مجلة القانون الدستوري والمؤسسات السياسية
ISSN :2600-6286 / E-ISSN :2661-7706
المجلد 08 / العدد: 01 (2025)
ص ص.70-91

تطوير الخدمات السياحية: سبيل لتجسيد البرامج السياحية وتحقيق للتنمية السياحية

Developing Tourism Services: A Means to Embody Tourism Programs and Achieve Tourism Development in Algeria

ط/د: باشا خيرة [1]، مخبر الدراسات الاستراتيجية والبحوث السياسية (تلمسان)، جامعة أبو بكر بلقايد(تلمسان)، khayra.bacha@univ-tlemcen.dz

أ.د /كاري نادية أمينة [2]، مخبر الدراسات الاستراتيجية والبحوث السياسية (تلمسان)، جامعة أبو بكر بلقايد (تلمسان)، nadiaamina.kari@univ-tlemcen.dz

تاريخ الاستلام: 2024/10/08 تاريخ القبول: 2024/11/29 تاريخ النشر: 2025/02/03

الملخص:

أصبحت ظاهرة السياحة محل انشغال الأنظمة الحكومية الحالية لأهمية القطاع السياحي كبديل عن المحروقات للنهوض بالاقتصاد وتنويعه، وقوفا على تحسين الهياكل السياحية تماشيا ومتطلبات سوق الجذب السياحي المحلية والدولية بالاعتماد على مختلف البرامج، المخططات وكذا الاستراتيجيات التنموية السياحية لتكون سياسات تجديدية ضمن المؤسسات السياحية.

نستهدف في الدراسة التي بين أيدينا، تبيان تعداد الاليات والإستراتيجيات المسطرة لإبراز مدى الجهود الجزائرية للوصول الى منتج سياحي وخدمة ذات مستوى منافس باستعراض أهمية تبني سياسات سياحية منتهجة ووسم النشاط السياحي الجزائري بجعله متفردا لتنوع خصائصه لتحقيق بلد مستقبل للسياح بدل التصدير.

الكلمات المفتاحية: السياحة؛ السياسات السياحة؛ النشاط السياحي؛ المنتج السياحي.

Abstract:

Tourism has become a significant focus for current governmental systems due to the importance of the sector. Consequently, there is a concerted effort to improve tourism infrastructure, plans, and developmental strategies. These policies aim to bring about renewal within tourism institutions.

This study aims to outline the mechanisms and strategies set forth to demonstrate the extent of Algerian efforts in achieving a competitive tourism product and service. We will explore the importance of adopting specific tourism policies and branding Algerian tourism activities with unique characteristics to transform Algeria into a preferred tourist destination rather than focusing on exporting tourists

key words: tourism; tourism policies; tourism activities; tourism product

مقدمة:

تولي الحكومات تركيزا على التنمية السياحية ما أوجب التأكيد على البعد الخدماتي للسياحة، لضبط وتحديد فعاليتها ضمن القطاع السياحي الذي يعول عليه حاليا في البرامج والمخططات التنموية بغرار الدول ذات الصناعات المتقدمة والنامية.

تبرز السياحة كظاهرة صناعية حديثا واتصالها بشتى القطاعات ذات البعد الاقتصادي والاجتماعي، ألزمت بخصوصية في اختلاف مفاهيمها لتعدد الجهات الدارسة للظاهرة السياحية، كما تعتبر نشاط اقتصادي، فالقول عنها علاقات إنسانية يستحضر الشق الاجتماعي، فالسياحة بالعموم جملة النشاطات المرتبطة بالإقامة والسفر والتنقل بعيدا عن السكن الأصلي لأهداف شتى.

تعمل الجزائر على تحسين الخدمة السياحية بتفعيل سلسلة البرامج السياحية المخطط لها للرفع من مستوى التنمية السياحية وإنعاش الاقتصاد الوطني.

لذا يتبادر لنا طرح الاشكال التالي:

كيف تهتم البرامج السياحية بتحسين الخدمة السياحية بالجزائر؟ وما مدى إسهامها في تطوير التنمية السياحية بها؟

وبناءً على الإشكالية المنوه لها سابقا نصوغ الفرضية التالية:

تتنوع آليات تحسين الخدمات السياحية في الجزائر بما يضمن تخطيط برمجي سياحي يوسع مجالات إسهام المنتج السياحي في تنمية القطاع السياحي.

منهجية البحث

الدراسة التي بين أيدينا، بنيت منهجيا على الوصف والتحليل لما يتطلبه السرد النظري لمختلف الأطر النظرية المتعلقة بمفاهيم الظاهرة المبحوثة، إضافة الى تحليل بعض الجداول والنتائج بما يتوافق مع اشكاليتنا.

وللإجابة على الإشكالية المذكورة أعلاه، اعتمدنا محاور دراستنا على النحو التالي:

2.الإطار المفاهيمي لمصطلحات الدراسة:

1.2 ماهية الخدمات السياحية :

1.1.2 مفهوم الخدمة السياحية :

المنتج السياحي يمتاز بالعديد من الميزات والخصائص التي تضفي عليه طابع الأهمية عند عامة المجتمعات، ضف إلى تحكمه في تحديد الوجهات السياحية فيكون بذلك عنصرا فعالا لقيام صناعة سياحية.

- **تعريف الخدمة السياحية:**

كثرت تعاريفها بين العامة والمتخصصة من جهة، وأخرى بإبراز ماهيتها وذكر خصائصها، ضمن قاموس لاروس (la Rousse) الخدمة السياحية هي:" مجموعة الإجراءات الفنية والتقنية الثقافية والمالية المتواجدة بكل إقليم..." (خالد، 1997، صفحة 23)كما وردت انها: "تلك الأنشطة والأعمال التي توفر للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك السلع والبضائع السياحية أثناء سفرهم أو من خلال إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن أماكن إقامتهم الأصلية". (سعيد، 2001، صفحة 05)، كما تضمنت الأكاديمية الدولية للسياحة تعريفا للخدمات السياحية بأنها " مجموعة الوسائل المادية الضرورية لتأمين أو تسهيل اشتراك الناس في السياحة، وتحقيق أهدافها وخلق استعمال الخدمات للسياح " (الياس، : 04 سبتمبر 2017، صفحة 28) وفي تعريف أخر يقصد بها:" جميع العناصر المشكلة للصناعة السياحية مكملة بعضها البعض تجانسا وتفاعلا لتحقيق البرنامج السياحي." (عبيدات، 2000، صفحة 28)،أما مصطفى يوسف كافي يصفها على أنها منتجات غير ملموسة بطبيعتها هدفها اشباع حاجات و رغبات من يستهلكها من السياح ومحققة للمردودية (كافي، 2024، صفحة 91).

إذن يمكننا القول بناء على ما سبق، أن الخدمة السياحية عبارة عن خدمات وسلع نهائية مقدمة للسائح، وهي كل ما يمس في كله أو جزئه ما يلي:

- التمتع بالمناظر الطبيعية، والمساحات الجغرافية ممثلة بذلك التراث الطبيعي
- التراث البشري: عادات المنطقة وتقاليدها، آثارها المحسوسة منها والمعنوية والمصنفة كتراث بشري.
- الإطار التنظيمي للقطاع السياحي المقنن بالبنود والتشريعات، والمنظم سياسيا واداريا. (Bart, 2010, p. 34)

2.1.2.أنواع الخدمات السياحية:

تسري الحركية السياحة في اتجاهين متباينين تماما، فعلى المستوى الداخلي تكون باتجاه مناطق البلد الأم، وتكون سياحة داخلية قصد التعرف على الأثار، الراحة، وسياحة ذات البعد الإقليمي والدولي تخص القادمين من غير البلد الأم، ولها فترات زمنية تنتعش حركيتها خاصة الشتاء والربيع في الجنوب بحثا عن أسباب الراحة والهدوء والهروب من برودة البلدان الأخرى، احياء بعض التقاليد للبلد المزار يوفر هذا الأخير العملة الصعبة. (داودي، 2016، صفحة 11)

قد تختلف الخدمات السياحية بحسب مستويات السياحة والتي نجملها فيما يلي ما بين الأساسية والتكميلية:

- **خدمة النزول:** وتقدمها وسائل الإقامة السياحية من خلال بيوت الشباب، الفنادق القرى السياحية.
- **خدمة المأكل والمشرب:** تخص المواد الاستهلاكية، الغذائية المقدمة من وسائل الإقامة السياحية ضف اليها، المطاعم والمحلات العامة.

- تقوم شركات النقل السياحي المتنوع، ومكاتب تأجير السيارات بخدمة النقل السياحي.
- **خدمات تختص بها مؤسسات ذات طابع سياحي** كالحجوزات بالفنادق، تنظيم الرحلات جوا وبحرا وبرا بالنطاق الداخلي او الدولي . (الروبي، 1987، صفحة 15)

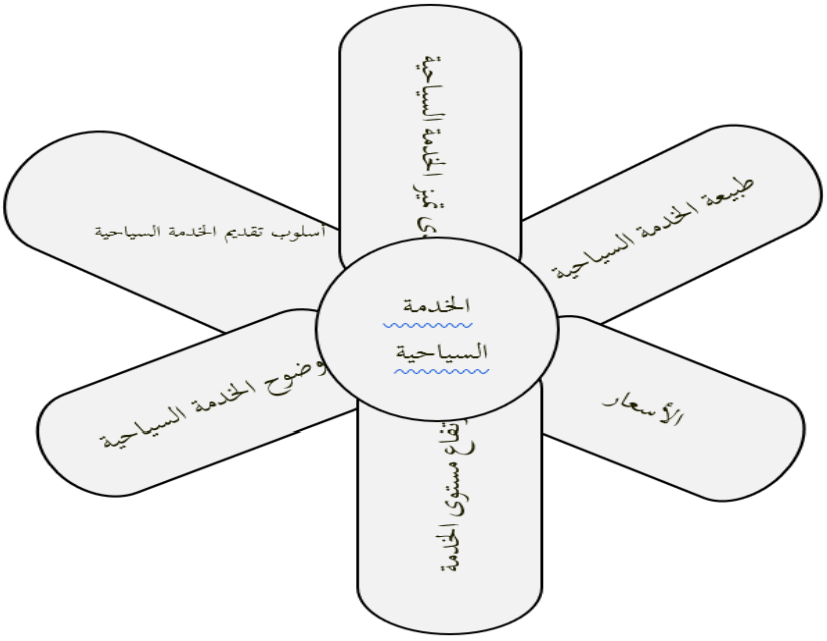
أما الخدمات التكميلية فهي تعزز عامل الراحة والاستجمام وزيادة الاستمتاع بالسياحة وذلك لتنوع الخدمات التكميلية وضمها لمجالات عديدة نذكر منها: (الوهاب، 2011، صفحة 28)

- **الخدمات ذات بعد ترفيهي رياضي:** حيث تتيح ممارسة رياضة ما وافق الميولات، الاتقان، شعبية الرياضة في ذلك البلد.
- **المحلات التسويقية لأنواع الحرف التقليدية، بيع** الهدايا، اللباس التقليدي، الحلي، الأطعمة.
- **خدمات ذات طابع ثقافي تعرض** بقاعات السينما، دور الثقافة، امكنة للعبادة الدينية.
- **خدمات لصيقة** بالبنية التحتية العامة وهي خدمة اجتماعية، تمثلها المرافق الصحية شبكة الكهرباء والماء، والخدمات البنكية والمراقبة الجمركية.

لقد أوردنا بعص تصنيفات أو أنواع الخدمات السياحية من خلال تحديد نطاقها لأن توريد الخدمة يتضمن انتاجها، تسويقها وبيعها ثم تسليمها ، وقد وضحت اتفاقية الجاتس سنة 2005 أن الخدمات المتصلة بالسياحة تتعدى الى قطاعات أخرى ، مما احدث نوع من التذبذب في ادراج الخدمات السياحية ، مثال ذلك تأجير السيارات فهناك من جعلها لصيقة بالسياحة والسفر وأخرون سجلوها ضمن بند خدمات نقل الطرق وغيرها من المرافق التسويقية الترويجية وكذا النقل الجوي ، وهذا التباين قد يشكل عائق أمام جودة الخدمة السياحية بذاتها أو الأخرى المرتبطة بها. مما يلزمنا الإشارة الى أن الدول المعتمدة على القطاع السياحي لابد أن تفصل في تحديد مواقفها في نطاق الخدمات السياحية. (R.Christin, 1972, p. 22)

3.1.2.أسباب وعوامل نجاح الخدمة السياحية:

الخدمة السياحية بخصائصها ونطاقاتها تجعل منها منتجا يخضع للتطور والتنوع، ضف اليه انه واسع المدى واعتماده على المورد البشري وأكثر من ذلك اجبارية تكامل الخدمة السياحية حتى تكون ذات فعالية في النشاط السياحي، وهذا الذي يسوقنا لتوضيح ذلك من خلال نموذج وردة عوامل نجاح الخدمة السياحية التالي: (Jelili, 2022, p. 831)



يظهر الشكل 01 النموذج المقترح في شكل زهرة أي وسطها الخدمة السياحية كزهرة أو قلب الزهرة والشكل المحيط بها في تكراراته يتضمن مختلف العناصر التي تعين على تفتح الزهرة وتساعد على نجاح الخدمة وتميزها وقد تتفرد بألوانها وطريقة تفتحها وزمن ذلك أيضا .

نستطيع القول أن اذا لم يكن أداء أي عنصر من العناصر الستة المذكورة بجودة عالية فانه لن يكون هناك خدمة سياحية ذات تأثير يقابله طلب سياحي ، فحتى البتلات لها متطلباتها

على أن تعطى أسباب ذلك ، فضرورة تفرد الخدمة السياحية أسلوبا ، شكلا و جودة يؤثر في عامل التميز، وندرجها ضمن ما يسمى عوامل الجذب السياحي .

و الأكيد أن سهولة الحصول على الخدمة بتبسيط إجراءات العمل السياحي يضفي عليها الطبيعة السلسة والمرنة مما يعطي الراحة و الهدوء وكذا الاستقرار لدى السائح كعقود البرامج السياحية أو الاستعلامات، وحتى نظام التنقل الداخلي .

الاجماع الكلي أن الخدمة السياحية لإشباع حاجيات السياح المتنوعة ، مما يفرض أسلوبا جديرا لعرض الخدمة كمنتج سياحي مهم من جهة و ذو جودة وله أدبيا في تقديميه ضمن بروتوكولات متميزة .

نضيف أيضا أن ضرورة ايضاح أماكن وجود الخدمة السياحية وأنواعها وادراج أسعارها من أكل ومواصلات وخدمات أخرى يزيد من وضوح الخدمة السياحية ويميزها , هاته العناصر تزيد من الطلب السياحي اذا كانت الفئات المستهدفة من الخدمة السياحية مخطط لها ومركز عليها مما يرفع من مستوى الخدمة وهذا يؤدي الى توسيع السوق السياحية ، المرتبط بدوره بعامل الأسعار المناسبة المشترط فيه التناسبية التي تسهم في التنمية السياحية المستدامة .

(Lovelock, 2004, p. 122)

3التنمية السياحية:

تعطي دول العالم الأهمية البالغة لموضوع التنمية السياحية لارتباطه مباشرة بالجانب الاقتصادي كرافد بديل عن المحروقات لتحسين الدخل القومي والفردي كما تضمن ازدهار شامل للمورد البشري، والمقومات الطبيعية، والموجودات المادية.

1.3.مفهوم التنمية السياحية ومتطلباتها:

تعددت مفاهيم التنمية السياحية ، منها ما يستند على الأسس المعتمدة في تجسيدها وأخرى تصاغ وفقا للأهداف الرامية لها ، كما ونجد ما تعريفات تعبر عن تحقيق الزيادة

المتوازنة والمستمرة للمورد السياحي بكافة نطاقاته، و أخرى عن رفع الانتاج في الميدان السياحي مرتكزا على الاستغلال الأنسب للمقومات السياحية الإنتاجية وضرورة الوقوف على مختلف البرامج المناسبة للنشاط السياحي (Ericson, 2021, p. 10)،

أشار زين الدين (المشهداني، 2017، صفحة 14) الى أن التنمية السياحية تخص الأساليب التي توجه لإنشاء تغييرات هيكلية على مستوى البناءات السياحية في كل منطقة بالمحافظة على مختلف المقومات والموارد وفقا لحركية الطلب السياحي ، وقد عرفت على أنها: " الإمداد بالتسهيلات والخدمات أو الارتقاء بها لمقابلة كافة احتياجات السائحين ملوخية أحمد فوزي (فوزي، 2004، صفحة 17) فالتنمية السياحية هي أيضا " مدى اتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين " (حسنين، 2006، صفحة 64) . وعرفها عبد الرحمن بأنها" عملية تكامل طبيعي وظيفي بين عدد من العناصر الطبيعية الموجودة في المنطقة والمرافق العامة التي يتحتم وجودها كأساس لإقامة الاستثمارات السياحية ومقابلة احتياجات السائحين. (الرحمن، 2022، صفحة 43)،

وتربط Tarfaya مفهوم التنمية السياحية بالبعد الاقتصادي ، و الذي يركز على مختلف الاستراتيجيات الهادفة لترشيد المنتج السياحي لزيادة الإنتاج السياحي محققا بذلك إيرادات ذات قيمة للدولة (Nassima, 2008, p. 17) ، وفي ذات السياق يورد **موفق** على أن البعدين الاجتماعي والثقافي مرتبطان بالتنمية السياحية لانهما ينتجان عن الوعي الفكري و الالمام الثقافي للأفراد بحضارتهم ما يخلق الارتباط الوثيق الباعث على الجدية في العمل والإنتاج فيتجسد في دفع حركية السياحة المحلية مما يخلق تنمية سياحية . (موفق، 2023، صفحة 8)

2.3 أركان التنمية السياحية : تشتمل التنمية السياحية على عدة عناصر مدرجة في الجدول التالي(francesca, 2011, p. 26) :

العامل	مكوناته
أماكن النوم	سواء التجاري منها كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار
النقل	بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي
الجذب السياحي	وتشمل العناصر الطبيعية مثل : أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان ، كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.
التسهيلات المساندة	بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك
خدمات البنية التحتية	• كالمياه والكهرباء والاتصالات ....
الجهات المنفذة للتنمية	القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

شكل 2: اركان التنمية السياحية ومكوناتها

3.3.أهداف التنمية السياحة وعوامل انجاحها :

تقوم التنمية على الإنسان بذاته فهو الأداة والهدف باعتبار تنمية أي صناعة سياحية ترمي للزيادة المستمرة للموارد السياحية والانسان أهم مورد. كما الانسان محور العملية التنموية فهي تمس جميع الجوانب أينما حل وارتحل المورد البشري، فاقتصاديا تجعل التنمية السياحية وفرة في البنى التحتية، تتيح فرص جديدة لليد العاملة، تسهم في الرفع من الدخل، دمج المناطق الريفية في التسيير الحضري أما اجتماعيا خلق فضاءات متنوعة للترفيه والاستجمام، تلبية الرغبات الاجتماعية وفق البيئات والخصائص.

تهدف التنمية السياحية على الصعيدين السياسي والثقافي دعم جسور التواصل بين الشعوب وتبادل الثقافات مما يطور العلاقات ذات الطابع السياسي والتحفير على تطوير الاستثمارات بين الدول.

لا نستثني الجانب البيئي من اهداف التنمية السياحية من خلال سن القوانين لحماية البيئة وضمان الاستدامة .(Breton, 2010, p. 25)

تستند عملية تجسيد التنمية السياحية على: (Authority, 2000, p. 13)

تبني استراتيجية توضح خصائص السياحة وسبل تطورها، ذات رؤية سياحية في كلياتها وجزئياتها شاملة لتشمل الموروث الحضاري والجوانب الاجتماعية والاقتصادية والبيئية.

- تفعيل أهمية التنمية السياحية ضمن الخطط التنموية بتخصيص الموارد المالية الكافية، ما يسهل عملية تجسيد المشاريع المسطر لها، ويعزز أداء السياسات العامة للنهوض بالقطاع السياحي والخدماتي.
- ضرورة اعتماد النظام التكنولوجي الحديث لتحيين المعلومات والبيانات والتنويع في أساليب الترويج السياحي والتسويق، لضبط الإحصاءات وتكثيف الاعلام السياحي.
- تجهيز منشآت مواكبة للعصر الحالي ذات خدمات منافسة وبنى تحتية ذات جودة.
- الحرص على استحداث المؤسسات التعليمية لتدريب وتأهيل المورد البشري وفق برامج متخصصة لتقديم خدمات سياحية متميزة.
- ترسيخ الوعي السياحي عند مختلف الشرائح المجتمعية بالحفاظ النظافة العامة وفي والمناطق الأثرية السياحية بصفة خاصة.
- الحفاظ على المدن الاثرية المتمثلة في المواقع التاريخية والمباني الدينية، بديمومة اعمال الترميم، التهيئة وإعادة البناء والصيانة واجراء المزيد من أعمال التنقيب، بالإضافة الى وضع رزنامة مواقيت الزيارة..

4. مكانة الخدمة السياحية ضمن المخططات التنموية بالجزائر:

يعود ظهور النشاط السياحي بالجزائر الى تواجد المحتل الفرنسي بها. وقد تطور الاهتمام بالخدمة السياحية من خلال ادراج مجموعة من الإستراتيجيات والبرامج الإنمائية غداة استقلال الجزائر وبعده. (لحمر، 2021، صفحة 71).

عرفت الجزائر عدة محطات مخططاتية للنهوض بالمنتج السياحي من فترات زمنية متفاوتة أحيانا الى متعاقبة أحيانا أخرى، مما يقودنا الى تناولها على أربعة (04) مراحل زمنية موجزة فيما يلي:

1.4 النشاط السياحي قبل 1967:

1.1.4 الخدمة السياحية قبل الاستقلال : ارتبطت هذه الفترة بحدثين عالميين مهمين ، أولاها قبل الحرب العالمية الأولى حين نظمت لأول مرة قوافل سياحية أوربية من طرف اللجنة الشتوية الجزائرية سنة 1897لزيارة الجزائر ، ما دعا المحتل الفرنسي الى تدعيم هذا النشاط السياحي الأولي بهياكل قاعدية. (Hachemi, 2003, p. 6)

في سنة 1914 شكلت فرنسا نقابة سياحية بوهران، وأخرى بقسنطينة، وبتكتل 20 نقابة سياحية تم تأسيس الفدرالية السياحية المكلفة بمنح القروض في المجال الاستثماري السياحي. (عبد القادر شلالي، 2010، صفحة، 10)، وبهدف التنمية السياحية في البلاد تم انشاء الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي والسياحي سنة 1931، الذي اعيد تسميته ب مركز التنمية السياحية بعد الاستقلال. (القادر، 2006/2005، صفحة 105)

بعد الحرب العالمية الثانية، تمايزت الفئات المجتمعية ما أوجد زبائن بأعداد كبيرة ودخل ضعيف، فظهرت سياحة إقامة وسياحة تجول. (هني، 1983، صفحة 64)

2.1.4 الخدمة السياحية بعد الاستقلال :

غداة الحرية وما بين 1962_1966 ، سطرت الجزائر برنامجا يخص تهيئة مناطق التوسع السياحي للزيادة في حجم الخدمات السياحية وتنويعها خاصة بالمناطق الكبرى ببناء المرافق الموجهة للأعمال والملتقيات والمؤتمرات بالإضافة الى تنصيب عدة مؤسسات سياحية، كالديوان الوطني للسياحة 1962، الوكالة السياحية الجزائرية ووزارة السياحة 1964. (الجبار، 2005، صفحة 157)

يعتبر ميثاق السياحة لسنة 1966 أول برنامج يحدد قواعد النشاط السياحي على المدى البعيد لدعم التنمية السياحية أنذاك، حيث حددت التوجهات الأساسية للميثاق:

- الحصول على العملة الصعبة
- خلق مناصب شغل ودمج شباب الجزائر في السوق الدولي
- مركزية الاستثمارات السياحية
- وضع جهاز يخص التكوين الفندقي والسياحي. (والاشهار، 1989، صفحة 110)

لقد عملت هذه الهياكل السياحية على انجاز العديد من المشاريع الاستثمارية السياحية، ما أسهم في إيجاد حركية بالخدمات السياحية كوجه من أوجه التنمية السياحية وفق مجموعة من المخططات الثلاثية والرباعية التي سيأتي ذكرها فيما بعد.

2.4 النشاط السياحي خلال العشرية 1967 _1978:

هذه الفترة كانت الاستثمارات العمومية تنجز من طرف الدولة، باستغلال مختلف الوحدات السياحية وفق المخططات التالية و قد تخللت هذه العشرية ثلاثة مخططات وفق الجدول الاتي (بديعة، 2006، صفحة 84)

المخطط	المدة الزمنية	اهتمامات المخطط
الثلاثي	1967-1969	الخدمة السياحة الساحلية و الصحراوية
الرباعي الأول	1970-1973	تكوين وتنمية المورد البشري، مؤهل، ذو كفاءة . والعمل على تجسيد مختلف البرامج التنموية . انشاء العديد من المدارس و المؤسسات فندقية تيزي وزو، المسيلة (بوسعادة)، الجزائر, العاصمة، وهران
الرباعي الثاني	1974-1977	كتوسيع شبكة الفنادق الصحراوية الفنادق الحضرية لمجمل التجمعات السكانية الترفيه والتسلية ذات التكلفة المنخفضة

الشكل 3: تطور الخدمات السياحية خلال الفترة الزمنية 1967 _1978

3.4 الخدمات السياحية ما بين 1980-1989 : كانت الاجتهادات موجهة الى الاستثمار الاقتصادي باعتماد استراتيجية تسهيل المعاملات الاقتصادية لمستثمر القطاع الخاص حتى يسهم في عجلة التنمية السياحية المحلية والوطنية، وهذا بتبني المخطط الخماسي الأول والثاني كما يلي : (Bouadam, 2011, p. 57)

في الفترة ما بين 1980-1984 تم الوقوف على المخطط الخماسي الأول متضمنا زيادة مناصب العمل ، حيث بلغت الاستثمارات المقترحة لهذه الفترة نحو 3.400 مليون دج، ، و الاهتمام بإنعاش السياحة بالداخل من خلال رفع نسبة مداخيل العملة الأجنبية و السعي لإنماء السياحة الخارجية، بتسطير خطط مخصصة للمدن لزيادة الفنادق الحضرية ، برنامج المياه المعدنية ، وتوسيع الفنادق الصحراوية و ، إعادة بعث المنشآت السياحية للخدمة بجودة ومعايير دولية ، اتباع استراتيجية التويع في الهياكل السياحية كالمخيمات ، وضع مناطق نموذجية في اطار التهيئة والتوسيع ، تعمل عليها الجماعات ذات الاهتمام الاستثماري المحلي والقطاع الخاص .

أما المخطط الخماسي الثاني 1985-1989: فقد تضمن الوقوف على تهيئة المناطق السياحية، والعمل على تجديد الوجهات السياحية ذات صيت سياحي كالسياحة العلاجية (الحمامات المعدنية) والموسمية.

الخدمات السياحية من1990 إلى 2000: جاءت هذه المرحلة باتجاهات وفاعلين جدد في القطاع السياحي لتنمية الخدمة السياحية من خلال مايلي:

- **خدمة الإيواء:** كان الاستثمار في هذا المجال مسيرا من القطاع العام منذ 1966، وبدأ انتعاشه القطاع الخاص بتحكمه في 1/4 الطاقة الاجمالية للإقامة سنة1985، وفي ذات السياق عملت الوزارة الوصية على تحقيق المشاريع المسندة للقطاع الخاص ضمن برامج متنوعة عبر ولايات الجزائرية بلوغا سنة 2000، بهدف اتساع مجال طاقات الإيواء ضمن الشراكة الخاصة وقد تتجاوز القطاع العام على المدى الطويل. (Tessa, 2007, p. 22)
- **تحسين مستوى النشاط السياحي، وتنميته داخليا وخارجيا:** تدعم النشاط في وجود الشركات المختلطة من القطاع العام والشركات المتعددة الجنسيات بإنجاز عدد من المشاريع. ففي سنة 1986 تجمعت ثمان مؤسسات لمختلف المتعاملين الأوروبيين والاسيويين، لتجسيد الهدف التنموي بزيادة الاستثمار في مجال المرافق الموجهة للترفيه والاسفار، التسهيل في الحصول على براءات الابتكار والابداع وتشجيع العلامات التسويقية المبادرة في تبني النشاط الصناعي والعمل الاقتصادي الأقرب استراتيجيا من الفئات المجتمعية البسيطة كفئة عمالية.
- **الجزائر وجهة سياحية:** بسن سنة 1995، المرسوم المتضمن خوصصة المنشأت والهياكل السياحية في ميدان العمل السياحي الرامية الى تنمية الطاقات الاستيعابية الفندقية والتجديد في المنتج السياحي بتوفير الإمكانيات الضرورية لذلك، والوقوف على الإصلاح التنظيمي داخل المنشأت وضبط العمل الإداري تطوير الخدمات في الجانب الاتصالي والإعلامي وربطه بالنشاطات ذات الاهتمام الثقافي وترقية الاعمال اليدوية التقليدية، الاهتمام بجذب السياح ورجال الاستثمار بانتهاج سياسة ترويجية محلية وخارجية (MOUHOUB, 2023, p. 216)

4.4.المخطط التوجيهي (2030) مسار متجدد للخدمات السياحية :

في إطار تكملة مساعي الدولة الجزائرية للنهوض بالسياحة وتماشيا مع متطلبات التنمية السياحية، تم اعتماد المخطط التوجيهي بوزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة ليضم أهم المحاور والنقاط المرجعية للسياسة السياحية.

يعتبر هذا المخطط جزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم لتطلعات 2030، للرقي بالميادين الاقتصادية، والاجتماعية وطنيا (السياحة، 2008، صفحة 4)

يتكون التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتنمية السياحية من عدة جوانب، احتوت على تقدير وتشخيص المقومات السياحية الجزائرية، وسطرت خطط العمل الخدماتي السياحي؛ وشملت تعيين القرى والأقطاب السياحية للامتياز، والمشاريع السياحية ذات الأولوية؛ ولدعم العمل الميداني جعلت مخططا عملياتي لضبط وتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement, p 4-5)

وقد قسمت الرؤية التنموية على مدد ثلاث: المدى القصير (2009)، المتوسط (2015)، الطويل (2025)، ومحددة الأدوات والشروط اللازمة للتنفيذ والتحقيق، للوصول الى الهدف الأسمى وهو التوازن بين الفعالية الاقتصادية، العدالة الاجتماعية وحماية البيئة. (فؤاد، 2010، صفحة 26).

ترمي مساعي المخطط التوجيهي الى تعزيز القطاع التشغيلي والاقتصادي، والرفع من الميزان التجاري والمالي، وزيادة جاذبية المشاريع الاستثمارية، وعوامل المذكورة هذه تؤثر بدورها على جانب الصناعات التقليدية والهياكل الخدماتية الصناعية، قطاع النقل، مما يتيح فرص التبادل المحلي والخارجي. (آفاق، 2008، صفحة 31)

الجانب التنموي في المخطط يجسد اهتمامه بالبيئة والترقية السياحية بالمحافظة وإعطاء القيمة للعناصر المشكلة للتراث الجزائري الثقافي والتاريخي، والعمل على أساسيات الجذب

السياحي لتحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية والتنويع في السوق الداخلي. (جوامع، 2020، صفحة 65).

1.4.4 أساليب انعاش النشاط السياحي الجزائري:

لقد تضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أليات عملية لمواصلة سيرورة الاستراتيجيات السابقة قصد بعث الواقع السياحي الجزائري كما يلي:

- مخطط الوجهة الجزائر: احداث تجديد في أحد أركان الخدمة السياحية وهو التسويق السياحي باتباع أساليب أكثر استقطابا وترويجا للوجهة السياحية الجزائرية لبث قراءة ورؤية مختلفة عما سبق. (نوال، 2019، صفحة 6)
- مخطط الأقطاب السياحية: وهذا يندرج ضمن خاصية طبيعة الخدمة السياحية حيث يتم توسيع رقعة النشاط السياحي جغرافيا بما يشكل قرى سياحية للامتياز، كاملة التجهيز، ما يسمح بتعدد الممارسات السياحية بشتى أنواعها. (Ahmed, 2003, p. 62)
- مخطط جودة السياحة: يركز على تحسين نوعية المنتج السياحي في طريقة تقديمه إعلاميا وتسخير الموارد التكنولوجية الحديثة لذلك، مع الخضوع للتكوين المتخصص لجذب الطلب السياحي والتفرد بالعرض السياحي. (Souhil, 2001, p. 31)
- مخطط الشراكة العمومية الخاصة: اوجب السوق السياحي اشراك القطاع الخاص في العمليات الاستثمارية ومنح رخص الاستغلال في النشاط السياحي، في حين يجي على القطاع العمومي توفير الامن والاستقرار كشرط أساسي لضمان حماية الأراضي المستثمرة والعرض السياحي بها. (Elhakk, 2002, p. 53)
- مخططات تمويل السياحة: لما أضحت السياحة بقالب صناعي و مصدر غير ناضب، تقوم عليها اقتصاديات الدول، لزم الاهتمام بتوفير التأطير المالي الكفيل باستمرار الخدمات السياحية .

2.4.4البرامج التوجيهية لتهيئة السياحة الولائية (SDATW 2030) :

احتضنت هذه الاستراتيجية التنموية في الجزائر كافة أنحاء الوطن، لإعداد وتهيئة الأقاليم المحلية تبعا لمميزاتها ومقوماتها السياحية.

تمثلت هذه الإستراتيجية في المخططات الولائية للتهيئة السياحية لأفاق 2030 مشكلة مسار يمثل خارطة الطريق لإحياء السياحة الداخلية وتعميمها عبر الوطن، وقد تم إحصاء بسنة 2020 من طرف وزارة السياحة 47 مخطط اكتملت دراستهم والتوثيق عليهم. (tourisme, 1996, pp. 47-54).

5.الخاتمة:

إن دراستنا للبرامج والمخططات السياحية ضمن السياسات السياحية الهادفة للنهوض تنمويا بالقطاع السياحي ككل والخدمة السياحية كجزئية متخصصة، أظهرت لنا أن إعطاء الأولوية ضمن تلك الاستراتيجيات للمنتج السياحي يخضع لمجموعة من العوامل المؤثرة في جودته ونوعه الداخلية منها والخارجية، المتعلقة بالأمن والاستقرار، مستندا عليه درجة الحداثة في النقل والمواصلات ومغريات أخرى تدعم وتروج للوجهات السياحية.

التدرج الزماني في الاستراتيجيات التنموية السياحية بالجزائر، يولي أهمية لخصوصية العمل السياحي وتفعيله للعملية السياحية وتنميتها بكونه نشاطا يتكامل ويتشابك مع القطاعات الأخرى ومدى تنشيط الخدمة السياحية لمجالات الصحة، الزراعة، المواصلات ناهيك عن توفير مناصب الشغل وهذا يندرج ضمن الإضافة الاجتماعية والاقتصادية للخدمة السياحية.

إمكانية تطوير الخدمة وتنمية القطاع السياحي بالجزائر، تخطى العديد من المراحل والبرامج منذ 1966 انطلاق من ميثاق السياحة اللبنة الأولى للمخططات التنموية السياحية

والتي تدعمت بمخططات وطنية كانت ذات الأثر الإيجابي المحدود على الرغم من عدم تمكنها من مواكبة التنافس الدولي.

عزمت الجزائر على تبني مجموعة من القوانين والتشريعات لأجل العملية الاستثمارية التنموية وخصوصا كل ما يمس الجانب البيئي، في ظل الإمكانات المتاحة بوفرة التي تحتم على البرامج والمخططات إرضاء تطلعات السواح بخدمات سياحية ذات جودة عالية منافسة ببعد تنموي مستدام.

أهم ما يميز الاليات التنموية السالفة الذكر هو مواصلة السعي في انشاء منظومة سياحية ذات بعد تنافسي في تقديم خدمة ومنتج سياحي ذو سعر تنافسي مناسب وكذلك خاصية الابداع المتجدد والابتكار المتواصل بجوار دول ذات تماثلات في المقومات الثقافية والدينية والممارسات.

لقد عمدت الجهات المسؤولة الى اشراك مختلف الفاعلين في بناء استراتيجيات انماء الخدمة السياحية من خلال بناء هياكل ذات اختصاص ومراعاة تطلعات أصحاب الاهتمام في المجال حتى تتسم تلك البرامج بالفعالية الممكنة والأسلوب الرشيد مع التوجه السياحي التنموي والمستدام خاصة.

في هذا الإطار البحثي، عرجنا على مختلف السياسات الاستراتيجية المتبعة بالجزائر ضمن المجال السياحي، وقد تميزت في عمومها بقصر مداها، عدم انجاز ما تم التخطيط له في الحدود الزمانية والمكانية المؤطرة في كل مخطط، التخبط في تجديد الهياكل القديمة، انفاق المبالغ الضخمة، ضعف الشق الاستثماري، إضافة الى نقائص في العامل البشري والمؤهلات التكوينية، وربط الخدمة السياحية بالاستدامة الفعلية و على غرار فجوات متعددة وجب التنبيه اليها في التوصيات التالية:

- توفير ما يتوافق مع متطلبات تنمية الخدمات السياحية من مقومات وامكانيات مالية، ماديو وموارد بشرية باعتبار السياحة البديل غير الناضب للمنبع الريعي.
- اشتمال العملية الاستثمارية جميع مناطق التراب الوطني لان كل منها تتفرد بعاداتها وتقاليها وتزخر بموروثها لتجسيد وتفعيل التوازن في الفرص والافاق.
- تنشيط التفاعل بين القطاعين العام والخاص واستمرار حركية الخدمة السياحية والنشاط السياحي بتنويع المحفزات الاستثمارية وتخصيص بنوك للاجتهاد الاستثماري وبعث الاستثمار الخارجي لاستدامة التنمية السياحية الخدماتية.
- تفعيل الشراكة المتبادلة بين القطاعات بأبعادها ومجالاتها.
- اخضاع المورد البشري للتكوين المكثف والمتخصص في مجال العمل السياحي والحرص على الأداء التنافسي محليا ودوليا.
- صياغة برامج تعليمية تخص التربية السياحية للفئات الصغرى ونشر الوعي السياحي لباقي الشرائح المجتمعية ضمن لافتات اشهارية وحملات دعائية لإرساء ثقافة سياحية خلاقة ذات بعد تنموي مستمر.

أملين أن نشهد تطوير في الخدمات السياحية جودة ومنافسة، لتحقيق ترويج سياحي رائد عالميا وتزايد في الاقبال السياحي مع تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية ذات مكانة يشاد بها، الى جانب تأكيد الحرص على بعث عوامل التنمية السياحية للخدمات السياحية بما يجسد عامل الاستدامة.

6.قائمة المراجع:

المراجع العربية

ابراهيم لحمر. (2021). *السياسات السياحية في الجزائر*. الجزائر: موفم للنشر.
أبركان فؤاد. (2010). *السياسة السياحية في الجزائر*. الجزائر: جامعة الجزائر.
أحمد هني. (1983). *اقتصاد الجزائر المستقلة* . الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية .

أسعد حماد أبو رمان أبي سعيد. (2001). *تسويق الخدمات وإمكانية تطويرها من وجهة نظر النزلاء*. مصر.

اسماعيل كامل جوامع. (2020). *التنمية والسياحة*. الجزائر: جامعة الحاج لخضر باتنة.

المخطط التوجيهي لتهيئة السياحية آفاق. (2008). *الكتاب الثاني*. الجزائر.

المؤسسة الوطنية للنشر والاشهار. (1989). *الدليل الاقتصادي والاجتماعي*. الجزائر.

بوعقلين بديعة. (2006). *الإستثمارات السياحية و إشكالية المنتوج السياحي في الجزائر*. الجزائر : جامعة الجزائر 3.

جبار عبد الجبار. (2005). *السياسات السياحية بالجزائر* . الجزائر : الجزائر.

جليلة حس حسنين. (2006). *دراسات فى التنمية السياحية*. الاسكندرية: الدار الجامعية.

خنتار نوال. (2019). *تقييم أداء قطاع السياحة بالجزائر*. الجزائر: مجلة الاقتصاد والمالية.

دحمان داودي. (2016). دور السياحة في التنمية الاجتماعية والثقافية. *الحوار*، 11.

سراب الياس. (: 04 سبتمبر 2017). *مبادئ السياحة* . لبنان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.

سليم عبد الرحمن. (2022). *تقييم أداء الغرف الفرعية لشركات السياحة* . جامعة المنصورة: مجلة كلية السياحة والفنادق.

صالح عبد الوهاب. (2011). *التخطيط السياحي* . القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر .

صفاء أبو غزالة. (2006). *ترويج الخدمات السياحية* . مصر: دار الزهران للطباعة والنشر .

علي موفق. (2023). *جغرافيا السياحة الحديثة*. الأردن: Dar Al-Yazori for Publication and Distribution .

كواش خالد. (1997). *مكانة و أهمية القطاع السياحي في النشاط الاقتصادي: حالة الجزائر*. الجزائر.

محمد جياد زين الدين المشهداني. (2017). *العلاقات العامة في المؤسسات السياحية* . عمان : دار أمجد للنشر والتوزيع.

محمد عبيدات. (2000). *التسويق السياحي المخل السلوكي* . وائل للنشر والتوزيع .

مصطفى يوسف كافي. (2024). *التنمية السيايحة* . مصر: الوراق للنشر والتوزيع.

ملوخية أحمد فوزي. (2004). *اقتصاديات الفنادق* . مصر: مكتبة بستان المعرفة للطباعة والنشر والتوزيع.

نبيل الروبي. (1987). *نظرية السياحة* . لاسكندرية: دار المقتبس.

هدير عبد القادر. (2006/2005). *واقع السياحة في الجزائر*. جامعة الجزائر، الجزائر.

وزارة السياحة. (2008). *المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية*. الجزائر.

المراجع الأجنبية:

Ahmed, D. (2003). *le developpement et la communication touristique.* le caire: le monde du livre.

Authority, T. D. (2000). *Guidelines for Ecolodge Development in Egypt (2): Eco-Friendly Lodges in Egyptian Settings.* Egypt: Cairo, Egypt.

Bart, S. (2010). *Le Plan national Qualité Tourisme 2003-2010 Mémoire professionnel présenté pour l'obtention du MASTER PROFESSIONNEL.* france: universite de paris 1.

Bouadam, K. (2011). *The national strategy of tourism development in Algeria : Issues , opportunities and limitation.* algeria: Review of applied Socio_Economic.

Breton, j. M. (2010). *Patrimoine, tourisme, environnement et développement durable.* france: Karthala.

Elhakk, M. A. (2002). *les principes du tourisme.* Bayrouth: el walaa.

Ericson, E. (2021, juin 04). *Sustainable Tourism Development.* Retrieved from issertations / Theses on the topic 'Tourism Cambodia: https://www.grafiati.com/en/literature-selections/tourism-cambodia/dissertation/

francesca, c. (2011). *Il patrimonio culturale immateriale: la sfida della salvaguardia.* Sorbonne: Université Paris 1 - Panthéon.

Hachemi, M. (2003). *le tourisme en Algerie.* Alger: Houma.

Jelili, R. B. (2022). *enjeux et probleme du developpement du sud de la mediterranee.* BRETAGNE SUD: UNIVERSITE DE BRETAGNE SUD.

Lovelock, C. (2004). *Marketing: people ,technologie,strategy.* france: World Scientific.

MOUHOUB, S. (2023). *L ECONOMIE DU TOURISME sa place dans le monde et en Algerie.* ouled fayet alger: AJAIL EL RAKMI.

Nassima, T. (2008). *Apport de la culture marketing dans le développement touristique : Etude comparative au sein des pays du Maghreb.* Alger: Editions Houma.

R.Christin. (1972). *le tourism.* Geneve: publication universitaires, d'étude européennes.

Souhil, H. (2001). *La gestion modern des etablissements touristiques.* Syrie: reda edition.

Tessa, A. (2007). *Algerie , histoire d une costruction spatiale 1960_ 2005.* france: Publisud.

tourisme, c. n. (1996). *le role des organisations dans le developement du tourisme.* france: cnt france.