعة من الفاعلين في صناعة السياحة، لكي يستطيع المستهلك تكوين فكرة عند شراءه للخدمة أو المنتج السياحي والذي لا يمكن التعرف على خصائصه الحقيقية إلا عند استهلاكه (Lucie k. Morisset et autres، 2012، صفحة 148) .

للسياحة الالكترونية العديد من المجالات منها : (الخصاونة و المشاقبة، 2011، صفحة 366)

- التسويق السياحي وحجز الفنادق.
 - حجز تذاكر الطيران وتسويتها عبر الانترنت
 - تنشيط السياحة عبر الانترنت.
 - البريد الالكتروني كوسيلة للتسويق السياحي
 - محركات بحث ودورها في البحث عن متطلبات وفعاليات السياحة في مختلف أنحاء العالم.
- من أهم المنتجات الالكترونية لخدمة السياحة نجد الخريطة السياحية الالكترونية ، والتي يتم الدخول إليها من خلال موقع على الانترنت بحيث يتمكن المستخدم من خلالها الدخول إلى كل المواقع السياحية للبلد بحيث يستطيع الاستعلام عن المواقع السياحية والطرق المؤدية إليها والبحث والاستفسار عن المسارات السياحية المختلفة ، وازدادت أهمية السياحة الالكترونية مع زيادة الاهتمام بالتجارة الالكترونية ، فبعد أن كانت السياحة الالكترونية تسهم ب 7% من التجارة الالكترونية زادت النسبة إلى 35% من إجمالي التجارة الالكترونية في عام 2002 ، وبعض الدراسات والأبحاث تشير إلى أن (بجياوي و حامدي، 2011، صفحة 34):

- ✓ استخدام أكثر من 64 مليون مواطن أمريكي خدمة البحث عن المعلومات الخاصة بالمقاصد السياحية المختلفة والأسعار والبرامج السياحية، وقيام 66% منهم بالحجز الالكتروني من خلال شبكة الانترنت ، ووصول مبيعات الانترنت إلى نسبة 30% من إجمالي سوق السفر في الولايات المتحدة في عام 2005.
- ✓ زيادة مبيعات السفر عبر الانترنت في دول الاتحاد الأوربي لتصل إلى 14 مليار دولار سنة 2003.
- ✓ امتلاك 80% من الفنادق في أوروبا لمواقع الكترونية ، في حين يوجد في النمسا 90% من الفنادق، منها 63% تقدم خدمات البيع عن طريق الشبكة وتصل طلبات الحجز الالكتروني إلى 73%.
- ✓ وصول حجم المبيعات السياحية عن طريق التجارة الالكترونية إلى 63 مليار دولار في عام 2006 منها 20 مليار دولار في أوروبا.

2.3. المنصات الالكترونية : هي عبارة عن بيئة خاصة بجميع أنواع النشر سواء كان نشر معلومات أو نشر منتجات ، ويكثر فيها التفاعلات .

تتعدد فوائد بناء المنصات منها نجد (السويدي، 2020، صفحة 41):

- زيادة الابتكار .
- سهولة وسرعة الاستخدام .
- نقص الخطر والتكلفة .
- زيادة قاعدة المستهلكين .

أما أقسام المنصات نجد :

- منصات ابداعية Innovation Platforms مثل أنظمة الموبايل
- منصات العمليات Transaction Platforms مثل موقع Airbnb
- منصات التكامل Integration Platforms مثل : متاجر التطبيقات وموقعي أمازون وعلى بابا كونهما يتكاملون بين المستخدم والتاجر .
- منصات الاستثمار Investment Platforms .

من أهم أسباب نجاح «السياحة» عبر المنصة الإلكترونية، ترابط وتشابه وظائف (التسويق السياحي) بأساسيات عمل (قطاع الأعمال) عبر شبكات الإعلام الاجتماعي المتمثلة في «الاتصال» وهو عملية إقناع الزبائن بملائمة (الخدمات والعروض السياحية) لرغباتهم عبر وسائل وتطبيقات ومواقع اجتماعية متعددة ومختلفة ومتنوعة الفئات والشرائح الاستهلاكية المستهدفة. ومن جانب آخر تتمثل في عملية «التنمية» حيث تتبلور هذه العملية في عمليات التخطيط والإعداد المسبق للعمليات البيع والشراء المعتمدة على عملية «الاتصال» مع الفئات المستهدفة عبر الشبكة التواصلية الاجتماعية، ومن بين تلك الوظائف تحدث عملية «المراقبة» المتمثلة في استخدام ما توفره التقنيات الاتصالية الحديثة لمراقبة السوق المستهدف وقياس الأداء - أي أداء العمل التسويقي عبر المنصة الإلكترونية.

للتأكيد عملية نجاح التسويق السياحي عبر المنصة الإلكترونية، لا بد من وضع إستراتيجية عمل تقتضي القيام بمهام محددة لتصويب الجهود المبذولة نحو الهدف المراد تحقيقه ، مثل تحويل حساب الجهة السياحية كحسابات وكلاء السفر وشركات الطيران إلى حسابات أعمال رسمية لسهولة إمكانية رصد تقارير مؤشرات الأداء ، وكاستخدام الوسم «الهاشتاق» المناسب للمحتوى السياحي - الترويجي، والتواصل المستمر مع الزبائن والمتابعين عبر المواقع التواصلية من خلال طرح أسئلة متعلقة بالجمال السياحي لتلبية رغباتهم وتحقيق توقعاتهم ، وكذلك نشر عديد من القصص والأخبار المتعلقة بالسياحة (الزعيبي، 2020) .

تحدث التقنيات والمنصات الرقمية تحولا شاملا في الطريقة التي يعمل بها قطاع السياحة ، وتوفر المنصات الرقمية للمستهلكين إمكانية الوصول إلى أي مكان بالعالم وتتيح لمقدمي الخدمات تعزيز تطوير قطاع السياحة ومعايره التنافسية. وبمقدور العديد من البلدان منخفضة الدخل الاستفادة على الأرجح من هذا التحول الرقمي، وهناك بلدان أخرى معرضة للخطر التأخر والتخلف إذا لم تغتنم هذه اللحظة المنصات الالكترونية ومستقبل السياحة (تقرير البنك الدولي، 2022)

4. تجارب عربية :

أغلب الدول العربية لديها منصات الكترونية تستخدمها للترويج لوجهاتها السياحية والخدمات المرابطة بها ، وكذلك الترويج المختلف منتجات صناعتها التقليدية ولإبراز دور هذه المنصات تنطبق للتجارب التالية :

1.4 التجربة المصرية: أعلنت وزارة السياحة ، أن تنوع منصات الترويج وتحديث آليات التسويق لجمهورية مصر العربية ، أحد أهم المحاور التي يعتمد عليها برنامج الإصلاح الهيكلي لتطوير قطاع السياحة ، وذلك لتقديم صورة معاصرة وغير نمطية للمقاصد السياحية.

يشير وليد شكري الرئيس التنفيذي لموقع "ترب تاب" المتخصص في تقديم خدمات السياحة عبر الانترنت إن شركة تستحوذ على 8 % من سوق السياحة "أون لاين" وأضاف أن هذا السوق في مصر ينمو بشكل كبير حيث بلغ 53 % تقريبا في القطاع السياحي متوقعا أن يرتفع إلى 42 % تقريبا خلال عامين في ظل زيادة اعتماد الشركات السياحية على الحجز الالكتروني ، وأوضح أن تكلفة التحول من الترويج التقليدي إلى "أون لاين" تتراوح بين 20 ألفا وحتى 120 ألف جنيه تقريبا وذلك وفقا لما يحتويه الموقع أو التطبيق من خدمات ، وأوضح أن سوق السياحة الانجليزي في مصر قد يتأثر بنسبة 12 % إلى 14 % تقريبا .

قدرت منصات الكترونية تعمل بالقطاع السياحي حصصها التسويقية والترويجية بنسبة تتراوح من 35 % إلى 50 % من السوق متوقعين زيادتها بشكل أكبر خلال السنوات المقبلة ، وأشار إلى سوق السياحة الالكترونية بدأ ينتشر على حساب السوق السياحي التقليدي حيث بلغت نسبته حتى الآن نحو 50 % تقريبا وقد يستحوذ على حصة تصل 80 % خلال 3 سنوات المقبلة (المنصات الالكترونية)

(<https://alborsaanews.com/2019/10/15/1254484>, 2020)

الشركات الدولية للترويج والتسويق هم :

شركة Beautiful Destinations العالمية : تعد واحدة من أكبر الشركات المتخصصة عالميا في الترويج للمقاصد السياحية المختلفة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ، وقد وقعت وزارة السياحة المصرية ، مع شركة Beautiful Destinations بروتوكول شراكة خلال مشاركة مصر في فعاليات بورصة برلين السياحية ITB في مارس الماضي ، ويتضمن هذا البروتوكول الترويج للسياحة المصرية والتعاون في تنفيذ بعض جوانب الحملة الترويجية الدولية لمصر People to People و Branding by Destinations (GEM 2020) منها إعداد الإستراتيجية التي سيتم استخدامها لتجهيز وتصوير المحتوى الترويجي لمختلف المناطق السياحية في مصر للتسويق لمصر عالميا .

وأطلقت الوزارة مؤخرا أول فيلم ترويجي لحملة People to People والذي أنتجته الوزارة بالشراكة مع شركة Beautiful Destinations العالمية، بهدف إلقاء الضوء على الوجوه المصرية المختلفة ، حيث يقدم الفيلم لقطات متنوعة تعرض الأماكن الأثرية والسياحية وجوانب من الثقافة المصرية ، والطعام المصري والأنشطة الكثيرة من خلال نماذج مختلفة من المصريين.

بالإضافة للمنصات التالية والتي لا تقل أهمية عن المنصة المشار إليها نجد:

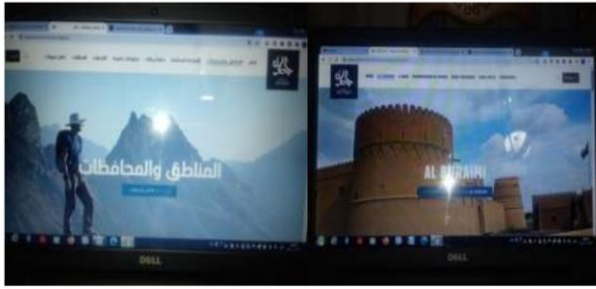
- شبكة قنوات Discovery العالمية.
- شركة ISOBAR العالمية.
- شركة Expedia العالمية.
- شبكة CNN العالمية.
- شركة CTRIP الصينية.

2.4. المنصات الالكترونية السياحية بالأردن : منصة السفر إلى الأردن هي منصة أطلقتها هيئة تنشيط السياحة الأردنية ضمن مجموعة المنصات التي أطلقتها الحكومة الأردنية لإدارة أزمة كورونا والهدف من منصة السفر إلى الأردن من أجل استقبال طلبات الراغبين بالسفر إلى الأردن الأغراض السياحة وإصدار التصاريح الشخصية لهم وتوضيح الإجراءات والقوانين الاستقبال السواح من مختلف دول العالم

بالاعتماد على تصنيفهم وفق انتشار فيروس كورونا فيهم لأن الانترنت يشكل جزء كبيراً من حياتنا اليومية فإن الأردن يتجه نحو الحكومة الإلكترونية ولذلك تم إطلاق العديد من دليل المواقع و المنصات الإلكترونية الرسمية، لذلك ارتأينا كمواطنين أردنيين إنشاء دليل جو أو فيشال لتدوين جميع دليل المواقع و المنصات الإلكترونية الأردنية الرسمية والأهلية وتسهيل إيجادها والوصول لها، هذا الدليل ليس حكومياً و لا يتبع أي جهة رسمية، بل هو دليل تم إنشائه بمجهود شخصي لغايات المنفعة العامة (موقع المنصة على الرابط : <https://www.joofficial.com>).

3.4. المنصات الإلكترونية السياحية بعمان : دشنت وزارة السياحة موقعاً ترويجياً جديداً بعنوان experience.om مختصاً بالسياحة العمانية وكل ما يتعلق بها من خدمات ومعلومات ، وذلك خلال الأمسية المصاحبة للمؤتمر العالمي الثاني للسياحة الثقافية، يأتي تدشين هذا الموقع ضمن جهود الوزارة الوصية الرامية لدعم وتطوير القطاع السياحي في كافة المجالات ، خصوصاً في مجال استخدام المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي حيث يعد الموقع الجديد نافذة يطل منها العالم للتعرف على المستجدات في كافة الصعد ، ويتميز كونه مترجماً بست لغات، ينظر الصورتين أدناه.

الشكل رقم (03) : صورتين توضيحتين للمنصة بسلطة عمان



المصدر : صورة أخذت من طرف الباحث

تحتوي المنصة على مقترحات للبرامج السياحية وقوائم الشركات السياحية والفنادق ومختلف الخدمات ، وهناك قسم خاص يقدم معلومات ثرية عن سياحة الحوافر والمؤتمرات ؛

يهدف الموقع للترويج للسلطنة كوجهة سياحية فريدة بما تملكه من مقومات حضارية وتاريخية وطبيعية متميزة ، حيث أنه يمكن الزوار من الحصول على جميع المعلومات الخاصة بالسياحة في عمان للاطلاع على المستجدات بشكل مستمر، وهو ما يسهم بدوره في إثراء حركة السياحة إلى السلطنة من خلال التعريف بالمقومات والمعالم السياحية التي تتميز بها ؛

وتهدف الوزارة من خلال المنصة الجديدة إلى التعريف بالسلطنة وإبراز أهم معالمها ، إلى جانب كونها هوية تسويقية لها في العالم الرقمي والمصدر الذي يرجع إليه للإجابة عن الأسئلة والاقتراحات ، كما أنها ستضيف قيمة للزوار الحاليين في السلطنة والزوار المستقبليين الذين يخططون لزيارتها ، ويعمل الموقع الجديد جنباً إلى جنب مع موقع oman tourism الذي يوفر معلومات شاملة عن وزارة السياحة

وخدماتها ، وتأمل وزارة السياحة في أن تحقق الهدف المنشود "إظهار جمال الطبيعة العمانية وما تضمه من عادات وتقاليد وقيم وثقافة متأصلة منذ القدم (https://www.alarabiya.net, 2019) .

4.4 . المنصات الالكترونية السياحية بالمغرب: "بيدينا" أول منصة إلكترونية تابعة لمجموعة "أيجروب" لتسويق منتجات الصناعة التقليدية المغربية عبر الانترنت وتشجع الاقتصاد الاجتماعي والتضامني لتحقيق توأمة الاقتصاد والتنمية ، وهو مشروع نموذجي لتطوير وتدبير نظام التسوق عبر الانترنت لمختلف منتجات الصناعة التقليدية ، ويدخل هذا المشروع في إطار المزاوجة بين قطاع التجارة الإلكترونية قطاعا علميا حديثا وقطاع الصناعة التقليدية ، قطاعا تقليديا، له وزنه في الاقتصاد الوطني مادام يشغل مليون عامل وله من القدرة والأدوات ما تحولت له الاستجابة لطلبات السوق الداخلية وإحداث مواقع جديدة في العالم.

ينسجم التطور التكنولوجي الذي تعرفه المنصة الإلكترونية المذكورة مع اختيارات مجموعة أيجروب" التي تمكنت من تحقيق وجودها في السوق عبر الويب ، حيث تتجلى موادها في المنتجات التقليدية المغربية ، وتعد أرضيتها التجارية اليوم من بين الوحدات التجارية التي بصمت السوق المغربي بأزيد من 3500 منتج من خلال 232 تصنيفا ، ويبقى هدف المجموعة هو تحديد 15000 مرجع مصنوع تقنيات اليد المغربية ، وتعتمد المنصة الإلكترونية " بيدينا" على الأداء التقليدي العادي عبر بطاقة السحب الإلكترونية، وهو اختيار متطور من قبيل "ماروك تيليكومرس"، مع عدد من البطاقات الوطنية والدولية ، أو الأداء عبر وسائل بنكية أخرى.

وأهم ما يميز المنصة الإلكترونية التجارية لمجموعة "أيجروب"، التي كلفت مبلغا يناهز 70 مليون درهم التركيز على اعتماد حلول معلوماتية للتدبير المندمج من أجل تدخلات بدون أخطاء ، والاندماج الكامل مع آخر التكنولوجيات في التجارة عبر الويب، خصوصا موقع "غوغل"، وهذا الاندماج منح منصة مجرية تنسجم مع الواقع عبر التسويق المستهدف ، فضلا عن معالجة المعطيات الشخصية بشكل يتوافق مع الطرح الوطني والدولي . (https://assabah.ma)

الشكل رقم (04) : أحد طرق تسويق الخزف المغربي على المنصة



Source :https://www.biyadina.com /fr

5. المنصات الالكترونية ودورها في ترويج الوجهة السياحية الجزائرية :

تشرف على قطاع السياحة في الجزائر، وزارة السياحة والصناعات التقليدية والتي لديها موقع الكتروني للتعريف بالمقومات السياحية بالجزائر إضافة للإحصائيات الخاصة بالقطاع وتم إضافة بوابة الخدمة العمومية لقطاع السياحة (متابعة الطلبات ، شكاوي الاتصال) ،

كما يتولى الديوان الوطني للسياحة مهمة تسويق الوجهة السياحية بمختلف الوسائل التي يمتلكها (الإلكترونيا، معارض ..)، الوكالة الوطنية للتنمية السياحية ، كما توجد بكل ولاية مديرية ولأئية للسياحة، من خلال تصفحنا لأغلب مواقع الهيئات السياحية في الجزائر لحظنا امتلاكها لمواقع الكترونية، عدا الفنادق السياحية التي اشرفنا أن 10% فقط منها يستجيب للمعايير السياحية الدولية، إلا أن تحديث المعلومات السياحية وتقديم خدمات الكترونية للكثير منها يبقى محدود نتيجة عدة عوامل تتطلب دراسة أكثر.

كشفت المتدخلون، أن واقع السياحة الالكترونية في الجزائر لا يزال جد محدود، فحسب ترتيب المنتدى الاقتصادي العالمي، فإن الجزائر احتلت المرتبة 122 في ترتيب الدول من منظور البنية الأساسية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وهو ترتيب يعكس - حسبهم - مدى ضعف البنية التحتية ويفسر إلى حد كبير محدودية انتشارها ، كما شدد المتدخلون على أن النهوض بالسياحة الالكترونية في الجزائر أصبح أكثر من ضرورة ، خاصة وان الجزائر تملك مقومات سياحية كبيرة ، لكن ذلك لن يتأتى إلا بالاهتمام أولا بالقطاع السياحي من خلال توفير عروض سياحية ملائمة ترقى إلى مستوى أذواق السياح بداية بإعادة تهيئة جميع المرافق السياحية وتوفير كل مستلزماتها ، ثم تبني بعد ذلك سياسات ترويجية ملائمة للتعريف بالمنتوج السياحي خاصة عن طريق الشبكة العنكبوتية (<http://www.eldjaironline.net/Accueil> ، 2019)

كما أن السياحة الالكترونية في الجزائر تعاني كثيرا جراء غياب المقاربة ما بين قطاعي السياحة والبنوك الأمر الذي جعل المؤسسات السياحية تخسر الكثير من زبائنها ، فالحجز الالكتروني لوحده ليس كافيا لجعل المستهلك السياحي يبقى وفيا لهذه الوجهة السياحية في ظل المنافسة الشديدة الأجنبية ، وتعتبر هذه المقاربة المتمثلة في الدفع الالكتروني من الحلقات الضرورية التي يجب توفرها في العمل السياحي الالكتروني ، ويتم هذا من خلال ربط أنظمة الدفع الالكتروني عبر الانترنت بأنظمة الحجز والتوزيع التي بواسطتها يمكن استخدام البطاقات الائتمانية والشيكات الالكترونية في عملية التسوية الالكترونية بين المتعاملين السياحيين والسياح عبر شبكة الانترنت بواسطة مؤسسات معالجة البطاقات التي تسمى بوابات الدفع payment gateway بإجراء المقاصة وتحويل المبلغ المالي من حسابات السائح إلى حساب المؤسسة السياحية دون الحاجة لتنقل الطرفين إلى المؤسسات المالية لإتمام العملية السياحية.

إن غياب المقاربة السابقة الذكر تعتبر من أهم العوامل الأساسية التي تدفع المستهلك السياحي الالكتروني إلى إرجاء عملية الشراء الالكتروني عبر الانترنت ، وهذا الإرجاء له اثر سلبي على المؤسسة السياحية الوطنية (بن ذهبية و محمد لبشير، 2015، صفحة 64)

من جهته يرى الخبير الاقتصادي الدكتور بوزيان مهمام في حديثه لـ " الحوار " أن السياحة الافتراضية " كأداة فعالة و مبتكرة للترويج لوجهة الجزائر السياحية في فترة ما بعد كورونا، ويكون تعزيز السياحة الافتراضية" من خلال الأرضيات و البوابات الرقمية التي تشتمل على معالم الكمون السياحي الوطني والمخزون الجذاب والمغري للسواح ، خاصة المتاحف الرقمية المفتوحة على الطبيعة ، هي واحدة من الأدوات من المبتكرة التي ينبغي اعتمادها للترويج للوجهة السياحية الجزائرية.

إن إطلاق بوابات السياحة والسياحة الرقمية، يضيف مهمام هو توجه ينبغي مباشرته ضمن منظور صناعة المحتوى السياحي الرقمي الراقي ضمن منظور التوجه نحو الاقتصاد الرقمي (سيد علي، 2022).

تم مؤخرا إطلاق منصة نملتيك " namlatic للحجز الفندقية تحت شعار " ابق معنا، وأشعر كأنك في بيتك"، وتستخدم المنصة وسائل الدفع الإلكتروني وتسهيل طرق الحجز الفندقية في الجزائر، وتشكل هذه المنصة حافزا لإطلاق مبادرات أخرى في مختلف الأنشطة السياحية.

في المقابل لا توجد منصات إلكترونية متخصصة في عرض منتجات القطاع السياحي بالجزائر (صناعات تقليدية خدمات المرشدون - الإدلاء - السياحيون) ، في المقابل وضعت وزارة السياحة بوابة الخدمة العمومية لقطاع السياحة، تهدف لترقية وتسهيل الخدمات العمومية المقدمة للفاعلين في قطاع السياحة..

6. خاتمة :

من خلال هذه الدراسة تبين لنا انخراط العديد من الدول في مختلف العالم عموما والدول العربية خصوصا "مصر، الأردن ، المغرب سلطنة عمان...." في التسويق لأقاليمها السياحية المختلفة وكذا منتجات الصناعات التقليدية والحرفية مما أثر إيجابا في زيادة حصتها السوقية ، إلا أن للجزائر مقومات سياحية هائلة ، ولديها الإمكانيات للترويج للسياحة عبر مختلف الوسائل خاصة الإلكترونية، وهي بذلك لم تدخل بعد لمنافسة الدول العربية السياحية في مجال الترويج عبر المنصات الإلكترونية مقوماتها السياحية.

1.6. إختبار الفرضيات :

- تم إثبات صحة الفرضية الأولى بحيث أن للمنصات الإلكترونية دور فعال في الترويج للوجهات والأقاليم السياحية عالميا وعربيا ومن خلال عرض تجارب بعض الدول العربية تبين بأن لها دور فعال في جذب التدفق السياحي.
 - تم نفي صحة الفرضية الثانية بحيث أن الجزائر لا تمتلك المؤهلات المادية والبشرية لإنشاء المنصات الإلكترونية الخاصة بالترويج بالمنتجات السياحية ، ولا تتلقى الدعم الكافي من الجهات الوصية.
- وهذا من خلال محدودية إنشاء هذه المنصات وانعدام التعاقد مع المنصات الإلكترونية المعروفة عالميا، ويبقى الاعتماد على وسائل الترويج الأخرى غير كاف لجذب السياح.

2.6 نتائج الدراسة :

- يوفر التسويق الإلكتروني للوجهات السياحية عن طريق المنصات الإلكترونية خدمات للزبائن على مدار 24 ساعة وفي كل أنحاء العالم مما يزيد من حجم حصة الأقاليم السياحية المستهدفة.
- استعمال المنصات الإلكترونية يساعد في التعريف والترويج للوجهة السياحية وجذب أكبر عدد من السياح الأجانب.
- الجزائر وبالرغم من مقوماتها السياحية مازالت تعرف تأخرا في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مقارنة بدول الجوار مثل تونس والمغرب أو مثل الدول العربية كالأردن.
- امتلاك أغلب الهيئات السياحية في الجزائر لمواقع الكترونية (وزارة، المديرية، الديوان الوطني للسياحة، وكالات، مركبات سياحية فنادق مصنفة..)، إلا أن تحديث المعلومات وتقديم خدمات سياحية الكترونية يبقى جد محدود.

3.6. التوصيات:

- استحداث منصة إلكترونية خاصة بتسويق الوجهة السياحية الجزائرية ، أو التسويق عبر المنصات العالمية لزيادة حصتها السوقية من التدفق السياحي الدولي.
- العمل على استحداث منصة خاصة بكل الفاعلين في قطاع السياحة (الوكالات السياحية، الفنادق، الصناعات التقليدية، المطاعم، الإرشاد السياحي، المنتج السياحي)
- بذل الجهود من أجل جذب السياح الأجانب الذين لهم الدور في رواج المنتجات باقتنائها عن طريق الوسائل الحديثة للتسويق المنصات السياحية، تحديث المواقع الرسمية".
- العمل على تحديث وتطوير وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- ضرورة إدخال التعامل الإلكتروني من طرف المتعاملين السياحيين (فنادق، مركبات سياحية، وكالات سياحية، مطاعم مصنفة...)، خاصة وسائل الدفع الإلكتروني التي من شأنها إعطاء دفع للعمليات السياحية الإلكترونية.
- تشجيع البيع عن طريق المنصات الإلكترونية، كإعفاءها من الرسوم والضرائب مثل الرسم على القيمة المضافة، أو تخفيضها.

7. قائمة المراجع:

1.7. قائمة المراجع باللغة العربية:

- ✓ السيد أحمد عبد الخالق ، (2006) ، التجارة الإلكترونية والعمولة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، جامعة الدول العربية ، مصر.
- ✓ محمد شبيب الخصاونة، زياد محمد المشاقبة ، (2011) ، التنمية السياحية المستدامة ، دار جليس الزمان ، ط1، عمان .
- ✓ عزة العطار، (2003) ، التجارة الإلكترونية بين البناء والتطبيق ، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري ، جامعة الدول العربية ، مصر .
- ✓ بن ذهبية محمد ، محمد لبشير مبروك ، (2015) ، اثر الدفع الإلكتروني على تنمية اقتصاديات السياحة الأجنبية - دراسة بتحليل المزايا و التكاليف ، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ، العدد 13 .
- ✓ دياب محمد علي ، (2012) ، مفهوم الإقليم وعلم الأقاليم من منظور جغرافي بشري ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 28 ، العدد الثاني.
- ✓ عمر على صالح محمد ، (2000) ، السياحة ودور هام في دعم الاقتصاد الوطني ، في مجلة: التجارة، عدد خاص ، غرفة تجارة وصناعة الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة.
- ✓ يجاوي مفيدة، حامدي محمد ، (2011) ، استخدام السياحة الإلكترونية في وكالات السفر دراسة حالة وكالة تيمقاد للسفر باتنة، في مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية مجلة سداسية ، جامعة بسكرة ، العدد 06.
- ✓ ممدوح شعبان دبس، محاضرات في جغرافية السياحة ، كلية الآداب ، قسم الجغرافيا ، جامعة حلب ، سوريا.
- القوانين:
- ✓ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، (18) ذو الحجة عام 1423هـ / 19 فبراير (2003)، العدد 11 .

✓ القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية ، الجريدة الرسمية ، العدد 28 ، 16 ماي 2018 .

2.7. قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

✓ Lucie k. Morisset et autres, (2012) épistémologie des etudes touristiques, presses de l'université du Québec

• مواقع الانترنت :

✓ The platform ERA p41 , سيف السويدي، عصر المنصات ، المستقبل للمنصات

"https://abser.org/userpanel/files/platforms_cra.pdf 2020/11/29"

✓ http://akhbar-alkhaleej.com/news/article/1136173 ، نورة الزعبي التسويق السياحي غير المنصات

الإلكتروني... سيطرة متوقعة على السوق السياحي المصري، 2020/11/21

✓ نصيرة سيد علي ، السياحة الرقمية.. الرهان الدائم، تاريخ الاطلاع 2022/03/02 على الرابط :

https://www.elhiwar.dz/5775/

✓ تقرير البنك الدولي، تاريخ الاطلاع 2022/03/01 ،

Ibankdawali.org/ar/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration

✓ https://www.joofficial.com

✓ https://www.alarabiya.net ,2019

✓ https://assabah.ma

✓ http://statistics.unwto.org/news, International tourist arrivals up 4% reach a record 1.2 billion in 2015.

استمارة المشاركة

ملتقى وطني حول: الابتكار والاستدامة في صناعة الوجهات السياحية.

***** يوم الثلاثاء 25 و 26 جوان 2024 *****

الاسم: عياشي

اللقب: سنوسي

الجنسية: جزائرية.

الوظيفة: طالب دكتوراه.

مؤسسة الارتباط: كلية الحقوق والعلوم السياسية / قسم العلوم السياسية / جامعة 08 ماي 1945 -قائمة.

التخصص: سياسة عامة.

المجالات البحثية: تحليل السياسات العامة.

رقم الهاتف: 05.52.25.52.68.

البريد الإلكتروني: salimrahma23@gmail.Com.

محور المداخلة: المحور الثالث: الابتكار في تخطيط وإدارة وتسويق الوجهات السياحية.

عنوان المداخلة: جيل ألفا والابتكار: أي مستقبل للسياحة المستدامة ؟.

جامعة 08 ماي 1945 -قائمة / كلية الحقوق والعلوم السياسية / قسم العلوم السياسية:

بمناسبة اليوم الوطني للسياحة

ينظم الملتقى الوطني الثاني: الاتجاهات الجديدة في السياحة

المخلص:

أضحت السياحة في الوقت الراهن صناعة قائمة بذاتها ، لها نظرياتها وفلسفتها ؛ إذ اعتبرها خبراء الاقتصاد أكبر قطاع اقتصادي خدماتي في العالم؛ يضاها في مداخيله اقتصاد الصناعات الثقيلة .

فالسياحة باتت تشكل رافدا استراتيجيا للتنمية المستدامة في دول العالم الثالث ، ومصدرا مهما لخلق الثروة ومضاعفة مخزون العملة الصعبة في الدول المتقدمة. لكن؛ كل هذا محكوم بشروط ومتطلبات لا بد منها ؛ أبرزها توفر قطاع اقتصادي متوازن اقليميا وعلى نسبة معقولة من التطور؛ خاصة المجالات الاقتصادية المتشابكة مع الاقتصاد السياحي المستدام (كالنقل، الصحة، الثقافة والترفيه، الاعلام والاتصال،...) ، الاستقرار والأمن السياحي ، وجود بنى تحتية سياحية من منشآت ايواء ومؤسسات تكوين سياحي يحركها مورد بشري مؤهلا ومدربا وفق المعايير العالمية ويملك تمكينا ابتكاريا(Une culture intonative) يساعده على الخلق والابداع(La créativité) .

منطقيا، على المدى المتوسط والبعيد؛ توفر هذا المورد البشري لن يتأتى إلا من هذا الجيل الموسوم بـ "جيل ألفا " ؛ وهو جيل مشحون بنزعة ابتكارية تغذيها ثقافة ابداعية مستوحاة من كسر الحدود الثقافية وفسح المجال للانفتاح والتعايش مع الآخر المختلف(ثقافيا ،اجتماعيا ،اقتصاديا، بيئيا،...) بفعل العولمة.

إذن ، الفعل السياحي سيحكمه مستقبلا هذا الجيل (جيل ألفا) بعلاقة مزدوجة ، بمعنى، من جهة سيغذي القطاع السياحي بما يحتاجه من عمالة ؛ ومن جهة أخرى ، سيكون المستهلك الرئيس للسوق السياحية باعتباره سائحا غير تقليدي ، تصبغه متطلبات تتجاوز حدود الحاجة (Le besoin) إلى حدود الرغبة والرفاه والاستكشاف(Le désir-le confort et l'exploration) .

وعليه؛ فالورقة البحثية تجادل إشكالية: طبيعة هاته العلاقة بين جيل ألفا المتشبع بثقافة الابتكار وحب التغيير والابداع بفعل الظاهرة الرقمية التي تصنع فكره وتحدد مسارات تطلعاته ومستقبل السياحة المستدامة.

الكلمات المفتاحية: جيل ألفا ، الابتكار، الابداع، سياحة، سياحة مستدامة.

RESUME :

Le tourisme est désormais devenu un industrie autonome ; il a ses théories et sa philosophie. Les experts en économie le considèrent comme étant le plus important secteur économique des prestations au monde. Ses revenus sont comparables à ceux des industries lourdes.

Le tourisme est considéré comme un tribut stratégique du développement durable dans les pays du tiers monde et une source assez importante de création de richesses et augmenter le potentiel de devise pour les pays développés

Mais, tout cela est conditionné par des exigences en l'occurrence l'existence d'une économie épanouie et territorialement équilibrée ; surtout concernant les domaines économiques qui ont une étroite corrélation avec l'économie touristique (comme : transport, la santé, la culture et la diversification, l'information et la communication,...), la stabilité et la sécurité touristique ainsi que l'existence d'une infrastructure touristique d'établissements d'hébergement et des centres de formation touristiques gérés par une source humaine qualifiée selon les normes internationales ; possédant une culture d'innovation et de créativité. La disponibilité de cette ressource avec un tel qualificatif, à moyen et à long terme n'est possible que par cette génération nommée **“GENERATION ALPHA “**. Cette génération chargé d'une tendance innovante caractérisé par une culture créative ; inspirée par la rupture des limites culturelles créant ainsi l'opportunité à l'épanouissement et la coexistence avec l'autre.

Donc, l'action touristique sera régie par une relation bidirectionnelle entre une génération assez digitalisée et innovatrice qui va d'une part alimenter le secteur de tourisme par la force d'emploi et d'une autre part ; cette même génération sera le consommateur pivot du marché touristique en tant que touriste moderne qui voit le tourisme d'un angle différent basé sur l'idée du désir, confort et exploration dépassant ainsi la barre du concept du besoin.

Alors ; ce papier de recherche traite la mutualité relationnelle entre la génération Alpha assez numérisée et qui voit trop loin ; distinguée par un esprit entrepreneurial et le futur du tourisme durable.

Mots clés :

Innovation, Créativité, Tourisme, Tourisme durable.

مقدمة:

التمتية السياحية المستدامة عملية مركبة وعلى درجة من التعقيد نظرا لميزة التوسع الأفقي والنسق المتشابك مع باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى التي تميزها، وهذا ما يصنع ميدان تميزها. فالسياحة كقطاع اقتصادي لا يقبل الحلول الترقيعية المؤقتة، بل يجب أن تكون الآليات والبدائل المقترحة المعنية بتنشيط الفعل السياحي على قدر من التوازن والفعالية مع باقي المجالات، من هنا برز مطلب ضرورة الاستجداء بالآتي الابتكار والابداع لحل إشكاليات التتمية السياحية المستدامة.

لكن، النزعة الابتكارية والثقافة الإبداعية عمليات ذهنية تمثل حصيلة الإنتاج العقلي الإنساني، وتمثل نشاطا إنسانيا غير متاح للجميع، فالابتكار السياحي يتطلب موردا بشريا على قدر مميز من السمات متوفرة في الجيل الحالي الموسوم جيل ألفا.

وعليه، تسعى هذه الورقة لبحث طبيعة العلاقة التي تربط جيل ألفا المتشبع بثقافة الابتكار وحب التغيير والابداع بفعل الظاهرة الرقمية التي تصنع فكره وتحدد مسارات تطلعاته ومستقبل السياحة المستدامة.

أهمية الموضوع:

أهمية الطرح ينبع من قيمة البعد الاستراتيجي للتمتية السياحية المستدامة كرافد صلب من روافد التتمية الشاملة؛ وكذا قيمة آليتي الابداع والابتكار لرسم ملامح مستقبل الفعل السياحي المستدام.

أهداف الدراسة:

- تحديد مفاهيم جديدة: ابتكار، ابتكار سياحي، جيل ألفا.
- محاولة معرفة أهمية الابتكار في المجال السياحي.
- تحديد طبيعة العلاقة بين الابتكار السياحي عملية النهوض بالفعل السياحي المستدام.

منهجية الدراسة:

استندت المعالجة البحثية على منهجي الاستقراء والاستنباط من خلال الوصف والتحليل المناسبين لهاته النوعية من البحوث.

وعليه؛ فقد تم صياغة **الخطة التالية:**

- مقدمة
- أولا: تحديد المفاهيم: سياحة، سياحة مستدامة، ابتكار، ابتكار سياحي، جيل ألفا.
- ثانيا: أهمية الابتكار في المجال السياحي.
- ثالثا: علاقة جيل ألفا بمجال الابتكار السياحي.
- خاتمة واستنتاجات.

أولاً: مدخل نظري _ معرفي لتحديد مفاهيم:

تحديد مفهوم السياحة:

لأقى مفهوم السياحة اختلافاً منهجياً كبيراً في تحديد مضمونه بين جمهور الخبراء ومختصي القطاع، ومن ثمة رصدت عدة تعريفات لمفهوم السياحة حسب رؤية وزاوية تحليل الخبير؛ ونظراً راجع لتعدد الظاهرة السياحية وتغلغلها ضمن مختلف الأنساق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وحتى البيئية؛ لكن يمكن إبراز أهم اتجاهين لتعريف السياحة:

أ- **الاتجاه الاقتصادي:** هناك من المحللين من يربط تعريف مفهوم السياحة بالبعد الاقتصادي على أساس السياحة في الأصل تعتبر نشاطاً اقتصادياً؛ مثل تعريف النمساوي شوليرد شرانتنهومن (Schullard.H) والذي يعتبر السياحة اصطلاحاً يطلق على العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوفود وإقامة الأجانب بصفة مؤقتة داخل حدود دولة معينة¹. أو كما يرى الاقتصادي الأمريكي بال (Bull) السياحة بشكل مختلف فيعرفها بأنها نشاط يشمل السلوك الإنساني واستخدام الموارد وتفاعل مع الناس والاقتصاد والبيئة². وهناك من عرف السياحة على أساس أنها صناعة على غرار الأمريكي كون ليبر (K.Leuper) إذ يؤكد بأن السياحة كصناعة تحتوي على منشآت و منظمات و تسهيلات تشبع احتياجات الفرد السائح ؛ غير أن هناك من المحللين من يرى بأن السياحة في الواقع ليست بصناعة و إنما تحتوي على العديد من الصناعات المرتبطة مع بعضها البعض من خلال دورها في امداد الفرد السائح بكل متطلباته³.

ب - **الاتجاه الاجتماعي:** السياحة ظاهرة تتولد عن الحاجة الملحة الى الترفيه وتغيير الأجواء؛ كما أنها تمثل الشعور الفطري للاستمتاع بجمال الطبيعة والسفر إلى أماكن لها سحر وطبيعة متميزة⁴؛ يعتبر هذا أول تعريف للسياحة؛ جاء به الألماني فرويلر جوبير. (Freuller.G) سنة 1905.

جاء أيضاً في نفس السياق؛ تعريف السياحة حسب وزارة الاقتصاد الإماراتية؛ السياحة حركة اجتماعية اختيارية تهدف الى الترفيه والاستمتاع الذهني والبدني والروحي؛ مرتبطة بتغيير المكان وقتياً وتلقائياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية⁵.

¹: ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 1996، ص 11.

⁴: عبلة عبد الحميد بخاري، اقتصاديات السياحة، مكتبة الدار العربية للكتاب، بيروت: لبنان، 2012، د ط، ص 12.

³: عبلة عبد الحميد بخاري، المرجع السابق، ص ص 11_12.

¹: أحمد جلاّد. التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، عالم الكتاب، ط1، القاهرة ، 1998 ، ص 108.

⁵ : وزارة الاقتصاد، الامارات العربية المتحدة، دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها، الإصدار الخامس، 2018،

كما نرصد تعريف منظمة السياحة العالمية والتي جمعت فيه بين بعدي المنظور الاجتماعي-الترفيهي وبعد النشاط الاقتصادي: السياحة تشمل أنشطة الأفراد المسافرين والباقيين في أماكن خارج بيئتهم ليس لأكثر من سنة كاملة لقضاء وقت فراغ وللأعمال غير التجارية الربحية ولأغراض أخرى.

وعليه؛ يمكن استنتاج من التعاريف السابقة للسياحة بأنها تقاطع للأبعاد الثلاثة:

- بعد اقتصادي يتمثل في المتغير الاقتصادي الذي يتأثر بالإنفاق السياحي و مدى جاهزية الدولة المضيفة لتلبية متطلبات السواح.
- بعد اجتماعي كنتيجة حتمية من تلاحق الفرد السائح بالنسيج الاجتماعي للمقصد السياحي.
- بعد سلوكي _ترفيهي يتمثل في تحركات وتنقلات الافراد السواح من أماكن اقامتهم الى مقاصد أخرى بهدف الترفيه والاستجمام وأغراض ترفيهية أخرى.

مما سبق يمكن تعريف السياحة اجرائيا كالتالي: السياحة نشاط انساني مبهج يتضمن انتقال الناس الى مقاصد سياحية خارج موطن اقامتهم المعتاد لأغراض مختلفة (ترفيه، علاج، استجمام، تخيم،) عدا الإقامة والعمل بمقابل.

2- خصائص السياحة: السياحة ظاهرة حضارية بامتياز بكل ما يحمله هذا المصطلح من أبعاد انسانية سواء على الصعيد الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي أو حتى البيئي، صنفها العارفون ضمن قطاع الخدمات، ما منح مفهوم السياحة ثراء معرفيا يتجلى في العديد من الخصائص، منها:

✓ **الموسمية:** في الغالب الطلب على بعض الخدمات السياحية خاضع للظروف، فقد يزيد في مواسم العطل كالصيف وينخفض في مواسم أخرى مثل موسم الشتاء، ما يجعل الطلب السياحي يتميز بالتذبذب وعدم الاستقرار، ما يستدعي تكثيف الجهود في مجال تسويق المنتج السياحي على مدار السنة.

✓ **عدم القابلية للتخزين:** الخدمات السياحية لا يمكن تخزينها، فكل خدمة سياحية جاهزة لسواح معينين، إن لم تستهلك أو تستغل من طرفهم، يكون مصيرها الضياع.

✓ **اللاتجانسية:** بمعنى مستوى ونوعية الخدمة السياحية تختلف من زبون(سائح) لآخر، فتقديم الخدمات السياحية يعتمد بشكل كبير على مقدمي الخدمات والفئات المستهدفة من السواح لاستهلاك هاته الخدمات.

- ✓ **التلازمية:** لا يمكن فصل الخدمة السياحية عن الشخص الذي يقدمها، فهناك رابط عضوي بينها ينعكس على جودة الخدمة المقدمة.
 - ✓ **عدم القابلية للإحلال:** لا يمكن استبدال الخدمات السياحية بين أفواج السائحين، فكل خدمة (أو حزمة من الخدمات السياحية) معنية بنوع محدد من السواح.
 - ✓ **عدم القابلية للشحن:** طبيعة المنتجات السياحية تفرض على مستهلكها (أي السواح) التنقل اليها شخصيا للانتفاع بها.
 - ✓ **مرونة التسعير:** تسعير الخدمات السياحية تتحكم فيه عدة عوامل مثل نوعية الخدمة المقدمة، الفئة المستهدفة من السواح، مواسم الذروة على العروض السياحية، ... ما جعل أسعار المنتجات السياحية تتميز بنوع من المرونة سعيا لتلبية أغلب الشرائح الاجتماعية.
- ولعل أهم خاصية هي كون¹:

✓ **السياحة ثروة دائمة:** باعتبار السياحة تستند على أصول غير قابلة للإهلاك كباقي الأصول المستغلة في إنتاج سلع وخدمات قطاعات أخرى، فاعتماد السياحة على خدمات الطبيعة والارث الحضاري والتاريخي وكذا طبيعة المناخ، منح لها خاصية الديمومة طالما تلقى هذه الأصول الرعاية والمحافظة عليها من طرف الانسان، بمعنى استغلالها بأسلوب مستدام.

3- التوجهات الراهنة للسياحة: تطور أنماط السياحة يتم بشكل جد متسارع نظرا للميزة التنافسية لهذا القطاع، وعليه نرصد عدة أنماط معاصرة للسياحة أبرزها²:

❖ **السياحة البديلة:** وهي سياحة الاهتمام بالتوازن الايكولوجي والمحافظة على الأنظمة البيئية والتنوع البيولوجي والحيوي، تقاديا لكل الآثار السلبية المنعكسة على البيئة والتي قد تتجم عن أنماط السياحة الأخرى نتيجة التوسع غير مخطط وغير منظم، كما يكرس هذا النمط عملية التواصل الحضاري والاجتماعي والقيمي بين أفراد المجتمع الواحد أو بين مختلف المجتمعات. السياحة البديلة مرادفة للسياحة المستدامة، لكن الباحثون في مجال الدراسات السياحية يفضلون مصطلح السياحة البديلة عند التطرق لمسألة التصنيفات، ومن تطبيقات السياحة البديلة، نرصد ما اصطلح عليه تسمية **السياحة الطبيعية**، نمط سياحي حديث حيث يتم التركيز على حماية البيئة الطبيعية، يتفرع هذا النوع من السياحة إلى:

¹ : Mouhoub salah ,cours :‘les institutions et organismes du tourisme’ , Ecole nationale superieure du tourisme d’Ager , 2010-2011,p09.

² : نائل موسى محمود سرحان، مبادئ السياحة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1، 2021، ص25-36

- **السياحة الزرقاء:** مقترنة بزيارة الشواطئ والبحيرات وكل المسطحات المائية.
- **السياحة الصفراء:** مقترنة بزيارة الصحاري والاستمتاع برمالها الصفراء.
- **السياحة البيضاء:** مقترنة بزيارة المناطق الجليدية والثلجية لممارسة هواية التزلج على الجليد أو الثلوج أو حتى الاستمتاع بالمشاهدة والاستكشاف فقط.
- **السياحة الخضراء:** مقترنة بالاستمتاع بالمناطق الخضراء وما تحتويه من غابات ونباتات، وتتضمن كذلك العودة للريف وتثمينه.

مفهوم السياحة المستدامة: هي تلبية حاجات السياح ومتطلباتهم دون الاخلال بحقوق الأجيال اللاحقة في احتياجاتهم للاستمتاع ببيئة سياحية سليمة¹.

أيضا؛ السياحة المستدامة هي نقطة تلاقي بين ما يحتاجه السائح والمواطن المحلي المضيف له؛ بحيث تتم ادارة جميع الموارد الاقتصادية والسوسيوالثقافية والبيئية بطريقة متوازنة تلبي حاجة السائح دون الاخلال بالواقع الحضاري والنمط البيئي والتنوع الحيوي للبلد المضيف².

2- عناصر السياحة المستدامة: تتكون السياحة المستدامة من عنصرين:

1.2- المكون مادي: و يتجلى في العمل على المحافظة على معادلة متوازنة لاستغلال و ادارة كل الموارد (مهما كانت طبيعتها) بين الأجيال الحاضرة و الأجيال اللاحقة³.

2.2- المكون معنوي: ويتجلى في كون السياحة من الناحية الاجتماعية والثقافية تؤدي الى تقابلات واحتكاكات بين ثقافات مختلفة (ثقافة دولة السائح وثقافة الدولة المضيغة)؛ ولهذا يتعين الاستجابة لحاجات ورغبات ثلاثة فئات⁴:

- السائح: بما يتلاءم مع رغباته واحتياجاته.
- موظفو السياحة: بتحسين ظروف عملهم وفرص التأهيل.
- سكان المقصد السياحي: بأن يتلاءم المنتج السياحي مع الثقافة المحلية، وأن يساهم في رفع مستوى الدخل المحلي وإلا تعرض المنتج السياحي للرفض المحلي.

¹ : مسعودي نعيمة، التنمية المستدامة واستراتيجية تطبيقها في الجزائر، مذكرة ماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة تيبازة، 2007، ص 104.

² : برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، www.pnud.org/bh.

³ : محمد ابراهيم عراقي، التنمية السياحية المستدامة في مصر، المعهد العالي للسياحة ، مصر ، الاسكندرية ، بدون سنة نشر، ص 04.

⁴ : المرجع نفسه، ص 04.

مفهوم الابتكار:

حسب منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي (OCDE): الابتكار يقصد به ذلك المجهود العقلي وعمليات الذهنية الهادفة إلى تحسين المنتجات (مهما كانت طبيعتها) سواء سلعاً، خدمات، فكر، ... إذن، مفهوم الابتكار يتضمن فكرة التغيير، وهو مرتبط بالمعرفة ويقوم على قاعدتين هما:

- التفكير (La pensée).
- الإنتاج (La production).

وهو أنواع¹:

الابتكار الخطي: يقوم على تطور التكنولوجيا والانفاق على التطوير والبحث العلمي (مثل ما هو عليه في دولة الهند).

الابتكار الموجه: يعتمد على استحداث أفكار ابتكارية لإيجاد حلول وبدائل لمشاكل اجتماعية كبيرة. مثل: مشكل التغيير المناخي والاحتباس الحراري.

الابتكار الاجتماعي: يركز على عدد من العوامل كالتركيز المفرط على التكنولوجيا سعياً لتحقيق الرفاه الاجتماعي وتلبية الحاجيات الاجتماعية.

مثال:

- برامج التحديات لمكافحة الأوبئة المستعصية كالايبولا والايذز من طرف منظمة الصحة العالمية.
- التدابير والإجراءات المستحدثة من طرف المنظمة العالمية للسياحة لأجل تحفيز النشاط السياحي بعد جائحة كورونا.
- الآليات المستحدثة من طرف برنامج الأمم المتحدة الإنمائي لمكافحة الجوع في العالم، حيث أن سدس سكان العالم يعانون من الجوع وسوء التغذية؛ حيث تم استحداث ما يسمى ببنك الطعام والذي يملك مئتي فرع له في الولايات المتحدة الأمريكية لوحدها.

¹ : عبد الوهاب عمروش، "الابتكار كآلية لتنمية مناطق الظل"، (ملتقى التنمية المستدامة في مناطق الظل، كلية الاقتصاد، جامعة بومرداس)، يوم 27 أبريل 2021.

الابتكار الاحتوائي: مضمونه الحصول على منتج عالي الجودة بتكلفة ميسرة.

مثال:

- خط المودة الذي تنتجه شركة زارا العالمية (الاسبانية) في مجال صناعة النسيج والأزياء.
- برامج الأمم المتحدة لتوفير الانارة المنزلية بالفليبين؛ إذ تم تزويد ما يناهز المليون منزل من أصل اثني عشرة منزل محروم من الإنارة.

الابتكار القاعدي: مرتبط بالمجتمع المدني ودوره المحوري في صنع الفارق الحضاري والإنساني مثلما هو الحال في رد المظالم البيئية بالاعتماد على أفكار مبتكرة كانتهاج نظام عيش أخضر ومستدام (صديق للبيئة).

الابتكار المفتوح والتعاوني: الاستعانة بالسبل الداخلية والخارجية لولوج الأسواق الخارجية اعتمادا على التكنولوجيا.

مثال:

- نهج التطوير الذي تتبناه شركة أبل (Apple) الأمريكية لصناعة البرمجيات؛ إذ تعتمد على الفكر الابتكاري المفتوح على جميع الأطراف من خبراء خارج المنظمة (استشارات علمية، تقارير خبرة، تعاقد مرحلي) وبطبيعة الحال تظافر وتكاتف كل المنتمين للمنظمة العملاقة.

- عملاق صناعة السيارات العالمي الأمريكي شركة جنرال موتورز واعتمدها بصفة دورية على تنظيم مسابقات التحدي للابتكار المفتوح من أجل اكتشاف أفكار جديدة ومبتكرة في مجال صناعة السيارات بهدف المحافظة على الريادة العالمية.

- منصة البحوث العلمية الشهيرة أكاديميا وما توفره من خدمات في مجال البحث العلمي، إذ تضم المنصة ما يقار 56 مليون عضو خبير لغاية سنة 2020، هي مثال للابتكار التعاوني المفتوح.

الابتكار العكسي: يتمحور حول فكرة توفير المنتج الأقل تكلفة إلى المجانية، عكس الفكر الليبرالي الذي يتنافس ويعظم الربحية، من هنا كانت التسمية "ابتكار عكسي". مثل: خدمات شركة ميكروسوفت ومجانية الوصول لخدمات منصات التواصل الاجتماعي.

تحديد مفهوم الابتكار السياحي¹: ابتكار في مجال المجال السياحي مرتبط بجلب أفكار جديدة تخص مختلف أوجه النشاطات السياحية كالخدمات والمنتجات السياحية لإضفاء الطابع الديناميكي عليها باعتبار الأنشطة السياحية نشاطات حيوية ومتغيرة حسب تطور نمط الحياة.

وللابتكار السياحي مجالات عديدة من أبرزها:

¹ : مفاتيح يمينة، "أثر الابتكار السياحي على التنمية السياحية: حالة إقليم الأهمقار بالجزائر ودوز بتونس"، (رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة ورقلة)، 2018، ص ص 88-93.

1. في مجال المنتج السياحي:

وتعني العمل على تطوير منتجات خدمية جديدة تلبي الطلب السياحي وتستجيب لرغبات وأذواق السواح وتشمل:

- منتجات تطرح لأول مرة في السوق: مثل استحداث طبق جديد في مجال الاطعام السياحي.
- إضافة خطوط انتاج جديدة بالنسبة للمنظمة ومعروفة في السوق السياحية مثل استحداث وجهة سياحية جديدة.
- توسيع خطوط المنتجات الآنية: بمعنى إضافة منتجات سياحية جديدة الى الحزمة الحالية اعتمادا على ميزة التجانس بينهما.
- تحسين جودة المنتجات الآنية.
- ابتكار منتجات سياحية منخفضة التكلفة موجهة للفئات الاجتماعية الهشة.

2. في مجال العمليات:

يقصد بها الأنظمة والبرامج التي تهدف إلى زيادة الفعالية والنجاعة والتدفق السياحي، وهو جوهر الابتكار السياحي.

3. مجال الأساليب الإدارية:

بمعنى تحديث الإدارة وعصرنتها استجابة لمتطلبات ورهانات العصر، من قبيل تبني نمط الإدارة الالكترونية، تبني منظومة تحفيزات تستهدف رضا العمال، العمل دوما على توفير بيئة إدارية محفزة وإيجابية وجاذبة في محاولة لتحقيق مبدأ فريق العمل الواحد.

4. مجال التسويق:

يشير إلى السعي على تصميم خطط واستراتيجيات تسويقية للمنتجات السياحية اعتمادا على أفكار جديدة ومبتكرة من قبيل ابتكار علامة سياحية جديدة في مجالات الفنادق، الاطعام، النقل، الاتصال،... مجال التسويق الابتكاري واسع؛ لا يكتفي برغبات السائح الظاهرة والمعروفة ولكن يحاول الذهاب بعيدا لدراسة السلوك الاستهلاكي للسائح في محاولة لاكتشاف الرغبات الكامنة¹.

¹ : نبيهة صالح السامراني، علم النفس السياحي: مفاهيم وتطبيقات، ط1، (الاردين، دار زهران للنشر والتوزيع، 2013)، ص 85.

مفهوم جيل ألفا: كلمة "ألفا" ذات أصل إغريقي ويقصد بها "الرجل العظيم المغامر"¹، لكي يكون مفهوم "جيل ألفا" أكثر وضوحاً، يستحسن استعراض باختصار فكرة تعاقب الأجيال على النحو التالي²:

1. **الجيل الأعظم**: مواليد قبل سنة 1928، جيل شارك في الحرب العالمية الثانية، ويصنف غربياً على أنه الجيل المنقذ للبشرية من تداعيات تلك الحرب المدمرة.
2. **الجيل الصامت**: الجيل الذي عاصر فترات الحروب والكساد الاقتصادي العالمي الكبير ما بين 1929 و1945.
3. **جيل أطفال الرخاء (Baby-Boom)**: الجيل الذي ولد في الفترة الممتدة بين 1946 و1965، وهي فترة اتسمت بالرخاء الاقتصادي والرفاه الاجتماعي.
4. **الجيل X**: مواليد ما بين 1965 و1980، وهو الجيل الذي شهد الصعود المتنامي لتيار النسوية كفلسفة فكرية غربية تدعو لحرية المرأة وانفصالها بذاتها ككيان مستقل عن سلطة المجتمع، مما انعكس التحول الكبير في منظومات القيم وضياع السلطة والرقابة الأسرية (الأبوية تحديداً) نتيجة ارتفاع معدلات الطلاق.
5. **الجيل الألفية Y**: وهم مواليد ما بعد سنة 1980، يتسم بالتوسع في استخدام الانترنت وأجهزة المحمول ووسائل التواصل الاجتماعي، وهو أيضاً الجيل الذي عاصر أحداث 2011/11/11 وتحمل أعباء الأزمة الاقتصادية العالمية (أزمة الرهن العقاري الأمريكية) لعام 2008.
6. **الجيل Z (Zoomers.G)**: مواليد منتصف التسعينات لغاية نهاية العقد الأول من الألفية، جيل يتصف غالباً بالرقمي أو جيل التكنولوجيا، يتميز بالاستقلالية وحب المغامرة والانخراط في الأعمال الحرة؛ كما أنه أكثر تقبلاً للآخر وأكثر تفاعلاً مع فكرة التعايش؛ لكنه جيل يتميز بنزعة التمرد على الأقل أكثر من الجيل الذي يسبقه جيل الألفية Y.

¹ : <http://www.php//dialecgreg.org> consulté le 25 mars 2024.

² : <http://www.//> أماني عبد الحافظ، كيف تتشكل الأجيال الناشئة في أوقات المخاطر والأزمات، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة

7. الجيل ألفا (alpha):

وهو الجيل الأصغر والذي ولد في العقد الثاني من الألفية وحتى منتصف العقد الثالث (أي 2010 و2025)؛ جيل الأطفال الذين ينتمون لأسر الجيل الألفية. يعتبر هذا الجيل في طور التكوين الآن، إذ لم يولد بأكمله لحد الوقت الراهن. من المتوقع أن يكون الجيل الأكثر تقدماً تكنولوجياً ومن مميزاته:

- الانغماس بالكامل في مجال الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي (الميتافرس) منذ سن مبكرة جداً.
- التعلق بآليات التعليم والتدريب الشخصية والتقنيات التكميلية مثل الاستخدام المفرط لتطبيق اليوتيوب بغرض التعلم والتدريب.
- الميل نحو الإبداع والتعاون مع النظر بعيداً نحو العالمية.
- جيل مرناً فكرياً قابل للتكيف مع كل الثقافات والأعراق والديان نظراً لسقوط الجغرافيا بفعل العولمة وفتح العالم على بعضه وكأنه قرية صغيرة.
- جيل يفضل حياة الاستهلاك والرفاه والاستدامة على نزعة التملك المادي.

ثانياً: أهمية الابتكار في المجال السياحي¹:

يتميز عالم اليوم بالتغير وفق متتالية هندسية سريعة التوتر نظراً لتسارع نسق الابتكار التكنولوجي مما يخلق بيئة شديدة التنافس على جميع المستويات. ومن هنا باب تحقيق الريادة والمحافظة عليها أو على الأقل ضمان البقاء ضمن الكبار في السوق؛ لا بد من تفعيل آليات الابتكار والإبداع.

إذن، الابتكار في المجال السياحي لا غنى عنه من أجل تحقيق التميز وضمان الآتي:

- خلق بيئة عمل مستقرة، تتسم باليقين الوظيفي بسبب ما تبتته هاته البيئة من ثقة لدى منتسبي قطاع السياحة.
- الابتكار حتماً يقود نحو التحسين المتواصل والتطوير المستمر مواكبة لكل التحديات والرهانات المستجدة داخلياً أو خارجياً على المستويين المحلي والدولي.
- الابتكار السياحي يساعد على إيجاد آليات إنتاج جديدة تقوي وضعية المنظومة السياحية في السوق سواء على مستوى التدفق السياحي أو على مستوى تحصيل الإيرادات.

¹ : بن لخضر سعيد، "أثر أنشطة البحث والتطوير في تحقيق التنمية السياحية المستدامة"، (رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة

- الابتكار يساعد على تصميم استراتيجية تسويقية وتواصلية أكثر حيوية وفعالية لاستقطاب مختلف فئات السواح، على تنوع وضعياتهم الاجتماعية ووضعهم المادي ومستواهم الثقافي.
- بالابتكار يمكن تخفيض النفقات مع تعظيم الإنتاج ضمن بيئة ذات أداء وظيفي مرتفع.
- كما يمكن عن طريق الابتكار دعم التنمية الشاملة عبر توسيع منظومة السياحة مما يساهم في خلق مواطن شغل جديدة وبالتالي تقوية النسيج الاجتماعي مما يعزز مبدأ الاستدامة الاجتماعية.

ثالثا: علاقة جيل ألفا بمجال الابتكار السياحي:

إن جيل ألفا المعروف بجيل التكنولوجيا، ونظرا لتمييز بحب المغامرة والفضول؛ والنزوع نحو الفردانية والتعلم الذاتي اعتمادا على التطبيقات المعلوماتية. كما أنه جيل يتسم بكثرة تفاعله مع الآخر البعيد والمختلف بسبب تعلق الجيل بالتواصل الافتراضي؛ السبب الذي ولد حالة تناقض رقمي بيني عميق¹، مما ساعد في تنمية وإشاعة ثقافة التعايش والتسامح. كل هاته السمات ستحدد حتما ملامح مستقبل السياحة المستدامة عالميا.

جيل ألفا جيل مغامر يملك فكريا مقاولاتيا تغذيه نزعة التحرر وحب الاستقلالية المادية من أجل تحقيق الرفاه والعيش الكريم، مما يدفعه للانغماس في نمط خلق المؤسسات الناشئة السياحية التي بدورها ستحدد تصاميم سياحة الغد وهذا في جميع الشعب السياحية، فنجد مؤسسات ناشئة على هيئة تطبيقات الكترونية في شعب²:

- برامج معلوماتية تخص الوجهات السياحية مثل التطبيق العالمي الأشهر TripAdvisor والذي يعتبر بمثابة دليل ارشادي لكل المدن السياحية في العالم، فالتطبيق يقدم معلوما حول المطاعم، الفنادق، أماكن الترفيه، التظاهرات، ... وكل ما يحتاجه سائح الغد.
- تطبيقات خاصة بالفنادق والتي تقدم أدق التفاصيل عن الفنادق التي يختارها سائح الغد قبل استقرار رأيه على اختيار وجهة ما. مثل تطبيق Hotel.com.
- تطبيقات خاصة بالمطاعم والتي توفر كل المعلومات وبالتفصيل عن مطاعم الوجهة السياحية المختارة. مثل تطبيق Burger.King.
- تطبيقات خاصة بالمتاحف: باعتبار المتاحف من أهم مقومات الجذب السياحي الثقافي، هناك عدة دول عريقة توفر تطبيقات لتزويد السائح بأدق التفاصيل عن كل متاحفها. مثل تطبيق British Museum.
- تطبيقات خاصة بالنقل، بمعنى توفير معلومات حول تكلفة التنقل، وقت التنقل. مثل تطبيق Yassir.

¹ : ملياني نادية وكنزة خميش، "إشكالية الثقافة الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي في تفعيل صورة السياحة"، (مجلة المعيار،

13،02 ديسمبر، 2022)، ص714.

² :بلي زوييدة، "استخدام تطبيق الاندرويد في تحسين جودة الخدمات السياحية"، (مجلة الدراسات الاقتصادية، 19، ع 03)،

2021، ص 40.

خاتمة واستنتاجات:

خلصت الدراسة إلى إقرار البصمة السياحية المستقبلية التي سيطبّعها جيل ألفا نظرا للنزعة الابتكارية التي تميزه نظرا لنشأته ضمن محيط رقمي مشبع بالابتكارات التكنولوجية وبراءات الاختراع في جميع المجالات. فالسياحة عبر جيل ألفا الرقمي تعلن توسعها عبر حركة التثاقف الرقمي والتواصل الاجتماعي معلنة عن ميلاد المواطن الرقمي العالمي الذي سيكون بدوره سائح الغد.

المراجع:

- ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3 , 1996.
- عبلة عبد الحميد بخاري، اقتصاديات السياحة، مكتبة الدار العربية للكتاب، بيروت: لبنان، 2012، د ط.
- أحمد جلاّد. التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، عالم الكتاب، ط1، القاهرة , 1998.
- وزارة الاقتصاد، الامارات العربية المتحدة، دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها، الإصدار الخامس، 2018.
- ملياني نادية وكنزة خميش، "إشكالية التثاقف الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي في تفعيل صورة السياحة"، (مجلة المعيار، 13، 02، ديسمبر، 2022).
- بلي زوبيدة ، "استخدام تطبيق الاندرويد في تحسين جودة الخدمات السياحية"، (مجلة الدراسات الاقتصادية، 19، ع 03)، 2021.
- بن لخضر سعيد، "أثر أنشطة البحث والتطوير في تحقيق التنمية السياحية المستدامة"، (رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة المسيلة)، 2018، 11-13.
- نبيهة صالح السامراني، علم النفس السياحي: مفاهيم وتطبيقات، ط1، (الاردن، دار زهران للنشر والتوزيع، 2013).
- مفاتيح يمينية، "أثر الابتكار السياحي على التنمية السياحية: حالة إقليم الأهمقار بالجزائر ودوز بتونس"، (رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة ورقلة)، 2018، ص ص 88-93.
- <http://www.php//dialegrec.org> consulté le 25 mars 2024
- ¹ // <http://www.> : أماني عبد الحافظ، كيف تتشكل الأجيال الناشئة في أوقات المخاطر والأزمات، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة.

جامعة 08 ماي 1945 قلمة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

الملتقى الوطني حول الابتكار و الإستدامة في صناعة الوجهات السياحية

الإسم واللقب: سمير كيم

الرتبة العلمية: أستاذ التعليم العالي

الوظيفة: أستاذ التعليم العالي بقسم العلوم السياسية

المؤسسة: جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة- الجزائر

الهاتف: 0779318861-0670037429

البريد الإلكتروني: s.kime@univ-tebessa.dz

رقم محور المشاركة: المحور الخامس تجارب جزائرية في الصناعة المبتكرة والمستدامة للوجهات السياحية

عنوان المداخلة: دور السياحة الثقافية في تنمية الإستدامة السياحية : ولاية الوادي نموذجا

ملخص المداخلة:

تشكل السياحة الثقافية اليوم أبرز عناصر الجذب السياحي، فالتراث الثقافي يستهوي الكثير من السياح المعجبين، ولذا أصبح هذا الجانب أحد العوامل المؤثرة في صناعة الوجهات السياحية، خاصة المناطق التي تحتوي على تنوع وزخم ثقافي، مما يمكنها من تحقيق عنصري الابتكار و الإستدامة في الترويج لوجهتها السياحية.

في ضوء ما تقدم تهدف هذه الورقة البحثية إلى رصد دور السياحة الثقافية لما لها من أهمية في تحقيق عنصر الإستدامة السياحية بالتركيز على نموذج ولاية الوادي، والتي تتميز بتراثها الثقافي المحلي المتنوع.

من أجل تحقيق هذا الهدف سيتم من خلال هذه الورقة البحثية معالجة الإشكالية التالية: إلى مدى يمكن أن تساهم السياحة الثقافية في تجسيد الإستدامة السياحية على ضوء حالة ولاية الوادي؟
لتحليل هذه الإشكالية سيتم الإعتماد على المحاور التالية:

أولاً: السياحة الثقافية و إستدامة السياحة مقارنة نظرية

ثانياً: مقومات القطاع السياحي بولاية الوادي

ثالثاً: مساهمة السياحة الثقافية في تعزيز السياحة المستدامة بولاية الوادي

Abstract:

Today, cultural tourism constitutes the most prominent element of tourist attraction. Cultural heritage attracts many admired tourists, and therefore this aspect has become one of the factors influencing the industry of tourist destinations, especially regions that contain diversity cultural, which enables them to achieve the elements of innovation and sustainability in promoting their tourist destination.

In light of the above, this research paper aims to monitor the role of cultural tourism because of its importance in achieving the tourism sustainability by focusing on the model of the El Oued city , which is distinguished by its diverse local cultural heritage.

To analyze this problem, the following axes will be relied upon:
First: Cultural tourism and tourism sustainability a theoretical approach.

Second: The components of the tourism sector in El Oued.

Third: The contribution of cultural tourism to promoting sustainable tourism in the El Oued.

مقدمة:

تعتبر صناعة السياحة اليوم من بين أبرز التوجهات التي توليها الدول الحديثة لتطوير وتنويع إقتصادياتها، وذلك نتيجة للديناميكية التي يخلقها القطاع السياحي على مستوى المنظومة الإقتصادية والإجتماعية والثقافية.

تشكل السياحة الثقافية عاملا هاما في تحقيق الإستدامة السياحية، حيث تسمح على المزج بين البعد التاريخي للتراث والمنفعة الإقتصادية التي يمكن إنتاجها من خلال نشغيله، حيث يعتبر التراث مادة يمكن توظيفها في أنشطة مدرة للدخل، وذلك من خلال جعله أحد مقومات تحقيق الفرحة.

في ضوء ما تقدم تهدف هذه الورقة البحثية إلى رصد دور السياحة الثقافية لما لها من أهمية في تحقيق عنصر الإستدامة السياحية بالتركيز على نموذج ولاية الوادي، والتي تتميز بتراثها الثقافي المحلي المتنوع. من أجل تحقيق هذا الهدف سيتم من خلال هذه الورقة البحثية معالجة الإشكالية التالية: إلى مدى يمكن أن تساهم السياحة الثقافية في تجسيد الإستدامة السياحية على ضوء حالة ولاية الوادي؟

لتحليل هذه الإشكالية سيتم الإعتماد على المحاور التالية:

أولا: السياحة الثقافية و إستدامة السياحة مقارنة نظرية

ثانيا: مقومات القطاع السياحي بولاية الوادي

ثالثا: مساهمة السياحة الثقافية في تعزيز السياحة المستدامة بولاية الوادي

أولاً: السياحة الثقافية و إستدامة السياحة مقارنة نظرية:

إن تحديد طبيعة العلاقة بين السياحة الثقافية والسياحة المستدامة يتطلب أولاً تحديد مفهوم السياحة الثقافية، وكذا دلالة الإستدامة في القطاع السياحي.

1- مفهوم السياحة الثقافية:

بالرجوع إلى التطور التاريخي للنشاط السياحي يمكن رصد إتجاهين أو مفهومين للسياحة الثقافية: الأول مفهوم تقليدي، والذي جعل السياحة الثقافية من أقدم أنواع السياحة، وربطها بمفهوم السفر الثقافي بمختلف دوافعه سواء كان السفر من أجل الدراسة والبحوث الإستكشافية، أو من أجل الحج ونشر الديانات، أما المفهوم الحديث للسياحة الثقافية فيربط السياحة بالتراث، وبتزايد عدد السياح والزوار المترددون عن المرافق الثقافية والسياحية (معالم أثرية وتاريخية، متاحف... إلخ) والمشاركة في التظاهرات الثقافية (حفلات فنية ودينية، المهرجانات الثقافية والموسيقية و الفلكلورية، المعارض... إلخ).

يتمثل التعريف القانوني للسياحة الثقافية في أنها: " كل نشاط إستجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة و الإنفعالات من خلال إكتشاف تراث مثل المدن والمعالم التاريخية والحدائق والمباني الدينية أو تراث روحي مثل الحفلات التقليدية والتقاليد الوطنية أو المحلية".⁽¹⁾

تعرف المنظمة العالمية للسياحة الثقافية على أنها: " تنقلات الأشخاص المحفزة بالدوافع الثقافية مثل الدراسات، الدورات الفنية، التنقلات من أجل المشاركة في التظاهرات الثقافية وزيارة المواقع والمعالم الأثرية".⁽²⁾

يعرف سيلبر برغ **Silberberg** السياحة الثقافية على أنها: " تلك الزيارات من أشخاص من خارج المجتمع المضيف، والتي يكون دافعها الإهتمام بالعروض التاريخية أو الفنية أو العلمية أو التراثية لمجتمع ما أو منطقة ما".⁽³⁾

ويمكن تعريف السياحة الثقافية على أنها: " ذلك النوع من السياحة الذي يهدف إلى تعريف روادها المحليين والأجانب بالتراث المادي واللامادي، وأيضاً بالمنجز الثقافي والحضاري لشعب من الشعوب، من خلال تحويله إلى منتج قابل للترويج والتسويق شأنه في ذلك شأن أي منتج آخر صناعي أو تجاري، يساهم في التنمية الإقتصادية والإجتماعية، فضلاً عن مساهمته في التواصل الحضاري بكل مستوياته الإقليمية والجهوية والدولية، ويكون الباعث إليها الرغبة في الإطلاع على المستوى الثقافي الذي بلغته الدولة المضيئة، والذي يتمثل في ما تحظى به مخزون ثقافي مادي مثل المباني الأثرية، والمدارس العتيقة والمتاحف والمكتبات والأبواب التاريخية والأسوار والقصبات والقلاع والحصون ذات الطابع العسكري، إضافة إلى

التراث اللامادي المتمثل في الموروث الشفاهي، والفنون الشعبية وفنون الأزياء والطبخ والمواسم الدينية والفنية".⁽⁴⁾

2: مساهمة السياحة الثقافية في التنمية السياحية المستدامة :

إن ثنائية السياحة الثقافية والتنمية ظلت ولسنوات محط جدل ونقاش بين العديد من الباحثين فمنهم من يدافع عن أولوية المنفعة الاقتصادية على التثبيت بالتقاليد والثقافة المحلية، ومنهم من يعتبر أن هذه الأخيرة أصبحت تشكل في العديد من البلدان موردا محليا، ومصدرا لقيمة مضافة اقتصادية و إجتماعية وثقافية وجمالية. في ضوء ذلك يمكن رصد ثلاث إتجاهات في النظر إلى دور السياحة الثقافية في التنمية المحلية:⁵

- الإتجاه الأول: يرى بأن الموروث الثقافي هو مخزون ثمين تركه السلف، يعكس الهوية الثقافية وطرق التفكير وتمثلات مبدعية الحياة، ومن خلال هذه المفاهيم يمكن فهم الحاضر عن طريق مساءلة هذا التراث، وتحديد الأبعاد التي يمكن نهجها لإستشراف المستقبل.

- الإتجاه الثاني: يعتبره إبداع متجاوز يعود لفترة خلت، والبحث فيه يعتبر غير مجد، ويكرس لإحياء مفاهيم قد مضت، كما يعتبره هؤلاء بحث في ماض مدفون، والتمسك بتقاليد ومرجعيات فانية لها تأثير معرفي معكوس.

- الإتجاه الثالث: يربط التراث الثقافي بعلاقة براغماتية نفعية، يحاول من خلاله المزج بين البعد التاريخي للتراث والمنفعة الاقتصادية التي يمكن إنتاجها من خلال نشغله، حيث يعتبر التراث مادة يمكن توظيفها في أنشطة مدرة للدخل، وذلك من خلال جعله أحد مقومات تحقيق الفرجة.

في ضوء ما تقدم يمكن الربط بين السياحة الثقافية و الإستدامة السياحية من خلال مايلي:⁶

- الإستدامة الاقتصادية: حيث توفر السياحة الثقافية فرص شغل، كما أنها تخدم الإقتصاد الوطني، وتشجع الإستثمارات السياحية في المجال التراثي، مصدر مهم للعملة الصعبة.

- الإستدامة الثقافية والإجتماعية: حيث تساهم السياحة الثقافية في رفع مستوى الصحة النفسية، تنمية الوعي الثقافي، التعرف على العادات والتقاليد الموروثة، تقريب الثقافات العالمية مع بعضها البعض، تفاعل السائح مع البيئة الإجتماعية المحلية.

- الإستدامة البيئية: وتتحقق عن طريق المحافظة على الجانب الجمالي لمواقع التراث الثقافي، كما تتحقق عن طريق إشباع حاجات السائح السياحية بالإطلاع على البيئة المحلية وجمالها الطبيعي والفكري.

إن الإهتمام بالتراث الثقافي والحضاري يعد أمرا حتميا لتفعيل دور القطاع السياحي في تحقيق تنمية

سياحية مستدامة، ومن أجل تحقيق ذلك يجب السهر على مايلي:⁽⁷⁾

- الأخذ بخبرات وتجارب البلدان السياحية وخاصة البلدان التي حافظت على تراثها التاريخي وجعلت منه عنصرا مستقطبا للكثير من السياح من مختلف أنحاء العالم مثل تركيا.
- حماية المواقع التاريخية وأماكن التراث من خلال تشكيل ما يسمى بالشرطة السياحية من أجل حماية تلك المواقع من السرقة والنهب والتخريب .
- الترويج السياحي للموروث الأثري من جهة والترويج للسياحة الثقافية باستخدام التراث الأثري من جهة أخرى، وهي عملية متداخلة فيما بينها فالتررويج للموروث الأثري هو بالتأكيد الترويج للسياحة الثقافية، وذلك باستخدام مختلف التقنيات الحديثة في مجال الاتصالات، بالإضافة إلى تنظيم تظاهرات ثقافية وعلمية ومؤتمرات والتي تسمح بالترويج للسياحة الثقافية بصفة مباشرة أو غير مباشرة.
- نشر الوعي الثقافي لدى أفراد المجتمع.
- إدخال مادة التراث والآثار والسياحة الثقافية في المنظومة التربوية والجامعية وهذا قصد تنمية مفهوم السياحة الثقافية عند الأفراد منذ الصغر.
- توفير بنية تحتية تسهل عملية الوصول إلى مختلف أماكن التراث الثقافي والتاريخي بحيث لا تكون هناك صعوبة في الوصول إليها.
- استغلال الموروث الأثري المعماري كهيكل سياحية تحتضن أو تدعم النشاط السياحي، حيث أن الآثار تستخدم كعنصر داعم لصورة الهياكل السياحية من الناحية الجمالية كالإبقاء على تمثال أو حفرة أثرية أو جزء من جدار في ساحة أو مدخل فندق عصري مثال، هذا ما يسمح للسائح باكتساب معارف ومكاسب بخصوص هذا المعلم الأثري.
- العمل على التخفيض من أسعار الخدمات المقدمة للسياح ، وذلك من أجل الحد من خروجهم إلى خارج البلد حيث أن المنتج السياحي يعتمد على محددتين أساسيين هما السعر والجودة.
- تشجيع الحرف والصناعات التقليدية المرتبطة بالجانب الثقافي والتاريخي الأثري أي القيام باستنساخ بعض التحف الأثرية من حلي وتمائيل وغيرها، حتى يتمكن الزوار من الترويج للمنطقة من خلال التذكارات المرتبطة بالماضي، فالسياح يرغبون في شراء بعض التحف الفنية والأثرية المقلدة والتي يصنعها الحرفيون وهذا ينعكس بالإيجاب على عائدات البلد.
- يمكن استغلال المواقع الأثرية كمراكز علمية أو مراكز بحثية في المجال العلمي الأمر الذي يجعله محل استقطاب السياح من الطلبة والباحثين المختصين في المجال التاريخي والثري والعمارة والتراث والفنون، بالإضافة إلى الأفراد الذين لديهم الفضول في الاكتشاف.

ثانيا: مقومات القطاع السياحي بولاية الوادي

1- التعريف بولاية الوادي:

تقع ولاية الوادي بواديهما (سوف وريغ) في الجنوب الشرقي مع الحدود التونسية الجزائرية، وتتميز بمساجدها التاريخية والزوايا الدينية إلى جانب البساتين الرائعة المسماة محليا بالغيطان، والتي إستعمل فيها السكان المحليين طريقة فريدة لغرس النخيل وسقيها ذاتيا، حيث كانوا يحفرون لأعماق تصل للعشرين مترا، ومن ثم يغرسون النخيل دون الإضرار لسقيها لقربها من مصادر المياه، إضافة إلى أحيائها العتيقة ذات الطابع العمراني المميز لها كالقباب، الدمس والأقواس، مما جعل الكاتبة الألمانية" إزابيل إبراهيم تطلق عليها تسمية مدينة الألف قبة وقبة.⁽⁸⁾

تبلغ مساحة ولاية الوادي حوالي 44.585 كلم²

- يحدها من الشمال ولايات تبسة و خنشلة و بسكرة.
- يحدها من الجنوب ولاية ورقلة.
- يحدها من الغرب ولاية الجلفة و بسكرة و ورقلة.
- يحدها من الشرق الجمهورية التونسية .

إن ثراء الصناعات التقليدية الفنية وعادات وتقاليد المنطقة المتجذرة والأصلية، إضافة إلى نوعية الفنون الشعبية أضفى طابعا آخر على المنطقة، وجعلها أكثر خصوبة لتنمية سياحة متكاملة تربط بين الطبيعة والثقافة، فالوادي تزخر بتراث متعدد الأوجه من المعالم الطبيعية كالسبخات والبحيرات، والأسواق العديدة، القرى التقليدية الفريدة من نوعها كقرية الخبي والكنف، إضافة إلى الحيوانات الصحراوية والنباتات المتنوعة المعروفة عند البدو الرحل بخصوصيتها الطبيعية، على غرار فنون الطبخ المحلي والأكلات الشعبية، فقد أصبحت الوادي مقصدا متميزا للسياحة الصحراوية الثقافية منها والبيئية، بجمال مناظرها في الشتاء والربيع وحتى في صيفها حيث غروب شمسها الرائع، ناهيك عن عبقرية أهل المنطقة في العمران وتشييد المدن المتجسدة في مساجدها وقبابها وطابعها الخاص الذي يتماشى وخصوصيات المنطقة الطبيعية والثقافية والمناخية.⁽⁹⁾

2- الإمكانيات السياحية بولاية الوادي:

1-2: المواقع السياحية والطبيعية:

تتوفر ولاية الوادي على مجموعة من المعالم الطبيعية التي جعلتها عامل جذب سياحي، ومن بين هذه المعالم مايلي:⁽¹⁰⁾

- الكثبان الرملية: تمثل الكثبان الرملية جل مساحة الولاية، والتي هي في الأصل جزء من العرق الشرقي الكبير الذي يمتد كبحر من الرمال ترتفع لتصل حوالي 100 م، وتمثل مقصدا سياحيا بإمتياز، وخاصة لهواة التزحلق على الرمال، ولعشاق غروب الشمس على الرمال سحر خاص.



- غيطان النخيل: الغوط هو حوض منخفض من الأرض له إمتدادات واسعة تبلغ مئات الأمتار طولا وعرضا يصل عمقه إلى 16 متر، وتزرع فيه أشجار النخيل، وكان سبب لجوء سكان المنطقة لهذه التقنية للإقتراب من مصادر المياه الجوفية، وهو يعتبر مقصد سياحي بإمتياز، وقد صنفت الغيطان كمعلم وتراث هندي من طرف المنظمة العالمية للتغذية سنة 2011.



- بحيرة عياطة: وتعتبر من أهم البحيرات وأبرزها بولاية الوادي، تقع غرب بلدية سيدي عمران، وتبعد عن مقر البلدية بحوالي 02 كلم يحدها من الشمال الطريق الوطني رقم 03، وجنوبا غابات النخيل، وهي على

منخفض يقدر ب 40 متر على مستوى سطح البحر، تنفرد بحيرة عياطة بتنوعها البيولوجي وأهميتها الإيكولوجية، حيث أنها تشكل ملجأ للعديد من الطيور النادرة في تنقلاتها.



- المنابع الحموية: توجد على مستوى الولاية عدة مواقع بها منابع حموية، والجدول التالي يوضح أهمها:

الجدول رقم 01: بعض المناطق الحموية بولاية الوادي:

الملاحظات	المنابع الحموية
كلوريد الصوديوم- سيلفات كلسية	جامعة
كلوريد الصوديوم- سيلفات كلسية- المغنيزيوم	تامرنة شوشة 2

2-2: الحظيرة الفندقية لولاية الوادي:

تعززت مدينة الوادي في الآونة الأخيرة بمركب سياحي ضخم يسمى الغزالة الذهبية، تحفة معمارية يجمع بين الطابع الصحراوي والفخامة في نفس الوقت، حيث يتماشى مع الطابع المحلي للمنطقة، ويقدم خدمات سياحية بالمعايير العالمية، فهو منتجع يقع بمدخل مدينة وادي سوف من جهة ولاية ورقلة، صاحب المركب هو الملياردير الجزائري جيلالي مهري، يتربع المركب على مساحة 280 هكتار مزينة بأكثر من 30 ألف نخلة يتضمن على عدد من الفيلات على شكل بنغالو، 52 خيمة كغرف نوم، كلها بطابع عربي مغاربي وسوفي بالدرجة الأولى كما يوجد بداخله 05 مطاعم فاخرة ومسبحان كبيران، إضافة إلى حمام كبير به قاعة رياضية ومركز للإسترجاع، قاعتان للإستقبال، وقاعة متعددة الخدمات لإقامة المؤتمرات بسعة 500 مقعد، إضافة إلى خيمة كبيرة لتنظيم المؤتمرات تتسع ل 150 مقعد. المنتجع السياحي يضم أيضا فندقا ب 120 غرفة لفائدة الزبائن الإقتصاديين، وكذا عابري السيل، ويعتبر الغزالة الذهبية الوحيد من نوعه في الجزائر القادر على إستقبال جميع الزبائن ، ليصبح بذلك أكبر منتجع سياحي في إفريقيا بالمنطقة، الذي يوفر إجمالا قدرة إستيعابية ب 542 سرير، ويوفر قرابة 300 منصب عمل مباشر، زيادة على دورات التكوين والتأهيل التي يستفيد منها العمال والموظفون.⁽¹¹⁾

إهتم رجال الأعمال بالجانب السياحي حيث شهدت الولاية تحسنا معتبرا في زيادة عدد الفنادق، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 02: عدد الفنادق ودرجة التصنيف بولاية الوادي:

عدد الأسرة	وحدة الإيواء	التصنيف	إسم المؤسسة الفندقية	نوع المؤسسة الفندقية
542	255	05 نجوم	الغزالة الذهبية	مركب سياحي
106	54	03 نجوم	فندق غيطان بلاص	فنادق
192	89	03 نجوم	فندق سوف الكبير	
196	96	02 نجوم	فندق اللوس	
196	43	02 نجوم	فندق إقامة الجنوب	
130	74	01 نجمة	فندق العلمي	
204	96	في طور	فندق تجيني	
132	46	التصنيف	فندق الوردية الذهبية	
40	20	01 نجمة	إقامة الرمال الذهبية	
40	20	01 نجمة	إقامة الفرسان	
56	28	مؤسسة معدة للفندقة	فندق النزل المركزي	هيكل معدة للفندقة
76	42		فندق سي موسى	

المصدر: هلال، مايدة، بوكريدي، مرجع سابق، ص 432.

3-2: إمكانيات السياحة الثقافية بولاية الوادي:

يتعدد ويتنوع التراث لدى المجتمع السوفي ويميز عن غيره من المجتمعات وهو ينقسم كغيره إلى قسمين: قسم مادي وقسم لا مادي:

1-3-2: التراث المادي بولاية الوادي:⁽¹²⁾

-العمارة: تمتاز العمارة في ولاية الوادي بطابعها العربي الإسلامي حيث يستخدم الأعمدة والأقواس والقباب والتيجان وكذلك ما يسمى " بالحوش " وهي مساحة من البيت مطلة على الهواء. ولقد أطلقت الكاتبة الألمانية ايزابيل يبرهاردت سنة 1990 اسم مدينة ألف قبة وقبة على ولاية الوادي، وذلك لان القباب عنصرا معماري وثقافي مميز وأساسي فرضته الظروف الطبيعية "كسر وتوزيع أشعة الشمس، توزيع لأتربة العواصف الرملية، والتاريخية "الثقافة العربية الإسلامية."

- المدن العتيقة و الزوايا والمساجد :أهمها:

مدينة قمار : حافظت هذه المدينة على طابعها المعماري الأصيل منذ القدم، حيث تعتبر تحفة معمارية منسجمة بأزقتها الضيقة وأسواقها المضللة ، كما أنها تعتبر قطب ديني دولي، وذلك لتواجد الزاوية التيجانية التي تعتبر مركز لتصوف وإستقطاب التيجانيين من كافة دول العالم.

قرية الزقم :التي تبعد 10 كلم عن عاصمة الولاية :من اقدم مناطق الاستيطان السكاني في الجنوب الشرقي الجزائري، أين يوجد أقدم مساجد الولاية " مسجد الشيخ العدواني "والذي كان خلية لنشاط جمعية العلماء المسلمين، يعتبر بمثابة خلية هامة لتعليم القران، ونشاط الديني في الولاية.

سوق الوادي :يعتبر من أنشط الأسواق الوطنية" بعد سوق العلمة "لحد الساعة حيث يعتبر قبلة دولية، كما من أقدم الأسواق المغلقة في العالم، الممرات به ضيقة جدا تمنح الباعة والمتجولين الكثير من الظل والبرودة في أيام الصيف، إضافة إلى احتواء جميع المحلات على القباب وذلك لكسر أشعة الشمس، وتوجد داخل السوق زاوية سيدي سالم التابعة لطريقة الرحمانية، والمسجد العتيق " جامع سيدي مسعود حيث كان منذ القدم مركز لتعليم الديني وإرشاد ونصح الباعة والزبائن.

المتاحف :يوجد في الوادي متحفين متحف في وسط المدينة، ونشا سنة 1960 ، يضم عينات من مختلف العصور مثل رؤوس السهام والشفرات، أصداف الرخويات...ومختلف الأشياء التي تعكس تاريخ المنطقة، ومتحف قمار وهو متحف مختص في الفنون الشعبية وبعض المخلفات التاريخية.

التراث الغير المادي :يتميز الإنسان السوفي بعادات وتقاليد عربية ملتزمة بالأخلاق والقيم الإسلامية في الجميع أعماله خاصة في مراسيم الزواج والأعياد، ومن بين أهم أعياد المجتمع السوفي عيد الخريف" هبيلة الخريف"، عيد الربيع تقطبوط، القدري، وقوف العرجون، كما يتميز المجتمع السوفي بقول الشعر الشعبي والألغاز والأمثال الشعبية الهادفة، وبطابع غنائي وموسيقي متميز، ومن رقصاتهم رقصة النخ للنساء و الزرنة للرجال، رقصة الزقايري، والألعاب الشعبية مثل الخريقة، شايب عاشورة، أما بالنسبة للأكلات الشعبية فمن أهمها المطابيق، الكسكسي وله أنواع منها المسقي و المفور والسفة ، وخبزة الملة و الدوبارة.

ثالثاً: مساهمة السياحة الثقافية في تعزيز السياحة المستدامة بولاية الوادي

1- تثمين الموارد السياحية عن طريق إقامة المهرجانات التقليدية:

تعتبر المهرجانات والصالونات ومختلف التظاهرات التقليدية والعصرية سواء كانت محلية أو وطنية وحتى الدولية أداة وآلية للجذب السياحي المحلي والأجنبي، وبالتالي تنشيط الحركة الاقتصادية المحلية من وسائل نقل، الإتصالات، وكذا هياكل إستقبال السياح، ويعود ذلك بالنفع ويمتد أثره إلى قطاعات الزراعة والصناعة والتجارة. مما يزيد من مداخيل تلك القطاعات من الموارد المالية، وبالتالي المزيد من توظيف الشباب والمساهمة في القضاء على البطالة بالمنطقة السياحية، و بإعتبار ولاية الوادي من المناطق السياحية بإمتياز وذات مؤهلات وموارد سياحية هامة مثل الرمال الذهبية، وكذا تراثها الحضاري ومختلف العادات والتقاليد، وموروثها الثقافي والشعبي، وكذلك المناطق السياحية التي تشتهر بها الولاية، ومن أجل تثمين هذه الموارد السياحية و إستغلالها دأبت الولاية على إقامة العديد من المهرجانات والتي من أبرزها عيد مدينة ألف قبة وقبة.⁽¹³⁾

عيد مدينة ألف قبة و قبة هو احتفال تنظمه بلدية الوادي في كل عطلة ربيعية من السنة " تم تغييره إلى العطلة الشتوية خلال سنة" 2018 ، وتقدم فيه العديد من التظاهرات الثقافية، والترفيهية وتشمل نشاطات عيد مدينة الألف قبة جميع فئات المجتمع ، ويكون بالتعاون مع جميع الجهات الفاعلة في الولاية. يقبل على احتفالية عيد المدينة العديد من السواح من داخل الوطن وخارجه، الأمر الذي ينشط الحركة الاقتصادية والاجتماعية في الولاية، الأمر الذي ينعكس عملية التنمية المستمرة في الولاية.

تخصص بلدية الوادي لهذا الاحتفال مبلغ مالي محدد في ميزانيتها يتراوح بين 1500000.00 الى 5000000.00دينار جزائري، وهو مبلغ غير كافي حسب القائمين على المهرجان فهو لا يكفي حتى لعمليات التحضير "النظافة، كراء المعدات"، و أجور العمال القائمين عليه والمسخرين من مختلف بلديات الولاية، لذا فهي تعتمد على مساهمة الفاعلين الاقتصاديين في الولاية " مؤسسة طبية لتوابل، مؤسسة كيدس، شيبس سوف مهبول"....، ومؤسسات الدولة " مديرية الثقافة، دار الثقافة، مديرية الشباب والرياضة، مديرية السياحة"، تاريخه عيد مدينة وكذا الفرق الفنية المحلية والوطنية من مستغانم، الاغواط، قسنطينة، تزي وزو، تيبازة... ويتضمن عيد مدينة ألف قبة وقبة العديد من النشاطات أهمها:⁽¹⁴⁾

-كرنفال مدينة الألف قبة : ويضم عادات وتقاليد الولاية حيث يشاركه فيه فرق فلكلورية للبارود والزرنة، الحضرة العرس التقليدي المرحول، الخيال...الخ وتشارك فيه الحركة الجمعوية الرياضية والفنون التقليدية، وكذا ضيوف المهرجان من داخل الوطن وخارجه "ليبيا، تونس، ومصر.

-عروض مسرحية وسهرات فنية :تكون لفنانين ولفرق محلية ووطنية "مستغانم، قسنطينة، باتنة، الاغواط"....، وفرق أجنبية " فرقة الفران ليبيا.

-معارض لصناعات التقليدية :وهي تتنوع بين المعارض التجارية والمعارض الثقافية.

-معارض اقتصادية :تضم العديد من أصحاب العلامات التجارية من داخل الوطن وخارجه للتعريف بمنتجاتهم.

-معارض ثقافية :إصدارات المدينة، والفنون التشكيلية، وصور المدينة الحالية والتقليدية.

-عروض متنقلة :فنية، ومسرحية، والعباب الأطفال.

-مسابقات :في الأكلات الشعبية وصناعة الحلوة.

-دورة في الكرة الرياضية :وتشارك فيه فرق من صنف الاصاغر والشباب وقدماء اللاعبين "اولمي الوادي، قدماء الهلال الرياضي بالريديف، تونس".

-مسابقة الدرجات الهوائية والعدو والتزحلق على الرمال.....الخ.

-مدينة العباب الأطفال :وهي مدينة تظم الألعاب التقليدية، والمهلوانية، ومدينة الملاهي المجانية، وتشارك العديد من الفرق الأجنبية للأطفال من ليبيا وتونس واليمن ومصر.

-العرس التقليدي الجماعي لشباب من مختلف أنحاء الولاية.

2- تهيئة حي الأعشاش بالوادي كمشروع سياحي ثقافي محلي مستدام:

عبارة عن حي قديم بأزقته الضيقة ، هو الآن به سوق الوادي الكبير باسمه سوق الأعشاش وهو يشبه الى حد ما الأسواق بالمشرق العربي وهو مقصد للسواح الوطنيين والأجانب على حد سواء. ويعتبر مسلك سياحي ثقافي وضعية المعلم مهيأة وسهل الوصول اليه، مع وجود لوحات اشهارية للحي ، يقع في قلب مدينة الوادي ، وهو من أقدم الأحياء في الوادي مؤمن من الناحية الأمنية، مزيج بين:

- ملك خاص

- ملك عام

- ملك وقف

نظرا للأهمية التاريخية والمعمارية والجمالية لحي الأعشاش العتيق، فقد تم إنشاء القطاع المحفوظ بمقتضى المرسوم التنفيذي 11-140 مؤرخ في 28 مارس 2011.

ويعتبر حي الأعشاش مركز مدينة الوادي ونواتها الأولى وقلبها النابض بإعتباره حيا تاريخيا به معالم معمارية وثقافية ودينية بارزة، ويحمل خصائص وسمات العمارة التقليدية الأولى التي ظهرت بولاية

الوادي.⁽¹⁵⁾

يعتبر حي الأعشاش من أقدم وأعرق الأحياء والمعالم العمرانية بمدينة الوادي ويعود تاريخ بنائه إلى عدة قرون حيث يشتهر الحي العتيق بكثرة المعالم التاريخية كالمساجد و المدارس القرآنية والزوايا. أن ابرز المعالم التاريخية الموجودة بمدينة وادي سوف تتمثل في العمران الجبسي القديم إضافة إلى المساجد على غرار مسجد سيدي المسعود الشابي الذي يعتبر أقدم المساجد وكذا مسجد أولاد خليفة ومسجد العزازلة كما يوجد مسجد الحسيني نسبة إلى حسين أصيل والد لخضر بن حسين العلامة وشيخ الأزهر وكانت له بصمة في هذا المسجد كما يوجد مسجد آخر هو مسجد صغير رقراوية. تجدر الإشارة ان حي الأعشاش يعتبر من اهم الوجهات السياحية بمدينة وادي سوف حيث يتوسط فيه السوق المركزية المساجد التي يقصدها السياح على مدار السنة. ولحماية هذا المعلم التاريخي الهام بولاية الوادي باشرت مديرية الثقافة هي أيضا بصفتها المسؤولة على حماية التراث بالولاية بعدة إجراءات للحفاظ على الحي. وفي سياق متصل أكد المهندس بمصلحة ترقية التراث لمديرية الثقافة هشام غديري، ان البرنامج الخاص المسطر من طرف مديرية الثقافة لهذا الحي يتمثل في مشروع دراسة عدد المخطط الدائم لحفظ واستصلاح القطاع المحفوظ والذي يشمل على دراسة اجتماعية ، اقتصادية ومعمارية حيث تكون دراسة شاملة لهذا الحي ليكون في المستقبل مشروع ترميمه وإعادة إحيائه. ويأمل الجميع في مدينة الوادي ان يتحول حي الأعشاش إلى قرية سياحية تحافظ على الهوية و العمق التاريخي لمدينة الوادي.⁽¹⁶⁾

وفي سنة 2018 أطلقت المرحلة الثانية من المخطط الدائم لحفظ واستصلاح القطاع المحفوظ لحي الأعشاش العتيق الذي يتوسط مدينة الوادي، باعتباره قطاعا محفوظا ومصنفا ضمن التراث الوطني ويأتي تنفيذ هذه العملية التي أطلقت في الآونة الأخيرة بعد إعطاء تأشيرة المرحلة الأولى التي تعتمد على إحصاء المرافق العمرانية لهذا الحي العتيق الذي يتربع على مساحة قوامها يزيد من 29 هكتار . ومن شأن تجسيد هذا المخطط في مرحلته الثانية والذي يهدف إلى حماية وإعادة الإعتبار للتراث الثقافي المادي (مدن عريقة وقصور قديمة وقصبات وفضاءات عمرانية تقليدية)، أن يساهم في المحافظة على استدامة هذا الفضاء العمراني العريق، بما يساعد على أن يكون عاملا في مسار جهود تفعيل الحركية السياحية، ومن خلالها الحركية الاقتصادية ليكون رافدا جديدا ضمن المؤهلات السياحية للمنطقة، كما ذكرت ذات المصالح. وذكر السيد محمد الصالح بن علي المختص في التراث بمنطقة سوف، أن حي الأعشاش العتيق يعتبر "النواة الأولى" و أول تجمع سكاني بمدينة الوادي، مشيرا أنه بعد بروز الملامح العمرانية لهذا الحي العتيق نهاية القرن ال 16 م ظهرت في فترات زمنية متعاقبة ملامح باقي الأحياء الشعبية الأخرى التي شكلت فسيفساء التجمعات السكانية لمدينة الألف قبة. ويعتبر هذا الفضاء العمراني العريق نموذجا حيا للعمارة التقليدية الأولى بمنطقة سوف ي والتي تعتمد في تشييدها على مواد بناء محلية، أهمها الجبس المعد في

أفران تقليدية، بالإضافة إلى الحجارة من نوع "اللوس" وهو نوع من الحجارة الصلبة تقاوم الماء والرطوبة تستخرج من طبقات الأرض بالمنطقة.⁽¹⁷⁾

الخاتمة:

لقد تم من خلال هذه الورقة البحثية تحديد مفهوم السياحة الثقافية وعلاقتها بالإستدامة السياحية من الناحية النظرية، إضافة إلى عرض مختلف إمكانيات القطاع السياحي بولاية الوادي من الناحية الطبيعية والعمرانية والحظيرة الفندقية، إضافة إلى التراث المادي وغير المادي للولاية، وصولاً إلى تحديد مساهمة السياحة الثقافية في إستدامة السياحة بولاية الوادي، عبر التركيز على إحتفال مدينة ألف قبة وقبة، وكذا تهيئة حي الأعشاش كمشروع سياحي ثقافي محلي مستدام.

في ضوء ما تقدم يمكن الخروج بالنتائج التالية:

- العلاقة الإرتباطية بين التراث الثقافي وإستدامة الوجهة السياحية.
- تساهم السياحة الثقافية بولاية الوادي في تعزيز وتحقيق التنمية المحلية المستدامة من خلال إسهامها في تطوير القطاع السياحي وتحسين الخدمة العمومية والمرافق العامة.
- تساهم السياحة الثقافية عبر تقديم التسهيلات السياحية لإقامة المهرجانات الكبرى في تعزيز الهوية السياحية والثقافية لولاية الوادي.
- تساهم السياحة الثقافية بولاية الوادي بحكم تنوع أشكالها ومعالمها ومن خلال عيد مدينة ألف قبة وقبة في تعزيز الإستدامة السياحية.
- تساهم عملية تهيئة حي الأعشاش و تميمه كتراث ثقافي عتيق في جعله مشروع سياحي ثقافي محلي يسم في تعزيز الإستدامة السياحية.

- ¹: نسيمة جميل، السياحة الثقافية وتثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر: دراسة وصفية تحليلية لبرنامج حصة مرحبا. مذكرة ماجستير غير منشورة (قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة وهران، 2010)، ص 108.
- ²: محسن ثامر، يوسف باهي، " دور السياحة الثقافية في تحقيق التنمية المستدامة: ولاية وادي سوف نموذجا". مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية . م04. ع02. 2020. ص 21.
- ³: نور الدين شارف، حمزة مزيان، " بوابة التراث الثقافي الجزائري كمدخل لتنشيط السياحة الثقافية في عصر الرقمنة". مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة . م04. ع 01. 2023، ص 53.
- ⁴: محمد الطاهر دربوش، عبد الجليل جباري، أحمد رشاد مرداسي، "توظيف التراث الثقافي لتنمية السياحة الثقافية في الجزائر". مجلة الحقوق والعلوم السياسية جامعة خنشلة . م 07. ع01. 2020، ص 195.
- ⁵: محمد خالي، " ثنائية العلاقة بين السياحة والتراث ودورها في تحقيق التنمية المحلية بالمغرب". مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع جامعة جيجل. م03. ع02. 2020، ص 96.
- ⁶: سعاد بن سرية، " تثمين دور التراث الثقافي في التنمية السياحية المستدامة". مجلة القانون والعلوم البيئية . م02. ع01. 2023، ص 826.
- ⁷: حيزية هني، " دور التراث الثقافي والحضاري في تعزيز التنمية السياحية المستدامة في الجزائر". مجلة دراسات في التنمية والمجتمع. م06. ع 04. 2021. ص 60.
- ⁸: الساسي هلال، محمد فيصل مايدة، عبد القادر بوكريدي، " مساهمة السياحة في تحقيق التنمية المستدامة: السياحة في ولاية الوادي كنموذج". مجلة العلوم الإدارية والمالية. م 05. ع 01. 2021. ص 431.
- ⁹: بلال بوترة، أشواق بن عمار، " دور وسائل الإعلام في تنمية السياحة الصحراوية ولاية الوادي نموذجا". مجلة المجتمع والرياضة. م04. ع 02. 2021، ص 297.
- ¹⁰: عبد الرزاق زهواني، محمد عبادي، " مقومات وعوامل الجذب السياحي بولاية الوادي الواقع والآفاق: دراسة تحليلية إستشرافية". مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية. م13. ع02. 2019، ص 264.
- ¹¹: هلال، مايدة، بوكريدي، مرجع سابق، ص 431.
- ¹²: ثامر، باهي، مرجع سابق، ص 23.
- ¹³: عبد الرزاق زهواني، تثمين الموارد السياحية كآلية لدعم الإستثمار المحلي في الجزائر: دراسة حالة المناطق الصحراوية ولاية الوادي نموذجا، أطروحة دكتوراه غير منشورة (قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة برج بوعرييج، 2020)، ص 273.
- ¹⁴: ثامر، باهي، مرجع سابق، ص 25.

¹⁵: حسين بوقرن، مختار الخدير، السياحة الثقافية ودورها في دفع التنمية المحلية في إطار التنمية المستدامة: دراسة حالة حي الأعشاش الوادي. مذكرة ماستر غير منشورة (قسم تسيير التقنيات الحضرية، معهد تسيير التقنيات الحضرية، جامعة أم البواقي، 2015)، ص130.

¹⁶: خليل خضير، " حي الأعشاش بالوادي .. شاهد تاريخي يحلم سكانه بترقيته لقرية سياحية". في: <https://radioalgerie.dz/news/ar/reportage/917.html#:~:text=2024-06-04> ، تاريخ زيارة الموقع: 2024-06-04.

¹⁷: " حي الأعشاش العتيق بالوادي: إطلاق المخطط الدائم لحفظ واستصلاح القطاع المحفوظ". في: <https://www.aps.dz/ar/regions/55757-2018-04-22-08-35-43> ، تاريخ زيارة الموقع: 2024-06-04.