

الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة حالة الجزائر

د/ خالد كواش*

Resumé :

Le tourisme international a connu une évolution remarquable liée à celle des progrès scientifiques , technologiques et du développement socio-économique des différents pays et des différentes régions du monde ainsi qu'à l'état de la conjoncture politique internationale. Durant la période 1980-2000, les arrivées de touristes à l'échelle mondiale sont passées de 287 à 702 millions, durant la même période les recettes provenant de la commercialisation du produit touristique dans le monde sont passées de 106 à 621 milliards de dollars US.

المخلص:

شهدت السياحة العالمية تطورات متسارعة، مرتبطة بالتطورات العلمية والتكنولوجية و التنمية الإقتصادية و الإجتماعية لدول و مناطق عديدة، و كذلك الأوضاع السياسية الدولية، فخلال الفترة 1980-2000 التدفقات السياحية العالمية انتقلت من 287 الى 702 مليون سائح عالمي، و خلال نفس الفترة الأيرادات الناتجة عن تسويق الخدمات السياحية على المستوى العالمي انتقلت من 106 إلى 621 مليار دولار امريكي. بدأت السياحة العالمية تعرف التطور بداية من نهاية الحرب العالمية الثانية نظرا لتوفر عاملين مهمين: حرية انتقال الأشخاص و الأموال، التطور المذهل في وسائل النقل و خاصة النقل الجوي و الذي سمح بربط أبعد المناطق.

* أستاذ محاضر. بكلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، بن يوسف بن خدة - جامعة الجزائر سابقا.

مقدمة:

تعتبر السياحة ظاهرة من الظواهر الانسانية التي نشأت منذ أن خلق الله الأرض و من عليها فهي قديمة قدم الحياة و عريقة عراقة التاريخ فمنذ أزمان طويلة و الإنسان في حالة حركة دائمة بين السفر و التنقل بحثا عن أمنه و استقراره سعيا وراء رزقه و معاشه، ثم تحولت ظاهرة انتقال الإنسان لتحقيق رغباته و احتياجاته و شئون حياته اليومية إلى ظاهرة اجتماعية و ثقافية هدفها المتعة و الراحة و الثقافة و الاستجمام .

ترتبط السياحة مع قطاعات عديدة اقتصادية واجتماعية و ثقافية الأمر الذي جعل تحديد مفهومها يختلف حسب اختلاف التخصصات العلمية للجهات الدارسة لهذه الظاهرة ، فبالنسبة للاقتصاديين تعتبر هذه الظاهرة نشاط اقتصادي فهي حاجة وسلعة في آن واحد، أما بالنسبة للاجتماعيين فهي عبارة عن هجرة، علاقات إنسانية.

السياحة عبارة عن مجموعة الأنشطة المتعلقة بالسفر، التنقل والإقامة خارج مقر السكن العادي لأغراض متعددة، و أصبحت تعرف باسم صناعة القرن العشرين، لما حققته من نتائج و تطورات متسارعة، فهي تعتبر صادرات غير منظورة ، و بالتالي تحقيق إيرادات بالعملة الصعبة التي تؤثر على ميزان المدفوعات، تساهم في خلق مناصب عمل، على اعتبار أن السياحة تعتمد على العمل البشري بدرجة كبيرة، و بصفة عامة تساهم في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، فما هو واقع و آفاق السياحة في الجزائر؟

أولاً-تحديد مفهوم السياحة:

وردت العديد من المحاولات لتعريف السياحة حسب تعدد الجهات الدارسة للسياحة، فهناك من ينظر للسياحة على أنها ظاهرة اجتماعية ومنهم من ينظر للسياحة على أنها ظاهرة اقتصادية .

لفظ السياحة لغة يعني التجوال ، ساح في الأرض تعني ذهب و سار على وجه الأرض، و في الإنجليزية نجد أن to tour تعني يجول و يدور أما كلمة tourism فهو لفظ مستحدث و كان يطلق على طلاب العلم الإنجليز في أوروبا.(1)

وحتى يمكننا الوصول إلى تعريف عام وشامل للظاهرة السياحية، نورد بعض التعاريف العلمية المتخصصة.

1-تعريف "ROBERT Lanquard" (2) عرف السياحة كما يلي:
"السياحة عبارة عن مجموع الأنشطة البشرية التي تتعلق بالسفر، وصناعة تهدف إلى إشباع حاجات السائح....

7-تعريف المنظمة العالمية للسياحة : "OMT"

حسب المنظمة العالمية للسياحة، كلمة سياحة تحتوي على مفهوميين:(3)

أ-السائح: كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل بحيث أسباب الزيارة "السفر" تكون من أجل: الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة، أو من أجل القيام بأعمال عائلية، حضور مؤتمرات، ندوات علمية، ثقافية وسياسية.

كما عرفت لجنة الخبراء الإحصائيين التابعة لعصبة الأمم في سنة 1937 السائح بأنه كل شخص يزور بلدا غير البلد التي اعتاد الإقامة فيها لمدة لا تقل عن 24 ساعة، و على هذا الأساس فإن الفئات التي لم تعتبرها اللجنة من ضمن السائحين هي :

-الأشخاص الذين يسافرون الى بلد ما بغرض الحصول إلى وظيفة أو عمل بها .

-الدارسون بمختلف المراحل التعليمية

-الأشخاص الذين يأتون للإقامة الدائمة

-المسافرون الذين يعبرون الي بلد آخر

-المقيمون في مناطق الحدود

-الأشخاص الذين يقيمون في بلد و يعملون في بلد مجاور .

ب-المتجول (المتنزه): كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته المعتاد.

هذا التعريف ينطبق على السياحة الدولية فقط، والمنظمة العالمية للسياحة تبذل مجهودات لإعتماد هذا التعريف من طرف كل الدول الأعضاء في المنظمة، كون بعض الدول تعتبر السائح كل شخص يقيم بعيد عن مقر إقامته المعتادة ، فمثلا ألمانيا تعتبر الفرد سائح كل شخص يبقى أربعة أيام فأكثر خارج مقر إقامته، النمسا تعتبر السائح كل من يبقى ثلاثة ليالي فأكثر خارج مقر إقامته، بريطانيا، بلجيكا، هولندا، سويسرا، هذه الدول تعتبر السائح كل شخص يبقى أربعة ليالي خارج مقر إقامته المعتادة، إيطاليا أربعة أيام فأكثر، السويد خمسة أيام فأكثر. (4)

فمن خلال التعاريف السابقة كلها نستخلص أن :

السياحة عبارة عن نشاط مركب، يشمل العديد من القطاعات : النقل، الإيواء، الإطعام، التسلية وتكون لأسباب عديدة: الترفيه، الراحة، العلاج، الأعمال، الرياضة، الديانة.... وهي تؤثر وتتأثر بالمحيط الاجتماعي، الثقافي، الاقتصادي، السياسي، البيئي، التكنولوجي.

إن السياحة كغيرها من الأنشطة تخضع لمجموعة من القوانين والقواعد التي تنظمها، كما تحتاج إلى موارد بشرية ومالية معينة، تستعمل وفق أسلوب معين، لتلبية حاجات المجتمع الاجتماعية الثقافية والاقتصادية وعليه يمكن تحليل الظاهرة السياحية إلى العناصر التالية:

- رغبات وحاجات الناس إلى الراحة، الترفيه وقضاء أوقات الفراغ والسفر من أجل الإطلاع والاكتشاف والتعرف على العالم.

- الأدوات والتجهيزات والسلع التي تنظمها الدولة بهدف إشباع الحاجات السياحية، كالنقل بمختلف أنواعه، وسائل الإيواء، وسائل الترفيه و الراحة. فالسياحة تتميز عن غيرها من الأنشطة الأخرى لأنها مشكلة من مجموعة، من الأنشطة الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، والترفيهية لذا أصبح ينظر للسياحة من زاويتين: (5)

الأولى: وبمقتضاها تعتبر السياحة كظاهرة اجتماعية، ثقافية، صحية، وحضارية، تتمثل في رغبات الناس المختلفة التي فرضتها طبيعة المجتمع المعاصر، كالحاجة إلى الراحة والسفر والترفيه والتجوال والإستجمام والإطلاع وزيارة الآثار التاريخية والحربية وحضور التظاهرات العلمية، الثقافية، الرياضية والتجارية.

ج - توفر النقل: البري، البحري، الجوي .

د - توفر المنشآت السياحية الترويجية: كدور اللهو، التسلية، محلات بيع الهدايا التذكارية والسلع السياحية.

3- إن المنتج السياحي منتج مركب، فهو مزيج مشكل من مجموعة عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض، وتؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى في المجتمع. فالسواح يستهلكون مجموعة من السلع والخدمات منها التي تبيعها المنشآت السياحية كالإقامة الإطعام النقل الهدايا، التذكارات ودور اللهو...، ومنها ما يتعلق بالتي تبيعها المنشآت الأخرى (التجارية مثلا)، ومنها ما يتعلق بتسهيلات البنية الأساسية والخدمات الأخرى في البلد المضيف، وهذه المنتجات تتكامل مع بعضها البعض، بحيث لو إنخفض مستوى السلعة أو الخدمة في الفنادق أو المطاعم أو النقل أو الإجراءات الجمركية، إنخفض التدفق السياحي وتأثرت العناصر التي تساهم في تقديم المنتج السياحي ، فصناعة السياحة صناعة متكاملة، وبالمثل لو إرتفع مستوى السلعة أو الخدمة زاد التدفق السياحي وتأثرت العناصر وأثرت في القطاعات الأخرى (الدخل، العمالة...).

4 - إن السياحة الدولية منتج تصديري، يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار، لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية، ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكل الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي كمايلي: (7)

أ - تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية: فقد تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة، كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات

ج - توفر النقل: البري، البحري، الجوي .

د - توفر المنشآت السياحية الترويجية: كدور اللهو، التسلية، محلات بيع الهدايا التذكارية والسلع السياحية.

3- إن المنتج السياحي منتج مركب، فهو مزيج مشكل من مجموعة عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض، وتؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى في المجتمع. فالسواح يستهلكون مجموعة من السلع والخدمات منها التي تبيعها المنشآت السياحية كالإقامة الإطعام النقل الهدايا، التذكارات ودور اللهو...، ومنها ما يتعلق والتي تبيعها المنشآت الأخرى (التجارية مثلا)، ومنها ما يتعلق بتسهيلات البنية الأساسية والخدمات الأخرى في البلد المضيف، وهذه المنتجات تتكامل مع بعضها البعض، بحيث لو إنخفض مستوى السلعة أو الخدمة في الفنادق أو المطاعم أو النقل أو الإجراءات الجمركية، إنخفض التدفق السياحي وتأثرت العناصر التي تساهم في تقديم المنتج السياحي ، فصناعة السياحة صناعة متكاملة، وبالمثل لو إرتفع مستوى السلعة أو الخدمة زاد التدفق السياحي وتأثرت العناصر وأثرت في القطاعات الأخرى (الدخل، العمالة...).

4 - إن السياحة الدولية منتج تصديري، يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار، لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية، ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكل الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي كمايلي: (7)

أ - تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية: فقد تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة، كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات

في أسعار الصرف، التغيرات المناخية غير المنتظرة، بالإضافة الى قرارات الدول القاضية بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح للسائحين الخروج به.

ب - تتميز السياحة بمرونة عالية، لكل من السعر والدخل، وهذا يعني أن القرارات السياحية قد تتأثر كثيراً بالتغيرات الطفيفة في الأسعار والدخول، فبالنسبة للمرونة السعرية، فإنه يمكن تحديدها بسهولة، مقارنة بالمرونة الدخلية، نظراً لكون آثار المرونة السعرية تكون سريعة، أما التغيرات في الدخل فإنها تكون بصفة عامة أكثر تدرجاً ومن تم لا يتم تحديدها إلا بعد مدة من الزمن عادة سنة.

ج - موسمية النشاط: إن النشاط السياحي في غالبته نشاط موسمي فهناك عوامل تؤدي الى الموسمية أهمها تركيز العطل المدرسية والعطل في المنشآت الصناعية وغيرها في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في كل من الدول المصدرة والمستقبلة للسواح تدعو الى هذه الظاهرة، ومن الواضح أن سياحة الإجازات "العطل" والتي تمثل قنراً كبيراً في النشاط السياحي، وهي التي تدعم هذه الظاهرة. أما بالنسبة للأشكال الأخرى من النشاط السياحي (سياحة الأعمال، سياحة المؤتمرات...) لا تكون لها علاقة بمشكلة الموسمية التي تقضي في النشاط السياحي الى:

- يؤدي عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان الى آخر الى ضرورة تحقيق أرباح كافية خلال فترة الموسم لمواجهة التراجع خلال الفترات الباقية من السنة.

- ضياع المواد نتيجة تعطل الطاقة الإنتاجية، في الفترات غير الموسمية مما يؤدي الى وجود بطالة موسمية.

- إن التوسع في العرض، خلال فترة الموسمية يؤدي الى زيادة التركيز الموسمي، وقد بذلت محاولات عديدة للتخفيف من مشكلة الموسمية في القطاع السياحي، نذكر منها على سبيل المثال.(8)
- إطالة موسم العطل (الإجازات) توسيعاً لفترة النشاط الموسمي، من خلال تعديل التوزيع الزمني للطلب السياحي، كأن توزع مواعيد العطل بحيث تكون متعاقبة.
- تقرير عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر خلال السنة، وهو إتجاه قوي في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع، وخصوصاً تلك الدول التي يسود فيها شتاء قاسي مثل الدول الإسكندنافية، كندا وشمال الولايات المتحدة الأمريكية.
- تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة الموسمية، لإيجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار التمييزية.

ثالثاً- أنواع السياحة

- إنطلاقاً من تعريف النشاط السياحي يمكننا التمييز بين عدة أنواع من السياحة تبعاً لأغراضها فنجد: (9)
- سياحة المتعة (الترفيه، الإستجمام): تكون الزيارة فيها من أجل قضاء العطل (الإجازات) في الأماكن التي تشتهر بإعتدال الطقس أو بمناظرها الطبيعية وهدوء ربوعها وجمال شواطئها، صحاريها....
- السياحة الثقافية: تكون الزيارة فيها للمناطق الأثرية المشهورة بآثارها القديمة من مختلف الحضارات، ويهدف السائح من خلالها الى تنمية معارفه الثقافية.

- سياحة العلاج (الإستشفاء): الزيارة تكون فيها بهدف العلاج أو قضاء فترات النقاهة، وتكون في الأماكن التي تحتوي على المستشفيات ذات الطابع الخاص أو المصحات أو الأماكن الخاصة لعلاج حالات متميزة.
 - سياحة الرياضة: وتكون الزيارة فيها لأغراض رياضية بقصد ممارسة مختلف الألعاب والهوايات الرياضية والإشتراك في المسابقات والبطولات الرياضية، كتسلق الجبال وألعاب القوى.....
 - سياحة الأعمال (التجارية): تكون الزيارة بها بقصد تجاري يضعه السائح في إعتباره الأول، ويقوم بهذا النوع من السياحة رجال الأعمال والتجارة ويزورون فيها المعارض والأسواق التجارية الدولية، القيام بعقد الصفقات التجارية، والوقوف على أسعار المنتجات الحديثة في دول أخرى.
 - السياحة الدينية: فكرة الزيارة فيها تكون بقصد ديني، وتجرى في بعضها شعائر دينية معينة، وزيارة أماكن خاصة ذات طابع تاريخي وديني كالحج والعمرة.
- إن أسباب وأغراض السفر ليست المعيار الوحيد لتصنيف السياحة، حيث توجد معايير أخرى تتناسب ووسيلة السفر، المكان، الإتجاه، الوقت، الموسم، المدة، الفئة، العدد والأعمار.
- فحسب نوع وسيلة النقل المستعملة: نجد السياحة الجوية، البحرية، البرية، السكك الحديدية.
 - حسب إتجاهها ومكان مزاولتها: نجد السياحة الشاطئية، الصحراوية، الجبلية، المعدنية.....
 - حسب المدة: نجد سياحة الإقامة، سياحة العبور، سياحة نهاية الأسبوع.

- حسب الموسم: نجد السياحة الصيفية، السياحة الشتوية.....
 - حسب عدد السواح: نجد السياحة الفردية والعائلية، سياحة جماعية (مجموعات).
 - حسب نوع وسيلة الإيواء: نجد سياحة فندقية، شبه فندقية وسياحة التخييم...
 - حسب السن: نجد سياحة الشباب ، سياحة متوسطي الأعمار، سياحة كبار السن.
 - حسب الفئات الاجتماعية: نجد السياحة الرفاهية، السياحة الإجتماعية، السياحة الشعبية ...
 - حسب الموقع الجغرافي: هناك السياحة الداخلية و السياحة الإقليمية و السياحة الدولية.
- و هناك أنواع سياحية أخرى حديثة تتمثل عموما في: السياحة البديلة، سياحة المعاقين، سياحة التسوق، سياحة الحوافز....
- رابعا - أهمية و آثار السياحة:

تعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم التي تساهم في دعم الاقتصاد الوطني، و ينفق المستهلكون في الدول المتطورة على السفر و السياحة أكبر مما ينفقون على السلع و المواد الأخرى، و تتمثل الأهمية الاقتصادية للسياحة فيما تجذبه للبلد من عملة صعبة و التأثير على ميزان المدفوعات، و توفير مناصب العمل و القضاء على البطالة، و سنحاول معالجة أهمية و اثار السياحة من خلال النقاط التالية: (10)

1- الأهمية الإقتصادية للسياحة:

استمرت السياحة في التطور كنشاط انساني، محققة مزايا عديدة مما دفع العديد من الدول الى الاهتمام بها و العمل على زيادة عائداتها، فصناعة السياحة تعتبر اكبر صناعة في العالم حيث تساهم في الإقتصاد العالمي بما قيمته ألفا مليار دولار أمريكي، و تلعب السياحة دورا هاما في تحقيق التنمية الإقتصادية للدول من خلال ما تحققه من مزايا و فوائد عديدة تعود على المجتمع، من خلال الاستثمارات المختلفة الموجهة الى القطاع السياحي، و ترجع أهمية السياحة الى تأثيراتها الإقتصادية المختلفة و التي تأتي في مقدمتها:

- تعتبر السياحة مصدرا هاما من مصادر الدخل بالعملات الصعبة نتيجة بيع الخدمات السياحية و السلع المتعلقة بها، و حققت بعض الدول أرقام كبيرة للنواتج السياحي، مما ينعكس أثره على تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات فالسياحة تمثل صادرات غير منظورة و عنصر أساسي من عناصر النشاط الإقتصادي.

- تعتمد السياحة على العامل الإنساني اعتمادا كبيرا، فهي بذلك تهدف الى تحقيق فرص عمل كثيرة، و حسب تقارير المجلس العالمي للسياحة و السفر، فان صناعة السياحة ساهمت في ايجاد أكثر من مليون فرصة عمل شهريا بشكل مباشر أو غير مباشر في جميع أنحاء العالم خلال عام 1997، و حسب خبراء السياحة فان كل غرفة فندقية تنشئ 2.75 فرصة عمل في مجالات مختلفة.

- السياحة وعاء ضريبي مهم، حيث تستطيع الدولة تحقيق زيادة كبيرة في إيراداتها العامة عن طريق السياحة من خلال تحصيل أنواع مختلفة من الضرائب و الرسوم التي تفرض على الأنشطة و الخدمات السياحية .

2- الأهمية الإجتماعية و الثقافية للسياحة:

ينتج عن انتقال السياح ذوى اللغات و العادات و الديانات المختلفة، من منطقة الى اخرى، مجموعة من الآثار الاجتماعية و الثقافية و التي تتمثل في: (11)

-التحولات الطبقيّة: تشجع السياحة كثير من الأشخاص على ممارسة النشطة السياحية، مما يؤدي الى زيادة دخلهم و مكاسبهم و ارباحهم و يرفع مستوى حياتهم الاقتصادية و الاجتماعية، و ينقلهم من شريحة اجتماعية معينة الى شريحة اجتماعية أعلى .

-الإهتمام بالتراث و العادات و التقاليد و المعالم و التراث الشعبي و الفني .

-التطور الإجتماعي: تعتبر السياحة أحد أهم أسباب التطور الإجتماعي في الدول السياحية ، حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار و الإهتمامات و الثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم و مشاهدتهم و اتصالهم المباشر مع السياح و هو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي.

-التبادل الثقافي: تعمل السياحة على زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين من مختلف الجنسيات و بين شعوب الدول المستقبلية لهم، حيث

يكتسب كل منهم بعض المقومات الثقافية للأخر، مما يؤدي الى التقليل من الفوارق و الاحترام المتبادل.

بالإضافة الى الأهمية الإقتصادية و الإجتماعية للسياحة هناك مجموعة من الآثار لا تقل عنها أهمية، منها التأثير على البيئة، التأثير على ارتفاع الأسعار، التأثير على السكان و العمران.

و حتى نقف على حقيقة الأهمية الإقتصادية و الإجتماعية للسياحة، نقدم بعض المؤشرات المتعلقة بالسياحة العالمية و المتمثلة في تطور التدفقات السياحية و النقدية العالمية، و أهم الوجهات السياحية العالمية من حيث التدفقات و مستوى المداخل كمايلي:

جدول رقم:01 تطور التدفقات السياحية العالمية من حيث الوصول الدولي

و المداخل

السنة	الوصول الدولي > مليون سائح <	إيرادات > مليار دولار امريكي <
1980	287	106
1985	327	117
1990	458	266
1995	564	399
2000	702	621
2010	*1.018	*1.550
2020	*1.600	---

*: توقعات المصدر: المنظمة العالمية للسياحة 2000

يبين الجدول السابق تطور حركة السياحة العالمية لسنوات 1980، 1985، 1990، 1995، 2000 و توقعات 2010 و 2020، و يتضح أن التدفقات السياحية شهدت تطورات جد سريعة، فمن 287 مليون سائح فقط سنة 1980، وصل العدد الى أكثر من 700 مليون سائح في سنة 2000، و يتوقع أن يتجاوز العدد مليار و نصف المليار من السياح في أفاق سنة

2020، نفس الشيء بالنسبة للإيرادات فهي الأخرى شهدت تطورات مذهلة فمن 106 مليار دولار أمريكي سنة 1980، و وصلت الى 621 مليار دولار أمريكي سنة 2000 و يتوقع أن تصل الى أكثر من مليار و نصف دولار أمريكي في غضون سنة 2010، أما بالنسبة للإتجاهات السياحية العالمية فهي متركزة في خمس دول كما يوضحه الجدول الموالي :

جدول رقم 02: الخمس وجهات السياحية الأولى عالميا

الوصول الدول	الدولي					إيرادات		
	الترتيب	2001 و.مليون سائح	معدل تطور 01/02	تقديرات 2002 بالمليون	الحصة في السوق	الترتيب	2001 و.مليون أورو	الحصة في السوق %
فرنسا	01	75.2	2.0	76.7	10.7	3	33.5	4.7
إسبانيا	02	50.1	3.3	51.7	7.2	2	36.7	5.1
وج.أ	03	45.5	0.1-	45.4	6.4	1	80.7	11.3
إيطاليا	04	39.1	1.0	--	--	4	29.0	4.1
الصين	05	33.2	11.0	36.8	5.1	5	19.9	2.8

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة جانفي 2003

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن التدفقات السياحية العالمية متركز في دول خمس تعتبر من الدول المتطورة، و اهم وجهة سياحية عالمية من حيث التدفقات في سنة 2000 هي فرنسا بأكثر من 75 مليون سائح، تليها كل من إسبانيا، الولايات المتحدة الأمريكية، إيطاليا ثم الصين بأكثر من 33 مليون سائح، أما بالنسبة للإيرادات فهي متركزة في نفس الدول و لكن ليس بنفس الترتيب، حيث أن المرتبة الأولى كانت للولايات المتحدة الأمريكية بأكثر من 80 مليار أورو دولار كإيرادات ناتجة عن السياحة العالمية خلال سنة 2000، تليها إسبانيا، ثم فرنسا، إيطاليا و أخيرا الصين بأكثر من 19 مليار أورو.

و في افريقيا بلغت حصتها من السياحة العالمية في سنة 2000، نحو 26.9 مليون سائح من أصل 698.3 مليون سائح على المستوى العالمي، و كانت أهم اتجاهاتها موضحة حسب الجدول الموالي:

جدول رقم 03: ترتيب السياحة في إفريقيا سنة 2000

الدول	الوصول الدولي	التغير 2000/1999 نسبة مئوية
جنوب افريقيا	6108000	+1.4
تونس	5057000	+4.7
المغرب	4100000	+7.4
كينيا	1226000	+30.0
الجزائر	859000	+13.8
زيمبابوي	840000	-60.0
جزر موريس	636000	+10.1
زامبيا	574000	+25.9

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة 2001.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن اهم الاتجاهات السياحية في افريقيا كانت في اتجاه جنوب افريقيا بأكثر من 6 ملايين سائح، تليها تونس بأكثر من 05 ملايين سائح، ثم المغرب بأكثر من 04 ملايين سائح، ثم كينيا بأكثر من مليون سائح، ثم الجزائر بحصة متواضعة تقدر ب 859000 سائح فقط، لكنها عرفت نسبة نمو تقدر ب 13.8% مقارنة بسنة 1999، و حتى نحكم على وضعية السياحة في الجزائر لا بد من دراسة و تحليل بعض المؤشرات ومقارنتها مع بعض الدول و هو ما سوف نعالجه في النقطة الموالية من هذه الدراسة.

خامسا- مؤشرات السياحة في الجزائر:

شهدت السياحة تطورات سريعة، و حققت نتائج معتبرة في العديد من الدول، و أحسن مثال بالنسبة إلنا هو الدول المجاورة، المغرب و تونس، اللتان حققتا نتائج جد معتبرة، فماهي النتائج السياحية المحققة في الجزائر؟ و هل هذه النتائج هي في المستوى، مقارنة بالنتائج المحققة في تونس و المغرب؟

سوف نقتصر في دراسة المؤشرات السياحية على: طاقات الإيواء السياحي المحققة، التدفقات السياحية و النقدية و عدد مناصب العمل المحدثة.

1- طاقات الإيواء السياحي المحققة:

تعتبر طاقات الإيواء السياحي مؤشر مهم يعكس مدى الأهتمام بالقطاع السياحي من حيث الإستثمارات، فهاهو مستوى هذه الطاقات المحققة في الجزائر؟ الجدول الموالي يوضح تطور عدد الفنادق و عدد الأسرة خلال الفترة 1985-1999 .

جدول رقم 04 : تطور عدد الفنادق و الأسرة خلال الفترة 1985-1999

السنوات	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
عدد الفنادق	270	380	480	493	510	605	653	659	740	781	800
عدد الأسرة	32400	53800	55000	55900	57300	60200	62000	64700	65700	71000	76000

المصدر: وزارة السياحة

من خلال الجدول السابق نلاحظ التطور المستمر في عدد الفنادق، فقد انتقل العدد من 270 فندق فقط، في سنة 1985، الى نحو 800 فندق في

سنة 1999، و نفس الشيء بالنسبة لعدد الأسرة فهو الآخر تضاعف تبعا لتضاعف عدد الفنادق فمن 32400 سرير سنة 1985، وبلغ عدد الأسرة سنة 1999، 76000 سرير، هذه الأرقام تعتبر مهمة و لكن اذا ما قورنت بمثيلتها في كل من تونس و المغرب، فانها لا تمثل سوى أرقام بسيطة ، فقد بلغ عدد الفنادق في المغرب سنة 1999 ، 1671 فندق بطاقة اجمالية تقدر بنحو 224000 سرير، أما في تونس فقد بلغ عدد الفنادق 722 فندق بطاقة اجمالية تقدر بنحو 191955 سرير خلال سنة 1999.

2- التدفقات السياحية :

أهمية السياحة و اثارها المختلفة تعكسها، أهمية و قيمة التدفقات السياحية، على اعتبار أن السائح هو المستهلك للمنتج السياحي أو هو مصدر الإنفاق، فما هو عدد السياح الوافدين الى الجزائر؟ الجدولين المواليان يوضحان تطور الحركة السياحية في اتجاه الجزائر خلال الفترة 1990-2000، و مقارنة لتوافد السياح الى المغرب العربي خلال الفترة 1997-2000.

جدول رقم 05: توزيع توافد السياح الي الجزائر في الفترة 1990-2000

السنة	الأجانب	جزائريون مقيمون في الخارج	المجموع
1990	685815	51103	1136918
1991	722682	470528	1193210
1992	624096	4954528	1119548
1993	571993	555552	127545
1994	336226	468487	804713
1995	97648	421916	519576
1996	93491	511477	604968
1997	94832	539920	634752
1998	107213	571234	678448
1999	147611	607675	755286
2000	175538	690446	865994

المصدر : وزارة السياحة و الصناعات التقليدية

جدول رقم 06: تطور عدد السياح في المغرب العربي خلال الفترة 1997-2000

السنة	الجزائر	المغرب	تونس
1997	634752	3071668	3271623
1998	678448	3227537	4795201
1999	755286	3814014 نهاية سبتمبر	874126 نهاية مارس
2000	859000	4100000	5057000

المصدر : وزارة السياحة و الصناعات التقليدية 2001.

من خلال الجدولين السابقين نلاحظ أن الحركة السياحية شهدت تطور بين سنتي 1990 و 1991، ثم بدأت تعرف تراجعاً بسبب الأوضاع التي شهدتها الجزائر في تلك الفترة، و مع تحسن الأوضاع بداية من سنة 1996، بدأت الحركة السياحية تنتعش في اتجاه الجزائر ، لكن ما يلاحظ

هو أن نسبة كبيرة من السياح تتمثل في المواطنين المقيمين في الخارج، ففي سنة 2000، بلغ العدد الإجمالي للسياح الوافدين الى الجزائر 865994 سائح، منهم 175535 سائح أجنبي و الباقي مواطنون مقيمون في الخارج، بينما بلغ عدد السياح خلال نفس السنة في تونس أكثر من 5 ملايين سائح و في المغرب أكثر من 4 ملايين سائح، و هو ما يعكس التخلف و التأخر الكبير الذي تعيشه السياحة في الجزائر، و هو ما يستدعي القيام بإجراءات مستعجلة للنهوض بالسياحة في الجزائر.

3- مناصب العمل:

من بين الأهداف المهمة للسياحة هو احداث مناصب عمل، و خاصة و أن السياحة تعتمد بدرجة كبيرة على العمل البشري، و مختلف دول العالم تعاني من مشكلة البطالة، و يعتبر النشاط السياحي من أهم الأنشطة التي تساهم في الحد من البطالة، فما هو عدد مناصب العمل المحدثة في القطاع السياحي في الجزائر؟ ، الجدول الموالي يوضح تطور عدد عمال القطاع السياحي خلال الفترة 1985 -1999.

جدول رقم 07: تطور عدد عمال القطاع السياحي خلال الفترة 1985-1999

السنة	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	98/99 %
العدد	10054	10897	7723	8522	10807	11437	12067	5.5

المصدر : الديوان الوطني لأحصائيات

من خلال الجدول السابق نلاحظ تطور عدد عمال القطاع السياحي فمن 10054 عامل سنة 1985، وصل العدد الى 12067 عامل

خلال سنة 1999، و تطور عدد العمال يكون بحسب تطور القطاع السياحي ككل من حيث المنشآت و من حيث الرواج، و هو ما يفسر الفرق المشاسع في عدد عمال القطاع السياحي في الجزائر و عدد العمال القطاع السياحي في كل من تونس و المغرب، فقد بلغ عدد عمال القطاع السياحي في تونس سنة 1999، نحو 345512 عامل، و في المغرب في سنة 1999 بلغ العدد 620000 عامل .

خلاصة و توصيات:

شهدت السياحة تطورات سريعة ومستمرة والتي تعكس مدى أهمية هذه الظاهرة التي أصبحت تشكل اليوم أكبر صناعة في العالم، فهي عبارة عن نشاط متعدد يعرف بكافة العوامل والظواهر الخاصة بالسفر والإقامة خارج مقر الإقامة المعتاد لترفيهه، الراحة، الأعمال، العلاج، الرياضة... ولها أشكال خاصة بها مثلها مثل كافة القطاعات الاقتصادية الأخرى.

وتحتل مكانة هامة في السياسة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لكثير من الدول لأنه لا يمكن تصور تنمية سياحية دون توفير هياكل أساسية قاعدية كشبكات النقل والمواصلات، المرافق الخدمية التجارية والصناعية، الظروف الأمنية اللازمة، فإذا توفرت كل هذه الشروط إلى جانب توفر أولا وقبل كل شئ المادة الخام المتمثلة أساسا في الموارد السياحية (طبيعية، البشرية، التاريخية)، تستطيع السياحة أن تشكل قطاعا اقتصاديا يساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، و يساهم في تمويل الاقتصاد الوطني، في خلق مناصب عمل مباشرة وغير مباشرة وفي تنشيط القطاعات الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بها، و من خلال ما سبق يتضح أن للسياحة أهمية:

- 1- من الناحية الإقتصادية في الحصول على العملات الصعبة و تغطية العجز في ميزان المدفوعات.
- 2- بناء و تطوير طرق المواصلات المختلفة البرية، البحرية و الجوية.
- 3- إنشاء و تطوير البنية التحتية.
- 4- إحلال السلام.
- 5- تطوير وسائل و طرق الاتصالات.
- 6- نشر الثقافة العامة، و ثقافة السلم.
- 7- تطوير البلد بصورة عامة.
- 8- زيادة و تطوير الخدمات للمواطنين.
- 9- تطوير خدمات البنوك و عمليات تحويل العملة.
- 10- انشاء مناصب عمل.

في الجزائر لا تزال السياحة مهمشة و تعاني الواقع المر، فهي لا تزال بعيدة كل البعد عن واقع السياحة في دول الجوار (المغرب و تونس) على الرغم من توفر الجزائر على مقومات طبيعية و تاريخية و حضارية تؤهلها لأن تصبح وجهة سياحية مهمة في حوض المتوسط و خاصة في ظل المعطيات الجديدة المحلية و الدولية: اقتصاد السوق، الشراكة مع المجموعة الأوروبية، و الإنضمام المستقبلي للمنظمة العالمية للتجارة.

فالجزائر لها طاقات سياحية معطلة، إن أحسنت استغلالها ستحقق نتائج لا يستهان بها، و حتى تلعب السياحة الدور المنتظر يجب على الدولة أن تقوم بمايلي:

- 1- إعطاء أهمية كبرى للتخطيط السياحي السليم، و التركيز على دراسات الجدوى الإقتصادية و البحوث السياحية و التسويق السياحي.

- 2- التركيز على بناء مؤسسات تعليمية و تكوينية سياحية و فندقية بمستويات عليا و الإستفادة من تجارب الدول المتقدمة في المجال السياحي، لأن السياحة تعتمد على الخدمة و الخدمة يقدمها الإنسان لذا يجب التركيز على تدريب و تثقيف و تكوين العاملين في مجال السياحة لأنهم يعتبرون سفراء لبلدانهم في أي مكان يعملون به.
- 3- يجب الاهتمام بالتنظيم الفعال و المتكامل للمؤسسات السياحية.
- 4- يجب الإعتماد على الإحصائيات و البحوث و الاستبيانات و تطويرها بحيث تؤدي الى الحصول على المعلومات الجيدة و المعتمدة بحيث يمكن التطوير و بناء الاحتمالات على أساسها، و يجب دراسة الواقع المثالي و الاعتماد على الأرقام الفعلية.
- 5- تشجيع الإستثمار السياحي الوطني و الأجنبي من خلال سن قوانين تحفيزية، و تقديم تسهيلات في مجال القروض، و انشاء بنك سياحي، و اعتماد التخفيضات و التسهيلات الضريبية.
- 6- الإهتمام بالتراث الحضاري و تشجيع قطاع الصناعات التقليدية.
- 7- الإهتمام بالشراكة و خاصة مع الدول التي حققت نتائج جد معتبرة في المجال السياحي.

الهوامش:

- (1) هدى سيد لطيف: السياحة النظرية و التطبيق، الطبعة الأولى، الشركة العربية للنشر و التوزيع، 1994، القاهرة، ص 10.
- (2) Robert Lanquard, Le tourisme international, serie que sais-je?, paris, PUF, 1980, p1.
- (3) Gerard Guibilato: Economie Touristique, Delta et Spes, Suisse, 1983 , p10.

- (4) R.christine, Le tourisme Publication Universitaires D'études Européennes, Genève, 1985, p190.
- (5) R.Baratje, La consommation Touristique, une Contribution, Berger-Levrault, Paris:1972, p12.
- (6) نبيل الروبي: التخطيط السياحي: مؤسسة الثقافة الجامعية: الإسكندرية، 1987. ص 14.
- (7) نبيل الروبي: مرجع سبق ذكره، ص15.
- (8) نبيل الروبي: مرجع سبق ذكره، ص16.
- (9) ماهر عبد الخالق السيسي: مبادئ السياحة. مطابع الولاء الحديثة، القاهرة، 2002، ص 52.
- (10) محمد خميس الزوكة: صناعة السياحة من منظور جغرافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995، ص270.
- (11) هدى سيد لطيف: مرجع سبق ذكره، ص 44.

المراجع:

المراجع باللغة العربية :

- 1- هدى سيد لطيف: السياحة النظرية و التطبيق، الطبعة الأولى، الشركة العربية للنشر و التوزيع، 1994، القاهرة.
- 2- المجموعة الإحصائية السنوية للجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات، نشرة 1991،
- 3- نبيل الروبي: التخطيط السياحي: مؤسسة الثقافة الجامعية: الإسكندرية، 1987
- 4- نبيل الروبي: نظرية السياحة، مجموعة دراسات سياحية رقم 1، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية ، 1991

- 5- نبيل الروبي: اقتصاديات السياحة، مجموعة الدراسات السياحية رقم 02، مؤسسة الثقافة الجامعية .
- 6- ماهر عبد الخالق السيبي: مبادئ السياحة، مطابع الولاء الحديثة، القاهرة، 2002،
- 7- ماهر عبد العزيز توفيق: صناعة السياحة ، دارزهران، عمان، 1997.
- 8- ه.روبينسون: جغرافية السياحة ترجمة محبات أمام، الجزء الأول، دار المعارف، القاهرة، 1985.
- 9- محمد خميس الزوكة: صناعة السياحة من منظور جغرافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995.
- 10- صلاح الدين عبد الوهاب: في التخطيط السياحي، الدار القومية للطباعة و النشر، القاهرة، 1969.
- 11- يسرى دعبس: السياحة، سلسلة الدراسات السياحية و المتحفية رقم 09، الملئقى المصرى لإبداع و التنمية، الإسكندرية، 2001.
- 12- يسرى دعبس: الجذب السياحي، سلسلة الدراسات السياحية و المتحفية رقم 10، الملئقى المصرى لإبداع و التنمية، الإسكندرية، 2001.
- 13- يسرى دعبس: العولمة السياحية ، سلسلة الدراسات السياحية و المتحفية رقم 11، الملئقى المصرى لإبداع و التنمية، الإسكندرية، 2001
- 14- محسن أحمد الخضيرى: التسويق السياحي، مكتبة مدبولى، القاهرة، 1989.
- 15- الجمعية المصرية لخبراء السياحة العلميين: الكتاب السنوى للسياحة و الفنادق (كتاب متخصص محكم)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1998.

16- محمد حسين بازرعة و شوقي محمد حسين: التمثيل السياحي الخارجي، دليل عمل، الشركة العربية للنشر و التوزيع، القاهرة، 1998.

المراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Ahmed Tissa ; .Economie touristique et aménagement de territoire .Opu .Alger.1993
- 2- G.Wackermanne: Tourisme International: Paris: 1988
- 2- Robert Lanquard: Le tourisme International, série que sais-je? ,Paris, PUF, 1980
- 4- J.P. Lozato: Géographie du Tourisme: Masson, Paris: 1990
- 5-Gerard Guibilato: Economie Touristique, Delta et Spes, Suisse, 1983
- 6- R.christine,Le tourisme .Publication Universitaires D'études Europeenes, Geneve, 1985.
- 7-Heddar Belkacem : Rôle Socio-économique du tourisme cas de l'Algérie, Opu.1988
- 8- Sellal Mokhtar : Production Touristique, SNED, Alger, 1980.
- 9-VELLAS.S ; Tendances du Tourisme International ; Economica, Paris, 1987
- 10- R. Baratje: La Consommation Touristique, une Contribution:Bergers-Levrault: Paris:1972