

القطاع السياحي في الجزائر: آفاق وتحديات : دراسة تحليلية

The sector tourism in Algeria: prospects and challenges : An analytical study

بلخامسة يوسف، مخبر التنمية الذاتية والحكم الراشد، جامعة 8 ماي 1945 قلمة (الجزائر)،

youcef.belkhamssa@univ-guelma.dz

صاولي مراد*، جامعة 8 ماي 1945 قلمة (الجزائر)، saouli.mourad@univ-guelma.dz

تاريخ الارسال: 2024/01/22	تاريخ القبول: 2024/01/28	تاريخ النشر: 2024/01/30	المؤلف المرسل: صاولي مراد
---------------------------	--------------------------	-------------------------	---------------------------

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على واقع السياحة الجزائرية، فمن خلال التذبذبات في العائدات السياحية في الجزائر وهذا راجع لعدم وجود رؤية واضحة ومستقرة للنهوض بالقطاع السياحي واستقطاب السياح الأجانب إلى الجزائر، لذلك قمنا في هذه الدراسة إلى اقتراح جملة من الإجراءات الضرورية من اجل النهوض بالقطاع السياحي الجزائري لترقية القطاع السياحي وتنميته وتطويره لما له من عائدات هامة للاقتصاد الوطني.

الكلمات المفتاحية: السياحة، حمامات معدنية، مقومات طبيعية.

Abstract:

This research aims to shed light on the reality of Algerian tourism, through fluctuations in tourism revenues in Algeria, and this is due to the lack of a clear and stable vision to advance the tourism sector and attract foreign tourists to Algeria. Therefore, in this study, we proposed a set of necessary measures in order to advance the sector. Algerian tourism sector to promote, grow and develop the tourism sector because of its important revenues for the national economy.

Keywords: Tourisme, bains minéraux, ingrédients naturels.

* المؤلف المرسل: صاولي مراد

1. مقدمة:

تعمل السياحة على تفعيل الحركة الإقليمية والمحلية كالتنمية الداخلية، بحيث تفضي إلى تحقيق التنمية المستدامة في مجال السياحة من خلال تنمية مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى وذلك من خلال الدور الحيوي والرائد لهذا القطاع في الاقتصاد أي تنوع مصادر الدخل وتخفيف الاعتماد على البترول كمصدر أساسي للدخل .

ويعتبر القطاع السياحي من القطاعات الاستراتيجية و المهمة في الاقتصاد الجزائري التي تساهم في تطوير الاقتصاد عن طريق خلق مناصب عمل، تطوير ودعم الاطارات ، تحسين ميزان المدفوعات من خلال زيادة حصيللة النقد الأجنبي و حصيللة الضرائب المباشرة وغير المباشرة الناتجة بما يؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي. ، لذلك بات لزاما اعتباره أحد القطاعات الاستراتيجية المدعمة للاقتصاد الوطني لكن على الرغم من أن الجزائر تتميز بمقومات سياحية طبيعية راقية وكذا العديد من المقومات التاريخية ، وغيرها

إشكالية الدراسة: لقد انصبت معظم الإصلاحات المالية في الجزائر على إعداد تصميم لإدارة القطاع السياحي . وفي هذا الإطار جاءت استراتيجية تنمية قطاع السياحة الداخلية بالجزائر كتوجه بديل للاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية الاقتصادية ، لذلك وعلى ضوء التجارب الدولية الناجحة في مجال تنمية القطاع السياحي تندرج إشكالية الدراسة حول التساؤل الجوهري التالي:

1.1. طرح الإشكالية:

ما مدى إمكانية تطوير القطاع السياحي في الجزائر في ظل إصلاحات الاقتصادية التي قامت بها ؟

2.1. التساؤلات الفرعية: تنفرع عن هذا التساؤل الجوهري التساؤلات الفرعية التالية:

- كيف يمكن التنسيق بين القطاع العام والخاص من اجل تحقيق تنمية سياحية مشتركة ومتكاملة ؟
- ما هي انعكاسات ضعف القطاع السياحي في تحقيق عملية التنمية الاقتصادية في الجزائر ؟

3.1. الفرضيات:

- **الفرضية الأولى:** يؤدي القطاع السياحي دور هام في تطوير الاقتصاد الوطني الجزائري والغائه يؤدي إلى إضعاف الأداء الفعلي للاقتصاد.

- **الفرضية الثانية :** تتميز الجزائر بضعف البنية التحتية للسياحة وانعدام روح الشراكة بين القطاعين العام والخاص بضمان تنمية مشتركة ومتكاملة لهذا لقطاع

4.1. أهمية الدراسة:

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى توضيح بؤادر تطوير القطاع السياحي الوطني من خلال تنفيذ مخطط التنمية السياحية وتحقيق سياحة مستدامة . والتعرف على تلك المقومات، من خلال تطبيق مبادئ الاستدامة على الأنشطة السياحية في الجزائر.

5.1. أهداف الدراسة:

- توضيح أهم الفرص والإمكانات الجزائرية في مجال القطاع السياحي
- القاء الضوء على بعض البيانات والمؤشرات الاقتصادية ومدى تأثيرها بالقطاع السياحي في الجزائر
- محاولة اقتراح الحلول المناسبة لدفع عجلة التنمية السياحية بالجزائر.
- توعية مختلف العاملين في قطاع السياحة الجزائري بضرورة التعاون من أجل التطبيق الجيد للمخطط السياحي والتقدم في سيره

6.1. منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بهدف وصف وتحليل مختلف أبعاد الموضوع المتعلقة بالسياحة والاستثمار في هذا القطاع، كما استعملت الدراسة بعض الاشكال البيانية والجداول الإحصائية لتحليل العلاقة بين مختلف المؤشرات الاقتصادية الكلية والقطاع السياحي خلال فترة الدراسة.

7.1. الدراسات السابقة:

-دراسة OULD SAID Mohammed عام 2019 بعنوان :

La pratique du marketing touristique dans la promotion de la destination Algérie

تعرضت الدراسة إلى توضيح أهمية التسويق في القطاع السياحي و دعم التنمية للاقتصاد الجزائري في ظل انهيار أسعار النفط، وعليه فإنه وجب وضع استراتيجية بديلة من أجل تنويع مصادر الدخل وتنمية القطاع السياحي خاصة أشار الباحث لنظر إلى العديد من المؤهلات والمقومات الطبيعية والتاريخية التي تتمتع بها الجزائر وسبل تطويرها والنهوض بها من أجل خلق تنافسية عالية في هذا القطاع

-دراسة amira soualah عام 2021 بعنوان :

L'APPORT DU PATRIMOINE AU TOURISME DURABLE (CAS DE CONSTANTINE)

تعرضت الدراسة إلى حيث سعت الجزائر إلى النهوض بهذا القطاع بداية من ميثاق السياحة سنة 1996 ، تعرض الباحث كذلك إلى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والأهداف المرجوة من ذلك كما تعرض إلى حالة السياحة المستدامة في ولاية قسنطينة ، وكذا تعرض الباحث كذلك إلى استراتيجية مخطط وجهة الجزائر في قطاع السياحة. المستدامة وضرورة تفعيل الشراكة بين القطاع العام والخاص بالإضافة إلى وضع خطط تمويلية لهذا القطاع

-دراسة Rofia ABADA و Sara FOURA عام 2019 بعنوان :

TOURISM IN ALGERIA A CHOICE OR AN EVIDENCE

تعرضت الدراسة خاصة إلى الوقوف إلى الأسباب التي أدت إلى ضعف الثقافة السياحية في الجزائر ومعوقاتها ما يتطلب تكويننا على كافة الأصعدة من أجل الارتقاء ليس فقط بقطاع الخدمات وإنما بمجمل الدورة السياحية التي يحتك بها السائح وذلك رغم الارتفاع الكبير في الإقبال على السياحة الداخلية. أخيرا ختم الباحث دراسته إلى الوقوف على مختلف الأسباب التي تقف وراء تأخر قطاع السياحة في الجزائر

8.1. خطة الدراسة:

تعرضت الدراسة إلى محورين أساسيين حيث تناولنا في المحور الأول الابعاد الفكرية للسياحة، التنافسية السياحية وأهميتها الاقتصادية، أما المحور الثاني فقد تم التعرض إلى الاتجاهات السياحية في الجزائر

2. المحور الأول: الابعاد الفكرية للسياحة، التنافسية السياحية وأهميتها الاقتصادية:

يعتبر القطاع السياحي من القطاعات الحيوية لما لها من أهمية بالغة في دعم عملية التنمية الاقتصادية الشاملة والاجتماعية والتنافسية وحتى السياسية، كما أن ميادين السياحة وأنشطتها المختلفة المرتبطة بها وعلاقتها بالتنمية الاقتصادية أصبحت محل اهتمام الكثير من الاقتصاديين

1.2. مفهوم السياحة:

يمكن تعريف السياحة على أنها: تلك العلاقات والأحداث الناتجة عن الانتقال بغرض الإقامة في دولة غير الدولة الأصلية أو مكان الإقامة المعتاد، لمدة لا تزيد عن عام واحد وبشرط أن لا يكون فيها نية لإقامة نشاط ربحي أو للإقامة الدائمة أما التعريف التقليدي للسياحة، يشمل على مغادرة الأشخاص من مكان الإقامة المعتاد أو من مكان العمل إلى أماكن أخرى، بحيث تتوفر في هذه الأماكن جميع المرافق والخدمات لتلبية حاجات السياح كما ويعرف السائح على أنه ذلك الشخص الذي ينتقل من مكان مسكنه إلى أي مكان آخر لمدة لا تزيد عن اثنا عشر شهرا، على أن لا يكون الهدف من السفر الكسب المادي. أي أن كل سائح مسافر وليس كل مسافر سائح (العزام، 2016، ص 56)

2.2. تعريف التنافسية السياحية:

قدمت المنظمة العالمية للسياحة التنافسية تعريفا للسياحة على أنها التحسين المستمر أو تطوير جودة الإنتاج السياحي من خلال تطوير جودة السلع والخدمات بما يتوافق مع رغبات المستهلكين ومدى قدرة الدولة على انتاج تلك الإمكانيات السياحية التي تمكنها من التفوق بها على المنافسين الأجانب على مستوى السوق الدولي. كما تعرف المنظمة العربية للسياحة التنافسية السياحية على أنها ترقية الإنتاج أو الزيادة في جودة ونوعية المنتج والخدمات السياحية التي ترضي أذواق المستهلكين.

من خلال هذا المفهوم فالتنافسية السياحية تعني مدى قدرة الدولة على استغلال مواردها السياحية لإنتاج سلع وخدمات تنسجم مع متطلبات وتطلعات المستهلكين، تتميز بالجودة والأسعار التنافسية بما يضمن لها حصة سوقية محلية ودولية تتفوق بها على منافسيها. (حسيبة، 2022، ص 43)

3.2. الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة:

1.3.2. إيرادات بالعملة الصعبة:

من أكبر فوائد السياحة هي مقدرتها على جلب مداخيل من العملة الصعبة التي يمكن أن تستمر في الاقتصاد، أو على الخدمات العامة كالخدمات لصحية والتعليم ، أو على تطوير الصناعة السياحية بشكل كبير. وبطبيعة الحال، فإن بعض

العملات تكون قيمتها أكبر من قيمة العملات الأجنبية الأخرى، لذلك فإن العديد من الدول تقوم باستهداف السياح من دول أخرى. ومن المعروف أن السياحة مصدر رئيسي للعملات الأجنبية.

2.3.2. المساهمة في الإيرادات الحكومية:

تقوم السياحة بجمع الأموال التي استثمرتها الحكومة والمتأينة من القطاع السياحي. وهناك طريقتان رئيسيتان لجلب تلك الأموال: إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ويتم إنشاء تلك المساهمات المباشرة من جباية المداخل من خلال التوظيف في الشركات السياحية وبعض الضرائب الأخرى مثل ضرائب المغادرة. كما أن تلك المساهمات الغير مباشرة تأتي عن طريق السلع والخدمات التي تقدم للسياح الأجانب والتي لا ترتبط ارتباطا وثيقا بصناعة السياحة.

3.3.2. توفير فرص عمل:

يؤدي الاستثمار في القطاع السياحي العالمي إلى خلق فرص توظيف كبيرة. حيث تعمل على تدعيم السياحة بنسبة 7 % تقريبا من العاملين في العالم.

هناك نوعان من العمالة التي تقوم بصناعة السياحة: أي المباشرة وغير المباشرة. حيث أن العمالة المباشرة تشمل الوظائف المرتبطة بصناعة السياحة. على مثلا الذي يعملون في المقاهي والفنادق أو العاملين بسيارة سيارات الأجرة. أما العمالة غير المباشرة فتتمثل في العديد من وظائف التي لا تعمل بشكل مباشر على الصناعة السياحية ولكن لديها علاقة بها. مثال: الصيد الذي ليس لديه تعاملات مع السائحين، ولكنه يبيع أسماكاه إلى السياح الأجانب، حيث أن هذه العلاقات الغير مباشرة، من الصعب تحديد الأشخاص المتعاملين في تلك الصناعة السياحية. على هذا الأساس فإن الإيرادات السياحية قد تصل إلى ضعف الأرقام المصرح بها

4.3.2. تنمية القطاع الخاص: تعمل السياحة على تطوير القطاع الخاص في تنمية السياحة، ورغم أن الكثير من المؤسسات التي تقوم عليها هي شركات متعددة الجنسيات ومملوكة دوليا والمساهمة في التطوير الاقتصادي. فإن الأوضاع قد تغيرت بسبب ارتفاع نسبة الاقتصاد التشاركي، ووجود الشركات التي تعمل على نمو الأعمال داخل المجتمع المحلي. (الآثار الاقتصادية للسياحة .. الإيجابيات والسلبيات، 2013)

5.3.2. مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

تعد السياحة قطاعاً اقتصادياً رئيسياً حيث تساهم -بشكل مباشر- بحوالي 4.2% في الناتج المحلي الإجمالي، 6.9% من إجمالي حجم العمالة، 21.7% من صادرات الخدمات بمنطقة الدول أعضاء منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. وتشير الاتجاهات الحديثة إلى استمرار نمو هذا القطاع حيث ارتفع عدد السائحين الدوليين إلى أكثر من 1.2 مليار سائح في عام 2016. هذا وتلعب الدول الأعضاء بمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية دورا بارزا في ذلك النمو حيث ساهمت تلك الدول بما يمثل 55% من إجمالي الحركة السياحية العالمية بنسبة زيادة بلغت 3.9% إلى جانب المساهمة بنسبة 60.4% من إجمالي حجم الإيرادات السياحية العالمية (بنسبة ارتفاع حقيقي بلغت 2.6% حيث وصل إجمالي الدخل إلى 1226 مليار دولار في عام 2016). وعلى الرغم من الضغوط الاقتصادية التي أجبرت عدد من الاقتصاديات العالمية على تخفيض

ميزانيتها إلا أن تلك المخصصة للقطاع السياحي لم تُخفض بل ثبتت أو تم زيادتها وذلك نتيجة للوعي بأهمية المساهمة الاقتصادية للقطاع. (ocde tourisme trends and policies, s.d.)

3. المحور الثاني: الاتجاهات السياحية في الجزائر

تعتبر السياحة واحدة من أهم المصادر الأساسية الدخل في الاقتصادي العربي والدولي، وتعتبر من أهم القطاعات للمساهمة في تطوير النمو الاقتصادي للدولة وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المخطط لها خاصة في ظل انخيار أسعار النفط، لذلك تسعى الجزائر إلى تفعيل هذا القطاع وتطويره نظرا لتمتعها بمقومات طبيعية وحضارية وتاريخية.

1.3. أشكال السياحة الممكن تطويرها في الجزائر:

يمكن للجزائر أن تكون وجهة مفضلة للسياح نظرا لتنوع المقومات السياحية فيها ، إذ نجد سياحة السواحل في الشمال، ام في الجنوب السياحة الصحراوية، سياحة حموية وجبلية، سياحة دينية، ثقافية وتاريخية، وبالتالي يمكن تقديم منتجات سياحية متنوعة ومتميزة للسائح بدل سياحة الحجم المنتهجة في تونس.

تمتلك الجزائر شريطا ساحليا ممتدا على طول أكثر من 1200 كيلو متر تتخلله شواطئ رملية وأخرى صخرية ساحرة، وغابات كثيفة عذراء وأشكال مختلفة من الحيوانات البرية. إضافة إلى احتواء المناطق الساحلية على شعب مرجانية خاصة بالشرق (عنابة والقالا)، وتتواجد قرب الساحل حضائر مصنفة كمحميات طبيعية من منظمة اليونسكو مثل حضيرة القالة التي تبلغ مساحتها 78000 هكتار

الملاحظ هو قلة الهياكل السياحية (هياكل الاستقبال خاصة) في أغلب المناطق الساحلية وعجزها عن تغطية الطلب المتزايد للسياحة الداخلية، ما يستدعي اتخاذ إجراءات تحفيزية للاستثمار السياحي في هذه المناطق.

1.1.3. سياحة جبلية

تتوفر الجزائر على سلاسل جبلية وغاية متنوعة مثل سلسلة الأطلس التلي والأطلس الصحراوي، يمكن استغلالها لغرض سياحة المغامرة واستكشاف الطبيعة كمرتفعات الشريعة التي تمارس فيها رياضة التزلج.

2.1.3. سياحة صحراوية:

وهي علامة مميزة للسياحة في الجزائر، إذ تمثل الصحراء في الجزائر ما نسبته 87 % من المساحة الإجمالية، وهي أفضل مكان لإقامة هياكل سياحية متميزة توفر للسائح الأمريكي والأوروبي خدمات متنوعة، وتنقسم الصحراء الجزائرية إلى خمس مناطق كبرى هي أدرار، إليزي، وادي ميزاب، تمنراست وتندوف، تنفرد كل منطقة بتضاريسها، عاداتها، تقاليدها وآثارها التي تمتد إلى عصور قديمة. تحتاج التنمية السياحية الصحراوية تفعيل النقل البري والنقل الجوي وتوسيع شبكة المطارات في الجنوب.

3.1.3. سياحة حموية (الحمامات المعدنية) :

تزرخ الجزائر بأكثر من 200 منبع مائي معدني ذو خصائص علاجية يتركز أغلبها في شمال البلاد ، أهمها وحمام دباغ وحمام أولاد علي بولاية قالمة ، وحمّام ريغة بعين الدفلى، أم في بسكرة فهناك حمام الصالحين أما في ولاية تلمسان .حمام بوغرة ، أما في ولاية سطيف هناك حمام قرقور حمّام بوحنيقية بمعسكر، وتشهد إقبالا كبيرا من السياح المحليين والأجانب،

لكنها بحاجة إلى تطوير وتحديث لاستقبال عدد أكبر من السيّاح من خلال إقامة مركبات سياحية رفيعة المستوى. (زودة، 2018، ص 18)

2.3. مكانة قطاع السياحة ضمن المؤشرات الاقتصادية للجزائر:

تعتمد السياحة على العديد من المقومات التاريخية والحضارية و الطبيعية التي تعتبر من المقومات الهامة النشاط السياحي، وكذلك العديد من المقومات المادية والبشرية التي تعمل على توفير الخدمات السياحية وتلبية احتياجاتهم

1.2.3. المقومات الطبيعية:

وتتمثل في المعطيات الجغرافية كأماكن الراحة والاستجمام والمناظر الطبيعية، الصحاري، الجبال، والمواقع الأثرية، الشواطئ، الغابات، بالإضافة إلى العوامل المناخية وتمايز الفصول، المناطق الدافئة، الحمامات المعدنية، التي تعطي كل مظاهر الجذب السواح.

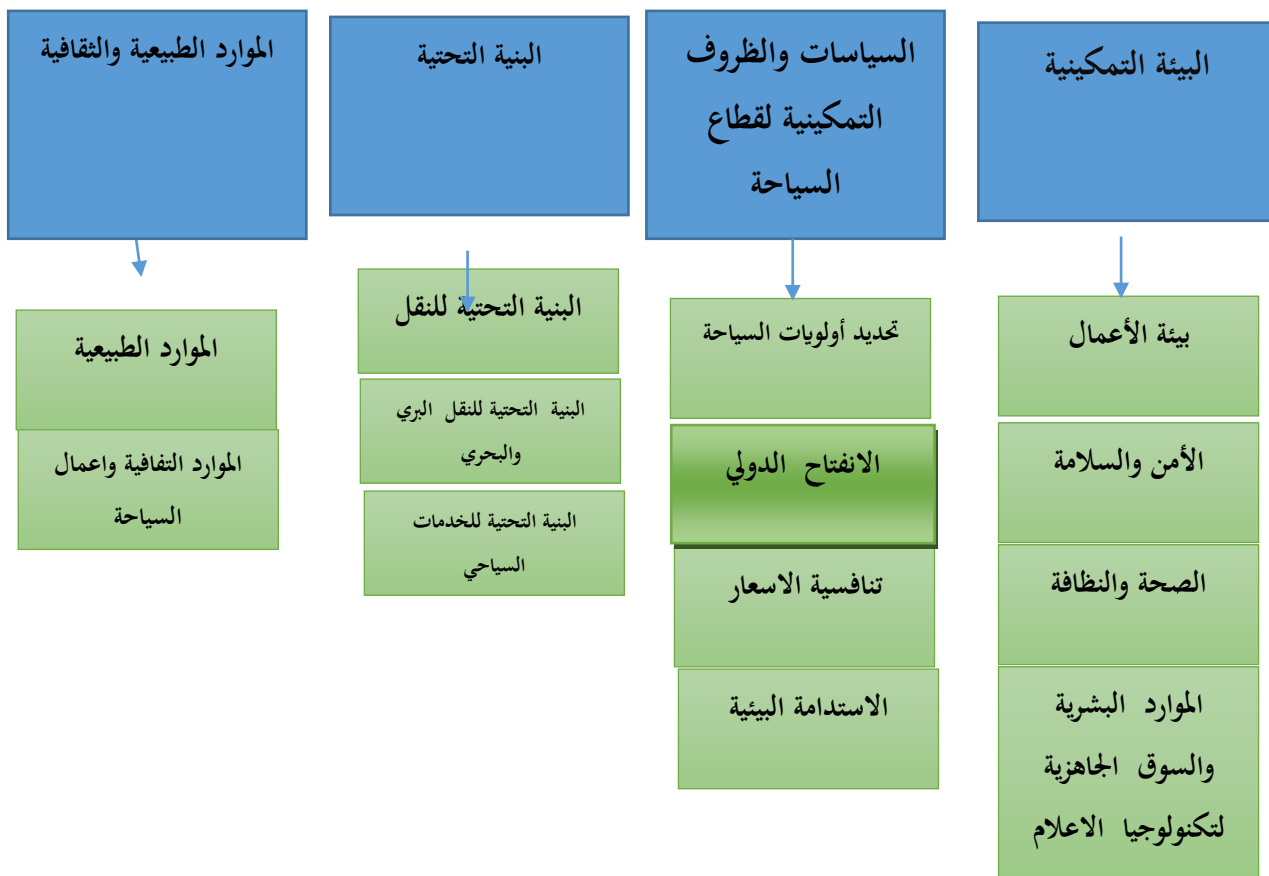
2.2.3. المقومات التاريخية والحضارية:

وتتمثل في الآثار التاريخية العريقة، والمعتقدات الدينية والصناعات التقليدية الأصلية، والفن الفلكلوري، العادات والتقاليد التي تتميز بها الشعوب

3.2.3. المقومات المادية والبشرية:

وتتمثل في مدى توفر وجودة البنى التحتية المهمة، كوسائل النقل والمطارات، وكذا النقل الجوي و البري والبحري المتطورة، ومدى توفر مختلف القطاعات الاقتصادية المختلفة وكذا، البنوك، العمران... الخ، ومدى جودة الخدمات الضرورية الخاصة بالسياحة، التسوق، الفنادق، مقاهي الانترنت والتسليّة. كما تعتمد السياحة على مقدرة الدول على تشجيع القطاع السياحي من خلال ما تقدمه من تسهيلات ومستوى للأسعار والقدرة الدعائية لوسائل الإعلام والاتصال التي تعمل على جذب السياح الأجانب، الأمن والاستقرار للدولة. (سعد، 2022، ص 22)،

الشكل رقم (01): مؤشرات تنافسية قطاع السياحة حسب تقرير سنة 2019



المصدر: عبيد الشيخ ومحمد راتول، تحليل وتقييم تنافسية قطاع السياحة في بعض الدول الاورومتوسطية : تونس، تركيا، فرنسا، الجزائر حسب تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي خلال الفترة 2015-2019، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال ، المجلد 07 ، العدد 2021/02. ص 328

من خلال قراءة الشكل السابق يتضح لنا أن تطوير مفهوم التنافسية السياحية والعمل على تطوير الاستثمارات المحلية وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، والعمل على تطوير القدرة على منافسة الدول المتطورة بالاستناد على تقرير التنافسية الدولية GCR واصدار مؤشرات التنافسية المحلية الذي يعتمد على الاخذ بأراء المستثمرين والعمل على تسريع وثيرة التنمية السياحية وتوفير فرص العمل والعمل على الرفع القدرة التنافسية ، كما ان هناك سلسلة من الإجراءات التي من طريقها يمكن تطوير مفهوم التنافسية السياحية ، وذلك بالاعتماد على تطوير المجلس العربي للتنافسية من خلال اشراك القطاعين العام و الخاص ، الأمر الذي من خلاله يمكن أن يؤدي إلى رقابة جميع الإجراءات الخاصة بتطوير القطاع السياحي وفق المعايير الدولية المتطورة، ويمكن تقديم العديد من المقترحات الخاصة بزيادة القدرة التنافسية للقطاع السياحي عن طريق تنفيذ استراتيجيات متطورة تتبنى المعايير العالمية لمؤشر التنافسية العالمي، وتطوير البيئة القانونية لدعم تنافسية القطاع السياحي، وتطوير قوانين السفر و السياحة بما يتناسب والتطورات العالمية في صناعة التنافسية السياحة العالمية الحديثة. (قدحات، 2022، ص 79) ،

3.3. مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني:

1.3.3. مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

إن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي مقاس بالنسبة المئوية تعتبر جد صئيلة كما يبين الجدول الآتي:

الجدول رقم (01): نسبة مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي

خلال الفترة (2000-2018)

الوحدة : نسبة مئوية

السنوات	نسبة المساهمة
2000	1.8
2001	1.8
2002	1.8
2003	1.7
2004	1.6
2005	1.7
2006	1.6
2007	1.5
2008	1.5
2009	1.6
2010	1.5
2011	1.4
2012	1.4
2013	1
2014	1.1
2015	1.3
2016	1.4
2017	1.6
2018	1.4

المصدر: موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية، على شبكة النت <https://www.mta.gov.d.z>

من خلال قراءة الجدول السابق نلاحظ أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر لم تتعدى 4 % خلال الفترة 2000-2014 و هي نسبة متدنية جدا و هي بعيدة كل البعد عن المعدل العالمي الذي أقرته المنظمة العالمية للسياحة و المقدّر ب 10 % حيث أن هذه النسبة متقاربة و ظلت تراوح مكانها طيلة سنوات 2000 إلى غاية سنة 2007 و لم تتجاوز عتبة 1.8 % لكن عرفت انتعاشا نسبيا خلال الفترة 2008-2011 بمتوسط قدره حوالي 2.28 % ثم سجلت انخفاضاً

خلال الفترة 2012-2014 بنسبة لم تتجاوز 1.52 % و ارتفعت مرة أخرى سنة 2015 إلى 3.5 % ، و على الرغم من كل ذلك فتبقى هذه النسبة ضعيفة جدا بالنظر إلى المقومات التي تتمتع بها الجزائر في المجال السياحي، و خاصة إذا ما قورنت هذه النسب مع الدول العربية. و يرجع ضعف مردودية القطاع السياحي الجزائري و محدودية مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي إلى أن الضعف الذي يميز القطاع السياحي الذي لم يكن الدور في التنمية الاقتصادية منذ عهد الاستقلال بسبب اعتماد الدولة على المفرط قطاع المحروقات باعتباره القطاع الهام في جلب العملة الصعبة و تحقيق التنمية الاقتصادية للدولة، وهي بذلك عكس كثير من الدول العربية الغير النفطية كالمغرب و تونس و الأردن التي عملت على منح القطاع السياحي فيها مكانة بالغة ضمن الأولويات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية و منذ زمن بعيد، إذ أن نظرة بلادنا لهذا القطاع كانت قد اتسمت بالتحفظ و التخوف في بعض الأحيان، و لم يستفد من المستوى المرغوب فيه إلا في وقت جدا متأخر مما انعكس بالسلب على النتائج المحققة فعليا في هذا القطاع. (بودربالة، 2017، ص 102)

2.3.3. مساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات:

فتقاس الأهمية الاقتصادية لمساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات بحجم أثرها على ميزان مدفوعات الخاصة بتلك الدولة، ويتحدد حجم هذا التأثير بنسبة القيمة الصافية للميزان السياحي إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء كانت النتيجة إيجابية أو سلبية ، فإذا كانت تلك النتيجة الصافية للميزان التجاري سلبية وكانت النتيجة الصافية للميزان السياحي إيجابية وقد يصبح العجز في الميزان التجاري إلى فائض أو يقوم بتقليل نسبته به على الأقل، أما إذا كانت تلك النتيجة الصافية للميزان التجاري إيجابية وكانت النتيجة الصافية للميزان السياحي إيجابية كذلك فإنها النتيجة النهائية ستعزز تلك النتيجة الإيجابية المحققة في الميزان التجاري، وبالتالي سوف ينعكس بالأثر الإيجابي على ميزان المدفوعات ، ويقصد بالقيمة الصافية للميزان السياحي صافي العملية الحسابية للمصاريف السياحية بما فيها الإنفاق السياحي الخارجي (أي إنفاق المقيمين من المواطنين والأجانب المسافرين إلى الخارج) وما قد يتحقق من إيرادات سياحية بما فيها إيرادات السياحة الوافدة إلى الدولة ، والجدول التالي يوضح لنا وضعية الميزان التجاري السياحي الجزائري كما يلي : (بودربالة، 2017، ص 103)

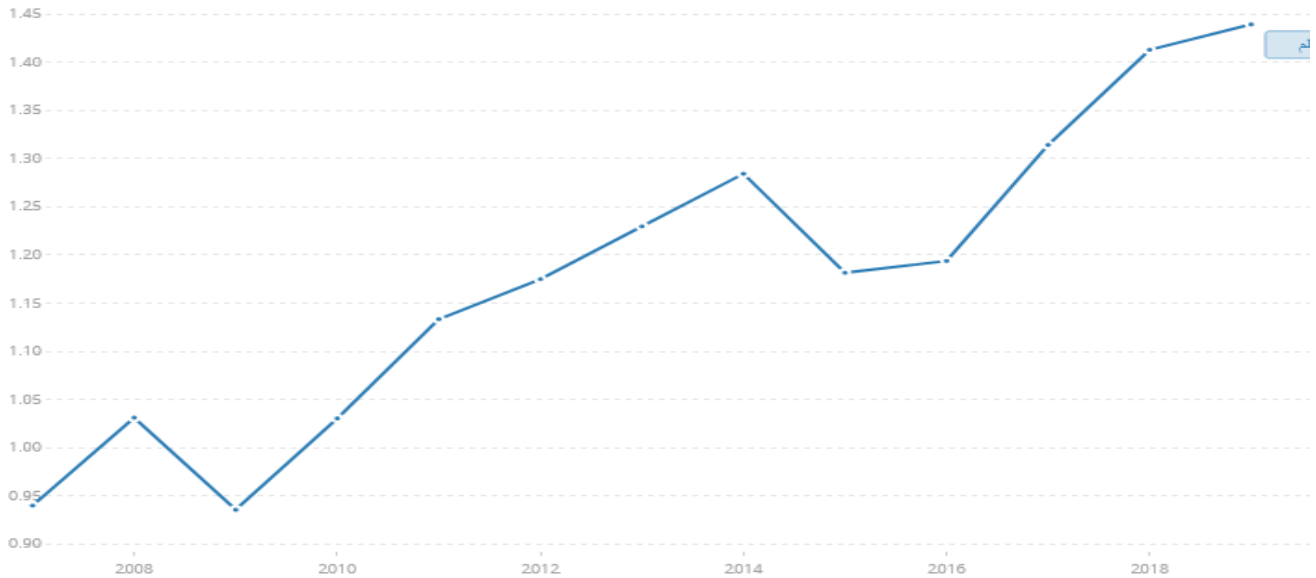
الجدول رقم (02): الميزان السياحي في الجزائر خلال الفترة (2005-2020)

السنوات	نسبة مساهمة السياحة في اجمالي الصادرات	النفقات السياحية (دولار امريكي)
2005	0.97	660000000
2006	0.68	414000000
2007	0.52	502000000
2008	0.58	613000000
2009	0.75	574000000
2010	0.53	574000000
2011	0.39	595000000
2012	0.39	598000000
2013	0.47	531000000
2014	0.49	679000000
2015	0.91	762000000
2016	0.75	556000000
2017	0.45	632000000
2018	0.44	542000000
2019	0.36	670000000
2020	02.0	272000000

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على البيانات المفتوحة للبنك الدولي : تاريخ الاطلاع: 2023/11/23

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.CD>

الشكل رقم (02): الميزان السياحي في الجزائر خلال الفترة (2005-2020)



المصدر: البيانات المفتوحة للبنك الدولي : تاريخ الاطلاع: 2023/11/23

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.CD>

من خلال قراءة البيانات الواردة في الجدول أعلاه نلاحظ نسبة المساهمة السياحة في اجمالي الصادرات خلال السنوات 2011-2012 بلغت أدناها بنسبة 3.9 % بالمقابل النفقات السياحية بدأت بالتزايد خلال تلك الفترة حتى بلغت اقضاها عام 2017 حيث بلغت 632000000 دولار ، وذلك راجع إلى أن حجم النفقات السياحية أكبر بكثير من حجم الإيرادات السياحية، ويرجع السبب في نقص المداخيل السياحية الخارجية إلى أن عدد السواح الوافدين إلى الجزائر أغلبهم هم من الجزائر لكن مغتربين وبالتالي فإن النفقات التي يقومون بها تكون ضعيفة جدا مما ينعكس سلبا على المداخيل السياحية بالإضافة إلى تدني مستوى الخدمات السياحية المقدمة اليهم الأمر الذي يؤدي بالجزائري ينل قضاء عطلم خارج الدولة.

4.3. استراتيجية تنمية قطاع السياحة الداخلية بالجزائر:

قصد قياس وتطبيق نسبة مساهمة الإيرادات السياحة في تحقيق التنمية المحلية قياسا ببعدها الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي يجب أن تأخذ بالحسبان خطة التنمية السياحية في المستقبل العناصر التالية:

1.4.3. تأهيل الموارد البشرية :

ويتم ذلك عن طريق تطوير وتكوين المؤهلات البشرية بشكل متطور، وتكوين العاملين في القطاع السياحي بتنظيم أيام دراسية، وتكوينات خاصة وإقامة ملتقيات وندوات على المستوى المحلي والدولي.

2.4.3.. تأهيل الطاقات السياحية:

ويكون ذلك من خلال توفير الطاقات السياحية المناسبة كما وكيفا اللازمة، خاصة في مجال خدمات الفنادق وخدمات النقل والاطعام... وإعادة تأهيل وتنظيم الهياكل السياحية الرديئة.

3.4.3. وضع خطة شاملة لتنمية القطاع السياحي :

ويكون ذلك من خلال ربط التنمية الاقتصادية الفندقية الشاملة بالتنمية السياحية، وتشجيع الاستثمارات المحلية والأجنبية وتقديم كافة الامتيازات وإزالة الحواجز والعراقيل وتحسين مناخ (مخزومي، 2020، ص 118)

4.4.3. دور الجماعات المحلية :

إن تطوير القطاع السياحي يعتبر من بين العمليات المحلية لتصل إلى المستوى العالمي، وبالتالي فإن الجماعات المحلية يجب أن تقوم بالدور الأساسي في تطوير هذه العملية، وهذا عن طريق تامين الطاقات الطبيعية وتنويع الثقافات الموجودة على مستوى على مستوى كل منطقة من الدولة، حيث أن هذا التميز في الموارد سوف يتعكس على الموارد السياحية، كما أن للجماعات المحلية الدور المهم في السياحة الحضرية داخل المدن من خلال تطوير الاستثمار المحلي ضمن إطار استراتيجية الوطنية لتطوير القطاع السياحي. ومن بين الأهداف التي تطمح اليها الجماعات المحلية لتحقيقها هي وضع انسجام بين السياحة والمدنية مع الحفاظ على البيئة و الطبيعية حسب خصوصية كل منطقة من مناطق الجزائر.

5.4.3. التعاون بين الناشطين في السياحة الجزائرية:

من أجل تطوير سياحة وطنية ومستدامة، يجب تطوير واقامة تعاون بين مختلف الفاعلين في مختلف القطاعات الأخرى التي تساهم في نجاح هذه العملية و مختلف الجهات المعنية ، من خلال تامين كل الطاقات سواء كانت مالية، ادارية، تقنية أو حتى معنوية مثل اراء المساهمين والمعلومات المختلفة والخبرات والتجارب الخاصة بهذا القطاع السياحي ، وهذا ما تجسد فعلا من خلال الاتفاقية المبرمة بين الوكالة الوطنية لتنمية السياحة والوكالة الوطنية لتهيئة المحيط في جانفي 2016 ، و كذلك الاتفاق مع وزارة السياحة والصناعة التقليدية والتهيئة ووزارة الشؤون الدينية والأوقاف لتشجيع السياحة الدينية في الجزائر فيما يخص المعالم والاثار الدينية، كذلك تخصيص أراضي وقفية ضمن مناطق التوسع السياحي لإقامة منابر للشعائر الدينية وغيرها (واخرون، 2019، ص 122)

4. خاتمة:

لصناعة السياحة قدرة خاصة وفائقة على بعث سلسلة من العمليات والأنشطة الإنتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي بسبب ارتباط القطاع السياحي بالعديد من القطاعات الاقتصادية. تشير بعض الدراسات بأن النشاط السياحي ينشط حركة الإنتاج والاستثمار وتعتبر المحرك الديناميكي للاقتصاد القومي إذ يبعث النشاط والحيوية في الاقتصاد القومي ويعمل على تحقيق النمو والتنمية. وهي بذلك لا تقل أهمية عن القطاع الصناعي أو الزراعي أو الخدماتي أو أي قطاع اقتصادي آخر. لذا يتطلب الأمر الاهتمام الكبير بهذا القطاع واستغلاله بالشكل الأمثل لتحقيق إشباع حاجاتهم الأفراد تجاه السياحة.

1.4. اختبار الفرضيات:

- **الفرضية الأولى:** من خلال دراستنا السابقة نلاحظ أن القطاع السياحي أصبح يمثل بديلا اقتصاديا مهما من شأنه أن يساهم في تنمية الاقتصاد الوطني وزيادة معدل الناتج الداخلي الخام، من خلال توفير إيرادات مهمة بالعملة الصعبة وهذا بالنظر إلى ما ينفرد به الجزائر من مميزات سياحية هامة، وذلك يبرز من خلال المقومات الطبيعية التي تتمتع بها البلاد، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

- **الفرضية الثانية:** تشجيع روح الشراكة بين القطاعين العام والخاص بضمان تنمية مشتركة ومتكاملة للقطاع السياحي مع ضرورة توفير اليات تمويلية داعمة لتمويل المشاريع السياحية وقادرة على جذب السياح الأجانب والاستجابة للطلب الداخلي على المنتجات السياحية، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

2.4. نتائج الدراسة:

- يعتبر القطاع السياحي من بين وسائل التنمية المستدامة
- أصبح قياس تنافسية السياحة في جميع الدول من المؤشرات الهامة التي تبين القوة الاقتصادية
- يعتبر القطاع السياحي السياحة قطاعا هاما من خلال مساهمته في تنمية الاقتصاد ودوره الفعال لقطاع للمحروقات.

3.4. التوصيات:

- توفير بنية تحتية ومعلوماتية متطورة من اجل تسهيل إجراءات تأسيس المشاريع السياحية في الجزائر.
- اعداد خرائط سياحية تبين التوزيع الجغرافي للمواقع السياحية والأثرية في الجزائر. بالإضافة إلى اعداد " مخطط جودة السياحة الجزائر" من أجل تحسين ورفع مستويات نوعية خدماتها السياحية.
- تنظيم الأنشطة السياحية المحلية وتحديث البنى التحتية.
- خلق ديمومة العرض السياحي الجزائري يهدف إلى تحسين صورة جودة الخدمات السياحية للزبائن الوطنيين والأجانب

5. قائمة المراجع:

1.5. قائمة المراجع باللغة العربية:

- إبراهيم محمد أحمد العزام، مساهمة السياحة في النمو الاقتصادي في الأردن: دراسة تطبيقية للفترة (1990-2014)، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، 2016،
- بن عمار حسينية، تحليل وتقييم تنافسية قطاع السياحة والسفر الجزائري مغاريا عربيا ودوليا وفق مؤشر تنافسية السياحة والسفر للمنتدى الاقتصادي العالمي في الفترة (2015-2019)، مجلة البشار الاقتصادية، المجلد الثامن، العدد 02 / 2022، .
- حمزة بوكفة وعمار زودة، واقع وآفاق السياحة في الجزائر وتنافسياتها بناء على تقرير تنافسية السياحة العالمي 2017، مجلة الافاق للدراسات الاقتصادية، المجلد 03، العدد 06 / 2018.
- ميهوبي فطيمة و مقص سعد، مساهمة قطاع السياحة في التنوع الاقتصادي في الجزائر دراسة تحليلية وقياسية للفترة 1995-2001، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02 / 2022، .

- عبيد الشيخ ومحمد راتول، تحليل وتقييم تنافسية قطاع السياحة في بعض الدول الاورومتوسطية : تونس، تركيا، فرنسا، الجزائر حسب تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي خلال الفترة 2015-2019، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال ، المجلد 07 ، العدد 2021/02.
- إبراهيم بطاطو و رانية قدحات، تحميل مؤشرات القدرات التنافسية السياحية العالمية وأثرها على تنمية السياحة العربية البينية (دراسة ميدانية) ، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة (juuth) ، المجلد 22 ، العدد 2022/3.
- لطفي مخزومي وآخرون، السياحة الداخلية في الجزائر: واقعها وسبل تطويرها، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، المجلد 11، العدد 2020/01.
- رفعت عبد الله سليمان حسين وآخرون، تنمية السياحة الجزائرية وفق مبادئ الاستدامة، مجلة اتحاد الجامعات العربية، للسياحة والضيافة ، المجلد 17 ، العدد 2019/03.
- قادري عبد القادر ، ضرورة الاستفادة من التجارب الدولية للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، مجلة إضافات اقتصادية، المجلد 04، العدد 2020/01.
- رفيق بودريالة، دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية دراسة تحليلية مقارنة بين الجزائر والأردن، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة أم البواقي ، 2016/2017 .

2.5. قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

- Ould said Mohammed, La pratique du marketing touristique dans la promotion de la destination Algérie , thèse de doctorat , Université Abdelhamid Ibn Badis – Mostaganem , l'algerie 2019/2020.
- Amira soualah , l'apport du patrimoine au tourisme durable (cas de constantine) , thèse de doctorat, UNIVERSITÉ DE CONSTANTINE 3 - , 2021/2022
- Rofia abada et sara foura, tourism in algeria a choice or an evidence , International Journal of Human Settlements, Vol. 3 Nr. 2 2019.

3.5. المواقع الالكترونية:

- <https://www.argaam.com/ar/article/articledetail/id/1672699>
- <https://www.mta.gov.d>
- <https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.CD>
- Multilingual Summaries , OECD Tourism Trends and Policies 2018
- <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/c081650a> ar/index.html?itemId=/content/component/c081650a-ar