

## واقع القطاع السياحي في الجزائر: دراسة مقارنة بين كل من الجزائر، تونس والمغرب

**The reality of the tourism sector in Algeria**  
**A comparative study between Algeria, Tunisia and Morocco**

درديش احمد<sup>1\*</sup>, شريط عبد المنعم<sup>2</sup>

<sup>1</sup>جامعة البلدية 2 (الجزائر)، DEMDERDICHE@yahoo.fr

<sup>2</sup>جامعة البلدية 2 (الجزائر)، mr.cheriet@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2019/10/18 تاريخ القبول: 2019/11/03 تاريخ النشر: 2020/01/31

**ملخص:**

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص القطاع السياحي في الجزائر ومقارنته مع قطاع السياحة في كل من تونس والمغرب، ومعرفة وضع تنافسية قطاع السياحة والسفر للجزائر إقليميا ودوليا بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2015.

وقد توصلت الدراسة إلى أن قطاع السياحة في الجزائر ضعيفا وبعيدا عن القطاعات السياحية للدول المجاورة، حيث احتلت الجزائر مراتب متدنية بين دول العالم في أغلب المؤشرات المكونة لمؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر لسنة 2015، في حين احتلت كل من تونس والمغرب مراتب أحسن من الجزائر.

**الكلمات الدالة:** القطاع السياحي، التدفقات البشرية، طاقة الإيواء، المؤشرات السياحية، تنافسية قطاع السياحة.

**Astract:**

This study aims at identifying the tourism sector in Algeria and comparing it with the tourism sector in Tunisia and Morocco and knowing the competitiveness of tourism sector and travel to Algeria regionally and internationally based on the report of the World Economic Forum 2015.

The study found that the tourism sector in Algeria is weak and far from the tourism sectors of the neighboring countries, where Algeria ranked low among the countries of the world in most of the indicators of the index of the competitiveness of tourism and travel for the year 2015, while Tunisia and Morocco ranked better than Algeria.

**Keywords:** tourism sector, human flows, housing capacity, tourism indicators, competitiveness of the tourism sector.

## 1- مقدمة:

يعد قطاع السياحة أحد أهم القطاعات المعول عليها للمساهمة في رفع النمو الاقتصادي والاجتماعي، باعتباره أصبح يمثل صناعة تصديرية وقطاع اقتصادي هام في عملية التنمية الشاملة، فهو يعتبر موردا اقتصاديا هاما لما يجلبه من عملة صعبة وتشغيل لليد العاملة العاطلة ورفع الناتج الداخلي الخام للاقتصاد الوطني، وذلك من خلال الإيرادات السياحية المتنامية بتزايد تدفق العملات الأجنبية التي ينفقها السياح خلال مدة إقامتهم في الأماكن السياحية. وهذا ما جعل الكثير من الدول تولي اهتماما خاصا لهذا الميدان حيث عمدت إلى تخصيص رؤوس أموال هائلة للاستثمار فيه.

سعت السلطات الجزائرية في السنوات الأخيرة جاهدة لترقية قطاعها السياحي ورفع مستوي تنافسيته، وجعله قطاعا بديلا لقطاع المحروقات يوفر موارد دائمة غير نافذة تستفيد منه الأجيال المتعاقبة. ولتحقيق ذلك عملت على تشجيع وتوجيه جهود الاستثمار إلى هذا القطاع، كما اتخذت العديد من الإجراءات منها سن قوانين تنظم عمل المؤسسات المعنية بقطاع السياحة كالوكالات السياحية وغيرها من الهيئات الأخرى، وأعدت عدة برامج لإعادة هيكلة هذا القطاع كالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للأفاق 2030، الذي يهدف إلى تحسين واثمين وجهة الجزائر السياحية وجعلها منطقة سياحية بامتياز، لها سياحية تنافسية قادرة على جذب السياح الأجانب والاستجابة للطلب الداخلي على المنتجات السياحية التي تزخر بها الجزائر، من خلال بناء أقطاب وقرى سياحية تتوفر فيها جميع الخدمات الصحية والأمنية والترفيهية. إضافة إلى تشجيع الشراكة بين القطاع العام والخاص لضمان تنمية مشتركة ومتكاملة للقطاع السياحي، وتوفير مصادر وآليات خاصة لتمويل المشاريع السياحية.

كما أولت كل من المغرب وتونس اهتماما كبيرا بتنمية وتطوير قطاع السياحة، فلجأت السلطات المغربية بعد الانتهاء من تطبيق الإستراتيجية الأولى المسطرة سنة 2001 والمتمثلة في رؤية 2010 تم تطبيق الإستراتيجية الثانية والمتمثلة في رؤية 2020 وهي امتداد للرؤية الأولى وتخص الفترة الممتدة من 2010-2020. وتبنت السلطات التونسية إستراتيجية وطنية للتنمية السياحية سنة 2001 وامتدت إلى سنة 2016.

وبناء على ما سبق، فإن الإشكالية التي يطرحها موضوع البحث تتمحور في التساؤلات الآتية: ما هو واقع القطاع السياحي في الجزائر؟ وما هي مكانته بين قطاع السياحة في كل من تونس والمغرب؟ ما هو وضع تنافسية قطاع السياحة والسفر للجزائر إقليميا ودوليا؟ وما هي نقاط قوتها وضعفها؟

## أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق النقاط الآتية:

- تشخيص القطاع السياحي في الجزائر ومقارنته مع قطاع السياحة في كل من تونس والمغرب؛
- دراسة وتحليل مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر لكل من الجزائر وتونس والمغرب بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2015؛

- معرفة وضع قطاع السياحة للجزائر بين دول العالم ودول المغرب العربي من خلال تحليل مؤشرات أداء هذا القطاع؛
- معرفة نقاط القوة ونقاط الضعف لقطاع السياحة في الجزائر وإعطاء اقتراحات وتوصيات قد تساعد على النهوض وتطوير هذا القطاع.

### أهمية الدراسة

تكمن أهمية البحث في كون القطاع السياحي يمكن أن يصبح بديلا تنمويا فعالا في الكثير من الدول المتقدمة، إذ تساهم السياحة في تنويع مصادر الدخل، وتنشيط باقي القطاعات الاقتصادية، وعليه يتوقف دعم المسيرة التنموية بشكل عام وهو ما يتجلى من خلال الاهتمام المتزايد للدراسات العلمية الأكاديمية حول أهمية السياحة على مستوى الاقتصاد العالمي أو المحلي.

### المنهجية المتبعة

اعتمدنا في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي قصد وصف وتشخيص مؤشرات قطاع السياحة والسفر في الجزائر، كما وظفنا المنهج المقارن لأجل مقارنة الواقع السياحي للجزائر مع الواقع السياحي لبعض الدول المحاورة كتونس والمغرب، وذلك بالاستعانة بمجموعة من المصادر المختلفة والمتنوعة، وتتمثل أساسا في الكتب ومختلف الإحصائيات الصادرة عن الهيئات المختلفة منها المحلية والدولية، كوزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات، ومنها الهيئات العالمية كالمنظمة العالمية للسياحة، بالإضافة إلى بعض الهيئات الرسمية لتونس والمغرب.

قمنا باختيار تونس والمغرب كعينة من أجل إجراء المقارنة بين الواقع السياحي لهذه الدول مع الواقع السياحي للجزائر، لما لهاتين الدولتين من تقارب من حيث الخصائص الجغرافية ووقوعها على نفس الشريط، وتقتصر هذه الدراسة على أهم المؤشرات السياحية كالتدفقات البشرية والمالية، طاقة الإيواء، عدد الليالي السياحية، حجم اليد العاملة في القطاع السياحي وتنافسية قطاع السياحة والسفر بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2015.

## 2- المفاهيم المستخدمة في الدراسة

### 2-1- مفهوم السياحة

لقد تعددت تعاريف السياحة وذلك وفقا لآراء المهتمين بدراسة طبيعتها ومكوناتها وجوانبها، ووفقا لآراء المنظمات العالمية والدولية المهتمة بالسياحة الدولية.

السياحة لغة تعني التجوال وعبرة ساح في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض<sup>(1)</sup>.

أما السياحة اصطلاحا تعني مجموع العلاقات التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، وأن لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي<sup>(2)</sup>.

وعرف العالم الألماني "جويير فرويلر" (Guyer Freuller) السياحة بأنها "ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وتغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة ونمو

هذا الإحساس، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة". وقد ركز التعريف على الحالة النفسية وجمال الطبيعة، وعلى الجانب الاقتصادي الذي كان ثمرة لاتصال الأفراد بشعوب وجماعات مختلفة<sup>(3)</sup>.

أما الاقتصادي النمساوي "هيرمان فوشولتيرون" (HERMAN VON SHOLTERON) يرى بأن السياحة هي "مجموع العمليات ذات الطابع الاقتصادي التي ترتبط مباشرة بدخول، إقامة وحركة الأجانب داخل أو خارج بلد أو مدينة أو منطقة"<sup>(4)</sup>.

وعرفها "هونز كيتير"، رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين، بأنها "مجموع العلاقات التي تترتب على سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يغلب ربحا لهذا الأجنبي"<sup>(5)</sup>.

أما الباحث الإنجليزي "نورفال" فقد سلط السياحة على الأجانب فقرر أن السائح هو الشخص الذي يدخل بلدا أجنبيا لأي غرض عدا اتخاذ هذا البلد محل إقامة دائمة أو عدا العمل في هذا البلد عملا منتظما مستمرا والذي ينفق في هذا البلد الذي يقيم فيه مالا كسبه في مكان آخر<sup>(6)</sup>.

وعرف كل من "هنزيكير" و"كرافت" (HUNZIKER et KRAFT) السياحة بأنها "المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائح شريطة أن لا تؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملا دائما أو عملا مؤقتا"<sup>(7)</sup>.

وعرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر المنعقد في روما سنة 1963 السياحة على أنها "ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، ولا تزيد عن 12 شهرا، بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية، وهي تنقسم إلى نوعين سياحة داخلية وسياحة خارجية"<sup>(8)</sup>.

شمل هذا التعريف عدة جوانب، حيث نظر إلى السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية، كما حدد مدة السياحة وميز بين السياحة الداخلية والخارجية، في حين أهمل الجانب الاقتصادي للسياحة.

وعرفها مؤتمر أوتاوا للسياحة المنعقد بكندا في جوان 1991 على أنها "مجموع الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى خارج بيئته المعتادة لمدة من الزمن، وأن لا يكون غرضه من السفر هو ممارسة نشاط يكتسب به دخلا في المكان الذي يسافر إليه"<sup>(9)</sup>.

نلاحظ من خلال التعريفين الأخيرين أن:

-السياحة هي عملية انتقال من مكان إلى آخر لفترة قصيرة ومؤقتة؛

-الغرض من السياحة لا يكون الكسب المادي كما أنها قد تكون داخلية أو خارجية.

و عرفت الأكاديمية الدولية للسياحة (A.I.T) السياحة بأنها عبارة عن لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة، فهي مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار<sup>(10)</sup>.

و عرفت أيضا بأنها التأثيرات المتبادلة بين المسافرين وأهل بلد المقصد لأنه يلزم من الاحتكاك بين المسافرين وأهل البلد التي يصل إليها المسافرين، حدوث تأثيرات متبادلة بين الطرفين منها ما هو نافع ومنها ما هو ضار في مجالات شتى كالجانب الاقتصادي والأخلاقي والديني والمعرفي<sup>(11)</sup>.

نلاحظ من خلال هذه التعاريف أنه هناك اختلاف واضح في تحديد مفهوم السياحة، وهو ناتج عن تطور دور السياحة في المجتمع، هذا ما جعل المنظمة العالمية للسياحة (OMT) سنة 1993 تضع تعريفا خاصا بالسياحة، إذ عرفت على أنها "أنشطة الأشخاص المسافرين من أماكنهم والإقامة في أماكن تقع خارج إقامتهم المعتادة، ويقومون فيها لمدة لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى"<sup>(12)</sup>.

وعليه تبنت الجزائر تعريف المنظمة العالمية للسياحة، كما أدخلت عليه بعض المفاهيم التي قامت بتحديدتها وزارة السياحة حيث<sup>(13)</sup>:

- **الداخل:** كل مسافر تطأ أقدامه أرض الجزائر خارج منطقة العبور؛
- **المسافر:** كل شخص يدخل التراب الوطني، مهما كان سبب تنقله أو دوافع دخوله، ومهما كانت جنسيته ومكان إقامته، باستثناء السواح في نزهة أو رحلة بحرية، والذين يقيمون في بواجرهم طول مدة إقامتهم في البلاد؛
- **الجوال في رحلة بحرية:** يدخل الحدود البحرية الوطنية ويغادرها في نفس السفينة كل شخص أو الباخرة التي دخل فيها، والتي يقيم على متنها طول مدة إقامته؛
- **الزائر:** كل شخص يدخل التراب الجزائري ولا يمارس نشاطا مأجورا.
- **2-2- مفهوم السائح:** عرف مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة المنعقد بروما سنة 1963 السائح بأنه "أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها"<sup>(14)</sup>.
- هذا التعريف شمل فئتين من الزائرين هما: السائحون (الزائرون المؤقتون الذين يقيمون على الأقل لمدة 24 ساعة في الدولة التي يزورونها) والمتنزهون (الزائرون المؤقتون لمدة تقل عن 24 ساعة في الدولة التي يزورونها).
- ويعرفه "اييفاس تينارد" (YVES TINARD) بأنه كل شخص ينتقل خارج مكان إقامته المعتادة لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 4 أشهر، وذلك للأسباب التالية: أسباب ترفيهية، صحية، دراسية، الخروج للمهمات والاجتماعات"<sup>(15)</sup>.
- وهناك من يعرف السائح أنه كل شخص يغادر مكان إقامته المألوفة إلى مكان آخر بهدف إشباع رغبة معينة، خلال مدة زمنية لا تتعدى اثنتي عشرة شهرا متصلة، دون أن تكون غايته البحث عن منصب عمل<sup>(16)</sup>.
- ومن هذه التعاريف يمكن تشخيص و حصر مفهوم السائح في النقاط التالية:
- شخص ينتقل من مكان يقيم فيه إلى مكان آخر؛
- مدة إقامته في هذا المكان لا تتعدى 12 شهرا؛

- إقامته في هذا المكان تكون لأي غرض من الأغراض ما عدا طلب العمل.

### 2-3- تعريف تنافسية قطاع السياحة

تعرف تنافسية قطاع السياحة على أنها قدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الجمركية، وهذا ما يميز تلك الدول في هذا القطاع. والقطاع التنافسي هو القطاع الذي تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة سواء المحلية الداخلية أو الأجنبية الخارجية، من خلال المحافظة على حصتها من السوق والعمل على تنميتها باستمرار وتحقيق الأرباح<sup>(17)</sup>.

وعرفت المنظمة العالمية للسياحة بأنها الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات، بما يرضي أذواق المستهلكين<sup>(18)</sup>.

### 3- مؤشرات القطاع السياحي في كل من الجزائر، تونس والمغرب

تسعى بلدان المغرب العربي لما تتمتع به من مقومات سياحية طبيعية إلى تطوير قطاعها السياحي وتدعيم مكانتها في السوق السياحية العالمية، لما للقطاع السياحي من أهمية ودور في زيادة موارد البلاد من العملة الصعبة وتنويع مصادر الدخل وزيادة مستويات التوظيف والتشغيل، وقد سمح هذا الاهتمام بتحقيق نحسن في بعض المؤشرات السياحية من خلال تدعيم المقومات السياحية بإمكانات مادية تمثلت في توفير البنى التحتية حتى تستجيب للطلب السياحي المحلي والأجنبي.

سنقوم بعرض ومقارنة أهم النتائج المحققة في مجال السياحة في هذه البلدان من حيث التدفقات البشرية والمالية بالإضافة إلى طاقات الإيواء المنجزة والليالي السياحية المحققة وحجم اليد العاملة.

#### التدفقات البشرية

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم 1 أن الجزائر مازالت بعيدة كل البعد عما حققتة كل من تونس والمغرب في عدد السياح الوافدين. ففي سنة 1995 حققت تونس 4.119 مليون سائح والمغرب 2.602 مليون سائح، في حين بلغ هذا العدد 519576 سائح. وفي سنة 2015 ارتفع هذا العدد إلى 10.176762 مليون سائح في المغرب، في حين لم تحقق الجزائر خلال هذه السنة سوى 1.709994 مليون سائح. بينما استقبلت تونس 6.902749 مليون سائح سنة 2010 ثم انخفض إلى 5.359309 مليون سائح سنة 2015 ويرجع ذلك إلى الظروف الأمنية التي عاشتها تونس.

جدول (1) التدفقات السياحية إلى كل من الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة 1995-

2015

البلد	السنة			
	1995	2000	2005	2010
الجزائر	519576	865984	1443090	2070496
تونس	4119000	5057000	6378400	6902749
المغرب	2602000	4278120	5843000	9288338

المصدر: الجزائر: وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية

واقع القطاع السياحي في الجزائر: دراسة مقارنة بين كل من الجزائر، تونس والمغرب

تونس: وزارة السياحة والصناعات التقليدية  
المغرب: وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي

هذه الأرقام تبين بأن القطاع السياحي في الجزائر متأخر عن نظرائه في الدول المجاورة كتونس والمغرب رغم الإمكانيات والمقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر.

طاقة الإيواء

يلاحظ من خلال الجدول رقم 2 أن عدد الأسرة في الجزائر لم يشهد تطورا ملحوظا خلال الفترة 1995-2014، حيث بلغ معدل النمو المتوسط السنوي 2.53%، في حين هناك تطور كبير لعدد الأسرة في كل من تونس والمغرب، حيث بلغ معدل النمو المتوسط السنوي 2.11% لتونس و4.82% للمغرب. فزيادة السنوية لعدد الأسرة تعكس قدرة الانجاز لكل دولة وتوفير إمكانيات الراحة للسياح الوافدين إليها، إذ احتلت تونس المرتبة الأولى بين دول المقارنة بحوالي 240000 سريرا سنة 2014، وتأتي المغرب في المرتبة الثانية بحوالي 221611 سرير، وتحتل الجزائر المؤخرة بحوالي 99605 سرير خلال نفس السنة، وهذا ما يعكس ضعف قدرة الانجاز للهياكل السياحية للجزائر والتأخر في استكمال هذه الهياكل.

جدول (2) عدد الأسرة والليالي السياحية في كل من الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة 2014-1995

البلد	السنة				
	1995	2000	2005	2010	2014
عدد الأسرة					
الجزائر	62000	77242	83895	92377	99605
تونس	161498	197453	229837	241528	240000
المغرب	90511	95180	124270	174019	221611
عدد الليالي السياحية					
الجزائر	3648632	3748135	4705637	5939334	7053744
تونس	23914400	33168500	33587183	35565104	29107239
المغرب	9941390	13539567	15215589	18020305	19633475
عدد الليالي السياحية لكل سرير*					
الجزائر	58.8	48.5	56.1	64.3	70.8
تونس	148.1	168.0	146.1	147.2	121.3
المغرب	109.8	142.2	122.4	103.5	88.6
المصدر: الجزائر: وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية تونس: وزارة السياحة والصناعة التقليدية المغرب: وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي* تم حسابها من معطيات الجدول					

أما بخصوص الليالي السياحية، هناك فرق شاسع بين دول المقارنة خلال الفترة المذكورة، ففي سنة 2005 فاق عدد الليالي السياحية 33 مليون ليلة في تونس وفاق 15 مليون ليلة في المغرب، في حين بلغ 4.7 ملايين ليلة في الجزائر. وفي سنة 2014 فاق هذا العدد 29 مليون ليلة في تونس وقارب 20 مليون ليلة في المغرب، وبلغ 7 ملايين ليلة في الجزائر.

وعرف عدد الليالي السياحية تطورا بنسب متفاوتة من بلد إلى آخر خلال الفترة 1995-2014، ففي الجزائر ارتفعت بمعدل نمو سنوي متوسط قدره 3.53%، وبلغ هذا المعدل 3.65% في المغرب خلال نفس الفترة، في حين عرفت تونس تذبذبا حيث ارتفع عدد الليالي السياحية بمعدل سنوي متوسط قدره 2.68% خلال الفترة 1995-2010، وسجل هذا العدد انخفاضا بمعدل متوسط سنوي قدره 0.03% خلال الفترة 2010-2014، ويرجع ذلك إلى الأحداث والظروف الأمنية الصعبة التي عاشتها تونس في السنوات الأخيرة.

أما عن مؤشر التناسب بين عدد الأسرة وإجمالي الليالي السياحية، ففي الجزائر بلغت قيمة هذا المؤشر 58.8 ليلة لكل سرير سنة 1995 ثم ارتفعت إلى حوالي 71 ليلة لكل سرير متاح سنة 2014. في حين انخفضت قيم هذا المؤشر من 148.1 ليلة لكل سرير إلى 121.3 ليلة لكل سرير في تونس ومن 109.8 ليلة لكل سرير إلى 88.6 ليلة لكل سرير في المغرب خلال الفترة 1995-2014. ويرجع ذلك إلى أن وتيرة ارتفاع عدد الأسرة فاق وتيرة ارتفاع عدد الليالي السياحية في البلدين والعكس بالنسبة للجزائر حيث وتيرة ارتفاع عدد الأسرة أقل من وتيرة ارتفاع عدد الليالي السياحية.

#### الإيرادات السياحية

تشير معطيات الجدول رقم 3 أن حصة الجزائر من الإيرادات السياحية ضعيفة جدا مقارنة مع تونس والمغرب. ففي سنة 1995 حصلت الجزائر على 0.032 مليار دولار مقابل 519576 سائح وهو ما يعادل 61.6 دولار كمتوسط إنفاق لكل سائح زار الجزائر خلال هذه السنة، في حين حققت كل من تونس والمغرب على 1.332 مليار دولار مقابل 4119000 سائح و1.296 مليار دولار مقابل 2602000 سائح على التوالي في نفس السنة، أي ما يعادل 323.4 دولار كمتوسط إنفاق لكل سائح زار تونس و498.1 دولار كمتوسط إنفاق لكل سائح زار المغرب خلال هذه السنة.

ارتفعت الإيرادات المحصلة في الجزائر لتبلغ 0.347 مليار دولار مقابل 1709994 سائح سنة 2015 أي ما يعادل 202.9 دولار كمتوسط إنفاق لكل سائح زار الجزائر في هذه السنة. كما ارتفعت الإيرادات المحصلة في تونس لتبلغ أكبر قيمة لها سنة 2010 حيث بلغت 2.645 مليار دولار مقابل 6902749 سائح ثم انخفضت إلى 2.3546 مليار دولار مقابل 5359309 سائح أي ما يعادل 439.3 دولار كمتوسط إنفاق لكل سائح زار تونس سنة 2015. بينما عرف المغرب ارتفاع تدريجي في إيراداته السياحية لتبلغ 7.7 مليار دولار مقابل 10176762 سائح سنة 2015 أي ما يعادل 756.6 دولار كمتوسط إنفاق لكل سائح زار المغرب في هذه السنة.

**جدول (3) الإيرادات السياحية (مليار دولار) مؤشر عدد الدولارات لكل سائح في كل من الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة 2015-2000**

السنة										البلد
2015		2010		2005		2000		1995		
دولار/ سائح*	الإيرادات									
202.9	0.347	105.8	0.246	127.5	0.184	117.8	0.102	61.6	0.032	الجزائر
439.3	2.3546	383.2	2.645	323.4	2.063	414.3	2.095	323.4	1.332	تونس
756.6	7.7	721.6	6.703	790.9	4.621	476.6	2.039	498.1	1.296	المغرب

Source :The World Travel and Tourism Council (WTTC), Travel and Tourism Economic Impact  
\* تم حسابها اعتمادا على معطيات الجدول رقم 1

وفي الإجمالي نقول أن الإيرادات السياحية للجزائر متذبذبة وضعيفة إذا ما قورنت بإيرادات دول المقارنة، رغم الإمكانيات السياحية المتاحة في الجزائر، ويرجع ذلك إلى قلة عدد السياح الوافدين إليها، وخاصة ضعف الإنفاق السياحي للوافدين للجزائر، وذلك لأن التدفقات البشرية في الجزائر تعتمد بالدرجة الأولى على الجزائريين المقيمين في الخارج.

**4- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي**

يعد الناتج المحلي الإجمالي من أكثر المقاييس شيوعا واستخداما لقياس الأداء الاقتصادي سواء محليا أو عالميا، أي يعكس مستوى النمو الاقتصادي. وتشير إحصائيات المجلس العالمي للسفر والسياحة إلى أن متوسط مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي العالمي بلغت حوالي 10% خلال الفترة 2015-2000.

بالنظر لمعطيات الجدول رقم 4 نلاحظ بأن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بلغت ذروتها في كل من الجزائر وتونس سنة 2005 حيث بلغت 3.9% و 10.4% على التوالي، في حين سجلت المغرب أكبر قيمة لها سنة 2010 حيث 8.75%. وفي سنة 2015 انخفضت قيمة هذا المؤشر إلى 3.5% في الجزائر و 6.65% في تونس و 8.09% في المغرب. إن النسب المسجلة في الجزائر بعيدة كل البعد عن النسبة المحققة في دول المقارنة وعن المعدل العالمي، فهي تعكس المكانة الضعيفة التي يحتلها القطاع السياحي بين أولويات التنمية الاقتصادية.

**جدول (4) مساهمة السياحة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي (%) في كل من الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة 2015-1995.**

السنة					البلد
2015	2010	2005	2000	1995	
3.5	3.4	3.9	3.1	-	الجزائر
6.65	9.93	10.4	9.02	8.48	تونس
8.09	8.75	8.69	6.13	3.94	المغرب

Source :The World Travel and Tourism Council (WTTC), Travel and Tourism Economic Impact

هذه النسب تبين مستوى تطور القطاع السياحي في البلدان الثلاثة والأهمية التي أولتها كل دولة للقطاع، ففي الوقت الذي عملت تونس والمغرب على منح القطاع السياحي مكانة بالغة ضمن الأولويات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية ومنذ زمن بعيد، نجد أن الجزائر كانت لها نظرة اتسمت بالتحفظ والتخوف في بعض الأحيان، ولم يستفد القطاع من الاهتمام المطلوب إلا في وقت متأخر مما انعكس سلبا على النتائج المحققة في القطاع.

### 5- حجم العمالة في القطاع السياحي

يعد قطاع السياحة من أبرز القطاعات القادرة على خلق وتوفير مناصب الشغل، لأن الإنفاق على النشاط السياحي يؤثر في قطاعات متعددة في الاقتصاد الوطني، والوظائف التي تخلقها السياحة لا تشترط وجود مهارات خصوصا في مستوياتها الدنيا. هذا وتشير الإحصائيات المتعلقة بالتشغيل في قطاع السياحة إلى أن هذا القطاع يستقطب كمعدل متوسط 8% من إجمالي اليد العاملة في العالم خلال الفترة 2000-2015.

بالنظر إلى معطيات الجدول رقم 5 نلاحظ بأن حجم اليد العاملة المباشرة في القطاع السياحي عرفت تطورا مستمرا في الجزائر خلال الفترة 1995-2015، حيث انتقل عدد العاملين في قطاع السياحة من 109500 عامل سنة 1995 إلى 326400 عامل سنة 2015 أي بزيادة قدرها 198.1%. وعرف هذا المؤشر في كل من المغرب وتونس تطورا خلال الفترة 1995-2010 حيث ارتفع من 290400 عامل سنة 1995 إلى 832600 عامل سنة 2010 في المغرب أي بزيادة قدرها 186.7%. كما ارتفع في تونس من 168500 عامل سنة 1995 إلى 295200 عامل سنة 2010، أي بزيادة قدرها 75.2%. وفي سنة 2015 عرف هاذين البلدين تراجعا في قيمة هذا المؤشر حيث بلغ 811600 عامل في المغرب و207800 عامل في تونس.

### جدول (5) مساهمة القطاع السياحي في حجم الطبقة الشغيلة في كل من الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة 1995-2015.

السنة	1995	2000	2005	2010	2015
<b>الجزائر</b>					
حجم اليد العاملة المباشرة	109500	170600	279600	309300	326400
المساهمة المباشرة (%)	2.0	2.7	3.4	3.1	3.3
<b>تونس</b>					
حجم اليد العاملة المباشرة	168500	215400	173100	295200	207800
المساهمة المباشرة (%)	7.0	8.0	9.2	8.9	6.1
<b>المغرب</b>					
حجم اليد العاملة المباشرة	290400	485700	770500	832600	811600
المساهمة المباشرة (%)	4.1	5.6	7.8	7.9	7.2

Source : World Development Indicators (WDI), November 2015

أما مساهمة قطاع السياحة في حجم الطبقة الشغيلة جاءت بقدر الأهمية التي توليها الدولة للقطاع، ففي سنة 2015 حققت المغرب المرتبة الأولى بنسبة مساهمة 7.2% من حجم الطبقة الشغيلة في الاقتصاد المغربي، تليها تونس بنسبة 6.1% من حجم الطبقة الشغيلة ثم الجزائر بنسبة 3.3%. فالأهمية التي حظي بها القطاع السياحي في المغرب وتونس والذي تجسد في توفير البنى التحتية الضرورية، وتحسين مستوى الخدمات والرفع من حجم الطاقة الفندقية، جعلهما يتماشيان مع المقاييس الدولية، كما أن التأهيل المستمر للعنصر البشري في مجال السياحة بتوفير المعاهد المتخصصة ومراكز التدريب، فتح آفاقا واسعة أمام عدد كبير من المغاربة والتونسيين للتوظيف بهذا القطاع.

#### 6- مؤشر التنافسية السياحية والسفر:

لقد اهتمت الكثير من المؤسسات الدولية بإعداد تقارير عن مستوى تنافسية الدول في مجالات اقتصادية عديدة وكان أحدثها مجال السياحة والسفر، حيث أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي تقريره الأول عن تنافسية السياحة والسفر في عام 2007 لتقييم إنجازات دول العالم في هذا المجال ووضعها في ترتيب تنازلي حسب المعايير المحددة<sup>(19)</sup>. وهذا الترتيب كان يشمل في تقريره الأول 124 دولة، منها 10 دول عربية، لكنه توسع في تقاريره اللاحقة ليصل إلى 141 دولة من جميع أنحاء العالم في 2015 منها 14 دولة عربية. كما قام المنتدى الاقتصادي بتغيير بعض المسميات للمؤشرات التي كانت في الأعوام السابقة.

ويقاس المؤشر الكلي لتنافسية السياحة والسفر مدى تنافسية الدول في هذا المجال، حيث يتم ترتيب الدول حسب قدرتها على المنافسة وبناء على الجهود التي تقوم بها لدعم السياحة والمقومات التي تملكها.

#### 7- مكونات مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر لسنة 2015

يتكون مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر لسنة 2015 من أربعة مؤشرات رئيسية، وكل مؤشر رئيسي يضم مجموعة من المؤشرات الفرعية تقيس العوامل والسياسات المتصلة بقطاع السفر والسياحة التي تؤثر في محصلتها بالقدرة التنافسية للدول. ويمكن تلخيص هذه العناصر في ما يلي:

1. **مؤشر تمكين المحافظة على البيئة:** ويشمل على بيئة قطاع السياحة والسفر، الأمن والأمان، الصحة والنظافة العامة، الموارد البشرية وسوق العمل، بيئة تكنولوجيا معلومات في القطاع.

2. **مؤشر السياسات وتمكين شروط السياحة:** وتشمل على الأولوية المتبعة في القطاع، الانفتاح الدولي، تنافسية الأسعار في قطاع السياحة، البيئة المستدامة.

3. **مؤشر البنية التحتية:** وتشمل على البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للنقل البري والبحري، البنية التحتية للخدمات السياحية.

4. **مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية:** ويشمل على الموارد الطبيعية، الموارد الثقافية ورحلات الأعمال.

ويعتمد في حساب قيم هذه المؤشرات على نوعين من البيانات الإحصائية وهما:

- **البيانات الكمية:** وهي تلك البيانات المتعلقة بأداء قطاع السياحة والسفر وقدرة القطاع على استخدام واستغلال التكنولوجيا الحديثة، وقد تم الحصول على هذا النوع من المعلومات من الهيئات العالمية الكبرى مثل منظمة السياحة العالمية، مجلس السياحة والسفر العالمي، الجمعية الدولية للنقل الجوي، كبرى الشركات العاملة في القطاع كشركات الطيران، إضافة إلى النشرات الإحصائية المحلية والدولية المنشورة.

- **البيانات النوعية:** وهي بيانات يتم الحصول عليها من خلال المسوح الميدانية التي يقوم بها أخصائيين أكاديميين موجهة لمعرفة آراء وملاحظات رجال الأعمال وصناع القرار في الدول المشاركة والذين يتهم اختيارهم وفقا لأسس معينة تحدد من قبل المنتدى<sup>(20)</sup>.

يتم حساب قيم المؤشرات الفرعية كمتوسطات غير مرجحة لجميع القيم، كما يحسب المؤشر العام أيضا كمتوسط غير مرجح للمؤشرات الفرعية، ويتوزع مدى المؤشر بين 1 و7 حيث أن القيم المرتفعة للمؤشر تدل على الأداء الأفضل والعكس صحيح.

ومن نقائص هذا المؤشر هو أنه يستند في حسابه بشكل كبير على البيانات النوعية بدلا من البيانات الكمية والمتمثلة في آراء رجال الأعمال والخبراء والباحثين في المجال السياحي، والتي في معظمها غير دقيقة ولا تعكس فعلا الأداء السياحي للدول، وأيضا تحتمل نسبة كبيرة من الأخطاء والتحيز. كما أنه يستند لمعايير ومؤشرات اقتصادية أكثر منها سياحية والذي ينعكس على ترتيب الدول في التنافسية السياحية.

#### 8- مكانة تنافسية قطاع السياحة والسفر لكل من الجزائر، تونس والمغرب:

أوضح تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر لسنة 2015 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، كما يبرزه الجدول رقم 6، مكانة تنافسية هذا القطاع في الجزائر مع بقية دول العالم بما فيه المغرب وتونس، بحيث جاءت في مراتب جد متدنية وذلك باحتلالها المركز 123 من بين 141 دولة شملها التصنيف بنقطة إجمالية بلغت 2.93 نقطة، في حين احتلت المغرب المرتبة 62 بنقطة إجمالية قدرها 3.81 وتونس المرتبة 79 بنقطة إجمالية قدرها 3.54.

أما ترتيب الجزائر مع دول المقارنة، احتلت المرتبة الثالثة بعد المغرب التي احتلت المرتبة الأولى وتونس التي جاءت في المرتبة الثانية. هذه المرتبة تعكس الواقع المتردي الذي يعيشه قطاع السياحة والسفر في الجزائر ويعزز من التحديات التي تواجهه قصد الرقي بصناعة هذا القطاع ودعم دورها في عملية النمو والازدهار الاقتصادي.

وبالنظر إلى المؤشرات الجزئية المكونة للمؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة نلاحظ أن الجزائر جاءت في مراتب متأخرة، حيث احتلت المرتبة 99 في مؤشر تمكين المحافظة على البيئة، في حين احتل المغرب المرتبة 71 وتونس المرتبة 75 من بين 141 دولة. كما سجلت الجزائر تأخرا كبيرا في المجالات الداعمة لهذا المؤشر الجزئي حيث احتلت المرتبة 121 في مؤشر بيئة قطاع السياحة والسفر والمرتبة 109 في مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل والمرتبة 105 في مؤشر بيئة تكنولوجيا المعلومات في القطاع، في حين احتلت كل من المغرب وتونس مراتب متقدمة عن الجزائر.

وفي مؤشر السياسات وتمكين شروط السياحة، احتلت الجزائر المرتبة 135 في حين احتلت تونس المرتبة 50 والمغرب المرتبة 62. أما عن مكانة القطاع السياحي الجزائري

في مكونات هذا المؤشر الجزئي، احتلت الجزائر المرتبة 139 وهي الرتبة ما قبل الأخيرة في مؤشر الأولوية المتبعة في القطاع والمرتبة 137 في مؤشر الانفتاح الدولي والمرتبة 113 في مؤشر البيئة المستدامة، في حين احتلت تونس والمغرب مراتب متقدمة. ويجب الإشارة إلى أن الجزائر حققت المرتبة العاشرة في مؤشر تنافسية الأسعار في قطاع السياحة، واحتلت تونس المرتبة التاسعة والمغرب المرتبة 47 من بين 141 دولة شملها التصنيف.

وفي ما يخص مؤشر البنية التحتية، احتلت الجزائر المرتبة 133 في حين جاءت تونس في المرتبة 76 والمغرب في المرتبة 68. وجاءت الجزائر في مراتب متأخرة في المجالات الداعمة لهذا المؤشر، حيث احتلت المرتبة 113، 121 و138 في مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للنقل البري والبحري والبنية التحتية للخدمات السياحية على التوالي. واحتلت كل من تونس والمغرب مراتب متقدمة عن الجزائر.

أما عن مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية، جاءت الجزائر في المرتبة 90، في حين احتلت المغرب المرتبة 45 وتونس المرتبة 99. يتكون هذا المؤشر من مؤشرين جزئيين: مؤشر الموارد الطبيعية وفيه احتلت الجزائر المركز 127 وجاءت تونس والمغرب في المركز 105 و59 على التوالي، ومؤشر الموارد الثقافية ورحلات الأعمال وفيه احتلت الجزائر المرتبة 50 واحتلت تونس والمغرب المرتبة 70 و39 على التوالي.

جدول (6): ترتيب الجزائر ضمن المؤشرات الجزئية المكونة لمؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر حسب تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2015.

المؤشر		الجزائر		تونس		المغرب	
المرتبة	الدرجة	المرتبة	الدرجة	المرتبة	الدرجة	المرتبة	الدرجة
مؤشر تنافسية قطاع الأسفار والسياحة	123	2.93	79	3.54	62	3.81	
1- مؤشر تمكين المحافظة على البيئة	99	4.15	75	4.54	71	4.64	
- بيئة قطاع السياحة والسفر	121	3.78	71	4.42	42	4.73	
- الأمن والأمان	95	4.9	98	4.86	37	5.83	
- الصحة والنظافة العامة	84	4.97	76	5.16	98	4.54	

4.05	107	4.31	87	4.04	109	- الموارد البشرية وسوق العمل
4.03	75	3.94	76	3.09	105	- بيئة تكنولوجيا المعلومات في القطاع
<b>4.21</b>	<b>62</b>	<b>4.28</b>	<b>50</b>	<b>3.32</b>	<b>135</b>	<b>2- مؤشر السياسات وتمكين شروط السياحة</b>
5.27	26	4.91	44	2.74	139	- الأولوية المتبعة في القطاع
2.56	94	2.38	103	1.51	137	- الانفتاح الدولي
4.94	47	5.61	7	5.50	10	- تنافسية الأسعار في قطاع السياحة
4.09	70	4.22	59	3.51	113	- البيئة المستدامة
<b>3.59</b>	<b>68</b>	<b>3.36</b>	<b>76</b>	<b>2.19</b>	<b>133</b>	<b>3- مؤشر البنية التحتية</b>
2.86	64	2.53	77	1.98	113	- البنية التحتية للنقل الجوي
3.48	69	3.02	94	2.56	121	- البنية التحتية للنقل البري والبحري
4.44	65	4.54	61	2.03	138	- البنية التحتية للخدمات السياحية
<b>2.81</b>	<b>45</b>	<b>1.97</b>	<b>99</b>	<b>2.04</b>	<b>90</b>	<b>4- مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية</b>
3.11	59	2.36	105	2.04	127	- الموارد الطبيعية
2.51	39	1.58	70	2.05	50	- الموارد الثقافية ورحلات الأعمال
<b>Source:</b> World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015.						

تبين من خلال مؤشر تنافسية قطاع الأسفار والسياحة أن الجزائر لا تزال متأخرة في أغلب المجالات الداعمة للقطاع السياحي، مما يجعلها وجهة غير سياحية. فالسياسات السياحية المعمول بها غير فعالة، مما يستوجب عليها إعادة النظر فيها وفي الأطر التشريعية بغية تحسين الأداء التنافسي. كما كشفت هذه البيانات ضعف مؤشر الموارد الطبيعية وضعف بيئة قطاع السياحة والسفر والبنية التحتية والتي تعتبر عصب القطاع والعملية السياحية. ويجب الإشارة إلى أن الجزائر حققت مراتب متقدمة في مؤشر تنافسية الأسعار في قطاع السياحة ومؤشر الموارد الثقافية ورحلات الأعمال، وذلك لما تملكه الجزائر من مواقع ثقافية مصنفة دولياً.

وعموماً يبقى الوضع العام للسياحة في الجزائر وفقاً لتقرير التنافسية لسنة 2015 سيئاً للغاية، ولتصحيح الوضع وتسخير السياحة في خدمة التنمية، يجب على السلطات والهيئات المعنية البحث عن السبل الكفيلة لتحسين هذا الوضع، والنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر الذي يمكن أن يكون مصدر دخل إضافي للدولة الجزائرية. وذلك من خلال إعطاء الأولوية لهذا القطاع والانفتاح الدولي والاهتمام السياسي الدائم والمستمر من قبل كافة أجهزة الدولة، وتسخير الوسائل القانونية والموارد المالية والمادية الضرورية لقطاع السياحة.

#### 9- معوقات القطاع السياحي في الجزائر:

- يعاني القطاع السياحي في الجزائر من مجموعة من المعوقات والنقائص (نقاط الضعف) التي لها الأثر البالغ في الحد من فاعلية هذا القطاع في جذب السائح الأجنبي ويمكن تلخيصها في النقاط الآتية:
- ضعف الهياكل القاعدية وتدني جودة الخدمات السياحية المتاحة وارتفاع أسعارها؛
  - عدم متلاءمة نظام التسيير السياحي مع متطلبات السياحة الحديثة؛

- ضعف تسويق الوجهة الجزائرية كمقصد سياحي؛
- ضعف الطاقة الفندقية المصنفة والإطعام السياحي؛
- غياب الثقافة السياحية في المجتمع؛
- نقص في تأهيل الموارد البشرية، وقلة احترافية عمال ومستخدمي القطاع السياحي؛
- نقص مستويات النظافة والصحة العمومية؛
- تدهور البيئة بكل أنواعها، وإهمال العديد من المعالم التاريخية والأثرية؛
- ضعف المنظومة المالية الجزائرية وغياب وكالات تحويل الأموال وتسهيل التعاملات المالية أو صرف مختلف العملات العالمية؛
- عدم ملائمة وسائل الدفع الحديثة على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسياح؛
- عدم القدرة على توفير خدمات النقل كليا ونوعيا بشتى أنواعه للتكيف مع الطلب السياحي إضافة إلى ارتفاع أسعارها مقارنة بدول الجوار؛
- عدم كفاية وسائل الترويج والاتصال على المستوى الداخلي والخارجي، وهي غالبا ما تكون قديمة وغير مؤهلة لا تتماشى مع التقنيات الحديثة المستعملة؛
- غياب الإعلام السياحي وما يقدمه من أنشطة إعلامية وتحفيزية؛
- عدم تبني الطرق العصرية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاع السياحي؛
- غياب التشاور، والتنسيق والشراكة بين الفاعلين في القطاع السياحي الجزائري.

## 10- النتائج العامة للدراسة:

من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة نذكر:

- ضعف القطاع السياحي للجزائر، ويظهر ذلك من خلال ضعف قيم المؤشرات السياحية التي تناولتها هذه الدراسة (التدفقات البشرية، طاقة الإيواء، عدد الليالي السياحية، الإيرادات السياحية وحجم اليد العاملة في القطاع السياحي) وبعدها عن تلك المسجلة في كل من المغرب وتونس. ويعود ذلك إلى اعتماد الجزائر على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية وإهمالها لقطاع السياحة، في حين أولت كل من تونس والمغرب اهتماما كبيرا بالسياحة منذ زمن بعيد، وهذا ما جعلهما يحققان إيرادات معتبرة حيث قاربت نسبة مساهمة قطاعيها السياحي في الناتج المحلي الإجمالي المتوسط العالمي (10%)، وكانت مساهمة قطاع السياحة في حجم الطبقة الشغيلة بنسب كبيرة.
- ضعف مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر في الجزائر، حيث احتلت المركز 123 من بين 141 دولة شملها التصنيف لسنة 2015، ويرجع ذلك إلى ضعف أغلب المؤشرات الفرعية المكونة لهذا المؤشر، في حين احتلت المغرب المرتبة 62 وتونس المرتبة 79؛
- تأخر كبير للجزائر في مؤشر السياسات وتمكين شروط السياحة باحتلالها المرتبة 135، ويرجع ذلك إلى ضعف مكونات هذا المؤشر، حيث احتلت المرتبة 139 في مؤشر الأولوية المتبعة في القطاع والمرتبة 137 في مؤشر الانفتاح الدولي والمرتبة 113 في مؤشر البيئة المستدامة؛

- ضعف مؤشر الموارد الطبيعية وضعف بيئة قطاع السياحة والسفر والبنية التحتية والتي تعتبر عصب القطاع والعملية السياحية؛

- بروز مؤشر تنافسية الأسعار في قطاع السياحة ومؤشر الموارد الثقافية ورحلات الأعمال في مراتب حسنة نسبيا نظرا لما تملكه الجزائر من مواقع ثقافية مصنفة دوليا.

## 11- خاتمة

بالرغم من تزايد اهتمام الجزائر بتطوير القطاع السياحي باعتباره قطاعا استراتيجيا حساسا متميزا بإمكانيات هائلة، وتضمينه في برامج التنمية المحلية كقطاع أساسي وخيار بديل، إلا أنه يبقى قطاعا عاجزا متخلفا لما له من مساهمة ضئيلة جدا في توفير العملة الصعبة وفرص التشغيل، وبعيدا كل البعد عن الإستراتيجية المخطط الوصول إليها مقارنة بالدول المجاورة الرائدة سياحيا التي تعتبر نموذجا حيا يتوجب الاستفادة من تجاربه الميدانية كتونس والمغرب. فالسياسات المتبعة من قبل الدولة الجزائرية لتطوير القطاع السياحي لا تزال غير مجدية لحيازة جزء مقبول من الطلب السياحي العالمي الحالي.

كشف مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر لسنة 2015 عن نقاط ضعف قطاع السياحة في الجزائر، حيث احتلت مراكز جد متأخرة في أغلب المكونات الداعمة لهذا المؤشر كضعف مؤشر البنية التحتية وضعف مؤشر الموارد الطبيعية والبشرية ومؤشر البيئة المستدامة وبيئة قطاع السياحة والسفر وغياب المراكز المعلوماتية في توفير بيانات دقيقة عن النشاط السياحي في الجزائر.

هذه الوضعية تستدعي إعادة النظر في السياسة السياحية المنتهجة، ووضع استراتيجيات قائمة على أسس علمية تهدف إلى تحقيق التميز في هذا القطاع، وذلك من أجل خلق قواعد قادرة على المنافسة سواء على المستوى الإقليمي أو على المستوى الدولي، خصوصا وأن الجزائر تتوفر على المؤهلات والشروط الطبيعية والجغرافية والبشرية التي تجعل منها وجهة سياحية رائدة.

## المقترحات

إن الاهتمام بالقطاع السياحي في الجزائر أصبح ضرورة ملحة لمواجهة مرحلة ما بعد البترول، والعمل على إيجاد الظروف الملائمة لقيام صناعة سياحية جزائرية، وتطويرها بما يخدم التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للبلاد. ولتحقيق هذه الغاية نعرض بعض التوصيات التي يمكن أن تكفل مشاغل القطاع السياحي وتعمل على تطويره وهي:

- تحسين الأطر القانونية والتنظيمية الخاصة بالقطاع؛  
- تعزيز استقرار البناء المؤسسي للسياحة، وتحديث أجهزة الإدارة السياحية وتزويدها بالكفاءات والمهارات التخصصية، واستكمال إصدار وتحديث منظومة التشريعات السياحية؛

- المحافظة على الموارد والأصول السياحية الحضارية التاريخية والموروث الثقافي، والمحافظة على البيئة ومكافحة التلوث، وكذا الاهتمام بنظافة المحيط باعتبار السياحة البيئية مفتاحا للتنمية السياحية المستدامة؛
- توفير المناخ الملائم للاستثمار السياحي، وذلك بتبسيط الإجراءات أمام المستثمرين في القطاع السياحي لتحفيزهم وإيجاد الإطار القانوني الملائم له؛
- تكوين العنصر البشري في مجال السياحة قصد النهوض بمستوى الخدمات والرقي به لمستوى العالمية من جهة، وبما يساهم من جهة أخرى أيضا في تحسين طرق التسيير السياحي، وكذا خلق ثقافة السياحة في أوساط المجتمع وتشجيعه على تقبل الآخر؛
- الاستغلال الأمثل للإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر، والاستفادة من تجارب غيرها من الدول الناجحة في مجال السياحة، خاصة تلك التي تتوفر على نفس المميزات الجغرافية والتاريخية والاجتماعية، كتونس والمغرب اللتان حققتا قفزة نوعية في استغلال مقوماتهما السياحية؛
- زيادة الإنفاق الحكومي على قطاع السياحة، حيث أن تطور قطاع السياحة والسفر بالجزائر يتطلب بالضرورة أن يكون من بين اهتمامات وألويات السياسة الاقتصادية في الجزائر؛
- تطوير البنى التحتية والمنشآت الأساسية؛
- مراجعة أسعار الخدمات السياحية كالأسعار المطبقة في الفنادق وأسعار النقل الجوي والبحري؛
- فتح مكاتب صرف دائمة بالتشاور مع القطاع البنكي في مختلف مناطق استقطاب السياح؛
- النهوض بالصناعة التقليدية وتطويرها لارتباط منتجات هذه الصناعة بالنشاط السياحي، حيث تعبر عن تاريخ وثقافة وعادات الشعوب، وبالتالي فهي منتج سياحي يجب الاهتمام به والمحافظة عليه من الزوال؛
- الارتقاء بأساليب ووسائل الترويج والتسويق السياحي، بسبب الحاجة إلى تنويع المنتجات السياحية وتوسيعها؛
- تسهيل مهام الباحثين والمخططين السياحيين، من خلال توفير قاعدة بيانات خاصة بالإحصائيات السياحية تكون شاملة لمعظم المؤشرات التي يحتاجها هذا النوع من الدراسات القياسية لضمان نتائج أكثر دقة وأكثر تفسيرات للواقع؛
- العمل على تطوير الإستراتيجيات التسويقية، والتي تركز على استغلال جميع فضاءات الاتصال والمشاركة بقوة في التظاهرات والمعارض السياحية الدولية للتعريف بالتراث السياحي الجزائري ومختلف الخدمات والحوافز الموفرة للسياح المتوافدين إليها

### التهميش

- (1) كواش خالد، السياحة، مفهومها، أركانها، أنواعها، دار التنوير، ط1، الجزائر، 2007، ص22.
- (2) محمود كامل، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص16.
- (3) محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص2.
- (4) نعيم الظاهر وراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2001، ص28-29.
- (5) محمود كامل، مرجع سابق، ص16.
- (6) محمدي موسى الحريري، جغرافية السياحة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1991، ص18.
- (7) حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، ط2، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص23.

- (8) محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، دون سنة نشر، ص 61.
- (9) مرجع مذكور أعلاه، ص 62.
- (10) يحيى سعدي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية- حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، بغداد، 2013، ص 91.
- (11) هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة وأثارها- دراسة شرعية مقارنة-، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية، 2006، ص 72.
- (12) خربوطلي صلاح الدين، السياحة المستدامة، دار رضا، سوريا، 2004، ص 20.
- (13) الديوان الوطني للإحصائيات، نشرة 2000، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18، الجزائر، 2000، ص 275.
- (14) يسرى دعيبس، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، ط1، البيطاش للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص 23.
- (15) (YVES TINARD: *Le tourisme économie et management*, MC GRAW-HILL, Paris, 1992, P1.
- (16) محيا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر، دار الشروق، القاهرة، 2002، ص 17.
- (17) محجوب الحداد، تقييم تنافسية صناعة السياحة في ليبيا كمصدر بديل للدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، 2010، ص 3.
- (18) المعهد العربي للتخطيط، تقرير التنافسية العربية، الكويت، 2006، ص 136.
- (19) صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، الكويت، 2005، ص 227.
- (20) زيد ميسر سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص 243.

## قائمة المراجع

### المراجع باللغة العربية

1. حميد عبد النبي الطائي، (2006)، أصول صناعة السياحة، ط2، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ص 23.
2. خربوطلي صلاح الدين، (2004)، *السياحة المستدامة*، دار رضا، سوريا، ص 20.
3. الديوان الوطني للإحصائيات، (2000)، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18، الجزائر، ص 275.
4. زيد ميسر سلمان، (2008)، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، ص 243.
5. صندوق النقد العربي، (2005)، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، الكويت، ص 227.
6. كواش خالد، (2007)، *السياحة، مفهومها، أركانها، أنواعها*، دار التنوير، ط1، الجزائر، ص 22.
7. محجوب الحداد، (2010)، تقييم تنافسية صناعة السياحة في ليبيا كمصدر بديل للدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، ص 3.
8. محمد منير حجاب، (2003)، *الإعلام السياحي*، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 2.
9. محمدي موسى الحريري، (1991)، *جغرافية السياحة*، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص 18.
10. محمود كامل، (1975)، *السياحة الحديثة علما وتطبيقا*، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ص 16.
11. محي محمد مسعد، *الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي*، المكتب العربي الحديث، مصر، ص 61.

12. محيا زيتون، (2002)، *السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر*، دار الشروق، القاهرة، ص17.
13. المعهد العربي للتخطيط، (2006)، *تقرير التنافسية العربية*، الكويت، ص136.
14. نعيم الظاهر وراب إلياس، (2001)، *مبادئ السياحة*، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، ص28-29.
15. هاشم بن محمد بن حسين ناقور، (2006)، *أحكام السياحة وآثارها - دراسة شرعية مقارنة-*، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية، ص72.
16. يحيى سعدي، (2013)، *مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية - حالة الجزائر*، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، بغداد، ص91.
17. يسرى دعبس، *السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية*، ط1، البيطاش للنشر والتوزيع، مصر، ص23.

### المراجع باللغة الفرنسية

YVES TINARD, (1992), *Le tourisme économie et management*, MC GRAW-HILL, Paris, P1.