



## دراسة أهم العوامل المؤثرة على أداء القطاع السياحي في الجزائر باستخدام منهجية خريطة الأهمية – الأداء IPMA.

**Study the most important factors affecting the performance of  
the tourism sector in Algeria, using importance – performance  
map IPMA method.**

لحسن عطاالله

1 - جامعة مولاي الطاهر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير،

مخبر إدارة وتقييم أداء المؤسسات سعيدة، attallah\_54@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2020-05-03 تاريخ القبول: 2020-12-03

### ملخص -

الهدف من هذا البحث هو دراسة اهم العوامل المؤثرة على اداء القطاع السياحي في الجزائر، ومن اجل دراسة هذا الموضوع تم توزيع استبيان على مجموعة من الافراد ووكالات السياحة والأسفار وبلغت حجم العينة 110 فرد. وتم استخدام مجموعة من الادوات الاحصائية التالية: نموذج الانحدار البسيط، وخريطة الاهمية – الاداء ipma ، وتم التوصل من خلال هذه الدراسة الى ان هناك تأثير ذو دلالة احصائية للقطاع الفندقي والسياسة السياحية الحكومية والبنية التحتية السياحية على اداء قطاع السياحة في الجزائر.

### الكلمات الدالة -

القطاع الفندقي، البنية التحتية، الاداء السياحي، التسويق السياحي .

## Abstract-

The Aim Of This Research Is To Study The Most Important Factors Affecting The Performance Sector Tourism In Algeria. In Order To Study This Effect, A Questionnaire Was Distributed To A Group Of Individuals, Travel Agencies, The Sample Size Was 110 Individuals, And A Group Of The Following Statistical Tools Were Used: The Simple Regression Model, And IPMA Method, It Was Found Through This Study That There Is An Effect Of The Hotel Sector And Government Tourism Policy And Tourism Infrastructure On The Performance Of The Tourism Sector In Algeria.

## Key Words-

Hotel Sector, Infrastructure, Tourism Performance, Tourism Marketing.

### 1. - مقدمة:

يلعب القطاع السياحي دورا مهما بالنسبة لاقتصاديات بعض الدول وعلى رأسها الدول النامية حيث يساهم في بعض الدول مثل تركيا، مصر، تونس والمغرب بأكثر من 40% من صادرات الخدمات لهذه الدول. وهذا حسب احصائيات المنظمة العالمية للتجارة لسنة 2018، كما يساهم قطاع السياحة بجلب العملة الصعبة لهذه الدول وبالمقابل فان لقطاع السياحة دورا مهما في ايجاد مناصب العمل المباشرة والغير المباشرة من خلال المؤسسات الفندقية وشركات الطيران والنقل البحري ووكالات السياحة، وحتى يقوم القطاع السياحي بدوره على احسن وجه، لابد من توفير بعض الشروط وإيجاد الظروف الملائمة من اجل ممارسة القطاع السياحي دوره بكل فعالية وتنافسية مع الدول الأخرى، وهذا ما نحرص على القيام به من خلال هذه الدراسة لاستكشاف وتحليل اهم العوامل المؤثرة على اداء القطاع السياحي في الجزائر حتى يقوم بدوره في تحقيق التنوع الاقتصادي وإيجاد موارد جديدة للعملة الصعبة بعيدا عن قطاع المحروقات.

الاشكالية: ما مدى تأثير القطاع الفندقي والسياسة السياحية الحكومية والبنية التحتية على اداء القطاع السياحي في الجزائر.

### الفرضيات:

**الفرضية الرئيسية:** يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للقطاع الفندقية، والسياسة السياحية الحكومية، والبنية التحتية السياحية على اداء القطاع السياحي في الجزائر.

**الفرضية الفرعية الأولى:** يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للقطاع الفندقية على اداء القطاع السياحي في الجزائر.

**الفرضية الفرعية الثانية:** يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للسياسة السياحية الحكومية على اداء القطاع السياحي في الجزائر.

**الفرضية الفرعية الثالثة:** يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للبنية التحتية السياحية على اداء القطاع السياحي في الجزائر.

### اهمية البحث:

تستمد اهمية البحث من اهمية الموضوع بذاته حيث اصبحت السياحة تلعب دورا اساسيا في احداث التنمية الاقتصادية والمساهمة في التنوع الاقتصادي لكثير من الدول كما انها تساهم في جلب العملة الصعبة لها، حيث ان كثير من الدول المهتمة بصناعة السياحة قامت بتطوير البنية التحتية مثل الفنادق، الطرقات السريعة ووسائل النقل الحديثة وتطوير المواني والمطارات باعتبارها عوامل مهمة لنجاح القطاع السياحي، وهذا ما ينعكس بشكل ايجابي على المواطن.

اهداف البحث يهدف هذا البحث الى ما يلي:

- التعريف بقطاع السياحة وأهميته بالنسبة للاقتصاد الوطني ومقارنة ذلك بالدول الاخرى .
- دراسة واقع التنافسية السياحية في الجزائر مقارنة ببعض دول العالم .
- تحليل البنية التحتية السياحية في الجزائر.

### الدراسات السابقة:

**دراسة Khanalizadeh and Ranjandish , (2019)** :هدفت هذه الدراسة إلى بحث العوامل التي تؤثر على جذب السياح الدوليين إلى إيران للفترة بين 1983 إلى 2015 تم استخدام نموذج (ARDL) لتقدير آثار النمو الاقتصادي، وتطوير الفنادق، وسعر الصرف الحقيقي على صناعة السياحة. أظهرت نتائج هذه الدراسة أن هناك تأثير للتطوير الفندقي، وسعر الصرف الحقيقي، والنتائج المحلي الإجمالي الحقيقي على السياحة الدولية في إيران على المدى الطويل والقصير. كما اشارت هذه الدراسة الى أن تطوير الفنادق يمكن أن يزيد على المدى القصير والطويل من عدد السياحة الدولية إلى إيران.

**دراسة Masadeh , et al. , (2017)** :هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر التطوير الفندقي على التنمية السياحية المستدامة في فنادق العقبة الواقعة في الأردن، حيث تم توزيع استبيان على 170 فرد ويتضمن 44 فقرة وتم إجراء تحليلات انحدار بسيط واختبار T و ANOVA لاختبار فرضيات البحث. اشارت نتائج الدراسة الى وجود تأثير إيجابي كبير لتطوير الفنادق على التنمية السياحية المستدامة. وكشفت النتائج أيضا أنه لا يوجد فرق كبير في تأثير تطوير الفنادق على التنمية السياحية المستدامة يمكن أن يعزى إلى الجنس. كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير تطوير الفنادق على التنمية السياحية المستدامة لصالح العمر والمستوى التعليمي والدخل الشخصي ووضع العمل وتصنيف الفندق.

**دراسة Almomani1 , et al. , (2017)** :هدفت هذه الدراسة إلى تحليل آثار الحفاظ على البيئة، والتكنولوجيا المتقدمة، وصورة الفندق، وجودة الخدمة الفندقية على ولاء السياح. تم تحليل بيانات 193 استبياناً يحتوي على 48 سؤالاً بغرض جمع المعلومات من الضيوف في فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة الواقعة في الأردن، تم إجراء تحليل الانحدار المتعدد لاختبار فرضيات البحث. كشفت نتائج هذه الدراسة عن وجود تأثير كبير للحفاظ على البيئة، وصورة الفندق، وجودة الخدمة على ولاء السياح، في حين أن التكنولوجيا المتقدمة ليس لها تأثير كبير التأثير عليهم.

**دراسة Seetanah , et al. , (2011)** :هدفت هذه الدراسة الى تحليل أهمية البنية التحتية كعامل مهم في تطوير الوجهة السياحية لجزيرة موريشيوس

وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن السياح يتأثرون كثيرا بالبنية التحتية للجزيرة، وخاصة من أوروبا وأمريكا وآسيا. كما توصلت هذه الدراسة الى ان البنية التحتية السياحية ودخل السياح والأسعار النسبية مكونات لزيادة الطلب السياحي. كما اشارت هذه الدراسة الى دور السياسة الحكومية في تطوير القطاع السياحي من خلال بذل جهود تسويقية كبيرة على المستوى الدولي.

## 2. - مفاهيم عامة حول السياحة:

### 1.2. - تعريف السياحة:

هي التفاعلات الاقتصادية المباشرة والغير المباشرة الناجمة عن وصول زوار من خارج الدولة الى اقليم او دولة اخرى بعيدة عن موطنهم الاصلي وتوفر لهم هذه الدولة الخدمات المختلفة التي يحتاجونها خلال اقامتهم وتساهم هذه الخدمات في اشباع رغباته المختلفة. وحسب منظمة السياحة العالمية فان السياحة هي مجموعة من النشاطات التي يقوم بها اشخاص مثل نشاط السفر والإقامة في اماكن بعيدة او خارج البيئة الاعتيادية التي يعيشون فيها لمدة لا تزيد عن سنة متتالية ويكون ذلك بهدف التسلية او العمل او اي نشاطات اخرى ليست ذات علاقة بالنشاط الذي يمارسه الشخص داخل بيئته الاصلية . كما اشارت اللجنة الاجتماعية والاقتصادية لغربي اسيا ESCWA التابعة للأمم المتحدة فان السياحة هي اي شخص يقوم برحلة بين دولتين او اكثر لمدة تزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة وذلك بغرض قضاء عطلة او وقت فراغ او ممارسة اعمال معينة او للتجارة او لأية اغراض اخرى(النسور،2008،ص ص 23 -24).

وهناك من يعرف السياحة بأنها عبارة عن انتقال الافراد بشكل مؤقت الى اماكن خارج محلات سكنهم او اعمالهم الاعتيادية، والنشاطات التي يقوم بها خلال الإقامة في تلك الأماكن، والوسائل التي توفر اشباع حاجاتهم (المساعد،2006،ص 214). وهي ايضا مجموعة من العلاقات والظواهر التي تنشأ من السفر والإقامة المؤقتة طالما انها لا تؤدي الى اقامة دائمة، ولا تتضمن اي نشاط للكسب المادي(عبد الرحيم،2012،ص 55).

والسياحة هي حركة مؤقتة وقصيرة المدى للأفراد إلى الوجهة التي تقع خارج الأماكن التي يعيشون ويعملون فيها عادة (Tuhin and Tofael,2011,pp 287-298). وأخيرا السياحة هي ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية تنطوي

على حركة الناس إلى بلدان أو أماكن خارج نطاق بيئتها المعتادة لأغراض شخصية أو تجارية أو مهنية وهي نشاط ترفيهي، وتشمل صناعة السياحة جميع الأنشطة الاجتماعية الاقتصادية التي تشارك بشكل مباشر أو غير مباشر في تقديم الخدمات للسياح (Hasan and Jobaid,2014,pp40-48). كما تتعدد أغراض السياحة إما من أجل التمتع بالمناظر الطبيعية أو للأغراض التالية: رياضية، المغامرة، العلاج، زيارة الأماكن الدينية (الطائي،2014، ص 182).

## 2.2. - خصائص الطلب السياحي: (الحديد،2010،ص 139)

(الطائي،2014،ص 200)

- الحساسية الشديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والطبيعية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة.
  - قابلية الطلب السياحي للتغير تبعاً لأسعار الخدمات السياحية السائدة في الدول المستقبلية للسائحين.
  - يميل الطلب السياحي للتوسع والزيادة سنوياً ولكن ليس بمعدلات ثابتة.
  - الموسمية أي ارتفاع الطلب السياحي في أوقات معينة مرتبطة بالأعياد ومواسم معينة.
  - الخدمات السياحية هي خدمات تتسم بالفناء ولا يمكن تخزينها ولا امتلاكها.
  - الخدمات السياحية هي خدمات غير ملموسة ويصعب وصف المنافع والتسهيلات الموجودة في المقصد السياحي أو الفندق أو المطعم.
  - الخدمات السياحية هي متغيرة الخواص حيث يختلف تقديم وتقييم الخدمة من فرد لآخر.
  - تتسم الخدمات السياحية أنه لا يمكن نقلها إلى حيث يتواجد الزبون.
  - العلاقة التفاعلية بين مقدمي الخدمة والزبائن حيث يجب تواجد مقدم الخدمة والمستفيد منها في نفس الزمان والمكان.
- ## 3. - أهم مقومات نجاح القطاع السياحي:

سنحاول من خلال هذه الفقرة طرح اهم المقومات التي من شأنها توفير الظروف الأساسية لتفعيل دور السياحة حيث يوجد عدة عوامل اخرى يمكنها ان تؤثر على القطاع السياحي إلا اننا سنقتصر على ذكر بعضها.

### 1.3 - دراسة السوق السياحية:

يعتبر السوق السياحي احد منافذ التوزيع التي تعتمد عليها الدولة لذلك فان دراسة هذا السوق تعتبر من المهام الاساسية التي يقوم بها جهاز التسويق السياحي للتعرف على حجم هذه السوق وقدرته على تنمية الطلب السياحي فيه وتتضمن هذه الدراسة العناصر التالية : (الحديد،2010،ص94)

- الوضع الاقتصادي للسوق السياحي.
- الخصائص الاجتماعية للسوق السياحي.
- الوضع السياسي في السوق السياحي.
- حجم الفرص المتاحة بالسوق السياحي.
- الموقع الجغرافي ومدى قربه أو بعده عن الدولة.
- اجراء الدراسة السكانية لمجتمع هذا السوق والتقسيمات الرئيسية له من حيث الدخل والمهنة و الجنس والسن .

### 2.3 - تطوير وتحسين البنية التحتية للسياحة:

انطلاقا من المؤشرات الصادرة عن تقارير الهيئات الدولية المهتمة بالشأن السياحي يتبين ان الدول التي حازت على المراتب الاولى في مجال مؤشرات التنافسية السياحية كان لديها قاسم مشترك ألا وهو الاهتمام بالبنية التحتية للسياحة حيث تتمثل مكونات البنية التحتية للخدمات السياحية فيما يلي :

1.2.3 - المرافق الأساسية:وتتمثل في: (الحديد،2010،ص133) شبكات الطرق والجسور، شبكات المياه والصرف الصحي، شبكات الكهرباء، شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية، المراكز الصحية والعلاجية، البنوك، النوادي الرياضية والاجتماعية، شركات الطيران والملاحة البحرية.

1.2.3 - المرافق السياحية: المنشآت الفندقية. بيوت الشباب، المحلات السياحية مثل المطاعم، الشركات السياحية وشركات النقل السياحية، محلات بيع السلع والهدايا، شركات ومكاتب تأجير السيارات.

### 3.3 - التسويق السياحي:

هو ذلك النشاط الاداري والفضي الذي تقوم به المنظمات والمنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها لتحديد الاسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف تنمية الحركة السياحية القادمة، وتحقيق اكبر قدر ممكن من الايرادات السياحية(عبد الرحيم، 2012، ص58)، وهي ايضا كافة الجهود والأنشطة المنظمة والتي يتم تأديتها بتناغم مدروس من طرف كافة مقدمي الخدمة السياحية بأجزائها المختلفة، والتي تهدف الى اشباع اذواق المتلقين او الراغبين في السياحة بشتى صورها(عبيدات،2008، ص 129). وقد رأى Jobber بان مفهوم التسويق السياحي يتطلب الاهتمام بثلاثة عناصر اساسية تتمثل في التوجه نحو الزبائن وتوفر المنظمة التي تقوم بترجمة وتنفيذ التوجه السابق وأخيرا تحقيق الرفاهية الاجتماعية لهؤلاء الزبائن على المدى الطويل(الحديد،2010،ص 84)، والتسويق السياحي هو جهد متكامل لإرضاء السياح من خلال إتاحة أفضل الخدمات لهم، كما انه اداة لتحويل السياح المحتملين إلى السياح الفعلين. (Hasan and Jobaid,2014,pp 40-48).

#### 4. - أهمية وواقع السياحة في الجزائر مقارنة ببعض الدول

##### 1.4. - أهمية القطاع السياحي في الجزائر مقارنة ببعض الدول:

لقد عرف العالم في السنوات الاخيرة ارتفاعا كبيرا لعدد السياح، حيث انتقل عدد السياح من 25 مليون سائح الى 1.2 مليار سائح في الفترة ما بين 1950 و2016. ومع وجود 1.8 مليار سائح دولي متوقع بحلول عام 2030، فإن القطاع السياحي لديه القدرة على لعب دور رئيسي في خلق فرص عمل كثيرة والمساعدة في بناء الجسور بين الناس والثقافات. وفي عام 2017 واصلت صناعة السفر والسياحة إحداث تغيير حقيقي في حياة الملايين من الناس من خلال دفع عجلة النمو وخلق فرص العمل والحد من الفقر وتعزيز التنمية والتسامح. وقد ساهمت هذه الصناعة بمبلغ 7.6 تريليون دولار أمريكي في الاقتصاد العالمي(2.10٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي) وولدت 292 مليون وظيفة (وظيفة واحدة من بين 10 وظائف على كوكب الأرض) في عام 2016، وبلغ عدد السياح 1.2 مليار في عام 2016، بزيادة قدرها 46 مليون مقارنة بعام 2015 ومن المتوقع أن تستمر هذه الأرقام الواعدة في الزيادة في العقد المقبل. وقد أظهرت الأبحاث أنه مقابل توجه 30 سائح جديد إلى مقصد سياحي محدد يؤدي الى



إنشاء وظيفة جديدة، كما ان فرصة عمل واحدة في صناعة السياحة الأساسية تولد نحو 5.5 وظيفة إضافية غير مباشر في القطاعات المرتبطة بقطاع السياحة (world economic forum,2017). كما أصبحت صناعة السفر والسياحة اليوم تقريبا تستوعب حوالي ضعف عدد النساء العاملات في القطاعات الأخرى، وتمثل صناعة السياحة حوالي 30% من صادرات الخدمات العالمية، كما تمثل أكبر فئة تصديرية في البلدان النامية، وهي عبارة عن مولد عمالة هائل (منظمة العمل الدولية، 2013).

وكما هو موضح في الجدول رقم (01) فان مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني مقارنة ببعض الدول مثل تونس، المغرب، تركيا هي دون المستوى. حيث بلغت إيرادات تركيا من السياحة حوالي 75% من مداخيل الجزائر من البترول لسنة 2017، كما ان قيمة الناتج المحلي للسياحة التركية يمثل حوالي ست مرات الناتج المحلي للسياحة في الجزائر.

#### جدول 1. مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية لبعض الدول (سنة 2017)

المؤشرات	الجزائر	تونس	المغرب	تركيا
عدد السياح	71 مليون	45 مليون	10 ملايين	40 مليون
إيرادات السياحة	307 مليون \$	4.1 مليار \$	850 مليون \$	6.26 مليار \$
قيمة الناتج المحلي لقطاع السياحة	950 مليون \$	5.2 مليار \$	770 مليون \$	9.35 مليار \$
مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي	3.5%	5.8%	7.7%	5.0%
عدد العمال في قطاع السياحة	327306	185290	731525	599870
حجم اليد العاملة في مجال السياحة بالنسبة للعدد الاجمالي لليد العاملة	3.0%	5.3%	6.8%	2.3%

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي حول التنافسية

السياحية الدولية لسنة 2017.

#### 2.4 . - واقع التنافسية السياحية في الجزائر مقارنة ببعض الدول:

حسب الجدول رقم (02) فان الجزائر احتلت المرتبة الاخيرة بالنسبة لبعض المؤشرات السياحية مقارنة ببعض الدول، حيث عرف حجم الانفاق الحكومي في مجال السياحة تأخرا كبيرا وهذا نظرا لعدم ادراج الحكومة الجزائرية قطاع السياحة ضمن اولوياتها الاستثمارية، وبالرغم من ان الجزائر تمتلك على عدد كبير من المواقع الطبيعية والثقافية المصنفة ضمن التراث العالمي، إلا انه نظرا لضعف فعالية التسويق السياحي فان هذه المواقع لم تستطع جذب عدد كبير من السياح والزوار.

جدول 2. مؤشرات التنافسية السياحية للجزائر مقارنة ببعض دول العالم لسنة 2017 .

المؤشرات	الجزائر	تونس	المغرب	تركيا
الترتيب العام للتنافسية السياحية	118	87	65	44
حجم الانفاق الحكومي على السياحة	123	19	59	132
فعالية التسويق الحكومي السياحي	127	101	42	66

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي حول التنافسية السياحية الدولية لسنة 2017.

#### 3.4 . - واقع القطاع الفندقية في الجزائر:

حسب الجدول رقم (03) فانه نلاحظ ان الجزائر تحتل مراتب متأخرة في مجال البنية التحتية المرتبطة بالمجال السياحي، حيث عرف قطاع الفنادق والمتمثل في مؤشر عدد غرف الفنادق تصنيف متأخر مقارنة بالدول الاخرى، بينما عرفت تونس تقدما كبيرا في هذا المجال، والجدير بالذكر ان الترتيب الجيد للدول في مجال التنافسية السياحية حسب تقرير التنافسية للسياحة والسفر هو مرتبط بشكل كبير بمدى تقدم الدول في مجال البنية التحتية المرتبطة بالقطاع السياحي مثل المطارات والموانئ وعدد ونوعية الفنادق.

جدول 3. ترتيب الدول حسب مؤشرات تنافسية القطاع الفندقية لسنة 2017 .

المؤشرات	الجزا	تونس	المغرب	ترك
جودة الخدمة الفندقية	132	80	47	20
درجة رضا الزبائن عن الخدمات الفندقية	128	95	74	39
الميزة التنافسية لأسعار الفنادق	66	9	37	27
عدد غرف الفنادق (بالنسبة ل100 نسمة)	111	30	81	64

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي حول التنافسية السياحية الدولية لسنة 2017.

وحسب الجدول رقم (03) فان ترتيب الجزائر في مجال القطاع الفندقية هو متأخر جدا مقارنة مع بقية الدول وخاصة في مجال تنافسية اسعار الفنادق حيث تعرف اسعار الفنادق في الجزائر ارتفاعا كبيرا مقارنة ببقية الدول بينما تميزت الفنادق في تونس بأنها الاقل سعرا مقارنة بالمغرب وتركيا. كما عرفت جودة الخدمات الفندقية في الجزائر مرتبة متأخرة مقارنة ببقية الدول. وحسب الجدول رقم (03) فان هناك انعكاس كبير لمستوى جودة الخدمات الفندقية والميزة التنافسية لأسعار الفنادق على مستوى رضا الزبائن عن الخدمات الفندقية حيث عرفت الجزائر في هذا المجال مرتبة متأخرة مقارنة ببقية الدول .

#### 5. - الدراسة الميدانية

##### 1.5. - عينة الدراسة:

تتكون عينة البحث من 110 فرد وتم التركيز من خلال هذه الدراسة على استهداف وكالات السياحة باعتبارها اكثر المؤسسات اهتماما وتأثرا بالقطاع الفندقية في الجزائر حيث توجهنا الى 25 وكالة سياحة وشكلت هذه الفئة 23% من عينة البحث، وتم تسليم هذا الاستبيان بشكل مباشر الى وكالات السياحة والسفر اثناء مشاركتهم في الصالون الدولي للسياحة والأسفار الذي انعقد بولاية بوههران من 26 الى 29 فبراير 2020، الى جانب هذه الفئة تم الاعتماد في اختيار عينة البحث على فئة الموظفين وبشكل خاص الاساتذة الجامعيين باعتبارهم من المستهلكين للخدمات الفندقية اثناء تنقلاتهم خلال الملتقيات والمؤتمرات المنعقدة في الجزائر وكان عددهم 35 اي بنسبة 32% من عينة

البحث، وتم ارسال استبيان الكتروني اليهم إلا ان درجة الاستجابة لم تكن في المستوى المطلوب، الى جانب هذه الفئات تم ايضا استهداف فئة طلبة الدكتوراه والماستر الذين يزاولون دراستهم ضمن تخصص تسويق الخدمات بجامعة سعيدة، حيث بلغ عددهم 50 طالب اي بنسبة 45% من عينة البحث، وقد بلغت نسبة الاناث 40% من عينة البحث والذكور 60%.

#### جدول 4. خصائص افراد العينة (وكالات السياحة)

المتغيرات	البيانات	التكرارات	النسبة المئوية
الاقدمية	من سنة الى 05 سنوات	14	56%
	من 06 سنوات الى 09 سنوات	04	16%
	اكثر من 10 سنوات	07	28%
عدد الرحلات السياحية المنظمة	لا يوجد	12	48%
	من 1 الى 5 رحلات	08	32%
	من 5 الى 10 رحلات	05	20%

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من برنامج spss.

#### جدول 5. خصائص افراد العينة ( باستثناء وكالات السياحة )

المتغيرات	البيانات	التكرارات	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	51	60%
	انثى	34	40%
العمر	من 20 سنة الى 25 سنة	30	35%
	من 26 سنة الى 30 سنة	20	23%
	اكثر من 30 سنة	35	42%
الوظيفة	طالب	50	59%
	موظف	35	41%

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من برنامج spss.

#### 2.5. - اداة الدراسة:

تتمثل اداة الدراسة في استبيان تم توزيعه بشكل مباشر الى وكالات السياحة والبعض الاخر تم توزيعه على شكل استبيان الكتروني على مجموعة من الاساتذة الجامعيين وطلبة الدكتوراه، ويتكون هذا الاستبيان من قسمين:  
**القسم الاول:** يتضمن البيانات الشخصية وتم التركيز على الجنس والعمر والوظيفة.

**القسم الثاني:** يتضمن مجموعة من المحاور على النحو التالي: محور القطاع الفندقية (تضمن 07 فقرات)، ومحور البنية التحتية (تضمن 07 فقرات)، ومحور السياسة السياحية الحكومية (تضمن 03 فقرات)، ومحور اداء القطاع السياحي في الجزائر (تضمن 04 فقرات)، ومن اجل تحديد عبارات هذه المحاور تم الاستعانة بتقرير تنافسية السياحة والسفر لسنة 2017 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي.

2.5. - اساليب المعالجة الاحصائية: من اجل معالجة بيانات الدراسة تم استخدام البرنامج الاحصائي للعلوم الاجتماعية spss كما تم الاعتماد على الاساليب الاحصائية التالية: اختبار الفا كرونباغ لقياس ثبات وصدق اداة الدراسة، نموذج الانحدار البسيط، خريطة الأهمية - الاداء باستخدام برنامج Smart Pls .

#### 6. - نتائج الدراسة:

##### 1.6. - قياس موثوقية وثبات اداة الدراسة:

لقياس درجة ثبات أداة الدراسة تم استخدام طريقة Cronbach's Alpha (كرونباخ ألفا) والتي تعتمد على الاتساق الداخلي وتعطي فكرة عن اتساق الأسئلة مع بعضها البعض ومع كل الأسئلة بصفة عامة والتي يمكن الحصول عليها من خلال برنامج Spss، وحسب الجدول رقم (06) فان قيمة معامل ألفا ل Cronbach لمحاور متغيرات الدراسة هي اكبر من 0.6، وهي القيمة المثالية لهذا المعامل ومنه يمكن الاعتماد على مقاييس هذه الدراسة باعتبار أنها تتضمن جانب كبير من الدقة والموثوقية.

## جدول 6. قياس موثوقية وثبات اداة الدراسة

المحاور	قيمة معامل الفا
القطاع الفندقى	.7900
السياسة السياحية الحكومية	.7990
البنية التحتية للقطاع السياحى	.8140
اداء القطاع السياحى	.8840
جميع المحاور	.8400

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من برنامج spss.

## 2.6. - تحليل نتائج محاور الدراسة:

1.2.6. - تحليل اتجاهات تقييم افراد عينة البحث لمحور القطاع الفندقى:  
من خلال الجدول رقم (07) يتبين أن أغلب اتجاهات افراد عينة البحث كانت اقل من متوسط القياس 3 حيث ان متوسط محور القطاع الفندقى كان مساويا ل 872. كما ان اغلب فقرات هذا المحور كانت اقل من متوسط القياس 3 حيث عرفت فقرة HOT7 على ادنى تقييم ضمن هذا المحور حيث اعتبر افراد عينة البحث ان الفنادق في الجزائر لا تقدم خدمات ذات جودة عالية ونفس الامر ينطبق على تقييم فقرة HOT6 حيث اعتبر افراد عينة البحث ان الجزائر لا تمتلك العدد الكافي من الفنادق ذات التصنيف العالى ( اربع نجوم) والتي يمكن ان تساهم في تلبية حاجات السائح الأجنبي او المحلي، وهذا نظرا للمساحة الجغرافية الكبيرة التي تتمتع بها الجزائر، وفي المقابل حازت بعض فقرات محور القطاع الفندقى على تقييم متوسط مثل فقرة HOT4 حيث اعتبر افراد عينة البحث ان اغلب الفنادق في الجزائر تستخدم التكنولوجيات الحديثة للإعلان او التواصل مع الزبائن مثل الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعى وخاصة الفايبربوك.

## جدول 7. تقييم افراد عينة البحث لمحور القطاع الفندقى

المحور	رموز المتغيرات	المتوسط الحسابى	قيمة T	مستوى الدلالة
القطاع الفندقى	HOT1	.76362	-2.114	.0370
	HOT2	3.1364	1.163	0.248
	HOT3	2.8909	-1.215	0.227
	HOT4	3.5818	5.370	0.000
	HOT5	2.6545	-2.669	0.009
	HOT6	2.5818	-3.464	0.001
	HOT7	2.5455	-4.248	0.000
متوسط محور القطاع الفندقى		2.87	-1.8	0.074

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من برنامج SPSS.

## 2.2.6 - تحليل اتجاهات تقييم افراد عينة البحث لمحور السياسة السياحية

الحكومية:

حسب الجدول رقم (08) فانه يمكن القول ان متوسط محور السياسة السياحية الحكومية حاز على ادنى تقييم نظرا لان متوسط هذا المحور كان مساويا ل382. وهو تقييم متدنى جدا مقارنة بالمحاور الاخرى، وعرفت فقرة GOV2 ادنى تقييم حيث اعتبر افراد عينة البحث ان الحكومة لا تقوم بجهود كافية لتطوير السياحة في الجزائر، في حين تم اتفاق افراد عينة البحث على ان الجزائر لا تقدم التسهيلات اللازمة لقدم السياح الى الجزائر ضمن تقييمهم لفقرة GOV3 حيث اعتبر افراد عينة البحث ان هناك صعوبة في الحصول على تأشيرة لدخول السياح الى الجزائر وهو ما يقيس درجة انفتاح الدولة على العالم الخارجى، وفي المقابل اعتبر افراد عينة البحث ان الحكومة الجزائر لا تقوم بحملات تسويقية فعالة للترويج للسياحة بالجزائر.

## جدول 8. تقييم افراد عينة البحث لمحور السياسة السياحية الحكومي

المحور	رموز المتغيرات	المتوسط الحسابي	قيمة T	مستوى الدلالة
السياسة السياحية الحكومية	GOV1	2.4000	-6.253	0.000
	GOV2	2.3636	-5.987	0.000
	GOV3	2.3818	-5.386	0.000
متوسط محور السياسة السياحية الحكومية		2.38	-7.42	0.000

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من برنامج SPSS.

### 3.2.6. - تحليل اتجاهات تقييم افراد عينة البحث لمحور البنية التحتية السياحية:

من وجهة نظر افراد عينة البحث فان البنية التحتية المرتبطة بالقطاع السياحي هي دون المستوى المطلوب كما أنها تعرف تأخرا كبيرا وخلال جوهريا والدليل على ذلك أن كل فقرات هذا المحور كانت اقل من متوسط الحساب 3، الى جانب أن أغلب اتجاهات تقييم افراد عينة البحث لفقرات هذا المحور كانت متدنية جدا وضمن هذا الاتجاه حازت فقرة INFRA5 على ادنى تقييم حيث اعتبر افراد عينة البحث ان الجزائر لا تمتلك وسائل النقل الحديثة وذات الجودة العالية مثل الحافلات والقطارات، كما انها لا تمتلك القطارات السريعة TGV وذلك اذا اخذنا بعين الاعتبار ان السائح المحلي أو الاجنبي يرغب في التمتع بالمناظر الطبيعية للبلد المستضيف من خلاله سفره عبر الحافلات او القطارات، في حين عرفت فقرة INFRA1 تقييما مماثلا حيث يرى افراد عينة البحث ان الجزائر لا تمتلك المطارات والمواني المؤهلة لاستقبال السياح الاجانب او المحليين، ولا تتمتع بالشكل الجمالي للمطارات الحديثة ولا تستخدم التكنولوجيا الحديثة، وفي نفس الاطار اتجه افراد عينة البحث في تقييم لفقرات هذا البعد حيث اعتبرت ان الجزائر لا تمتلك العدد الكافي من الطائرات لنقل السياح الى جانب غياب معدات الصراف الالي ATM والذي يعبر عن تأخر الجزائر في مجال التكنولوجيا المالية.



## جدول 9. تقييم افراد عينة البحث لمحور البنية التحتية السياحية

المحور	رموز المتغيرات	المتوسط الحسابي	قيمة T	مستوى الدلالة
البنية التحتية السياحية	INFR1	.29092	-7.127	.0000
	INFR2	.46362	-4.806	.0000
	INFR3	.53642	-4.332	.0000
	INFR4	.64552	-3.364	.0010
	INFR5	.12732	-8.574	.0000
	INFR6	.76362	-2.173	.0320
	INFR7	.47272	-5.036	.0000
متوسط محور البنية التحتية السياحية		.472	.47-7	.0000

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من برنامج spss.

## 4.2.6. - تحليل اتجاهات تقييم افراد عينة البحث لمحور اداء القطاع

السياحي في الجزائر:

حسب الجدول رقم (10) فان متوسط اجابات افراد عينة البحث على اسئلة هذا المحور كان اقل من متوسط الحساب 3, كما عرفت اجابات افراد عينة البحث على اسئلة محور اداء القطاع السياحي في الجزائر اتجاها متدنيا، حيث حازت فقرة PERFTS1 على ادنى تقييم واعتبر افراد عينة البحث ان درجة اقبال السياح على وجهة الجزائر قليل وهذا مقارنة مع بعض دول العالم وخاصة بالمقارنة مع الدول المجاورة مثل تونس والمغرب، ونفس التقييم ينطبق على بقية فقرات محور اداء القطاع السياحي في الجزائر حيث يرى افراد عينة البحث ان القطاع السياحي لا يساهم في جلب العملة الصعبة كما انه لا يساهم في تحقيق التنوع الاقتصادي بدرجة كبيرة الى جانب عدم قدرة القطاع السياحي في تحقيق الإضافة في مجال ايجاد مناصب العمل.

## جدول 10 . تقييم افراد عينة البحث لمحور اداء القطاع السياحي في الجزائر

المحور	رموز المتغيرات	المتوسط الحسابي	قيمة T	مستوى الدلالة
اداء القطاع السياحي	PERFTS1	.32732	-6.266-	0.000
	PERFTS2	.62732	-2.888-	.0050
	PERFTS3	.93642	-.519-	.6050
	PERFTS4	.92732	-.588-	.5580
متوسط اداء القطاع السياحي		.72	.22-3	.0020

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من برنامج spss.

3.6. - نتائج اختبار الفرضيات:

1.3.6. - اختبار الفرضية الرئيسية:

حسب الجدول رقم (11) فان قيمة F تساوي 323. ومستوى الدلالة يساوي 0.000. وهو اقل من 0.050. وهذا ما يدعم صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية، كما تبين من خلال الجدول رقم (11) أن المتغيرات التالية وهي مجتمعة والمتمثلة في: القطاع الفندقي والسياسة السياحية الحكومية والبنية التحتية السياحية لها تأثير ذو دلالة احصائية على اداء القطاع السياحي في الجزائر، وهذا نظرا لان مستوى الدلالة يساوي 0.000. وهو اقل من 0.050. كما ان قيمة  $B=6380$ ، وبناء عليه نقبل الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على انه يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للقطاع الفندقي والسياسة السياحية الحكومية والبنية التحتية على أداء القطاع السياحي في الجزائر.

وحسب الجدول رقم (11) فان قيمة  $R^2=0.178$  وهذا يعني ان المتغيرات التالية وهي مجتمعة والمتمثلة في: القطاع الفندقي والسياسة السياحية الحكومية والبنية التحتية السياحية استطاعت تفسير التباين الحاصل في اداء القطاع السياحي بالجزائر بنسبة 17% وهي نسبة يمكن القول انها منطقية نظرا لمحدودية عدد متغيرات الدراسة، بينما ترجع بقية نسبة التفسير الى عوامل اخرى وهي كثيرة نظرا لأهمية هذا الموضوع وارتباطه بمتغيرات اقتصادية كلية مثل حجم الانفاق الكلي على قطاع السياحة الى جانب تأثير معدل الصرف وطبيعة النموذج الاقتصادي المتبع في الجزائر والذي لا يعتبر القطاع السياحي

ضمن اولوياته الاقتصادية نظرا لاعتماده الكبير على المحروقات. كما تضمن الجدول رقم (06) قيمة معامل  $B=0.638$  والتي يمكن ان نفسر من خلاله ان زيادة اهتمام الحكومة بهذه العوامل والمتمثلة في القطاع الفندقي والسياسة السياحية الحكومية والبنية التحتية السياحية بنسبة 100% يؤدي الى زيادة وتحسين اداء القطاع السياحي بنسبة 63%8. ويبقى هذا مجرد تقدير في حدود العينة المدروسة إلا أنه يمكن ان يوضح دلالة وأهمية اهتمام الحكومة بهذه العوامل من اجل تنشيط وتحسين اداء القطاع السياحي في الجزائر.

#### جدول 11. نتائج اختبار صحة فرضيات الدراسة.

الفرضيات	معامل التحديد $R^2$	اختبار F	معامل الانحدار الغير	معامل الانحدار المعيارية	قيمة SIG
الفرضية الرئيسية	0.178	23.3	0.638	0.421	0.000
الفرضية الفرعية الاولى	0.152	19.4	0.533	0.390	0.000
الفرضية الفرعية الثانية	0.127	15.7	0.392	0.356	0.000
الفرضية الفرعية الثالثة	0.092	11	0.408	0.304	0.001

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من برنامج spss.

#### 2.3.6. - اختبار الفرضية الفرعية الاولى:

حسب الجدول رقم (11) فان قيمة F تساوي 419. ومستوى الدلالة يساوي 0.000. وهو اقل من 0.050. وهذا ما يدعم صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الاولى، كما تبين من خلال الجدول رقم (11) ان المتغير المستقل والمتمثل في:القطاع الفندقي له تأثير ذو دلالة احصائية على اداء القطاع السياحي في الجزائر، وهذا نظرا لان مستوى الدلالة يساوي 0.000. وهو اقل من 0.050. كما ان قيمة  $B=0.5330$ ، وبناء عليه نقبل الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على انه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للقطاع الفندقي على أداء القطاع السياحي في الجزائر. وتتوافق هذه النتيجة مع الدراسات التالية : (JOVANOVIĆ ; 2017 Almomani ,et al., ;2017 Masadeh , et al., ,2016; and ILIĆ Khanalizadeh and Ranjandish) وحسب الجدول رقم (11) فان قيمة

$R^2=0.152$  وهذا يعني ان المتغير المستقل والمتمثل في: القطاع الفندقى استطاع تفسير التباين الحاصل في اداء القطاع السياحي بالجزائر بنسبة 15% .2، كما تضمن الجدول رقم (11) قيمة معامل  $B=0.533$  ، ويمكن ان نفسر من خلال هذه القيمة ان زيادة اهتمام الحكومة بالقطاع الفندقى بنسبة 100% يؤدي الى زيادة وتحسين اداء القطاع السياحي بنسبة 53% .3.

### 3.3.6. - اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

حسب الجدول رقم (11) فان قيمة F تساوي 715. ومستوى الدلالة يساوي 0000. وهو اقل من 050. وهذا ما يدعم صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثانية، كما تبين من خلال الجدول رقم (11) ان المتغير المستقل والمتمثل في: السياسة السياحية الحكومية له تأثير ذو دلالة احصائية على اداء القطاع السياحي في الجزائر، وهذا نظرا لان مستوى الدلالة يساوي 0000. وهو اقل من 050. كما ان قيمة  $B=3920$ ، وبناء عليه نقبل الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على انه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للسياسة السياحية الحكومية على اداء القطاع السياحي في الجزائر. وتتوافق هذه النتيجة مع الدراسات التالية: (Seetanaah , et al., 2011; Vujko and Gajić, 2014). وحسب الجدول رقم (11) فان قيمة  $R^2=0.127$  وهذا يعني ان المتغير المستقل والمتمثل في: السياسة السياحية الحكومية استطاع تفسير التباين الحاصل في اداء القطاع السياحي بالجزائر بنسبة 12% .7، كما تضمن الجدول رقم (11) قيمة معامل  $B=0.392$  ، ويمكن ان نفسر من خلال هذه القيمة ان زيادة اهتمام الحكومة بالقطاع السياحي في الجزائر بنسبة 100% يؤدي الى زيادة وتحسين أداء القطاع السياحي بنسبة 39% ..2.

### 4.3.6. - اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

حسب الجدول رقم (11) فان قيمة F تساوي 11 ومستوى الدلالة يساوي 0010. وهو اقل من 050. وهذا ما يدعم صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة، كما تبين من خلال الجدول رقم (11) أن المتغير المستقل والمتمثل في: البنية التحتية السياحية له تأثير ذو دلالة احصائية على أداء القطاع السياحي في الجزائر، وهذا نظرا لان مستوى الدلالة يساوي 0000. وهو اقل من 0010. كما ان قيمة  $B=4080$ ، وبناء عليه نقبل الفرضية الفرعية الثالثة التي

تنص على انه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للبنية التحتية السياحية على أداء القطاع السياحي في الجزائر.

وتتوافق هذه النتيجة مع الدراسات التالية: JOVANOVIĆ and 2006; (Boopen, Seetana et al., 2011; ILIĆ, 2016; Kachniewska, 2015) وحسب الجدول رقم (11) فان قيمة  $R^2=0.092$  وهذا يعني ان المتغير المستقل والمتمثل في: البنية التحتية السياحية استطاع تفسير التباين الحاصل في أداء القطاع السياحي بالجزائر بنسبة 9%، كما تضمن الجدول رقم (11) قيمة معامل  $B=0.408$ ، ويمكن ان نفسر من خلال هذه القيمة ان زيادة اهتمام الحكومة بالبنية التحتية السياحية بنسبة 100% يؤدي الى زيادة وتحسين أداء القطاع السياحي بنسبة 40% .

### 3.6. - نتائج خريطة الاهمية - الاداء:

تقوم منهجية خريطة الاهمية - الاداء بتوسيع نتائج PLS مستندة في ذلك على تحديد المتغير الهدف. كما يعتمد تحليل خريطة الاهمية - الاداء على معاملات المسار الغير المعيارية. وفي المقابل يسمح استخدام بيانات IPMA بإنشاء خريطة للأهمية والأداء حيث يمثل المحور السيني أهمية المتغيرات الكامنة بالنسبة للمتغير الهدف اي حجم التأثيرات الكلية اما المحور العيني فهو يمثل أداء هذه المتغيرات الكامنة وهو يعبر عن متوسطات الدرجات الموحدة الغير المعيارية، ويتم التركيز من خلال هذه الخريطة على المتغيرات الواقعة في اسفل يمين هذه الخريطة لان لديها أهمية كبيرة بالنسبة للمتغير الهدف ولكنها تقدم أداء اقل. ومن اجل استخدام منهجية IPMA لابد اولا من تحديد المتغير الكامن الهدف ومن خلال دراستنا تم تحديد أداء القطاع السياحي في الجزائر باعتباره متغير كامن هدف يتم من خلاله دراسة أهمية وأداء المتغيرات الأخرى بالنسبة لهذا المتغير الهدف، ولا تقتصر منهجية IPMA على دراسة المتغيرات الكامنة بل يمكن إجرائها على مستوى المؤشرات (فقرات الدراسة) من خلال دراسة الأهمية النسبية لأحد مؤشرات الدراسة مقارنة بالمؤشرات الأخرى في نموذج الدراسة. (جوزيف، هار واخرون، ترجمة زكريا بلخامسة، 2020، ص 354 - (360).

من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (1) تم التركيز على اهم المؤشرات التي حازت على اهمية كبيرة مقارنة بالمؤشرات الاخرى، حيث انه من الواضح ان مؤشر GOV2 والمتمثل في مدى قيام الحكومة بتطوير القطاع السياحي في الجزائر هو اكثر المؤشرات من ناحية الاهمية نظرا لحصوله على اكبر قيمة لمعامل التأثير الغير المعياري ووجوده في اسفل يمين خريطة الاهمية - الأداء ويمكن تفسير قيمة اهمية هذا المؤشر ان زيادة اداء هذا المؤشر بوحدة واحدة يؤدي الى زيادة اداء القطاع السياحي ب 1230. اي ينتقل اداء القطاع السياحي من 35542 الى 47842، وبنفس الطريقة يمكن قياس تأثير بقية المؤشرات على اداء القطاع السياحي في الجزائر. ومن خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (1) يمكن القول ان اغلب المؤشرات الاكثر تأثيرا هي تتبع محوري السياسة السياحية الحكومية والقطاع الفندقي وهذا يدل اهمية دور الحكومة والقطاع الفندقي في ترقية القطاع السياحي في الجزائر وتحسين ادائه.

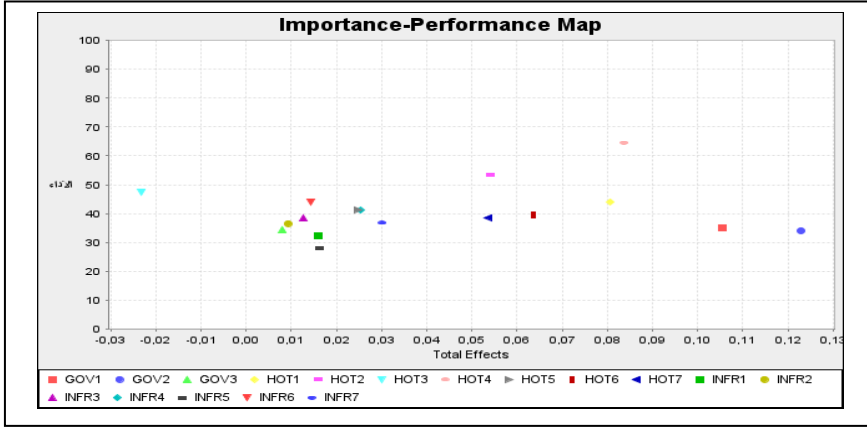
جدول 12. مؤشرات الاهمية - الأداء لأهم محددات القطاع السياحي في

الجزائر.

الاداء	الاهمية	المؤشرات	العبارات
.0934	.1230	GOV2	تقوم الحكومة بجهود كافية لتطوير قطاع السياحة في الجزائر.
.0035	.1060	GOV1	تقوم الحكومة بحملات تسويقية فعالة للسياحة في الجزائر.
.5464	.0840	HOT4	تقوم الفنادق باستخدام التكنولوجيات الحديثة في معاملاتها التجارية (الانترنت، الفايبر، بوك.....)
.0944	.0810	HOT1	هناك حرص كبير للفنادق وشركات الطيران ووكالات السياحة على تحققة رضا السياح.
.5439	.0640	HOT6	هناك عدد كافي لفنادق اكثر من *** في الجزائر.
.4153	.0540	HOT2	يوجد موارد بشرية مؤهلة للعمل في القطاع السياحي بالجزائر.
.6338	.0540	HOT7	تقدم الفنادق في الجزائر خدمات ذات جودة عالية.

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من برنامج Smart Pls.

## شكل 1. خريطة الاهمية – الاداء لمحددات القطاع السياحي في الجزائر



المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من برنامج Smart Pls.

## 7. - خاتمة:

حاولنا من خلال هذه البحث دراسة واقع السياحة في الجزائر وإجراء تحليل لأهم العوامل المؤثرة على أداء القطاع السياحي في الجزائر، حيث اقتصر البحث على تناول تأثير القطاع الفندقية والبنية التحتية السياحية والترويج السياحي الحكومي للوجهة السياحية الجزائرية على أداء القطاع السياحي في الجزائر، وهذا نظرا للقيود المكانية والزمنية لتناول باقي المتغيرات المؤثرة على أداء السياحة في الجزائر إلا انه من خلال هذه الدراسة توصلنا الى النتائج التالية:

- من خلال الاحصائيات الواردة في تقرير تنافسية السياحة والسفر، والصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2017، تبين ان الجزائر احتلت مراتب متأخرة في مجال البنية التحتية المرتبطة بالقطاع السياحي الى جانب المساهمة القليلة جدا للقطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام بالجزائر، كما لا يساهم القطاع السياحي في الجزائر حسب هذا التقرير في جلب العملة الصعبة نظرا لقلّة اقبال السياح الاجانب على الوجهة السياحية الجزائرية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للقطاع الفندقية والترويج السياحي الحكومي والبنية التحتية على أداء القطاع السياحي في الجزائر.

- استطاعت العوامل التالية:القطاع الفندقية والسياسة السياحية الحكومية والبنية التحتية السياحية تفسير التباين الحاصل لأداء القطاع

السياحي في الجزائر بنسبة 17%،. بينما ترجع بقية نسبة التفسير الى عوامل اخرى لم يتم تناولها في هذه الدراسة.

• يمكن ترتيب تأثير متغيرات الدراسة على اداء القطاع السياحي استنادا الى قيم المعاملات الغير المعيارية باعتبارها اكثر دلالة في مجال دراسة مقارنة تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع على النحو التالي: احتل متغير القطاع الفندقى المرتبة الاولى من ناحية التأثير على الاداء السياحي في الجزائر(معامل  $BETA=0.390$ )، ثم يليه متغير السياسة السياحية الحكومية (معامل  $BETA=0.356$ )، وأخيرا تأثير متغير البنية التحتية السياحية(معامل  $BETA=0.304$ ).

• حسب خريطة الاهمية - الاداء فان مؤشر قيام الحكومة بتطوير السياحة والترويج السياحي هي من اهم المؤشرات تأثيرا على أداء القطاع السياحي في الجزائر.

#### التوصيات:

• يجب على الحكومة وضع قطاع السياحة ضمن أولوياتها الإقتصادية وزيادة الإنفاق الاستثماري في قطاع السياحة.

• ضرورة تطوير البنية التحتية المرتبطة بالخدمات السياحية مثل الفنادق والمطارات.

• تحفيز رجال الأعمال المحليين على الإستثمار في القطاع السياحي والفندقى بالجزائر من خلال تقديم تحفيزات جبائية خاصة بالنشاط السياحي.

• ضرورة تحسين بيئة الاعمال بالجزائر لجلب المزيد من المستثمرين الاجانب من أجل الاستثمار في قطاع السياحة.

• يجب على اصحاب المؤسسات الفندقية مراجعة الاسعار بما يتلائم مع مستوى دخل المواطن الجزائري وأيضا من أجل تحسين التنافسية السعرية لمؤسساتهم السياحية مع الدول المجاورة الى جانب ضرورة غرس ثقافة جودة الخدمة لدى العاملين بالمؤسسات الفندقية من أجل ضمان رضا الزبائن.



### المراجع باللغة العربية:

1. ابراهيم الحديد (2010)، ادارة التسويق السياحي، الطبعة الاولى، دار الاعصار العلمي عمان .
2. احمد عبد الرحيم ( 2012)، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الاولى، دار الوفاء، الاسكندرية .
3. ايد النصور (2008)، اسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية : مدخل مفاهيمي. الطبعة الاولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
4. جوزيف ف، هار واخرون، ترجمة زكريا بلخامسة.(2020) ، نمذجة المعادلات الهيكلية بالمربعات الصغرى الجزئية، الطبعة الاولى، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان.
5. حميد الطائي ( 2014).التسويق السياحي : مدخل استراتيجي. الطبعة الاولى، دار الوراق، عمان .
6. زكي المساعد ( 2006)، تسويق الخدمات وتطبيقاته . الطبعة الاولى، دار المناهج، عمان .
7. محمد عبيدات.(2008).التسويق السياحي، مدخل سلوكي. الطبعة الثالثة، دار وائل، عمان.
8. منظمة العمل الدولية ( 2013)، دليل الحد من الفقر من خلال السياحة، جنيف.

**المراجع باللغة الاجنبية:**

9. Anna, K.(2015).Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas Magdalena .Worldwide Hospitality and Tourism Themes.7(5),pp.500-515
10. Bahman, K., Neda R.(2019).exploring the effects of hotel development, economic growth and exchange rate on tourism industry: evidence for iran. review of innovation and competitiveness.5(1) ,pp. 81-96
11. Imran,A., et al.(2017).The Effect of Environmental Preservation, Advanced Technology, Hotel Image, and Service Quality on Guest Loyalty.International Journal of Business Administration.8(4) ,pp.49-64
12. Kashedul ,T.,Tofael,M.(2011).An Appraisal of Tourism Industry Development in Bangladesh ,European Journal of Business and Management.3(3),pp.287-298
13. Mahamudul,H., Imrul, J.(2014).Heritage Tourism Marketing: Status, Prospects and Barriers, IOSR Journal of Business and Management . 16(5), pp.40-48
14. Raed ,M,et al.(2017).The Effect of Hotel Development on Sustainable Tourism Development Raed.International Journal of Business Administration.8(4),pp.16-33
15. Seetanah,B ,(2006).Transport capital as a determinant of tourism development: a time series approach.an international multidisciplinary journal of tourism .1(1),pp. 55-73 55
16. Seetanah,B,et al.(2011).Does Infrastructure Matter In Tourism Development?,university of Mauritius reserch jounl.17,pp.89-108
17. Sonja, J.,Ivana,I.(2016).infrastructure as important determinant of tourism development in the countries of southeast europe.ECOFORUM.51(8),pp.295-302
18. World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, Geneva,20