



آفاق وتحديات ترقية القطاع السياحي كقطاع إنتاجي استراتيجي في الجزائر

دراسة تحليلية للفترة 2000-2019

Prospects and challenges of promoting the tourism sector as a strategic productive area in Algeria, an analytical study for the period 2000-2019

دعّمي محمد*

المركز الجامعي مرسلّي عبد الله بتببازة، الجزائر

daami.mohamed@cu-tipaza.dz

تاريخ النشر: 2022/08/31

تاريخ القبول: 2022/03/18

تاريخ الإرسال: 2022/01/02

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى تبين آفاق وتحديات ترقية القطاع السياحي كقطاع إنتاجي استراتيجي في الجزائر، وضمن هذا الهدف تم تشخيص واقع القطاع السياحي ومكانته في الاقتصاد الوطني بالنظر لمكانة القطاع عالمياً وفي بعض البلدان المجاورة، وهذا عن طريق تحليل أهم مؤشرات قياس التأثيرات الاقتصادية للسياحة، وركزنا على الفترة التي أعقبت الطفرة النفطية لسنة 1999، فترة 2000-2019، ولتحقيق أهداف هذا البحث اعتمدنا على المعطيات الإحصائية الرسمية الموجودة على مستوى الهيئات الحكومية، الهيئات العالمية للقطاع وبعض المواقع العالمية، حيث توصلنا إلى ضعف ومحدودية مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، بالرغم من كل ما تزخر به الجزائر من مقومات سياحية، وتبين أن للجزائر مجموعة من الفرص يجب استغلالها ومجموعة من التهديدات يجب تحطيمها، وفي هذا الإطار تم تشخيص أسباب هذا الضعف، ومن خلالها تم تقديم مجموعة من الآليات لترقية القطاع السياحي والرفع من مكانته، كواحد من أهم القطاعات الإنتاجية في الجزائر يمكن الاعتماد عليه في الخروج من معضلة الاقتصاد الوطني.

الكلمات المفتاحية: سياحة؛ قطاع سياحي؛ إنتاج؛ تشغيل؛ ميزان مدفوعات.

Abstract:

This research aims at showing the prospects and challenges of promoting the tourism sector as a strategic productive area in Algeria, a goal within which the reality of tourism sector and its position in the national economy have been diagnosed in view of the sector's position globally and in some neighboring countries. This is carried out by analyzing the most important indicators of measuring the economic impacts of tourism. We focused on the period that followed the oil boom in 1999, between 2000 and 2019; To achieve the goal of this research, we relied on the official statistical data obtained from government institutions, world organizations and institutions in this sector. We eventually deduced the weakness and the limited status of the tourism sector in the national economy despite all the tourist elements that Algeria abounds in. It appeared that Algeria has a set of opportunities that must be exploited and a set of threats that must be overcome, and in this context the causes of this weakness were diagnosed. It was accordingly presented a set of mechanisms to upgrade the tourism sector and raise its profile, as one of the most important productive sectors in Algeria that can be relied upon to get out of the dilemma of the national economy.

Key Words: Tourism; Tourism sector; Production; Employment; Balance of payments.

JEL Classification: L83.

* مرسل المقال: دعّمي محمد (daami.mohamed@cu-tipaza.dz)



المقدمة:

يعد القطاع السياحي من أهم القطاعات الإنتاجية في الوقت الحالي سواءً بالنسبة للدول المتقدمة والدول النامية، وذلك لما له من أثر إيجابي على المستويين الكلي والجزئي، وفي كل المجالات وخاصة المجال الاقتصادي، إذ أصبح من القطاعات التي يُعول عليها في خلق الثروة وجذب الاستثمار إلى جانب القطاعات الحيوية الأخرى كالقطاع الفلاحي والصناعي، وأصبحت السياحة صناعة قائمة بذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها، وواحدة من أهم الصناعات في العالم في هذا القرن الحادي والعشرين، حيث سمي هذا القرن بقرن السياحة أو بتحول القرن الحادي والعشرين، هذه الصناعة تساهم في تنشيط الاقتصاد وتحقيق التنمية الاقتصادية والاستقرار الاقتصادي الكلي بطريقة مباشرة، وبطريقة غير مباشرة كذلك من جراء التفاعل الذي يحدث بين القطاع السياحي والقطاعات الإنتاجية الأخرى.

الجزائر تملك من المقومات السياحية الطبيعية والبشرية ما يجعل الاهتمام بهذا القطاع من بين الأولويات وضرورة ملحة، وذلك يجعله من القطاعات الإنتاجية الاستراتيجية والبديلة لقطاع النفط بخصوص توفير العملات الأجنبية من أجل تمويل التنمية الاقتصادية، خاصة في ظل الأزمات والهزات النفطية وارتباط تحسن وضعية الاستقرار الاقتصادي بتحسين أسعار البترول في السوق الدولي، وهنا أدركت الجزائر حتمية الخروج من هذه الوضعية عن طريق التخلص من صفة الاقتصاد الأحادي والتوجه نحو خلق اقتصاد متنوع، وذلك عن طريق تفعيل القطاعات الإنتاجية الأخرى والتي من بينها القطاع السياحي، وهذا في ظل ما تزخر به الجزائر من مقومات سياحية، والتي تعد من أهم عوامل الجذب السياحي شريطة استغلالها أحسن استغلال عن طريق خلق صناعة سياحية؛ من خلال كل ما سبق ارتأينا طرح الاشكالية التالية: "ما هي آفاق وتحديات ترقية القطاع السياحي كقطاع إنتاجي استراتيجي في الجزائر؟".

الإجابة على هذه الاشكالية يمر حتماً عبر الإجابة عن مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي نوردتها فيما يلي:

- ما هو واقع المقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر؟
- ما هي مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني خلال الفترة 2000-2019؟
- ما هي آليات ترقية القطاع السياحي في الجزائر؟
- فرضيات البحث: تكمن فرضيات هذا البحث فيما يلي:
 - تزخر الجزائر بمقومات سياحية طبيعية وبشرية مما يجعلها أحد أهم البلدان السياحية في العالم؛
 - مكانة ومساهمة القطاع السياحي كقطاع إنتاجي في الاقتصاد الوطني لا ترقى للمستوى المطلوب بالنظر للمقومات التي تزخر بها الجزائر؛
 - تمتلك الجزائر مجموعة هائلة من الآليات بغية ترقية القطاع السياحي وجعله قطاع استراتيجي ضمن خارطة القطاعات الإنتاجية.

أهمية البحث: لهذا الموضوع أهمية بالغة تتولد من خلال أهمية القطاع السياحي في الجزائر كقطاع استراتيجي، وهذا بالنظر إلى المقومات الطبيعية والبشرية التي تملكها، ومدى مساهمته في تحقيق التنمية الاقتصادية عامة والتنويع



الاقتصادي خاصة، في ظل تبعية الاقتصاد الوطني لقطاع المحروقات، وما تولد عنه بتحسين وضعية الاستقرار الاقتصادي الكلي تبعاً لتحسن سعر برميل النفط في السوق الدولي، وبالتالي فموضوع ترقية القطاع السياحي إلى جانب القطاعات الأخرى أصبح من الضروري لتجنيب الاقتصادي الجزائري الآثار السلبية للأزمات المتعلقة بتدهور أسعار النفط.

أهداف البحث: من خلال هذا البحث نهدف إلى الامام ما يلي:

- السياحة كقطاع انتاجي؛
- الآثار الاقتصادية للسياحة ومؤشرات قياسها؛
- إعطاء نظرة عامة حول واقع ومكانة القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000-2019؛
- تقديم أهم الآليات من أجل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.

منهجية البحث: سنستخدم المنهج الوصفي في معالجة هذا الموضوع، ولتحقيق أهداف هذه الورقة البحثية سنعتمد على مجموعة من المراجع والتي تخص الموضوع وبعض المواقع، كما سنعتمد على المعطيات الإحصائية الرسمية الموجودة على مستوى الهيئات الحكومية، الهيئات العالمية للقطاع وبعض المواقع العالمية.

I. السياحة كقطاع انتاجي:

القطاع السياحي من أهم القطاعات الإنتاجية الرئيسية في جلب العملات الصعبة، وجذب الاستثمارات الأجنبية، حيث يكمن من تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد الاقتصادية (الطبيعية والبشرية) والمتاحة لخدمة الاقتصاد (كافي، 2016، ص 72).

1. صناعة السياحة:

صناعة السياحة صناعة قائمة بذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها، وهي صناعة متكاملة ومركبة تدخل فيها عدة نشاطات وفعاليات، حيث لاقت صناعة السياحة في السنوات الأخيرة انتشاراً ورواجاً هائلاً، وأصبحت بعض الدول السياحية تحقق دخل محترم من السياحة، حيث يرى بعض الاقتصاديين بأن صناعة السياحة ستكون أكبر صناعة في القرن الواحد والعشرين، هذا الأخير أطلق عليه قرن صناعة السياحة، ومن أهم تعاريف صناعة السياحة ما يلي:

- يتمثل توسع صناعة السياحة في زيادة الخدمات نوعاً وكماً والتي تُقدم لِسُواح، والذي يعتبر محصلة زيادة الطلب السياحي، وتوسع ونمو صناعة السياحة يعتبر زيادة في العرض السياحي، الأمر الذي يؤدي إلى تخفيض الأسعار وتطوير الخدمات السياحية (توفيق، 1996، ص 39)؛
- تقوم صناعة السياحة على مجموعة من العناصر هي (كافي، 2016، ص 45): العمل، رأس المال، المادة الأولية، النقل، الإشهار والإعلان السياحي، البنية التحتية والفوقية بالإضافة إلى التنظيم والتسيير الذي يقوم به مختلف القائمين على السياحة.

2. المنتج السياحي:

من أهم مفاهيم المنتج السياحي نجد:



- يعرف كريندوف المنتج السياحي على أنه المزيج من العناصر المادية وغير مادية والمقدمة للسائح، والتي تتمثل في المقومات الطبيعية والعوامل الثقافية والحضارية والتاريخية بالإضافة إلى البنية التحتية عامة والبنية التحتية السياحية خاصة وكذلك الخدمات السياحية (غنيم، سعد، 1999، ص 27)؛
- المنتج السياحي اندماج كل من المقومات الطبيعية والمرافق والتسهيلات في المنطقة السياحية وكذلك وسائل النقل إلى المنطقة السياحية وداخلها، وهذه العناصر الثلاثة تشكل علاقة مميزة للمنطقة السياحية وبالتالي للبلد السياحي (غنيم، سعد، 1999، ص 27)؛
- المنتج السياحي هو خليط من مجموعة من العناصر، حيث تتكامل هذه العناصر مع بعضها البعض، وتؤثر وتؤثر في القطاعات الأخرى، فالمنتج السياحي منتج مركب، والمنتج السياحي المتمثل في عناصر الجذب السياحي لا تخلق عائداً إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي أي من خلال السياحة (بظاظو، 2010، ص 38).

3. الإنفاق السياحي:

الانفاق السياحي هو ذلك الانفاق الذي يقوم به السائح بغية الحصول على السلع والخدمات السياحية وغير السياحية في البلد المضيف، ومن أوجه الانفاق نجد، نفقات الإقامة، نفقات النقل، نفقات المشتريات، الرسوم والضرائب، ويختلف حجم الانفاق على كل وجه من أوجه الانفاق حسب عدة عوامل من بينها السائح وعاداته، السلوك الإنفاقي، دافع السياحة، هيكل صناعة السياحة، مستوى الأسعار (كافي، 2016، ص ص 92-39).

II. الآثار الاقتصادية للسياحة ومؤشرات قياسها:

للسياحة دور كبير في كل المجالات وخاصة المجال الاقتصادي، وتزداد أهميتها الاقتصادية من يوم لآخر، وهذا من خلال آثارها المباشرة وغير المباشرة على المتغيرات الاقتصادية الكلية.

1. الآثار الاقتصادية للسياحة:

للسياحة آثار اقتصادية مباشرة وأخرى غير مباشرة (كافي، 2016، ص ص 72-82، 88):

1.1. الآثار الاقتصادية المباشرة للسياحة:

أ. توفير العملة الصعبة: ويكون ذلك من خلال العائدات السياحية وما يصاحبه من تنمية شاملة على المستويين الوطني والمحلي، وعادة ما يتم توفير العملة الصعبة من الاستثمارات الأجنبية في القطاع والضرائب عليها، وفروق تحويل العملة، الإنفاق اليومي وإيرادات الفنادق من السواح؛

ب. توفير مناصب عمل جديدة: ويحصل من خلال إنشاء المشاريع السياحية وما يصاحبه من تنمية شاملة على المستويين الوطني والمحلي، وعادة ما يتم توفير العملة الصعبة من الاستثمارات الأجنبية في القطاع والضرائب عليها، وفروق تحويل العملة، الإنفاق اليومي وإيرادات الفنادق من السواح؛

ج. تحقيق التكامل الرأسي والأفقي بين القطاعات الإنتاجية: هناك ارتباط وثيق بين التوسع في المشاريع السياحية والتوسع في القطاعات الإنتاجية الأخرى المرافقة للقطاع السياحي، من خلال دعم القطاعات الإنتاجية الأخرى، الفلاحي، الصناعي، الخدماتي وهذا من خلال ارتفاع الطلب على منتجات القطاعات المذكورة، هذا الترابط ينجم



عنه منافع اقتصادية مباشرة وأخرى غير مباشرة، منها جذب الاستثمارات الأجنبية، تشجيع رأس المال الوطني على الاستثمار، وخلق فرص عمل، استغلال الموارد الاقتصادية، الرفع من إيرادات الدولة وبالتالي زيادة القدرة التمويلية؛

د. تحسين رصيد ميزان المدفوعات: ويكون ذلك من خلال العائدات السياحية، وميزان المدفوعات يعتبر قيد مزدوج يسجل فيه كافة المعاملات بين دولة ما وكافة دول العالم، والذي يتكون من المعاملات الجارية وحركة رأس المال، والسياحة جزء من هذه المعاملات، فالنتائج السياحي يؤثر على القيمة الصافية للميزان السياحي، وهذا الأخير له تأثير على النتيجة الصافية للميزان التجاري، وهذا الأخير له تأثير على ميزان المدفوعات؛

هـ. ارتفاع الناتج الداخلي الخام: كل التأثيرات المباشرة السابقة الذكر تؤدي إلى الرفع من الناتج الداخلي الخام، وبالتالي المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية عامة والنمو الاقتصادي خاصة، فكلما زادت الكفاءة الاقتصادية للنشاط الإنتاجي السياحي كلما زادت إنتاجية القطاع السياحي.

2.1. الآثار الاقتصادية غير المباشرة للسياحة:

أ. الرواج الاقتصادي: ويحصل ذلك من خلال مثلاً الاستثمار في القطاع والذي يؤدي إلى ارتفاع مستوى العمالة وبالتالي ارتفاع الطلب نتيجة الدخول المتحصل عليها من طرف العاملين، وكذلك الإيرادات التي تحصل عليها الدولة تستخدم في تنمية القطاع وبالتالي تدخل في الدورة الاقتصادية للدولة، وكذلك الاستهلاك والانفاق السياحي يؤدي إلى مضاعفة الدخل السياحي؛

ب. زيادة الصادرات: من خلال قيام السواح باقتناء بعض السلع التي تشتهر بها الدولة خاصة السلع التذكارية؛

ج. تنمية البنية التحتية والفوقية: يحتاج تنمية القطاع السياحي إلى تنمية البنية التحتية والمتمثلة في الخدمات القاعدية مثل شبكات المياه، الطرق، المواصلات، وكذلك تنمية البنية التحتية والمتمثلة في مكاتب معلومات السياحية، وكالات السفر، مكاتب تحويل العملات، وبالتالي زيادة حركية السياحة يؤدي إلى تطوير هذه البنية؛

د. ارتفاع الاستثمارات الوطنية والأجنبية: يحتوي القطاع السياحي على مجالات عدة للاستثمار من فنادق وقرى سياحية وشركات سياحية، وبالتالي يؤدي ذلك إلى الرفع من حجم الاستثمارات الوطنية والأجنبية، وكذلك الرفع من حجم الاستثمارات في القطاعات الأخرى المرافقة من خلال التفاعل الحاصل بين القطاع السياحي وهذه القطاعات كما ذكرنا سابقاً؛

هـ. ارتفاع المستوى العام للأسعار: السياحة من أهم العوامل الدافعة لارتفاع المستوى العام للأسعار، وهذا نظراً لعدة عوامل منها الطبيعة الموسمية للطلب السياحي، الجمود في العرض السياحي وعدم مجارته للطلب السياحي، ارتفاع استهلاك السياح بالمقارنة مع استهلاكهم في بلدانهم، بالإضافة إلى رغبة المنتجين في القطاع لزيادة أرباحهم باعتبار موسم الذروة السياحي فرصتهم الوحيدة وبالتالي تعويض ما فاتهم في المواسم الأخرى أين تنخفض أرباحهم، ويعتبر فصل الصيف موسم سياحي بامتياز بالنظر إلى المناخ والعطل المدفوعة ووقت الفراغ بالإضافة إلى طول ساعات النهار.



2. مؤشرات قياس التأثيرات الاقتصادية للسياحة:

يمكن تحديد الآثار الاقتصادية للسياحة من خلال عدة مؤشرات هي (غنيم، سعد، 1999، ص ص 185-188):

1.2. مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام (المساهمة المباشرة وغير المباشرة): وذلك من خلال حساب الناتج والمتأتي من القطاع السياحي؛

2.2. مساهمة القطاع السياحي في مستوى التشغيل: فرص العمل التي يوفرها القطاع السياحي (العمالة المباشرة و العمالة غير مباشرة)؛

3.2. مساهمة القطاع السياحي في الإيرادات العامة: تحديد المساهمة المباشرة للقطاع في الإيرادات العامة للدولة (الضرائب والرسوم المفروضة)؛

4.2. تأثير مضاعف الانفاق السياحي بالنسبة للإنفاق الكلي ضمن الاقتصاد الداخلي: الطرق التي يساهم بها الإنفاق السياحي في الاقتصاد؛

5.2. مساهمة القطاع السياحي في ميزان المدفوعات: من خلال القيمة الصافية للميزان السياحي (كافي، 2016، ص ص 76-77).

III. واقع ومكانة القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000-2019:

من خلال هذا العنصر سنبين واقع القطع السياحي من خلال ما تزخر به الجزائر من مقومات سياحية وأنواع السياحة المتوفرة، بالإضافة الى مكانة القطاع في الاقتصاد الوطني من خلال مساهمته في بعض المؤشرات الاقتصادية.

1. المقومات السياحية في الجزائر:

للجزائر مجموعة من المقومات السياحية والتي تجعلها بأن تصبح واحدة من أهم البلدان السياحية في العالم.

1.1. المقومات الطبيعية: تزخر الجزائر بمقومات طبيعية سياحية هائلة نذكر منها:

أ. الموقع الجغرافي: الجزائر تحتل موقع جغرافي استراتيجي، بموقعها في شمال افريقيا بين تونس والمغرب، حيث يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ويحدها من الشرق تونس وليبيا، ومن الغرب موريتانيا والمغرب ومن الجنوب مالي والنيجر، حيث تعتبر بذلك بوابة افريقيا، أي بوابة أوربا نحو افريقيا، وتحتل كذلك موقعا محوريا في المغرب العربي، وتحتل الجزائر المرتبة العاشرة عالمياً من حيث المساحة والأولى افريقياً، حيث تبلغ مساحتها: 2.381.741 كلم مربع، وموقعها الجغرافي عبارة عن جسر اتصال ومحور التقاء بين كل من قارتي أوروبا و افريقيا، وكذلك بين المغرب العربي والشرق الأوسط (بلحمري، حفصي بونبعو، 2017، ص 213)؛

ب. المناخ: الجزائر تتميز بمنطقتين طبيعيتين من حيث المناخ هما (بلحمري، حفصي بونبعو، 2017، ص ص 213-214):



- **الشمال:** المنطقة الشمالية والتي يقدر سكانها بـ: 90% من مجموع سكان الجزائر، وتحتوي أهم المدن الكبرى والمناطق الصناعية وشبكات البنية التحتية والفوقية، ونجد نوعين من المناخ: مناخ البحر الأبيض المتوسط والذي يشمل المناطق الساحلية للوطن، ومناخ الاستبس حيث يغطي مناطق الهضاب العليا؛
 - **الجنوب:** مساحتها 2.000.000 كلم مربع، ويسود بها المناخ الصحراوي، والذي يتميز بموسم طويل يمتد من شهر ماي إلى غاية شهر سبتمبر والذي تصل درجة الحرارة به إلى أكثر من 40 درجة، وبخصوص باقي الشهور فتتميز بمناخ متوسطي ودافئ، وبالتالي يسمح بممارسة السياحة في فصل الشتاء.
- ج. الشواطئ البحرية:** يحتوي الساحل الجزائري على 611 شاطئ (2018)، منها 404 مرخصة للسياحة، والتي تستقطب السواح في فصل الصيف؛
- د. الجبال والغابات:** تحتوي الجزائر على عدة مناطق جبلية منها جبال الشريعة بالبلدية، جبال تيكجدة، جبال الونشريس وجبال الهقار والعديد من الغابات كثافة العوانة بجيجل، وغابات يكوران بتيزي وزو وغيرها من العديد من الغابات، ولكن العديد منها غير مستغل سياحياً.
- 2.1. المقومات البشرية:** من أهم المقومات البشرية نجد:
- أ. المدن والأحياء السياحية:** من أهم المناطق السياحية نجد حي القصبة (الجزائر العاصمة)، منطقة التاسيلي (إليزي)، مدينة تيمقاد (باتنة)، مدينة جميلة (سطيف)، قلعة بني حماد (مسيلة)، منطقة أدرار، منطقة إيليزي، منطقة تمنراست، واد ميزاب، مدينة تيبازة (بلحمري، حفصي بونبعو، 2017، ص ص 214-215)؛
- ب. المساجد:** نجد مسجد كتشاوة والمسجد الكبير والمشيد مؤخراً (الجزائر العاصمة) (بلحمري، حفصي بونبعو، 2017، ص 215)؛
- ج. المتاحف:** من أهمها المتحف الوطني سيرتا (قسنطينة)، المتحف الوطني باردو (الجزائر)، المتحف الوطني المجاهد (الجزائر)، المتحف الوطني للفنون الشعبية (الجزائر)، المتحف الوطني للفنون الجميلة (الجزائر)، المتحف الوطني زبانة (وهران)، متحف هيبون (عنابة)، متحف تيبازة (بلحمري، حفصي بونبعو، 2017، ص 215)؛
- د. الحضائر الوطنية السياحية:** نذكر أهمها: الحظيرة الوطنية لجرجرة، الحظيرة الوطنية لثنية الحد، الحظيرة الوطنية لبلازما، الحظيرة الوطنية لشريعة، الحظيرة الوطنية لقورايا، الحظيرة الوطنية لطاسيلي، الحظيرة الوطنية للهقار، الحظيرة الوطنية للقالة (بوحبال، 2018، ص ص 176-177)؛
- هـ. الحمامات المعدنية:** والتي من بينها حمام الصالحين (خنشلة)، حمام قرقور (سطيف)، حمام السخنة (باتنة)، حمام زلفانة (غرداية)، حمام ملوان (البلدية)، حمام ريغة (عين الدفلى) (بوحبال، 2018، ص ص 177-178)؛
- و. شبكة النقل والمواصلات:** تعتبر شبكة النقل والمواصلات من أهم الضروريات التي يجب توفرها كماً ونوعاً في مجال السياحة، والتي من أهمها:



- **الطرق البرية:** يمتد طول شبكات الطرق البرية في الجزائر إلى 134044 كلم، منها الطرق السيارة (1132 كلم)، الطرق السريعة (4568 كلم)، الطرق الوطنية (31816 كلم)، الطرق الولائية والبلدية (96528 كلم) (مخطط عمل الحكومة، 2020، ص 61)؛
 - **النقل البحري:** يوجد بالجزائر 51 ميناء لمختلف الخدمات، منها 11 ميناء مختلط، 02 ميناء النفط، 37 ميناء للصيد والملاحة وميناء واحد للنزهة (مخطط عمل الحكومة، 2020، ص 62)؛
 - **السكة الحديدية:** شبكة السكة الحديدية (4200 كلم)، الميترو (18.2 كلم)، التراموي (95.8 كلم) (مخطط عمل الحكومة، 2020، ص 62)؛
 - **النقل الجوي:** توجد بالجزائر شركة وطنية وحيدة للنقل الجوي وهي الخطوط الجوية الجزائرية، حيث تغطي 120 رحلة يوميا داخليا وخارجيا، والجزائر تغطي ما نسبته 45% من السوق الخارجية والتي تنطلق من الجزائر نحو 35 محطة دولية، بالإضافة إلى هذا وكما هو معمول به في باقي بلدان العالم فإن الجزائر تتعامل مع مجموعة من شركات الطيران الأجنبية (بلحمري، حفصي بونبعو، 2017، ص 215)؛
- كما تملك الجزائر 35 مطار منها 12 مطار دولي، 10 مطارات وطنية و13 مطار جهوي (مخطط عمل الحكومة، 2020، ص 62)؛
- ز. شبكة الاتصالات: لقد أصبح سوق الاتصالات في الجزائر أكثر تنافسية، حيث أصبح استعمال الهاتف النقال وخدمة الأنترنت متوفرة وبطرق سهلة (بلحمري، حفصي بونبعو، 2017، ص 216)؛
- 2. أنواع السياحة في الجزائر:**
- بحكم المقومات السياحية الطبيعية والبشرية التي تزخر بها الجزائر والمتمثلة في الطبيعة الخلابة والمناظر الساحرة، فإن الجزائر تتميز بوجود عدة أنواع للسياحة، نذكر من أهمها (شماسنة، 2019، أنواع السياحة في الجزائر) <https://mawdoo3.com>
- 1.2. السياحة الساحلية:** تتربع الجزائر على شريط ساحلي يقدر بـ: 1644 كلم والذي يطل على البحر الأبيض المتوسط ويتوفر على شواطئ رملية على طول، ويتمتع الشريط الساحلي بمناظر طبيعية خلابة، يستطيع من خلالها السائح ممارسة عدة أنواع من الرياضة، ولهذا فقد حظي هذا النوع من السياحة باهتمام كبير؛
- 2.2. السياحة الحموية الصحية:** الهدف من هذه السياحة هو الاستطباب والعلاج باستخدام المياه المعدنية، حيث تتوفر الجزائر على عدة حمامات معدنية مجهزة بمرافق صحية، ويلعب هذا النوع من السياحة دورا مهما في دفع حركة السياحة بالجزائر؛
- 3.2. السياحة الحضرية:** تتمثل هذه السياحة في توجه السائح إلى المدن وخاصة الكبيرة منها بغية التمتع بأماكن التسلية والاستجمام؛
- 4.2. السياحة الصحراوية:** تتربع الصحراء في الجزائر على مساحة تقدر بمليونين كلم مربع، حيث تحتوي صحراء الجزائر مناظر خلابة من آثار ومعالم تاريخية جعل منها قطب سياحي بامتياز خاصة السواح الأجانب؛



بالإضافة إلى:

5.2. السياحة الريفية: يهدف هذا النوع من السياحة إلى التنزه والتجول في المناطق الخضراء، بغية الابتعاد من

المدن بسبب الازدحام والضوضاء، واتضحت مكانتها جيداً في الأزمة الصحية الراهنة؛

6.2. السياحة الشبابية: يتمثل هذا النوع من السياحة في برجة جولات ترفيهية، حيث أصبحت منتشرة بين

أوساط الشباب؛

7.2. السياحة الجبلية: تحتوي الجزائر على عدة مناطق جبلية مثل جبال تيكجدة وجبال الشريعة وغيرها من

المناطق، والتي تستهوي السياح.

كل المؤشرات العالمية بخصوص القطاع السياحي من عدد السياح، الناتج المحقق، مستوى التشغيل واليرادات

المحصلة، تبين الأهمية الاقتصادية للسياحة عالمياً. وفي ظل ما تزخر به الجزائر من مقومات سياحية والتي تساهم في

ارتفاع المعروض السياحي، وتجعل القطاع السياحي من أهم القطاعات الإنتاجية في الجزائر، نتساءل عن مكانة هذا

القطاع الحيوي في الاقتصاد الوطني، من خلال واقع بعض المؤشرات المذكورة أعلاه.

3. تطور عدد الوافدين والمغادرين في الجزائر:

بلغ عدد الوافدين في العالم في سنة 2000 أكثر من 689 مليون، ليرتفع إلى أكثر من مليار و441 مليون وافد

سنة 2018، أي بزيادة تقدر بـ: 109 %، وفي المقابل بلغ عدد المغادرين في العالم في سنة 2000 أكثر من

733 مليون، ليرتفع إلى أكثر من مليار و563 مليون مغادر سنة 2018، أي بزيادة تقدر بـ: 113 %

<https://knoema.com/atlas/World> (World Data Atlas)

والجدول التالي يبين لنا تطور عدد الوافدين والمغادرين في الجزائر خلال الفترة 2000-2019.

الجدول (01): تطور عدد الوافدين والمغادرين في الجزائر خلال الفترة 2000-2019 الوحدة: مليون

السنة	عدد الوافدين	معدل الزيادة	عدد المغادرين	معدل الزيادة	الفرق
2000	0,866	15,62	1,006	11,41	-0,14
2001	0,901	4,04	1,190	18,29	-0,289
2002	0,988	9,66	1,257	5,63	-0,269
2003	1,166	18,02	1,254	-0,24	-0,088
2004	1,234	5,83	1,417	13,00	-0,183
2005	1,443	16,94	1,513	6,77	-0,07
2006	1,638	13,51	1,349	-10,84	0,289
2007	1,743	6,41	1,499	11,12	0,244
2008	1,772	1,66	1,539	2,67	0,233
2009	1,912	7,90	1,677	8,97	0,235
2010	2,070	8,26	1,757	4,77	0,313
2011	2,395	15,70	1,715	-2,39	0,68



0,723	11,43	1,911	9,98	2,634	2012
0,597	11,77	2,136	3,76	2,733	2013
-0,538	32,91	2,839	-15,81	2,301	2014
-1,928	28,14	3,638	-25,68	1,710	2015
-2,491	24,52	4,530	19,24	2,039	2016
-2,607	11,66	5,058	20,21	2,451	2017
-2,953	10,91	5,610	8,40	2,657	2018
-3,361	2,17	5,732	-10,76	2,371	2019

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على:

World Data Atlas, (2021), " Algeria- Number of departures 1995-2019", www.knoema.com

World Data Atlas, (2021), " Algeria- Number of arrivals 1995-2019", www.knoema.com

1.3. بالنسبة الوافدين: عدد الوافدين في الجزائر في سنة 2000 بلغ 0.866 مليون، ليرتفع إلى 2.371 مليون وافد سنة 2019، أي بزيادة تقدر بـ: 173.78 %، وهو أكبر من معدل النمو العالمي للوافدين في نفس الفترة، وتم تسجيل معدلات نمو إيجابية خلال فترة الدراسة، ماعدا سنتي 2014 و 2015، وبلغت نسبة الوافدين للجزائر مقارنة مع الوافدين في العالم سنة 2000 ما يقارب 0.07 %، وفي سنة 2019 قاربت 0.10 %، وهي نسب ضعيفة جداً، وبمقارنة بسيطة مع بلدان الجوار، فقد بلغ عدد الوافدين في المغرب 4.4 مليون وافد سنة 2000، لينتقل إلى 13.1 مليون وافد سنة 2019، وبلغ عدد الوافدين في تونس 5.06 مليون وافد سنة 2000 لينتقل إلى 9.43 مليون وافد في 2019، هذه الأرقام والمعدلات المسجلة في الجارتين تونس والمغرب بعيدة كل البعد عن الأرقام والمعدلات المسجلة بالجزائر رغم فارق المقومات الطبيعية. (World Data Atlas):
www.knoema.com

2.3. بالنسبة للمغادرين: في المقابل عدد المغادرين في الجزائر في سنة 2000 بلغ 1.006 مليون، ليرتفع إلى 5.732 مليون مغادر سنة 2019، أي بزيادة تقدر بـ: 469.78 %، وهو أكبر من معدل النمو العالمي للمغادرين بكثير في نفس الفترة، وهذا أمر سلبي، كما سجلنا معدلات نمو متذبذبة للمغادرين في الجزائر خلال الفترة 2000-2011، أما خلال الفترة 2012-2019 سجلنا ارتفاع عدد المغادرين حيث انتقل من 1.911 مليون سنة 2012 إلى 5.732 مليون مغادر من الجزائر سنة 2019، وبلغ عدد المغادرين في المغرب 1.5 مليون مغادر سنة 2000، لينتقل إلى 3.4 مليون مغادر سنة 2008، لينخفض إلى 2.00 مليون مغادر سنة 2019، وبلغ عدد المغادرين في تونس 1.63 مليون مغادر سنة 2000 لينتقل إلى 3.12 مليون مغادر سنة 2008، لينخفض إلى 2.78 مليون مغادر سنة 2019، وهو ما يفسر ارتفاع السياحة العكسية في الجزائر وانخفاضها في كل من تونس والمغرب (World Data Atlas): www.knoema.com

3.3. بالنسبة للفرق بين الوافدين والمغادرين: بملاحظة الفرق بين عدد الوافدين والمغادرين فقد سجلنا فرق سالب خلال الفترتين 2000-2005 و 2014-2019 وهو مؤشر على وجود السياحة العكسية في هذين



الفترتين، وهو ما يبين ازدياد وعي المواطن الجزائري بثقافة السياحة في الفترة الأخيرة بغض النظر عن دافع السياحة، الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع الطلب على العملات الأجنبية بغرض السياحة، وبالتالي التأثير سلباً على قيمة العملة المحلية من خلال انخفاض قيمتها، وبالتالي بغية الرفع من قيمة العملة وجب العمل على تحفيز السياحة العكسية من خلال الاهتمام بالمواقع السياحية كماً ونوعاً، وتوفير البنية التحتية والفوقية الحديثة، والتي تتماشى مع متطلبات السياحة في العالم، والعمل على الترويج لها خارجياً بهدف زيادة الجذب السياحي، كل هذا من أجل خلق التوازن بين الطلب السياحي من المواطن الجزائري للسفر نحو الخارج وبين الطلب السياحي من المواطن الأجنبي للسفر إلى الداخل؛

4.3. السياح الأجانب والسياح الجزائريين المقيمين في الخارج: قدرت نسبة السياح الأجانب بـ: 57.86 % من السياح الكليين في الجزائر، وفي المقابل بلغت نسبة السياح من الجزائريين المقيمين في الخارج 42.14 %، وهذا خلال الفترة 2013-2018، أما في سنة 2018 فقد بلغت نسبة السياح الأجانب 75.98 %، وفي المقابل بلغت نسبة السياح من الجزائريين المقيمين في الخارج 24.02 %، وارتفعت نسبة السياح الأجانب بالنسبة للسياح الكليين في الجزائر من 31.63 % سنة 2010 إلى 75.98 % سنة 2018، وفي المقابل انخفضت نسبة السياح الجزائريين المقيمين في الخارج بالنسبة للسياح الكليين في الجزائر من 68.37 % سنة 2010 إلى 24.02 % سنة 2018، وقد عدد السياح الأجانب 2.01 مليون في سنة 2018، وبالتالي هناك نقلة نوعية بالنسبة لهذه الفئة من السياح في الجزائر، وتنصف تونس في المرتبة الأولى بالنسبة للسياح الأجانب في الجزائر في سنة 2018 بنسبة قدرت بـ: 62.48 %، ثم فرنسا بـ: 10.98 %، ثم المغرب 3.98 %، ثم إسبانيا 2.65 %، ثم الصين 2.04 %، ثم تركيا 1.86 %، ثم إيطاليا 1.53 %، ثم مصر 0.91 %، ثم موريتانيا 0.85 %، ثم ألمانيا 0.79 % وبريطانيا 0.49 % (ملخصات التدفقات السياحية في الجزائر 2013-2018، 2019) .
www.mtatf.gov.dz

4. مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام:

من بين المشاكل التي تعيق معرفة المساهمة الدقيقة للقطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام نجد تداخل ناتج هذا القطاع مع ناتج قطاعات أخرى، ومن بين المؤشرات التي تظهر أهمية القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام نجد مساهمة السياحة في ربيع استهلاك السلع والخدمات المنتجة من قبل القطاعات الصناعية والخدمية الأخرى، وتتأثر معدلات نمو القطاع السياحي بمعدلات النمو في الاقتصاد العالمي، حيث ينتج عن انخفاض نمو هذا الأخير إلى انخفاض دخل الأفراد وبالتالي حصول انخفاض معدل الانفاق على السياحة للفرد، والعكس صحيح، وبهذا الخصوص تكمن الأهداف الاقتصادية للسياحة في أي دولة في تحقيق أكبر قدر من الإيرادات، حيث يتحقق ذلك من خلال جذب أكبر قدر ممكن من السواح وفي نفس الوقت استهداف الرفع من عدد الليالي السياحية، هذا الأمر يؤدي إلى الرفع من ربحية المشاريع السياحية وبالتالي استمراريتها وزيادة الاستثمار السياحي (الحميري، 2010، ص ص 12-15)؛



في سنة 2019 شهد القطاع نمواً بنسبة 3.5 %، وهو بذلك يتجاوز نمو الاقتصاد العالمي بـ: 2.5 %، وبلغت المساهمة الكلية للقطاع 10.3 % من الناتج الداخلي الخام العالمي، أي بحوالي 8.9 تريليون دولار أمريكي من الناتج الداخلي الخام العالمي، وهذا حسب المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC):

؛ <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>

وخلال الفترة 2019-2000 تراوحت المساهمة الكلية للقطاع في الناتج الداخلي العالمي ما بين 9.3 % والمسجلة سنة 2010 و 10.9 % والمسجلة سنة 2000، وكنسبة وسيطة للفترة بلغت 10.02 % (World Data Atlas)؛ www.knoema.com

تسعى الجزائر إلى تقوية مكانة القطاع السياحي ضمن كل المجالات وخاصة ضمن مصادر الدخل، وهذا من خلال تنشيط السياحة، حيث يعتبر قطاعاً إنتاجياً مهماً بإمكانه المساهمة في الناتج الداخلي الخام رفقة القطاعات الأخرى، وبالتالي الخروج من الاقتصاد الأحادي والتوجه نحو الاقتصاد المتنوع من خلال التنوع في مصادر الناتج الداخلي الخام، هذا المؤشر الأخير الذي يعتبر من المؤشرات الهامة في التنوع الاقتصادي، وبهذا الخصوص فقد أولت الدول البترولية القطاع السياحي أهمية كبيرة كقطاع استراتيجي ضمن خارطة القطاعات الإنتاجية في اقتصاداتها، وأصبح القطاع كذلك من القطاعات الأكثر أهمية من حيث المساهمة في حصيلة الناتج الداخلي الخام للكثير من الدول غير بترولية. وانطلاقاً من المقومات والمغريات السياحية الطبيعية التي تمتلكها الجزائر والتي تجعلها من البلدان الرائدة في هذا القطاع، وبالنظر للنتائج المسجلة بخصوص مؤشر مساهمة القطاع في الناتج العالمي، نتساءل عن مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام بالجزائر، وأهميته عالمياً وبالمقارنة مع بعض بلدان الجوار. الجدول التالي يبين المساهمة الكلية والمباشرة للقطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام بالجزائر في الفترة 2019-2000.

الجدول (02): المساهمة الكلية والمباشرة للقطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام بالجزائر

في الفترة 2019-2000

المتغيرات	المساهمة الكلية في الناتج الداخلي الخام (مليار دولار)	نسبة المساهمة الكلية في الناتج الداخلي الخام (%)	المساهمة المباشرة في الناتج الداخلي الخام (مليار دولار)	نسبة المساهمة المباشرة في الناتج الداخلي الخام (%)
2004-2000	22,10	6,80	11,00	3,35
2009-2005	49,30	7,48	22,00	3,44
2014-2010	67,80	6,82	33,00	3,36
2019-2015	57,10	6,80	28,00	3,29
2019-2000	196,30	7,00	94,00	3,36

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على:

World Data Atlas, (2021), "Algeria- Travel and tourism total contribution to GDP 1995-2019", www.knoema.com

World Data Atlas, (2021), "Algeria- Travel and tourism direct contribution to GDP 1995-2019", www.knoema.com



1.4. بالنسبة للمساهمة الكلية: تراوحت نسبة المساهمة الكلية للقطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام بالجزائر ما بين 6.8 % كنسبة وسيطة للفترة 2004-2000 و 7.48 % كنسبة وسيطة للفترة 2005-2009، كما بلغت 7.00 % كنسبة وسيطة خلال الفترة 2000-2019، مع ملاحظة تذبذب هذه النسبة خلال الفترات وكذلك عدم وجود تطور كبير، وبمقارنة بسيطة مع الشقيقتين المغرب وتونس، نجد قد انتقلت هذه النسبة بالمغرب من 14.16 % كنسبة وسيطة للفترة 2004-2000 إلى 18.74 % كنسبة وسيطة للفترة 2015-2019، كما بلغت 18.4 % كنسبة وسيطة خلال الفترة 2000-2019، وسجلت أعلى نسبة سنة 2007 بـ: 21.6 %، أما بتونس نجد قد انخفضت هذه النسبة من 18.86 % كنسبة وسيطة للفترة 2004-2000 إلى 15.08 % كنسبة وسيطة للفترة 2015-2019، كما بلغت 17.24 % كنسبة وسيطة خلال الفترة 2000-2019، وسجلت أعلى نسبة سنتي 2005 و 2006 بـ: 21.5 %، ولا يمكن اعتبار مقارنة هذه النسب أكثر دلالة للتشخيص بدون النظر إلى قيم الناتج المحققة، فقد تراوح الناتج السياحي الكلي في الجزائر ما بين 5.7 مليار دولار و 8 مليار دولار خلال الفترة 2000-2019، أما في المغرب فقد انتقل الناتج السياحي الكلي من 4.6 مليار دولار سنة 2000 إلى 24.5 مليار دولار سنة 2019، وفي تونس فقد تراوح الناتج السياحي ما بين 4.1 مليار دولار و 8.9 مليار دولار خلال الفترة 2000-2019 (World Data Atlas): www.knoema.com

2.4. بالنسبة للمساهمة المباشرة: تراوحت نسبة المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام بالجزائر ما بين 3.29 % كنسبة وسيطة للفترة 2015-2019 و 3.44 % كنسبة وسيطة للفترة 2005-2009، كما بلغت 3.36 % كنسبة وسيطة خلال الفترة 2000-2019، مع ملاحظة تذبذب هذه النسبة خلال الفترات وكذلك عدم وجود تطور كبير، أما في المغرب نجد قد انتقلت هذه النسبة بالمغرب من 7.19 % كنسبة وسيطة للفترة 2004-2000 إلى 8.23 % كنسبة وسيطة للفترة 2015-2019، كما بلغت 8.31 % كنسبة وسيطة خلال الفترة 2000-2019، وسجلت أعلى نسبة سنة 2007 بـ: 10.4 %، أما بتونس نجد قد انخفضت هذه النسبة من 8.75 % كنسبة وسيطة للفترة 2004-2000 إلى 7.46 % كنسبة وسيطة للفترة 2015-2019، كما بلغت 8.57 % كنسبة وسيطة خلال الفترة 2000-2019، وسجلت أعلى نسبة سنة 2005 بـ: 10.37 %، ولا يمكن اعتبار مقارنة هذه النسب أكثر دلالة للتشخيص بدون النظر إلى قيم الناتج المحققة، فقد انتقل الناتج السياحي المباشر في الجزائر ما بين 2 مليار دولار سنة 2000 إلى 5.8 مليار دولار سنة 2019، أما في المغرب فقد انتقل الناتج السياحي المباشر من 2.4 مليار دولار سنة 2000 إلى 10.8 مليار دولار سنة 2019، وفي تونس فقد تراوح الناتج السياحي المباشر ما بين 2 مليار دولار و 5 مليار دولار خلال الفترة 2000-2019 (World Data Atlas): www.knoema.com

3.4. الترتيب العالمي للجزائر من حيث المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في الناتج الداخلي الخام: للإشارة سجلنا ترتيب الجزائر في المرتبة 58 عالمياً من حيث المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في الناتج الداخلي الخام في



سنة 2018، وتأتي الولايات المتحدة الأمريكية في المرتبة الأولى من خلال المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في الناتج الداخلي الخام في سنة 2018 بـ: 555 مليار دولار تمثل 20.24 % من المساهمة المباشرة في للسياحة والسفر العالمية في الناتج الداخلي الخام، وتوجد سبعة دول مساهمتها المباشرة للسياحة والسفر في الناتج الداخلي الخام في سنة 2018 تفوق 100 مليار دولار بالإضافة إلى الولايات المتحدة الأمريكية نجد كل من الصين، ألمانيا، اليابان، إيطاليا، فرنسا والمملكة المتحدة، وتأتي تركيا في المرتبة 18 عالمياً، أما عربياً فتحل المملكة العربية السعودية المرتبة الأولى (المرتبة 20 عالمياً)، ثم الامارات العربية المتحدة (المرتبة 21 عالمياً)، مصر (المرتبة 31 عالمياً)، فالغرب (المرتبة 43 عالمياً)، قطر (المرتبة 53 عالمياً)، ثم العراق (الرتبة 57 عالمياً) (World Data Atlas):
www.knoema.com

كل هذه المعطيات تبين ضعف مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام على كل المستويات، من حيث مكانته في الجزائر ضمن خارطة القطاعات الإنتاجية بالنسبة لمساهمته في الناتج الداخلي الخام، وحتى مكانته عالمياً، وكذلك بالمقارنة مع الدول المجاورة بالرغم من الفارق الشاسع في المقومات السياحية وخاصة الطبيعية.

5. مساهمة القطاع السياحي في مستوى التشغيل:

أصبح القطاع السياحي قطاع إنتاجي هام وخصب في توفير مناصب العمل، وهذه المناصب أصبحت تزداد من سنة لأخرى، وصناع السياحة صناعة كثيفة العمل من خلال اعتمادها كثيراً على العنصر البشري وبالتالي تتيح الكثير من مناصب الشغل المباشرة وغير المباشرة، الدائمة والمؤقتة وخاصة الموسمية، الأمر الذي يؤدي إلى رفع مستوى التشغيل وامتصاص البطالة، وبالتالي رفع النمو الاقتصادي من خلال زيادة الطلب الاستهلاكي والاستثماري (الانفاق الوطني) واهجلاً تفعيل الكثير من الأنشطة الاقتصادية، حيث تشير بعض الدراسات بأن ما ينفقه المستهلكون في البلدان المتقدمة على السياحة أكبر ما ينفقونه على الاستهلاكي العادي من السلع والخدمات؛ وحسب بيانات المجلس العالمي لسياحة والسفر (2019)، فإن القطاع السياحي يشغل أكثر من 330 مليون على المستوى العالمي، وكل 10 وظائف منها وظيفة للقطاع السياحي، ويمثل حوالي 10 % من حجم العمالة العالمي، وقد كانت سنة 2019 سنة أخرى من النمو القوي لقطاع السياحة والسفر، مما عزز دوره كمحرك للنمو الاقتصادي وخلق فرص العمل، وهذا ما يجعل السياحة والسفر الشريك الأفضل للحكومات في توليد وخلق مناصب العمل (WTTC): <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>؛

يعتبر الرفع من مستوى التشغيل وامتصاص البطالة من الأهداف الرئيسية للسياسة الاقتصادية الكلية المتخذة في أي بلد، والجزائر سعت في ذلك في هذه الفترة، وهذا من خلال تسيير مجموعة من البرامج التنموية ضمن السياسة الاقتصادية التوسعية، حيث ساهمت هذه السياسة في انخفاض معدل البطالة، بالإضافة إلى بعض السياسات الاقتصادية القطاعية، ومنها القطاع السياحي، بهدف التحكم من جهة في البطالة، ومن جهة أخرى خلق التنوع في مصادر التشغيل، وهنا نتساءل عن مساهمة القطاع السياحي في مستوى التشغيل في الجزائر خلال الفترة 2000-2019؛



الجدول التالي يبين المساهمة الكلية والمساهمة المباشرة للقطاع السياحي في التشغيل في الجزائر خلال الفترة 2000-2019.

الجدول (03): المساهمة الكلية والمباشرة للقطاع السياحي في مستوى التشغيل بالجزائر

للفترة 2000-2019 الوحدة: الآلاف

المتغيرات الفترة	القوة العاملة للسياحة	المساهمة الكلية للقطاع السياحي في مستوى التشغيل (%)	القوة العاملة المباشرة للسياحة	المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في مستوى التشغيل (%)
2004-2000	1946,9	5,8	909,4	2,7
2009-2005	2187,2	6,2	1220,0	3,5
2014-2010	2426,2	6,4	1433,9	3,8
2019-2015	3187,9	6,5	1602,5	3,2
2019-2000	9748,2	6,3	5165,8	3,3

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

World Data Atlas. (2021). "Algeria- Total contribution of travel and tourism to Employment 1995-2019. www.knoema.com

World Data Atlas. (2021). Algeria- Direct contribution of travel and tourism to Employment 1995-2019. www.knoema.com

Ministère des Finances-DGPP. (2019). "Emploi et Chômage 2000-2018 ". www.dgpp-mf.gov.dz.

1.5. بالنسبة للمساهمة الكلية: الملاحظ بالنسبة للمساهمة الكلية للقطاع السياحي في مستوى التشغيل بالجزائر انتقلت من 5.8 % كنسبة وسيطة خلال الفترة 2004-2000 إلى 6.5 % كنسبة وسيطة خلال الفترة 2019-2015، كما قدرت بـ: 6.3 % خلال الفترة الإجمالية، حيث انتقلت القوة العاملة الكلية في القطاع السياحي من 292.7 ألف في سنة 2000 إلى 648.7 ألف سنة 2019، بمعدل نمو 121.6 %، وهو معدل نمو بطيء نوعاً ما بالنظر للسلسلة الزمنية، وبمقارنة بسيطة مع الجارتين المغرب وتونس، فقد انتقلت القوة العاملة الكلية في القطاع السياحي بالمغرب من 931.7 ألف في سنة 2000 إلى مليون و963.8 ألف سنة 2019، وفي تونس فقد انتقلت القوة العاملة الكلية في القطاع السياحي من 473.5 ألف في سنة 2000 إلى 619.4 سنة 2008، لتتخفف إلى 525.5 ألف سنة 2019، وبمقارنة القوة العاملة الكلية في الجزائر مع المستوى العالمي في سنة 2019 نجد أنها تمثل 0.2 % من حجم العمالة الكلية العالمي في القطاع، أما في المغرب نجد أنها تمثل 0.6 % من حجم العمالة الكلية العالمي في القطاع (World Data Atlas):
www.knoema.com

2.5. بالنسبة للمساهمة المباشرة: الملاحظ بالنسبة للمساهمة المباشرة للقطاع السياحي في مستوى التشغيل بالجزائر انتقلت من 2.7 % كنسبة وسيطة خلال الفترة 2004-2000 إلى 3.2 % كنسبة وسيطة خلال الفترة 2019-2015، كما قدرت بـ: 3.3 % خلال الفترة الإجمالية، حيث انتقلت القوة العاملة الكلية في



القطاع السياحي من 154.7 ألف في سنة 2000 إلى 309.5 ألف سنة 2019، بمعدل نمو 100.06 %، ومقارنة بسيطة مع الجارتين المغرب وتونس، فقد انتقلت القوة العاملة المباشرة في القطاع السياحي من 474.7 ألف في سنة 2000 إلى 853.7 ألف سنة 2019، بمعدل نمو 79.9 %، وفي تونس فقد انتقلت القوة العاملة المباشرة في القطاع السياحي من 217.4 ألف في سنة 2000 إلى 301.3 سنة 2008، لتتخفف إلى 271.6 ألف سنة 2019، ومقارنة القوة العاملة المباشرة في الجزائر مع المستوى العالمي في سنة 2019 نجد أنها تمثل 0.25 % من حجم العمالة المباشرة العالمي في القطاع، أما في المغرب نجد أنها تمثل 0.68 % من حجم العمالة المباشرة العالمي في القطاع (World Data Atlas): www.knoema.com؛

3.5. الترتيب العالمي للجزائر من حيث المساهمة المباشرة في مستوى التشغيل:

للإشارة سجلنا ترتيب الجزائر في المرتبة 49 من حيث المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في التوظيف في سنة 2018، وتأتي الصين في المرتبة الأولى من خلال المساهمة المباشرة في للسياحة والسفر في التوظيف في سنة 2018 بـ: 28 مليون و 660.2 ألف تمثل 22.85 % من القوة العاملة المباشرة للسياحة والسفر عالمياً، وتعتبر الصين، الهند، الولايات المتحدة الأمريكية، الفلبين واندونيسيا الخمسة دول الأعلى من حيث المساهمة المباشرة في السياحة والسفر في التوظيف في سنة 2018، حيث يوظفون ما نسبته 56.88 % من الوظائف المباشرة للسياحة والسفر عالمياً، وتأتي تركيا في المرتبة 32 عالمياً، أما عربياً فتحتل مصر المرتبة الأولى (المرتبة 19 عالمياً)، ثم المغرب (المرتبة 24 عالمياً)، المملكة العربية السعودية (المرتبة 29 عالمياً)، الامارات العربية المتحدة (المرتبة 45 عالمياً) (World Data Atlas): www.knoema.com؛

كل هذه الإحصائيات تبين ضعف مساهمة القطاع السياحي في مستوى التشغيل على كل المستويات، من حيث مكانته في الجزائر ضمن خارطة القطاعات الإنتاجية بالنسبة لمساهمته في مستوى التشغيل، وحتى مكانته عالمياً، وكذلك بالمقارنة مع الدول المجاورة.

6. إيرادات السياحة الدولية، نفقات السياحة الدولية والميزان السياحي:

تمثل السياحة صادرات غير المنظورة، حيث تساعد صناعة السياحة على تدفق العملات الأجنبية، وتبين الإيرادات السياحية الدولية حجم النقد الأجنبي المتحصل عليه، وهذه الإيرادات تتوقف على ما ينفقه السواح في البلد المضيف، وهذا يرتبط بعدة متغيرات منها نوع السياحة، نوعية الإقامة وعدد الليالي السياحية.

يبين لنا الجدول التالي إيرادات السياحة الدولية، نفقات السياحة الدولية والميزان السياحي في الجزائر للفترة 2000-2019.



الجدول (04): إيرادات السياحة الدولية، نفقات السياحة الدولية والميزان السياحي بالجزائر
للفترة 2000-2019 الوحدة: مليون دولار

السنة	إيرادات السياحة الدولية	معدل الزيادة	إيرادات السياحة الدولية كنسبة من الصادرات	نفقات السياحة الدولية	معدل الزيادة	نفقات السياحة الدولية كنسبة من الواردات	ميزان السياحة الدولي
2000	102	27,50	0,44	193	-23,1	1,70	-91
2001	100	-1,96	0,50	194	0,5	1,61	-94
2002	111	11,00	0,55	248	27,8	1,70	-137
2003	112	0,90	0,43	255	2,8	1,57	-143
2004	178	58,93	0,52	341	33,7	1,56	-163
2005	477	167,98	0,98	660	93,5	2,68	-183
2006	393	-17,61	0,69	414	-37,3	1,63	-21
2007	334	-15,01	0,53	502	21,3	1,51	-168
2008	473	41,62	0,58	613	22,1	1,25	-140
2009	361	-23,68	0,75	574	-6,4	1,17	-213
2010	324	-10,25	0,53	716	24,7	1,41	-392
2011	300	-7,41	0,39	595	-16,9	1,00	-295
2012	295	-1,67	0,39	598	0,5	0,96	-303
2013	326	10,51	0,48	531	-11,2	0,81	-205
2014	316	-3,07	0,50	679	27,9	0,95	-363
2015	347	9,81	0,92	762	12,2	1,20	-415
2016	246	-29,11	0,75	556	-27,0	0,92	-310
2017	172	-30,08	0,46	632	13,7	1,05	-460
2018	196	13,95	0,44	540	-14,6	0,90	-344
2019	140	-28,57	0,37	668	23,7	1,23	-528

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

Atlas Mondial de Données. (2021). Algérie- Dépenses du tourisme international 1995-2019 (www.knoema.fr)

Atlas Mondial de Données. (2021). Algérie - Recettes du tourisme international 1995-2019 (www.knoema.fr)

The World Bank. (2021). Algeria- International tourism, receipts (% of total exports) 1995-2019 (www.albankaldawli.org)

The World Bank. (2021). Algeria- International tourism, expenditures (% of total imports) 1995-2019 (www.albankaldawli.org)



1.6. بالنسبة لإيرادات السياحة الدولية: تراوحت نسبة الإيرادات السياحية إلى الصادرات ما بين 0.43 % و 0.98 % خلال الفترة 2000-2019، وهي نسبة ضعيفة جداً، وهو ما يعكس مكانة الإيرادات السياحية في الاقتصاد الوطني، وتعتبر نسبة بعيدة عن الأرقام عالمياً والتي تراوحت ما بين 5.39 % و 7.5 % خلال الفترة 2000-2019، وهو ما يؤكد مكانة القطاع على المستوى العالمي، وبمقارنة هذه النسبة مع البلد الشقيق المغرب مثلاً نجد أنها تراوحت ما بين 22.1 % و 35.54 % خلال الفترة 2000-2019، ولا يمكن التوقف عند هذه النسب دون مقارنة قيمة الإيرادات السياحية، والتي انتقلت في الجزائر من 102 مليون دولار سنة 2000 إلى 347 مليون دولار سنة 2015 لتتخفف إلى 140 مليون دولار سنة 2019، وبمقارنة الإيرادات السياحية في الجزائر سنة 2019 مع الإيرادات السياحية في العالم نجد أنها تمثل ما نسبته 0.007 %، أي تكاد تنعدم، أما في المغرب مثلاً انتقلت الإيرادات السياحية من 2 مليار و 280 مليون دولار سنة 2000 إلى 10 مليار و 13 مليون دولار، وهو ما يؤكد ضعف مكانة القطاع السياحي على كل المستويات (World Data Atlas):
www.knoema.com

2.6. بالنسبة لنفقات السياحة الدولية: تراوحت نسبة النفقات السياحية إلى الواردات ما بين 0.81 % و 2.68 % خلال الفترة 2000-2019، والتي انتقلت في الجزائر من 193 مليون دولار سنة 2000 إلى 762 مليون دولار سنة 2015 لتتخفف إلى 668 مليون دولار سنة 2019، وبمقارنة النفقات السياحية في الجزائر سنة 2019 مع النفقات السياحية في العالم نجد أنها تمثل ما نسبته 0.043 %؛

3.6. بالنسبة للميزان السياحي: الملاحظ بالنسبة للميزان السياحي الدولي للجزائر فهو يعاني من عجز خلال الفترة 2000-2019، حيث انتقل العجز من 91 مليون دولار سنة 2000 إلى 528 مليون دولار سنة 2019، ومرد هذا العجز إلى ما يلي:

- عدد المغادرين كان أكبر من عدد الوافدين ما عدا خلال الفترة 2006-2013، وبالتالي هذا الأمر يؤدي بنا إلى التكلم عن السبب الثاني؛

- مقدار العملات الأجنبية التي ينفقها الجزائريين من أجل السياحة في الخارج أكبر من مقدار العملات الأجنبية التي ينفقها السواح الأجانب في الجزائر.

وبالتالي فإن القطاع السياحي في هذا الجانب له تأثير سلبي على الاقتصاد الوطني من خلال الأثر السلبي على ميزان المدفوعات، حيث أن ارتفاع النفقات السياحية مرده ازدياد ثقافة المواطن الجزائري بالسياحة في الخارج، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع الطلب السياحي وبالتالي زيادة الطلب على العملات الأجنبية بغرض السياحة، وبالتالي التأثير سلباً على قيمة العملة المحلية، خلافاً للجارتين المغرب وتونس مثلاً أين نجد الميزان السياحي سجل نتائج إيجابية خلال الفترة 2000-2019، وبالتالي فإن القطاع السياحي في هذا الجانب له تأثير إيجابي على اقتصاد البلدين.



من خلال المؤشرات الاقتصادية الأربعة المقدمة، تبين ضعف مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، وبالتالي ضعف مساهمته في التنمية الاقتصادية، هذه المكانة الضعيفة يمكن مردها إلى عدة أسباب تدخل ضمن خانة معوقات وتهديدات القطاع السياحي في الجزائر، وضمن كذلك أسباب ضعف عوامل الجذب السياحي، هذا الأخير يعتبر من أهم محددات رفع وتحسين مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، وبالتالي مساهمته في التنمية الاقتصادية وتحقيق الاستقرار الاقتصادي الكلي.

IV. آليات النهوض بالقطاع السياحي بالجزائر:

بالنظر إلى المكانة المرموقة للقطاع السياحي في بعض البلدان والتي لا تملك ما تملكه الجزائر من مقومات وموارد سياحية، ندرك بأن الاهتمام بالقطاع السياحي في الجزائر يعتبر من أولويات السياسات الاقتصادية، وهذا بالعمل على جعله من أهم القطاعات الإنتاجية الاستراتيجية والبديلة لقطاع النفط، وبالتالي يمكن الاعتماد على القطاع السياحي في حل الكثير من المشاكل التي يعاني منها الاقتصاد الوطني.

1. العوامل الدافعة لترقية وتنمية القطاع السياحي:

هناك عدة عوامل تدفع القائمين على السياسة الاقتصادية الكلية في الجزائر وبالأخص القائمين على القطاع السياحي، من بينها ما هو مرتبط بالمحيط العالمي وخاصة السياحي ومنها ما هو مرتبط بخصائص الاقتصاد الوطني (قدي، 2017، ص ص 245-247):

1.1. خلق اقتصاد متنوع: تميز الاقتصاد الوطني بخاصية الاقتصاد الأحادي من خلال اعتماده على قطاع المحروقات، حيث يساهم هذا الأخير بـ: 31.19% من الناتج الداخلي الخام في الفترة 2000-2017، وبنسبة 97.57% من الصادرات الكلية وبنسبة 58.7% من الإيرادات العامة خلال الفترة 2000-2018 (DGPP, 2019)، أدى إلى تعرض الاقتصاد الجزائري إلى الصدمات المتتالية والمتولدة عن عدم استقرار أسعار النفط، هذا الأمر أجبر الحكومة إلى السعي وراء خلق اقتصاد متنوع وحماية الاقتصاد الوطني من مختلف هذه الصدمات، من خلال العمل على تفعيل القطاعات الإنتاجية الحيوية الأخرى والتي من بينها القطاع السياحي؛

2.1. السياحة محرك للنمو الاقتصادي: لقد أصبحت السياحة محركاً للنمو الاقتصادي العالمي، إذ أن نموها بلغ أكثر من 3.5% وهو معدل أكبر من معدل النمو العالمي والذي بلغ 2.5% (WTTC, 2019): <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>، فالقطاع السياحي له تشابكات مع القطاعات

الإنتاجية الأخرى، من خلال الارتباط الوثيق بين التوسع في المشاريع السياحية والتوسع في هذه القطاعات؛

3.1. مساهمة السياحة في رفع مستوى التشغيل: من أهم مميزات القطاع السياحي هو ارتفاع مساهمته في مستوى التشغيل من خلال امتصاص يد عاملة كثيرة، حيث يشغل 10% من اليد العاملة على المستوى العالمي بأكثر من 318 مليون وظيفة في سنة 2018 منها 123 وظيفة مباشرة (WTTC, 2018) و 319 مليون وظيفة في سنة 2019 (WTTC, 2019): <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>.



4.1. الموقع الجغرافي للجزائر: تحتل الجزائر موقعا جغرافياً استراتيجياً، حيث تقع ضمن منطقة البحر الأبيض المتوسط، هذه المنطقة تحتل المرتبة الأولى من حيث المقصد السياحي؛

5.1. ارتفاع الاستثمارات السياحية في العالم: لقد أدى ارتفاع الاستثمارات السياحية في العالم إلى ارتفاع الأنشطة السياحية والمتصلة بالشغل والأعمال، وهذا من جراء العولمة والتي أنتجت انتعاش السوق السياحي، حيث بلغ حجم الاستثمار في القطاع 948 مليار دولار سنة 2019 أي ما نسبته 4.3 % من إجمالي الاستثمار (WTTC, 2019)؛ <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>؛

2. وسائل وآليات تطوير القطاع السياحي:

لقد تبين لكثير من دول العالم القيمة الفعلية للسياحة من خلال إدراكها أن السياحة صناعة وطنية قائمة بذاتها، يتم استغلالها من أجل النهوض بالاقتصاد الوطني من جهة ومن جهة أخرى التخلي عن فكرة أن السياحة ترفيه فقط، حيث أصبحت تعتمد كلياً على السياحة بغية رفع دخلها الوطني وتحقيق الفائض في ميزان المدفوعات، وهذا ما جعل العديد من البلدان تتجه نحو تطوير هذا القطاع الحيوي من خلال عدة وسائل أهمها (توفيق، 1996، ص 199-207):

- العمل على تشجيع إقامة السواح لفترة أطول من خلال منح عدة تسهيلات، تحفيزات وامتيازات للسائح، والتي لها علاقة بتكاليف الإقامة بالإضافة إلى تحسين الخدمات السياحية وتنويع البرامج السياحية وهذا من أجل زيادة الانفاق السياحي؛

- التخلص من السوق السوداء بخصوص التعامل بالعملة الصعبة من خلال تنظيم ومراقبة التعامل بالعملة الصعبة بصورة قانونية وهذا من أجل حماية الاقتصاد الوطني؛

- تسهيل الإجراءات الجمركية بخصوص دخول البضائع التي يحتاجها السواح من جهة ومن جهة أخرى البضائع التي تحتاجها صناعة السياحة، الأمر الذي يؤدي في الأخير إلى تخفيض تكاليف الإقامة في المنشآت السياحية؛

- منح تسهيلات وامتيازات بخصوص الاستثمار في صناعة السياحة من خلال اعفاء شركات الاستثمار السياحي من الضرائب في بداية افتتاح المشاريع وتقديم قروض طويلة الأجل لشركات الاستثمار السياحي؛
- الاهتمام بالعنصر البشري العامل في صناعة السياحة من خلال التكوين الجيد في معاهد وكليات متخصصة في المجال السياحي والمقامة في البلد من أجل تقديم خدمات نوعية، إذ يعتبر العامل في مجال السياحة سفير لبلده؛

- الاهتمام بتطوير قطاع النقل عموماً وقطاع النقل السياحي خصوصاً اهتماماً كاملاً وهذا يخص وسائل النقل الثلاثة البري، الجوي والبحري من خلال تحسين خدمات النقل نوعاً وكماً؛

- تنشيط السياحة سواءاً من القطاع العام أو القطاع الخاص من خلال إقامة أي نشاط سياحي من شأنه الرفع من الطلب السياحي مثل إقامة المعارض الدولية، المسابقات الدولية، المهرجانات الثقافية والبطولات الرياضية؛



- نشر الوعي السياحي والذي يتم بواسطة ثلاث طرق هي:
 - تثقيف السياح: من خلال الترويج السياحي بواسطة عدة آليات سهلة وبسيطة؛
 - تثقيف العاملين في السياحة: إعادة التكوين بخصوص اكتساب مهارات جديدة في المعاهد والكليات؛
 - تثقيف مواطني البلد السياحي: من خلال ادخال مادة السياحة ضمن مناهج التدريس وعن طريق عقد ندوات تبين للمواطنين أهمية السياحة وما تحققة من نفع لهم بالدرجة الأولى.
- إصدار تشريعات تنظم القطاع السياحي والذي يحمي السائح والمواطن ووكلاء السفر والشركات السياحية؛
- الاهتمام بتوفير الأمن والسلامة داخل البلد السياحي؛
- تقليل القيود والإجراءات وتسهيلها بخصوص الحصول على التأشيرة السياحية؛
- الاهتمام بالبنى التحتية والفوقية؛
- الاهتمام بتطوير جهاز التسويق السياحي والاحصاء السياحي والتكامل بينهما؛
- الاهتمام بالتنمية السياحية المستدامة.

وبغية استفادة الاقتصاد الوطني من تزايد النشاط السياحي في الفترة المستقبلية، يجب أن يقوم بتطبيق استراتيجية شاملة ودقيقة لتنمية القطاع السياحي والتي تتمحور حول خمسة جوانب رئيسية هي (كافي، 2016، ص 76):

- دعم قدرة الإدارة السياحية؛
- تنمية ورفع مستوى الموارد البشرية العاملة في القطاع السياحي؛
- زيادة الاستثمار في المشاريع السياحية والبنية التحتية والفوقية اللازمة لها؛
- تفعيل وتطوير الترويج والتسويق السياحي؛
- الرفع من مستوى الخدمات السياحة والخدمات المرافقة لها كماً ونوعاً.

3. فرص وتهديدات القطاع السياحي في الجزائر:

للقطاع السياحي مجموعة من الفرص والتي تعتبر كنقاط قوة يمكن استغلالها بغية تطوير القطاع وتنميته، هذا من جهة، ومن جهة أخرى يواجه مجموعة من التهديدات والتي تعتبر كنقاط ضعفه، والتي يجب على الفاعلين في القطاع السياحي تحطيمها، كل هذا بهدف ترقية القطاع والرفع من مكانته ضمن مجموعة القطاعات الإنتاجية في الجزائر، ويكون ذلك بالمحافظة على الأسواق التقليدية مثل السوق التونسي، الفرنسي، المغربي، الإسباني، الصيني، التركي والإيطالي من جهة، ومن جهة أخرى خلق أسواق أخرى كأسواق كل من بريطانيا، هولندا، النمسا ودول الخليج العربي (قدي، 2017، ص ص 254-256):

1.3 فرص القطاع السياحي: من بين أهم فرص القطاع السياحي في الجزائر ما يلي:

- سيطرة فئة الشباب على تركيبة السكان في الجزائر، وهذا ما يؤدي إلى الارتفاع المستمر في قوة العمل في السوق؛



- ارتفاع المستوى التعليمي في الجزائر بفضل ارتفاع نسبة الالتحاق بالتعليم، وهذا ما يؤدي إلى تحسن كفاءة اليد العاملة في القطاع؛
- انخفاض سعر صرف العملة الوطنية مقابل أهم العملات الصعبة (1 دولار = 119.36 دج، 1 يورو = 133.71 دج: DGPP, 2019)، والذي يعتبر عامل جذب للسواح الأجانب من خلال انخفاض تكلفة الحصول على السلع والخدمات السياحية المباشرة وغير المباشرة؛
- تنوع المقومات السياحية الطبيعية والبشرية مما يؤدي إلى تنوع العرض السياحي؛
- امتلاك الجزائر لجالية كبيرة مقيمة في الخارج، وهذا يؤدي إلى ارتفاع عدد الوافدين والسواح إلى الجزائر بسبب تعلق هذه الفئة بالوطن واغتنامها قضاء العطل السنوية بالوطن، واستغلالها بتعريف أبنائهم بالجزائر؛
- عدم استقرار بعض البلدان المنافسة للجزائر في المجال السياحي كتونس وليبيا وسوريا؛
- صعوبة حصول المواطنين العرب على تأشيرة الدخول إلى البلدان الأوربية والولايات المتحدة الأمريكية وبعض البلدان الأخرى، وهذا ما يؤدي إلى نفورهم من التوجه إلى هذه الدول؛
- انخفاض معدلات الإصابة بالأمراض المعدية وخاصة الخطيرة منها كمرض السيدا، ووجود بيئة ملائمة لعدم الإصابة بهذه الأمراض.

2.3. تهديدات القطاع السياحي:

من بين أهم تهديدات القطاع السياحي في الجزائر ما يلي:

- ضبابية مرئية المنتج السياحي؛
- عدم معرفة استعمال التقنيات والآليات الجديدة والمستحدثة لاستكشاف الأسواق؛
- عدم مواكبة المؤسسات البنكية ومجمل الخدمات المالية المباشرة وغير مباشرة بالقطاع مع السياحة المعاصرة وخدماتها المرافقة؛
- عدم تكيف مؤسسات الحكمة، التنظيم والثقافة مع السياحة؛
- التأخر الحاصل في الترويج لصورة الجزائر عامة والترويج السياحي خاصة؛
- عدم وجود سوق مالي متطور وضعف السوق النقدي مما يقلص من فرص عمليات التمويل؛
- تعقيدات وتعسر إجراءات الحصول على التأشيرة؛
- ضعف وضوح وجلاء إعداد السياسات الاقتصادية الكلية والسياسات القطاعية؛
- ضعف خدمات النقل الجوي واحتكاره داخلياً من قبل الشركات العمومية؛
- صعوبة تأسيس وإطلاق مؤسسة سياحية من حيث طول الفترة الزمنية اللازمة لذلك.

الخاتمة:

لقد تبين لدول العالم المتقدمة والنامية في هذا القرن بأهمية السياحة في كل المجالات وخاصة أهميتها الاقتصادية، وهذه الأهمية تزداد من يوم لآخر، من خلال إدراكها أن السياحة صناعة قائمة بذاتها، وهذا ما جعل العديد من البلدان



تعمل على تطوير القطاع السياحي، والذي أصبح من القطاعات الرئيسية في جلب العملات الصعبة وجذب الاستثمارات الأجنبية، وبالتالي إسهامه في تحقيق الاستقرار الاقتصادي عن طريق التأثير المباشر وغير المباشر على الاقتصاد. وفي الجزائر ارتبط الاستقرار الاقتصادي بتحسين أسعار البترول في السوق الدولي، وهنا أيقنت الجزائر ضرورة التوجه نحو تنشيط القطاعات الإنتاجية والتي من بينها القطاع السياحي، وعدم الاعتماد فقط على قطاع المحروقات، وهذا بالنظر للنتائج الإيجابية التي حققها القطاع عالمياً، وفي بعض الدول السياحية والتي لا تملك ما تملكه الجزائر من مقومات ومغريات سياحية طبيعية وبشرية تساهم في عملية الجذب السياحي، أين يمكن استغلال هذه المقومات أحسن استغلال عن طريق خلق صناعة سياحية مواكبة للتطورات الحاصلة على المستوى العالمي، وفي هذا الصدد فالجزائر مازالت بعيدة كل البعد عن النتائج التي حققتها السياحة عالمياً، رغم السياسات المتبعة في القطاع من خلال إطلاق المخطط التوجيهي للتنمية السياحية، وبغية ترقية القطاع السياحي وجعله من القطاعات الإنتاجية الاستراتيجية قمنا بدراسة هذا الموضوع، أين توصلنا إلى تسجيل النتائج التالية:

■ تمتلك الجزائر من المقومات السياحية الطبيعية والبشرية ما يؤهلها بأن تصبح دولة سياحية بامتياز وتضاهي البلدان الرائدة سياحياً، في حالة ما إذا تم استغلال هذه المقومات من خلال تحويلها إلى عرض سياحي يُمكن من رفع الجذب السياحي؛

■ كل المقومات التي تزخر بها الجزائر تعتبر من دوافع السياحة المعروفة من جهة، ومن جهة أخرى بساط لتوفير كل أنواع السياحة؛

■ رغم كل ما تملكه الجزائر من مقومات سياحية غير أن استغلال هذه المقومات لم يرقى لمستوى خلق صناعة سياحية وتوسيعها، والتي تؤدي إلى زيادة العرض السياحي وبالتالي الرفع من عوامل الجذب السياحي؛

■ الآثار الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة للسياحة في الجزائر لا تعكس حجم المغريات والمقومات السياحية، هذه الآثار تبين ضعف مكانة القطاع السياحي كقطاع إنتاجي في الاقتصاد الوطني، وتبين كذلك بأن الجزائر مازالت بعيدة كل البعد عن التطورات المذهلة في السياحة عالمياً. باستطاعة الجزائر وضع آليات من أجل ترقية القطاع السياحي وجعله قطاع إستراتيجي بالنظر للمؤشرات الدافعة لذلك، وبالموازات مع اغتنام الفرص المتاحة وتخطي التهديدات والعراقيل من جهة أخرى.

وبغية تحقيق هذه النقطة الأخيرة والتي تمثل جوهر الهدف من هذا العمل يمكن تقديم بعض التوصيات، وفي هذا الإطار يمكن تقديم أهم توصيتين وهما كما يلي:

✓ لا يمكن النهوض بالقطاع السياحي مالم يتم النهوض بكل القطاعات الإنتاجية الأخرى، وإحداث التكامل الرأسي والأفقي بين القطاعات الإنتاجية وخاصة فروع القطاع الخدماتي.

✓ العمل على تحقيق التنوع الاقتصادي من أجل رفع مساهمة القطاع السياحي في التنوع الاقتصادي (التأثير العكسي).

بالإضافة إلى توصيات أخرى تصب كلها في خانة الرفع من عوامل الجذب السياحي كماً ونوعاً، وهي كما يلي:



- تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في القطاع السياحي من خلال توفير مناخ استثماري مناسب على كل المستويات؛
- العمل على إعطاء تسهيلات بخصوص تمويل المشاريع السياحية أو خلق بنك خاص بتمويل المشاريع السياحية؛
- رفع الاستثمار العام من جهة أخرى في القطاع السياحي لخلق المزيد من المشاريع السياحية وإعادة تأهيل وتقويم ما هو موجود منها في إطار تحديث القطاع مواكبة للتطورات الحاصلة في البلدان التي تحتل الصدارة سياحياً؛
- تشجيع المؤسسات السياحية الناجحة من خلال تقديم بعض الامتيازات الضريبية والتشريفات المعنوية؛
- عدم التركيز فقط في إقامة مواقع الايواء السياحي في المدن الكبرى فقط، وهذا بغية استغلال القطاع الاستغلال الجيد في كل المناطق السياحية؛
- استخلاص كل التجارب والنماذج السياحية من البلدان الرائدة في القطاع وخاصة تلك التي تمتلك مقومات سياحية مشاهمة من حيث الكم والنوع، وهذا من حيث تنمية المنتج السياحي وخلق صناعة سياحية؛
- ضرورة تشجيع السياحة الداخلية تجنباً للسياحة العكسية وما لها من آثار سلبية على الاقتصاد الوطني؛
- ضرورة الاهتمام بكل أنواع السياحة في الجزائر، وخاصة السياحة الشتوية وهذا بخلق منتجعات سياحية خاصة بهذا النوع من السياحة.
- الاهتمام بالبنية التحتية والفوقية كماً ونوعاً خاصة في مناطق الجذب السياحي، ونخص بالذكر (الطرق البرية، السكة الحديدية، المطارات، الفنادق، وكالات السفر)؛
- تحسين مستوى الخدمات المرافقة للخدمات السياحية وتبسيطها للسياح الأجانب بنفس أو أحسن من مستوى الخدمات المقدمة في بلدانهم الأصلية، وهنا نركز على خدمات النقل بحكم مساحة الجزائر الكبيرة وهذا بتوفير وتحسين خدمات كل أنواع النقل بما فيها النقل بالسيور المتحركة على مستوى المطارات؛
- مراجعة الأسعار المطبقة على الخدمات السياحية والخدمات المرافقة، من خلال وضع دراسة اقتصادية بالنظر لمستوى الأسعار على مستوى الدول المجاورة والبلدان الرائدة سياحياً؛
- الاهتمام بتوفير الأمن خاصة على مستوى المواقع السياحية وهذا من خلال توفير مراكز للأمن ومراكز للحماية المدنية والمراكز الصحية؛
- خلق جهاز أمني متخصص في القطاع السياحي أو ما يعرف بالشرطة السياحية؛
- الرفع من الوعي السياحي في الوطن من خلال وسائل الاعلام والاتصال وزيادة أساليب الترويج والتسويق السياحي؛
- الاهتمام بالجانب الإعلامي بغية الترويج السياحي للمقومات السياحية؛



- العمل على الترويج السياحي في الخارج بالاعتماد على مكاتب ووكالات سياحية في الخارج خاصة في البلدان ذات الكثافة السكانية العالية، وكذلك التي تتميز بارتفاع نصيب الفرد من الناتج الداخلي الخام أو ما يسمى بالدخل الفردي، وازدياد الوعي بثقافة السياحة؛
- الاهتمام بالقطاع الرياضي عامة والمنتخبات الوطنية خاصة، حيث أن القطاع الرياضي يُعَرَّفُ بالبلد بعدة طرق، خاصة في حالة تنظيم البطولات العالمية الكبرى وما تجلبه هذه الأخيرة من الأجانب، وبالتالي رفع الطلب الكلي من جهة ومن جهة أخرى التعرف على الأماكن السياحية في الجزائر خاصة البطولات التي تستغرق مدة طويلة؛
- استغلال فرص تنظيم المعارض والمؤتمرات الدولية في الجزائر من أجل التعريف بالمقومات السياحية في الجزائر والترويج لها.
- إعطاء الأهمية اللازمة للتكوين المهني في القطاع السياحي من خلال خلق معاهد ومراكز تكوينية حديثة مواكبة للتطورات الحاصلة للقطاع على المستوى العالمي، لأن السياحة تعتمد على الخدمات المقدمة من طرف العاملين في القطاع السياحي؛
- ضرورة الاهتمام بتعليم اللغات الأجنبية الأكثر استعمالاً في العالم كاللغة الإنجليزية للمرشدين السياحيين وكل العاملين في القطاع، مع مراعات الجانب الأخلاقي للمرشدين، وهذا بغية تجنب الحرج الذي قد يقع في مخاطبة السواح الأجانب وبالتالي جذب المزيد من السواح.
- خلق قاعدة معطيات في القطاع تخص البيانات والمعطيات الإحصائية، تطوير البرمجيات السياحية، ونشر مجالات بصفة منتظمة ودورية؛
- تطوير، تحديث وعصرنة الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي على شبكة الأنترنت.

قائمة المراجع:

- بظاظو، إبراهيم. (2010). السياحة البيئية وأسس استدامتها. الطبعة الأولى. الوراق للنشر. عمان. الأردن.
- بلحمري، خيرة. حفصي بونعبو، يسين. (2017). "مؤشرات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات تفعيله لتنمية الاقتصاد الوطني في ظل التحولات الاقتصادية". مجلة الاقتصاد والتنمية. 5(2). الجزائر: جامعة يحي فاس بالمدينة. 210-233. متاح على: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/32690> (تم الوصول اليه يوم: 20/05/2021).
- بولحبال، فريد. (2018). "مساهمة مقومات القطاع السياحي في دعم استراتيجية التنمية الاقتصادية وخلق الثروة في الجزائر". مجلة اقتصاد المال والاعمال. 3(2). الجزائر: جامعة الوادي. 171-184. متاح على: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/80255> (تم الوصول اليه يوم: 20/05/2021).
- توفيق، ماهر عبد العزيز. (1996). صناعة السياحة. دار زهراء للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.



- الحميري، موفق عدنان عبد الجبار. (2010). أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة. الطبعة الأولى. الوراق للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- شماسة، إيمان. (2019). "السياحة في الجزائر". متاح على: <https://mawdoo3.com> (تم الوصول اليه يوم: 2020/05/18).
- غنيم، عثمان محمد. سعد، نبينا نبيل. (1999). التخطيط السياحي. الطبعة الأولى. دار صفاء للنشر. عمان.
- قدي، عبد المجيد. (2017). الاقتصاد الجزائري بين الاصلاحات والارتحمان للنفط. دار هومة للنشر. الجزائر.
- كافي، مصطفى يوسف. (2016). فلسفة اقتصاد السياحة والسفر. الطبعة الأولى. دار الحامد للنشر. عمان.
- الوزارة الأولى. (2020). "مخطط عمل الحكومة". متاح على: www.premier-ministre.gov.dz (تم الوصول اليه يوم: 2020/05/25).
- وزارة السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي. (2019). "ملخصات التدفقات السياحية في الجزائر 2018-2013". متاح على: www.mtatf.gov.dz (تم الوصول اليه يوم: 2020/05/26)
- Atlas Mondial de Données. (2021). "Algérie- Recettes du tourisme international 1995-2019 ". Disponible sur www.knoema.fr. (Consulté le: 12/02/2021).
- Ministère des Finances-DGPP-. (2020). "Principaux Indicateurs Algérie". Disponible sur : www.dgpp-mf.gov.dz. (Consulté le : 28/05/2020).
- Ministère des Finances-DGPP-. (2019). "Emploi et Chômage 2000-2018 ". Disponible sur : www.dgpp-mf.gov.dz.
- World Travel and Tourism Council –WTTC-. (2019). " Research-Economic Impact". Available on: www.wttc.org. (Accessed on: 02/06/2020).
- World Travel and Tourism Council –WTTC-. (2018). " Economic Impact". Available on: www.wttc.org.
- World Travel and Tourism Council –WTTC-. (2020). " Economic Impact". Available on: www.wttc.org. (Accessed on: 02/06/2020).
- World Data Atlas. (2021). " Algeria- Travel and tourism total contribution to GDP 1995-2019". Available on: www.knoema.com. (Accessed on: 12/02/2021).
- 28- The World Bank. (2019). "Algeria- International tourism, expenditures (% of total imports) 1995-2019 ". Available on: www.albankaldawli.org. (Accessed on : 12/02/2021).