

أهمية السياحة الدولية في الاقتصاد العالمي وأثرها على الجزائر

أ.د. خالد كواش- جامعة الجزائر 03

صالح موهوب- باحث دكتوراه -

ملخص :

لم يعد النشاط السياحي في الوقت الحاضر مجرد نشاط للتسلية او لسد اوقات الفراغ موجه لفئة نخبوية في المجتمع بل اصبح يشكل نشاطا اقتصاديا واجتماعيا قائما بحد ذاته يتمتع بأبعاد مستقبلية واعدة ويحظى بعناية خاصة ومكانة بارزة في اقتصاديات الكثير من البلدان المصنعة وحتى في العديد من البلدان السائرة في طريق النمو.

من جانبها، نجد الجزائر تزخر بموارد سياحية هائلة معترف بها من قبل كل الخبراء والمهنيين المختصين إلا أنها تمتلك، في المقابل، قطاعا سياحيا ضعيفا ومهمشا، لا يساهم بقوة في خلق الثروة ولا في تفعيل الانشطة الاخرى المرتبطة به.

هذه الوضعية، التي تبقى في الواقع محيرة، تطرح إشكالية حقيقية بخصوص الاسباب والعوامل التي تعرقل النهوض السريع لهذا القطاع والتدابير والأدوات الواجب توفيرها والتي تكفل إعادة بعث هذا القطاع بالشكل الذي يسمح له بأخذ مكانته المناسبة في الاقتصاد الوطني.

الكلمات المفتاح: السياحة في العالم - السياحة في الجزائر - مساهمة السياحة في الاقتصاد العالمي - مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني- تطور السياحة.

Résumé :

Le tourisme n'est plus considéré, aujourd'hui, comme un simple passe-temps réservé à une élite de la société mais plutôt comme une activité socio- économique à part entière aux perspectives d'expansion prometteuses jouissant d'une attention particulière et occupant une place prépondérante dans l'économie de la plupart des pays industrialisés ainsi que dans beaucoup de pays en voie de développement

L'Algérie, pour sa part, renferme d'un potentiel touristique indéniable, reconnu par l'ensemble des experts et professionnels dans le domaine mais dispose, en contre partie, d'un secteur touristique faible et déprécié et ne contribuant pas fortement à la création de la richesse et encore moins à la dynamisation des activités qui lui sont liées

Cette situation, au demeurant perplexe, pose une véritable problématique quant aux raisons et facteurs ayant entravé le décollage rapide de ce secteur et aux mesures et instruments à mettre en place afin de permettre une relance et une dynamisation de cette activité de sorte à ce qu'elle occupe pleinement la place qui lui revient dans l'économie nationale

MOTS CLES: Le tourisme dans le monde – le tourisme en Algérie – contribution du tourisme à l'économie mondiale – contribution du tourisme à l'économie nationale – développement du tourisme.

مقدمة

رغم حداثة الأنشطة السياحية مقارنة بالأنشطة الاقتصادية الأخرى إلا أنها تشكل، في الوقت الراهن، قطاعا اقتصاديا معتبرا قائما بذاته يحظى بعناية متميزة من قبل معظم دول العالم وهيئاته

المتخصصة ويعوّل عليه في اقتصاديات الكثير من البلدان التي اعتمدت السياحة كإحدى الركائز الأساسية للتنمية الاقتصادية.

ونتيجة للمكانة التي أصبحت تحتلها السياحة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية في مختلف أرجاء العالم، تطور مفهومها بصفة جذرية حيث انتقل من مجرد نشاط ترفيهي موجه لسد أوقات الفراغ وفترات العطل إلى صناعة حقيقية ذات وزن كبير في الاقتصاد العالمي.

هذه الحقيقة تؤكد لها بعض المعطيات والمؤشرات الاقتصادية والاجتماعية التي سنقوم بالتطرق إلى تفاصيلها لاحقا والمتعلقة خصوصا بالتطور الهائل للتدفقات السياحية والارتفاع المتزايد في الإيرادات المالية والمساهمة المعتبرة في خلق مناصب الشغل ومعدلات النمو المرتفعة المحققة في هذا القطاع وتثمين الموارد الطبيعية وتفعيل الأنشطة الاقتصادية الأخرى الخ.

انطلاقا من هذه المعطيات، استوعبت الكثير من الدول مبكرا الأهمية البالغة للسياحة، الشيء الذي تركها تولي لها أهمية خاصة في سياساتها ومخططاتها التنموية قصد ترقية هذا النشاط الاقتصادي ليصبح من أهم قطاعات التصدير وموردا لا يستهان به في تحقيق الإيرادات بالعملة الصعبة.

لكن على عكس ذلك، نجد السياحة الجزائرية لا تزال ضعيفة جدا ومساهمتها في الاقتصاد الوطني تكاد لا تذكر. كما أن ميزان المدفوعات الجزائري في بابهِ المتعلق بالسياحة يظل سلبيا منذ الاستقلال إلى يومنا هذا لكون النفقات السياحية تجاه الخارج تفوق بكثير الإيرادات المتأتية من السياحة الخارجية كما سنبين ذلك لاحقا.

هذا الوضع يبرز للعيان تناقضا صارخا حيث نلاحظ توفر الجزائر على ثروات وقدرات سياحية هائلة معترف بها دوليا، وعلى موقع جيواستراتيجي هام تجاه معظم البلدان الموفدة للسياح

لا أنها لا تزال تمتلك، في المقابل، قطاعا سياحيا ضعيفا ولا يساهم في خلق ثروات كبيرة ولا في تنويع مداخل الدولة من العملة الصعبة.

ويطرح هذا التناقض إشكالية هامة تتعلق بالعوامل الحقيقية التي حالت دون تطوير السياحة في الجزائر رغم اكتسابها لكل المؤهلات والقدرات اللازمة لذلك كما يحث في نفس الوقت على ضرورة تعميق البحث والدراسة في هذا المجال قصد التوصل إلى اقتراح الحلول المناسبة لتدليل الصعوبات التي تعترض حاليا تطور القطاع السياحي الجزائري.

أهمية السياحة الدولية في الاقتصاد العالم

بداية نرى أنه من المفيد تحديد مفهوم السياحة الدولية وشروطها قصد التمكن لاحقا من دراسة وتحليل المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بها والتي بدورها ستساعدنا على فهم هذه الظاهرة التي غزت العالم بأسره وأصبحت تشكل جزءا هاما في حياة الملايير من البشر ومحورا هاما في الاقتصاد العالمي.

1-1 مفهوم السياحة الدولية

يمكن تعريف السياحة الدولية، حسب رأينا، على أنها تلك العملية المتعلقة بالانتقال أو السفر عبر الحدود بين الدول المختلفة في العالم دون الأخذ في الاعتبار تقارب أو تباعد الحدود، فالشرط الاساسي للسياحة الدولية هو عبور الحدود الوطنية والتنقل الى بلد آخر مهما كانت المسافة التي يقطعها الزائر أو السائح.

لكن هذا التعريف يبقى شخيصيا ولا يمكن الأخذ به في التحليل الاقتصادي للسياحة لأن هذا الأخير يتطلب ضرورة توفر

مفاهيم ومعلومات وإحصائيات تكون موحدة ومتجانسة وقابلة للمقارنة، ذات بعد عالمي مقبول من قبل كل الدول والأخصائيين حتى تتمكن الهيئات الوطنية والإقليمية والدولية من الرجوع إليها في اعداد الدراسات والتقارير الخاصة بالأنشطة السياحية.

لهذا الغرض، وقصد توحيد المصطلحات المتداولة عالميا واعتمادها في إعداد التقارير وإنتاج الإحصائيات الضرورية لحساب التدفقات السياحية والمالية ولقياس مدى مساهمة هذا النشاط في اقتصاديات مختلف البلدان، أعدت المنظمة العالمية للسياحة تحديدا دقيقا وشاملا لمفهوم السياحة الدولية لكي يصبح مرجعا أساسيا مقبولا ومتداولاً من طرف جميع الدول والهيئات الرسمية.

في هذا الشأن، عملت هذه المنظمة، خلال انعقاد الندوة الدولية حول إحصائيات السياحة والأسفار التي جرت أشغالها في جوان 1991 بأوطاوا (Ottawa)¹، على ربط مفهوم السياحة الدولية بمفهوم "السائح الدولي" الذي ينطلق بدوره من مفهوم "الزائر الدولي" والذي تم تعريفه كالتالي :

الزائر الدولي: (Le Visiteur international) وهو "كل شخص يتجه إلى بلد لا يقيم فيه بصفة اعتيادية ولا يتوافق مع محيطه الاعتيادي لمدة لا تفوق 12 شهرا بحيث أن لا يكون غرض الزيارة هو ممارسة مهنة مدفوعة الأجر"².

وتفرد المنظمة العالمية للسياحة بين نوعين من الزوار الدوليين وهما :

- **السياح الدوليون :** (Les touristes internationaux) وهم عبارة عن "زوار مؤقتين يمكثون على الأقل 24 ساعة في البلد الذي يزورونه بدافع الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الزيارات الدينية، الرياضة، زيارة الأقارب، حضور المؤتمرات، المهمات المهنية"³.

- المتنزهون الدوليون: (Les excursionnistes ou les visiteurs)
(de la journée) وهم عبارة عن "زوار دوليين لا يقضون ليلتهم في البلد المزار سواء في هياكل الإيواء الجماعية أو الخاصة"⁴.
بمعنى أن هؤلاء الزوار يعودون إلى بلدانهم في نفس اليوم أو يغادرون البلد المزار إلى بلدان أخرى دون قضاء الليلة وبالتالي لا يعدون كسياح.

ولكي يتحول الزائر إلى سائح، يمكن تعديده ضمن الإحصائيات الدولية، ينبغي أن يتوفر فيه معياران أساسيان :

أ معيار الإقامة: حيث يشترط هذا المعيار أن لا يشكل المكان المزار مقر إقامة اعتيادي لزيارته وبهذا يفقد المواطنون المقيمون بصفة دائمة خارج بلدهم الأصلي صفة السياح في البلدان المستقبلية لهم وبالعكس يعاملون كسياح في بلدانهم الأصلية حين يعودون إليها لقضاء عطلهم أو في زيارات عائلية.

ب معيار الغاية من السفر (La motivation du voyage) : حيث يستثنى هذا المعيار من الإحصاء السياحي الأشخاص القادمين إلى بلد ما من أجل العمل مقابل أجر وهؤلاء لا يصنفون كزوار أو سياح بل يعتبرون كعمال مهاجرين.

نستنتج مما سبق أن السائح يعتبر في نفس الوقت زائرا لكن العكس ليس صحيحا في كل الأحوال، فالزائر قد لا يكون سائحا بالضرورة.

1-2 مكانة السياحة الدولية في الاقتصاد العالمي

يمكن إبراز مكانة السياحة الدولية في الاقتصاد العالمي من خلال إجراء دراسة اقتصادية تحليلية لبعض المؤشرات والمعطيات التي اعتمدتها المنظمة العالمية للسياحة في قياس هذا النشاط وذلك من خلال التطرق للعناصر التالية:

1-2-1 التدفقات السياحية العالمية

يقصد بالتدفقات السياحية العالمية تنقلات الافراد ما بين الدول بغرض الممارسة السياحية دون الأخذ بعين الاعتبار الأفراد الذين ينتقلون إلى خارج بلدانهم من اجل العمل المأجور او في إطار البعثات والهيئات الدبلوماسية والعسكرية وموظفي الممثلات التجارية الدائمة الذين يدخلون ضمن تصنيفات أخرى.

وتشكل هذه التدفقات أهم مؤشر يوضح التطور الهائل الذي عرفته السياحة الدولية في العصر الحديث، كما تعبر في نفس الوقت عن الطلب السياحي الدولي الذي لا يشمل الطلب السياحي المحلي (الداخلي) لجميع البلدان رغم أهمية حجمه وتأثيراته على الاقتصاديات المحلية وذلك لصعوبة قياسه لا سيما وأن عددا كبيرا من السياح المحليين لا يلجئون الى استخدام هياكل الإيواء السياحي التقليدية المعروفة.

للإشارة، فإن التدفقات السياحية العالمية قد عرفت خلال نصف القرن الأخير التطورات الكمية الموضحة في الجدول التالي :

جدول رقم 01 : تطور التدفقات السياحية العالمية 1960 - 2010

وحدة القياس : مليون سائح

السنوات	عدد السياح الدوليين
1960	71
1970	165
1980	268
1990	457
2000	698

940	2010
-----	------

الجدول من إعداد الباحث بتصرف استنادا الى المراجع المشار اليها في الهوامش⁵

نستنتج من المعلومات الواردة في الجدول اعلاه أن التدفقات السياحية العالمية قد قفزت من 71 إلى 940 مليون سائح خلال الفترة الممتدة من 1960 الى 2010 أي انها تضاعفت بحوالي ثلاثة عشر (13) مرة خلال نصف قرن. وينتظر حسب توقعات المنظمة العالمية للسياحة أن يصل هذا الرقم الى 1.6 مليار سائح⁶ في حدود 2020 أي أنها سوف تتضاعف بمعدل مرتين خلال عشرية واحدة.

لكن، وخلافا لما قد يعتقده البعض، فإن هذا التطور الكبير الذي عرفته التدفقات السياحية العالمية لم تستفيد منه الدول السائرة في طريق النمو رغم تمتع العديد منها بموارد ومؤهلات سياحية هائلة بل بقي حكرًا على بعض الدول المتقدمة صناعيا لأن السياحة مرتبطة كما هو معلوم بمستوى تطور القطاعات الأخرى.

ويمكن إبراز هذه الحقيقة من خلال تحليل المعلومات الواردة في الجدول الآتي والذي يوضح أن المناطق الجغرافية الأكثر تقدما صناعيا هي التي تستحوذ فعلا على اكبر حصة من التدفقات السياحية العالمية :

الجدول رقم 02 : توزيع التدفقات السياحية العالمية

حسب المناطق الجغرافية سنة 2010

وحدة القياس : مليار سائح

المنطقة الجغرافية	عدد السياح
إفريقيا	49.4
أمريكا	149.8

203.8	آسيا والمحيط الهادي
476.5	أوروبا
60.3	الشرق الأوسط
939.8	العالم (المجموع)

المصدر : المنظمة العالمية للسياحة⁷

كما هو ملاحظ، تبقى حصص كل من إفريقيا والشرق الأوسط من التدفقات السياحية الدولية ضعيفة جدا حيث تبلغ على التوالي 49.4 و 60.3 مليون سائح من مجموع 940 مليون سائح مسجل على المستوى العالمي، أي بنسب لا تتعدى علي التوالي 5,3 % و 6.4 %. بينما نجد أوروبا وحدها تستحوذ على 476.5 مليون سائح أي ما يعادل 50.7 % من التدفقات السياحية العالمية.

نستنتج كذلك وأنه حتى داخل المناطق الجغرافية المتقدمة يعود النصيب الأعلى للتدفقات السياحية في الغالب الى الدول الأكثر تقدما والتي اعتمدت، في نفس الوقت، القطاع السياحي كعامل اساسي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد. ويمكن ملاحظة ذلك من خلال الجدول التالي الذي يحتوي على ترتيب العشرة (10) دول الأولى في العالم المستفيدة من التدفقات السياحية العالمية خلال سنة 2010 :

الجدول رقم 03 : ترتيب الـ 10 دول الأولى في العالم

المستفيدة من التدفقات السياحية العالمية سنة 2010

وحدة القياس : مليون سائح

الترتيب	البلد	عدد السياح
1	فرنسا	76.8
2	الولايات المتحدة	59.7
3	الصين	55.7
4	إسبانيا	52.7
5	إيطاليا	43.6
6	المملكة المتحدة	28.1
7	تركيا	27.0
8	ألمانيا	26.9
9	ماليزيا	24.6
10	المكسيك	22.4
-	مج الـ 10 دول	417.5

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة⁸

يتضح من الجدول أن كل الدول الإفريقية والعربية وأمريكا اللاتينية مغتية من ريادة ترتيب الدول المستقطبة للسياح على المستوى العالمي كما يتبين أن عشرة (10) دول متقدمة فقط تحصلت سنة 2010 على أكثر من 417 مليون سائح من إجمالي التدفقات السياحية التي بلغت 940 مليون سائح على المستوى العالمي أي أنها حازت لوحدها على حوالي 45 % من السوق السياحية الدولية.

هذا يؤكد أن توفر المتاحات السياحية وحده لا يكفي لتطوير السياحة بدليل أن الكثير من الدول النامية تتمتع بعوامل جذب سياحي معتبرة إلا أنها غير مرتبة ضمن البلدان الأكثر استقطابا للسياح. فالمراتب الأولى لا تزال حاليا مقتصرة على

الدول المتقدمة التي تتمتع بصناعة قوية ومنشآت قاعدية متكاملة الشيء الذي تفتقر إليه الدول النامية.

1-2-2 الإيرادات المالية للسياحية الدولية

يقصد بالإيرادات المالية للسياحة الدولية "النفقات المنجزة في البلد المستقبل من طرف الزوار الدوليين بما فيها مدفوعات النقل الدولي للشركات الوطنية للنقل. كما تشمل كذلك كل دفع مسبق لسلع أو خدمات يحصل عليه البلد المستقبل وكذا نفقات الزوار اليوميين (les visiteurs de la journée) باستثناء النفقات التي تكتسي طابعا هاما يبرر وضعها في تصنيف منفصل".⁹

عرفت الإيرادات المالية السياحة الدولية هي كذلك تطورا مدهشا خلال نصف القرن الأخير كما يوضحه الجدول التالي :

جدول رقم 04 : تطور الإيرادات المالية من السياحة الدولية 1960 -

2010

وحدة القياس : مليار دولار أمريكي

السنوات	الإيرادات المالية
1960	6.8
1970	18
1980	92.5
1990	264.0
2000	478.0
2010	919.0

المصدر: جدول من إعداد الباحث استنادا الى المراجع المشار إليها في

الهامش¹⁰

نلاحظ أن الإيرادات المالية المتأتية من السياحة الدولية قد تضاعفت بأكثر من 135 مرة خلال نصف القرن الأخير أي بمعدل 2.7 مرة في السنة الواحدة وهذا ما جعل الاقتصاديون والكثير من الدول يولون اهمية خاصة لهذا النشاط الاقتصادي الحيوي.

هنا أيضا نجد أن الدول والمناطق المتقدمة صناعيا هي التي تحصل على أكبر نصيب من الإيرادات المالية كما تبينه المعطيات الواردة في الجدول التالي:

جدول رقم 5 : توزيع الإيرادات من السياحة الدولية حسب المناطق الجغرافية

وحدة القياس : مليار دولار أمريكي

المناطق الجغرافية	الإيرادات من السياحة الدولية (سنة 2010)
أوروبا	406.2
آسيا والمحيط الهادي	248.7
أمريكا	182.2
الشرق الاوسط	50.3
إفريقيا	31.6
مج العالم	919

المصدر : جدول من إعداد الباحث استنادا الى المرجع المذكور في الهامش

11

فعلا، يتضح من الجدول أن الدول الاوروبية تستحوذ لوحدها على اكثر من 44 % من إيرادات السياحة الدولية (406.2 مليار أورو) بينما نجد ان حصص إفريقيا والشرق الاوسط مجتمعة لا تمثل سوى 20 % من الإيرادات السياحية الاوروبية وحوالي 9 % فقط من الإيرادات المالية السياحية العالمية.

كما نلاحظ كذلك أنه داخل المناطق المتطورة تحصل الدول المتقدمة صناعيا والتي تنتهج سياسات معتبرة للنهوض

بالقطاع السياحي على النصيب الأكبر من هذه الإيرادات كما هو وارد في الجدول اللاحق:

جدول رقم 6: ترتيب الدول الأولى المستفيدة من المدخولات السياحية العالمية

وحدة القياس : مليار دولار

أمريكي

الترتيب	الدولة	مدخولات سنة 2010
1	الولايات المتحدة	103.5
2	إسبانيا	52.5
3	فرنسا	46.3
4	الصين	45.8
5	إيطاليا	38.8
6	المانيا	34.7
7	المملكة المتحدة	30.4
8	أستراليا	30.1
9	هونغ كونغ	23.0
10	تركيا	20.8
-	مجموع 10 دول	425.9

المصدر : جدول من إعداد الباحث استنادا على المرجع المشار إليه في

الهامش 12

تفيد المعلومات الواردة في الجدول أن عشرة (10) دول صناعية في العالم حازت لوحدها سنة 2010 على 425.9 مليار دولار أمريكي من إجمالي الإيرادات المالية العالمية للسياحة البالغة خلال نفس السنة 919 مليار دولار أمريكي أي ما يفوق نسبة 46 %. كما نلاحظ غياب كل دول أفريقيا والشرق الأوسط وأمريكا اللاتينية من ريادة الترتيب.

1-2-3 مساهمة السياحة في التشغيل على المستوى العالمي

يرتكز الاستغلال السياحي بصفة أساسية على العنصر البشري لأن إنتاج وتسويق المنتجات السياحية يعتمدان بالدرجة الأولى على تشخيص العلاقات الاجتماعية مع الزبائن وإعطائها بعداً إنسانياً مبنياً على المودة والمحبة والاحترام وحسن الاستقبال ولا يمكن أن يتم هذا في غياب العنصر البشري خلافاً لمعظم الأنشطة الاقتصادية الأخرى.

في هذا الشأن، تشير الدراسات المنجزة من طرف المنظمة العالمية للسياحة أن استحداث سريرين فندقيين يستلزمان خلق منصب شغل (01) دائم ومباشر. كما تفيد نفس الدراسات أن كل منصب عمل مباشر منشأ في السياحة يقابله استحداث ثلاثة (03) مناصب شغل أخرى غير مباشرة تستحدث في قطاعات أخرى مرتبطة بها¹³.

نفس الدراسات تبين من ناحية أخرى أن كل عشرة (10) مناصب شغل مستحدثة على المستوى العالمي يعود واحد (01) منها إلى قطاع السياحة، أي أن حوالي 10 % من اليد العاملة المستخدمة على المستوى العالمي مشغلة في قطاع السياحة.

في هذا الإطار، بلغ سنة 2010 عدد مناصب الشغل المباشرة المنشأة على المستوى العالمي حوالي 235 مليون منصب عمل مباشر¹⁴ ومن المتوقع أن يصل إلى 296 مليون منصب شغل بحلول سنة 2020.

حسب هذه البيانات، سيزيد التشغيل في المجال السياحي على المستوى العالمي خلال العشرية الممتدة من 2010 إلى 2020 بحوالي 61 مليون منصب شغل جديد أي بمتوسط 6.1 مليون منصب شغل في كل سنة. هذا معناه أن الأنشطة السياحية، وخلافاً للكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى التي تعرف ركوداً في مجال التشغيل وأحياناً تسريحاً للعمال بمئات الآلاف، ستتنشأ في المتوسط كل يوم باستمرار ما يقارب 17.000 منصب شغل مباشر على المستوى العالمي.

مما سبق يتضح فعلا أن السياحة تعد قطاعا خلاقا لمناصب الشغل وكلما تطور هذا القطاع كلما زاد الطلب على اليد العاملة لأن هذا النشاط قائم اساسا على العنصر البشري وليس على المكننة أو الروبوتية التي تؤدي الى استبدال العامل بالآلة.

1-2-4 معدلات نمو التدفقات السياحية على المستوى العالمي

حقق النمو السياحي على المستوى العالمي معدلات نمو معتبرة بالرغم من الأزمات الاقتصادية والمالية والحروب والتوترات الدولية والجهوية وظلت التدفقات السياحية في تزايد مستمر منذ الخمسينيات إلى يومها هذا كما هو مبين في الجدول التالي :

الجدول رقم 7 : معدلات نمو التدفقات السياحية العالمية

المراحل الزمنية	معدل النمو الوسطي السنوي
1970 - 1950	9.9 %
1980 - 1970	5.7 %
1990 - 1980	4.7 %
1995 - 1990	3.2 %
2000 - 1995	3.4 %
2010 - 2000	4.2 %
2020 - 2010	4.5 %

Source : François VELLA, Economie et politique du tourisme international, Ed. Economica. Page 22

يوضح هذا الجدول أن التدفقات السياحية العالمية، أو ما يعبر عنه بالطلب السياحي الدولي، قد عرفت معدل نمو متوسط قدره 09 % خلال الفترة الممتدة من 1950 إلى 1970 وتدبب حول 4 % خلال الثلاثين سنة الماضية ويتوقع تسجيل معدل نمو سنوي متوسط قدره 4.5 % بالنسبة لعدد السياح الدوليين خلال العشرية الحالية. وهنا تجدر الإشارة إلى أن هذه المعدلات تعد هامة جدا مقارنة مع معدل النمو العالمي المتوسط¹⁵ المرتقب خلال نفس الفترة والمقدر بنسبة 3.3 %.

1. تشخيص واقع السياحة الجزائرية ومكانتها في الاقتصاد الوطني

ورث القطاع السياحي الجزائري عن الحقبة الاستعمارية حظيرة فندقية مكونة من 5.922 سرير يضاف إليها مجموع المطاعم السياحية والحانات وقاعات الشاي المتواجدة بصفة أساسية في المراكز الحضرية الكبرى والتي استرجعتها الدولة مدمجة إياها في قطاع السياحة قبل تكليف الجماعات المحلية بتسييرها في مرحلة أولى والتنازل عنها في إطار بيع أملاك الدولة ذات الطابع التجاري لخواص جزائريين في مرحلة لاحقة.

عرف قطاع السياحة منذ منتصف الستينات عدة سياسات تنموية طموحة الأهداف إلا أنها لم تنفذ على أرض الواقع بصفة مكتملة بسبب عدم إعطاء الأهمية اللازمة لهذا القطاع الذي ظل لفترة طويلة مهمشا وغير مستقر هيكليا ومتسما بفقدان الإرادة السياسية والرؤية الواضحة والثابتة في تجسيد الأهداف المسطرة حيث أولت الدولة، في البداية، رغبتها إلى تطوير السياحة الدولية ثم تخلت عن هذا الهدف وسلكت اتجاهها مغايرا يرمي إلى تطوير السياحة الداخلية، لاسيما بعد صدور الميثاق الوطني لسنة 1976، لتعود مرة أخرى، في بداية التسعينات، للسياحة الخارجية وتزامن ذلك مع حلول الأزمة الأمنية والمالية الشيء الذي لم يسمح بتطوير لا السياحة الداخلية ولا الخارجية.

1-2 الوضعية الحالية لقطاع السياحة في الجزائر

رغم المتاحات والموارد السياحية الهائلة التي تتمتع بها الجزائر إلا أن قطاعها السياحي لا يزال متأخرا وخدماته ذات نوعية متدنية ومساهمته في التشغيل وخلق الثروة ضعيفة جدا وحتى الإنجازات السياحية تسير بوتيرة بطيئة بسبب التأخر الكبير في إعداد وتحضير مناطق التوسع السياحي وعدم ملائمة

القروض البنكية الحالية لطبيعة الاستثمار السياحي ويمكن إبراز هذه الوضعية من خلال دراسة العناصر التالية:

1-1-2 طاقات الإنتاج السياحي

تبلغ سعة الإيواء السياحي الاجمالية الحالية (سنة 2013) لكل من القطاعين العمومي والخاص حوالي 96.487 سرير فندقية موزعة حسب نوع السياحة كالآتي :

جدول رقم 8 : توزيع سعة الإيواء السياحي الحالية حسب أنواع السياحة

نوع السياحة	عدد الأسرة
حضرية	47.508
شاطئية	31.238
صحراوية	11.548
حموية	5.095
مناخية	1.108
المجموع	96.497

Source : Quelques indicateurs du tourisme algérien : Période 1999-2013, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Septembre 2013, Page : 10

تعتبر سعة الإيواء السياحي البالغة 96.497 سرير ضعيفة جدا مقارنة مع البلدان المجاورة التي تسجل خلال نفس الفترة 239.900 سرير مصنف في تونس¹⁶ وحوالي 173.100 سرير مصنف في المغرب¹⁷ علما وأن الجزائر تعد أكبر بلد مساحة على مستوى إفريقيا وعاشر بلد على المستوى العالمي. نستخلص أيضا أن الجزائر طوّرت خلال نصف قرن من الاستقلال حوالي 90.505 سرير بوتيرة سنوية قدرها 1800 سرير تقريبا أي ما يعادل في المتوسط ستة (06) فنادق من الحجم المتوسط (300 سرير) سنويا.

إن العجز في الإيواء السياحي أصبح فادحا بدليل أن السياحة الشاطئية لا تلبي حاجات المواطنين الجزائريين إذ تتوجه سنويا أعداد هائلة إلى البلدان المجاورة لاستهلاك نفس المنتج

السياحي تقريبا، والرياضيون لا يجدون هياكل استقبال ملائمة في السياحة المناخية لإجراء تدريباتهم ويتوجهون، لهذا الغرض، إلى الخارج. كما أن العائلات الجزائرية لا تتمكن هي الأخرى من الحصول على أماكن بسهولة في المراكز الحموية، والمنتقل إلى مختلف المدن الكبيرة في الجزائر قد لا يجد أيضا غرفة لقضاء ليلته.

والأمر كذلك بالنسبة للفندقة الفاخرة الموجهة لسياحة الأعمال التي أصبحت لا تلبي الطلب عليها إذ تضطر السلطات العليا للبلاد بمناسبة احتضان الجزائر للتظاهرات والندوات الدولية أو الإقليمية الهامة إلى مصادرة وحجز كل الفنادق الفاخرة على مستوى عدة ولايات (الجزائر العاصمة، تيبازا، البليلة وبومرداس) من أجل إيواء المشاركين.

2-1-2 الوضعية الحالية للاستثمار السياحي

في مجال الاستثمار السياحي سجل في نهاية سنة 2012 حوالي 505 مشروع سياحي¹⁸ قيد الإنجاز بسعة إيواء إجمالية قدرها 49.561 سرير يضاف إليها 130 مشروع آخر بسعة قدرها 15.456 سرير لم يتم لانطلاق فيها بعد لأسباب متعددة أهمها صعوبة الحصول على العقار وتجنييد التمويلات اللازمة لدى البنوك.

تقع معظم هذه المشاريع خارج مناطق التوسع السياحي¹⁹ التي أنشأتها الدولة خصيصا لهذا الغرض ويدل هذا، بكل تأكيد، على قصور سياسة التهيئة السياحية التي لم تتوصل بعد إلى تحضير العقار السياحي ووضعه في متناول المستثمرين وهذا يتعارض بطبيعة الحال مع الأهداف العامة المرجوة من المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية الذي ينبغي أن يكون بمثابة دليل للاستثمار.

أمام هذا المشكل المعرقل للتنمية السياحية والذي لا يمكن حله على المدى القصير لأن إعداد الدراسات التقنية الخاصة بمسح الأراضي الداخلة في المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية وإنجاز الأشغال المتعلقة بالشبكات القاعدية لهذه الأراضي يتطلبان وقتا طويلا واعتمادات مالية معتبرة، يطرح تساؤل هام بخصوص إمكانية تنفيذ السياسة السياحية المعتمدة حاليا ولاسيما المحور المتعلق بتنفيذ البرنامج الاستثماري الرامي إلى تطوير طاقة إيواء سياحي جديدة قدرها 138.000 سرير في حدود سنة 2015 كما هو وارد في الإستراتيجية التنموية للقطاع.

20

إضافة إلى هذه المعضلة، فإن الاستثمار السياحي يعاني كذلك من نمط التمويل البنكي الحالي الذي يمنح للمستثمرين في الفنادق قروضا قصيرة ومتوسط الأجل فقط وهذا يتعارض مع خصوصية هذا النوع من الاستثمار الذي يستلزم كما هو معروف رؤوس أموال ضخمة وتمويلات طويلة المدى ويتطلب مدة إنجاز معتبرة تتراوح عادة ما بين ثلاث (03) إلى خمس (05) سنوات.

من جهة أخرى، فإن المردودية المالية تتحقق خلال فترة تتراوح ما بين اثنتين (02) إلى ثلاث (03) سنوات من الاستغلال حسب طبيعة وحجم الاستثمار وهذا ما جعل الكثير من المستثمرين يبدؤون في تسديد القروض قبل الانتهاء من إنجاز المشروع²¹ وقبل الدخول في مرحلة تحقيق الربح مع الإشارة أن الرأسمال الموظف خلال مرحلتي الانجاز والدخول في المردودية اللتين تتراوحا من خمس (05) إلى سبع (07) سنوات يظل مجمدا في شكل أراضي وبنائات وتجهيزات ومعدات دون أية مردودية أو عوائد مالية بينما توجد أمام المستثمر فرص أخرى بديلة بأقل تكلفة وبربحية أكبر مع دوران سريع للرأسمال لا سيما في مجال الأنشطة التجارية أو الاستيراد من أجل إعادة البيع دون أية عملية تحويل أو تصنيع.

وعليه، نعتقد انه من واجب الدولة أن تمنح تحفيزات ملموسة ومعتبرة للاستثمار السياحي مثل استحداث القرض الفندقى طويل المدى، الإعفاءات الضريبية والجمركية، تخفيض سعر الفائدة وتبسيط الإجراءات الادارية وهذا ما لجأت إليه الكثير من الدول التي اعتمدت السياحة كقطاع استراتيجى فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

2-1-3 التدفقات السياحية فى الجزائر

ككل بلد تعرف الجزائر تدفقات سياحية قادمة من الخارج (تصدير خدمات) وتدفقات أخرى متجهة نحو الخارج (استيراد خدمات).

أ- التدفقات القادمة من الخارج

عرف توافد (قدوم) السياح الأجانب وكذا الجزائريين المقيمين فى الخارج الذين يعدون كسياح حسب المنظمة العالمية للسياحة خلال العشرية المنصرمة التطور التالى:

الجدول رقم 9 : توافد السياح الأجانب إلى الجزائر 1990-2012

السنة	قدوم السياح الأجانب	قدوم الجزائريين المقيمين بالخارج	المجموع
1990	685.815	451.000	1.136.918
1995	97.648	421.928	804.713
2000	175.538	690.446	865.984
2005	441.206	1.001.884	1.443.090
2010	654.987	1.415.509	2.070.497
2012	981.955	1.652.101	2.634.055

Ministère du tourisme et de l'artisanat: Quelques indicateurs du tourisme algérien - période 1999/2012-, sept 2013, page 01.

نستنتج من هذا الجدول أن توافد عدد السياح الأجانب وكذا الجزائريون المقيمون في الخارج هو في ارتفاع مستمر منذ بداية تحسن الأوضاع الأمنية في نهاية التسعينات لكنه لم يرق بعد إلى المستوى الذي كان عليه في 1991 حيث سجل قدوم 722.682 زائر أجنبي دون الأخذ بعين الاعتبار آنذاك قدوم الجزائريين المقيمين في الخارج والذين يعتبرون كما أشرنا إليه كسياح عند عودتهم الى بلدهم في إطار الزيارات العائلية لقضاء عطلهم.

كما تعتبر هذه التدفقات السياحية ضعيفة جدا قياسا بتلك المسجلة من قبل بعض الدول المجاورة او التي لها تشابه كبير بالجزائر حيث سجلت على سبيل المثال سنة 2010 تونس 6.902.000 سائح، المغرب 9.288.000 سائح، مصر 14.051.000 سائح، الإمارات العربية المتحدة 7.432.000 سائح، سوريا 8.546.000 سائح، الاردن 4.557.000 سائح²².

اما على المستوى الدولي والقاري فالتدفقات السياحية الدولية نحو الجزائر خلال نفس السنة، بما فيهم الجزائريين المقيمين في الخارج، تكاد لا تذكر لأنها لا تمثل سوى نسبة 0.22 % من التدفقات العالمية البالغة 940 مليون سائح وحوالي 4.19 % من التدفقات السياحية الافريقية التي وصلت إلى 49.4 مليون سائح²³.

أ. التدفقات المتجهة نحو الخارج

في قطاع الخدمات، تعتبر التدفقات السياحية القادمة من الخارج بمثابة تصدير للخدمة السياحية أو لسلعة غير مرئية ينجم عنها الحصول على إيرادات مالية بالعملة الصعبة، والعكس عندما يتعلق الأمر بخروج المواطنين نحو الخارج فيعتبر ذلك استيراد للخدمات السياحية تستلزم نفقات بالعملة الصعبة.

يبين الجدول التالي تطور التدفقات السياحية الجزائرية نحو الخارج خلال المرحلة الممتدة من 1995 إلى 2012.

الجدول رقم 10 : تدفق السياح الجزائريين نحو الخارج 1990-2012

السنة	عدد خروج الجزائريين
1995	1.090.462
2000	1.006.382
2005	1.513.491
2010	1.757.471
2012	1.910.558

Ministère du tourisme et de l'artisanat: Quelques indicateurs du tourisme algérien -période 1999/2013-, édition 2013, page 4.

إن التدفقات السياحية نحو الخارج تكون أكثر ارتفاعا لو كانت هناك حرية في تحويل العملة الصعبة وتسهيلات في منح التأشيرات من طرف البلدان الأجنبية لاسيما الأوروبية منها.

يتوجه سنويا عدد هائل من المواطنين الجزائريين نحو بلدان مجاورة وإلى بلدان اجنبية أخرى لقضاء عطلم في المركبات السياحية الشاطئية ولا يعود هذا لعوامل الجذب السياحي التي تتمتع بها تلك البلدان بل يرجع بالدرجة الأولى إلى ضعف العرض السياحي الجزائري وتدني مستوى الخدمات وارتفاع الأسعار بسبب النقص الكبير في هياكل الإيواء وغياب المنافسة أمام تنامي الطلب السياحي الداخلي باستمرار.

2-1-4 نوعية الخدمات السياحية الجزائرية

تشكل نوعية الخدمات نقطة سوداء بالنسبة للسياحة الجزائرية حيث يبقى مستوى هذه الخدمات متدنيا جدا قياسا بالمعايير والمواصفات الدولية ويرجع هذا، بالدرجة الأولى، إلى العوامل التالية:

- نمط التسيير الحالي حيث أن معظم الفنادق الهامة لا تزال تابعة للقطاع العمومي ومسيرة بطريقة إدارية تفتقر للإبداع والمبادرات الفردية،
 - ضعف طاقات الاستقبال وغياب المنافسة لم يساعد على تحسين نوعية الخدمات السياحية،
 - غياب حوافز تشجيعية مالية وجبائية من طرف الدولة لحث ملاك الفنادق الخاصة على ترميم وتجديد وإعادة تأهيل فنادقهم لاسيما تلك الموروثة عن العهد الاستعماري والتي توجد في معظمها في وضعية مزرية،
 - نقص التشريع والتنظيم المتعلقين بتقييس المهن والأنشطة السياحية والفندقية انعكس سلبا على نوعية الخدمات السياحية،
 - ضعف عملية المراقبة وافتقار المصالح المكلفة بتنفيذها إلى الوسائل المادية الضرورية للقيام بهذه المهمة،
- إضافة إلى كل هذه العوامل التي لها علاقة مباشرة بنوعية الخدمات، ينبغي الإشارة إلى أن تشكيل المنتج السياحي مرتبط بعدة قطاعات أخرى وهذا يتطلب التشاور والتنسيق بينها لأن أي إهمال أو تقصير في إحدى القطاعات ينعكس سلبا على نوعية المنتجات السياحية.

2-2 مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني

يمكن قياس مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني من خلال تحليل عناصر بعض المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية المستحدثة من قبل النشاط السياحي والمتعلقة أساسا بالنتائج الوطني الخام والقيمة المضافة والتدفقات المالية الخارجية والتشغيل.

2-2-1 مساهمة قطاع السياحة في الناتج الوطني الخام وفي القيمة المضافة

تساهم السياحة بقدر وافر في الناتج الوطني الخام للكثير من البلدان وهذا ما جعلها تدمج هذا النشاط في مختلف مخططاتها التنموية. على عكس ذلك، نجد مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الاقتصاد الوطني لا تزال ضعيفة كما نلاحظ ذلك من خلال الجدول أدناه.

الجدول رقم 11 : مساهمة القطاع السياحي في الناتج الوطني الخام
الوحدة النقدية:

مليون دج

البيانات السنوات	الناتج الإجمالي السياحة قطاع	الناتج الوطني الخام	القيمة المضافة الإجمالية	القيمة المضافة في قطاع السياحة	% مساهمة السياحة في ن.و.خ	% مساهمة السياحة في ق.خ.إ
2001	67.336,3	5.234.272,5	3.451.958.4	49.287,6	1.28	67.26
2005	91.990,1	8.873.009,9	6.436.135.1	69.628,2	1.03	75.69
2010	155.012,8	13.846.883,6	9.656.782.2	120.816,1	1.11	77.93
2012	179.963,9	17.095.470,3	12.028.585.0	138.943,6	1.05	77.20

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات : الجدول من إعداد الباحث استنادا إلى عدة جداول واردة في نشرية الديوان الوطني للإحصاء "المعطيات الإحصائية" رقم 680، جويلية 2013.

يتضح من هذا الجدول أن مساهمة القطاع السياحي في الناتج الوطني الخام لم تتفوق 1.30 % وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بالمعدل الدولي²⁴ المسجل سنة 2012 والذي بلغ 9 %

وقياسا ببعض البلدان الأخرى حيث تساهم السياحة في تونس على سبيل المثال بحوالي 30 % في الناتج الوطني الخام.

بدون شك يعود هذا إلى سوء استخدام الموارد السياحية التي تزخر بها البلاد والتي لا تزال غير مستغلة رغم وجود طلب داخلي كبير والبرهان على ذلك الاعداد الهائلة التي تتجه سنويا إلى الخارج لقضاء عطلة في الخارج لعدم تمكنها من الحصول على أماكن في المركبات السياحية داخل الوطن لاسيما في فصل الصيف.

كما لا يجب أن نربط ضعف مساهمة قطاع السياحة في الناتج الوطني الخام بالأوضاع الأمنية لأن غياب أو تدني الطلب السياحي الخارجي قد عوضه الطلب الداخلي الذي يعرف نموا مستمرا بدليل أن الأسعار ظلت في ارتفاع مستمر في هذا القطاع على عكس ما حدث في الكثير من البلدان التي عرفت أحداثا وظروفا أمنية مشابهة بتلك التي عرفت الجزائر والتي أدت إلى انهيار كبير للأسعار واضطرت سلطاتها العمومية إلى التدخل من أجل تقديم إعانات مالية ومنح إعفاءات ضريبية للحفاظ على هذا النشاط.

في المقابل، نجد أن معدل إنتاج القيمة المضافة المحققة في قطاع السياحة الجزائري يفوق المعدل الوسطي الإجمالي لإنتاج القيمة المضافة على المستوى الوطني وهذا يعبر عن أهمية قطاع السياحة في خلق الثروة لو أعطي لها الاهتمام اللازم لأن إنتاج الخدمات السياحية لا يستلزم مدخلات (inputs) كبيرة كما هو الحال في القطاعات الاقتصادية الأخرى الشيء الذي يفسر خلق قيمة مضافة مرتفعة في هذا القطاع.

2-2-2 الإيرادات المالية الجزائرية من السياحة الدولية

حققت الإيرادات المالية الجزائرية من السياحة الدولية سنة 2011 مبلغ 208.3 مليون دولار امريكي²⁵ وهذا رقم

ضئيل جدا يمثل فقط نسبة 0.02 % من الإيرادات المالية المتأتية من السياحة الدولية على المستوى العالمي والتي بلغت خلال نفس الفترة 919 مليار دولار أمريكي وحوالي 0.66 % من الإيرادات الأفريقية التي بلغت هي الأخرى خلال نفس الفترة 31.6 مليار دولار.

من باب المقارنة، تساهم السياحة بقسط معتبر في صادرات الكثير من البلدان المتطورة²⁶، إذ بلغت، على سبيل المثال، سنة 2011، إيرادات الولايات المتحدة 116.3 مليار دولار، متبوعة بإسبانيا 59.9 مليار دولار، فرنسا 53.8 مليار دولار، الصين 48.5 مليار دولار، إيطاليا 43.0 مليار دولار، ألمانيا 38.8 مليار دولار، المملكة المتحدة 35.9 مليار دولار.

وحتى البلدان النامية المجاورة لبلدنا أو التي لها تشابه كبير معه، تحصل على نصيب معتبر من الإيرادات المالية للسياحة الدولية. فعلى سبيل المثال، بلغت سنة 2010²⁷ الإيرادات المالية من السياحة الدولية 6.7 مليار دولار أمريكي في المغرب، 2.7 مليار في تونس²⁸، 6.1 مليار دولار في سوريا، 6.7 مليار دولار في المملكة العربية السعودية، 12.5 مليار دولار في مصر، 8.5 مليار دولار في الإمارات العربية المتحدة، 8.0 مليار دولار في لبنان، 3.5 مليار دولار في الأردن.

2-2-3 مساهمة القطاع السياحي في ميزان المدفوعات

تعد السياحة إحدى القطاعات الأساسية لتصدير الخدمات وجلب التدفقات المالية بالعملة الصعبة الى الوطن وبالتالي فإن للسياحة الوافدة أثرا كبيرا على موازين المدفوعات لمختلف الدول حيث تسعى كل واحدة منها إلى تحقيق فائض في ميزان مدفوعاتها أو على الأقل التوصل إلى إحداث توازن ما بين الإيرادات والنفقات السياحية.

في هذا الشأن، يوضح الجدول التالي، الذي يعد بمثابة ميزان مدفوعات خاص بالسياحة، الإيرادات والنفقات المالية التي حققتها الجزائر من السياحة الدولية خلال العشرية المنصرمة:

جدول رقم 12 : إيرادات ونفقات الجزائر من السياحة
الوحدة النقدية: (01) مليون دولار أمريكي

السنوات	المداخل	المصاريف	الرصيد
2000	95.7	192.5	-96.8
2001	99.5	193.9	-94.4
2002	110.7	248,0	-137.3
2003	112.0	255.0	-143.0
2004	178.5	380.9	-202.4
2005	184.3	370.0	-185.7
2006	241.2	349.2	-108.0
2007	218.9	376.7	-157.0
2008	324.5	468.6	-144.1
2009	266.4	456.6	-190.2
2010	219.1	574.3	-355.2
1011	208.3	501.7	-293.3

Site officiel de l'ONS dz, Statistiques économiques, données sur le tourisme (24/12/13)

إن قراءة هذا الجدول تجعلنا نستنتج أن ميزان المدفوعات الجزائري في بابهِ المتعلق بالسياحة ظل سالبا خلال كل الفترة وهذا معناه أن الجزائر تطلب (تستورد) الخدمات السياحية أكثر مما تعرض (تصدر).

نعتقد كذلك أن النفقات التي يقوم بها المواطنون الجزائريون على الخدمات السياحية في الخارج تفوق بكثير المبالغ الواردة في هذا الجدول لأن هذه الأخيرة تعبر فقط عن عمليات الصرف الرسمية التي تمت لدى البنوك الجزائرية في إطار ما يسمح به القانون لأن معظم الأفراد المتوجهين إلى الخارج يلجئون إلى السوق السوداء للحصول على موارد مالية إضافية بالعملة الصعبة.

4-2-2 مساهمة قطاع السياحة في التشغيل

يسجل في الجزائر قطاع الفنادق والمقاهي والمطاعم استحداث مناصب شغل بصفة مستمرة ومتنامية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم 12 : التشغيل في قطاع السياحة

السنة	العدد	نسبة النمو (%)
2000	82.000	-
2001	95.000	15.85
2003	103.000	08.42
2004	165.000	60.19
2005	172.000	04.24
2006	193.900	12.73
2007	204.400	05.42
2008	320.000	56.60
2009	350.000	09.37
2010	396.000	13.14
2011	420.000	08.60
2012	450.000	07.14

Ministère du tourisme et de l'artisanat : quelques indicateurs du tourisme algérien : période 1999-2013, Septembre 2013.

خلافا للقطاعات الأخرى التي عرفت اختلالات في التشغيل بحيث لجأت الكثير من المؤسسات العمومية والخاصة الى تسريح

للعمال، نلاحظ أن التشغيل في قطاع الفنادق والمقاهي والمطاعم يتنامى باستمرار وبحقق معدلات نمو معتبرة.

لكن هذه الأرقام لا تعبر بدقة عن واقع التشغيل في القطاع السياحي لأن الكثير من المؤسسات التي شملتها الإحصائيات لاسيما المطاعم والمقاهي وقاعات الشاي تعتبر شبه سياحية (para touristiques) لأنها غير مصنفة سياحيا وتنشط على أساس سجل تجاري وبالتالي تدخل ضمن النشاطات التجارية البحتة التي لا تخضع لأشراف ومراقبة الوزارة المكلفة بالسياحة.

ولو أن الإحصائيات المحيئة حول هذا الموضوع غير متوفرة إلا أننا نعتقد أن التشغيل في القطاع السياحي المحض لم يرق بعد إلى المستوى المطلوب ونستدل في ذلك على تقرير²⁹ أعدته الوزارة المكلفة بالسياحة سنة 2003 يشير أن التشغيل بلغ آنذاك حوالي 27.000 منصب عمل دائم ومباشر يعود 12.000 منها للقطاع العمومي والباقي، أي 15.000 منصب شغل، تابع للقطاع الخاص.

وهنا نستنتج أن التشغيل في القطاع الفندقي يبقى ضعيفا نسبيا ولا يصل بالفعل إلى مستوى المعايير الدولية التي تعتبر أن كل سريرين مستغلين يقابلهما منصب شغل واحد (01) دائم. فإذا أخذنا سعة الإيواء السياحي الإجمالية والتي فاقت آنذاك 82.000 سرير كان من المفروض أن يصل التشغيل في القطاع الفندقي على الأقل إلى 41.000 منصب شغل دائم ومباشر في حين نجده في حدود 27.000 منصب فقط.

يعود الضعف في التشغيل في القطاع السياحي التقليدي إلى عدة عوامل نذكر منها ما يلي:

- العجز في هياكل الإيواء السياحي وغياب المنافسة ترك
المسافرين سواء في القطاع العمومي أو الخاص لا

- يقومون ببذل قصارى جهدهم من أجل استغلال كل
المتاحات والطاقات المتوفرة على مستوى مؤسساتهم.
- تفتقر كل المؤسسات الفندقية إلى وظيفة التنشيط الترفيهي
والتي تعتمد كثيرا على العنصر البشري.
- اللجوء إلى التشغيل الغير مصرح به لاسيما على مستوى
القطاع الخاص

الخاتمة

تتمتع الجزائر بموارد ومؤهلات سياحية فريدة من نوعها
ومعترف بها من قبل كل الخبراء والمهنيين المتخصصين إلا أنها
لم تستثمر بعد بالأسلوب الملائم الذي يجعل من القطاع السياحي
يشكل إحدى الركائز الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية بل
ظلت كثروة نائمة غير مستغلة ويعود هذا بالدرجة الأولى إلى
الاختيارات الاقتصادية التي انتهجتها الدولة منذ الاستقلال إلى
يومنا هذا حيث أعطت الأهمية لقطاعات أخرى كالمحروقات
والصناعات الثقيلة وقطاع الفلاحة لاسيما خلال العشرية الأخيرة.

بعد الأزمة المالية الحادة التي عرفتها الجزائر بصفة خاصة في
بداية التسعينات تفتنت السلطات العليا لضرورة تنويع اقتصادها
ومواردها المالية من العملة الصعبة وتحضير مرحلة ما بعد
البترول وألقت إلى مجالات اقتصادية أخرى من بينها قطاع
السياحة الذي خصصت له مخططات تنموية طموحة إلا أن
تركيزها على أرض الواقع لم يرق إلى المستوى المرغوب بسبب
الارتجال وأحيانا التناقض في إعداد وتنفيذ هذه الخطط والافتقار
لرؤية واضحة وثابتة حول مستقبل هذا القطاع إضافة إلى عودة
اسعار المحروقات مرة أخرى إلى مستويات مقبولة.

امام هذه الوضعية وحتى يتسنى للقطاع السياحي
المساهمة بفعالية في الاقتصاد الوطني والحصول على أكبر
نصيب ممكن من التدفقات السياحية والمالية الدولية ينبغي رفع

ثلاثة تحديات أساسية تتمثل في رفع طاقات الإنتاج السياحي وتطوير خدمات سياحية تستجيب للمعايير الدولية وترقية صورة ووجهة الجزائر السياحية في الاسواق السياحية الخارجية.

ولبلوغ ذلك، نرى أنه من الضروري أن تتخلى الدولة عن حالة التردد اتجاه تطوير القطاع السياحي وتصمم له استراتيجية وطنية مندمجة وثابتة، طويلة المدى وواضحة المعالم، يتم إصدارها عن طريق قانون خاص واجب التنفيذ بالنسبة لكل الهيئات المعنية وتكون مدعمة بكل الامكانيات اللازمة للنهوض بهذا القطاع الحيوي.

واستنادا إلى التشخيص الدقيق للوضعية الحالية للقطاع الذي توصلنا إليه من خلال دراستنا المعمقة لهذا القطاع، نعتقد أن الاستراتيجية المقترحة يجب أن تركز على المحاور الأساسية التالية :

- إعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية يكون بمثابة دليل للتنمية السياحية على المدى البعيد تحدد فيه مناطق التوسع السياحي ونوعية النشاطات وطبيعة المشاريع الواجب تطويرها،
- تكفل الدولة بتهيئة مناطق التوسع السياحي على اساس دراسات تقنية شاملة قصد ضبط وتحديد طبيعة وحجم المشاريع الاستثمارية وتحضير العقار السياحي الملائم ووضعه في متناول المستثمرين،
- مراجعة نمط التمويل الفندقي الحالي المبني على القروض القصيرة والمتوسطة الأجل واستبداله باستحداث بنك متخصص في الاستثمارات الفندقية بإمكانه منح قروض طويلة المدى،

- وضع تحفيزات مالية وجبائية تتلاءم وحجم رؤوس الأموال المستثمرة ومدة إنجاز المشاريع الفندقية ودخولها في المردودية،
- تحيين وملائمة المعايير والمقاييس السياحية الفندقية الحالية بالشكل الذي يجعلها تتماشى مع متطلبات السياحة الدولية،
- إعداد الموارد البشرية اللازمة لتسيير القطاع عن طريق تحسين منظومة التكوين وعصرنتها وتوسيعها،
- ترقية المنتج السياحي في الاسواق الخارجية والعمل على تحسين وتصحيح الصورة السياحية الجزائرية المشوهة.

الهوامش :

1. François Vellas, Economie et politique du tourisme international, Ed. Economica, 2002, page 8.
2. François Vellas, Op. Cit. Page 8.
3. François Vellas, Op. Cit. Page 8.
4. François Vellas, Op. Cit. Page 8.
5. الإحصائيات صادرة عن المنظمة العالمية للسياحة ومستخلصة بتصرف من طرف الباحث استنادا على المراجع التالية:
 - OMT : Aperçu mondial et actualité touristique, Année. 2001.
 - OMT : Baromètre ont du tourisme mondial, Volume 4. n° 1, Janvier 2006.
 - OMT : Tourisme Horizon 2000 : Nouvelles prévisions de l'Organisation Mondiale du Tourisme, Ed. 1997.
 - OMT : Faits saillants du tourisme, Année 2004
 - OMT : Marché du tourisme mondial 1960-1980, ouvrage cité par Gérard GUIBILATO dans son livre intitulé Economie Touristique, Ed. Delta & Spes SA, 1983, Page19.
6. OMT : Tourisme Horizon 2020, Ed. 1997, Madrid, Pae 3.
7. Faits saillants du Tourisme, Ed. 2011, Madrid, Page 4.
8. OMT : Faits saillants du tourisme, Ed. 2011, Madrid, Page 6.
9. François Vellas, Economie et Politique du Tourisme international, Ed. Economica, Paris, 2002, page 12.

10. François Vellas, Economie et Politique du Tourisme international, Ed. Economica, Paris, 2002, Page 17 et OMT : Faits saillants du tourisme, Année 2005, Madrid, Page 2.
11. OMT : Faits saillants du tourisme, Ed. 2011, Madrid, Page 5.
12. OMT : Faits saillants du tourisme, Ed. 2011, Madrid, Page 6.
13. François vellas, Economie et Politique du Tourisme International, Ed. Economica, 2002, France, Page 252.
14. Site Officiel de l'Organisation Internationale du Travail (BIT), Essor attendu dans l'industrie touristique . consulté le 08/04/2012.
15. François VELLAS, Economie et politique du tourisme international, Ed. Economica, 2002 , Page 22.
16. Le Tourisme en Tunisie : Constat du secteur, défis et perspectives, IACE, Juin 2011, Page 4.
17. Ministère de l'Economie et des Finances Marocain : Bilan d'étape analyse prospective, 2011, Page 6.
18. Ministère du tourisme et de l'artisanat : quelques indicateurs du tourisme algérien : période 1999-2013, Septembre 2013, page 13.
19. Ministère du Tourisme, Etat des projets d'investissements dans le secteur du tourisme à fin 2004, juin 2005, page 6.
20. Ministère du Tourisme : La politique de développement du secteur du tourisme en Algérie – Horizon 2015 , Mars 2006, page 12.
21. المجلس الوطني للسياحة: تمويل الاستثمار السياحي، مارس 2003، ص 3.
22. OMT : faits saillants du tourisme, édition 2011, page 10.
23. OMT : faits saillants du tourisme, édition 2011, pages 4 et 9.
24. OMT : Faits saillant OMT du tourisme, Ed. 2013, page 2.
25. Site officiel de l'ONS dz, Statistiques économiques, données sur le tourisme (24/12/13)
26. Baromètre OMT du tourisme international : volume 10, Mai 2012, page 9.

27. Baromètre OMT du tourisme international : volume 10, Mai 2012, pages 21et 22.
28. حققت تونس هذا الرقم رغم اعمال العنف وبداية حالة اللاستقرار التي ميزت هذا البلد خلال هذه السنة
29. Ministère du Tourisme : Note sur les effets économiques et sociaux du tourisme, 2003, Pages 20 et 21.