

## الإستراتيجية التسويقية السياحية لوجهة الجزائر – بناءً على مخطط (SDAT) 2030- Tourism marketing strategy for the destination of Algeria - based on the scheme (SDAT) 2030-

تلي محمد اسلام (\*) & طيبي رتيبة (\*\*)  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
جامعة قاصدي مرباح، ورقلة-الجزائر

### ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز وكشف الإستراتيجية السياحية لتسويق وجهة الجزائر وتحقيق التحول السياحي من خلال الأقطاب السياحية السبعة ودورها في ترقية السياحة في الجزائر، وتحولها إلى مقصد سياحي على الصعيد المغاربي والعربي والعالمي، وكذا تحويلها من بلد مرسل إلى بلد مستقبل. لتحقيق ذلك تم رسم إستراتيجية وطنية للتنمية السياحية من خلال الأقطاب السبعة للإمتياز، وتوزيعها على مختلف انحاء الوطن، من خلال ما تزخر به من إمكانيات ومؤهلات سياحية كبيرة، وما تتميز به من تنوع في المشاريع الاستثمارية كالفنادق وقرى السياحة التي من شأنها أن تعزز من مكانتها وحصتها السوقية لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح الأجانب والسياح المحليين، ليسمح لها بذلك بأن تكون وجهة سياحية بإمتياز، وتخلق تدفق سياحي مستمر على مدار السنة.

الكلمات المفتاح: إستراتيجية سياحية، إستراتيجية تسويقية، أقطاب سياحية الامتياز، مخطط توجيهي للتهيئة السياحية.

تصنيف JEL: L83، L52.

### Abstract :

This study aims to highlight and reveal the tourism strategy to market the destination of Algeria and achieve tourism transformation through the seven tourist poles and its role in promoting tourism in Algeria and turning it into a tourist destination on the Maghreb, Arab and international level and converting it from a sending country to a future country.

Tourism through the seven poles of the franchise and distributed to different parts of the country, where the abundance of the potential and qualifications of large tourism and characterized by the diversification of investment projects of hotels and tourist villages that would enhance the status and share of the Oz to attract the largest possible number of foreign tourists and local tourists, so allowing it to be a tourist destination par excellence and seek to create a constant flow of tourism throughout the year.

**Keywords:** Marketing Strategy, Tourist poles of excellencet, Tourism Strategy , plan of tourist development.

**Jel Classification Codes:** L83 ،L52.

**I- تمهيد :**

نظرا لازدياد أهمية السياحة من الناحية الاقتصادية الكلية، ومن الناحية الإستراتيجية، أصبح الاهتمام بها من الأشياء الضرورية في العالم ككل، كوسيلة من وسائل تحقيق التنمية الشاملة، إلا أن نجاح الإستراتيجية السياحية لأي دولة لا يكون ممكنا إلا بوجود سياسات وخطط مدروسة، وعليه لأي دولة تريد استغلال هذه الإمكانيات إلا إذا امتلكت هياكل سياحية واستثمارات ملائمة.

تسعى الجزائر في السنوات الأخيرة إلى محاولة إعادة بناء صورتها السياحية من خلال توفير هياكل مناسبة و تظاهرات تساعد على استقطاب السياح، إلى غير ذلك من مظاهر السياحة التي تحتاج فقط إلى قليل من العناية لتصبح بذلك الجزائر قطبا سياحيا عالميا، بحيث يعتبر قطاع السياحة في الجزائر موردا بديلا لقطاع النفط، كجزء من إستراتيجية التنمية الوطنية في تنوع الاقتصاد، إذ قامت الدولة بتعبئة الموارد لتحويل الصناعة إلى محرك للتنمية الاجتماعية والاقتصادية التي من شأنها خلق مناصب شغل، تحفيز الاستثمار وتعزيز نمو القطاع الخاص، ومن المتوقع أن يوفر قطاع السياحة مصدرا حقيقيا للتنمية الوطنية من خلال آثاره المتوقعة، وبالتالي تنظر الدولة الجزائرية إلى قطاع السياحة على أنها أولوية اقتصادية وطنية، وهي جزء من المخطط على شكل التزام سياسي لأفاق 2030 وعليه سنحاول التطرق إلى ما جاء به المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية كروية إستراتيجية للتنمية وترقية السياحة والشروع في العمل بهذه الإستراتيجية سيَعتمد على مقارنة نظامية آلية تضم مجمل العوامل المساعدة على التهيئة والترقية السياحية المتناغمة، وهو ما يتطلب على المستوى الوطني تنصيب أجهزة تسيير وتوجيه تضم النشاطين الأساسيين والشركاء العموميين والخواص وكذا مكاتب التنسيق والتسيير ذات البعد الدولي بصفتها أجهزة للوساطة.

لقد تم تحديد سبعة أقطاب سياحية ذات الامتياز يجب إعطاؤها الواجهة والقيمة كأولوية كما يحدد أصناف المنتجات التي تتماشى مع كل الأقطاب السياحية ذات الامتياز المعتمدة على القرى السياحية والتي تتماشى كذلك وسعة الإنجاز أو الثقل الخاص بكل منطقة ، وذلك عن طريق بروز الجزائر كوجهة سياحية والتي تعد من بين التوجهات الإستراتيجية للتهيئة والترقية والنهوض بالسياحة في إطار التنمية المستدامة. أجزاء التراب الوطني.

**1- إشكالية الدراسة: من خلال ما يسق يمكننا طرح الإشكالية التالية:**

مامدى تنفيذ الإستراتيجية السياحية عن طريق الأقطاب السياحية السبعة وتجسيدها في خدمة التحول السياحي للجزائر والارتقاء بها كوجهة سياحية تنافسية بامتياز؟

**2- الاشكاليات الفرعية: وللإجابة على هذه الإشكالية نتطرق إلى المحاور التالية:**

- مؤشرات أداء السياحة في الجزائر.
- الجهود التسويقية ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.
- الإستراتيجية الوطنية لترقية السياحة من خلال الأقطاب السياحية.

## II - مؤشرات أداء السياحة في الجزائر :

### 1- مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني:

معرفة مساهمة القطاع السياحي في كل من الناتج المحلي الإجمالي والعمالة والاستثمار السياحي والصادرات السياحية وأفاق نمو المؤشرات السياحية لسنة 2028.

1.1- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي : من خلال الشكل ( 1 ) نلاحظ أن مساهمة السياحة مباشرة في الناتج المحلي الإجمالي بلغت 420 مليار دينار جزائري في سنة 2008 أي ما يعادل 3.1 % من مجمل الناتج، ثم لترتفع بعدها في سنة 2009 لتصل إلى حدود 3.6% ثم لتعرف في السنتين الموالتين انخفاضا مستمر 2010 ما يقارب 3.4% وفي سنة 2011 يصل إلى 3% ثم ليعرف بعدها ارتفاع في سنة 2013 بمعدل 3.5% ثم يعرف انخفاضا طفيف مرة أخرى في سنة 2014 بمعدل 3.3% و عرف تطورا في سنة 2015 تقريبا 3.5% أما في سنة 2018 عرف بنسبة تقدر 3.3% ما يقارب 600 مليار دينار جزائري من الناتج المحلي الإجمالي ومن النشاطات الاقتصادية الناتجة عن الصناعات مثل الفنادق ووكلاء السفر وشركات الطيران وغيرها من خدمات النقل، يتضمن أيضا بعض الأنشطة مثل أنشطة المطاعم والترفيه الصناعات مباشرة، بدعم من السياح، ومن المتوقع أن ينمو بنسبة 3.4% سنويا ما يقارب 800 مليار دينار جزائري من الناتج المحلي الإجمالي المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي في سنة 2028.<sup>1</sup>

2.1- مساهمة السياحة في العمالة: من الشكل رقم (2) نلاحظ ان السياحة تخلق ما يقارب 2100 منصب عمل مباشر في عام 2008 بنسبة 2.8% من إجمالي اليد العاملة في البلاد ثم عرفت بعدها كذلك تطورا في سنة 2009 حوالي 2600 منصب عمل، بنسبة 2.8% ثم لتعرف بعدها استقرار مستمر في السنوات الموالية سنة 2010 وفي سنة 2011 بنسبة 2.5% بتوفير حوالي 2500 وظيفة ثم لتعرف بعدها تطور في سنة 2012 و 2013 بتوفير ما يقارب 3000 منصب عمل بنسبة 3.0% و ليعرف بعدها انخفاض سنة 2014 ليصل عدد العمال حوالي 3000 منصب عمل بنسبة 2.7% من إجمالي العمالة ثم في سنة الموالية عرفت تطور حيث ولدت السياحة 3100، وظيفة مباشرة في عام 2015 بنسبة 2.5% ثم عرفت استقرار سنة 2016 و 2017 و 2048 قدر بحوالي 3000 بنسبة 2.7% من إجمالي العمالة العمالة الوطنية، وتشمل هذه الإحصائيات عمال كل من الفنادق ووكلاء السفر وشركات الطيران وغيرها من خدمات نقل ويتضمن أيضا أنشطة الإطعام والترفيه والصناعات ذات دعم مباشر من قبل السياح، وبحلول عام 2028 سوف تخلق 4000 فرصة عمل مباشرة، على مدى السنوات العشر القادمة.<sup>2</sup>

3.1- الصادرات السياحية: من الجدول رقم (3) يمكننا القول أن حصة الصادرات السياحية تحسب كنسبة من صادرات السلع والخدمات التي تشمل جميع المعاملات بين المقيمين في بلد ما وبقية العالم حيث من خلال الشكل نلاحظ أن حصة الصادرات السياحية تعرف حالة لا استقرار وأنها في انخفاض لأنها تتأثر بالصادرات السياحية بحيث سجلت معدل 0.6% في سنة 2008 ثم ليرتفع المعدل في سنة 2009 إلى ما يقارب 0.75% لتعرف انخفاض مستمر في سنة 2010 وسنة 2011 و 2012 بمعدل حوالي 0.3% ثم لتشهد في السنة الموالية 2013 ارتفاع حيث قدر بـ 0.4% ثم

ليرتفع مرة أخرى سنة 2015 حيث قدر معدل 0.8% أما في سنة 2016 شهدت انخفاض 0.7% وفي سنة 2017 بلغ معدل حوالي 0.6% ليرتفع بعدها سنة 2018 بمعدل 0.63%، أما الصادرات السياحية هي عنصر أساسي للمساهمة المباشرة في ميزان المدفوعات في عام 2018، الجزائر ولدت 271 مليار دينار بنسبة 0.63% من الصادرات السياح وفي أفق سنة 2018، ومن المتوقع أن ينمو هذا بنسبة 1.0% سنويا بحلول عام 2028.<sup>3</sup>

**4.1- آفاق نمو المؤشرات السياحية لسنة 2025:** يلخص الجدول رقم (4) آفاق تطور مؤشرات القطاع السياحي وفقا لبيانات المجلس العالمي للسياحة والسفر، فان قطاع السياحة سيعرف نمورغم استمرار التحديات الاقتصادية، وتشير التوقعات أن المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي سنة 2017 قدرت بـ 11,258.0 مليار دينار جزائري، ومن المتوقع أن يبلغ في سنة 2028 حوالي 14,967.3 مليار واستحدثت 679 ألف منصب عمل سنة 2017 أما في سنة 2028 من المتوقع استحداث 848 ألف منصب، أما الصادرات قدرت 246.0 مليار سنة 2017 ومن المتوقع في تبلغ 470.0 مليار سنة 2028 تشير الإحصاءات إلى أن الإنفاق العالمي على السياحة من حيث الفئة ينقسم على الشكل التالي، إنفاق محلي Domestic spending 7,689.7 في سنة 2017 أما المتوقع هو 9,989.1 مليار أما الإنفاق الترفيهي Leisure spending في سنة 2014 6,158.8 مليار في الأفق 8,156.9 مليار وإنفاق على الأعمال Business spending و 1,776.9 في سنة 2017 والمتوقع في سنة 2028 هو 2,302.1 مليار دينار.<sup>4</sup>

## 2- تنافسية القطاع السياحي الجزائري:

صدر تقرير التنافسية لقطاع السياحة والأسفار لسنة 2018 عن المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع العديد من المنظمات الدولية في مجال البيانات والإحصائيات المتعلقة بقطاع العالمي للسفر والسياحة بهدف التعرف على القضايا المتعلقة بالقدرة التنافسية لدول العالم في هذا القطاع وكيفية التصدي لها، وقد اعتمد هذا التقرير في تحليله لتنافسية قطاع السياحة والأسفار في الدول المشاركة، والبالغ عددها 136 دولة بحيث قسمت تلك المؤشرات إلى ثلاث مجموعات رئيسية تقيس العوامل والسياسات المتصلة بقطاع السفر والسياحة التي تؤثر في محصلتها بالقدرة التنافسية للدول في هذا القطاع، مثلما يوضحه الجدول رقم (1).<sup>5</sup>

جاءت الجزائر في المرتبة 118 من بين 136 دولة لمؤشر تنافسية القطاع السياحة والأسفار غياب الوعي السياحي والثقافة السياحية السلبية هي التي مازالت تسود في المجتمع الجزائري الذي ينظر للسياحة على أنها ظاهرة تسيء إلى المجتمع وتجلب عادات وتقاليد دخيلة رغم الأرقام التي تعالت مشيدة بنجاح مخطط التكوين في بلوغ الأهداف المسطرة للمرحلة الأولى من تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية فيما يخص المحور الأول المتعلق ببيئة الأعمال لقطاع السياحة في سنة 2018، احتلت المرتبة 115 بمعنى أن مناخها التنظيمي لهذا القطاع سيئ ومن بين أسوء وكذلك المؤشرات الفرعية الأخرى من حيث بداية الأشغال المرتبة 98 ورخصة الحصول على البناء المرتبة 59 أما

مؤشر السلامة والأمن المرتبة 81 حيث تحظى الجزائر بمناخ أمني يسوده الاستقرار الدائم وفيما يخص محور الصحة و النظافة.

رتبت الجزائر في المرتبة 89 وكان أداءها متوسط بالنسبة لكل المؤشرات الفرعية فيما يخص محور الموارد البشرية احتلت المرتبة 112 حيث تضمن في المؤشرات الفرعية مراتب لا بأس بها . أما محور جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال مرتبة 96 وذلك لعدم استخدام التسويق الإلكتروني والسياحة الإلكترونية من أنظمة الدفع وحجز الإلكتروني وغيرها وعدم وجود مواقع حجز سياحية ومحور أولويات السياحة والسفر احتلت المرتبة 131 وذلك لغياب وانعدام فعالية التسويق في جذب السياح أما محور الانفتاح الدولي المرتبة 134 وذلك بسبب أنها مغلقة في مجال معاملات التجارية و المعاملات السياسية كمنح التأشيرات.

أما محور المنافسة السعرية في صناعة السياحة و الأسفار المرتبة الرابعة، وتعد من أحسن المراتب من بين محاور السابقة ولكونها تنتهج الدولة سياسة دعم الأسعار حيث لم تعرف الزيادة في أسعارها خاصة فيما يخص أسعار الوقود، خدمات، الإطعام وأسعار التذاكر والفنادق؛ ويعتبر هذا جد محفز يبعث على الطمأنينة، ويجب استغلاله في الحملات الترويجية لاستهداف فئات معينة لتسويق الوجهة السياحية الجزائرية وبالنسبة لمحور البنية التحتية لنقل الجوي المرتبة 100 وذلك راجع لامتلاكها جودة في البنية التحتية وعدة مطارات على مختلف ربوع الوطن بالنسبة لمحور البنية التحتية لنقل البري المرتبة 105 كونها تمتلك طرقات جيدة وكثافة متوسطة وعدم تنوع في وسائل النقل البري أما بالنسبة للمحور البنية التحتية للسياحة مرتبة متأخرة 131 بسبب ضعف في عدد الفنادق و الغرف ونقص جودة البنية التحتية السياحية، وتحتل المرتبة 127 من حيث الموارد الطبيعية والمرتبة 50 بالنسبة للموارد الثقافية وسفر الأعمال.

### III - الجهود التسويقية ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية :

تسعى الجزائر والسلطات الوصية بالقطاع السياحي من خلال المخططات الوطنية والمخطط الوطني للتهيئة السياحية وضمن المخططات الفرعية المخطط النوعية ومخطط الشراكة ومخطط التمويل السياحي محتوى ومضمون لبعث الجهود التسويقية السياحية للنهوض بالقطاع.

#### 1- المخطط الوطني لتهيئة الإقليم:

إستراتيجية الحكومة في مجال التخطيط العمراني والسياحة والصناعات التقليدية، من خلال أنماط SNAT القطاعية ومخطط التنمية السياحية، ومجموعات الإقليمية المبادئ التوجيهية للسياسات الوطنية والقطاعية والمحلية التي تأتي في الوقت المناسب في شكل استراتيجيات ومشاريع لضمان التماسك الإقليمي للبلد، والتي تقوم على امتصاص الفوارق الإقليمية، والحد من الثغرات والاختلالات بين المناطق للسماح بتحسين نوعية الحياة لجميع المواطنين يندرج هذا المخطط ضمن الخطوة الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية الوطنية من أجل إقليم دائم وبغية خلق

ديناميكية فعالة لإعادة توازن الإقليم من حيث النشاط وترقية السياحة والتنافسية لمختلف المناطق عبر الإقليم إضافة إلى تنفيذ سياسة إقليمية منصفة شفافة وإدارة إقليمية فعالة إن هذا المخطط يعد الإطار المرجعي لكل الأعمال والمشاريع التي من شأنها رفع وتيرة التنمية ببلادنا وفي مختلف القطاعات بصفة دائمة تسمح بالحفاظ على الموارد الطبيعية والمحيط وتناسق جيد بين مختلف المتدخلين في الحركة التنموية الاقتصادية للإقليم<sup>6</sup>

**2- المخطط التوجيهي للتهيئة للسياحة:**

حسب وزارة السياحة يعد المخطط الأداة الفعالة للتهيئة والتنمية المستدامة للسياحة التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يبرز الكيفية التي تعتمز الدولة من فهو مكمل للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم خلالها ضمان التوازن الثلاثي العدالة الاجتماعية الفعالية الاقتصادية، والدعم الإيديولوجي في إطار التنمية المستدامة على مستوى البلاد انطلاقا من رؤية مهنية عميقة لأفاق 2030 وتشخيص كمي ونوعي لواقع السياحة ويمثل الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي الإقليمي لأفاق 2030 وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر ولتحقيق أهداف المخطط الاستراتيجي كان لابد من برنامج وأعمال سياحية ذات أولوية تمثل الأساس الجوهرى للإستراتيجية الجديدة للتهيئة السياحية لأفاق 2030 ويهدف لإحداث شفافية وإدارة رائدة جديدة من أجل تثمين وخلق تفاعل هيكلي بين المتدخلين الرئيسيين الثلاثة في التنمية السياحية. الدولة والجماعات المحلية بصفتها محرك التنمية من خلال خلق المناخ السياحي القانوني الملائم وكذا البرامج التنموية.

المتعاملون الاقتصاديون بصفتهم القائمون بالمشاريع أو إدارة الموارد وخلق فرص للشغل المجتمع المدني الذي يجب أن يساهم في التفاعلية السياحية والاجتماعية بإتاحة الفرص للمشاركة في النشاطات الاقتصادية الاجتماعية والسياحية والمساعدة أيضا في تحديد المشاريع السياحية عبر الأقطاب السياحية المبرمجة وبالتالي من شأن الإدارة الراشدة الجديدة للتنمية المستدامة للسياحة أن تضمن تسهيل انبثاق سياسة حقيقية للتنمية المستدامة للسياحة، تفعيل وتعزيز الروابط مع مختلف القطاعات ومجمل الفاعلين في التنمية الوطنية دمج مفهوم الديمومة ضمن التنمية السياحية كبعد اجتماعي اقتصادي وبيئي. إن توفر السياسة الحقيقية والمقاربة النظرية والميدانية التي تشخص تطلعات السياحة الجزائرية في السياسة الجديدة للتنمية المستدامة للسياحة في أفاق 2030 من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من شأنه كسب الرهانات القائمة على ضرورة جعل السياحة انشغال وطني وخلق صورة جديدة لوجهة الجزائر السياحية، في إطار النظرية الإستشرافية للسياحة الجزائرية لأفاق 2030 حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية خمس ديناميكيات فعالة كركائز محورية لإعادة إنعاش السياحة الوطنية من خلال برنامج حكومي معتمد ويتعلق الأمر بالنقاط التالية:

- تثمين الوجهة السياحية الجزائرية: يهدف خلق وجهة مميزة وذات امتياز وتنافسية على صعيد دولي وبمعايير تستجيب للطلب الداخلي ومنتجة على الصعيد الاقتصادي وذات مردودية على الصعيد الاجتماعي وهذا بتثمين إنتاج عرض سياحي متنوع جديد ذو نوعية عالية.
  - إنشاء أقطاب سياحية ذات امتياز: يهدف خلق أقطاب سياحية تعتبر نموذج للسوق السياحية الدولية هذه الأقطاب ستحظى بمخطط حقيق للترقية والجودة والمنتجات والخدمات والتسويق لوجهات سياحية.
  - وضع مخطط نوعية في الجزائر يأمل المخطط نوعية في السياحة إلى منح عرض سياحي ذو امتياز مميز يستجيب لرغبات الزبائن الوطنيين والأجانب وأكثر تشددا من حيث النوعية.
  - تنفيذ شراكة عمومية خاصة وهذا بهدف تجنيد مجمل الشركاء علما أن السياحة تتطلب تضافر الجهود والأعمال ما بين العديد من القطاعات بغية خلق وجهة سياحية ذات علامة مميزة في الأسواق الدولية.<sup>7</sup>
- 3- مخطط وجهة الجزائر:
- تعد ترقية صورة الجزائر مسألة ضرورية في الوقت الحالي لتصبح وجهة سياحية كاملة تنافسية، بحيث تكون أبرز سماتها، الأصالة الابتكار، الجودة والنوعية. ومن خلال إعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر، يستوجب وضع إستراتيجية التسويق السياحي من أجل إعطاء رؤية وقراءة جيدة لصورة الجزائر، أي يجب ابتكار علامة ويجب أن يرتكز المسعى Logo منتج، وتسجيله منتوجا سياحيا جزائريا مزودا بشعار الجديد لمخطط تسويق وجهة الجزائر على قواعد أساسية، نذكر منها:
- ثقافية وذهنية: أي اختيار وضعية هجومية مستمرة لغزو الأسواق لعدة سنوات، وإعادة الصورة وإعداد السوق من أجل الاتصال والبيع.
  - الالتزام: تنشيط وتنسيق متناسب ودائم لكل مخطط التسويق، وتجنيد وسائل الاتصال الحديثة ( مالية، بشرية، وتقنية)، وهي ضرورية ومطلب للاحترافية والنوعية.
  - الأدوات: اللجوء إلى التنشيط بالإعلام المتعدد (الأفلام، أقراص، صفحات، انترانت، شاشات فيديو، فضاءات مرئية).
  - فضاءات الاتصال: تبني وضعية مراقبة ورصد إستراتيجية على المستوى الوطني، جناح بكل قطب امتياز يوفر خمس وظائف (الاستقبال، الإعلام، فضاء المحلات، المعارض، فضاءات الصور).<sup>8</sup>
- 4- مخطط النوعية السياحية:

أصبحت النوعية اليوم مطلباً ضرورياً في الدول السياحية الكبيرة، ولذا فإن مخطط النوعية السياحية يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني، فهو يركز على التكوين والتعليم كما يدمج تكنولوجيات الإعلام والاتصال تماشياً مع تطور المنتجات السياحية في العالم وعليه فإن هذه الحركية تهدف إلى الشروع في مخطط للنوعية السياحية مع الطموح لإقامة علامة تجارية فريدة من نوعها النوعية السياحية ما يمثل حصيلة النهج النوعي ويستند تصنيف المنشآت الفندقية إلى المعايير التقنية وقوائم الممتلكات المنصوص عليها في القانون وضع العلامات الحصول على علامة تجارية بالرجوع إلى المعايير، هو تأكيد على أن جودة الخدمة المقدمة تلبى توقعات العملاء والسعي الجاد إلى تحسين النوعية والعرض السياحي وتشجيع ترويجه في الجزائر وخارجها بعث ديناميكية لإعادة تأهيل وترويج الوجهة السياحية الجزائرية ويترب عن الممارسة الجيدة لمخطط النوعية السياحية من خلال المثالية والمهنية المطلوبتين أن يكون دور في:

- تحسين النوعية وتنمية وضوح العرض السياحي.
  - منح رؤية جديدة للمهنيين.
  - حث المتعاملين في القطاع السياحي على العمل ضمن إطار وإجراءات النوعية.
  - نشر صورة الجزائر وترويجها كوجهة ذات نوعية.
  - الحيازة على موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية.
- يعتمد مخطط النوعية السياحية على المؤسسات الشريكة حيث يتعلق تنفيذ المرحلة الأولى بأربعة شركاء:

- الحصة الكبرى من الحظيرة الفندقية.
  - الإطعام الفاخر.
  - وكالات السياحة والسفر.
  - الفرق السياحية المحلية.
- يتم تنفيذ هذا المخطط من خلال العمليات التالية:
- الإعلان عن أهداف نهج مخطط نوعية السياحة وتحديد التزاماته.
  - تقييم التزامات المهنيين بالمخطط من خلال الإعلام والاتصال الاستقبال الشخصي كفاءة العمال مراقبة مواقع النظافة والصيانة تثمين المورد المحلي.
  - تثمين المهنيين بختم بوضع عند مداخل مؤسساتهم.

هذا ويعتبر التدريب حرجاً في المخطط السياحي للنوعية فالاستجابة للأهداف المادية أصبح تكوين المورد البشري أمراً ضرورياً ومن بين الأهداف المسطرة في المخطط الأعمال حددت ثلاثة أهداف إستراتيجية للتكوين قصد تحضير الجزائر سياحياً متمثلة في:



- تعزيز القدرات التنظيمية الكفاءات احترافية القيادات والمؤطرين في المدارس السياحية، ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية تأهيل المؤطرين البيداغوجين بمدارس السياحة.
  - إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي اعتماد التصديق والتسجيل الرسمي، وهو ما كان وراء إطلاق مشروعين لمدرستين سياحيتين في كل من تيبازة وعين تموشنت لتكون مؤسسات تكوين مهني مخصصة للسياحة 07 إضافة إلى المدارس الموجودة حالياً كما سيتم إنجاز كما يلعب الابتكار واستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال دوراً هاماً في مخطط النوعية السياحية .
  - استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال ينجم عليه تطور في سلوكيات الاستهلاك وعمليات التوزيع التي تسمح بتقديم المنتجات السياحية لأكثر عدد من مستخدمي الإنترنت.
  - التسويق الإلكتروني يضمن السرعة التي لا توفرها القنوات الأخرى العدد الكبير من المستهلكين.
  - السمعة الطيبة للعلامة التجارية، الحجز عبر الإنترنت تقديم المنتجات النوعية والنادرة في الأسواق.
  - تقديم نظام إلكتروني لتسيير الرحلات الاستقبال في الفنادق والإطعام.
  - خلق نظام دائم للمراقبة والتقييم.<sup>9</sup>
- 5- مخطط الشراكة العمومية-الخاصة:
- يعتبر المنتج السياحي بحد ذاته محصلة لتداخل العديد من العوامل في القطاعين العام والخاص كالنقل ما يجعل الحديث عن تحقيق تنمية دائمة للسياحة بعيداً عن شراكة بين القطاع العمومي والخاص بالأمر المستحيل وهي العملية التي تبدأ العمل وتحرك القطاعين العام والخاص على حد سواء في إطار دورهما ضمن مخطط التنمية السياحية للاستجابة بفاعلية للطلب السياحي من خلال منتجات نوعية ذات تنافسية عالية عن طريق تقسيم الموارد الأخطار والأرباح الخاصة إلى وصل الشبكة السياحية وجعلها منسجمة من خلال يسعى مخطط الشراكة العمومية إستراتيجية التجميع يربط الشركاء ومختلف الفاعلين العاملين في شبكة الإنتاج وتوزيع المنتج السياحي كأصحاب الفنادق الوكالات السياحية البنوك، المرشدين السياحيين وإذا كان للدولة الدور الأكبر والضروري في المجال السياحي خاصة من خلال جهودها في تهيئة الإقليم وحماية الموارد السياحية وبناء المنشآت القاعدية المسهلة للنشاط السياحي كالمطارات والطرق وغيرها إضافة إلى السهر على بسط وخلق النظام العام والأمن فإن القطاع الخاص يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي يثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه وبما أن السياحة تندرج ضمن المقاربة التواصلية بين القطاعات والشراكة العمومية بغية جعل وجهة الجزائر أكثر جاذبية

وتنافسية وبلوغ مستوى النضج السياحي الذي يرقى بالدولة إلى مصاف البلدان السياحية الكبرى يجب العمل على إشراك كافة القطاعات والمؤسسات في عملية التنمية السياحية القطاعات الاقتصادية الدولة القطاع الخاص من أجل تحقيق الأهداف التالية:تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية النظافة، المياه الطاقة، تكنولوجيا، الإعلام، والاتصال وغيرها.<sup>10</sup>

**6- مخطط تمويل السياحة:**

أخذا بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها صناعة ثقيلة تتطلب استثمارات ضخمة من جهة وكونها ذات عوائد استثمارية بطيئة من جهة أخرى فإن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة جاء بالحركية الخامسة لمعالجة هذه المعادلة الصعبة من خلال دعم ومرافقة الشريك المرقى المستثمر أو المطور من خلال مخطط للتمويل. فوفقا لمخطط التهيئة السياحية فإن احتياجات المقاولين العموميين والخواص بغض النظر عن مراحل تقدم مشاريعهم تتمثل بالأساس في مطالب أساسية هي:

- دراسة جادة وعميقة للمخاطر خاصة ممكنة الحدوث.
- تمويل مخطط التوعية لأشغال إعادة التأهيل والتوسع واقتناء عتاد الاستغلال.
- ضرورة التكوين وفق المناهج والتقنيات الحديثة.
- التزويد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وسائل الاتصال التسويق والترقية والتي تعتبر أدوات مكلفة.
- ضرورة جذب وتكوين عمال.
- السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف والذوبان.
- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية في إطار بنك.
- الاستثمار السياحي مشروع قيد الدراسة على مستوى الحكومة يسعى إلى تحقيق الأهداف سابقة الذكر.
- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية ومنح الحسم.
- تمديد مدة القروض.
- دعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات وأصحاب المشاريع.<sup>11</sup>

#### IV - الإستراتيجية الوطنية لترقية السياحة من خلال الأقطاب السياحية:

**1- مفهوم القطب السياحي للامتياز وكيفية تحديده:**

**1.1- مفهوم القطب السياحي للامتياز :** القطب السياحي هو تركيبة من القرى السياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزود بتجهيزات الإقامة الترفيهية، الأنشطة السياحية والدارسات السياحية في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية ويستجيب لطلب السوق،

ويتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له ذلك الإشعاع على المستوى الوطني والدولي، ويتم تنظيم كل قطب سياحي للامتياز حسب الخاصية المسيطرة في هذه الأقاليم (الحمامات، الساحلية، الصحراوية، الثقافية) والقطب السياحي المتعدد الأبعاد، يدمج المنطق الاجتماعي للاحتياجات الأولية للسكان الثقافية والإقليمية خاصيات، ميزات الإقليم، التجارية الأخذ بعين الاعتبار لتوقعات ومتطلبات السوق كما يمكن لرقعته الجغرافية أن تدمج منطقة أو عدة مناطق للتوسع السياحي، ويهتم القطب السياحي بالمواضيع الرئيسية التالية:

- السياحة الصحراوية والتجوال، سياحة الاستجمام والمائية.
- سياحة الأعمال (التسلية، المتعة، الأعمال والمؤتمرات) السياحة الثقافية والتعبدية.
- السياحة العلاجية الصحية وسياحة الرفاهية.
- الأشكال الأخرى للسياحة (السياحة الرياضية، الاسترخائية، التسلية، السياحة الطبيعية البيئية أو السياحة النوعية).<sup>12</sup>

### 2.1- أهداف مخطط الأقطاب السياحية ذات الامتياز: ينتج مفهوم الأقطاب السياحية

للامتياز (POT) من تقاطع عدة مفاهيم حتى تصبح مؤهلة لتكون واجهات رمزية لبروز وجهة سياحية دائمة، تنافسية ابتكارية وهذه المفاهيم هي:

- مفهوم الفروع (فروع مطابقة بالنسبة للمفهوم الجديد للسياحة).
  - مفهوم إمكانية تطوير الموقع (الحد الأدنى من البنية التحتية، الوسائل السياحية المؤكدة).
  - المفهوم العقاري توفير العقار (مناطق وأرضيات التوسع السياحي).
  - المفهوم الإقليمي (التوزيع المكاني المتوازن للأنشطة على التراب الوطني).
- بهذا التعريف ستصبح الأقطاب مؤهلة لتكون أقطاب سياحية الامتياز، وواجهات للنهضة السياحية في الجزائر وانطلاقا من تهيئة هذه الأقطاب، يصبح الهدف هو الشروع في الانطلاقة التي سوف تدفع بالنهوض السياحي في كافة التراب الوطني.<sup>13</sup>

### 3.1- تقديم الأقطاب السياحية للامتياز: وفق مخطط التوجيهي للسياحة تم الاعتماد على

سبعة أقطاب سياحية؛ وذلك لنهوض السياحة وهذه الأقطاب لثالثي:

- 1.3.1- القطب السياحي للامتياز الشمال الشرقي: ويضم كل من عنابة، والطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس، ويتربع على مساحة قدرها 80347 كلم<sup>2</sup>، ويحتضن عدد سكان بقدر بحوالي 3.6 مليون ساكن.

### 2.3.1- القطب السياحي للامتياز شمال وسط: ويشمل كل من الجزائر، تيبازة، بومرداس،

- البليدة، الشلف، عين الدفلة، البويرة، بجاية وتيزي وزو، مساحته الإجمالية تقدر ب 33877 كلم<sup>2</sup>، وعدد سكانه حوالي 11 مليون ساكن.

3.3.1- القطب السياحي للامتياز شمال غرب : مستغانم، وهران، وعين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان، وتبلغ مساحته حوالي 35000 كلم<sup>2</sup>، وبه حوالي 5.7 مليون ساكن.

4.3.1- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق الواحات: يتكون القطب السياحي للامتياز جنوب شرق من ثلاث ولايات وهي: غرداية، بسكرة، الواد ويحده من الشمال؛ الاغواط، المسيلة، باتنة، خنشلة، وتبسة. ومن الشرق؛ ليبيا. ومن الغرب؛ أدرار، البيض. ومن الجنوب؛ ولايتا ايليزي وتامراست.

5.3.1- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب توات القرارة: يتكون القطب السياحي للامتياز جنوب غرب القرارة توات طريق القصور من ولايتين هما أدرار، بشار ويحده من الشمال النعامة والبيض ومن الشرق تامراست، وغرداية، ومن الغرب المغرب وتندوف ومن الجنوب، النيجر وموريتانيا. ويمتد هذا القطب على مساحة تقدر بـ 603.000 كلم<sup>2</sup> ويضم سكان يقدر عددهم بحوالي 900.000 ساكن فالقطب توات، القرارة هو:  
- قطب إرث ذوب بعد عالمي (توات القرارة).

- فضاء جديد نشيط يستدعي الدعم فضاء جديد ناشئ (منطقة حدودية).

6.3.1- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير – طاسيلي ناجر : يقع القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير طاسيلي ناجر أساسا في ولاية إيليزي ويحده من الشمال ورقلة وغرداية ومن الشرق ليبيا ومن الغرب تمراست ومن الجنوب النيجر ومالي، وتمثل ثرواته الطبيعية الثقافية والأثرية 03 مؤهلات يمكنها أن تتيح تنمية مستقبلية.

وتتضمن الفضاءات الكبرى لقطب الامتياز هذا، ملاجئ للنقوش الصخرية ذات قيمة تاريخية عالمية وتتم حماية هذه الثروات الثقافية بفضل وجود حظيرة وطنية (الحضيرة الوطنية للطاسيلي) المصنفة تراثا عالميا من طرف اليونسكو في 1981، ويمتد على مساحة تقدر بحوالي 284618 كلم<sup>2</sup> ويحتضن حوالي 40.000 ساكن الطاسيلي ناجر قطب تراثي عالمي ذو بعد عالمي وسمح وجود اثار فريدة من نوعها في العالم ذات قيمة ثقافية عالمية عالية في قطب الطاسيلي ناجر بتدعيم المنتج السياحي الحقيقي موضوع إقبال كبير وخاصة من طرف الأجانب.

7.3.1- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير الأهقار: يتمحور القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير الأهقار حول تامراست وبحكم شساعة إقليمه وثرواته الثقافية والطبيعية التي يحتوي عليها، يمكن إعتباره بمثابة قطب إستراتيجي وذو قيمة عالية في ميدان التنمية السياحية للمنطقة.

ويحده: ورقلة وغرداية من الشمال إيليزي من الشرق وأدرار من الغرب والنيجر ومالي من الجنوب ويمتد على مساحة تقدر بحوالي 456200 كلم<sup>2</sup> من الإقليم الوطني ويقطن به حوالي 137.175 ساكن ويعطي وجود أثار تعود لما قبل التاريخ القطب قيمة ثقافية عالية بالإضافة إلى كونها عامل جذب للزبائن الدوليين.<sup>14</sup>

## 2- المشاريع الاستثمارية لبناء الوجهة السياحية وفق مخطط 2030 SDAT:

### 1.2- القطب السياحي للامتياز الشمال الشرقي: المشاريع الأولوية للقطب تتمثل في؛ فنادق

الشبكة، القرى السياحية للامتياز.

#### 1.1.2- الفنادق:

- فنادق أكور مهري قسنطينة 640 سرير.
- فنادق أكور مهري سكيكدة 320 سرير.
- فنادق أكور مهري سطيف 320 سرير.
- فنادق أكور مهري عنابة 320 سرير.

#### 2.1.2- الفنادق الفخمة:

- فندق سمارة قسنطينة 406 سرير.
- فندق عناني قسنطينة 304 سرير.
- 3 فنادق معيارية.
- 79 فندقا خاصا سكيكدة عنابة قسنطينة الطارف 3566 سرير.
- المجموع: 5965 سرير.

#### 3.1.2- القرى السياحية للامتياز:

- مشروع القرية السياحية مسيدة الطارف المستثمر الشركة الامارتية لاستثمار الدولي العدد الإجمالي للأسرة 2440 سرير.
- مشروع القرية السياحية سيدي سالم عنابة المستثمر الشركة السعودية سیدار العدد الاجمالي للأسرة 4938.
- مشروع حديقة بيئية وسياحية دنيا – عنابة المستثمر الشركة الامارتية لاستثمار الدولي.

### 2.2- القطب السياحي للامتياز شمال وسط:

#### 1.2.2- فنادق الشبكة:

- فنادق ماريوت بقصر الصنوبر 394 سرير.
- فنادق ايبيس مهري باب الزوار 231 سرير.
- فنادق هيلتون توسعة المحمدية 322.
- نزل ايسبيس مهري الجزائر اغا 240.
- فندق نوفوتل مهري الجزائر اغا 360 سرير.

#### 2.2.2- الفنادق الفخمة:

- فندق لافيدر بئر الخدام 274 سرير.
- فندق تروست باب الزوار 250 سرير.

3.2.2- فنادق معيارية: 41 فندقا خاصا الجزائر ، بومرداس ، البليدة، تيبازة 8655، المجموع

9595

4.2.2- القرى السياحية للامتياز القطب السياحي شمال وسط:

- مشروع القرية السياحية فوروم الجزائر موريتي المستثمر الشركة الاماراتية اميرال عدد الاسرة 2004.
- مشروع القرية السياحية الساحل الجزائر المستثمر مؤسسة التنمية الفندقية ماريوت العدد الإجمالي 460 سرير.
- مشروع القرى السياحية سيدي فرج الجزائر الشركة المستثمر الاماراتية القدرة العدد الاجمالي 360 سرير.
- مشروع القرية السياحية زرالدة غرب المستثمر الشركة السعودية سیدار العدد الاجمالي 885.
- مشروع القرية السياحية العقيد عباس تيبازة، المستثمر الشركة الاماراتية اعمار العدد الاجمالي للاسرة 1240.
- مشروع القرية السياحية عين طاية الجزائر المستثمر المجموعة الكويتية للاستثمار العدد الإجمالي 5985.
- مشروع القرية السياحية واد بلاح سيزاري تيبازة المستثمر مجموعة سيفتال العدد الاجمالي الاسرة 1426 .
- مشروع القرية السياحية الصغيرات بومرداس المستثمر سیدار شركة سعودية العدد الاجمالي للاسرة 2697.
- مشروع القرية السياحية MEDI SEA بودواو البحري بومرداس المستثمر المؤسسة الامريكية التونسية الجزائرية العدد الاجمالي للاسرة 17510 سرير.
- مشروع القرية السياحية أقریون بجاية، المستثمر مجموعة سيفتال العدد الاجمالي للاسرة 1282 سرير.
- مشروع تهيئة منطقة التوسع السياحي أقریون المستثمر مجموعة سيفتال العدد الاجمالي 1282 سرير.
- مشروع حدائق ايمولوجيا وسياحة حدائق دنيا الجزائر المستثمر المجموعة الاماراتية ELLC.

3-3.2- القطب السياحي للامتياز شمال غرب:

1.3.2- فنادق الشبكة:

- فندق أكور مهدي وهران 320 سرير.

2.3.2- الفنادق الفخمة:

- فندق إقامة هيلوس 120 سرير.
- فنادق معيارية.
- 83 فندق خاصا.
- 3.3.2- القرى السياحية للامتياز:
  - المشروع الحلم السياحي مداغ وهران المستثمر مجموعة جيلالي مهري.
  - مشروع قرية هيلوس كريستل وهران المستثمر إقامة هيلوس فرنسا العدد الاجمالي 220 سرير.
  - مشروع القرية السياحية موسكاردا تلمسان المستثمر المجموعة الامارتية ELLC العدد الإجمالي 732 سرير .
- 4.2- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق الواحات:
  - فنادق الشبكة 00 سرير
  - الفنادق الفخمة 00 سرير
  - الفنادق المعيارية 00
  - 26 فندقا خاصا غرداية بسكرة الوادي 2092 سرير.
- 5.2- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب توات القرارة:
  - 1.5.2- الفنادق الفخمة:
    - فندق الرياض ماسين ادارار 100 سرير.
    - فندق قصر ماسين ادارار 96 سرير.
  - 2.5.2- فنادق معيارية:
    - 41 فندقا خاصا ادارار بشار البيض النعامة 1317 سرير، المجموع 1713.
  - 3.5.2- القرى السياحية للامتياز القطب السياحي جنوب:
    - مشروع قرية قصر ماسين تميمون ادارار.
    - المستثمر مجموعة الجنوب لتنمية الاستثمار العدد الإجمالي 912 سرير.
  - 6.2- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير طاسيلي ناجر:
    - 1.6.2- فنادق الفخمة:
      - فنادق ملتقى الأجانب 150 سرير.
    - 2.6.2- فنادق معيارية:
      - 00 سرير.
  - 7.2- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير الأهقار:
    - فنادق الشبكة 00 سرير.

- فنادق فخمة 00 سرير.

- فنادق معيارية 00 سرير.

- فنادق خاصة تمنراست 255 سرير.<sup>15</sup>

من خلال الجدول رقم ( 2 ) تتميز الاستثمارات السياحية الخاصة بالأقطاب الصحراوية بنوعين من الاستثمارات القرى السياحة للامتياز والفنادق يوجد استثمار واحد من النوع الأول في القطب السياحي جنوب غرب توات -القرارة بقدره إستيعاب 912 سرير أما الفنادق تقدر إجمالي طاقة الاستيعاب للإقطاب بـ 29386 سرير تتوزع على أقطاب السياحة، فالقطب السياحي جنوب شرق يحتوي على 26 فندق من نوع فنادق معيارية بقدره إيواء 2092 سرير أما القطب السياحي الجنوب الغربي يحتوي على 41 فندق من نوع معيارية بطاقة إستيعاب تقدر بـ 1317 سرير وكذلك الفنادق الفخمة بقدر 196 سرير أما القطب السياحي الجنوب الكبير الطاسيلي 150 سرير أما القطب السياحي الجنوب الكبير الأهقار 225 سرير.<sup>16</sup>

### 3- الأهمية النسبية للمشاريع السياحية:

نهدف ونسعى للكشف عن الأهمية النسبية للمشاريع السياحية لتوضيح أي الأقطاب الأكثر تركزا من حيث طاقة الاستيعاب ونوعية الفنادق و القرى السياحية التي يمكن من خلالها النهوض بالسياحة.

1.3- الأهمية النسبية للمشاريع السياحية الفندقية حسب قدرة الايواء وفق مخطط SDAT 2030: يشكل الاطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، يمثل نظرة الدولة للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015 المدى الطويل 2030 في إطار النهوض بالسياحة . نلاحظ من الشكل رقم ( 5 ) ان الأهمية النسبية للمشاريع السياحية الفندقية حسب قدرة الايواء وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أن حصة الأسد للقطب السياحي شمال غرب بنسبة 35% والقطب السياحي شمال وسط في المرتبة الثانية بنسبة 32% ، أما المرتبة الثالثة للقطب السياحي شمال شرق بنسبة 20% حيث نلاحظ ان أن 87% من المشاريع السياحية حسب قدرة الايواء وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للأقطاب الشمالية والتي تتشكل من ثلاثة أقطاب في حين أن أقطاب الصحراوية الأربعة في مجملها تشكل فقط 13.54%.

2.3- الأهمية النسبية للمشاريع السياحية القرى السياحية حسب قدرة الإيواء وفق مخطط SDAT 2030: من الشكل رقم ( 6 ) نلاحظ ان الأهمية النسبية للمشاريع القرى السياحية حسب قدرة الإيواء وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أن 73% للقطب السياحي شمال وسط و 14% للقطب السياحي شمال شرق و 13% للقطب السياحي شمال غرب حيث نلاحظ غياب وانعدام مشاريع القرى السياحية في الأقطاب الصحراوية يوجد إلا مشروع قرية سياحية في القطب السياحي الجنوب الغربي.



#### 4- خطة الأعمال الخاصة بجعل الجزائر بلدا سياحيا بتسييح الجزائر:

1.4- تقديرات الاستثمار السياحي العام والخاص: المبلغ اللازم للاستثمارات الخاصة بالفترة 2008-2015 قد قدر في حدود 2.5 مليار دولار أمريكي الاستثمار الإجمالي العام والخاص، المادي وغير المادي (البنى التحتية وتهيئة المحيط والاتصالات) يمكن تقديره بمبلغ 60.000 ألف دولار للسيرير المستحدث (بحساب كل التهيئات اللازمة) 55.000 ألف دولار في الاستثمار المادي و 5000 للاستثمار غير المادي. فيما يخص عدد 40.000 سرير المبرمج في السبعة (7) أقطاب السياحية ذات الامتياز أو الفاخرة تم تقدير استثمار إجمالي يفوق بقليل 2.5 مليار دولار على مدى سبعة سنوات (أفق سنة 2015) أي 350 مليون دولار في السنة، وعلى مبلغ 2.5 مليار دولار من الاستثمارات في المرحلة 2008-2015 أي 350 مليون دولار في السنة. على الأقطاب السياحية الفخمة، يجب علينا تصور مجهود إضافي قدره 1 مليار دولار على باقي الدول والذي سيتحتم بذله لدرأ ومحو العجز في البنى الهيكلية الحالية.

#### 4-2 الاستثمارات العمومية بالنسبة للأقطاب السياحية الفخمة السبع (7): الشمال

الشرق - وسط الشمال - الشمال الغربي - الجنوب الشرقي - "الواحات" الجنوب الغربي "التوات و القورارة" أقصى الجنوب "الطاسيلي ناجر" و أقصى الجنوب "الأهقار". هذه الاستثمارات تتعلق أساسا بنزع الملكيات وتهيئة أراضي البناء والمنافذ إلى مسطحات السياحة وتكوين القدرات البشرية. وإذا اعتمدنا نسبة 15% المعتادة التي تمثل نصيب الاستثمار العمومي (بما فيها المادية وغير المادية) فإن السلطات العمومية سيكون على عاتقها (كل الوزارات مجتمعة) 350 مليون دولار على مدة سبع سنوات خاصة بالسبعة أقطاب السياحية ذات الامتياز أي ما قيمته 54 مليون دولار سنويا.

#### 4.3- إستراتيجية الأسواق المستهدفة: يسعى مخطط تسويق وجهة الجزائر إلى تسويق السياحة

الجزائرية في كل الأسواق (أسواق ذات الأولوية، الأسواق الموفدة بشكل تقليدي للسياح باتجاه الجزائر، فرنسا، إسبانيا، إيطاليا وألمانيا). وكذلك الأسواق المحلية والجزائريين غير المقيمين، وقد سطر المخطط مجموعة من الأدوات للوصول إلى الأهداف المرجوة، وهذه الأدوات جلبها غائبة عن السوق السياحية الجزائرية في الوقت الحالي كالتسويق المباشر المعول به في كثير من الأسواق السياحية الرائدة، وبالتالي إدخال هذه الأدوات في الاستراتيجية التسويقية يعتبر مكسب للسياحة الجزائرية، مما يؤدي إلى بعثها في الأسواق الخارجية. كما يسعى مخطط تسويق وجهة الجزائر إلى استهداف 04 فئات سكانية وهي:

- السياح المحليين.
- الجزائريين المقيمين بالخارج.
- متوسط السبق بالأسواق المطلوب المحافظة عليها.
- السياح في المدن البلدان المطلوب المحافظة عليها.

#### 4.4- استراتيجيات غزو الأسواق السياحية : وهناك ثلاث أنواع من الأسواق السياحية

الواجب استهدافها:

- الأسواق المطلوب ضمان وفاءها: السوق الفرنسية والإيطالية والإسبانية والألمانية.

- الأسواق الواعدة: أسواق دول الخليج وأوروبا الشمالية وهولندا وسويسرا والنمسا.

- الأسواق البعيدة: الأسواق الآسيوية وأمريكا الشمالية وروسيا.

الأسواق الأساسية المعروفة بأنها منافسة على أساس المرجعية التجارية والدراسة المقارنة

للأسواق: على الساحل المتوسطي الجنوبي هناك ثلاث مقاصد سياحية هي تونس والمغرب وليبيا

والتي يمكن أن تكون منافسة مباشرة بحكم العوامل التالية:

- حال جغرافي قريب جدا.

- إمكانيات سياحية تمثل تشابها كبيرا.

- أسعار مطروحة وتعريفات مالية حالية أو احتمالية بنفس المستوى.

فتونس والمغرب وليبيا تعد بلدان المنافسة المباشرة للجزائر، وكل هته المقاصد السياحية

أخذت بمستويات مختلفة في السير على إستراتيجية ذات إرادة قوية في التنمية السياحية. أما

الأسواق المراد تأمين وفائها فتوجد ضمن قائمة البلدان الأساسية الباعثة للسياح (ألمانيا وفرنسا

وإيطاليا وإسبانيا)، ومع أنها تقدم خصائص وطلبات مختلفة إلى حد بعيد، إلا أن لهذه البلدان

معرفة جيدة بالجزائر، وهو ما قد يشكل أساسا صلبا لضمان وفائها للسوق الجزائرية والأسواق

التي تعتبر واعدة هي الأسواق التي تتجه إلى سياحة المغامرات والسياحة الصحراوية، وهي الأسواق

الهولندية والسويسرية والنمساوية والبلجيكية والبريطانية. أما الأسواق ذات البعد المستقبلي

فهي الأسواق البعيدة، الآسيوية والصينية بصفة خاصة والسوق الأمريكية الشمالية والسوق

الروسية، والنتائج المسجلة حاليا فيما يخص مؤشرات نمو السياحة ووجود التآطير أو الإطار

القانوني والتنظيمي والإجراءات الرامية لتحسين نوعية الخدمات وتقييم حقائب المشاريع قيد

الإنجاز تنم أو ترسم الخطوط الأولية لنمو وتقديم سيعرفه القطاع السياحي.

#### 5.4- استراتيجيات التموقع: التموقع بصفة هجومية على رقعة الساحل المتوسطي:

- المخطط الأزرق: عنابة وجيل و بجاية و بومرداس و الجزائر و تيبازة و مستغانم و عين

تيموشنت و تلمسان...

- تنمية السياحة الصحراوية و سياحة الجولات: منتج استدعائي.

- بسكرة و الوادي و غرداية و جانت و تمنراست و توات و قرارة و بشار و النعامة و البيض.

- تنمية سياحة المدن و سياحة الأعمال و في محيط المدن الكبرى: مخطط سياحة المدن. عنابة

و قسنطينة و الجزائر و وهران و غرداية.

- عصرنة السياحة العلاجية والسياحية الصحية والاستجمام: قائمة و بسكرة و البليدة و عين الدفلى و معسكر و سعيدة.
- ترقية السياحة الثقافية والدينية و سياحة المواسم و المناسبات: تبسة و سوق أهراس و الطارف و باتنة و سطيف و تيبازة و إليزي.
- و أخيرا و في كل الحالات، التفضيل الحر و الدائم لخيار سياحة المجمعات و المركبات حتى يتم إبراز و إعطاء أبعاد لنشاطات ذات قيمة مضافة عالية:
- ملاعب الغولف و الجولات المنظمة و النشاطات البحرية
- السياحة الداخلية: قلب ميزان الطلب ذي العوائد الضئيلة و غير الرسمي بالنسبة للبنى المنظمة و جذب المقاصد السياحية التي تميل في اتجاه الأسواق الأجنبية ، البعض من هذه المقاصد قد تم تحديدها و شرع العمل عليها و الجهود المذكورة تندرج في إطار المخطط ت.ت.س. 2030 و تشكل الأعمال الابتدائية الخاصة بمرحلة<sup>17</sup>.

#### V - الخاتمة:

وفقا لم جاء به المخطط الوطني للتهيئة السياحية إن السياحة يجب تطويرها، من خلال مما سبق نجد أن الجزائر تسعى لتحقيق ذلك للأفاق 2030 لبناء وجهة سياحية تنافسية على المستوى الدولي، وقادرة على تلبية الاحتياجات الوطنية وهذا من خلال تنفيذ الإستراتيجيات الموضوعة، وتنفيذ المخطط الوطني والذي يهدف إلى تطوير وتأهيل العرض عن طريق الاستثمار في الأقطاب و القرى السياحية المتميزة. و بذلك فمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يشكل الأداة التي تجسد إرادة الدولة في تثمين القدرة الطبيعية الثقافية التاريخية للبلاد و وضعها في خدمة التحول السياحي للجزائر قصد الارتقاء به إلى مستوى وجهة الامتياز في المنطقة الأورو المتوسطية.

كما أن الأقطاب السياحية السبعة تعتبر منتج سياحي فريد من نوعه يسمح باستغلالها وإعادة تأهيلها بدفع النشاط السياحي الجزائري إلى الأمام، حيث ما تزخر به هذه الأقطاب بإمكانيات و مؤهلات سياحية كبيرة يجب استثمارها بالشكل الذي يسمح لها بأن تكون وجهة سياحية و تما التوصل إلى النتائج التالية:

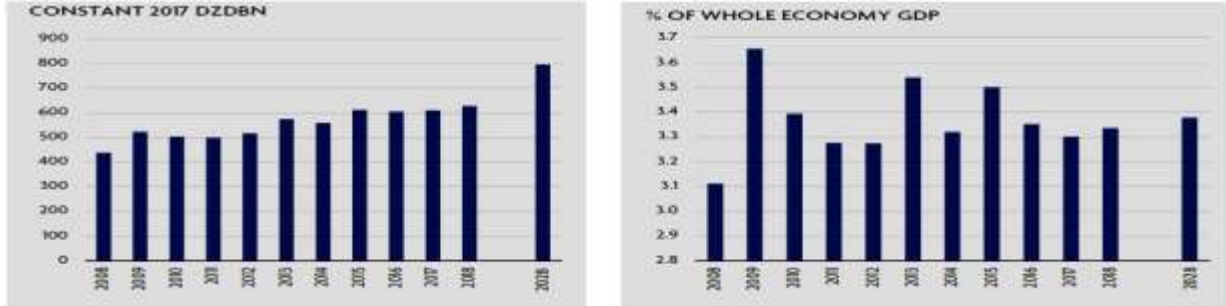
- تعرف مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية الوطني ضئيلة جدا حسب بيانات المجلس العالمي للسياحة و السفر لا تزال مساهمة قطاع السياحة ضعيفة في الناتج المحلي الإجمالي بعيدا عن المستوى المطلوب و المأمول حيث لا تتعدى 3.9% و كذلك مساهمة السياحة لا تزال ضعيفة في الاستثمار السياحي تقدر 2.8%.
- محدودية تنافسية القطاع السياحي الجزائر حسب تقرير التنافسية القطاع السياحة الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي المرتبة 123 من 141 على الصعيد الدولي وقد حققت الجزائر مراتب بعيدة نوعا ما.

- حاولت الجزائر تدارك الأمر بشأن قطاع السياحة من خلال اعتماد إستراتيجية تنموية شاملة تتمثل في المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2030 والذي ركز على تنمية قطاع السياحة عبر مراحل وأهداف مسطرة من أجل تحقيق التنمية السياحية المستدامة.
- السهر على انجاز الأقطاب السياحية للامتياز و القرى السياحية المقررة في هذا المخطط، باعتبارها الدعامة الأساسية والرهان الذي يجعل من الجزائر قطبا سياحيا ومقصدا للسياح من كل الاتجاهات و البلدان.
- الأهمية النسبية للمشاريع السياحية الصحراوية من خلال الأقطاب السياحية تكون شبة منعدمة بالنسبة لأفاق المشاريع الفندقية حسب القدرة الاستيعابية للأقطاب الصحراوية الأربعة وفق ماجاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 13.54% بالنسبة كذلك لأفاق المشاريع القرى السياحية 0.17% تتميز الأقطاب الصحراوية بحصة ضعيفة جدا من إجمالي المشاريع السياحية حسب مخطط SDAT 2030.
- رسم إستراتيجية تسويقية على المدى القصير والطويل لتصحيح الصورة الذهنية لدى السائح الأجنبي والمحلي من خلال وسائل اتصال فعالة لتخلص من حدة الجوانب السلبية حول المنطقة.

#### VI- ملحق الجداول والأشكال البيانية :

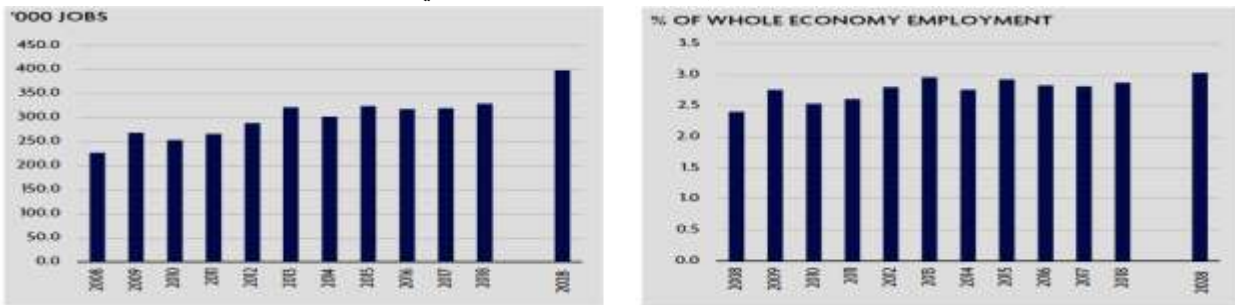
الشكل رقم (1): مساهمة السياحة في الناتج المحلي لإجمالي

Algeria: direct contribution of travel & tourism to GDP



Source :World Travel &Tourism Council ,Algeria :Travel & Tourism Economic Impact ,Report 2018,p3

الشكل رقم (2): مساهمة السياحة في العمالة



Source: World Travel &Tourism Council ,Algeria :Travel & Tourism Economic Impact, Report, 2018,p4

الشكل رقم (3): الصادرات السياحية



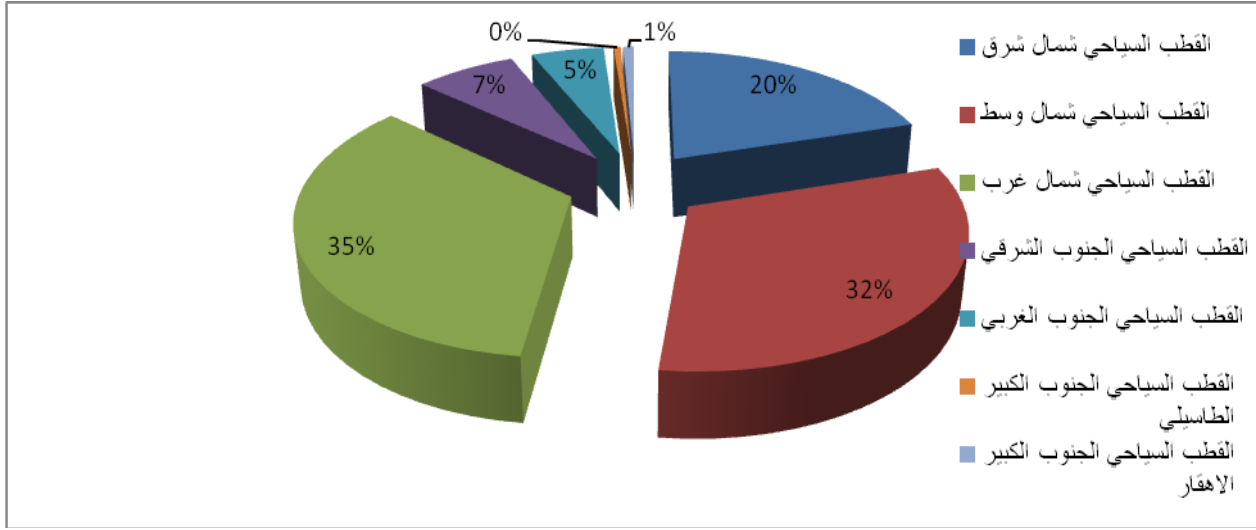
Source: World Travel & Tourism Council , Algeria Travel & Tourism Economic Impact, Report 2018,p5

الشكل رقم (4): آفاق نمو المؤشرات السياحية

ALGERIA	2017 USDmn <sup>1</sup>	2017 % of total	2018 Growth <sup>2</sup>	2028 USDmn <sup>1</sup>	2028 % of total	2028 Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	5,443.3	3.3	2.9	7,098.3	3.4	2.4
Total contribution to GDP	11,258.0	6.8	1.1	14,967.3	7.1	2.8
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	320	2.8	3.0	399	3.0	1.9
Total contribution to employment <sup>4</sup>	679	6.0	0.9	848	6.5	2.1
Visitor exports	246.0	0.7	6.6	470.0	1.0	6.0
Domestic spending	7,689.7	4.7	2.6	9,989.1	4.8	2.4
Leisure spending	6,158.8	2.5	2.4	8,156.9	2.6	2.6
Business spending	1,776.9	0.7	3.8	2,302.1	0.7	2.2
Capital investment	1,805.8	2.5	-7.3	2,553.2	3.0	4.3

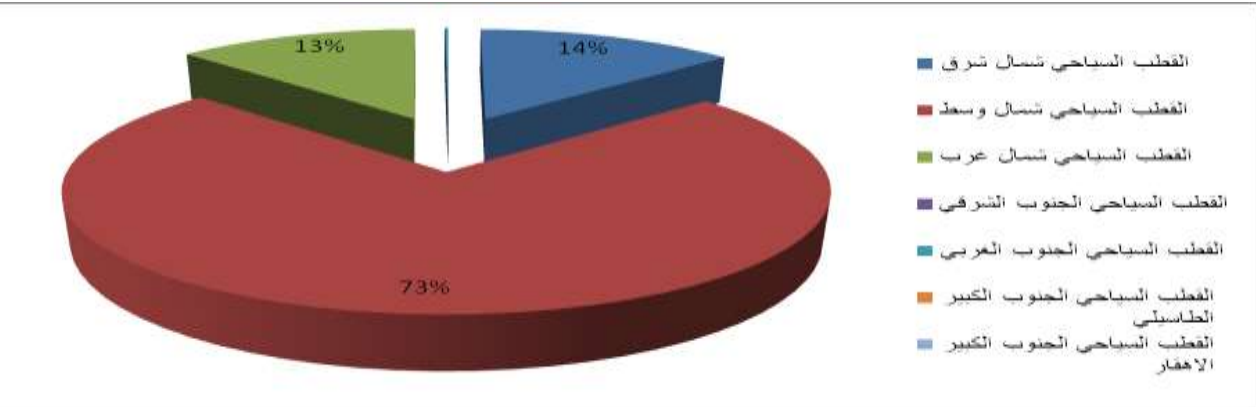
Source: World Travel & Tourism Council , Algeria :Travel & Tourism Economic Impact, Report 2018,p11.

الشكل رقم (5): الأهمية النسبية للمشاريع السياحية الفندقية حسب قدرة الإيواء وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 02.

الشكل رقم 06: الأهمية النسبية للمشاريع السياحية القرى السياحية حسب قدرة الإيواء وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 02.

الجدول رقم (1): ترتيب الجزائر ضمن مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر لسنة 2018

المؤشر	الترتيب العام من 136	التقييم العام من 7
مؤشر التنافسية لقطاع السياحة و الأسفار	118	2.93
بيئة الأعمال	115	3.6
السلامة و الأمن	81	5.3
الصحة و النظافة	89	4.9
الموارد البشرية	112	4.0
جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال	96	3.7
أولويات السياحة والسفر	131	2.8
الانفتاح الدولي	134	1.5

6.00	4	المنافسة السعرية في صناعة السياحة و الأسفار
3.7	106	البيئة المستدامة
2.1	100	البنية التحتية للنقل الجوي
2.5	105	البنية التحتية للنقل البري
2.1	131	البنية التحتية للسياحة
2.2	124	الموارد الطبيعية
2.1	53	الموارد الثقافية وسفر الأعمال

Source : World Economic Forum, The Travel Tourism Competitiveness, Report , 2018, p80-81.

الجدول رقم (2): أفاق المستقبلية للمشاريع الفنادق والقرى السياحية حسب طاقات الإيواء الخاصة بكل قطب سياحي

النسبة المئوية	عدد الاسرة	القرى السياحية	النسبة المئوية	عدد الاسرة	الاقطاب السياحية
%13.62	7378	03	%20.13	5965	القطب السياحي شمال شرق
%73.56	39849	11	%31.63	9295	القطب السياحي شمال وسط
%12.65	6852	04	%34.53	10146	القطب السياحي شمال غرب
00	00	00	%7.12	2092	القطب السياحي الجنوب الشرقي
%0.17	92	1	%5.15	1513	القطب السياحي الجنوب الغربي
0.00	00	00	%0.51	150	القطب السياحي الجنوب الكبير الطاسيلي
0.00	00	00	%0.77	225	القطب السياحي الجنوب الكبير الاهقار
%100	54171	19	%100	29386	المجموع

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المخطط

العملي، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 4، الجزائر، جانفي 2008، ص 16.

#### **IIV- الإحالات والمراجع :**

<sup>1</sup> World Travel & Tourism Council (2018), Algeria : Report Travel & Tourism Economic Impact p03.

<sup>2</sup> op , cit, p4.

<sup>3</sup> op , cit, p5.

<sup>4</sup> op , cit,p11.

<sup>5</sup> World Economic Forum ,The Travel Tourism Competitiveness, Report 2018,p81.

<sup>6</sup> ministère de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat ,politique gouvernementale dans le domaine de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat., septembre 2015,P1.

<sup>7</sup> وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة ، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب 1، الجزائر، جانفي 2008، ص 9.

<sup>8</sup> الكتاب 2، الحركيات الخمس وبرامج العمل السياحي ذات الأولوية، التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، SDAT 2025، وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة، ص 36-38.

<sup>9</sup> نفس المرجع السابق.

<sup>10</sup> المرجع نفسه، ص 50-51.

<sup>11</sup> المرجع نفسه، ص 57-58.

<sup>12</sup> الكتاب 3 ، الأقطاب السياحية السبعة للامتياز ، التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، SDAT 2025 ، وزارة تهيئة

الإقليم و البيئة والسياحة، ص 76-77.

<sup>13</sup> المرجع السابق، ص10.

<sup>14</sup> المرجع السابق، ص104-105.

<sup>15</sup> الكتاب الرابع -بتصرف- : تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المخطط العملي، التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية،

SDAT 2025 ، وزارة تهيئة الإقليم و البيئة والسياحة، بتصرف الباحث، ص30.

<sup>16</sup> الكتاب السادس، الخلاصة العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 وزارة تهيئة الإقليم والسياحة والصناعات التقليدية، ص25.