

مساهمة قطاع السياحة في إستراتيجية التنوع الاقتصادي بالجزائر آفاق 2030 ومتطلبات تنميته، دراسة تحليلية

The contribution of the tourism sector to Algeria's economic diversification strategy horizons 2030 and her development requirements. an analytical study

بلال بغدادي¹

¹ كلية علوم اقتصادية، التجارية وعلوم التسيير جامعة خميس مليانة، (الجزائر)، b.bagdadi@univ-dbkm.dz

تاريخ النشر: جوان/2022

تاريخ القبول: 2022/04/17

تاريخ الإرسال: 2021/04/05

الملخص:

نهدف من خلال دراستنا هذه إلى عرض واقع مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية العالمية ومدى اعتماد البلدان على إيرادات هذا القطاع المتصاعدة، من خلال تحليل حصة السياحة في النمو الاقتصادي بالنظر إلى البرنامج الحكومي للتنمية السياحية إستراتيجية 2030 ومخطط الجودة السياحية و أهدافه، مع تقييمه في الفترة 2009- 2018، وتحديد أهم معوقات تطور هذا القطاع بالجزائر ومتطلبات تنمية حصته في الاقتصاد الجزائري. والملاحظ أنه رغم النمو المتصاعد للتدفقات السياحية العالمية وحجم الإيرادات العالمية من السياحة إلا أن الجزائر ورغم مخططات الترقية وبرامج التسويق السياحي استمر القطاع في التخلف في جل النواحي.

توصلنا من خلال دراستنا إلى أن جل البرامج والمخططات كانت عبارة عن هدر أموال دون دراسة للأسواق السياحية العالمية، وأن إستراتيجية التركيز والتميز ذات نجاعة في تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية.

الكلمات المفتاحية: النمو الاقتصادي؛ مخطط عمل الحكومة؛ التنمية السياحية ؛ التسويق السياحي.

تصنيف JEL : Z32 ؛ L83 ؛ L78 .

Abstract:

Through our study, we aim to present the reality of tourism's contribution to global economic development and the extent to which countries depend on the rising revenues of this sector, By analyzing the share of tourism in economic growth Looking at the government program for tourism development, Strategy 2030 The tourism quality scheme and its objectives, with the assessment in the period 2009 - 2018, Identify the main obstacles to the development of this sector and the most important requirements for its development.

Programs and schemes were random waste of money without studying global tourism markets, and ineffective.

Key words: economic growth; government action plan; tourism development; tourism marketing

مقدمة:

تزداد نسبة النمو الاقتصادي العالمي سنويا وذلك بتوسع التجارة الخارجية السلعية والخدماتية، ويلعب القطاع السياحي دورا هاما كثاني مورد للدخل بعد قطاع التصنيع بإيرادات قدرت ب 7,904 تريليون دولار لسنة 2018 ما يمثل نسبة 10,4% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي وتعتبر السياحة كأول قطاع من حيث معدل النمو، ومن أهم القطاعات التي تساهم في التنمية الشاملة من حيث تنوعه لمكونات الاقتصاد ومصادر الدخل وتوزيع منافعه المحققة على كافة المناطق الريفية والحضرية وكافة المستويات الاجتماعية، حيث تحصل أربع دول فقط على 47% من إجمالي إيرادات القطاع السياحي في العالم (الولايات المتحدة الأمريكية، الصين، اليابان، ألمانيا) وذلك لإدراكها أهمية السياحة والعمل على تطويرها، كما يعمل القطاع السياحي على تحسين الاستخدامات المثلى للموارد إضافة إلى تشجيع الاستثمار في البنية التحتية التي تخدم بقية القطاعات وتعتبر السياحة من أكبر الصناعات وأكثرها خلقا للوظائف حيث غطى قطاع السياحة نسبة 10% من الوظائف في العالم لسنة 2018 والمقدرة ب 319 مليون وظيفة، أما في الفترة 2014-2018 فكانت 20% من مناصب الشغل المباشرة المنشأة من نصيب القطاع السياحي (حسب التقرير السنوي TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2019 WORLD ; World)، كما يترتب على نجاح السياحة بشكل مباشر رواج الصناعات المرتبطة والمتكاملة معها، كما أصبحت السياحة مجالا للتنافس الشديد بين الدول.

تستثمر البلدان السياحية في تطور الحركة السياحية وازدياد تدفق عدد السياح عالميا، ومن خلال الأرقام تبين تزايد الاعتماد على القطاع السياحي في تحصيل العملة الصعبة وفي المساهمة الفعالة في الاقتصاد وفي نسبة الصادرات من السلع والخدمات.

تعكس الإحصائيات والتقارير الدولية تخلف هذا القطاع بالجزائر بكل المقاييس و مؤشرات رغم كل الاستراتيجيات والمخططات الحكومية الرامية إلى توسيع الاستثمار في القطاع والتسهيلات والجهود و المخططات التسويقية.

إذا تم إعادة تكييف إستراتيجية مخطط الحكومة باعتماد إستراتيجية التركيز و لتمييز في التسويق السياحي وأخذنا السياحة الشاطئية كمثال لإمكانية التميز، فيعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط أول وجهة سياحية عالمية، فهو محاط ب 23 دولة أي ما يمثل 11% من عدد دول العالم، حيث تمثل مساحة هذه الدول المطلة على المتوسط 5,7% من مساحة دول العالم.

رغم ذلك فإن التدفقات السياحية نحو بلدان البحر الأبيض المتوسط تمثل نسبة 30% من إجمالي الحركة السياحية العالمية، وهو بذلك أول وجهة سياحية عالمية، كما تمثل إيرادات دول المتوسط نسبة 24% من الإيرادات السياحية العالمية، وهي في نمو مستمر يقدر ب 3,6% سنويا.

تحوز مساحة الجزائر على 28% من مساحة دول المتوسط و 4% من طول سواحلها ، و رغم جاذبية هذه المناطق ورغم توفر الجزائر على مقومات سياحية لا تملكها أي دولة متوسطة إلا أن حصة الجزائر من الوافدين على البحر المتوسط تمثل حوالي 1% أما نسبة إيرادات الجزائر من إيرادات بلدان المتوسط السياحية تمثل 0,6%

هذا البحر المتوسط يجب أن تكون لنا نسبة سياحة منه بنسبة طوله الممتد 1644 كلم من إجمالي محيطه فنسبة طول شواطئ الجزائر منه تقارب 4% .

إشكالية الدراسة:

تستفيد بعض الدول بنسبة اكبر من تزايد تدفق السياح عبر العالم ويبقى نصيب باقي الدول ضعيف أو يتزايد بنسب متواضعة لا ترقى إلى مستوى مقومات البلد والجهود المبذولة، ولقياس النمو الحقيقي للقطاع السياحي بالجزائر لزم مقارنته مع نسبة النمو العالمي أو تطور السياح الوافدين مقارنة بالمغادرين ومن ثم يمكن قياس نجاعة البرامج الحكومية في ترقية القطاع السياحي، مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

- إلى أي مدى يمكن للقطاع السياحي في الجزائر المساهمة في استراتيجية التنوع الاقتصادي آفاق 2030؟

من الإشكالية الرئيسية يمكننا طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى اعتماد الاقتصاديات الكبرى على السياحة في رفع وتيرة التنمية الاقتصادية؟
- كيف تؤثر السياحة في استراتيجية التنوع الإقتصادي بالجزائر؟
- ماهي المرتكزات الأساسية التي يمكن الإعتماد عليها في سبيل تقوية نصيب السياحة في التنوع الإقتصادي؟

ومنه نصيغ الفرضيات التالية:

- تنتمي اقتصاديات الخدمات السياحية في العالم بشكل مطرد من حيث الإيرادات ومن حيث منافستها للقطاعات الاقتصادية الرئيسية.
- تؤثر السياحة إيجابا في خطط الحكومة الجزائرية للتنوع الإقتصادي.
- يعتبر تطوير الابتكار الحكومي في مجال السياحة وترقية المناجمنت السياحي إلى المستوى العالمي بالإضافة إلى ضبط مخطط وطني سياحي متناسق مع مخططات التكتلات الإقليمية أهم المرتكزات للنهوض بقطاع سياحي يساهم بقوة في التنوع الاقتصادي.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على واقع السياحة في نمو الاقتصاد العالمي من خلال تبين تطور مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي العالمي، مع توضيح للبرامج والمخططات الحكومية

الجزائرية في ترويج وترقية الوجهة السياحية الجزائر وتقييمها وقياس قوة أو ضعف القطاع من ناحية الوافدين أو من ناحية الإيرادات المالية مقارنة بالنفقات.

كما أن الدراسة تخلص إلى نتائج مهمة تصب في سياق منح القطاع السياحي فرصة إسناد الاقتصاد الوطني إلى جانب القطاعين الصناعي والفلاحي كما هو موضح في استراتيجيات التنوع الاقتصادي.

أهداف الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا إلى:

- تقديم أرقام ونسب تدل على تطور السياحة العالمية وتطور مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي العالمي.
- توضيح مدى اعتماد الدول في تطوير اقتصادياتها على قطاع السياح وإيلاءه أهمية بالغة.
- عرض البرامج والمخططات الحكومية الجزائرية الرامية إلى تطوير القطاع ، أهدافها، تقييمها ، أسباب فشلها .
- عرض متطلبات تنمية القطاع السياحي وتفعيل دوره في التنمية الاقتصادية بما يتماشى ونسق السياحة الإقليمية والعربية والمتوسطة.

منهجية البحث:

سنعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال تحليل المفاهيم والسياسات والإحصائيات والأرقام والبيانات ووضع نتائج قابلة للإسقاط على القطاع السياحي الجزائري.

الدراسات السابقة :

✓ دراسة بغدادي بلال ،مقال بعنوان " تجزئة الأسواق السياحية وتبني إستراتيجية التركيز كآلية للتميز السياحي المستدام، عرض تجارب دولية" مقال منشور بالمجلة العلمية المحكمة في مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال ، جامعة الشلف المجلد 6 العدد 4 الصادر في جوان 2020 ،

يهدف الباحث من خلال دراسته إلى:

- التأكيد على عدم نجاعة السياسات السياحية العامة وغير الموجهة بدقة نحو سوق محدد (مخططات التهيئة السياحية الجزائرية SDAT 2030 مثلا .
- توضيح مدى كفاءة تقسيم الأسواق السياحية العالمية حسب معايير مدروسة وفق مقومات البلد السياحية الجغرافية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية.
- التوضيح كيف أن استهداف جزء صغير وضيق من هذه السوق الواسعة ستكون له انعكاسات دعائية وتسويقية إيجابية مستقبلا من خلال أن السائح ومن يرافقه نحو وجهة معينة سيستهلكون خدمات سياحية أخرى ثانوية قد تكون مستقبلا رئيسية.

- الهدف الرئيسي من الدراسة هو تبيان أهمية تبني إستراتيجية التركيز السياحي والتميز بالنسبة للقطاعات السياحية الناشئة.
- تطرق الباحث إلى دراسة وعرض تجارب دولية رائدة في استهداف الأسواق السياحية وكانت متغيرات الدراسة (تجزئة الأسواق السياحية ، إستراتيجية التركيز السياحي ، التنمية السياحية) حيث تم تأكيد الفرضيات والوصول إلى نتائج باستخدام منهج استقرائي تحليلي عن طريق عرض لإحصائيات دولية سياحية تظهر مدى أهمية التوجه نحو الاستهداف، التركيز ، والتميز،
- توصل الباحث من خلال دراسته إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- إن تقسيم السوق إلى شرائح تقسيم جغرافي أو ديمغرافي أو جنسي أو عمري أو اجتماعي أو سلوكي تتيح للبلد السياحي إنتاج خدمات بما يتفق وحاجات كل قسم من السوق واستخدام مجهودات الترويج والتوزيع والتسعير بأحسن طريقة ممكنة يمكنها من توجيه الموارد والجهود الترويجية إلى الأجزاء الأكثر ربحية في السوق السياحي.
- من أجل تجزئة فعالة للأسواق السياحية وجب مراعات حجم القطاع، إمكانية الوصول إلى القطاع، وجود تجانس في مكونات السوق، سهولة المقارنة بين القطاعات من أجل اختيار الأكثر ربحية، إمكانية الاتصال بالأسواق السياحية أو الشرائح المستهدفة.
- رغم أن مخطط عمل الحكومة 2019 أكد على أن القطاع السياحي هو أحد القطاعات الثلاثة الأساسية للنهوض بالاقتصاد، ورغم البرامج الهامة والتي يمثل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 أهمها، إلا أن القطاع مازال يعاني تخلفا كبيرا وبكل المقاييس.
- ✓ دراسة بلحمري خيرة ، حفصي بونبعو ياسين ، مؤشرات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات تفعيله لتنمية الاقتصاد الوطني في ظل التحولات الاقتصادية، مقال منشور بمجلة الاقتصاد والتنمية -مخبر التنمية المحلية المستدامة - جامعة يحيى فارس المدية، جوان 2018.
- هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على مقومات القطاع السياحي في الجزائر ومؤثراته، وكذا أثر القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني ومعوقات تطوره، وكذلك اقتراح آليات لتنمية القطاع السياحي في الجزائر.
- توصل الباحثان من خلال دراستهما إلى النتائج التالية :
- تمتلك الجزائر عديد الإمكانيات والمقومات السياحية غير المستغلة.
- لم يتم إنجاز أي مخطط من المخططات السياحية المقدمة.
- مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني ضعيف جدا.
- نقص في الإطار التشريعي والقانوني المحفز على الجذب السياحي وجذب الاستثمارات.
- وقد قدم الباحثان بعض الاقتراحات أهمها :

- ضرورة مراجعة أسعار الخدمات السياحية المقدمة.
 - تسهيل إجراءات دخول السياح الأجانب إلى الجزائر.
 - إنشاء بنك لتمويل الاستثمار السياحي في الجزائر .
 - وضع هيئة مكلفة بمراقبة النوعية.
 - إنشاء قاعدة معلومات و بيانات عن السياحة الجزائرية.
 - التحسيس ونشر الثقافة السياحية.
 - الدعاية والإشهار السياحيين.
- ✓ دراسة بغدادى بلال ، مقال بعنوان " أهمية تنمية القطاع السياحي ودور الثقافة السياحية في التسويق له " منشور بالمجلة العلمية المحكمة "مجلة الاقتصاد الجديد"مخبر الاقتصاد الرقمي في الجزائر عدد جانفي 2018 جامعة الجبلاي بونعامة، خميس مليانة ،

هدف الباحث إلى :

- تبين مدى أهمية دراسة الأسواق السياحية في تحديد الأسواق المستهدفة.
- معرفة متطلبات كل شريحة سوقية ورغباتها السياحية.
- تدفعنا الزيادة في نمو الطلب السياحي والتنافس العالمي على التخطيط لرفع نصيب الجزائر من هذا الطلب بما يتناسب ومقوماتها السياحية.
- تأثر الطلب السياحي بكثير من العوامل، التي تتطلب ردود فعل سريعة وقرارات فورية، ينبغي اتخاذها في صناعة القرار السياحي كل في حينه.
- تبسيط المشكلات المتعلقة بجمع المعلومات السياحية وتحليلها وبنها.
- ركز الباحث في بحثه على متغيرين هما الثقافة السياحية والتنمية السياحية وكانت أهم الاستنتاجات كالاتي:
- تلعب دراسة الأسواق السياحية دورا محوريا في تنافسية المؤسسة وذلك من خلال تسهيل عملية إنتاج خدمة سياحية قليلة التكلفة عالية الجودة وفي الوقت والمكان المناسبين.
- تأخذ دراسة الأسواق فعاليتها من مدى صحة نظام المعلومات السياحية، ويبنى هذا الأخير انطلاقا من السياسات العامة للتنمية السياحية للمؤسسة أو/و البلد ويعتمد أساسا على القدرة على ضمان استخبارات تسويقية متطورة.
- تهدف البحوث التسويقية إلى التعرف على كافة جوانب العمل السياحي وما يتصل به من موارد وإمكانات، مع متابعة التطورات المحلية والعالمية التي تخص قطاع السياحة، لاختيار الأساليب الأنجع في قرارات التموقع والتغيير.

1- واقع مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية العالمية:

تزداد أهمية السياحة بمرور السنوات في مساهمتها بالقيمة المضافة في الناتج الاقتصادي لدول العالم خاصة الدول الصناعية منها، ودليل ذلك أنه وبحسب تقرير المجلس العالمي للسفر والسياحة في حين نمت الاقتصاد العالمي بنسبة 3,2% سنة 2018، كانت نسبة نمو القطاع السياحي 3,9% في نفس الفترة، أي أن نمو القطاع السياحي كان أكبر من معدل النمو الكلي، وهو ما جعله القطاع المساهم الثاني في الناتج الإجمالي العالمي بعد قطاع الصناعة الذي بلغت نسبة نموه في نفس الفترة 4% بينما بلغت الحصة المباشرة السياحة 3,4% من الاقتصاد العالمي (الإيرادات دون احتساب المضاعف). ومن المنتظر أن تبقى وتيرة تصاعد مساهمة السياحة في نمو الناتج العالمي مستدامة في السنوات القادمة، حيث يتوقع التقرير نفسه أن تبلغ نسبة المساهمة حدود 4,3% في آفاق 2029. والشكل التالي يبين تطور مساهمة السياحة والسفر في الناتج الإجمالي العالمي.

الشكل رقم(01): تطور نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج الإجمالي العالمي



المصدر: World Travel & Tourism Council. (2019,P5). TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2019 WORLD 2019,P5.

تعتمد العديد من البلدان في مصادر دخلها على القطاع السياحي رغم تمكنها في مختلف الصناعات والخدمات والتكنولوجيا فنسبة إيرادات القطاع السياحي من قيمة الناتج المحلي الإجمالي العالمي باحتساب المضاعف تقدر ب 10,4% لسنة 2018.

يساهم القطاع السياحي في تحصيل إيرادات مالية لبعضها تفوق مجموع إيرادات الدول المصدرة للنفط مجتمعة، إيرادات الصين مثلا أو الولايات المتحدة الأمريكية تفوق ما قيمة 1500 مليار دولار أي (تريليون و نصف تريليون دولار) حسب الجدول رقم(01)، كما أن العديد من الدول النامية تتجه نحو تنمية اقتصادية مستدامة بالاعتماد على السياحة، والملاحظ حسب الجدول الموالي أن الإيرادات السياحية تفوق بكثير نسبة النمو الاقتصادي لتلك البلدان والمقدرة بين نسبي 3% و 6% سنويا، وهو مؤشر على إمكانية الاعتماد على السياحة كقطاع مهم في تنويع وتحريك الاقتصاد.

الجدول رقم(01): أكبر الاقتصاديات نموا في القطاع السياحي (2018)

البلد	نمو القطاع السياحي (%)	إيرادات القطاع السياحي (مليار دولار)
تركيا	15	96
الصين	7,3	1,509
الهند	6,7	247
تايلاندا	6	110
فرنسا	4,1	266
اليابان	3,6	368
إيطاليا	3,2	275
إسبانيا	2,4	211
الولايات المتحدة الأمريكية	2,2	1,595

المصدر: World Travel & Tourism Council. (2019,P5). TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2019 WORLD 2019,P5.

2 - موقع السياحة الجزائرية بالنظر إلى تطور السياحة العالمية على ضوء استراتيجية 2030:

سنتطرق في هذا المحور إلى عرض البرنامج الحكومي للتنمية السياحية إستراتيجية 2030 إضافة إلى مخطط "جودة السياحة الجزائر" أهدافه وتقييم للبرنامج الحكومي.

1.2- عرض البرنامج الحكومي للتنمية السياحية إستراتيجية 2030:

تحاول الحكومة الجزائرية في السنوات الأخيرة توسيع القاعدة الاقتصادية وتنويع مصادر الدخل بالاعتماد على عدة قطاعات وتطويرها لتساعد في تصدير الخدمات أو السلع ورفع قيمة الصادرات خارج قطاع الطاقة، من بين تلك البدائل القطاع السياحي.

يمكن تلخيص إستراتيجية تطوير السياحة والصناعات التقليدية المقررة في البرنامج الحكومي في ثلاث أجزاء ، السياحة ، الصناعات التقليدية، التسويق السياحي.

• في مجال السياحة نوجز السياسات الأساسية في النقاط التالية:

- الاستثمار كأساس لتوفير المنشآت السياحية عبر العديد من الولايات، مع مواصلة تأهيل المنشآت السياحية بأزيد من 01 مليار دينار من القروض البنكية الميسرة من قبل الدولة.

- تشجيع تطوير الحظيرة السياحية وعصرنتها في جميع أقسامها، الفندقية والحموية والشاطئية وغيرها.

- السهر على تأهيل مناطق التوسع السياحي بغرض جلب الاستثمارات إليها.

- تدعيا للمتعاملين الاقتصاديين المعنيين بترقية وجهة {الجزائر} السياحية لدى الزبائن الأجانب.

• أما فيما يخص ترقية أنشطة الصناعات التقليدية نوجز أهم السياسات في النقاط التالية:

- مواصلة تكوين الحرفيين ودعم هذا النشاط، من خلال مختلف البرامج العمومية القائمة، بما في ذلك المرأة الماكثة بالبيت.

• في مجال التسويق السياحي يقترح البرنامج:

- تشجيع تطوير دوائر تسويق المنتجات السياحية عبر التراب الوطني .كما سيتم بذل جهد في هذا المجال بالذات، في اتجاه الأسواق الخارجية، بمساهمة رعايانا المقيمين في الخارج، الذين قد يكونوا مستعدين للاستثمار في هذا المجال الاقتصادي المربح.

2.2- مخطط "جودة السياحة الجزائر" (وزارة السياحة و الصناعات التقليدية الجزائرية، 2019):

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإرادي للجودة، الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم، محليين أو أجانب.

تم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية مع المهنيين ومن اجل المهنيين، طبقا للمعايير الدولية، يسمح مخطط الجودة بتحديد المسار من اجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر".

ويرتبط مخطط جودة السياحة الجزائرية بالنقاط التالية:

• تأسيس العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر

• تدعيم كفاءات الموارد البشرية.

• تنظيم الأنشطة السياحية.

- تحديث البنى التحتية.

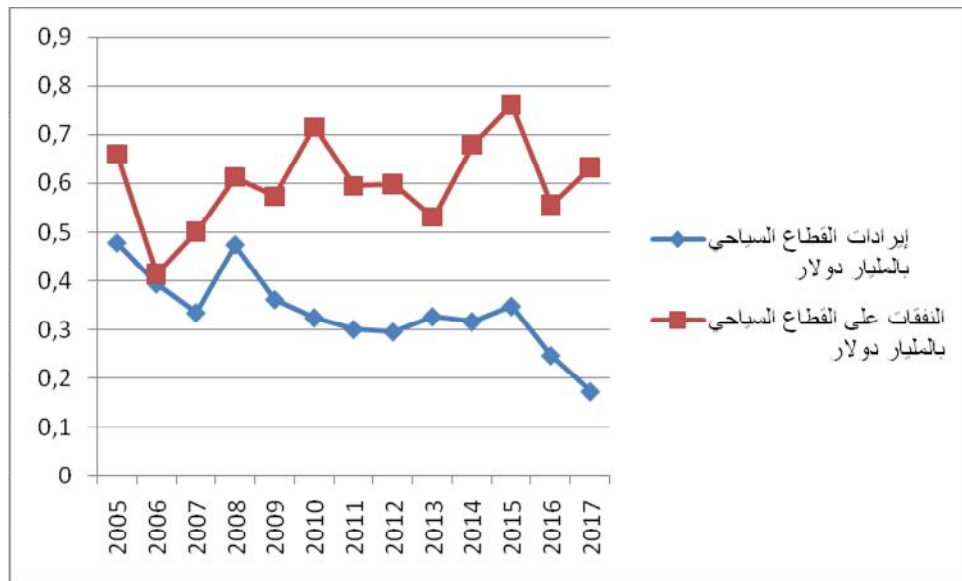
2.3- أهداف مخطط جودة السياحة الجزائرية:

- دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية.
- بلوغ أفضل مهنية في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني.
- تثمين المناطق السياحية الوطنية وثرواتها المحلية.
- خلق ديمومة العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين صورة جودة الخدمات للزبائن الوطنيين والأجانب.
- إفادة المؤسسات السياحية الملتزمة بانتهاج مسار الجودة وذلك بتوفير الوسائل الملائمة لتحقيق تنميتها وخاصة بمرافقتها في عمليات التجديد وإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع والتكوين.
- ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر" وضمان اندماج أحسن في المجال التجاري وتموقع أفضل.

2.4- تقييم للبرنامج الحكومي من خلال مقارنة إيرادات القطاع السياحي بالنفقات:

سنعرض فيما يلي شكل بياني تم تصميمه بناء على إحصائيات البنك الدولي والذي أخذنا فيه مؤشرين فقط، إيرادات القطاع السياحي والنفقات على القطاع خلال الفترة 2005 - 2017

الشكل رقم(02): مقارنة بين النفقات على القطاع السياحي الجزائري و الإيرادات



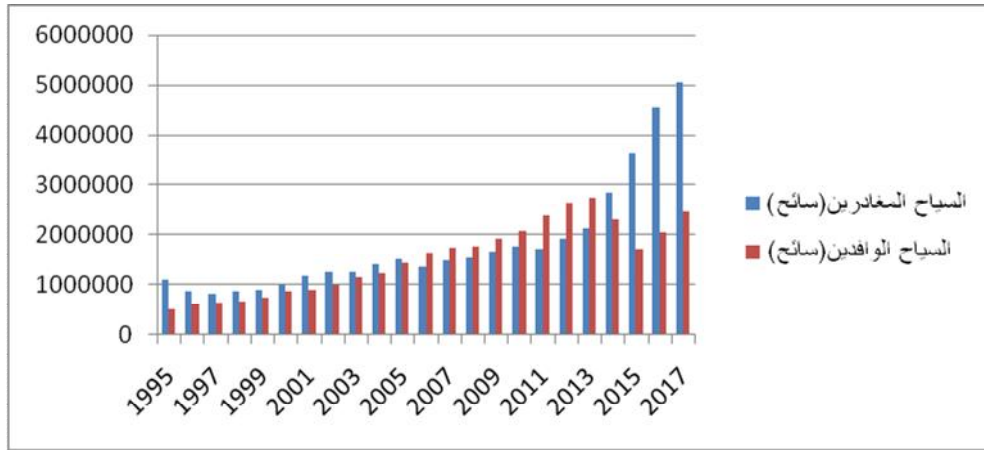
المصدر : -البنك الدولي .(19 12 2019). مؤشرات التنمية العالمية الجزائر , Retrieved 01 08, 2020 .

from البنك الدولي <https://data.albankaldawli.org/country/algeria> :

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الإنفاق على الاستثمارات في القطاع السياحي في تزايد مستمر بشكل عام، في المقابل هناك تراجع مستمر للإيرادات السياحية. وهو ما كبد الجزائر خسائر قدرت خلال 13 سنة (بين 2005 و 2017) بحوالي 3,468 مليار دولار (تراكم الفروقات بين الإيرادات والنفقات).

يمكن تفسير هذه النتائج بأن برنامج التنمية السياحية لم يكن مدروس ولم يكن موجه بل كان إنفاق لأجل الإنفاق فقط، و سنتناول في الديان المالي مقارنة تطور السياح الوافدين إلى الجزائر مع المغادرين من أجل استخلاص أو استنتاج مدا جاذبية الوجهة السياحية الجزائرية التي يعكس جزءا منها توجه السائح الجزائري نحو السياحة المحلية.

الشكل رقم(03): مقارنة تطور السياح الوافدين مع المغادرين 1995 – 2017



المصدر : -البنك الدولي .(19 12 2019). مؤشرات التنمية العالمية الجزائر , Retrieved 01 08, 2020 .

from البنك الدولي <https://data.albankaldawli.org/country/algeria> :

الملاحظ من الشكل أنه في حين أن عدد المغادرين تطور باستمرار خلال الفترة 1995 – 2017 فإن عدد الوافدين شهد تطوره تذبذبا، وهذا يدل على أن تطوير هيكل الاستقبال مرتبط ارتباطا كبيرا بعوامل خارج القطاع (فترة تناقص عدد الوافدين هي فترة الأزمة السياسية في تونس ومصر) وبعد التعافي من أزمتيهما (كل من تونس و مصر) نلاحظ تراجع حاد للسياح الوافدين للجزائر مع ارتفاع هائل لعدد السياح المغادرين، أي أن الجزائر ضيعت فرصة أخرى لم تقتنصها، كما يمكن القول أن أهم منافس للجزائر هي دول شمال إفريقيا (تونس، مصر).

وأهم ما يلاحظ أيضا أن الفرق السلبي بين عدد الوافدين والمغادرين يتعاظم باستمرار، ففي حين أن نسبة زيادة عدد الوافدين خلال عشرين سنة (1997-2017) ارتفعت بحوالي 286% فإن نسبة المغادرين زادت خلال الفترة ذاتها بحوالي 512% وهو ما جعل الفجوة تتسع سلبا (المغادرين أكثر من الوافدين) من 192000 سنة 1997 إلى 2607000 سنة 2017.

3- معوقات تطور القطاع السياحي في الجزائر و متطلباته:

تتمتع الجزائر بمزايا سياحية معتبرة ومؤهلات عديدة تمكنها من احتلال مكانة مرموقة في السياحة الدولية ، إلا أن السياحة الجزائرية شهدت تفهقرا كبيرا خاصة في بداية التسعينات مع تدهور الأوضاع السياسية والاقتصادية والأمنية .

3. 1- معوقات تطور القطاع السياحي في الجزائر .

تتشابه الدول النامية من حيث ضعف الدخل القومي، وانخفاض معدل التراكم الرأسمالي، وضعف الاستثمارات، وتردي الهياكل الاقتصادية ، وتلك الخصائص تؤثر سلبا على جميع القطاعات الاقتصادية والقطاع السياحي خاصة وذلك على النحو التالي:

- ضعف الإمكانيات المادية والبشرية :

فالموارد البشرية في الدول النامية عموما و الجزائر خصوصا تنقصها الخبرة والدراسة والتدريب العلمي الكفؤ الذي يحتاج القطاع السياحي.

- ضعف وتهالك البنية الأساسية:

تكون عادة الهياكل الاقتصادية بالدول النامية ضعيفة ومزرية ، كشبكات الكهرباء والطرق والمياه ووسائل الاتصال والفنادق والبنائيات وهندسة المدن.

- قصور التشريعات السياحية والوعي السياحي:

فأغلب التشريعات السياحية تقتصر على مفهوم خدمة الإدارة المحلية ، ففي الدول المتقدمة تعمل التشريعات من أجل خدمة المستثمر والسائح من خلال نظام العولمة الاقتصادية، ونرى عكس ذلك في الدول النامية كالجزائر، كذلك يعتبر الوعي السياحي في الجزائر والدول النامية ونشر الثقافة السياحية .

- ضعف المستوى الحضاري والتكنولوجي:

فالحضارة تؤمن دائما بالفكر والتطور، والتطور سمة من سمات تكنولوجيا العصر والتكنولوجيا اخترقت كل قطاعات الدولة ، ولما كانت السياحة أحد القطاعات الاقتصادية ، فلا شك أنها ستكون ضعيفة في الدول.

و يمكن ذكر بعض الأسباب التي تفسر تخلف القطاع السياحي في الجزائر منها ما يلي :

- الخيار الاستراتيجي للدولة الجزائرية غداة الاستقلال، إذ تم إعطاء الأولوية للصناعات المصنعة على حساب باقي القطاعات الأخرى .

- الاعتماد المطلق على الربح ، نتج عنه ثقافة اللامبالاة بالقطاعات المنتجة.

- انعدام ثقافة سياحية أي انعدام ثقافة خدمة الغير لدى المجتمع الجزائري، بالرغم من أنه يتميز بحسن الضيافة والاستقبال .

- مشكل تمويل الاستثمارات السياحية ، وهذا راجع لغياب بنوك متخصصة .

- لا يزال العقار السياحي عائق كبير أمام الاستثمارات السياحية ، لأن غالبية مناطق التوسع السياحي غير مهيأة .

إضافة إلى ذلك نجد معوقات أخرى تواجه التنمية السياحية في الجزائر ، نذكر منها:

- عدم وجود أداة للتنمية والتسيير العقاري السياحي الذي يمثل الأولوية الضرورية لترقية المشاريع السياحية.

- استغلال مناطق التوسع السياحي لأغراض لا تتماشى مع وظيفتها الأصلية .

- إتلاف و تلوث عدد كبير من الشواطئ والمعالم السياحية .

- عدم وجود جرد شامل للمساحات السياحية .

كما تعترض التنمية السياحية أيضا معوقات خاصة بالتخطيط السياحي غياب النظام الجيد

للمعلومات والإحصاء السياحي، فالمعلومات والبيانات تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية.

3. 2- متطلبات تنمية حصة السياحة الجزائرية من السياحة العالمية و الإقليمية:

يستلزم تطوير القطاع السياحي بالجزائر جهودا كبيرة، ليس من حيث التكاليف و الوقت فقط بل من حيث التخطيط والابتكار وإيجاد الأفكار الفريدة والناجعة ، ويمكن اقتراح بعض النقاط التي من شأنها رفع حصة البلد من السوق الإقليمية والعالمية للسياحة أساسها:

• الابتعاد عن النظرة التقليدية للتنمية السياحية على أنها استثمارات ضخمة وبنائيات وفنادق وأساليب تسويقية نمطية مكلفة وغير فعالة والانتقال إلى الابتكار الحكومي في المجال السياحي (إدراج المزيد من الأماكن السياحية في الخرائط والدلائل الإلكترونية العالمية، شراء المساحات الإعلانية الإلكترونية غير المباشرة في ألعاب الفيديو، ...).

• وضع جهاز نكي تابع لوزارة السياحة يضم البحث والتطوير والاستشراف وكذلك يحتوي على نظام معلومات سياحي يعنى بجمع وتحليل ونشر البيانات السياحية حول الأسواق المستهدفة والمنافسين المحتملين وتوفير قاعدة الأرقام والإحصائيات التي تبنى عليها الخطط التسويقية.

• التركيز على السياحة المحلية، فهي المرآة العاكسة لنجاح برامج التنمية السياحية والمخططات التسويقية والترويجية والاعتماد أكثر على وكالات السفر والسياحة.

- اعتماد إستراتيجية التركيز السياحي والتميز بكل ولاية حسب مقوماتها وإمكاناتها للأسباب الرئيسية التالية:
 - السائح وأثناء إقامته في بلد ما فترة تتراوح بين 15 و 20 يوم سوف لن يتمكن من زيارة كل البلد وإنما يختار مسبقا منطقتين أو ثلاث مناطق سياحية ثم يغادر يحمل أفكار إيجابية.
 - تطوير القطاع السياحي بتطوير كل المناطق هو تشتيت للجهود والأموال وأكثر تكلفة بالإضافة إلى أنه أقل جاذبية، فكل البلدان السياحية الكبرى تتميز بمناطقها والتي تعمل على أن تكون هذه الأماكن هي الفريدة والأكثر إبهارا في العالم، برج العرب دبي، برج إيفل باريس، شواطئ المالديف، أهرامات مصر، بيت الله الحرام مكة المكرمة، صور الصين العظيم، البتراء الأردن...
- تخصيص عقارات في مناطق الجذب السياحي وتشجيع الخوصصة والمبادرات الفردية.
- الترويج الإلكتروني واستخدام التكنولوجيا المتقدمة لما لها من إسهام في تطوير السياحة في بلدان رائدة.
- الدعاية السياحية والتعريف بالوجهة الجزائرية بصورة غير مباشرة كتنظيم مسابقات دولية للدراجات النارية أو سباق السيارات أو التزلج على الرمال أو تنظيم تظاهرات رياضية أخرى أو ثقافية أو سياسية أو فنية، واقتناص الفرص لإظهار الوجه الجميل للجزائر للعالم الخارجي كفرصة الحراك وفرصة الترويج بكأس إفريقيا وفرص زيارة كبار المسؤولين والقادة في العالم وحتى فرص كوارث طبيعية كالفيضانات أو حرائق الغابات مثلا أو استغلال نزوح السياح عن وجهات منافسة إقليميا كتونس ومصر.
- توفير السلامة والأمن للسائح لنفسه وممتلكاته ونشر الوعي والثقافة السياحية لدى المواطنين وأصحاب رؤوس الأموال والطبقة السياسية، مع تبيان أهمية السياحة في التنمية المستدامة والتشغيل والقضاء على التهديدات والمشاكل الاقتصادية.
- العلاقات الدولية واتفاقيات التعاون والشراكة في المجال السياحي والتسويقي.
- إشراك المتعامل الأجنبي في الاستثمارات السياحية كإنشاء الفنادق والمنشآت السياحية والاستفادة من خبراته وتوفير البيئة المناسبة لذلك كالتخلي عن قاعدة 51/49 غير المحفزة.
- دراسة عناصر المزيج التسويقي السياحي وصياغتها وفق الشرائح والأسواق المستهدفة مع التركيز على جودة الخدمة السياحية أسعار المنتجات والخدمات السياحية.
- دمج الصناعات التقليدية في حاضنات الأعمال والاقتصاد الأسري و رقية الموارد البشرية الموجهة لهذا الميدان بإنشاء مراكز تكوين وتعليم مهنيين خاصة بالصناعة السياحية والحرف.

خاتمة :

أنفقت الجزائر 7,832 مليار دولار على برامج التهيئة السياحية خلال الفترة (2005-2017) في حين حصلت خلال نفس الفترة على إيرادات قدرت ب 4,364 مليار دولار ويتجلى الفرق بوضوح عاكسا ضعف فعالية البرامج السياحية وهو الأمر الذي يبين سبب تأخر الجزائر بين دول العالم في مؤشرات التنافسية رغم المقومات السياحية الهائلة.

- النتائج ومناقشتها : من خلال اختبار الفرضيات تبين لنا الآتي:

- صحة الفرضية الأولى التي تفترض تنامي اقتصاديات السياحة في العالم بشكل مطرد من حيث الإيرادات ومن حيث منافستها للقطاعات الاقتصادية الرئيسية. ذلك أن معدل نمو الاقتصاد العالمي لسنة 2018 قدر ب 3,2% أما نسبة نمو القطاع السياحي العالمي فقدر بنسبة 3,9% من نفس السنة بينما بلغت حصة الإيرادات السياحية المباشرة 3,4% من الناتج العالمي ، ومن المتوقع أن يبقى المعدل في ارتفاع مستمر ليصل في آفاق 2029 إلى 4,3%.
- عدم صحة الفرضية الثانية القائلة بأن للسياحة تأثيرا إيجابيا في التنوع الاقتصادي ، ودليل ذلك أن معدل نمو السياحة الجزائرية يبقى ضعيفا جدا، فهو لم يتجاوز 0,5% في 2018، بل أنه يسجل أحيانا كثيرة معدلات نمو سالبة كما هو الحال سنة 2017 حيث سجل معدل (-3%).
- صحة الفرضية الثالثة التي تعتبر تطوير الابتكار الحكومي في مجال السياحة وترقية المناجمنت السياحي إلى المستوى العالمي بالإضافة إلى ضبط مخطط وطني سياحي متناسق مع مخططات التكتلات الإقليمية أهم المرتكزات للنهوض بقطاع سياحي يساهم بقوة في التنوع الاقتصادي، فالجزائر التي حققت أرقاما كبيرة في الهياكل والمنشآت السياحية ما تزال في مؤخرة ترتيب دول العالم وهو ما يحتم عليها الانتقال إلى خطط تشمين ما هو موجود من إمكانات ولا يتم ذلك إلا من خلال المرور على المرتكزات الثلاثة سالفة الذكر.

من خلال الورقة البحثية تبين لنا بعض الاستنتاجات الهامة نجلها في الآتي:

الاستنتاجات:

- للسياحة مكانة هامة جدا في الرفع من معدلات النمو الاقتصادي العالمي.
- أرقام ومؤشرات السياحة الجزائرية تعكس ضعف وهشاشة هذا القطاع وعدم قدرته على المساهمة في التنمية الشاملة.
- رغم أن مخطط عمل الحكومة 2017-2019 صنف القطاع السياحي كأحد القطاعات الثلاثة الأساسية -إلى جانب الصناعة والفلاحة- للنهوض بالاقتصاد، ورغم البرامج الهامة والتي يمثل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 أهمها، إلا أن القطاع مازال يعاني اختلالات كبيرة

أهمها ما يتعلق بحوكمة الآليات والتنسيق مع الأطراف الأخرى، وعدم مسايرة المناجمنت السياحي للنسق العالمي.

- مشكلة الفجوة السلبية بين المغادرين والوافدين هي مشكلة مستدامة تتعاظم بمرور السنوات.

اقتراحات:

- حل إشكالية الفجوة السلبية بين عدد المغادرين والوافدين يكون بالتركيز على وجهي المشكلة: ترغيب المغادرين في البقاء من خلال ترقية السياحة الداخلية وتطوير التسيير السياحي المتعلق بها من جهة، ومن جهة أخرى ترغيب السائح الاجنبي وذلك بدراسة الأسواق السياحية والتركيز على شرائح محددة واستهدافها بمزيج تسويقي ملائم.

- وجوب تثمين الموجودات والانتقال من الاعتماد أساسا على بناء الهياكل إلى الاعتماد أساسا على بناء الموارد البشرية التي تسيير الهياكل.

- ضرورة تكييف الإستراتيجية الوطنية للسياحة والمخطط الوطني 2030 مع الاستراتيجيات الإقليمية للقطاع وأهمها المغربية، العربية، وإستراتيجية دول المتوسط.

- الاهتمام أكثر بمجالي الخدمة وترقية الوجهة السياحية باعتبارهما أهم مثنى لما تم تحقيقه من منشآت وهياكل سياحية، أما بالنسبة للأسعار فالجزائر حازت على نقطة 6,2 وفق مؤشر التنافسية للأسعار بالشرق الأوسط وشمال إفريقيا وهو مؤشر جيد يدل على تنافسية أسعار الخدمات السياحية.

- التركيز على الإعلام الوطني والدولي وعلى الملاحق الدبلوماسية للتعريف بالمنتج السياحي الجزائري، باعتبارهما الركيزتين الأساسيتين لدعاية سياحية وترويج سياحي ناجح.

- وجوب اتخاذ قرارات فورية تشجع اللامركزية في اتخاذ القرارات المتعلقة بالقطاع السياحي، سواء التي تتعلق بالحصول على العقار السياحي أو تسريع وتيرة الاستثمار والمشاريع الفندقية أو غيرها.

- يمكن للجزائر أن تركز على الجمعيات والنقابات ومنظمات المجتمع المدني لترغيب المواطنين في السياحة الداخلية (اتفاقيات مع النقابات لتخفيضات في الهياكل الفندقية للعمال مثلا)

يمكننا تحقيق نتائج إيجابية في ظل الإمكانيات السياحية الهائلة التي تتوفر عليها الجزائر، ويأتي ذلك بالتنسيق بين مختلف القطاعات وكذلك اعتماد القطاع السياحي لإستراتيجية تُبنى على البحث ودراسة الأسواق السياحية العالمية.

آفاق الدراسة :

من خلال مسار إنجازنا لبحثنا هذا فتحت لنا عدة إشكاليات وأفكار يمكن أن تكون آفاق بحوث علمية مستقبلية أهمها:

- تنافسية القطاع السياحي الجزائري، نقاط القوة والضعف،
- خارطة السياحة لولاية عين الدفلى ، الإمكانيات والتحديات.
- رغم تطرقنا إلى موضوع استراتيجية التميز والتركيز السياحي سابقا إلا أننا نرغب في تطويره نظرا لأهميته و ذلك تحت عنوان "آليات دراسة الأسواق واستهدافها بمزيج تسويقي ملائم"
- الإتفاقيات الدولية والشراكة السياحية و أهميتها في الجذب السياحي
- التسهيلات الجمركية والقانونية و أثرها على التجارة الخدماتية - السياحة نموذجا -

الهوامش:

- 1- World Travel & Tourism Council. (2019,P5). TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2019 WORLD 2019,P5.
- 2 - دوائر الوزارة الأولى الجزائرية، (2017)، تطوير السياحة و الصناعات التقليدية، مخطط عمل الحكومة من أجل تنفيذ برنامج رئيس الجمهورية، الجزائر
- 3 - وزارة السياحة. (2019). المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق (SDAT) 2030 الجزائر. الموقع الرسمي لوزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، تم الإطلاع 02-01-2020.
- 4 - وزارة السياحة. (2019). المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق (SDAT) 2030 الجزائر. الموقع الرسمي لوزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، تم الإطلاع 02-01-2020.
- 5 -علام، أحمد عبد السميع، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء الدنيا للطباعة والنشر الإسكندرية ، مصر 2008 ص 33.
- 6 - عبدالقادر، هدير، التسويق السياحي ودوره في ترقية الخدمات السياحية، حالة الجزائر .قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر ، 2011 ص 153.
- 7 - وزارة السياحة (2019). المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق (SDAT) 2030 الجزائر. الموقع الرسمي لوزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، تم الإطلاع 02-01-2020.
- 8 - مجلة سطور. (2019). السياحة العالمية Retrieved 01 08, 2020, from <http://www.sutuur.com/Inverstigations-ports/5491-news.html>
- 9 -البنك الدولي. (2019, 12 19). مؤشرات التنمية العالمية الجزائر Retrieved 01 08, 2020, from <https://data.albankaldawli.org/country/algeria>