

الخدمات السياحية والنمو الاقتصادي في الجزائر واقع ومساهمات رؤية تحليلية خلال الفترة (1990-2014)

د. العربي غويني ، أ.عادل مستوي
جامعة الجزائر-3

تاريخ التسليم: 2017/04/03 تاريخ التقييم: 2017/09/12 تاريخ القبول: 2018/4/25

ملخص:

لقد أصبحت السياحة ظاهرة العصر والمستقبل وواحدة من اكبر الصناعات في العالم التي شهدت في الآونة الأخيرة تطورا ملحوظا واهتماما متزايدا، وذلك لكونها تشكل عنصر أساسي ودافع من دوافع النمو والتنمية الاقتصادية، حيث تساهم بنسبة معتبرة في إجمالي الناتج الداخلي الخام العالمي ونسب عالية ومتفاوتة لبعض البلدان المتطورة والنامية، إضافة إلى مساهمتها في التوازن الاقتصادي، وهنا يكمن الدور والأثر الاقتصادي للسياحة. وفي هذا السياق استهدفت هذه الدراسة تحليل واقع القطاع السياحي والخدمة السياحية في الجزائر، ودراسة مدى مساهمة المنتجات والخدمات السياحية في النمو الاقتصادي للجزائر خلال الفترة (1990-2014)، حيث تشير هذه الدراسة إلى الضعف الكبير في مساهمة حجم الخدمات والمنتجات السياحية في النمو الاقتصادي للجزائر خلال هذه الفترة، ومن هنا ينبغي على الجزائر الاهتمام بهذا القطاع لدفع عجلة الاقتصاد والنمو الاقتصادي خارج قطاع المحروقات.

الكلمات المفتاحية: السياحة؛ المقومات السياحية؛ الخدمات والمنتجات السياحية؛ النمو الاقتصادي.

Abstract:

In our time, the Tourism has become a phenomenon and one of the biggest industries in the world, that has seen a remarkable development and increasing interest in the previous years, because they constitute an essential element, and one of the motives of growth and economic development. the tourism as an industrie contributes with a significant percentage in the world's total gross domestic product, that we can find a high and varying rates in some developed and developing countries, in addition to its contribution to the economic balance, here's the economic role and the economic impact of the tourism. In this context, this study aimed to analyze the reality of the tourism sector and tourism service in Algeria, and to study the contribution of tourism products and services in the economic growth of Algeria during the period (1990-2014), where the study refers to the great weakness of the tourism products and services in the contribution in the economic growth of Algeria. During this period, here the Algerian government has to give a big attention to this sector to boost the economy and economic growth outside the hydrocarbon sector.

Keywords: tourism, tourism potential, tourism products and services, economic growth

مقدمة:

لقد أصبحت الصناعة السياحية واحدة من اكبر الصناعات في العالم التي شهدت في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا، وذلك لكونها تمثل مطلب اجتماعي واقتصادي في نفس الوقت، فهي مطلب اجتماعي لأنها تعبر عن رغبة إنسانية في التسلية والتنقل، ومطلب اقتصادي كونها تحقق قيمة مضافة لاقتصاد البلد من خلال خلق فرص شغل، جلب الإيرادات المالية، وكذا أثرها ومساهماتها الكبيرة في النمو الاقتصادي.

من جهة أخرى يعتبر هذا الأخير -النمو الاقتصادي- من بين الأهداف الأساسية التي تسعى اقتصاديات الدول المتقدمة والنامية بلوغه، إذا لا يمكن إحداث تنمية اقتصادية من دون تحقيق معدلات عالية ومستمرة من النمو الاقتصادي وزيادة مستديمة في حجم الناتج المحلي الخام الإجمالي، كما أصبح النمو الاقتصادي أيضا مرهون بمدى مساهمة مختلف القطاعات الاقتصادية داخل البلد في تحقيقه، ففي البلدان النامية على غرار الجزائر والتي ظل قطاعها النفطي يتربع على اقتصادها محتفظا بدوره الريادي بين باقي القطاعات الأخرى، شكل ضعف مساهمة هذه القطاعات (السياحي، الفلاحي،...) في النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية.

ومن هنا جاء هذا المقال العلمي -الدراسة - لتحليل واقع السياحة والخدمة السياحية في الجزائر وتحليل مدى مساهمة هذه الأخيرة في النمو الاقتصادي، رؤية تحليلية خلال الفترة (1990-2014)، وعليه كانت الإشكالية الرئيسية لهذا المقال العلمي في شكل سؤال رئيسي التالي:

ما مدى مساهمة خدمات ومنتجات القطاع السياحي في النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة (1990-2014) ؟.

ولقد أمكن تقسيم الإشكالية الرئيسية إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مفهوم الخدمة السياحية وآثارها الاقتصادية ؟.
- ما هو واقع السياحة وكذا الخدمة السياحية في الجزائر ؟.
- ما مدى مساهمة الخدمات والمنتجات السياحية في النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة (1990-2014) ؟.

• منهجية الدراسة:

يتعلق هذا المقال العلمي بدراسة واقع اقتصادي من جانب تحليلي إحصائي نوعا ما فالغرض الإحاطة بكامل جوانب هذا البحث أمكن استخدام المنهج الاستنباطي الذي يعتمد على التحليل الوصفي الذي يستند إلى عرض البيانات والجداول وتحليلها ومن ثم الخروج بالنتائج، والذي يتلاءم مع طبيعة هذه الدراسة أو البحث إلى حد كبير. من جهة أخرى استخدم الباحثين في هذه الدراسة على أدوات الإحصاء الوصفي وكذا برنامج معالج الجداول (Ms-Excel) لتحليل المعطيات والبيانات الرقمية، واعتمدا على الكتب، المذكرات، المجلات والملتقيات العلمية والاطلاع على بعض المواقع على الانترنت لجمع هذه المعطيات والبيانات.

• أهمية الدراسة: تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة وذلك لكونها:

- تتعلق بدراسة وتبسيط الضوء على قطاع اقتصادي حساس في الوقت الراهن وهو قطاع السياحة في الجزائر.

- تشخيص أهم خصائص ومؤشرات القطاع السياحي والخدمة السياحية في الجزائر خلال الفترة (1990-2014).
- تحديد مدى مساهمة المنتجات السياحية في النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة (1990-2014).
- محاور الدراسة: للإجابة على الأسئلة السابقة تم بناء هذا المقال العلمي على ثلاث محاور أساسية تتمثل فيما يلي:
 - أولاً: الخدمات السياحية، خصائصها وأثارها الاقتصادية.
 - ثانياً: نظرة عامة حول واقع القطاع السياحي والخدمة السياحية في الجزائر خلال الفترة (1990-2014).
 - ثالثاً: تطور مساهمة الخدمات والمنتجات السياحية في النمو الاقتصادي الجزائري خلال الفترة (1990-2014).

أولاً: الخدمات السياحية، خصائصها وأثارها الاقتصادية.

لقد تطورت الصناعة السياحية وتنوعت خدماتها وذلك تبعاً لمجموعة من الظروف التي ساعدت على ذلك، وبذلك تطور مفهوم، خصائص وأهمية الخدمات السياحية، وفي ضوء ذلك وفي هذا الشأن يمكن أن نتقدم ببعض المفاهيم حول الخدمات والخدمات السياحية، خصائصها وأثارها الاقتصادية، وذلك كما يلي:

1- مفهوم الخدمة:

لقد وردت عدة تعريفات حول الخدمة لكننا نسلط الضوء على عدد من التعريفات التي جاءت بها أدبيات تسويق الخدمات، فالجمعية الأمريكية للتسويق عرفت الخدمة بأنها تلك النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة⁽¹⁾، وقد عرفها (Gronoos عام 2000) سلسلة من الأنشطة ذات الطبيعة الغير ملموسة والتي لا تتطلب التفاعل بين المقدمة الخدمة والزبون، وتقدم هذه الأنشطة تلبية لاحتياجات الزبون أو العميل⁽²⁾، كما عرفت أيضاً أنها نشاط أو حاجات شعورية غير ملموسة تتبادل مع المنظمات والأفراد، لا ينتج عنها نقل الملكية⁽³⁾.

استناداً لهذه التعاريف يمكن تعريف الخدمة أنها مختلف الأنشطة الغير ملموسة التي تقدم بشكل منفصل من طرف إلى طرف آخر يسمى العميل لغرض إشباع حاجته ورغباته، دون نقل ملكيتها وقد تكون بمقابل أو دون مقابل.

2- مفهوم الخدمات السياحية.

بتعدد وتنوع النشاطات والأعمال السياحية تعددت المنتجات والخدمات السياحية وكذا تعددت التعاريف حول الخدمات السياحية، ولقد عرفت الخدمات السياحية أنها مجموعة من الأعمال والنشاطات توفر للسائح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك المنتجات السياحية خلال وقت سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية بعيداً عن مكان سكنهم الأصلي⁽⁴⁾، وأيضاً أنها منتجات غير ملموسة بطبيعتها هدفها إشباع حاجات ورغبات من يستهلكها من السائح ومحقة مردوداً مادياً لمن يقدمها⁽⁵⁾، كما عرفت الخدمة السياحية أنها أداء أو فعل يقدمه طرف معين فندق

أو شركة سياحية إلى طرف آخر (السائح) ولا يمكن نقل هذه الخدمة بل على السائح أن يأتي إلى منطقة القصد السياحي لإشباع رغبته⁽⁶⁾.

استنادا لما سبق يمكن تعريف الخدمة السياحية أنها مختلف النشاطات الغير مادية والغير ملموسة والتي يمكن تقديمها بشكل مستقل للعميل أو السائح لغرض إشباع رغبته وحاجاته لدى قدومه لمرفق سياحي معين أو طلبه له.

3- خصائص الخدمات والخدمات السياحية:

تتميز الخدمات والخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من المنتجات الأخرى الملموسة، يمكن تشخيصها كما يلي:

أ- **خصائص الخدمات:** تتميز الخدمات بمجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تتميز الخدمات بكونها غير ملموسة وهذا يعني أنها غير مادية فمن المستحيل لمسها، تذوقها أو رؤيتها بالنسبة للعميل أو المستهلك وهذه الخاصية الأساسية التي تميز الخدمة عن السلعة.
- تتميز الخدمات بصفة التلازمية أي لا يمكن فصل الخدمات عن بائعها، وهذا يعني أن قناة التوزيع في اغلب الأحيان تكون مباشرة⁽⁷⁾.
- تتميز الخدمات بأنها غير متشابه وغير متماثلة وغير متجانسة أي عدم تماثل الخدمة بالنسبة للمنتج نفسه أو لمجموعة من المنتجين، وهذا ما يجعل عدم قابلية إنتاج عينات من الخدمات، وعدم إمكانية تحديد نمط معين لإنتاج الخدمة.
- الخدمات قابلة للفناء ولا يمكن تخزينها، كما تتميز الخدمات بصعوبة تقييمها بدرجة دقيقة لكونها غير ملموسة.
- تتميز الخدمات بالانتشار الجغرافي وأحيانا عابرة للحدود هذا من جهة، وغير قابلة للتجزئة من جهة أخرى⁽⁸⁾.
- الخدمات تأخذ خصوصية مقدمها وهي صناعة يتوافر فيها كل عناصر أي إنتاج، كما أنها تتميز بالتنوع والتعدد.

ب- **خصائص الخدمات السياحية:** تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص تميزها عن الخدمات الأخرى وعن المنتجات الأخرى الملموسة تتمثل فيما يلي:

- تتميز الخدمات السياحية بكونها خدمات تستهلك بسرعة ولا يمكن تخزينها، فالغرفة الفندقية الغير مشغولة تعتبر عبئ على الفندق ولا يمكن خزنها، والمقاعد الشاغرة في الرحلة تمثل عدم إشغال وتعتبر طاقة مهدورة⁽⁹⁾.
- الطلب على الخدمات السياحية طلب غير مستقر ولذلك لسبب الموسمية والظروف الأمنية والسياسية والطبيعية.
- تتأثر جودة الخدمات السياحية بالمرافق السياحية الهيكلية (الفنادق...) والطبيعية (المقومات الطبيعية) والبشرية.

- يتطلب تقديم الخدمة السياحية حضور الزبون هذه الخاصية التي تميزها عن بعض الخدمات الأخرى (البنكية أو الخدمات التعليمية...)، وعليه فالخدمة السياحية لا يمكن نقلها أو إرسالها أو تحويل ملكيتها.
- يرتبط الطلب على الخدمات والمنتجات السياحية بالموسمية، حيث يزداد الطلب على الخدمات السياحية في مواسم معينة ويقل الطلب عليها في مواسم أخرى.
- عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير أي صعوبة تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر، أي لا يمكن تحويل فندق إلى مطار في ظرف قصير، لأنها تحتاج إلى تجهيزات ومكائن ومواقع وأيدي عاملة مدربة وماهرة⁽¹⁰⁾.
- تعدد جهات الإنتاج كون السياحة صناعة متداخلة ومركبة تحتوي على العديد من الخدمات والتي يعتبر بعضها صناعة كبيرة ومستقلة بحد ذاتها مثل صناعة الفنادق، النقل، وكل عنصر فيها يقدم من قبل منج مستقل، وهذا ما يخلق تحدي إضافي فيما يتعلق بالإقناع أو إشباع المستهلك بالمنتج السياحي المتكامل الذي يعتبر بحد ذاته محصلة لمجموعة من الخدمات وهذا يتطلب درجة عالية من التنسيق في عرض وتقديم المنتج السياحي الكلي⁽¹¹⁾.
- تختلف دوافع الطلب على الخدمات والمنتجات السياحية حسب وجهة ورغبة العملاء من جهة، وحسب جودة الخدمة السياحية ودرجة استعمال التكنولوجيا في المنتج السياحي من جهة أخرى.

4- الآثار الاقتصادية للخدمات السياحية:

تتمثل الآثار الاقتصادية للخدمات السياحية في الآثار الاقتصادية للسياحة بصفة عامة، ولقد أصبحت صناعة السياحة تلعب دورا مهما في الاقتصاديات الوطنية، وعاملا فعالا من عوامل تحقيق التنمية ولاسيما في الدول الفقيرة، وقد دلت إحصاءات الصادرات العالمية في العقود القليلة الماضية على أن الصادرات السياحية هي، الصادرات الأكثر نموا في البلدان النامية⁽¹²⁾. كما أصبحت السياحة تلعب دورا مهما في حل الكثير من المشكلات الاقتصادية التي تواجه الدول النامية، مثل انخفاض معدل الدخل...، وانخفاض احتياطات البنوك المركزية من العملات الأجنبية⁽¹³⁾.

من جهة أخرى للخدمات السياحية اثر كبير على بعض المتغيرات الاقتصادية منها الاستثمار الأجنبي والمحلي، ميزان المدفوعات والعمالة والتوظيف، حيث يمكن توضيح وتشخيص ذلك كما يلي:

- **الأثر على ميزان المدفوعات:** تسجل الخدمات السياحية في ميزان المدفوعات في بند الخدمات الغير منظورة، حيث تشكل عاملا مهما في ميزان المدفوعات لكثير من الاقتصاديات، أي أن العوائد المالية السياحية تشكل عنصر ايجابي في ميزان المدفوعات.
- **الأثر على الاستثمار الوطني والأجنبي:** تساهم السياحة في زيادة فرص الاستثمار الوطني والأجنبي كونها صناعة من تتضمن العديد من الأنشطة، فهي بذلك توفر مجالات متعددة للاستثمار كمراكز الاستشفاء، المطاعم، الملاهي، مراكز الرياضة، وسائل النقل السياحي، وكالات الأسفار، الفنادق... الخ⁽¹⁴⁾.
- **الأثر على النمو الاقتصادي:** تساهم السياحة في النمو الاقتصادي بصفة كبيرة، وذلك من خلال تحقيقها لقيمة مضافة لاقتصاد أي بلد.

- الأثر على العمالة والتوظيف: لقد أثبتت التقارير والدراسات الاقتصادية أن السياحة تساهم بنسبة عالية وكبيرة في التشغيل وتوفير فرص الشغل بصفة مباشرة وغير مباشرة.
 - الأثر على إيرادات المالية للدولة: تمثل السياحة مورد مالي هام ذلك نظرا للمداخيل المالية التي تحققها من خلال العوائد المالية المباشرة المتأتية عن طريق السياح أو الغير مباشرة المتأتية عن طريق الضريبة وغيرها.
 - الأثر على الأسعار: إن تطور السياحة في منطقة ما يؤدي إلى تزايد معدلات الإنفاق السياحي فيها، مما ينتج عنه في النهاية ارتفاع متباين في المستوى أسعار السلع والخدمات في تلك المنطقة، أي أسعار السلع والخدمات السياحية تزداد في المنطقة التي يزيد السياح الإقبال عليها⁽¹⁵⁾.
- ثانيا: نظرة عامة حول واقع القطاع السياحي والخدمة السياحية في الجزائر خلال الفترة (1990-2014).
- رغم امتلاك الجزائر للمقومات السياحية الهائلة إلا أن الواقع الاقتصادي ومؤشرات القطاع السياحي تبين عدم الاهتمام الكافي بهذا القطاع من جهة، وضعف وتدني حجم وجودة مخرجاته من جهة أخرى، وفيما يلي يمكن تحليل وتشخيص واقع القطاع السياحي والخدمة السياحية في الجزائر خلال الفترة (1990-2014) وذلك كما يلي:

1- مقومات السياحة في الجزائر:

- تعتبر الجزائر بلد تاريخي أمازيغي وحضاري من جهة، وبلد قاري يتوسط ثلاث قارات من جهة أخرى، فهو يملك مقومات سياحية كبيرة يمكن تشخيصها كما يلي:
- الموقع: تعد الجزائر القلب النابض للمغرب العربي والبوابة المطلة على أوروبا والبحر المتوسط فهي دولة تجمع بين الصفات الإفريقية والمتوسطية، تملك مساحة قدرها 2381741 كم²، وشريط ساحلي يقدر ب 1200 كم يتسم بأروع المناظر والشواطئ⁽¹⁶⁾.
- الإقليم المناخي: تتربع الجزائر على ثلاث أقاليم مناخية هامة تمتد بالتوازي من الشمال إلى الجنوب كما يلي: إقليم البحر المتوسط والذي يتميز مناخ البحر المتوسط والرطب، الإقليم ألتلي والذي يتميز بالمناخ المعتدل والحر، والإقليم الصحراوي والذي يتميز بالمناخ الحار الجاف الذي يشكل أكبر إقليم في الجزائر.
- المواقع التاريخية والحمامات المعدنية: تتوفر الجزائر على مواقع ومناطق تاريخية وأثرية هامة وجمة تعود إلى وقت مضى وما قبل الميلاد، منها منطقة الشريعة، تيبازة، القصبة،... تيمقاد... الخ، كما تتوفر الجزائر على حمامات معدنية هامة تتمثل في أكثر من 200 منبع للمياه الجوفية، و 7 محطات حمامات معدنية.
- المواصلات والاتصالات: تمتلك الجزائر في جانب الاتصالات والمواصلات شبكة هامة من الطرق والتي يزيد طولها عن 104 ألف كم، ربع منها وطنية وأكثر من 55 مطار للنقل الجوي... وحوالي 4200 كم من خطوط السكك الحديدية، وحوالي 17 ميناء للنقل البحري... الخ والتي من شأنها تكون دافع للسياحة⁽¹⁷⁾.
- المناطق السياحية في الجزائر: تملك الجزائر ست مناطق جذب سياحي تختلف فيما بينها من منطقة إلى أخرى وتتمثل في: منطقة الساحل والسهول الشمالية، منطقة السلسلة الأطلسية، منطقة الهضاب العليا، منطقة الأطلس الصحراوي، منطقة واحات شمال الصحراء وأخيرا منطقة الصحراء الكبرى⁽¹⁸⁾.

2- تطور حصة مشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر خلال الفترة (2002-2012):

لقد تطور حجم المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر مقارنة بالاستثمارات في القطاعات الأخرى خلال الفترة (2002-2012) كما يبينه الجدول الموالي:

الجدول رقم (1): تطور حصة مشاريع الاستثمار القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة (2002-2012)

القطاع	عدد المشاريع الاستثمارية			النسبة المشاريع (%)	المبلغ (مليون دج)
	المحلية	الأجنبية	المجموع		
الفلاحة	727	8	735	1,38%	85248
البناء	10049	75	10124	19,03%	1206137
الصناعة	6347	260	6607	12,42%	4033666
الصحة	614	6	620	1,17%	82685
النقل	29128	17	29145	54,78%	725264
السياحة	480	9	489	0,92%	886445
الخدمات	5389	92	5481	10,30%	665037
التجارة	2	0	2	00,00%	37514
الاتصالات	3	1	4	0,01%	350486
المجموع	52739	468	53207	100%	8072482

المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارات، انظر الموقع، <http://www.andi.dz>، تاريخ الاطلاع: 2015/03/22

يبين الجدول أعلاه أن حجم المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي في الجزائر تساوي إلى 489 مشروع خلال الفترة (2002-2012) منها 9 مشاريع استثمارية أجنبية و 480 مشروع استثماري محلي، بنسبة تقدر ب 0,92% وهي نسبة ضعيفة جدا، وهو الحال نفسه بالنسبة للقطاعات الخدمية الأخرى (قطاع التجارة: 2، قطاع الاتصالات: 4، الصحة: 620...)، وهذا ما يبرز ضعف الاهتمام بالقطاع السياحي في الجزائر مقارنة بقطاع المحروقات (الصناعة) والبناء.

3- تطور بعض مؤشرات القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة (1990-2013).

لقد تطورت بعض المؤشرات السياحية في الجزائر ونقصد عدد السياح، عدد الفنادق، حجم الطاقة الإيوائية، الإيرادات السياحية وعدد العمال في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة (1995-2013)، بمعدلات متزايدة وذلك كما يلي:

الجدول رقم (2): تطور بعض المؤشرات السياحية في الجزائر خلال الفترة (1995-2013)

السنة	عدد السياح (ألف فرد)	عدد الفنادق (فندق)	حجم الطاقة الإيوائية (سرير)	الإيرادات السياحية (مليون دولار)	عدد العمال (ألف عامل)
1995	519	653	66501	-	268.5
1996	604	659	66600	77	-
1997	634	740	66712	79	245
1998	678	781	66810	80	288
1999	748	800	66902	80	298
2000	865	827	77242	102	346,2
2001	901	927	72485	100	410,2
2002	988	935	73548	111	445,1
2003	2576	1042	77473	112	474,8
2004	2649	1092	82034	178,5	480
2005	2726	1105	83895	184,3	506
2006	2887	1109	84869	215,3	507,1
2007	3023	1112	85000	218,9	586
2008	3167	1134	85642	300	300
2009	3125	1139	88694	388	288
2010	3244	1152	89012	401	301
2011	3021	1159	89321	405	305
2012	2900	1168	89921	412	312
2013	3001	1176	98804	413	312

المصدر: عادل مستوي، أثر السياحة على الاقتصاد من منظور وطني وعالمي - رؤية قياسية خلال الفترة (1990-2013)-، الملتقى الدولي الصناعة السياحية والتنمية المستدامة، واقع وآفاق، 04-05 نوفمبر 2014، ص08.

يتبين من الجدول أعلاه أن هناك تزايد مستمر في حجم عدد السياح في الجزائر خلال الفترة (1995-2013)، حيث ارتفع عدد السياح من 519 ألف سائح سنة 1995 إلى 2,7 مليون سائح سنة 2005 إلى 3 مليون سائح سنة 2013، رغم هذا التزايد إلا أنه يمثل عداد صغير أمام المؤشرات العالمية (فرنسا 80 مليون سائح سنة 2012).

من جهة أخرى هناك تزايد أيضا في حجم الطاقة الإيوائية في الجزائر خلال الفترة (1995-2013) حيث ارتفع عدد الفنادق في الجزائر من 653 فندق (66501 سرير) سنة 1995 إلى 1105 فندق (83895 سرير) سنة 2005، إلى 1176 (98804 سرير) سنة 2013.

بالمقابل هناك تزايد في حجم التشغيل والإيرادات المالية من سنة إلى أخرى حيث بلغ حجم الإيرادات المالية السياحية 77 مليون دولار سنة 1996 و 184,3 مليون دولار سنة 2005 ليرتفع هذا الحجم إلى 413 مليون دولار سنة 2013، بينما حجم مناصب الشغل في القطاع السياحي الجزائري تطورت من 268,5 ألف منصب سنة 1995، إلى 586 ألف منصب شغل سنة 2007 لينخفض هذا العدد إلى 312 ألف منصب شغل سنة (2013).

4- واقع وخصائص خدمات القطاع السياحي في الجزائر:

تتنوع الخدمات السياحية وخصائصها بتنوع المقومات والهياكل والإمكانات وحتى الثقافة السياحية، وفي الجزائر باعتبارها تملك مقومات وهياكل سياحية هامة تتنوع الخدمات السياحية فيها، وعليه يمكن تشخيص مختلف أنواع الخدمات السياحية وخصائصها في الجزائر كما يلي:

4-1 أنواع الخدمات السياحية في الجزائر: تتعدد وتتتنوع الخدمات السياحية المقدمة للسياح في الجزائر، حيث يمكن أن نميز نوعين من الخدمات السياحية وهي خدمات سياحية أساسية وأخرى تكميلية كما يلي:

الجدول رقم (3): أنواع الخدمات السياحية في القطاع السياحي الجزائري.

الخدمات السياحية الأساسية	الخدمات السياحية التكميلية
- خدمات النقل.	- خدمات الرياضة، الترفيه، الثقافية والمسارح
- خدمات الإيواء (الإقامة).	- خدمات الفكاهة والفلكور الشعبي والصحراوي.
- خدمات الإطعام.	- خدمات الاستقبال والتنظيم.
- خدمات وكالات السياحة والأسفار	- الخدمات الخاصة.
	- خدمات السهرات الليلية واللهو والشاطئية والترفيه.
	- الخدمات العامة كالخدمات المالية، التأمين... الخ.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

- قمراري نوال، اثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية -دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، مذكرة ماجستير في العلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011، ص30، ص31.

4-2- وضعية الجزائر ضمن مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي 2011/2013.

يعتبر مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي احد المؤشرات المهمة لقياس كفاءة وحجم الإمكانات السياحية للبلد وجودة الخدمات السياحية المقدمة من قبل القطاع السياحي في ذلك البلد، والجدول الموالي يبين وضعية الجزائر ضمن مؤشر تنافسية السفر والسياحة خلال الفترة (2011-2013).

الجدول رقم (4): وضعية الجزائر ضمن مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي 2013/2011

المؤشرات/السنة	139/113	140/132
التشريعات والقوانين	118	133
الاستدامة البيئية	120	136
الأمن والسلامة	95	132
الصحة	84	90
أولويات السفر والسياحة	130	140
البنية التحتية للنقل الجوي	103	115
البنية التحتية للنقل البري	105	126
بيئة السياحة التحتية	122	131
البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في القطاع	107	115
تنافسية الأسعار بالقطاع	35	28
الموارد البشرية	91	103
جذب السياحة والسفر	129	137
الموارد الطبيعية	99	121
الموارد الثقافية	72	74

المصدر: عيساني عامر، بوراوي ساعد، إستراتيجية تطوير قطاع السياحة في الجزائر لأفاق 2030، (دراسة تقييمية للفترة 2008-2013)، الملتقى الدولي العاشر: السياحة و العولمة أية إستراتيجية بالنسبة للجزائر؟ 16-17 جوان 2014، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين -جامعة الجزائر3-، ص12.

يتبين من خلال مؤشرات الجدول أعلاه أن وضعية الجزائر ضمن مؤشر تنافسية السفر والسياحة العالمي خلال الفترة 2013/2011 غير مشرفة في مجال السياحة والسفر، وهذا ما يبرز ضعف جودة خدمات القطاع السياحي الجزائري من جهة، وعدم كفاءة استغلال مواردها ومقوماتها السياحية من جهة أخرى.

4-3- خصائص الخدمات السياحية في الجزائر:

تتميز الخدمة السياحية في الجزائر بجملة من الخصائص تتمثل فيما يلي⁽¹⁹⁾:

أ- ضعف نوعية المنتج السياحي: ونقصد بذلك:

- تدني جودة وحجم الخدمات الفندقية في الجزائر حيث أن الطاقة الإيوائية في الجزائر غير كافية لاستيعاب أي زيادة محتملة في عدد السياح، أضف إلى ذلك تآكل بعض الفنادق والهياكل وغيرها.
- ارتفاع أسعار الخدمات السياحية في الجزائر ناهيك عن ضعف نوعيتها وعدم جاذبيتها.
- يتميز المنتج والخدمة السياحية في الجزائر بضعف تقنيات تسويقها.
- فشل القطاع السياحي في توفير خدمات راقية ومتكيفة مع الطلب العالمي المتزايد لاسيما فيما يخص خدمات النقل الجوي والبري وغيرها.

ب- ضعف أداء وكالات السفر ونقص في تكوين وتأهيل المستخدمين: ويعني بذلك:

- ضعف التكوين البشري في القطاع السياحي الجزائري والذي ينعكس مباشرة على الثقافة والتعامل مع السياح.
- ضعف في نشاط وتنظيم وكالات السفر في الجزائر، حيث أن معظم وكالات السفر في الجزائر تنشط في مجال العمرة والحج.
- ضعف التكيف مع التحولات السريعة في مجال السياحة الدولية.
- ج- تغلغل ضعيف لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاع السياحي الجزائري: أي:
 - عدم كفاية مواقع الانترنت مع التركيز على ترقية الصحراء والاكتشاف الثقافي (السياحة الصحراوية والثقافية).
 - عدم التكيف الجيد مع التطور المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في قطاع السياحة الجزائري.
 - قلة الدراسات الدقيقة والمتخصصة في هذا القطاع والتي تخص أساليب وطرق تطوير الخدمات السياحية.
- د- خدمات مالية، تسيير وتنظيم غير متكيف مع القطاع السياحي: ونقصد بذلك:
 - ضعف خدمات البنوك في الجزائر لاسيما خدمات التحويل والسحب والدفع والصرف للأموال واستحالتها في بعض الأحيان.
 - نقص وضعف قنوات تمويل القطاع السياحي.
 - تعقد الإجراءات المستخدمة في استخراج التأشيرات في الجزائر وببيروقراطيتها.
- ذ- غياب الأمن وعجز في الترقية والتسويق: ونقصد بذلك:
 - مشكل الأمن والذي يعتبر العنصر الأساسي في السياحة حيث لا يمكن للسائح التنقل في أوقات متأخرة من الليل في الجزائر لعدم توفر الأمن والوسائل.
 - ضعف التسويق السياحي في الجزائر وضعف الأنشطة الإعلامية والصالونات الداعمة للسياحة في الجزائر.
 - الانسداد بين القطاعات الاقتصادية في الجزائر وهذا ما يبرز ضعف البنى التحتية للقطاع السياحي الجزائري.

ثالثا: تطور مساهمة الخدمات والمنتجات السياحية في النمو الاقتصادي الجزائري خلال الفترة (1990-2014).

يعتبر النمو الاقتصادي المتغير الاقتصادي الذي تسعى كافة الدول بلوغه، لذا أصبح محل اهتمام العديد من الاقتصاديين والباحثين، من أمثالهم "روبرت مالتوس" سنة 1798 في كتابه "مبدأ الأمة" ... وآخرون، ولقد اقتضت الدراسة في هذا المحور حول مساهمة حجم الخدمات والمنتجات السياحية في النمو الاقتصادي في الجزائر.

1- قراءة حول تطور الاقتصاد ومعدلات النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة (1990-2014).

عرف الاقتصاد الوطني تطورا ملحوظا من فترة الثمانينات إلى يومنا هذا، برز ذلك من خلال تحسن بعض المؤشرات الاقتصادية (النمو الاقتصادي)، ويمكن تشخيص هذا التطور كما يلي:

أ- قبيل فترة التوجه نحو اقتصاد السوق:

لقد سجل الاقتصاد الجزائري قبيل التوجه نحو اقتصاد السوق معدلات نمو اقتصادي ضئيلة، إذ سجلت الجزائر سنة 1986 معدلات نمو متدنية حيث لم يتجاوز متوسط نمو الناتج المحلي الإجمالي 0.6% خلال الفترة (1980-1990)، وهذا راجع لكون الاقتصاد الجزائري قائم على الثنائية وشديد التبعية للخارج أي أحادي التصدير (ريعي)، أضف إلى ذلك تعرض الاقتصاد الوطني للإفرازات السلبية بسبب تغير المحيط الدولي وتدهور شروط التبادل الدولي وتقلبات أسعار النفط⁽²⁰⁾، الشيء الذي جعل الجزائر تنتهج جملة من السياسات والمخططات لهيكلية وتنمية وإنعاش اقتصادها خلال هذه الفترة وما بعدها.

ب- خلال فترة التوجه نحو اقتصاد السوق (1990-2014):

لقد سجل الاقتصاد الجزائري من مطلع التسعينات معدلات نمو متفاوتة، يمكن تشخيص ذلك على مراحل مختلفة كما يلي:

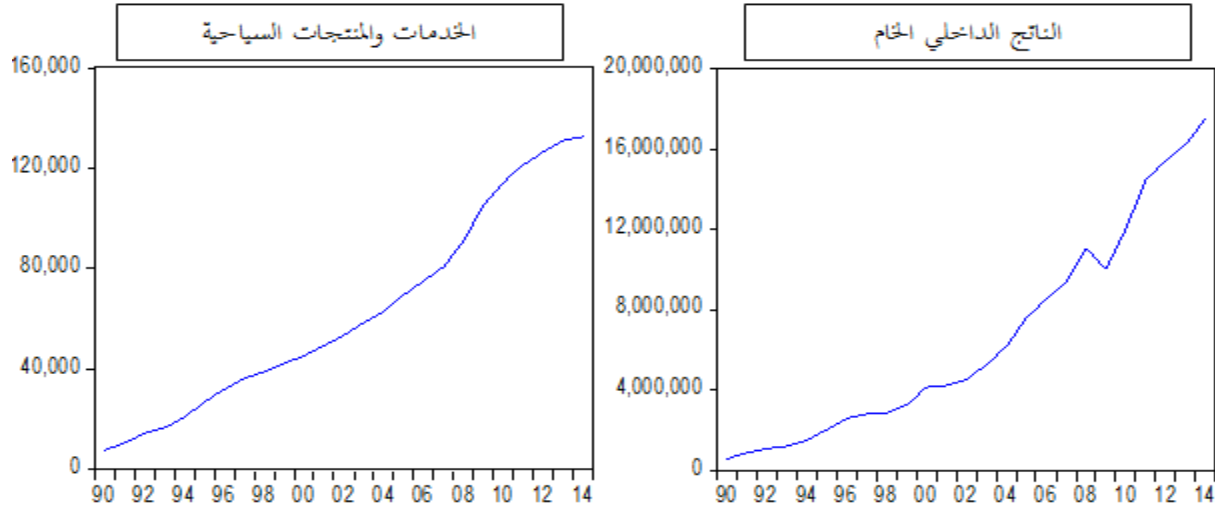
- **خلال الفترة (1990-1995):** إن ما يميز هذه الفترة هو تسجيل معدلات نمو سلبية للناتج المحلي الإجمالي، وذلك كما يلي: -8% سنة 1991، -8.7% سنة 1993، -4.4% سنة 1994 و-1.4% سنة 1995، حيث يمكن إرجاع هذا الانخفاض في معدلات النمو الاقتصادي إلى تأثر الاقتصاد الجزائري بالأزمة التي شهدتها الاقتصاد الوطني سنة 1986 رغم الإصلاحات التي طبقت خلال الفترة (1988-1992)⁽²¹⁾، كما عرف الاقتصاد الجزائري خلال هذه الفترة عجز في الموازنة العامة للدول بالنسبة للناتج المحلي الإجمالي إضافة إلى تسجيل معدلات تضخم مرتفعة.
- **مرحلة 1996-2000:** خلال هذه الفترة سجلت الجزائر معدلات نمو اقتصادي ايجابية تمثلت كما يلي 1.01% سنة 1996، و2% سنة 2000، أي حققت الجزائر معدل النمو الاقتصادي مستدام خلال هذه الفترة، وهذا راجع إلى تنفيذ برامج التعديل الهيكلي وذلك بمساعدة صندوق النقد الدولي.
- **خلال المرحلة 2001-2004:** عرفت الجزائر خلال هذه الفترة تنفيذ مخططات دعم الإنعاش الاقتصادي، حيث اعتمدت في هذه المخططات على سياسة اقتصادية مست جميع القطاعات لاسيما المتعلقة بدعم القطاع الفلاحي والإنتاجي والمؤسسات والخدمات العمومية، الري، النقل، الهياكل القاعدية، تحسين الإطار المعيشي للسكان، دعم التنمية المحلية وتحقيق النمو الاقتصادي، لتحقيق توازن اقتصادي، ولقد تطور معدل النمو الاقتصادي في الجزائر من 2.1% سنة 2001 إلى 4.1% سنة 2002 إلى 6.8% سنة 2003 لينخفض إلى 5.2% سنة 2005⁽²²⁾.
- **مرحلة 2005-2014:** عرفت الجزائر خلال هذه المرحلة تنفيذ برنامج دعم النمو الاقتصادي في الفترة (2005-2009)، كما سجلت الجزائر خلال هذه الفترة استكمال برامج الإنعاش الاقتصادي، ومنه وعرف معدل النمو الاقتصادي في الجزائر تطورا ملحوظا وبمعدلات ايجابية.

2- تطور حجم الخدمات والمنتجات السياحية مقارنة بالناتج الداخلي الخام خلال الفترة (1990-2014):

لقد تطور حجم الخدمات والمنتجات السياحية (الفندقية والمطاعم...) وحجم الناتج الداخلي الخام في الجزائر خلال الفترة (1990-2014) بمعدلات متزايدة وذلك كما يبينه الشكل البياني الموالي:

الشكل رقم 1: تطور حجم الخدمات والمنتجات السياحية والناتج الداخلي الخام خلال الفترة 1990-2014

(الوحدة: مليون دج)



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الملحق رقم 1-.

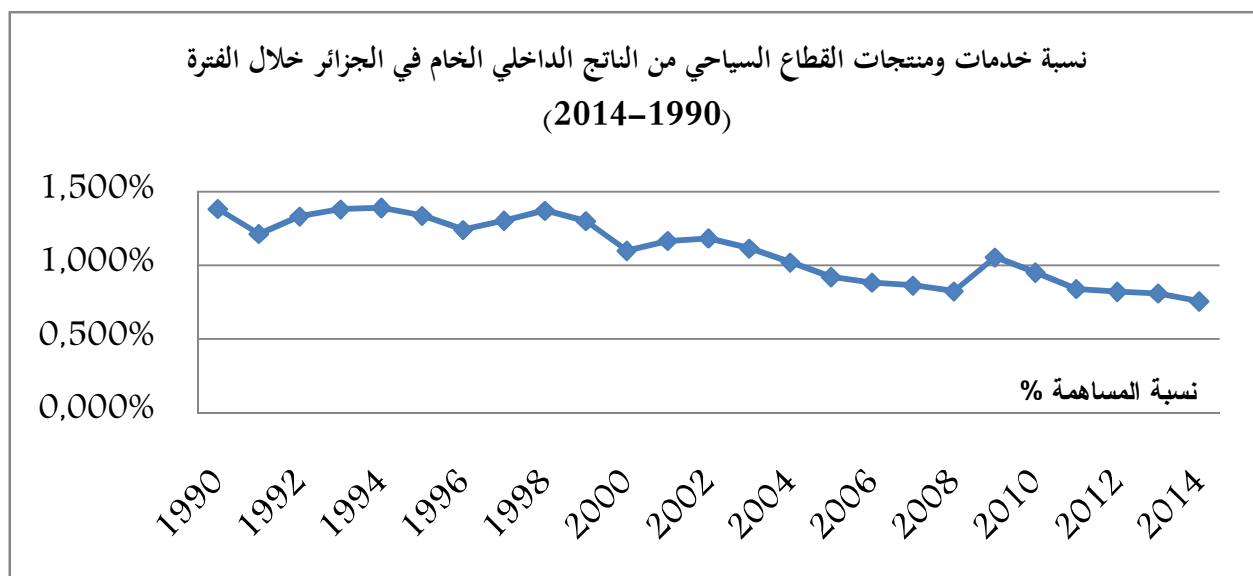
يتبين من الشكل البياني أعلاه انه هناك تطور مستمر لحجم الناتج الداخلي الخام في الجزائر خلال الفترة 1990-2008، ليعرف انخفاضا سنة 2009 حيث يمكن إرجاع ذلك إلى الانخفاض النسبي لأسعار البترول وأثرها على الاقتصاد الوطني بسبب الأزمة المالية العالمية ليعرف الناتج الداخلي الخام ارتفاع محسوسا خلال الفترة (2010-2014).

أما فيما يخص حجم المنتجات والخدمات السياحية فقد عرفت تطورا ملحوظا ومتزايدا خلال الفترة (1990-2014)، وهذا راجع إلى تزايد عدد الفنادق وحجم الطاقة الإيوائية نسبيا في الجزائر نسبيا وتزايد عدد السياح نتيجة تحسن الوضع الأمني في الجزائر خلال فترة ما بعد التسعينات.

3- تطور نسبة مساهمة حجم الخدمات والمنتجات السياحية في الناتج الداخلي الخام للجزائر:

يساهم القطاع السياحي في الجزائر بنسبة متدنية جدا في الناتج الداخلي الخام وكذا النمو الاقتصادي، ولقد بينت الاحصائيات عدم تجاوز هذه النسبة الـ 2% خلال الفترة (1990-2014)، والشكل الموالي يبين نسبة مساهمة الخدمات والمنتجات السياحية في الناتج الداخلي الخام للجزائر خلال الفترة (1990-2014).

الشكل رقم 2: مساهمة الخدمات والمنتجات السياحية في الناتج الداخلي الخام للجزائر خلال الفترة 1990-2014.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الملحق رقم 1-.

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة مساهمة حجم منتجات وخدمات القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام للجزائر ضعيفة جدا فهي لا تتجاوز 1.4%، وهذا يرجع إلى ضعف خدمات الإيواء (الفنادق) وخدمات الإطعام (المطاعم والمقاهي في الجزائر)، من جهة أخرى ضعف حجم الخدمات والمنتجات السياحية في الجزائر خلال هذه الفترة مقارنة بالقطاعات الأخرى ف:

- خلال الفترة (1990-1999): كانت نسبة مساهمة حجم الخدمات والمنتجات في الناتج الداخلي الخام ضعيفة وهي محصورة ما بين 1.2 % و 1.4%، ورغم انخفاض هذه النسبة إلا أنها تشكل أعلى نسبة خلال طول فترة الدراسة، وهذا يعود إلا انخفاض أسعار البترول خلال هذه الفترة والاهتمام ببعض الشيء بالقطاع السياحي.
- خلال الفترة (2000-2008): كانت نسبة مساهمة حجم الخدمات والمنتجات في الناتج الداخلي الخام ضعيفة أيضا وهي محصورة ما بين 1.2 % و 0.8%، ويمكن إرجاع انخفاض هذه النسبة إلى ضعف الاهتمام بالقطاع السياحي في الجزائر والتوجه أكثر نحو القطاع البترولي نتيجة تحرك أسعار البترول نحو الارتفاع.
- خلال الفترة (2009-2012): عرفت هذه المرحلة ارتفاع معدل مساهمة المنتجات والخدمات السياحية من 0.8 % إلى 1.2% لفترة ظرفية وانخفاضها مجددا إلى ما كانت عليه نتيجة زيادة عدد السياح والإيرادات السياحية وتكثيف المشاريع في القطاع السياحي.
- خلال الفترة (2011-2013): عرفت هذه المرحلة ثبوت معدل مساهمة المنتجات والخدمات السياحية في الناتج الداخلي الخام عند 0.8% وهي نسبة ضعيفة جدا.

إن انخفاض نسبة مساهمة خدمات ومنتجات القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام أو النمو الاقتصادي في الجزائر يعكس ضعف هذا القطاع وضعف الاهتمام به، من جهة أخرى يمكن إرجاع ضعف مساهمة حجم الخدمات والمنتجات السياحية في النمو الاقتصادي في الجزائر إلى جملة من المعوقات والتي يمكن تشخيصها كما يلي:

- ضعف حصة الاستثمار في القطاع السياحي وعدم وجود مناخ ملائم لتشجيع الاستثمار في هذا القطاع.
- عدم الاستقرار الإداري والمؤسسي في هذا القطاع السياحي الجزائري نتيجة تعاقب الحكومات والمسؤولين عليه كان من الأسباب الرئيسية في تعطيل وتنمية هذا القطاع.
- عدم وجود طاقات ايواء كافية وتوزيعها مرتكز أساسا على المنتج الحضري بنسبة 51% يليه المنتج الشاطئي بنسبة 30% أما باقي المنتجات فطاقات ايواءها ضعيفة⁽²³⁾.
- ضعف نوعية المنتج السياحي بالرغم من المؤهلات المميزة للمنتج السياحي الجزائري إلا أنه غير تنافسي فيما يخص نوعية الخدمات السياحية المقدمة على مستوى المؤسسات الفندقية وهياكل الاستقبال التي تتميز هي الأخرى بضعف طاقاتها وعدم احترامها للمعايير المعمول بها عالميا⁽²⁴⁾.
- ضعف التدفق السياحي للجزائر نتيجة ضعف حجم وجودة الطاقة الايوائية والفندقية والتي انعكست على حجم الإيرادات السياحية للجزائر.
- عدم التحكم في تقنيات التسيير وافتقار هذه المؤسسات للمورد البشري الماهر والكفاء على غرار المؤسسات الفندقية للسلاسل العالمية المتواجدة بالجزائر⁽²⁵⁾.
- ضعف التأهيل البشري والتكويني وعنصر العمل لاسيما في مجال الفندقية والإطعام والمقاهي و... الخ
- نقص الخدمات السياحية وعدم توافر المرافق الضرورية لاحتواء السياح، نتيجة لمحدودية عدد المطارات و الموانئ ومحطات القطارات والفنادق و المطاعم وشركات النقل⁽²⁶⁾.
- تردي الأوضاع السياسية الأمنية في فترة التسعينات كان لها الأثر الواضح والسلبى على القطاع السياحي بصفة خاصة والاقتصاد الوطني بصفة عامة.
- ضعف الترويج والإرشاد السياحي في الجزائر وضعف الإنتاجية في مؤسسات القطاع السياحي الجزائري.

4- نحو سياحة مستدامة لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر:

يعتبر القطاع السياحي من بين القطاعات ذات الأهمية البالغة لاسيما في الوقت الراهن حيث تعتبر السياحة الثروة أو النفط الذي لا يتضب، فضعف مساهمة مخرجات (الخدمات والمنتجات) القطاع السياحي الجزائري في الناتج الداخلي الخام وكذا النمو الاقتصادي يجعلنا نفكر في استدامة القطاع السياحي لتحقيق وذلك من خلال ما يلي:

- تعزيز البنى الأساسية للقطاع السياحي وتحديث وعصرنة أجهزة إدارة هذا القطاع لاسيما من خلال تعزيز وتطوير قدرات الإدارة السياحية، وعصرنة وتطوير أنظمة تكنولوجيا المعلومات السياحية وتطوير المهارات والقدرات للعاملين في الإدارة السياحية⁽²⁷⁾.
- تطوير الخدمات السياحية والفندقية والعمل على الاستغلال الأمثل للطاقات السياحية في الجزائر.

- الرفع من جودة الخدمات السياحية بما يتوافق والمعايير والمواصفات الدولية وتوفير مختلف الأنواع لهذه الخدمات، لاسيما من خلال تطوير القدرة التنافسية وتنويع عناصر المنتج السياحي، وتحسين مستوى جودة الخدمات السياحية للمنشآت الإيوائية وغيرها بما يتلاءم مع المستويات الدولية. إضافة إلى خدمات المقاهي والإطعام والنقل... الخ⁽²⁸⁾.
- رفع حصة الاستثمار السياحي مقارنة بما هي عليه، وإشراك القطاع الخاص في القطاع السياحي الجزائري.
- العمل على رسكلة، تكوين وتأهيل العنصر البشري في القطاع السياحي الجزائري لاسيما في المرافق السياحية وذلك من خلال تطوير مناهج التعليم والتدريب السياحي وإنشاء المدارس والمعاهد السياحية.
- تحقيق الأمن والاستقرار السياحي واللذان يعتبر من أهم عناصر الارتقاء بالسياحة، إضافة إلى إيجاد وبعث إعلام سياحي يتمتع بالكفاءة والمهنية لنشر الثقافة السياحية والتعريف بالخدمات والمنتجات السياحي للقطاع السياحي الجزائري⁽²⁹⁾.
- تحسين صورة الجزائر السياحية وتطوير مختلف مناهج وطرق التسويق المنتهجة في القطاع السياحي.
- العمل على تطوير الحرف اليدوية والصناعات البيئية المحلية والمنتجات الزراعية بالمنطقة مع رفع مستوى الوعي البيئي والحفاظ على
- مدّ المشاريع التجارية الصغيرة بمنح لبدء التشغيل وتزويدها بالتعليم والتدريب وتمكينها من الحصول على قروض منخفضة الفائدة بهدف تشجيع إنشاء المشاريع الصغيرة ومتوسطة الحجم، وتدعيم إنتاجية القطاع الزراعي وروابطه بالسياحة⁽³⁰⁾.

خاتمة:

استهدفت هذه الدراسة تحليل واقع القطاع السياحي في الجزائر ومدى مساهمة منتجاته وخدماته في تحقيق النمو الاقتصادي خلال الفترة (1990-2014) رؤية تحليلية، ولقد خلصت هذه الدراسة من خلال بعض المؤشرات إلى ضعف الاهتمام بهذا القطاع حيث لم يتجاوز حجم المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي الجزائري 480 مشروع استثماري بما يعادل 0.92% من حجم المشاريع الاستثمارية الكلية في الاقتصاد الجزائري وضعف خدماته ومنتجاته، وأيضا ضعف مساهمة حجم الخدمات والمنتجات السياحية في النمو الاقتصادي في الجزائر حيث لم تتعدى حصة مساهمة هذه المنتجات والخدمات 1.4% من الناتج الداخلي الخام الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (1990-2014).

وعليه وبناء على النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة من صالح الحكومة الجزائرية إذا اردت الرفع في حجم الناتج الداخلي الخام وكذا النمو الاقتصادي أي تحسين بعض مؤشرات الاقتصاد الكلي ان تضاعف اهتماماتها بالقطاع السياحي، ونقصد زيادة حصة الاستثمار السياحي وتطوير الخدمات السياحية في الجزائر

المراجع والإحالات:

(1) إليازيد وهيبية، جودة الخدمة الفندقية وتأثيرها على ولاء الزبائن دراسة ميدانية في بعض الفنادق بولاية وهران، الملتقى الدولي العاشر: السياحة والعولمة أية إستراتيجية بالنسبة للجزائر؟، 16-17 جوان 2014، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين -جامعة الجزائر3-، ص04.

(2) James Teboul, le temps des services, éditions organisation, paris 2002, p 21.

(3) Dominique Cottin, didier dufresne, concevoir vendre, gérer les services business to business, edition DCMG, paris, 1998, p:1..

(4) برنجي ايمن، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة احمد بومقرة بومرداس، 2009، ص80.

(5) نوفل عبد الرضا علوان، اثر تنويع وتطوير الخدمات الفندقية على الإيرادات في صناعة الفنادق العراقية، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الخامس والسبعون /2009، ص05.

(6) نوفل عبد الرضا علوان، مرجع سبق ذكره، ص05.

(7) بلاطة مبارك، كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04 (2005)، ص153.

(8) مستوي عادل، تحليل واقع الخدمات البنكية في الجزائر وآفاق تطويرها خلال الفترة (1990-2013)، دراسة حالة بنك التنمية المحلية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2014، ص 08.

(9) بلاطة مبارك، كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص153.

(10) نفس المرجع ، ص154.

(11) نفس المرجع ، ص154.

(12) النادر حسن، احمد الريموني، آلاء ارشيدات، دراسة تطبيقية لمحددات تدفق الصادرات السياحية: باستخدام نموذج الجاذبية -حالة الأردن 1976-2004، أبحاث اليرموك سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 26، العدد 4-2010، ص744.

(13) نفس المرجع، ص745.

(14) حاج عبد القادر فؤاد، أهمية المزيج التسويقي في ترقية الخدمات السياحية، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد -تلميسان- ، 2010، ص88

(15) نفس المرجع، ص89.

(16) ابوعموشة حميدة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012، ص107.

بتصرف

(17) نفس المرجع، ص110. بتصرف.

(18) كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، ص222 و223. بتصرف.

(19) عولمي بسمة، وآخرون، دور المقاولاتية كموجه للابتكار في صناعة التنمية السياحية المستدامة-تحديات وآفاق-، الملتقى الدولي العاشر: السياحة والعولمة أية إستراتيجية بالنسبة للجزائر؟، 16-17 جوان 2014، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين -جامعة الجزائر3-، ص20.

(20) حاكمي بوحفص، الإصلاحات والنمو الاقتصادي في شمال إفريقيا -دراسة مقارنة بين الجزائر، المغرب وتونس، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السابع ، ص12.

(21) ابن ساحة مصطفى، اثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر -دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، المركز الجامعي غرداية، 2011، ص55.

(22) مراد ناصر، التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر، التواصل عدد 26/ جوان 2010، ص143.

(23) بوعموشة حميدة، مرجع سبق ذكره، ص 159.

(24) نفس المرجع، ص 159.

(25) بن عيشاوي أحمد، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الفندقية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2008، ص 147، ص 148.

(26) زايد مراد، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني، حالة الجزائر، الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة دورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر 10/09 مارس 2010، ص 09.

(27) اتجاهات إستراتيجية التنمية السياحية، 2010-2025، وزارة السياحة اليمنية، الموقع www.yementourism.com، Republic of Yemen - Ministry of Tourism - Yemen Tourism Promotion Board، ص 8.

(28) نفس المرجع، ص 9.

(29) نفس المرجع، ص 10.

(30) السياحة المستدامة: المساهمة في النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، مذكرة قضايا من إعداد أمانة الأونكتاد، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، 15 مارس 2013، ص 22، ص 23.

• الملاحق:

الملحق رقم (1): تطور حجم الخدمات والمنتجات السياحية والناتج الداخلي الخام خلال الفترة (1990-2014) (و: مليون دج)

السنة	الخدمات والمنتجات السياحية SH	الناتج الداخلي الخام PIB	نسبة SH/PIB
1990	7665.8	554388.1	1.383%
1991	10460.4	862132.8	1.213%
1992	14314.8	1074695.8	1.332%
1993	16422.9	1189724.9	1.380%
1994	20672.5	1487403.6	1.390%
1995	26798	2004994.7	1.337%
1996	31888.2	2570028.9	1.241%
1997	36216.1	2780168	1.303%
1998	38795.5	2830490.7	1.371%
1999	42103.4	3238197.5	1.300%
2000	45293.9	4123513.9	1.098%
2001	49287.6	4227113.1	1.166%
2002	53490.6	4522773.3	1.183%
2003	58520.2	5252321.1	1.114%
2004	62696.5	6149116.7	1.020%
2005	69628.2	7561984.4	0.921%
2006	75202.7	8514843.3	0.883%
2007	80758	9366565.9	0.862%
2008	91175.5	11077139	0.823%
2009	105451.5	10006840	1.054%
2010	114387.8	12034399	0.951%

0.839%	14481008	121429.3	2011
0.820%	15433112	126542.2	2012
0.809%	16232251	131252.4	2013
0.756%	17542545	132562.5	2014
1.102%	/	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

- Produit Intérieur Brut (SCN) et son affectation ، الديوان الوطني للإحصائيات (www.ons.dz/) ، تاريخ الاطلاع: 2015/02/10 .
- وزارة السياحة والصناعات التقليدية. (www.mta.gov.dz/) ، تاريخ الاطلاع: 2015/02/10