

واقع و آفاق صناعة السياحة في الجزائر

The reality and prospects of the tourism industry in Algeria

أسماء سهلي¹، حاج بن زيدان²

Asma Sahli¹, Hadj BENZIDANE²

¹ مخبر إستراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر - جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر)، asma.sahli.etu@univ-mosta.dz

² جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر)، hadj.benzidane@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2022/12/15

تاريخ القبول: 2022/09/25

تاريخ الاستلام: 2022/08/31

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى تحديد ماهية الصناعة السياحية وأهم استراتيجيات التي انتهجتها الجزائر في سبيل تطوير الصناعة السياحية، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، قد اعتمدت الجزائر عدة استراتيجيات سياحية سعت للوصول إليها في آفاق 2030 إلا أن صناعة السياحة في الجزائر تعاني مشاكل عديدة وأكبر دليل هو مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي الذي لم يتجاوز 02 % رغم توفر كل المقومات التي تتمتع بها وخلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها أن لا بد من انتهاج الجزائر استراتيجيات أكثر فاعلية من أجل تطوير الصناعة السياحية بها.
كلمات مفتاحية: سياحة، صناعة سياحية، سياسة سياحية، تهيئة سياحية.

ABSTRACT:

This study aims to determine the nature of the tourism industry and the most important strategies adopted by Algeria in order to develop the tourism industry. It is its contribution to the GDP, which did not exceed 20% despite the availability of all the ingredients it enjoys. The study concluded a set of results, the most important of which is that Algeria must adopt more effective strategies in order to develop its tourism industry

Keywords: Tourism, tourism industry, tourism policy, tourism development.

1- مقدمة:

تعتبر صناعة السياحة إحدى الظواهر الهامة في القرن العشرين ولهذا سمي القرن العشرين "بقرن السياحة"، ويعتبر القرن الحادي والعشرين هو "قرن صناعة السياحة" لأن صناعة السياحة ستكون أكبر في القرن الحادي والعشرون. وتلعب السياحة والسفر دورا رئيسيا في خلق مجال للتبادل الأجنبي في مجالات العمل والاستثمار وتؤدي دورا مائلا في تحسين الظروف الاجتماعية وظروف البيئة الى جانب تنمية التنقل الحر وهذا ما يساعد على دفع التقارب الاقتصادي بين الدول وكذلك تقرب السلام بين الشعوب، وتعتبر الجزائر بلدا غنيا بالموارد السياحية المتنوعة ومن خلال ما تم طرح الإشكالية التالية:

ما هو واقع صناعة السياحة في الجزائر وماهي الاستراتيجيات المنتهجة من أجل تطويرها؟
وتندرج تحت هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مقومات صناعة السياحة في الجزائر؟
- ما هي البرامج التي وضعتها الجزائر من أجل تطوير السياحة؟
- ماهي مؤشرات صناعة السياحة في الجزائر؟
- فرضيات الدراسة: للإجابة على هذه التساؤلات طرح الفرضيات التالية:
- تمتلك الجزائر مقومات سياحية متنوعة تجعلها بلد سياحي بامتياز.
- وضعت الجزائر عدة استراتيجيات وطنية لترقية صناعة السياحة.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في الوقوف على المقومات السياحية التي تمتلكها الجزائر ومختلف الاستراتيجيات التي اتخذتها لتطوير صناعة السياحة من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.
أهداف الدراسة: تكمن أهداف هذه الدراسة في النقاط التالية:

- إبراز أهم المفاهيم المتعلقة بصناعة السياحة.
- تحديد مقومات الصناعة السياحية في الجزائر.

• دراسة نتائج استراتيجيات تطوير صناعة السياحة في الجزائر من خلال تحليل المؤشرات السياحية الحالية
منهج البحث:

بغرض الإجابة على الإشكالية المطروحة واثبات صحة الفرضيات، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال التطرق إلى بعض المفاهيم النظرية المتعلقة بالدراسة، تحليل مؤشرات الصناعة السياحية بالجزائر خلال الفترة 2015-2020.
الدراسات السابقة:

- دراسة عبد القادر خداوي وخليفة منية وخبازي فاطمة الزهراء بعنوان: "مقومات صناعة السياحة في الجزائر" مقال منشور في مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 16، العدد 01، 2022، حيث تطرق الباحثين الى مفهوم صناعة السياحة والتعرض الى عدة جوانب تخص السوق السياحية الوطنية ومؤشراتها والوقوف على واقع الأمر السياحي وتطلعاته بمختلف مناطق الجذب وتوصل الباحثين الى أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جاء برؤية بعيدة المدى وإمكانية تطوير العديد من الأقطاب والمشاريع لكن دون تحديد آليات تحقيق ذلك.

- دراسة نور الدين قرابري بعنوان: "صناعة السياحة بين الواقع والمأمول - دراسة تحليلية باستخدام نموذج SWOT" مقال منشور في مجلة المقاوالاتية والتنمية المستدامة، المجلد 02، العدد 02، 2020، ركز الباحث على تحديد واقع صناعة السياحة في الجزائر والأفاق المستقبلية لتطويرها من خلال المراجعة الأدبية لمختلف عناصر البحث والمنهج التحليلي باستخدام نموذج SWOT لتحديد أهم نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات، وتوصلت الدراسة الى ضرورة تعزيز وتفعيل الاستثمار السياحي خاصة القطاع الخاص من خلال تبني إستراتيجية التنوع وقيادة التكلفة، قصد تأهيل الجزائر كي تصبح قطبا سياحيا بامتياز.

- دراسة براينيس عبد القادر بعنوان: "صناعة السياحة ودورها في التنمية المستدامة للدول" مقال منشور في مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 01، العدد الأول، 2011، قام الباحث بدراسة مفهوم السياحة وظروف نشأتها ووضح أهميتها ودورها في التنمية الاقتصادية كما تطرق إلى مفهوم تسويق المنتج السياحي والخدمات السياحية الى أن التحكم الجيد في المحاور المدروسة يعتبر من الدعائم الأساسية لاستراتيجية تقديم الخدمات السياحية الذي من شأنه أن يحسن كثيرا أداءات القطاع ويقضي على العديد من الصعوبات والمشاكل التي تعترض هذا القطاع المهم من الاقتصاد .

هيكل البحث:

- ماهية صناعة السياحة ومقوماتها في الجزائر
- استراتيجية تطوير صناعة السياحة في الجزائر
- المؤشرات الحالية لصناعة السياحة في الجزائر.

2- ماهية صناعة السياحة ومقوماتها في الجزائر

1-2- مفهوم السياحة: السياحة هي عبارة عن انتقال الانسان من مكان الى مكان ومن زمان الى زمان (السياحة العالمية) أو الانتقال في البلد (السياحة الداخلية) لمدة يجب ألا تقل عن 24 ساعة بحيث لا تكون من أجل الإقامة الدائمة واغراضها تكون من أجل الثقافة أو الأعمال أو الدين أو الرياضة ... إلخ. (ماهر، 2008، صفحة 24)

وعرفها جوير فرولو: "على أنها ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول على الاستجمام والتزهر والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق مجال المشاهدة الطبيعية"

وهناك من عرف السياحة بأنها "صناعة بلا مداخل أو أنها صناعة بلا نفايات أو صناعة الخدمات أي أنهم حاولوا أن يطلقوا على النشاط السياحي تسمية الصناعة وعدوها كغيرها من الصناعات الأخرى التي تقوم على عناصر مهمة منها: (كافي ، وكالات ومنظمات السياحة والسفر ، ، الطبعة الأولى 2018، الصفحات 09-11)

- العمل: وهو العنصر الفاعل في صناعة السياحة، والملزم بجيازة مستوى عال من التدريب والتأهيل والخبرة، وذلك أن العامل في الخدمة السياحية يتعامل مع الانسان سائحا أو ضيفا أو زبونا أو رئيسا أو مرؤوسا.
- رأس المال: ويقصد به رأس المال الموظف في صناعة السياحة الذي يقوم بتأمين مستلزمات هذه الصناعة من تنمية المناطق السياحية، وإشادة المنشآت السياحية كالمطاعم والفنادق وتوفير البنية التحتية كالطرق والمواصلات والاتصالات والخدمات الصحية والتعليم.
- المادة الأولية: تعتبر من مقومات السياحة الأساسية وتتضمن المغريات والأماكن الأثرية والحضارية التي تتميز بها منطقة عن أخرى وتمثل القيمة الأصلية للمنتج السياحي.

- **الدعاية والاعلان والترويج:** السياحة في نظر الإعلان حلم أو أمل يراه الشخص عبر وسائل الإعلان، وبالتالي يجمع المعلومات عن طريق النشرات والصور وهنا يقع على عاتق الإعلان الناجح الجهود التسويقية لجذب السواح فنجاح الإعلان معناه نجاح السياحة.
- **النقل:** تلعب صناعة النقل دورا مهما في تطوير السياحة ونجاحها في أي مكان في العالم، فتوفر وسائل المواصلات السريعة والمريحة وتوفر طرق المواصلات يساعد على نجاح المناطق السياحية (برية، بحرية وجوية) فالسائح عندما يفكر في زيارة منطقة ما فإن أول ما يفكر فيه هو طريقة الوصول.
- **البنية التحتية:** لا يمكن أن يكون المشروع السياحي متكاملًا إن لم يكن تتوفر له الخدمات الأولية الأساسية مثل شبكات المياه والكهرباء والهاتف والطرق.

لم تعد صناعة السياحة كما كانت منذ سنوات، فقد تشعبت فورعها وتداخلت وأصبحت تدخل في معظم المجالات في الحياة اليومية، وقد تمكنت من تجاوز الأزمات وأثبتت التجارب أنها صناعة لا تنضب ولا تندثر بل تنمو عاما بعد عام، فالسياحة هي صناعة مرتبطة بالرغبة الإنسانية في المعرفة وتخطي الحدود، وأثبتت السنوات الأخيرة أنها ستظل أكثر الصناعات نموا وأكثرها رسوخا.

2-2- وعليه يمكن تعريف صناعة السياحة:

هي التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير إنتاج وتسويق البضائع لخدمة احتياجات ورفاهية السواح، ومصطلح سياحة يستعمل بصورة عامة لوصف السفر ويعكش بعض الحالات زيادة التوسع في السفر والذي يطلق على السواح. (كافي، 2009، الصفحات 14-15)

والمنتج الرئيسي لصناعة السياحة ليس شيئا تنتجه الصناعة ولكن غالبا ما يكون المنتج هو التراث والثروة والإرث المجتمعي الذي يعد وجهة سياحية، يقابله ترويج وتشجيع إدارة الضيافة وتوجيه أنشطة هؤلاء الزوار وتزويدهم بالسلع والخدمات أثناء إقامتهم. (قراري، 2020، صفحة 130)

من خلال التعاريف السابقة يتضح أن لصناعة السياحة نفس مقومات الصناعات الأخرى والتي تقوم على المقومات الأساسية لعناصر الإنتاج وهي المواد الأولية، العنصر البشري ورأس المال إلا أن الهدف الرئيسي لنجاح هذه الصناعة لا بد من توفر الشغف والابتكار لخلق منتج سياحي مستدام يحقق ميزة تنافسية.

2-3- مقومات صناعة السياحة في الجزائر: (قراري، 2020، الصفحات 131-132)

تزخر الجزائر مقومات سياحية متميزة التي يمكن أن تجعلها من أكثر الدول جذبا للسياح على المستويين الإقليمي والدولي، وتنوع أشكال السياحة بها لذا نجد السياحة الساحلية في الشمال، والسياحة الصحراوية في الجنوب والسياحة الجبلية والحموية والدينية بالإضافة الى السياحة الثقافية والتاريخية وبالتالي يمكن القول أن الجزائر يمكن أن تكون وجهة سياحية بامتياز على طول السنة.

- **سياحة ساحلية:** تملك الجزائر شريطا ساحليا على طول 1600 كلم تتخللها شواطئ رملية وأخرى صخرية ساحرة وغابات عذراء وأشكال مختلفة من الحيوانات، ومناطق رطبة إضافة الى احتواء المناطق الساحلية على شعب مرجانية خاصة بالشرق (عنابة والقالة)، وتتواجد بالساحل حظائر مصنفة كمحميات طبيعية من طرف منظمة اليونيسكو مثل حظيرة القالة التي تبلغ مساحتها 78000 هكتار.

- سياحة جبلية: تتوفر الجزائر على سلاسل جبلية وغابية متنوعة، مثل سلسلة الأطلس التلي والاطلس الصحراوي والتي يمكن استغلالها لغرض سياحة المغامرات واستكشاف الطبيعة مثل مرتفعات الشريعة وتيكجدة.
- سياحة صحراوية: تعتبر علامة مميزة في الجزائر، إذ تمثل الصحراء 87 % من المساحة الاجمالية، وهي أفضل مكان لإقامة هياكل سياحية تلي رغبات السائح الأوروبي والأمريكي، وتنقسم الصحراء الجزائرية الى خمس مناطق كبرى هي (أدرار، إليزي، واد ميزاب، تمنراست وتندوف)، تنفرد كل منطقة بتضاريسها وعاداتها وتقاليدها وأثارها التي تمتد الى العصور القديمة.
- سياحة حموية: يتواجد في الجزائر أكثر من 200 منبع معدني ذو خصائص علاجية يتركز أغلبها في شمال البلاد من أهمها (حمام أولاد علي، حمام دباغ بقالملة، حمام قرقور بسطيف، حمام الصالحين ببسكرة، حمام بوغرة بتلمسان، حمام بوحنيقية بمعسكر، وحمام ريغة بعين الدفلى وتشهد هذه الحمامات اقبالا كبيرا من السياح المحليين والأجانب لكنها بحاجة الى التطوير والتحديث لاستقبال عدد أكبر من السياح من خلال إقامة مركبات سياحية ذات مستوى عالمي.
- سياحة تاريخية وثقافية: مرت الجزائر على عدة حضارات منها الرومانية الأمازيغية، الفينيقية والعثمانية والإسلامية، تركت كل منها إرثا تاريخيا وثقافيا، وقد تم تصنيف سبعة مواقع منها كتراث عالمي من طرف اليونسكو وهي كالاتي:

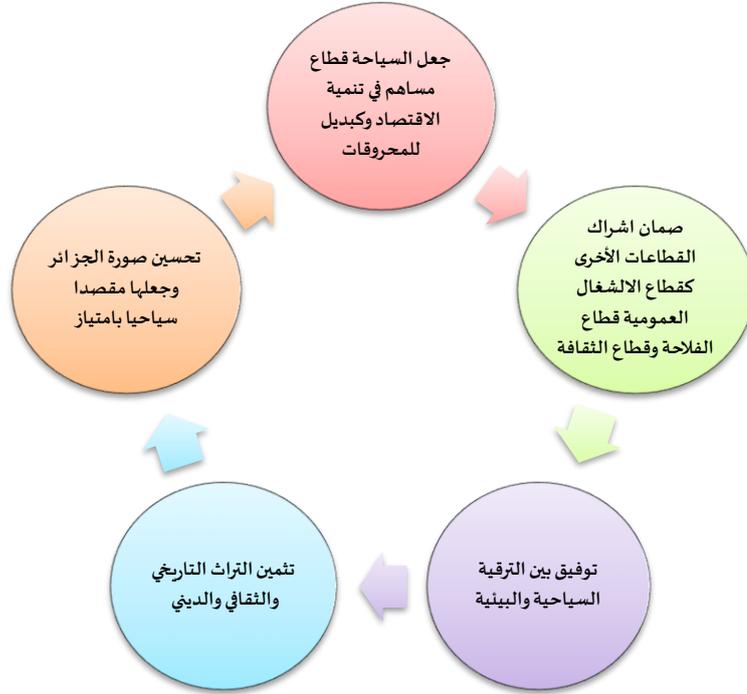
- ✓ قلعة بني حماد بالمسيلة.
- ✓ مدينة جميلة بسطيف.
- ✓ مدينة تيمقاد بباتنة.
- ✓ واد ميزاب بغرداية.
- ✓ حظيرة الطاسيلي بيليزي.
- ✓ القصبة بالجزائر العاصمة.

3- استراتيجيات تطوير صناعة السياحة في الجزائر: في إطار استراتيجيتها الوطنية لتطوير قطاع السياحة في الجزائر قامت وزارة الإقليم والسياحة سنة 2008 بالإعلان عن نظرتها المستقبلية في وثيقة عرفت بالمخطط التوجيهي لتهيئة الإقليم أفاق 2030. والذي يعتبر مرجعا لسياسة جديدة تينتها الدولة ويعد جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في افاق 2030 فهو المرأة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل تحقيق توازن ثلاثي يشمل الرقي الاجتماعي والفعالية الاقتصادية والاستدامة البيئية.

1-3 أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: حدد المخطط التوجيهي للترقية السياحية خمسة أهداف كبرى

للسياسة السياحية وهي كالاتي:

الشكل رقم 01: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية



المصدر: من اعداد الباحثين بناء على موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz

2-3 الديناميكيات الخمس للاستراتيجية السياحية: يرتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030 على خمس ديناميكيات وهي كالتالي:

تثمين الوجهة الجزائرية لزيادة جاذبية وتنافس الجزائر:

تهدف هذه الديناميكية لاعادة الاعتبار لصورة الجزائر في الخارج وتحسين سمعتها السياحية من خلال بناء صورة مرئية ومقروءة عن وجهة سياحية حقيقية تتمتع بأصالة وعمق، تمكن السياح من عيش تجارب ثرية وفريدة لا توجد في وجهة أخرى لأجل ذلك تم وضع استراتيجية تسويقية ترتكز على محاور أساسية هي كالاتي: (بوكفة و زودة ، 2018 ، صفحة 37)

- دراسة العرض والطلب السياحي .
- التعرف على الفئات المستهدفة الى أسواق الأولوية وهي فرنسا إسبانيا إيطاليا وألمانيا، أسواق واعدة هي بريطانيا، هولندا، النمسا والدول الاسكندنافية، أسواق بعيدة لكن مستهدفة على المدى الطويل هي الصين واليابان، روسيا ، أمريكا الشمالية والخليج.
- التركيز على المزايا التنافسية للسياحة الجزائرية والمتمثلة أساسا في الصحرا الجزائرية نافذة العالم على افريقيا إضافة الى السياحة الثقافية، الصحية، البحرية ومنتجات سياحية أخرى كالصيد ، الغطس والكهوف.
- بناء صورة جديدة وتوسع شهرة وجهة الجزائر من خلال خلق بوابات الكترونية سياحية لنشر المعلومات.
- وضع هيكل للرصد واليقظة السياحية ومراقبة تطور رغبات ومتطلبات السياح.

- دعم الأنشطة الترويجية الخاصة بمختلف الفاعلين السياحيين وضمان مشاركتهم الهادفة في التظاهرات والمعارض السياحية الوطنية والأجنبية.
- ابتكار علامة منوح وتسجيله منتج سياحي.

الأقطاب السياحية ذات الامتياز: القطب السياحي هو مجموعة مركبات سياحية ممتازة تتوفر على تجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والترفيهية في تعاون مع مشروع التنمية المحلية ويستجيب لطلب السوق كما يمكن لرقعته الجغرافية أن تمتد لعدة مناطق أو مدن.

في إطار المخطط التوجيهي تقرر انجاز سبعة أقطاب سياحية للامتياز على المستوى الوطني هي:

- القطل السياحي للامتياز شمال /وسط
- القطب السياحي للامتياز شمال/غرب
- القطب السياحي للامتياز جنوب / شرق
- القطب السياحي للامتيلز جنوب /غرب
- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير
- القطب السياحي للجنوب الكبير:الاهقار

مخطط نوعية السياحة: يطمح مخطط جودة السياحة الى توحيد جميع المهنيين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإداري للجودة بتحديد المسار من أجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية جودة سياحة الجزائر. (ادير و غزاري ، 01، صفحة 99)

مخطط الشراكة العامة الخاصة: لا يمكن تصور تنمية سياحية دائمة دون تعاون فعال بين القطاع العام والخاص وذلك عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص للاستجابة بأكثر فعالية للطلب الجماعي، حيث تلغب الدولة والجماعات المحلية دورا ضروريا في المجال السياحي خاصة تهيئة الإقليم وحماية المناطق العامة، ووضع المنشآت كالمطارات والطرق في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام والأمن، أما القطاع الخاص فهو يضمن أساسيات الاستثمارات والاستغلال السياحي بثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها تحت التصرف. (ادير و غزاري ، 01، صفحة 99)

مخطط تمويل السياحة: أخذ المخطط التوجيهي للهيئة السياحية بعين الاعتبار ببطء عائدات المشاريع السياحية حيث وضع مخطط تمويل لدعم الأنشطة السياحية والمرقين والمطورين وجذب المستثمرين المحليين والأجانب ويتجلى دور مخطط التمويل في:

- حماية ومرافقة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.
 - جذب كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.
 - تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء الى الحوافز الضريبية والمالية.
 - تسهيل وتكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية وخاصة الاستثمار في اطر بنك الاستثمار.
- 4- المؤشرات الحالية للصناعة السياحية:

واقع و آفاق صناعة السياحة في الجزائر

يمكن عرض بعض المؤشرات المتعلقة بالسياحة الجزائرية من حيث الطاقة الفندقية، التدفقات السياحية الوافدين، ومساهمتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

1-4 تقييم واقع المؤشرات الحالية للقطاع السياحي في الجزائر:

1-1-4 الطاقة الفندقية: يعكس الجدول تطور الطاقة الفندقية في الجزائر

الجدول 01: تطور الطاقة الفندقية

عدد الأسرة	السنوات
102244	2015
107420	2016
112264	2017
119155	2018
125676	2019
127614	2020

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz

من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن عدد الأسرة في الفترة 2015 إلى 2020 كان في تزايد مستمر ولكن بمعدل بطيء حيث بلغت طاقة الايواء سنة 2015 ب 102244 سرير، لتصل طاقة الايواء سنة 2020 الى 127614 سرير بإجمالي فنادق بلغ 1449 فندق ويبقى هذا العدد ضعيف لتلبية احتياجات الزبائن.

كما يمكن تصنيف التطور في طاقات الايواء حسب التصنيف الفندقي وذلك من خلال الجدول التالي:

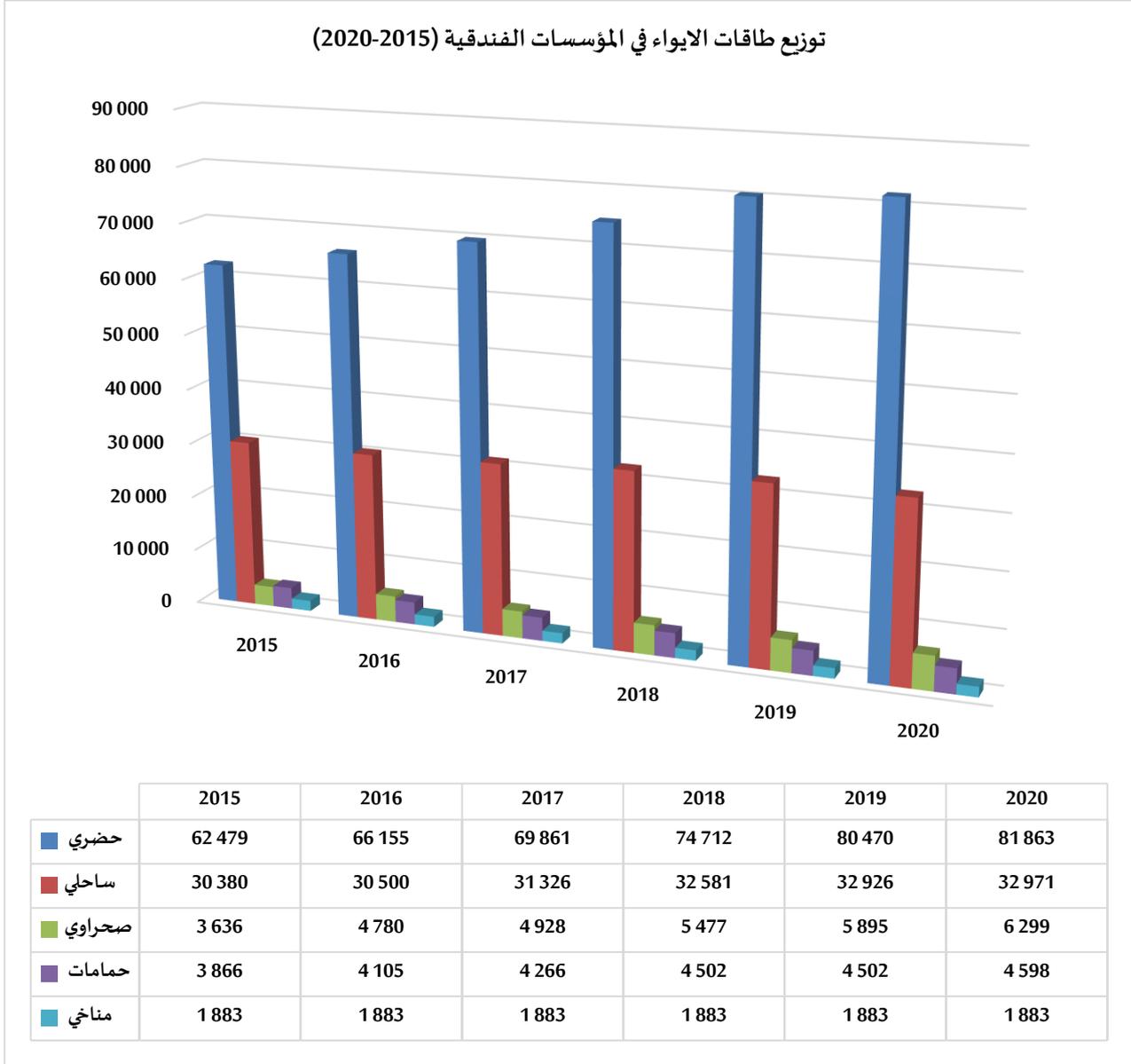
الجدول 02: تطور طاقات الايواء حسب التصنيف الفندقي

سنة / فندق	5 نجوم	4 نجوم	3 نجوم	2 نجوم	1 نجوم	بدون تصنيف	الإجمالي
2015	4 242	1 800	5 829	4 605	11 295	74 473	102 244
2016	6 734	2 810	7 045	4 425	11 295	75 111	107 420
2017	6 734	4 508	5 678	4 565	11 335	79 444	112 264
2018	6 734	4 746	5 886	5 185	11 684	84 920	119 155
2019	7 234	6 161	6 727	5 381	12 612	138 567	125 676
2020	7 345	6 824	6 861	5 995	12 724	141 915	127 614

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة من إجمالي طاقات الايواء كان من نصيب الأسرة في الفنادق غير المصنفة بدون نجمة ثم ذات 3 نجوم غير أنه تطور ضعيف، كما يوضح الجدول أن عدد الأسرة في تزايد مستمر لكن بوتيرة ضعيفة حيث نلاحظ تطور عدد الأسرة ما بين 2015 و2020 بحوالي 25370 خلال سنوات ويعتبر عدد ضعيف نوعا ما.

الشكل 02: توزيع طاقات الايواء في المؤسسات الفندقية (2015-2020)



المصدر: من اعداد الباحثين بناء على موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz

ما يلاحظ من خلال الشكل تمركز طاقات الايواء في الفنادق الحضرية والساحلية كبيرة مقارنة بالأنواع الأخرى (الصحراوي، الحمامات، المناخي) وأكبر طاقة تتمركز في المنتج الحضري.
2-1-4 التدفقات السياحية الوافدة الى الجزائر:

واقع وآفاق صناعة السياحة في الجزائر

الجدول 03: التدفقات السياحية الوافدة الى الجزائر

عدد السياح	السنوات
1 709 994,00	2015
2 039 444,00	2016
2 450 785,00	2017
2 657 113,00	2018
2 371 056,00	2019

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz

من خلال الجدول نلاحظ أن حركة السياح الوافدين الى الجزائر عرفت نموا متواصلا من 2015 ب 1.709.994 سائح إلى غاية 2018 ب 2.657.113 سائح ويعتبر أعلى مستوى.

2-4 مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية: يمكن توضيح المساهمة كما يلي:
1-2-4 المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي:

الشكل 03: مساهمة الصناعة السياحية في الناتج المحلي الإجمالي

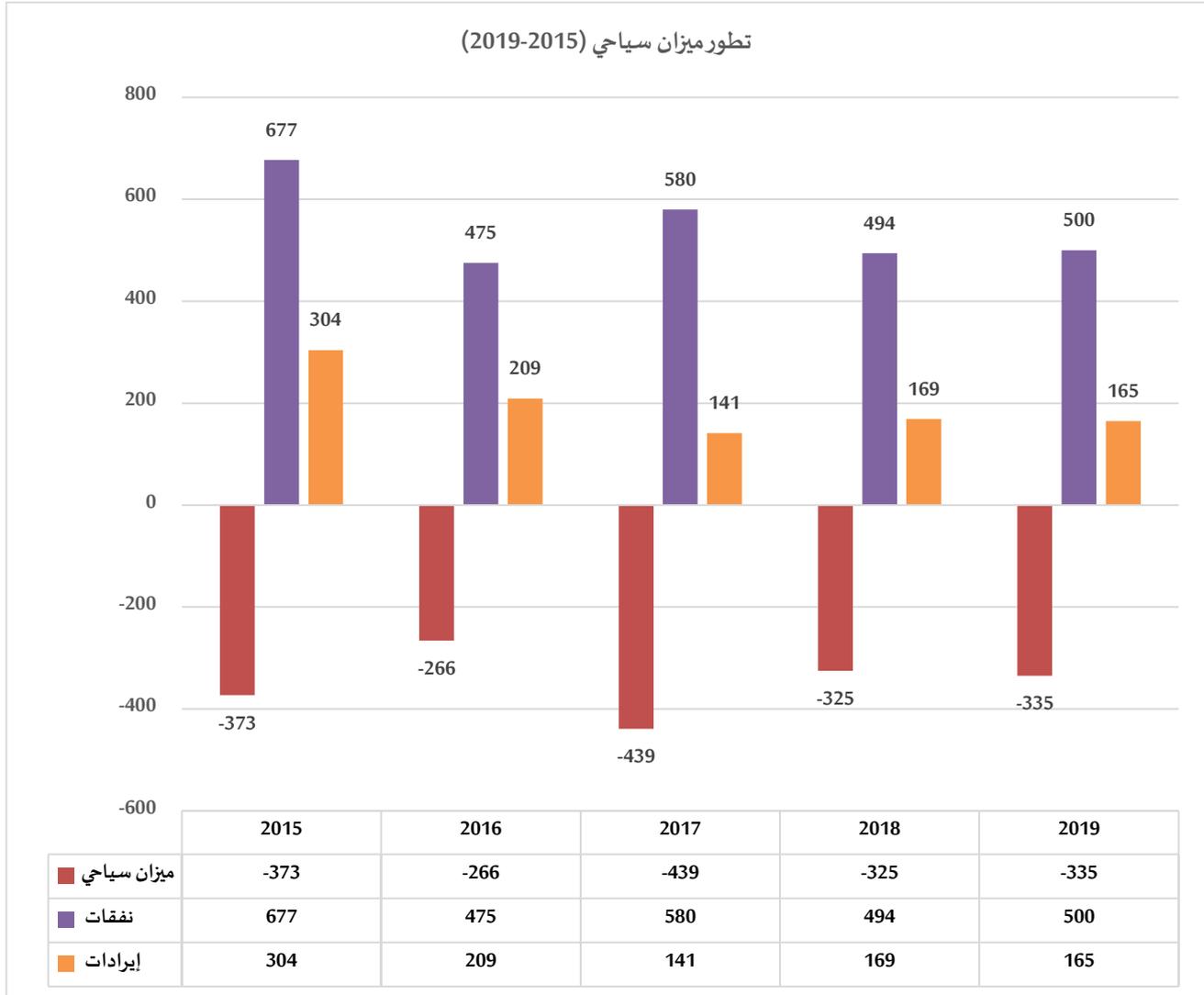


المصدر: من اعداد الباحثين بناء على موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz

من خلال الشكل نجد أن مساهمة إجمالية للسياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي بلغ 1.8 سنة 2019 وتعتبر أعلى نسبة مساهمة ثم شهدت انخفاضا حيث سجلت 1.1 % سنة 2020 نتيجة تفشي فيروس كوفيد-19 الذي أدى بالدول الى اتخاذ العديد من الإجراءات الوقائية كالغلق.

2-2-4 تطور الميزان السياحي (2015-2020):

الشكل 04: تطور ميزان سياحي (2015-2019) الوحدة مليون دولار



المصدر: من اعداد الباحثين بناء على موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz

من خلال الجدول نلاحظ أن الميزان السياحي سالب خلال سنوات من 2015-2019 وسجلت أعلى قيمة عجز سنة 2017 ب 439 مليون دولار وهذا نظرا لارتفاع النفقات السياحية مقارنة بالإيرادات السياحية وهذا ينعكس سلبا على ميزان المدفوعات.

الجدول 04: مساهمة السياحة في التشغيل (2015-2019)

المساهمة الاجمالية %	السنوات
261289	2015
270317	2016
300000	2017
308027	2018
320000	2019

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz

يبرز الجدول تطور العمالة في القطاع السياحي حيث شهدت ارتفاعا متواصلا بمعدلات ضعيفة حيث تم تسجيل 261289 منصب سنة 2015 و320000 منصب سنة 2019.

5- خاتمة:

قمنا في هذه الورقة البحثية بدراسة واقع وآفاق الصناعة السياحية في الجزائر وتوصلنا الى النتائج التالية:

- في ظل تفاقم الازمات الاقتصادية أصبح لابد من إيجاد حلول واتباع سياسات خارج قطاع المحروقات.
- الاهتمام بصناعة السياحة واتباع استراتيجيات فعالة لتحقيق الأهداف المرجوة من هذه الصناعة.
- تطوير القطاع الفندقي لان طاقات ابوائية غير كافية بالإضافة الى تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- رغم اعتماد الجزائر عدة استراتيجيات سياحية سعت للوصول اليها في آفاق 2030 إلا أن صناعة السياحة في الجزائر مازالت تعاني مشاكل عديدة وأكبر دليل هو مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي الذي لم يتجاوز 02 % رغم كل المقومات التي تتمتع بها.

التوصيات: فيما يلي أهم التوصيات المقترحة:

- تحيين المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 وفق المتغيرات الدولية خاصة في ظل جائحة كورونا.
- تشجيع السياحة الداخلية خاصة والظروف التي عاشها العالم في ظل جائحة كورونا.
- تحسين جودة الخدمات السياحية من خلال إقامة شراكات مع دول رائدة في مجال السياحة من أجل أخذ الخبرات في هذا المجال وترقية المنتجات السياحية في الجزائر.

- قائمة المصادر والمراجع:

- رانية، ادير. عمر، غزالي. (2019). الاستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2030. مجلة الابداع، المجلد 09، العدد 01، الصفحات 93-111.
- عبد العزيز، توفيق ماهر. (2008). صناعة السياحة. عمان-الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.
- مصطفى، يوسف كافي. (2018). وكالات ومنظمات السياحة والسفر. دمشق، سوريا: دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع.
- مصطفى، يوسف كافي. (2009). صناعة السياحة والأمن السياحي - الطبعة الأولى. دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع سوريا - دمشق - جرمانا.
- نور الدين، قريري. (2020). صناعة السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول -دراسة تحليلية باستخدام نموذج swot. مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، المجلد 02، العدد 02، الصفحات 126-144.

- Arabic references in English:

- Rania, Adir. Omar, Ghazali. (2019). The National Strategy for the Development of the Tourism Sector in Algeria in Light of the Tourism Development Planning Guide for Prospects 2030. Al-Ibdaa Journal, Volume 09, Issue 01, Pages 93-111.
- Abdelaziz, Tawfiq Maher. (2008). Tourism Industry. Amman-Jordan: Dar Zahran for Publishing and Distribution.
- Mustafa, Youssef Kafi. (2018). Agencies and Organizations of Tourism and Travel. Damascus, Syria: Dar and Raslan Foundation for Printing and Publishing.
- Mustafa, Youssef Kafi. (2009). Tourism Industry and Tourism Security - First Edition. Dar Raslan Foundation for Printing and Publishing, Syria - Damascus - Jaramana.
- Noureddine, Qrairi. (2020). The Tourism Industry in Algeria between Reality and Aspiration - An Analytical Study Using the SWOT Model. The Journal of Entrepreneurship and Sustainable Development, Volume 02, Issue 02, Pages 126-144.