

سبل ترقية سوق السياحة في الجزائر دراسة وصفية تحليلية للفترة [2003-2008]

كريم قاسم

أستاذ مساعد بالمدرسة العليا للتجارة وعضو بالمخبر.

Résumé: Le dynamisme du secteur touristique, ses importants effets directs et indirects sur les économies des pays en développement notamment, font de ce secteur un outil de développement particulièrement prometteur. Pour ce la le Ministère algérien en charge du tourisme, se propose d'asseoir une politique d'état basée sur l'adhésion totale de l'ensemble des institutions directement ou indirectement impliquées dans la conception, le développement et la promotion des activités touristiques pour l'émergence d'une véritable industrie du tourisme.

Nous tenterons dans cet article de mettre l'accent sur la nouvelle stratégie de relance du secteur touristique en Algérie.

Mots clés : marché touristique, demande touristique, offre touristique, promotion touristique, stratégie touristique.

المخلص: يسهم القطاع السياحي إسهاما هاما في حركية التنمية في الدول النامية، نظرا لآثاره المباشرة وغير المباشرة. ولهذا السبب، عملت الوزارة المكلفة بالسياحة في الجزائر، على اقتراح سياسة قائمة على الضم الكلي لجميع المؤسسات المرتبطة بهذا القطاع، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، في إعداد التصور الأولي من أجل تنمية وترقية الأنشطة السياحية من أجل خلق صناعة سياحية حقيقية في الوطن.

يهدف هذا المقال إلى التركيز على الاستراتيجية السياحية الجديدة لانعاش القطاع السياحي في الجزائر.

الكلمات الدالة: السوق السياحية، الطلب السياحي، العرض السياحي، الترقية السياحية، الاستراتيجية السياحية.

مقدمة

تعتبر السياحة في الجزائر من القطاعات الواعدة، باعتبارها تمتلك مقومات متنوعة ففيها من التاريخ، والآثار والموروث الثقافي والمقومات الطبيعية ما يجعلها بلدا سياحيا متميزا. ومما يشهد على ذلك تنوع العمارة والشريط الساحلي الممتد والمواقع الطبيعية الساحرة والتنوع الثقافي الكبير. إلا أن ذلك عانت السياحة الوطنية من إهمال نتيجة اعتماد الجزائر على الموارد النفطية، مما أثر سلبا على التنمية الاقتصادية. واليوم عليها إعطاء بعد جديد للقطاع في إطار تنويع الصادرات خارج مجال المحروقات، من خلال إجراء تعديلات في الخطة التنموية، واستغلال الموارد المتوفرة لخلق طلب إضافي عليها. فمن هذا المنطلق سنحاول في هذه الورقة جمع عناصر للإجابة على السؤال التالي: ماهو الواقع الاقتصادي للسوق السياحية الجزائرية؟ وذلك من خلال جوانب عن: مكونات العرض السياحي

الجزائري، الطلب السياحي الجزائري في الفترة الممتدة [2003-2008]، ثم نمو السوق السياحية الجزائرية وسبل ترقيتها.

1- مكونات العرض السياحي الجزائري

يقوم مختلف المنتجين والمقدمين للمنتجات السياحية بعرض ما لديهم، كما يقوم السائحون بالبحث على المقاصد السياحية، فهناك في السوق السياحية يلتقي الاثنان العرض السياحي والطلب السياحي. والسوق السياحية: "تمثل كافة الأفراد والمؤسسات التي تسعى لإشباع حاجات ورغبات معينة في أقطار أو أماكن سياحية تقدم عددا من المنتجات التي قد ترتبط بمواقع أثرية ودينية وثقافية ومن خلال وسائل مساعدة كالنقل بأنواعه والفنادق والمطاعم وغيرها، كما تتضمن السوق السياحية مستويات مختلفة والتي تضم السياحة المحلية والإقليمية والدولية" (1).

أما العرض السياحي فيعرف بأنه "مجموعة من المنتجات والخدمات الضرورية لإرضاء حاجيات المستهلك وهذا من خلال العطل والأسفار" (2). وتأخذ هذه المنتجات أشكالا مختلفة منها النقل، الإقامة، الإطعام، النشاطات الترفيهية والخدمات الصحية وغيرها.

وقد صنف "Robert Lanquer" العرض السياحي (المنتوج السياحي) إلى ثلاثة عناصر أساسية، نعتمد عليها في إدراج العرض السياحي الجزائري وهي (3):

1- مجموعة التراث المتكون من موارد طبيعية، ثقافية، صناعات تقليدية، معالم دينية، حمامات معدنية وغيرها والتي تجلب السائح للاستمتاع بها.

2- مجموعة التجهيزات التي تعتبر العامل السياحي في جلب السائح؛ إلا أن عدم توفرها يمنع السائح من السفر كوسائل النقل المختلفة، مراكز الإيواء، أجهزة، مطاعم، والتجهيزات الثقافية والرياضية و الترفيهية.

3- مجموعة من الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات الدخول و الخروج التي لها علاقة بالسفر والتنقل كالوكالات السياحية والأسفار.

1.1- الموارد الطبيعية والثقافية والتاريخية للعرض السياحي

1.1.1- الموارد الطبيعية: تمتلك الجزائر عدة موارد طبيعية تؤهلها بأن تكون بلدا سياحيا منها الموقع الإستراتيجي، حيث تعتبر بوابة إفريقيا على أوروبا بمحاذاة البحر الأبيض المتوسط، تتربع على مساحة 2381741 كلم² وكذا إطلالها على شريط ساحلي على مسافة 1200 كلم هذا ما أهلها على امتلاك الشواطئ والبحيرات والتي تتمركز معظمها في الشمال الجزائري (القالمة، سكيكدة، عنابة، بومرداس، الجزائر، تيزي وزو بجاية، جيجل، تيبازة، مستغانم). كما تتربع

الجزائر على صحراء شاسعة وتقدر بـ مليون كلم²، موزعة على خمس مناطق كبرى في الجنوب، أدرار، إليزي، تمنراست، تندوف ووادي ميزاب بالإضافة إلى المساحات الغابية التي تكون مقاصد سياحية شتوية وصيفية منها الشريعة بالبليدة، جرجرة بتيزي وزو، شليا بالأوراس وجبال قوراية ببجاية وغيرها (4).

المناخ في الجزائر متنوع كذلك وتعرف الجزائر المناخات التالية (5): المناخ المتوسطي: سائد على الشريط الساحلي ومتوسط درجة الحرارة السنوية هو 18 درجة مئوية؛ مناخ الهضاب العليا: يسوده فصل بارد ورطب؛ المناخ الصحراوي: يسود الجنوب الجزائري، وتصل فيه درجة الحرارة إلى 40 درجة.

1.1.2- التراث الحضاري والثقافي الجزائري: هناك رصيد هام منه، ويتمثل في العديد من التاحف الوطنية (6): سيرتا بقسنطينة، ويعتبر أقدم متحف في الجزائر يعود لسنة 1852؛ باردو الوطني بالجزائر العاصمة، تعرض فيه حفريات وقطع أثرية إفريقية؛ زبانة بوهرا، يشمل على حفريات من عصور ما قبل التاريخ؛ متحف المجاهد بالجزائر، العاصمة تتمثل معروضاته في أثر الثورة التحريرية؛ المتحف الوطني للفنون الجميلة بالحامة، بالجزائر العاصمة تعرض به ألوانا من الفن العصري كالرسم التصوير، النحت والنقش؛ المتحف الوطني للفنون الشعبية بالقصبة الجزائر العاصمة، يضم معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية؛ متحف تيمقاد بباتنة، يضم قطعاً من الفسيفساء وأثر قديمة منها نفود، أسلحة وتمائيل؛ متحف هيبون بعنابة يحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميديّة الرومانية.

كما صنفت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة، سبع مناطق أثرية ضمن قائمة التراث العالمي وهي منطقة الطاسيلي ناجر، تيبازة، جميلة تيمقاد، قلعة بني حماد، واد ميزاب، حي القصبة بالعاصمة (7).

1.1.3- المعالم الدينية: تعد المساجد أهم محاور انتشار العقيدة والرسالة الإسلامية منذ عهد "عقبة بن نافع"، حيث أعطى كل من الرستميين والفاطميين والمرابطين والموحدين، كل طابعه الخاص، لمساجد الجزائر من مسجد "سيدي عقبة" البسيط إلى مسجد "الجزائر الكبير" الفاخر مروراً بمساجد "ندرومة" بتلمسان التي شيدها "يوسف بن تشفين" ومسجد "بن عثمان" بوهرا، و"الجامع الكبير"، ومسجد "الأمير عبد القادر" بقسنطينة ومسجد "بن عثمان" بوهرا ومسجد "قلعة بني حماد" بالعاصمة التي لم يبق منها سوى المنارة، ومسجد "الأن" في الهقار.

تبقى كل هذه الأماكن شواهد حية على مدى تجذر الإسلام في المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى "مسجد الجزائر الأعظم" الذي بدأت أشغاله سنة 2009 ليحتضن

أكثر من 120000 مصلي، فسيكون ثالث أكبر مسجد في العالم بعد الحرمين الشريفين " وكذا الزوايا التي تلقن فيها علوم الدين ومن أبرزها التيجانية، الرحمانية، القادرية وغيرها.

1.1.4- الصناعة التقليدية: منذ القدم اعتبرت الصناعة التقليدية حرفة متوارثة أبا عن جد، ونجد من أبرز النشاطات الحرفية التقليدية التي تزخر بها الجزائر النسيج في الأوراس والجلفة وبوسعادة وميزاب، اللباس التقليدي التلمساني، القسنطيني، العاصمي والقبائلي، صناعة الجلود في الصحراء وتمنراست وكذلك تلمسان في صناعة الحقائب ونجد كذلك صناعة الحلبي في بني يني، صناعة النحاس في قسنطينة والطرز في توقرت وصناعة كل من الفخار، الخزف الفني، الخيزران، الحدادة الفنية، الرخام والنقش على الخشب التي تمارس في مناطق مختلفة من الوطن.

1.1.5- الحمامات المعدنية: لقد قامت المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية بعد الحمامات المعدنية بـ 202 منبع يتواجد معظمها في الشمال الجزائري، كما سمحت التحاليل الفيزيائية والكيميائية بتحديد خصائص كل منبع من حيث نسبة المعادن والفوائد العلاجية، حيث توجد أربعة أنماط للمنابع(8): منابع ذات حرارة منخفضة (Hypothermales)؛ منابع ذات مياه متوسطة (Mesothermes)؛ منابع مياه ذات حرارة مرتفعة (Hyperthermes)؛ منابع مياه ذات فائدة علاجية (Orthotherms).

تترجع تلك الحمامات في كافة ربوع الوطن ومن أشهرها حمام "ريغة" بعين الدفلى، حمام "قرقور" بسطيف، حمام "ملوان" بالبليدة، حمام "الصالحين" ببجاية، حمام "بوحنيفية" بمعسكر، شلالة "بقالمة"، "زلفانة" بگرداية، "طالاس" بتيبازة، "عين ورقة" بنعام، "بوغرارة" بتلمسان، "السحنة" بسطيف و"حمام ربي" بسعيدة.

1.2- التجهيزات السياحية (النقل، الإطعام، الإيواء)

1.2.1- مؤسسات النقل: احتلت الجزائر المرتبة الثانية على المستوى الإفريقي من حيث النقل الذي يتفرع إلى النقل الجوي، البري والبحري، حيث كان عددها موزع في نهاية 2007 كما يلي(9):

- النقل الجوي: تغطي شركة الخطوط الجوية الجزائرية 37 محطة عبر العالم و13 مدينة بالداخل، فالخارجية منها (مصر للطيران، الطاسلي للطيران، تركيا للطيران وغيرها)، وتستعمل خاصة من طرف السياح الأجانب.

- النقل البحري: تمتلك الجزائر عدة موانئ يقوم من خلالها السياح المحليين والأجانب برحلات سياحية من أهم تلك الموانئ نجد (الجزائر، وهران، الغزوات، بجاية، سكيكدة و عنابة).

- النقل البري: وهو الأكثر استعمالا خاصة في السياحة الداخلية، حيث قدر النقل البري لسنة 2007 بـ 109420 كلم من الطرق من بينها 78801 كلم مغطاة حيث تتوزع على: الطرق الوطنية 28275 كلم؛ الطرق الولائية 23926 كلم والطرق البلدية 57251 كلم.

-السكك الحديدية: وصل عددها 200 محطة، موزعة على 4500 كلم، والمتمركزة معظمها في الشمال وتستعمل خاصة في السياحة الداخلية من طرف المقيمين.

1.2.2- الاتصالات: "عرف قطاع الاتصالات في الجزائر انفتاحا على سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية، إذ أصبح الهاتف وشبكة الانترنت سهلة المنال خاصة بعد إدخال نظام "ADSL"، حيث يضم ما يقارب 5 ملايين مشترك في سنة 2005 و 2 مليون مشترك لاتصالات الجزائر في نفس السنة، وكذا دخول المتعامل الثالث "نجمة" في السوق الجزائرية والذي حقق هو الآخر نتائج جد إيجابية، ويبلغ عدد المشاركين في الهاتف النقال 65.8% من عدد المشاركين في الهاتف الثابت، وقد شملت التغطية لمشاركي أوراسكوم واتصالات الجزائر كل ولايات الوطن ومعظم الطرق الوطنية وذلك إلى غاية عام 2005 وهناك جهد من طرف "نجمة" لبلوغ نفس الأهداف؛ كما ساهم إنجاز مشروع 500 ألف خط من طرف اتصالات الجزائر في سنة 2004 إلى الرفع من مستوى العرض ومستوى الخدمات كما أعطى بداية للمنافسة من خلال المكالمات أو الخدمات المجانية المقدمة والرسوم. وقد تم رصد 95 رخصة تم اعتمادها لتزويد 4000 فضاء للانترنت بدلا من 20 وربط 700 ألف متصفح لأوراق الشبكة مقابل 10 آلاف خلال نفس السنة، وأسواق الاتصالات في الجزائر صارت أكثر تنافسية لفائدة المستهلكين والمستعملين وأصبحت وسائل المهناتفة متوفرة و شبكات الانترنت"(10).

1.2.3- المؤسسات الفندقية: لقد تضاعف عدد الفنادق من سنة 1990 إلى سنة 2000، حيث انتقل من 382 إلى 776، ولكن ما يلاحظ على هذه الزيادة أنها كانت مركزة في الفنادق غير المصنفة(11). ويمكن عرض تطور عدد الفنادق الجزائرية وأسرتها خلال الفترة [2003-2006] في الجدول التالي:

الجدول رقم(01): تطور عدد الفنادق الجزائرية وأسرتها خلال الفترة[2003-

2006]

الوحدة: سرير

2006	2005	2004	2003	
1064	1038	1034	/	عدد الفنادق
%2.50	%0.38	/	/	نسبة النمو %
21453	21453	20485	25650	عدد الأسرة التابعة للقطاع العام
60683	58622	58475	47140	عدد الأسرة التابعة للقطاع الخاص
2733	2733	3064	4683	عدد الأسرة المشتركة
84869	82808	82024	77473	مجموع عدد الأسرة
%2.48	%0.95	%5.87	/	نسبة النمو %

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، 2009

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة تطور الفنادق نسبة طفيفة، ويمكن إرجاع ذلك إلى ارتفاع تكلفة المشروع الفندقي، وخاصة منها ذات الخدمات المميزة (4 أو 5 نجوم) مع المخاطرة في العائدات، هذا ما يؤدي بالكثير من المستثمرين لتفضيل مشاريع استثمارية أخرى عن المشروع الفندقي.

1.3- مجموعة الإجراءات الإدارية

تتمثل في الهيئات المشرفة على تنظيم القطاع السياحي منها:

1.3.1- الإدارة المركزية: تتمثل في وزار تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، فقطاع السياحة كان سابقا مع الصناعة التقليدية، وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-216 الصادر في 2005/06/11، جاء ليفصل الصناعة التقليدية عن السياحة وضمها مع وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أما قطاع السياحة فقد ضم إلى وزارة البيئة وتهيئة الإقليم، حيث كلفت بتسيير القطاع السياحي.

1.3.2- الديوان الوطني للسياحة: إن الترقية السياحية الجزائرية هي مهمة جميع الأطراف غير أن المسؤول الأول عن ذلك هو الديوان الوطني للسياحة من خلال إصدار جملة من الحملات الترقية (الإشهارية، علاقات عامة وغيره) باعتماده على عدة فروع موزعة على التراب الوطني من أجل تحقيق جملة من الأهداف: تغيير المحيط المؤسستي للسياحة من نظرة سلبية إلى نظرة إيجابية؛ تحسيس المواطنين ومسؤولي القطاعات الأخرى بأهمية السياحة؛ التعريف بفرص الاستثمار في مجال السياحة؛ إثارة انتباه السياح وإقناعهم بجمال وروعة السياحة الجزائرية. ولتحقيق هذه الأهداف وغيرها، يعتمد الديوان على مجموعة من الوسائل والتي من شأنها أن تعرف أكثر بالمنتوج السياحي .

1.3.3- المديريات السياحية بالولايات: وهي الممثل الأساسي للوزارة على المستوى المحلي وهي المسؤولة عن مراقبة النوعية، التهيئة الخاصة بالسياحة

ومنح رخص الاستثمار، محاولة مراقبة ومتابعة هذه المشاريع وتطبيق العقوبات في حالة عدم احترام القانون حيث تعمل أساسا على: تحسيس الجمعيات والدواوين السياحية للمشاركة في التظاهرات والمهرجانات التي تقام بالولايات السياحية خلال موسم الاصطياف للتعريف بالإمكانيات السياحية للولاية؛ تنظيم معارض خاصة للإمكانيات السياحية للولاية؛ عقد لقاءات مع المتعاملين قصد إنشاء المجلس الولائي للسياحة والذي يعتبر فضاء تشاوري من شأنه الإلمام بكل الاقتراحات والانشغالات التي تساهم في إنعاش القطاع أفضل؛ توزيع مطويات وأقراص (CD) إخبارية تعرف بالقدرات السياحية للولاية؛ إبداء الرأي حول إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياحي؛ وإقامة تظاهرات فلكلورية لإبراز التقاليد والفنون الشعبية المميزة.

1.3.4- وكالات السياحة والأسفار: يضم القطاع السياحي الجزائري 783 عام 2006 وكالة فمعظمها يركز في العاصمة بـ 248 وكالة، أما الأخرى موزعة في كل ربوع الوطن حيث تقوم بالوظيفة التجارية والتسويقية للمنتوج السياحي من خلال: حجز الغرف في المؤسسات الفندقية والعمل على تقديم أحسن الخدمات لسياح؛ استقبال ومساعدة سياح الأجانب خلال إقامتهم؛ تسويق الرحلات وبيع التذاكر والتعريف بالتراث الوطني في الخارج؛ وتنظيم الملتقيات والمؤتمرات.

1.3.5- الحركة الجمعوية: إن من شأن الحركة الجمعوية المساهمة في التنمية السياحية باعتبارها وسيلة ترقيوية فعالة في قطاع السياحة، وذلك لما تقوم به نشاطات تبرز من خلالها سواء للجمهور المحلي أو الأجنبي، مختلف المنتجات السياحية التي تتوفر لدى مناطق الوطن. حيث تنشط بالتنسيق مع مديريات السياحة من خلال القيام بعمليات تحسيسية حول قطاع السياحة في المشاركة في التظاهرات المحلية للمناطق، وكذا حماية المواقع السياحية الأثرية وتقديم الإعانات الضرورية للقيام بذلك، وكذا المشاركة في الاحتفال باليوم العالمي للسياحة (27 سبتمبر) وكذا اليوم العربي للسياحة (17 جوان).

1.3.6- الديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT): يتكون من 35 وكالة موزعة عبر 25 ولاية لتنشيط وترقية والإعلام السياحي. تشارك في عمليات الترقية التجارية، تنظيم النشاطات الخاصة بالمؤتمرات والمحاضرات، تصميم برامج التظاهرات السياحية المتعلقة بسياسة التسلية، والتنسيق مع النقابات وممثلات التظاهرات السياحية عبر الوطن، وغيرها من الأنشطة التي يقوم بها بهدف النهوض بالقطاع السياحي إلى المستوى اللازم.

1.3.7- الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT): مهمتها الأساسية تهيئة وتسيير مناطق التوسع السياحي، وإدراج مهام الهندسة الفندقية والسياحية وتطوير خدمات الدراسة والاستثمار لصالح المتعاملين والمستثمرين.

1.3.8- النادي السياحي الجزائري (TCA): تم إنشاؤه في أكتوبر 1963 يعمل على تنشيط السياحة وله عدة فروع منها الجزائر السياحية والاستثمار، سياحة وأسفار الجزائر، الجهات الأربعة للأسفار، رحلات بلا حدود، Touring Voyager Travel Four Winds, Caltan, International Travels Service, Algérie Voyages Sans Frontieres

1.3.9- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET): أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 70-98 الصادر في 24 شوال 1418 الموافق لـ 21 فيفري 1998 في شكل مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، توضع الوكالة تحت وصاية وزارة السياحة، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ولها المهام الآتية: تكلف الوكالة بتنشيط وترقية وتأطير النشاطات السياحية في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والتهيئة العمرانية؛ تشرف الوكالة على حماية مناطق التوسع السياحي والحفاظ عليها؛ اقتناء الأراضي لإنشاء الهياكل السياحية وملحقاتها؛ القيام بالدراسات والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية؛ تساهم في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع مع المؤسسات المعنية؛ تقوم بكل أعمال ترقية مناطق التوسع السياحي وتطويرها؛ تكلف الوكالة باقتناء الأراضي الضرورية للاستغلال السياحي لمنابع المياه المعدنية ذات القيمة العلاجية العالية، وتقوم بدراسة التهيئة الضرورية.

1.3.10- مؤسسة التسيير السياحي بزراودة (EGT): نتجت عن ALTOUR في 1984 التي تحولت إلى مؤسسة عمومية اقتصادية EPE في 14 جويلية 1991 برأسمال قدر بـ 10 مليون دولار موزعة على 500 نشاط مقسم على 3 وحدات مشتركة: 200 نشاط للخدمات؛ 150 للصناعات المتعددة؛ 150 للكيمياء البترولية والصيدلية؛ وهو مركب من ثلاث مراكز (فندق زراودة، سبلي دور، مركز سياحي) والتي تتولى الأنشطة السياحية(10).

1.3.11- مؤسسات التكوين: والمتمثلة في كل من: المدرسة الوطنية العليا للسياحة بالأوراسي (ENST) والتي أنشأت سنة 1976؛ المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية بتيزي وزو (INTHT)؛ مركز الفندقية والسياحة ببوسعادة (CHT) تم إنشائها سنة 1970؛ مدرسة السياحة بتيبازة؛ مدرسة السياحة بعين تيموشنت. بالإضافة إلى مدارس للتكوين المهني التابعة للوزارة والموزعة في كل من الطارف، تلمسان، عين البنيان، تيزي وزو، تمنراست، بومرداس.

في فيفري 2008، وبعد أشهر من التحضير، تم عرض الاستراتيجية السياحية في أفاق 2025 على مختلف الفاعلين المشاركين في الجلسات الوطنية وغير الوطنية للسياحة، والبالغ عددهم أكثر من 1000 متعامل، ما بين محترفي القطاع ومتعاملي القطاعات المساندة للسياحة؛ والذين وفدوا من الجزائر ومختلف البلدان السياحية الأوروبية(12).

لكن رغم القدرات السياحية للجزائر، إلا أنها تعاني من عدد كبير من النقائص، يتمثل أساسا فيما يلي(13): النقص الكمي والكيفي في طاقات الايواء السياحي؛ ضعف الهياكل الفندقية متوسطة النوعية؛ غياب ثقافة سياحية؛ ضعف وسائل الترقية والاتصال؛ عدم التأهيل الكافي للموارد البشرية؛ عدم موائمة برامج الرحلات للتدفقات السياحية؛ ضعف مشاركة الحركة الجموعية.

2- الطلب السياحي

"يعرف الطلب السياحي عموما بأنه المجموع الحالي والاحتمالي للأعداد السياح الوافدين إلى منطقة سياحية المواطنين منهم والأجانب"(14).

2.1- أنواع الطلب السياحي

هناك عدة معايير لتقسيم الطلب السياحي وهي:

2.1.1- حسب المكان: يتوزع إلى: المحلي(الداخلي): ويتمثل في السياح المواطنين من البلد، ينتقلون من منطقة إلى أخرى داخل نفس البلد؛ والعالمي(الخارجي): والمتمثل بالأشخاص الذين تشملهم القواعد الأساسية للسفر، أي لديهم المال والوقت والقدرة على السفر.

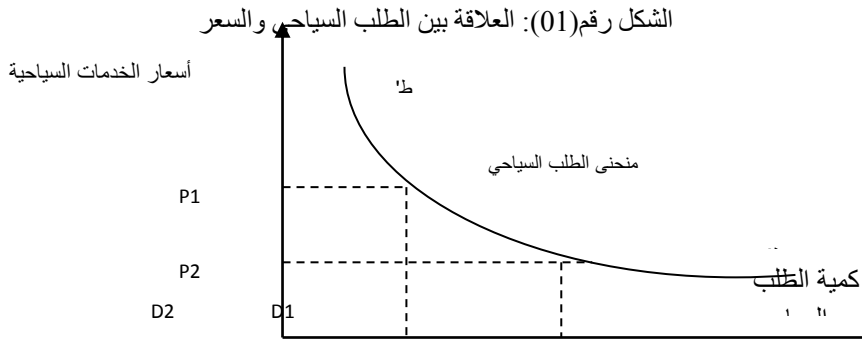
2.1.2- حسب نوعية الطلب: يتوزع إلى: طلب سياحي عام: ويقصد به الطلب على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام، بغض النظر عن نوع الوقت أو المدة، فهو إذن ذو ارتباط بالعملية السياحية وليس بنوع محدد أو ببرنامج خاص موضوع من طرف المؤسسة السياحية؛ طلب سياحي خاص: يرتبط ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته، ويختص هذا البرنامج في إشباع تلك الرغبة مثلا البرنامج الموضوع من طرف حمام معدني للاستجمام الصحي، الطلب عليه يكون خاص من طرف سائح معين أو مجموعة سياح وليس كل السياح؛ وطلب سياحي مشتق: يرتبط بالخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي، حيث تسعى معظم الدول لتحويل الطلب السياحي المشتق إلى طلب سياحي خاص ثم إلى طلب سياحي عام عن طريق توفير برامج سياحية ترقية أكثر ومختلفة وبأسعار متنوعة.

2.1.3- حسب وقوع الطلب: ويتوزع أيضا إلى: طلب سياحي فعال (حالي): وهو الطلب الصريح من جانب السياح لتوفير عوامل أهمها الرغبة والقدرة على الدفع، بالإضافة إلى الظروف الأخرى المناسبة، فبالتالي يمثل الطلب السياحي الإجمالي في العدد الإجمالي من السياح الداخليين والقادرين على دفع النفقات السياحية والمستعدين للتنقل؛ طلب سياحي كامن: هو طلب ينقصه إما القدرة على دفع تكاليف الرحلة، عدم توفير الظروف المناسبة، عدم الحصول على المعلومات المناسبة أو ضعف تأثير وسائل الإعلام والاتصال.

2.2- العوامل المحددة للطلب السياحي

هناك عدة عوامل تتحكم في الطلب السياحي من أهمها (15):

2.2.1- الأسعار: يعتبر السعر المحدد الأساسي للطلب السياحي حيث أن العلاقة بينهما عكسية كما هي موضحة في الشكل رقم 01 التالي. من خلال الشكل 01 نلاحظ أنه كلما ارتفع سعر الخدمات السياحية انخفض الطلب السياحي وذلك من خلال انخفاض سواء عدد السياح أو عدد الأسرة أو عدد الليالي و العكس صحيح مع ثبات العوامل الأخرى.



المصدر: مثنى طه الحواري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص12

2.2.2- الدخل: يعد الدخل المحدد الأساسي للقيام بالنشاط السياحي لأن هذا الأخير يتوقف على المدخرات، فالفرد لا يفكر في السياحة إلا عند مستوى معين من الدخل ويمكن تبيان ذلك من خلال استعمال منحنى أنجل (the Angel curve) والذي يبين العلاقة بين الدخل والكمية المشتراة من المنتج، فإذا افترضنا (I3،I2،I1) مستويات مختلفة من الدخل وكانت الكمية المطلوبة من المنتج السياحي (A1، A2، A3) و ليكن عدد الليالي التي يقضيها السائح في فندق خلال العطلة بهدف الترفيه، فيمكن توضيح هذه العلاقة بيانيا كما موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (02): منحنى أنجل يبين العلاقة بين الدخل وعدد الليالي المحجوزة في فندق سياحي



الدخل

المصدر: من إعداد الباحث

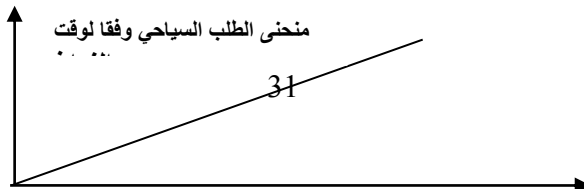
من خلال الشكل يتبين أنه عند المستوى I1 من الدخل تكون عدد الليالي المحجوزة معدومة، عند A1 فالسائح عند هذا المستوى يقوم بإنفاق دخله على الحاجات الضرورية (ملبس، مأكّل، مشرب، مأوى) ولكن عندما ارتفع مستوى دخله إلى I2 كانت عدد الليالي المحجوزة A2 ولتكن مثلاً مدة أسبوع، أما عندما ازداد دخله إلى I3 ارتفعت بالمقابل عدد الليالي المحجوزة وليكن 15 يوماً، ومنه نستنتج أن هناك علاقة طردية بين الدخل والكمية المشتراة من المنتج السياحي.

2.2.3- السكان: فعدد السكان وحده لا يعبر عن الطلب السياحي الحقيقي لأن هناك عوامل اجتماعية أخرى تحدد الطلب، كالعمر فكلما كان هرم السكان منتفخ الجانبين فيه نسبة الشباب عالية كان الطلب السياحي مرتفع، وكلما كان مقعر الجانبين كان الطلب السياحي منخفض، كما للجنس تأثير في تحديد كمية الطلب، فالمجتمع الذي يغلب عليه جنس الذكور يرتفع فيه الطلب السياحي وذلك لما يتميز به من كثرة الحركة والنشاط عن الإناث، كما أن للمهنة تأثير على الطلب السياحي، فبعض المهن تتطلب كثرة السفر مثل الصحفيين، رجال الأعمال كما أن بعض المهن توفر لأصحابها دخلاً وفيراً يؤهله على القيام بالرحلات ككبار التجار.

2.2.4- وقت الفراغ: لكل فرد في المجتمع ارتباطات اجتماعية ومهنية أخرى على صعيد العمل، فعليه تنظيم وقته واستغلاله أحسن استغلال وكذا توفير لنفسه فرصة للراحة بعد العناء والتعب في إجازات و عطل الأسبوعية والسنوية. فيمكن توضيح العلاقة بين المتغيرين من خلال المنحنى التالي:

الشكل رقم(03): العلاقة بين وقت الفراغ و الطلب السياحي

الطلب السياحي



وقت الفراغ

المصدر: من إعداد الباحث

من خلال المنحنى نستنتج أن هناك علاقة طردية بين الطلب السياحي ووقت الفراغ، حيث أنه كلما ازداد وقت الذي هو في سعة الفرد مع امتلاكه المدخرات ازداد الطلب السياحي مع ثبات العوامل الأخرى.

2.2.5- التحكم في المزيج التسويقي: إذا استطع المنتج للخدمات السياحية إنتاج ما يطلبه السائح سواء الحالي أو المرتقب وبيعه لتلك الخدمات بالسعر الذي يستطيع الشراء به، وتوفير له المعلومات الكافية عن المنتج من خلال الإشهار وعلاقات عامة وتنشيط المبيعات أي الترقية السياحية بالإضافة إلى توزيع له المنتج السياحي أين يوفر له الرضاء وإشباع الحاجة، كل ذلك يعمل على الرفع من الطلب السياحي، فالعلاقة بين الوسائل التسويقية والطلب السياحي علاقة طردية.

2.2.6- التكنولوجيا: لقد ارتفع عدد السياح العالمي ما بين [1950-1997] من 25 مليون سائح إلى 250 مليون سائح. ويعود السبب الرئيسي لذلك التطور التكنولوجي من خلال تطور وسائل النقل والاتصال والترفيهية وكذا التقنيات السياحية، إضافة إلى تطور الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات السياحية.

2.2.7- المستوى الثقافي والتعليمي: يعد المستوى المعرفي أحد الدوافع الأساسية للسفر والترحال إلى المعالم التاريخية، التراثية والحضارية أو الطبيعية، حيث يعد ذلك إحدى العوامل المفسرة للطلب السياحي على السياحة العلمية والثقافية كونها تشكل جزء من السياحة الكلية.

2.2.8- الوضع الأمني والسياسي: له تأثير كبير على الطلب السياحي، فعدم الاستقرار وتدهور الأوضاع الأمنية تؤدي إلى انخفاض الطلب السياحي، كما حدث في الجزائر في الفترة الممتدة بين [1990-1997] حيث انخفض عدد السياح من 1136918 سائح إلى 634752 سائح منهم المحليين ومنهم الأجانب أي بنسبة 28.3%.

2.2.9- إجراءات الرحلة السياحية: لهذه الإجراءات أثر كبير في نفسية السائح إما أن تكون حافزا للسفر أو تكون حاجزا أمام السائح، ومن تلك الإجراءات نجد إجراءات كل من: الحصول على جواز السفر وسمة الدخول (التأشيرة)؛ الحجز سواء لوسائل النقل أو الإيواء؛ الخاصة بتحويل العملة؛ الخاصة بدفع الرسوم والضرائب المفروضة على السياح المغادرين والوافدين؛ إجراءات الدخول إلى بعض المرافق الصحية؛ وإجراءات موافقة جهة العمل.

2.3- قياس الطلب السياحي الجزائري [2003-2008]

كما سبق ذكره هناك عدة معايير لقياس الطلب السياحي ومن أهم تلك المعايير نجد عدد ليالي المبيت وعدد الأسرة المشغولة، وقياس معدل نمو الطلب السياحي نعتمد على العلاقة النسبية بين عدد الأسرة المشغولة على عدد ليالي المبيت. ويمكن قياس الطلب السياحي الجزائري في الفترة الممتدة ما بين [2003-2008] وفق ما يلي:

2.3.1- الطلب السياحي من خلال عدد الأسرة المشغولة [2003-2008]: يحتاج السياح عند انتقالهم من أماكن إقامتهم الأصلية إلى مقاصد سياحية وأماكن للإيواء، فتقوم الفنادق باختلاف تصنيفها (من نجمة إلى خمسة نجوم)، بتوفير لهم ذلك، فعدد الأسرة المشغولة من طرف السياح يمكن الاعتماد عليها لقياس الطلب السياحي. ويبين الجدول التالي تطور الطلب السياحي الجزائري ما بين [2003-2008] وفقا لعدد الأسرة المشغولة من طرف السياح كما يلي:

الجدول رقم (02): تطور الطلب السياحي وفقا لعدد الأسرة المشغولة للفترة [2003-2008]

الوحدة: سرير

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008
أسرة مشغولة من الأجانب	190059	160561	199883	212376	232611	2530048
أسرة مشغولة من الجزائريين	2386289	2488449	2526679	2674808	2790489	2914578
المجموع	2576348	2649010	2726562	2887184	3023100	3167626
نسبة النمو %		2.82%	2.92%	5.89%	4.70%	4.78%

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد الأسرة المشغولة من طرف الجزائريين (المقيمين وغير المقيمين) أكبر منها المشغولة من طرف الأجانب و ذلك من سنة لأخرى أي أن الطلب المحلي أكبر من الطلب الأجنبي.

فعدد الأسرة المشغولة في الفنادق لا يمكن اعتبارها **مقياسا** مطلقا للطلب السياحي، لأن هناك من السياح من يقضي عطلته سواء في مخيمات سياحية، كراء شقق و حتى عند الأهل والأصدقاء، وبالتالي هذه الفئة من السياح لم تدرج ضمن الطلب السياحي.

2.3.2- الطلب السياحي من خلال عدد الليالي في الفنادق [2003-2008]: فالفنادق على اختلاف تصنيفها تستقبل السياح لمدة أيام أو أسابيع وحتى أشهر، فالسائح يقضي المدة التي تتناسب سواء مع الغرض من إقامته أو على أساس مدخراته أو حتى على أساس درجة رضاه بالخدمة السياحية المقدمة. فيمكن الاعتماد على عدد الليالي التي يقضيها السياح على اختلاف توزيعها في الفنادق لمعرفة الطلب السياحي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(03): تطور الطلب السياحي وفقا لعدد الليالي المقضاة في الفنادق [2003-2008]

الوحدة: ليلة

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008
عدد ليالي مقضاة من الأجانب	376083	393631	483332	528591	573855	595747
عدد ليالي مقضاة من جزائريين	3948200	4194426	4222305	4376625	4546085	4750596
المجموع	4324238	4543057	4705637	4905216	5119940	5346343
نسبة النمو %		%5.06	%3.57	%4.24	%4.37	%4.42

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم و البيئة والسياحة، جانفي 2009

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد الليالي التي يقضيها الجزائريون أكبر من التي يقضيها الأجانب، غير أن نسبة الطلب السياحي متذبذبة من سنة لأخرى، فقد يقضي عدد من السياح فترة محددة في فنادق محددة وليكن يومين ومدة عشرين يوما في أماكن أخرى غير الفنادق، فتكون بالتالي عشرين ليلة غير محسوبة في الطلب السياحي السابق.

2.3.3- معدل نمو الطلب السياحي من خلال معامل (السرير/الليلة) في الفنادق خلال [2003-2008]: يمكن قياس معدل نمو الطلب السياحي من خلال حساب النسبة لعدد الأسرة المشغولة إلى عدد الليالي المقضاة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(04): معدل نمو الطلب السياحي من خلال معامل(عدد الأسرة المشغولة /عدد الليالي المقضاة) في الفنادق خلال [2003-2008]

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008
(السرير / الليلة) للأجانب	0.50	0.40	0.41	0.40	0.40	0.42
(السرير/الليلة) للجزائريين	0.60	0.57	0.59	0.61	0.61	.0

المصدر: من إعداد الباحث

يلاحظ من الجدول أن نسبة الطلب السياحي المحلي أكبر من الأجنبي وذلك بسبب ضعف الترقية السياحية.

3- نمو السوق السياحية الجزائرية وسبل ترقيتها

3.1- نمو القطاع السياحي

في الفترة الممتدة [2003-2008]، عرف الوضع الأمني تحسنا طفيفا وعادت الحركة السياحية من جديد سواء من طرف الجزائريين المقيمين بالخارج أو حتى الأجانب كما هو مبين في الجدول التالي.

الجدول رقم (05): توافد السياح الأجانب والمقيمين بالخارج عبر الحدود الجزائرية ما بين [2003-
الوحدة: سائح] [2008

2008	2007	2006	2005	2004	2003	
556697	511000	478358	441206	368662	304914	الأجانب
1215052	1230000	1159224	1001884	865157	861373	جزائريون مقيمون بالخارج
1771749	1740000	1637582	1443090	1233719	1166287	المجموع
% 1.64	% 6.44	% 13.45	% 16.97	% 5.78	/	نسبة النمو %

Source: Ministère d'Aménagement du Territoire de Environnement et Tourism.

ينتبن من خلال الجدول أن هناك عودة للحركة السياحية من جديد وخاصة من قبل الجزائريين المقيمين بالخارج. كما تتوقع وزارة السياحة ارتفاعا لطلب السياحي إلى 3 مليون سائح، من بينهم 2 مليون أجنبي في حدود 2010 (16). والجدير بالإشارة أن الأغراض السياحية للوافدين عبر الحدود تتعدد، والتي يمكن توضيحها كما يلي.

الجدول رقم(06): توزيع السياح الأجانب حسب الدافع عبر الحدود الجزائرية في نهاية جوان 2008.

النسبة %	عدد السياح	الدافع السياحي
% 62.32	163326	الترفيه و الراحة
% 31.67	85538	الأعمال
% 6.02	16250	المهام
% 100	270114	المجموع

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة.

نلاحظ أن السياحة الترفيهية والإستجمامية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 62.32% وتليها سياحة الأعمال بـ 31.67% ثم سياحة المهام بنسبة 6.02%، أي أن معظم السياح الأجانب غرضهم الأساسي هو الترفيه والراحة، وذلك بعدما كانت نسبها على التوالي " لسنة 2007 بـ 64% لترفيه والراحة، 30% للأعمال و6% للمهام" (17). ويمكن عرض تطور الميزان السياحي ما بعد الأسفار خلال الفترة [2003-2008] في الجدول التالي:

الجدول رقم(07): تطور الميزان السياحي ما بعد الأسفار [2003-

الوحدة:

[2008

Million USD

2008	2007	2006	2005	2004	2003	السنة
220	218.9	21.3	184.5	178.5	112	مداخل السياحة المستقبلية
% 0.50	% 1.67	% 16.69	% 3.36	% 59.37	/	نسبة % النمو

380	376.7	380.7	370	340.9	255	نفقات السياحة الوافدة
%0.87	%-1.05	%2.89	%8.35	%33.68	/	نسبة النمو%
160	175.8	165.4	185.5	162.4	143	العجز
%8.98	%6.28	%10.83	%14.22	%13.56	/	نسبة النمو%

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة.

يتبين من الجدول أن الميزان السياحي سجل عجزا وقد بلغ أقصاه سنة 2005 بسبب ارتفاع النفقات السياحية على الوافدين مقارنة بالمدخيل الناتجة منهم، فسجل عجزا يقدر بـ (Million USD 185.5). لذلك يجب انتهاج سياسة سياحية ترقوية لتشجيع السياحة المحلية والأجنبية لرفع من المدخيل السياحية.

فحتى يسهم القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية فإنه لا يمكن أن يقتصر على تنمية العرض السياحي فقط وأجزاء منه ببناء فنادق و قرى سياحية تنتشر في مناطق مختلفة، وإنما يجب أن يمتد معنى التنمية السياحية ليشمل تنمية كل من العرض والطلب لتحقيق التلاقي بينهم لإشباع رغبات السائحين والوصول إلى أهداف محددة قومية وقطاعية وإقليمية موضوعة سلفا لتكون معيار لقياس درجات التنمية السياحية المطلوبة (18).

3.2- سبل ترقية القطاع السياحي الجزائري

بهدف دعم القطاع السياحي، قامت وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة بوضع الإطار الإستراتيجي للقطاع السياحي للفترة [2008-2025] من خلال وضع مايلي:

3.2.1- المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة (SDAT2025): قامت وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة بوضع الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحة في الجزائر للفترة [2008-2025] والذي كان جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية (SNAT) والمندرج ضمن التنمية المستدامة، فكانت نظرتها للتنمية السياحية في مختلف الأفاق المدى القصير (2009) والمتوسط (2015) والمدى الطويل (2025). تهدف إلى ضمان التوازن الثلاثي المتمثل في العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية وحماية البيئة على مستوى كامل التراب الوطني في العشرين سنة القادمة، فالتقرير العام للمخطط التوجيهي لتهيئة السياحة (SDAT2025) تم إدراجه ضمن ست كتب (19).

الكتاب 1: تشخيص وتحليل السياحة الجزائرية: تم فيه استعراض لأهم الإمكانيات والقدرات السياحية المادية منها و البشرية وكذا الطبيعية، والتي تم التعرض إليها من خلال العرض السياحي الجزائري.

الكتاب 2: الحركيات الخمس وبرامج العمل السياحية ذات الأولوية في المخطط الإستراتيجي: فالحركيات الخمس كانت بمثابة روافع لتفعيل التحول السياحي للبلاد منظمة حول المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية وتهدف إلى: تثمين الجزائر كوجهة سياحية من أجل زيادة سمعة وتنافسية الجزائر؛ تطوير الأقطاب السياحية والقرى السياحية للامتياز عن طريق عقلنة الاستثمار والتنمية؛ نشر مخطط السياحة النوعية (PQT) لتطوير امتيازات للعرض السياحي الوطني لإدراج التكوين بالترقية المهنية، التدريبية، الانفتاح على تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتموقع في ميادين سياحية تماشياً مع التوجهات العالمية الجديدة؛ الترقية التواصلية والتناسق في العمل وتوسيع الشبكة السياحية وإقامة الشراكة العامة والخاصة؛ تعريف وتنفيذ مخطط تمويل عملياتي لدعم النشاطات السياحية والراقين والمطورين واستقطاب المستثمرين المحليين والدوليين.

الكتاب 3: الأقطاب السياحية للامتياز (POT) والقرى السياحية للامتياز (VTE): تم تعيين سبعة أقطاب سياحية والتي وزعت من خلال القرى السياحية للامتياز (VTE) والتي يمكن توضيحها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (08): توزيع القرى السياحية للامتياز (VTE) على الأقطاب السياحية للامتياز (POT)

الأقطاب السياحية للامتياز (POT)	القرى السياحية للامتياز (VTE)
شمال شرق (POT.NE)	عناية، الطارق، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تبسة
شمال وسط (POT.NC)	الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، شلف، عين الدفلة، لمدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية
شمال غرب (POT.NO)	مستغانم، وهران، عين تيموشنت، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان
جنوب شرق (POT.SE)	الوحدات، غردية، بسكرة، الوادي، المنيع
جنوب غرب (POT.SO)	تواتالقرارة، طرف، القصور، أدرار، تميمون، بشار
الجنوب الكبير (POT.GS)	طاسيلي ناجر، إيليزي، ج الهقار، تمنراست

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة

الكتاب 4: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملي): يتم تنفيذه عبر مراحل متتالية:

-المرحلة الأولى: وضع هيكل القيادة: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وشرح أهدافه ومحتواه؛ تنظيم المستفيدين من المتعاملين في السياحة؛ توضيح أدوار كل متدخلا؛ تحديد البرنامج التقديري لإنجاز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؛ تحديد طريقة سير التهيئة؛ تخطيط اجتماعات العمل.

-المرحلة الثانية: تنظيم ورشات العمل لكل مشروع: يتمثل هدف ورشات العمل في جمع كل أعضاء الخلية للعمل حول مشروع محدد وتحديد الطريقة العملية

المناسبة، كما يتوجب على كل الورشات أن تسمح بتحديد مخطط العمل وأولويات التدخل، وكذلك الحصة العمومية في الميزانية التقديرية (طرق الدخول، الإضاءة العمومية) لإنجاز المشروع.

-المرحلة الثالثة: تعريف الإستراتيجية وفقا لكل قطب سياحي: يقوم كل مكلف بمهمة محلية بتحديد مراحل تنفيذ المخطط على مستوى قطبه ليبرز أولوية التدخل كما حددتها مختلف الورشات، لكن فقط التي تخص القطب السياحي الذي يتولى التكفل به؛ تحديد مختلف الدراسات الضرورية لإنجاز الأقطاب (السوق، التهيئة السياحية)

-المرحلة الرابعة: انطلاق المرحلة قبل العملية المخططة: اجتماع اتصالي مع ممثلي القطاعات الأخرى، كما يتم وضع المرصد وأداة المتابعة وتقييم من طرف الأقطاب السبعة السياحية؛ البحث عن المستثمرين والمطورين.

-المرحلة الخامسة: انطلاق أول الورشات والمفاوضات: يتعين على رؤساء المهام بمجرد انطلاق الورشات الأولى، الشروع في المفاوضات الضرورية لتنفيذ المشاريع الأخرى للمخطط التوجيهي.

-المرحلة السادسة: وضع إستراتيجية للترقية والاتصال: في المرحلة الأولى يتوجه الإعلام أولا إلى المحترفين (المتعامل السياحي، وكالات السفر)، لاستعادة الثقة وتجديد صورة الجزائر وإعطاء ضمانات بتنمية سياحية ذات نوعية يجب أن تكون الإستراتيجية على مراحل متتالية لتحديد الأسواق المستهدفة والأهداف حسب الأسواق، تحديد وسائل وركائز الاتصال.

-المرحلة السابعة: إطلاق مخطط نوعية السياحة (PQT): ضرورة تجسيد مخطط نوعية السياحة بمعرفة المؤسسات الفندقية (فنادق، مخيمات، اقامات) أصحاب المطاعم الدواوين السياحية المحلية، وكالات السياحة والسفر والناقلين، حيث أن هذه المؤسسات يمكن إدراجها ضمن مؤسسات كبيرة كما يمكن إدراجها ضمن مؤسسات صغيرة ومتوسطة، فتشكل عملية مخطط نوعية السياحة 20% من الحظيرة الفندقية (200 وحدة مصنفة أو يعاد تصنيفها) بواسطة تنشيط الهيئات و النقابات المهنية.

-المرحلة الثامنة: تنفيذ المخطط التوجيهي السياحي (SDAT2025): يجب على الحركيات التي شرع فيها لإنجاز المشاريع المدعومة بمختلف الإجراءات المرافقة بالارتكاز على مخطط العمل المحدد في المرحلتين الثانية والثالثة؛ يتعين على هيئة القيادة عقد اجتماع كل ستة أشهر للوقوف على درجة تقدم المشاريع لإحصاء الإختلالات وإعادة ضبط طريقة العمل الضرورية.

الكتاب 5: المشاريع السياحية ذات الأولوية: إطلاق 80 مشروع سياحي في ستة أقطاب سياحية للامتياز (POT) كما هو موضح فيما يلي:

الجدول رقم (09): توزيع المشاريع السياحية حسب الأقطاب السياحية

عدد الأسر	عدد المشاريع	المستثمر	القرى السياحية	الأقطاب السياحية للامتياز (POT) (NE)
2440 4938 1282	23	الشركة الإماراتية للاستثمار الدولي (ELLC) الشركة السعودية سيدار مجموعة سيفيتال، (ELLC)	مسيدة، الطارق سيدي سالم، عنابة أقربون، بجاية حديقة دنيا عنابة	شمال شرق (NE)
1647 17510 5985 2004 460 360 6885 1240 1426 1000	32	المجموعة الكويتية للاستثمار، (ELLC) الشركة الأمريكية التونسية-الجزائرية الشركة الكويتية للاستثمار (ELLC) المجموعة الإماراتية إيسرال (EMIRAL) شركة التنمية الفندقية-موريتي الجزائر الشركة الإماراتية القدرة الشركة السعودية-سيدار الشركة الإماراتية إعمار مجموعة سيفيتال، (ELLC)	الصغيرات، بومرداس بود واو البحري عين الشرب، عين طاية ملتقى الجزائر-موريتي I الساحل، الجزائر سيدي فرج، الجزائر زرالدة-غرب العقيدة-عباس بتيبازة واد بلاح سيزاري-تبيبازة حديقة دنيا الجزائر	شمال وسط (NC)
220 722 92	18	شركة ذات المسؤولية المحدود إقامة هيليو الفرنسية (ELLC) (ELLC)	الحلم السياحي مداغ وهران وهيليو كريسيل موسكارد تلمسان حديقة دنيا وهران	شمال غرب (NC)
	04		واد ميزاب، الزيبان واد سوف	جنوب غرب (الواحات)
	02	مجموعة الجنوب لتنمية الاستثمار (SID)	ماسين تيميمون أدرار	الجنوب الكبير (توات-القورارة)
	01			الجنوب الكبير (الهقار)
75000	80			المجموع

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة

الكتاب 6: ملخص للكتب الخمسة السابقة: يعد هذا المخطط كمبادرة أولية للاهتمام بالقطاع السياحي وجعله يساهم في الاقتصاد الوطني، غير أن وضع المخطط وحده لا يكفي لتحقيق ذلك مادام لم يعد النظر في سياسية المحروقات المنتهجة، ففي الوضع الراهن الذي يعيشه الاقتصاد الجزائري والذي حي بالخطر، من هنا كان لابد من دفع العجلة الاقتصادية من خلال الاستغلال الأمثل للموارد بما فيها السياحية.

4- الخاتمة

نظرا لاحتلال الجزائر موقعا إستراتيجيا وتميز عرضها السياحي بالتنوع والتعدد، أهلها بأن تكون بلدا سياحيا سواء على المستوى المحلي أو الدولي. وقد عرف الاقتصاد الجزائري تذبذبا في السنوات العشر ما قبل الأخيرة هذا راجع لأسباب اقتصادية واجتماعية (انخفاض أسعار المحروقات، الوضع الأمني)، فنظرا لكون القطاع السياحي مركبا يؤثر ويتأثر، لذلك لم تتجاوز نسبة مساهمته في الدخل الوطني الاجمالي 2%. وذلك حسب مصادر المنظمة العالمية للسياحة (OMT) لسنة 2008، وهي نسبة جد ضعيفة وبعيدة عن الإمكانيات ومكونات عرضها السياحي المتوفرة.

فالمنتوج السياحي كغيره من المنتجات الخاضعة للعرض والطلب في السوق، عرف تذبذبا في الاقتصاد الجزائري، فقد احتل القطاع السياحي الجزائري في 2007 المرتبة 147 من مجموع 174 دولة، حسب نفس المصدر.

وفي الوقت الراهن لم تعد الدول تفكر في الموارد الجديدة للاقتصاد، إنما أصبحت تفكر في الموارد الجديدة والدائمة، التي تستطيع من خلالها بناء إستراتيجية تنموية للدخل الوطني، ومن بينها الموارد المتأتية من القطاع السياحي، وبالتالي أصبح التخطيط الاستراتيجي لهذا القطاع خيارا وليس إختيارا نظرا للأهمية الاقتصادية والاجتماعية. ومن جملة التوصيات التي وضعها نجد:

- إعداد تحفيزات وتشجيعات للمستثمرين (تمويلية وإدارية) بهدف توسيع الدائرة الاستثمارية السياحية وجعلها اجتماعية، إلى جانب الاستثمارات الاقتصادية، وبالتالي القضاء على التعقيدات الإدارية المختلفة التي تعوق الاستثمار.
- تعاون كل الأجهزة المعنية بتحقيق سياسة سياحية شاملة، تهتم بتغيير سلوكيات المواطنين المتعلقة برفع مستوى وعيهم السياحي، وتحسين اهتمامهم نحو حسن التعامل مع السياح وتعزيز السلوكيات الايجابية، لخلق مجتمع غير طارد للسياحة، ذلك أن تنمية السياحة هي مسؤولية أفراد المجتمع أيضا.
- المحافظة على التراث الثقافي والديني لتفادي انهياره كما حدث ذلك، حيث أنه في ظرف خمس سنوات [2004-2000] تمت سرقة 1067 قطعة أثرية وهذا تبعا لتقرير الفرقة المركزية لمكافحة الإنجاز غير المشروع للممتلكات الثقافية وسرقة التحف الفنية وذلك وفق ما نشرته جريدة الشروق الصادرة في 19 ماي 2005.
- تسخير وسائل الإعلام والإعلان للتعرف على الكنوز السياحية المتنوعة التي تزخر بها بلادنا، وتشجيع السياحة الداخلية والخارجية من خلال إعداد أنشطة ترقية محفزة ومقنعة التي تجعل السائح يفضل السياحة الجزائرية عن غيرها.

- تكامل وتنسيق الجهود المبذولة من طرف الهيئات السياحية وجعلها تسير وفق خطة إستراتيجية مشتركة، وجعلها منصبة في أهداف مشتركة تطور وترقي القطاع السياحي إلى جانب القطاعات الاقتصادية الأخرى.

الهوامش:

1- مثنى طه الحواري، إسماعيل محمد علي الدباغ، "مبادئ السفر والسياحة"، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق، الأردن، 2001، ص 125.

2- Py Pierre, le tourisme un phénomène économique, édition documentation, française, 1996, p 9.

3-Tessa Ahmed, Economie et Aménagement du territoire, Alger, 1993, p 30.

4- Office National du Tourisme (ONT) ,Guide de l'Algérie Touristique, Collection Touring, 2005.

أوراجع:

الديوان الوطني للسياحة، الجزائر البلد النور.

5- هواري معراج، محمد سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، دورية أكاديمية محكمة، سنوية، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، عدد 01، 2004، ص 24.

6-الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1989، ص 348.

7-لجنة آفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، "مشروع التقرير حول مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية"، المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، 2000، ص 73.

8 -الديوان الوطني للسياحة، "الحمامات المعدنية الجزائرية"، 2007.

9- Reformes économiques et opportunités d'investissement en Algérie, CENEAP, 2001, p10.

10- عبد اللطيف بن أشوان، "عصرنة الجزائر حصيلة وآفاق 1999-2009"، الجزائر، 1999، ص 14.

11- كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، يصدرها مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا بجامعة الشلف، الجزائر، العدد 01، ص 231.

11- Entreprise de gestion touristique de Zeralda, étude du plan de redressement, 1995.

12- Abedelwahab Makhaloufi, "la place des TIC dans le tourisme en Algérie", colloque portant le thème "économie de tourisme et son rôle dans le développement durable", 9-10 mars 2010.

13- Bouadam kamel, "la stratégie nationale de développement de tourisme en Algérie entre enjeux opportunités et limites", colloque

portant le thème économies de tourisme et son rôle dans le développement durable, 9-10 mars 2010.

14- <http://www.annabfm.net>, consulté le:18/03/2009 à 21h : 30.

15- مثنى طه الحواري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص 127.

16- <http://www.sawt-alahrar.net> (18/03/ 2010آخر تصفح).

17- Office Nationale du Tourisme, dossier de presse, l'Algérie touristique en quelques chiffres, 2007.

18- صلاح الدين عبد الوهاب، "التنمية السياحية"، مطبعة الزهران، القاهرة، 1991، ص 2.

19- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة (الجزائر)، 2009.