جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
مخبر التنمية الذاتية والحكم الراشد
الملتقى الوطني الأول حول
دور التجمعات والعناقيد الصناعية في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفي دعم تنافسيتها
29-30 ماي 2013

دور العناقيد السياحية في تنمية الأقاليم الريفية

حالة مناطق الهضاب العليا بالجزائر

د. رحيم حسين

مخبر الدراسات والبحوث في التنمية الريفية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج – الجزائر

rahim_hocine@yahoo.fr

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى تقديم مفهوم العناقيد السياحية، مزاياها ومقومات قيامها ونجاحها، وكذا إبراز دورها في مجال تنمية الأقاليم عموما، والأقاليم الريفية على وجه الخصوص، وقد تم التركيز فيه على مناطق الهضاب العليا بالجزائر كعينة عن هذه الأقاليم. فبعد التعريف بالعناقيد وأهميتها في ترقية الوجهات السياحية والتنمية المحلية، وإعطاء صورة تشخيصية مقتضبة عن أهم أنماط الموارد السياحية التي تتوفر عليها مناطق الهضاب العليا، حاولنا أن نبين كيف يمكن الاستفادة من نظام العناقيد في تنمية هذه المناطق.

كلمات أساسية: سياحة، عناقيد سياحية، تنمية الأقاليم، التنمية الريفية، الهضاب العليا.

Résumé :

Ce travail a pour objectif de présenter le concept d'un cluster touristique, ses avantages et ses exigences d'établissement et de réussite, ainsi que de mettre en évidence son rôle dans le développement territorial en général, et le développement des territoires ruraux en particulier. Après avoir défini un cluster, son importance dans la promotion des destinations et le développement local, et avoir donné un bref diagnostic sur les principaux types de ressources touristiques dans les zones des hauts plateaux d'Algérie, on a essayé de montrer comment peut-on bénéficier du système des clusters pour faire développer ces zones.

Mots clés : tourisme, cluster touristique, développement des territoires, développement rural, hauts plateaux.

مقدمة:

لقد ظل النشاط السياحي بالجزائر لسنوات يشهد وضعية ركود طويل الأمد، ويرجع ذلك أساسا إلى نقص في فعالية السياسات العمومية تجاه تنمية هذا القطاع. فعلى الرغم مع تنوع الموارد السياحية وانتشارها عبر كامل مساحة الجزائر الشاسعة، لم تتمكن السياسات الحكومية المتعاقبة لأن تحولها إلى مصادر مدرة للدخل وأوعية مولدة للشغل. ولا تشذ مناطق الهضاب العليا عن هذا الوضع العام، فقطاع السياحة بها ظل يحتل آخر انشغالات السلطات المحلية، وظلت السياحة بمثابة نشاط ترفي يرتب في آخر الأولويات، وبالنتيجة فقد تم هدر عديد الموارد السياحية، وتعرض عدد من المواقع والمعالم السياحية إلى التردي بسبب الإهمال من جانب السلطات المحلية وسوء التقدير من جانب الأفراد.

وفي إطار مسعى إعادة الاعتبار لقطاع السياحة بالجزائر جاء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (م.ت.ت.س 2025)[1]، الذي تم إطلاقه في يناير 2008، وقد أضحى يمثل الإطار المرجعي للإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية بالجزائر، وهو مجزأ إلى ثلاثة أفق: المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015 والمدى الطويل 2025. غير أن هذا المخطط يشكل في الحقيقة مشروع تهيئة سياحية أكثر منه مشروع تنمية سياحية، وقد تم تأكيد ذلك صراحة في الكتاب الأول منه بأن هذا المخطط هو جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية[2]، وبالتالي فإن الاهتمام فيه سيكون موجها لتشييد الهياكل القاعدية للسياحة، كالفنادق والطرقات وقنوات الاتصال والقرى السياحية، وهذا المسعى هام وضروري على المدى المتوسط، ولكن على المدى البعيد سيكون غير كاف ما لم يستكمل بسياسات نوعية تسمح بترقية النشاط السياحي وتكوين ثقافة سياحية مستقرة وطلب فعال على الخدمات السياحية.

لقد تضمن م. ت. ت. س. (SDAT) مشاريع اعتبرت ذات أولوية في المرحلة الأولى (2008–2015) أهمها: فنادق سلسلة، فنادق فخمة، قرى سياحية بامتياز (23 قرية)، حظائر بيئية وسياحية (05 حضائر)، مراكز علاج، صحة ورفاهية (03) وإطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز. ومع أن مناطق الهضاب استفادت من بعض التخصيصات ضمن هذا المخطط، إلا أنها تعد هامشية. فمثلا من ضمن 80 مشروعا في ستة أقطاب سياحية لا يوجد ولا مشروعا منها بولايات الهضاب العليا، فمعظمها مركز بالشمال (المدن الساحلية) والباقي بالجنوب الكبير[3].

إن مناطق الهضاب العليا لا تخلو من الموارد السياحية العديدة والمتنوعة التي تستحق التثمين وإعادة الاعتبار، منها الطبيعية ومنها الثقافية والتاريخية (مناظر طبيعية نادرة، حمامات معدنية، معالم أثرية وثقافية، ...)، وهو ما يستوجب إجراء تشخيص دقيق لتلك الموارد والبحث في سبل تقييمها وتطويرها، ومن ثم تحويلها إلى وجهات سياحية ذات بعد عالمي. غير أن هذا التطوير يستلزم، فضلا عن التهيئة القاعدية، إيجاد آليات فعالة من شانها تحسين جودة الخدمة السياحية وترقية صورة الوجهات، ومن أبرز هذه الآليات العناقيد السياحية.

يهدف هذا البحث إلى التعريف بمفهوم العناقيد السياحية وإبراز دورها في مجال دعم جاذبية الوجهات السياحية من جهة، وفي مجال التنمية المحلية من جهة ثانية. وسنحاول من خلاله إسقاط هذا الدور على مناطق الهضاب العليا بالجزائر، بعد التقديم لهذه المناطق من الناحية السياحية. ومن أجل ذلك ستتضمن معالجتنا المحاور التالية:

- العناقيد السياحية: مفهومها ومقومات قيامها

---

[1] جاءت هذه الوثيقة المرجعية في خمسة كتب بمجموع 350 صفحة: الكتاب الأول: تشخيص وفحص السياحة الجزائرية؛ الكتاب الثاني: المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمس وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية؛ الكتاب الثالث: الأقطاب السياحية السبعة للامتياز؛ الكتاب الرابع: تنفيذ م.و.ت.س–المخطط العملي؛ الكتاب الخامس: المشاريع ذات الأولوية السياحية.

[2] الكتاب الأول من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، ص4

[3] راجع الكتاب الأول من م. ت. ت. س.، ص6

- أهمية العناقيد السياحية في ترقية الوجهات والتنمية المحلية
- الموارد السياحية وفرص الاستثمار السياحي بمنطقة الهضاب العليا
- أهمية العناقيد في تطوير السياحة الريفية بالهضاب العليا

1- العناقيد السياحية: مفهومها ومقومات قيامها

يمكن تعريف العناقيد السياحية على أنها مجموعة من الوحدات المجمّعة في رقعة جغرافية محدودة بهدف تقديم منتجات سياحية متكاملة. وهذه العناقيد يمكن أن تتواجد على مستوى مناطق حضرية أو على مستوى مناطق ريفية، كما إنها قد تأخذ بعدا إقليميا، وطنيا أو محليا. ويمكن أن يتموقع العنقود في قرية سياحية أو في محطة سياحية، ولكن يمكن أن تتواجد عناقيد في مواضع مختلفة من مدينة سياحية كبرى.

ومن أجل توضيح أكبر لمفهوم العناقيد السياحية نفكك التعريف السابق إلى عناصره الأساسية، وهو ما يسمح في ذات الوقت بتحديد أهم خصائص هذه العناقيد:

- عناقيد الصناعة السياحية، مثلها مثل غيرها من الصناعات، تجسد إستراتيجية وطنية تندرج ضمن إستراتيجيات تحريك الأقاليم وتنميتها. وهذا يعني أن العناقيد ليس وليدة طفرة، وإنما هي محصلة إستراتيجية مقصودة.
- الوحدات المكونة للعنقود تنتمي في جلها إلى قطاع المؤسسات المتوسطة والصغيرة، معظمها صغيرة الحجم (بما فيها المؤسسات المصغرة).
- يرتبط أي عنقود بحدود جغرافية معلومة، وهي سمة أساسية مميزة له. فالعنقود، بالتعريف، هو تركيز جغرافي لمجموعة من المؤسسات المترابطة والهياكل المرافقة، تحت ظل بنية تحتية مساندة تدعم رؤية مشتركة للنمو[1].
- المنتجات السياحية عموما هي عبارة عن خدمات مقدمة للسياح، إلا أننا نجد وحدات أو ورشات تصنّع سلعا موجهة للسياح، وأبرزها السلع التقليدية والسلع التذكارية وبعض السلع الاستهلاكية. وهكذا فإننا بصدد منتجات عديدة ومتنوعة: فندقة، مطاعم، محلات، صناعات تقليدية ...
- التكامل أهم سمات العناقيد، ونميز في هذا الصدد بين شكلين من العناقيد: عناقيد متكاملة رأسيا وعناقيد متكاملة أفقيا. وفي مجال العناقيد السياحية نتحدث في الواقع عن تكامل أفقي، إذ أن الوحدات المشكّلة للعنقود ذات منتجات مختلفة، ولو أنها في النهاية موجهة لسوق واحدة.
- تكامل المنتجات والأنشطة السياحية من تكامل العناقيد. فالعنقود، كما أشار إلى ذلك بورتر، يؤدي إلى رفع الإنتاجية ليس فحسب نتيجة عملية تحصيل وتجميع المدخلات، ولكن أيضا نتيجة ما يتيحه من تكاملات ما بين أنشطة العنقود[2]. وهنا نتكلم عن تكامل المنتجات بالنسبة للمشتري كأهم ميزات العنقود. وفي مجال السياحة لا يتحقق التأثير على السائح فقط من خلال نوعية المكان المزار (مثلا شاطئ، موقع تاريخي)، ولكن أيضا من خلال نوعية الفنادق، المطاعم، الذكريات، تسهيلات المطارات والنقل[3].

---

[1] Corinne Van der Yeught, « Favoriser le développement d'un *cluster* «tourisme durable » au sein d'une destination touristique : le cas des Cinq Terres (Italie)», p4, web.hec.ca/airepme/images/File/2008/C82.pdf

[2] Michael E. Porter, "Location, competition and economic development: local clusters in a global economy", *Economic Development Quarterly*, vol. 14, n° 1, February 2000, p22

[3] Ibid, p22

– يقوم العنقود إلى تخصص قطاعي قوي. وهو يرتكز على المعرفة، الإنتاج، النشر، نقل وحركة المارف والمهارات ما بين الأعوان بالمكان، وخاصة من خلال تواجد مؤسسات التكوين والجامعات[1].

ثمة مبررات عديدة يمكن أن تكون وراء قيام نشاط سياحي بمنطقة ما:

- مبررات طبيعية: ونذكر هنا على سبيل المثال محطات التزحلق الجبلية، الشواطئ الممتدة، الخ.
- مبررات ثقافية وحرفية: بعض المناطق تتميز بتراث ثقافي أو حرفي مميز يجعلها قبلة لعديد الزائرين، ومثال ذلك المركز العلمية والدينية (مركز مخطوطات، زاوية دينية، ..)، الصناعات التقليدية (مثلا قرية "آث يني" بولاية تيزي وزو، الشهيرة بصناعة حلي الفضة)، الخ.
- مبررات تاريخية وأثرية: تحظى بعض المناطق باحتوائها على مواقع تاريخية أو على معالم أثرية هامة، على غرار مواقع كل من شرشال، الجميلة، تيمقاد، قلعة بني حماد، الخ.

غير أن وجود حركة سياحية لا يستلزم حتما شرعية قيام عناقيد سياحية، فكثيرا من المواقع محدودة في حجمها وفي أهميتها وجاذبيتها، وبعضها خاص بأنشطة موسمية أو مقصود من فئات محدودة، مما لا يشجع على الاستثمار الخاص، المرتبط أساسا بحجم الطلب السياحي، ومن ثم لن تشكل دافعا قويا لنشأة العناقيد، ومع ذلك يمكن بناء إستراتيجيات خاصة لتطوير بعض المناطق أو المواقع السياحية، كإنشاء مركبات سياحية شاطئية أو جبلية أو صحراوية مزودة بخدمات متعددة: ثقافية ورياضية واستجمامية، وهو ما يمثل أرضية لإقامة عنقود سياحي.

بصفة عامة يقتضي قيام عناقيد سياحية فعالة توفر مجموعة من المقومات نجملها في مجموعتين:

1) **مقومات موضوعية**: وهي مقومات ترتبط بالمحيط ولا يمكن التحكم فيها. ونميز هنا بين:

– **المقومات الاجتماعية والثقافية**: وتتمثل في مجموعة القيم والعادات المحددة للعلاقات والقناعات الخاصة بالمنطقة، مستوى الثقافة السياحية لدى الأفراد واستعداداتهم لتقبل الظاهرة السياحية. وعلى سبيل المثال لا يسمح للمرأة بالخروج للعمل في بعض المناطق، وهي قيمة محددة لبعض الأنشطة السياحية.

– **المقومات الطبيعية والتاريخية**: ونقصد بها الظروف الطبيعة للمنطقة من جهة، والمواقع والمعالم التاريخية والأثرية للمنطقة من جهة ثانية. وهذه المقومات تمثل في الواقع الأصل في الجذب السياحي، وهي المحددة لمستوى الميزة السياحية للمنطقة أو للموقع. فتوفر منطقة على موقع أثري أو تاريخي هو صدفة تاريخية بالنسبة لأهل تلك المنطقة، أضحى بالنسبة إليهم موردا سياحيا. غير أن ذات المورد السياحي قد تختلف أهميته النسبية من موقع إلى آخر. كما أنه، وعلى سبيل المثال، تواجد منبع معدني في منطقة جبلية خلابة يمثل ميزة تختلف عن موقع به منبع معدني بأرض قاحلة.

2) **مقومات إستراتيجية**: وتتضمن مختلف المقومات التي يمكن التحكم فيها، وذلك من خلال إستراتيجيات متنوعة كلية أو جزئية. ولذلك نميز بين:

– **مقومات إستراتيجية كلية**: وتتعلق بالإستراتيجيات الوطنية والإقليمية في مجال التنمية السياحية، وهب تتضمن جانبين: جانب مادي وجانب تشريعي وتنظيمي. يتمثل الجانب المادي في مختلف مكونات البنية تحتية من طرقات ومواصلات واتصالات ومصحات وغيرها، أما الجانب التشريعي والتنظيمي فيتمثل في مختلف النصوص التشريعية والتنظيمية الخاصة بالسياحة، السياسات الكلية الداعمة للاستثمار السياحي عموما، وللمؤسسات الصغيرة والمتوسطة منها على وجه

[1] Nathalie Fabry, Thierry Leleu et Sylvain Zeghni, Association du Cluster Tourisme du Val d'Europe, *les cahiers du cluster tourisme*, Volume 1, septembre 2012, p5

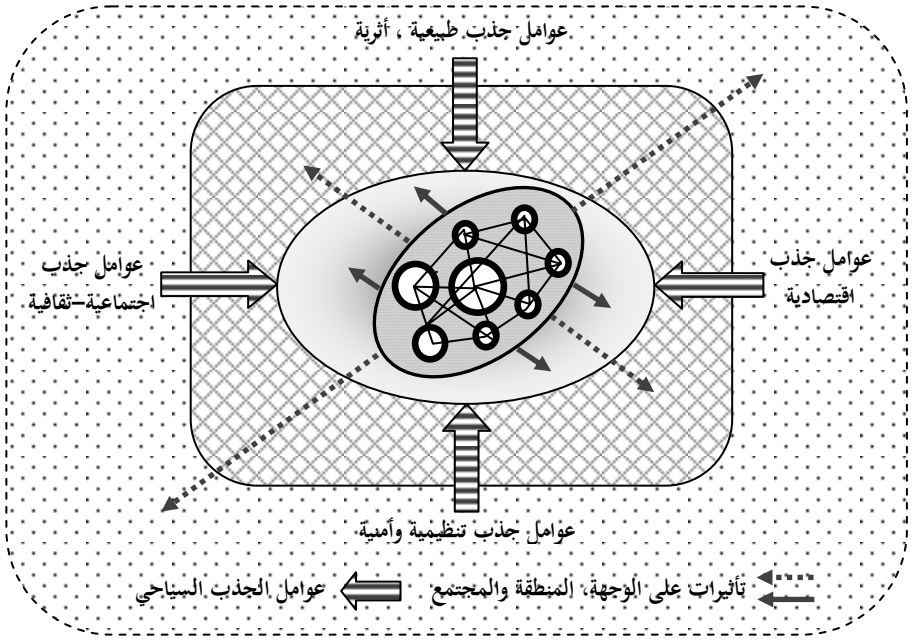
الخصوص، الإطار التنظيمي للعناقيد السياحية، بما يتضمن ذلك من نصوص وإدارة عامة مشرفة ومطورة لظروف عمل مختلف الوحدات. ويتعلق تطوير هذه المقومات بالسلطات العمومية المركزية والمحلية.

- **مقومات إستراتيجية جزئية:** وهي تلك المقومات المرتبطة بالوحدات المشكّلة للعنقود ذاتها. وتتضمن هذه المقومات: مستوى جودة الخدمات المقدمة، الكفاءات المتاحة، التطوير والابتكار وغيرها من العوامل الدالة على مدى تأهيل المؤسسات وقدراتها على الاستجابة للمعايير السياحية، وعلى استعدادها لتحمل مسؤولياتها الاجتماعية. وهذا النوع من المقومات متعلق أساسا بقيادات تلك الوحدات.

2- أهمية العناقيد السياحية في ترقية الوجهات والتنمية المحلية:

إن وجود مورد سياحي في منطقة ما محاط ببعض المرافق والمحلات بصورة عشوائية لا يمثل عنقودا سياحيا. فالعنقدة، أو التجمع في شكل عناقيد، هي مسألة تنظيمية بالأساس، وهي مقصودة ومخططة، ويتم تسيير العنقود من طرف إدارة خاصة، تتولى الإشراف والمتابعة المستمرة لسير العنقود، وتعمل على ترقيته وتطويره، سواء من خلال تنظيم التظاهرات أو تحسين الخدمات أو مساعدة الوحدات في تجاوز بعض التحديات والعراقيل، الإدارية منها والابتكارية، وغير ذلك من المهام الإدارية والتطويرية.

وفي الواقع لا يمكن الفصل بين آثار العناقيد السياحية على كل من الوجهات والمناطق الحاوية لها، بل وعلى المناطق المجاورة والمجتمع ككل، حيث إن هذه الآثار، بفعل ظاهرتي الترابط والتعدي، تكون سلِسة الانتقال وخفية الفعل. الشكل التالي يعطي صورة حول موقع العناقيد السياحية وجاذبية الوجهة وعواملها وآثار ذلك على المنطقة.



شكل (1): آثار العنقود السياحي على جاذبية الوجهة وعلى التنمية المحلية

تتيح إقامة العناقيد السياحية عدة منافع، إن بالنسبة للوجهات أو للوحدات أو للسياح أو للسكان المحليين أو للاقتصاد ككل. ومع إن هذه المزايا مترابطة ومتداخلة، إلا أننا سنحاول التركيز على ما يتعلق بالوجهات، أو المقاصد، وبالتنمية المحلية.

1) مزايا العناقيد السياحية بالنسبة للوجهة:

تتولد عن تنظيم الوجهات في شكل عناقيد عدة مزايا تنافسية، نورد أبرزها في شكل نقاط كما يلي:

- الهدف الأساسي من نظام العنقدة هو إيجاد تكامل وترابط تعاضدي ما بين الوحدات، وهو ما من شأنه أن يدعم سلسلة القيمة بالعنقود، ويرفع من جودة الخدمة من وجهة نظر المستهلك، ويعزز في المحصلة القيمة السياحية للوجهة.
- يتيح وجود العنقود إمكانية تحويل الجوارية الوظيفية للمتعاملين إلى جوارية إستراتيجية بالنسبة للأطراف ذات المصلحة، وهو ما من شأنه تنمية آثار الترابط داخل العنقود ذاته (intracluster)، وبينه وبين عناصر محيطه (extracluster) [1]، وهذا ما يخدم تنمية الوجهة.
- إن السعي نحو دعم تنافسية العناقيد هو ضمناً سعي لدعم تنافسية الوجهات، فكل الإستراتيجيات الرامية إلى تنمية أي عنقود تنصب في النهاية ضمن هدف تنمية الوجهة.
- تؤدي العناقيد إلى تطوير القاعدة السياحية بالمناطق، ومن ثم دعم الجذب السياحي للوجهات. فالعناقيد قائمة أصلا على "مشروع تأسيسي يجعل المتعاملين في شبكة قائمة على قاعدة إستراتيجية"[2]، أي على تجمع لوحدات متجانسة في المصلحة والهدف.

إن خلق جاذبية مستمرة للوجهات السياحية هو أهم ما ينتظر من إقامة العناقيد. ويقصد بجاذبية الإقليم عموما قدرته على جذب الأفراد وجذب الاستثمارات. وتخضع جاذبية الإقليم للمستثمرين إلى ثلاثة عوامل أساسية: خصائص طلب المؤسسات المهتمة بتطوير مشاريعها، خصائص الإقليم ذاته وكثافة المنافسة ما بين الأقاليم[3].

غير أنه، وعلى الرغم من الدور الإيجابي للعناقيد السياحية في دعم قدرة جاذبية الوجهات، تبقى مسؤولية السلطات العمومية تحتل أهمية قصوى في توفير الظروف الملائمة للحياة وللاستثمار، وذلك من خلال سياسات تنموية عادلة ومتوازنة، بعيدا عن الضغوط والمصالح السياسية والجهوية.

2) مزايا العناقيد السياحية بالنسبة للتنمية المحلية:

من المنظورين الكلي والقطاعي تستهدف إقامة العناقيد تحقيق تنمية متوازنة جغرافيا وقطاعيا. فالاهتمام بالتنمية المحلية هو تجسيد لهذا التوازن، كما إن التنمية السياحية تمثل مدخلا هاما من مداخله، والسبيل إلى ذلك هو تنمية الأقاليم، ومن ثم التنمية الوطنية.

يمكن النظر إلى مساهمة العناقيد السياحية في التنمية المحلية عبر عدة أوجه، نذكر منها ما يلي:

- تساهم العناقيد في توليد مناصب الشغل ومكافحة البطالة والفقر، خاصة بالأقاليم الداخلية والريفية، حيث تكون بها معدلات البطالة مرتفعة بالمقارنة مع المدن، وهو ما يتيح إيجاد نوع من الاستقرار بتلك المناطق والحد من ظاهرة النزوح نحو المدن الكبرى.
- تساعد العناقيد السياحية في بث الحركية الاقتصادية في الأقاليم، خاصة وأن السياحة تعد القطاع الأقوى ترابطا بغيره من القطاعات و الأكثر تنشيطا لها.
- تسمح العناقيد السياحية بدعم القطبية السياحية على مستوى الأقاليم، بدلا من حصر تواجد الأقطاب بالمدن الميتروبولية، أي المدن الأم أو المدن الكبرى، مما يعني تألق صورة عديد الأقاليم ونماء استقطابيتها السياحية، ليس محليا فحسب، ولكن عالميا.

---

[1] Nathalie Fabry et Sylvain Zeghni, « Tourisme et développement local : une application aux clusters de tourisme » , *Mondes en développement*, 2012/1 n°157, p101

[2] Fabry Nathalie, « Le "Cluster Touristique": Pertinence du concept et enjeu pour les destinations », Nº20. Noviembre. Año XII. , 2009, p111

[3] Jacques Poirot et Hubert Gérardin, « L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel », *Mondes en développement*, 2010/1 n° 149, p32

- نتيجة للحركية التي تحدثها العناقيد السياحية يتولد نمط جديد من الكفاءات على المستوى المحلي، وتتفتق روح المقاولاتية لدى الشباب، مما يؤدي إلى ارتقاء في نوعية المؤسسات وفي جودة الخدمات.
- تساهم العناقيد في دعم انفتاح سكان الأقاليم على الثقافات المختلفة، ولكن أيضا في تصدير بعض من ثقافاتهم المحلية، فضلا عن التعريف بها، كما تؤدي مع الزمن إلى انتشار الثقافة السياحية لدى الأهالي ويتكون لديهم رصيد من فنيات الاتصال والتواصل السياحي مع الغير.

إن تحليل آثار العناقيد السياحية على الوجهات لا ينبغي أن يتم بمعزل عن تحليل آثار الأنشطة السياحية على المناطق المستقبلة، وعلى التنمية المحلية بوجه عام. وهذه الآثار، مباشرة كانت أو غير مباشرة، وصريحة كانت أو ضمنية، تنطوي في الواقع على جوانب إيجابية هامة، إلا أنها في ذات الوقت قد تنطوي على جوانب سلبية، لاسيما فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية والبيئية، ولذلك لابد من الحرص على تحقيق التوازن العقلاني ما بين المنافع والمخاطر، أي ما بين المصالح والمفاسد، وهو مسؤولية كل الأطراف الفاعلة في القطاع، لاسيما منها الجهات المشرفة على إدارة قطاع السياحة.

يقتضي تعظيم المنافع وتدنية الأضرار المتولدة عن الأنشطة السياحية القيام بالتشخيص والتحليل للبيئات المحلية من مختلف الجوانب، بما فيها الثقافات المحلية (القيم والعادات والتقاليد) والموارد البيئية، ومن ثم إعداد سياسات يتم تجسيدها عبر مجموعة من الإستراتيجيات. وفيما يلي مصفوفة بسيطة للمساعدة على تعظيم المصالح وتدنية المفاسد، تدلنا على بعض الإستراتيجيات والتدابير الممكنة لتحقيق ذلك الهدف المنشود:

المفاسد المتوقعة \ المصالح المتوقعة	كبيرة	صغيرة
كبيرة	- إستراتيجيات إصلاحية - تطوير في القواعد وفي التنظيم (ضبط الممارسات)	- إستراتيجيات تجنب - التخلي عن بعض الأنشطة واضحة الضرر والمفسدة - تطوير في المنظومة السياحية
صغيرة	- إستراتيجيات تنمية - دعم الاستثمار - تطوير منتجات سياحية مماثلة وخدمات داعمة	- إستراتيجيات بحث وتطوير - إستراتيجية تركيز الأنشطة من خلال تجميع انتقائي لها في مجموعات.

شكل (2): مصفوفة المصالح والمفاسد المرتبطة بالأنشطة السياحية

3- الموارد السياحية وفرص الاستثمار السياحي بمنطقة الهضاب العليا:

تمثل الموارد السياحية قاعدة الاستثمار السياحي، إذ أنها المصدر لإنشاء الفرص الاستثمارية، فيمكن موردا واحدا توليد عدة فرص من إيواء وإطعام ونقل وخدمات أخرى عديدة. وعلى سبيل المثال يمكن أن يمثل وجود مرتفع جبلي مناسب موردا سياحيا، وتنشأ على إثره فرصا استثمارية، ابتداء من التهيئة، الموافق الملحقة، عتاد التزحلق، عتاد وتجهيزات المواصلات والاتصالات وغيرها، وكذلك الأمر بالنسبة لحمام طبيعي أو لمعلم أثري أو غير ذلك مما يعد موردا سياحيا.

تتميز مناطق الهضاب العليا بثراء وتنوع في الموارد السياحية، الطبيعية منها، التاريخية والثقافية، وهو ما يؤهلها لأن تشكل فضاء سياحيا جذابا، ولو أن هذه الجاذبية لن تكتمل إلا من خلال إعادة اعتبار وإعادة تأهيل لمعظم المواقع، وهو ما يستدعي بذل جهود كثيفة في سبيل دعم الاستثمار السياحي، ترقية الثقافة السياحية وترويج المنتج السياحي. وفي هذا الصدد نشير على سبيل المثال إلى الموارد السياحية التالية:

_ **المناظر والنوادر الطبيعية:** تزخر مناطق الهضاب العليا بعدة مواقع سياحية طبيعية خلابة، من ضمنها الوديان والشلالات، المرتفعات الجبلية، الغابات، الكهوف والمغارات، الخ. ويندرج قصد هذه الوجهات عادة في إطار سياحة الاستكشاف والاستجمام، ولكنها تمثل أيضا وجهة للرياضيين، كرياضة العدو والمشي وتسلق المرتفعات ورياضة التزحلق على الثلج، أو لأولئك ممن يرغبون في الخلوة والتأمل، ومنهم المتعبدين.

– **الحمامات المعدنية:** توجد عدة حمامات طبيعية بهذه المناطق نذكر منها حمام قرقور بولاية سطيف، المصنف رابعا على المستوى العالمي، وحمام دباغ بقالمة، الذي يضم شلالات ساخنة تعد نادرة طبيعية، وحمام البيبان بولاية برج بوعريريج، وحمام الضلعة بالمسيلة،الخ. والوفود إليها يندرج ضمن السياحة العلاجية، إضافة إلى الراحة والاستجمام، خاصة بالنسبة لبعض الحمامات التي نبعت في مواقع جبلية تحذوها وديان لا تجف على مدار العام، على غرار حمام قرقور ببوقاعة– ولاية سطيف وحمام إباينان بإلماين– ولاية برج بوعريريج.

– **المعالم التاريخية والأثرية:** هناك عدة معالم أثرية بهذه المناطق، منها ما يعود إلى عهد الرومان، على غرار آثار تيمقاد بباتنة وآثار الجميلة بسطيف، ومنها ما يعود إلى ما بعد الفتح الإسلامي، قبل العهد العثماني وبعده، كقلعة بني حماد بالمسيلة، وبرج المقراني ببرج بوعريريج، كما أن هناك معالم تاريخية هامة، منها ما يكاد يطويه النسيان، على غرار مأوى المؤرخ والعالم الاجتماعي الكبير عبد الرحمان ابن خلدون بفرندة – ولاية تيارت. وفي هذا الصدد نتحدث عن السياحة الثقافية وسياحة الاستكشاف، وحتى السياحة العلمية، بالنسبة للباحثين والطلبة.

– **المراكز العلمية والدينية:** تحوي مناطق الهضاب عدة مراكز تعليم وبحث تستقطب الجامعات، مثلا ملتقانا هذا

غير أن المقاصد السياحية لا تنحصر في الآثار التاريخية وفضاءات الراحة والاستجمام أو العلاج، فهناك رصيد معتبر من الأعراف والتقاليد والثقافات والحرف التقليدية أضحى من التراث، وجزء هام منه ما يزال مخزّن، إن على مستوى الذاكرة الجماعية في بعض المناطق، أو على مستوى بعض البيوت في مداشر نائية، وهو ما يحتاج إلى بحث وتنقيب. وهناك الكثير من الدارسين والمهتمين يبحثون عن هذا التراث بكل شغف، ومثل هذه الزيارات تندرج في إطار السياحة العلمية والثقافية.

وفي الواقع ما تزال السياحة في مناطق الهضاب، كغيرها من عديد مناطق الوطن، تعاني الأمرّين: لامبالاة من جهة السلطات العمومية من ناحية، ونقص الثقافة السياحية من جهة المواطنين من ناحية ثانية. وإذا كان التأهيل المادي وتهيئة المواقع السياحية، الذي يقع بالأساس على مسؤولية الدولة، إن باعتبارها منفذا أو باعتبارها مشرفا، يمكن تحقيقه في ظل توفر الموارد المالية، فإن الثقافة السياحية، وهي رصيد اجتماعي، لا يمكن تحصيلها إلا عبر الزمن، وذلك بتكاثف جهود جهات عدة: وسائل الإعلام، مؤسسات التعليم، الإدارات والمراكز العمومية ذات الصلة، المركزية منها والمحلية، الجمعيات المدنية وغيرها.

إن أية فرصة استثمارية تستدعي دراسة جدواها قبل اقتحامها، وهذا ينطبق تماما على الاستثمار السياحي. ومن المعروف أن دراسة الجدوى لأي مشروع استثماري تشمل الجوانب المالية، الفنية والتسويقية، ولكنها أيضا تدرج المردود الاقتصادي والاجتماعي، أي ما يمكن أن يقدمه المشروع للاقتصاد وللمجتمع. فسواء تعلق الأمر بالاستثمار العمومي أو بالاستثمار الخاص لابد من الحرص على استيفاء شروط ومراعاة قواعد دراسات الجدوى، وإن تم تغليب جانب منها على آخر، كما هو الشأن في

تغليب المردود الاقتصادي–الاجتماعي في المشروعات الاستثمارية العمومية على المردودية المالية، ذلك أن إهمال الدراسات التفصيلة غالبا ما يكون وراء فشل أو تعثر المشاريع الاستثمارية.

وعلى مستوى مؤسسات القطاع الخاص، المتمثلة في مجموعة المؤسسات (نقل، إيواء، إطعام، ..) التي ترمي إلى الاستجابة للحاجيات المعبر عنها من طرف المستهلكين السياحيين المحليين والأجانب، يتعين إجراء دراسة تفصيلية للسوق، مع مراعاة خصوصيات كل من الطلب والعرض السياحيين. مع الإشارة إلى أن جل هذه الحاجيات تندرج ضمن فضاء الترفيه أو الاستجمام، والذي أضحى يضم مجموعة واسعة من السلع والخدمات، خاصة بفعل التوسع السريع الذي شهده خلال الخمسين سنة الماضية[1].

وفي إطار التطوير السياحي، وبالاستناد إلى المبدأ الاقتصادي "العرض يخلق الطلب"، المعروف بقانون ساي (أو قانون المنافذ)، فإن على المؤسسات دور حيوي في تطوير جانب العرض، وذلك من خلال عرض منتجات أو خدمات جديدة ومتطورة من شأنها أن تستقطب المستهلكين وتخلق طلبا فعليا. وعلى سبيل المثال يساعد تطوير معدات التزحلق على الثلج الموجهة للأطفال على ترقية السياحة الشتوية في المرتفعات، إذ أن الأمر لا يتوقف هنا على خلق طلب إضافي حالي (الأطفال)، بل سيؤدي إلى خلق طلب إضافي مستقبلي، بعدما تصبح هذه الرياضة هواية بالنسبة لهؤلاء الأطفال تستهويهم وهم كبار.

وهكذا، وبالرجوع إلى الموارد السياحية المختلفة (الفعلية أو الكامنة) بمناطق الهضاب العليا، يمكن القطاع الخاص أن يلعب دورا رياديا في ترقية السياحة بهذه المناطق، لاسيما في ظل التوجه الجديد للدولة في مجال التهيئة السياحية، وذلك من خلال:

- البحث عن الفرص الاستثمارية السياحية واستغلالها، وبالتالي حجز مكان في السوق السياحية الجزائرية، التي نعتبرها واعدة بالنظر إلى مضمون المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025.
- الاستفادة من التحفيزات المالية الموجهة للاستثمار السياحي، التي أقرتها الدولة منذ 2009 (قانون المالية التكميلي لسنة 2009)، ومنها:
  - التخفيض في تكلفة عمليات التنازل عن الأراضي المخصصة للاستثمار السياحي بنسبة 50% لمناطق الهضاب وبنسبة 80% لمناطق الجنوب (المادة 82).
  - الإعفاء من حقوق التسجيل أو رفع رأس المال للشركات السياحية (المادة 43).
  - تخفيض من معدلات الفائدة على القروض المصرفية الموجهة لعصرنة المؤسسات السياحية، في إطار "مخطط جودة السياحة"، بنسبة 3% لولايات الشمال وبنسبة 4,5% لولايات الجنوب (المادة 80).
  - تخفيض الرسوم الجمركية على اقتناء التجهيزات والتأثيثات غير المصنعة محليا في إطار "مخطط جودة السياحة" وبصفة انتقالية إلى غاية 31 ديسمبر 2014 (المادة 81).
- الاستفادة من المنجزات المحققة والمزايا الممنوحة في إطار برنامج تنمية الهضاب، سواء ما تعلق منها بالقواعد الهيكيلية أو بتلك التدابير الرامية إلى دعم الاستثمار بهذه المناطق. بما فيه الاستثمار السياحي. ونشير هنا إلى تلك الامتيازات المنضوية تحت النظام الاستثنائي لدعم الاستثمار في الجنوب والهضاب، الذي تشرف على تجسيده الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، ومن هذه الامتيازات الإعفاء من حقوق نقل الملكية، تكفل الدولة جزئيا أو كليا بالمصاريف، حسب تقييم الوكالة، الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة ومن الرسوم الجمركية.

4– أهمية العناقيد في تطوير السياحة الريفية بالهضاب العليا:

[1] Louis Dupont, Contribution à l'étude des dimensions économiques du tourisme et des voyages, L'Harmattan, Paris, 2002, p33

يجدر التأكيد أن الهدف هنا هو تحقيق التنمية الريفية وتنمية الأقاليم من خلال التنمية السياحية. فالتهيئة السياحية ودعم المؤسسات وإقامة العناقيد وغير ذلك من التدابير ما هي سوى أدوات لتحفيز الاستثمار السياحي، باعتباره مولّدا للنمو ومحركا لباقي القطاعات الاقتصادية. كما يجدر التنبيه إلى أن أخذنا للهضاب العليا، والتركيز على الهضاب العليا الشرقية، لم يكن سوى على سبيل العينة، إذ أن المناطق الريفية منتشرة بالشمال كما بالجنوب الجزائري الشاسع.

ثمة مبررات عديدة تثير الاهتمام بالسياحة الريفية بمناطق الهضاب العليا بالجزائر نلخص أهمها فيما يلي:

- كون هذه المناطق في عمومها مناطق ريفية، وجل سكانها، خاصة الساكنين بالأرياف النائية، يعانون من الفقر والحرمان.
- جل الموارد السياحية بهذه المناطق تقع بالأرياف.
- تركيز الاستثمارات في الشمال، على حساب مناطق الهضاب والجنوب، ولّدت وضعية اختناق لا تطاق بالشمال.
- تمثل السياحة مدخلا هاما لإعادة الاعتبار لهذه المناطق وتحريك أقاليمها.
- الاستفادة من التسهيلات والتحفيزات الموجهة للاستثمار بمناطق الهضاب، بما فيها الاستثمار السياحي.
- ترقية السياحة بالمنطقة في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، إلى جانب برنامج تنمية الهضاب.

يمكن أن تشكل العناقيد السياحية آلية فعالة لتطوير السياحة الريفية بالهضاب، وهو ما من شأنه أن يفتح أفاقا، ليس فحسب في مجال التطوير السياحي، ولكن أيضا في مختلف المجالات التنموية الأخرى. وكما هو الحال بالنسبة للمناطق الصناعية، يتم في البداية اختيار عدد محدود من المناطق لتجسيد أنظمة العنقدة السياحية، وذلك بعد دراسات لمعرفة الوجهات الأكثر توفرا على عوامل الجذب السياحي. ونذكر هنا على سبيل المثال منطقة حمام دباغ بقالمة، المدينة التي تحتضن هذا الملتقى، وهي منطقة تتوفر على كافة المقومات التي تجعلها مؤهلة لذلك.

وفي هذا الصدد نلفت النظر إلى أن هناك ثلاثة أصناف من المناطق عند التفكير في إقامة العناقيد واختيار الفضاءات المناسبة:

- مناطق تمثل وجهات سياحية قائمة، وتحوي طاقات فعلية، وتحتاج إلى تأهيل وتنظيم في شكل عناقيد لدعم فعاليتها.
- مناطق كانت عبارة عن قبلات سياحية، وتحوي تراثا سياحيا هاما، ولكنها اندثرت قيمتها السياحية نسبيا لأسباب ما. ومثل هذه المناطق تحتاج إلى إعادة تهيئة وتأهيل من أجل إعادة بعث السياحة بها.
- مناطق تحوي طاقات سياحية كامنة، أي أنها تشكل وجهات سياحية كامنة، فهي وإن كانت غير مصنفة حاليا وغير مقصودة، إلا أنه يمكن تحويلها إلى وجهات سياحية جذابة.

ومن الناحية الميدانية تتوفر الهضاب العليا على كل أصناف هذه المناطق. فهناك مناطق سياحية معروفة ومقصودة، بغض النظر عن النمط السياحي الذي تقدمه (سياحة استجمام واستكشاف، سياحة علاجية، ...)، وهناك مناطق سياحية أضحت مهجورة، كما إن هناك مناطق سياحية عذراء ينبغي التفكير في كيفيات وضعها في السياحة، وأبرز مثال في تقديرنا لذلك المرتفعات الجبلية، التي يمكن أن تصبح محطات سياحية، ليس وطنية فحسب، ولكن دولية. ومثال ذلك مرتفعات جبال جعافرة بولاية برج بوعريريج، ومرتفعات جبال بني يعلى بشمال ولاية سطيف، على غرار مرتقعات تكجدة بولاية البويرة.

غير أنه، وقبل التفكير في بعث السياحة أو في إعادة بعثها ((Re)mise en tourisme) في مناطق معينة، يتعين التفكير في كيفية إعادة الاعتبار للأنشطة السياحية نفسها، أي بعث السياحة في الأذهان قبل المناطق، فجهود التهيئة السياحية ضرورية، ولكنها غير كافية. فأهم عنصر في السياحة هو الأمن والطمأنينة، ثم يأتي الاتصال السياحي وجودة الخدمات.

وعلى مستوى مناطق الهضاب العليا هناك فضاءات سياحية بالغة الأهمية، ولكنها في جلها، مع الأسف، بالغة الإهمال. ونذكر هنا، على سبيل المثال، قلعة بني حماد بولاية المسيلة، التي تؤرخ لدولة بني حماد، وهي أول دولة إسلامية أمازيغية، فلا يكاد زائرها

يجد فيها غير قطعان الغنم ترعي في أرجائها. والقلعة الرمز لها تكاد تهوي من شدة التهري، وما هو مكنوز تحت الأرض أعظم، فهي كانت مدينة قائمة. ومثال هذه القلعة كثير ومنتشر عبر مختلف المناطق.

ولذلك فإن التفكير في أي تنظيم عنقدي للوجهات لابد أن تسبقه تهيئة مادية ومعنوية، وتذليل للعقبات أو التحديات التي يمكن أن تشكل عائقا حقيقيا لقيامها. فتكوّن العناقيد، أو تكوينها، قائم أساسا على فرضية توفر المقومات الأساسية للسياحة بالمنطقة، وجود سياح وجاذبية، ولو نسبية أو كامنة، ودور العناقيد هنا هو ترقية الوجهة وترقية الحركية السياحية بها. فمن هنا يبدأ الحديث عن أهمية ودور العناقيد السياحية.

في إطار مخطط التنمية السياحية 2025 من ناحية، مدعما ببرنامج تنمية الهضاب العليا من ناحية ثانية، من المتوقع أن يشكل إطلاق بعض العناقيد السياحية تجربة نوعية في مسار إعادة الاعتبار للسياحة بالجزائر عموما، وبهذه المناطق على وجه الخصوص، سواء كانت سياحة داخلية أو سياحة أجنبية. وهناك ثلاث فوائد أساسية منتظر تحقيقها من ذلك:

1) **التنمية الإقليمية:** إلى جانب العناقيد الصناعية، ستساعد العناقيد السياحية في تنمية أقاليم الهضاب على امتدادها من الشرق إلى الغرب، خاصة في ظل يعاني منه معظم هذه المناطق من التهميش. فعلى الرغم من إطلاق برنامج تنمية الهضاب (بالموازاة مع برنامج تنمية الجنوب) منذ سنة 2005، وذلك في إطار إرساء قواعد لإستراتيجية تنموية متوازنة، إلا أن تغيير هذا الوضع يبدو أنه يحتاج إلى وقت أطول وتدابير أكثر فعالية، فحسب حصيلة للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار للسداسي الأول 2012 هناك 61,12% من المشاريع موطنة بولايات الشمال[1] (2722 مشروعا)، في حين لم تحظى ولايات الهضاب العليا سوى بنسبة 21% (936 مشروعا)، وولايات الجنوب بنسبة 17,8% (795 مشروعا) ، وهو ما يدل على استمرار وضعية تركيز المشاريع الاستثمارية بالشمال على حساب منطقتي الهضاب والجنوب[2].

2) **الترقية السياحة:** بما يتضمن ذلك من تهيئة سياحية، ترقية صورة الوجهات، ترقية الخدمات السياحية وترقية الثقافة السياحية. ومن الواضح أن الفائدة الرئيسية من إقامة العناقيد السياحية هي بالذات ترقية الأنشطة السياحية بمختلف أبعادها، قبليا وبعديا، أي من التهيئة إلى الترويج السياحي، مرورا بتحسين نوعية الخدمات.

3) **دعم المقاولاتية:** والذي يعد أهم مداخل سياسة التشغيل. فالعناقيد السياحية تعتبر محركا لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولا يتوقف دورها في تلك المؤسسات السياحية المنشأة ضمن رقعة العنقود، بل تساهم أيضا في خلق وانتعاش كثير من المؤسسات الصناعية والتقليدية المحلية، وحتى البعيدة عن الإقليم. وعلى سبيل المثال نشير إلى قدرة العناقيد على تنشيط الحرف والورش المنزلية المهتمة بالصناعات التقليدية. وكل ذلك يمثل في الواقع إسهاما في مكافحة البطالة في الوسط الريفي.

خاتمة:

ثمة شروط ضرورية وأخرى تحسينية لابد من توفرها لتحقيق تنمية سياحية مستدامة وبعث حركية مستقرة في القطاع السياحي بالجزائر، وهذه الحركية تنطلق من الأقاليم ذات الوزن السياحي، ومنها أقاليم الهضاب العليا، وبالتالي تصبح الأنشطة السياحية مصدرا حيويا مساهما بفعالية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ومنشئا مستقرا لفرص العمل، وهو ما يقتضي إحداث تحولات عميقة في هيكل القطاع ماديا، بشريا ومعنويا.

---

1 للإشارة تنقسم الجزائر إداريا إلى 48 ولاية: 25 منها تقع في الشمال، 14 ولاية تدرج ضمن الهضاب العليا و 09 ولايات في الجنوب.

2 راجع في ذلك منشورات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار للسنوات المختلفة في: www.andi.dz.

لقد كان الهدف من هذا البحث هو التعريف بالعناقيد السياحية وإبراز مزاياها ومقومات قيامها ونجاحها من ناحية، ومناقشة إمكانية الاستفادة منها في مجال التنمية السياحية بمناطق الهضاب العليا بالجزائر من ناحية ثانية. ويمكن أن نلخص أهم نتائجه كما يلي:

- تمثل التنمية السياحية بأقاليم الهضاب مدخلا هاما لبعث الحركية فيها، لاسيما وأن هذه الأقاليم غنية بالموارد السياحية، الطبيعية منها والأثرية والتاريخية والثقافية، وهو ما يجعلها مؤهلة لاستقطاب اهتمام السياح، وهو ما سيسمح بتقييم تلك الموارد وتعزيزها.
- العناقيد السياحية، على أهميتها، تبقى آلية من آليات التنمية السياحية، ولا يمكن تصور نجاحها في غياب المقومات الأساسية للأنشطة السياحية. ولا يمكن الدولة وحدها، أو القطاع العمومي، احتواء متطلبات الاستثمار السياحي، ولذلك لا مناص من التوجه نحو القطاع الخاص ومنحه التسهيلات والتحفيزات التي تدفعه إلى تقديم مساهمته بقوة في مجال التطوير السياحي. ومن متجهات ذلك العناقيد السياحية.
- يقتضي تثمين الموارد السياحية المتاحة والمطورة، وكذا تفعيل الهياكل المنجزة، القيام بتسويق سياحي واسع النطاق في سبيل ترقية الطلب على المنتجات السياحية ورفع أعداد السياح المحليين والأجانب.

المراجع

- Agence Nationale de développement des investissements (ANDI), Rapport du premier semestre 2012, www.andi.dz
- Fabry N., "Le “Cluster Touristique”: Pertinence du concept et enjeu pour les destinations", Nº20. Noviembre. Año XII. , 2009, pp.108-131
- Fabry N. Leleu T. et Zeghni S., *les cahiers du cluster tourisme*, Volume1, septembre 2012.
- Fabry N. et Zeghni S., "Tourisme et développement local : une application aux clusters de tourisme" , *Mondes en développement*, 2012/1 n°157, pp.97-110.
- Poirot J. et Gérardin H., « L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel », *Mondes en développement*, 2010/1 n° 149, pp. 27-41.
- Porter M. E., "Location, competition and economic development: local clusters in a global economy", *Economic Development Quarterly*, vol. 14, n° 1, February 2000, pp. 15-34.
- SDAT : Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2025, 2008
- Yeught C. V. d., "Favoriser le développement d’un cluster «tourisme durable» au sein d’une destination touristique : le cas des Cinq Terres (Italie)" , web.hec.ca/airepme/images/File/2008/C82.pdf