

القطاع السياحي في الجزائر بين تحديات الواقع ورهانات المستقبل

Le secteur du tourisme en Algérie entre les défis de la réalité et les paris pour l'avenir

نوال فرقش¹، باية ساعو²

Nawal forkoche¹, baya saou²

¹ جامعة أكلي محند أولحاج. البويرة (الجزائر)، البريد الإلكتروني: n.forkoche@univ-bouira.dz

² جامعة أكلي محند أولحاج. البويرة (الجزائر)، البريد الإلكتروني: b.saou@univ-bouira.dz

تاريخ النشر: 2022/12/15

تاريخ القبول: 2022/09/25

تاريخ الاستلام: 2022/08/31

ملخص:

تعد السياحة في العصر الحالي موردا هاما لكثير من الدول يتطلب الاهتمام به والقيام بتطويره وتنميته، ليصبح موردا مستداما تستفيد منه الأجيال المتعاقبة، وباعتبار الجزائر من البلدان التي تتوفر على مجموعة من المقومات الأساسية في الميدان السياحي، صارت تحرص على أن تتجه في الوقت الأخير وبكل عزم وثبات نحو تنمية قطاع السياحة والنهوض به وجعله يقارع الدول الرائدة في هذا المجال. لذا تأتي هذه الورقة البحثية للوقوف على واقع القطاع السياحي في الجزائر وإستراتيجية تنميته واستدامته أفاق 2025، حيث توصلت النتائج أنه وبالرغم من الإمكانيات والمقومات السياحية الهائلة والتي يمكن لها أن تكون مقصدا سياحيا عالميا، وبديلا إستراتيجيا لجزائر ما بعد المحروقات، إلى أنها تبقى غير مستغلة بشكل كاف ومدروس، نظرا لافتقاد الفعالية والنجاعة في السياسات أو الاستراتيجيات السياحية التي اعتمدها الجزائر سابقا.

وبناء عليه، تصبح ترقية صورة الجزائر في الأسواق السياحية العالمية وجعلها وجهة للسياح تستوجب عملا جادا وسنوات من الكد، حتى تزول الصورة القاتمة التي تظهر بها على المستوى الخارجي، وفي هذا السياق جاءت السياسة الجديدة في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2025 لتحسين وتنمية وجهة الجزائر السياحية وجعلها منطقة سياحية بامتياز، كلمات المفتاحية: سياحة، مقومات سياحية، الطلب السياحي، الآثار الاقتصادية للسياحة.

ABSTRACT:

Tourism in the current era is an important resource for many countries that require special attention and undertake its development and development, so that it becomes a sustainable resource that successive generations will be able to benefit from, and considering Algeria among the countries that have a set of basic ingredients in the field of tourism, they are ready to go at this moment and With determination and constancy towards the development of the tourism sector and its advancement and bringing it closer to the leading countries in this field.

Therefore, this article comes only to discover the reality of the tourism sector in Algeria and the strategy for its development and sustainability by 2025, where the results concluded that despite the enormous tourist potentials and the ingredients that can be a global tourist destination, and a strategic alternative to Algeria after hydrocarbons, it remains underutilized and considered, given the lack of effectiveness and efficiency in the tourism policies or strategies previously adopted by Algeria Consequently, revaluing the image of Algeria on the world tourism markets and making it a destination for tourists requires serious work and years of hard work, until the dark image that appears on the external plane disappears, and in this context the new policy has entered the framework of the Horizons 2025 tourism development master plan to improve and develop destination tourism Algeria and make it a tourist area par excellence,

Keywords: tourism, components of tourism, tourist demand, economic effects of tourism.

- المؤلف المرسل: باية ساعو، البريد الإلكتروني: b.saou@univ-bouira.dz

1. مقدمة:

لقد أصبحت السياحة في الوقت الراهن تعد من بين الأنشطة الاقتصادية الهامة التي تحرص أغلب دول العالم على تنميتها نظرا للأهمية والدور الكبير الذي تؤديه في اقتصاديات تلك الدول، هذه الأخيرة التي صارت تسخر كل الجهود والطاقات الممكنة لجذب أكبر قدر ممكن من السياح، باعتبارهم الحلقة الأهم في النشاط السياحي، والعنصر الذي تدور حوله كل تلك الجهود.

وتبعاً لذلك، أضحت الدول المتطورة تعني بتنمية أنشطتها السياحية وترقية درجة تنافسية قطاعها السياحية، وذلك عبر تهيئة مختلف الظروف التي تجعلها تتبوأ المراتب الأولى في جذب أكبر أفواج السياح وتحصيل أعلى المستويات من الدخل السياحي .

في المقابل، لا يزال القطاع السياحي في معظم البلدان النامية والأقل نمواً يترنح بين مشاكل عدة تعرقل مساره وتهدد دوره المفترض في تحقيق تنمية اقتصادية شاملة ومستدامة، والتي تستدعي إعادة النظر فيها، ليكون القطاع السياحي قادراً على الاضطلاع بالمهام المرجوة منه على أكمل وجه.

ولا يختلف حال الجزائر عن مثيلاتها من الدول النامية، حيث يبقى النشاط السياحي فيها ذو أداء فعلي ضعيف جداً، وذلك على الرغم من أنها تقع في السوق المتوسطي الذي يستقطب ما يفوق ثلث السوق السياحية العالمية، ومن أنها تزخر بإمكانيات سياحية هائلة يفترض أن تجعلها قبلة للسياح من كل أصقاع العالم.

ولهذا تسعى السلطات الجزائرية في السنوات الأخيرة جاهدة لتأهيل وعصرنة قطاعها السياحي للرفع من مستوى تنافسية هذا القطاع قدر المستطاع، وذلك من خلال إطلاقها لبرنامج شامل لتهيئة قطاع السياحة وتنميته ليكون البديل الأول الذي لا ينضب لمصدر الدخل الوحيد للبلاد والمتمثل في مداخيل قطاع المحروقات التي مألها إلى الزوال في يوم من أيام.

وانطلاقاً مما سبق، تتبادر لأذهاننا الإشكالية التي تتضمن السؤال الرئيسي الآتي:

ما هو واقع القطاع السياحي في الجزائر؟ وما هي الإستراتيجية السياحية التي أتى بها المخطط الوطني للتهيئة السياحية

آفاق 2025؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نقترح الفرضيات الآتية:

- الفرضية الأولى: يتطلب القطاع السياحي توفر جملة من المقومات الأساسية، والتي تشكل المادة الخام للقطاع السياحي.
- الفرضية الثانية: القطاع السياحي في الجزائر يعاني من مجموعة نقاط ضعف، تشكل في مجملها المعوقات والنقائص التي لها الأثر البالغ في الحد من فاعلية هذا القطاع في جذب السياح.
- الفرضية الثالثة: تحتاج الجزائر إلى تبني استراتيجية واضحة لتسويق مقوماتها السياحية وإيصال الصورة الحقيقية لجذب المستثمرين والسياح، وهو ما سعت إليه الدولة من خلال إطلاق برنامج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025.

- أهمية الدراسة:

تستمد الورقة البحثية أهميتها من ارتباطها بتشخيص حالة القطاع السياحي الجزائري الذي يعتبر في نظر الكثيرين المرشح الأول والبديل الاقتصادي الهام الذي من شأنه أن يعتلي عرش اقتصاد ما بعد البترول في البلاد، وذلك من خلال مساهمته المستقبلية

في دعم الدخل الوطني بشكل مباشر أو غير مباشر بإيرادات العملة الصعبة التي تكاد تكون منابعها الأخرى شبه مهملة إذا ما قورنت بقطاع المحروقات.

- أهداف الدراسة: تتمثل أهداف الورقة البحثية فيما يلي:

- إظهار وإبراز الإمكانيات والمقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر.

- تشخيص التحديات والمعوقات التي تواجهها الجزائر في تطوير القطاع السياحي.

- إبراز الجهود المبذولة من قبل الدولة لتطوير و تأهيل القطاع السياحي.

- منهجية الدراسة:

للإجابة على إشكالية هذه الورقة البحثية والتي تصب في محاولة تشخيص واقع السياحة الجزائرية والتحديات التي تواجهها، سنعمد المنهج الوصفي لاستعراض الإطار النظري للسياحة ، ثم نستخدم المنهج التحليلي لدراسة وتحليل بعض المؤشرات الاقتصادية مع استخدام المنهج المقارن كلما اقتضت الضرورة قصد المقارنة. ولعله من المناسب أن نبين في هذه الورقة البحثية محاور العمل الرئيسية والتي تتمثل فيما يلي:

- مفاهيم اساسية حول السياحة .

- مقومات الجذب السياحي في الجزائر.

- واقع السياحة والطلب السياحي في الجزائر.

- الجهود التسويقية للجزائر ضمن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية (2025).

2 - مفاهيم اساسية حول السياحة:

بدأت السياحة كمنشأ إنساني ضروري للحياة بداية بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها، مثل البحث عن المسكن أو الطعام والشراب أو الصيد أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي، لتصبح في الوقت الحاضر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم التي لها أبعادها وأهدافها التي تتطلب إحداث منتجات سياحية وتسويقها لجلب أكبر عدد ممكن من السياح.

وعلى أساس ذلك أصبح تفعيل دور النشاط السياحي في العديد من الدول ومن ضمنها الجزائر، يحتل مكانة لدى المهتمين بشؤون الاقتصاد، بحثا عن مصادر أخرى للدخل، لما لهذا القطاع من مساهمات فاعلة في اقتصاديات العديد من الدول.

1.2. مفهوم السياحة:

يعتبر لفظ السياحة من الألفاظ المعروفة في اللغة العربية، ففي المفهوم اللغوي نجد أن هذا المفهوم يعني التجوال والضرب في الأرض ومنه سيح الماء يعي جريانه. وقد ورد هذا اللفظ في القرآن الكريم في أكثر من موضع ومن ذلك قوله سبحانه وتعالى: " فسيحوا في الأرض أربعة أشهر " (التوبة، صفحة الآية 2).

أما اصطلاحا فيصعب إيجاد تعريف مضبوط لها، لكون هذه الكلمة لها مدلولات مختلفة حسب اختلاف الأفراد وتباين توجهاتهم، و الزاوية التي ينظرون من خلالها إلى هذا المفهوم، فعلى سبيل المثال تعرفها المنظمة العالمية للسياحة بأنها " أنشطة

المسافر إلى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة و لا تقل عن أربع وعشرون ساعة بغير انقطاع عن الراحة أو لأغراض آخر " (Williams, 2003, p3).

كما يعرفها الأستاذ "هونز كيتز" رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين بأنها "مجموع العلاقات التي تترتب على السفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة وطالما لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يجلب ربحاً لهذا الأجنبي" (كامل، 1994، ص11).

في حين عرفها جون ميشو وهو مسؤول في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي بأنها " نشاط يحتوي على عمليتي انتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكون السبب هو التسلية، التداوي، اجتماعات، زيارة المقدرات الدينية، تجمعات رياضية... الخ" (توفيق، 1997، ص22).

وعليه، يمكن اعتبار أن السياحة هي عبارة عن مجموع الأنشطة التي يقوم بها السائح خلال تجوله خارج البيئة المعتاد عليها، وذلك في مدة لا تزيد عن سنة ولا تقل عن 24 ساعة بقصد الراحة أو العمل، أو أغراض أخرى.

2.2. أنواع السياحة :

وتنقسم السياحة إلى عدة أنواع تختلف باختلاف المعايير المعتمدة في تصنيفها، ولعل من أهم هذه المعايير تصنيف السياحة حسب معيار الهدف من الرحلة، الذي يمكن إدراج تحته الأنواع الآتية:

أ - السياحة الثقافية، التي تتعلق بتعريف السائح بثقافة البلد والحضارات التي مرت عليها من حرف يدوية، تقاليد وعادات، فن عماري، اللغة... إلخ (سرحان، 2011، ص:32). وهناك أنواع أخرى لتقسيم هذا النوع من السياحة منها السياحة الشاطئية والصحراوية وسياحة المعارض والمهرجانات... إلخ.

ب - السياحة الدينية، حيث تكون من خلال قيام الفرد بالانتقال من مكان إقامته إلى الأماكن المقدسة أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري، حيث أن هذا النوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان فهي مزيج من التأمل الديني و الثقافي.

ج - السياحة العلاجية، التي هي سياحة لإمتاع النفس والجسد معاً بالعلاج، وتعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة ما تساهم في علاج الأفراد الذين يلجؤون إلى هذه المراكز.

د - السياحة الرياضية، التي يتم فيها التنقل من مكان لآخر لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الرياضات المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها (أحمد، 2010، ص:67)، ومثل هذه الأنواع نجد دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم المختلفة.

هـ - سياحة المؤتمرات، التي ترتبط بتوفر عوامل عدة منها اعتدال المناخ، ووجود الفنادق والقاعات المجهزة لعقد الاجتماعات والمطارات الدولية... إلخ.

و - سياحة التسوق، وهي سياحة تكون بغرض شراء منتجات بلد ما تسري عليها التخفيضات من أجل الجذب السياحي (حافظ، 2010، ص:223-227).

ويتطلب النشاط السياحي توفر جملة من الشروط الموضوعية والأساسية، والتي تشكل المادة الخام للنشاط السياحي، والتي تتمثل أساساً في المعطيات الجغرافية، التاريخية، المعمارية، الدينية، والصناعات التقليدية... إلخ، حيث تعتبر هذه المعطيات أو الموارد أساساً للنشاط السياحي، فبدونها لا وجود لذلك النشاط.

3. مقومات الجذب السياحي في الجزائر:

تتوفر الجزائر على طاقات سياحية لا نظير لها على مستوى حوض البحر الأبيض المتوسط، فهي تزخر بإمكانيات سياحية تتراوح فيها المكونات الجغرافية والتاريخية للبلاد، لتشكل مقاصد جذابة في الساحل، والوسط، وفي الجنوب الكبير.

1.3. المقومات السياحية الطبيعية، والتي تتمثل في:

أ - الشريط الساحلي، الذي هو عبارة عن شواطئ رملية تتوزع عن المدن الرئيسية للجزائر لتصل عدد البلديات الساحلية إلى 420 مدينة أهمها الجزائر العاصمة، تيبازة، القالة، عنابة، سكيكدة، بجاية، جيجل... إلخ. وقد كان يعرف عن الشريط الساحلي أن طوله يبلغ 1200 كلم وهو ذات الرقم الموروث عن الاستعمار الفرنسي، ليكتشف فيما بعد أن طول الساحل ليس بالـ 1200 كلم، بل تجاوزه بـ 422 كلم ليصبح 48.1622 كلم.

ب - المناطق الجبلية، التي تتمثل أساسا في سلسلة الأطلس التي تمتد من الشرق إلى الغرب، والتي توجد فيها أكبر قمة جبلية في الشمال "لالة خديجة"، بالإضافة إلى وجود سلسلة جبلية موازية للساحل بها مناظر خلابة وخصائص طبيعية كالكهوف ومن أهمها: مغارات أوقاس ببجاية، والمغارات العجيبة .

ج - الحمامات المعدنية، إذ تزخر الجزائر بحمامات معدنية طبيعية أثبتت التجارب العلمية أنها صالحة للعديد من الأمراض. وقد تم إحصاء 202 منبع للمياه المعدنية سنة 1982، حيث يسمح استغلالها بتوسيع العرض السياحي الجزائري، كما تم تدعيم هذه الحمامات بمراكز صحية وخدماتية يمكن الإعتماد عليها في بناء قاعدة متينة لسياحة حمامات معدنية، و يعد استعمال مياه هذه المنابع في الجزائر تقليدا يضرب بجذوره إلى عهد الرومان الذين اهتموا بالمصادر الحرارية و المعدنية فيها منذ آلاف السنين (tourisme).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الجزائر تملك 8 محطات معدنية ذات طابع وطني، مسيرة من قبل الشركة الجزائرية للحمامات المعدنية، وهي متعاقدة مع مختلف صناديق الضمان الاجتماعي المحلية، ذات مرافق استقبال، و معدات كافية، و إشراف طبي على يد أطباء مؤهلين وفق الأساليب العلمية لتقديم الرعاية الطبية للأفراد الذين يقصدونها، بالإضافة إلى مركز للعلاج بمياه البحر، وهو عبارة عن منشأة كبيرة تقع بمدينة سيدي فرج (30 كلم غرب العاصمة). يتردد عليها الآلاف من الجزائريين و الأجانب على مدار السنة للاستفادة من خدمات فريق طبي متخصص عالي الكفاءة (الأوسط، 31، جانفي 2007).

د - الصحراء، تعتبر الصحراء الجزائرية من أكبر الصحاري في العالم، حيث تتربع على ما يفوق 2 مليون كلم، أي ما يعادل أربع أخماس المساحة الكلية للبلاد، وهي غنية جدا بالشواهد الطبيعية والتاريخية التي تمثل الذاكرة المحفوظة للمنطقة.

هـ - الحضائر والمحميات الطبيعية، حيث أحصت مديرية البيئة والغابات 11 حظيرة عبر التراب الوطني تتميز بتنوعها البيولوجي وتعتبر مناطق جذب سياحي يوجد منها 8 في الشمال وواحدة في الهضاب وحظيرتين في الصحراء.

2.3. المقومات التاريخية والحضارية:

إن المعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر جعلتها مهدا للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي والإفريقي، فالمعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراققة وعظمة الحضارات المتعاقبة، من الأمازيغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية والرومانية وأخيرا الإسلامية، التي فرضت نفسها على التاريخ (المجلس، نوفمبر 2000).

وقد صنفت منظمة اليونسكو سبع مناطق أثرية في الجزائر ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي، وهي منطقة الطاسيلي وتيبازة وجميلة وتيمقاد ووادي ميزاب وحي القصبة وقلعة بني حماد، هذه الأخيرة التي تعد من المواقع الأثرية الهامة في التراث

التاريخي للجزائر، حيث تتوفر على آثار رومانية كالأسوار و القبور القديمة، وعلى آثار إسلامية، وأثار للدولة الحمادية ودولة الموحدين خلال فترة تواجدهم بهذه المنطقة.

فضلا عن ذلك، يشمل التراث الحضاري والثقافي للجزائر رصيذا هاما من المتاحف، منها المتحف الوطني سيرتا بقسنطينة الذي يعتبر من أقدم متاحف في الجزائر، متحف باردو الوطني الذي تعرض به حفريات عن أصل الشعوب، المتحف الوطني زبانة بمدينة وهران، المتحف الوطني للمجاهد الذي تتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية، المتحف الوطني للفنون الجميلة، المتحف الوطني للفنون الشعبية الذي يضم معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية، متحف تيمقاد بباتنة، ومتحف هيبيون الذي يتواجد بمدينة عنابة.

هذا بالإضافة إلى التراث التقليدي الجزائري الذي يعد بمثابة التغيرات الصادقة عن أنماط معيشة الجزائريين، فالصناعات التقليدية تختلف وتتنوع من منطقة لأخرى حسب العادات والتقاليد المختلفة التي ميزت هذه الجهات، وهو ما يجعل السياحة الثقافية أكثر انتعاشا خاصة في موسم الاصطياف.

3.3. المقومات المادية والمالية:

تتمثل الإمكانيات السياحية المادية في توفير طاقة فندقية باختلاف تصنيف وحداتها لتتناسب مع مختلف المستويات الاقتصادية للسائحين، إضافة إلى البنية التحتية كالطرق، المطارات، الموانئ، وشبكة الاتصالات، والتي تساهم في تدعيم كل القطاعات ومنها قطاع السياحة، وما يترتب على ذلك من استقطاب مزيد من السياح، وإطالة مدة إقامتهم بالبلد السياحي المضيف.

ويمكن إعطاء بعض الأرقام حول الإمكانيات المادية التي تحوزها الجزائر فيما يلي (عبد الرزاق موالي لخضر، بورحلي، 2016، ص:76).

-شبكة نقل بري بطول 1118306 كم وشبكة نقل بالسكة الحديدية بطول 4200 كم.

-53 مطار جوي و13 ميناء بحري.

-1184 فندق بطاقة استيعابية 92737 سرير.

-29 بنك ومؤسسة مالية موزعة في شكل فروع على المستوى الوطني.

هذا، ونشير إلى أن امتداد التراب الوطني الجزائري على رقعة جغرافية شاسعة مساحتها 2381741 كم²، شكل عائق دفع البلاد إلى مواجهة عجز واضح في شبكة وخدمات المنشآت القاعدية، وجعل تنمية البنية التحتية بها أمرا صعبا على مر فترات الحكم السابقة نظرا لما تتطلبه عملية التنمية من موارد مالية ضخمة ما كانت الجزائر لتستطيع إتاحتها في ظل أسعار المحروقات الهزيلة التي ميزت العشريات السابقة، وكذا بسبب تسرب نسبة عالية من هذه الإيرادات على تدعيم القوة الأمنية الردعية الداخلية وأيضا على محاولات إصلاح بعض ما طالته ودمرته الأعمال التخريبية. ولأن عملية تنمية وإنعاش هذه البنية تعتبر أكثر من واجب لدعم الاقتصاد الوطني، عملت السلطات الجزائرية في السنوات الأخيرة جاهدة على النهوض لترقية وتطوير شبكة البنى التحتية، وإكسابها ثوبا عصريا جذابا ومنافسا لنظيراتها في الدول الأخرى، وهو الأمر الذي تثبته المخصصات المالية الضخمة التي رصدت لهذا الهدف في برامج حكوماتها التنموية،

وفي نفس هذا الصدد تجدر الإشارة إلى أن الإمكانيات التي بحوزة القطاع السياحي في الجزائر ضعيفة للغاية ولا ترقى للمستوى المطلوب، خاصة إذا ما قورنت بما يملكه جيراننا التونسيون والمغاربة، وهذا ما جعل القدرة الاستيعابية للجزائر في مجال الجذب السياحي وتوفير الخدمات المختلفة للسياح جد منخفضة، وهي تقل عن المتوسط العالمي.

القطاع السياحي في الجزائر بين تحديات الواقع ورهانات المستقبل

فعلى سبيل المثال تمثل الطاقة الفندقية القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح إلى الدولة السياحية، وقد عرفت هذه الطاقات التي تتوفر عليها تطورات معتبرة، وهو ما يوضحه الجدول الموالي.

جدول 01 تطور قدرات استيعاب الفنادق بالجزائر خلال الفترة 2005-2014 (www.ons.dz)

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2013	2014
إجمالي عدد الأسرة	83895	84869	85000	85876	86383	92377	96497	98804	99605

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات الجزائر.

حيث يتضح من خلاله أن إمكانيات الجزائر من الهياكل الفندقية شهدت نموا مطردا ولكنه بطيء، إذ يلاحظ أن معدل النمو السنوي لعدد الأسرة لم يتعدى 2.14%، وهذا الاستقرار والثبات يرجع إلى عدم زيادة الهياكل الفندقية بالقدر الذي يعتبر كإستثمار يعول عليه من طرف الدولة في هذه الفترة، ومنه نستنتج عدم التطوير في طاقات الإيواء السياحي خلال السنوات 2005-2014، حيث تبقى طاقات الإيواء المنجزة لا تلبى احتياجات الطلب المحلي والأجنبي.

ومن جانب آخر تظهر نسبة الربط بالشبكات (الكهرباء، الغاز والكهرباء) ضمن النسب المرتفعة في الحوض المتوسط، حيث وصل الربط بالكهرباء إلى 98 بالمائة مع التزود بالطاقة الشمسية بالنسبة لسكان أقصى الجنوب في حدود مالي، النيجر وموريطانيا. كما وصلت نسبة الربط بالغاز الطبيعي إلى 60 بالمائة. في حين وصل الربط بالمياه الصالحة للشرب إلى 85 بالمائة، مما يجعل الجزائر من بين البلدان النادرة المسماة "بالجافة" التي تمكنت من معالجة مشكل المياه الصالحة للشرب على مدار عشرين سنة (Statement-of-Algeria-in-Ara، 17-20 أكتوبر 2016).

وفي مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية تمتاز الجزائر بتقديم خدمة محلية ودولية مقبولة، وعلى مستوى حسن من الكفاءة خاصة في شمال البلاد حيث ترتبط الجزائر بعدة كوابل تحت البحر، وبخطوط هرتزية مع فرنسا وإيطاليا وإسبانيا والمغرب وتونس، مع توفر عدد من المحطات الأرضية للاتصالات بالأقمار الصناعية عبر "نتلسات"، "انتر سبوتنيك" و"عربسات"، إضافة إلى 15 محطة أرضية محلية للاتصالات الداخلية، وقد دعمت هذه الشبكة في السنوات الأخيرة بخدمة المعلومات والربط التكنولوجي بشبكة الانترنت.

4. واقع السياحة والطلب السياحي في الجزائر:

إن الطلب عموما هو عبارة عن الكمية التي تنوي مجموعة من المستهلكين شرائها من منتج معين وبسعر محدد وفي زمن ومكان محدد. والطلب السياحي هو تعبير عن اتجاهات السائح لشراء منتج سياحي أو زيارة منطقة سياحية بذاتها، قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والقدرات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها السائح.

1.4. مميزات الطلب السياحي :

يتميز الطلب السياحي ببعض السمات والخصائص وهي:

أ. الحساسية: وتعني أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة اتجاه الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها السائدة في الدول المستقبلة للسياحة. فإن المد السياحي إلى هذه الوجهات سيتقلص بالضرورة ويمكن أن ينسحب منها تماما، لأن السائح بطبعه يبحث عن المتعة والترفيه وإشباع حاجياته ورغباته المختلفة في محيط بعيد عن المشاكل والقلق، يتسم بالهدوء، أي أن المناخ السياحي في الوجهات السياحية غير الملائم للتحركات والنشاطات السياحية قد يقتل الطلب السياحي عليها، حتى وإن كانت تتمتع بمقومات سياحية كبرى.

ب. الموسمية: يقصد بها اتجاه الطلب نحو الإرتفاع في فترات زمنية معينة في السنة، والإخفاض في فترات أخرى، فهي مرتبطة أساسا بالتغيرات في الظروف المناخية، والعوامل التنظيمية، والتقاليد السائدة داخل البلاد والمناطق المصدرة للسياح كالأعياد والمواسم الخاصة حيث يمكن أن يسجل أعلى مستوياته خلال هذه الفترات. ولذلك يجب دراسة هذه التراكمات على الطلب السياحي في كل سوق سياحي لكي تتمكن الدول المستقبلية للسياح أن تخطط لتنميتها السياحية على أساس متوازن وخاصة أنها قد تختلف من سوق سياحي لآخر.

ج. التوسع: فالمتبع لحركة السياحة في عالمنا المعاصر يلاحظ أنها ظاهرة في توسع مستمر نتيجة لظروف سياسية، وإقتصادية، وإجتماعية، وثقافية مختلفة. وإذا استثنينا تلك الفترات التي تشهد توترات أو كوارث طبيعية في البلدان المستضيفة فإن الطلب السياحي في نمو وزيادة مستمرة سنويا، وإن اختلفت معدلاته و تسارعاتها، فقد أصبحت السياحة من حقوق المواطنين البسطاء إضافة إلى الأثرياء منهم في المجتمعات المتقدمة.

د. المرونة، التي يقصد بها قابلية الطلب السياحي للتغيير و إبداء رد فعل نحو الظروف والمؤثرات السائدة في السوق السياحي الداخلي والخارجي، فالظروف والعوامل الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة لها الأثر البالغ في مستويات السياح الوافدة إليها، حيث يعتبر الطلب السياحي عالي المرونة اتجاه التغيير في الأسعار، ودخل الأفراد الباحثين عن تجارب سياحية. فكلما انخفضت هذه الأسعار اتجه الطلب إلى الإرتفاع والعكس صحيح أي كلما ارتفعت هذه الخدمات اتجه الطلب إلى الإخفاض.

هـ. المنافسة: عدم سيادة المنافسة الصافية أو احتكار القلة في السياحة في كثير من الحالات وخاصة الدول التي تمتلك آثار قديمة يصعب على الدول الأخرى منافستها في هذا المجال أو الدول التي تمتلك مقومات سياحية من صنع الخالق وهذا بدوره يصعب على الدول المنافسة إنتاج مثل هذه الخدمات وهذا ما يجعل المنافسة صعبة جدا (بوعموشة، 2011-2012، ص:33).

2.4. النشاط السياحي في الجزائر:

إذا عدنا إلى حالة الطلب السياحي في الجزائر، نجد تلك الأخيرة تسعى جاهدة منذ زمن طويل للتحويل من بلد مصدر للسياح إلى بلد مستقبل لهم، غير أن الأحداث المساوية التي شهدتها خلال فترة التسعينيات أعاقت بلوغ هذه الطموحات. وفي ضوء تحسن الوضع الأمني مع بداية سنوات 2000، بدأت السياحة الجزائرية تستعيد عافيتها نوعا ما وهو ما مكنتها من استقطاب سياح جدد، وهو ما يظهره الجدول الموالي:

جدول 02: تطور عدد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2000-2014 (عيساني، 2010، صفحة 103)

السنوات	السياح الأجانب	الجزائريين المقيمين بالخارج	المجموع
2000	175538	690446	865984
2001	196229	705187	988060
2002	251145	936915	901416
2003	304914	861373	1166287
2004	3685624	8651157	1233719
2005	441206	1001884	1443090
2006	478358	1159224	1637582
2007	511188	1231896	1743084
2008	556697	1215052	1771749
2009	655810	1255696	1911506

القطاع السياحي في الجزائر بين تحديات الواقع ورهانات المستقبل

2070496	1415509	654987	2010
2394887	1493245	901642	2011
2634056	1652101	981955	2012
2 732 731	1 768 578	964 153	2013
2 301 373	1 361 248	940 125	2014

المصدر: عيساني، 2010، صفحة 103.

وبالنسبة لتوزيع السياح الوافدين إلى الجزائر حسب جنسياتهم، فنجد استحواذ السياح الأجانب على أكبر نسبة من إجمالي عدد السياح. فقد بلغ سنة 2000 عدد السياح الأجانب 175538 سائح ثم ارتفع هذا العدد إلى 940125 سنة 2014، وهو ما يوضح مدى الحيوية والنشاط الذي عرفته حركة السياحة في الجزائر خلال الفترة المعنية. أما فيما يتعلق بتوزيع السياح الوافدين إلى الجزائر حسب جنسياتهم، فنجد استحواذ السياح الأوروبيون على أكبر نسبة من إجمالي عدد السياح نظرا لقرب المسافة ثم افريقيا ثم قارة اسيا وأخيرا أمريكا (جمال و داودي، 2019، ص: 19).

3.4. المؤشرات الاقتصادية للسياحة: وستقتصر في هذه الدراسة على المؤشرات الآتية:

أ. المساهمة المباشرة في الناتج المحلي: تشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10%، وبالنسبة للجزائر فإن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي تعد أقل بكثير من ذلك، حيث لم تتعدى نسبة مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي 1.6 % خلال الفترة 2008-2015 وهي نسبة ضئيلة جدا ، والسبب يعود إلى انخفاض حجم الإيرادات السياحية للبلاد والاعتماد على إيرادات قطاع المحروقات بشكل كلي (الدين، و السبت، ديسمبر 2017، ص: 65).

ب. المساهمة في التشغيل: تعد السياحة من بين أكبر القطاعات توفيراً لفرص العمل فهي صناعة كثيفة العمالة، وتساهم في خلق فرص عمل بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال القطاعات الداعمة للسياحة، والجدول التالي يوضح عدد العاملين في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة 2008-2014.

جدول 03: تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة 2008-2014 (السبتي و صحراوي، ديسمبر 2017، صفحة 65)

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
عدد العمال	182000	198000	213000	220000	224028	256775	261289

المصدر: السبت و صحراوي، ديسمبر 2017، صفحة 65.

وعليه، يمكن القول إن القطاع السياحي في الجزائر بالنسبة لنسبة حجم العمال التي يوفرها في المجموع العام يبقى غير كافيا وضعيفا من حيث قدرته في توفير فرص العمل، إلا أن هذا لا يمكنه إخفاء التطور الكبير الذي شهده القطاع من حيث عدد العمال.

ج. مساهمة قطاع السياحة في تحسين ميزان المدفوعات: تمثل السياحة أحد مصادر العملات الصعبة في ميزان المدفوعات. وتقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال تأثيرها على ميزان المدفوعات داخل الدولة من خلال حوصلة الإيرادات السياحية والإنفاق السياحي الناجمة عن النشاط السياحي الدولي، ويمثل الميزان السياحي قيدا مزدوجا لحركة السياحة الصادرة والواردة والتي يعبر عنها بالإيرادات السياحية التي تؤثر في الجانب الدائن من الميزان أما حركة السياحة الصادرة فتؤثر في الجانب

المدين له، والنشاط السياحي بصفة عامة يقوم على حركة سياحية مزدوجة ذهابا وإيابا بمعنى أن الدولة تكون مصدرة ومستوردة للسائحين في نفس الوقت.

وخلال الفترة 2000-2010، شهد ميزان المدفوعات السياحية عجزا دائما خلال فترة الدراسة، نظرا لضعف إيرادات السياحة مقارنة بمدفوعاتها، إذ سجل أكبر عجز لهذه الفترة بحوالي 186 مليون دولار أمريكي في عام 2005. إن هذا الارتفاع في حجم المدفوعات السياحية مقارنة بالإيرادات يرجع إلى ارتفاع السياحة الخارجية وذلك لعدة أسباب منها قلة المرافق السياحية وسوء تسييرها، وضعف مستوى الخدمات وكذا مقدميها.

4.4. نقاط ضعف القطاع السياحي في الجزائر: القطاع السياحي في الجزائر يعاني من مجموعة نقاط ضعف، تشكل في مجملها المعوقات و النقص التي لها الأثر البالغ في الحد من فاعلية هذا القطاع في جذب السائح الأجنبي ناهيك عن تحفيز السكان المحليين للدخول في تجارب سياحية، وقد تم حصر الكثير من تلك النقاط في العناصر الآتية:

- طاقات إيواء غير كافية وذات نوعية سيئة لا تستجيب للمعايير الدولية وبأسعار خيالية.
- نقص التأهيل والكفاءة لدى المستخدمين في القطاع السياحي.
- ضعف نوعية الخدمات السياحية وافتقار العديد من المناطق السياحية المهمة إلى خدمات النقل المتنوعة، وهذا لغياب المطارات الدولية وسوء الربط الجوي باتجاه الجنوب، والطرق المهترئة وغياب القطارات.
- عدم مواكبة العديد من القوانين الخاصة بالمنشآت السياحية والفندقية للتطور السريع للعصر الحديث، مما يتطلب تعديل هذه القوانين ووضع الصياغة التشريعية المناسبة التي تسمح بتطبيق هذه القوانين في القطاع السياحي.
- غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق بالنسبة لوكالات الأسفار، وهذا للنقص في التأهيل ومهنية المستخدمين وغياب مخطط للتكوين المستمر، وعدم وجود تنظيم لوكالات الأسفار وميثاق يحكم المهنة.
- ضعف تكنولوجيات الإعلام والاتصال في القطاع السياحي، وهذا لصعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاع السياحي.
- نقص البنوك والخدمات المالية، وعدم ملائمة وضع وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسياح، إضافة إلى القوانين التي لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج، وتعارض طريقة تمويل الاستثمار والنشاط السياحي مع طبيعة الاستثمار السياحي.
- غياب الأمن بشتى أنواعه (الأمن الصحي، الغذائي، الحماية....).
- العجز في تسويق وجهة الجزائر السياحية، وهذا لضعف الاتصال الداخلي والخارجي وضعف التعاون بين مختلف القطاعات والشركات في قطاع السياحة.
- تعدد وتضارب الاختصاصات بين وزارة السياحة والعديد من الوزارات الأخرى للموافقة على المشاريع السياحية، مما يؤدي إلى عرقلة المستثمرين.
- صعوبة الحصول على العقارات اللازمة لإقامة المشاريع السياحية
- ارتفاع معدلات الضريبة المفروضة على الفنادق والأنشطة السياحية الأخرى.
- عدم تحديد خريطة دقيقة لمناطق التوسع السياحي والمناطق ذات الأولوية في الاستثمار السياحي.
- صعوبة وتعدد العديد من الإجراءات للموافقة على طلبات المستثمر السياحي مما يؤدي إلى تعطل وإعاقة الاستثمار السياحي في العديد من المناطق السياحية.

5. الجهود التسويقية للجزائر ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2025):

نتيجة لتزايد المخاوف بشأن ندرة المخزون النفطي، شرعت السلطات الجزائرية في التفكير عن حلول بديلة لخلق ثروة جديدة يعتمد عليها الاقتصاد الوطني الذي يتشكل أساسا من عائدات المحروقات، فأعلنت خطة تطويرية لقطاع السياحة لجعلها بديلا حقيقيا لمصدر دخلها الوحيد، و التي جاءت كتنويع ناضج لمسار طويل من الأبحاث، والتحقيقات، والدراسات، والخبرات، والتشاور الواسع مع الفاعلين الوطنيين، والمحليين العموميين، والخواص.

وتعمل هذه الخطة على إبراز و شرح الرهانات الكبرى و اتجاهاتها في الجزائر على المدى الطويل (2025)، وبالتالي تحديد جميع الأدوات الكفيلة بتنفيذها، بحيث يتكون التقرير العام لها من خمسة عناوين، وذلك كما يلي (عامر، 2009-2010، ص: 135-137):

1.5. مخطط وجهة الجزائر:

فالجزائر تعاني اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية وأيضا من غياب الصورة والاستثمار السياحي، لذا عليها اختبار أوراقها القوية بغية تقوية صورتها، حيث تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة. وتبقى ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية لتصبح وجهة سياحية كاملة وتنافسية، تكون أبرز ملامحها الأصالة، الابتكار والتنوعية. وعليه يجب تعزيز جاذبية وجهة الجزائر بالتموقع بالصورة على مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها والفئات السكانية المستهدفة. ففي المرحلة الأولى يجب منح الأولوية للأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها مع حصر الفروع والمنتوج الواجب تطويره، كما يتعين تحديد الأهداف لهذه الأسواق.

2.5. الأقطاب السياحية للامتياز: والقطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والدورات السياحية، بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية، ويستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية، ومتعدد الأقطاب، يدمج المنطق الاجتماعي، الثقافي، الإقليمي، التجاري، مع الأخذ بعين الاعتبار توقعات طلبات السوق. وقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في هذا الإطار، سبعة أقطاب سياحية للامتياز هي:

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

- القطب السياحي للامتياز شمال غرب: ويحوي مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غيلزان.

- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق: وتندرج فيه كل من الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعية.

- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: توات، القرارة، طرق القصور، أدرار، تيميمون، بشار.

- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبرى: طاسيلي، إليزي، جانت.

- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبرى: أدرار، تمنراست.

ويتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل وفقا لقدراتها، حيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن، وهذا بتوفير منتوجات سياحية متعددة ومتنوعة (سياحة صحراوية، سياحة الاستجمام، سياحة علاجية وصحية). وستسمح هذه الأقطاب السياحية للامتياز ب بروز تنوع سياحي على كافة الإقليم وتستخدم كنقطة ارتكاز وكقاطرة للتطور السياحي. إن الهدف المتوقع من بناء هذه الأقطاب هو تحريك الدافع الذي يسهل الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني، عبر انشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع.

3.5. مخطط النوعية السياحية: لقد أصبحت النوعية اليوم مطلباً ضرورياً في الدول السياحية الكبرى، إنها الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني فهو يركز على التكوين والتعليم، كما يدرج تكنولوجيات الاعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم. والمخطط النوعي للسياحة يشمل:

- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي؛

- منح رؤية جديدة للمحترفين؛

- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية؛

- نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية.

4.5. مخطط الشراكة العمومية – الخاصة، فلا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي والخاص، ويمكن الحديث عن الشراكة العمومية-الخاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة للطلب الجماعي للمنتجات السياحية. فإذا كانت الدولة تمارس دوراً ضرورياً في المجال السياحي، خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت القاعدية كالمطارات والطرق، في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام وحفظ الأمن وتدير المتاحف والصروح التاريخية، فإن القطاع الخاص يضمن أساسيات استثمار الاستغلال السياحي، يثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه. وعلى هذا الأساس يسعى مخطط الشراكة العمومية-الخاصة، إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص، وذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي، وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية، لبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلاً.

6.5. مخطط تمويل السياحة: حيث أخذنا بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها صناعة ثقيلة تتطلب استثمارات ضخمة من جهة، وكونها ذات عوائد بطيئة من جهة أخرى، فإن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة جاء لمعالجة هذه المعادلة الصعبة، من خلال دعم ومرافقة الشريك المرقى أو المطور. أما عن محتوى مخطط تمويل السياحة، فالأمر يتعلق بـ:

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

- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية.

- التمديد في مدة القرض.

- الدعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع من خلال نظام مرافقة مالي، مساعدات

للتكوين، تشجيع شامل للنوعية، إنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية مثل إنشاء بنك الاستثمار السياحي.

6. الخاتمة:

لم تعد السياحة مجرد ذلك النشاط الإنساني البحت الذي يسعى من خلاله الإنسان للترفيه والاستجمام فقط، بل أصبحت محركاً ودعاماً للكثير من الاقتصاديات العالمية لما لها من دور هام في ضخ مداخيل عالية في الدخل الوطني الإجمالي للعديد من الدول.

وترتكز السياحة على مجموعة من المقومات تتراوح بين المقومات الطبيعية وهي التي تشكل الوعاء الأساسي للسياحة وكذلك المقومات التاريخية والحضارية بالإضافة إلى المقومات المادية والمالية لتوفير الخدمات الأساسية للسياح وتلبية احتياجاتهم المختلفة. وهو ما يثبت صحة الفرضية الأولى التي مفادها أن النشاط السياحي يتطلب توفر جملة من المقومات الأساسية، والتي تشكل المادة الخام للنشاط السياحي في أي بلد.

وفي الجزائر، وبالرغم من الإمكانيات والمقومات السياحية الهائلة والتي يمكن لها أن تكون مقصدا سياحيا عالميا، وبديلا إستراتيجيا لجزائر ما بعد المحروقات، إلى أنها تبقى غير مستغلة بشكل كاف ومدروس، نظرا لافتقار الفعالية والنجاعة في السياسات أو الاستراتيجيات السياحية التي اعتمدها الجزائر سابقا، وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية التي مفادها أن القطاع السياحي في الجزائر يعاني من مجموعة نقاط ضعف، تشكل في مجملها المعوقات والنقائص التي لها الأثر البالغ في الحد من فاعلية هذا القطاع في جذب السياح.

وبناء عليه، تصبح ترقية صورة الجزائر في الأسواق السياحية العالمية وجعلها وجهة للسياح تستوجب عملا جادا وسنوات من الكد، حتى تزول الصورة القاتمة التي تظهر بها على المستوى الخارجي، وفي هذا السياق جاءت السياسة الجديدة في إطار المخطط التوجيهي للهيئة السياحية أفاق 2025 لتحسين وتنمية وجهة الجزائر السياحية وجعلها منطقة سياحية بامتياز، وهو ما يثبت صحة الفرضية الثالثة التي مفادها أن الجزائر تحتاج إلى تبني استراتيجية واضحة لتسويق مقوماتها السياحية وإيصال الصورة الحقيقية لجذب المستثمرين والسياح، وهو ما سعت إليه الدولة من خلال إطلاق برنامج المخطط التوجيهي للهيئة السياحية أفاق 2025. وفي ضوء ذلك، نقدم أدناه مجموعة من الاقتراحات التي قد تمهد الطريق لإطلاق الإستراتيجيات والمخططات التسويقية التي من شأنها إبراز الجزائر كوجهة سياحية ذات قيمة ونوعية:

- تدريب وتكوين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي قصد تأدية مهامهم على أكمل وجه وبطريقة مهنية لجذب السياح والحفاظ على وفاءهم للوجهة الجزائرية.

- خلق نوع من الإعلام المتخصص في السياحة، لتركيز الجهود الترويجية على مختلف الأسواق المستهدفة.

- ضرورة الترويج للجزائر في المحافل العالمية وتنشيط دور البعثات والوفود الرسمية الجزائرية في مختلف بلدان العالم.

- دعم وتشجيع القطاعات التي تعكس الأصالة والثقافة كالصناعة التقليدية التي يمكن لها أن تكون ميزة تنافسية ونقطة جذب فعالة للطلب السياحي.

- إرساء ثقافة سياحية لدى المجتمع الجزائري لتشجيع السياحة وإيجاد توافق بين السواح المحليين و الأجنبي.

- الإستفادة من تجارب الدول الرائدة في المجال السياحي خاصة الدول المجاورة.

7. قائمة المصادر والمراجع:

- عبد الكريم حافظ. (2010). الإدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- ماهر عبد العزيز توفيق. (1997). صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن.
- منال شوقي عبد المعطي أحمد. (2010). دراسة في مدخل علم السياحة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر.
- محمود كامل. (1994). السياحة الحديثة، الهيئة المصرية للكتاب، مصر.
- نائل موسى محمود سرحان. (2011). مبادئ السياحة، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن.
- عامر عيساني. (2010-2009). الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير شعبية تسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر بباتنة.
- حميدة بوعموشة. (2012-2011). دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير في تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف.
- دقيش جمال. داودي عبد الفتاح. (2019). دراسة قياسية لمحددات الطلب السياحي في الجزائر خلال الفترة 1995-2016، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد: 08 العدد 03،
- صحراوي محمد تاج الدين. السبتي وسيلة. (2017). السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 02.

عبد الرزاق موالي لخضر. خالد بورحلي. (2016). متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري. المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 04.

المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي. (2000). مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16، نوفمبر 2000.

يومية الشرق الأوسط. (2007). الحمامات المعدنية بالجزائر...مقصد السياح في كل مكان، العدد 10291، السعودية، 31 جانفي 2007.

مداخلة معالي السيد عبد المجيد تبون، وزير السكن والعمران والمدينة أمام ندوة الأمم المتحدة للإسكان والتنمية الحضرية المستدامة (17-20 أكتوبر 2016، على الرابط: <file:///C:/Users/hpc/Downloads/Documents/Statement-of-Algeria-in-Arabic.pdf>

Stepfen, Williams. (2003). *Tourism ecography, first edition, United states.*

Tourisme thermal Algérie, une article: www.rahkala.net

- Arabic references in English:

Abdel, Karim Hafed. (2010). *Hotel and Tourism Management, Osama Publishing and Distribution House, Jordan.*

Maher, Abdel Aziz Tawfik. (1997). *Tourism Industry, Dar Zahran for Publishing and Distribution, Jordan.*

Manal, Shawqi Abdel Mottaleb Ahmed. (2010). *A Study in the Introduction to Tourism Science, Dar Al-Wafa for Printing and Publishing, Egypt.*

Mahmoud, Kamel. (1994). *Modern Tourism, The Egyptian Book Authority, Egypt.*

Nael, Moussa Mahmoud Serhan. (2011). *Principles of Tourism, Dar Ghaida for Publishing and Distribution, Jordan.*

Amer, Issani. (2009-2010). *The Economic Importance of Sustainable Tourism Development - The Case of Algeria, Ph.D. in Management Sciences, Department of Enterprise Management, Faculty of Economic Sciences and Management Sciences, University of Haj Lakhdar, Batna.*

Hamida, Bouamoucha. (2011-2012). *The Role of the Tourism Sector in Financing the National Economy to Achieve Sustainable Development - Case Study of Algeria, a Master's thesis submitted for the degree of Master in Economic Sciences and Management Sciences, specialization in International Economics and Sustainable Development, Farhat Abbas University, Setif.*

Dqish, Jamal. Daoudi Abdel Fattah. (2019). *A Quantitative Study of the Determinants of Tourism Demand in Algeria during the period 1995-2016, The Ijtihad Journal for Legal and Economic Studies, Volume: 08 Issue 03.*

Saharaoui, Mohamed Tajeddine. El Sbti Wassila. (2017). *Tourism in Algeria Between: Reality and Hope, Namaa Journal for Economics and Commerce, Issue 02.*

Abdel, Razzaq Mouali Lakhdar. Khalid Bourahli. (2016). *Requirements for the Development of the Tourism Sector in the Algerian Economy, The Algerian Journal of Economic Development, Issue 04.*

The National Economic and Social Council. (2000). *Contribution to Define the National Tourism Policy, Session 16, November 2000.*

Middle, East Newspaper. (2007). *Thermal Springs in Algeria... A Destination for Tourists Everywhere, Issue 10291, Saudi Arabia, January 31, 2007.*

Speech by His Excellency Mr. Abdelmajid Tebboune(2016), Minister of Housing, Urban Planning, and the City at the United Nations Conference on Housing and Sustainable Urban Development (October 17-20, 2016), <file:///C:/Users/hpc/Downloads/Documents/Statement-of-Algeria-in-Arabic.pdf>