المنظور الاستراتيجي لإنعاش قطاع السياحية في الجزائر

د. يوسفي رشيد*

أ. ودان بوعبدالله**

الملخص:

تلعب السياحة دورا هاما في اقتصاديات الدول، باعتبارها تشكل أحد الموارد الأساسية للتنمية الشاملة والمعول عليها للمساهمة في رفع النمو الاقتصادي. والجزائر تتوفر على إمكانيات سياحية متنوعة، غير أنها لم تأهلها لأن تكون مقصدا سياحيا معروفا كونه أعتبر ثانويا، لذا فهي تسعى لوضع برامج ومخططات لتهيئة هذا القطاع، من خلال توفير مناخ ملائم ومحفز يتماشى مع متطلبات السياحة الدولية الراقية.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الاقتصاد السياحي، الجاذبية السياحية، الجزائر.

مقدمة:

تعتبر السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي تحظى بأهمية متميزة في عالم اليوم، نظرا للمكانة التي وصلت إليها كصناعة قائمة بذاتها، الأمر الذي جعلها تمثل مصدرا رئيسيا لدخل الكثير من الدول، كما تتميز عن غيرها من المرافق الإنتاجية بأن لها مردود متفرع ومتشعب، وتستفيد منه مختلف النشاطات سواءا الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية أو غيرها.

وقد راهنت العديد من الدول على خيار السياحة لتحقيق التنمية لشعوبها، باعتبارها عنصر مهم ضمن مكونات صادراتها الخدمية ذات التأثير الكبير على ميزان المدفوعات، وتساهم في زيادة مستويات التوظيف سواء بشكل مباشر وغير مباشر، رفع حجم الإيرادات من النقد الأجنبي ومن تم زيادة الناتج المحلي الإجمالي، مما يستوجب التفكير والعمل على كيفية استغلاله على أحسن وجه.

كما أن معالجة وضعية القطاع السياحي في الجزائر يتطلب مواجهة المشاكل الأساسية التي يعاني منها، ومن تم إعطاءه دفعا جديدا يمكنه من تحقيق نتائج إيجابية في ظل الإمكانيات السياحية المتوفرة، والتي تنتظر من يحركها في الاتجاه الصحيح من خلال السياسات التنموية المتبعة.

ومن هذا المنطلق ارتأينا تقسيم هذه الورقة البحثية إلى محورين رئيسيين:

أولا: المفاهيم الأساسية للسياحة؛

* أستاذ محاضر أ ومدير مخبر بحث، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، الجزائر، البريد الالكتروني: youcefi20022002@yahoo.fr

** أستاذ مساعد ب، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، الجزائر، البريد الالكتروني: ouddane84@yahoo.fr

ثانيا: واقع قطاع السياحة في الجزائر.

أولا: المفاهيم الأساسية للسياحة

سنحاول في هذا المحور تقديم مفهوم ودافع السياحة، ثم سنتناول الأسباب التي أدت إلى توسعها وانتشارها، بالإضافة إلى توضيح آثارها على الاقتصاد.

1- مفهوم السياحة: حسب المنظمة العالمية للسياحة مفهومها له أساسين، يختص الأول منها بضرورة انتقال الإنسان من موطنه الأصلي أو مقر عمله إلى دولة أو منطقة أخرى لسبب معين يرتكز على الانتفاع بوقت الفراغ، أما الأساس الثاني فيتمثل في أن عملية الانتقال تكون مؤقتة وتتجاوز 24 ساعة، أي لا يكون بهدف الهجرة أو الإقامة الدائمة.

2- دوافع السياحة:

هناك العديد من الدوافع التي تؤدي إلى النشاط السياحي والتي على ضوئها تتحدد أنواع السياحة، والتي تتمثل فيما يلي:

- **دوافع ثقافية وتاريخية:** تتمثل في مشاهدة المواقع الحضارية والأثرية المشهورة في العالم، والاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى بالتعرف على أعمالهم وثقافتهم ونمط معيشتهم لغرض العلم والمعرفة.
- **دوافع دينية:** السفر بدافع الديانة والعبادة كالحج إلى الأماكن المقدسة (مكة المكرمة والمدينة المنورة)، زيارة الأماكن الدينية المهمة كأضرحة الصحابة أو المساجد.
- **دوافع صحية:** كالسفر لغرض العلاج، النقاهة والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو بهدف الراحة النفسية والتمتع بالجو الصافي والهواء النقي. ويكون كذلك بدافع الابتعاد عن الجو البارد بالتوجه إلى الأماكن الدافئة أو الابتعاد عن الجو الحار بالتوجه إلى الأماكن الباردة خاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى.
- **دوافع عرقية:** وتكون من أجل زيارة البلد الأم لتجديد الروابط الأسرية، كزيارة أماكن الميلاد، أماكن قضاء الطفولة، أماكن سكن الأهل والأقارب والأصدقاء، أماكن سبق وأن زارها الأصدقاء في البلد الأم وتركت انطباعا معين لديهم.
- **دوافع اقتصادية:** إن انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى جلب السياح، ففرق العملة الناتج عن التحويل يؤدي إلى تدفقهم إلى البلد الذي تكون عملته منخفضة لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأقل الأسعار. بالإضافة إلى السفر لأغراض الأعمال والحصول على صفقات تجارية بالنسبة إلى رجال الأعمال.

– **دوافع رياضية:** السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية، تشجيع فريق معين، المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب معينة مثل التزحلق على الجليد[1].

– **دوافع المؤتمرات:** تعتبر من الأنماط الحديثة المرتبطة بالنمو الحضاري الذي يشهده العالم، ويهدف إلى حضور المؤتمرات، الندوات، الاجتماعات العلمية، المهنية والسياسية.

– **دوافع المعارض:** أصبحت نوافذ يطل منها الزائرون على الانجازات العلمية، التكنولوجية والحضارية للدول المختلفة، كما تعتبر عوامل مؤثرة في حركة الجذب والتنشيط السياحي.

– **دوافع التسوق:** تسعى الكثير من الدول التي تنخفض فيها تكلفة اليد العاملة ولديها وفرة في الإنتاج إلى أن تصبح سوقا رائجا تعرض فيه جميع المنتجات والسلع الوطنية بأسعار تنافسية بهدف جذب أكبر عدد من السائحين.

– **دوافع أخرى:** وتكون بغرض المغامرة، التفاخر والمباهاة، العلم كدراسة بعض الظواهر الطبيعية[2].

3– الأسباب التي أدت إلى توسع وانتشار السياحة:

نتج عن استقرار الأوضاع السياسية والاقتصادية للبلدان إلى زيادة الاهتمام بالجوانب الاجتماعية، حيث زاد النشاط السياحي وذلك لعدة اعتبارات أهمها:

– التقدم الكبير في وسائل النقل المختلفة البرية والبحرية والجوية في مجال الأمان والسرعة والراحة، مع أسعار أكثر تنافسية.

– تطور وسائل الإعلام والاتصال سمح بسهولة وسرعة الحصول والمقارنة ما بين مختلف العروض الأكثر جاذبية بأقل الأثمان.

– ارتفاع المستوى الثقافي، الاجتماعي والعلمي، والذي انعكس على اتجاه السياحة[3].

– التحسن الاقتصادي والاجتماعي، نتيجة زيادة المداخيل وارتفاع مستوى المعيشة، الشيء الذي ولد فائض في المداخيل جزء كبير منه وجه للسياحة.

– تزايد أوقات الفراغ والعطل السنوية المدفوعة الأجر.

---

[1] خالد كواش، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، دار التنوير، الجزائر، 2007، ص ص 77–80.

[2] عامر عيساني: الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009–2010، ص ص 17–18.

[3] Kamel Derkouche: tourisme en méditerranée, l'Algérie joue les seconds rôles, le phare, n°138, octobre 2010, pp 29-30.

– اهتمام الدول بالسياحة والحرص على تنميتها وتطويرها ساهم في انتعاشها.

– ظهور العديد من المنظمات الدولية والإقليمية التي تهتم بالسياحة من تنظيم وتفعيل وتوعية وترقية.

بالإضافة إلى بروز ظواهر سياحية تتمثل فيما يلي:

– ظهور الرحلات السياحية الجماعية الرخيصة: تضم محدودي الدخل الذين يسعون إلى قضاء عطلهم حسب إمكانياتهم خارج أوطانهم.

– انتشار فكرة المنتجعات السياحية: تعتمد في نشاطها على ملامح بيئية خاصة، حيث تستعمل العديد من الأساليب لجذب السياح لقضاء عطلهم، كإقامة المعارض، سباقات الخيل والزوارق البحرية.

– ظهور المخيمات السياحية منخفضة التكاليف: أدت إلى زيادة إقبال الطلاب وصغار الموظفين ذوي المداخيل المحدودة على القيام بالرحلات السياحية.

– ظهور القرى السياحية: تتمثل في منتجعات تملكها أو تديرها شركات سياحية علمية تتولى شؤون تسويقها سياحيا على المستوى العالمي.

– تزايد الأفواج السياحية المتجهة إلى المناطق التي تزخر بالآثار: خاصة المباني التاريخية، القصور والمتاحف وغيرها من المناطق ذات الصبغة الثقافية.

نتج عن كل هذه العوامل تضاعف حجم الحركة السياحة العالمية والتدفقات النقدية الناتجة عنها، لذلك أصبحت تعد من أكبر عناصر التجارة الدولية وأهم الصناعات العالمية نموا[1].

4– آثار السياحة على الاقتصاد:

– النمو الاقتصادي: تقدم السياحة دخلا بالعملات الصعبة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتعلقة بها، والذي يتغلغل بسرعة وبطريقة مباشرة في قاعدة توزيع عريضة في الاقتصاد القومي، بما يحقق زيادة في الدخل لا تستفيد منها المنشآت السياحية وحدها وإنما تمتد إلى قطاعات عديدة في الاقتصاد القومي.

– تنويع الاقتصاد المحلي: لأن القطاع السياحي كثيف التشابكات مع القطاعات الأخرى، فهو ينشط القطاعات الصناعية والزراعية والخدمية، وبالتالي فإن انتعاش السياحة يعني انتعاش الاقتصاد القومي بكامله والعكس صحيح.

– إعادة توزيع الدخل: تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية المناطق الأقل حظا في التنمية، إذ تتجه إلى الأماكن التي تتوفر فيها مزايا طبيعية ومناخية أقرب إلى الطبيعة منها إلى العمران المدني، والتي كثيرا ما تكون محرومة من العمران الذي غالبا ما يصاحب التقدم الصناعي.

[1] خالد كواش: مرجع سابق، ص ص 18-21.

– **تحسين ميزان المدفوعات:** باستضافة سياح أجانب من جنسيات مختلفة إلى القطر يتحقق العائد السياحي، والذي يقوم بدعم ميزان المدفوعات. فالدول النامية لا تستطيع منافسة الدول المتقدمة في مجال الصادرات السلعية، عكس المجال السياحي فالحاجة إلى التكنولوجيا المتقدمة أقل، وسيتبع ذلك تخلص جزئي من الاعتماد على الخارج وتوفير للنقد الأجنبي الناجم عن استيرادها.

– **خلق فرص عمل:** لأنها صناعة كثيفة العمل تعتمد كثيرا على العنصر البشري، فهي بذلك تتيح فرصا كثيرة للعمالة، إما بصورة مباشرة أو غير مباشرة، مدرة للدخل، باعثة لرواج الصناعات والخدمات المقدمة والمكملة للنشاط السياحي[1].

– **تنشيط الاستثمارات الأجنبية:** تعتبر من أكثر المشروعات جذبا لرؤوس أموال المستثمرين الأجانب والوطنيين، لأنها كصناعة مركبة تتضمن مجالات عديدة مختلفة للاستثمار مثل القرى السياحية، الفنادق، مراكز الاستشفاء، المطاعم، مراكز الرياضة والترويج ووسائل النقل السياحي[2].

– **زيادة موارد الخزينة العامة للدولة:** وذلك بارتفاع حصتها من الضرائب والرسوم المختلفة على الأرباح التجارية، الصناعية والخدماتية، نتيجة نمو مداخيل المشتغلين بكافة الأعمال المتصلة بصناعة السياحة[3].

– **ارتفاع المستوى العام للأسعار:** فالسياحة كقطاع إنتاجي يزيد من الإنتاج والاستهلاك إلى حد كبير، وبذلك تميل الأسعار إلى الارتفاع، نتيجة ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة الطلب على أنواع جديدة من السلع والخدمات، ازدياد الطلب على الأراضي اللازمة لإقامة المشروعات السياحية التي عادة تحتاج لمساحات كبيرة والمضاربة التي يقوم بها ملاك الأراضي[4].

– **تنمية المهارات الإدارية:** إن وجود الشركات الأجنبية يؤدي إلى تطوير وتحسين أنظمة وفنون الإدارة في هذا القطاع، كنقل التقنيات التكنولوجية في مجال إدارة الفنادق، وذلك لأن السعي إلى إنشاء صناعة سياحية يتطلب إيجاد خبرات ومهارات إدارية وفنية، مما يدفعنا إلى خلق المدارس والمعاهد المتخصصة، مراكز للبحوث وإرسال بعثات إلى الخارج[5].

---

[1] موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مؤسسة الوراق، عمان، 2010، ص ص 24-25.

[2] نزيه الدباس: إدارة القرى السياحية، دار الحامد، عمان، 2007، ص 14.

[3] زيد سلمان عبوي: السياحة في الوطن العربي، دراسة لأهم المواقع السياحية العربية، دار الراية، عمان، 2008، ص 45.

[4] أحمد فوزي ملوخية: مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص ص 102-114.

[5] أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف: تنظيم وإدارة المنشآت السياحية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص 30.

ثانيا: واقع قطاع السياحة في الجزائر

سنبين في هذا المحور طاقات وخصوصيات قطاع السياحة في الجزائر، والذي سنقوم بمعاينته بتوضيح نقاط قوته وضعفه، بالإضافة إلى تحليل اتجاه تطور التدفقات السياحية الوافدة إليه، ومن تم كيف يمكن وضع إستراتيجية لإنعاشه.

1- طاقة وخصوصية قطاع السياحة في الجزائر:

- تنوع المناطق والمناظر الطبيعية، مما جعلها مقصدا مناسبا لممارسة السياحة في أشكالها المختلفة كالشاطئية، الجبلية، المنتجعات الصحية، الثقافية، الرياضية، الصحراوية، الاستكشافية وسياحة الترفيه والتنزه ...الخ وذلك على طول السنة.

- تملك واجهة بحرية تقدر بأكثر من 1280كلم، مع توفرها على عدد كبير من الشواطئ[1].

- موقعها الجغرافي الذي يسهل الوصول إليها، بالإضافة إلى نفس الثقافة واللغة مع عدد كبير من الدول المجاورة، مما يجعلها ذات إمكانيات سياحية قادرة على الاعتماد على العديد من الزبائن من السوق الداخلية، الجزائريين المقيمين في الخارج، الخليجيين، الأوروبيين، الزبائن الأكثر بعدا من أمريكا الشمالية، آسيا والأسواق الأكثر نموا[2].

- تزخر بصحراء تتجلى أجمل صورها برمالها اللامتناهية، جبالها الغرانيتية البركانية، واحاتها الخلابة، نقوشها الصخرية ورسوماتها الجدارية في الطاسيلي والهقار[3]، كما تحتضن العديد من التظاهرات الثقافية المعروفة بالمواسم، أحسنها طريق الواحات ببشار، من خلال مواسم تاغيت، قنادسة، بني عباس وموغل أو سبيبة في جانت، تافسيت في تمنراست، وسبوع بتيميمون[4].

- مناخ معتدل مع كثرة الأيام المشمسة في السنة.

- تزخر بمعالم التراث الثقافي والتاريخي، الذي ميز مختلف مراحل ماضيها الجد غني، لأنه متنوع وعالمي، إرث عصور ما قبل التاريخ، التراث الفينيقي، البربري، الروماني، البيزنطي، العربي الإسلامي، التركي (العثماني) والاسباني ثم الفرنسي.

---

[1] V.NARAME: à la conquête du désert algérien, Arabies, n° 273, janvier 2010, p 52.

[2]Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme "SDAT 2025", Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, Livre 2, Janvier 2008, p8.

[3] وزارة السياحة: الجزائر ذاكرة ومناظر، الديوان الوطني للسياحة، الجزائر، السنة غير موجودة، ص 16.

[4] نفس المرجع السابق، ص 20.

– توفر المنشآت القاعدية الضرورية للقيام بمشاريع وأنشطة سياحية، والتي تتمثل في الطرقات، السكك الحديدية، بالإضافة إلى وسائل النقل البري، البحري والجوي، الاتصالات وقدرات الاستقبال على الرغم من أنها تعتبر غير كافية.

2– معاينة السياحة في الجزائر:

حسب التقرير السنوي للشبكة الأورومتوسطية لوكالات ترويج الاستثمار حول "صناعة السياحة في دول البحر الأبيض المتوسط"، الجزائر تأتي في مرتبة متدنية من حيث الوجهات السياحية (المركز 147 من أصل 174 دولة)[1]، على الرغم من القدرات الكبيرة التي تتوفر عليها، والتي لا تزال في معظمها غير مستغلة، هذا التقرير يستند على نقاط ضعف وقوة السياحة الجزائرية، والتي نوجزها فيما يلي:

– ضعف الخدمات، حيث يمكن القول أن محدودية نتائج سياسات التنمية في الجزائر لا يعود إلى عدم توفير الأموال الضرورية لتنفيذها فقط، وإنما إلى ضياع الاستثمار في الإنسان، والذي لم يلق الأهمية من قبل القائمين عليه في الواقع العملي، مما نجم عنه غياب الكفاءة المهنية وثقافة السياحة.

– ضعف قدرات الإيواء، على الرغم من امتلاك الجزائر طاقات إيواء مختلفة ومتنوعة تتمثل في فنادق يمتلكها القطاع العام والخاص، إلا أنها تبقى غير كافية ولا تلبي الطلب السياحي، كما أنها تتمركز في الشمال مما لا يسمح بترقية وتنمية السياحة الصحراوية في الجنوب.

– صورة الجزائر في الجانب الأمني، فعدم الاستقرار الأمني الذي عاشته الجزائر، يعد سببا في تدني طاقات الإيواء للمؤسسات الفندقية وضآلة حصتها من السياح الأجانب[2].

– غياب سياسة تسويقية للمنتوج السياحي، إذ لا يحظى بأي اهتمام في وسائل الإعلام والاتصال، وهذا ما جعله غير قادر على المنافسة في سوق السياحة الدولية.

– عدم التنسيق بين الأطراف المعنية بترقية السياحة، كالديوان الوطني للسياحة، الخطوط الجوية الجزائرية، أصحاب الفنادق...إلخ[3].

---

[1] Hakima KARNANE : tourisme en Algérie, une priorité gouvernementale, Arabies, n°279/80, 07/2010, p 43.

[2] Hakima KERNANE: op.cit, pp 44-45.

[3] هواري معراج، محمد سليمان جردات: السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية، حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، العدد 1، جامعة ورقلة، 2004، ص 25.

– تدهور التراث الطبيعي والثقافي، والذي يتواصل سواء بفعل الإنسان أو بسبب عوامل طبيعية، وفي غياب سياسة حمائية لهذه الموارد فإنها تبقى مهددة بالتشوه[1].

– ضعف قطاع المواصلات، فبدون إمكانية التنقل بصفة مؤكدة ومنتظمة لا يمكن أن يحدث أي تطور سياحي، فالتقدم الذي حصل قي القرن العشرين طور السياحة الجماعية، بفضل السيارة، القطار، السفينة، الطائرة. كما أنه لابد من تجهيز البنية التحتية الخاصة بالمواصلات من طرقات، أنفاق، سكك حديدية، حظائر سيارات وحافلات[2].

– مشاكل قطاع الصناعات التقليدية، والتي تتمحور حول التموين بالمادة الأولية والعتاد الضروري لعملية الإنتاج، التسويق، قلة مراكز التكوين المتخصصة، عدم وجود نظام تمهين ملائم للصناعات التقليدية تدعمه إجراءات تشجيعية وتحفيزية، صعوبة الحصول على محلات لاسيما للحرفيين الشباب[3].

– بنوك وخدمات مالية غير متكيفة مع القطاع، نتيجة عدم ملاءمة وضعف وسائل الدفع على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلة للسياح، بالإضافة إلى قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج[4].

3– تطور التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر:

لقد بلغ عدد السياح القادمين عام 1950 حوالي 150 ألف سائح، ثم تقلص مع اندلا ع الثورة التحريرية عام 1954، وبعد الاستقلال لم يعد للحركة السياحية الوافدة مكانة مهمة، وذلك لاعتبارات إيديولوجية (النهج الاشتراكي)، وازدادت الأمور تعقيدا منذ أوائل التسعينات نتيجة تردي الأوضاع السياسية[5]، لتنتعش خلال الفترة 2000–2011، حيث نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 تزايد مستمر لعدد السياح، والذي انتقل من 866 ألف سائح عام 2000 إلى 2.395 ألف سائح عام 2011، وذلك بمعدل نمو متوسط خلال الفترة التي شملتها الدراسة يقدر بـ 10.30%.

[1] شبوطي حكيم: الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة البحوث العلمية، العدد 1، جامعة المدية، جويلية 2011، ص 93.

[2] نفس المرجع أعلاه، ص 78.

[3] نفس المرجع السابق، ص 95.

[4] عامر عيساني: مرجع سابق، ص 126.

[5] صليحة عشي: الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد تنمية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010–2011، ص 109.

الجدول رقم 01: تطور عدد السائحين الوافدين خلال الفترة 2000–2011 (الوحدة: ألف سائح)

عدد السياح / سنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005
إجمالي عدد السياح	866	901	988	1166	1234	1443
معدل التغير (%)	15.62	4.04	9.66	18.02	5.83	16.94
عدد السياح / سنوات	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
إجمالي عدد السياح	1638	1743	1772	1912	2070	2395
معدل التغير (%)	13.51	6.41	1.66	7.90	8.26	15.70

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2012, P 11.
World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2010, P 9.
World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2008, P 8.
World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2006, P 9.
World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2004, P 7.
World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2002, P 4.

أما الإيرادات السياحية (الجدول 02) فقد انتقلت من 102 مليون دولار عام 2000 إلى 219 مليون دولار عام 2010، بنسبة نمو متوسطة خلال فترة الدراسة بلغت 9.48%، ويعبّر هذا التحسن عن محاولة البلاد بناء صورتها في الخارج كوجهة سياحية مثل غيرها من دول منطقة المغرب العربي.

الجدول رقم 02: تطور الإيرادات السياحية خلال الفترة 2000–2010 (الوحدة: مليون دولار أمريكي)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
الإيرادات السياحية	102	120	133	161	178	184
معدل التغير (%)	-	17.65	10.83	21.05	10.56	3.37
	2006	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	
الإيرادات السياحية	215	219	325	267	219	
معدل التغير (%)	17.01	1.72	48.40	-17.85	-17.98	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

World Tourism Organisation: op.cit, 2012 Edition, P 11.
World Tourism Organisation: op.cit, 2010 Edition, P 9.
World Tourism Organisation: op.cit, 2008 Edition, P 8.
World Tourism Organisation: op.cit, 2006 Edition, P 9.
World Tourism Organisation: op.cit, 2004 Edition, P 7.
World Tourism Organisation: op.cit, 2002 Edition, P 4.

كما أن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (الجدول رقم 03) تعد جد ضعيفة حيث لم تتجاوز 0.20% كنسبة متوسطة خلال فترة الدراسة نظرا لقلة الإيرادات، والتي تعود أساسا إلى أن هذا القطاع لم يكن له أي دور في التنمية الاقتصادية منذ استقلال الجزائر، ومرد ذلك اعتماد الدولة الكلي على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق النمو بوتيرة أسرع.

الجدول رقم 03: مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة 1990-2008

(الوحدة: مليار دولار أمريكي بالأسعار الجارية)

الناتج المحلي الاجمالي / السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005
الناتج المحلي الإجمالي	54.79	54.71	56.76	67.86	85.35	103.10
مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي (%)	0.19	0.22	0.23	0.24	0.21	0.18
الإيرادات السياحية / سنوات	2006	2007	2008	2009	2010	
الناتج المحلي الإجمالي	117.29	134.14	170.30	138.13	161.95	
مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي (%)	0.18	0.16	0.19	0.19	0.14	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

صندوق النقد العربي: النشرة الإحصائية للدول العربية 1999-2008، أبوظبي، 2010، ص11.

صندوق النقد العربي: التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2011، الملاحق الإحصائية، العدد 31، أبوظبي، 2009، ص 286.

4- إستراتيجية ترقية قطاع السياحة الجزائرية:

اعترافا على الأهمية الإستراتيجية لقطاع السياحة ومن أجل تعزيز الصادرات غير النفطية، توجهت السلطات العمومية نحو السياحة بكونه مورد لا ينضب، للحفاظ وتأمين ضروريات التنمية، هذا ما أدى إلى تنظيم العديد من الجلسات بغرض مناقشة كل المسائل المتعلقة بإنعاشه، ولقد تم التركيز على المخطط التالي:

- تثمين الوجهة الجزائرية لزيادة تنافسية الجزائر، بتطوير مناطق الجذب السياحي، الأقطاب السياحية وتكثيف المنتجعات السياحية المتميزة.

– الاستفادة من تجارب الدول المنافسة في حوض البحر الأبيض المتوسط، وذلك بالشراكة ما بين القطاعين العام والخاص، بغية تماسك السلسلة السياحية.

– وضع خطة دعم وتمويل للنشاطات السياحية، المقاولين وجذب المستثمرين المحليين والدوليين، بتشجيع مجموعات الفنادق، شركات الطيران ومنظمي الرحلات السياحية.

– تقديم العديد من الحوافر، كتخفيض أسعار الفائدة للمستثمرين للدخول في مشاريع ملموسة، تخفيض الضريبة على القيمة المضافة من 17% إلى 7% ونسب الرسوم الجمركية لمدة خمس سنوات للسماح بشراء أو تجديد المعدات والأثاث[1]، منح قروض بأسعار فائدة مواتية 4.5% للاستثمار في الجنوب و3% لأي استثمار في الشمال، توفير العقار السياحي.

– التركيز على الجودة في قطاع السياحة، لتطوير التميز في العرض السياحي الوطني، برفع مستوى التكوين المهني السياحي، رفع مستوى التربية، الانفتاح على تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتحديد مواقع جديدة للسياحة المتخصصة بما يتفق مع الاتجاهات العالمية[2].

الخاتمة:

إن السياحة تعد من القطاعات الرائدة لإحداث التنمية في الكثير من الدول، وذلك لما توفره من آثار إيجابية تتمثل في رفع معدلات النمو الاقتصادي، خلق فرص عمل، تحسين موازين المدفوعات، تنويع الاقتصاد المحلي، إعادة توزيع الدخل، تنشيط الاستثمارات الأجنبية وتنمية المهارات الإدارية. كما أن هناك العديد من الدوافع التي تؤدي إلى النشاط السياحي منها الثقافية والتاريخية، الدينية، الصحية، العرقية، الاقتصادية، الرياضية، المؤتمرات، المعارض والتسوق. ومن الأسباب التي أدت إلى توسعها التقدم الكبير في وسائل النقل والاتصالات، التحسن الاقتصادي والاجتماعي، تزايد أوقات الفراغ وغيرها من المتغيرات التي تروج للسياحة.

أما الجزائر فتتوفر على موارد سياحية متعددة ومتكاملة نادرا ما نجدها مجتمعة في دولة واحدة، والتي كان من الممكن أن يجعل منها وجهة رائدة في حوض المتوسط، إلا أن مؤشرات هذا القطاع تبقى ضعيفة، وغير ذي قيمة في التنمية الاقتصادية للبلاد، من واقع إيراداته ومدى مساهمته في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، واعترافا بأهميته توجهت السلطات العمومية إلى وضع إستراتيجية تسعى من خلالها إلى إنعاشه وترقيته.

المراجع:

1- أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.

[1] Hakima KERNANE: op.cit, pp 44-45.

[2] V.NARAME: op.cit, pp 52-53.

2- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف: تنظيم وإدارة المنشآت السياحية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1999.

3- خالد كواش، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، دار التنوير، الجزائر، 2007.

4- زيد سلمان عبوي: السياحة في الوطن العربي، دراسة لأهم المواقع السياحية العربية، دار الراية، عمان، 2008.

5- موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مؤسسة الوراق، عمان، 2010.

6- نزيه الدباس: إدارة القرى السياحية، دار الحامد، عمان، 2007.

7- هواري معراج، محمد سليمان جردات: السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية، حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، العدد 1، جامعة ورقلة، 2004.

8- شبوطي حكيم: الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة البحوث العلمية، العدد 1، جامعة المدية، جويلية 2011.

9- صندوق النقد العربي: التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2011، الملاحق الإحصائية، العدد 31، أبوظبي، 2009.

10- صندوق النقد العربي: النشرة الإحصائية للدول العربية 1999-2008، أبوظبي، 2010.

11- وزارة السياحة: الجزائر ذاكرة ومناظر، الديوان الوطني للسياحة، الجزائر، السنة غير موجودة.

12- صليحة عشي: الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد تنمية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010-2011.

13- عامر عيساني: الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010.

14- Hakima KARNANE : tourisme en Algérie, une priorité gouvernementale, Arabies, n°279/80, 07/2010.

15- Kamel Derkouche: tourisme en méditerranée, l'Algérie joue les seconds rôles, le phare, n°138, octobre 2010.

16- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme "SDAT 2025", Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, Livre 2, Janvier 2008.

17- V.NARAME: à la conquête du désert algérien, Arabies, n° 273, janvier 2010.

18- World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2012.

19- World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2010.

20- World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2008.
21- World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2006.
22- World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2004.
23- World Tourism Organisation: tourism Highlights, Madrid, WTO, 2002.