

الفصل الثالث:

السياحة كقطاع استراتيجي للاقتصاد الجزائري

تمهيد :

تطرقنا من خلال الفصل السابق إلى تشخيص وضعية الاقتصاد الجزائري من نواحي مختلفة، و استنتجنا من خلاله أن هذا الأخير يعتمد بشكل كلي على عائدات المحروقات، سواء تعلق الأمر بتغطية النفقات العامة أم برسم الاستراتيجيات التنموية المستقبلية، و التي يعتمد مدى نجاحها على ثبات أسواق النفط و تجاوز الأزمات السعرية.

و يعتبر العديد من الباحثين و المحللين الاقتصاديين أن الاعتماد على المحروقات و الصناعات الاستخراجية بصفة عامة، يشتمل على مخاطرة اقتصادية كبيرة نظرا لصعوبة التحكم في أسعار الأسواق و غيرها من العوامل الأخرى، و بالتالي فإن الحاجة إلى تطوير قطاعات أخرى أصبح ضرورة حتمية قصد التمكن من الصمود و تجاوز الأزمات الاقتصادية بسلاسة و يسر، إضافة إلى المساعدة على تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية المنشودة.

كما رأينا من خلال الفصل الأول أن السياحة تعتبر من أهم القطاعات الواعدة و التي تعول عليها الكثير من الدول سواء في بناء اقتصادها أو تنويع عوائدها، و ارتأينا من خلال هذا الفصل محاولة رسم استراتيجية خاصة بالجزائر، آخذين بعين الاعتبار خصوصياتها و مقوماتها الطبيعية، قصد وضع أسس مناسبة لتطوير القطاع السياحي ، وذلك من خلال التدرج عبر المباحث التالية:

المبحث الأول : دراسة وصفية لقطاع السياحة في الجزائر

المبحث الثاني: آليات ترقية القطاع السياحي كبديل للمحروقات

المبحث الثالث: تصميم إستراتيجية عامة للنهوض بالقطاع السياحي

المبحث الأول : دراسة وصفية لقطاع السياحة في الجزائر

إن التعرف على قدرات الجزائر السياحية و إمكانياتها يعتبر الخطوة الأولى لرسم إستراتيجية عامة للنهوض بالقطاع السياحي و ترقيته، حيث سوف نحاول التعرف على مختلف مقومات السياحة في الجزائر، و قراءة تطور هذا القطاع خلال السنوات السابقة، وصولا عند التعرف على أهم المتعاملين في هذا القطاع.

المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر

تتمتع الجزائر بمقومات سياحية كبيرة و متنوعة جعلتها تحوز على كل متطلبات تطوير النشاط السياحي في الجزائر، حيث أن توفر مقومات السياحة بهذا الشكل يجعل من الضروري تسخير جميع الإمكانيات و الطاقات قصد جعل السياحة في الجزائر قطاعا رائدا و مدرا للدخل، و فيما يلي سرد و وصف لمختلف مقومات السياحة في الجزائر.

الفرع الأول: المقومات الطبيعية و الجغرافية

الموقع الجغرافي: تقع الجزائر شمال القارة الأفريقية وهي تتوسط بلاد المغرب العربي الكبير يحدها من الشمال البحر المتوسط ومن الشرق تونس وليبيا ومن الغرب المغرب الأقصى وموريتانيا ومن الجنوب النيجر ومالي. ترتفع الجزائر على مساحة تقدر بـ 2 381 741 كلم مربع. إن هذه المساحة التي تتراوح في المسافات من الشمال إلى الجنوب، و من الشرق إلى الغرب بين 1500 و 2000 كلم ، تجعل من الجزائر أوسع بلد إفريقي ، و يبلغ عدد سكانها المقيمون داخل الجزائر بـ 39.5 مليون نسمة سنة 2015 وهذا حسب ما كشف عنه الديوان الوطني للإحصاء¹

¹ . ONS, *démographie Algérienne* 2014,N 690, P01

الساحل: يمتد الساحل الجزائري على مسافة 1200 كلم، وهو يتميز بارتفاعه وتكونه الصخري، وتوجد به عدة فضاءات سياحية نادرة، ومن أهم المناطق السياحية الممتدة على هذا الساحل نجد: القالة ، تيقزيرت ، سيدي فرج ، تنس ، بني صاف ، ...¹.

المناطق الجبلية: أهم ما يميز المناطق الجبلية في الجزائر وجود سلسلي الأطلس التلي والأطلس الصحراوي والتي تعطيان فرص الاكتشاف والصيد، وأهم المرتفعات السياحية نجد محطة الشريعة والتي تمارس فيها رياضة التزلج على الثلج ، بالإضافة إلى محطة تيكجدة، وجبال " شيليا" بالأوراس بالشرق (بارتفاع قدره 2328 مترا)، قمة " لالا خديجة " بجبال جرجرة بمنطقة القبائل الكبرى (2308 مترا). إن خبايا المناطق الجبلية لا تقتصر على المرتفعات والمغارات والكهوف فحسب ، وإنما هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والنباتات المائية العذبة والتي تتميز بالبرودة صيفا والفتوة شتاء وكل هذه تعتبر بمثابة عوامل جذب للسياح عندما تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف مناطق الجزائر.

المناطق الصحراوية: تبلغ مساحة الصحراء الجزائرية حوالي 2 مليون كلم مربع موزعة على خمسة مناطق كبرى هي : أدرار، إليزي ، وادي ميزاب تمنراست وتندوف ، ومن أهم المناطق السياحية فيها نجد : توات ، قورارة ، تيدكلت

كما نجد الحظائر الوطنية للطاسيلي المصنفة ضمن التراث العالمي من طرف اليونسكو منذ سنة 1982، والتي اعتبرت ابتداء من سنة 1986 من المحميات الطبيعية، والقصور العتيقة ذات الشكل المعماري المتميز ومنها منطقة ميزاب المصنفة كتراث عالمي.

المحطات المعدنية: الجزائر بلد غني بطبيعته الساحرة وقدراته السياحية والثقافية الهائلة والمتعددة وحتى الطبيعة كان لها الفضل في أن تمنح الجزائر مناظر خلابة ، كما وهبتها العديد من المنابع المعدنية بخصائص علاجية مؤكدة، تبين حسب الدراسة التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يتركز

¹.office national du tourisme, **Algérie balnéaire**(guide touristique), edition 2012, p 2

أغلبها في شمال البلاد ، ومن أهم هذه الحمامات نجد : حمام ريغة بعين الدفلى الممتد عبر السلسلة الجبلية زكار ، حمام بوحينية بمعسكر ، حمام قرقور بسطيف ، حمام الصالحين بخنشلة، و حمام ربي بسعيدة¹.

الحظائر السياحية الوطنية: تمتلك الجزائر العديد من الحظائر الوطنية المتواجدة في مختلف أرجاء الوطن وهي

كالتالي

:

أ - الحظيرة الوطنية للقالا 78000 هكتار : تقع شمال الجزائر بالمحاذة مع البحر الأبيض المتوسط وتضم 3 شواطئ، و 3 محميات تحتوي على 50 نوعا للطيور وأنواع من الحيوانات الأخرى .

ب - حظيرة جرجرة 18.500 هكتار: وتقع في قلب الأطلس التلي، تبعد 50 كم عن الجزائر العاصمة، تستقر فيها الثلوج لمدة ثلاثة أشهر (ديسمبر، يناير، فبراير)

ج - حظيرة غابات الأرز " ثنية الحد 616.3 "هكتارا : تبعد 3 كم عن مدينة ثنية الحد، وتقع إلى حافة سلسلة الونشريس في الأطلس التلي .

د - حظيرة الطاسيلي 100 هكتار : وتشمل الطابع الأثري و الأركيولوجي، تتميز بمختلف النقوش والرسومات الصخرية، وهي مصنفة كتراث عالمي منذ 1982 .

هـ - الحظيرة الوطنية للهقار التي أنشئت عام 1987 م والمعترف بها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو، UNESCO وهي تضم هضبي الأناكور، الحظيرة النباتية والحظيرة الحيوانية ،بالإضافة إلى المنحوتات الأثرية التي يعود تاريخها إلى 12 000 سنة.

وهناك مجموعة من الحظائر الوطنية مثل بلزمت 600 هكتار، باتنه وتازا 300 هكتار جيحل وقورارة 100 هكتار.

* رياض الفتح : وتتكون من مناطق متعددة مثل مقام الشهيد (رمز الشهيد) وغابة الأركاد.

* حديقة التسلية والترفيه بن عكنون 304 هكتار : تشتمل على منطقة نباتية وحيوانية منها الأنواع المحلية والإفريقية.

¹.office national du tourisme. **Algérie sources thermales**. <http://www.ont-dz>. Le 15/04/2015, a 23 :00

الفرع الثاني: المقومات التاريخية و الحضارية

تعتبر الجزائر من الدول التي تملك إرثا تاريخيا وحضاريا، تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مروراً بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد، الذي يتميز بتنوع حضاراته ومواقعه الأثرية التي تمثل حضارات مختلفة مرت على الجزائر عبر حقبة زمنية طويلة تركت آثارا ثقافية و اجتماعية متنوعة في الوسط الاجتماعي ، من بينها الحضارة الرومانية البربرية ، و العربية الإسلامية، و التي تعكس غنى هذا الإرث الثمين.

أهم المواقع التاريخية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر " موقع التاسيلي"، الذي يعتبر من أهم وأروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية . ويعود تاريخ هذا الموقع إلى 6000 سنة قبل الميلاد، وتتجلى عظمته من حفرياته التي كشفت عن بقايا الحيوانات والنباتات التي كانت تعيش بهذه المنطقة.

وأيضاً ثمة " حي القصبة" العريق(تم تسجيل هذا الموقع تراثا عالميا سنة 1992 في الجزائر العاصمة والتي شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر، تمثل إحدى وأجمل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطة، وتطل على جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين خلال القرن الرابع قبل الميلاد .

وكذلك " وادي ميزاب " بغرداية (تم تسجيله أيضا كتراث عالمي سنة 1982) الذي يعود تاريخ بنائه إلى القرن العاشر ميلادي، وما يميز هذا الموقع قيمته الجمالية، إذ يحيط به خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي، وهي عبارة عن قرى محصنة ذات هندسة بسيطة متناسبة مع طبيعة البيئة في هذه المنطقة، إضافة إلى " موقع تيمقاد"، الذي كان يعرف باسم "تاموقاديو" Thamugadi "يوجد هذا الموقع الأثري على بعد 37 كيلومتر من مدينة باتنة على طريق روماني يصل بين مدينتي " لامبار " و " تبسة" .

كما تعتبر قلعة بني حماد من المواقع الأثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر، فهي تتوفر على آثار رومانية كالأسوار والقبور القديمة، وعلى آثار إسلامية، وآثار للدولة الحمادية ودولة الموحدين خلال فترة تواجدهم بهذه المنطقة (يوجد هذا الموقع بمدينة بجاية، وسجل تراثا عالميا عام 1980) .

ويوجد بولاية سطيف "موقع جميلة" (يوجد هذا الموقع شمال شرق مدينة سطيف وعلى مقربة من جبال فرجيوة، وسجل تراثا عالميا عام 1982 م) الذي كان يعرف قديما باسم "كويكول Cuicul" وهي تسمية ذات أصل رومي لمدينة رومانية، ويتشابه تصميم هذه المدينة مع نظيره لمدينة "تيمقاد" الأثرية.

أما الجزائر العاصمة فهي تتوفر على العديد من المعالم التاريخية، التي تشهد عن تاريخ هذه المنطقة، ومن هذه المعالم والمواقع التاريخية "دار عزيزة"، وهي عبارة عن قصر بني في العهد العثماني لاستقبال بعض ضيوف القصر، وثمة "مسجد كتشاوة" الذي تم بنائه في عهد الباي لارباي التركي بالجزائر العاصمة منذ أكثر من أربعة قرون مضت. وأيضا "الجامع الكبير" الذي يعتبر أكبر مساجد العاصمة، تم بنائه من طرف المرابطين في نهاية القرن الحادي عشر.

كما يشمل التراث الحضاري والثقافي للجزائر رصيدا هاما من المتاحف منها، "المتحف الوطني سيرتا" بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر¹، جاءت فكرة إنشاء هذا المتحف سنة 1852 لجمع الأعداد الكبيرة من الحفريات التي تم اكتشافها بهذه المدينة وعلى مستوى منطقة الشرق الجزائري ككل، إضافة إلى هذا المتحف فإن التراث الحضاري والتاريخي للجزائر يتوفر على كم آخر من المتاحف منها:²

متحف باردو الوطني : يوجد بالجزائر العاصمة، وتعرض به حفريات عن أصل الشعوب (إثنوغرافيا)، وأخرى تعود لعصور ما قبل التاريخ، إضافة إلى قطع أثرية إفريقية.

- المتحف الوطني زبانة : يوجد بمدينة وهران، يشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ وعن علوم الطبيعة وعن أصل الشعوب .

- المتحف الوطني للجهاد: يوجد بالجزائر العاصمة، تتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية.

- المتحف الوطني للفنون الجميلة : يوجد بالحامة -الجزائر العاصمة، تعرض به ألوان من الفن العصري، كالرسم، التصوير، النحت والنقش .

¹ . <http://www.cirtamuseum.org.dz/histoirey.htm>, le 20/04/2015, a 16 :00

² . الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر ، طبعة 1989 ، ص3

الفصل الثالث: السياحة كقطاع استراتيجي للاقتصاد الجزائري

- المتحف الوطني للفنون الشعبية: يوجد بالقصبة - الجزائر العاصمة-، يضم هذا المتحف معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية.

-متحف تيمقاد : يوجد بمدينة تيمقاد - باتنة، يضم قطعاً من الفسيفساء وآثار قديمة منها :نقود وأسلحة قديمة وتمائيل.

-متحف هيبون : يوجد بمدينة عنابة، يحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميدية الرومانية.

إلى جانب هذا التراث الحضاري والثقافي الذي تتوفر عليه الجزائر فإنها تملك تراثاً ثقافياً شعبياً، يتمثل في إرث من العادات والتقاليد و الأعياد المحلية، ومنتجات متنوعة للصناعة التقليدية، مثل صناعة الزرابي التي تشتهر بها بعض مناطق البلاد، مثل منطقة غرداية، الجلفة، الأوراس، وصناعة النحاس التي تعرف تعرف بها مدينة قسنطينة، وصناعة الفخار المتواجدة في عدد من مناطق البلاد سيما منطقة القبائل.

الفرع الثالث: الهياكل القاعدية

تمتلك الجزائر هياكل قاعدية هامة تتمثل فيما يلي:

1- النقل : لقد تم الاهتمام بالنقل وتحسينه في المنجزات الخاصة بشبكات الطرق والمطارات والموانئ، فكتافة شبكات الطرق البحرية، الجوية والبرية المحققة في الجزائر، تشكل عامل هام لتشجيع السياحة في مختلف المناطق.

يصل طول شبكة الطرقات في الجزائر إلى 452.109 كلم، تتميز بتركزها في المنطقة الشمالية للبلاد ، حيث يصل طولها في هذه الأخيرة حوالي 96.684 كلم، حسب ما يلي :

- الطرق الوطنية 28.275 كلم
- الطرق الفرعية الولائية 23.684 كلم
- لطرق البلدية 57.275 كلم

و تجدر الإشارة إلى مشروع القرن في الجزائر الطريق السيار شرق غرب الذي يمتد من شرق البلاد إلى غربها على مسافة 1216 كلم ، و هو أكبر طريق سيار في العالم.

أما النقل عبر السكك الحديدية فتتضمن الإنجازات التالية:¹

- إنجاز 1100 كلم من خطوط السكك الحديدية
- استئناف نقل المسافرين على 600 كلم من الشبكة .
- كهربة و وضع إشارات المرور و تجهيزات الاتصالات السلكية و اللاسلكية على 400 كلم من خطوط السكك الحديدية.
- الالتزام على مسافة أزيد من 700 كلم بجعل الشبكة متطابقة مع سرعة 220 كلم/الساعة و هو معيار سيطبق بطريقة طوعية من الآن فصاعدا على كل المشاريع الجديدة
- استلام 30 قاطرة كهربائية من طراز ديزل و 17 عربة و 42 قاطرة دفع ذاتي.
- تشغيل قطارات دفع ذاتي في ضواحي الجزائر العاصمة. و بين قسنطينة و مدن سكيكدة و جيجل و عين مليلة عين فكرون و أم البواقي و عين البيضاء و تبسة. و بين الجزائر العاصمة و مدن الشلف و وهران و بجاية و سطيف. و بين وهران و سيدي بلعباس و تلمسان و مغنية و كذا بين باتنة و مدن عين توتة و بركة و المسيلة.

2- الطاقة :

تتجاوز تغطية الدولة فيما يخص الطاقة الكهربائية نسبة الـ 97 % بما يعادل أكثر من 160000 كلم خط ، حيث تستفيد من خدمات الشبكة الكهربائية التي تشرف على توزيعها مؤسسة سونلغاز حوالي خمسة (05) ملايين و (300) ألف عائلة².

3- الاتصالات

¹ .سليم بوقنة و فارس بوباكور، مداخلة بعنوان: "النقل و التنمية، حالة الاستثمارات قيد الإنجاز في الجزائر"، ملتقى وطني حول : الاقتصاد الجزائري "قراءات حديثة في التنمية" ،

كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، ص 05

² .سعاد صديقي، مرجع سبق ذكره، ص 105

أحصت الجزائر 2.57 مليون مشترك سنة 2009 في الهاتف الثابت، العدد الذي كان 3.069 مليون سنة 2008، أي بمعدل انخفاض قدره 16.06%، و فيما يتعلق بمعدلات التغلغل للهاتف الثابت ، نجد أنها شهدت خلال نفس الفترة نوعا من التقهقر، انخفضت من 8.97% في 2008 إلى 7.38% سنة 2009. الانخفاض هذا حصل نتيجة لفتح سوق الهاتف النقال على المنافسة الداخلية و الخارجية، الأمر الذي أدى بالمواطنين إلى الاستعاضة بالهاتف النقال عن الهاتف الثابت نظرا للمزايا التي يتمتع بها النقال وللخدمات المختلفة التي يقدمها. و ابتداء من سنة 2005 ارتفع معدل نمو خطوط الهاتف الثابت مقارنة بالسابق و الفضل في ذلك راجع إلى قدوم منافس ثاني للسوق إلى جانب الجزائرية للاتصالات AT ، ألا و هو الرابطة الجزائرية للاتصالات السلكية اللاسلكية CAT، " و انتعش سوق خدمة نقل الصوت عبر الانترنت "VOIP" بدخول سبعة متعاملين نشطين، زيادة إلى أن خدمة الانترنت عن طريق ADSL التي تستعمل خط الهاتف العادي، كذلك تم في سنة 2005 فتح الحلقة المحلية للراديو "WLL" على المنافسة. انخفاض الكثافة الهاتفية في السنوات الأخيرة يفسر بأن المواطنين أصبحوا يستعملون الهاتف النقال، و إن اشتركوا في الهاتف الثابت فمن أجل الانترنت فقط.¹

الحجم الكلي لرواج الهاتف النقال سجل ارتفاعا معتبرا بين 2002 و 2009، ارتفع من 769853000 دقيقة في 2002 إلى 40352182959 دقيقة في 2009، بمعدل نمو ناهز 734.50% ، معدل نمو مذهل يدل على الانتشار الكبير للهاتف النقال بين المواطنين. كذلك رواج النقال بين الشبكات سجل ارتفاعا ملحوظا بين سنتي 2007 و 2008، زيادة قدرها 57% و تعدى بذلك التجوال على نفس الشبكة الحجم الكلي لرواج الهاتف النقال سجل ارتفاعا معتبرا بين 2002 و 2009، ارتفع من 769853000 دقيقة في 2002 إلى 40352182959 دقيقة في 2009، بمعدل نمو ناهز 734.50% ، معدل نمو مذهل يدل على الانتشار الكبير للهاتف النقال بين المواطنين. كذلك رواج النقال بين الشبكات سجل ارتفاعا ملحوظا بين سنتي 2007 و 2008، زيادة قدرها 57% و تعدى بذلك التجوال على نفس الشبكة.

¹. الحاج العمري ، دراسة قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على النمو الاقتصادي - حالة الجزائر-، رسالة ماجستير قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية

وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3 ، 2013، ص 90

الفصل الثالث: السياحة كقطاع استراتيجي للاقتصاد الجزائري

حاليا يقدر 1.9 مليون مستعمل للانترنت في الجزائر ينفذون إليها من يوتهم و من فضاءات الانترنت و من المؤسسات و الإدارات . و بالفعل فإننا نعد أكثر من 5000 فضاء انترنت و أكثر من 195000 زبون ADSL و أغلبية الجامعات و عدد متزايد من المؤسسات و جزء كبير من الإدارات الجزائرية في مواكبة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات السلكية و اللاسلكية¹.

المطلب الثاني: التطور التاريخي لقطاع السياحة في الجزائر

لقد كانت سياسة الجزائر تتمثل في اعتماد مخططات للتنمية الوطنية و التي من خلالها يتم تحديد البرامج التي يجب تنفيذها، وتتمثل هذه المخططات في

المرحلة الأولى: المخطط الثلاثي 1967-1969: لقد تقرر خلال هذا المخطط إنجاز 13081 سرير مخصص للسياحة الشاطئية، الصحراوية، الحمامات المعدنية والحضرية، و من أجل ذلك خصص مبلغ 285 مليون دج وذلك بهدف تطوير المنشآت القاعدية الخاصة بالاستقبال وفيما يلي حصيلة البرنامج الثلاثي²:

الجدول رقم 3-1 : حصيلة البرنامج الثلاثي من 1967 - 1969

| العمليات المقررة | عدد الأسرة المبرمجة | النسبة المئوية | عدد الأسرة المنجزة سنة 1969 | النسبة المئوية | العجز | |
|----------------------|---------------------------|-------------------|-----------------------------------|-------------------|---------------|-------------------|
| | | | | | عدد الأسرة | النسبة المئوية |
| المحطات الشاطئية | 6766 | 51.7 | 24.6 | 35.5 | 4360 | 64.5 |
| المحطات الحضرية | 1650 | 12.6 | 254 | 15.4 | 1396 | 84.6 |
| المحطات الصحراوية | 1818 | 13.9 | 286 | 15.7 | 1532 | 84.3 |
| حمامات معدنية | 2847 | 21.8 | 0 | 0 | 2847 | 100 |
| المجموع | 13081 | 100 | 2946 | 22.5 | 10135 | 77.5 |

المصدر: سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري-قسنطينة-، 2006، 104

¹ . الحاج العمري، مرجع سبق ذكره، ص 99

² . خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، السنة الأولى العدد 01، السداسي الثاني 2004، ص:225

يلاحظ من خلال هذا الجدول أنه قد أعطيت الأولوية في إنجاز المشاريع للمحطات الشاطئية و التي خصص لها 6766 سرير أي ما يمثل نسبة 51.7% بسبب جودة الشواطئ الجزائرية ، ثم تليها المشاريع المتعلقة بالحمامات المعدنية بنسبة 21.7% ، ثم المحطات الصحراوية بنسبة 13.9% وأخيرا المحطات الحضرية بنسبة 12.6% ، ولكن في نهاية هذا المخطط يلاحظ تسجيل نسبة عجز مرتفعة قدرت ب 77.5% لكل المشاريع السياحية و قد يكون سبب ذلك راجع إلى ضعف قدرات الإنجاز وكذا إلى المشاكل الإدارية المتعلقة بسوء تحديد المسؤوليات.

المرحلة الثانية: المخطط الرباعي الأول : 1970 - 1973 يعتبر هذا المخطط المرحلة الثانية لتنفيذ برنامج التنمية السياحية «برفع طاقات الإيواء لتحقيق ما بين 70000 و 90000 سرير في نهاية العشرية وبرمجة 35000 سرير من خلال هذا المخطط ، بالإضافة إلى استكمال ما تبقى من المشاريع التي لم تنجز في المخطط السابق، ويهدف هذا المخطط إلى تلبية متطلبات السياحة الداخلية و الدولية ، كما سيتم إضافة ميزانية أخرى و ذلك من أجل إنجاز ثمانية حمامات معدنية . لكنه في نهاية المخطط تم إنجاز 9000 سرير أي بعجز قدره 26000 سرير وما يميز هذا المخطط هو إنشاء هيئات عديدة و هي: ¹

- الشركة الوطنية للفندقة و السياحة
- الشركة الوطنية للسياحة Altour-SN سنة 1976
- مؤسسة الأشغال السياحية ETT

المرحلة الثالثة: المخطط الرباعي الثاني : 1974 - 1977 في هذه الفترة عملت الدولة على متابعة عمليات التهيئة السياحية غير المنجزة خلال الفترات السابقة بالإضافة إلى مشاريع جديدة متمثلة في محاولة بلوغ 25000 سرير، ولقد تميزت كذلك هذه المرحلة بتشجيع وتنظيم المبادرات الفردية « كما أن نسبة الأهداف التي تم تحقيقها بلغت 41% مع تحسن بالنسبة للمخططين السابقين والتي قدرت ب 20% و 30% على الترتيب والتي تعتبر نسب ضعيفة . وفي الأخير يمكن القول أن السياحة ومنذ الاستقلال وحتى سنة 1977 ركزت على تنمية طاقة الإيواء السياحي والذي يخدم بالدرجة الأولى السياحة الخارجية كإنشاء الفنادق

¹ . Haddar belkacem , rôle socio-économique du tourisme cas de l' Algérie ,OPU ,Alger ,1988 ,p :58 .

ومواصلة عملية التهيئة السياحية خصوصا بالنسبة للمخططين الثلاثي و الرباعي الأول ، ومع بداية المخطط الرباعي الثاني بدأ الاهتمام بالسياحة الداخلية بإنشاء عدة مراكز سياحية ، ولكن رغم ذلك لوحظ ضعف الحصيلة المنجزة للمشاريع ومحاولة كل مخطط استكمال ما لم يتم إنجازها خلال المخطط السابق، وقد يعود سبب ذلك إلى نقص الموارد المالية من جهة وإلى ضعف القطاع وعجزه فيما يتعلق بالتأهيلات الوسيطة كالتقنيين والأعوان المهرة و العمال غير المؤهلين ، بالإضافة إلى ضعف مساهمة القطاع الخاص في هذا المجال، ولقد بلغ حجم الاستثمارات المخصصة للسياحة 0.9% من المبلغ الإجمالي للاستثمارات وهذا يوضح بأن السياحة احتلت مرتبة متدنية جدا ضمن سلم الاستثمارات¹

المرحلة الرابعة: المخطط الخماسي الأول : 1980-1984 تضمن هذا المخطط توسيع الفنادق الحضرية والصحراوية و توسيع الحمامات المعدنية، بالإضافة إلى تهيئة مناطق التوسع السياحي من طرف الجماعات المحلية و القطاع الخاص كأنماط من المشاريع المستقبلية، و تضمنت هذه المرحلة ما يلي:

إستراتيجية تهيئة مناطق التوسع السياحي (ZET)

منطقة التوسع السياحي هي كل منطقة أو إقليم يتميز بصفات أو خصوصيات طبيعية ،ثقافية ، بشرية و إبداعية مناسبة للسياحة ، مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية و يمكن إستغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات المردودية .قد تم تحديد هذه المناطق من أجل التعريف بالإمكانيات السياحية للجزائر وذلك حسب المواصفات التالية²:

- طبيعة ودرجة تركز الإمكانيات السياحية
- درجة وتطور المنشآت و المرافق
- الوضعية المواتية للشبكات التقنية
- إمكانيات التزويد بالمياه

¹ .المجلس الاقتصادي و الاجتماعي ،لجنة آفاق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية، ص 30

² .المجلس الاقتصادي و الاجتماعي ،لجنة آفاق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ،مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية،مرجع سبق ذكره ،ص:41

- سهولة الوصول إلى هذه المناطق

لقد تم تحديد 174 منطقة توسع سياحي و202 موقع للحمامات المعدنية وتم تقسيمها إلى أربعة مناطق هي:

- 1- مناطق تتعرض إلى أضرار بيئية من الصعب تهيئتها لذلك كان لابد من تركها على حالتها الطبيعية.
- 2- مناطق مؤهلة للاستثمار فيها.
- 3- مناطق قابلة للتطور السياحي العائلي ، نظرا لما تتوفر عليه من إمكانيات الإيواء.
- 4- مناطق مخصصة للسياحة العالمية الراقية ، نظرا لما تتوفر عليه من إمكانيات تسمح بإنشاء مجموعات سياحية كبيرة.

المرحلة الخامسة: المخطط الخماسي الثاني : 1985-1989 أعطيت الأهمية للسياحة الداخلية في هذا المخطط و الشروع في تنفيذ برامج خاصة لاستقبال السياح الأجانب و كانت هذه الفترة تتركز على الاهتمامات التالية:

- متابعة سياسات التهيئة السياحية
- تطوير الحمامات المعدنية و المراكز السياحية
- لامركزية الاستثمارات وتنويع المتعاملين (الجماعات المحلية ، القطاع الخاص و مؤسسات عمومية أخرى).

المرحلة السادسة: تطبيق العمليات الأولى لإعادة الهيكلة :لقد تميزت هذه المرحلة بوضع حيز التنفيذ عمليات الإصلاحات الأولى من خلال إعادة هيكلة المؤسسات السياحية ولامركزيتها وذلك بحل الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة و إنشاء على غرارها عدة مؤسسات تمثلت في:¹

¹.Haddar belkacem ,op-cit, p:59

- الشركة الوطنية ألتور بصيغة جديدة مكلفة بتسيير الوحدات الشاطئية و الصحراوية متمركزة بتيبازة.

- الشركة الوطنية للفنادق الحضرية متمركزة بالمدينة* .

- الديوان الوطني للمؤتمرات و الملتقيات المتمركزة بنادي الصنوبر.

- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية متمركزة بسيدي فرج.

- الديوان الوطني للسياحة المتمركز بالجزائر العاصمة.

ما يجدر الإشارة هنا أن عملية إعادة الهيكلة كانت غير ناجعة وظهرت مشاكل جديدة بسبب غياب الكفاءة في التسيير و ارتفاع تكلفة الأجور لأن عدد العمال كان مفرطا فيه خصوصا على مستوى الإدارة ، كما أنهم يفتقرون إلى التكوين و التأهيل ، ولقد كان الاهتمام بالسياحة خلال هذه الفترة غير كاف و لم تؤدي الإصلاحات إلى زيادة كبيرة في عدد السياح مقارنة بالفترة السابقة «و تراوح ما بين 250000 و 400000 سائح أي بمعدل سنوي قدر ب 324000 سائح.

المرحلة السابعة: وضعية السياحة ابتداء من 1990:

تميزت هذه المرحلة بتطوير الإطار القانوني الضروري لزيادة الاستثمارات الخاصة لكن تدهور الأوضاع الأمنية حال دون ذلك ، كما أثر ذلك سلبا على مؤشرات السياحة.

أ-توافد السياح :انخفض عدد السياح في الجزائر من 359895 سائح في سنة 1990 إلى 18000 سائح سنة 1996 ولقد كان لحرب الخليج في سنة 1991 أثار سلبية على النشاط السياحي في البلدان العربية وحتى البلدان الأوروبية ، ولقد انخفض توافد السياح إلى الجزائر بنسبة 70% سنة 1991 ، لكن منذ نهاية 1999 ومع تحسن الأوضاع الأمنية فقد أدى ذلك إلى تحسين النشاط السياحي و ارتفاعه بنسبة 26% و ازدادت القيمة المضافة بنسبة 31%، إذن فبتوفير ظروف الاستقبال المناسبة فإنه يتوقع تدفق سياحي معتبر¹ ، و فيما يلي جدول يوضح تطور السياح خلال هذه الفترة:

¹ .سعاد صديقي، مرجع سبق ذكره، ص 109

الفصل الثالث: السياحة كقطاع استراتيجي للاقتصاد الجزائري

الجدول رقم 3-2 : توافد السياح خلال الفترة 1990-2005

الوحدة:سائح

| السنة | الأجانب | الجزائريون المقيمون في الخارج | المجموع |
|-------|---------|----------------------------------|---------|
| 1990 | 685815 | 451103 | 1136918 |
| 1991 | 722682 | 470528 | 1193210 |
| 1992 | 624096 | 4954528 | 1119548 |
| 1993 | 571993 | 555552 | 1127545 |
| 1994 | 336226 | 468487 | 804713 |
| 1995 | 97648 | 421916 | 519576 |
| 1996 | 93491 | 511477 | 604968 |
| 1997 | 94832 | 539920 | 634752 |
| 1998 | 107213 | 571234 | 678448 |
| 1999 | 147611 | 607675 | 755286 |
| 2000 | - | - | 865984 |
| 2001 | - | - | 901416 |
| 2002 | - | - | 988060 |
| 2003 | - | - | 1166287 |
| 2004 | - | - | 1200000 |
| 2005 | 420000 | 980000 | 1400000 |

المصدر: سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري-قسنطينة-، 2006، ص 110

نلاحظ من خلال هذا الجدول أنه ابتداء من 1991 بدأ انخفاض عدد السياح الإجمالي بسبب الأوضاع الأمنية ، حتى سنة 1997 أين بدأت هذه الأوضاع في التحسن و كذلك بسبب تحسين صورة الجزائر في الخارج و بالتالي بدأ يرتفع عدد السياح منذ سنة 1997 ليصل إلى 634752 سائح ثم ارتفع إلى 755286 سائح سنة 1999 و بقي عدد السياح في الارتفاع من سنة إلى أخرى ليصل سنة 2005 إلى 1 400000 سائح وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى تحسن الأوضاع الأمنية من جهة و زيادة الاهتمام بقطاع السياحة من جهة أخرى.

المطلب الثالث: التنظيم العام لقطاع السياحة في الجزائر

حتى يتم تنظيم القطاع السياحي لابد من توفر و تواجد هيئات و مؤسسات تسهر على الشؤون السياحية للبلاد، تتوفر الجزائر على عدة مؤسسات تعمل على النهوض بالقطاع السياحي الجزائري ، انطلاقا من الوزارة الوصية.

الفرع الأول: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية

تعتبر وزارة السياحة و الصناعات التقليدية أعلى سلطة في القطاع السياحي الجزائري، و تعد الرأس المدبر والمخطط لتنمية القطاع، تأسست وزارة السياحة والصناعات التقليدية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 63/474 المؤرخ في 20/12/1963، وأوكلت إليها المهام التالية:¹

- التعريف بالمنتوج السياحي الجزائري و توجيهه و ترفيقه.
 - تجسيد السياسة التنموية في مجال السياحة .
 - انجاز المخططات التنموية السياحية.
- تتكون وزارة السياحة و الصناعات التقليدية من المديريات التالية:

أ - المديرية العامة للسياحة : أوكلت إليها المهام التالية:²

- تبادر بإستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة و تقترحها.
- تعد إستراتيجية ضبط النشاطات السياحية و السهر على و وضعها حيز التنفيذ.
- تسهر على وضع حيز التنفيذ و سائل مخطط الجودة للسياحة الجزائرية.
- تقترح و تقيم دراسات التهيئة السياحية ، و تقوم باعتمادها.

¹. عبد القادر هدير ، مرجع سبق ذكره ، ص42

². الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 63 ، 18 ذو القعدة عام 1431 هـ الموافق ل 26 أكتوبر سنة 2010م ، ص 06

- تبادل بوضع أقطاب الامتياز السياحي ، و تسهر على تطويرها .
- تبادل بالاتصال مع القطاعات المعنية بنشاطات توجيه و ترقية الاستثمار ، و الشراكة في مجال السياحة وتنفيذها.

ب - المديرية العامة للصناعة التقليدية، و كلفت بالمهام التالية:¹

- إعداد إستراتيجية تطوير الصناعة التقليدية و اقتراحها؛
- إعداد مخططات التطوير و الإدماج الاقتصادي لنشاطات الصناعة التقليدية و اقتراحها.
- تحديد و تنفيذ قواعد تنظيم مهن و حرف الصناعة التقليدية.
- اقتراح تبعات الخدمة العمومية التي تسند المؤسسات و هيئات الدعم لقطاع الصناعة التقليدية، و ضمان تنفيذها .
- تنفيذ الإجراءات المقررة من اللجنة الوطنية المكلفة بالصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية.

ج- مديرية الدراسات و التخطيط و الإحصائيات : و أوكلت إليها المهام التالية:

- المبادرة بالإستراتيجية في مجال الدراسات و التخطيط و الإحصائيات.
- المبادرة و/أو إعداد كل الدراسات الإستشرافية الرامية إلى ترقية السياسة الوطنية للسياحة والصناعة التقليدية.
- المساهمة في جلب وجمع التمويل الضروري لانجاز مشاريع الاستثمار.

الفرع الثاني: الديوان الوطني للسياحة

يعتبر الديوان الوطني للسياحة من المؤسسات التي تساهم في تنشيط السياحة الجزائرية ، أنشأ بمرسوم تنفيذي رقم 88/214 المؤرخ في 31 أكتوبر 1988 و المتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة و تنظيمه ، و المعدل والمتمم

¹. www.mta.gov.dz.

بالمرسوم تنفيذي رقم 90/409 المؤرخ في 05 جمادي الثانية عام 1411 الموافق ل 22 ديسمبر سنة 1990 المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 92/402 مؤرخ في 05 جمادي الأول عام 1413 الموافق ل 31 أكتوبر سنة 1992، و يعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ، و يعد أداة للوزارة المكلفة بالسياحة لتصور و تحقيق ترقية السياحة و دراسة السوق والعلاقات العامة¹.

ب - المهام المختلفة للديوان الوطني للسياحة².

- ترقية المنتج السياحي الجزائري.
- متابعة و مراقبة وكالات السياحة و السفر.
- توجيه المتعاملين السياحيين.
- انجاز الدراسات العامة لمناطق التوسع السياحي.
- متابعة الاستثمارات السياحية في الجزائر.
- توجيه الاستثمارات العمومية و الخاصة في ميدان السياحة و يشجعها بتدابير خاصة في إطار التشريع المعمول به.

الفرع الثالث: الوكالة الوطنية لتنمية السياحة

هي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي، أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98/70 المؤرخ في 24 شوال عام 1418 هـ الموافق ل 21 فيفري 1998 و المتضمن

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية ، العدد 79 ، 1992

2. محمد يدو و أحمد الضيف ، دور الاتصال في ترقية الخدمات السياحي، ة دراسة تحليلية و تقييمية للسياسة الاتصالية للديوان الوطني للسياحة بالجزائر ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق، ص 17

إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة و تحديد قانونها الأساسي، و هي تحت وصاية وزارة السياحة والصناعات التقليدية ، مقرها بسيدي فرج ولاية تيبازة.¹

و تعد الوكالة الوطنية لتنمية السياحة الأداة الأساسية المؤهلة للتسيير ، التنمية و الاستغلال العقلاني و حماية العقار السياحي و ، كذلك تعد الوكالة إحدى الهيئات الرئيسة و المسؤولة عن تجسيد السياسة الوطنية للتنمية السياحية ، أما بخصوص المهام الموكلة إليها فهي تسعى إلى تحقيق أكبر مردودية للاستثمارات السياحية و إنشاء صناعة سياحية حقيقية ، و تزويد القطاع السياحي بوسيلة التحكم في العقارات ، و بالتالي مواجهة كل العراقيل و الصعوبات التي يواجهها المستثمرون في المجال السياحي ، و تعتبر كذلك هيئة استشارية في إعداد سياسة تنمية سياحية ، و أفضل وسيلة لاحترام التنظيم في ميدان تهيئة المحيط و حمايته ، بالإضافة إلى كل هذا تقوم بالوظائف التالية:

- حماية و صيانة مناطق الاستغلال السياحي.
- اقتناء الأراضي الضرورية و تخصيصها للمشاريع السياحية.
- إجراء دراسة التهيئة للأراضي المخصصة للأنشطة السياحية الفندقية و المعدنية.
- تساهم مع المؤسسات المعنية في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع السياحي، و حول منابع المياه المعدنية سواء في الجزائر أو في الخارج
- تقوم بالتنسيق مع المؤسسات و الهيئات المعنية على التسيير العقلاني للأماكن و التجهيزات ذات المنفعة المشتركة ، و تقدم كل اقتراح يهدف إلى ضرورة تحسينها و تحديثها

الفرع الرابع: مديريات السياحة

إذا كانت المؤسسات السياحية الوطنية تلعب دورها السياحي على المستوى الوطني ، فإن المديريات السياحية لها دور مهم على المستوى المحلي ، إذ تتركز هذه المديريات السياحية على مستوى كل ولاية ، لتسهيل و تنشيط

¹. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية ، العدد 11 ، 21 فيفري 1998، ص. 30

الفصل الثالث: السياحة كقطاع استراتيجي للاقتصاد الجزائري

السياحة المحلية ، و هي الممثل الأساسي للوزارة على المستوى المحلي ، و هي المسؤولة عن مراقبة النوعية ، التهيئة الخاصة بالسياحة و منح رخص الاستثمار ، و محاولة مراقبة و متابعة المشاريع و تطبيق العقوبات في حالة عدم احترام القانون و ، تعمل كذلك على ¹ :

- تحسيس الجمعيات و الدواوين السياحية للمشاركة في التظاهرات و المهرجانات التي تقام بالولايات السياحية خلال الموسم الاصطياف للتعريف بالإمكانيات السياحية للولاية.
- تنظيم معارض خاصة للإمكانيات السياحية للولاية .
- عقد لقاءات مع المتعاملين قصد إنشاء المجلس الولائي للسياحة ، و الذي يعتبر فضاء تشاوري من شأنه الإلمام بكل الاقتراحات و الانشغالات التي تساهم في إنعاش القطاع.
- توزيع مطويات و أقراص مضغوطة إخبارية للتعريف بالقدرات السياحية للولاية.
- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية.
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم و محفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية.
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة ، من خلال العمل على تجميع القدرات المحلية .
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة و ذات نوعية.

الفرع الخامس: الوكالات السياحية

عرفها القانون الجزائري رقم 99/06 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق ل 04 أبريل سنة 1999 على أنها " كل مؤسسة تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا ، يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر رحلات و إقامات فردية أو جماعية ، وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها.²

كما تقوم بالمهام التالية:

¹. عبد القادر عوينان ، مرجع سبق ذكره، ص 193
². القانون رقم 69/09 المؤرخ في سنة 1999، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالات السياحة و الأسفار

الفصل الثالث: السياحة كقطاع استراتيجي للاقتصاد الجزائري

- حجز الغرف في المؤسسات الفندقية و العمل على تقديم أحسن الخدمات للسياح.
- استقبال و مساعدة السياح الأجانب خلال إقامتهم .
- تسويق الرحلات و بيع التذاكر و التعريف بالتراث الوطني في الخارج.
- تنظيم الملتقيات و المؤتمرات .
- بيع تذاكر النقل البري ، البحري و الجوي.
- تأجير السيارات للسياح بالسائق أو بدون سائق ، و نقل الأمتعة وكراء البيوت ، و غيرها من معدات التخييم.
- تنظيم جولات و زيارات برفقة مرشدين داخل المدن و المواقع و الآثار ذات الطابع السياحي و التاريخي.
- وضع خدمات المترجمين و المرشدين السياحيين تحت تصرف السياح.
- القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل الأخطار التي تمس نشاطاتهم السياحية.
- حسن الضيافة وتقديم المساعدة للسياح.

المبحث الثاني: آليات ترقية القطاع السياحي كبديل للمحروقات

رأينا من خلال ما سبق، أن الجزائر تتمتع بإمكانيات سياحية هائلة، من شأنها أن تجعل من هذا القطاع صناعة متكاملة، إلا أن المخططات و المشاريع التي تطرقنا إليها سابقا تبين أنها لم تكن كافية لبلوغ هذا الهدف، ومنه نرى أنه من الضرورة بمكان رسم إستراتيجية متكاملة للنهوض بهذا القطاع، و هذا ما سوف نراه من خلال هذا المبحث من خلال الاستئناس بتجارب سابقة لدول مختلفة، و دراسة متطلبات تطبيق هذه الإستراتيجية.

المطلب الأول: نظرة عامة حول تجارب بعض الدول في تنويع عائداتها

إن من أشهر التجارب عبر العالم في تحويل اعتماد الاقتصاد من النفط إلى مصادر أخرى، نجد التجربة النرويجية كمثال قوي عن ذلك، لكن قبل ذلك سوف نتطرق إلى أشهر تجربة في مجال الاعتماد على النفط كمصدر رئيسي للدخل، و المتمثل في التجربة الهولندية.

الفرع الأول: التجربة الهولندية

المرض الهولندي مصطلح اقتصادي يوضح في تعريفه الضيق العلاقة بين استغلال الموارد الطبيعية و تدني إنتاج قطاع الصناعة وقطاع الزراعة ، في تفسير آخر هو ضعف تنافسية الصادرات غير النفطية نتيجة انخفاض إيرادات الصادرات التقليدية (الصناعة ، الزراعة) و عدم قدرتها على المنافسة الدولية نتيجة لإرتفاع قيمة العملة المحلية.

في أعقاب التجربة التي شهدتها هولندا خلال لفترة الممتدة من سنة 1959 و حتى سنة 1977، ففي سنة 1959 اكتشفت هولندا وجود مستودعات كبيرة من الغاز الطبيعي و بحلول سنة 1976 حققت إيرادات الغاز فائضا كبيرا من خلال تدفق العملة الأجنبية إلى داخل الدولة ، شرعت الدولة في إنفاق معظم هذه الإيرادات مما أدى إلى زيادة قيمة العملة الهولندية (الغليدر الهولندي) و بالتالي حدوث تضخم ، مما اثر سلبا على قطاع الصناعة الذي أصبح عاجزا عن منافسة المنتجات الأجنبية ، و تدنى بذلك تدنيا حادا بحيث إنخفض معدل التشغيل في هذا القطاع بنسبة قدرها 16 % و اضطرت الحكومة بذلك إلى إقتراض أموال لغرض العمل للحفاظ على التزاماتها.¹

حاليا تملك هولندا اقتصاداً متطوراً حيث تعتبر من بين أكثر 10 بلاد رائدة في التصدير في العالم. وتشكل المواد الغذائية أكبر قطاع صناعي. أما الصناعات الرئيسية الأخرى فتشمل المواد الكيميائية والمعادن والآلات والسلع الكهربائية والسياحة (في عام 2012 رحبت هولندا بـ 11.7 مليون سائح دولي).²

¹ . لطيفة بملول، نظرية المرض الهولندي و سعر الصرف في الدول المصدرة للمحروقات، أطروحة دكتوراه قسم العلوم الاقتصادية، جامعة باجي مختار عنابة، 2012، ص 20
² تاريخ 16 أفريل 2015، الساعة 19:00 ، هولندا/ <http://ar.wikipedia.org/wiki/هولندا>

هولندا لديها الاقتصاد رقم 18 الأقوى في العالم، وتحتل المرتبة 10 في الناتج المحلي الإجمالي (الاسمي) للفرد الواحد. وبين عامي 1997 و2000 زاد النمو الاقتصادي السنوي (GDP) في المتوسط ما يقرب من 4 %، وهو أعلى بكثير من المتوسط الأوروبي. ثم تباطأ النمو بشكل كبير ما بين أعوام 2001-2005 مع تباطؤ الاقتصاد العالمي، ولكنه تسارع مرة أخرى إلى 4.1 % في الربع الثالث من عام 2007. في مايو عام 2013 كان معدل التضخم 2.8 % في السنة. [86] في أبريل عام 2013 كان معدل البطالة 8.2 % (أو 6.7 % بعد تعريف منظمة العمل الدولية) من قوة العمل.

في الربع الثالث والرابع من عام 2011 انكمش الاقتصاد الهولندي بنسبة 0.4 % و 0.7 % على التوالي وذلك بسبب أزمة الديون الأوروبية، في حين أن اقتصاد منطقة اليورو في الربع الرابع من العام انكمش بنسبة 0.3%. [88] هولندا لديها أيضا معامل جيني منخفض نسبياً حوالي 0.326. ورغم أن هولندا مصنفة رقم 7 فقط في الناتج المحلي الإجمالي للفرد الواحد إلا أن اليونيسيف صنفت هولندا الدولة الأولى في تحقيق رفاهية الطفل ومؤشر الحرية الاقتصادية صنفت سوق هولندا أنها الدولة رقم 13 الأكثر حرية في الاقتصاد الرأسمالي من بين 157 دولة شملتها الدراسة.

الفرع الثاني: التجربة النرويجية

كانت بداية الاستكشافات النفطية في سواحل النرويج في الستينات من القرن الماضي، وتم العثور عليه في عام 1970 إلا أن ريع النفط تحقق في العام 1957 ولم يكن بنسب ملحوظة حتى عام 1980. وقد ساعدت البيئة البحرية (على الرغم من التحديات التقنية والإدارية التي تثارها) في تيسير عمليات التنقيب والإنتاج فقد وفرت وسطا ملائما لعمليات المسح الجيولوجي وفي عمليات حقن الماء في المكامن النفطية لاستخلاص النفط وإنتاجه كما أن موقع النرويج الجغرافي في شمال أوروبا كان وما يزال من أهم العوامل التي ساعدت على تسويق النفط في الأسواق الأوروبية المتعطشة للطاقة فضلا عن أن اكتشاف النفط في السبعينات قد أعطى أهمية كبيرة له إذ تزامن مع الصدمة النفطية لعام 1973 وما تبعها من ارتفاع في أسعار النفط وفي زيادة الطلب الأوروبي الذي سعى إلى تنويع مصادره بدلا من الاعتماد على نفط الشرق الأوسط¹.

¹ فاروق القاسم، النموذج النرويجي، إدارة المصادر البترولية، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس 2010، ص 215

تمتلك النرويج احتياطيا من النفط يقدر بـ 13.8 مليار م³ (حسب حقائق 2002) لذا تعد دولة غنية جدا بمصادر النفط على الرغم من انها تأتي بالدرجة الثانية بعد روسيا في احتياطها النفطي بالنسبة لقارة اوروبا ولكن اذا ماقيس على اساس عدد السكان فان حصة الفرد النرويجي تكون اكبر بكثير وهي من اعلى النسب في العالم الصناعي وليس فقط في اوروبا. اما الغاز الطبيعي فان احتياطها منه اكبر بكثير من النفط وقد جرى التنقيب عنه في بحر الشمال كونه اغنى الاقاليم في النرويج وتبلغ نسبة الغاز في بحر النرويج 50% و في بحر بارنتز 70% .

إن وجود تجمعات كثيفة من الغاز الطبيعي في بحر الشمال مقارنة بباقي الاقاليم ساعد على تمديد العمليات الاستخراجية فيه في الوقت الذي استمرت الجهود لدراسة وتحضير الاقاليم الاخرى. وكانت النتائج ناجحة باكتشاف حقول عملاقة شجعت الحكومة انذاك على تطويرها تجاريا ،وقد ارتفعت حصة صادرات البلاد من النفط والغاز بنسبة 45% من اجمالي الصادرات وتشكل اكثر من 20% من الناتج المحلي الإجمالي، وكان للادارة الناجحة للثروة النفطية اكبر الاثر في تحقيق نجاحات كبيرة لقطاعي النفط والغاز و الاثر الذي ترتب عليهما بالنسبة الى اقتصاد النرويج وسياساتها الحالية والمستقبلية لتصبح اليوم من اكثر الدول رفاهية من حيث دخلها الاجمالي موزعا على السكان و في الوقت نفسه فقد حافظت على الحرف والمهن التقليدية فيها والتي منحنتها هويتها الخاصة عبر الزمن ،فقد ساد القلق مسؤولي وبرلمانيي النرويج ابان اكتشاف النفط ،وكان الخوف والحذر من ان يطغى النفط على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية¹ .

وفي عام 1974 قدمت الحكومة النرويجية تقريرها للبرلمان والذي عبر عن المخاوف من نقمة النفط وجرت مناقشته في البرلمان وكانت التوصية بوضع اسس متينة لاتخاذ القرارات بالنسبة الى سياسة منح الامتيازات وكيفية استعمال ريع النفط والتحذير من التصعيد في الاستكشافات خوفا من العواقب السلبية واشتر اك الصناعة الوطنية في عمليات النفط المختلفة او بصورة غير مباشرة عن طريق استعمال عوائد النفط لزيادة الاستهلاك المحلي، واتفق على ضرورة التخطيط الاستراتيجي الشامل وتوزيع المهام على الوزارات.

¹ . آمنة محمد علي، مقومات نجاح النظام السياسي النرويجي، مجلة دراسات دولية، العدد الخامس و الأربعون، ص 114

من المحاذير التي أكد عليها التقرير مسالة انتقال المزيد من الطاقات المالية والبشرية من الصناعات التقليدية القائمة إلى صناعة النفط الأمر الذي يؤدي إلى إضعاف الصناعات التقليدية، فعمليات النفط وزيادة الاستهلاك المحلي سوية يمكن أن تؤدي إلى زيادة الحاجة إلى الأيدي العاملة مما ينعكس بدوره على كلف الإنتاج للصناعات التقليدية ويؤدي إلى ارتفاعها، أن أسباب كهذه قد تفقد الصناعات التقليدية قابليتها على تحمل المنافسة على المستويين الإقليمي والدولي، لذلك كان قرار البرلمان بان يتم التصعيد في عمليات النفط تدريجيا وبحسب إستراتيجية مدروسة. وقد اعتمدت النرويج على الشركات الدولية في تطوير الصناعة المحلية وتطوير التقنية النرويجية في قطاع النفط وقد بلغت التجهيزات النرويجية لعمليات النفط في أواخر السبعينات 70 % من مجمل الكلف وفي أوائل الثمانينات كان هناك 3 شركات نفط نرويجية تعمل في كل مرحلة التشغيل فقد ساعدت سياسة التآني في منح امتيازات جديدة على تحقيق الأهداف المتوخاة لأنها منحت الصناعة النرويجية وقتا كافيا للتهيؤ، مما مكناها من تحقيق النجاح في ظرف قصير بخلق صناعة نفط حديثة على مستوى دولي مرموق، واليوم فإنها قطعت شوطا كبيرا في الانجازات الفنية، حتى أصبحت ضمن إحدى الدول المصدرة للنفط والمعرفة.¹

إن المنهج الذي اتبعته الحكومة النرويجية في تنسيق سياسة الدولة بالمشاركة مع البرلمان كان ناجحا، إذ اتفق على أن تقوم وزارة المالية بالتخطيط الاقتصادي الشامل والموحد للبلد بالتعاون مع الوزارات المختصة ومع وزارة النفط فيما يخص النفط واقتراح التشريعات ووضع الخطط العريضة لعمليات النفط ومنح الامتيازات بالتشاور مع بقية الوزارات لاسيما وزارة المالية، بينما المديرية تضطلع بمهمة المتابعة والمراقبة كل حسب اختصاصه، ويقوم مكتب العائدات في وزارة المالية بمهمة جمع وتدقيق إيرادات النفط، لقد كان للمناقشات والمداولات المعمقة التي ذكرناها وغيرها والتي استمرت لسنوات إبان اكتشاف النفط دور مهم في خلق إجماع سياسي مبكر على ضرورة سيطرة البلد على اتجاه وزخم عمليات النفط ودعم وتشجيع الصناعة الوطنية للاشتراك مباشرة في عمليات النفط.

إن تعيين لجنة خاصة في عام 1982 والتي شملت خيرة الاختصاصيين في البلد من أجل دراسة زخم العمليات النفطية وتأثيره على الاقتصاد الوطني قد تمخض عنه توصيات مهمة منها، ضرورة خلق صندوق لعائدات النفط يفصل عائدات النفط عن الاستهلاك الداخلي ويكون في الوقت نفسه احتياطيا يحمي اقتصاد البلد من تذبذبات أسعار النفط في المستقبل.

¹ آمنة محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص 115

المطلب الثاني: المتطلبات التنظيمية للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر

تمتلك الجزائر ثروة وطاقات سياحية هامة موزعة على التراب الوطني سواء كانت في الساحل أو في الهضاب العليا أو في الجنوب الكبير، تمكنها من أن تصبح قطبا سياحيا هاما، و للوصول إلى هذا الهدف لا بد من توافر المتطلبات التشريعية و التنظيمية التالية:

- سن قوانين و تشريعات شاملة لكل جوانب النشاط السياحي.
- مراعاة الوضوح و البساطة في سن و تفسير القوانين.
- وضع آليات فعالة للتكفل بمشاكل القطاع السياحي، تشمل على البساطة و السهولة في دراسة هذه المشاكل و السرعة في تنفيذها و حلها.
- تسخير وسائل الإعلام للتعريف بالكنوز السياحية المتنوعة التي تزخر بها بلادنا.
- وضع إستراتيجيات سياحية تركز على المنطق و تنبثق من واقع الجزائر و تفتح على الثقافات السياحية في العالم تأخذ أحسنها و تترك أسوأها.
- إنشاء معاهد متخصصة في السياحة تعمل على إرساء ثقافة سياحية لدى القائمين على المرافق السياحية المختلفة كل في موقعه ولدى المواطنين بواسطة الإشهار للتمكن من استمرارية الجهود و تحسيد الأهداف بتكلفة أقل و ربح أكبر.
- صياغة نموذج لكل منطقة من المناطق السياحية، بحيث ينفرد كل نموذج عن الآخر بما يتلاءم و طبيعة كل منطقة و ما تزخر به من إمكانات سياحية¹
- ضرورة مراجعة أسعار الخدمات السياحية المقدمة ، إذ تعرف أسعار هذه الأخيرة غلاء فاحشا في الجزائر، كأسعار الإيواء في الفنادق ، و أسعار المطاعم ، هذا ما يثقل كاهل السائح الجزائري في تحمل هذه النفقات ، وبالتالي العزوف على التنقل بين أرجاء الوطن لغرض السياحة و التنزه ، أو التفكير في تغيير الوجهة السياحية إلى دولة أخرى.

¹. صالح فلاح، ورقة بحثية بعنوان: النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة العقيد الحاج لخضر. باتنة، ص 14

- توفير وسائل النقل والمواصلات المريحة ، لتسهيل تنقل السياح بين المناطق السياحية المختلفة ، و تنشيط الرحلات الجوية الداخلية ، إذ تتمتع الجزائر بمساحة واسعة ما يجعل السائح يتحمل مشقة و عناء التنقل بين أرجاءها.
- ضرورة إشراك القطاع الخاص و منحه مكانة هامة في تنفيذ المشاريع المسطرة في هذا المخطط ، بالإضافة إلى تفعيل الشراكة العمومية الخاصة و جعلها ملموسة و جدية
- تهمين الإمكانات الطبيعية و التاريخية و الثقافية التي تزخر بها الجزائر و استغلالها لصالح السياحة، والعمل على الحفاظ عليها.

المطلب الثالث: آليات خلق مناخ استثمار مناسب

تكتسي الاستثمار السياحي في الجزائر أهمية كبيرة ، نظرا لاستعداد السياحة الجزائرية وتقبلها لمثل هذه الاستثمارات بالإضافة إلى:¹

- فرص الاستثمار متاحة في السياحة الجزائرية ، إذ تعتبر نقائص العرض السياحي في الجزائر فرصا مهمة للاستثمار، خاصة في ظل الطلب السياحي المتزايد، حيث لا تزال بعض المناطق السياحية عذراء ، فهي تفتقر كثير من الإمكانات السياحية كالفنادق والمطاعم ... ، صف إلى ذلك توافر الموارد الطبيعية كل هذه النقائص تشجع وتجلب الاستثمار السياحي فيها.
- مساهمة الاستثمار السياحي في تنويع موارد الاقتصاد الوطني ، إذ يشكل القطاع السياحي بديلا حقيقيا لقطاع المحروقات في المستقبل القريب إذا تم ترقيته، حيث يساهم في توفير مداخيل بالعملة الصعبة من السياحة الخارجية، ومنه تقليل من التركيز على قطاع المحروقات كقطاع رئيسي في نمو الاقتصاد الوطني
- مساهمة قطاع السياحة في التقليل من حدة البطالة، نظرا لتشابهه مع قطاعات اقتصادية أخرى ، حيث عمل قطاع السياحة على توفير أزيد من 79 ألف منصب في الفترة 2006/1993.²

¹. يوسف تيري، الاستثمار السياحي في الجزائر - الأهمية والمعوقات ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية " ، ص 4

². الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، منشورات 2006

- تتوفر السياحة الجزائرية على مزايا تنافسية غير مستغلة: تشهد الأسواق العالمية ارتفاع حدة المنافسة، مما استدعى على الدول التخصص في قطاعات التي تملك فيها مزايا تنافسية قوية، والجزائر يمكن أن تملك حصة في الأسواق العالمية للسياحة من خلال تركيزها على جلب الاستثمارات السياحية خاصة الأجنبية منها.

و لتشجيع الاستثمارات السياحية في الجزائر لا بد من:

التسهيلات والحوافز : الاستثمارات السياحية شأنها شأن باقي الاستثمارات في القطاعات الأخرى، تتأثر بالتحفيزات والتسهيلات التي تمنحها الدولة، خاصة فيما يتعلق بجانب الاستقرار والمنظومة القانونية والتشريعية المرتبطة بالاستثمار، بالإضافة إلى توفير العقار السياحي بأسعار تحفيزية وتوفير البنية التحتية بدون مقابل للمستثمر، حيث تسترد التكلفة عن طريق الإيجار¹.

التخطيط السياحي: يعمل التخطيط السياحي على رسم الإستراتيجية السياحية لفترة زمنية معينة ، وبالتالي توفير الموارد السياحية لغرض تحقيق تنمية سياحية سريعة.

الترويج لإمكانيات الاستثمار السياحي المتوفرة: تحتاج فرص الاستثمار المتوفرة إلى التعريف بها والترويج لها ، لأجل إقبال المستثمرين عليها

تقديم المساعدات الفنية : تعمل الدولة على توفير مجموعة من الوسائل الفنية بغية جلب الاستثمارات الخاصة بها ، وتكمن هذه الوسائل الفنية في دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية ، وتأهيل المتدربين في المجال السياحي

¹ . منال عبد المنعم ، السياحة تشريعاً ومبادئها، الطبعة الأولى ،دار الصفا ، عمان ، الأردن ، ص26

المبحث الثالث: تصميم إستراتيجية عامة للنهوض بالقطاع السياحي

إن الاستغلال الأمثل للموارد السياحية و توظيفها في سياق اقتصادي بغرض العمل على تنويع الإيرادات، لا بد أن يتم وفق إستراتيجية مدروسة. بحيث يوجب دراسة هذا الموضوع من جوانب مختلفة قبل الخروج باستراتيجية موسعة للنهوض بالقطاع السياحي.

المطلب الأول : تحديد الأهداف و الوسائل اللازمة لتنفيذ الإستراتيجية

بداية تصميم الاستراتيجية لا بد أن يمر عبر تحديد الأهداف العامة التي يتوجب الوصول إليها. حيث أن هذه الأخيرة لا بد أن تتميز بالشمولية و الوضوح، لذلك قررنا التدرج في تحديدها إنطلاقا من دراستنا السابقة (العودة إلى المبحث الأول) و التي رأينا من خلالها أن للسياحة آثارا اجتماعية، اقتصادية و بيئية.

لذلك قسمنا أهداف الاستراتيجية إلى 3 خطوط رئيسية تتركز على ما يلي:

- أهداف اقتصادية.
- أهداف اجتماعية.
- أهداف بيئية.

الفرع الأول: الأهداف الاقتصادية

تتمحور الأهداف الاقتصادية لإستراتيجيتنا حول ما يلي:

- تنويع العائدات خارج المحروقات: تتميز الصادرات السياحية عن غيرها من الصادرات السلعية بكونها:¹

أ- أن السائح المستهلك للسلع والخدمات يأتي إلى الدولة المصدرة للخدمات السياحية بخلاف الصادرات السلعية التي تصل إلى المستهلك في موطنه .

¹. فوزي شعوي، مرجع سبق ذكره، ص 24

- ب- أن السائحين القادمين إلى البلد المصدر للخدمات السياحية يقومون بشراء أنواع مختلفة من السلع والخدمات في البلد المضيف في حين أن الصادرات الأخرى تنصب فيها المعاملات على سلعة أو خدمة معينة بذاتها.
- ج- أن الدول المتقدمة لا تفرض قيودا على واراتها السياحية من الدول النامية (سفر مواطنيها إلى الدول النامية).

من خلال الفصل الثاني، لاحظنا أن صادرات المحروقات - خصوصا الجزائرية منها- تتأثر بعدة عوامل لاسيما حجم العرض و الطلب، إضافة إلى كون النفط الجزائر يندرج ضمن السوق المكمل للسوق الرئيسي، أي أن هامش المناورة ضيق جدا في حال ما أرادت الجزائر تطوير صادراتها من المحروقات، لذلك نرى أن السياحة يمكن أن تشكل بديلا استراتيجيا للنفط، لاسيما و أنها تملك مساحة واسعة للتحكم في هذا القطاع و آليات تطوير عائداته. و عليه فإن إستراتيجيتنا لا بد أن تركز على إيجاد آلية مناسبة لتحقيق هذا الهدف، و الذي يعتبر الهدف الرئيسي لموضوع بحثنا.

■ **التشغيل:** من خلال الفصل الأول استنتجنا أن القطاع السياحي يعتبر مجالا مهما لتوظيف القدرات البشرية العاطلة، خصوصا و أنه يوفر مناصب شغل مباشرة و أخرى غير مباشرة تشمل قطاعات متعددة، إضافة إلى تنوع طرق التشغيل في هذا القطاع، سواء من خلال التوظيف المباشر أو تشجيع المشاريع الصغيرة المرتبطة بطريقة غير مباشرة مع السياحة.

إن تحقيق هذا الهدف ينطوي على أهمية كبيرة، و بالتالي تظهر الحاجة إلى إيجاد طريقة مناسبة لجعل السياحة قطاعا استراتيجيا في مجال التوظيف، و هو ما سوف نحاول الوصول إليه لاحقا مع مراعاة خصوصيات العامل البشري في الجزائر.

■ **تنويع عائدات الخزينة العمومية:** تركز عائدات الخزينة العمومية في الجزائر بشكل كبير جدا على عائدات الجباية البترولية (العودة إلى معامل الارتباط في المبحث الثاني من الفصل السابق)، حيث أن هذه الأخيرة تتميز بعدم الاستقرار و التذبذب. و بالتالي ظهرت الحاجة إلى ضرورة إيجاد منافذ جديدة للجباية، و هو ما يجب تحقيقه من خلال تطوير الاستثمارات السياحية، و تشجيع إقامة مشروعات كبيرة بما يتماشى مع تحقيق الهدف السابق (التشغيل) و توسيع الوعاء الضريبي مستقبلا.

■ **جلب العملة الصعبة:** هناك العديد من الاعتبارات التي تبرز ضرورة الاهتمام بزيادة الإيرادات السياحية من العملات الصعبة خصوصا في الدول النامية التي تتمتع بإمكانيات سياحية طبيعية أو تاريخية أو ثقافية منها:

أ - أن الخدمات السياحية تعد من الصادرات القابلة للنمو، كما أنها تقوم على استغلال ثروات طبيعية ومعالم أثرية تاريخية ومزارات دينية لا تدر عائدا بغير الاستخدامات السياحية.

ب - حاجة البلاد النامية التي لها إمكانات سياحية إلى العملات الصعبة اللازمة لمواجهة متطلباتها الخارجية. إن إيجاد استراتيجية مناسبة، تضمن للاقتصاد الجزائر تنويع عائداته، لا بد من أن يمر عبر القطاع السياحي من خلال جلب موارد كبيرة من العملة الصعبة، و التي يعتبر القطاع السياحي من أهم مصادرها.

الفرع الثاني: الأهداف الاجتماعية

يتمشى تحقيق الأهداف الاجتماعية بالتوازي مع تحقيق الأهداف الاقتصادية، و من هنا تظهر أهمية تضمين إستراتيجيتنا لأهداف اجتماعية متناسقة تشمل ما يلي:

■ **تنمية المناطق:** تعاني العديد من المناطق في الجزائر من صعوبة إيجاد النسق الإقتصادي المناسب لتنميتها، نتيجة لاعتبارات مختلفة: تقنية، جغرافية، إدارية.... ، و هنا تظهر أهمية السياحة في كونها قطاعا مرنا من ناحية الاستثمار فيها، و هو ما يعطي فرصة مناسبة لتحقيق التنمية في هذه المناطق.

■ **البطالة:** يرتبط موضوع محاربة البطالة (و هو موضوع ذو بعد اقتصادي و اجتماعي في نفس الوقت)، بمدى إمكانية السياحة في خلق مناصب شغل دائمة، و من هنا نلاحظ ضرورة إعطاء بعد طويل الأمد لإستراتيجيتنا السياحية.

■ **تطوير الخدمات الاجتماعية و المنشآت القاعدية:** إن العمل على توفير ظروف مناسبة لاستقبال السياح (الأجانب و المحليين منهم)، و ما يصاحب هذا الهدف من ضرورة توفر منشآت قاعدية ملائمة، سواء ما تعلق بجانب النقل و الاتصالات و الصحة و غيرها من الضروريات الواجب توفرها،

حيث يعتبر توفير هذه الوسائل من الأهداف الرئيسية لاستراتيجيتنا و التي يمكن من خلالها تحقيق قيمة مضافة فيما يخص التنمية الاجتماعية للمجتمعات المحلية.

الفرع الثالث: الأهداف البيئية

إن الانطلاق في عملية تنمية سياحية شاملة لا بد أن يتركز على أسس متينة، لاسيما في يخص الجانب البيئي و الإيكولوجي، و الذي يتميز بمشاشته و حساسيته للتغيير المستمر، لذلك وجب وضع استراتيجية تراعي الأهداف التالية:

- تامين الموارد البيئية للجزائر، و توظيفها في القطاع السياحي بطريقة مسؤولة تراعي الحفاظ على هذه الموارد و حمايتها من التلف.
- تطبيق مفهوم " السياحة الخضراء" ¹ بجميع قواعده و أسسه في بداية رسم الخطوط العامة للاستراتيجية.
- إقامة مناطق طبيعية محمية، يتم ممارسة أنواع محددة من السياحة فيها، تراعي خصوصيات هذه المناطق.
- وضع تعليمات صارمة لحماية جميع المناطق البيئية الهشة من التلف و الاختلال.
- توفير وسائل المحافظة على البيئة في الفضاءات السياحية المختلفة.
- التنسيق بين مخططات المحافظة على البيئة عند القيام بتوسيع الأنشطة الاستثمارية لاسيما ما يتعلق بالقطاع السياحي فيها.

المطلب الثاني: وضع الحدود المكانية و الزمنية لتنفيذ الاستراتيجية

يعتبر من الضروري رسم الحدود المكانية و الزمنية لتنفيذ إستراتيجيتنا، و ذلك لسببين رئيسيين:

¹ هو مصطلح حديث نسبيا جاء ليعبر عن نوع جديد من النشاط السياحي الصديق للبيئة، الذي يمارسه الإنسان محافظا على الميراث الفطري الطبيعي والحضاري للبيئة التي يعيش فيها.

- تبسيط إجراءات التنفيذ .
 - تسهيل عملية الرقابة المستمرة و تقويم الاختلالات.
- بهدف ترشيد الجهود و الحفاظ على الموارد المخصصة لتنفيذ الإستراتيجية، قررنا وضع حدود مكانية وزمنية تشمل المناطق الواجب ترقيتها سياحيا، حيث تشمل هذه الحدود ما يلي:
- تحديد المناطق التي تتمتع ب: إمكانيات سياحية معتبرة، موقع جغرافي ملائم، سهولة الوصول إليها، توفر المنشآت القاعدية من طرق و مواصلات.
 - تطوير أنشطة سياحية تتناسب مع مقومات كل منطقة.
 - مراعاة المنشآت السياحية الموجودة على أرض الواقع، قصد توظيفها في رسم الاستراتيجية.
- إن مساحة الجزائر الواسعة، و التي تتجاوز 2 مليون كيلومتر مربع، يجعل من الصعب إيجاد أنشطة سياحية تغطي كامل هذه المساحة، لذلك وجب البحث عن أكثر المناطق ملائمة للتنمية السياحية. و هو نفس التصور الذي قامت بتقديمه وزارة السياحة و الصناعة التقليدية أثناء عرض ديناميكيات المخطط التوجيهي للتنمية السياحية¹.
- كما لاحظنا أن الاستراتيجية المتبعة حاليا تعتمد على إيجاد مناطق توسع سياحي مقسمة جغرافيا على أربع جهات من الوطن (شرق، غرب، وسط و جنوب)، و من أجل استغلال أفضل للموارد قررنا إعادة تقسيم مناطق التوسع حسب الشكل السياحي المناسب:
- سياحة شاطئية: استغلال 1200 كلم من الساحل الجزائري، عبر إقامة مركبات شاطئية كبرى (من 5 مركبات إلى 10 كمرحلة أولى)، علما أن الاستثمارات السياحية ذات عائد بطيء لكن مرتفع جدا مقارنة بتكاليفه التشغيلية، و بالتالي فإن تحديد مناطق محددة للاستثمار سياحي على الشواطئ الجزائرية يساعد على جلب المزيد من الاستثمارات مستقبلا.

¹. ندوة صحفية لوزير السياحة " الحاج محمد السعيد، " منتدي جريدة LIBERTE، 1 جويلية 2013

الفصل الثالث: السياحة كقطاع استراتيجي للاقتصاد الجزائري

و يتم تحديد مدة إقامة هذه المركبات ب 3 سنوات على الأكثر في المرحلة الأولى، إضافة إلى تقديم تسهيلات و تحفيزات خلال 7 سنوات الأولى لإقامة هذه المشاريع، و هو ما من شأنه استقطاب الطلب السياحي على هذا النوع من الأنشطة خلال السنوات الأولى.

بالتوازي مع ذلك، يتم فتح المجال لاستثمارات سياحية مرافقة، قصد تغطية هذا الطلب المتزايد، للوصول خلال المرحلة الأخيرة و التي تمتد إلى 15 سنة بعد بداية تطبيق المشروع، إلى جعل الساحل الجزائري قطبا رئيسيا لاستقبال السياح (المواطنين و الأجانب)، لاسيما بعد خلق ديناميكية كبيرة تخص العرض و الطلب على مثل هذه الأنشطة، إضافة إلى المنافسة بين المؤسسات و المركبات السياحية التي سوف تؤدي إلى تحسين الخدمات وانخفاض الأسعار.

● السياحة الصحراوية: إن الامتداد الشاسع للصحراء، يجعل من الضروري تحديد مناطق استغلال سياحي فيها، حيث لا بد من مراعاة العناصر التالية: الانسجام التام مع نمط الحياة الصحراوية، توفر وسائل النقل و الوصول إلى هذه المناطق بسهولة، توفير الأمن.

لذلك ارتأينا تحديد أربع مناطق توسع سياحي في فيما يخص المنطقة الصحراوية، مع توفير المنشآت القاعدية خصوصا وسائل النقل، قصد تخفيض أسعار العروض الترويجية المقدمة، و احترام الخصائص الطبيعية والإيكولوجية.

فيما يخص الفترة الزمنية المحددة لتنفيذ هذه الاستراتيجية، من الأفضل الإنطلاق بتهيئة المناطق الصحراوية لتنمية هذا النوع من السياحة في أقرب الآجال، و من المفروض أن تستقطب هذه المناطق المحددة عددا معتبرا من السياح خلال 5 سنوات الأولى، و نظرا لاتساع المساحة المخصصة لممارسة هذا النشاط، من المتوقع أن تشمل باقي المناطق الصحراوية خلال 10 سنوات بشكل كامل.

● السياحة العلاجية: يعتبر هذا النوع من السياحة من أكثر الخدمات المطلوبة في العالم. و في سياق تامين الموارد السياحية و الطبيعية التي تتمتع بها الجزائر، يتوجب تحديد مناطق سياحية تتمحور حول استغلال هذه الأنشطة و التي تتطلب تهيئة خاصة تراعى فيها شروط النظافة و النجاعة العلاجية.

في هذه الحالة يتوجب التركيز على جميع المناطق الممكن توسعتها فيما يخص السياحة العلاجية، مع تحديد فترة 5 سنوات لتحسين و تطوير هذه الخدمات، و التي لا تحتاج إلى استثمارات ثقيلة لمراعاة الجانب البيئي فيها.

كما أن السمعة الجيدة التي سوف تكتسبها هذه المنشآت سيشجع على تطوير الاستثمارات فيها و يؤدي على البحث عن مناطق أخرى لتوسيعها.

● السياحة الثقافية: إن الإرث الثقافي و الحضاري الذي تتمتع به الجزائر، يشكل في حد ذاته استثمارا جاهزا، لكنه بحاجة إلى الترشيح و التوجيه الصحيح قصد توظيفه في أنشطة اقتصادية مدرة للدخل. مثلما رأينا سابقا¹، أن الموروث الثقافي أصبح أهم عناصر الاستقطاب السياحي، لاسيما في دول غرب أوروبا (إسبانيا، فرنسا و إيطاليا)، لذلك وجب التعريف بالإرث الثقافي الجزائري كمرحلة أولى، ثم إدماج هذه المقومات الثقافية و الحضارية في إقامة أنشطة سياحية خلال فترة لا تتجاوز 5 سنوات على الأكثر.

● السياحة الرياضية: تتميز الجزائر -بفضل مساحتها الواسعة و مناخها المعتدل- عن غيرها من الدول بتعدد فرص إقامة أشكال مختلفة من السياحة الرياضية، و في إطار التنمية الاقتصادية يتوجب وضع استشارة موسعة لجميع الأنشطة الرياضية الممكنة إقامتها، على أن تخصص المرحلة الأولى من الإستراتيجية على تشجيع فتح النوادي الرياضية و إقامة الأنشطة المناسبة مع مناطق تواجدها خلال فترة 3-5 سنوات الأولى، ثم المرور إلى مرحلة الاحترافية في تقديم هذه الخدمات و الاستفادة منها اقتصاديا.

المطلب الثالث: مكونات الاستراتيجية العامة و تقنيات تطبيقها

من خلال دراستنا لمختلف التجارب الاقتصادية لبعض الدول، قمنا بدمج استراتيجيات تنوع عائداتها مع مخططات تطوير القطاع السياحي لدول أخرى، إضافة إلى محاولة صياغة هذه الاستراتيجية النهائية في شكل نموذج يساعد على إبقاء الخطة في شكل منهجي و أكاديمي.

توصلنا في الأخير إلى ضرورة ترجمة الأهداف السابق ذكرها في شكلين: نقدي و مادي، مع مراعاة التدرج في التطبيق حسب السلم الزمني التالي¹:

¹ تطرقنا في المبحث الثالث من الفصل الأول إلى اتجاهات الحركة السياحية الدولية، و هو عنصر مهم في دراستنا قصد دراسة حركة السياح و أسباب تفضيلهم لوجهة دون غيرها.

الشكل رقم 3-1 : مراحل تطبيق استراتيجية تطوير القطاع السياحي



المصدر: من إعداد الطالبين، بناء على استشارات خبراء سياحيين، و محاضرات في التخطيط السياحي.

خلال المرحلة الأولى، لا بد من توفير البنية الأساسية لإقامة المنشآت السياحية، و مراعاة عامل الجودة والجاذبية في وضع أسسها، لأنها تشكل القاعدة الرئيسية للاستثمارات السياحية، بما أن نجاح هذه الأخيرة يعتمد على التخطيط الجيد لإنشاء البنى التحتية، و تمتد هذه المرحلة على فترة 3 سنوات.¹

مرورا بالمرحلة الثانية، يتم إقامة مشاريع نموذجية واسعة، لكن في مناطق محددة، حيث تهدف إقامة هذه المشاريع إلى خلق ديناميكية لاستقطاب الطلب السياحي و توجيهه نحو هذه المناطق، و هو ما سوف يشجع على إقامة أنشطة سياحية مكتملة في المرحلة الأولى، ثم توسيع الاستثمارات الموجودة لامتصاص الطلب السياحي المتزايد.

إذا ما تم تطبيق التوجيهات و الخطط المرسومة خلال المرحلتين الأولى، فمن المحتمل أن نصل إلى المرحلة الثالثة خلال فترة 7 إلى 10 سنوات.

فيما يخص ترجمة الأهداف في شكل نقدي و مادي، ارتأينا تصنيفها حسب الشكل التالي:

أ- الأهداف المادية: تنقسم إلى فرعين: عدد الأسرة و تدفق السياح.

¹ حسب آراء المتعاملين الاقتصاديين في مجال السياحة: ممثلي الفنادق و ممثلي الوكالات السياحية، إضافة إلى محاضرات الأستاذ وهراني عبد الكريم في مقياس: التخطيط السياحي، و الأستاذ كشكوش بومدين في مقياس: ندوة في تخصص إدارة المؤسسات السياحية.

الفصل الثالث: السياحة كقطاع استراتيجي للاقتصاد الجزائري

أ-1 : عدد الأسرة الواجب بلوغها.

الجدول رقم 3-3: التخطيط لعدد الأسرة الواجب بلوغها

| المرحلة | عدد الأسرة | نسبة النمو السنوي |
|-----------------------------|--------------|-------------------|
| المرحلة الأولى (3 سنوات) | 200 000 سرير | - |
| المرحلة الثانية (7 سنوات) | 240 000 سرير | 5 % |
| المرحلة الثالثة (15 سنة) | 320 000 سرير | 4 % |

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على توجيهات و استشارات المتعاملين في مجال السياحة

في المرحلة الأولى حددنا عدد الأسرة الواجب بلوغها، بناء على إحصائيات و توقعات المخططات السابقة و التي كانت تهدف إلى بلوغ 187000 سرير في نهاية عام 2013¹، و مقارنة بعدد الأسرة في تونس (بناء على إحصائيات 2010²) و التي تقدر ب أكثر من 240000 سرير. إرتأينا تحديد 20000 سرير كهدف أولي، قصد الدخول في منافسة مع اقتصاديات السياحة القريبة من الجزائر و تشجيع السياح الأجانب على المفاضلة فيما بينها.

في المرحلة الثانية حددنا عدد الأسرة الواجب بلوغها ب 240000 سرير، و ذلك بزيادة 10000 سرير كل سنة، أي بنسبة نمو سنوي تقدر ب 5 %، و هي نسبة مقبولة خصوصا و أن الجزائر أعلنت عن قدرتها على تحقيق نسبة نمو في عدد الأسرة يتراوح ما بين 6% و 7% سنويا، على أن تنخفض هذه النسبة بشكل طفيف في المرحلة الثالثة، و ذلك لعدة اعتبارات منها: بطء استرجاع قيمة الاستثمارات السياحية، و التماشي مع عدد السياح المتوقع استقباله و الذي سوف ندرسه فيما يلي:

¹. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، الكتاب رقم: (02)المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، ص 17

². officie nationale du tourisme tunisien, le tourisme tunisien en chiffre, 2010 , p 03

الفصل الثالث: السياحة كقطاع استراتيجي للاقتصاد الجزائري

أ- 2 عدد السياح الواجب استقطابهم

الجدول رقم 3-4: التخطيط لعدد السياح اللازم استقطابهم

| المرحلة | عدد السياح | نسبة نمو سنوية |
|----------------------------|----------------------|----------------|
| المرحلة الأولى (3 سنوات) | 2 900 000 سائح أجنبي | 4 % |
| المرحلة الثانية (7 سنوات) | 3 500 000 سائح أجنبي | 5 % |
| المرحلة الثالثة (15 سنة) | 5 460 000 سائح أجنبي | 7 % |

من إعداد الطالبين، بناء على إحصائيات سياحية و استشارات أخصائيين.

أعدنا هذا الجدول انطلاقا من تقرير المنظمة العالمية للسياحة و التي قدرت آخر نسبة نمو لعدد السياح في الجزائر ب 3.7%، و هو ما يعني قدرة الوصول إلى عتبة 2.9 مليون سائح على المدى القصير، و بالنظر إلى نسبة نمو عدد السياح في المغرب و تونس و الذي بلغ 7 % و 5 % على التوالي، إضافة إلى وجود مجال كبير للتحسن بالنسبة للجزائر مقارنة بالبلدين السابقين، من المتوقع أن تتجاوز عتبة 5 مليون سائح أجنبي خلال 10 سنوات، شريطة تنفيذ المشاريع المذكورة سابقا فيما يخص توسيع الحظيرة الفندقية.

ب- الاستثمارات

بناء على المعطيات السابقة، و من خلال دراسة مخططات التمويل التي جاء بها المخطط الوطني للتهيئة السياحية، قمنا بتلخيص نواحي التمويل في الاستراتيجية من خلال الجدول التالي:

الفصل الثالث: السياحة كقطاع استراتيجي للاقتصاد الجزائري

الجدول رقم 3-5 : التخطيط للاستثمارات السياحية المستقبلية

| المرحلة | عدد الأسرة | قيمة الاستثمارات |
|----------------------------|-------------|------------------|
| المرحلة الأولى (3 سنوات) | 40 000 سرير | 2.4 مليار دولار |
| المرحلة الثانية (7 سنوات) | 40 000 سرير | 2.4 مليار دولار |
| المرحلة الثالثة (15 سنة) | 80 000 سرير | 4.8 مليار دولار |

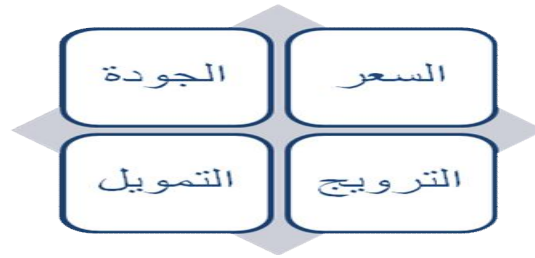
من إعداد الطالبين، بناء على بيانات الجدول رقم 3-4

تم ترجمة الجدول رقم 3-4 الخاص بعدد الأسرة الواجب بلوغها إلى استثمارات نقدية، حيث قدرت تكلفة السرير الواحد ب 60000 دولار¹، حيث قدرت الاستثمارات الإجمالية خلال المرحلتين الأولى و الثانية بحوالي 2.5 مليار دولار، أي 800 مليون دولار في السنة خلال المرحلة الأولى، 600 مليون دولار في السنة خلال المرحلة الثانية و الثالثة.

أبعاد إستراتيجية تنمية القطاع السياحي:

قمنا بموضع منهج لرسم الخطة الاستراتيجية العامة لتطوير القطاع السياحي، و التي تعتمد على الأبعاد التالية:

الشكل رقم 3-2 : أبعاد استراتيجية تنمية القطاع السياحي



المصدر: من إعداد الطالبين، بناء على بيانات الجداول السابقة

¹. رجال علي و عيساني عامر ، تجارب سياحية (الجزائر ، تونس و مصر) - دراسة تقييمية (2010-2011)، الملتقى العلمي الدولي حول : السياحة رهان التنمية المستدامة -

دراسة تجارب بعض الدول، ص 12

1- السعر:

إن استقطاب السياح، لاسيما الأجانب منهم لا بد أن يعتمد على تقديم منتجات سياحية ذات ميزة تنافسية عالية، و لذلك لا بد من وضع استراتيجية خاصة بالأسعار تعتمد على النقاط التالية:

- تقديم تحفيزات جبائية و ضريبية للمؤسسات السياحية.
- مراقبة الأسعار بصرامة لاسيما في المواسم السياحية.
- تشجيع إقامة الاستثمارات بهدف خلق جو من المنافسة بين المؤسسات السياحية.
- تقديم تسهيلات للوصول و التنقل إلى المواقع السياحية.

2- الجودة:

يمكن إجمال معايير الجودة السياحية فيما يلي:

- الشفافية : يعتبر عنصر الشفافية من العناصر المهمة لتوفير المشروعية لتوقعات المستهلك وحماية حقوقه ، و يتوفر عنصر الشفافية من خلال صحة المعلومات المقدمة حول مواصفات المنتج ، و ما يشتمل عليه وكلفته الإجمالية ، و ما يغطيه السعر ، بالإضافة إلى إيصال تلكا لمعلومات بشكل منظم و فعال للمستهلك¹.
- التجانس: يركز معيار التجانس على ضرورة التوافق و الانسجام بين المحيط الطبيعي و الإنساني ، أن إذ هذا التوافق يحافظ على السياحة المستدامة ي و ستدعي إدارة فعالة للمؤثرات البيئية و الاقتصادية والاجتماعية بغية تأسيس مؤشرات لجودة المنتجات السياحية.
- الأمن و السلامة: يتوفر معيار الأمن و السلامة عندما لا تشكل الخدمة السياحية خطر على الحياة أو يتسبب بضرر أو يهدد الصحة للمستهلك في جميع الأنشطة السياحية ، و عادة ما تنظم و تحدد معايير الأمن و السلامة بنصوص تشريعية و قوانين كالحماية من الحريق ، و هاته النصوص القانونية تعتمد كمعايير للجودة بحد ذاتها².

¹. عبد القادر عوينان ، مرجع سبق ذكره. ص 336

². فاطمة الزهراء عبادي ، التدريب في ظل إستراتيجية السياحة العربية ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية" ، ص 10

- الصحة العامة: يرى معيار الصحة العامة على ضرورة المحافظة في جميع أماكن الإيواء و الإطعام و الشراب على شرط النظافة و السلامة و ، ينطبق هذا المعيار على كل المؤسسات السياحية الكبيرة ، كما ينطبق أيضا على جميع نقاط بيع المواد الغذائية من محلات و مطاعم ، بما فيها الخدمات المقدمة في الطائرات.
- سهولة الوصول: يقضي هذا المعيار بإزالة كل العوائق و الحواجز الطبيعية و الاتصالية و الخدمية ، دون تحيز و إتاحة استخدام تلك المنتجات و الخدمات من قبل الجميع.

3- الترويج للأنشط السياحية الجزائرية

وجب على الجزائر الاعتماد على مميزاتها الخاصة من مناخ معتدل و متنوع و مواقع حضارية و ثقافية، لأجل تحسن صورتها و جذب الاستثمارات بغية تسويق المنتج السياحي، من خلال الاعتماد على:

أ- أن تركز إستراتيجية التسويق على:

- دراسة سوق العرض و الطلب.
- التعرف على الأسواق المستهدفة ذات الأولوية.
- توجهات أهداف التسويق لكل سوق.
- تحديد الاستراتيجيات التجارية.

ب- تنفيذ مخطط ميداني للأعمال يركز على¹:

- التحديد و التدريب التدريجي للأهداف التي يرمي إليها مخطط التسويق السياحي.
- إعداد أدوات الاتصال و الترقية و وسائل التنفيذ.
- بناء صورة جديدة و توسيع شهرة وجهة الجزائر.

ج -وضع جهاز رصد وحراسة:

¹. وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة ، الكتاب رقم : (02)المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، ص24

و بالتالي يمكن القول أنه لا بد من إعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر بفضل إستراتيجية التسويق السياحي، و هذا من أجل إعطاء الأولوية و رؤية و قراءة لختم الجزائر و من أجل ذلك يجب ابتكار علامة منتج تسجيله منتج سياحي جزائري¹.

4- التمويل

بما أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري فإن عملية تحسين الربح و خاصة الربح الداخلي تتطلب إيجاد دعم ومرافقة من الدولة في كل العمليات، و هذا هو الشيء الذي يصبو إليه مخطط التمويل من خلال ما يلي:

- حماية و مرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة و المتوسطة.
- السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف و الذوبان.
- جذب و حماية كبار المستثمرين الوطنيين و الأجانب.
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية و المالية.
- تسهيل و تكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية ، و خاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار.
- مرافقة المتعاملين المستثمرين ، من خلال إجراءات مناسبة لدعم الاستثمار في القطاع السياحي تأخذ بعين الاعتبار طبيعة الاستثمار في هذا الميدان.

¹. عبد القادر عوينان، مرجع سبق ذكره، ص 309

خلاصة

بعد دراسة موسعة لمختلف الإمكانيات السياحية في الجزائر، وجدنا أنها تصلح لإقامة أنشطة سياحية متنوعة و متعددة، نظرا لإمكانيتها الطبيعية و البشرية الهائلة. إلا أن هذه الإمكانيات لم تجد طريقها نحو التوظيف السليم لأسباب متعددة و هو ما جعل من السياحة في الجزائر قطاعا ثانويا.

بدراسة لتجارب بعض الدول السابقة في مجال تنويع عائداتها، وجدنا هامشا و إمكانية كبيرة لتطبيق تجربة خاصة بالجزائر تراعي خصوصياتها و إمكانياتها، حيث توصلنا في الأخيرة إلى رسم استراتيجية عامة للنهوض بالقطاع السياحي الجزائري يراعى فيه التدرج في تطبيق الأهداف و الاستدامة في تحقيقها، تتضمن جوانب متعددة يتم تنفيذها في شكل خطط متوازنة و مدروسة مسبقا.

