

## التخطيط السياحي في الجزائر ودوره في بعث التنمية الاقتصادية

## Tourism Planning in Algeria and its Role in Stimulating Economic Development

شعشوع أحمد<sup>1</sup> \*، بوسالم أبو بكر<sup>2</sup><sup>1</sup> المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف – ميله-، chaachoua38@yahoo.com<sup>2</sup> المركز الجامعي نور البشير البيض، Bakeur87@yahoo.fr

النشر: 2021/05/31

القبول: 2020/12/18

الاستلام: 2020/11/26

**ملخص:** يعتبر التخطيط السياحي ضروري في عملية التنمية الاقتصادية، والذي يمكن من خلاله للدول خصوصا النامية من أن تواجه المنافسة في السوق السياحة الدولية، وبالتالي فإن تخطيط التنمية السياحية يعتبر جزءاً من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والذي يقتضي تضافر كافة الجهود خاصة الإدارات الحكومية بوضع مخطط للتنمية السياحية. وقد قمنا بهذا البحث للتعرف على أهمية التخطيط السياحي في بعث التنمية الاقتصادية وكانت الاستراتيجية التي تبنتها الدولة الجزائرية أفاق 2025، والتي تم من خلالها وضع جملة من التدابير على رأسها التحفيزات الجبائية والمالية وتقديم تسهيلات بخصوص العقار السياحي للخروج بقطاع السياحة وتأهيله ليصبح منافسا في السوق الدولية، وبديلا عن القطاعات الأخرى.

**الكلمات المفتاحية:** التخطيط السياحي، السياحة، التنمية الاقتصادية.

رموز jel: (O1، Z3).

**Abstract:** Tourism planning is considered necessary in the process of economic development, through which countries, especially developing countries, can face competition in the international tourism market. Therefore, tourism development planning is part of the economic and social development plan, which requires concerted efforts, especially government departments, to set a plan for tourism development. .

We did this research to find out the importance of tourism planning in the resurrection of economic development and the strategy adopted by the Algerian state was the horizon of 2025, through which a number of measures were put in place, on top of which are fiscal and financial incentives and providing facilities regarding the tourism property to exit the tourism sector and qualify it to become a competitor in the international market, And a substitute for other sectors.

**Key words:** tourism planning, tourism, economic development, national tourism strategy.

**(JEL) Classification :** (Z3 ، O1).

## 1. مقدمة:

كثير من الدول جعلت من قطاع السياحة حجر أساس اقتصادها الوطني فهو قادر على جلب مداخيل هامة من العملة الصعبة وامتصاص البطالة وترقية مناطق بأكملها، وله دور أساسي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية الوطنية والمحلية، وتعتبر المقومات الطبيعية والمادية التي تزخر بها أي دولة أحد مصادر الجذب السياحي.

ويعتبر قطاع السياحة في الجزائر من بين أهم القطاعات التي تعول عليه الدولة في بناء الاقتصاد وذلك لما يميزه عن باقي القطاعات في جلب للعملة الصعبة من جهة، ومن جهة أخرى أن الجزائر منطقة سياحية بامتياز نظرا لموقعها الجغرافي حيث تحتل محورا مركزيا في المغرب العربي وأفريقيا والبحر الأبيض المتوسط، كما أن الجزائر زاخرة بثرواتها ومناظرها المتنوعة، فنجد فيها الجبال الشاهقة والهضاب العليا الفسيحة والسهول والصحاري التي تمثل 80% من المساحة الإجمالية للجزائر، بالإضافة إلى السواحل البحرية الممتدة على طول حوالي 1200 كلم، كما أنها تحوي على العديد من المنابع المعدنية (202 منبع معدني) والحضائر السياحية الوطنية، كما أنها تتميز بتنوع حضاراتها ومواقعها الأثرية التي تمثل حضارات مختلفة مرت على الجزائر عبر حقبة زمنية طويلة تركت أثارا ثقافية واجتماعية فنجد الحضارة الرومانية، البربرية والعربية الإسلامية، كل هذا يجعل من الجزائر قطبا سياحيا للأجانب ومناخا ملائما للاستثمار في هذا القطاع.

لأجل كل هذا لابد من استغلال هذه الثروة من خلال التخطيط لبناء صناعة سياحية ترقى للمنافسة العالمية وتشارك القطاعات الأخرى في تحسين الاقتصاد الوطني.

## 1.1 الإشكالية:

من خلال هذه الورقة البحثية سنحاول الاقتراب أكثر من الأبعاد المختلفة المرتبطة بالتخطيط السياحي في الجزائر ودوره في بعث التنمية الاقتصادية وذلك من خلال طرح الإشكالية التالية:

هل يمكن الاعتماد على التخطيط السياحي في بعث التنمية الاقتصادية في الجزائر؟

## 1.2 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلي:

- عرض المفاهيم المتعلقة بالتخطيط السياحي؛
- معرفة الاستراتيجية السياحية في الجزائر؛
- اسهامات قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر؛

## 1.3 تقسيمات الدراسة:

للإجابة على هذا التساؤل سنقوم بتقسيم هذه المداخلة إلى ثلاثة محاور أساسية والمتمثلة في ما يلي:

- ✓ المحور الأول : مفاهيم عامة حول السياحة والتخطيط السياحي.
  - ✓ المحور الثاني : الاستراتيجية السياحية في الجزائر.
  - ✓ المحور الثالث : اسهامات قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر.
2. مفاهيم عامة حول السياحة والتخطيط السياحي:

سنقوم في هذا المحور بالإحاطة بجميع الجوانب الخاصة بالتخطيط السياحي من خلال التطرق إلى المصطلحات ذات صلة بالسياحة.

## 1.2 مفهوم السياحة:

يعود مفهوم السياحة tour المشتقة من الكلمة اللاتينية torno، وفي سنة 1943 ولأول مرة استخدم المصطلح tourisme ليدل على السفر أو التجوال من مكان لآخر. (خالد مقابلة، 1999)

1.1.2 تعريف السياحة: اختلف العلماء والباحثين حول تعريف موحد شامل للسياحة فنجد مجموعة من التعريفات أهمها:

أ. عرفها العالم الألماني "R.Gayer Fuller عام 1905" كما يلي: "السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا التي تتبثق عن الحاجة المتزايدة إلى الراحة والاستجمام وتغيير الجو، وإلى الإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة وهي ثمرة تقدم وسائل النقل" (عمر، 2010، ص9).

ب. تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة: السياحة اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السائح (غرابية، 2012، ص 102).

ت. وفي تعريف آخر: السياحة هي حركة يؤديها الفرد أو مجموعة من الأفراد، بغرض الانتقال من مكان لآخر لأسباب اجتماعية أو للترفيه أو لقضاء الإجازات، أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات، أو للعلاج والاستشفاء وليس بغرض العمل أو الإقامة الدائمة ولا يدخل في السياحة الهجرة من بلد إلى بلد أو حتى للعمل المؤقت، أو أعضاء السلك الدبلوماسي (عزوزي، 2014، ص 3).

والملاحظ من التعريفات السابقة أنها جميعها أشارت إلى السياحة من الناحية الاجتماعية والثقافية وإهمال الجانب الاقتصاد للسياحة، لذلك سنتطرق إلى تعريفات أخرى تخص الجانب الاقتصادي منها (قسيمة، 2008، ص 10):

السياحة هي صناعة ونشاط انساني اقتصادي قبل أن تكون كيانا شاخصا ملموسا، فصناعة السياحة توصف بصناعة اللاملموس (Intangible Industry)، في عالم ملموس (Trangible World) فهي صناعة خدمية من الطراز الأول وصناعة فن التعامل الإنساني والترفيهي مع أولئك المنفعين من خدماتها والقائمين على تقديمها على السواء؛

من التعريف السابقة نستنتج أن السياحة هي عبارة عن صناعة لامادية تعتمد على المقومات السياحية لجلب السياح الأجانب وبذلك تتحول من نشاط ثقافي اجتماعي المتمثل في التعريف بالحضارات وعرض الصناعات التقليدية، إلى نشاط صناعي وذلك لأنه يقوم بتسويق المنتجات السياحية والحصول على العملة الصعبة من وراء هذا التسويق؛

## 2.1.2. خصائص السياحة: تتمتع السياحة بمجموعة من الخصائص نذكر منها (رشيد، 2017، ص 4):

أ. أنها من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة؛

ب. نطاق المنافسة التي يتحرك فيه القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، لهذا فهو أيضا يتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية؛

ت. مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بني أساسية وخدمات تكميلية؛

- ث. السوق المستهدف لقطاع السياحة هو سوق متنوع الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدول الأخرى؛
- ج. كل فئات المجتمع تساهم في تشكيل الطابع أو الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة، لأنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة؛
- ح. أثر هذا القطاع على القطاعات الأخرى يأخذ طابع تأثير المضاعف، أي أن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة؛
- خ. عدم إمكانية احتكار المقومات السياحية في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات السياحية النادرة، إضافة إلى صعوبة القيام بإنتاج سلع سياحية بديلة؛....
- 2.1.3. اسهامات السياحة في التنمية الاقتصادية:** للسياحة مجموعة من الاسهامات نذكر منها (الهادي، 2017، ص 81):
- أ. تعزيز النمو الاقتصادي، وتوسيع قاعدة الاقتصاد الوطني وتنويعه.
- ب. خفض البطالة عبر إيجاد فرص عمل حقيقية ووافرة للمواطنين.
- ت. تحسين الوضع المعيشي للمواطنين من خلال تحفيز قيام المشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- ث. تحد من تزايد الهجرة نحو المدن الكبرى.
- ج. تعزز قطاعات الخدمات المساندة.
- ح. تسهم في تطوير المناطق النائية والأقل نموا من خلال جذب البنية التحتية والاستثمارات و المشروعات التنموية.
- خ. تحد من تسرب الدخول والنقد إلى الخارج.
- د. تعمل على تحفيز استثمارات القطاع الخاص من خلال استقطاب المدخرات المحلية للاستثمارات السياحية، وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.
- ذ. تدعم الأمن الوطني الشامل من خلال تعزيز الاقتصاد ورفع معدلات التوظيف.
- ر. تسهم في تحفيز العناية بالتراث الوطني وإبراز الثقافات المحلية المتنوعة.
- ز. تعزز الانتماء الوطني خاصة لدى الشباب والناشئة من خلال برنامج الرحلات السياحية والتنقل بين المناطق.

## 2.2. مفهوم التخطيط السياحي:

برز مفهوم التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنسيق والتلاؤم بين مختلف القطاعات المرتبطة بالسياحة وإيجاد التوازن المطلوب على قاعدة الموارد المحدودة وتعظيم الآثار الإيجابية للتنمية السياحية، مع العمل على تخفيف آثارها السلبية. فتتمية المناطق السياحية وتهيئتها للطلب السياحي تتطلب تخطيطاً شاملاً للقطاعات الاقتصادية المختلفة بهذه المناطق، وضرورة التنسيق بينها، مع ضرورة الأخذ في الاعتبار الآثار الإيجابية والسلبية للتنمية، والبحث عن أنسب الحلول لمعالجة السالب فيها (قسيمة ك.، 2010، ص 133).

**1.2.2. تعريف التخطيط السياحي:** يعرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة، ويقتضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنتظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية (هرمز، 2006، ص 14).

والتخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن وتحقيق أقصى درجات المنفعة الممكنة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود ومنع حدوث أي نتائج وأثار سلبية ناجمة عنه.

**2.2.2. أهمية التخطيط السياحي وأهدافه:** يلعب التخطيط السياحي دورا بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي، وذلك لكونه منهج علمي لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره فهو يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تستهلكها مما يسهل عملها ويوفر كثيرا من الجهد الضائع.

كما أن التخطيط السياحي يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي وتنسيق عملها، ويقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة، مما يساعد على إنجاز الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط.

لهذا فإن التخطيط السياحي يتأثر بالتقلبات السياسية والاجتماعية والطبيعية أكثر من تأثره بعوامل الإنتاج والقوى الاقتصادية المختلفة.

ومن أهم المزايا والفوائد التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي على كل المستويات نذكر ما يلي (الهادي، 2017، ص 84 85):

- أ. يساعد التخطيط للتنمية السياحية على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.
- ب. يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.
- ت. يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها.
- ث. يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات، ويضعها تحت يد طالبيها.
- ج. يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع. كما يقلل من سلبيات السياحة.
- ح. يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتخلفة سياحيا.
- خ. يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط.
- د. يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط. والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.
- ولقد أثبتت العديد من التجارب في العديد من دول العالم أنه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السياحي السليم والمناسب، ويمكن لهذه العائدات أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناصح الذي يسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها (مريخي، 2010، ص 21):
- أ. تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى وكذلك رسم السياسات السياحية ووضع إجراءات تنفيذها.
- ب. ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية.
- ت. تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية أينما كان ذلك ضروريا.
- ث. مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن.
- ج. الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية وحماية النادر منها.

- ح. صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية.
- خ. تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بشكل مطلوب في المناطق السياحية.
- د. المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.
- ذ. توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية.
- ر. تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.
- ز. التأكيد على التنمية المستدامة التي تتصف بأنها تستوعب الأجيال الحاضرة و الأجيال القادمة وتأخذ في الحسبان الظروف الثقافية والاقتصادية معاً، وحق هذه الأجيال في التمتع بالتراث الحضاري الوطني.
- 3.2.2. خصائص التخطيط السياحي الجيد:** يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي Tourist Product وكذلك على عمليات الترويج والتسويق بأسلوب يحقق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئة ضمن إطار التنمية السياحية الشاملة والمستدامة، والتخطيط السياحي الجيد لا بد أن تتوفر فيه كذلك عدة مواصفات أخرى أهمها (هرمز، 2006، ص 16 17):
- أ. تخطيط مرن Flexible مستمر Continuous وتدرجي Incremental يتقبل إجراء أي تعديل إذا ما تطلب الأمر بناء على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة.
- ب. تخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية السكانية، ... الخ.
- ت. تخطيط تكاملي، تعامل فيه السياحة على أنها نظام متكامل، حيث كل جزء مكمل للأجزاء الأخرى، وكل عنصر يؤثر ويتأثر ببقية العناصر.
- ث. تخطيط مجتمعي، بمعنى أنه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المختلفة.
- ج. تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية، ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنة.
- ح. تخطيط واقعي وقابل للتنفيذ، أي أن لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية.
- خ. تخطيط مرحلي منظم، يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات المتتابعة والمتسلسلة.
- د. تخطيط يتعامل مع السياحة على أنها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة، ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها.



4.2.2. المستويات المكانية للتخطيط السياحي: تتعدد المستويات المكانية للتخطيط السياحي، ولكن بشكل عام يمكن الحديث عن أربعة مستويات رئيسية هي (بوزيان، 2014):

أ. التخطيط السياحي على المستوى المحلي: يكون التخطيط السياحي في هذا المستوى المكاني متخصصاً وتفصيلاً أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى، وعادة يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة منها:

❖ التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنشآت النوم.

❖ الخدمات والتسهيلات السياحية.

❖ مناطق وعناصر الجذب السياحي.

❖ شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمتنزهات والمحميات.

❖ نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.

تسبق كثير من خطط التنمية في هذا المستوى المكاني بدراسات جدوى اقتصادية أولية وكذلك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية، وكذلك تقييم لبرامج التنمية والهيكل الإدارية والمالية المناسبة للتنفيذ، وأيضاً قواعد التنظيم المكاني والتصميم الهندسي، وتشمل مثل هذه الدراسات كذلك على تحليل حركة الزوار وتوصيات متعلقة بذلك.

ب. التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي: يركز التخطيط السياحي في مستواه الإقليمي على جوانب عديدة منها على سبيل المثال لا الحصر:

❖ بوابات العبور الإقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات إقليمية ودولية بأنواعها.

❖ منشآت النوم بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الأخرى.

❖ السياسات السياحية والاستثمارية والتشريعية وهيكل التنظيم السياحية الإقليمية.

❖ برامج الترويج والتسويق السياحي.

❖ برامج التدريب والتعليم، والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، إلى جانب تحليل الآثار والمردودات.

❖ مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع.

ث. التخطيط السياحي على المستوى الوطني: يغطي التخطيط السياحي في هذا المستوى جميع الجوانب التي يغطيها في المستوى الإقليمي ولكن بشكل أقل تخصصاً وتفصيلاً وعلى مستوى القطر أو الدولة بجميع أقاليمها ومناطقها.

**ج. التخطيط السياحي على المستوى الدولي:** تقتصر عمليات التخطيط السياحي في هذا المستوى على خدمات النقل وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول، كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوربي، ويشمل هذا التخطيط كذلك تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافياً في عدة دول متجاورة، كما هو الحال في جبال الألب في القارة الأوروبية. إلى جانب ذلك هناك التخطيط السياحي بين عدة دول في مجالات الترويج والتسويق السياحي. والجدير بالذكر أن المنظمات والهيئات السياحية الدولية مثل: منظمة السياحة العالمية غالباً ما تشارك في مثل هذا النوع من التخطيط وأحياناً تقديم الدعم المادي والمعنوي الكامل في هذا المجال.

### 3. الاستراتيجية السياحية في الجزائر:

تبنت الحكومة الجزائرية إستراتيجية وطنية لتطوير السياحة ببلادنا والتي تتم عن إرادة سياسية قوية للنهوض بهذا القطاع الذي ظل لعقود متتالية حبيس النشاط الحرفي الجوّاري دون توليه السلطات أي اعتبار ليندرج تصنيفه من حيث الأهمية الى مؤخرة الاهتمامات القطاعية.

#### 1.3. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، ويعد هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لآفاق 2025 وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، ولتحقيق القفزة المطلوبة وجعل السياحة أولوية وطنية للدولة، يجب النظر إليها على أنها لم تعد خياراً بل أصبحت ضرورة، لأنها تشكل مورداً بديلاً للمحروقات.

#### 1.1.3 أهداف الإستراتيجية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: جاءت الاستراتيجية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بالأهداف التالية (عبدالقادر، 2013):

أ. توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى (مثل الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات الصناعية، التشغيل)؛

ب. تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي، والاستثمار؛

ت. التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية؛

ث. تثمين التراث الثقافي، التاريخي والشعائري، كون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فان استراتيجيات

السياحة المتواصلة، عليها احترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية؛

ج. التحسين الدائم لصورة الجزائر: بحيث يرمي البرنامج إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية؛

2.1.3. مجالات وآليات تنمية القطاع السياحي ضمن إستراتيجية السياحة في الجزائر: لقد تم في مطلع سنة 2000 صياغة إستراتيجية حول تطوير قطاع السياحة لآفاق 2013 في شكل وثيقة تحت عنوان : مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010، أدخلت على هذا الأخير بعض التعديلات بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي، قصد إعطاء الديناميكية لقطاع السياحة من خلال:

أ. تحديد الاختيارات المستقبلية من أجل تثمين عقلائي للإمكانات التي تزخر بها البلاد وتفعيلها لتصبح الجزائر مقصدا سياحيا؛

ب. تحديد الأهداف النوعية والكيفية المنتظرة في آفاق 2013؛

ت. تحديد التدابير والأدوات المعتمدة لتنفيذ البرامج المسطرة بهدف الشروع في إنشاء صناعة سياحية مستقلة؛

هذا التصور يستمد محتواه من المبادئ والاختيارات الأساسية التي جاء بها القانون رقم 01-03 والمتعلق بالتنمية السياحية، مناطق التوسع السياحي واستعمال الشواطئ لأغراض السياحة.

3.1.3. المنتوجات السياحية الواجب تميمتها للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر: إن تطوير وتنويع

المعروض السياحي وتنمية نشاطات سياحة جديدة يمثلان اختيارات إستراتيجية من أجل:

أ. إدماج الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة؛

ب. تلبية حاجيات المواطنين في مجال السياحة والاستحمام والترفيه والتي تعرف سنويا ارتفاعا متزايدا بسبب تحسن المستوى المعيشي والنمو الديموغرافي؛

ت. التطوير المنسجم والمستدام والمتوازن للنشاطات السياحية؛

ث. تثمين التراث السياحي الوطني؛

4.1.3. الفروع السياحية المطلوب تطويرها: وتتمثل في ما يلي (الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار،

:2017)

أ. الفنادق، المطاعم، المنتجات؛

ب. الحمامات المعدنية؛

ت. السياحة الساحلية؛

ث. السياحة الجبلية؛

ج. السياحة الصحراوية؛

ح. تطوير وتنويع المنتجات السياحية؛

خ. تطوير الجودة، العلامة التجارية، منح العلامات؛

4. اسهامات قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر:

قمنا من خلال هذا الجزء من الدراسة إلى التطرق إلى واقع قطاع السياحة في الجزائر، وقمنا بسرد مجموعة من الاحصائيات والمتمثلة في عدد المشاريع الاستثمارية في قطاع السياحة، تطور العمالة في القطاع السياحي، حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام، تطور ميزان المدفوعات الجزائري لقطاع السياحة.....

1.4. حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

تشير إحصائيات مجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تصل إلى 10%، وبالنسبة للجزائر فإن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي تعد ضعيفة جدا كما تتضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم (01): نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي (2000-2017)

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
المساهمة (%)	3.14	3.24	3.33	3.40	3.64	3.88	3.30	3.23	3.11
السنة	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
المساهمة (%)	3.66	3.40	3.29	3.33	3.55	3.26	3.54	3.6	3.6

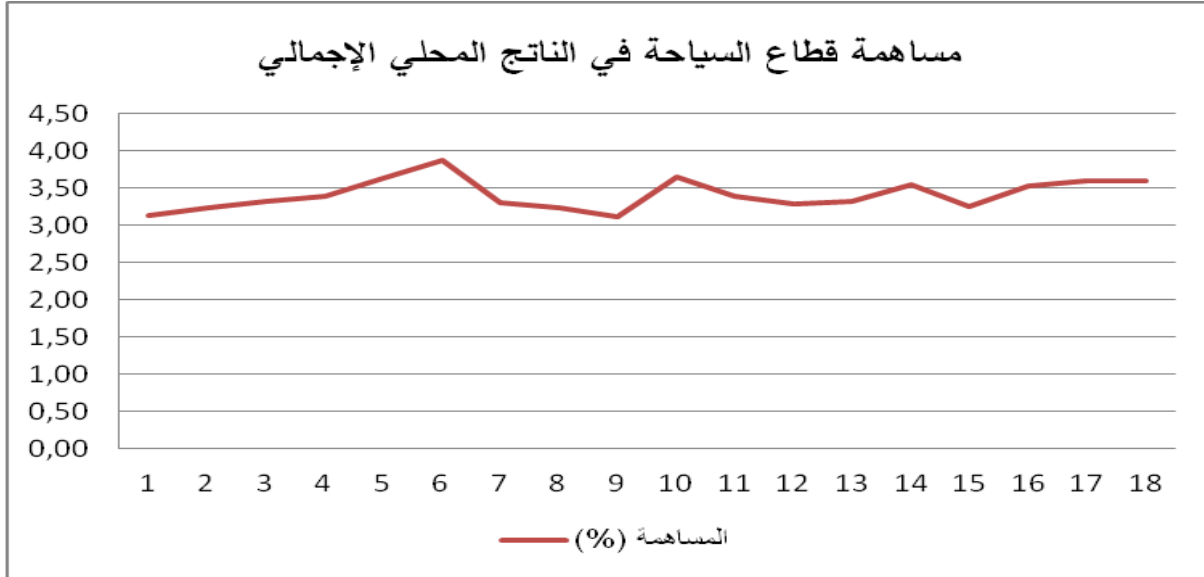
المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على تقارير المجلس العالمي للسياحة والسفر، على الموقع

<https://www.wttc.org/-/.../reports/.../regions%202016/world2016.p>

يتضح من الجدول السابق بأن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي متدنية جدا ولم تتجاوز 3.88% كحد أقصى خلال طول هذه الفترة، حيث كانت المساهمة في أدنى مستوى لها سنة 2008 بنسبة 3.11% و يعود هذا الانخفاض نتيجة الأزمة المالية التي ساهمت في ضعف تدفقات رؤوس الأموال الدولية،

كما عرفت نوع من التحسن في سنة 2009 ليلبلغ 3.66% ثم عرف بعد ذلك نسب متفاوتة حتى سنة 2016 و2017 ليستقر عند نسبة 3.6%.

الشكل رقم (01): مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (2000-2017)



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (01)

يبين لنا الشكل رقم (01) ضعف أداء القطاع السياحي ومحدودية مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي هذا الضعف يعود أساساً إلى عدم تنمية هذا القطاع اقتصادياً منذ الاستقلال، ويرجع ذلك إلى طبيعة النموذج الاقتصادي حيث أن الدولة لم تعطي أولوية للقطاع السياحي ضمن مخططات التنمية.

#### 2.4. مساهمة قطاع السياحة في توفير مناصب العمل:

أما فيما يخص مساهمة الاستثمار السياحي في تشغيل اليد العاملة، الجدول الآتي يوضح عدد مناصب الشغل التي تساهم بها السياحة بصفة عامة من سنة 2005 إلى غاية 2017.

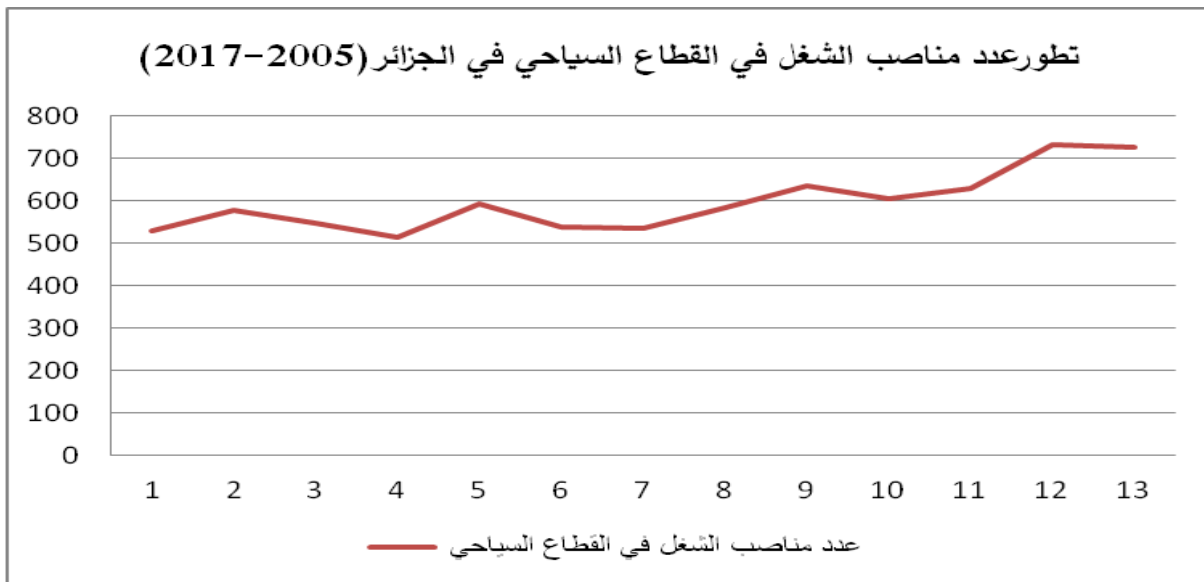
## الجدول (02): تطور عدد مناصب الشغل في القطاع السياحي في الجزائر من 2005-2017.

السنة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
المناصب المباشرة	258.2	239	225.4	227.7	269.2	254.1	266.6	292.2	321.4	305.9	327.3	346.5	355
العدد الإجمالي	528	576.3	546.2	515	593.2	539.4	535.4	583	634.5	604.4	628.3	731.5	725

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على الموقع الالكتروني

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/.../WDI-2017-web.pdf>

## الشكل رقم (02): تطور عدد مناصب الشغل في القطاع السياحي في الجزائر (2005-2017)



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (02).

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن عدد مناصب الشغل التي يوفرها قطاع السياحة بصفة مباشرة أو بصفة غير مباشرة في تزايد مستمر، حيث أنه قدرت عدد اليد العاملة بصفة مباشرة سنة 2017 حوالي 355 ألف عامل مقارنة بسنة 2016 حيث قدرت عدد اليد العاملة بصفة مباشرة 346.5 ألف عامل، بنسبة زيادة قدرها 0.2% من إجمالي العمالة بصفة مباشرة.

بينما قدرت المساهمة الإجمالية لقطاع السياحة في توفير مناصب عمل لسنة 2017 بقيمة 725 ألف عامل لينخفض بنسبة 0.9% مقارنة بسنة 2016 حيث بلغ إجمالي قطاع السياحة في توفير مناصب شغل 731.5 ألف عامل. إلا أن هذه المساهمة هي ضئيلة مقارنة بما تملكه الجزائر من مقومات سياحية.

### 3.4. مساهمة السياحة في إيرادات الدولة:

المؤشر الأخر الذي يؤكد على تطور قطاع السياحة هو حجم الإيرادات السياحية السنوية التي تقدمها السياحة إلى اقتصاد البلد، كما تعمل من خلال عائداتها على توفير العملات الصعبة، التي ينجم عنها تحسين مستوى المعيشة ونوعية الحياة للمجتمع المحلي ودعم التنمية الشاملة على المستوى الوطني والمحلي (رشيد، 2017، ص 12)، و الجدول الآتي يوضح إيرادات السياحة و نسب مساهمتها في الدخل الإجمالي الخام في الجزائر.

الجدول (03): إيرادات ونفقات السياحة في ميزان المدفوعات 2010 إلى 2015.

	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
إيرادات	3 457.4	3 532.3	3 986	3765.6	3 909.8	3 613	خدمات السياحة
نفقات	10 966	11 702.7	10 668.6	10 802.9	11 972.2	11 856.1	
رصيد	-78.65	-8 170.4	-6 682.6	-7 037.3	-8 062.4	-8 243.1	
إيرادات	303.7	258.3	230.3	196.4	208.3	219.1	منه أسفار
نفقات	676.7	612.1	410.2	427.8	501.7	574.3	
رصيد	-373	-353.8	-179.9	-231.4	-293.4	-355.2	

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام نتائج 2013-2015.

من الجدول نلاحظ أن النفقات الخاصة بخدمات السياحة والأسفار أكبر من إيراداتها خاصة في السنوات الأخيرة هذا راجع إلى إعادة بعث السياحة من جديد من خلال تجديد جميع البني التحتية الخاصة بالقطاع السياحي، وهذا يدخل ضمن استراتيجية السياحة في الجزائر أفاق 2025.

## 4.4. الاستثمار السياحي في الجزائر:

1.4.4. عدد مشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر: الجدول التالي بين عدد مشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر ومقارنة بعدد المشاريع المتعلقة بالقطاعات الأخرى، هذه المشاريع مصرح بها في خلال الفترة 2002 إلى غاية 2016.

الجدول رقم (04): عدد المشاريع الاستثمارية في الجزائر حسب كل قطاع المصرح بها 2002 إلى غاية 2016.

الفرع الصناعي	عدد المشاريع	%	القيمة بمليون دينار جزائري	%	منصب الشغل	%
الزراعة	1 316	2,06%	222 790	1,74%	53 445	4,69%
البناء	11 389	17,85%	1 310 896	10,24%	246 138	21,62%
الصناعة	11 256	17,64%	7 411 469	57,90%	466 382	40,97%
الصحة	935	1,47%	171 948	1,34%	22 478	1,97%
النقل	31 097	48,74%	1 095 948	8,56%	162 976	14,32%
السياحة	1 018	1,60%	974 396	7,61%	62 069	5,45%
الخدمات	6 786	10,64%	1 169 895	9,14%	116 476	10,23%
التجارة	2	0,00%	10 914	0,09%	4 100	0,36%
الاتصالات	5	0,01%	432 578	3,38%	4 348	0,38%
المجموع	63 804	100%	12 800 834	100%	1 138 412	100%

المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI على الموقع [www.andi.dz/index.php/ar/](http://www.andi.dz/index.php/ar/)

نلاحظ من الجدول أعلاه أنه بالرغم من التحفيزات والمزايا التي تمنحها الدولة لتشجيع المستثمرين للاستثمار في مجال السياحة لكن يبقى هذا العدد (1 018 مشروع استثماري) دون المستوى المطلوب، حيث يمثل نسبة 1.60% من إجمالي عدد المشاريع ولا يفوق نسبة 8% من قيمة المشاريع.

#### 2.4.4. المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر: تتمثل المشاريع الاستثمارية السياحية في (إحصائيات السياحة، 2014):

- ✚ مؤسسات الإيواء السياحي.
- ✚ الوكالات السياحية والأسفار.
- ✚ السياحة الحموية.
- ✚ السياحة الصحراوية.



الجدول رقم (05): وضعية انجاز المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر لسنتي 2013 و2014.

سنة 2014				سنة 2013				
المجموع الإجمالي للكلفة	عدد مناصب الشغل	عدد الأسر	مجموع المشاريع	المجموع الإجمالي للكلفة	عدد مناصب الشغل	عدد الأسر	مجموع المشاريع	
190.344	25 526	54 884	385	173.893	28 083	51 570	377	مشروع في طور الانجاز
27.70	3 797	9 123	104	23.58	6 850	14 017	129	مشاريع متوقفة
93.84	13 006	33 860	296	65.42	8 093	17 263	219	مشاريع غير منطقة
30.38	2 971	6 377	76	2.56	576	1 793	21	مشاريع تم إنجازها
342.26	45 300	10 244	861	265.451	46 602	84 643	748	المجموع

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة الجزائرية 2014 على الموقع [www.matta.gov.dz/index.php/ar](http://www.matta.gov.dz/index.php/ar)

يوضح هذا الجدول عدد المشاريع الاستثمارية في الجزائر على جميع مستوياتها و البالغة 748 مشروع، كما يبين أيضا عدد المناصب العمل الجديدة التي تخلقها هذه المشاريع والمقدرة بـ 45 300 منصب شغل.

## 5. الخاتمة:

بعد تراجع الاحتياطات العالمية من البترول تغيرت المفاهيم وأصبحت جل الدول البترولية ومنها الجزائر تفكر في ما بعد البترول ولأن السياحة مصدر دائم ولأن الطبيعة منحت الجزائر نصيب وافر من الجمال العذري تم ولأول مرة في تاريخ الجزائر تسطير الاستراتيجية الوطنية لترقية السياحة وتحسين وجهة الجزائر على آفاق سنة 2025.

**1.5. الاستنتاجات:** ومن بين أهم الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة مايلي:

❖ الدولة الجزائرية لم تعطي الأهمية اللازمة لقطاع السياحة ضمن مخططات التنمية؛

❖ ضعف مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي؛

❖ عدد المشاريع الاستثمارية تبقى دون المطلوب وهذا لتبني الجزائر نموذجاً اقتصادياً يعتمد على

المحروقات؛

❖ رصيد السياحة في ميزان المدفوعات سالب طول فترة الدراسة هذا راجع إعادة بعث السياحة في الجزائر

من خلال إعادة تهيئة البنية التحتية؛

**2.5. التوصيات:** على إثر النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة قمنا بسرد مجموعة من التوصيات

يمكن عرضها كالآتي:

❖ ضرورة الاهتمام بالسياحة واستخدامها كمحرك يحقق التنمية؛

❖ الأخذ بمبدأ التخطيط السياحي كآلية لاستغلال الثروات السياحية في البلاد؛

❖ نشر الوعي السياحي؛

❖ تشجيع الاستثمار في الصناعة السياحية والفنادق؛

❖ الاهتمام بالعنصر البشري من خلال تكوينه تكويناً يتماشى والسياحة العالمية؛

❖ وضع خطة شاملة تضمن الاستقرار الاقتصادي للبلاد، وذلك بإعطاء دفع للصناعات خارج المحروقات،

حتى يكون توازن اقتصادي؛

**6. المراجع والهوامش:**

1. محمد العطا عمر. (2010). صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية. دمشق: دمشق.

2. خليف مصطفى غرابية. (2012). السياحة البيئية. دار ناشري للنشر الالكتروني.

3. معطي الله خير الدين، خديجة عزوزي. (2014). السياحة كإستراتيجية للتنمية محلية مستدامة في الجزائر. مداخلة ضمن الملتقى الوطني: التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية والمجتمعية بالجزائر، 3.
4. عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، كباشي حسين قسيمة. (2008). الاستثمار السياحي في محافظة العر. بحث مقدم إلى الهيئة العامة للسياحة والآثار ، 10. المملكة العربية السعودية.
5. سعيداني رشيد. (2017). أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية- دراسة حالة الجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية ، المجلد الثالث (العدد 02)، 4.
6. لرباع الهادي. (2017). التخطيط السياحي ومتطلبات التنمية السياحية المستدامة. حوليات جامعة ورقلة ، العدد 14، 81.
7. كباشي حسين قسيمة. (2010). التخطيط السياحي وأثره في مناطق ومواقع التراث الأثري. مجلة جامعة سندي ، العدد الثالث، 133.
8. نور الدين هرمز. (2006). التخطيط السياحي والتنمية السياحية. مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية ، المجلد 23 (العدد 3)، 14.
9. ياسين مريخي. (2010). التوازن البيئي والتنمية السياحية المستدامة لولاية عنابة. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التهيئة العمرانية ، 21. جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.
10. راضية بوزيان. (2014). إشكالية التخطيط السياحي في الجزائر: المؤشرات والتحديات مقارنة سويسرية - اقتصادية. الملتقى الوطني: التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية المجتمعية في الجزائر.
11. الحسين عبدالقادر. (2013). إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2025. مجلة أداء المؤسسات التجارية ، العدد 02.
12. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار. (2017). [www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme](http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme).
13. إحصائيات السياحة لسنة 2014. (2014). [www.matta.gov.dz/index.php/ar](http://www.matta.gov.dz/index.php/ar).