ترقية القطاع السياحي الجزائري

أ/ مسدوي دليلة

الملخص:

تعد السياحة ظاهرة اقتصادية واجتماعية وكذا ثقافية، لما لها من دور في تنمية الاقتصاد الوطني من خلال الإيرادات السياحية، كما أنها تعتمد بالدرجة الأولى على الفرد (السائح) من خلال انتقاله، والإسهام في تنمية العلاقات الاجتماعية، والتطور الثقافي والحضاري بين شعوب العالم، فلم يعد حاليا ينظر حاليا إلى السياحة كونها انتقال الأفراد بل وأصبحت أيضا عبارة عن انتقال المنتوج، حيث تشرف المؤسسات الاقتصادية على اختلاف أنواعها بما فيها السياحية وغير السياحية على تسويق ذلك المنتوج سواء بطريقة مباشرة (فنادق، مطاعم وكالات السياحة والأسفار) أم غير غير مباشر (النقل، الاتصال، المصانع). وتعتمد في ذلك على نشاط الترقية السياحية بهدف تحقيق النمو السياحي وبالتالي النمو الاقتصادي على المستويين المحلي والعالمي.

Résumé:

Le tourisme est un phénomène économique, social et culturel, il a un rôle dans le développement économique national et international, et il a des revenues dûes aux efforts fournis. L'activité touristique est basée sur le personnage (touriste) qui se déplace d'un pays à un autre, ce déplacement résulte de l'amélioration des connaissances dans tous les domaines.

Auparavant, l'idée du tourisme était comme une personne qui se déplace, mais actuellement c'est le déplacement du produit dans le marché touristique.

Les entreprises touristiques, ce sont elles qui s'occupent de l'activité, soit directement, exemple: hôtel, Agence touristique et de voyage, ou indirectement, exemple: transport, communications, elles utilisent la promotion touristique dans le but de l'évaluation du tourisme. Ceux-ci nous mènent aux développements national et international.

Summary:

Tourism is an economic, social and cultural phenomenon that plays an important role in the national and international economic development. In addition; it has several benefits which contribute in the economic development of the country.

The tourist activity is based on people (tourists) who travelled from a country to another either to discover new culture, traditions (in large knowledge) or, just for entertainment.

For a long time ago, tourism was viewed as the travel of people from a place to another. However, nowadays it reflects the product movement in the tourist market.

The tourist enterprises are responsible of the tourist activities, even the smallest and the average ones either directly like, hotels, tourist Agency and travelling, or indirectly such as transport, communicative companies.

This enterprises use different tourist promotions to attract a large audience, therefore, it increase the tourist demand. Thus, the national and international economic development flourished.

مقدمة:

إن الفرد بطبعه يحب التطلع إلى ما هو أفضل والبحث عن ما هو أحسن ليوفر لنفسه جوا من الراحة والمتعة والاستجمام، غير أنه لا يستطيع أن يوفر لنفسه كل تلك الأجواء في مكان واحد لذلك يظطر للتنقل والترحال لإشباع حاجته، فبذلك يكون سائح، أما النشاط الذي يقوم به فيسمى السياحة. فالسائح عندما يقبل على المنتوج السياحي يشكل الطرف الأول للسوق السياحية وهو الطلب السياحي، بينما مقدم ذلك المنتوج يشكل الطرف الثاني هو العرض السياحي، فالاثنان يلتقيان معا في مكان يسمى السوق السياحية، فمن هذا المنطلق تم طرح الإشكالية التالية:

ماهي الدعائم الأساسية للسوق السياحية الجزائرية وما هي سبل ترقيتها؟

تندرج ضمن الإشكالية الرئيسة جملة من الأسئلة الفرعية التالية:

1- ماهي وضعية السوق السياحية الجزائرية على جانبيه من العرض والطلب؟

2- على أي أساس يمكن تحديد الطلب السياحي؟

3- ما هو البعد الاستراتيجي للقطاع السياحي؟

بهدف الإجابة علي الإشكالية الرئيسة والفرعية تم وضع جملة من الفرضيات:

1- هناك اختلال في السوق السياحية الجزائرية، كون العرض هائلا ومتنوعا والطلب ضعيفا.

2- يتحدد الطلب على أساس عدد الوافدين عبر حدود الوطن.

3- يعد التخطيط الاستراتيجي السياحي خيارا لا بد منه لتحريك العجلة الاقتصادية.

أهداف الدراسة:

بناء على تحديد مشكلة موضوع البحث والافتراضات الأساسية فإن الغرض من البحث لا يخرج في الحقيقة عن كونه محاولة لتحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على الكنوز السياحية التي تزخر بها الجزائر سواء منها الطبيعية (شواطئ، منابع المعدنية) أم منشآت قاعدية (فنادق، وكالات السياحة والأسفار) والتي تعد نقطة الأساس لاستقطاب السياح.

2- معرفة وضعية السوق السياحية الجزائرية وذلك بتدارك الطلب السياحي من خلال إحصاء عدد الأسرة المشغولة وعدد الليالي المقضاة في الفنادق من طرف السياح.

3- إعطاء لمحة عن الخطة الاستراتيجية الموضوعة من طرف وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة بهدف النهوض بالقطاع السياحي وترقيته.

4- اقتراح جملة حلول للمشاكل التي يعاني منه القطاع السياحي.

بهدف الإجابة عن الإشكالية الأساسية والاسئلة الفرعية وكذا إثبات أو نفي صحة الفرضيات ارتأينا تقسيم الدراسة إلى ثلاثة عناصر أساسية:

-مكونات العرض السياحي.

-تطورالطلب السياحي الجزائري.

-البعد الاستراتيجي للقطاع السياحي.

أولا- مكونات العرض السياحي:

1- **تعريف العرض السياحي:** يعرف بأنه: "مجموعة من المنتوجات والخدمات الضرورية لإرضاء حاجيات المستهلك وهذا من خلال العطل والأسفار"[1].

إن هذه المنتجات تأخذ أشكالا مختلفة منها النقل، الإقامة، الإطعام، النشاطات الترفيهية والخدمات الصحية وغيرها.

2- **تصنيف العرض السياحي:** "لقد صنف "**Robert Lanquer**" العرض السياحي (المنتوج السياحي) إلى ثلاثة عناصر أساسية"[2] وهي كما يلي في الاقتصاد الجزائري:

أ- الموارد الطبيعية والثقافية والتاريخية للعرض السياحي:

❖**الموارد الطبيعية:** "تمتلك الجزائر عدة موارد طبيعية تؤهلها بأن تكون بلدا سياحيا منها الموقع الاستراتيجي حيث تعتبر بوابة إفريقيا على أوروبا بمحاذاة البحر الأبيض المتوسط، تتربع على مساحة 2381741 كلم^2 وكذا إطلالها على شريط ساحلي على مسافة 1200 كلم هذا ما أهلها لامتلاك الشواطئ والبحيرات والتي تتمركز معظمها في الشمال الجزائري (القالة، سكيكدة، عنابة، بومرداس، الجزائر، تيزي وزو، بجاية، جيجل، تيبازة،مستغانم). كما تتربع الجزائر على صحراء شاسعة تقدر بمليون كلم^2 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 قورية ببجاية"[3].

❖ **التراث الحضاري والثقافي الجزائري:** هناك رصيد هام منه[4].

- المتحف الوطني سيرتا بقسنطينة ويعتبر أقدم متحف في الجزائر يعود لسنة 1852.
- متحف باردو الوطني بالجزائر العاصمة تعرض فيه حفريات وقطع أثرية إفريقيا.
- المتحف الوطني زبانة بوهران يشمل على حفريات من عصور ما قبل التاريخ.
- المتحف الوطني للمجاهد بالجزائر العاصمة تتمثل معروضاته في آثار الثورة التحريرية.
- المتحف الوطني للفنون الجميلة بالحامة بالجزائر العاصمة تعرض به ألوان من الفن العصري.
- المتحف الوطني للفنون الشعبية بالقصبة الجزائر العاصمة يضم معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية.
- متحف تيمقاد ببانتة يضم قطعا من الفسيفساء وآثارا قديمة منها نقود، أسلحة وتماثيل.
- متحف هيبون بعنابة يحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميدية الرومانية.

كما صنفت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم الثقافية سبع مناطق أثرية ضمن قائمة التراث العالمي وهي منطقة الطاسيلي، تيبازة، جميلة، تيمقاد، قلعة بني حماد، وادي ميزاب، حي القصبة بالعاصمة"[5].

❖ **المعالم الدينية:** تعد المساجد أهم محاور انتشار العقيدة والرسالة الإسلامية منذ عهد عقبة بن نافع حيث أعطى كل الرستميين والفاطميين والمرابطين والموحدين كل طابعه

الخاص لمساجد الجزائر من مسجد سيدي عقبة البسيط إلى مسجد الجزائر الكبير الفاخر مرورا بمساجد ندرومة بتلمسان التي شيدها يوسف بن تشفين ومسجد ابن عثمان بوهران والجامع الكبير، ومسجد الأمير عبد القادر بقسنطينة ومسجد قلعة بني حماد بالمسيلة التي لم يبق منها سوى المنارة، ومسجد لان في الهقار... كل هذه الأماكن تبقى شواهد حية على مدى تجذر الإسلام في المجتمع الجزائري بالإضافة إلى "مسجد الجزائر الأعظم" الذي بدأت أشغاله سنة 2009 ليحتضن أكثر من 120000 مصل، فسيكون ثالث أكبر مسجد في العالم بعد الحرمين الشريفين " وكذا الزاوية التي تلقن فيها علوم الدين ومن أبرزها التيجانية، الرحمانية، القادرية وغيرها.

❖ **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، اللباس التقليدي التلمساني، القسنطيني، العاصمي، والقبائلي، صناعة الجلود في الصحراء وتمنراست، وكذلك تلمسان في صناعة الحقائب، ونجد كذلك صناعة الحلي 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.

❖**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".[6]

- منابع مياه ذات حرارة منخفضة (Hypothermes).
- منابع ذات مياه متوسطة (Mesothermes).
- منابع مياه ذات حرارة مرتفعة (Hyperthermes).
- منابع مياه ذات فائدة علاجية (Orthotherms).

تتربع تلك الحمامات في كافة ربوع الوطن ومن أشهرها حمام ريغة بعين الدفلة، حمام قرقور بسطيف، حمام ملوان بالبليدة، حمام الصالحين ببسكرة، حمام بوحنيفية بمعسكر، شلالة بقالمة، زلفانة بغرداية، طالاس بتيبازة، عين ورقة بنعامة، بوغرارة بتلمسان، السخنة بسطيف وحمام ربي بسعيدة.

ب- التجهيزات السياحية (النقل، الإطعام، الإيواء)

❖ **مؤسسات النقل:** احتلت الجزائر المرتبة الثانية على المستوى الإفريقي من حيث النقل الذي يتفرع إلى النقل الجوي، البري والبحري، حيث كان عددها موزعا في نهاية 2007 كما يلي:[7]

- **النقل الجوي الجزائري:** تغطي شركة الخطوط الجوية الجزائرية37 محطة عبر العالم و13 مدنية بالداخل. فالخارجية منها (مصر للطيران، الطاسلي للطيران، تركيا للطيران وغيرها).

- **النقل البحري الجزائري:** تمتلك الجزائر عدة موانئ يقوم من خلالها السياح منهم المحليون والأجانب للقيام برحلات سياحية ومن أهم تلك الموانئ نجد (الجزائر، وهران، الغزوات، بجاية).

- **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 الوطنية28275 كلم، الطرق الولائية 23926 كلم، الطرق البلدية57251 كلم).

- **السكك الحديدية:** وصل إجمالها إلى 200 محطة موزعة على 4500 كلم، متمركزة معظمها في الشمال والتي تستعمل خاصة في السياحة الداخلية من طرف المقيمين.

❖ **الاتصالات:** "عرف قطاع الاتصالات في الجزائر تفتحا على سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية إذ أصبح الهاتف وشبكة الأنترنت سهلة المنال خاصة بعد إدخال نظام "**ADSL**"، وكذا دخول المتعامل الثالث "**نجمة**"، وقد شملت التغطية لمشتركي أوراسكوم واتصالات الجزائر كل ولايات الوطن، 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 فأسواق الاتصالات في الجزائر صارت أكثر تنافسية لفائدة المستهلكين والمستعملين وأصبحت وسائل المهاتفة وشبكات الأنترنت متوفرة "[8].

❖**المؤسسات الفندقية:** تعد الفنادق من بين البنى الأساسية التي يجب توفرها لممارسة النشاط السياحي حيث يقوم أصحابها بتوفير عدة خدمات يحتاجها السائح، فقد عرف عددها تطورا في الجزائر من سنة لأخرى كما هو موضح في الجدول التالي.

الجدول رقم(01): تطور عدد الفنادق الجزائرية وأسرتها خلال الفترة[2003- 2006]

الوحدة: سرير

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

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، 2009

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة تطور الفنادق نسبة طفيفة، يمكن إرجاعها إلى ارتفاع تكلفة المشروع الفندقي وخاصة منها ذات الخدمات المميزة (4 أو5 نجوم) مع المخاطرة في العائدات، هذا ما يؤدي بالكثير من المستثمرين إلى تفضيل مشاريع استثمارية أخرى عن المشروع الفندقي.

ج- **مجموعة الإجراءات الإدارية:** تتمثل في الهيئات المشرفة على تنظيم القطاع السياحي منها:

❖ **الإدارة المركزية:** تتمثل في وزار تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، فقطاع السياحة كان سابقا مع الصناعة التقليدية، فبموجب المرسوم التنفيذي رقم 05- 216 الصادر في 2005/06/11 الذي جاء بفصل الصناعة التقليدية عن السياحة وضمها مع وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أما قطاع السياحة فقد ضم إلى وزارة البيئة وتهيئة الإقليم، وفي سنة 2010 تم من جديد إدماج القطاع السياحي مع الصناعة التقليدية، حيث أصبحت وزارة السياحة والصناعة التقليدية مكلفة بتسيير القطاع السياحي.

❖ **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 الترقوية باعتماده على عدة فروع موزعة على التراب الوطني من أجل تحقيق جملة من الأهداف:

- تغيير المحيط المؤسساتي للسياحة من نظرة سلبية إلى نظرة إيجابية.

- تحسيس المواطنون ومسؤولي القطاعات الأخرى بأهمية السياحة.
- التعريف بفرص الاستثمار في مجال السياحة.
- إثارة انتباه السياح وإقناعهم بجمال وروعة السياحة الجزائرية.

❖ **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 تشاوريا من شأنه الإلمام بكل الاقتراحات والانشغالات التي تساهم في إنعاش القطاع أفضل.
- توزيع مطويات وأقراص (CD) إشهارية تعرف بالقدرات السياحية للولاية.
- إبداء الرأي حول إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياحي.
- إقامة تظاهرات فلكلورية لإبراز التقاليد والفنون الشعبية المميزة.

❖ **وكالات السياحة والأسفار:** يضم القطاع السياحي الجزائري 783 عام 2006 وكالة فمعظمها يرتكز في العاصمة بـ 248 وكالة، أما الأخرى فموزعة في كل ربوع الوطن حيث تقوم بالوظيفة التجارية والتسويقية للمنتوج السياحي من خلال.

- حجز الغرف في المؤسسات الفندقية والعمل على تقديم أحسن الخدمات للسياح.
- استقبال ومساعدة السياح الأجانب خلال إقامتهم.
- تسويق الرحلات وبيع التذاكر والتعريف بالتراث الوطني في الخارج.
- تنظيم الملتقيات والمؤتمرات.

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

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

❖ **النادي السياحي الجزائري (TCA):** تم إنشاؤه في أكتوبر1963 يعمل على تنشيط السياحة وله عدة فروع منها الجزائر السياحية والاستثمار، سياحة وأسفار الجزائر، الجهات الأربع للأسفار، رحلات بلا حدود، Touring Voyager Algérie ، International Travels Service، Travel Four Winds، Caltan Voyages Sans Frontieres.

❖ **المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET):** أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 70- 98 الصادر في 24 شوال 1418 الموافق لـ21 فيفري 1998 في شكل مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري توضع الوكالة تحت وصاية وزارة السياحة، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستغلال 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.

❖ **مؤسسة التسيير السياحي بزرالدة (EGT):** نتجت عن ALTOUR في 1984 التي تحولت إلى EPE في 14 جويلية 1991 برأسمال قدر بـ 10 ملايين دولار موزعة على 500 نشاط مقسم على 3 وحدات مشتركة:

- 200 نشاط للخدمات.
- 150 للصناعات المتعددة.
- 150 للكيمياء البترولية والصيدلية.

وهو مركب من ثلاثة مراكز (فندق زرالدة، سبلي دور، مركز سياحي) والتي تتولى الأنشطة السياحية[9].

❖ **مؤسسات التكوين:** والمتمثلة في كل من:

- المدرسة الوطنية العليا للسياحة بالأوراسي (ENST) والتي أنشأت سنة 1976.
- المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحة بتزي وزو (INTHT).
- مركز الفندقة والسياحة ببوسعادة (CHT) تم إنشاؤه سنة 1970.
- مدرسة السياحة بتيبازة.
- مدرسة السياحة بعين تيموشنت.

بالإضافة إلى مدارس للتكوين المهني التابعة للوزارة والموزعة في كل من تلمسان، الطرف، عين البنيان، تيزي وزو، تمنراست، بومرداس.

ثانيا- تطور الطلب السياحي الجزائري:

1-تعريف الطلب السياحي: "يعرف الطلب السياحي عموما بأنه المجموع الحالي والاحتمالي لأعداد السياح الوافدين إلى منطقة سياحية، الموطنون منهم والأجانب "[10].

أما السوق السياحية فتعرف على أنها "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 يتضمن السوق السياحي مستويات مختلفة والتي تضم السياحة المحلية والإقليمية والدولية"[11].

2- قياس الطلب السياحي الجزائري [2003-2008]: هناك عدة معايير لقياس الطلب السياحي ومن أهم تلك المعايير نجد عدد الليالي المبيتة، عدد الأسرة المشغولة، فيمكن قياس الطلب السياحي الجزائري في الفترة الممتدة مابين [2003- 2008] وفق ما يلي:

أ- **قياس 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❖إلى❖❖❖❖❖) بتوفير ذلك، فعدد الأسرة المشغولة من طرف السياح يمكن الاعتماد عليه لقياس الطلب السياحي، الجدول التالي يبين تطور الطلب السياحي الجزائري مابين [2003- 2008] وفقا لعدد الأسرة المشغولة من طرف السياح كما يلي:

الجدول رقم (01): تطور الطلب السياحي وفقا لعدد الأسرة المشغولة للفترة [2003- 2008]

الوحدة: سرير

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008
الأسرة المشغولة من طرف الأجانب	190059	160561	199883	212376	232611	2530048
الأسرة المشغولة من طرف 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 والبيئة والسياحة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد الأسرة المشغولة من طرف الجزائريين (المقيمين وغير المقيمين) أكبر من المشغولة من طرف الأجانب وذلك من سنة لأخرى أي أن الطلب المحلي أكبر من الطلب الأجنبي، فعدد الأسرة المشغولة في الفنادق لا يمكن اعتباره مقياسا مطلقا للطلب السياحي، لأن هناك من السياح من يقضي عطلته سواء في مخيمات سياحية، كراء شقق وحتى عند الأهل والأصدقاء، وبالتالي هذه الفئة من السياح لم تدرج ضمن الطلب السياحي.

ب- قياس 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 أم على أساس مدخراته أم 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(02): تطور الطلب السياحي وفقا لعدد الليالي المقضاة في الفنادق [2003- 2008]

الوحدة: ليلة

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008
عدد الليالي المقضاة من طرف الأجانب	376083	393631	483332	528591	573855	595747
عدد الليالي المقضاة من طرف الجزائريين	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 والبيئة والسياحة، جانفي2009

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ 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.

3- نمو القطاع السياحي: في الفترة الممتدة [2003- 2008] عرف الوضع الأمني تحسنا طفيفا وعادت الحركة السياحية من جديد سواء من طرف الجزائريين المقيمين بالخارج أم حتى الأجانب كما هو مبين في الجدول التالي.

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

الوحدة: سائح

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

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

من خلال الجدول يتبن أن هناك عودة للحركة السياحية من جديد وخاصة من قبل الجزائريين المقيمين بالخارج وذلك بتفضيلهم قضاء عطلهم في الجزائر عن بلد آخر. "كما تتوقع وزارة السياحة ارتفاعا للطلب السياحي إلى 3 ملايين سائح، من بينهم مليونا (2) أجنبي في حدود 2010"[9].

الجدول رقم (18): تطور الميزان السياحي ما بعد الأسفار [2003- 2008]

الوحدة:Million USD

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008
مداخيل السياحة المستقبلة	112	178.5	184.5	21.3	218.9	220
نسبة% النمو	/	%59.37	%3.36	%16.69	%1.67	%0.50
نفقات السياحة الوافدة	255	340.9	370	380.7	376.7	380
نسبة النمو%	/	%33.68	%8.35	%2.89	% -1.05	%0.87
العجز	143	162.4	185.5	165.4	175.8	160
نسبة النمو%	/	%13.56	%14.22	%10.83	%6.28	%8.98

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، 2009.

من خلال الجدول يتبين أن الميزان السياحي يسجل عجزا وقد بلغ أقصاه سنة 2005 بسبب ارتفاع النفقات السياحية على الوافدين مقارنة بالمداخيل الناتجة منهم فسجل عجزا يقدر بـ 185.5(Million USD) وذلك بسبب ارتفاع النفقات عن المداخيل السياحية.

ثالثا- البعد الاستراتيجي للقطاع السياحي:

لقد أدركت الدولة الجزائرية من خطورة الوضع الاقتصادي بعد الاعتماد التام على قطاع المحروقات، لذلك سطرت وزارة السياحة الخطة الاستراتيجية والمتضمنة ما يلي:

المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة (SDAT2025): قامت وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة بوضع الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر للفترة [2008-2025] والذي كان جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT) والمندرج ضمن التنمية المستدامة، فكانت نظرتها للتنمية السياحية في مختلف الآفاق المدى القصير (2009) والمتوسط (2015) والمدى الطويل (2025)، تهدف إلى ضمان التوازن الثلاثي المتمثل في العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية وحماية البيئة على المستوى الكامل للتراب الوطني في العشرين سنة القادمة، فالتقرير العام للمخطط التوجيهي لتهيئة السياحة (SDAT2025) تم إدراجه ضمن ستة كتب[12].

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

الكتاب 2: الحركيات الخمس وبرامج العمل السياحية ذات الأولوية في المخطط الاستراتيجي: فالحركيات الخمس كانت بمثابة روافع لتفعيل التحول السياحي للبلاد منظمة حول المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية وتهدف إلى.

أ- تثمين الجزائر كوجهة سياحية من أجل زيادة سمعة وتنافسية الجزائر.

ب- تطوير الأقطاب السياحية والقرى السياحية للامتياز عن طريق عقلنة الاستثمار والتنمية.

ج- نشر مخطط السياحة النوعية (PQT) لتطوير امتيازات للعرض السياحي الوطني لإدراج التكوين بالترقية المهنية، التربية، الانفتاح على تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتموقع في ميادين سياحية تماشيا مع التوجهات العالمية الجديدة.

د- الترقية التواصلية والتناسق في العمل وتوسيع الشبكة السياحية وإقامة الشراكة.

هـ- 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)	عنابة، الطارف، 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)	الوحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعة
جنوب غرب (POT.SO)	توات القرارة، طرف، القصور، أدرار، تميمون، بشار
الجنوب الكبير(POT.GS)	طاسيلي ناجر، إيليزي، ج الهقار، تمنراست

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، 2009.

الكتاب4: 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 متدخل.
- 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 الاستراتيجية 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 استراتيجية 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 وتنفيذ 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 أصحاب المطاعم، الدواوين السياحية المحلية، وكالات السياحة والسفر والناقلين، فتشكل عملية مخطط نوعية السياحة 20% من الحظيرة الفندقية (200 وحدة مصنفة أو يعاد تصنيفها) بواسطة تنشيط الهيئات والنقابات 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 الاختلالات 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 (10): توزيع المشاريع السياحية حسب الأقطاب السياحية

الأقطاب السياحية للامتياز (POT)	القرى السياحية	المستثمر	عدد المشاريع	عدد الأسرة
شمال شرق (NE)	مسيدة، الطارف سيدي سالم، عنابة أقريون، بجاية حديقة دنيا عنابة	الشركة الإماراتية للاستثمار الدولي(ELLC) الشركة السعودية سيدار مجموعة سيفيتال، (ELLC)	23	2440 4938 1282
شمال وسط (NC)	الصغيرات، بومرداس بودواو البحري عين الشرب، عين طاية ملتقى الجزائر- موريتي1 الساحل، الجزائر سيدي فرج، الجزائر زرالدة- غرب العقيد عباس بتيبازة واد بلاح سيزاري- تيبازة حديقة دنيا الجزائر	المجموعة الكويتية للاستثمار، (ELLC) الشركة الأمريكية التونسية- الجزائرسياح 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)	32	1647 17510 5985 2004 460 360 6885 1240 1426 1000

شمال غرب (NC)	الحلم السياحي مداغ وهران وهيليوس كريسل موسكارد تلمسان حديقة دنيا وهران	شركة ذات المسؤولية المحدود إقامة هيليو الفرنسية (ELLC) (ELLC)	18	220 722 92
جنوب غرب (الواحات)	واد ميزاب، الزيبان واد سوف		04	
الجنوب الكبير (تـــوات- القرارة)	ماسين تيميمون أدرار	مجموعة الجنوب لتنمية الاستثمار(SID)	02	
الجنوب الكبير (الهقار)			01	
المجموع			80	75000

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، 2009.

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 ما دام لم يعد النظر في سياسية المحروقات المنتهجة، ففي الوضع الراهن الذي يعيشه الاقتصاد الجزائري والذي حي بالخطر، من هنا كان لا بد من دفع العجلة الاقتصادية من خلال الاستغلال الأمثل للموارد بما فيها السياحية.

الخاتمة:

- في الوقت الراهن لم تعد الدول تفكر في المورد الجديد للاقتصاد إنما أصبحت تفكر في المورد الجديد والدائم الذي تستطيع من خلاله بناء استراتجية تنموية للدخل الوطني، فمن بين تلك الموارد المتأتية من القطاع السياحي، وبالتالي أصبح التخطيط الاستراتيجي لهذا القطاع خيارا وليس اختيارا نظرا لأهميته الاقتصادية والاجتماعية.

- المنتوج السياحي كغيره من المنتجات الخاضعة للعرض والطلب في السوق والذي عرف تذبذبا في الاقتصاد الجزائري، فقد احتل القطاع السياحي الجزائري في 2007 المرتبة 147 من مجموع 174 دولة وذلك حسب ما صرحت (OMT).

- لقد عرف الاقتصاد الجزائري تذبذا في السنوات العشر 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 الإجمالي 2% وذلك حسب ما صرحت به المنظمة العالمية للسياحة (OMT) لسنة 2008.

- هناك عدة معايير يتم الاعتماد عليها لقياس الطلب السياحي غير أن الأكثر منها استعمالا هو:

1- عدد الأسرة المشغولة في الفنادق بأصنفها سواء من طرف الاجانب أم الجزائريين منهم غير المقيمين.

2- عدد الليالي المقضاة من طرف السياح المحليين منهم والأجانب.

- لقد قامت وزارة تهيئة الإقليم والسياحة بوضع الإطار الاستراتيجي للقطاع السياحي من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة (SDAT 2025) الذي يهدف للنهوض بالقطاع من خلال القرى السياحية ضمن الأقطاب السياحية المنتشرة في كل أرجاء الوطن.

ومن جملة التوصيات التي يمكن وضعها:

- إعداد تحفيزات وتشجيعات للمستثمرين (تمويلية وإدارية) بهدف توسيع الدائرة الاستثمارية السياحية وجعله اجتماعيا إلى جانب الاستثمارات الاقتصادية، وبالتالي القضاء على التعقيدات الإدارية المختلفة التي تعوق الاستثمار.

- تعاون كل الأجهزة المعنية بتحقيق سياسية سياحية شاملة، تهتم بتغير سلوكيات المواطنين المتعلقة برفع مستوى وعيهم السياحي وتحسين اهتمامهم نحو حسن التعامل مع السياح وتعزيز السلوكيات الإيجابية 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 إنه في ظرف خمس سنوات [2000- 2004] 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 19ماي 2005.

- تسخير وسائل الإعلام والإعلان للتعرف بالكنوز السياحية المتنوعة التي تزخر بها بلادنا، وتشجيع السياحة الداخلية والخارجية من خلال إعداد أنشطة ترقوية محفزة ومقنعة تجعل السائح يفضل السياحة الجزائرية عن غيرها.

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

قائمة المراجع:

1- http://www.annabfm.net 18/03/2009 21:30

02- (مثنى طه الحواري، إسماعيل محمد علي الدباغ)، **مبادئ السفر والسياحة**، مؤسسة الوراق، الأردن، 2001، ص.127

03- http://www.sawt-alahrar.net 18/03/2009 21:05

04- (Py Pierre)، **le tourisme un phénomène économique**, édition documentation, Française, 1996, p 09.

05-(Tessa A.), **Economie et Aménagement du territoire**, Alger, 1993, p30.

06-(Office National du Tourisme"ONT")، **Guide de l'Algérie Touristique**, Collection Touring, 2007.

07 -**الدليل الاقتصادي والاجتماعي**، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1989، ص348.

08-(لجنة آفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية)، **مشروع التقرير حول المساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية"، المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي،** 2000، ص73.

09-(الديوان الوطني للسياحة)، **الحمامات المعدنية الجزائرية**، الجزائر، 2007.

10- Reformes économiques et opportunités d'investissement en Algérie, Ceneap, 2001

عبد اللطيف بن أشوان، "**عصرنة الجزائر حصيلة وآفاق1999- 2009**"، الجزائر، 1999، ص14. 11-

12 -(Entreprise de gestion touristique du Zeralda), **Etude du plan redressement**, 1995

13- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، . 2009