

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للتهيئة السياحية 2030

*The reality and prospects of tourism development in Algeria according to the  
modern master plan for tourism development 2030*

شنة خديجة \*

جامعة حسيبة بن بوعلي / الشلف، (الجزائر)  
[k.chena85@univ-chlef.dz](mailto:k.chena85@univ-chlef.dz)

شريفى براهيم

جامعة حسيبة بن بوعلي / الشلف، (الجزائر)  
[b.cherifi@univ-chlef.dz](mailto:b.cherifi@univ-chlef.dz)

تاريخ النشر: 2022 / 12 / 31

تاريخ القبول: 2022 / 09 / 27

تاريخ الإستلام: 2022 / 01 / 15

**الملخص:**

يهدف هذا البحث إلى إبراز أهمية قطاع السياحة في تحقيق عملية التنمية الشاملة الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، ودوره في خلق فرص العمل وجلب العملة الصعبة وتحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، فالجزائر وبالرغم من الإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها إلا أنها لم ترتقي بعد إلى تحقيق متطلبات السياحة العالمية حيث يواجه قطاع السياحة في الجزائر العديد من المشاكل والعراقيل ومن أجل ذلك سعت الحكومة الجزائرية جاهدة لتنمية وتطوير القطاع السياحي وهذا ما تجسد من خلال المخطط التوجيهي الحديث للتهيئة السياحية SDAT 2030 الذي يركز على تسويق وجهة الجزائر السياحية وترقية المنتج السياحي الجزائري وإدماجه في السوق العالمي.

**الكلمات المفتاحية:** السياحة، السائح، مقومات السياحة، التدفقات السياحية، المخطط التوجيهي الحديث للتهيئة السياحية.

\* المؤلف المرسل.

**Abstract:**

*This research aims to highlight the importance of the tourism sector in achieving a comprehensive economic, social and cultural development process, and its role in creating job opportunities, bringing in hard currency and achieving balance in the balance of payments, Algeria, despite the tourism potential that it has, has not yet risen to meet the requirements of global tourism, as the tourism sector in Algeria faces many problems and obstacles, and for that the Algerian government has striven to develop and develop the tourism sector, and this was embodied through the modern guideline for tourism development 2030 SDAT, which focuses on marketing Algeria's tourist destination and promoting the Algerian tourism product and its integration into the global market.*

**Key Words:** *tourism, tourist, Tourism components, tourist flows, the modern master plan for tourism development.*

**المقدمة:**

تطورت السياحة من ظاهرة بسيطة إلى صناعة رائدة لها أسسها وأجهزتها المتعددة، حيث سميت بصناعة القرن الحادي والعشرين باعتبارها في المقام الأول صناعة خدمات، ولا شك أن الجزائر تتمتع بموارد متعددة ساهمت في إثراء الأنواع السياحية فيها، هذه الموارد التي نادرا ما نجدها مجتمعة في دولة واحدة كالسواحل، الصحاري، الأنهار، الغابات وغيرها والتي يمكن أن تجعل من بلدنا وجهة سياحية بامتياز في حوض المتوسط، ومن أجل رسم معالم سياسة سياحية تسمح للجزائر بأخذ مكانها ضمن السوق السياحي العالمي لا بد من النهوض بالقطاع السياحي وتنميته، وهذا يظهر جليا من خلال إرادة الدولة في تنفيذ الاستراتيجية السياحية التي تهدف إلى ترشيد استغلال الموارد المتاحة، ومن هنا تظهر الفائدة من البحث والمتمثلة في التعريف بالمفاهيم النظرية المتعلقة بالسياحة والتعرف على مقومات السياحة الجزائرية، إضافة إلى الاطلاع على محتوى المخطط التوجيهي الحديث للتهيئة السياحية آفاق 2030 ومعرفة الاستراتيجيات التي جاء بها لترقية المنتج السياحي الجزائري، أما أهمية البحث فتكمن في أن الاهتمام بقطاع السياحة يساهم في تحقيق صناعة سياحية يمكن أن تكون أحد البدائل الهامة لقطاع المحروقات والإشادة بالدور الذي يلعبه التخطيط في النهوض بقطاع السياحة الجزائرية نظرا لمساهمته الفعالة في الناتج المحلي الخام، جلب العملة الصعبة وتوفير مناصب الشغل.

وبناء على ما سبق ولمعالجة موضوع بحثنا قمنا بطرح الإشكالية التالية: كيف سيتم تنمية

السياحة في الجزائر من خلال إستراتيجية المخطط التوجيهي الحديث للتهيئة السياحية 2030؟

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للهيئة السياحية 2030

وتتدرج تحت هذه الإشكالية عدة أسئلة فرعية منها: ما هو واقع السياحة في الجزائر؟ وما مدى مساهمة المنتج السياحي الجزائري في الاقتصاد الوطني؟ وما المنتظر من المخطط التوجيهي الحديث للهيئة السياحية SDAT 2030 ؟

للإجابة على التساؤلات السابقة الذكر ارتأينا إلى وضع مجموعة من الفرضيات التي تتمثل في:

1. السياحة قطاع اقتصادي ومصدر من مصادر الدخل والثروة.
  2. يعتبر التخطيط السياحي أساس الانطلاق في طريق التنمية السياحية.
  3. المخطط التوجيهي الحديث للهيئة السياحية يعد المرجع الرئيسي للنهوض بقطاع السياحة الجزائرية وإعطائها المكانة اللائقة بها محليا وإقليميا ودوليا والتي تؤهلها لتكون في مصاف الدول السياحية الرائدة. وسنعمد في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الاستنباطي من خلال الاعتماد على أداتي الوصف والتحليل من أجل الإلمام بمختلف جوانب الموضوع.
- وقد حظيت السياحة باهتمام العديد من الباحثين، ولعل من بين الدراسات التي تطرقت لموضوع السياحة وتناولته من زوايا مختلفة نذكر ما يلي:

1. التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي، رسالة ماجستير للباحث مروان صحراوي، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، السنة الجامعية 2011-2012. حاولت الدراسة إبراز العناصر المؤثرة على الطلب على الوجهات السياحية، إضافة إلى الإشارة إلى الدور الذي يلعبه التسويق في جذب وتحفيز الطلب على السياحة، وتطرق إلى الاستراتيجية التسويقية الجديدة التي تعتمدها الجزائر لترقية وجهتها السياحية آفاق 2030، وتوصل الباحث إلى أن تنافسية السياحة الجزائرية لا تزال ضعيفة جدا مقارنة بدول الجوار وذلك لعدة أسباب منها غياب الاهتمام بالترويج السياحي في الجزائر.
2. السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه للباحث عوينان عبد القادر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر-03، السنة الجامعية 2012-2013: تناولت الدراسة واقع السياحة في الجزائر في ظل الامكانيات المتوفرة، وأهم الاستراتيجيات المتبعة للنهوض بالسياحة الجزائرية والعقبات التي حالت دون تطورها، وخلص الباحث إلى أن القطاع لا يزال دون المستوى المطلوب، كما أكد على ضرورة الاستمرار في التطبيق الفعلي لبرامج المخطط التوجيهي للهيئة السياحية، باعتباره السياسة الجديدة للسياحة الجزائرية على المدى الطويل.
3. استراتيجية تسويق المنتج السياحي الجزائري من خلال المخطط التوجيهي للهيئة السياحية، أطروحة دكتوراه للباحث عبد الحفيظ مسكين، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2015-2016: تطرق فيها الباحث إلى التسويق في مجال الخدمات

السياحية وأهميته وأهدافه من خلال عرض مفهوم الخدمات السياحية والسوق السياحي كما أشار إلى الشروط الواجب توفرها لنجاح التخطيط للتنمية السياحية، وقدم لمحة عن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والعقبات التي تحول دون تنفيذه، وخلص في الأخير إلى ضرورة إشراك المختصين في المجال السياحي من أجل وضع استراتيجية تسويقية للنهوض بالقطاع السياحي.

وعليه ارتأينا البحث في هذا الموضوع بالتركيز على الاستراتيجية التي جاء بها المخطط التوجيهي الحديث للتهيئة السياحية SDAT 2030 لتنمية هذا القطاع.

ولمعالجة الموضوع قمنا بتقسيمه كما يلي:

أولاً- الإطار العام للسياحة.

ثانياً- مقومات السياحة في الجزائر ومساهمتها في الاقتصاد الوطني.

ثالثاً- استراتيجية تنمية السياحة من خلال المخطط التوجيهي الحديث للتهيئة السياحية آفاق 2030.

### أولاً: الإطار العام للسياحة

تعتبر السياحة ظاهرة من الظواهر التي تطورت عبر تعاقب الأيام حتى أصبحت قطاعاً يتصدر اهتمامات الدول نظراً لمساهمتها الفعالة في عملية التنمية كونها تتمتع بالعديد من الخصائص التي تسمح لها بتحقيق ذلك، لذا سنتعرف على نشأة وتطور السياحة، ثم نتطرق إلى تعريف السياحة والسائح.

### أ: نشأة وتطور السياحة

ظهرت السياحة في العصور القديمة وتبدأ هذه المرحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفراعنة وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية، ومن خصائص هذه المرحلة ظهور الدول والحكومات مثل الدولة في بلاد الرافدين والحضارة الفرعونية في مصر والرومانية في إيطاليا وظهور الجيوش الذي هباً الأمان للناس وبالتالي حرية الحركة، إضافة إلى بروز بعض الأنظمة والقوانين والعلوم وتطور وسائل النقل وخاصة السفن الشراعية وظهور الأديان والمعتقدات<sup>1</sup>، ومع بداية العصور الوسطى قام بعض المستكشفين برحلات طويلة أهمهم الرحالة الإيطالي "ماركو بولو" و"كريستوفر كولومبس" وكان الهدف من السياحة في تلك العصور التجارة، الحج، رحلات دراسية<sup>2</sup>، وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة الطلبة الذين كانوا يقومون برحلات لغرض العلم والدراسة والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية في الدول الأخرى، وكانت تلك الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت قاصرة على طبقة الأرستقراطيين لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة<sup>3</sup>، ثم تأصلت فكرة السياحة بمفهومها الحديث وهو السفر من أجل المتعة والراحة، وأبرز الظواهر التي تميز هذا العصر هي تقلص طبقة الأغنياء وتطور التشريعات العمالية مما أدى إلى ظهور

<sup>1</sup> محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من منظور جغرافي، ط2، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1995، ص12.

<sup>2</sup> سهام بجاوية، التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة إسقاطية بتجربة تونس-إسقاط على الجزائر-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2015، ص5.

<sup>3</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص18.

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للهيئة السياحية 2030

طبقة متوسطة جديدة ذات مستوى ثقافي رفيع وإمكانات محددة ووقت مرتبط بإجازات محددة، ولقد أدى التحسن الكبير في مستويات المعيشة إلى التغيير في الحركة السياحية، فبعد أن كان السائح رجلا غنيا قادرا على الإنفاق أصبحت طبقة العاملين هي الطبقة التي تهتم أجهزة السياحة في البلاد باجتذابها وقد ارتبطت السياحة في هذا العصر بصحة الإنسان كما اتسمت هذه الفترة باتساع مفهوم صناعة السياحة<sup>1</sup>.

### ب: تعريف السياحة والسائح

تعددت تعريفات السياحة بتعدد وجهات النظر إليها من طرف الباحثين والمنظمات الدولية، فلفظ السياحة في اللغة العربية يعني التجوال، وعبارة "ساح في الأرض" تعني ذهب وسار على وجه الأرض<sup>2</sup>. أما في اللغة الإنجليزية نجد أن TOUR يعني يجول أو يدور أما كلمة TOURISM أي السياحة فمعناها الانتقال والدوران<sup>3</sup>.

أما اصطلاحا فقد بدأت المحاولات الأولى لتعريف ظاهرة السياحة في الثمانينات من القرن التاسع عشر وأول تعريف للسياحة يعود إلى الألماني جويير فرولر GUYER FREULER "السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، والأساسي فيها هو الحاجة المتزايدة للحصول على الاستجمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق جمال المشاهد الطبيعية"<sup>4</sup>. أما تعريف المنظمة العالمية للسياحة " هي أنشطة الأشخاص الزائرين مكانا غير مكان إقامتهم لمدة لا تزيد عن سنة كاملة لغرض الترويح أو الأعمال أو أغراض أخرى"<sup>5</sup>، وهذا التعريف يحتوي على مفهومين:

- **السائح:** أشار Harrison إلى تعريف منظمة السياحة العالمية للسائح على أنه "الزائر المؤقت إلى أي منطقة أو دولة غير المقيم فيها سواء للترفيه أو الأعمال بما في ذلك الزوار الذين يقضون 24 ساعة في الدولة المضييفة خلال زيارتهم"<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> فؤاد بن غضبان، الجغرافيا السياحية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص ص43، 46.  
<sup>2</sup> عميش سميرة، دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة (1995-2015)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، 01، 2015، ص19.

<sup>3</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص22.

<sup>4</sup> أحمد أديب أحمد، تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، سوريا، 2006، ص11.

<sup>5</sup> شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر-03، 2015، ص05.

<sup>6</sup> مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، ط 1، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2009، ص18.

• **المتنزه:** هو كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مكان إقامته المعتاد<sup>1</sup>.

من خلال التعريف السابقة نستخلص أن السياحة تعد نشاطا يتم من خلاله انتقال الأفراد من مناطق إقامتهم المعتادة إلى مناطق أخرى داخل حدود الدولة أو خارجها لفترة مؤقتة تزيد عن 24 ساعة استغلالا لوقت الفراغ وذلك بقصد الاستجمام والترفيه والتعرف على المعالم التاريخية والدينية أو الثقافية، إضافة إلى العلاج، الأعمال والرياضة شريطة ألا يكون الهدف من هذا الانتقال الهجرة أو الإقامة الدائمة.

### ثانيا: مقومات السياحة في الجزائر ومساهمتها في الاقتصاد الوطني.

أصبحت السياحة اليوم ضرورة حتمية وأكد أن الجزائر رغم ما تملكه من طاقات نفطية إلا أن هذا لا يكفي، فتحقيق التنمية الفاعلة يستدعي الاستعانة بأكثر من مورد واحد، حيث يعتبر القطاع السياحي موردا إضافيا إذا تم استغلاله، وبالتالي سنحاول تسليط الضوء على مقومات السياحة في الجزائر ثم معرفة مدى مساهمة هذا القطاع في الاقتصاد الوطني.

#### أ: مقومات السياحة في الجزائر

##### أ-1: المقومات الطبيعية: وتشمل مايلي<sup>2</sup>:

أ-1-1: **الموقع:** حيث تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية للبحر الأبيض المتوسط، وهي تحتل مركزا محوريا في المغرب العربي وأفريقيا والبحر الأبيض المتوسط، وتتربع على مساحة تقدر بـ 2.381.741 كلم<sup>2</sup>، تتراوح من الشمال إلى الجنوب ومن الشرق إلى الغرب بين 1500 و2000 كم.

أ-1-2: **التقسيم الجغرافي:** تقسم الجزائر إلى نطاقين مختلفين من حيث التضاريس والمناخ وهما:

- **النطاق الشمالي:** تبلغ مساحته نحو 400 ألف كلم<sup>2</sup> يتكون من سلسلتين من الجبال هما الأطلس التلي والأطلس الصحراوي ويضم سلاسل جبلية بقمم تزيد عن 2300 متر كجبال الأوراس وجبال جرجرة.

- **النطاق الجنوبي:** مساحته نحو 2 مليون كلم<sup>2</sup>، ويشمل الهضاب الصحراوية (الحمادات)، الكثبان الرملية (العرق الشرقي والعرق الغربي)، الجبال وأعلى قمة بها قمة طاهات 3003 متر في جبال الأهقار.

##### أ-1-3: الأقاليم الطبيعية

- **الساحل:** ويتكون من شواطئ صخرية صلبة حيث أن الجبال تطل مباشرة على البحر لتعطيه الصفة الصخرية والتي ساهمت في تشكل الخلجان والموانئ البحرية مثل وهران، عنابة وسكيكدة.

<sup>1</sup> خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية-حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004، ص14.

<sup>2</sup> محمد الهادي العروق، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2002، ص 13، 15.

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للهيئة السياحية 2030

- **الهضاب العليا:** وهي عبارة عن حزام من الأراضي يتراوح ارتفاعها بين 900-1000 متر وترتفع في الجزء الشرقي من الجزائر لتأخذ طابعا جبليا وفيها العديد من الأحواض المنخفضة.
- **الصحراء:** وهي عبارة عن اقليم واسع من الصخور البركانية القديمة، وتتشكل الصحراء من نطاق الهضاب الصخرية ونطاق المنخفضات ونطاق المرتفعات ونطاق الرمال ومن أهم أشكاله الرق والعرق.
- **الأطلس التلي:** يضم مجموعة من السلاسل الجبلية تمتد على الاتجاه الجنوبي الشرقي والاتجاه الشمالي الشرقي أعلاها قمة لالا خديجة بجمال جرجرة، إضافة إلى وجود سهول داخلية مرتفعة على السفوح الجبلية وفي أحواض الأودية والأنهار مثل سهول تلمسان وقسنطينة.
- **الأطلس الصحراوي:** وهو عبارة عن مجموعة من الجبال الممتدة على 700 كم تشكل حاجزا في وجه رمال الصحراء ومن أهمها جبال القصور، جبال العمور 1930 متر، جبال أولاد نايل 1600 م.
- أ-1-4: **المناخ:** تتمتع الجزائر بمناخ البحر الأبيض المتوسط المعتدل شمالا، والمناخ شبه الجاف في منطقة الهضاب العليا، والمناخ الجاف في جنوب البلاد.
- أ-2- **مقومات تاريخية وحضارية:** عرفت الجزائر تعاقب العديد من الحضارات، التي تركت بها آثارا في العديد من ولايات الوطن وتشكل المناطق الأثرية وتصاميم العمارة المميزة والرقص الشعبي والموسيقى والفنون والحرف التقليدية والملابس الشعبية والعادات والتقاليد وثقافة وتراث المنطقة، عوامل جذب للسياح، وقد صنفت منظمة اليونسكو (Unesco) سبعة مناطق أثرية في الجزائر ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي وهي<sup>1</sup>: منطقة الطاسيلي وتيبازة وجميلة وتيمقاد ووادي ميزاب وحي القصب، وقلعة بني حماد.
- أ-3: **مقومات البنية التحتية**
- أ-3-1: **شبكات النقل:** شهد قطاع النقل في الجزائر تحولا حقيقيا حيث تم إنجاز عدد كبير من المشاريع وأخرى في طور الإنجاز لجعل هذا القطاع أكثر كفاءة للمساهمة في التنمية الاقتصادية للبلاد.
- **الطرق البرية:** تضم شبكة الطرقات حاليا أكثر من 127000 كم من الطرق، منها أكثر من 96000 كم معبدة، و1216 كيلومترا من الطريق السيار شرق غرب منها 1100 كيلومتر<sup>2</sup>.
- **السكك الحديدية:** تقدر شبكة السكك الحديدية في الجزائر بـ 3.824 كلم، وتسير هذه الشبكة من قبل شركة النقل للسكك الحديدية الوطنية (SNTF)<sup>3</sup>، إضافة إلى خطوط الترامواي والميترو.
- **النقل الجوي:** تمتلك الجزائر 35 مطارا منها 13 مطارا بمقاييس عالمية للرحلات الدولية، حيث يستقطب مطار الجزائر حوالي 6 ملايين مسافر سنويا والخطوط الجوية الجزائرية هي شركة الطيران الوطنية

<sup>1</sup> <https://whc.unesco.org/en/statesparties/dz> , consulté le 05/11/2021 à 13:45

<sup>2</sup> وزارة الأشغال العمومية، على الموقع الإلكتروني <http://www.mtp.gov.dz/?p=786> تم الإطلاع عليه بتاريخ 2021/12/03 على الساعة 18:00.

<sup>3</sup> الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام نتائج 2016-2018، رقم 49، نشرة 2021، ص44.

المهيمنة على سوق النقل الجوي<sup>1</sup>، ويتكون أسطولها الجوي من 56 طائرة عصرية متوسط عمرها 11 سنة وتستجيب لمعايير الأمان الدولية، يتم استغلالها لنقل المسافرين وشحن السلع<sup>2</sup>.

### الجدول رقم 1: الحركة الجوية لجميع شركات الطيران خلال الفترة (2016-2018)

التعيين	الوحدة	2016	2017	2018
المسافرون	ألف	13 709	14 295	14 479
الشحن	طن	43 361	47 993	44 730

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام نتائج 2016-2018، رقم 49، نشرة 2021، ص43.

ويمثل الجدول أعلاه أعداد المسافرين وكميات السلع المشحونة عبر النقل الجوي والذي يشهد تزايدا معتبرا منذ سنة 2016 إلى غاية 2018.

- **النقل البحري:** تعتبر الموانئ أهم جزء من المنشآت القاعدية الجزائرية نظرا لأنها تربط الجزائر بنحو 60 بلدا موزعة على كل القارات، ويبلغ عددها حاليا 12 ميناء متعدد الخدمات، وهي تؤدي دورا هاما في تنشيط التجارة داخليا وخارجيا وتضمن 98% من مبادلات الجزائر التجارية، أربعة منها متخصصة في تصدير المحروقات، ويتكون الأسطول البحري الجزائري من 74 وحدة منها: 5 لنقل المسافرين و5 ناقلات بترولية و9 ناقلات للغاز المميع و7 بواخر صهريج لنقل المواد الكيماوية<sup>3</sup>، ويوضح الجدول التالي النقل البحري للمسافرين (خطوط فرنسا+ إسبانيا+ إيطاليا)

### الجدول رقم 2: النقل البحري للمسافرين (خطوط فرنسا+ إسبانيا+ إيطاليا) خلال الفترة (2016-2018)

التعيين	الوحدة	2016	2017	2018
المسافرون	عدد	379 513	370 892	366 556
السيارات	عدد	142 697	152 216	139 799
عدد العبور	/	590	640	641

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام نتائج 2016-2018، رقم 49، نشرة 2021، ص43.

<sup>1</sup> قرومي حميد، مشاريع تنمية قطاع النقل في الجزائر والمشاكل التي تواجهها، مجلة دفاتر إقتصادية، الجلفة، الجزائر، مارس 2015، المجلد 6، العدد 1، ص242.

<sup>2</sup> الخطوط الجوية الجزائرية، على الموقع الإلكتروني <https://airalgerie.dz> تم الإطلاع عليه بتاريخ 2021/12/03 على الساعة 15:00.

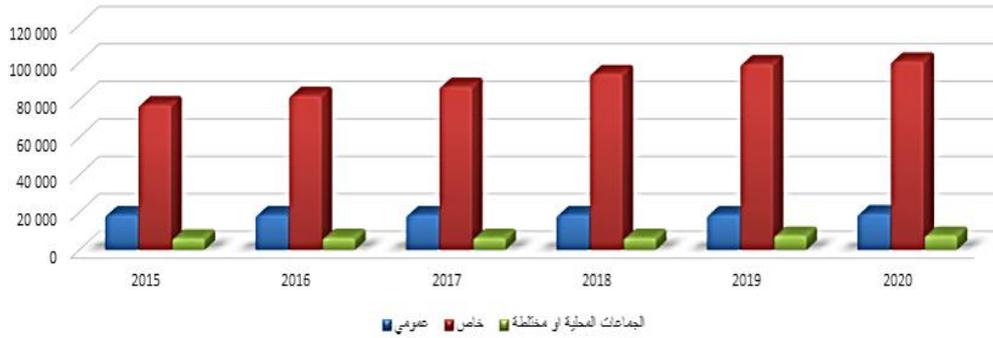
<sup>3</sup> مروان صحراوي، التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي -حالة الجزائر-، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2012، ص112.

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للهيئة السياحية 2030

**أ-3-2: الاتصالات:** تتوفر الجزائر على عدة محطات أرضية للاتصالات بالأقمار الصناعية مدعمة بخدمات الربط التكنولوجي بشبكة الانترنت الدولية، كما تغطي الشبكة الهاتفية أغلب التراب الوطني.

**أ-3-3: قدرات الاستقبال:** شهدت طاقات الإيواء السياحي في الجزائر تطورات معتبرة لكنها تبقى ضعيفة مقارنة مع الطاقات التي تتوفر عليها دول الجوار، فالجزائر تمتلك مركبات سياحية، كما تحوز على مجموعة من الفنادق ذات الملكية العامة والخاصة، كما يبينه الشكل الموالي:

الشكل رقم 1: وضعية الحظيرة الفندقية حسب الطابع القانوني خلال الفترة (2015-2020)



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

من خلال الشكل نلاحظ أن الفنادق التابعة للقطاع الخاص تشهد تحسنا منذ سنة 2015 مقارنة بالفنادق ذات الطابع العمومي، وهذا راجع إلى تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في مجال السياحة، فقدره الفنادق على الاستيعاب تعتبر أحد المقومات التي تساعد على جذب السياح كما تعد أحد مؤشرات قياس مدى تقدم القطاع السياحي للبلد، فقد عرفت طاقات الإيواء تطورا ملحوظ وهذا ما يبينه الجدول الموالي:

الجدول رقم 3: الحظيرة الفندقية في الجزائر خلال الفترة (2017 - 2020)

فئة الصنف	2017		2018		2019	2020
	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الأسرة	عدد الأسرة
فندق *5	13	6734	13	6734	7234	7345
فندق *4	23	4508	24	4746	6161	6824
فندق *3	59	5678	62	5886	6427	6861
فندق *2	48	4565	52	5185	5381	5995
فندق *1	159	11335	162	11684	12612	12724

9456	9456	8590	162	8533	160	فندق بدون *
384	384	384	02	384	02	إقامة سياحية *2
313	313	313	01	313	01	إقامة سياحية *1
93	93	93	02	93	02	موتيل/ نزل طريق *2
86	86	30	01	30	01	موتيل/ نزل طريق *1
16	16	16	01	16	01	بيت الشباب *2
20	20	20	01	20	01	بيت الشباب *1
274	274	274	01	274	01	قرية عطلة *3
205	205	91	05	91	05	شقق مفروشة للسياحة فئة واحدة
426	426	426	10	426	10	إقامات فئة واحدة
170	170	170	06	170	06	نزل جبلي فئة واحدة
66438	66434	64727	659	59713	601	في طريق التصنيف
9984	9984	9786	204	9381	196	هياكل أخرى مخصصة للفندقة
127614	125676	119155	1368	112264	1289	المجموع العام

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات.

من خلال الجدول نلاحظ أن هناك زيادة في العدد الإجمالي للفنادق في سنة 2018 مقارنة بسنة 2017 ولكن ليس بالمستوى الكبير، كما نلاحظ ارتفاع في قدرة الإيواء للحظيرة الفندقية من خلال الزيادة الملحوظة في عدد الأسرة التي بلغت 127614 سرير خلال سنة 2020 وهو ما يعكس الجهد المتواصل من أجل العمل على زيادة القدرة الاستيعابية للفنادق في الجزائر.

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للهيئة السياحية 2030

### ب: مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني

يلعب قطاع السياحة دورا أساسيا ومهما في دعم النشاط الاقتصادي، أي التأثير إيجابا على حركية الاقتصاد، وتتمثل أهم مؤشرات السياحة الجزائرية في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر والتدفقات المالية الناتجة عنهم وسد العجز في ميزان المدفوعات ومساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، زيادة على خلق فرص العمل وهذا ما سنتطرق إليه بالتفصيل فيما يلي:

#### ب-1: التدفقات السياحية البشرية

بدأت السياحة الجزائرية باستقطاب عدد كبير من السياح، وهذا يظهر جليا من خلال عدد الليالي السياحية للمقيمين والغير مقيمين في المؤسسات الفندقية للبلاد وهو ما يظهره الشكل الموالي:  
الجدول رقم 4: تطور عدد الليالي السياحية في الفنادق خلال الفترة (2016-2018)

السنة	المقيمين	الغير مقيمين	المجموع
2016	6 283 910	992 611	7 276 521
2017	6 260 409	1 146 061	7 406 470
2018	6 220 730	1 345 003	7 565 733

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام نتائج 2016-2018، رقم 49، نشرة 2021، ص49.  
يتضح من خلال الجدول أعلاه أن عدد الليالي السياحية للمقيمين والغير مقيمين في ارتفاع مستمر حيث بلغ مجموع عدد الليالي السياحية سنة 2017 أزيد من 07 مليون ليلة سياحية، وهذا التحسن راجع إلى التحسن في الوضع الأمني، الأمر الذي شجع على السياحة، ويمكن أيضا إحصاء عدد القادمين إلى الجزائر حسب غرض الزيارة وهو ما يوضحه لنا الجدول التالي:

#### الجدول رقم 5: دخول الأجانب عبر الحدود الجزائرية حسب غرض الزيارة للفترة (2015-2019)

غرض الزيارة	2015	2016	2017	2018	2019
الاستجمام والراحة	723 098	942 281	1 470 243	1 837 692	1 775 675
معدل النمو	-	30,31%	56,03%	24,99%	-3,37%
أعمال	358 785	378 296	233 233	174 738	153 727
معدل النمو	-	5,44%	-38,35%	-25,08%	-12,02%
مهمة	1 238	2 135	4 899	6 323	4 376
معدل النمو	-	72,43%	129,50%	29,07%	-30,79%
مجموع الاجانب	1 083 121	1 322 712	1 708 375	2 018 753	1 933 778

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، ملخص التدفقات السياحية في الجزائر خلال سنة 2019.

من خلال الجدول أعلاه يمكننا القول أن السياحة في الجزائر تشهد ارتفاعا مستمرا، لكن مع التداعيات التي فرضتها جائحة كورونا تراجع معدل نمو هذا القطاع بالنسبة لكافة الأغراض، غير أن تراجع معدل النمو لغرض الأعمال كان مستمرا منذ سنة 2017 وهذا ربما راجع لضعف السياسة الموجهة للارتفاع بأساليب ووسائل الترويج للمنتوج السياحي الجزائري من خلال الدعاية والإعلان فيما يخص قطاع الأعمال.

### ب-2: التدفقات السياحية النقدية (الإيرادات السياحية)

إن ارتفاع الإيرادات السياحية مرتبط بارتفاع عدد السياح حيث أن هناك علاقة طردية بينهما، وبالرغم من المقومات السياحية التي تحوزها الجزائر إلا أن إيراداتها تبقى قليلة وهذا ما يترجم العدد القليل من السياح الوافدين إلى الجزائر، والجدول الموالي يوضح لنا تطور الإيرادات الناتجة عن القطاع السياحي.

الجدول رقم 6: الإيرادات السياحية في الجزائر للفترة (2010-2019) الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
الإيرادات	219	208.3	196.4	230.3	258.3	304	209	141	169	165

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الإيرادات السياحية لسنة 2010 قدرت بـ 219 مليون دولار أمريكي، في حين سجلت تراجعا محسوسا سنة 2012 حيث بلغت ما مقداره 196.4 مليون دولار أمريكي، لتشهد بعدها تحسنا طفيفا بزيادة قدرها 33.9 مليون دولار أمريكي سنة 2013، وتحقق ما مقداره 304 مليون دولار أمريكي سنة 2015 ثم تتراجع مرة أخرى لتصل إلى أدنى حد لها سنة 2017 بمقدار 141 مليون دولار أمريكي، الأمر الذي يستدعي اللجوء إلى التخطيط السياحي الذي ينظم إدارة الموارد السياحية ويمنع هدر الامكانيات السياحية.

### ب-3: ميزان المدفوعات

تعمل السياحة على تحسين الميزان السياحي ومنه ميزان المدفوعات بالنسبة للدول المستقبلية للسياح من خلال ما تدره من عائدات سواء على شكل استثمارات أو ضرائب أو رسوم، وذلك لأن ميزان المدفوعات يعتبر قيما مزدوجا ينظم كافة المعاملات المالية بين دولة ما والدول الأخرى، فعندما يكون ميزان السياحة إيجابيا، فمعنى هذا أن مداخيل العملة الصعبة أكبر أو يساوي نسبة خروج العملات الأجنبية، كما أن رصيد هذا الميزان يكون عاملا لتوازن ميزان المدفوعات على مستوى الاقتصاد الوطني وبالتالي تكون له مساهمة فعالة في الدخل الوطني<sup>1</sup>، والجدول الموالي يوضح لنا وضعية ميزان المدفوعات السياحي في الجزائر بصورة مفصلة.

<sup>1</sup> عميش سميرة، مرجع سابق، ص136.

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للهيئة السياحية 2030

الجدول رقم 7: الميزان السياحي الجزائري خلال الفترة (2009-2019) الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنة	الإيرادات	النفقات	الرصيد
2009	266.4	456.6	-190.2
2010	219.1	574.3	-355.2
2011	208.3	501.7	-293.3
2012	196.4	427.8	-231.4
2013	230.3	410.2	-179.9
2014	258.3	612.1	-353.8
2015	303.7	676.7	-373.0
2016	208.6	474.6	-266.0
2017	140.5	580.0	-439.5
2018	169.1	494.0	-324.9
2019	165.0	500.0	-335.0

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات.

من الجدول أعلاه يظهر أن الميزان السياحي دائما سالب، أي أن الإيرادات السياحية دائما أقل من النفقات السياحية وهذا يفسر لنا أن السياحة الجزائرية تعاني من العجز نتيجة عدم القدرة على جذب السياح الأجانب والاستفادة من دخول العملات الصعبة للبلاد، وبمقارنة الإنفاق السياحي نجد أن مقدار العملات الأجنبية التي ينفقها الجزائريون في الخارج أعلى من تلك الناتجة عن تدفقات السواح الأجانب.

#### ب-4: زيادة الناتج المحلي الإجمالي

يتكون الناتج المحلي الإجمالي من إجمالي الأنشطة التي تمارسها القطاعات المختلفة كالزراعة، الصناعة، الخدمات خلال السنة، والسياحة بدورها تمارس أنشطتها من خلال وحداتها الخدمية المتمثلة بالفنادق، المطاعم، وسائل النقل... الخ، والتي يتم تحويلها إلى مجموعة خدمات تباع للسياح، إذن فالدخل الناتج عن السياحة هو مقدار ما ينفقه السياح مقابل الخدمات أثناء رحلاتهم لزيارة المقاصد السياحية، والذي يعد إيرادا للوحدات الخدمية العاملة في مجال السياحة، والجدول التالي يعرض لنا مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي.

## الجدول رقم 8: تطور حصة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (2016-الثلاثي الأول 2021)

السنة	2016	2017	2018	2019	2020	الثلاثي الأول 2021
النسبة %	1.4	1.6	1.7	1.8	1.10	1.65

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

من خلال الجدول نلاحظ بأن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي جد ضعيفة حيث أنها لا تصل إلى ما نسبته 2% وهذا راجع لعدة أسباب أهمها قلة الاستثمارات المخصصة للقطاع السياحي واعتماد الدولة على المحروقات، إضافة إلى عدم الاهتمام بترقية الخدمات السياحية.

## ب-5: توفير فرص العمل

السياحة قطاع خدماتي يعتمد بدرجة كبيرة على عنصر العمل، أي أن له قابلية لإيجاد فرص عمل جيدة تساهم في امتصاص البطالة، وقد أولت الجزائر في هذا الإطار أهمية بالغة لتفعيل دور السياحة في معالجة مشكلة البطالة، واستندت في تخطيطها إلى تقييم نجاحاتها وعوامل فشلها، ابتداء من مخطط أفاق 2010 مروراً بمخطط أفاق 2013 وصولاً إلى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025<sup>1</sup>. والتوظيف في قطاع السياحة في تزايد مستمر وهو موزع على مختلف النشاطات السياحية كالقطاع الفندقى، المقاهي والمطاعم، حيث بلغ عدد عمال القطاع سنة 2015 حوالي 261289 عامل، ثم ارتفع هذا العدد ليصل عددهم إلى 320000 عاملاً سنة 2019<sup>2</sup>. وبالتالي نستطيع القول أن القطاع السياحي يعتبر مجالاً واسعاً للتشغيل الأمر الذي يساعد على زيادة الدخل الفردي والرفع من مستوى الرفاهية الإقتصادية للدولة.

## ثالثاً: استراتيجية تنمية السياحة الجزائرية من خلال المخطط التوجيهي الحديث للتهيئة السياحية آفاق 2030

تخطط الجزائر لأن تصبح بلداً سياحياً بامتياز بدلاً من كونه بلداً مصدراً للسياح، وتتطلع إلى استقبال 11 مليون سائح في آفاق 2030، هذا ما دفع الجهات الوصية إلى القيام بدراسات من أجل تحقيق الأهداف المرجوة، من خلال محاولة الاسترشاد باستراتيجيات بعض الدول الرائدة في القطاع السياحي، لذا سنحاول إلقاء نظرة عامة حول المخطط التوجيهي الحديث للتهيئة السياحية 2030 ثم نتعرف على الديناميكيات الخمس التي جاء بها هذا المخطط من أجل النهوض بالسياحة في الجزائر، ثم نتطرق إلى استراتيجية تسويق وجهة الجزائر السياحية.

<sup>1</sup> أمحمدى بوزينة أمينة، مدى مساهمة القطاع السياحي في معالجة مشكلة البطالة في الجزائر، مجلة دفاتر بوادكس، مستغانم، الجزائر، مارس 2016، المجلد 5، العدد 1، ص78.

<sup>2</sup> وزارة السياحة والصناعة التقليدية على الرابط التالي: [https://www.mta.gov.dz/?page\\_id=1101#el-f15c06ad](https://www.mta.gov.dz/?page_id=1101#el-f15c06ad)

تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2021/11/07 على الساعة 13:00

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للهيئة السياحية 2030

### أ: نظرة عامة حول المخطط التوجيهي الحديث للهيئة السياحية 2030

يعتبر المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2030 (SDAT) الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية التي تبنتها الجزائر ويعد جزءا من المخطط الوطني لهيئة الإقليم في آفاق 2030 (SNAT) والذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون رقم 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001<sup>1</sup>.

وتسعى الاستراتيجية السياحية الجديدة من خلال هذا المخطط إلى تحقيق ثلاث نقاط مهمة<sup>2</sup>:

- تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، الميزان التجاري والمالي، والاستثمار.
- توسيع الآثار المترتبة عن القطاع إلى قطاعات أخرى (الفلاحة، الصناعة، النقل، الخدمات، الشغل....)
- المساهمة في المبادلات، والانفتاح على الصعيدين الوطني والدولي.

### ب: الديناميكيات الخمس للنهوض بالسياحة

تشكل الآليات الخمسة الطريق السريع لإنعاش السياحة في الجزائر مما يدعو إلى إعادة الاعتبار للدور الذي يتعين على السياحة أن تلعبه لكسب رهانات التنمية المستدامة، وتمثل الديناميكيات الخمس في:

#### ب-1: مخطط وجهة الجزائر

تطمح السياحة الجزائرية أن تكون ممثلة في المواقع الرئيسية الموردة للزبائن من جهة، وإحداث تعاون بين كل الطاقات الاجتماعية والمهنية على أساس استراتيجية تسويق فعالة من جهة أخرى، وفي هذا الإطار فإن سياسة تنمية السياحة لآفاق عام 2030 ترمي إلى خلق وجهة سياحية تكون منافسة على المستوى الدولي وقادرة على تلبية الاحتياجات الوطنية في التسلية والراحة، ومنتجة اقتصاديا واجتماعيا<sup>3</sup>.

#### ب-2: الأقطاب السياحية للإمتياز

هي تركيبة من القرى السياحية في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية، تستجيب لطلب السوق وتتمتع بالاستقلالية، متعدد الأبعاد حيث تدمج المنطق الاجتماعي (الاحتياجات الأولية للسكان) والمنطق الثقافي الإقليمي (خصائص وميزات الإقليم) والمنطق التجاري مع الأخذ بعين الاعتبار متطلبات السوق، يمكن لرقعته أن تدمج عدة مناطق للتوسع السياحي<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77، الصادرة بتاريخ 15 ديسمبر 2001، ص 18.

<sup>2</sup> Ministère de l'aménagement du Territoire de l'environnement et du tourisme, SDAT, audit du tourisme Algérien, Livre 01, 2008, p 8.

<sup>3</sup> Ministère de l'aménagement du Territoire de l'environnement et du tourisme, SDAT, Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, livre 02, 2008, p 22.

<sup>4</sup> Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, IBID, p 38.

وقد حدد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة آفاق 2030 سبعة أقطاب سياحية للإمتياز سوف تقام على مناطق التوسع السياحي السابقة الذكر وهي:

- 1- القطب السياحي للإمتياز شمال-شرق (POT-N.E): عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس.
- 2- القطب السياحي للإمتياز شمال-وسط (POT-N.C): الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية.
- 3- القطب السياحي للإمتياز شمال-غرب (POT-N.O): مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.
- 4- القطب السياحي للإمتياز جنوب-شرق (POT-S.E): الواحات: غرداية، بسكرة، الواد، المنيعه.
- 5- القطب السياحي للإمتياز جنوب-غرب (POT-S.O): توات (القرارة)، طرق القصور: أدرار، تميمون، بشار.
- 6- القطب السياحي للإمتياز الجنوب الكبير (POT-G.S): طاسيلي ناخر: إليزي، جانيت.
- 7- القطب السياحي للإمتياز الجنوب الكبير (POT-G.S): الأهقار: تمنراست.

ويتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات أو قرى سياحية بالإضافة إلى فنادق السلسلة ومجموعة من الفنادق العادية المصنفة وغير المصنفة ويهدف المخطط إلى التعريف بكل قطب من خلال موضوع رئيسي ومسطر يحدد هويته ويمنحه صورته وعلامته المميزة، فكل منها يتميز بخصائص معينة، ومركبات تستدعي وضعها في تكامل ووفقا لقدراتها، بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن من خلال توفير منتجات سياحية متعددة ومتنوعة، يسمح ذلك لبروز تنوع سياحي على كافة الإقليم السياحي وعليه فإن الأقطاب السبعة للإمتياز تهدف إلى الرفع من سهولة الوصول والانتشار السياحي في كافة التراب الوطني.

### ب-3: مخطط النوعية السياحية

- مخطط النوعية السياحية يرمي إلى تطوير العرض السياحي الوطني، ويرتكز على التكوين والتعليم، كما يدمج تكنولوجيات الإعلام والاتصال تماشيا مع تطور السياحة في العالم، يهدف إلى<sup>1</sup>
- الشروع في مخطط للنوعية السياحية مع الطموح لإقامة علامة تجارية فريدة من نوعها، ما يمثل حصيلة النهج النوعي.
  - السعي الجاد إلى تحسين النوعية والعرض السياحي وتشجيع ترويجه في الجزائر وخارجها.
  - بعث ديناميكية لإعادة تأهيل وترويج الوجهة السياحية الجزائرية.

<sup>1</sup> Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, IBID, p 47.

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للهيئة السياحية 2030

- منح رؤية جديدة للمحترفين.
  - حث المتعاملين في السياحة بالتعامل بإجراءات النوعية.
  - نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية.
  - اعتلاء موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية.
  - أما إجراءات وآليات تنفيذ مخطط نوعية السياحة فتتمثل في:
  - الإعلان عن أهداف مسعى مخطط نوعية السياحة، وتحديد التزاماته.
  - تقييم التزامات المحترفين على مستوى: الإعلام والاتصال، الاستقبال الشخصي، كفاءة العمال، النظافة والصيانة، مراقبة المواقع السياحية وتثمين المورد المحلي.
  - إبرام إتفاقات الترخيص "نوعية السياحة" مع المؤسسات التي تلتزم بنهج النوعية.
  - تثمين المحترفين بختم يوضع عند مداخل مؤسساتهم.
- ويعتبر التدريب حجر الزاوية في المخطط السياحي للنوعية، فالاستجابة للأهداف المادية والنقدية المسطرة في مخطط الأعمال لآفاق 2030، أصبح تكوين المورد البشري أمرا ضروريا، وقد حددت ثلاثة أهداف استراتيجية للتكوين، قصد تحضير الجزائر سياحيا، متمثلة:
- 1- تعزيز القدرات التنظيمية، الكفاءات، إحترافية القيادات والمؤطرين في المدارس السياحية.
  - 2- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، تأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة.
  - 3- إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي، اعتماد التصديق والتسجيل الرسمي.

#### ب-4: مخطط الشراكة العمومية - الخاصة

لا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي والخاص، ويمكن التحدث عن الشراكة العمومية- الخاصة عندما يعمل ويتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة بأكثر فعالية لطلب السياحي الكلي وعن طريق تقسيم الموارد، الأخطار والأرباح، ويسعى مخطط الشراكة العمومية - الخاصة إلى وصل الشبكة السياحية وجعلها منسجمة من خلال استراتيجية التجميع بربط الشركاء ومختلف الفاعلين العاملين في شبكة الإنتاج وتوزيع المنتج السياحي كأصحاب الفنادق، الوكالات السياحية، البنوك، المرشدين السياحيين... الخ.

#### ب-5: مخطط تمويل السياحة

أخذا بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها تتطلب استثمارات كبيرة من جهة وكونها ذات عوائد بطيئة من جهة أخرى فإن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية جاء بمخطط تمويل السياحة في الجزائر والذي يهدف إلى<sup>1</sup>:

- حماية ومراقبة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة.

<sup>1</sup> Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, IBID, p 57.

- السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف عن العمل.
- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية.
- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية.

### ج: استراتيجية تسويق وجهة الجزائر السياحية

أولت الجزائر أهمية خاصة لتجارب الدول التي حققت نجاحا في مجال السياحة، بهدف تنمية السياحة الداخلية وترقيتها وإدراجها ضمن الشبكة التجارية للسياحة في العالم وجعل الجزائر مقصد سياحي بامتياز دوليا من خلال زيادة الوعي بالمنتجات السياحية وهذا يعتمد على وضع خطة تسويقية فعالة وهادفة.

### ج-1: وضع استراتيجية تسويقية وتنفيذها

إن الاستراتيجية التسويقية التي جاء بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 يتم تجسيدها من خلال ثلاث محاور أساسية هي<sup>1</sup>:

- ◀ إعداد استراتيجية تسويقية تعتمد على:
  - دراسة السوق من جانب العرض والطلب.
  - تحديد الأسواق المستهدفة ذات الأولوية.
  - وضع خطط تسويقية تتناسب مع متطلبات كل سوق.
  - تحديد الثنائية منتج/ سوق.
  - تعريف الإستراتيجيات التجارية.
- ◀ تنفيذ الخطة التسويقية تعتمد على:
  - تعريف وتحديد الأولويات المستهدفة بالخطة التسويقية "إتصال وترويج".
  - تطوير أدوات الإتصال والترويج والوسائل اللازمة للتنفيذ.
  - بناء صورة جديدة وتوسيع شهرة الجزائر كوجهة.
  - ◀ إنشاء نظام مستدام لمراقبة ورصد الموارد والأسواق السياحية.

### ج-2: أهداف الاستراتيجية التسويقية لوجهة الجزائر

تهدف الاستراتيجية التسويقية لوجهة الجزائر السياحية إلى تحقيق<sup>2</sup>:

زيادة قدرة إسهام السياحة في الاقتصاد الوطني: من خلال

✓ التنافسية والأداء.

<sup>1</sup> Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, IBID, p 24.

<sup>2</sup> Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, IBID, p 32.

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للتهيئة السياحية 2030

- ✓ العدالة الاجتماعية.
- ✓ الإرتقاء بالهوية والتراث الوطنيين.
- ✓ خلق الشراكة المحلية والدولية.
- جعل وجهة الجزائر منارة في الفضاء المغاربي والمتوسطي: من خلال:
  - ✓ تحريك السمات التنافسية للجزائر: كالصحراء، التراث، والمواقع الجذابة... إلخ.
  - ✓ تنشيط الجاذبية العامة للبلاد كوجهة سياحية.
  - ✓ خلق صورة إيجابية ذات قيمة حول الجزائر لجميع العملاء المحليين والخارجيين.
- التموقع في قنوات وأسواق محددة: من خلال
  - ✓ العمل في اختصاصات محددة، وتكييف العرض مع الطلب المتاح.
  - ✓ تقسيم فئات العملاء من خلال معرفة قطاعات السوق، وتحليل تطور دوافع المستهلكين.
  - ✓ تشجيع ظهور الأقطاب السياحية للتميز.

### ج-3: الأسواق السياحية المستهدفة من خلال الاستراتيجية التسويقية

لقد عملت الجزائر في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 على تحديد الأسواق السياحية التي سوف تستهدفها من خلال استراتيجية تسويق الوجهة الجزائرية، وقد تم ذلك بناء على دراسة السوق السياحي وتحليل الإحصائيات المتعلقة بمصادر وأعداد السياح القادمين إلى الجزائر من كل دولة من الدول المكونة لتلك الأسواق، حيث تم تحديد لكل سوق سياحي ما يفضله من أنواع السياحة أي الوصول إلى تحديد التوليفة المناسبة (سوق/ منتج) وبالتالي ما يتناسب معه من خطط وبرامج تسويقية، ومنه إتباع استراتيجية تسويقية مناسبة تعتمد على أدوات اتصالية فعالة من أجل تحقيق الأهداف المسطرة، وقد تم تحديد أربعة أسواق مستهدفة من خلال استراتيجية تسويق وجهة الجزائر وهي:

1. السوق المحلي: الجزائريون المقيمون داخل الوطن والجزائريون المقيمون في الخارج.
  2. الأسواق ذات الأولوية: فرنسا، اسبانيا، ايطاليا، ألمانيا.
  3. الأسواق الواعدة: بريطانيا، هولندا، والدول الاسكندنافية.
  4. الأسواق البعيدة: الصين، اليابان، روسيا، الولايات المتحدة الأمريكية، كندا ودول الخليج.
- والجدول الموالي يوضح الأسواق المستهدفة والمنتجات الواجب ترقيةها والأهداف التسويقية:

#### الجدول رقم 9: مخطط الوجهة السياحية حسب الأسواق/المنتجات/الأهداف المخططة.

الأسواق المستهدفة	الفروع المختارة	أهداف المخطط التسويقية
السوق المحلية I-الجزائريون المقيمون	- الشاطئية - متعة التسوق والتسليّة حول المدن - الحمامات المعدنية للعلاج - التعبد - الرياضة والتجوال	-ضبط التدفقات (خلق البديل المستقطب للوجهات المجاورة). - نشر فكرة " الذهاب للعطل". - تطوير وتشجيع نشاطات التسليّة الجوارية على مدار السنة - تشجيع استهلاك السياحة العلاجية، الصحية

والرفاهية بغية تحسين الصحة العمومية.		
- ضبط التدفقات بعرض منتجات ذو قيمة مضافة عالية. - زيادة الإنفاق السياحي. - تنمية المنتجات في الفروع المساهمة في الصورة الإيجابية. - استهداف الجيل الثالث.	- السياحة الصحية - الأعمال والمؤتمرات - التظاهرات الثقافية، اكتشاف الصناعات التقليدية والمواقع الأثرية، الوجهات الجنوبية، التجوال، الصيد، الأنشطة السياحية على التلوج.	
- الحفاظ على تدفق وإقامة الجزائريين غير المقيمين. - زيادة القيمة المضافة. - جذب السياح المحليين بتقديم عروض متميزة ومغرية.	- الاستجمام في الشواطئ. - التسوق والتسليية حول المدن. - العلاج والصحة - السياحة الثقافية: اكتشاف الحرف والصناعات التقليدية، زيارة المواقع الأثرية، التظاهرات الثقافية.	2-الجزائريون غير المقيمون
-استعادة الثقة -تجديد صورة الجزائر بناء على ميزتها التنافسية بالمقارنة مع الوجهات المجاورة (تونس والمغرب) -الاستفادة من سحر الصحراء الجزائرية -الاستفادة من القرب الجغرافي للأسواق ذات الأولوية -ضمان نهج سياحي مستدام مع مراعاة القيم والتقاليد -العمل على تطوير التدفقات السياحية -تشجيع الإنفاق والاستهلاك السياحي -الاستفادة من الشراكة من خلال جلب العملاء المهتمين بالمنتجات الجودة العالية -الاستفادة من المواقع والمناسبات الدينية.	-السياحة الصحراوية - السياحة الثقافية والتظاهرات - الصحة والعلاج -الأعمال والمؤتمرات -السياحة الدينية -الصيد والغوص -السياحة الشاطئية	الأسواق ذات الأولوية -فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، ألمانيا الأسواق الواعدة -المملكة المتحدة، هولندا، النمسا، الدول الإسكندنافية الأسواق البعيدة -أسواق (الصين واليابان) -السوق الروسي، أمريكا الشمالية، (و م أ، كندا)، دول الخليج.

SOURCE: SDAT 2030 Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, livre 02, 2008, p 27.

وفيما يلي توضيح للخطط والوسائل التسويقية المستعملة في كل سوق مستهدف انطلاقا من مميزات كل سوق، وذلك للتأثير فيها وجذب السياح المتواجدين فيها نحو الوجهة السياحية الجزائرية، كما هو مبين في الجدول الموالي:

#### الجدول رقم 10: الأدوات التسويقية المستعملة حسب كل سوق مستهدف.

الأسواق المستهدفة	الجهات المستهدفة	الأدوات التسويقية المستعملة
كل الأسواق	دواوين السياحة، وكالات السياحة والسفر، وسائل الإعلام، السياح.	- ضرورة إنشاء علامة سياحية مميزة خاصة بالجزائر، على مستوى مؤسسات الترقية السياحية ومختلف وسائل الإعلام.
الأسواق ذات الأولوية -فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، ألمانيا		- تكوين فرق بيع، والتسويق عن طريق الانترنت. - الرسائل الإعلامية. - ورشات أعمال (work shop). - المشاركة في الصالونات السياحية الدولية الكبرى.
	وسائل الإعلام	التسويق عبر الانترنت (بمختلف اللغات الفرنسية، الألمانية، الإسبانية)، وتنظيم جولات سياحية للصحافة.
	السياح	- وحدات ممثلة "دار الجزائر" على مستوى البلدان المستهدفة. - التسويق الالكتروني. - مخطط للإعلام بالصورة: من خلال التلفزيون، والملصقات على مستوى عواصم البلدان المستهدفة.

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للهيئة السياحية 2030

إقامة المعارض والصالونات الكبرى.	دواوين السياحة ووكالات السياحة والسفر	الأسواق الواعدة -المملكة المتحدة، هولندا -النمسا، الدول الإسكندنافية
-النشرات التجارية، الصالونات والمعارض الكبرى. -التسويق عبر الانترنت.	وسائل الإعلام	
-التسويق عبر الانترنت من خلال نشرات صحفية للتعريف بالمنتوج الجزائري بالفرنسية، الانجليزية، الاسبانية. -الإتصال، الملفات الإعلامية، الرسائل الإخبارية.	السياح	
-التسويق عبر الانترنت، والقيام بمعارض كبيرة للجمهور العريض.	دواوين السياحة ووكالات السياحة والسفر	الأسواق البعيدة -الأسواق الآسيوية (الصين واليابان)
-البحث التجاري خاصة بين المهتمين بالصيد والأعمال. -التسويق الإلكتروني. -المعارض والصالونات.	شبكة المؤسسات والتنمية الاقتصادية.	-السوق الروسي، أمريكا الشمالية، (وم أ، كندا)، دول الخليج
-إتتمام الصفقات والعروض التجارية. -العلاقات العامة.	وسائل الإعلام	
-التسويق عبر الانترنت، النشرات الإعلامية المختلفة.	دواوين السياحة ووكالات السياحة والسفر	السوق المحلية
-التسويق عبر الانترنت. -تكوين فرق بيع (رجال بيع). -ورشات أعمال والجولات التعليمية.	وسائل الإعلام	1-الجزائريون المقيمون
-التسويق عبر الانترنت (فضاءات إعلامية). -نشرات إعلامية وإخبارية، والرحلات الصحفية.	السياح	
-وسائل الإعلام الأكثر متابعة (التلفزيون والإذاعة، الجرائد).	أصحاب القرار	
-العلاقات العامة.	الفئات الخاصة من السياح	
-وسائل إعلام متخصصة في أنماط سياحية حصرية (سياحة الأعمال، سياحة الصيد).	السياح	2-الجزائريون غير المقيمون
-التسويق المباشر: مراسلات، اتصالات مباشرة، البريد الإلكتروني. -وسائل الإعلام: التلفزة الجزائرية والقنوات العربية.		

SOURCE: SDAT 2030 Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, livre 02, 2008, p 28, 30.

**الخاتمة:**

إن دراستنا لواقع السياحة وآفاق تنميتها بينت لنا أن الجزائر وبالرغم من توفرها على الإمكانيات والتنوع السياحي الذي تزخر به البلاد بشقيه الطبيعي والثقافي، إلا أن عدم الاهتمام بهذا القطاع أدى إلى تأخره مقارنة بالقطاعات الأخرى، حيث يواجه العديد من التحديات التي تعيق تطوره بالرغم من مساهمته الفعالة في جلب العملة الصعبة وتحسين ميزان المدفوعات والرفع من الناتج المحلي الإجمالي وتوفير فرص العمل ما جعلنا نبحت عن تصور أوضاعه المستقبلية في ظل الاستراتيجية الجديدة التي تبنتها الجزائر لتنمية السياحة في إطار المخطط التوجيهي الحديث للتهيئة السياحية آفاق 2030 الذي تسعى الدولة من خلاله إلى تكثيف الجهود لتحفيز الطلب على المنتج السياحي الجزائري وترقيته للنهوض بقطاع السياحة.

ولقد قادنا بحثنا عن واقع قطاع السياحة في الجزائر إلى الوصول إلى النتائج التالية:

- تعد السياحة حاليا أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية عبر العالم ومصدر مهم للعملة الصعبة.
- السياحة قطاع خلاق للثروة ومدعم للنمو الاقتصادي خارج المحروقات قادر على إقامة اقتصاد فعال مبني على تنوع مصادر الدخل.
- يعتبر التخطيط السياحي من العوامل المهمة لتحقيق التنمية السياحية، واستغلال الموارد.
- إن وضع مخطط للتهيئة السياحية يعد إطارا مرجعيا لتطوير السياحة الوطنية خصوصا في بناء وجهة سياحية جذابة في آفاق 2030، قادرة على استقطاب الأسواق الخارجية وقابلة لتغطية الطلب الداخلي من العطل والترفيه، وهذا في متناول الجزائر التي تمتلك إرثا تاريخيا وثقافيا ولغوي متنوعا.
- وأما منا لتطوير قطاع السياحة في الجزائر وترقيته ارتأينا تقديم بعض الاقتراحات التي رأينا أنها ضرورية للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر وتنميتها وهي:
- العمل على تقديم خدمات سياحية تنافسية تماشيا مع المتطلبات الجديدة للسياحة العالمية من خلال الارتقاء بجودة الخدمات إلى مستوى المقاييس الدولية والتوجه نحو التسويق الإلكتروني للمنتج السياحي.
- تقديم التسهيلات في مجال الاستثمار السياحي.
- ترقية الجودة والنوعية وتمكين أكبر عدد من المواطنين من قضاء عطل مريحة في الجزائر بهدف تشجيع السياحة الداخلية من خلال خلق علاقات شراكة وإبرام اتفاقيات مع قطاعات لها صلة بالنشاط السياحي كالنقل والاتصال والثقافة بهدف دعم الحركة السياحية الوطنية.
- حث وسائل الإعلام الوطنية على ضرورة الدعاية للوجهة الجزائرية للتعريف بالمنتج السياحي.
- تأهيل العنصر البشري من خلال التكوين لمواكبة التطورات التي يشهدها النشاط السياحي خاصة فيما يتعلق بالفندقة والإرشاد السياحي من خلال استراتيجية تعمل على الارتقاء بالنوعية.

واقع وآفاق تنمية السياحة في الجزائر حسب المخطط التوجيهي  
الحديث للهيئة السياحية 2030

### قائمة المصادر والمراجع:

#### • الكتب:

1. فؤاد بن غضبان، الجغرافيا السياحية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
2. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
3. محمد الهادي العروق، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2002.
4. محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من منظور جغرافي، ط2، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1995.
5. مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، ط1، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2009.

#### • المقالات:

1. أمحمدي بوزينة أمينة، مدى مساهمة القطاع السياحي في معالجة مشكلة البطالة في الجزائر، مجلة دفاتر بوادكس، مستغانم، الجزائر، مارس 2016، المجلد 5، العدد 1.
2. قرومي حميد، مشاريع تنمية قطاع النقل في الجزائر والمشاكل التي تواجهها، مجلة دفاتر إقتصادية، الجلفة، الجزائر، مارس 2015، المجلد 6، العدد 1.

#### • رسائل وأطروحات:

1. أحمد أديب أحمد، تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، سوريا، 2006.
2. خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية "حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004.
3. سهام بجاوية، التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة إسقاطية بتجربة تونس "إسقاط على الجزائر"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2015.
4. شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر-03، 2015.
5. عميش سميرة، دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة (1995-2015)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف-01، 2015.

6. مروان صحراوي، التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي "حالة الجزائر"، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة أبو بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2012.

#### • النصوص القانونية:

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77، الصادرة بتاريخ 15 ديسمبر 2001.

#### • نشرات دورية:

1. الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام نتائج 2016-2018، نشرة 2021، رقم 49.
2. Ministère de l'aménagement du Territoire de l'environnement et du tourisme, SDAT, audit du tourisme Algérien, Livre 01, 2008.
3. Ministère de l'aménagement du Territoire de l'environnement et du tourisme, SDAT, Le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, livre 02, 2008.

#### • مواقع الإنترنت

1. الخطوط الجوية الجزائرية، على الموقع الإلكتروني <https://airalgerie.dz>، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2021/12/03، على الساعة 15:00.
2. وزارة الأشغال العمومية، على الرابط التالي: <http://www.mtp.gov.dz/?p=786>، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2021/12/03، على الساعة 18:00.
3. وزارة السياحة والصناعة التقليدية على الرابط التالي: [https://www.mta.gov.dz/?page\\_id=1101#el-f15c06ad](https://www.mta.gov.dz/?page_id=1101#el-f15c06ad)، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2021/11/07 على الساعة 13:00.
4. <https://whc.unesco.org/en/statesparties/dz>, consulté le: 05/11/2021 à 13:45.