

رهانات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

بين الواقع والآفاق

إشراف السعيد بوعناقة أستاذ

عماري عصام طالب دكتوراه ل.م.د

issamam66@yahoo.com

كلية الحقوق

جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 1

تاريخ النشر

14 جوان 2018

تاريخ القبول

06 جوان 2018

تاريخ الإيداع

18 مارس 2018

الملخص :

لقد سمح التشخيص والتدقيق اللذان أنجزا في إطار إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية " SDAT 2030"، بتحديد التوجيهات الكبرى للصناعة العالمية للسياحة، وتحديد تعريف تطلعات الزبائن المحليين والدوليين، مع إبراز القدرات والرهانات السياحية الكبيرة لبلادنا، وتعريف الاختلالات التي يمكن أن تعيق التنمية السياحية، لكن وفي نفس الوقت مواكبة الانعطافات التي يمكن أن تدعمها.

ومن تم يتعين القيام بعمل معمق لإعادة صياغة السياحة الجزائرية لجعل بلادنا وافدا جديدا في السياحة المتوسطة، مع مراعاة تحذيرها أيضا في تنمية الإقليم وفي محيطه المحلي. الكلمات المفتاحية: التهيئة السياحية، العقار السياحي، الأقطاب السياحية للامتياز، الاستثمار السياحي.

Challenges of the master plan of tourist development 2030 between reality and prospects

Abstract :

The audit and the diagnosis performed as part of the development of the master plan of tourist development « SDAT2030 » made it possible to reveal the big tendencies of the world tourism industry ,to define the exceptions of the national and international clienteles, to highlight the potential and major tourist issues of our country, and to characterize the gaps and obstacles that can block the tourist development , but also the inflections that can consolidate it, From that , it's a question to undertake a deep work refoundation tourism national make our country a new entering tourism Mediterranean , while taking care of the rooted in the land development, and in its local environnement.

Key words : tourist development; tourism property; tourism poles for excellence; tourism investment.

مقدمة:

يعد القانون 01-20⁽¹⁾ الإطار المرجعي لعمل السلطات العمومية في مجال تهيئة الإقليم، إذ تحدد أحكام هذا القانون التوجيهات والأدوات المتعلقة بتهيئة الإقليم، التي من طبيعتها ضمان تنمية الفضاء الوطني تنمية منسجمة ومستدامة على أساس الاختيارات الاستراتيجية التي تقتضيها تنمية من هذا النوع، ووضع السياسات التي تساعد على تحقيق هذه الاختيارات، حيث تبادر الدولة بوضع السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة وتديرها، بهدف تحقيق تنمية مجموع الإقليم الوطني تنمية منسجمة على أساس خصائص ومؤهلات كل فضاء جهوي، وحماية الفضاءات والمجموعات الهشة ايكولوجيا واقتصاديا وتأمين الموارد التراثية والطبيعية والثقافية وحفظها للأجيال القادمة.

¹ القانون رقم 01-20 مؤرخ في 12 ديسمبر 2001، يتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة، (ج ر 77 مؤرخة في 15 / 12 / 2001).

كما تضمن الدولة في إطار السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم دعم الأنشطة الاقتصادية بحسب أماكن تواجدها، وضمان توزيعها وانتشارها وتدعيمها في كافة تراب الإقليم الوطني دون الإخلال بالتوازنات الطبيعية والايكولوجية.

إن تجسيد هذه السياسة الاستراتيجية الطموحة، يتطلب وضع آليات وميكانيزمات تكون قابلة للتطبيق على الصعيد العملي، لذلك وضع المشرع الجزائري أدوات تشريعية تضبط توجهات السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم. وبأقي على رأس هذه الأدوات، المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT)⁽¹⁾ الذي يترجم بالنسبة لكافة التراب الوطني، التوجيهات والترتيبات الإستراتيجية الأساسية فيما يخص السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، التي ترمي إلى الاستغلال العقلاني للفضاء الوطني، ودعم الأنشطة الاقتصادية المعدة حسب الأقاليم، كما يضع المخطط الوطني المبادئ التي تحكم توقع البنى التحتية الكبرى للنقل والتجهيزات الكبرى والخدمات الجماعية ذات المنفعة الوطنية وتشمل كل القطاعات : النقل، المياه، الصحة، الزراعة، الصناعة، السياحية ...

وتعتبر هذه الأخيرة موضوع دراستنا، حيث سنبحث في موضوع الاستثمار السياحي في منظور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحي (SDAT)⁽²⁾ أفاق 2030، والذي يعد وثيقة تحليلية استشرافية، تهدف إلى تقييم الأوضاع ، لإرساء خطة قابلة للتنفيذ على المدى القريب، المتوسط والبعيد.

على ضوء هذه المؤشرات، سنحاول تسليط الضوء على:

« آليات تفعيل الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030 » من خلال طرح الإشكال التالي:

- في ظل المتغيرات التي تشهدها الموارد التقليدية للجزائر، ومحاولة السلطات العمومية مراجعة سياستها الاستثمارية، لإيجاد بدائل لخلق الثروة ، وإعادة بعث قطاعات كانت تصنف ثانوية وفي طليعتها قطاع السياحة، فما هو الإطار التشريعي والتنظيمي الذي وضعه المشرع

¹ SNAT : Schéma national d'aménagement du territoire.

² SDAT : Schéma directeur d'aménagement touristique.

الجزائري للنهوض بقطاع السياحة، وتفعيل آليات الاستثمار السياحي و جعله مصدرا بديلا لخلق الثروة ؟

وكذلك سنحاول ضبط بعض النقاط بالإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يعتبر الاستثمار السياحي عملية آنية وعشوائية أم أنها تحتاج إلى تخطيط علمي؟
- ما هي خصائص ومميزات الاستثمار السياحي؟
- ما هي الإستراتيجية الجديدة للاستثمار السياحي في منظور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030؟

وللإجابة على هذه التساؤلات سنحاول معالجتها وفقا للخطة التالية:

المحور الأول: مفهوم الاستثمار السياحي

المحور الثاني: التخطيط السياحي وعلاقته بإعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

المحور الثالث: الإستراتيجية الجديدة للتهيئة السياحية في منظور المخطط التوجيهي

للهيئة السياحية لأفاق 2030.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للاستثمار السياحي:

يمثل الاستثمار السياحي متغيرة مفتاحية والتي لا يمكن قيام أي نشاط سياحي في أي منطقة من دونها، فإذا كان قيام أي نشاط اقتصادي بصفة عامة يستلزم عملية مسبقة لتراكم رؤوس الأموال (بالمفهوم الواسع)، فإن التوافد السياحي لأي منطقة هو نتاج لقيام عدد معين من المستثمرين بالاستثمار في رأس المال المادي (هياكل ومنشآت)، وكذا في رأس المال البشري (التكوين والتدريب)، حيث أن عملية الجذب السياحي ما هي إلا نتيجة حتمية لعمليات استثمارية ناجحة على مستوى الوجهة السياحية.

أولاً: تعريف الاستثمار السياحي:

إذا كان الاستثمار عامة يعرف بذلك الإنفاق الموجه لاقتناء الأصول الثابتة بهدف المحافظة على القدرة الإنتاجية وتطويرها ، فإن الاستثمار السياحي هو ذلك الإنفاق على الأصول الثابتة الذي يهدف إلى المحافظة وتطوير قدرة الجذب على مستوى الوجهة السياحية أو المرفق السياحي،

وبذلك فهو يمثل القدرة الإنتاجية الهادفة إلى تكوين رأس المال المادي، وإعداد رأس المال البشري في مجال صناعة السياحة، وزيادة تحسين طاقاته الإنتاجية والتشغيلية، وتقديم أفضل الخدمات في المجالات المختلفة لهذا النشاط، كما يمكن النظر إلى الاستثمار السياحي كذلك على أنه يحمل المشاريع التي تهدف إلى إحداث زيادة مستمرة و متوازنة في الموارد السياحية⁽¹⁾.

ومن جهة أخرى فإن الاستثمار كمصطلح يعني توظيف الأموال أو تخصيصها في المجالات أو الفرص الاستثمارية التي يعتمد المستثمر بأنها فرص ذات جدوى تحقق أفضل عائد في أقل مستوى من المخاطر، وأن أحد مجالات الاستثمار هي الاستثمار السياحي، ويعتقد بهذا النوع من الاستثمار أن يوجه المستثمر جزء أو كل أمواله التي بحوزته في الفرص الاستثمارية السياحية المتوفرة في البلد⁽²⁾، هذا فيما يخص الاستثمار في القطاع الخاص، أي بالنسبة للأشخاص الطبيعيين، أما فيما يخص الاستثمار السياحي في منظور القطاع العام فيشمل مجموع التدخلات في المجال الطبيعي أو التشريعي أو التنظيمي لتوفير مناخ أعمال أمثل للمتعاملين الخواص أو العاميين، سواء تعلق ذلك بعمليات التهيئة السياحية، أو وضع آليات استغلال العقار السياحي، وكل ما يشمل تامين الفعل السياحي وترقيته.

ويهدف الاستثمار السياحي إلى توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، والتوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية.

وخلاصة القول، فإن الاستثمار السياحي هو الاستثمار في أحد المجالات التي يغطيها قطاع السياحة، والتي يمكن إجمالها في محورين أساسية:

- يتعلق بالاستثمار في التجهيزات والهياكل السياحية، حيث يشمل ثلاثة قطاعات أساسية هي: خدمات الإقامة، والإعاشة، والترفيه، خدمات النقل، وخدمات الاتصال.
- فيتعلق بالثروة السياحية وتشمل مواقع التراث الثقافي والتاريخي ومواقع التراث الطبيعي.

¹ عبد الغفار هناء - الاستثمار الأجنبي المباشر و التجارة الدولية - دار الحكمة - بغداد - 2002 .

² رعد مجيد العاني - الاستثمار و التسويق السياحي - دار كنوز المعرفة - عمان - الأردن - 2008 ص 19

ثانياً: خصائص الاستثمار السياحي:

- إن عملية الاستثمار السياحي تتميز بالتنوع وعدم التجانس وإن كانت تتفق في الهدف الأساسي الذي هو خدمة الزبون في مجال العطل والأسفار، فإنها تختلف في طبيعتها وخصائصها وأهدافها، ولا يمكن التعامل معها بشكل واحد غير أن هذا التنوع لا ينفي وجود تداخل وتربط وثيق بينها، إذ لا يمكن أن تتحقق تنمية سياحية دون تحقيق هذه الاستثمارات المتعددة الجوانب⁽¹⁾.

- وفي جانب آخر تعد هذه العناصر مستقلة فيما بينها من حيث القرارات الفردية والجماعية المتحركة فيها والمؤثرة عليها، ففي حين أن المؤسسات التجارية تسعى إلى رفع الإيرادات والأرباح، نجد أطرافاً أخرى كالمتاحف والحظائر الوطنية لا تسعى إلى أهداف تجارية ربحية، بل إلى حماية وتأمين الموارد الثقافية والطبيعية.

- إن الاستثمار في البنى التحتية يتميز بتكاليفه الباهضة دون أن يدر عائداً مباشراً، ولا يمكن أن يقوم به المستثمر ولا يمكن تغطية تكاليف من الخزينة العمومية المحلية، لذلك لا يتم إلا في إطار برامج تهيأت جهوية ووطنية وفق الإستراتيجية والخطة العامة التي تسطرها السلطات العمومية.

- نظراً لطبيعة المعدات والتجهيزات، وكذا نوعية عملية الاستغلال في النشاط السياحي، فإن الاستثمار في الهياكل والمرافق السياحية (الفنادق أساساً) يمثل غالبية الاستثمار السياحي، كما أن التكاليف الثابتة تمثل 90% من حجم التكاليف الكلية بالنظر للمكانة التي تحتلها الأراضي والممتلكات العقارية في حجم الأصول، مما يمكن وصف السياحة كصناعة ثقيلة⁽²⁾.

- أن مردودية الاستثمارات السياحية ليست فورية، مثل ما هو الحال في النشاطات الأخرى "التجارية والصناعية"، حيث تحتاج الوجهة السياحية أو المرفق السياحي الفتي لعدة مواسم حتى يمكن له النشاط بطاقاته الكاملة في ظل موسمية النشاط السياحي، وعدم القابلية

¹ فؤاد بن غضبان - الخدمات الحضرية برؤية جغرافية معاصرة - دار المنهجية - الأردن - 2015 - ص 85

² أحمد محمود مقابلة - صناعة السياحة - دار كنوز المعرفة - عمان - الأردن - 2007 - ص 86

للتغيير والتكيف وفق أذواق المستهلكين، هذا إلى جانب إلا أن المنتجات السياحية تعد شديدة الإخلال فيما بينها، حيث نجد أن السائح يمكن أن يختار ما بين العديد من الخدمات للتسلية والترفيه، كما يمكن له كذلك أن يختار ما بين العديد من تشكيلات خدمات الإيواء والإقامة.

- ومن ناحية أخرى يتأثر العرض السياحي بالابتكارات وتطورات التكنولوجيا بما لها من انعكاسات على تخفيض تكلفة بعض الخدمات، وبالتالي على عوائد الاستثمار، وهو ما يؤدي إلى تغيير في منحى العرض من حيث كمية ونوعية وسعر المنتجات السياحية المعروضة، وفي ذات السياق قد تؤدي التطورات التكنولوجية إلى ظهور منتجات سياحية وأنماط استهلاكية سياحية جديدة تنافس تلك الموجودة "الدراجة المائية واللوحه الشراعية مثلاً".

ثالثاً: مقومات الاستثمار السياحي:

لدعم وإسناد الاستثمار السياحي يتطلب مناخ استثماري (بيئة استثمارية) ويقصد بذلك مجمل الأوضاع والظروف المكونة للمحيط الذي تتم فيه العملية الاستثمارية وتتأثر بالأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية، والقانونية والإدارية، و يمكن التعرض لمكونات المناخ الاستثماري كما يلي⁽¹⁾:

❖ **البيئة السياسية:** يقصد بالبيئة السياسية وجود نظام سياسي مستقر، وموقف القوى السياسية من المشروعات الاقتصادية، فالبعض منها يعد محددًا لاسيما إذا كانت تدخلات الطبقة السياسية واسعة، وليس لها حدود، ولذلك تعتبر دولا غير مستقرة، وفيها مخاطر سياسية تواجه الاستثمارات.

❖ **الاستقرار الأمني:** يحتاج المستثمر إلى بيئة آمنة ذات استقرار أمني واضح، وبعبارة أخرى فان عدم الاستقرار الأمني يعد عامل دفع لهروب رأس مال إلى خارج الوطن والبحث عن بيئة مستقرة.

¹ سعد صديق البهنسي - فن العمارة - مكتبة المجتمع العربي - عمان - الأردن - 2015 - ص 49

❖ **البيئة الضريبية المناسبة:** بالنظر لما تشكله التشريعات الضريبية من محدد أمام اتساع وانتشار الاستثمارات الضريبية قد تشكل نسبة مرتفعة يتم خصمها من التدفقات النقدية المتوقعة من المشروعات الاقتصادية المقترحة، لذا فإن البيئة الضريبية المناسبة، هي إما تشجيع لهذه الاستثمارات بإعفاءات ضريبية محددة بزمان معين أو تقليل نسبة الضريبة التي تستوفي من أصحاب الاستثمارات.

❖ **البيئة الاقتصادية:** هي وجود اقتصاد مستقر لا تتخلله مشاكل اقتصادية، كإنخفاض الإنتاج، وارتفاع التكاليف، وزيادة الطلب دون وجود إنتاج مقابل هذا الطلب أو وجود عرض أو زيادة العرض دون وجود طلب ... الخ من مشكلات غير محسوبة، ووجود مثل هذه المشكلات يخلق أمام المستثمر بيئة غير آمنة اقتصاديا.

❖ **وجود مدخرات:** المدخرات هي ما يفيض عن حاجة المستهلك أو هو تنازله عن استهلاكه آني آملا في الحصول على عائد جيد من استثمار مدخراته في المستقبل ويحتاج ذلك إلى دعم وإسناد من السياسة المالية للدولة بشكل عام.

❖ **البيئة القانونية:** ويقصد بالبيئة القانونية، وجود تشريعات قانونية ومالية مرنة، تساهم في تسهيل مهمة المستثمر كإسماح بالاستيراد لتلبية احتياجات ومتطلبات المشروع الاستثماري المقترح، أو تصدير ما ينتج إلى الأسواق التي يريدها المستثمر، وأية تسهيلات مالية ومصرفية.

❖ **الأسواق المالية:** وهي الموقع التي يتم التعامل فيه بالأوراق المالية، سواء كانت هذه الأوراق أسهم أو مستندات أو أوراق تجارية تصدرها كبرى الشركات الصناعية والمركبات الخدمية....

المحور الثاني: التخطيط السياحي:

يمكن تعريف التخطيط بأنه مرحلة دراسة مسبقة تشخص الوضع القائم و الإمكانيات المتاحة، والاختلالات الموجودة، وهذه الدراسة المسبقة تكون وفقا لأسس علمية، و يمكن تعريف التخطيط السياحي، بأنه كافة الإجراءات المؤدية إلى وضع أهداف ممكنة التنفيذ من الناحية البيئية للوضع

السياحي⁽¹⁾. و قد عرف أيضا بأنه دراسة الموارد الطبيعية والبشرية سواء المستغلة أو غير المستغلة في رقعة محددة من الأرض لمعرفة إمكانيات هذا الإقليم وموارده المتاحة، واستغلالها خلال فترة زمنية محددة لتحقيق أهداف معينة تهدف أساسا إلى النهوض بالإقليم و إنعاشه⁽²⁾.

وقد ارتبط مفهوم التخطيط السياحي بالإقليم لأن عملية التهيئة السياحية تشمل مجموعة أشغال إنجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات سياحية، تتجسد في الدراسات التي تحدد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة للمنشآت المراد تحقيقها⁽³⁾. فالإقليم نظام يساعد على دراسة العالم أو جزء منه، وفقا لمعايير طبيعية و اقتصادية واجتماعية وتاريخية ... لفهم أي منطقة من الناحية التنموية، ومنه وضع الخطة المناسبة لترقيتها واستثمارها⁽⁴⁾.

أولاً: مفهوم التخطيط الإقليمي السياحي:

حينما ندرس الاستثمار السياحي في أبعاده المكانية، نجد أنه يتجسد في وحدات مساحية متميزة هي ما نسميها بـ " الأقاليم"، ولفظة الإقليم تعني بصفة عامة " جزء من سطح الأرض " أو " وحدة مساحية " تتميز بشكل ما عن المناطق المحيطة به، ويقوم التقسيم الإقليمي على أساس وحدات مساحية تحتوي على أنماط مميزة من الظواهر الطبيعية أو البشرية⁽⁵⁾.
ولفهم أية منطقة فهما جيدا، لابد من اختيار تصنيف معين طبقا لمعايير معينة، تخدم الهدف من الفهم، فالتخطيط من أجل التنمية السياحية يتطلب فهما للعملية التنموية السياحية ضمن وحد إقليمية معينة، وهذا يتصل بميدان علمي يطلق عليه اسم: " التخطيط الإقليمي للسياحة"، التي يعني بتطوير منطقة معينة من خلال التنمية السياحية والاقتصادية، وحل مشاكلها خاصة تلك المتصلة بالتهيئة والنقل، ووضع البنى التحتية اللازمة.

¹ محمد الصيرفي - مهارات التخطيط السياحي - الإسكندرية - مصر - 2009 - ص 114

² محمد الصيرفي - مهارات التخطيط السياحي - الإسكندرية - مصر - 2009 - ص 114

³ المادة 3 من القانون 03-01 مؤرخ في 17 فبراير 2003، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، (ج ر 11 مؤرخة في 19 - 02 - 2003)

⁴ محمد أحمد عقلة المومني - التنمية في الوطن العربي - دار الكندي - الأردن - 1998 - ص 127

⁵ حمزة درادكة - مبادئ السياحة - دار الإعصار العلمي - الأردن - 2014 - ص 262

ويعتبر الهدف من التصنيف الإقليمي الصفة الأساسية لتمييز الأقاليم، حيث عرف القانون المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، منطقة التوسع السياحي، بأنها كل منطقة أو امتداد من إقليم يتميز بصفات أو بخصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة، ومؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية، ويمكن استغلالها في تنمية نط أو أكثر من السياحة ذات المردودية.

على ضوء تعريف كلمة الإقليم، يمكن تعريف التخطيط الإقليمي السياحي، بأنه دراسة الموارد الطبيعية والبشرية المستغلة أو غير المستغلة في رقعة محددة من الأرض "إقليم"، لمعرفة إمكانيات هذا الإقليم وموارده المقامة، واستغلالها خلال فترة زمنية محددة، لتحقيق أهداف معينة، تهدف أساساً إلى النهوض بالإقليم وإنعاشه سياحياً، ويمكن أن تشمل عملية التخطيط الإقليمي السياحي كل منظر أو موقع يتميز بجاذبيته السياحية بسبب مظهره الخلاب، أو بما يحتوي عليه من عجائب أو خصائص طبيعية، أو بنايات مشيدة عليه، يعترف له بأهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية، والذي يجب تامين أصالته والمحافظة عليه من التلف أو الاندثار بفعل الطبيعة أو الإنسان.

كما يأخذ بعين الاعتبار التخطيط الإقليمي السياحي الطبيعة القانونية للعقار السياحي، فقد يكون العقار السياحي تابع للأمولاك العامة للدولة، أو من أملاكها الخاصة، أو ذو طابع وقفي، أو تابع لأحد الخواص، أو ملك شائع بين الدولة والخواص، وقد يكون من الممتلكات الثقافية العقارية المصنفة، أو المقترحة للتصنيف أو المسجلة في قائمة الجرد الإضافي بقرار من الوزير المكلف بالثقافة⁽¹⁾، كالمعالم التاريخية، أو المواقع الأثرية، أو المجموعات الحضرية أو الريفية.

وبذلك يتبين لنا أن عملية التخطيط الإقليمي السياحي، عملية معقدة وذات أهمية بالغة تتطلب تضافر جهود كل القطاعات التي لها صلة بالتهيئة والاستثمار السياحي، مع الأخذ بعين الاعتبار كل العوامل الطبيعية والثقافية والتاريخية والقانونية التي تدخل في صناعة السياحة، وهو ما يتوخاه مشروع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

¹ المادة 10 من القانون 98-04 مؤرخ في 15 يونيو 1998 يتعلق بحماية التراث الثقافي، (ج 44 مؤرخة في 17 - 06 1998).

ثانياً: مراحل إعداد التخطيط الإقليمي السياحي:

يعتمد في إعداد الخطة الإقليمية لتنمية السياحة، على قواعد علمية تتمثل في العديد من الدراسات المعمقة الشاملة التي تسهم في إلقاء الضوء على ملامح الإقليم التي يمكن استثمارها سياحياً والتغلب على المعوقات التي تعترض هذا الهدف، وتحديد حجم ومستوى ونوعية الخدمات الأساسية والثانوية المطلوبة، مع وضع إطار متكامل لخطة التنمية الإقليمية، يمكن تصنيف هذه الدراسات إلى مرحلتين أساسيتين هما:

- مرحلة إعداد الدراسات اللازمة لخطة التنمية الإقليمية السياحية.

- مرحلة وضع خطة التنمية الإقليمية للسياحة.

I. مرحلة إعداد الدراسات: وتتعدد الدراسات التي تمثل قواعد وأسس لإعداد الخطة وتباين

جوانبها، فبعضها ذو طابع جغرافي، والبعض الآخر اقتصادي، وبعضها سياحي، إلى جانب البعد الثقافي والاجتماعي، لذلك تحتاج مثل هذه الدراسات إلى تعاون عدة مؤسسات وهيئات علمية ذات تخصصات مختلفة، ومن هنا كانت أهمية التخطيط بفروعه المتعددة، بالإضافة إلى علوم السياحة والاقتصاد وإدارة الأعمال والتسويق والإحصاء والصناعة والمهندسة المعمارية والنقل والديموغرافيا والعمران.

وتشمل مرحلة إعداد الدراسات حصر ودراسة ملامح الإقليم الطبيعية وخصائصه البشرية وكافة المشكلات المرتبطة بالاستثمار والسكان، والتي تحدد بدورها أنماط أنشطة السياحة المقترحة، ومدى توافر أساسياتها وأبعاد المتغيرات المؤثرة فيها، وثقلها في الإقليم على كافة المستويات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

ويدخل في إطار هذه المرحلة عمليات تحليل السوق (الطلب السياحي)⁽¹⁾، والتي تسهم في تحديد مستوى تدفق السياح والزوار على الإقليم، و بالتالي تحدد طاقته الإستيعابية وقدرته التنافسية بين الأقاليم المضيفة على المستويين الداخلي والخارجي ، لذلك لا بد أن تتضمن عمليات تحليل السوق

¹ نور الدين هرمز - التخطيط السياحي و التنمية السياحية - مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية و القانونية - مجلد 28 - عدد 3 - 2006 - ص 18 .

دراسات تتعلق بشبكات النقل، وخاصة النقل الجوي والبري ومختلف الهياكل التي يجب رصدها بدقة وتحديد قدرتها ومدى كفايتها لاستيعاب التدفق السياحي المخطط له .

II. مرحلة وضع خطة التنمية الإقليمية السياحية: وتتضمن المقترحات الخاصة بخطة المنشآت

السياحية والفندقية ومراكز الخدمات المرتبطة بها من حيث التوزيع المكاني والحجم والنمط والمستوى وأشكال الاستخدام، بالإضافة إلى هيكل تخطيطي يعالج كيفية إحداث محيط ملائم ومحفز من أجل:

- ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة في السياحة.
- إدماج مقصد "الجزائر" ضمن السوق الدولية للسياحة من خلال ترقية الصورة السياحية.
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية قصد رفع قدرات الإيواء والاستقبال
- تنويع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية.
- تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية.
- المساهمة في حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة وتهيئة القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- ترقية وتنمية الشغل في الميدان السياحي.
- التطوير المنسجم والتوازن للنشاطات السياحية.
- تهيئة التراث السياحي الوطني.

ولتبدأ الجهات المسؤولة بعد ذلك في وضع جدول زمني لتنفيذ ما جاء في المخطط من مشاريع، ويتباين البعد الزمني اللازم لتنفيذ الخطة السياحية تبعا لعاملي مستوى طموحات المشروعات والذي يحدد حجمها وطبيعتها وإعدادها، بالإضافة إلى إمكانات الدولة سواء من الإعتمادات المالية

أو من الخبرات والكوادر الوطنية⁽¹⁾، و مثال ذلك البرنامج الطموح الذي وضعته الدولة الجزائرية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 .

وبعد الانتهاء من إعداد المخطط الإقليمي للسياسة، ووضع خطة التنمية الإقليمية للسياسة، تركز هذه العملية بتحديد الخطوط العريضة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وذلك برسم الأهداف العامة والخاصة للمخطط، وهي المرحلة العملية والدراسة التكميلية التي تعتمد على توجيهات الدراسات التخطيطية والإحصائية المرصودة في المخطط الإقليمي السياحي.

ثالثاً: الأهداف العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "2030":

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار المرجعي لسياسة جديدة تبنتها الدولة الجزائرية، والذي يترجم إرادتها في تامين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، إذ يمثل هذا المخطط جزء من مخطط تهيئة الإقليم في آفاق 2030، والذي يبرز الكيفية التي تعتمزم الدولة من خلالها القيام بضمان التوازن الثلاثي: "العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية، والدعم الإيكولوجي".

فهو المرأة التي تعكس مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة، والذي من خلاله تعلن الدولة لجميع الفاعلين ولجميع القطاعات عن مشروعها السياحي، في محاولة منها لاستقبال 11 مليون سائح في آفاق 2030، والتي بدورها ترسم برنامجاً لتطوير السياحة الجزائرية وترقيتها، من أجل إدراجها ضمن الشبكات الدولية.

كما أن هذا المخطط يضع تفاصيل مشروع سياحي شامل يشرك أكبر عدد من الفاعلين، ومنهم على وجه الخصوص المجتمع المحلي المعني بالنشاط السياحي، إضافة إلى توضيحه الطريقة التي تعتمزم الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي:

العدالة الاجتماعية، الأداء الاقتصادي، والدعم الإيكولوجي في إطار التنمية المستدامة، وتضمنها بجملة من الإجراءات الجديدة، منها ما نص عليه قانون المالية التكميلي لسنة 2015 والخاصة بتحديد مواقع إنجاز المشاريع الاستثمارية إذ تحدد المادة 48 من هذا القانون⁽²⁾ شروط

¹ أحمد الجلال - السياحة المتواصلة البيئية - عالم الكتب - القاهرة - مصر - 2002 - ص 60.

² قانون المالية التكميلي لسنة 2015 (ج ر رقم 276 مؤرخة في 23 - 01 - 2015) .

وكيفيات منح الامتياز على الأراضي التابعة للأملاك الخاصة للدولة، والموجهة لإنجاز مشاريع استثمارية، وتسعى الدولة الجزائرية من خلال هذا المخطط إلى تحقيق الأهداف العامة التالية :

- ترقية اقتصاد بديل للمحروقات
- تهمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز
- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الأخرى.
- تهمين التراث التاريخي، والثقافي مع مراعاة خصوصية كل إقليم من التراث الوطني.
- التوفيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة.

رابعاً: أهداف المخططات الجزئية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

تبرز أهداف المخطط التوجيهي للسياحة بالإضافة إلى أهدافه العامة من خلال أهداف المخططات الجزئية التي تتضمنها وهي:

❖ أهداف مخطط وجهة الجزائر: تتمحور هذه الأهداف في ترقية صورة الجزائر لتصبح وجهة

سياحية ذات تنافسية عالية، وذلك من خلال إعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر بفضل استراتيجية التسويق السياحي لإعطاء رؤية وقراءة جديدة لصورة الجزائر.

❖ أهداف مخطط الأقطاب السياحية: تتمحور أغلب هذه الأهداف حول تسهيل التنافسية

والجاذبية واستمرار الأقاليم وتحقيق التنمية المتوازنة من خلال تطوير كل قطب سياحي وفقاً لمميزاته وخصائصه السياحية، كالسياحة الحموية أو البحرية أو الصحراوية وغيرها، وقد أحصت وزارة السياحة 225 منطقة للتوسع السياحي على المستوى الوطني، منها 20 منطقة حازت منذ سبتمبر 2015 على مخططات تهيئتها، و 200 منطقة المتبقية هي حالياً في طور الدراسة

❖ أهداف مخطط نوعية السياحة: يهدف هذا المخطط إلى تطوير نوعية العرض السياحي

الوطني من خلال التركيز على التكوين والتعليم و تكنولوجيا الإعلام والاتصال بما يتماشى مع تطور المنتج السياحي في العالم، وتحديد هذه الأهداف عموماً في ترويج صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية، وحث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية، والتموقع ضمن منظور تحسين النوعية والعرض السياحي وتشجيع ترقيته في الجزائر.

❖ **أهداف مخطط الشراكة العمومية الخاصة:** إن نجاح مخطط التهيئة السياحية لا يتحقق إلا بتكامل وتعاون القطاعين العام والخاص، إذ يعمل القطاع العام على تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة، ووضع المنشآت القاعدية والسهر على توفير الأمن للأشخاص والممتلكات، ويعمل القطاع الخاص على ضمان أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي لما توفره الدولة، لذلك كان هذا الأمر محوريا في مخطط التهيئة السياحية.

❖ **أهداف مخطط تمويل السياحة:** نظرا لخصوصيات الاستثمار السياحي الذي يتطلب أموال كبيرة، في حين تأتي عوائده ببطء، فإن مخطط تمويل السياحة كان يحظى بأهمية كبيرة ضمن مخطط التهيئة السياحية، وكان يهدف إلى تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي من خلال الحوافز الضريبية والمالية، ومرافقة المستثمرين المرقين، وأصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار وفي تقدير المخاطر وتمويل عتاد للاستغلال، وتسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية

❖ **الأهداف المادية والنقدية لآفاق 2030:** يفرض المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 200، تعريف الأهداف المادية وصيغة الميزانية المطلوبة لبلوغ ذلك (عدد الأسرة، عدد السواح، المداخليل، العمال ...) وبصيغة أخرى، يتعلق الأمر بتحديد خطة الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، التي ترمي إلى تلبية الطلب الدولي، والطلب الوطني الذي سيزيد عن 11 مليون سائح في آفاق 2025.

ومن أجل توفير 40.000 سرير التي يعتزم وضعها في الأقطاب السبعة للإمتياز، يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 2.5 مليار دولار، على مدي 7 سنوات (الآفاق 2025)، أي 350 مليون دولار أمريكي سنويا⁽¹⁾.

وبالنسبة للأقطاب السياحية السبعة للإمتياز، يمكننا تصور جهد إضافي بمبلغ 1 مليار دولار أمريكي، لكل باقي البلاد، ويمكن توظيفه لسد العجز البنوي الحالي في آفاق 2030.

¹ تقرير النشاط الاقتصادي و التشغيل و البطالة الصادر عن الديوان الوطني للإحصاء ، سبتمبر 2015 .

المحور الثالث: الإستراتيجية الجديدة للتهيئة السياحية في منظور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

لقد وضع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برامج العمل السياحي ذو الأولوية "المخطط الإستراتيجي"، و عالج الحركيات الخمس، والتي تعتبر الأساس الجوهري للإستراتيجية الجديدة للتهيئة السياحية لآفاق 2030، وهي:

- (1) الحركية رقم 1 : مخطط وجهة الجزائر
 - (2) الحركية رقم 2: الأقطاب السياحية السبعة للامتياز (POT)، الوجهات الرمزية الناشئة للوجهة الجديدة للجزائر .
 - (3) الحركية 3 : مخطط نوعية السياحة (PQT).
 - (4) الحركية 4 : الشراكة العمومية و الخاصة .
 - (5) الحركية رقم 5 : مخطط التمويل .
- وتعلن الحركيات الخمس بشكل إنفرادي وتكميلي، عن جزء من المقاربة الجديدة للدولة الرامية إلى تفعيل تحول الجزائر سياحيا، وتقدم بشكل دقيق، برامج الأعمال السياحية (PAT) ذات الأولوية الناجمة عن الحركيات الخمس المشار إليها.
- وقد شرعت برامج العمل السياحية ذات الأولوية ابتداء من سنة 2008، في تفعيل التحول السياحي للجزائر بواسطة مضاعفة جاذبية وشهرة وجهة الجزائر، وذلك عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز (POT)، أو القرى السياحية الأولى للامتياز (VTE) المدرجة كمشاريع ذات أولوية، وكروافد للانطلاق السياحي ابتداء من 2008، مدعمة بمخطط تسويق واتصال، مخطط النوعية (PPM)، الشراكة العمومية والخاصة (PPP)، ومرافقة مالية.
- وتشكل الحركيات الخمسة ورقة الطريق لإنعاش سريع ومستدام للسياحة، مدعومة بعودة الجزائر إلى الساحة الدولية، وموقعها الإستراتيجي.

ويدعو هذا التوجه اليوم بقوة إلى إعادة الاعتبار للمكان، و الدور الذي يتعين على السياحة أن تلعبه ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة تنموية مستدامة، على أساس تقويم وجهة الجزائر لزيادة التنافسية والتنوعية، وتطوير الأقطاب والقرى السياحية المميزة عن طريق

عقلنة الاستثمار، ونشر مخطط النوعية السياحية (PQT) لتطوير نوعية العرض السياحي الوطني بدمج التكوين والتأطير، في الجودة وفي تكنولوجيات الإعلام والاتصال، في تناسق مع تطور المنتج السياحي في هذا المجال⁽¹⁾.

أولاً: الحركة رقم 1 : "مخطط الجزائر الوجهة"

على غرار الدول السياحية الكبيرة في العالم، يتوجب على السياحة الجزائرية أن تكون، ممثلة في المواقع الرئيسية الموفدة للزبائن من جهة، وجمع وإحداث تعاون بين كل الطاقات، الاجتماعية، المهنية على أساس إستراتيجية تسويق خطة عمل من جهة أخرى.

وترمي سياسة تنمية السياحة لآفاق 2030، إلى وضع بنية لوجهة سياحية تكون:

- منافسة على المستوى الدولي.
- قدرة على تلبية الاحتياجات الوطنية في التسلية، الراحة، والعطل.
- منتجة اقتصاديا واجتماعيا.
- كما تحتاج الجزائر اليوم لتقويم صورتها لمضاعفة الجاذبية والتنافسية، حيث لازالت تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها، من بعض الذهنيات السلبية، كصورة الفوضى، وانعدام الأمن، والانغلاق، وأيضا من غياب الترويج السياحي لديها.
- ولذلك، على الجزائر اختيار أوراقها القوية بغية تقويم صورتها المتمثلة في:
- مناخ معتدل ولطيف.
- أصالة المواقع المحمية (أقل قولبة وأكثر حقيقية)
- تنوع الأقاليم والطبيعة.
- التنوع الثقافي.
- الانعزال و الفرار خاصة داخل الجنوب الكبير (الجزائر أرض المغامرة)
- الترقية والاتصال: المرافقة الضرورية لمخطط الجزائر وجهة:

¹ وزارة السياحة الجزائرية - تصور تطوير السياحة لعشرية (2004 - 2013) .

تبقى ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية، لتصبح وجهة سياحية كاملة، فالهدف هو زيادة شهرة الجزائر وإعطاء صورة شاملة جذابة، تلحق بها ذكريات بعض المناطق أو بعض المنتوجات السياحية خاصة الواعدة منها.

إن تثبيت الجزائر كوجهة كاملة، يمر بالضرورة عبر وضع إستراتيجية ترقية واتصال، فالسياحة تبدو اليوم، أولوية اقتصادية وطنية، ومطلوب منها أن تلعب دورا رائدا في التنمية الوطنية، فهي بذلك قطعة أساسية في برنامج الحكومة.

وتتحلى هذه الإرادة السياسية في إستراتيجية تنمية السياحة في الجزائر 2030، وستضع أهداف هذه الإستراتيجية، الأسس الضرورية لخلق وجهة سياحية تنافسية، تكون أبرز ملامحها الأصالة، الابتكار، والنوعية، مع الأخذ بعين الاعتبار:

- تقويم وجهة الجزائر.
- تطوير الأقطاب والقرى السياحية للامتياز عن طريق عقلنة الاستثمار.
- نشر مخطط السياحة النوعية.
- ترقية التواصلية والتناسق في العمل.
- تحديد وتنفيذ خطة التمويل.

I. إستراتيجية مخطط وجهة الجزائر:

يتعلق الأمر ببناء صورة سهلة القراءة وظاهرة لوجهة الجزائر، صورة لوجهة حقيقية، أصيلة وأصلية، بعيدة عن الصور المقبولة للأسواق أحادية القياس، وجهة تدعو السياح لاقتسام تجارب جديدة وغنية، هذا من جهة ⁽¹⁾.

ومن جهة أخرى ابتكار علامة تكون من صنع المنتج السياحي، ذو علامة، ومهرة وتزويده بشعار (Logo)

إن بناء مخطط وجه الجزائر، يتمحور حول ثلاث ركائز:

1) أن تركز إستراتيجية التسويق على:

¹ تقرير صادر عن مديرية السياحة لولاية قسنطينة

- دراسة سوق العرض والطلب.
- التعرف على الأسواق المستهدفة ذات الأولوية.
- التعرف على ثنائية المنتج / السوق.
- تحديد الإستراتيجيات التجارية.
- توجهات أهداف التسويق لكل سوق.
- (2) تنفيذ مخطط ميداني للأعمال يركز على:
 - التحديد والترتيب التدريجي للأهداف التي يرمي إليها مخطط "الاتصال والترقية".
 - إعداد أدوات الاتصال والترقية ووسائل التنفيذ.
 - بناء صورة جديدة، و توسيع شهرة وجهة الجزائر.
- (3) وضع جهاز رصد و دراسة (Veille)

II. أهداف مخطط وجهة الجزائر:

- يهدف مخطط وجهة الجزائر لتنمية القدرة التساهمية للسياحة في الاقتصاد الوطني على أساس:
- التنافسية والأداء، العدالة الاجتماعية، تثمين الهوية والموروث، و إقامة شركات وطنية ودولية، بمنطق رابح - رابح.
 - جعل الجزائر وجهة منارة في المغرب والمنطقة المتوسطية يكون هدفها تثمين الخصائص التنافسية "الصحراء، المواقع الأثرية ..."، وتنشيط الجاذبية العامة للبلاد.
 - التمرکز في الفروع الواعدة والأسواق الجذابة، والتكيف الدائم للعرض حسب الطلب، وإجراء تشخيص لأهداف الزبائن بمعرفة متطلبات السوق وفقا لتوقعات وقدرات المستهلكين.
 - تشجيع بروز الأقطاب السياحية للإمتياز.

ثانياً: الحركة رقم 2 : الأقطاب السياحية (POT)

لا يمكن للقطاع السياحي أن يتطور بشكل نمطي على كافة التراب الوطني، حيث يجب تنظيمه حول الأقطاب ذات الأولوية، وتشكل مراكز إشعاع ورافعات، تعمل على الإنعاش السياحي التدريجي لكافة التراب الوطني.

وترمي الحركية رقم 2 إلى إبراز الأقطاب السياحية المهمة المعترف بها كنماذج من قبل السوق السياحي الدولي، ويتوجب على هذه الأقطاب أن تهيئ وتكون مراكز إشعاع للإقليم الوطني، وتساهم بطريقة فعالة في صناعة الصورة السياحية للجزائر، حي أصبحت السياحة الحديثة تعتمد على التنمية ثلاثية الأبعاد والمرتكزة على الجمع بين المتطلبات الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية رؤية تركز النظر للسياحية من زاوية النشاط المحلي المؤسس على الجذب الإقليمي واستمرارية الموارد.

لماذا مفهوم القطب؟

إنه مفهوم قوي في اقتصاد الإقليم، وأداة جد متطورة في الخط التوجيهي الثالث فيما يخص الجاذبية وتنافسية الأقاليم.

فأقطاب الامتياز هي الفضاءات التي تقدم القدرات السياحية النوعية، بشكل يساعد على تشييد إقامات، سهلة الوصول والبلوغ وذات إشعاع. فهي في طبيعتها، إطار لربط وتعاون الكفاءات، المعارف، الحرف والإمكانيات المادية والمالية، كما أنها تشجع الابتكار وخلق القيم بهدف الازدهار الذي تتيحه من خلال إنعكاساتها على بقية الأنشطة المحلية، خاصة الخدمات والمناولة.

I. مفهوم القطب السياحي لامتياز (POT):

القطب السياحي هو تركيبة من القرى السياحية للامتياز، في رقعة جغرافية معينة، مزود بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية، في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية، يستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له ذلك الإشعاع على المستوى الوطني والدولي⁽¹⁾. القطب السياحي، متعدد الأبعاد، يدمج المنطق الاجتماعي (الاحتياجات الأولية للسكان الثقافية، الإقليمية (خاصيات ومميزات الإقليم) والتجارية، كما يمكن لرقعته الجغرافية، أن تدمج منطقة أو عدة مناطق التوسع السياحي (ZET)، فهو يركز على موضوع رئيسي (السياحة الصحراوية، سياحة الاستجمام، السياحة العلاجية والصحية) من أجل التماسك في تموقعه، غير أنه يخوض في المواضيع الأخرى قصد تجنب أحادية الوظيفة.

¹ بلقاسم تويبة، مراد زايد - الترويج وأهميته في تنشيط القطاع السياحي بالجزائر - مجلة مخبر التغيير في المؤسسة

الجزائرية - العدد 2 - جامعة الجزائر - 2013 - ص 169

ويجب أن تكون الأقطاب مؤهلة لتصبح "واجهات رمزية" حقيقية لبروز وجهة سياحية للامتياز، دائمة، تنافسية، ومتجددة، تعكس مفهوم الأقطاب السياحية للامتياز، هذا المفهوم الذي ينتج عن تقاطع عدة مفاهيم:

- مفهوم الفروع (فروع مطابقة بالنسبة للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية)
 - مفهوم إمكانية تطوير الموقع (الحد الأدنى من البنية التحتية، الوسائل السياحية ...)
 - المفهوم العقاري (توفير العقار: مناطق وأرضيات التوسع السياحي)
 - المفهوم الإقليمي (التوزيع المكاني، الحيزي، المتوازن للأنشطة على التراب الوطني)
- بهذا التعريف، ستصبح الأقطاب مؤهلة لتكون أقطاب سياحية للامتياز، وواجهات النهضة السياحية في الجزائر.

وانطلاقاً من تهيئة هذه الأقطاب، يصبح الهدف هو الشروع في الانطلاقة التي سوف تدفع بالنهوض السياحي في كافة أقاليم التراب الوطني.

II. كيف تحدد الأقطاب السياحية للامتياز:

يجب أن تركز تنمية أقطاب الامتياز على القدرات السياحية الجزائرية المتعددة، إذ يتعلق الأمر إذن بتنمية المنتج والفروع الأكثر تمثيلية والأفضل مع الطلب وفقاً للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية والتي تتمحور حول ستة عناصر:

- سياحة الاستجمام والألعاب المائية.
- سياحة الأعمال والمؤتمرات.
- سياحة صحراوية والسفاري.
- السياحة العلاجية والحموية.
- السياحة الثقافية والدينية.
- الأشكال الأخرى للسياحة (السياحة الرياضية، الاسترخائية ...)

إذ يجب على كل قطب أن يمنح أولوية التطوير، للفروع الواعدة والغالبة، فإذا كانت لكل الفروع أهميتها، فهناك ستة فروع لها الأفضلية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وهي:

الاستحمام البحري، الصحراوية، الثقافية والعلاجية، الصحية والرفاهية، وكذا التخصصية (Niche) المطلوب تطويرها حسب أهداف كل فرع.

على كل فرع أن يشجع الاختلاط، إذ يجب الابتعاد عن التركيز فقط على النوعية الفاخرة في الأقطاب حتى يتسنى تشجيع المزج الاجتماعي في مجال التسلية، وذلك دون التخلي عن إستراتيجية الامتياز حتى في المنتج الموحد.

ويجب أن يكون لكل قطب هويته " ذاتيته "، ليكون تجاور الأقاليم مع الصور الخاصة التي تمنح البلاد صورتها المميزة كوجهة سياحية أصيلة ومتعددة، فالقطب الواحد ليس مكان مغلق، فتنظيم التبادلات السياحية بين الأقطاب هو الذي يسمح بتشابك أفضل لموارد البلاد وترتيبها، وفي النهاية الدمج الإقليمي لمجموع الأقطاب.

على الأقطاب أن تقوم بدور الروافع للتنمية السياحية على المستوى الوطني، وفقا لخطة إستراتيجية قطاعية على المستوى الوطني، وذلك للنهوض السياحي لكافة الأقاليم عبر التراب الجزائري وتفعيل السياحة فيه.

III. الأقطاب السياحية السبعة للامتياز ذات الأولوية في التطوير (2030 SDAT):

إن السياحة بالإضافة لمفعولها التأثيري، في الروابط، والابتكار، والأشكال الحيزية، فهي تنتقل، تنمو وتتمركز في بعض المناطق، الأقاليم، المنتجعات، الفروع والفترات. وهذا ما يجعل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 يوصي بإجراء عقلائي براغماتي يهدف إلى:

— اختيار وإجراء ترتيب مقياسي للموقع التي ستتمركز فيها التدفقات السياحية بالنظر لمالها من خصائص

— التخلي تدريجيا عن فكرة "الكل سياحة" tout tourisme وتبني فكرة الأقطاب السياحية.

1- القطب السياحي للامتياز: شمال - شرق (POT.N.E): عناية، الطارف، سكيكدة، قالمه، سوق أهراس، تبسة ...

- 2- القطب السياحي للامتياز: شمال - وسط (POT.N.C): الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليلة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية ...
 - 3- القطب السياحي للامتياز: شمال - غرب (POT.N.O): مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان ...
 - 4- القطب السياحي للامتياز: جنوب - شرق (POT.S.E): الواحات: "غرداية، بسكرة، الواد، المنيعه.
 - 5- القطب السياحي للامتياز: جنوب - غرب (POT.S.O): القارة، تميمون، أدرار ...
 - 6- القطب السياحي للامتياز: الجنوب الكبير (POT.G.S): الطاسيلي، إليزي، جانت ...
 - 7- القطب السياحي للامتياز: الجنوب الكبير (POT.G.S): أدرار، تمنراست.
- ثالثاً: الحركية رقم 3: مخطط نوعية السياحة (PQT):**

- والمقصود بمخطط النوعية هو التطبيق الجيد، بالمثالية، وباحترافية وللعناصر التالية:
- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي.
 - منح رؤية جديدة للمحترفين.
 - حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية.
 - نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية.
 - اعتلاء موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية.
 - عدم الإكتفاء بتوفير الخدمة، بل تجاوز ذلك المفهوم لتحسين نوعية الخدمة.

I. تنفيذ مخطط نوعية السياحة الجزائرية (PQT):

- يعتمد مخطط النوعية السياحية في تنفيذه في المرحلة الأولى على أربعة شركاء هم:
- الحظيرة الفندقية (أكثر 200 فندق مصنف أو في طور التصنيف).
 - محلات الإطعام الفاخر.
 - وكالات السفر والسياحة.
 - الغرف السياحية المحلية الرئيسية.

II. آليات تنفيذ مخطط نوعية السياحة⁽¹⁾:

تتمثل إجراءات وآليات تنفيذ مخطط نوعية السياحة في:

- الإعلام والاتصال.
- الاستقبال المشخص.
- كفاءة العمال.
- مراقبة الأماكن (المواقع).
- النظافة والصيانة.
- إبرام عقود الرخص " النوعية السياحية " مع المؤسسات التي تنخرط في مسعى النوعية، تقويم المحترفين بإيجاد دمغة (ختم) عليها "السياحة النوعية الجزائرية" توضع على مدخل مؤسساتهم.

III. التكوين والتأطير في مخطط النوعية السياحية (PQT):

بقصد الاستجابة للهدف، المادي والنقدي، في مخطط الأعمال 2030، أصبح تكوين المورد البشري أمرا ضروريا، من خلال إطلاق مدرستين جديدتين للسياحة، وتحديث المدارس الموجودة على غرار المدرسة الوطنية العليا للسياحة "الجزائر العاصمة ENST"، المعهد الوطني لتقنيات الفنادق والسياحة "تيزي وزو"، المعهد الوطني للفندقة والسياحة "بوسعادة"، وتجهيز المدرسة السياحية لتبازة، ومدرسة عين تيموشنت، وتخصيص سبع مدارس تكوين مهني تابعة لوزارة التكوين والتعليم المهني.

IV. الابتكار واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال (TIC):

ونقصد به إدخال نظام التسيير الالكتروني في إدارة الرحلات عبر الشبكة، والإدارة والاستقبال الفندقية والإطعام، فتأثير الانترنت يتجاوز بشكل كبير الحجز فقط، بل يتعداه إلى حجز تذاكر السفر وتحديد الوجهة ودفع الثمن دون الانتقال إلى عين المكان، وهو ما يرقى نوعية الخدمات أمام

¹ عوينان عبد القادر - السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات (2000 - 2025) في ظل الاستراتيجية

السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT 2025 ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية -

جامعة الجزائر 3 - السنة الجامعية 2012 - 2013

مستهلكين تعرض عليهم عروض تنافسية متعددة، تجعله يستطيع اختيار وجهته وحجز تذكرته من منزله.

رابعاً: الحركة رقم 4 : مخطط الشراكة العمومية – الخاصة:

تلعب الدولة والجماعات المحلية دوراً محورياً في المجال السياحي، خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة، ووضع البنى التحتية كالمطارات والطرق في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام والأمن، وتضطلع بالصورة الرفيعة للبلاد والمواقع بواسطة سياساتها وعمليات الاتصال، ومع ذلك لا يكتمل عمل الدولة وجماعاتها المحلية دون دعم ومرافقة من القطاع الخاص الذي يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي، ويضمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت التصرف وفقاً لقوانين الجمهورية.

لذلك يحتاج القطاع الخاص إلى حرية أكبر لمباشرة الاستثمار وتسويق الخدمات السياحية، ويلزمه إطار تنظيمي محفز، ونظام تشريعي مستقر ومرن يتماشى مع التحولات الاقتصادية العالمية، لذلك يسعى مخطط الشراكة العمومية – الخاصة إلى إيجاد آليات وأدوات قانونية تكون قادرة على إزالة العقبات أمام المستثمرين الخواص وتشجيعهم لإنجاز مشاريع ضخمة تنافس الهياكل الموجودة في البلدان المجاورة وذلك للحفاظ على السياحة الداخلية والزبون المحلي، واستقطاب السائح الأجنبي، كل ذلك في إطار احترام:

المصلحة العامة الإقليمية – الاستثمار الخاص – الحفاظ على الطبيعة.

فلا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال عمومي وخاص.

I. تنظيم الشراكة والتشاور على المستوى المحلي: مجلس التنمية السياحية والوكالات

التجارية السياحية:

تبقى المديرية الولائية للسياحة، الوسيط الرئيسي على المستوى الوطني، ومثال ذلك بالنسبة للوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT) والمتعاملون المحليون، وعليه يتوجب تعزيز كل مديرية لتمكينها من الاستجابة للمهمتين الأساسيتين الجديتين وهما:

1) تنفيذ مخطط النوعية (PQT) ¹.

2) ترقية الاستثمار السياحي.

ومن أجل تحقيق الربط في الشبكة السياحية والدفع بالشراكة يتعين تشجيع فضاء النقاش والتفكير، أي مجلس التنمية السياحية، وعلى المستوى المحلي، في إقليم كل ولاية لإشراك المتعاملين الموجودين "المنتخبين، أصحاب الفنادق، وكالات السفر ..."

II. المجلس الولائي للتنمية السياحية:

وهو فضاء للحوار والتفكير بهدف استشاري، يجمع المحترفين في الميدان، أصحاب الفنادق، عارضي الخدمات، وكالات السفر، ومن أجل ذلك يكون من الضروري امتلاك تمثيلات منظمة على شكل جمعيات ونقابات مهنية على المستوى المحلي.

وأن يكون من ضمن المتعاملين الرئيسيين المعنيين بتهيئة وتنمية السياحة على مستوى الولاية: مديريات الأشغال العمومية، الطاقة، الاتصال، الثقافة والمؤسسات المعنية، سونلغاز، الجزائرية للمياه، ديوان التطهير.

ويتأسس الوالي هذا المجلس الذي ينشطه مدير السياحة في كل ولاية، وتكون اجتماعاته دورية، وتمثل مهام المجلس الولائي للتنمية السياحية في ضمان:

- التأهيل في المجال الإعلامي.
- قبول أكبر قدر ممكن من مشاريع التنمية السياحية.
- ترقية سياحة الولاية.
- تنسيق أعمال مختلف المتعاملين، مهمة التجميع والربط.
- إدارة مصالح المنافسة بإجراء جماعي (إستخدام العقار، الموارد المائية، والارتفاعات بالمناطق الخاصة، إدارة المشاريع المنافسة ...)

كل ذلك مع ضرورة تعزيز دور الدواوين السياحية المحلية، التي تعتبر محطات استقبال مصغرة في تقديم النصائح، الاستقبال والاعلام حول العرض السياحي والخدمات المتوفرة.

¹ - Bernard drobenco – **droit de l'urbanisme** – Berti Editions – 2007 – Alger, page 59

خامساً: الحركة رقم 5 : مخطط تمويل السياحة (PFT) :

- تعد السياحة صناعة ثقيلة ذات عائد استثماري بطيء، فالسياحة هي ثمرة مادة معقدة لا يتحكم المتعاملون في كل معالمها، وهي تتطور بشكل خاص حسب:
- أمن الأفراد والممتلكات.
 - العدد الكافي في هياكل الإيواء.
 - المناخ المشجع (بكل المعاني)، وأيضاً شروط التمويل.

I. أهداف مخطط تمويل السياحة:

- بحكم أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري بطيء، فإن عملية تحسين الربح الداخلي منها، تتطلب إيجاد دعم ومرافقة من الدولة، وهما هوة دور مخطط التمويل:
- حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة (PME).
 - السهر على استمرارية المشاريع السياحية، وتجنبها التوقف والذوبان.
 - جذب و حماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.
 - تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي بمنح حوافز ضريبية ومالية.
 - تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية.

II. محتوى مخطط تمويل السياحة: ويتضمن:

- مرافقة المستثمرين، المرقين وأصحاب المشاريع، في أخذ القرار وتمويل عتاد الإستغلال.
- تخفيف إجراءات منح الفروض البنكية، والتمديد في مدة القرض في حالة إعسار المستثمر.

III. الإجراءات التحفيزية لبعض الاختصاصات:

- يتم تشجيع النشاط السياحي الصحراوي، النشاط العلاجي، الصحي والترفيهي عن طريق:
- 1) تكثيف شروط القرض المتفق عليها في إطار تأهيل المؤسسات الفندقية وإنجاز المشاريع الجديدة.
 - 2) تحفيزات ضريبية بإعفائها من ضريبة القيمة المضافة (TVA).
 - 3) إنشاء بالتوازي، صندوق تعاون للضمان المالي (الكفالات) المفروض على وكالات السياحة والسفر.

4) توفير العقار اللازم لإنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية.

IV. استحداث دفتر المستثمر السياحي:

من أجل الإطلاع على آفاق الاستثمار السياحي في منظور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 ، تم وضع دفتر المستثمر السياحي التي يتناول:

- تقديم عام للسياسة الجزائرية وطموحاتها: (العوامل: الاقتصاد الكلي والعوامل الجغرافية، النظام التشريعي، الموارد السياحية، الإحصائيات، الإيواء، الإطعام، أقطاب الامتياز، نوع المشاريع المطلوبة ...)
- تقديم الأقطاب السياحية (POT)، والقرى السياحية للإمتياز "ZET ، VTE"
- الإطار العام للاستثمار (ملخص القوانين والمراسيم السارية، معلومات حول العقار، النظام الضريبي، النظام البنكي والمالي)
- إجراءات الدعم والتحفيز.

الخاتمة:

تشكل السياسة السياحية الجديدة، مثلما رسمها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030، سياسة طموحة وبرامغامية، تبدأ من مرحلة التخطيط السياحي إلى غاية تحول الجزائر إلى وجهة سياحية تنافسية في آفاق 2030.

إنها سياسة مستوحاة من العديد من التجارب الناجحة في البلدان المطلة على المتوسط وغيرها، قصد تفادي استنساخ الأخطاء الصارخة المرتكبة سابقا، واستلهام الترتيبات الملائمة لميثاق السياحة المستدامة لسنة 1995، الذي ينص على أن تكون هذه الأخيرة قابلة للتحمل على المدى الطويل على الصعيد الإيكولوجي، وقابلة للحياة على الصعيد الاقتصادي، وعادلة على المستوى الأخلاقي والاجتماعي بالنسبة للسكان المحليين.

يجب أن تشكل السياحة بتراتها الفني أحد البدائل الرئيسية للتنمية في البلاد خارج قطاع المحروقات، ويكرس تجسيد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، هذا التوجه إذا ما روعي تنفيذ أحكامه بكل جدية والتزام، و ذلك لجعل الجزائر منارة ووجهة جديدة على مستوى حوض

المتوسط، بفضل مقارنة ملموسة ومنسقة مع مختلف الفاعلين والشركاء الذين يتوفرون على تجربة مؤكدة في الميدان في الجزائر وعبر العالم، والذين تتملكهم فكرة الاستثمار في السياحة الجزائرية بتحفيز من الترتيبات القانونية و الأدوات والبرامج الجذابة على وجه الخصوص.

كما حددت السياسة الوطنية للتنمية السياحية كهدف لها، إطلاق حركات تهدف إلى تحديد وبعث سياحة واعدة، ويتعلق الأمر في البداية بتمكين وجهة الجزائر قصد جعل منها ملتقى سياحي للامتياز، ذو علامة سياحية تنافسية ومبدعة على الصعيد الدولي، وقادرة على الإستجابة أيضا إلى طلب وطني نوعي ومتنوع يناشد الكمال أكثر فأكثر.

ويستدعي ذلك تهمين وجهة الجزائر، ووضع سياسة جريئة لتكوين الموارد البشرية على جميع الأصعدة المهنية، والحرف المرتبطة بالسياحة، وإنشاء وهيكلية الأقطاب السياحية المعتمدة كنموذج من طرف السوق السياحية الدولية وترقية المنتجات النوعية، كل ذلك في مسعى عرضي يضم الشركاء العموميين والخواص وحتى الأجانب.

وتندرج إستراتيجية التنمية السياحية بصفة كلية إلى تهمين الإقليم الوطني في ظل وجود مناجم وموارد للثروة لا تزال غير مستغلة، وخاصة في الميدان السياحي، والتي يتعين أن تتخذ بشأنها إجراءات تحفيزية لتشجيع الاستثمار السياحي.

ويرمي المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، للارتقاء بالسياحة إلى مصاف صناعة واعدة ذات أبعاد إستراتيجية، وذلك بواسطة عمل في العمق، وإعادة صهرها ثانية قصد ربط السياحة بمختلف القطاعات الأخرى وتفعيل تأثيرها الأفقي الذي يجعلها تتقاطع مع كل الميادين، وذلك بتمكين الأقاليم وإبراز جاذبيتها السياحية.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب:

أ- باللغة العربية:

1. المؤلفات العامة:

1. سعد صديق البهنسي - فن العمارة - مكتبة المجتمع العربي - عمان - الأردن - 2015 .
2. عبد الغفار هناء - الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الدولية - دار الحكمة - بغداد - 2002.
3. فؤاد بن غضبان - الخدمات الحضرية برؤية جغرافية معاصرة - دار المنهجية - الأردن - 2015 .
4. محمد أحمد عقلة المومني - التنمية في الوطن العربي - دار الكندي - الأردن - 1998 .

2. المؤلفات المتخصصة:

1. أحمد الجلال - السياحة المتواصلة البيئية - عالم الكتب - القاهرة - مصر - 2002 .
2. أحمد محمود مقابلة - صناعة السياحة - دار كنوز المعرفة - عمان - الأردن - 2007 .
3. حمزة درادكة - مبادئ السياحة - دار الإعمار العلمي - الأردن - 2014 .
4. رعد مجيد العاني - الاستثمار و التسويق السياحي - دار كنوز المعرفة - عمان - الأردن - 2008 .
5. محمد الصيرفي - مهارات التخطيط السياحي - الإسكندرية - مصر - 2009 .
6. منال شوقي عبد المعطي أحمد - جغرافية السياحة - دار الوفاء - الإسكندرية - مصر - 2011 .
7. نور الدين هرمز - التخطيط السياحي و التنمية السياحية - مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية و القانونية - مجلد 28 - عدد 3 - 2006 .

ب- باللغة الأجنبية :

1. Bernard Drobenco - doit de l'urbanisme - Berti Editions - 2007 - Alger .

2. SDAT : Schéma directeur d'aménagement touristique.

3. SNAT : Schéma national d'aménagement du territoire.

ثانياً: المذكرات والمجلات:

أ- أطروحات الدكتوراه:

1. عوينان عبد القادر - السياحة في الجزائر الإمكانات و المعوقات (2000 - 2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية - جامعة الجزائر 3 - السنة الجامعية 2012 - 2013.

ب- المجلات:

1. بلقاسم تويزة ، مراد زايد - الترويج و أهميته في تنشيط القطاع السياحي بالجزائر - مجلة مخبر التغيير في المؤسسة الجزائرية - العدد 2 - جامعة الجزائر - 2013.

ثالثاً: النصوص القانونية:

1. المادة 10 من القانون 98-04 مؤرخ في 15 يونيو 1998 يتعلق بحماية التراث الثقافي، (ج ر 44 مؤرخة في 17 - 06 - 1998).
2. القانون رقم 01-20 مؤرخ في 12 ديسمبر 2001 ، يتعلق بتهيئة الإقليم و تنميته المستدامة ، (ج ر 77 مؤرخة في 15 - 12 - 2001).
3. المادة 3 من القانون 03-01 مؤرخ في 17 فبراير 2003 ، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة ، (ج ر 11 مؤرخة في 19 - 02 - 2003).
4. قانون المالية التكميلي لسنة 2015 (ج ر رقم 276 مؤرخة في 23 - 01 - 2015).

رابعاً : التقارير الإدارية :

1. تقرير النشاط الاقتصادي و التشغيل و البطالة الصادر عن الديوان الوطني للإحصاء، سبتمبر 2015 .
2. تقرير صادر عن مديرية السياحة لولاية قسنطينة .
3. وزارة السياحة الجزائرية - تصور تطوير السياحة لعشرية (2004 - 2013).