

المردود الاقتصادي للسياحة الداخلية بالجزائر: دراسة تحليلية للفترة 2016-2009

The economic return of internal tourism in Algeria: an analytical study for the period 2009 - 2016

يحياوي محمد⁽¹⁾ شلالي عبد القادر⁽²⁾

جامعة يحيى فارس المدية، الجزائر - Ben.medyahia@gmail.com⁽¹⁾

جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، الجزائر - chellali@gmail.com⁽²⁾

تاريخ الاستلام: 2019/03/22؛ تاريخ القبول: 2020/05/11؛ تاريخ النشر: 2020/06/30

ملخص:

نهدف من خلال هذه الورقة البحثية الى ابراز الأهمية الاقتصادية للسياحة الداخلية على اعتبار انها تشكل مردود اقتصادي جيد سيما في فترات الركود التي قد تمس بباقي لقطاعات الاقتصادية الأخرى. ولإثراء الموضوع، اعتمدنا على المنهج التحليلي في دراسة تطور هذا القطاع بالجزائر للفترة من 2009 الى 2016 (على ضوء ما هو متوفر من إحصائيات رسمية)، ومقارنته ببعض الدول ذات الطابع السياحي التي لا تفوقنا من حيث الموارد الأساسية لهذا القطاع.

وعليه، توصلنا في الأخير الى أنه وبالرغم من المقومات التي تزخر بها الجزائر في هذا المجال، وكذا الامكانيات التي وفرتها الدولة للنهوض بهذا القطاع، لم تتجاوز مساهمته في الناتج المحلي نسبة 3.54%.

الكلمات المفتاحية (الكلمات الدالة): القطاع السياحي، سياحة داخلية، سياحة خارجية، الاستثمار السياحي.

Abstract:

The aim of this paper is to highlight the economic importance of domestic tourism as a good economic return especially in periods of recession that may affect other sectors of the economy. To enrich the subject, we relied on the analytical approach to study the development of this sector in Algeria for the period from 2009 to 2016, and compare it with some countries of tourist nature that do not exceed us in terms of the basic resources of this sector. Therefore, we have concluded that despite the advantages that Algeria has in this area, as well as the possibilities provided by the State to promote this sector, its contribution to GDP did not exceed 3.54%.

Keywords: tourism sector, domestic tourism, foreign tourism, tourism investment.

Résumé:

Le présent document a pour objectif de mettre en évidence l'importance économique du tourisme intérieur en tant que bon retour économique, en particulier en période de récession pouvant affecter d'autres secteurs de l'économie. Pour enrichir le sujet, nous nous sommes appuyés sur une approche analytique pour étudier le développement de ce secteur en Algérie pour la période 2009-2016 et le comparer à certains pays à caractère touristique ne nous dépassant pas en termes de ressources de base de ce secteur. Par conséquent, nous avons conclu que, malgré les avantages dont dispose l'Algérie dans ce domaine, ainsi que les possibilités offertes par l'État de promouvoir ce secteur, sa contribution au PIB n'a pas dépassé 3,54%.

Mots-clés: secteur du tourisme, tourisme intérieur, tourisme étranger, investissement touristique..

المقدمة:

أصبحت السياحة مطلبا اقتصاديا هاما في كل الدول، بل وأصبحت في مقدمة النشاطات الاقتصادية التي تحظى بالإهتمام والرعاية نظرا لما حققته من أهداف

ومزايا على كل الأصعدة، وكل الدول اليوم تسعى للترويج لمقاصدها السياحية في المحافل الدولية، ولكن من الجلي بالذكر أن انتعاش هذه الصناعة على المستوى الدولي يرتكز أساسا على مدى انتعاشها على المستوى الداخلي أو المحلي، فالنشاط السياحي لم يعد مقتصرًا على فكرة الترفيه التي كانت سائدة في العهود الماضية، بل إن الدوافع والمداخل فيه تعددت من سياحة ترفيهية، علمية ودينية ... وهو ما كان دافعا للاتجاه نحو تنمية هذا المجال والاهتمام بالمحافظة على قدراته، بما يحفظ استمرارية هذا المورد وديمومته.

وأمام حتمية تنوع الاقتصاد الجزائري والبحث عن بدائل أخرى تخفف من التبعية للريع البترولي خصوصا مع تراجع المداخل المتأتية منه، اهتمت السلطات الجزائرية بالقطاع السياحي وبالخصوص السياحة الداخلية نظرا للإمكانيات التي تحويها الجزائر في هذا القطاع، وتجلى ذلك من خلال زيادة الاستثمارات فيه وتبني برامج سياحية ضخمة تهدف إلى النهوض بهذا القطاع الاستراتيجي من أجل التخلص من الاقتصاد الريعي وخلق بدائل تنموية خارج القطاع النفطي.

ونلمس هذا الاهتمام من خلال المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الذي تسعى الجزائر من خلاله إلى إعطاء قطاع السياحة أبعاد بالنظر إلى قدراته ومميزاته، ويتعلق الأمر بتطوير السياحة الوطنية كأحد محركات التنمية المستدامة والداعمة للنمو الاقتصادي.

يسجل هذا الهدف في إطار السياسة العامة لتهيئة الإقليم والتي ترجمت بتبني استراتيجية مرجعية ورؤية لأفاق 2030، من خلال وضع مخطط وطني لتهيئة الإقليم، الذي يهدف إلى خلق توازن لتموقع السكان والأنشطة عبر التراب الوطني وكذا تطوير جاذبية الأقاليم.

ويرتكز خصوصا على تنظيم فضاءات للبرمجة الإقليمية، وإنشاء أقطاب جاذبة وأخرى للتنمية الصناعية وكذا مدن جديدة يتم من خلالها تنفيذ آليات تسمح بتعميم النمو عبر جميع الأقاليم.

كما يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT) 2030 وهو الإطار الاستراتيجي المرجعي لسياسة السياحة الجزائرية. ومن هنا ارتأينا طرح الإشكالية الآتية : ما أهمية الاستثمار في السياحة الداخلية

بالجزائر؟

وتأسيساً على ذلك وانطلاقاً منه، تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على واقع السياحة الداخلية في الجزائر والتعرف على العوامل الكامنة وراء انتعاش الاستثمار السياحي في الجزائر وكيفية تفعيله، بالإضافة إلى رصد أهم التحديات والمعوقات التي تواجهها.

أساسيات حول السياحة الداخلية:

تلعب السياحة دوراً هاماً في الحياة الاقتصادية، حيث تعتمد اقتصاديات الكثير من الدول الكبرى والصغرى على القطاع السياحي كمصدر رئيسي للدخل، لذلك يرتبط نمو القطاع السياحي بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويهدف النشاط السياحي إلى تحقيق درجة أعلى من التشغيل للموارد الاقتصادية في الدولة.

مفهوم السياحة الداخلية :

تساهم السياحة مساهمة فعالة في تحقيق مستويات أعلى من الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية والنفسية والفكرية والصحية والثقافية والبدنية سواءً على مستوى الفرد أم على مستوى المجتمع ككل⁽¹⁾، وتعرف السياحة الداخلية أو المحلية بأنها الانتقال المؤقت للأفراد في داخل الحدود السياسية لمواطنهم الأصلية، وتتجه الكثير من الدول إلى تشجيع السياحة الداخلية للحد من تسرب الدخل الوطني ولتشجيع الاستثمار فيها.⁽²⁾

كما يعرفها البعض بأنه ذلك النشاط السياحي الذي يتم من مواطني الدولة لمدها المختلفة التي يوجد بها جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة. كما أن الأكاديمية الدولية للسياحة تعرف السياحة بأنها مجموعة التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها والناجمة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقاً لرغبة الانطلاق الكامنة في كل فرد.⁽³⁾

إلا أن هذا المفهوم يرافقه جدل بالمواطنين السائحين الذين يحددون نوع هذا

(1) -ROGERSON, Christian M. Business incubation for tourism SMME development: international and South African experience. 2017.p5.

(2) - مروان السكر، الاقتصاد السياحي، دارمجلدلاوي للنشر، الأردن، 1999، ص13.

(3) - محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، مكتب الجامعي الحديث، مصر، 2008، ص50.

المنتج السياحي، إذ نجد بعض الدول تعتبر السائح الداخلي بناء على المدة التي تقضيها رحلته السياحية والتي ينبغي أن لا تقل عن 24 ساعة. وتحدد كل من بلجيكا وبريطانيا هذه المدة بأربع ليال أو أكثر، أما بلغاريا وتشكوسلوفاكيا وألمانيا فتشترط على المواطن قضاء خمسة أيام حتى يكون سائحا داخليا⁽⁴⁾، أما الولايات المتحدة الأمريكية وكندا فتعتمد معياراً آخر وهو مسافة الرحلة التي يقطعها المسافر وتعاادل 100 كلم أو أكثر.⁽⁵⁾

أهمية السياحة الداخلية:

وتعتبر السياحة أحد مصادر الدخل الوطني، وأحد الموارد المنظورة في الموازنة العامة خاصة في حالة وجود سياحة دولية تؤدي إلى توفير الدخل عن طريق توفير جزء هام من العملات الأجنبية اللازمة لتمويل عمليات التنمية، بالإضافة إلى توزيع ناتج عمليات التنمية على رقعة أكبر من البلاد ودفع عجلة التنمية في الأقاليم المختلفة مع توزيع المداخل الناتجة عن عدد أكبر من مواطني الدولة مما يحقق التأثير الإيجابي على حركة المشروعات العامة كالطرق ووسائل المواصلات ووسائل الاتصال والحدائق والمنتزهات العامة⁽⁶⁾، وهو ما تحتاجه الجزائر لدعم اتجاهات التنمية الإقليمية خارج المناطق والمدن الرئيسية.

كما تؤدي تنمية القطاع السياحي إلى تحفيز الطلب على مستلزمات الأنشطة الترويحية من سلع وخدمات مما يؤدي إلى تنشيط كافة القطاعات الاقتصادية عن طريق توسيع أو تكوين أسواق جديدة للصناعات المحلية، وزيادة الفرص الاستثمارية المتاحة أمام القطاع الخاص مما يزيد من درجة مشاركته في عمليات التنمية الإقليمية والمساهمة الفعالة في توازن ميزان التجارة الخارجية وميزان المدفوعات، حيث أنه نتيجة لتحفيز الطلب على السلع والخدمات الترفيهية فإن الإنتاج المحلي من هذه السلع

(4) - محمد صبيح عبد الحكيم، حمد أحمد ديب، جغرافية السياحة، مكتبة الأنكلا المصرية للنشر، مصر، 2001، ص48.

(5) - عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، (2009) ص35.

(6) - الطائي النبي عبد حميد، التسويق السياحي، دار الوراق، الأردن، (2004) ص198.

والخدمات قد يزداد بصورة تمكنه من التمتع بوفورات اقتصادية،⁽⁷⁾ وبالتالي يمكن تصدير بعض هذه السلع والخدمات، بالإضافة إلى توجيه إنفاق المواطنين لمخصصات السياحة في جداول استهلاكهم إلى داخل البلاد، وتوفير عناصر الجذب السياحي الدولي من الخارج وما يستتبع ذلك من حصيللة العملات الأجنبية، والتي تعمل في النهاية على توازن ميزان المدفوعات.⁽⁸⁾

أما على الصعيد الثقافي والاجتماعي، فالسياحة الداخلية تسهم بنشر الوعي حول المواقع السياحية وكيفية حمايتها، وحول التراث الثقافي والمعنوي وأهمية الحفاظ عليه، كما تسهم بنشر الوعي حول كيفية التعامل مع السياح الوافدين مما يؤدي إلى تقليص الهوة والفروقات الطبقية والاجتماعية بين السياح القادمين والسكان المحليين، وبلغى حالة الحقد لديهم نتيجة تمتعهم بنفس المنتجات التي تُعرض على السياح القادمين.⁽⁹⁾ وقد انخفض بشكل ملحوظ نشاط السياحة الداخلية، خاصة مع انخفاض المستوى المعيشي للفرد، ويمكن أن نرجع أسباب هذا الانخفاض إلى السبب الاقتصادي بالدرجة الأولى، فدخل المواطن الجزائري لا يتناسب طرذاً مع احتياجاته ومتطلبات أسرته، فكيف له بالأحرى التوجه إلى نشاطات تحتاج إلى إمكانيات مادية جيدة، وخاصة أن أسعار معظم الخدمات السياحية موضوعة بشكل يتناسب مع السياح الأجانب بغض النظر عن السكان المحليين، كما أن البرامج السياحية مصممة لتجذب أكبر عدد ممكن من السياح الوافدين دون التوجه لتعريف هؤلاء السكان بكنوز بلادهم وحققهم بالتمتع بها.

كما أن البنى التحتية السياحية من مطاعم وفنادق ومنتجعات ومراكز ترفيه وتسوق ومرافق عامة.... مازالت قليلة أو ليست بالمستوى المطلوب أو أنها ذات أسعار مرتفعة بشكل لا يتناسب مع سائح محلي ذو دخل محدود، بالإضافة إلى الضرر الكبير الذي أصابها سواء بشكل مباشر من حيث الأذى والتخريب أو بشكل غير مباشر نتيجة

(7) - Chengappa, L. and Geibel, R., 2014. What European incubators can learn from their American counterparts: an analysis of the critical success factors for a startup incubator. Journal of Tourism and Hospitality Management, 2(1), p.40.

(8) - Şchiopu, A.F., Vasile, D.C. and Țuclea, C.E., 2015. Principles and Best Practices in Successful Tourism Business Incubators. Amfiteatru Economic, 17(38), p480.

(9) - عصام حسن السعيدى، مرجع سبق ذكره، ص 42.

الأزمة الاقتصادية وانخفاض عدد روادها، مما أدى لإغلاقها وتسريح العاملين فيها فازدادت نسبة البطالة في المجتمع.

و في ظل هذا نجد أن الهدف الأساسي من تنشيط السياحة الداخلية في الوقت الحالي هو إيجاد مورد اقتصادي جديد نتيجة تضرر الأنشطة الاقتصادية في ظل الأزمة، أي استثمار ما يمكن استثماره من منتجات سياحية تحفز انتقال السكان المحليين للتمتع بهذه المنتجات، وصرف النقود مقابل الخدمات التي يحصلوا عليها، بالإضافة إلى ذلك فالسياحة الداخلية قد تشكل سبب من أسباب نشر الدعاية الإيجابية حول أهمية المناطق الأثرية والطبيعية وحمايتها والحفاظ عليها، مما يسهل إعادة تأهيلها واستثمارها أي التخفيف من أضرار الأزمة عليها، كما أن تنشيط السياحة الداخلية لا يمكن أن يتم دون وجود مكاتب سياحية تقوم بتنظيم مثل هذه الرحلات، وبذلك نعيد إلى بعض المكاتب جزءاً من عملها.

وبما أن أهم عامل من عوامل ضعف السياحة الداخلية هو العامل الاقتصادي، اذن لابد من إيجاد تفاهم مشترك بين أصحاب المنشآت السياحية حول تخفيض تكاليف الخدمات السياحية بشكل يتناسب مع دخل المواطن العادي ويحقق نسبة اشغال مرتفعة حتى في المواسم المنخفضة، وهذا يحتاج أيضاً حلاً لمشكلة ارتفاع أسعار الوقود حيث يمكن دعم شركات النقل بالوقود كما يتم دعم المنشآت السياحية، وبالتالي تخفيض أسعار تأجير الباصات السياحية. فهذا يؤدي إلى تشجيع المكاتب السياحية لتنظيم رحلات داخلية بأسعار جيدة ومناسبة لجميع الطبقات، وذلك بتشجيع من وزارة السياحة وتقديم الدعم والمساعدة لهم، وتذليل جميع العقبات التي تواجه عملهم.

متطلبات نمو السياحة الداخلية في الجزائر:

يتعرض نمو السياحة الداخلية في الجزائر العديد من العوائق والعراقيل التي ترتبط في الغالب بعوامل هيكلية واجتماعية، ويمكن الحد من هذه العوائق من خلال تلبية جملة من المتطلبات أهمها: ⁽¹⁰⁾

- تحقيق الأمن والاستقرار السياسي والقضاء على بؤر التوتر والنزاعات الداخلية

(10) - وزارة الإقليم، البيئة والسياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، 2008، ص 56 .

- والطائفية التي قد تشكل خطرا على السائح الداخلي ؛
- تحقيق الاستقرار الاقتصادي خاصة فيما يتعلق بأسعار السلع والخدمات لأن تذبذبها من منطقة إلى أخرى يؤثر على حجم إنفاق السائح الداخلي ؛
- تشجيع الاستثمار في مجال السياحة الداخلية مع تقديم كل التسهيلات وتحسين كافة الإجراءات لنجاح ذلك ؛
- الاهتمام بالمناطق ذات الجذب السياحي المهم وتجهيزها وإعدادها بكل متطلبات الراحة والنظافة ؛
- الاهتمام بالدعاية والإشهار للسياحة الداخلية مع الأخذ بعين الاعتبار المنافسة السياحية للدول المجاورة من حيث تنوع الخدمات والأسعار لجذب السياح الداخليين وتجنب توجه الموارد المالية والمتمثلة في الإنفاق السياحي إلى الدول الأخرى ؛
- الاهتمام بوسائل النقل وتنويعها بين البرية والبحرية والجوية وفتح الخطوط لها نحو كل المناطق السياحية ؛
- نشر الثقافة السياحية بين الأفراد وتعزيز إدراكهم بضرورة التمسك بالعادات الجزائرية المعروفة ككرم الضيافة والاستقبال والترحيب بالآخر، لأنها ككل في الواقع من عوامل الجذب السياحي ؛
- الاستفادة من المناسبات الخاصة والأعياد الوطنية أو الدينية التي تتميز بها المناطق السياحية الداخلية لدعمها وجذب المواطنين إليها.

مقومات السياحة الداخلية في الجزائر :

- تنوع مقومات السياحة في الجزائر أتاح تعدادا كبيرا في النشاط السياحي، ومن هذه الأنواع على سبيل المثال لا على سبيل الحصر نذكر ما يلي:⁽¹¹⁾
- أ- الشواطئ: تعتبر السياحة الشاطئية في الجزائر من أهم أنواع السياحة الداخلية فوجود شريط ساحلي طوله أكثر من 1200 كلم متنوع بين سواحل رملية وصخرية وغابية، يجد الفرد الجزائري ضالته في البحث عن الترفيه والاستحمام في أي شاطئ يريده ومن أهم المدن الساحلية التي تستقطب

(11) - نفس المرجع، ص 58.

سنويا آلاف السياح المحليين كل من جيجل، سكيكدة، مستغانم، عنابة، وهران، تيبازة وغيرها، وتوفر هذه السياحة انماطا سياحية كثيرة منها السياحة البحرية والثقافية والرياضية وما إلى ذلك.

ب- التضاريس الجبلية : يستمتع السائح الذي يختار الجبال الجزائرية هدفا له في رحلته السياحية بتنوع التضاريس ومعها المناخ فالقادم من مدينة تلمسان مثلا الى جبال الشريعة بالبليدة سيشعر وكأنه في احدى الدول الاوروبية لجمال الثلوج التي تكسو الغابات وتمنح السائح فرصة ممارسة بعض الرياضات كالترليج، ولن يجد آخر داعيا للسفر الى لبنان لمشاهدة اشجار الارز الشهيرة لان اكبر غابة للأرز في البحر الابيض المتوسط توجد في مدينة خنشلة ومن هناك يستطيع التعرّيج على تيمقاد بباتنة والتمتع بالحضارات التي خلفها السابقون، ومن غير المعقول أن نجد السياح المحليين يعرفون الكثير عن مرتفعات البيرو وجبال الآلب وقمم الهمالايا، بينما نجدهم يجهلون ما في جبال الأوراس وجرجرة والونشريس والبهقار.

ج- الحظائر الوطنية السياحية :

- الحظيرة الوطنية للقالا : 78.000 هكتار، تقع شمال الجزائر بالمحاذاة مع البحر الابيض المتوسط وتضم 3 شواطئ، و3 محميات تحتوي على 50 نوعا للطيور وأنواع من الحيوانات الأخرى.
- حظيرة جرجرة: 18.500 هكتار، وتقع في قلب أطلس التل، تبعد 50 كم عن الجزائر العاصمة، تستقر فيها الثلوج لمدة ثلاثة أشهر.
- حظيرة غابات الأرز «ثنية الحد» : 616.3 هكتارا، تبعد 3 كم عن مدينة ثنية الحد، وتقع الى حافة سلسلة الونشريس وفي قلب أطلس التل.
- حظيرة الطاسيلي : 100.000 هكتار ويشمل الطابع الاثري والأركيولوجي، تتميز بمختلف النقوش والرسومات الصخرية، وهي مصنفة كتراث عالمي منذ سنة 1981.
- وهناك مجموعة من الحظائر الوطنية مثل (بلزمت) 600 هكتار بباتنة، (وتازا 300 هكتار) بجيجل (وقورارة 100 هكتار) ببجاية مطروحة لموضوع الهيئة لأن تصنف مع الحظائر الأخرى.

د- **الثروة الصحراوية :** الصحراء الجزائرية تضاهي بل وتتجاوز الجمال الطبيعي في الشمال، وكثرة مناطق الجذب السياحية وتنوعها بين مواقع أثرية وواحات تحتضن سنويا العديد من الاحتفالات والتظاهرات الثقافية والفنية وسنويا يفضل الكثير من الجزائريين الاحتفال بحلول رأس السنة في الهقار والطاسيلي.

هـ- **الثروة الحموية :** تعد السياحة العلاجية القائمة على الثروة الحموية من أهم أنواع السياحة التي يقبل عليها الجزائريون بشكل كبير وملفت ويعود ذلك إلى الغنى الجلى في الثروة الحموية المنتشرة في كافة مناطق الوطن، حيث يزيد عدد منابع المياه الحارة والجوفية عن 200 منبع وكذا ترسخ ثقافة زيارة الحمامات في الذهنية المحلية سواء لعلاج العديد من الأمراض أو الاستحمام. ومن أشهر الحمامات في الجزائر والتي تستقطب أكبر عدد ممكن من الزوار، "حمام ملوان" في ولاية البليدة، "حمام ريغة" في ولاية عين الدفلى، بالإضافة الى "حمام الضلعة" في ولاية المسيلة، "بو غرارة" في ولاية تلمسان، "بوحنيفة" في ولاية معسكر و"حمام الصالحين" في ولاية بسكرة.

دعم الدولة للاستثمار السياحي:

- يتكفل الصندوق المخصص للمساهمة في تشجيع الاستثمار بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية وكل النفقات الأخرى الخاصة بدعم إنجاز مشاريع إستثمارية سياحية، وتتمثل هذه الامتيازات في :⁽¹²⁾
- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي ينشئها المقاولون الوطنيون أو الأجانب، باستثناء الوكالات السياحية والأسفار، وكذا شركات الإقتصاد المختلط التي تنشط في قطاع السياحة ؛
 - الإعفاء من الضريبة على الدخل الإجمالي لمدة 10 سنوات لشركات السياحة التي تم إنشاؤها من طرف المستثمرين الوطنيين باستثناء الوكالات السياحية والأسفار، وكذا شركات الإقتصاد المختلط التي تنشط في قطاع السياحة ؛
 - الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني، بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية والحموية ؛

(12) - الوكالة الوطنية لترقية الإستثمار، تدابير لدعم الإستثمار حسب القطاع، على الخط :

<http://www.andi.dz> (تاريخ الزيارة 2018/03/12).

- تطبيق النسبة المخفضة بـ 7٪ من الرسم على القيمة المضافة، إلى غاية 31 ديسمبر 2019، فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية، وكذا نشاطات المطاعم السياحية المصنفة، والأسفار وتأجير سيارات النقل السياحي؛
- منح تخفيض على نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية في إطار إنجاز المشاريع الاستثمارية وتحديث المؤسسات السياحية والفندقية.

واقع الاستثمار السياحي في الجزائر:

يمكن الإشارة إلى واقع الاستثمار السياحي في الجزائر من خلال تقديمنا لبعض الأرقام التي تمكنا من الحصول عليها، حيث كما يتبين من الجدول رقم 01 أنه على الرغم من التحفيزات التي توفرها الدولة الجزائرية للمستثمرين إلا أن عدد المشاريع لا يرتقي إلى المستوى المطلوب، خاصة في المجال السياحي والذي يمثل 1.266 مشروع استثماري، حيث يمثل نسبة 2% من إجمالي عدد المشاريع حتى سنة 2017، ولا يفوق 8.59 % من القيمة المالية للمشاريع، على الرغم من المقومات السياحية التي تتمتع بها الجزائر.

ويعمل إنشاء المشاريع السياحية المباشرة أو المساعدة لها بمختلف أنواعها، أو التوسع في إنشاءها رأسيا أو أفقيا، على خلق فرص عمل جديدة، سواء كان تمويل هذه المشاريع برأسمال أجنبي أو وطني، مما يؤدي إلى التخفيف من مشكلة البطالة في كثير من الأحيان، ويعمل ولو ببطء على تحسين مستوى الرفاهية الإقتصادية إضافة إلى توفير فرص عمل جديدة وبالتالي زيادة المداخيل الفردية، تنشيط قطاعات التعليم التدريب في مجال المهن السياحية المختلفة، وتوفير فرص عمل كثيرة خاصة للنساء.

كما سجلنا أيضا من حيث وضعية المشاريع السياحية إنجاز 76 مشروع فقط الى غاية 2014 مما يسمح بتوفير 6.377 سرير و2.971 منصب عمل وهو رقم ضعيف مقارنة بما توفره الدول المجاورة وبما تتوفر عليه الجزائر من امكانيات سياحية، وقصد تطوير طاقة الاستيعاب سطرت السلطات العمومية برنامج إنجاز 385 مشروع جديد يسمح بتوفير 54.884 سرير و25.526 منصب عمل، وقد انطلقت بها الأشغال سنة 2014 . (انظر الجدول رقم 02)

أما من حيث توزيع هذه المشاريع وفق الطابع السياحي، فيلاحظ أن الطابع السياحي الحضري يعد أكثر الأنواع جذبا للاستثمار في الفنادق بـ 872 فندق مقارنة بـ

798 فندق سنة 2013، أما باقي الأنواع الأخرى فقد تراجعت وبشكل كبير سنة 2014 وهذا قد يكون راجعا إلى اختيار معظم الجزائريين دولا أخرى كوجهة سياحية وعدم إقبالهم على هذه الفنادق في إطار السياحة الداخلية. (انظر الجدول رقم 03)

وقد تراجع استثمار القطاع الخاص في المؤسسات الفندقية سنة 2014 بـ 03 فنادق أين سجلنا 1.059 فندق مقارنة بـ 1.062 فندق سنة 2013. في حين عملت بعض الفنادق الخاصة الأخرى على توسيع طاقة استيعابها مما سمح بزيادة 431 سرير لنفس السنة، مع زيادة في استثمارات الجماعات المحلية بـ 12 فندق مما سمح عموما بزيادة طاقة الاستيعاب حيث وصلت لغاية سنة 2014 إلى 99.605 سرير. (انظر الجدول رقم 04)

وبالمقابل نجد أن عدد الوكالات السياحية بفروعها حتى نهاية 2014 في تزايد مقارنة بسنة 2013، إلى أن ما يعاب عليها أنها تروج للمنتوج السياحي الأجنبي أكثر من الوطني، وتكتفي بحجز تذاكر الطيران وتنظيم رحلات الحج والعمرة. (انظر الجدول رقم 05)

وكما هو موضح في الجدول رقم 06 والشكل رقم 01، وإلى غاية سنة 2015 نلاحظ أن عدد مناصب العمل المباشرة التي تساهم المشاريع السياحية بفتحها سنويا متذبذب ولم يعرف استقرارا بعد حيث لم يتجاوز 327.300 منصب عمل مباشر، أين سجل تراجعاً يؤدي إلى خلق منصب شغل واحد مباشر وثلاثة مناصب غير مباشرة متعلقة بالنشاطات الملحقة.

بينما قدرت المساهمة الإجمالية لقطاع السياحة في توفير مناصب العمل لسنة 2015 بقيمة 628.3 ألف عامل بنسبة زيادة قدرها 3.80 % مقارنة بسنة 2014 أين كانت تقدر بـ 604.4 ألف عامل. إلا أن هذه المساهمة لا تزال ضئيلة مقارنة بما تملكه الجزائر من مقومات سياحية يمكن أن تساعد أكثر في امتصاص اليد العاملة المؤهلة والعاطلة عن العمل.

وتشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10%، وبناء على ما جاء في الجدول رقم 07 ومثلما هو موضح في الشكل رقم 02 فإن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي بالجزائر تعد ضعيفة مقارنة بالمؤشرات العالمية حيث لم تتجاوز نسبة 3.54%.

السياحة العالمية ونصيب الجزائر منها :

ارتفع عدد السياح الدوليين بنسبة 4.4% في سنة 2015 مسجلاً 1.2 مليار سائح، وفقاً للإصدار الأخير من منظمة السياحة العالمية، ما يعني زيادة بـ 50 مليون سائح إضافي تقريباً مقارنة بالعام 2014.

وكانت سنة 2015 السنة السادسة على التوالي التي يتخطى فيها النمو معدلاته الوسطية، بارتفاع سنوي مضطرب في عدد السياح الوافدين الدوليين بنسبة 4% أو أكثر منذ ما بعد الأزمة في 2010.

وجاءت النتائج حسب الأقاليم العالمية كما يلي:⁽¹³⁾

أ- بالنسبة لأوروبا : عرفت نمواً بـ 5% حيث بلغ عدد الوافدين إليها 609 مليون سائح، أي بزيادة 29 مليون سائح مقارنة بالعام 2014 ويرجع ذلك أساساً إلى انخفاض قيمة اليورو مقابل الدولار الأمريكي والعملة الرئيسية الأخرى.

ب- بالنسبة لآسيا والمحيط الهادئ : عرفت هي الأخرى نمواً بـ 5% بتسجيل زيادة في عدد السياح بلغت 13 مليون مقارنة بسنة 2014 ليصل العدد الإجمالي إلى 277 مليون سائح.

ج- بالنسبة للقارة الأمريكية : ارتفع عدد السياح الوافدين إليها بـ 9 ملايين سائح مقارنة بسنة 2014 ليصل إلى 191 مليون سائح بنسبة نمو 5% .

د- بالنسبة للشرق الأوسط : ارتفع عدد السياح بنسبة تقديرية وصلت إلى 3% ليصل العدد الإجمالي إلى 54 مليون سائح سنة 2015.

هـ- بالنسبة لإفريقيا : تشير البيانات المحدودة المتوفرة إلى تراجع بنسبة 3% في عدد السياح ليصل العدد الإجمالي إلى 53 مليون سائح، ونشير هنا أن عدد السياح انخفض بنسبة 8% في شمال أفريقيا، وفي جنوب الصحراء بنسبة 1%.

وتشير الإحصائيات أن الفضل في دفع وتحريك الإنفاق السياحي لسنة 2015 يعود أساساً للأسواق العالمية المصدرة للسياحة وعلى رأسها الصين والولايات المتحدة والمملكة المتحدة التي جاءت في صدارة النمو على مستوى السياحة الخارجة في 2015، إذ دعمتها العملة القوية والاقتصاد المنتعش في ذلك.

(13) - البنك الدولي، المجلس العالمي للسياحة والسفر، مؤشرات السياحة العالمية لسنة 2016 ، على

الخط : www.data.worldbank.org (تاريخ الزيارة 2018/03/14)

ويتبين أن الإنفاق من الولايات المتحدة على السياحة ارتفع بنسبة 9%، وهي بذلك ثاني أكبر سوق مصدرة في العالم، أما المملكة المتحدة فقد ارتفع انفاقها بـ 6% ، أما الإنفاق في ألمانيا وإيطاليا وأستراليا فارتفع بوتيرة أبطأ حيث لم يتجاوز 2% في كل منها، في حين بقي الطلب من كندا وفرنسا ضعيفا.

في المقابل، تراجع الإنفاق السياحي بشكل ملحوظ في بعض الأسواق المصدرة التي كانت تتمتع بحيوية عالية في السابق مثل روسيا والبرازيل، ما يعكس القيود الاقتصادية في كلا البلدين وهبوط الروبل والريال مقابل كل العملات الأخرى تقريبا.

وأمام هذا العدد الهائل للسياح الدوليين تبقى الجزائر تمثل الحلقة الأضعف في استقطاب نسبة منهم حيث لم يتجاوز عددهم 2.039.000 سائح سنة 2016 من أصل 53 مليون سائح زار إفريقيا في نفس السنة، مقارنة بدول مجاورة لا تفوقنا من حيث الموارد السياحية أين استطاعت تونس مثلا استقطاب 5.724.000 سائح لنفس السنة، أما المغرب فسجلت دخول أكثر من 10 ملايين سائح أجنبي الى اراضيها لنفس السنة أيضا. أما عالميا، فاحتلت الجزائر المرتبة 111 من بين 184 دولة ضمنها التصنيف وفق ذات المنظمة.

بالمقابل نجد عدد السياح الذين غادروا الجزائر في اطار السياحة الخارجية لسنة 2016 بلغ 4.530.000 سائح بزيادة قدرها 2.619.000 سائح مقارنة بسنة 2015 بفارق بين السياح الوافدين والسياح المغادرين بلغ 2.491.000 سائح، هذا ما يبرر ارتفاع حجم النفقات السياحية مقارنة بحجم الإيرادات السياحية التي لم تتجاوز حتى سنة 2016 مبلغ 243 مليون دولار أي ما يمثل 0.7 ٪ من حجم الصادرات الوطنية، مقابل 475 مليون دولار مجموع النفقات السياحية لنفس السنة وهو ما يمثل 0.8 ٪ من حجم الواردات، أي بعجز فاق 232 مليون دولار، وهو جزء من العملة الصعبة التي تخرج من السوق الوطنية ليتم انفاقها في إطار السياحة الخارجية على مستوى الأسواق الأجنبية.

هذا ما يؤكد من جهة أخرى ضعف السياحة الداخلية بالجزائر، التي وجدنا أنها تحقق إيرادات كبيرة جدا للدول السياحية، حيث تقارب 08 مليار دولار في المغرب بنسبة 23.1 ٪ من حجم صادراتها، أين لم تتجاوز نفقاتها السياحية 5.1 ٪ من مجموع وارداتها. أما في دولة تونس بلغت إيراداتها السياحية تقريبا 1.8 مليار دولار بنسبة 10.1 ٪ من مجموع صادراتها، وبالمقابل لم يتجاوز حجم نفقاتها السياحية 3.8 ٪ من مجموع وارداتها.

علما أن السائح الجزائري الراغب في التنقل إلى الخارج يستفيد من منحة سياحية قارة سنويا تعادل 15 ألف دينار، أي في حدود 130 أورو غير قابلة للتجديد. وتشير التقديرات الإحصائية المتوفرة إلى أن المواطن التونسي يستفيد من مقابل 6000 دينار تونسي أي 2.688.40 أورو كمنحة سياحية سنوية. أما المنحة السياحية التي يستفيد منها المواطن المغربي فإنها تصل إلى 40 ألف درهم أو ما يعادل 3.583.4 أورو سنويا.

في نفس السياق، يستفيد المواطن المصري من منحة سياحية يمكن أن تصل إلى 20 ألف دولار بالنسبة للأفراد، أي 14.790 أورو، أما المواطن السوري، فإنه يستفيد من منحة في حدود 2400 دولار سنويا، أي ما يعادل 1.774.8 أورو. وفي هذا الصدد أحصت وزارة السياحة والصناعات التقليدية مجموعة من النقائص أو المعوقات التي حالت دون تطور القطاع السياحي في الجزائر والإستثمار فيه (14) هي:

- غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية؛
- وكالات الأسفار: غياب التحكم في التقنيات الحديثة للسوق "غياب التحكم في التقنيات الجديدة لسوق السياحة الدولية، عدم التكيف مع الطريقة العصرية للتسيير الإلكتروني للنقل قصد تنظيم عمليات الحجز والخدمات"،
- خضوع إستقبال السياح في الجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم، غياب مخطط للتكوين المستمر وعدم وجود تنظيم لوكالات الأسفار وميثاق يحكم المهنة ؛
- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق خاصة، كما أن نوعية التكوين غير ملائمة مع متطلبات عرض سياحي بامتياز ؛
- ضعف نوعية المنتج وخدمات السياحة الجزائرية (انعدام النظافة والصيانة للفضاءات العامة والخاصة، غياب خدمات جذابة وأعمال لإبراز المنتجات المحلية) ؛

(14) - وزارة الإقليم، البيئة والسياحة (2008)، مرجع سبق ذكره، ص66.

- ضعف نوعية النقل والمواصلات (عدم القدرة على خدمات نقل كمية ونوعية متكيفة مع الطلب، زادت حدة من خلال إضافة التسعيرة المبالغ فيها مقارنة مع الممارسات الدولية، سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب يضاف إليه عدم التنسيق في رحلات الربط عند المغادرة باتجاه الخارج) ؛
- غياب الأمن.

الخاتمة:

على الرغم مما يظهره قطاع السياحة من أهمية متزايدة ومساهمة مثبتة في الناتج المحلي الإجمالي (3% إلى 10% عالميا)، وفي توليد فرص العمل (7% إلى 8% من مجموع الوظائف) وفي الصادرات (30% من الصادرات العالمية من الخدمات)، نجد ان الإمكانيات السياحية المتوفرة في الجزائر لم تحقق الكفاءة المتوقعة لهذا القطاع من حيث العائدات السياحية وفرص التشغيل والمساهمة في الناتج. ومن بين النتائج المتوصل إليها :

- أن الجزائر تتوفر على إمكانيات سياحية ضخمة يمكنها أن تكون بديلا تنمويا إذا ما أحسن استغلالها ؛
 - ضعف أداء القطاع السياحي في الجزائر يعود إلى ضعف الاستثمار في هذا القطاع نتيجة تركيز المخططات التنموية السابقة على إعطاء الأولوية لقطاع الصناعات الثقيلة على حساب قطاع الخدمات بصفة عامة والسياحة بصفة خاصة، بالإضافة إلى تأخر في إنجاز المشاريع المقررة خلال المخططات الوطنية وتراكمها بسبب سوء التسيير زادت من ضعف هذا القطاع بالإضافة إلى ضعف المردودية الاقتصادية للقطاع السياحي.
- أما الحلول المقترحة لترقية الاستثمار في السياحة الداخلية فتتمثل فيما يلي:

- حل مشكلة العقار السياحي في الجزائر، مع تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الإستثمار في القطاع السياحي ؛
- القضاء على البيروقراطية والفساد الإداري وتنويع مصادر التمويل، حيث يشير تقرير التنافسية العالمي لعام 2016- 2017 إلى أن الفساد يعتبر ثالث عقبة من حيث الأهمية في الجزائر بنسبة 13.3 ٪ بعد كل من البيروقراطية 17.5 ٪ والتمويل 13,7٪، والتقليل من الإجراءات الإدارية لإنشاء المشاريع

وعملية الاستثمار ؛

- ترقية التعاون بين سياسات قطاعي النقل والسياحة لتحقيق أكبر قدر من الحرية في حركة السياح عبر الحدود ؛
- ترقية وتطوير التعليم الموجه نحو السياحة، على اعتبار أن ذلك سيغير المفاهيم المتعلقة بالسياحة في أذهان الناس ورفع الوعي بالفرص والتحديات التي ينطوي عليها القطاع، وينبغي أن يرافق ذلك استغلال فعال لوسائل الإعلام لجميع التسهيلات الترويجية والتسويقية للسياحة في الجزائر وفرص الاستثمار فيها والتسهيلات المتوفرة ؛
- تنوع المنتجات السياحية من خلال تفعيل البرامج الاجتماعية والنشاطات التقليدية التي يشارك فيها السكان المحليون، وتشجيع الاستثمارات في مجال السياحة العامة والخاصة في المشاريع السياحية، من خلال تقديم التسهيلات الخاصة ومنح المعاملات التفضيلية للمستثمرين الأجانب ؛
- التأكيد على دور المكاتب السياحية التي يجب أن تتخذ المبادرة في الترويج للسياحة الداخلية، وأن لا تكتفي بحجز تذاكر الطيران والتأشيرات وما الى ذلك.

وفي الأخير يتضح لنا أن السياحة الداخلية فعلا أصبحت متغيرا اقتصاديا أساسيا يلعب دور كبير في تطوير القطاع السياحي ومن خلاله في النمو الاقتصادي، بل وأصبح يؤسس لها كصناعة مستدامة تنتج منتجات سياحية تزيد من رفاهية المستوى المعيشي للأفراد داخل وطنهم دون اللجوء الى دول أخرى، ومنه المحافظة على احياطات الدولة من العملة الصعبة. دون اغفال جانب مهم آخر في التأسيس لصناعة سياحية مستدامة وهو الجانب الاجتماعي حيث أن السياحة هي عبارة عن ثقافة قبل أن تكون كممارسة.

- ملحق:

الجدول (01) : عدد المشاريع الإستثمارية المصرح بها في الجزائر حسب القطاع لسنة 2017

قطاع النشاط	عدد المشاريع	%	القيمة بمليون دج	%	مناصب الشغل	%
الزراعة	1.342	%2.12	260.750	%1.82	55.240	%4.49
البناء	11.031	%17.44	1.331.679	%9.31	242.428	%19.68
الصناعة	12.698	%20.08	8.373.763	%58.56	538.558	%43.73
الصحة	1.093	%1.73	221.383	%1.55	25.968	%2.11
النقل	29.267	%46.28	1.164.966	%8.15	158.780	%12.89
السياحة	1.266	%2	1.228.830	%8.59	77.158	%6.26
الخدمات	6.531	%10.33	1.272.057	%8.90	125.014	%10.15
التجارة	02	%0	10.914	%0.08	4.100	%0.33
الاتصالات	05	%0.01	436.322	%3.05	4.348	%0.35
المجموع	63.235	%100	14.300.664	%100	1.231.594	%100

المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، الموقع الإلكتروني: <http://www.andi.dz>

جدول (02) : وضعية المشاريع السياحية

تعيين	سنة 2013			سنة 2014		
	مجموع المشاريع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل	مجموع المشاريع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل
مشروع في طور الانجاز	377	51.570	28.083	385	54.884	25.526
مشاريع متوقفة	129	14.017	6.850	104	9.123	3.797
مشاريع لم تنطلق	219	17.263	8.093	296	33.860	13.006
مشاريع منجزة	21	1793	576	76	6.377	2.971
المجموع	746	84.643	43.602	861	104.244	45.300

المصدر: وزارة السياحة الجزائرية، تقرير احصائيات السياحة لسنة 2014، ص 27

جدول (03) : التوزيع حسب الطابع السياحي

الطابع	سنة 2013		سنة 2014	
	عدد الفنادق	عدد الاسرة	عدد الفنادق	عدد الاسرة
حضري	798	55.988	872	61.012
ساحلي	219	29.886	209	27.962
صحرابي	94	6.058	60	4.547
حموي	46	5.467	26	4.259
مناخي	19	1.405	18	1.825
المجموع	1.176	98.804	1.185	99.605

المصدر: وزارة السياحة الجزائرية، تقرير احصائيات السياحة لسنة 2014، ص 27

جدول (04) : التوزيع حسب الطابع القانوني

سنة 2014		سنة 2013		الطابع
عدد الاسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الاسرة	عدد المؤسسات الفندقية	
18.613	65	18.613	65	عمومي
74.744	1.059	74.313	1.062	خاص
3.134	54	2.006	42	الجماعات المحلية
3.114	07	3.872	07	مختلطة
99.605	1.185	98.804	1.176	المجموع

المصدر: وزارة السياحة الجزائرية، تقرير احصائيات السياحة لسنة 2014، ص 08

جدول (05) : الوكالات السياحية والأسفار

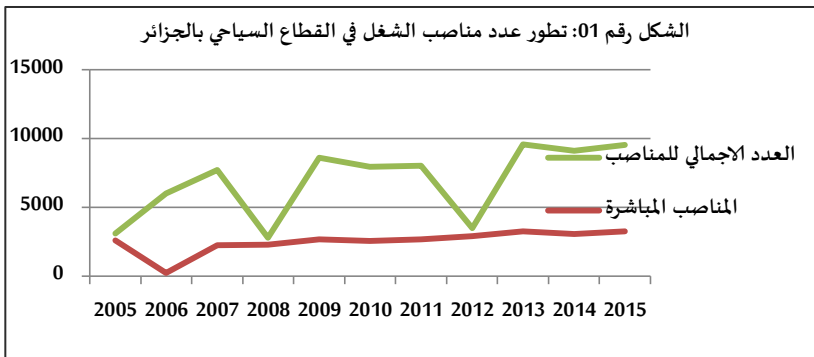
سنة 2014	سنة 2013	تعيين
415	388	عدد الوكالات السياحية فئة "أ"
800	675	عدد الوكالات السياحية فئة "ب"
1.215	1.063	عدد الوكالات السياحية الناشطة
82	77	عدد الفروع فئة "أ"
64	59	عدد الفروع فئة "ب"
146	136	عدد الفروع الناشطة

المصدر: وزارة السياحة الجزائرية، تقرير احصائيات السياحة لسنة 2014، ص 11

الجدول (06): تطور عدد مناصب الشغل في القطاع السياحي من 2005 إلى 2015 بالجزائر (بالآلاف)

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
المناصب المباشرة	258.2	239	225.4	227.7	269.2	254.1	266.6	292.2	324.1	305.9	327.3
العدد الاجمالي	528	576.3	546.2	515	593.2	539.4	535.4	583	634.5	604.4	628.3

المصدر: وزارة السياحة الجزائرية، تقرير احصائيات السياحة لسنة 2015.

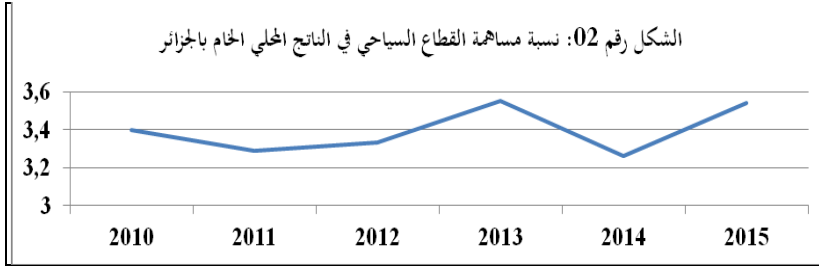


المصدر: من اعداد الباحث بناء على المعطيات في الجدول رقم 06

جدول (07) : نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الخام للفترة من 2010 إلى 2015

السنوآت	2010	2011	2012	2013	2014	2015
النسبة %	3.40	3.29	3.33	3.55	3.26	3.54

المصدر: بوحفص حاكبي وخديجة العارف، رؤية حول السياحة في الجزائر مقارنة بمثيلتها في تونس والمغرب، مقال منشور بمجلة دراسات، العدد 30، جوان 2017، جامعة الأغواط، الجزائر، ص 250.

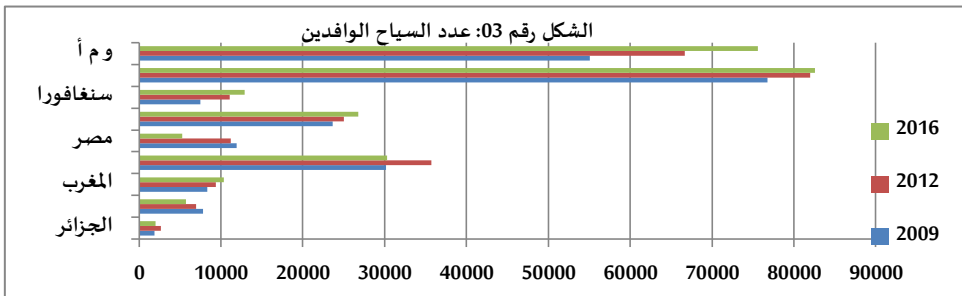


المصدر: من اعداد الباحث بناء على المعطيات في الجدول رقم 07

الجدول (08) : تطور عدد السياح الدوليين الوافدين والمغادرين للسنوات 2009 – 2012 – 2016 (العدد بالمليون)

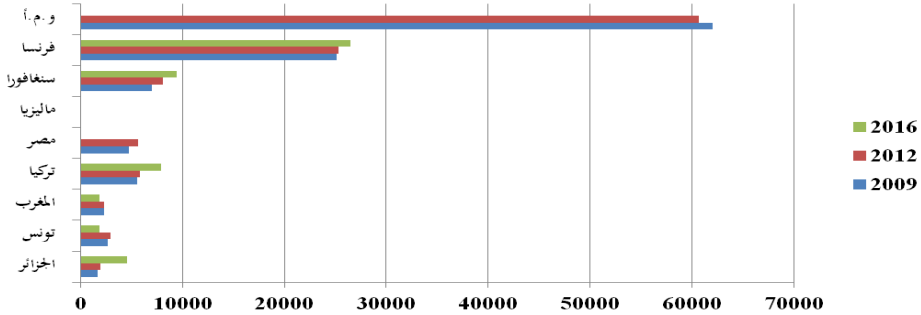
الدولة	عدد السياح الوافدين			عدد السياح المغادرين		
	2009	2012	2016	2009	2012	2016
الجزائر	1.912	2.634	2.039	1.677	1.911	4.530
تونس	7.797	6.999	5.724	2.623	2.897	1.830
المغرب	8.341	9.375	10.332	2.293	2.323	1.864
تركيا	30.187	35.698	30.289	5.561	5.803	7.892
مصر	11.914	11.196	5.258	4.716	5.678	-
ماليزيا	23.646	25.033	26.757	-	-	-
سنغافورا	7.488	11.098	12.914	6.961	8.048	9.474
فرنسا	76.764	81.980	82.570	25.140	25.317	26.483
و.م.أ	55.103	66.657	75.608	62.051	60.697	-

المصدر: البنك الدولي، المجلس العالمي للسياحة والسفر، مؤشرات السياحة العالمية لسنة 2016 .



المصدر: من اعداد الباحث بناء على المعطيات في الجدول رقم 08

الشكل رقم 04: عدد السياح المغادرين



المصدر: من اعداد الباحث بناءا على المعطيات في الجدول رقم 08

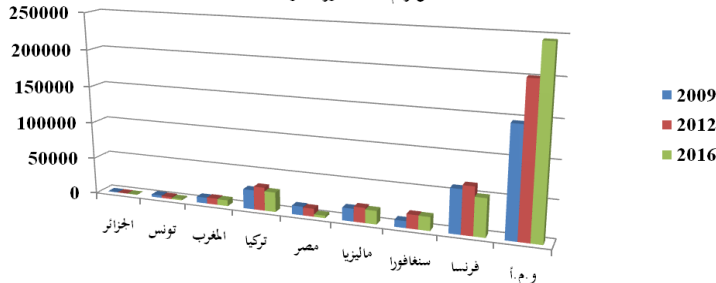
الجدول (09) : تطور الإيرادات السياحية للسنوات 2009 – 2012 – 2016
(القيمة مليون دولار)

الإيرادات السياحية						الدولة
2016		2012		2009		
المبلغ	% من الصادرات	المبلغ	% من الصادرات	المبلغ	% من الصادرات	
243	0.7	295	0.4	361	0.8	الجزائر
1.706	10.1	2.931	13.2	3.524	17.8	تونس
7.921	23.1	8.491	26.3	7.980	33.3	المغرب
26.695	14.2	31.566	15.4	26.331	18.1	تركيا
3.305	9.6	10.823	22.3	11.757	26.4	مصر
18.084	9	20.251	8.1	17.231	9.2	ماليزيا
18.386	3.6	18.796	3.3	9.225	2.5	سنغافورا
50.883	6.9	64.000	8	58.858	8.9	فرنسا
244.708	11.1	200.997	9.1	146.002	9.2	و.م.أ

المصدر: البنك الدولي، المجلس العالمي للسياحة والسفر، مؤشرات السياحة العالمية لسنة 2016 ، متوفر على الموقع

www.data.worldbank.org

الشكل رقم 06: تطور الإيرادات السياحية



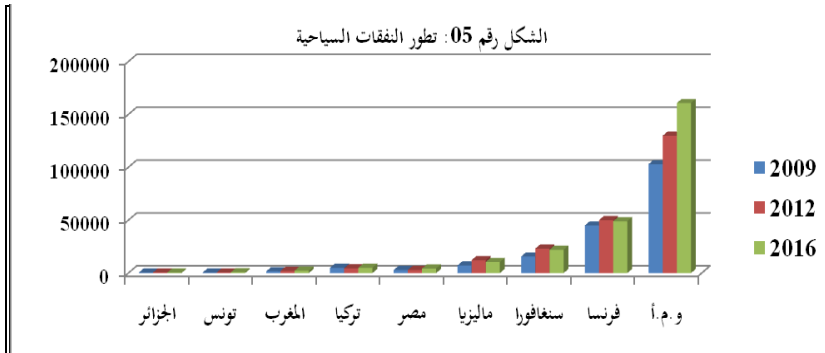
المصدر: من اعداد الباحث بناءا على المعطيات في الجدول رقم 09

الجدول (10) : تطور النفقات السياحية للسنوات 2009 – 2012 – 2016
(القيمة مليون دولار)

النفقات السياحية						الدولة
2016		2012		2009		
المبلغ	% من الواردات	المبلغ	% من الواردات	المبلغ	% من الواردات	
475	0.8	598	1	574	1.2	الجزائر
823	3.8	673	2.6	478	2.3	تونس
2.309	5.1	2.095	4.5	1.713	4.9	المغرب
5.025		4.585		5.061	3.3	تركيا
4.351	6.5	3.037	4.4	2.941	5.5	مصر
10.468	5.8	12.217	5.7	7.196	5	ماليزيا
22.102	5.1	23.147	4.6	15.704	4.8	سنغافورا
49.024	6.3	50.087	6	45.050	6.5	فرنسا
160.818	5.9	129.902	4.7	102.953	5.2	و.م.أ.

المصدر: البنك الدولي، المجلس العالمي للسياحة والسفر، مؤشرات السياحة العالمية لسنة 2016 ، متوفر على الموقع

www.data.worldbank.org



المصدر: من اعداد الباحث بناء على المعطيات في الجدول رقم 09

قائمة المراجع:

- 1- مروان السكر، الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للنشر، الأردن، 1999، ص13.
- 2- محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، مكتب الجامعي الحديث، مصر، 2008، ص50.
- 3- محمد صبحي عبد الحكيم، حمد أحمد ديب ، جغرافية السياحة، مكتبة الأنكلوا المصرية للنشر، مصر، 2001، ص48.
- 4- عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية، الطبعة الأولى، دار الياض للنشر والتوزيع،

- الأردن، (2009) ص35.
- 5- الطائي النبي عبد حميد، التسويق السياحي، دارالوراق، الأردن، (2004) ص198.
- 6- وزارة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، 2008، ص56.
- 7- الوكالة الوطنية لترقية الإستثمار، تدابير لدعم الإستثمار حسب القطاع، على الخط <http://www.andi.dz> : (تاريخ الزيارة 2018/03/12).
- 8- البنك الدولي، المجلس العالمي للسياحة والسفر، مؤشرات السياحة العالمية لسنة 2016، على الخط : www.data.worldbank.org (تاريخ الزيارة 2018/03/14)
- 9- ROGERSON, Christian M. Business incubation for tourism SMME development: international and South African experience. 2017.p5.
- 10-Chengappa, L.and Geibel, R., 2014. What European incubators can learn from their American counterparts: an analysis of the critical success factors for a startup incubator. Journal of Tourism and Hospitality Management, 2(1), p.40.
- 11-Şchiopu, A.F., Vasile, D.C. and Ţuclea, C.E., 2015. Principles and Best Practices in Successful Tourism Business Incubators. Amfiteatru Economic,17(38), p480.