

صناعة السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول دراسة تحليلية باستخدام نموذج SWOT

Tourism industry in Algeria between reality and Hopefully Analytical study using the SWOT model

¹ نور الدين قراري

¹ جامعة مصطفى اسطembولي معسكر (الجزائر)

تاريخ الاستلام: 2020/10/20 تاريخ القبول: 2020/12/02 تاريخ النشر: 2020/12/19

ملخص:

السياحة واحدة من أهم القطاعات التي تعتمد عليها الدول في تنمية اقتصادها الوطني وتنويعه، بل وتعتبر ركيزة لاقتصاديات بعض الدول، باعتبارها مصدرا للعملة الصعبة ومجالا كبيرا لتشغيل اليد العاملة، وبالرغم من هذه الأهمية التي يكتسبها هذا القطاع إلا أن دولة بحجم قارة كالجزائر لا تزال تراهن على عائدات النفط والمحروقات في بناء اقتصادها والذي تتراجع أسعاره يوما بعد الآخر، ولأن صناعة السياحة محرك لخلق سياحة إبتكارية مستدامة، كان الغرض من هذه الدراسة التعرف على واقع صناعة السياحة في الجزائر والآفاق المستقبلية لتطويرها، قصد تحقيق الأهداف المرجوة تم استخدام المنهج الوصفي من خلال المراجعة الأدبية لمختلف عناصر البحث، والمنهج التحليلي باستخدام نموذج SWOT لتحديد أهم نقاط القوة والضعف، والفرص والتهديدات، كما بينت النتائج أن هناك فجوة بين الإمكانيات السياحية الضخمة وواقع صناعة السياحة في الجزائري، وأخيراً أوصت الدراسة بضرورة تعزيز وتفعيل الإستثمار السياحي خاصة القطاع الخاص من خلال تبني إستراتيجية التنوع وقيادة التكلفة، قصد تأهيل الجزائر كي تصبح قطبا سياحيا بامتياز.

كلمات مفتاحية: السياحة، التنمية المستدامة، تنافسية، نموذج SWOT.

تصنيفات JEL : Q01، Z32، D41

Abstract:

Tourism is one of the most important sectors that countries depend on in developing and diversifying their national economy, and it is considered one of the pillars of the economies of some countries, as a source of hard currency and a large field for employing the workforce. Despite this importance this sector acquires, a country the size of a continent like Algeria is still betting on revenues Oil and fuel in building its economy whose prices are declining day after day, and because the tourism industry is an driving force to create innovative and sustainable tourism, The purpose of this study was to know the reality of the tourism industry in Algeria and the future prospects for its development, in order to achieve the desired goals. the descriptive approach was used through the literary review of the various elements of the research, and the analytical approach using

¹ المؤلف المرسل، الإيميل: noureddine.guerrairi@univ-mascara.dz

the SWOT model to identify the most important strengths and weaknesses, opportunities and threats. The results also showed that there is a gap between the huge tourism potentials and the reality of the tourism industry in Algeria. Finally, the study recommended the necessity of reinforce and activating tourism investment, especially the private sector by adopting The strategy of diversification and cost leadership, With a view to qualify Algeria to become a tourism pole par excellence

Keywords: Tourism industry; Sustainable development; Competitive; SWOT model.

JEL Classification Codes: Q01, Z32, D41.

1. مقدمة

لقد أضحت السياحة إحدى صناعات العالم الأكثر أهمية في الوقت الحاضر، إذ فاقت معدلات نموها قطاعات الزراعة والصناعة، كما تجاوزت أهميتها جميع الصناعات التحويلية والخدمات من حيث المبيعات والعمالة وجلب العملات الأجنبية، خلال قرن ونصف من الزمن أصبحت السياحة أحد القطاعات الأكثر ديناميكية، نظرا لاستفادتها من التطور العلمي والتقني الحديث والتي مست العديد من الجوانب وخصوصا الخدماتية، ما جعلها تبرز كصناعة متكاملة، بل وتعد من أكبر الصناعات في العالم وإحدى أسرع القطاعات الاقتصادية نموا وذلك لما تحققه من نتائج معتبرة من حيث التدفقات والإيرادات من جهة ومناصب الشغل التي تحدثها بصورة مباشرة وغير مباشرة من جهة أخرى، و وفق توقعات الإقتصاديين فإن ثلاث صناعات ستفوق الإقتصاد العالمي هي الإتصالات، تكنولوجيا المعلومات وصناعة السياحة هذه الأخيرة سيكون لها تأثير كبير على إتجاهات التنمية المستدامة.

وعليه يعتبر القطاع السياحي في الجزائر من القطاعات الإستراتيجية التي يعول عليها كثيرا في ضل التدهور الكبير الذي تشهده أسعار المحروقات وأثرها الكبير على الإقتصاد. فالصناعة السياحية تعتبر من البدائل المهمة القادرة على توفير الموارد المالية للمساهمة في التنمية الإقتصادية والإجتماعية من خلال التأثير الكبير على مؤشرات (الإستثمار، تخفيض البطالة، ميزان المدفوعات، إعادة توزيع الدخل) بصفة خاصة والتنمية المستدامة (النواحي الإجتماعية والإقتصادية والبيئية) بصفة عامة. إشكالية الدراسة:

أصبح العالم ينظر إلى صناعة السياحة بوصفها قاطرة للتنمية الإقتصادية المستدامة سواء البلدان المتقدمة ذات مصادر الدخل المتعددة أو البلدان النامية التي تسعى إلى تعزيز مصادر دخلها، ولأن الجزائر تزخر بمقومات سياحية تسمح لها بنمو قطاع السياحة، يساهم في التخلص من شبح التبعية للريع البترولي من جهة وتنويع مصدر دخلها من جهة أخرى، بات من الضروري على الجزائر التوجه نحو خلق صناعة سياحية تنافسية تؤهلها لكي تصبح قطبا سياحيا بإمتياز، من هذا المنطلق يمكن تحديد مشكلة البحث والمتمثلة في طرح التساؤل الرئيسي التالي: ماهي أهم الاستراتيجيات التي من شأنها المساهمة في خلق وتطوير صناعة سياحية تنافسية في الجزائر؟

فرضيات الدراسة:

للإجابة على الإشكالية يمكن طرح الفرضيات التالية:

* مقومات الدولة الجزائرية كبيرة لخلق صناعة سياحية تنافسية؛

* ضعف القطاع السياحي في الجزائر راجع إلى قلة الإستثمارات السياحية الخاصة (المحلية

والأجنبية):

أهمية الدراسة:

تبرز جليا أهمية الدراسة من خلال الوقوف على المقومات وأهم التحديات التي يواجهها قطاع السياحة في الجزائر باستخدام النموذج التحليلي SWOT، ثم عرض أهم البدائل الإستراتيجية للنهوض بهذا القطاع.

منهجية الدراسة:

لتحقيق هدف الدراسة تم إتباع المنهجين الوصفي والتحليلي، حيث تم الإعتماد على المنهج الوصفي فيما يتعلق بمختلف المفاهيم والتعاريف لعناصر البحث (السياحة، صناعة السياحة المقومات والتحديات، التنمية المستدامة)، أما المنهج التحليلي تم إستخدام نموذج SWOT للوقوف على اهم نقاط القوة والضعف وكذا الفرص والتهديدات التي تواجهها صناعة السياحة في الجزائر واخيرا عرض لأهم البدائل الإستراتيجية للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر.

الدراسات السابقة:

1- دراسة بوسالم و لعجالي (2016) صناعة السياحة الريفية في المغرب "تجربة رائدة ودروس مستفادة": خلصت الدراسة إلى أن التجربة المغربية في مجال السياحة الريفية تعتبر من التجارب الرائدة على المستوى المغربي، خصوصا بالمقارنة مع القطاع السياحي الجزائري الذي لا يزال متأخر في هذا النشاط الإقتصادي الهام والذي يعتبر كمورد حيوي ومستدام للمداخيل، في حين اوصت الدراسة على ضرورة إعادة النظر في السياسات المنتهجة في المجال السياحي في الجزائر و وضع إستراتيجيات قائمة على أسس علمية تهدف إلى تحقيق التميز. (بوسالم و لعجالي، 2016، الصفحات 1-17)

2- دراسة (عبد السلام و بن سعود) (2019) السياحة في ليبيا ومتطلبات تنميتها، دراسة تحليلية باستخدام نموذج بورتر للقوى الخمسة: من اهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة هي عدم وجود إستقرار أمني وسياسي وإقتصادي أثر سلبا على القطاع السياحي، أيضا هيمنة الدولة على النشاط الإقتصادي الذي تسبب في ضعف القطاع الخاص مما ترتب عنه إنخفاض تنافسية القطاع السياحي الليبي على المستوى المحلي والدولي، وأخيرا أوصت الدراسة إلى ضرورة توفير الأمن والإستقرار السياسي والعمل على دعم القطاع الخاص وتشجيعه على المساهمة في تنمية القطاع السياحي. (عبد السلام و بن سعود، 2019)

3- دراسة (Ameeta & Jerry (2006) Tourism and Hospitality Planning & Development (A

framework for sustainable ecotourism: Application to Costa Rica): توصلت هذه الدراسة إلى تشكيلة من الإجراءات تشير إلى الحاجة إلى مشاورة مجتمعية واسعة لضمان قبول الإجراء والاستراتيجيات الأكثر ملاءمة، كما يجب على الحكومات أن تضع أهدافًا اجتماعية واقتصادية وبيئية للسياحة الإيكولوجية بالتشاور مع أصحاب المصلحة (علماء البيئة، المزارعين، العاملين في المجتمع). في حين أن تحليل تجربة كوستاريكا باستخدام الإطار المستدام للبيئة بين أنه بعد تحديد الهدف، وإدخال مدخلات محلية قوية واسعة النطاق في استراتيجيات السياحة البيئية، يمكن من تصميم السياسات لتشجيع السياحة البيئية الاقتصادية، وأن الدخول إلى قطاع السياحة البيئية بدون دعم من أصحاب المصلحة هو في حد ذاته تهديدًا للصناعة السياحية. (Jerry & Ameeta, 2006, pp. 131-142)

4- دراسة (Ghorbani & All (2015) Ecotourism sustainable development strategies using

SWOT and QSPM, model: A case study of KajiNamakzar Wetland, South Khorasan Province, Iran, Tourism Management): تناولت هذه الدراسة عملية تحليل لنوع من أنواع السياحة وهي السياحة البيئية باستخدام أسلوب SWOT في جنوب خراسان إيران من أجل الحصول على أفضل استراتيجيات لتطوير صناعة سياحية مستدامة وبسبب قلة البيانات حول هاته المنطقة كانت هناك صعوبة في عملية التشخيص، ورغم ذلك أكدت الدراسة على أن للمنطقة نقاط قوة تمثلت في (التنوع في البيئة الطبيعية كونها قريبة من المناطق الرطبة، تتوفر على أنواع كبيرة من الحيوانات) والفرص (إهتمام السياح بدراسة وإكتشاف المنطقة) نقاط الضعف (الرؤية السلبية من قبل السلطات المحلية للسياح المهتمين بإكتشاف البيئة وكذلك مشكل الحدود) التهديدات الحالية (صراعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين الجماعات المختلفة) (Ghorbani & Al, 2015, pp. 131-142)

2. التأسيس النظري لمفهوم صناعة السياحة

1.2 مفهوم السياحة:

ورد أول تعريف للسياحة للألماني FREULER.E.G (1905) "السياحة هي ظاهرة من ظواهر عصرنا، تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء، وإلى الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً إلى نمو الاتصالات على الأخص بين الشعوب المختلفة" (طالب ووهرائي، 2011، الصفحات 569-588) أما الإقتصادي النمساوي hermannvonschullard (1910) فقد عرف السياحة على أنها مجموع العمليات ذات الطابع الإقتصادي التي تتعلق مباشرة بدخول الأجانب وإقامتهم وحركتهم داخل أو خارج بلد، مدينة أو منطقة معينة. (ساحل وبن تفات، 2018، الصفحات 127-146)

تري الأكاديمية الدولية للسياحة: بأن السياحة هي إصطلاح يطلق على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع حاجات السائح
 مؤتمر الامم المتحدة للسياحة والسفر الدولي (1963) عرف السياحة بأنها ظاهرة إجتماعية وإنسانية تقوم على إنتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة بهدف الترفيه أو العلاج
 تعريف المنظمة العالمية للسياحة: تنطوي السياحة على مفهومين أساسيين (مفاتيح، 2018، صفحة 67)

- السائح: كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره لمدة 24 ساعة على الأقل، لأسباب قد تتعلق بالراحة، الترفيه، الصحة، قضاء عطلة حضور أشغال علمية...إلخ
 - المنتزه: كل زائر لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته المعتاد.
- من خلال التعاريف السابقة يمكن ان نستنتج أن مفهوم السياحة يعبر عن تلك الحركة الغير الإعتيادية التي يقوم بها الأشخاص سواء كانت محلية (سياحة داخلية) أو دولية (سياحة خارجية) قصد إشباع رغبة ذاتية معينة لفترة زمنية محددة غالبا تكون أكثر من 24 سا.
- 2.2 مفهوم صناعة السياحة:**

المنتج الرئيسي للسياحة ليس شيئاً تنتجه الصناعة ولكن غالباً ما يكون المنتج هو التراث والثروة والإرث المجتمعي الذي يعد وجهة سياحية، يقابله ترويج وتشجيع إدارة الضيافة وتوجيه أنشطة هؤلاء الزوار، وتزويدهم بالسلع والخدمات أثناء إقامتهم.

أما صناعة السياحة فتتضمن التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير وإنتاج وتسويق البضائع والخدمات لتلبية إحتياجات ورفاهية السياح، والسائح هو الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلي أو الإعتيادي ولأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة سواء كان داخل بلده (سائح وطني) أو خارج بلده (سائح أجنبي). (العابد و لعراف، 2012)

و بالتالي هي الوظيفة التي تمثل خدمة السياح من خلال الاعتماد على العلاقات الايجابية بين مختلف القطاعات الداعمة لنجاح صناعة سياحية تنافسية وتشمل هذه الصناعة أربعة قطاعات رئيسية (النقل،الإقامة، الخدمات المساعدة، المبيعات و الترويج). (Camilleri, 2018, p. 6) ، كما أن لصناعة السياحة ثلاثة عناصر اساسية تساعد في توجيهها تتمثل في الطلب السياحي، العرض السياحي وأخيرا الحوكمة السياحية (صحراوي و السبتي، 2017، الصفحات 49-67)

يتضح من خلال التعاريف السابقة ان صناعة السياحة تعتبر مثلها مثل باقي الصناعات الاخرى تقوم على نفس المقومات الأساسية لعناصر الانتاج (الموارد الأولية، العنصر البشري، رأس المال) إلى ان الهدف الرئيسي لنجاح هذا النوع من الصناعة يتطلب أيضا شغف، تجديد و إبتكار لخلق منتج سياحي مستدام يحقق ميزة تنافسية قصد جذب السياح.

3.2 المقومات السياحية في الجزائر:

تمتلك الجزائر إمكانيات سياحية متميزة يمكن أن تجعلها من أكثر الدول جذبا للسياح على المستوى الإقليمي وحتى الدولي، لكنها لم تستغل أحسن إستغلال، بإعتبار أن عدد السياح سنة 2015 بلغ فقط 1.710 مليون سائح، في حين بلغ في المغرب 10.177 مليون سائح و في تونس 5.359 مليون، بالمقابل قدرت مداخيل السياحة الجزائرية فقط 258 مليون دولار سنة 2014، بينما بلغت 7 مليار دولار في المغرب و 2.35 مليار دولار في تونس.

وعليه فإن الجزائر يمكن أن تكون وجهة سياحية مفضلة للسياح نظرا لتنوع أشكال السياحة فيها وتميزها، إذ نجد سياحة ساحلية في الشمال، وسياحة صحراوية في الجنوب، سياحة جبلية وسياحة حموية، سياحة دينية، سياحة ثقافية وتاريخية، وبالتالي يمكن ضمان سياحة على مدار السنة.

1.3.2 سياحة ساحلية:

تمتلك الجزائر شريطا ساحليا ممتدا على طول أكثر من 1200 كلم، تتخللها شواطئ رملية وأخرى صخرية ساحرة، وغابات عذراء وأشكال مختلفة من الحيوانات، مناطق رطبة إضافة إلى إحتواء المناطق الساحلية على شعب مرجانية خاصة بالشرق (عنابة والقالبة)، وتتواجد بالساحل حظائر مصنفة كمحميات طبيعية من طرف منظمة اليونسكو مثل حظيرة القالة التي تبلغ مساحتها 78000 هكتار.

2.3.2 سياحة جبلية:

تتوفر الجزائر على سلاسل جبلية وغابية متنوعة مثل سلسلة الأطلس التلي و الأطلس الصحراوي، يمكن إستغلالها لغرض سياحة المغامرة واستكشاف الطبيعة (مرتفعات الشريعة وتيكجدة)

3.3.2 سياحة صحراوية:

تعتبر علامة مميزة في الجزائر، إذ تمثل الصحراء في الجزائر ما نسبته 87 % من المساحة الإجمالية، وهي أفضل مكان لإقامة هياكل سياحية تلبى رغبات السائح الأوروبي والأمريكي، وتنقسم الصحراء الجزائرية إلى خمس مناطق كبرى هي (أدرار، إليزي، واد ميزاب، تمنراست و تندوف)، تنفرد كل منطقة بتضاريسها وعاداتها وتقاليدها، واثارها التي تمتد إلى العصور القديمة.

4.3.2 سياحة حموية (الحمامات المعدنية):

يوجد في الجزائر أكثر من 200 منبع معدني ذو خصائص علاجية يتركز أغلبها في شمال البلاد، أهمها (حمام أولاد علي، حمام دباغ بقالملة، حمام قرقور بسطيف، حمام الصالحين ببسكرة، حمام بوغراة بتلمسان، حمام بوحنيقية بمعسكر، وحمام ريغة بعين الدفلى) وتشهد إقبالا كبيرا من السياح المحليين والأجانب، لكنها بحاجة إلى التطوير والتحديث لإستقبال عدد أكبر من السياح من خلال إقامة مركبات سياحية ذات مستوى عالي.

5.3.2 سياحة ثقافية وتاريخية:

مرت بالجزائر عدة حضارات منها الرومانية، الأمازيغية، الفينيقية والعثمانية والإسلامية، تركت كل منها إرثا تاريخيا وثقافيا، صنفت سبعة مواقع منها كتراث عالمي من طرف اليونسكو: قلعة بني حماد (المسيلة): تعتبر قلعة بني حماد أول موقع أثري مصنف لدى اليونسكو وكان ذلك سنة 1980، حيث أسست سنة 1007 م على يد حماد بن بلكين، ونتيجة للإهمال لم يبق منها إلا المئذنة وبقايا من المسجد.

مدينة جميلة (سطيف): أسسها الإمبراطور الروماني NERVA سنة 96 و 98 م، وصنفت كتراث عالمي عام 1982.

مدينة تيمقاد (باتنة): أنشأها الإمبراطور تراجان سنة 100 م، صنفت كتراث عالمي سنة 1982. تيبازة: أسسها الفينيقيون كمركز تجاري، صنفت من طرف اليونسكو تراث عالمي سنة 1982. واد ميزاب (غرداية): هي عبارة عن هضبة صخرية كلسية، تقع شمال الصحراء وتمتاز عن بقية المناطق المجاورة لها بطبيعتها القاسية، صنفت سنة 1982.

حظيرة الطاسيلي (إليزي): ترتفع 2000 م عن سطح البحر ومساحتها 12000 كلم²، تحتوي تشكيلات مختلفة من الصخور البركانية والرملية وموقع أثري يعود إلى 6000 ق م، يحتوي على 15000 رسم، صنفت سنة 1982 كتراث عالمي.

القصبة (الجزائر العاصمة): بنيت من طرف الأمير بولوغين في العهد العثماني وهي تشبه المتاهة في تصميمها وتحتوي عدة قصور ومساجد أهمها (قصر الداوي، الجامع الكبير، جامع كيتشاوة)، قد تم تدمير أجزاء كبيرة منها بفعل الإستعمار الفرنسي، صنفت كتراث عالمي سنة 1982. (بوكفة و زودة، 2018، الصفحات 31-44)

4.2 التحديات التي تواجهها الصناعة السياحية في الجزائر:

1.4.2 الثقافة السياحية:

هي إمتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمهارات والإتجاهات والقيم، التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المشتكلات والمظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح، كما تعرف كذلك على أنها "القيم والإتجاهات والعادات وأشكال السلوك المشترك بين أعضاء المجتمع والتي تنتقل من جيل لأخر"

2.4.2 الأمن السياحي:

يتكون مفهوم الأمن السياحي من مصطلحين هما الأمن والسياحة، لكل منهما دلالة ومعنى مختلف عن الآخر، ويشكلان معا وحدة إصطلاحية يطلق عليها الأمن السياحي، وحتى نتمكن من التعرف على ماهية الأمن السياحي لابد من الإستدلال ببعض التعريفات التي أعدها الباحثون في هذا

الموضوع فقد عرف (مولي علي العلوي) الأمن السياحي بأنه "توفير الظروف الملائمة للسائح خلال زيارته أو إقامته بالبلد المضيف"، أما (سمير عثمان) فقد ربط مفهوم الأمن السياحي بالسائح وخلص إلى أن أمن السائح "توفير عنصر الأمن والطمأنينة له منذ وصوله إلى البلاد وحتى مغادرته لها".

3.4.2 عدد الإستثمارات السياحية:

يعتبر النقص في الإستثمارات السياحية واحدة من أهم معوقات النهوض بقطاع السياحة في الجزائر ولقد وردت عدة تعاريف للإستثمار السياحي ونذكر منها "الإستثمار السياحي هو ذلك النشاط الخدمي المرتبط بالميادين المتعلقة بالسياحة بداية بالفندقة إلى تنظيم الأسفار مروراً بوسائل الترفيه والنزهة والخدمات الإضافية المرتبطة بها.

4.4.2 النقل السياحي:

غالباً ما ينظر للنقل السياحي على أنه مجرد جزء من منظومة السياحة لجلب السياح إلى وجهاته السياحية، وكأنه وسيلة للإلتفاف حول مكان ما وتركه بمجرد نهاية مدة الرحلة، غير أن هناك من يؤكدون أن نظام النقل هو وجهة سياحية لها تأثير على تجربة السياحة وهو ما يفسر إمكانية السفر وإختيارات السياح لمقاصدهم السياحية لذا فالتحسين في وسائل النقل وتخفيض أسعار التنقل تزيد من إمكانية الوصول لأماكن سياحية جديدة.

5.4.2 تكنولوجيا الإعلام والإتصال:

تكنولوجيا الإعلام والإتصال تؤثر بدورها على قطاع السياحة بالرغم من أنها ليست نابعة من داخل القطاع، إن جودة الخدمات السياحية لن تتم إلا بإتاحة وإستخدام التكنولوجيا في مختلف مجالات السياحة، من تخطيط وترويج وتسويق وحجز وتعاقد وتسوية مالية...إلخ، وقد نهت إلى ذلك منظمة السياحة العالمية الحكومات والهيئات والمؤسسات بأهمية إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في قطاع السياحة، بحيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات والإتصال اللبنة الأساسية للتنمية السياحية ولم تعد خياراً بالنسبة للقائمين على القطاع، بل حتمية تفرضها الأوضاع الإقتصادية الراهنة لتطوير وتنمية القطاع السياحي. (بوناب، 2016، الصفحات 136-148)

5.2 سياسات تطوير السياحة في الجزائر:

في إطار إستراتيجيتها الوطنية لتطوير القطاع السياحي في الجزائر قامت وزارة الإقليم والبيئة والسياحة سنة 2008، بالإعلان عن نظرتها المستقبلية في وثيقة عرفت بالمخطط التوجيهي لتهيئة السياحة أفاق 2030 (Tourism Development Guideline) التي تعبر عن فلسفتها الجديدة المبنية على أسس التنمية المستدامة، حيث يعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030) ثمرة جهد لمسار طويل من الأبحاث والإستطلاعات والدراسات، وهو نتاج لمشاورات واسعة أجرتها وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة مع مختلف الفاعلين الوطنيين العموميين والخواص، طيلة أطوار الجلسات الجهوية للنقاش المفتوح حول السياحة في الجزائر، إذ يشكل إنجاز هذا المخطط بجميع مراحل

(تصميم، تنفيذ ومتابعة) تحديا كبيرا بالنسبة لجميع المهتمين بقطاع السياحة على مختلف المستويات (فندقيين، أصحاب المطاعم، مسافرين، مرشدين، متعاملين إقتصاديين وأصحاب المصلحة).

1.5.2 الأهداف العامة للمخطط:

يهدف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى:

- جعل السياحة أحد محركات النمو الاقتصادي من خلال المساهمة في استحداث مناصب الشغل وتحسين التوازنات الكبرى كالميزان التجاري وميزان المدفوعات؛
- توسيع الأثار المترتبة عنه إلى القطاعات الاقتصادية الأخرى (الزراعة، الصحة والسكان، الصناعة، الحرف والخدمات) بإدماج الفكر السياحي لدى مختلف المتعاملين في مجالات (النقل، المدينة والعمران، البيئة، الجماعات المحلية، التكوين)؛
- التوافق بين الترقية السياحية والبيئة؛
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي والديني؛
- التحسين المستمر لصورة الجزائر.

أما فيما يخص الجانب المالي فإن قيمة الاستثمارات المتوقعة (2008-2015) تقدر 2.5 مليار دولار أي بمعدل 350 مليون دولار سنويا ويتوقع دخول 2.5 مليون سائح إلى الجزائر، كما يهدف المخطط إلى توفير حوالي 400000 منصب شغل (مباشر وغير مباشر)، وخلق 91000 مقعد بيداغوجي للتكفل بتكوين المختصين في القطاع.

2.5.2 المبادئ الأساسية للمخطط:

يرتكز هذا المخطط على خمس حركات لإنعاش السياحة وإستدامتها تمثلت في:

1.2.5.2 مخطط وجهة الجزائر:

من خلال تعزيز جاذبية وجهة الجزائر ببناء صورة متميزة عنها في ذهنية المستهلكين، بإستخدام كل وسائل التسويق والترويج التقليدية (الإشهار، رجال البيع، ترقية المبيعات والعلاقات العامة)، والحديثة (التسويق المباشر عن طريق شبكة الأنترنت)

2.2.5.2 الأقطاب السياحية للإمتياز:

القطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للإمتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية، بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية، ويستجيب لطلب السوق ويتمتع بالإستقلالية، وقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في هذا الإطار سبعة أقطاب سياحية للإمتياز موزعة حسب جهات الوطن المختلفة: شمال شرق، شمال وسط، شمال غرب، جنوب شرق، جنوب غرب، والجنوب الكبير (طاسيلي، إليزي، جانت)، (أدرار، تمنراست)

3.2.5.2 مخطط نوعية السياحة:

يهدف هذا المخطط إلى:

- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي؛
 - حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية؛
 - نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية؛
 - ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين؛
 - إعداد مقاييس الإمتياز للتربية والتكوين السياحي؛
 - الابتكار وإستعمال تكنولوجيات الإعلام والإتصال في مخطط النوعية السياحية.
- 4.2.5.2 مخطط الشراكة العمومية – الخاصة:

يسعى مخطط الشراكة العمومية-الخاصة إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص، وذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي، وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية، لبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان الرائدة، وذلك من خلال مساهمة الدولة في تهيئة الإقليم ووضع المنشآت القاعدية بالإضافة إلى حفظ الأمن من جهة ومن جهة أخرى مساهمة القطاع الخاص في تطوير الإستثمار السياحي.

5.2.5.2 مخطط تمويل السياحة:

- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي؛
- مرافقة المستثمرين المرقين وأصحاب المشاريع بالمساعدة في إتخاذ القرارات في تقدير المخاطر وفي تمويل عتاد الإستغلال؛
- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية والتمديد في مدة القرض؛
- دعم ومرافقة لإحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع، من خلال نظام مرافقة مالي، مساعدات للتكوين، تشجيع شامل للنوعية، إنشاء اداة جديدة لتمويل الإستثمارات السياحية مثل إنشاء بنك الإستثمار السياحي؛
- حماية ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في مجال السياحة. (العايب و زرقين، 2017، الصفحات 291-314)

6.2.5.2 عوامل نجاح إدارية وتنظيمية:

- تطوير برامج التنمية السياحية للدولة والمناطق؛
- تنظيم سوق السياحة وتوسيع التعاون مع الدول الأخرى؛
- تخصيص اتجاهات التنمية ذات الأولوية لكل منطقة على حدة وتنفيذ سياسة السياحة الفردية؛
- تشجيع التمويل المشترك للمشاريع الاستثمارية من قبل المستثمرين المحليين والأجانب؛
- تحفيز النشاط السياحي من خلال إنشاء امتيازات ضريبية وجمركية، وتخفيض تكلفة التأشيرة وإجراءات الحصول عليها؛

- تحسين الإطار التشريعي والتنظيمي للقطاع السياحي و المنتجعات السياحية على حد سواء؛

- توسيع نطاق وعدد المنتجعات و المنتجعات السياحية؛

- إنشاء المعسكرات الصيفية الدولية، ومراكز السياحة البيئية (معسكرات المتطوعين). (Melikh & Al, 2019, pp. 131-136)

3. التنمية المستدامة

1.3 مفهوم التنمية المستدامة:

في ديسمبر (1986) جاء بالإعلان الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة تعريف للتنمية المستدامة و الذي بين على أنها "عملية اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية شاملة تستهدف التحسين المستمر لرفاهية السكان بأسرهم والأفراد جميعهم على أساس مشاركتهم النشطة والحرّة والهادفة في التنمية والتوزيع العادل للفوائد الناجمة عنها" (البطراوي، 2017، صفحة 100)، و في سنة (1998) حدد الباحث Murphy أربعة عشر عنصرا للتنمية المستدامة قائمة على مبدأ رئيسي مفاده أنه لدينا مستقبل مشترك. كما بين أيضا أن للتنمية المستدامة ثلاثة عناصر أساسية وتشمل هذه العناصر المفاهيم البيئية والمفاهيم الاجتماعية والاقتصادية، من خلال هذه المفاهيم الثلاثة يمكن أن يكون الهدف العام للتنمية المستدامة هو تمديد الفرصة من إحتياجات المجتمع للحصول على جودة أعلى. (Erick, 2007, pp. 6-13)

1.1.3 من وجهة النظر الاقتصادية: تعني التنمية المستدامة بالنسبة للدول المتقدمة خفض إستهلاك الطاقة والموارد، أما بالنسبة للدول النامية فهي تعني توظيف الموارد من اجل رفع مستوى المعيشة والحد من الفقر. و يرى (Wall Geoffry). (Lawrence, 2011, pp. 45-54) "بأن السياحة تكون أكثر إستدامة عندما تكون الجزء الأكبر والأكثر تنوعا من القاعدة الإقتصادية للبلد".

2.1.3 من وجهة النظر الاجتماعية (الإنسانية): تعني التنمية المستدامة السعي لتحقيق إستقرار النمو السكاني، ورفع مستوى الخدمات الصحية والتعليمية خاصة في المناطق الريفية.

3.1.3 من وجهة النظر البيئية: تعني التنمية المستدامة حماية الموارد الطبيعية والإستخدام الأمثل للموارد الطبيعية (الأرض، المياه)

4.1.3 من وجهة النظر التكنولوجية: فهي تعني نقل المجتمعات إلى عصر الصناعات النظيفة التي تستخدم تكنولوجيا خضراء وطاقة نظيفة، مما يسمح التقليل من التلوث البيئي والحد من ظاهرة الإحتباس الحراري

نستطيع أن نقول مما سبق أنه يمكن إعتبار التنمية المستدامة قضية أخلاقية وإنسانية بقدر ما هي قضية تنمية وبيئية، يمثل الإنسان حجر الزاوية فيها، وهي التنمية المتوازنة التي تفي بالإحتياجات الحالية دون المساس بإحتياجات الأجيال القادمة. (منصوري، 215، الصفحات 359-374)

2.3 الأثار الاقتصادية والاجتماعية لصناعة السياحة على التنمية المستدامة:

تعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم والتي لها دورا كبيرا في تحقيق التنمية المستدامة المتمثلة في إرتفاع معدل النمو الإقتصادي والقضاء على البطالة بالإضافة إلى المساهمة في تطور التجارة الخارجية، في حين أثبتت الدراسات ان صناعة السياحة مرتبطة بالنمو الإقتصادي خاصة في البلدان المنخفضة والمتوسطة الدخل من جهة و من جهة أخرى ان لها تأثيرا إيجابيا على التنمية المستدامة في المناطق الحساسة (المناطق الريفية) (Bogdan & Al, 2018, pp. 1-19)

1.2.3 أثر السياحة على ميزان المدفوعات:

تعتبر السياحة مصدرا هاما من مصادر الدخل للعملة الصعبة مما ينعكس أثره على تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، لأن الخدمات السياحية لها وزن في المدفوعات الدولية، وكذلك الواردات والصادرات. هذا بفضل الحجم الكبير من أرباح العملات الأجنبية الناتجة عن النشاط السياحي. (Chikh, 2017, pp. 161-167)

2.2.3 أثر السياحة على العمالة:

تعتمد السياحة على العنصر البشري اعتمادا كبيرا فكافة الإستثمارات التي تقوم بها الدولة كمنشآت فندقية و وسائل النقل السياحي ومكاتب وكذا وكالات السفر تؤدي إلى إستيعاب قدر مناسب من اليد العاملة فهي بذلك تهدف إلى خلق فرص عمل.

3.2.3 التطور الإجتماعي:

تعتبر السياحة أحد أهم أسباب التطور الإجتماعي في الدول السياحية حيث تتاح الفرص أمام أفراد المجتمع على التعرف على الأفكار والإهتمام بالثقافات الأجنبية من خلال إتصالهم المباشر مع السياح وهو ما يساهم في إنفتاحهم على العالم الخارجي. (كواش، 2011، الصفحات 6-26)

4.2.3 القضاء على الفقر في العالم:

يمكن للسياحة كقطاع سريع النمو خلق وظائف وأماكن عمل جديدة، وللتنمية السياحية المستدامة تأثير كبير على كافة مستويات المجتمع المحلي، وعن طريق تبني هدف مكافحة الفقر المطلق بتشجيع إقامة وتطوير المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وتدعيم الفئات الأكثر رعاية (النساء والشباب وكبار السن)

5.2.3 ضمان تحقيق إطار عام للإنتاج والإستهلاك المستدام:

إن قطاع السياحة يملك القدرة على تبني ممارسات فعالة للإستهلاك والإنتاج المستدام، ويحقق بذلك المشاركة الفعالة في التنمية المستدامة، خاصة فيما تعلق بخلق وظائف جديدة تتماشى مع الإقتصاد الأخضر وحماية البيئة.

6.2.3 تطوير الصناعة والتكنولوجيا الملائمة والبنية الأساسية:

تعتمد التنمية السياحية المستدامة على بنية أساسية وبيئة مستدامة ومتجددة، كما تساعد السياحة المستدامة الحكومات على صيانة وتحسين البنية الأساسية لتبقى مستدامة ونظيفة وكوسيلة فعالة لجذب السائحين والإستثمارات الأجنبية، وهذا يسهل إقامة التصنيع والإنتاج المستدام الضروري للنمو الإقتصادي. (بوحديد و يحيوي، 2017، الصفحات 16-32)

7.2.3 تحقيق التوازن الجهوي:

تعتبر السياحة وسيلة ممتازة لإحداث توازن جهوي لأن خلق مشروع سياحي يستدعي شروط جذب سياحية وجمال طبيعي، وهذا ما تحققه غالبا المناطق الريفية والمهجورة كالجنوب والجلال والصحاري، كذلك إنشاء مناطق سياحية من شأنها أن يقربها أكثر بباقي مناطق البلاد والقضاء على النزوح من هاته المناطق بفضل إدماج السكان المحليين في قطاع السياحة.

8.2.3 المساهمة في تكوين وتوظيف اليد العاملة:

هذا التكوين يتم على مستوى مراكز ومعاهد متخصصة، وعن طريق هاته المعاهد والمراكز يمكن تحديد مناصب العمل لكل تخصص من أجل تحقيق التلاؤم بين إحتياجات المؤسسات السياحية.

4. الجانب التطبيقي

1.4 دراسة تحليلية لقطاع السياحة في الجزائر بإستخدام نموذج SWOT:

يعتبر نموذج SWOT لتحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات من أهم أدوات التحليل الإستراتيجي والتي تستخدم لتحليل الوضع الحالي لواقع السياحة، سواء على مستوى البيئة الداخلية (نقاط قوة والضعف) أو على مستوى البيئة الخارجية (الفرص والتهديدات) ويوضح الجدول التالي تحليل SWOT لواقع صناعة السياحة في الجزائر من خلال المراجعة الأدبية لمجموعة من البحوث والمقالات في هذا المجال للفترة الممتدة بين سنة 2011 و 2019.

الجدول 1: نموذج SWOT لتحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات

Weaknesses	نقاط الضعف	Strengths	نقاط القوة
ضعف طاقات الإيواء السياحي و التي تتوافق والتقديرات المبرمجة حسب مخطط التنموي للسياحة إستغلال جزء بسيط من الموارد السياحية حيث تم التركيز على نوعين فقط (السياحة الحضرية والسياحية الشاطئية) تمركز طاقات الإيواء السياحي في المدن الكبرى ضعف الإستثمارات السياحية وبالتالي قلة الهياكل		الموقع الإستراتيجي (قريبة من أوروبا وتعتبر بوابة إفريقيا) المساحة (أكثر من 2 كلم2 و محيط ساحلي ب 1200 كلم) الإمكانات الطبيعية (جبال، هضاب وسهول و صحراء، تتميز بمناخ معتدل) عدد المواقع الطبيعية والثقافية المصنفة كتراث عالمي الجالية الجزائرية المقيمة في الخارج	

القاعدية		تنوع البلد من الناحية الثقافية والتاريخية	
عدم قدرة المنتج السياحي على تلبية متطلبات السياح من خلال ضعف مستوى الخدمات السياحية وتعدد الإجراءات الإدارية الخاصة بالدخول		خطة إستراتيجية طموحة للمستقبل (المخطط التوجيهي للهيئة السياحية أفاق 2030)	
عدم الإهتمام بالإستثمار السياحي من قبل القطاع الخاص المحلي والأجنبي		موارد مالية متاحة	
الوكالات السياحية تروج للوجهات الخارجية بنسبة 95 بالمائة		موارد بشرية	
Opportunités	الفرص	Threats	التحديات
المقومات الثقافية والدينية والتاريخية		تعرض العديد من المناطق السياحية للتدهور نتيجة الإلتفاف والإهمال والنهب للمعالم السياحية والأثرية	
حالات عدم الإستقرار الأمني في دول الجوار		عدم الإستقرار في الأوضاع السياسية والأمنية حالة اللأمن	
نمو الطلب السياحي الكبير لدى المجتمع الجزائري بصفة خاصة والعالم بصفة عامة		مشروع البلد المستقبل للسياح كإستراتيجية لتنمية السياحة في المغرب من خلال إعادة هيكلة وتطوير مناطق سياحية جديدة (السياحة الريفية) مع تقوية النشاطات الحالية	
تنوع المنتج السياحي (سياحة ساحلية، سياحة جبلية، سياحة صحراوية....)		النزوح الريفي من شأنه يقوض جهود تطور السياحة الريفية	
الطلب على السياحة الصحراوية والبيئية		سياحة ذات نوعية متدنية وبأسعار مرتفعة مقارنة بالبلدان المجاورة	
متغيرات طارئة في المقاصد السياحية المنافسة		انعدام برامج التهيئة والنهوض بالمنتج التقليدي	
		ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات في السياحة	
		إنعدام القنوات التفاعلية الإتصالية بين العارضين وطلبي الخدمات السياحية	
		عجز كبير في تسويق صورة الجزائر كوجهة سياحية	
		عدم وجود مكاتب الصرف وتعقيد المعاملات المالية	

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مجموعة من الدراسات السابقة

بعد الإنتهاء من توصيف وتشخيص وتحليل البيئة الداخلية والخارجية لصناعة السياحة في الجزائر، تأتي الخطوة التالية والمتمثلة في إقتراح مصفوفة الإستراتيجيات البديلة (Alternative Stratégies) من خلال المحاور الأربعة الآتية: (فراج وفيد، 2015، الصفحات 246-271)

1- (S-O) تعزيز نقاط القوة والإستفادة من الفرص الخارجية؛

2- (S-T) تعزيز نقاط القوة وتجنب التهديدات الخارجية؛

3- (W-O) التغلب على نقاط الضعف والإستفادة من الفرص الخارجية؛

4- (W-T) التغلب على نقاط الضعف وتجنب التهديدات الخارجية.

كما هو موضح في الجدول أعلاه تبين أن هناك عدت بدائل إستراتيجية يمكن تطبيقها للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر وهي: (حسن الزقي، 2018، الصفحات 102-111)

إستراتيجية النمو (التنوع، تطوير المنتج): تقوم إستراتيجية التنوع على تقديم منتجات وأنشطة سياحية جديدة وكذلك خلق أسواق جديدة (تفعيل السياحة الصحراوية والسياحة الريفية، إجراء مسابقات عالمية مثلا المسابقات الميكانيكية الراليات، تنمية سياحة الغوص...) إستراتيجية التميز والجودة: تبنى هذه الإستراتيجية على فكرة تميز المنتجات والخدمات السياحية عن باقي الخدمات السياحية الأخرى، بحيث يكون المنتج المميز غير قابل للتقليد من قبل المنافسين أو على الأقل صعب التقليد.

إستراتيجية قيادة التكاليف: تعتمد هذه الإستراتيجية على تقديم منتج متميز وبأقل التكاليف بحيث يكون من الصعب على المنافسين التماشي معها وذلك عن طريق الإستفادة من التجربة التونسية الرائدة في هذا المجال.

إستراتيجية التشريح: وتعتمد هذه الإستراتيجية على تقسيم السوق السياحي إلى شرائح مختلفة بحيث تتميز كل شريحة بخصائص وسمات معينة يمكن إعتبارها أسواقا سياحية قائمة بذاتها (الأقطاب السياحية السبعة)

إستراتيجية التركيز: من خلال التركيز على فئة معينة من السياح أو سوق معين وإستغلاله بما يلي حاجات ورغبات هاته الفئة.

5.الخاتمة:

يبدو أن الجزائر تمتلك كل الأرضية التي تؤهلها بأن تصبح قطبا سياحيا بامتياز يمكنها من إنعاش خزينتها العمومية خارج المحروقات، وعليه فإن تحقيق جدوى السياح الذي يعادله جدوى العملة الصعبة وهي المعادلة التي تتجاهلها الجزائر وتستثمر فيها دول الجوار من الباب الواسع، إضافة إلى تقليص الفجوة بين الفرص التي تمتلكها الدولة وبين ما حققته السياحة على أرض الواقع، لا يكون إلا بتفعيل الاستثمار الخاص الذي يعتبر عنصرا هام في تطوير السياحة عن طريق تنمية مستدامة.

1.5 نتائج الدراسة:

- إن تشخيص واقع صناعة السياحة في الجزائر من خلال استخدام نموذج التحليلي الاستراتيجي SWOT، سمح بإستخلاص مجموعة من النتائج نذكر منها:
- *تمتلك الجزائر مقومات سياحية كبيرة جداً (طبيعية، ثقافية، دينية... إلخ)؛
 - *النقص الفادح في تفعيل برامج التهيئة والنهوض بالمنتج التقليدي؛
 - *عجز كبير في تسويق صورة الجزائر كوجهة سياحية داخليا وخارجيا؛
 - *نقص في الإستثمارات السياحية خاصة (الصحراوية والهضاب العليا)، وتمركزها في المدن الكبرى والساحلية؛
 - *فشل قطاع السياحة مرتبط بفشل البنية التحتية لقطاعات أخرى (النقل والمواصلات، المعاملات المصرفية)؛
 - *قلة التأهيل لا سيما ما تعلق بالعنصر البشري الفعال في إدارة وترويج لقطاع السياحة في الجزائر، مقارنة بدول الجوار.
- 2.5 التوصيات والمقترحات:

- تقترح الدراسة جملة من الإرشادات و التوصيات التي يمكن أن تساهم في صناعة القرار الإستراتيجي لصناعة السياحة، يمكن إيجازها في النقاط التالية:
- ❖ التوصيات المقترحة لتعزيز نقاط القوة والإستفادة من الفرص الخارجية
- *التوجه نحو السوق العربية وتفعيل السياحة الإسلامية؛
 - *الإستفادة من تجارب البلدان الرائدة في مجال السياحة ونقل تجربتها إلى الجزائر (خاصة الدول المغاربية)؛
 - *توفير مصادر التمويل المحلية لتطوير المناطق السياحية والخدمات؛
 - *صياغة نموذج لكل منطقة من المناطق السياحية بحيث يتميز كل نموذج عن الآخر بما يتلائم وطبيعة المنطقة؛
 - *إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية المتخصصة في سلوك السائح للتعرف على الأساليب الترويجية الأكثر إقناعا لجذبه؛
 - *تطوير السياحة الداخلية وترقية الصناعات التقليدية والمهن الحرفية؛
 - *التركيز على الأسواق السياحية ذات الطابع التاريخي والثقافي؛
- ❖ التوصيات المقترحة لتعزيز نقاط القوة وتجنب التهديدات الخارجية:
- *تشجيع وتثمين السياحة المحلية للحد من تدفق العملة الصعبة نحو الخارج؛
 - *تسخير وسائل الإعلام للتعريف بالكنوز السياحية المتنوعة التي تزخر بها الجزائر؛
 - *العمل على توفير الأمن والإستقرار؛
 - *تطوير الهياكل المالية خاصة قطاع البنوك والصرف؛

- * العمل على توعية المواطن لتأدية واجباته في المعاملة مع السائح من إستقبال وكرم الضيافة؛
- * تحديث وسائل الإتصال والمواصلات بمختلف أنواعها؛
- * الإهتمام أكثر بتوظيف الكفاءات في قطاع السياحة؛
- * تحفيز الإستثمار السياحي من خلال الإعفاءات الضريبية.

❖ التوصيات المقترحة للتغلب على نقاط الضعف والإستفادة من الفرص الخارجية

* توفير منتجات سياحية تتلائم وثقافة السكان من جهة والقدرات الإقتصادية للسياح من جهة أخرى (الإيواء، الإطعام، النقل) ؛

- * العمل على دعم القطاع الخاص وتشجيعه على المساهمة في عملية تنمية قطاع السياحة؛
- * الترويج للفرص الإستثمارية السياحية من خلال تبني مدخل السياحة الإلكترونية؛
- * فتح أبواب السوق السياحية أمام الوكالات السياحية المحلية والأجنبية؛
- * التنسيق مع شركات السياحة لتسويق المنتج السياحي؛
- * مراجعة الأسعار المطبقة على الخدمات (فندقية، نقل) من أجل جذب عدد أكبر من السياح؛
- * تشجيع المنافسة بين المؤسسات السياحية الداخلية؛

❖ التوصيات المقترحة للتغلب على نقاط الضعف وتجنب التهديدات الخارجية:

- * فتح قنوات إتصال تسويقية مع المنظمات الدولية المعنية بتنظيم المؤتمرات عالميا؛
- * ضرورة توظيف اليد العاملة المؤهلة في إدارة وتشغيل المشروعات السياحية؛
- * تمكين الشركات السياحية من الوصول إلى المعلومات التسويقية والموارد المالية؛
- * تطوير منتجات تأمينية للسياح لطمأنتهم وحمايتهم من المخاطر التي يمكن أن يتعرضوا لها خاصة ما تعلق منها بتأمينات السفر؛
- * ضرورة تضافر الجهود بين مختلف الأطراف الفاعلة في السياحة؛
- * نشر الوعي السياحي من خلال إشراك المدرسة والجامعة ووسائل الإعلام في العملية؛
- * ضرورة إحداث بنك للمعلومات يخص قطاع السياحة من أجل تسهيل عملية سير وتدقيق المعلومة لتمكين السائح أو المستثمر معرفة ما يحيط بالسياحة؛
- * تدعيم المنظومة القانونية والتشريعية من أجل وضع تسهيلات لممارسي قطاع السياحة.

6. قائمة المراجع:

- 1- تامر البطراوي(2017)، فلسفة علم السياحة -رؤية فلسفية تحليلية لعلم السياحة بين النظرية و التطبيق، دار السلام للطباعة و التجليد، الاسكندرية، مصر.
- 2- سميرة العابد و فايزة لعراف(2012)، صناعة السياحة في الجزائر الواقع و سبل النهوض بها، الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة باتنة الجزائر.
- 3- أحسن العايب و عبود زرقين(2017)، أهمية السياحة المستدامة ضمن إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر، مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية، 7 (14)، الصفحات 291-314.

- 4- ليلي بوحديد و إلهام يحيوي(2017)، دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة: التجربة المصرية نموذجا، مجلة البديل الإقتصادي، 4 (1)، الصفحات 16-32.
- 5- أبوبكر بوسالم و عادل لعجالي(2016)، صناعة السياحة الريفية في المغرب "تجربة رائدة و دروس مستفادة"، مجلة نور للدراسات الإقتصادية، 2 (2)، الصفحات 1-17.
- 6- حمزة بوكفة و عمار زودة(2018)، واقع و آفاق السياحة في الجزائر بناء على تقرير تنافسية السياحة العالمي لسنة 2017، مجلة الأفاق للدراسات الإقتصادية، 3 (2)، الصفحات 31-44.
- 7- إبراهيم بوناب محمد أمين(2016)، واقع و تحديات مرتكزات صناعة السياحة مع الإشارة إلى إسهاماتها في الإقتصاد "دراسة حالة الجزائر"، مجلة الإدارة و التنمية للبحوث و الدراسات، 5 (2)، الصفحات ./.
- 8- يحي شحاتة حسن الزق(2018)، نحو إستراتيجية جديدة للتسويق السياحي في المقصد السياحي، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، 10 (1)، الصفحات 102-111.
- 9- محمد ساحل و عبد الحق بن تفات(2018)، إبراز العلاقة بين السياحة و التنمية المستدامة مع محاولة نمذجة البعد الإقتصادي للسياحة المستدامة في الجزائر الفترة (2016-1995)، مجلة دراسات و أبحاث، 9 (30)، الصفحات 127-146.
- 10- محمد تاج الدين صحراوي و وسيلة السبتي(2017)، السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول، مجلة نماء للإقتصاد و التجارة، 1 (2)، الصفحات 49-67.
- 11- دليلة طالب و عبد الكريم وهراني(2011)، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية مستدامة، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات، جامعة ورقلة الجزائر.
- 12- عائشة عبد السلام العالم و رحاب محمد بن سعود(2019)، السياحة في ليبيا ومتطلبات تنميتها، دراسة تحليلية باستخدام نموذج بورتر للقوى الخمسة. Consulté le 10 19, 2020. [www.researchgate.net: https://www.researchgate.net/publication/332631366](https://www.researchgate.net/publication/332631366)
- 13- محمد محمد فراج و هناء عبد القادر فايد(2015)، البدائل الإستراتيجية المقترحة لتنمية المنتج السياحي لمحافظة الإسماعيلية باستخدام نموذج التحليل الرباعي SWOT، مجلة كلية السياحة و الفنادق، 9 (2/1)، الصفحات 246-271.
- 14- خالد كواش(2011)، أهمية مساهمة القطاع السياحي في التنمية في الجزائر، مجلة الإقتصاد الجديد، 6 (1)، الصفحات 6-26.
- 15- يمينة مفاتيح(2018)، أثر الابتكار السياحي على التنمية السياحية "حالة إقليم الأهمقار بالجزائر و دوز بتونس"، دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة ورقلة الجزائر.
- 16- فتيحة منصوري(2015)، صناعة السياحة كبديل للثروة النفطية في الجزائر "دراسة حالة السياحة الصحراوية"، مجلة الباحث، 7 (2)، الصفحات 359-374.
- 17- Bogdan, C. I., & Al (2018). The Impact of Tourism on Sustainable Development of Rural Areas: Evidence from Romania. *Sustainability*, 10 (10), pp. 1-19.
- 18- Camilleri, M. A. (2018). The tourism industry: An overview. Dans M. A. Camilleri, *In travel marketing tourism economics and the airline product* (p. 6). Switzerland: Springer nature.
- 19- Chikh, S. A. (2017). L'activité Touristique en Algérie: Réalité et Perspectives de Développement . *El-Bahith review*, 17 (17), pp. 161-167.
- 20- Erick, T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism review*, 62 (2), pp. 6-13.

- 21- Ghorbani, A., & Al (2015). Ecotourism sustainable development strategies using SWOT and QSP, model: A case of Kaji Namakzar wetland Shouh Khorasan Iran. *Tourism management perspectives*, 16 (1), pp. 290-297.
- 22- Jerry, C., & Ameeta, J. (2006). A framework for sustainable ecotourism: Application to Costa Rica. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 3 (2), pp. 131-142.
- 23- Lawrence, C. (2011). Cultural tourism and sustainable local development. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9 (1), pp. 45-54.
- 24- Melikh, O., & Al (2019). Conceptual approaches to the development of health-improving tourism. *Batlic Journal of Economic Studies*, 5 (2), pp. 131-136.