



القطاع السياحي كبديل إستراتيجي تنموي للخروج من التبعية لقطاع المحروقات
دراسة سوسيو-اقتصادية لإمكانيات وآليات تطويره.

**The tourism sector as an alternative strategic to limit the dependence of
Algerian economy to the hydrocarbon sector. Socio-economic study of the
possibilities and mechanisms to develop the Algerian tourism sector.**

غيدة فوزية^{1*}، مرايمي أسماء²

Ghida Fouzia¹, Meraimi Asmaa²

¹ أستاذة مساعدة، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، (الجزائر)، البريد الإلكتروني: fouzia.ghida@gmail.com

² أستاذة مؤقته، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، (الجزائر)، البريد الإلكتروني: meraimi_asmaa@live.fr

تاريخ النشر: 2019/06/30

تاريخ القبول: 2019/06/15

تاريخ الاستلام: 2018/10/05

ملخص:

يعتبر قطاع السياحة محرك جد مهم للتنمية الاجتماعية والاقتصادية لبلدان العالم، فهو يساهم في دفع عجلة التنمية بهذه البلدان، لذلك تسعى الدول جاهدة إلى الاستثمار في القطاع السياحي واعتباره كبديل إستراتيجي جد مهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وللخروج من التبعية لقطاع المحروقات، والتنوع في الاقتصاد الوطني. سنتناول في هذه الورقة البحثية القطاع السياحي كبديل إستراتيجي تنموي للخروج من التبعية لقطاع المحروقات في الجزائر، مع التركيز على الإمكانيات وآليات تطوير هذا القطاع. كما سنحاول دراسة تشابكات قطاع السياحة في الجزائر مع باقي القطاعات الإنتاجية، وسيتم الاستعانة بنموذج المدخلات والمخرجات لسنة 2015 لليونتيف لإلقاء الضوء على بعض جوانب تأثير القطاع السياحي على الاقتصاد الجزائري، ومختلف التشابكات الأمامية والخلفية لهذا القطاع. الكلمات المفتاحية: السياحة، المقومات السياحية، المخطط التوجيهي للهيئة السياحية، التشابكات الاقتصادية، نموذج ليونتيف.

Abstract:

Le secteur du tourisme est un moteur très important du développement économique et social des pays du monde, il contribue à faire progresser le développement de ces pays, Par conséquent, l'Etat cherchera à investir dans ce secteur et de le considérer comme une alternative à une grande importance stratégique dans le développement économique et social et de la dépendance à l'égard du secteur des hydrocarbures, et la diversification de l'économie nationale.

Nous allons essayer à travers cet article d'étudier les subtilités du secteur du tourisme en Algérie avec le reste des secteurs productifs, où ce secteur est un remplacement idéal pour le secteur des hydrocarbures. En utilisant le tableau des entrées et sorties (modèle de Leontief) pour donner une image claire de l'impact du tourisme sur l'économie algérienne.

Keys words: Tourisme, Stratégies pour le développement du secteur du tourisme, entrecroisement économique, modèle de Leontief.

1. مقدمة :

تعد السياحة إحدى أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في العالم، فهي من أهم القطاعات الاقتصادية الكبيرة في العالم، وأضححت تنافس بذلك البترول والذهب نظرا لحجم مداخيلها الكبيرة، وبذلك أصبحت ركيزة أساسية في اقتصاديات الدول خاصة تلك التي لا تمتلك ثروات طبيعية كالبتترول، ولا يمكن الاستغناء عنها بشكل أو بآخر، لما لها من مساهمة واضحة على حجم المداخيل للدول، حيث أنها تجلب العملة الصعبة، وتخلق فرص العمل، وتحسن صورة الثقافة المحلية للبلد. إن الأزمات التي شهدتها الاقتصاد العالمي في الفترة الأخيرة أثرت بشكل مباشر على بقية اقتصاديات دول العالم، فلم تسلم أية دولة من تأثيرات الأزمات عليها خاصة الدول النامية، التي تعتمد في مداخيلها على الربيع، فعجلة التنمية في هذه البلدان مرتبطة بما تجنيه من صادرات المحروقات، وأي تراجع وانخفاض في أسعار النفط من شأنه أن يؤثر على اقتصاديات تلك البلدان. إن وضعية الاقتصاد الجزائري والصعوبات التي يعاني منها كونه اقتصاد ريعي ومع تدهور أسعار البترول في الفترة الأخيرة، شكلت الدافع الأساسي للبحث والتفكير في وسائل وموارد أخرى يمكنها أن تحل محل الذهب الأسود، لذلك وجدت الجزائر لزاما عليها أن تعمل جاهدة على تنوع اقتصادها الوطني من أجل الخروج من التبعية لقطاع المحروقات من خلال قيامها بوضع إستراتيجيات بعيدة المدى تعمل على تخفيف اعتمادها على النفط، والمساهمة في دفع عجلة التنمية بالاعتماد على مداخيل قطاعات أخرى.

انطلاقا من هذا الاهتمام يمكن النظر إلى أن القطاع السياحي من أكثر القطاعات المعول عليها في خطط التنمية من أجل قيادة الاقتصاد الجزائري في المرحلة المقبلة خاصة في ظل تراجع أسعار المحروقات ولما تزخر به الجزائر من إمكانيات ومقومات سياحية من شأنها أن تجلب العملة الصعبة والمداخيل والاستثمارات، مما ينعكس على دفع وتيرة التنمية بهذا البلد.

1.1 إشكالية الدراسة:

وبناء على ما تقدم، فإن الإشكالية الرئيسية التي تعالجها هذه المداخلة تتمثل في التساؤل المحوري التالي:

كيف يمكن لقطاع السياحة أن يكون بديل إستراتيجي تنموي للخروج من التبعية لقطاع المحروقات في الجزائر؟

وللإجابة عن التساؤل الرئيسي العام علينا الإجابة عن الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو واقع قطاع السياحة في الجزائر؟

- فيما تتجلى المعوقات التي تعترض تنمية هذا القطاع في الجزائر؟

- ما هي الإستراتيجيات الكفيلة بتحقيق التنمية في القطاع السياحي في الجزائر؟

- ما هي علاقة قطاع السياحة بالقطاعات الإنتاجية الأخرى؟

وسيتم مناقشة هذا الموضوع والإجابة على مختلف تساؤلات المطروحة في إشكاليته وذلك من خلال تقسيمه إلى المحاور

التالية:

✓ المحور الأول: قطاع السياحة في الجزائر_ الإمكانيات_.

✓ المحور الثاني: معوقات تنمية قطاع السياحة في الجزائر.

✓ المحور الثالث: الإستراتيجية المتبعة لتنمية قطاع السياحة في الجزائر.

✓ المحور الرابع: التشابكات الأمامية والخلفية للقطاع السياحي-نموذج ليونتييف-

✓ المحور الخامس: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025.

2.1 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كون القطاع السياحي أصبح يمثل بديلا اقتصاديا مهما من شأنه أن يساهم في نمو الدخل الوطني، من خلال توفير إيرادات مهمة بالعملة الصعبة وهذا بالنظر إلى ما تنفرد به بلادنا من مميزات سياحية هامة، كما تبرز أيضا أهمية

الموضوع الحالي من خلال العناية الكبيرة التي تولمها الجزائر لتنمية هذا القطاع وذلك من خلال الاهتمام به وإعادة بعثه من جديد لكي يحقق الأهداف التنموية المنشودة.

2. قطاع السياحة في الجزائر_ الإمكانيات-

تعتبر الإمكانيات الطبيعية والحضارية والمادية التي تتوفر عليها الدول، إضافة إلى الإرث الثقافي والتاريخي بأبعاده المختلفة من المقومات الأساسية للقطاع السياحي لأي دولة، نتناول في هذا المحور المقومات السياحية والحضارية للجزائر.

1.2 المقومات السياحية الطبيعية في الجزائر:

تعتبر الجزائر من الدول التي تملك مقومات سياحية سواء كانت طبيعية، حضارية، أو تاريخية، مادية وغيرها.

1.1.2 الموقع: الجزائر دولة تجمع بين الصفات الإفريقية والصفات المتوسطية، تعد البلد الثاني بعد السودان من حيث المساحة تقدر 2381741 كم²، وشريط ساحلي يقدر ب 1200 كم، له شواطئ ومناظر غاية في الروعة، من أهم شواطئها وهران، الجزائر، عنابة، جيجل، سكيكدة، والقالة. (لعروق، 2004، صفحة 20)

وحتى يتسنى لنا الحديث عن الموارد السياحية التي تتمتع بها الجزائر وفقا لمناطقها الجغرافية فقد تم تقسيمها إلى ثلاثة

مناطق هي:

2.1.2 المناطق الساحلية: امتداد الساحل الجزائري على مسافة تزيد عن 1200 كم، بما يتضمنه من شواطئ نادرة ومناظر خلابة، محتواه في 14 ولاية ساحلية، يمكن أن يشكل فضاء لسياحة الشواطئ و سياحة الاستجمام. غير أن هذا النمط من السياحة (السياحة الشاطئية) لا يزال يواجه جملة من التحديات أبرزها نقص التهيئة وضعف طاقات الاستيعاب وتدني مستوى الخدمات، إضافة إلى مشكلة غياب الأمن.

3.1.2 المناطق الجبلية والغابية: تمثل المناطق الجبلية في الجزائر مساحة إجمالية تفوق سبعة ملايين هكتار (7565000 هكتار) أغلبها يقع في المنطقة التلية بالشمال (43%)، في حين تغطي الغابات من المساحة الإجمالية ما يقارب ثلاثة (3) ملايين هكتار، وهذه المناطق تمثل موردا سياحيا نادرا، إن من حيث كونها فضاءات طبيعية للراحة والاستجمام، أو من حيث ما تتوفر عليه من محطات معدنية (مياه معدنية) ومحطات رياضية (الرياضات المختلفة عموما، ورياضة التزلج على الثلج بوجه خاص في المرتفعات الجبلية).

4.1.2 المناطق الصحراوية: تحتل المناطق الصحراوية نسبة 85% من المساحة الإجمالية للوطن، مع ما تحويه من معالم ومستقطبات سياحية نادرة، يمكن أن يشكل مجالا لسياحة الاستكشاف و سياحة المغامرات. إلى جانب المناظر والمعالم الطبيعية، على غرار جبال الهقار والطاسيلي بتمنراست، وكذا جبال أسكوار (بولاية تمنراست) التي تعد من أجمل مناظر غروب وشروق الشمس بالعالم، والتي تشكل متحفا طبيعيا فريدا، دون أن تفوتنا الإشارة إلى الحضيرة الوطنية بالأهقار، المصنفة كتراث إنساني عالمي، والتي أنشئت سنة 1987. (رحيم، مانع، بن منصور، زنكري، و براهيم شاوش، 2014، الصفحات 269-270)

2.2 المعالم الأثرية والتاريخية للجزائر:

تنفرد الجزائر بمعالم تاريخية وحضارية متنوعة، وتعتبر من بين الدول التي تتوفر على المناطق الأثرية وتظهر هذه الثروة في تصنيف اليونيسكو لسبع مناطق أثرية ضمن التراث العالمي، وهي: وادي ميزاب، منطقة الطاسيلي، حي القصبة في الجزائر العاصمة، تيبازة، جميلة، تيمقاد، قلعة بني حماد. ولهذا وجب تركيز الجهود ورد الاعتبار وترقية التراث الثقافي، خاصة في المناطق الأكثر تضررا (بداش، 2014، صفحة 12).

وإلى جانب ذلك هناك تراثا سياحيا غير مادي تزخر به أيضا مختلف المناطق، يتمثل في التراث الثقافي بمضمونه الواسع، بما يتضمن من تقاليد وعلوم وآداب وفنون (رحيم، مانع، بن منصور، زنكري، و براهيم شاوش، 2014، صفحة 271).

3.2 المناخ:

تتميز الجزائر بتنوع مناخها حيث يسود منطقة التل في الشمال مناخ البحر الأبيض المتوسط فهو دافئ جاف صيفا، معتدل ممطر شتاء، ومناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا يتميز بموسم بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي، أما منطقة الصحراء فتتميز بمناخ حار وجاف، وقلة الأمطار، وتكثر حركة السياح في الصيف.

4.2 الحمامات المعدنية:

تعد المنايع المعدنية من المنتجات السياحية الضاربة في أعماق التاريخ، وهي تسمح بالعلاج بالمياه الحارة الغنية بالأملاح المعدنية لعلاج بعض الأمراض، تتوفر الجزائر على ما يفوت 200 منبع للمياه الحموية الجوفية، و7 محطات حمامات معدنية (الديوان الوطني للسياحة، 2009، صفحة 1)، أما المحطات المستغلة تقليديا هي 50 محطة، أما الحمامات المعدنية فهي حمام بوحنيفة في معسكر، حمام ريغة بعين الدفلى، في قالمة حمام الشلالة، حمام قرقور بسطيف، حمام الصالحين بسكرة، وتبقى حوالي 60 % منها على حالته الطبيعية وغير مستغل.

5.2 المواصلات والاتصالات:

هي من بين أهم العوامل الأساسية لتطوير السياحة في المستقبل، وتتوفر الجزائر على ما يلي:

1.5.2 النقل الجوي: عرف النقل الجوي في الجزائر تطورا ملحوظا، إذ نجد 31 مطارا موزعا عبر كامل التراب الوطني، أغلبها مطارات دولية، وتغطي شركة الخطوط الجوية الجزائرية 35 محطة عبر أوروبا وإفريقيا والشرق الأوسط كما تغطي هذه الشركة أهم المدن الداخلية والمناطق الساحلية.

2.5.2 النقل البري: يبلغ طول الشبكة الطرقات في الجزائر أكثر من 90000 كلم منها:

- الطرق الوطنية 22000 كلم.

- الطرق الولائية 26000 كلم.

- الطرق الثانية 42000 كلم.

الطرق في طور الإنجاز 3200 كلم: وهي خصوصا طريق اليسار شرق غرب كما يبلغ شبكة السكك الحديدية 4200 كلم تتكون من:

- 1435 كلم شبكة عادية.

- 1055 كلم شبكة ضيقة.

- 305 كلم شبكة مزدوجة.

- 299 كلم شبكة كهربائية.

3.5.2 الاتصالات: عرف قطاع الاتصالات في الجزائر تفتحا على سوق الاتصالات السلكية وفيها ما ADSL اللاسلكية، إذ أصبح الهاتف وشبكة الانترنت سهلة المنال خاصة بعد إدخال نظام يقارب 5 ملايين مشترك في سنة 2005 بنسبة (90 %). 2 مليون مشترك لاتصالات الجزائر في نفس السنة، وكذا دخول المتعامل الثالث "نجمة" للسوق الجزائرية، والذي حقق هو الآخر نتائج جد إيجابية، ويبلغ عدد المشتركين في الهاتف النقال 65.8 % من عدد المشتركين في الهاتف الثابت، وقد شملت التغطية للمشاركين أوراسكوم، واتصالات الجزائر، كل ولايات الوطن ومعظم الطرق الوطنية وذلك إلى غاية عام 2005، وهناك جهد من طرق المتعامل الثالث لبلوغ نفس الأهداف، كما ساهم إنجاز مشروع 500 ألف خط من طرف اتصالات الجزائر في سنة 2004، إلى رفع مستوى العرض ومستوى الخدمات، كما أعطى بداية للمنافسة من خلال المكالمات أو الخدمات المجانية المقدمة والرسوم، وقد تم رصد 95رخصة تم اعتمادها لتزويد 4000 فضاء الانترنت بدلا من 100 في سنة 2000، كما سمح المزودون بإنشاء 2000 موقع للانترنت بدلا من 20 موقع، عام 2000 و ربط 700 ألف متصفح لأوراق الشبكة مقابل 10 آلاف خلال نفس السنة، وأسواق الاتصالات في

الجزائر، صارت أكثر تنافسية لفائدة المستهلكين والمستعملين وأصبحت وسائل الهاتف متوفرة وشبكات الانترنت (هدير، 2006، الصفحات 143-144).

3. معوقات تنمية قطاع السياحة في الجزائر:

إن المتتبع لمسار التنمية السياحية في الجزائر يلاحظ بأن هذا القطاع لا يزال في بداية الإقلاع، وعليه فهو يحتاج إلى جهود كثيرة داعمة ومساندة لانطلاقته أمام جملة من المعوقات السوسيو اقتصادية والتي تقف حاجزا أمام تقدم وتطور هذا القطاع الحساس الذي بإمكانه أن يحدث تنمية اجتماعية واقتصادية مستدامة بالجزائر، فبالرغم من كل المقومات التي تتمتع بها الجزائر من عناصر الجذب السياحي والتي قل ما تتوافر في أي دولة أخرى من حيث تكاملها واحتوائها لكافة أنواع السياحة، إلا أن هذا القطاع يواجه جملة من المعوقات، سنعرض أبرزها فيما يلي:

1.3 معوقات جغرافية:

تنبع هذه المعوقات من كون مناطق الجزائر في جلها عبارة عن مناطق شاسعة المساحة، بعضها مازال لم يستثمر فيه بعد، كما أن معظم المناطق السياحية متواجدة بالقرى والأرياف، فبما زالت تعاني من ضعف التنمية في هذه المناطق، فالهياكل السياحية بهذه المناطق تكاد تكون منعدمة وإن تواجدت ففيها ازدياء كبير.

2.3 معوقات ميكرواقتصادية:

ونتحدث هنا عن تدني مستويات الدخل وانتشار البطالة والفقر بهذه المناطق، مما لا يسمح بالتفكير أصلا في التنقلات السياحية. وبالمقابل سيكون من الصعب إقناع المستثمرين بالتوجه نحو الاستثمار السياحي في ظل ضعف الطلب السياحي، هذا فضلا عن اهتمام رأس المال الخاص، على ضعفه، بالاستثمارات الأقل خطر وأسرع عائدا.

3.3 معوقات اجتماعية وثقافية:

على الرغم من أن التنوع الثقافي والترابط الاجتماعي يعد ميزة سياحية، إلا أن خصوصية الانغلاق كثيرا ما تعمل ضد قبول "الأجنبي" كثيرا ما تكون سببا في عدم الترحيب بالسياح وبالأنشطة السياحية. وفي هذا الإطار أيضا يمثل ضعف الثقافة السياحية وعدم نضج حس سياحي لدى الأفراد أكبر تحديات التنمية السياحية، حتى إن الإنفاق السياحي لديهم بما فيه من الميسورين، يعد بمثابة إنفاق ترفي لا معنى له.

4.3 معوقات تمويلية وتنظيمية:

ونقصد هنا على وجه الخصوص تلك الاستثمارات السياحية الكبرى، كإنشاء محطة جبلية أو مركب سياحي، حيث إن مثل هذه الاستثمارات يحتاج إلى تمويل كبير، وغالبا ما تنفاداه البنوك. غير أن ما نود التنبيه إليه هنا هو توجيه تلك القروض الصغيرة والمتوسطة، الممنوحة من طرف البنوك العمومية للشباب في إطار دعم التشغيل أو لغيرهم، إلى مجالات الاستثمار السياحي مع دعمها بتحفيزات في إطار سياسة وطنية داعمة لهذا النوع من الاستثمار، مع إعطاء الأفضلية لشباب المناطق التي سيقام بها الاستثمار (رحيم، مانع، بن منصور، زنكري، و براهيم شاوش، 2014، صفحة 308).

5.3 معوقات بشرية:

من بين المعوقات البشرية التي تحد من تحقيق تنمية سياحية رائدة بالجزائر، هو غياب ونقص اليد العاملة المؤهلة في مجال السياحة، وذلك بحكم أن الجزائر تفتقر إلى مدارس تكوينية مختصة والتي تعمل من أجل الاستثمار في المورد البشري بشكل أفضل وإن تواجدت فهي تعاني من أزمت تسيريه كثيرة، كما أن جل الموارد البشرية المؤهلة والمدرّبة تتجه إلى الصناعة وإلى قطاعات أخرى أكثر طلبا.

6.3 العجز في تكوين الموظفين المؤهلين للاستقبال والتأطير:

تركيز مراكز التكوين المتواجدة بالجزائر على إعداد وتكوين القوى العاملة في الجانب الصناعي والحرفي وإهمال التكوين في المجال السياحي خاصة مجال الفنادق (الاستقبال والتأطير...).

7.3 نقص الوعي والمعرفة:

لا تزال الجزائر تعاني من نقص الوعي بأهمية القطاع السياحي كمحرك بديل للتنمية، حيث أن التوجه في الجزائر مازال منحصرًا على القطاع الصناعي وعلى المحروقات كمصدر للعملة الأجنبية وإحداث التنمية.

كما قامت مصالح وزارة السياحة بإحصاء النقائص التالية في الآتي:

8.3 غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية: ويشمل النقاط التالية:

- مواقع بلا صيانة وغير مثمرة بصورة كافية.

- غياب التشاور والتنسيق بين الفاعلين في مجال السياحة.

9.3 ضعف نوعية المنتج السياحي: ويشمل النقاط التالية:

1.9.3 ضعف نوعية الخدمات السياحية:

- تدني النظافة والصيانة في الفضاءات العمومية.

- غياب خدمات جذابة.

2.9.3 إيواء وفندقة جد ضعيفة وذات نوعية رديئة:

- عجز في طاقات الاستقبال.

- هياكل إيواء متأكلة وبأسعار مرتفعة نسبيًا.

3.9.3 ضعف نوعية النقل:

- عدم القدرة على توفير خدمات نقل كمية ونوعية متكيفة مع الطلب.

- سوء الربط الجوي باتجاه المقاصد السياحية بالجنوب.

10.3 ضعف أداء وكالات السفر وضعف ونقص في تأهيل مستخدميها: ويشمل النقاط التالية:

1.10.3 ضعف أداء وكالات السفر:

- عدم وجود تنظيم لوكالات السفر وعدم وجود ميثاق يحكم المهنة.

- غياب مخطط للتكوين المستمر.

- عدم التكيف مع الطرق العصرية للتسيير الإلكتروني من حجز وخدمات.

2.10.3 نقص في تأهيل المستخدمين:

- نوعية تكوين غير ملائمة لمتطلبات العرض السياحي.

- نقص في تأهيل المستخدمين في الوكالات السياحية.

11.3 تغلغل ضعيف لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال السياحة:

- عدم كفاية مواقع الأنترنت مع التركيز على ترقية الصحراء والاكتشاف الثقافي.

12.3 خدمات مالية وتسيير غير متكيف مع القطاع: ويشمل النقاط التالية:

- عدم ملائمة وضعف وسائل الدفع على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للبنوك.

- المبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات.

- غياب الأمن سواء كان الأمن الصحي، الغذائي، أو اختطاف السياح (عيساني، 2010، الصفحات 124-126).

5. الإستراتيجية المتبعة لتنمية قطاع السياحة في الجزائر:

أولت الدولة مبكراً بقطاع السياحة نظراً لأهميته الاقتصادية والاجتماعية على السواء، فلجأت إلى وضع مشروع تشريعي يحدد كيفية التنمية المستدامة لقطاع السياحة والقوانين الخاصة باستغلال الشواطئ وكذا مناطق التوسع السياحية. وقد

قررت الدولة حوصصة القطاع من خلال توجيه نداء للمستثمرين الذين يتعاملون مع الوكالة الوطنية للتنمية السياحية المكلفة بتسيير زهاء 174 منطقة توسع سياحي من بينها 20 تحظى بالأولوية. حيث أكد وزير السياحة على الأهمية القصوى التي تكتسبها عملية ضبط استراتيجيات وطنية واضحة في ميدان السياحة وكذلك ترقية الاستثمار والشراكة والاستغلال الأمثل للعقار السياحي. ويعتبر مخطط التهيئة السياحية جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني لهيئة الإقليم وإطار استراتيجي مرجعي لسياسة السياحة في الجزائر التي من خلالها تقوم الدولة بـ:

- عرض رؤيتها حول تطور السياحة على مستوى أفق يمتد إلى 2025 في إطار التنمية المستدامة.

- تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ وشروط تجسيده.

- ضمان التوازن والعدالة الاجتماعية والفعالية الاقتصادية وحماية البيئة.

- تقويم الثروات الوطنية الطبيعية وجعلها في خدمة السياحة الجزائرية.

كما حدد المخطط الوطني لهيئة الإقليم سبعة مناطق سياحية كبرى وفقا للمؤهلات الخاصة بكل منطقة من التراب الوطني: المنطقة الشمالية-وسط، المنطقة الشمالية-شرق1، المنطقة الشمالية-شرق2، المنطقة الغربية، منطقة الهضاب العليا، منطقة الجنوب، منطقة الصحراء الكبرى.

كما تركز السياحة على استثمار الموارد والإمكانات السياحية بهدف إسهم هذا القطاع الاقتصادي في زيادة حصيلة الدخل وتنوع مصادر، تتمثل في الموارد التي يمكن استغلالها في مجال السياحة. ومن ذلك الاستثمار في النقل السياحي الذي يهدف إلى تفهم الكيفية التي تعمل بها أسواق الخدمات من خلال إخضاعها للدراسة والتحليل ووضع السياسات الملائمة لتحسين أدائها والرفع من جودتها. فقطاع النقل والمواصلات يقوم بدور أساسي في التطور الاقتصادي والتخطيط السياحي، وفي إطار اهتمام الدولة بهذا القطاع حيث بلغت استثماراته المنفذة حصة الأسد في جل المخططات التنموية.

وستتكمّل سياسة الدولة للسياحة مع السياسة العامة لتخطيط النقل السياحي وللتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الراهنة، بما يضمن أكبر قدر من التنسيق بين الأجهزة المختلفة والاستمرارية في التنفيذ وبما يضمن وضوح أهداف التنمية السياحية سواء كانت أهدافا عامة اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو بيئية.

1.5 استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة:

التنمية السياحية المستدامة في جوهرها عملية تغيير يكون فيها استغلال الموارد باتجاه الاستثمارات، حامله التطور التكنولوجي والتغيير المؤسسي، وهي تتم في انسجام وتناغم وتعمل على تعزيز إمكانية ربط الحاضر والمستقبل لتلبية حاجات السياح الأساسية (ملوخية، 2007، صفحة 48). كما أن تشجيع العملية السياحية هي عملية شاملة تقتضي اتخاذ إجراءات واسعة تمتد من اعتماد تكنولوجيات وممارسات جديدة لتحسين الكفاءة في نظم الطاقة والمياه والتصريف مع تنفيذ سياسات إعادة التنوع الإحيائي.

كما يتوقف نجاح المؤسسات السياحية في تحقيق أهدافها على المساهمات التي يقدمها أفراد القوى العاملة بها في نطاق وظائفهم، فهي إذن على صلة وثيقة بمعايير الأداء والرضا والممارسات المحبذة التي يثيرها العمل والتسيير والمراجعة، خاصة عندما يرتبط قياس أداء العاملين بالقطاع السياحي وسلوك السواح بأبعاد التطوير والجودة. ويتعزّز هذا النجاح أكثر عندما يحدث التفاعل أثره في سلوكيات الأفراد وقدراتهم ومهاراتهم. ومع ازدياد شدة المنافسة، والتنوع المتزايد للمنتجات، وتنامي رغبات واحتياجات الزبائن من السلع والخدمات التنافسية، ذات المواصفات من حيث الجودة، والسعر والأجال المحددة. كما لم يعد هدف المؤسسة السياحية الوصول إلى الجودة العالية من منظورها وإنما هدفها يتمثل في تحقيق رضا السائح عن المنتج والمؤسسة، وتهتم أساسا بمعرفة وقياس مستويات رضا السواح، ومحاولة التقليل من الآثار السلبية. وتسمح عملية قياس رضا السائح باكتشاف الحاجات والتوقعات الكامنة (Mitonneau, 2001, pp. 73-74)، وتحسين صورة المؤسسة السياحية في نظره حينما يلمس اهتمام المؤسسة به وبرضاه، وتأخذ متابعة السائح أشكالا متعددة بهدف إقامة علاقات وطيدة بينه وبين المؤسسة السياحية، ومن الأفضل أن تكون هذه العلاقات شخصية، لتوعية السائح وإعلامه بأن المؤسسة تهتم به عند إعداد المنتج، وخلال صنعه، وبعد تسليمه له.

والعمل على الحفاظ على مستوى عالٍ من الرضا السياحي، ورفع وعي السياح حول قضايا الاستدامة وتعزيز ممارسات السياحة المستدامة فيما بينها.

2.5 التكوين السياحي:

ما يؤخذ على نمط التشغيل في هذا القطاع هو ارتفاع عدد العاملين على مستوى الإدارات، كما يعاني القطاع السياحي في الجزائر من نقص التأهيل في أوساط العاملين، إذ لا يتوفر معظم المستخدمين على حد أدنى من التأهيل، الأمر الذي يساعد على تدهور نوعية الخدمات السياحية. وحسب دراسة أعدتها المنظمة العالمية للسياحة فإن نسبة العمالة غير المؤهلة تقدر بحوالي 66 % من مجموع المشتغلين في هذا القطاع في الجزائر، في حين أن المقاييس الدولية المطبقة في قطاع السياحة تتيح فقط ما نسبته 20% لهذا الصنف من العمالة، نظرا لما لهذا النشاط من حساسية لارتباط خدماته بالعنصر البشري أكثر من غيرها من العناصر الأخرى.

فانخفاض مستوى التأهيل والتكوين في أوساط العاملين بالقطاع السياحي في الجزائر يعود أساسا إلى أن جهاز التكوين غير مكيف مع حاجات هذا القطاع سواء من حيث العدد أو من حيث النوع. وفي إطار تكوين وتأهيل الموارد البشرية لما لها من دور في تسيير المؤسسات السياحية الفندقية وتحسين نوعية الخدمات في القطاع السياحي في الجزائر تضمنت استراتيجيات التنمية المستدامة لتطوير السياحة موضوع التكوين في تخصصات مختلفة ومتفاوتة المستويات، بدء من تقني سامي إلى تقني عال وأخيرا شهادة ليسانس في الفندقة والسياحة، وذلك من خلال تدعيم الطاقة البيداغوجية للبلاد الموجودة، إضافة إلى إدخال شعبة الاقتصاد السياحي على مستوى الجامعات.

ويظل مستقبل التشغيل السياحي في الجزائر مرهونا بمدى تطور مكانة قطاع السياحة في السياسة الاقتصادية للدولة، وبوزن الاستثمار الخاص في هذا المجال وما يحمله ذلك من فرص عمل في مختلف التخصصات المرتبطة بالسياحة (عشي، 2005، صفحة 102).

ويقتضي التكوين تنظيم دورات مكثفة للقائمين على السياحة سواء داخل أو خارج المنطقة السياحية، في مؤسسة تدريبية عامة، الجامعات، جولات إطلاع أو إنشاء مركز أو معهد تأهيل سياحي في المنطقة السياحية باختصاصات متوافقة مع حاجتها (غنيم و سعد، 1999). ومن وظائف قطاع السياحة (العاني، 2008، صفحة 161):

- أعمال الفنادق والمطاعم والإدارة: الإقامة، الأكل، الصيانة، العلاقات العامة، شؤون العاملين..
- الأعمال المتعلقة بالتسويق السياحي: إجراءات السفر، الحجوزات، برمجة الجولات..
- الأعمال الفنية في الإدارة الحكومية للسياحة: التخطيط، التنمية، التشريعات..

إن نوعية الخدمات وانعكاساتها على الزبائن سمة ظاهرة في مختلف القطاعات خاصة قطاع السياحة، فهي توفر خدمات متنوعة كالإقامة، الإطعام، النقل، الترفيه.. وتتسم الخدمة بعناصر وخصائص أساسية منها اللامادية غير الملموسة وهي تمثل التحديات والمشاكل التي تواجهها النوعية، فلا يوجد حكم مسبق على الخدمات المقدمة وهذا لتلازم الإنتاج مع الاستهلاك مما يوجب حصول التعاملات بين السياح والموظفين والتي تتميز بالتيار والاختلاف، هذا العنصر يظهر من خلال مستويات أداء الموظفين (أبو رمان و الديوهجي، 2000، صفحة 143).

إن تقديم خدمات نوعية يعتمد على مستوى أداء الاتصال المباشر بين المستخدمين والسياح مما يتطلب منهم أن يكونوا قادرين على أداء مهامهم بالمستوى المطلوب وبرغبة حتى يعطي تأثير إيجابي على أفكار السائح ونظرة للخدمات المقدمة، وهذا كله مرتبط بالتكوين الذي مهمته تأطير مستخدمين متحفزين يمتلكون معرفة واسعة بالمبيعات ويهتمون بالسائح وتتركز اتجاهاتهم نحو رعايته والعناية به (أبو رمان و الديوهجي، 2000، الصفحات 150-151).

استفاد القطاع السياحي في الجزائر في منتصف السبعينات من خمس مؤسسات تكوينية، مدرسة عليا للسياحة بالعاصمة، معهدين للسياحة ببوسعادة وتيزي وزو، مركزين لتكوين اليد العاملة المؤهلة بقسنطينة ووهران والذين تم غلقهما فيما بعد. ورغم

حاجة القطاع إلى التكوين وإعادة التأهيل بسبب الارتفاع المستمر للهياكل السياحية والفندقية إلا أن طاقات التكوين لم تعرف تطور بل العكس.

6. التشابكات الأمامية والخلفية للقطاع السياحي-نموذج ليونتيف-

سندرس أهمية القطاع السياحي والدور الذي يلعبه في الاقتصاد الجزائري من خلال تحليل العلاقات الأمامية والخلفية لهذا القطاع باستعمال النموذج المفتوح لليونتيف لتحليل المدخلات والمخرجات من لمعرفة درجة التشابك الاقتصادي بين الفروع الإنتاجية لسنة 2015، حيث يعتبر تحليل المدخلات والمخرجات طريقة أساسية في الاقتصاد الكمي، وهي تصف العلاقات المتبادلة بين القطاعات الإنتاجية في اقتصاد ما، كما يمكن أن يستعمل تحليل المدخلات والمخرجات للتنبؤ بالتغيرات في كل النشاط الاقتصادي كنتيجة لبعض التغير في الاقتصاد الوطني. فالنموذج يستعمل تمثيل مصفوفة المعاملات الفنية والتي تعطينا صورة لدرجات التشابك بين القطاعات الإنتاجية في الاقتصاد القومي.

1.6 مفهوم التشابك الاقتصادي:

تعد العلاقات التشابكية للاقتصاد الوطني واحدة من الأدوات التوصيفية والتحليلية للبيان الاقتصادي ومحاولة منهجية لإيضاح تدفقات السلع والخدمات بين الوحدات الاقتصادية وإظهار درجة الاعتماد المتبادل فيما بينها، الأمر الذي يمكن المخططين من الوقوف على الاختناقات الناشئة عن الخلل المحتمل في تلك التدفقات وسبل معالجتها، وإبراز الأهمية النسبية للقطاعات الإنتاجية الرائدة والمسيطر في الاقتصاد مما يساعد في عملية ترشيد بعض القرارات الاستثمارية التي تساعد في دفع عملية التنمية في المجتمع (شموط، صفحة 1).

يعتبر تحليل المدخلات والمخرجات طريقة أساسية في الاقتصاد الكمي، فهي تصف العلاقات المتبادلة بين القطاعات الإنتاجية في اقتصاد ما بواسطة جدول المدخلات والمخرجات. وتحليل المدخلات والمخرجات هو الاسم المعطى لإطار تحليلي طور من طرف الاقتصادي فاسيلي ليونتيف في أواخر 1930، وهو العمل الذي حصل به على جائزة نوبل لعلم الاقتصاد في 1973 (Miller & Blair, 1985, p. 1). هذا الجدول يصور العملية المعقدة للإنتاج وكيف أنّ ناتج قطاع ما هو مدخلات لقطاعات أخرى، ويصور كذلك كيفية استعمال السلع والخدمات في توليد الدخل والقيمة المضافة داخل القطاعات المختلفة.

إنّ جدول المدخلات والمخرجات يصف تدفق السلع والخدمات بين القطاعات المختلفة للاقتصاد الإقليمي أو الوطني ومحاولات لقياس العلاقة بين صناعة معينة وصناعات أخرى في الاقتصاد (الحمادي، 2010، صفحة 94). عرض ليونتيف هذه المعلومات المحاسبية والإحصائية على شكل مصفوفة حيث يرصد ناتج القطاع في سطره المرافق له، أما مدخلاته فترصد في عمود القطاع. تحليل المدخلات والمخرجات منتشر بشكل واسع في الدراسات التطبيقية، يبحث مجموعة القطاعات أو الفروع المتداخلة فيما بينها، وذلك تحديدا من خلال تطبيق مقاييس لقياس كل علاقة تظهر في جدول المدخلات والمخرجات وترتيبها (Staff, 2006, p. 30).

- تحليل المدخلات تصف العلاقات المتبادلة بين القطاعات الإنتاجية في اقتصاد ما، فالنموذج يستعمل تمثيل مصفوفة المعاملات الفنية والتي تعطينا صورة لدرجات التشابك بين القطاعات الإنتاجية في الاقتصاد القومي.

2.6 جدول التشابك الاقتصادي بين الفروع الإنتاجية لسنة 2015:

تم استخدام جدول المدخلات والمخرجات لسنة 2015 باعتباره آخر جدول متحصل عليه من الديوان الوطني للإحصائيات (ONS)، حيث يضم هذا الجدول 19 فرع و18 منتج، باعتبار التجارة فرعاً لا يملك منتوجاً، الشيء الذي جعل مصفوفة التبادل الوسيط في جدول التشابك بين الفروع الإنتاجية لسنة 2015 مستطيلة ومختلفة البعد 18×19، وهي بهذا الشكل لا تكون صالحة لتطبيق قواعد الجبر الخطي المستعملة في تحليل التشابك الوسيط بين الفروع الإنتاجية الوطنية، مما يستدعي تحويلها إلى مصفوفة مربعة وذلك بجمع عمود فرع التجارة إلى عمود فرع إنتاجي آخر ذو علاقة قوية به كإحدى فروع الخدمات، وقد اختير فرع النقل والاتصالات لدمج فرع التجارة به لتقارب النشاط وعمق العلاقة بينهما (فرطاي و لوصيف، 2010، صفحة 7).

ولقد اسخدمنا نموذج ليونتيف في تحليل معطيات هذا الجدول باعتبار الاقتصاد مفتوح أي الأخذ بعين الاعتبار الصادرات والواردات، حيث تحصلنا على الجدول رقم 1 (الملحق 01) الذي يبين التبادلات الوسيطة بين الفروع الانتاجية للاقتصاد الجزائري، ويرمز لها z_i حيث يمثل كل منها قيمة المنتجات التي ينتجها الفرع i ويبيعها للفرع j ليستعملها في تكوين منتجات قيمتها z_j خلال سنة معينة.

وبعد حساب المعاملات الفنية تحصلنا على المصفوفة A (الملحق 2) ومقلوب مصفوفة ليونتيف $[I-A]^{-1}$ (الملحق 3).

وبهذا فإن نموذج المدخلات والمخرجات يميز بين نوعين من الترابطات بين القطاعات الاقتصادية والمتمثلة في: روابط الجذب الأمامية ممثلة بمستوى اعتماد القطاعات الأخرى على قطاع معين وتحسب وفقا للعلاقة التالية (فرطاتي و لوصيف، 2010، صفحة 7):

$$U_i = \frac{\sum_{j=1}^n b_{ij}}{1/n \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n b_{ij}}$$

روابط الجذب الخلفية ممثلة بدرجة اعتماد قطاع معين على إمدادات القطاعات الأخرى وتحسب وفقا للعلاقة التالية (فرطاتي و لوصيف، 2010، صفحة 7):

$$U_j = \frac{\sum_{i=1}^n b_{ij}}{1/n \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n b_{ij}}$$

تحصلنا على النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (01): مؤشرات التشابكات الخلفية والأمامية لقطاعات الاقتصاد الجزائري لعام 2015

القطاع	مؤشر التشابكات الأمامية	مؤشر التشابكات الخلفية
1- الزراعة والصيد البحري والغابات	1,25846618	0,85711116
2- الطاقة والمياه	1,1324341	1,26260307
3- المحروقات	1,40485491	1,02525855
4- خدمات وأشغال بترولية	1,08277581	1,869259
5- المناجم والمحاجر	0,78025118	1,11225137
6- الصناعات الحديدية، الميكانيكية، المعدنية والكهربائية	1,00698369	0,8103687
7- مواد البناء والخزف والزجاج	1,12178685	0,89050868
8- البناء والأشغال العمومية	0,93927309	1,24418401
9- صناعة الكيمياء والمطاط والبلاستيك	1,05537341	0,86552522
10- الصناعة الزراعية والغذائية	1,05537341	1,01489808
11- صناعة الغزل والنسيج	0,88493762	0,8560723
12- الصناعات الجلدية والاحذية	1,01244049	0,81215984
13- صناعة الخشب والورق والطبع والنشر	1,03617678	0,79880747
14- الصناعات الأخرى	0,7968435	0,82108805
15- النقل والاتصالات والتجارة	1,02997766	1,21104024
17- الفنادق والمقاهي والمطاعم	0,8081201	0,8444742
18- خدمات تموين المؤسسات	0,81752636	0,79767972
19- خدمات تموين العائلات	0,77640485	0,90671033

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على جدول المدخلات والمخرجات 2015.

لقد أوضحت النتائج البيئية في الجدول أعلاه أن العلاقات الخلفية لفرع الفنادق والمطاعم تساوي 0.8445 والعلاقات الأمامية تساوي 0.80812، وبذلك يتضح أن هذا الفرع يتصف بضعف علاقاته الخلفية والأمامية (اقل من الواحد)، حيث يحتل المرتبة الثالثة عشر ضمن ال 18 قطاع بالنسبة لمؤشر العلاقات الخلفية، بينما يحتل المرتبة الخامسة عشر بالنسبة لمؤشر العلاقات الأمامية.

كذلك يتضح أن قطاع الفنادق والمطاعم يتمتع بعلاقات أو تشابكات خلفية أكبر بقليل من التشابكات الأمامية، والجدير بالذكر أن معظم الباحثين يولي التشابكات الخلفية أهمية أكبر من العلاقات الأمامية من منطلق أن قوة جذب الطلب أكثر تأثيراً من قوة جذب العرض.

3.6 الأهمية النسبية للقطاعات المغذية لقطاع السياحة:

يلاحظ أن لقطاع الفنادق والمطاعم ارتباطات خلفية مع كثير من قطاعات الاقتصاد القومي بالجدول، مما يعني أنه يحتاج إلى مدخلات من عدد كبير من هذه القطاعات، ويظهر الجدول الموالي الأهمية النسبية لمنتجات القطاعات المغذية لقطاع الفنادق والمطاعم، كنسبة من إجمالي مدخلاته المحلية.

جدول رقم (02): الأهمية النسبية للقطاعات المغذية لقطاع السياحة

القطاعات	الأهمية النسبية لمدخلات القطاع
الزراعة والصيد البحري والغابات	38,758886
الصناعة الزراعية والغذائية	37,3182735
الطاقة والمياه	13,8479814
لنقل والاتصالات والتجارة	4,12761865
البناء والأشغال العمومية	2,62289518
صناعة الخشب والورق والطبع والنشر	1,60277563
قطاعات أخرى	1.72156958

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على جدول المدخلات والمخرجات 2015.

الأهمية النسبية = المدخلات من كل قطاع / إجمالي مدخلات القطاع

من الجدول يتبين أن قطاع الزراعة والصيد البحري والغابات تمثل ما يقارب 39% من جملة مدخلات قطاع الفنادق والمطاعم، وتحتل المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية في هيكل المدخلات، يليها في المرتبة الثانية قطاع الصناعات الزراعية والغذائية ب حوالي 37% حيث تمثل مدخلات هذين القطاعين 76% من جملة مدخلات قطاع الفنادق والمطاعم، أما باقي القطاعات مجتمعة فأهميتها النسبية ضئيلة حيث تساهم بنسبة 24%.

7. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025:

يعتبر مخطط التهيئة السياحية (SDAT 2025) جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم وإطار استراتيجي مرجعي لسياسة السياحة في الجزائر: وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، ولتحقيق القفزة المطلوبة وجعل السياحة أولوية وطنية للدولة، يجب النظر إليها على أنها لم تعد خياراً بل أصبحت ضرورة، لأنها تشكل مورداً بديلاً للمحروقات.

1.7 الأهداف الإستراتيجية للمخطط:

تتمثل في أهداف عامة وأهداف مادية تتمثل في:

1.1.7 الأهداف العامة: تتمثل الأهداف العامة للمخطط في:

- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى مثل: الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة، التشغيل.

- تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي، والاستثمار.
 - التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية .
 - تثمين التراث الثقافي، التاريخي والشعائري، كون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فإن إستراتيجيات السياحة المتواصلة.
 - عليها احترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية.
 - التحسين الدائم لصورة الجزائر: بحيث يرمي البرنامج إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية.
- 2.1.7 الأهداف المادية للمرحلة 2008-2015 (عيساني، 2010، صفحة 129): هدف الجزائر في أفق 2015 هو استقبال 2,5 مليون سائح، وبالتالي تحتاج إلى 75000 سرير من النوعية الجيدة، وتوفير 400000 منصب شغل.
- جدول رقم (03): خطة الأعمال السياحية لأفاق 2025.

السنة	2007	2025
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	17%	3%
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 الى 2000
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200.000	400.000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600
السنة	2007	2025

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، ص 18.

3.1.7 المشاريع ذات الأولوية لتنمية القطاع السياحي:

تتجسد أهم المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في:

- فنادق السلسلة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر ب 29.286 سريرا.
- عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي.
- إطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز.

2.7 مخططات (آليات) إنعاش السوق السياحية في الجزائر:

تعتبر الأدوات التي نتناولها بالشرح فيما يلي طرق إنعاش سريع ومستدام للسياحة في الجزائر، كما تضمن إعادة الاعتبار للدور الذي يتوجب على السياحة الجزائرية أن تلعبه على مستوى العالم، وقد شرعت الجزائر في العمل ببرنامج السياحة ذات الأولوية ابتداء من سنة 2008، قصد تفعيل السياحة في الجزائر، وهذه الآليات بحسب ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 هي:

1.2.7 مخطط وجهة الجزائر: تعرف الجزائر غيابا واضحا للاستثمار السياحي، لذلك عليها تقوية مكانتها، وبناء وجهة سياحية كاملة وتنافسية، وأبرز ملامح هذه الصورة هي الأصالة، الابتكار، النوعية، إضافة إلى التموقع على مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها، والفئات السكانية المستهدفة.

2.2.7 الأقطاب السياحية للامتياز: القطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والدورات السياحية، بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية، ويستجيب لطلب

السوق ويتمتع بالاستقلالية، ومتعدد الأقطاب، يدمج المنطق الاجتماعي، الثقافي، الإقليمي، التجاري، مع الأخذ بعين الاعتبار توقعات طلبات السوق، وقد حدد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في هذا الإطار، سبعة أقطاب سياحية للامتياز هي:

- القطب السياحي للامتياز شمال شرق: ويشمل كل من عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس.
- القطب السياحي للامتياز شمال وسط: الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلة، البويرة، بجاية، تيزي وزو.

- القطب السياحي للامتياز شمال غرب: مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.
- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق: الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيع²⁸.
- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: توات، القرارة، طرق القصور: أدرار، تيميمون، بشار.
- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: طاسيلي، إليزي، جانت.
- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: أدرار، تمنراست.

ويتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل وفقا لقدراتها، بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن، وهذا بتوفير منتوجات سياحية متعددة ومتنوعة (سياحة صحراوية، سياحة لاستجمام، سياحة علاجية وصحية)، وستسمح هذه الأقطاب بظهور تنوع سياحي يسمح بتنمية مستدامة لقطاع السياحة في الجزائر.

3.2.7 مخطط النوعية السياحية: تعتبر النوعية مطلباً ضرورياً لتقدم السياحة، لذلك جاء مخطط السياحة لهدف إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني فهو يرتكز على التكوين والتعليم، كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم، والمخطط النوعي للسياحة يشمل:

- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي.
- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية.
- نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية.
- كما ركز المخطط على أربع أهداف إستراتيجية ضمن مخطط 2025 من أجل النهوض بالتكوين:
- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية.
- تأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة.
- إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي.
- ابتكار واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في مخطط النوعية السياحية.

4.2.7 مخطط الشراكة العمومية – الخاصة: تتحقق التنمية السياحية المستدامة عندما يتعاون القطاع العام والخاص، من أجل تلبية الطلب الجماعي للمنتجات السياحية، فالدولة مطالبة بالسهر على النظام العام وحفظ الأمن وتدير المتاحف، والقطاع الخاص يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي، ويؤمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه، وبالتالي يسعى مخطط الشركة العمومية والخاصة، إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص، وذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي، وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية، لبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلاً.

5.2.7 مخطط تمويل السياحة: أخذاً بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها صناعة ثقيلة تتطلب استثمارات ضخمة من جهة، وذات عوائد بطيئة من جهة أخرى، فإن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة جاء لمعالجة هذه المعادلة الصعبة، من خلال دعم ومرافقة الشريك المرقى أو المطور.

أما عن محتوى مخطط تمويل السياحة، فالأمر يتعلق ب:

- مرافقة المستثمرين المرقين وأصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار، في تقدير المخاطر وفي تمويل عتاد الاستغلال.

- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية والتمديد في مدة القرض.
- الدعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع؛ من خلال: نظام مرافقة مالي، مساعدات للتكوين، تشجيع شامل للنوعية، إنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية مثل إنشاء بنك الاستثمار السياحي (عيساني، 2010، صفحة 130).

8. خاتمة:

أصبح قطاع السياحة من بين الإستراتيجيات التي أولت لها الدول الأهمية الكبيرة خاصة تلك الدول التي تعتمد في اقتصادياتها على الاقتصاد الريعي لتحقيق متطلبات التنمية الشاملة، والمساهمة في تخليص الاقتصاد الوطني من التبعية لقطاع المحروقات.

تبين من هذه الدراسة أن السياحة من القطاعات التي يمكن أن تكون بديل إستراتيجي تنموي مهم في تحقيق التنمية للدول، لما توفره من تنوع في مصادر الدخل، وكذا فرص التشغيل، ومساهمتها في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، حيث يضيء دخلها كصناعة مداخيل الصادرات من المنتجات النفطية، والجزائر كدولة لا تنقصها الإمكانيات والمقومات فهي تتوفر على إمكانيات هائلة تمكنها من أن تكون وجهة سياحية رائدة في حوض المتوسط، خاصة إذا اهتمت بتأهيل هذا القطاع ليكون عاملا إستراتيجيا مهما لجلب العملات الأجنبية والاستثمارات والمداخيل، لذلك وجب على الدولة الجزائرية أن تستفيد من خبرات و تجارب الدول الرائدة في مجال السياحة حتى تؤهل قطاعها السياحي ليكون بديلا إستراتيجيا مهما في دفع عجلة التنمية.

نتائج الدراسة: لقد توصل الباحثان من خلال هذه المداخلة إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها في الآتي:

- تعتبر السياحة قطاع إستراتيجي جد مهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر.
- امتلاك الجزائر لمقومات سياحية يمكن أن تجعل منها بلدا رائدا في المجال السياحي وتنافس بذلك البلدان الرائدة فيه هذا إذا ما تم الاستثمار فيه بشكل فعال.
- مساهمة القطاع السياحي في دفع عجلة التنمية من خلال الدور الذي يلعبه في تنوع وجلب الاستثمارات والمداخيل.
- وجود عدة عوائق أعاققت عملية التنمية بهذا القطاع الحساس.
- سعي الدولة الجزائرية بتطبيق عدة إستراتيجيات بهدف المساهمة في تطوير قطاع السياحة والنهوض به.
- الاقتراحات: من خلال الإطار الذي قدمناه في هذه الورقة البحثية حول القطاع السياحي كبديل إستراتيجي تنموي للخروج من التبعية لقطاع المحروقات في الجزائر، يقترح الباحثان مجموعة من التوصيات على النحو الآتي:
 - ضرورة تنوع القاعدة الاقتصادية بالجزائر من أجل الخروج من التبعية لقطاع المحروقات.
 - ضرورة إجراء العديد من الدراسات والبحوث للمساهمة في إيجاد بدائل إستراتيجية يمكن الاعتماد عليها مستقبلا.
 - ضرورة نشر الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري وتحسيسه بأهمية قطاع السياحة كمدعم للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلد.
 - المساهمة في توفير الهياكل السياحية التي من شأنها أن تسهم في تنمية هذا القطاع الإستراتيجي المهم.
 - ضرورة تكوين الموارد البشرية والكفاءات التي من شأنها أن تعطي الإضافة في دفع عجلة التنمية.
 - ضرورة قيام الدولة بتشجيع الاستثمارات في المجال السياحي، وإشراك الخواص والمجتمع المدني في ذلك.
 - العمل على رصد واقع قطاع السياحة في الجزائر، وإبراز المشاكل والمعوقات التي يعاني منها هذا القطاع.

9. قائمة المراجع:

- الديوان الوطني للسياحة. (2009). حمّامات معدنية. الجزائر: منشورات الديوان الوطني للسياحة.
- أمين شموط. (بلا تاريخ). التشابك الاقتصادي. تم الاسترداد من المعهد العربي للتدريب والبحوث الاحصائية:
http://www.aitrs.org/EchoBusV3.0/SystemAssets/Documents/program2014/in_out/lecture3.pdf
- أحمد فوزي ملوخية. (2007). التنمية السياحية. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- أسعد حماد أبو رمان، و أبي سعد الديوهجي. (2000). التسويق السياحي والفندقي. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- بوبكر بداش. (2014). صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات رؤية إستكشافية وإحصائية. مجلة بحوث اقتصادية عربية (66).
- جابر فرطاي، و عمار لوصيف. (2010). التشابكات الأمامية والخلفية للقطاع السياحي الجزائري. الملتقى الدولي الأول حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة. كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير بجامعة محمد خيضر - بسكرة.
- حسين رحيم، عمار مانع، موسى بن منصور، ميلود زكري، و توفيق براهيم شاوش. (2014). السياحة و التنمية السياحية. برج بوعريبيج: دار النشر جيطلي.
- رعد مجيد العاني. (2008). الاستثمار والتسويق السياحي والفندقي. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- صليحة عشي. (2005). الآثار التنموية للسياحة. مذكرة ماجستير. الجزائر: جامعة المسيلة.
- عامر عيساني. (2010). الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة. أطروحة دكتوراه في علوم التسيير. باتنة، الجزائر: جامعة الحاج لخضر.
- عبد القادر هدير. (2006). واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها. رسالة ماجستير في مالية و بنوك. جامعة الجزائر.
- عثمان محمد غنيم، و بنيتا نبيل سعد. (1999). التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- علي مجيد الحمادي. (2010). التشابك الاقتصادي بين النظرية والتطبيق. عمان: دار اليازوري.
- محمد الهادي لعروق. (2004). أطلس العالم و الجزائر. عين مليلة: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع.
- Staff, S. (2006). *Social Capital, Networks and Economic Development an Analysis of Regiona Productive Systems*. London: MPG Books Great Britain.
- Miller, R., & Blair, P. (1985). *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions*. New York: Prentice Hall.
- Mitonneau, H. (2001). *ISO 9000 version 2000*. paris: Dunod.