

السياحة في الجزائر: قراءة اقتصادية في مؤشرات الأداء الكلي

Tourism in Algeria: an economic reading in the overall performance indicators

د/ كشيبي حسين*
kechitti.hocine@univ-guelma.dz
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

أ.د/ بوقموم محمد
boukamoum.mohamed@univ-guelma.dz
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

د/ حجاج عبد الحكيم
hadjadj.abdelhakim@univ-guelma.dz
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

تاريخ الاستلام: 2020/10/15 تاريخ قبول النشر: 2020/11/13 تاريخ النشر: 2020/12/31

الملخص:

يلعب قطاع السياحة دورا بالغ الأهمية في الاقتصاد الوطني، فقد أصبح هذا القطاع محركا للنمو الاقتصادي بامتياز في العديد من البلدان بفضل مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي والإيرادات التي يولدها ومناصب الشغل التي يوفرها في هذا القطاع وأيضا مقدار رأس المال الذي يتم استثماره فيه. في هذا السياق، تهدف هذه الدراسة إلى إجراء تحليل وتقييم للوضع الحالي لقطاع السياحة في الجزائر، من خلال القيام باستعراض لبعض المؤشرات الاقتصادية الكلية التي تتيح وصف وتقدير الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة. ومن أهم النتائج الرئيسية لهذه الدراسة أن مساهمة النشاط السياحي وتأثيره في أداء الاقتصاد الجزائري كان أقل فاعلية ولم يؤدي إلى تحقيق الأهداف المنشودة.

الكلمات المفتاحية: السياحة، المؤشرات الاقتصادية الكلية، الأداء الاقتصادي، الاقتصاد الجزائري.

تصنيف JEL : L83 , O11 .

* المؤلف المرسل: حسين كشيبي

Abstract:

The tourism sector plays a very important role in the national economy, it has become an engine of economic growth par excellence in many countries thanks to its share in the GDP, the revenues it generates, the jobs created, and the amount of capital invested. In this context, this study aims to carry out an analysis and an assessment of the current situation of the tourism sector in Algeria through the exposure of some macroeconomic indicators which allow describing the size and the economic importance of tourism. Among the main results of this study, it appears that the impact and contribution of tourism activity on Algeria's economic performance indicators is less effective. In addition, it does not meet the desired objectives.

Keywords: Tourism, Macroeconomic indicators, Economic performance, Algerian economy.

Jel Classification Codes: O11, L83.

I - مقدمة

السياحة بالنسبة للجزائر قطاع بالغ الأهمية وإن كان التعاطي معه في الواقع غير ذلك، وهذا ما يجعل من الأولويات الكبرى إيلاء الدعم الكافي لتطويره وتنشيطه، فالجهود المبذولة من قبل الجهات المعنية بالسياحة في الجزائر ليست بمستوى الطموح خاصة و أن الجزائر بلد يمتلك قاعدة كبيرة من مقومات التنمية السياحية (التمثلة في المقومات الطبيعية، المقومات الأثرية والتاريخية، مقومات دينية) لو تم استغلالها استغلالا أمثلا لأصبحت مقصدا سياحيا عربيا وعالميا متميزا له آثار اقتصادية واجتماعية جد ايجابية على المجتمع والاقتصاد الوطني، فالسياحة في الجزائر قطاع واعد يعول على مساهمته في دعم الاقتصاد الوطني ومساعدته على تجاوز التحديات الراهنة التي تواجهه، وإذا ما تمت الاستفادة من هذا القطاع الواعد بالشكل الصحيح، فإنه سيكون قادرا إلى جانب قطاع الزراعة على لعب دور محرّك النمو في الاقتصاد الجزائري في المستقبل القريب ومرحلة ما بعد النفط.

1 - الإشكالية

تمثلت المشكلة البحثية لهذه الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: فيما تتمثل المساهمة الاقتصادية لقطاع السياحة في الجزائر، وما موقعها من مؤشرات الأداء الكلي؟

2- التساؤلات الفرعية

- ما هو المقصود بالسياحة ولماذا تركز التوجهات الاقتصادية الحالية على هذا القطاع؟
- ما هي مكانة السياحة في التنمية الاقتصادية؟
- كيف كانت مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني؟

3 - فرضية الدراسة

تتطلق الدراسة من فرضية أساسية مفادها:

- السياحة في الجزائر مهمشة ومساهمتها في التنمية وفي تدعيم مختلف المؤشرات الاقتصادية الكلية جد متواضعة.

4 - أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من كونها تعالج موضوع حيوي يحض باهتمام الخبراء وصناع القرار الاقتصادي على الصعيدين الدولي والمحلي بصفة خاصة، لا سيما إشكالية الوضع الراهن وسعي الدولة الجزائرية نحو التنويع الاقتصادي من خلال تنمية وتطوير قطاع السياحة كأحد البدائل التنموية لقطاع المحروقات.

5 - هيكل الدراسة

تطلب معالجة هذا الموضوع تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور رئيسية:

- الإطار النظري للسياحة.
- مقومات السياحة وأهميتها في التنمية الاقتصادية.
- قراءة في الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر.

6 - أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى توجيه الاهتمام نحو إبراز أهمية السياحة كقطاع له وزنه الاقتصادي خاصة وأن طبيعة المرحلة التي تمر بها الجزائر تستدعي الاهتمام بكل الطاقات المتاحة ولعل من أهمها القطاع السياحي.

7 - منهج الدراسة

لدراسة هذا الموضوع تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي، حيث تم اعتماد المنهج الوصفي في اعطاء شرح للإطار النظري للسياحة، أما المنهج التحليلي فقد تم اعتماده في تحليل الإحصائيات المتحصل عليها.

II - الإطار النظري للسياحة

1 - مفهوم السياحة

السياحة لا تقف على تعريف واحد بذاته لأن لها أنواع مختلفة، وتعريف كل منها يعتمد على الغرض الذي تقوم من أجله، وقد اختلفت آراء كل من علماء الاقتصاد والاجتماع لجوهر ومفهوم السياحة، فعلماء الاقتصاد ينظرون إلى السياحة طبقا لكل من الطلب والعرض السياحي أي خدمات السفر والمواصلات والإقامة وكل ما يتصل بالرحلة السياحية من خدمات و سلع ووسائل إقامة وترفيه، أما علماء الاجتماع فينظرون إلى السياحة على أنها رغبة الأفراد (السياح) في التعرف على العديد من العادات والتقاليد والعلاقات الاجتماعية والثقافية للشعوب المختلفة (إجلال راتب العقيلي، محمود عبد الحي وأخرون، 1999، ص 6)، وستتناول مفهوم السياحة وفق بعض المصادر، ورأي الباحثين في هذا المفهوم:

- السياحة حسب تعريف منظمة السياحة الدولية هي: "أنشطة الأشخاص المسافرين والمقيمين في أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة لمدة تقل عن سنة مستمرة، بقصد الراحة أو العمل أو أغراض أخرى" (خربوطلي، صلاح الدين، 2004، ص 20).

- السياحة هي تفاعل حضاري اجتماعي ثقافي واقتصادي بين أفراد يمضون فترة زمنية محدودة، وأن لهذا التفاعل آثار اجتماعية وثقافية واقتصادية، بعضها إيجابي والآخر سلبي (ملوخيه أحمد فوزي، 2007، ص 35).

- هي الاصطلاح الذي يطلق على أية عمليات خصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل وخارج حدود منطقة معينة أو دولة معينة (جليلة حسن حسنين، 2003، ص 17).

- السياحة ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس إلى الشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة (هدى سيد لطيف، 1994، ص 10).

- السياحة هي نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكون السبب هو التسلية، التداوي، الاجتماعات، زيارة المقدسات الدينية، تجمعات رياضية... الخ (شعبان عبد الله شوباصي، 2011، ص 14).

- السياحة حسب تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة: "اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السائح" (شعبان عبدالله شوباصي، 2011، ص 14).

وعليه نجد أن للسياحة تعاريف كثيرة تختلف وتتعدد بحسب المضمون والهدف، ويعرفها الباحثين بأنها: ظاهرة انتقال الأفراد بطريقة مشروعة إلى أماكن غير مواطن إقامتهم لفترة لا تقل عن اليوم ولا تزيد عن السنة وذلك لأي قصد كان، وتمثل هذه الظاهرة نشاط إنساني يترتب عليه أثارا اقتصادية واجتماعية وثقافية وحضارية... الخ.

2 - أنواع السياحة

هناك أنواع عديدة للسياحة وذلك طبقا لمعايير تصنيف السياح نذكر منها (أديب برهوم، 2007، ص 104 ، 105):

- **السياحة طبقا للموقع الجغرافي:** وتتمثل في السياحة الدولية والسياحة الداخلية كما يوجد نوع آخر يعرف بالسياحة الإقليمية مثل إقليم أميركا اللاتينية و شرق آسيا.

- **السياحة على أساس فترة إقامة السائح:** ونميز السياحة الدائمة أي على مدار السنة (سياحة ثقافية، دينية) والسياحة الموسمية التي تقتصر على فترة من السنة كالسياحة الصيفية أو الشتوية.

- **السياحة على أساس مناطق الجذب السياحي:** و توجد ثلاثة أنواع هي:

* **سياحة ثقافية:** وتشمل هذه السياحة زيارة الأماكن التاريخية والمواقع الأثرية والدينية والمتاحف.

* **سياحة طبيعية:** وهي سياحة (مناخية، نباتية، طبيعية، عامة) ومتنوعة الأغراض (ترويحية، علمية، استشفائية) ويعد المناخ والتضاريس المحرك الأساسي لها.

* **سياحة اجتماعية:** أي سياحة العلاقات الاجتماعية وسياحة الترويج والترفيه عن النفس.

- **السياحة على أساس الهدف:** ومنها السياحة (الترويحية، الثقافية، العلاجية، الدينية، الرياضية، وسياحة المؤتمرات، وسياحة رجال الأعمال).

- **السياحة على أساس التنظيم:** وهي سياحة عائلية أو فردية وقد تكون جماعية (مجموعات سياحية).

- أنواع السياحة طبقا للسن: وتتمثل في كل من سياحة الشباب بين(16-30) سنة، وسياحة الناضجين بين (30-60) سنة وسياحة كبار السن أي من تجاوز 60 سنة وسياحة هؤلاء تزداد أهميتها كلما ازداد الوعي الصحي وطال عمر الإنسان.

- أنواع السياحة طبقا لنوع وسيلة الانتقال: هناك السياحة الجوية عن طريق الطيران، والسياحة البرية عن طريق السيارات والقطارات، والسياحة البحرية عن طريق السفن واليخوت، وهناك نوع جديد من السياحة يسمى سياحة الفضاء وهذه السياحة محصورة حتى الآن ببعض الأشخاص القلائل جدا حيث تكلف الرحلة ملايين الدولارات.

III - مقومات السياحة وأهميتها في التنمية الاقتصادية

1 - أركان السياحة ومقوماتها

على نحو عام يمكن النظر إلى السياحة كنظام وصناعة راقية، مدخلاته هي البنى التحتية والبيئة الحاوية والعاملون على تقديم الخدمات، بالإضافة إلى أخلاقيات المهنة والقوانين والأنظمة والتشريعات، وهناك العمليات التي تتعلق بالتخطيط والتنظيم والرقابة والتي تتم من خلالها عملية التسويق السياحي ثم تأتي المخرجات التي تتمثل في تقديم أفضل الخدمات السياحية والتي تشبع حاجات السياح ورغباتهم بأفضل الطرق، وبشكل عام تتمثل مقومات أو أركان السياحة في ما يلي (ندى الروابدة، 2007، ص 21، 22):

- النقل: صناعة السياحة مرتبطة ارتباطا وثيقا بصناعة النقل إذ لا يمكن أن تنشأ سياحة وتتطور بدون وسائل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها، البرية وتشمل (السيارات الخاصة والمؤجرة، الباصات السياحية السيارات السياحة، القطارات، الدرجات النارية...إلخ)، البحرية وتشمل (المراكب، الزوارق، اليخوت...إلخ)، الجوية وتشمل (الطائرات النفاثة والطائرات العادية والطائرات العمودية).

- الإيواء: لا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون أماكن الإيواء فأول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله إلى أي دولة أو مكان كان هو مكان مناسب للإقامة، إذ يبحث عن الإقامة قبل البحث عن الطعام والشراب والترفيه، والإيواء يمثل فنادق، موتيلات، شقق سياحية، غرف، مخيمات، ويمثل أيضا بصورة مباشرة الطعام والشراب.

- البرامج: لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقاً أو عند وصوله البلد المعني، وهذه البرامج تشمل زيارات المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية

وأماكن الترفيه والمناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية... إلخ بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى مثل المحلات، الأسواق، التقدم المدني، المنتزهات.. إلخ.

- **البنية التحتية والفوقية للسياحة:** بحيث تشير البنية التحتية إلى المصطلح الذي يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع أو منطقة سياحية، مثل شبكات المياه الثقيلة، المياه العذبة، الكهرباء، الغاز، التلفونات، الخدمات الصحية، الطرق، البنوك.. إلخ. وأن أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة بدون توفر هذه الخدمات، وتعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية، أما مصطلح البنية الفوقية فيطلق على منشآت الإقامة الفنادق والموتيلات مخيمات... إلخ وكذلك مشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية، وكلاء السفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، مترجمين، وأدلاء سياحيين، المنظمات السياحية، المسارح، دور السينما... إلخ، وهذه الخدمات تختلف من بلد لآخر وحسب مستوى تقدم البلد.

2 - السياحة وأهميتها في التنمية الاقتصادية

لقد أصبحت السياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج، وهي صناعة متعددة المراحل تتفاعل وتعتمد على القطاعات الاقتصادية الأخرى، وبالتالي تعتبر عاملاً مساعداً لعملية التنمية الاقتصادية خصوصاً في مجال البنية التحتية للاقتصاد، ومما لا شك فيه أن مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل مباشر على زيادة الإنتاجية في القطاعات التي تتصل به والخدمات التي تتفاعل معه كمرافق النقل وشبكات الاتصال وخدمات الكهرباء والمياه، وحتى القطاعات المنتجة مثل القطاع الزراعي والصناعي، فلا يكفي تطوير المواقع السياحية الحديثة إذا كان من المتعذر الوصول إليها أو كانت تفتقر للخدمات الأساسية، وعلاوة على ذلك، فإن قطاع السياحة يجلب الاستثمار اللازم لتطوير الخدمات الأساسية في المناطق الواقعة بالقرب من المناطق السياحية، وبالتالي حافظاً لتنمية القطاعات الأخرى (ناجي التوني، 2001، ص1).

لا جدال في أن هناك علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بمفهومها العام، فقد اهتمت البلدان المتقدمة بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية قطاع السياحة مثل النقل والاتصالات والمياه والكهرباء والخدمات الصحية، كما قامت هذه البلدان بتوفير أسباب الجذب السياحي الإضافية لتلبية احتياجات

مختلف فئات السياح، ويفضل الجهود التي بذلتها للتوسع في تسويق السياحة وترويجها، ازداد عدد السياح الوافدين إليها، أما البلدان النامية رغم تمتعها بميزة نسبية من حيث جذب السياح لا سيما من حيث مواقع السياحة الثقافية وأسعارها المنخفضة إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها، لأن قطاع السياحة في هذه البلدان لا يزال يواجه قيودا كبيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية ونقص الكوادر البشرية المؤهلة، والأهم من ذلك الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية السياحة وتسويقها، أي بشكل عام القطاع السياحي في هذه البلدان لم يلق الاهتمام الملائم واللازم الذي يستحقه كقطاع اقتصادي غاية في الأهمية مدر للعملة الصعبة وخالق لفرص العمل (ناجي التوني، 2001، ص 1).

يكتسب قطاع السياحة أهمية لا تقل عن أهمية بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى وقد يتبوأ هذا القطاع المرتبة الأولى بين القطاعات في بعض الدول، وغالبا ما تقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة مبدئيا بآثارها على ميزان المدفوعات من خلال الإيرادات السياحية المتولدة من السياحة الوافدة إليها والتي تحصل عليها الدولة من تحويلات السياح وإنفاقهم داخل الدولة ذاتها، ولا تقتصر الآثار الاقتصادية على الإيرادات والدخل بل تتعداها إلى ما يسمى بالمضاعف السياحي نتيجة لطبيعة الانفاق السياحي وإلى تداخل المنشآت السياحية مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، إذ يمتد تأثير هذا المضاعف إلى زيادة حجم العمالة وزيادة الدخل من العملة الصعبة وغير ذلك، ويمكن ايجاز أهم الآثار الاقتصادية للسياحة في ما يلي (رياض بن جليلي، عادل عبد العظيم وآخرون، 2008، ص 12، 13):

- يترتب على كل نشاط اقتصادي زياده في فرص العمل وتوسيع قاعدة ممن يحصلون على دخول سواء في شكل أجور أو أرباح مما يؤدي ألي تحسين مستوي المعيشة لدى بعض الفئات العاملة في هذا النشاط، والنشاط السياحي يعتبر منشأ مهما لمناصب الشغل سواء بشكل مباشر على مستوى الفنادق والإطعام والنقل أو بشكل غير مباشر من خلال القطاعات المرتبطة به كالزراعة والتجارة والحرف التقليدية وغيرها، والسياحة هي صناعة تقوم بتأدية خدمات السائحين عن طريق أفرادها أثرها العام على الدول التي تعتمد على القطاع السياحي تأثير مباشر على زيادة العمالة، وذلك لأن هذا القطاع بمفهومه الحديث يعتبر صناعة مركبة تشمل الكثير من الصناعات والأنشطة التي لا زالت تعتمد على

العامل الإنساني اعتمادا كبيرا، كما أن خلق فرص عمل جديدة في القطاع السياحي أقل تكلفة ولا يحتاج إلى استثمارات ضخمة قياسا بمثيلاته في القطاعات الاقتصادية الأخرى.

- يؤدي الانفاق الاستهلاكي من جانب السياح للحصول على الخدمات المختلفة كالنقل والمواصلات والإقامة والطعام إلى زيادة دخول الأفراد المقيمين بالمناطق السياحية، لذا تعتبر هذه الزيادة من الآثار الاقتصادية الإيجابية للسياحة وأحد الاهداف المباشرة للتنمية الاقتصادية، وللسياحة أثر على توزيع الدخل وفي إشراك المجتمعات المحلية في الاستفادة من التنمية السياحية أيضا، وذلك لامتدادها إلى المناطق البعيدة والنائية، وهي بذلك تعمل على توطين التنمية المتوازنة بجذب الاستثمارات والمشاريع السياحية لهذه المناطق، الأمر الذي ينعكس إيجابا بخلق دخول جديدة واعادة توزيع الدخل إلى مختلف المنشآت والأفراد والمجتمعات المحلية بشكل عام نتيجة قيام نشاطات فرعية كالصناعات التقليدية والحرفية.

- تزيد السياحة من الإنتاج والاستهلاك كغيرها من القطاعات الانتاجية، وبذلك فإن الأسعار تتجه إلى الارتفاع بسبب ارتفاع مستوى المعيشة، كما يرتبط العرض السياحي ارتباطا وثيقا وطرديا بالأسعار، بمعنى كلما اتجهت الأسعار السياحية للارتفاع كلما كان ذلك تشجيعا للمستثمرين للاتجاه نحو زيادة المعروض السياحي في شكل استثمارات سياحية مختلفة كالفنادق والخدمات السياحية.

IV - قراءة في الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر

1 - جهود الدولة في النهوض بقطاع السياحة

لا شك من أن الدولة الجزائرية قد قامت بجهود معتبرة من أجل النهوض بقطاع السياحة وتعزيز دوره في الاقتصاد الوطني وإن كانت هذه الجهود وعلى أهميتها إلا أنها لم تكن كافية بنظر الكثيرين من المهتمين بهذا المجال، ونشير في هذا الصدد بالتحديد إلى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ومخطط جودة السياحة الجزائرية **PQTA**، بالإضافة إلى مختلف التشريعات والإجراءات والهيكل والموارد البشرية التي رافقت ذلك.

أ - المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يعتبر المخطط التوجيهي للتنمية السياحية أفاق 2030 (**SDAT**) مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة الجزائرية ويعد جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في أفاق 2030 (**SNAT**) فهو بمثابة المرآة التي تعكس مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل تحقيق توازن ثلاثي يشمل الرقي بكل من الأبعاد الثلاث للتنمية

ممثلة في بعدها الاجتماعي والاقتصادي والبيئي، ويهدف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد وكأحد البدائل البالغة الأهمية المعول عليها خارج قطاع المحروقات المهيمن على الاقتصاد الوطني، من خلال تحسين وتثمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا، بالإضافة إلى السعي لاشراك ورفع مساهمة مختلف القطاعات الأخرى في تنشيط قطاع السياحة كقطاع الأشغال العمومية وقطاع الفلاحة وقطاع الثقافة، وأيضا التشديد على أن ترقية السياحة لا بد وأن لا يضر بالجانب البيئي، والأهم من ذلك لا بد من تثمين التراث التاريخي والثقافي والديني للبلاد مع مراعاة خصوصية كل مناطق الوطن (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2019)، و من أجل تحقيق هذه الأهداف جاء في هذا المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية التركيز وبقوة على خمس ديناميكيات تتمثل في (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2019):

- تثمين الوجهة الجزائرية لزيادة جاذبية وتنافس الجزائر، والمقصود هو تثبيت سمعة الجزائر كوجهة سياحية كاملة من حيث النوعية، الابتكار، الأصالة، وخاصة الاحترافية وذلك وفقا لاستراتيجية إشعار وإعلام قوية.
- مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص، من الطبيعي أن تتطلب المشاريع السياحية تمويلا هائلا وجهود وإمكانيات قد يعجز القطاع العام عن القيام به لوحده مما يدفع الحكومات إلى فتح المجال للشراكة مع مؤسسات القطاع الخاص.
- مخطط تمويل السياحة، هذا المخطط يحاول التركيز على ضمان مورد ثابت للتمويل للاستمرار في در العائدات للمساهمة في تمويل القطاع السياحي.
- تطوير الأقطاب والقرى السياحية المتميزة POT، وهي مشاريع أولوية بامتياز من المفترض أن يكون العمل أنطلق بها سنة 2008 كنماذج معتمدة من قبل السوق السياحية الدولية، وتعرف على أنها تركيبة من القرى السياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بمختلف التجهيزات، الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية، الدور السياحية.
- نشر مخطط جودة السياحة (PQTA) لتطوير التميز في العروض السياحية الوطنية بإدماج التكوين من خلال رفع المستوى المهني والتعليم والانفتاح على تكنولوجيا الاعلام والاتصال، يعتبر بمثابة دليل جودة خدمات للمؤسسات السياحية المنخرطة في هذا المنهج والذي يحتوي على مجموعة من الشروط والمعايير المحددة والمفصلة، كما يخص هذا

المخطط كل قطاع سياحي فرعي بمعايير معينة ومن ضمنها على سبيل المثال قطاع الفنادق، حيث يوجد هناك مجموعة من الالتزامات التي يتوجب على الفندق توفيرها للحصول على علامة جودة السياحة في الجزائر، ومخطط جودة السياحة الجزائرية **PQTA** بشكل عام هو منصور لتعزيز وجهة الجزائر السياحية في الداخل والخارج، وحركية لتحسين جودة العرض السياحي، وأساس هذا المخطط هو توحيد كل مناهج الجودة الملتزمة من طرف كل الفاعلين في قطاع السياحة تحت علامة محددة ممثلة في جودة السياحة، وتتكفل بتنفيذ هذا المخطط الوزارة المعنية بقطاع السياحة (فرطاس فايزة، 2017، ص 358، 370).

ب - مساهمة قطاع السياحة في بعض المؤشرات الاقتصادية الكلية

الجدول 1: مساهمة قطاع السياحة في كل من ميزان المدفوعات و PIB والتوظيف

السنة	2014	2015	2016	2017	2018
تطور ميزان المدفوعات (بند السفر) مليون دولار					
الإيرادات	-	304	209	140.5	250
النفقات	-	677	475	580	212.5
حصة السياحة في الناتج المحلي الخام خارج قطاع المحروقات %					
	-	1.3	1.4	1.6	1.7
التوظيف في قطاع السياحة (فرع فنادق، المقاهي، المطاعم)					
	289261	803265	317270	300000	308027

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية، (https://www.mtatif.gov.dz/?page_id=7253&lang=ar#contribution).

تاريخ الاطلاع 2019/10/12.

من بيانات الجدول رقم (1) تبدو الإيرادات السياحية ضئيلة جدا فهي لم تصل حتى لنصف مليار دولار، وعلى سبيل المثال لا الحصر تتجاوز الإيرادات السياحية في المغرب 7 مليار دولار سنويا، كما نلاحظ من بيانات الجدول أن حجم الإنفاق السياحي يتجاوز بكثير حجم الإيرادات وهذا يعني أن مقدار العملات الأجنبية التي ينفقها المواطنون في الخارج أعلى من حجم العملات الأجنبية الناتجة عن تدفقات السواح الغير مقيمين، وإن كان لا بد من الإشارة إلى أن عائدات السياحة من خلال بند السفر لا تشمل جميع

الإيرادات السياحية، حيث أن معظم التبادل يجري في سوق العملات الموازية، وخاصة من قبل الجزائريين المقيمين في الخارج.

أما بالنسبة لمساهمة حصة السياحة في الناتج المحلي الخام فهي الأخرى جد بسيطة ولا تعكس هذه النسبة الهزيلة لا أهمية هذا القطاع ولا الجهود المعتمدة التي بذلت للنهوض به خصوصا وأن هذه المساهمة تتعلق بحصة السياحة في الناتج المحلي الخام من دون قطاع المحروقات، وبطبيعة الحال لو كان الناتج المحلي الاجمالي لكانت النسبة أقل بكثير.

مساهمة السياحة في التشغيل يعد مؤشرا جد مهم في الدور الاقتصادي لقطاع السياحة، وذلك لمدى تنوع فرص العمل التي يوفرها القطاع وغالبا ما تتمثل الوظائف في قطاع السياحة الوظائف التي تتطلب اتصالا مباشرا مع السياح كالعاملين في الفنادق والمطاعم والوكالات السياحية والمرشدين السياحيين بالإضافة الى بقية الوظائف في القطاعات الاقتصادية الأخرى المكملة، ولا يزال حجم العمالة في قطاع السياحة في الجزائر هو الآخر قليل جدا ما عدا في سنة 2015 أين تجاوز 800 ألف، وعلى الرغم من ذلك يعتبر هذا الرقم صغير نسبيا قياسا لحجم العمالة الكلي في الجزائر الذي يزيد عن 10 مليون عامل (وكالة الأنباء الجزائرية، 2019)، وتبدو نسبة التوظيف في قطاع السياحة جد طبيعية وغير مفاجئة بالقياس لحجم مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي للجزائر أو بالمقارنة مع ما يولده من إيرادات.

الجدول 2: عدد الوافدين والمغادرين للجزائر للفترة 2008 - 2017

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	
عدد الوافدين	1772000	1912000	2070000	2395000	2634000	الجزائر
عدد المغادرين	1539000	1677000	1757000	1715000	1911000	
عدد الوافدين	7879000	8341000	9288000	9342000	9375000	المغرب
عدد المغادرين	3421000	2293000	2175000	2378000	2323000	
عدد الوافدين	7050000	7797000	7828000	5746000	6999000	تونس
عدد المغادرين	3118000	2623000	2250000	2303000	2897000	
السنة	2013	2014	2015	2016	2017	
عدد الوافدين	2733000	2301000	1710000	2039000	2451000	الجزائر
عدد المغادرين	2136000	2839000	3638000	4530000	5058000	
عدد الوافدين	10046000	10283000	10177000	10332000	11349000	المغرب
عدد المغادرين	2195000	1850000	1910000	1864000	1849000	

7052000	5724000	5359000	7163000	7352000	عدد الوافدين	تونس
-	1830000	-	2637000	2873000	عدد المغادرين	

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على قاعدة بيانات البنك الدولي،
(<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.DPRT?end=2017&locations=DZ&start=1995&view=chart>), تاريخ الاطلاع 2020/02/10.

بتحليل بيانات الجدول رقم (2) لا بد من التوضيح من أن السائحين الدوليين الوافدين هم عدد السواح المسافرين إلى بلد آخر غير البلد الذي توجد به إقامتهم المعتادة، ولكن خارج بيئتهم المعتادة وذلك لفترة لا تزيد عن 12 شهرا، بحيث يكون غرضهم الرئيسي من الزيارة ليس انشغالهم بنشاط يحصلون مقابله على تعويض من داخل البلد الذي تمت زيارته، أما السياح الدوليون المغادرون فهم عدد الأشخاص المغادرون من البلد الذي به إقامتهم المعتادة إلى بلد آخر لأي غرض آخر غير انشغالهم بنشاط يحصلون مقابله على تعويض بالبلد الذي تمت زيارته (بن مويزة مسعود، 2018، ص 384، 385).

نلاحظ من بيانات الجدول (2) أن عدد الوافدين في كل من تونس والمغرب يفوق بكثير عدد المغادرين وقد يصل في بعض الحالات إلى أكثر من 5 أضعاف في حين بالنسبة للجزائر فمن الفترة الخاصة بسنة 2008 وحتى سنة 2013 دوما ما كان عدد المغادرين يقارب العدد نفسه من الوافدين وقد يرجع السبب إلى تحسن أسعار النفط والاستقرار الاقتصادي الذي شهدته الجزائر مع تحسن العوائد النفطية بالإضافة إلى تحسن الوضع الأمني واستفادة الجزائر بشكل جزئي مما حدث في بعض الدول أو ما يسمى بالربيع العربي خاصة الفترة التي تمتد من 2011 حتى 2013 وما حدث في تونس ومصر و سوريا، أما من الفترة 2014 وحتى 2017 نلاحظ تراجعاً كبيراً في عدد الوافدين يقابله زيادة رهيبية في عدد المغادرين ويعزى ذلك لأسباب عديدة أهمها عدم استقرار الوضع الأمني والاقتصادي للجزائر والذي رافقه تراجع كبير في أسعار النفط وبالتالي العائدات النفطية واشتداد الأزمة الاقتصادية وما انجر عنها من غلاء المعيشة وارتفاع الأسعار مما دفع الكثير للمغادرة بالإضافة إلى ضعف الجزائر كوجهة سياحية مستقطبة للسياح مع توفر بديل قريب ممثل في كل من تونس والمغرب.

الجدول 3: نسبة إيرادات السياحة من الصادرات للجزائر قياسا ببعض الدول العربية

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الجزائر	0,98	0,69	0,53	0,58	0,75	0,53	0,39
المغرب	32,70	35,54	34,69	29,08	33,25	30,23	28,58
تونس	19,22	18,87	16,90	15,59	17,78	15,72	11,24
لبنان	45,13	37,67	35,49	28,60	33,92	38,72	29,07
السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الجزائر	0,39	0,48	0,50	0,92	0,75	0,46	-
المغرب	26,26	25,15	25,05	23,32	23,03	23,40	22,01
تونس	13,23	13,03	14,10	10,71	10,10	10,13	11,94
لبنان	36,56	35,20	36,26	36,42	39,05	42,69	45,42

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على قاعدة بيانات البنك الدولي،
(<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS?end=>
2018&locations=DZ&start=1995&view=chart تاريخ الاطلاع
2020/02/10.

تم اختيار ثلاث دول عربية للمقارنة وهي كل من تونس والمغرب ولبنان، وذلك باعتبارها دول تنتمي للمنطقة العربية خاصة تونس والمغرب التي تعتبر دول مجاورة ومشابهة للجزائر من ناحية المناخ والتضاريس وأيضا القواسم المشتركة من ناحية اللغة والدين والثقافة، بالإضافة إلى أنه لو تمت المقارنة مع دول عربية لكانت الفوارق شاسعة من حيث الإمكانيات والشروط المتوفرة وبالتالي تصبح المقارنة غير فعالة.

من قراءة بيانات الجدول نلاحظ النسبة الضعيفة جدا لإيرادات السياحة من الصادرات للجزائر قياسا ببعض الدول العربية، مما يدل على الدور الهامشي لقطاع السياحة في الجزائر حيث أن الصادرات النفطية تستحوذ على الجزء الأكبر من إجمالي الصادرات الوطنية، فهي على مدى أكثر من 12 سنة لم تبلغ حتى نسبة 1%، وحتى في السنوات التي تلت تطبيق مخطط السياحة الوطني وعلى مدى عقد كامل من الزمن لم يحدث أي تطور في نسبة مساهمة الإيرادات السياحية سوى بعض الارتفاعات البسيطة والمتذبذبة، بل أكثر من ذلك كانت في غالب الأحيان تميل للانخفاض وانخفضت حتى لأقل مما كانت عليه قبل تنفيذ مخطط السياحة الوطني سنة 2008، بالمقابل نلاحظ ذلك

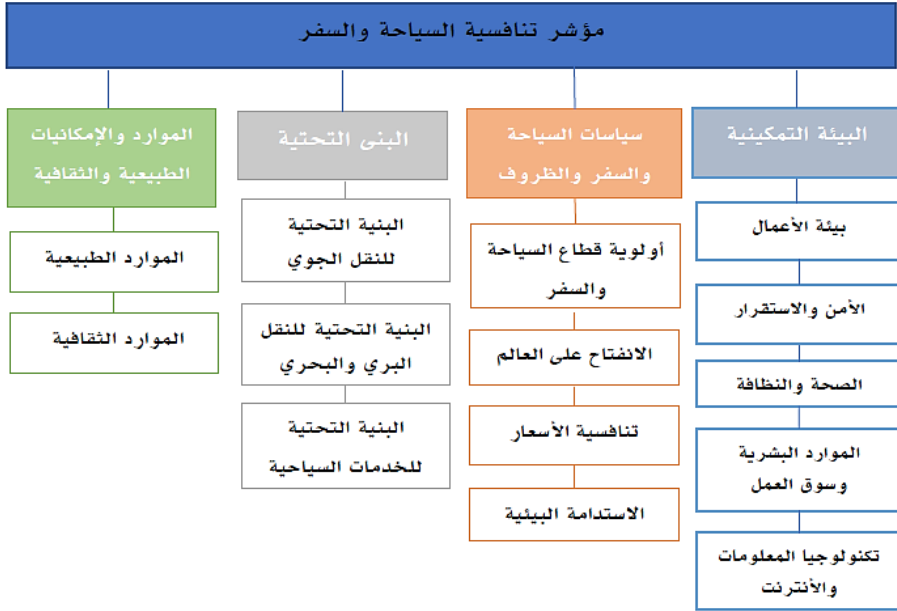
الفارق الرهيب ما بين مساهمة إيرادات السياحة في الجزائر بمثيلاتها في كل من المغرب وتونس ولبنان الذي تمثل فيه الإيرادات السياحية نسبة معتبرة من إجمالي الصادرات بحيث تجاوزت فيه نسبة 45 % في حين المغرب لم تقل فيه عن 23 % في أسوأ الأحوال، وهو ما يدل على الأثر الفعال لهذا القطاع في الاقتصاد الوطني لهذه الدول وكمصدر مهم وجاذب للنقد الأجنبي بشكل خاص.

2 - السياحة الجزائرية في تقرير التنافسية العالمي

أ - تقرير التنافسية العالمي

تعرف المنظمة العالمية للسياحة التنافسية السياحية على أنها "الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين، وقدرة البلد على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية"، ويعتبر مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس من أهم هذه المؤشرات، بحيث تم التركيز فيه على الاهتمام بترتيب وتصنيف الدول المشاركة في هذه العملية، ويهدف هذا المؤشر الى توفير أداة استراتيجية واضحة ودقيقة ما أمكن من شأنها أن تسمح بقياس مختلف العوامل والسياسات المحفزة على النهوض بقطاع السياحة وتطويره في مختلف الدول، وتقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر يقوم على عدة مؤشرات رئيسية يشمل كل واحد منها بدوره على مؤشرات ومتغيرات فرعية تقيس وتقيم كل مؤشر على سلم تنقيط من 1 - 7 وكلما اقتربت النقطة من 7 دل ذلك على الحالة الجيدة، ويحدد متوسط النقاط درجة التصنيف، في حين يقابل كل نقطة محصل عليها مؤشر الرتبة العالمية (علي ماي، 2018، ص 363، 364)، كما هو موضح بالشكل التالي:

الشكل 1: مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر



المصدر: (حمزة بوكفة، عمار زودة، 2018، ص 41، 43)

ب - تقييم تنافسية السياحة الجزائرية بحسب مؤشر تنافسية السياحة والسفر

الجدول 4: تنافسية السياحة الجزائرية بحسب مؤشر تنافسية السياحة والسفر

الترتيب (من 136 دولة)	القيمة (1 - 7)	
118	3.1	مؤشر تنافسية السياحة و السفر
	4.38	1 - البيئة التمكينية
110	4	1 - 1 - بيئة الأعمال
81	5.3	1 - 2 - الأمن والسلامة
89	4.9	1 - 3 - الصحة والنظافة
112	4	1 - 4 - الموارد البشرية وسوق العمل
36	3.7	1 - 5 - جاهزية تكنولوجيا المعلومات
	3.5	2 - سياسة السياحة والسفر والشروط التمكينية
131	2.8	2 - 1 - أولوية السياحة والسفر
134	1.5	2 - 2 - الانفتاح على العالم
4	6	2 - 3 - تنافسية الأسعار
106	3.4	2 - 4 - الاستدامة البيئية

2.23		3 - البنية التحتية
2.1	100	3 - 1 - البنية التحتية للنقل الجوي
2.5	106	3 - 2 - البنية التحتية للنقل البري والبحري
2.1	131	3 - 3 - البنية التحتية للخدمات السياحية
2.15		4 - الموارد الطبيعية والثقافية
2.2	124	4 - 1 - الموارد الطبيعية
2.1	53	4 - 2 - الموارد الثقافية

المصدر: (حمزة بوكفة، عمار زودة، 2018، ص 41، 43)

بالرغم من امتلاك الجزائر لمخزون معتبر من الآثار، وامتلاكها لصحراء رائعة ذات مناظر خلابة وشواطئ طويلة جدا على سواحل البحر الأبيض المتوسط، ومناخها المعتدل نسبيا وأربعة فصول، إلا أنها ليست مصنفة بين الدول ذات الجذب السياحي لا على المستوى العربي أو الاقليمي ولا على المستوى العالمي، كما أن أداء الجزائر في هذا الجانب يعد للأسف، متواضعا للغاية بالنظر إلى الإمكانيات الضخمة الكامنة فيها، على سبيل المثال تظهر تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي عن السفر والسياحة التي يصدرها بشكل سنوي، المرتبة المتدنية للسياحة الجزائرية على كافة المستويات تقريبا، فالترتيب الدولي للجزائر في المؤشر العالمي للسفر والسياحة يعد جد متواضعا، بل ربما نندش إذا علمنا أنه وفقا للتقرير الصادر في سنة 2017، فإن غالبية الدول العربية بما في ذلك دول الخليج تحتل ترتيبا دوليا أفضل بكثير من الجزائر في هذا المؤشر، حيث تحتل الجزائر المركز 118 من بين 136 دولة يشملها التقرير، في حين كان ترتيب كل من تونس والمغرب على الترتيب 87 و65، ويرجع هذا الترتيب المتواضع إلى ضعف ترتيب الجزائر في المؤشرات الفرعية التي يقوم عليها هذا المؤشر، ففي المؤشر الفرعي الخاص ببيئة الأعمال تحتل الجزائر المركز 110، وفي المؤشر الفرعي الخاص بالبنية التحتية تحتل المركز 100 و106 و131 على الترتيب بالنسبة للنقل الجوي، البري والبحري، البنية التحتية للخدمات السياحية، وأخيرا في المؤشر الفرعي الخاص بالموارد البشرية وسوق العمل المركز 112 أما بالنسبة للموارد الطبيعية تحتل المركز 124 عالميا، في حين كان ترتيبها 53 بالنسبة للموارد الثقافية، ويبدو أنه ينظر في الجزائر إلى الخدمة السياحية على أنها مجرد توافر لشواطئ أو أماكن للتنزه، متناسين أن السياحة هي في الأصل برامج وحزم مصممة بعناية شديدة وخدمات سياحية على أعلى مستوى وخدمات لوجستية فائقة وبنية

تحتية راقية والأهم ثقافة تعامل مع السائح كما يجب أن يعامل به، وذلك من خلال قوة بشرية مدربة جيدا في هذا المجال، وجميع هذه المقومات تفتقدها الجزائر حاليا إلى حد كبير، فالمنتج السياحي يحتاج إلى تطوير جوهري في محتواه ومكوناته وبيئته، الجزائر في حاجة إلى استراتيجية سياحية جديدة تركز أساسا على خدمة السائح وتقديم أفضل ما أمكن من المنتجات السياحية في هذا المجال، مستعينة بالخبراء وذوي الاختصاص في تصميم هذه البرامج، ونشر الوعي بين المتعاملين مع السياح والمواطنين بأهمية السياح الوافدين وكيفية استقطابهم والاهتمام بهم وسبل التعامل معهم.

أما بالنسبة لمؤشر السلامة والأمن، فالأمن السياحي يعد من أهم المقومات التي يجب أن تتوفر في الدولة ليتطور قطاعها السياحي، وما يلاحظ من نتائج هذه المؤشرات أن الجزائر التي تحتل الرتبة 81 تتميز بأوضاع غير مستقرة وقد تعد خطيرة بالنسبة للسياح وسلامتهم، وهذا بدوره سيشكل عائقا أمام الجذب السياحي خاصة مع تزايد حالة عدم الاستقرار السياسي، ونشير في هذا الصدد إلى أن المغرب احتل الرتبة 37 وهو ما يعبر عن استقرار سياسي وأمني أفضل بكثير قياسا بالجزائر، أما من حيث مؤشر الصحة والنظافة فقد احتلت الجزائر المرتبة 84 وهي ليست بالمرتبة الأفضل على غرار باقي المؤشرات، علما أن هذا المؤشر يتناول حالة النظافة وقطاع الصحة اللذان يمثلان هما الأخران دورا جد مهم في التنمية السياحية من خلال الاستقبال الجيد للسياح الذين يعانون أمراضا أو أصحاب الحالات الاستعجالية والاهتمام بهم بصورة جيدة الأمر الذي يترك صورة وانطباعا جيدا حول البلاد لدى السياح (أسماء سفاري، 2017، ص 231).

وفيما يتعلق بمؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات فقد جاء في تقارير المنظمة العالمية للسياحة OMT أن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد أصبح عاملا أكثر من ضروري من أجل مواجهة المنافسة سواء من طرف المقاصد السياحية أو من طرف المؤسسات السياحية، إذ أن الانترنت قد توسعت بشكل كبير أكثر من أي وسيلة اتصال أخرى، وقد أصبحت القوة الدافعة للتغيير لأي صناعة، وتعتبر صناعة السياحة من بين الصناعات الأولى في العالم التي تعتمد على هذه التقنية، وعلى الرغم من أن مخطط تسويق الوجهة السياحية في الجزائر يقوم في الأساس على تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلى رأسها شبكة الانترنت من خلال التوقيع على اتفاقية ثنائية بين وزارة السياحة و وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال فيما يخص الترويج وتسويق الوجهة السياحية

بالإضافة إلى السوق المحلي الإضافي (بوسالم أبو بكر، 2017، ص 399، 409)، إلا أن ما يتعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة على مستوى الانترنت فهي مازالت جد ضعيفة في الجزائر سواء من ناحية سرعتها أو في تعميم انتشارها أو من ناحية الاعتماد على الجيل الرابع منها ناهيك عن الحديث عن الجيل الخامس واستخدام عملية الحجز والدفع الإلكتروني، كما أنه وبالرغم من قبول المستهلك في الجزائر لفكرة التسوق من خلال الشبكة العنكبوتية بما في ذلك التجارة عبر الانترنت، إلا أن تطبيق ذلك يبقى مرتبط ويقتصر على قطاعات محددة (مطالي ليلي، 2016، ص 83).

V - الخاتمة

تبرز السياحة في الدول المتطورة كرافد أساسي في التنمية الاقتصادية ولذلك نجد ضخامة الاستثمارات المختلفة في القطاع السياحي كما حدث في العديد من الدول التي حققت تقدما كبيرا في هذا المجال، فالسياحة سوق واحدة عالميا، وإن ما يمثله قطاع السياحة من أهمية محورية للتنمية الاقتصادية، وبخاصة على ضوء الأزمة الاقتصادية الحالية التي تمر بها الجزائر، إنما هو ما يدعو هذا البحث إلى محاولة توجيه الاهتمام المناسب للتحليل والدراسة والبحث في كافة القضايا والجوانب التي من شأنها أن تساهم في تنمية وإدارة هذا القطاع، وتحقيق أقصى مستويات ممكنة من هذه المساهمة، غير أن الجزائر وحتى الآن لم تكن ما يتناسب وإمكاناتها السياحية من تراث طبيعي وحضاري وثقافي وموقع استراتيجي، ولا شك من أن الدولة الجزائرية قد بذلت جهودا معتبرة من أجل النهوض بهذا القطاع ليس لأهميته الذاتية فحسب، بل باعتباره أحد البدائل الحقيقية والواعدة المعول عليها لتحقيق التنويع الاقتصادي، غير أن هذه الجهود وعلى أهميتها إلا أنها لم تحقق النتائج المرجوة ولا الأهداف المنشودة، ولا شك من أن التأخر في ترتيب الجزائر الدولي والمساهمة الضعيفة للقطاع السياحي في مختلف المؤشرات الاقتصادية لخير دليل وهذا ما يثبت صحة فرضية البحث، إذ لا يزال قطاع السياحة كغيره من القطاعات يعاني تأخرا كبيرا وهو الآخر بحاجة إلى إصلاح وإعادة نظر في كثير من المجالات وعلى العديد من المستويات لكي يلعب الدور المنوط والمتنظر منه.

VI - النتائج والتوصيات

1- نتائج الدراسة

بالإضافة إلى ما تعلق باختبار فرضية الدراسة، خلصت الدراسة إلى نتائج أخرى جد مهمة وتتمثل في:

- المخطط التوجيهي للسياحة مخطط نظري أكثر منه قابل للتطبيق وأغلب مضمونه قائم على سياسة ارتجالية، فبعد أكثر من عقد على وجوده أخفق على مدار الأعوام في تحقيق النقلة النوعية المنشودة في قطاع السياحة سواء في ترقية الخدمات السياحية أو بالوصول إلى مصاف الأقطاب العالمية أو من ناحية التنظيم والهياكل القاعدية.

- إن تأخر السياحة في الجزائر هو تحصيل حاصل للتأخر الذي تتميز به باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، فبالرغم من الإمكانيات السياحية الهائلة التي تزخر بها الجزائر والتي يمكن لها أن تكون مقصدا سياحيا عالميا وبديلا استراتيجيا لما بعد النفط إلا أن نصيبها لا يمثل إلا حصة صغيرة جدا من الموارد المالية لسوق السياحة الدولية وهذا ما يفسر بالتدفقات البشرية الضئيلة من السياح وتفضيل المواطنين المحليين للوجهات المجاورة.

- برغم الأهمية الاقتصادية الكبيرة لقطاع السياحة في الجزائر إلا أن تنافسية هذا القطاع مازالت دون المستوى المطلوب حيث حصلت الجزائر على الترتيب 118 من 133 دولة في مجال تنافسية القطاع السياحي على المستوى العالمي، والسبب الرئيس في ذلك المستوى المتدني هو انخفاض جل مستويات مؤشرات التنافسية المرتبطة بقطاع السياحة سواء تعلق ذلك بالبيئة التمكينية خاصة ببيئة الأعمال أو الموارد البشرية أو الشروط التمكينية للسفر أو البنية التحتية أو غيرها، ومن المؤكد أنه لا يمكن لقطاع السياحة في الجزائر أن يحقق تقدما في مجال التنافسية على المستوى العالمي في ظل بيئة غير مواكبة للتطورات الحاصلة في بيئة الأعمال العالمية.

2- التوصيات

- من الضروري منح مكانة أكبر للتنمية السياحية ضمن السياسة التنموية العامة للبلاد وذلك بتحديد الأولويات ومن ضمنها وجوب تنشيط أنماط سياحية جديدة، وهي متاحة بشكل كبير في الجزائر مثل السياحة البيئية والسياحة الصحراوية والسياحة البحرية والسياحة الاستشفائية.

- لتحقيق التنمية السياحة المأمولة من الضروري التركيز على كفاءة وجودة البنى الأساسية كالفنادق والطرق والمواصلات بالإضافة الى توفير وتحسين نشاطات الدعم وتلك المرتبطة بها كالنقل سيحي والصناعات التقليدية والتشيط الثقافي بالإضافة إلى النظافة والأمن وغيرها من النشاطات ذات الصلة.
- السعي لإيجاد طرق وأساليب تمكن من تنمية التعاون والشراكة الفعالة ما بين القطاع العام والخاص وأيضا تشجيع الشركات السياحية في الجزائر ونظيراتها في الخارج من أجل المساهمة في تنمية السياحة ومواكبة التطور الحاصل والارتقاء بمستوى أفضل ولائق من الخدمات والتسهيلات المقدمة للسياح.
- لا بد من تحسين النظام الإعلامي والاتصالي والعمل على نشر ثقافة الوعي السياحي بالمجتمع الجزائري وتهيئته ليكون مضيافا وسائحا جيدا في نفس الوقت بالموازاة مع التركيز على التدريب والتكوين لمختلف الفاعلين في قطاع السياحة بطريقة مهنية لجذب السياح.
- عدم النظر إلى السياح من وجهة نظر عددية فقط، بمعنى يجب إتباع سياسات سياحية تهدف لاستقطاب السياح ذوو الإنفاق السياحي الأعلى والإقامة الأطول، كما يجب تذليل الصعوبات وتخفيف الاجراءات والشروط الخاصة بدخول السياح الى الجزائر.

VII - المراجع

- 1 - اجلال راتب العقيلي (1999)، محمود عبد الحي واخرون، اقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساتها على الاقتصاد القومي، معهد التخطيط القومي (سلسلة قضايا التخطيط والتنمية)، مصر .
- 2 - خربوطلي، صلاح الدين (2004)، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر، دمشق.
- 3- ملوخيه أحمد فوزي (2007)، مدخل الى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، مصر .
- 4- جليلة حسن حسنين (2003)، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الاسكندرية، مصر .
- 5- هدى سيد لطيف (1994)، السياحة بين النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر .
- 6- شعبان عبدالله شوياصي (2011)، أهمية السياحة والاستثمار السياحي في الاقتصاد السوري، الهيئة السورية للكتاب، سوريا .

- 7 - أديب برهوم (2007)، تقويم كفاءة التسويق السياحي في سوريا، مجلة جامعة تشرين، العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد 2.
- 8 - ندى الروابدة (2007)، مقدمة في علم السياحة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- 9 - ناجي التوني (ماي 2001)، دور وفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الدول العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت (إصدارات سلسلة أوراق عمل).
- 10 - رياض بن جليلي (2008)، عادل عبد العظيم وآخرون، السياحة في الدول العربية (مقوماتها ومكامن تنافسيتها)، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد 10، العدد 01، المعهد العربي للتخطيط، الكويت.
- 11 - وزارة السياحة والصناعة التقليدية،
(https://www.mtatf.gov.dz/?page_id=7287&lang=ar)، تاريخ الاطلاع 2019/10/10.
- 12 - فرطاس فايزة (2017)، تبني مخطط جودة السياحة في الجزائر كحركية لتحقيق استراتيجية جودة الخدمات الفندقية (دراسة على فنادق ولاية سطيف)، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، عدد 11، المركز الجامعي لنتمراسات، الجزائر.
- 13 - وكالة الأنباء الجزائرية، (<http://www.aps.dz/ar/economie/59169-63>)، تاريخ الاطلاع 2019/10/8.
- 14 - بن مويزة مسعود (2018)، دور السياحة في تعزيز أهداف التنمية المستدامة وفقا لتقارير منظمة السياحة العالمية (إشارة لحالة الجزائر)، مركز رفاد للدراسات والأبحاث، المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، مجلد 4، العدد 3، الأردن.
- 15 - علي ماي (2018)، تحليل تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية (الجزائر-تونس-المغرب)، مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 5، العدد 2.
- 16 - قاعدة بيانات البنك الدولي،
(<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS?end=&locations=DZ&start=1995&view=chart>)، تاريخ الاطلاع 2020/02/10.

- 17 - حمزة بوكفة، عمار زودة (2018)، واقع وإفاق السياحة وتنافسيته بناء على تقرير تنافسية السياحة العالمي 2017، مجلة الافاق للدراسات الاقتصادية، المجلد 3، العدد 5، جامعة العربي التبسي.
- 18 - أسماء صفاري (2017)، فرص التكامل بين الجزائر، تونس والمغرب للتسويق لمبدأ المقصد السياحي الأعظم، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الرابع، العدد 1، جامعة أم البواقي.
- 19 - بوسالم أبو بكر (2017)، خصوصيات تسويق الوجهة السياحية للجزائر عبر الويب 2.0 في ظل التقسيم الجديد للسوق السياحي الإلكتروني، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الرابع، العدد 2، جامعة أم البواقي.
- 20 - مطالي ليلي (2016)، اتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو التسوق عبر الانترنت دراسة ميدانية، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد 6، جامعة أم البواقي.