

# التسويق السياحي كأداة للتنمية الاقتصادية والسياحية

## أ. برنجي أيمن<sup>1</sup>

### ملخص:

عرف التسويق كنشاط في معظم إن لم نقل كل القطاعات والمنظمات، ولقد تنوع علم التسويق ليشمل التسويق السياحي، هذا الأخير يعد من بين المحددات الأساسية لنمو و تطور القطاع السياحي، إذ يساعد في البحث عن حاجات و رغبات المستهلكين و تحريك دوافعهم السياحية، عن طريق تعريفهم بالقدرات و المقومات السياحية التي يتمتع بها البلدو لقد عرف النشاط السياحي تطورات مستمرة، و حظي باهتمام الكثير من دول العالم و خاصة الباحثين، و الدارسين، و كذلك الممارسين من رجال الأعمال، كونه يشكل مصدرا أساسيا من مصادر الدخل أو الناتج القومي، و توفير مناصب عمل للأفراد، بل إن الإيرادات السياحية المحققة كثيرا ما تستخدم كمؤشر لقياس مدى تقدم الدول. و نظرا لأهمية نشاط التسويق السياحي و ارتباطه بالنشاطات الاقتصادية الأخرى، و كذلك مساهمته في عملية التنمية الاقتصادية بنسبة كبيرة، فإن الأمر يتطلب التعمق في مفاهيمه و تحليل عناصره من أجل تطويره، خدمة للبشرية ككل.

### Résumé:

Défini le marketing comme une activité sur la plupart des secteurs et organisations, et avoir de la diversité de la science du marketing pour inclure le marketing touristique, ce dernier est parmi les potentiels essentiels pour la croissance et le développement du secteur touristique, car il contribue à la recherche des besoins et désirs des consommateurs et motiver leur motifs touristique, en leur présentant les capacités et potentiel touristique apprécié par le pays. L'évolution de l'activité touristique connu des développements en cours, et a reçu l'attention de nombreux pays dans le monde et sur tout les chercheurs et les universitaires, ainsi que les hommes d'affaires, étant une source importante de sources de revenu ou produit national brut, et de fournir des postes de travaux pour les personnes, et que les revenus du tourisme atteint est souvent utilisé comme un indicateur pour mesurer le progrès des nations. En raison de l'importance de l'activité de marketing touristique et ses relations avec d'autres activités économiques, ainsi que sa contribution au processus de développement économique par, il nécessite une analyse en profondeur des concepts et des éléments pour le développer.

<sup>1</sup> أستاذ مساعد (أ)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير. جامعة أمحمد بوقرة بومرداس.

### مقدمة:

عرفت اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة و النامية قفزة انتقالية نتيجة التحولات الاقتصادية العالمية الجديدة، هذه التغيرات و التحولات جعلت الدول تهتم أكثر بقطاع السياحة كبديل لتعويض النقص أو الضعف في القطاعات الأخرى كالزراعة و الصناعة... الخ و يعتبر القطاع السياحي من بين أهم القطاعات و أكثرها ديناميكية عبر العالم، فالسياحة حاليا هي صناعة تجارية و قطاع اقتصادي واعد و متفاوت الأهمية من بلد لآخر و هذا تبعا لحجم الموارد السياحية المتوفر بها و الإمكانية المادية، المالية، البشرية و التكنولوجية المسخرة لتأهيلها في المستقبل و جعلها مقصدا سياحيا.

فالجزائر على غرار كل الدول الأخرى واحدة من الدول التي تتوفر فيها إمكانيات سياحية عالية، تاريخ ثري، تضاريس، شريط ساحلي يمتد على مسافة 1200 كلم، صحراء شاسعة، شواطئ محمية اختلطت زرقة بحارها بخضرة غاباتها الجبلية، يمكن أن تشكل قطبا و مقصدا سياحيا عالميا يجلب إليه السياح والمستثمرين.

إشكالية الدراسة: بناء على ما تم ذكره و انطلاقا من الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية التي يكتسبها قطاع السياحة، تتمحور إشكالية الدراسة التي سوف نعالجها بالتساؤل الجوهرى الآتي:

**كيف يؤثر التسويق السياحي في التنمية الاقتصادية؟ و ما هي محددات و معوقات التنمية السياحية؟**

**1-أهداف الدراسة:** هناك مجموعة من الأهداف التي نحاول البلوغ إليها من خلال هذه الدراسة منها:

- التعرف على أهمية التسويق السياحي و الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها.
- معرفة مدى مساهمة القطاع السياحي في عملية التنمية الاقتصادية.
- الوقوف على بعض محددات التنمية السياحية و كذا العراقيل و المعوقات.

**2-فرضيات الدراسة:** تنطلق هذه الدراسة من الفرضيتين الأساسيتين التاليتين:

- يؤثر التسويق السياحي تأثيرا إيجابيا على مستوى المجتمع، المؤسسة، المستهلك. شريطة تبنيه كنشاط من قبل الدول.
- يساهم القطاع السياحي في عملية التنمية الاقتصادية و في تحريك و تنشيط مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى ( العجلة الاقتصادية ) و ذلك وفق