

تاريخ القبول: 2019/04/18

تاريخ الإرسال: 2019/01/11

تنشيط السياحة الداخلية كمؤشر لرفع التنافسية السياحية بالجزائر.  
**(Revitalizing domestic tourism as an indicator of  
 increasing tourism competitiveness in Algeria)**

أ د / راتول محمد

ط د / شلال ميلود

RATOUL Mohamed  
ratoulmed@yahoo.frCHAALAL Miloud  
chaalalmiloud@yahoo.fr

مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا

Globalization and North Africa Economics Laboratory

جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

Hassiba Ben Bouali University CHLEF

**الملخص:**

إن موضوع السياحة بصفة عامة هو موضوع العصر بحيث أن معظم دول العالم أصبحت تولي أهمية كبيرة لهذا القطاع لأنه يعد البديل الأفضل للتنويع الاقتصادي لأنه الأقل تكلفة ولا يتطلب مصانع وهياكل ضخمة والأكثر جلبا للعملة الصعبة ونظرا لذلك سنقوم بالبحث عن أهمية السياحة الداخلية وذلك بعرض الإحصائيات المتعلقة بالسياحة الداخلية في الجزائر باعتبارها احد المؤشرات الخاصة بالتنافسية السياحية للجزائر مقارنة مع دول المجاورة لها.

**الكلمات المفتاحية:** تنافسية سياحية، سياحة داخلية، الجزائر

**ABSTRACT:**

The issue of tourism in general is the subject of the era so that most of the world has become a great importance for this sector because it is the best alternative to economic diversification because it is the least expensive and does not require factories and structures are huge and the most expensive for the hard currency and therefore we will talk in this research on the importance of domestic tourism and show the most important Statistics on internal tourism in Algeria and speak of it as one of

the indicators of the competitiveness of tourism in Algeria compared to neighboring countries.

**Keywords:** Tourist Competitiveness, Domestic Tourism, Algeria

### المقدمة:

يعد قطاع السياحة قطاعا جوهريا في العديد من اقتصاديات الدول، حيث أن النشاط السياحي في يومنا هذا يعتبر من أهم الصناعات، وبالنسبة لبعض الدول يعد المصدر الأول الذي تعتمد عليه لتحقيق إيراداتها ، و هو ما يظهر جليا في تنافسية الدول بالعمل على استقطاب أكبر عدد من السياح ، و تبقى أوربا رائدة في ذلك المجال.

ونظرا لتوفر الجزائر على العديد من المقومات السياحية (طبيعية بشرية مالية) فقد أظهرت السلطات نيتها و عزمها على النهوض بالقطاع، و يتمثل ذلك في صياغة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030 وهذا الأخير يحمل في جعبته إستراتيجية تجعل من الجزائر صورة سياحية بامتياز و يمكنها من تحقيق الأهداف المرجوة من القطاع من خلال تركيزه على جانب السياحة الداخلية للجزائر وإعطائها أولوية بالغة لا تقل أهمية عن السياحة الدولية أو السياحة الخارجية.

ومن خلال ما سبق نطرح إشكالية البحث التالية:

**كيف يتم تنشيط السياحة الداخلية للرفع من التنافسية السياحية بالجزائر؟**

وللإجابة عن هذه الإشكالية قمنا بتقسيم البحث إلى المحاور التالية:

- المحور الأول: ماهية السياحة الداخلية
- المحور الثاني: تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر
- المحور الثالث: واقع التنافسية السياحية للجزائر

### فرضية الدراسة:

السياحة الداخلية تساهم في رفع مؤشر التنافسية السياحية بالجزائر.

**الهدف من البحث:**

الهدف من هذا البحث هو التعرف على ماهية التنافسية السياحية بصفة عامة و ماهو واقعها بالجزائر بصفة خاصة، وكذا التطرق إلى علاقة التنشيط السياحي للسياحة الداخلية واستخلاص الدور الذي يؤديه في الرفع من مؤشرات التنافسية السياحية بالنسبة للجزائر .

**المحور الأول: ماهية السياحة الداخلية****أولاً: تعريف السياحة الداخلية:**

- السياحة تعني السفر، أي الانتقال من مكان إلى آخر فإن كان ذلك داخل الدولة تكون تلك السياحة داخلية أو محلية وإن كان خارج حدود الدولة تكون السياحة خارجية أو دولية<sup>(1)</sup>.

- كما تعرّف السياحة الداخليّة أو السياحة المحليّة بأنها عبارة عن نشاط سياحي داخل حدود الدولة نفسها، أي من قبل سكان وأفراد البلد نفسه؛ بحيث يُسافر سكان منطقة معينة من مكان إقامتهم إلى منطقة أخرى في البلد نفسه بهدف الترفيه والاستجمام والسياحة، ويكون السفر لمسافة 80 كيلومتراً على أقل تقدير من بيوتهم أو مكان إقامتهم داخل حدود الدولة نفسها، وفي فترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة، ثم الرجوع إلى مقر الإقامة الأصلي. كما يُمكن تعريف السياحة الداخليّة بأنها انتقال بشكل مؤقت للفرد أو الجماعة داخل حدود الدولة.<sup>(2)</sup>

- ويمكننا تعريف السياحة الداخلية بأنها انتقال الأفراد المقيمين سواء المحليين أو الأجبيين داخل نطاق البلد الذين يقيمون فيه بغرض السياحة والترفيه فقط دون انتقالهم لأغراض أخرى.

**ثانياً: أهمية السياحة الداخليّة: للسياحة الداخلية فوائد عديدة نذكر منها:**

- ✓ تساهم في تنويع مصادر و موارد الاقتصاد الوطني.
- ✓ تساعد على توازن توزيع الدخل القومي.
- ✓ تزيد من فرص تحسن مستوى تشغيل المنشآت السياحية.
- ✓ تشجع على إنشاء خدمات وتسهيلات جديدة.

- ✓ تعريف المواطن ببلده مما يزيد من مواطنته وحبه لبلده.
- ✓ تطوير البنية الأساسية لمختلف المناطق وخاصة المدن الصغيرة والمناطق النائية.
- ✓ تقديم فرص استثمارية للمحليين والأجانب.
- ✓ الحد من تسرب الدخل الوطني خارج البلاد من خلال تشجيع الاستثمار السياحي داخل محيط الدولة.
- ✓ المساهمة الفعالة في تحقيق مستوى عالٍ من الرفاهية الاجتماعية و الاقتصادية للفرد والمجتمع.
- ✓ توفير العديد من فرص العمل للسكان المحليين.
- ✓ السياحة الداخلية قاعدة للسياحة الدولية وبديلا لها في حالة حدوث طوارئ سياسية أو اقتصادية تؤثر على التدفق السياحي الخارجي للبلد.

### الجدول (1) الزوار الداخليين في إحصاءات السياحة الداخلية

زوار لا تشملهم إحصاءات السياحة الداخلية	زوار تشملهم إحصاءات السياحة الداخلية
1. الأشخاص المسافرون إلى مكان داخل الدولة بعقد عمل أو دون عقد عمل لمباشرة عمل أو التوظيف أو القيام بنشاط مهني) ويلحق بهم جميع أعضاء عائلاتهم ومستخدميه).	1. الأشخاص الذين يسافرون للمتعة أو لأسباب عائلية أو للصحة...الخ.
2. المسافرون لنقل محل إقامتهم إلى الجهة التي يقصدونها داخل الدولة.	2. الأشخاص المشاركون في مؤتمرات و اجتماعات أو أحداث رياضية أو زائرو المواقع التاريخية أو المشتركون في الأحداث الثقافية والحضارية... الخ.
3. الأشخاص الذين ينتقلون لأعمالهم اليومية ذهاباً وإياباً.	3. المسافرون لمهام عملية أو إدارية أو دينية أو رياضية... الخ.
4. أفراد القوات المسلحة المسافرون إلى مناطق أخرى لمباشرة مهامهم أو للمناورات أو غير ذلك.	4. المسافرون للأعمال) كموظفي الشركات التجارية والصناعية.)
5. البدو الرحل	5. الطلبة في المدارس الداخلية أو في الجامعات الكائنة في مناطق ومدن أخرى.

المصدر: عيلة بخاري، اقتصاديات السياحة- الفصل الأول مقدمة في اقتصاديات

السياحة، سنة 2012 بدون دار نشر، ص 15

ثالثا: إحصاءات السياحة الداخلية: تعتبر تقديرات السياحة الداخلية أضعاف حركة السياحة الدولية وذلك يرجع لعدة عوامل(3):

- ✓ ارتفاع مستوى الدخل مما يساعد على السفر من أجل السياحة.
- ✓ زيادة وقت الفراغ بتحديد ساعات العمل وزيادة الإجازات مدفوعة الأجر في نهاية الأسبوع أو الإجازات الطويلة التي تحددها التشريعات مما يساعد على زيادة الرغبة في التمتع بوقت الفراغ.
- ✓ ارتفاع مستوى التعليم والثقافة مما يشجع على الرغبة في زيادة المعلومات الخاصة بالسفر والسياحة.
- ✓ تعدد البواعث الإنسانية من رغبة في مزيد من الثقافة أو الرياضة أو الاستشفاء أو الترفيه أو زيارة الأماكن الدينية أو حضور المعارض و المؤتمرات أو غيرها.
- ✓ تطور وسائل المواصلات الذي كان دافعا رئيسيا في تنشيط السياحة عامة مع اختيار الوسيلة المناسبة للسياحة الداخلية أو الخارجية من الطائر و او السكك الحديدية أو السيارات وغيرها.
- ✓ تطور الإعلام السياحي وزيادة البرامج وتنوعها مع المنافسة في تقديم الخدمات من نقل وإقامة ومشتريات مما يشجع على السفر و السياحة.

#### رابعا: عوامل التنمية السياحية الداخلية:

تسعى معظم الدول إلى تحقيق العوامل المؤثرة في إحداث التنمية السياحية، والتي يمكن حصرها في العوامل التالية(4):

**العامل الأول:** تعد السياحة نشاطا اقتصاديا، بمعنى أن الدخل السياحي يتزايد في الأقاليم أو الدول السياحية التي تستطيع توفير كافة أو معظم خدمات ومتطلبات صناعة السياحة بها، ويقل هذا الدخل تبعا لمستوى ودرجة الاكتفاء الذاتي التي تتمتع بها الأقاليم في هذا المجال.

**العامل الثاني:** تتأثر السياحة بعامل الأسعار خاصة أسعار السفر والخدمات السياحية ومستوى الدخل المادي للأفراد بصورة كبيرة، فتزايد تكاليف الرحلة السياحية إلى إقليم معين، ينتج عنه ضعف الإقبال على السفر إلى هذا الإقليم من أجل السياحة.

**العامل الثالث:** خاصية التغير الكبير للطلب السياحي، والذي يتأثر بعوامل خارجية لا يمكن التنبؤ بطبيعتها وبحجمها، خاصة وأن نمط السياحة الدولية التي يقطع فيها السياح مسافات طويلة للوصول إلى المكان المقصود يتسم بارتفاع التكاليف.

**العامل الرابع:** عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين كما في العديد من الصناعات، خاصة وأن السياحة تتصف بالموسمية في معظم الأوقات، مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة.

**العامل الخامس:** صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنويا إلى نفس الإقليم السياحي لكثرة المغريات السياحية في أقاليم العالم المختلفة، لذا يسعى العاملون في القطاع السياحي إلى خلق رضا دائم عند السياح على أمل عودتهم مرة أخرى لأداء الفعل السياحي.

### المحور الثاني: تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر

اجتمعت الطبيعة و التاريخ في الجزائر ليعطيا للمنطقة أصولا سياحية رائعة خلافا لأغلب الوجهات السياحية العالمية، إذ يمكن لهذه الموارد و خاصة الطبيعية منها إن تم استغلالها استغلالا رشيدا أن ترقى بالبلاد لتصبح من بين أهم وأروع المقاصد السياحية في العالم بأسره.

### أولا: مفهوم التنشيط السياحي:

يعد التنشيط السياحي من الركائز الأساسية في السوق السياحية وعاملاً رئيسياً لفعاليتها، وفيما يلي بعض الجوانب المرتبطة به.

**1) تعريف التنشيط السياحي:** يعني التنشيط السياحي بالإعلام والتعريف بالمنتج السياحي أو الخدمة السياحية لزيادة الطلب على هذا المنتج أو الخدمة إضافة إلى توفير كل السبل لإظهار المنتج بشكل جذاب وواقعي بعدة أساليب ووسائل<sup>5</sup>.

## (2) وسائل التنشيط السياحي: (6)

أ) الدعاية السياحية: هي تلك الجهود التي تقوم بها المنظمات والهيئات الرسمية وغير رسمية للتأثير على سلوك الأفراد في المجتمعات. وتتميز الدعاية السياحية بعدة خصائص منها:

- توافق الدعاية مع عادات وتقاليد الشعوب. - وضوح الدعاية. - التنوع والتطوير والاستمرار.

## (1) ومن أهم مقومات نجاح الدعاية السياحية:

- اختيار الوقت المناسب.

- التخطيط الجيد لنوعية الدعاية المستخدمة و عند التخطيط للدعاية يجب مراعاة النقط الآتية: 1- الميزانية 2 - حجم العملاء 3 - العوامل النفسية (عادات - ثقافة) (2) أشكال الدعاية السياحية: - رحلات التعريف - الندوات الدراسية. - ندوات البيع

3) أهداف الدعاية السياحية: أهداف عامة مثل (زيادة الدخل السياحي السنوي) وأهداف محددة مثل (فتح أسواق جديدة للتعامل)

4) من وسائل الدعاية الخاصة بشركات السياحة: 1- الوسائل المطبوعة مثل الصحف 2- الوسائل المرئية مثل التلفزيون 3- الهدايا التذكارية

ب) العلاقات العامة السياحية: لتوضيح الصورة السياحية للدول لجذب السياح لزيادة الحركة السياحية والوافدة بعدة وسائل:

1- عقد المؤتمرات السياحية الدولية 2- إقامة المعارض السياحية 3- عقد المؤتمرات الصحفية من الخارج.

ج) الإعلان السياحي: هو مزيج تنشيطي من الدعاية والعلاقات العامة وهو تلك المساحة المدفوعة في الصحف وهناك نوعان من الإعلان في صناعة السياحة والسفر:

1- إعلانات متحركة عن المنتج أو الخدمة 2- إعلانات تعليمية.

### ج1) وسائل الإعلان المستخدمة في السياحة:

- وسائل إعلان تعتمد على الأصوات (المحاضرات السياحية).

- وسائل إعلان تعتمد على المادة المطبوعة (الصحف).

- وسائل إعلان مرئية (إعلانات ضوئية)

ثانيا: مقومات السياحة الداخلية بالجزائر

### 1) الإمكانيات الطبيعية :

للجزائر إمكانيات و مقومات طبيعية تساعدها على تقديم المنتج السياحي الجيد و المنافس لغيره و ذلك يرجع إلى التنوع البيئي و المناخي الفريد من نوعه الذي تتوفر عليها الجزائر

● **الموقع الجغرافي :** تقع الجزائر في وسط شمال غرب القارة الإفريقية ،بين خطي طول 9 غرب غرينتش و 12 شرقه، و بين دائرتي عرض 19 و 37 شمالا،تبلغ مساحتها 2.381.791 كلم 2 أكبر بلد أفريقي وعربي من حيث المساحة، والعاشر عالميا و تحتل مركزا محوريا في المغرب العربي .

● **المناخ :** تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ نذكرها فيما يلي :

✓ مناخ البحر الأبيض المتوسط

✓ مناخ الاستيبس

✓ المناخ الصحراوي

● **التضاريس :** تتميز الجزائر بتتابع أنواع مختلفة من التضاريس من الشمال إلى الجنوب و هي أقاليم مختلفة تتمثل في :

✓ **الشريط الساحلي :** اكتشف أن طول الساحل ليس 1200 كلم، و هو ذات

الرقم الموروث عن الاستعمار الفرنسي بل تجاوزه ب 422 كلم وهو 1622.48

كلم، على امتداد خطي يقارب 2198.44 كلم، مساحته الأرضية 3929.41 كلم<sup>2</sup>،

الجزء البحري منه يقدر ب 31927.41 كلم<sup>2</sup>.



- ✓ الأطلس التلي و الهضاب العليا
- ✓ الصحراء و الأطلس الصحراوي: تعتبر الصحراء أكبر منتج سياحي تتوفر عليه الجزائر، تتربع على مساحة شاسعة تعادل 80% من المساحة الكلية للبلاد وهي من أكبر الصحاري في العالم<sup>(7)</sup>.
- **المحميات الطبيعية:** تتمتع الجزائر بمجموعة من المحميات الطبيعية نذكر منها (8) :
  - ✓ حظيرة الوطنية للقاللة ( 78000 هكتار) :تقع شمال غرب الجزائر بالمحاذاة مع البحر الأبيض المتوسط و تضم 03 شواطئ، و 03 محميات تحتوي على 50 نوعا للطيور و أنواع من الحيوانات الأخرى.
  - ✓ حظيرة جرجرة ( 500.18 هكتار) :تقع في قلب الأطلس التلي
  - ✓ حظيرة غابات الأرز(ثنية الحد 616.3 هكتار)
  - ✓ حظيرة الطاسيلي( 100 هكتار) مصنفة كتراث عالمي منذ 1982.
  - ✓ الحظيرة الوطنية للهقار :أنشئت عام 1987 و المعترف بها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو .
  - ✓ حديقة التجارب"الحامة" : موجودة في قلب العاصمة،تعد متحفا فعليا للطبيعة تضم 2500 نوع من نباتات و أشجار عمرها مئات السنين و أكثر من 25 نوع من أشجار النخيل،تتربع على مساحة 32 هكتار .
  - ✓ مجموعة من الحظائر الوطنية مثل بلزمت ( 600 هكتار) بباتنة و تازا (300هكتار) بجيجل و قورارة( 100 هكتار) .
  - ✓ حديقة التسلية و الترفيه بن عكنون ( 304 هكتار)
  - **الحمامات المعدنية:** تعتبر الجزائر من البلدان التي تحتوي على عدد كبير من المنابع الحرارية على مستوى العالمي،فهي تزخر بعشرات الأحواض و الحمامات المعنية الطبيعية يمكن الاعتماد عليها لبناء سياحة حموية و الجدول التالي التلخيصي يوضح ذلك.

الجدول(2): السياحة الحموية نهاية 2014(نظرا لتعذر الحصول على إحصائيات  
حدث)

السنة	العدد		المؤسسات الناشطة			
	المنابع الحموية	منح استغلال المياه الحموية	مركب حموي		مركز علاج بمياه البحر	
			عمومي	خاص	عمومي	خاص
2014	202	50	08	7	1	1

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، إحصائيات السياحة 2014، ص 29

من خلال الجدول أعلاه نجد أن هذه المحطات المعدنية، مجهزة بمرافق استقبال جد عالية، ومعدات كافية، وإشراف طبي على يد أطباء مؤهلين لتقديم الرعاية الطبية للأفراد الذين يقصدونها. ومن أهم هذه الحمامات نجد : حمام الصالحين(بسكرة)، حمام قرقور(سطيف)، حمام بوغرارة (تلمسان) حمام بوحنيقية (معسكر).

## (2) المقومات التاريخية و الثقافية:

إن المعالم التاريخية و الحضارية التي تنفرد بها الجزائر جعلها مهدا للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للقضاء الإسلامي، المتوسطي و الإفريقي. فالمعالم الأثرية و المتاحف و الوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقية وعظمة الحضارات المتعاقبة. من الأمازيغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية و الرومانية وأخيرا الإسلامية التي فرضت نفسها على التاريخ. ومن تلك المعالم نذكر ما قد صنف من طرف منظمة اليونسكو و هي (9) :

- تيمقاد : تقع على بعد 37 كلم من مدينة باتنة، تم إنشائها من طرف الإمبراطور "ترجان" عام 100 م
- جميلة : تقع بسطيف و هي من أقدم المدن الرومانية بالجزائر.
- قلعة بني حماد : تتوفر على آثار رومانية كالأسوار و القبور القديمة، وعلى آثار إسلامية، و آثار للدولة الحمادية و دولة الموحدين.

- قصر ميزاب: بغرداية يعود تاريخه بنائه إلى القرن العاشر ميلادي تحيط به خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي، و هي عبارة عن قرى محصنة ذات هندسة بسيطة متناسبة مع طبيعة البيئة في المنطقة.
  - تيبازة: و هي من المدن الرومانية العتيقة.
  - القصبة: بالجزائر العاصمة شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر، تطل على جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين خلال القرن الرابع قبل الميلاد.
- (3) مقومات الفندقية:**

طاقات الإيواء أو القدرة الاستيعابية للفنادق قبل أن تكون مورد من موارد الريح و الحصول على العملات الأجنبية، تعتبر أحد المقومات و الإمكانيات التي تساعد على جذب السياح و إيوائهم و تقديم العديد من الخدمات لراحتهم، وتعتبر أحد المؤشرات التي تمكنا من قياس مدى تقدم القطاع السياحي للبلد، فقد عرفت طاقات الإيواء تطورا ملحوظا وهذا ما يثبت الجدول الموالي:

**الجدول(3):الخطيرة الفندقية الوطنية في الجزائر**

سنة 2016		سنة 2014		سنة 2013		الفئة /الصنف
عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	
6734	13	4242	08	4242	08	الفنادق 5 نجوم
2810	12	1800	06	1600	05	الفنادق 4 نجوم
7045	51	5829	39	5775	38	الفنادق 3 نجوم
4425	46	4605	46	4605	46	الفنادق 2 نجوم
11295	158	10639	149	10639	149	الفنادق 1 نجمة
8533	160	8406	156	8406	156	الفنادق بدون نجمة
384	02	384	02	384	02	إقامة سياحية 2 نجمة
313	01	313	01	313	01	إقامة سياحية 1 نجمة
93	02	93	02	93	02	نزل طريق/موتيل 2 نجوم
30	01	30	01	30	01	نزل طريق/موتيل 1

نجوم						
16	01	16	01	16	01	نزل ريفي 2 نجوم
20	01	20	01	20	01	نزل ريفي 1 نجمة
274	01	274	01	//	//	قرى العطل 3 نجوم
91	05	91	05	91	03	نزل مفروش وحيد الصنف
426	10	426	10	426	10	نزل عائلي وحيد الصنف
170	06	170	06	170	06	محطة استراحة وحيدة الصنف
9381	196	9381	196	9381	196	هياكل أخرى موجهة للندقة
55380	566	52886	555	52613	549	في طريق التصنيف
107420	1232	99605	1185	98804	1174	المجموع

المصدر : صحراوي محمد تاج الدين + السبتي وسيلة ،السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول/مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، جامعة جيجل عدد2/ ديسمبر 2017، ص 59

إن المتتبع لتطورات الحظيرة الفندقية الوطنية في الجزائر، يجدها أن في الأمس القريب عرفت عجزا في هياكل الاستقبال و عراقيل كبيرة تحول دون اكتساب الفنادق لسمعة و صورة راقية تعكس جودة الخدمة التي يفترض أن تتميز بها، و يعود ذلك إلى تهميش القطاع بشكل رهيب و عدم الاهتمام به من طرف الوزارة الوصية، و اعتباره قطاع غير حيوي أو ثانوي و ذلك بحكم وجود قطاع المحروقات، لكن مع السياسة الجديدة المتبعة من قبل الحكومة بدأت في إعطاء ثمارها و هذا من خلال تزايد عدد مؤسسات الإيواء السياحي بمختلف أصنافها بين أواخر سنتي 2013 و 2014 . و في سنة 2016 من جدول أعلاه نلاحظ تزايد ملحوظ لكل من عدد الفنادق و الأسرة على التوالي لتصل إلى أرقام جد هائلة 1231 و 107420 سرير.

## ثالثا: معطيات صناعة السياحة في الجزائر

تعتبر السياحة عملاق القرن الواحد و العشرين فقد احتلت مكانا متميزا بالنسبة لمعظم دول العالم سواء كانت دول صناعية كبرى أو دول نامية و ذلك لأهميتها في العديد من المجالات ، و لو أن في الجزائر دور هذه الأخيرة و آثارها مازال لم يرقى إلى تطلعات و آمال الحكومة حيث سجلت الجزائر 1.77 مليون سائح سنة 2008 و هو رقم ضعيف إذا ما قورن بالمقومات و الإمكانيات المسخرة له ثم عرفت ارتفاعا لتصل 2.732 مليون سائح سنة 2013 إي بزيادة تقدر 54.23 % ، لتتخفف في سنتي 2014 و 2015 على التوالي حيث سجلتا 2.301 و 1.709 مليون سائح ، لتعاود الارتفاع في سنة 2016 لتبلغ 2.039 مليون سائح ، هذه نسب معتبرة و هذا ما تعكسه الأرقام و إحصائيات المبينة في الجدول التالي:

الجدول(4): إحصاء السياح الوافدين والليالي السياحية للفترة(2013الى2016)

نسبة التطور %		2016	2015	2014	2013	السنة
2016/2015	2014/2013	الوافدين				
9.64	- 0.24	486621	443847	401073	402028	غير المقيمين
0.01	1.48	3773219	3772865	3772511	3717343	المقيمين
<b>1.02</b>	<b>1.32</b>	<b>4259840</b>	<b>4216712</b>	<b>4173584</b>	<b>4119371</b>	<b>المجموع</b>
نسبة التطور %		2016	2015	2014	2013	السنة
2016/2015	2014/2013	الليالي				
0.161	-15.74	840510	839161	837812	994266	غير المقيمين
1.45	4.88	6398890	6307411	6215932	5926968	المقيمين
<b>1.299</b>	<b>1.91</b>	<b>7239400</b>	<b>7146572</b>	<b>7053744</b>	<b>6921234</b>	<b>المجموع</b>

المصدر: صحراوي محمد تاج الدين + السبتي وسيلة، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول/مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، جامعة جيجل عدد2/ ديسمبر 2017، ص 63

### المحور الثالث: واقع التنافسية السياحية للجزائر

#### أولاً: مفهوم التنافسية السياحية:

- تعرف المنظمة العالمية للسياحة التنافسية السياحية على أنها الزيادة والتحسين في نوعية الإنتاج والسلع والخدمات بما يرضي أذواق السياح وقدرة الدولة على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية.(10)
- وتعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ( OCED ) القدرة التنافسية للسياحة بأنها قدرة الوجهة السياحية في تحسين جاذبيتها للمقيمين وغير المقيمين، وتقديم خدمات سياحية جذابة وتتميز بالجودة والابتكار من أجل الحصول على حصص سوقية محلية وعالمية، مع ضمان استخدام الموارد المتاحة لدعم السياحة بكفاءة وبطريقة مستدامة.(11)

- وتعرف التنافسية على مستوى قطاع السياحة الكلي وفقاً لمنهجية المعهد الدولي للتنمية والإدارة بأنها: تعظيم القيمة المضافة ومستوى الإنتاجية في قطاع السياحة والسفر من خلال جذب الاستثمار في اقتصاد السياحة وكفاءة عمليات وصول وعودة السياح، وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية، وتقديم خدمات سياحية ذات مستوى عالي من التقنية والجودة تتماشى مع متطلبات العولمة.(12)

- ونستخلص من المفاهيم السابقة التعريف الإجرائي للتنافسية السياحية بأنها: قدرة المنشأة أو القطاع أو الدولة على تقديم منتجات سياحية بإمكانيات تتفوق على منافسيها في الأسواق المحلية والدولية دون دعم أو حماية حكومية بالإضافة إلى ارتفاع جودتها بما يرضي ويلبي حاجات ورغبات السياح.

#### ثانياً: متطلبات التنافسية السياحية:

ترتكز السياحة على مجموعة من المقومات نذكر بعضها فيما يلي:

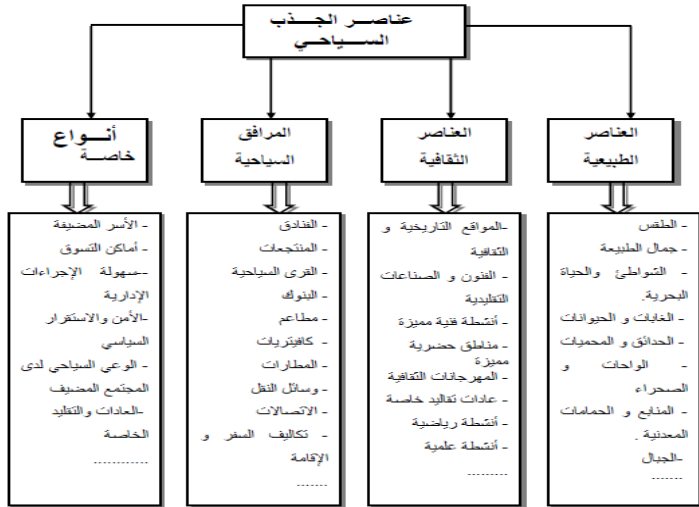
- 1) المقومات الطبيعية : وتتمثل في الظروف المناخية و تميز الفصول، مناطق دافئة، حمامات معدنية،... الخ أي كل مظاهر جذب السياح.

(2) المقومات البشرية : وتتمثل في الجوانب التاريخية، كالأثار، المعالم، الشواهد، الأطلال، الفنون الشعبية المختلفة، الثقافات والعادات لدى السكان.

(3) المقومات المالية والخدمية : وتتمثل في مدى توافر البنى التحتية، المطارات النقل البري الجوي، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران، ... الخ، ومدى توافر الخدمات المكتملة كالبريد، الإطعام، الفنادق، المقاهي، مركز الترفيه والتسلية.

هذا وكذلك تعتمد السياحة على قدرات الدول المختلفة على تشجيع السياحة بما تقدمه من تسهيلات ومستوى للأسعار، وقدرة دعائية اشهارية على مختلف وسائل الأعلام على جذب السائحين، مواصلات سهلة، أمن واستقرار ورعاية صحية كاملة وحسن معاملة وقدرة على إبراز جميع الجوانب والخصوصيات التي تهم السائحين بمختلف فئاتهم ورغباتهم<sup>(13)</sup> ويوضح ذلك في الشكل رقم (1) التالي.

الشكل (1): عناصر الجذب السياحي "متطلبات التنافسية السياحية"



المصدر: غنيم عثمان محمد، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل، طبعة 1، عمان، دار الصفاء،. (1999) ص 91.

**ثالثا: التنافسية السياحية بالجزائر.**

شهد النشاط السياحي العالمي خلال القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين نموا متميزا، فحسب بيانات منظمة السياحة العالمية ارتفع عدد السياح الدوليين من 435 مليون سائح في عام 1990 إلى 1,133 مليار سائح في عام 2014 وبمعدل نمو سنوي بنسبة 4,03 % مقارنة بسنة 2013 وعلى ضوء هذه المعطيات، نحاول في ما يلي الإحاطة بأهم مؤشرات السياحة للجزائر. (14)

**1) تقييم الأداء السياحي للجزائر:**

سنقوم في هذا الفرع بتحليل الأداء السياحي للجزائر كإقليم مع لدول شمال إفريقيا والعالم من خلال إحصائيات الطلب السياحي والممثلة في السياحة الدولية الوافدة بالإضافة إلى عائداتها، كما نتتبع تطور تلك الإحصائيات بالنسبة لدول شمال إفريقيا فيما بينهم ومدى مساهمة كل دولة.

**أ. السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر:**

تشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة إلى أن عدد السياح الوافدين إلى الدول العربية يمثل نسبة ضئيلة من إجمالي السياح على المستوى العالمي، بحيث بلغ نحو 94 مليون سائح في عام 2014 أي ما يمثل نحو 8.30 % من عدد السائحين في العالم، و يعتبر هذا العدد اقل من عدد السائحين القادمين إلى دولة فرنسا لوحدها، أما تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى دول شمال إفريقيا (15) خلال الفترة (2005-2014) سنحاول أن نوضحه من خلال الجدول (5).



الجدول(5): تطور عدد السياح الوافدون للجزائر مقارنة بدول شمال إفريقيا خلال الفترة:(2014-2005)

الوحدة: 1000 سائح

الدولة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الجزائر	1.443	1.638	1.743	1.771	1.912	2.070	2.395	2.634	2.733	2.868
تونس	6.378	6.550	6.762	7.049	6.901	6.902	4.782	5.950	6.269	6.069
المغرب	5.843	6.558	7.408	7.879	8.341	9.288	9.342	9.375	10.046	10.282
مصر	8.244	8.646	10.610	12.296	11.914	14.051	9.497	11.196	9.174	9.628
د.ش. إفريقيا	21.908	23.392	26.523	28.995	29.068	32.311	26.016	29.155	28.222	28.847
الدول العربية	61.523	68.132	77.454	89.456	87.279	100.280	88.127	90.418	89.257	94.076
العالم	803.9	852.6	904.40	919.60	880.30	949	995	1035	1087	1133

المصدر: [www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm](http://www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm)

من الملاحظ من خلال معطيات الجدول رقم ( 2 ) أن أعداد السياح الدوليين الوافدين إلى الجزائر في سنة 2014 بلغ 2.8 مليون سائح وبنسبة 4.93 ٪ عن عام 2013، أما عن ترتيب الطلب السياحي العالمي في سنة 2014 على الأسواق السياحية في دول شمال إفريقيا، نجد أن دولة المغرب تحتل المرتبة الأولى ب 10 مليون سائح ثم تليها مصر ب 9 مليون بعدما كانت هذه الأخيرة المتصدرة للترتيب في السنوات السابقة إلا أن الأحداث السياسية الأخيرة التي شهدتها وأيضاً الأعمال الإرهابية وعدم الاستقرار الأمني انعكست سلباً على حصتها السوقية.(16)

ب. عرض لمؤشر التنافسية السياحية للجزائر:

يمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي رقم ( 6 ) والذي نقوم فيه بعرض تطور ترتيب دول شمال إفريقيا في مؤشر التنافسية السياحية.

الجدول (6): المؤشر الكلي للتنافسية السياحية للجزائر مقارنة بدول شمال إفريقيا خلال الفترة: (2007 و 2015)

الدولة	2007		2008		2009		2011		2013		2015	
	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة
الجزائر	93	3.67	102	3.5	115	3.31	113	3.37	132	3.07	123	2.93
المغرب	57	4.27	67	3.91	75	3.86	78	3.93	71	4.03	62	3.81
تونس	34	4.76	39	4.41	44	4.37	47	4.39	-	-	79	3.54
مصر	58	4.24	66	3.96	64	4.09	75	3.96	85	3.88	83	3.49
د.ش. إفريقيا	59	4.23	67	3.94	70	3.90	79	3.91	96	3.66	87	3.44

المصدر:

world economic forum, the travel & tourism competitiveness report (2007; 2008; 2009; 2011; 2013; 2015)

من خلال عرض نتائج هذا المؤشر خلال عام 2015 ، نلاحظ أن لدى المغرب أفضل أداء بين الدول المكونة للجدول، حيث تحتل المرتبة 62 عالميا؛ إلا أن الملاحظ أيضا، أن تونس كانت تحتل أفضل مرتبة في سنة 2011 بوجودها 47 عالميا، إلا أنها تراجع في التقرير الأخير إلى المرتبة 79 عالميا والثانية بين دول شمال إفريقيا بعدما كانت تتربع على المرتبة 34 عالميا في أول تقرير صدر في 2007 أما

عن الجزائر، فالملاحظ أنها موجودة في مؤخرة الترتيب بتصنيفها 123 عالميا في 2015، مع العلم أن آخر تقرير يتضمن 141 دولة، وهذا يعكس فعلا مدى ضعف تنافسية القطاع السياحي في الجزائر مقارنة بدول شمال إفريقيا أو الدول العربية أو العالم (17).

**ب1) الإطار التنظيمي :**

وهو يشمل القواعد السياسية والأنظمة، والأنظمة البيئية، والسلامة والأمان، والنظافة والصحة، وأولويات السياحة والسفر. وجاء ترتيب هذا المؤشر خلال الفترة - 2007 (2015) كالآتي، ويظهر في الجدول رقم (7) التالي:

**الجدول(7): المؤشر الفرعي للإطار التنظيمي للجزائر مقارنة بدول شمال إفريقيا خلال الفترة(2007 - 2015)**

الدولة	2007		2008		2009		2011		2013		2015	
	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة
الجزائر	89	3.81	99	4.01	108	3.88	112	3.87	134	3.30	122	3.59
المغرب	47	4.6	55	4.59	64	4.59	69	4.55	68	4.59	62	4.21
تونس	12	5.34	25	5.28	31	5.26	31	5.17	-	-	50	4.28
مصر	50	4.52	58	4.54	52	4.84	70	4.53	86	4.35	59	4.23
د.ش. إفريقيا	48	4.56	55	4.60	63	4.64	70	4.53	104	4.08	79	4.07

المصدر:

**world economic forum, the travel & tourism competitiveness report(2007; 2008; 2009; 2011; 2013; 2015)**

ويبين هذا المؤشر أن الجزائر تحتل مراتب متأخرة من حيث الإطار التنظيمي للسياحة، حيث نجد الجزائر في المرتبة 122 وفقا لمعطيات سنة (2015) ويرجع هذا لغياب السلامة والأمان، بالإضافة إلى انعدام النظافة ونقص الخدمات الصحية، وزيادة على هذا، قلة اهتمام هذه الدولة بالسياحة. كما نلاحظ في نفس السنة أيضا، أن تونس تحتل المرتبة الأولى في هذا المؤشر الفرعي بين دول شمال إفريقيا و 50 عالميا عكس المؤشر الكلي للتنافسية لسياحية التي تصدره المغرب، وبالمقارنة مع سنة 2007 ، نجد أن تونس كانت تحتل مرتبة متقدمة جدا (12) عالميا.

**ب2) بيئة الأعمال والبنية التحتية:**

ويشمل البنية التحتية للنقل الجوي، والنقل البري، والبنية التحتية للسياحة، والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتنافسية الأسعار. والجدول التالي رقم (8) يوضح ترتيب الدول في المؤشر الفرعي لبيئة الأعمال والبنية التحتية للسياحة والسفر. (18)

**الجدول (8): المؤشر الفرعي لبيئة الأعمال والبنية التحتية للسياحة والسفر للجزائر مقارنة بدول شمال إفريقيا خلال الفترة ( 2007 – 2015 )**

الدولة	2007		2008		2009		2011		2013		2015	
	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة
الجزائر	93	2.82	93	2.97	98	2.84	110	2.89	126	2.66	133	2.19
المغرب	72	3.27	75	3.32	78	3.27	77	3.50	73	3.60	68	3.59
تونس	47	3.77	49	3.86	49	3.87	54	4.05	-	-	76	3.36
مصر	60	3.51	69	3.47	65	3.59	74	3.59	77	3.56	86	3.13
د.ش. إفريقيا	66	3.34	71	3.40	72	3.39	77	3.50	93	3.27	89	3.06

المصدر:

**World economic forum, the travel & tourism competitiveness report (2007; 2008; 2009; 2011; 2013; 2015)**

بالنسبة لمناخ الأعمال والبنية التحتية للسياحة والسفر، نلاحظ أن كل الدول المكونة للجدول ليست ضمن مقدمة دول العالم في هذا المؤشر، وتقريبا كل هذه الدول تعدت المرتبة 50 الأولى في العالم خاصة في أواخر التقارير الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي.

والملاحظ أيضا، أن الجزائر لا توجد ضمن 100 دولة الأولى في العالم لتقرير 2015، وهذا ما يعكس التأخر الكبير في البنية التحتية للسياحة وعدم توفر وحدات وسائل النقل بأنواعه، وعدم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وان لم نقل

غيابها، وهذا واضح جدا، خاصة ما شهدته رخصة استغلال الجيل الثالث والرابع من خدمات الهاتف المحمول.

والملاحظ كذلك أن هذا المؤشر أيضا تصدرته المغرب في آخر تقرير بين دول شمال إفريقيا (68) عالميا بعدما كانت تتصدره تونس (76) عالميا في التقارير التي سبقته، وهذا يعكس أمرين:

**الأمر الأول** هو بروز المغرب كمقصد سياحي تنافسي في الآونة الأخيرة وإعطاء درجة كبيرة من الأهمية لهذا القطاع في الاقتصاد المغربي.

**الأمر الثاني**، هو تراجع التنافسية السياحية لتونس خاصة في العقد الثاني من القرن الواحد والعشرين والسبب سبق وأشرنا إليه، إلا أن المتتبع للسياسات السياحية لتونس في الفترة الأخيرة يرى أنها تسعى جاهدة لتوفير بيئة أعمال وأسعار تنافسية الهدف منها جلب السياح والزوار وأيضا أخذ موقع في السوق السياحي العالمي كما كانت سابقا. (19)

وهذا المؤشر يتطلب توفر استثمارات سياحية بالإضافة إلى الموارد المالية والمادية والذي تغيب عن دول شمال إفريقيا التي تعاني من انخفاض مستوى التنمية وأيضا غياب الشراكات والمؤسسات الاقتصادية بصفة عامة والسياحية بصفة خاصة مما انعكس على تنافسية الأسعار التي تعتبر من معايير هذا المؤشر، كما أن الفجوة الرقمية والتكنولوجية وغياب وسائل الاتصال الحديثة ساهم بشكل كبير في تراجع تنافسية هذا المؤشر الفرعي لدول شمال إفريقيا مقارنة بدول أخرى سياحية خاصة الدول المتقدمة منها وحتى الدول العربية مثل الإمارات وقطر.

### ب3) الموارد البشرية والثقافية والطبيعية:

وتشمل رأس المال البشري، والرؤية الوطنية للسياحة، والمصادر الطبيعية والثقافية، وأيضا التغير المناخي ومعطيات هذا المؤشر بالنسبة للجزائر خلال الفترة (2007-2015) مبنية في الجدول (9).

و من حيث الموارد الطبيعية والثقافية والبشرية، فنجد أن دول شمال إفريقيا تحتل المرتبة 69 عالميا في تقرير سنة 2015 والمغرب في المرتبة 45 عالميا في نفس

التقرير والملاحظ أيضا، أن الجزائر لا توجد ضمن 100 دولة الأولى في العالم لتقرير 2015 ، وهذا ما يعكس التأخر الكبير في تدريب الموارد البشرية واستغلال الموارد الثقافية والطبيعية في دولة الجزائر، ويوضح الجدول رقم (6) ذلك.

الجدول (9): المؤشر الفرعي للموارد البشرية والثقافية والطبيعية للسياحة والسفر للجزائر مقارنة بدول شمال إفريقيا خلال الفترة (2007-2015)

الدولة	2007		2008		2009		2011		2013		2015	
	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة
الجزائر	97	4.37	98	3.52	127	3.22	116	3.35	123	3.25	90	2.04
المغرب	52	4.93	72	3.81	83	3.73	73	3.74	68	3.89	45	2.81
تونس	37	5.15	57	4.08	56	3.97	59	3.94	-	-	99	1.97
مصر	68	4.70	70	3.86	73	3.84	71	3.77	84	3.74	65	2.42
د.ش. إفريقيا	62	4.78	75	3.81	85	3.69	75	3.70	97	3.62	69	2.31

المصدر:

world economic forum, the travel & tourism competitiveness report : (2007; 2008; 2009; 2011; 2013; 2015).

(2) الاستثمار في الخدمات للتفوق في التنافسية السياحية: ويمكن أن نقسم

الاستثمار السياحي إلى قسمين:

أ. الاستثمار في مجال الخدمات السياحية :

والخدمات السياحية تشمل العديد من القطاعات والخدمات الأساسية في النشاط السياحي مثل:

✓ خدمات الإقامة :وتشمل الفنادق والمنتجات السياحية و كل ما يتعلق

بإقامة السائح من خدمات مرافقة كالإطعام والخدمات الترفيهية الأخرى.

✓ خدمات النقل : وتشمل تشييد الطرق وتوفير سيارات النقل للسياح وكذلك

بناء المطارات وتوفير خطوط النقل بين بلاد السائح والدولة المضيفة.

✓ **خدمات الاتصال:** وتشمل توفير شبكة الهاتف النقال خاصة في المناطق الصحراوية التي يزورها السياح وكذلك توفير خدمات الانترنت بتدفق جيد وهذا من أجل توفير كل الظروف لمتعة السائح.

#### ب. الاستثمار في خدمات الإقامة:

خدمات الإقامة تُعد من أهم الخدمات التي تقدم للسائح حيث أن لها أهمية كبيرة في القطاع السياحي، فالسائح يقضي وقتا كبيرا في الفندق بالإضافة إلى أن 40 ٪ من دخل السائح ينفق على خدمات الإقامة وعليه فإن من المهم لكل دولة تريد تنمية قطاع السياحة أن تقوم بتشجيع الاستثمارات في هذه الخدمة من بناء الفنادق والخدمات المرافقة لها، ويعتبر الفندق ذلك المكان الذي يحصل فيه المقيم أو السائح أو العميل على جميع الخدمات التي بإمكانه الحصول عليها في منزله ولكن نظير أجر متفق عليه مسبقا. (20)

وحسب تقرير القدرة التنافسية لقطاع السياحة لسنة 2011 نلاحظ أن الجزائر جاءت في المرتبة الرابعة ضمن دول الشمال الإفريقي، بينما كان الفضل لمستوى الأداء الذي حققته تونس في دفعها نحو المرتبة الأولى في شمال إفريقيا بترتيب عالمي جعلها تتربع في المركز 47 عالميا، متبوعة بكل من مصر والمغرب في المرتبة 75 و 78 عالميا، لتكون ليبيا الدولة الوحيدة بعد الجزائر بمركزها 124 عالمي، غير أن سنة 2011 وحسب التقرير فقد كان الاسوء بالنسبة للدول شمال إفريقيا فنلاحظ تراجع جميع الدول في الترتيب العالمي في قطاع السياحة والأسفار ( ماعدا المغرب فقد تقدم في الترتيب العالمي بالنسبة دول شمال افريقيا ) بسبب مايعرف بالخراب العربي ومخلفاته الذي اجتاح تلك الدول ماعدا المغرب والجزائر ، و تراجع ترتيب تونس والجزائر للمرتبة 47 و 113 على التوالي، لكن وبالرغم من ذلك فما زالت تونس تتمتع بخاصية جاذبة للسياح عكس الجزائر بالرغم من تدهور الأمن بتونس (21)، ويوضح الجدول (10) ذلك.

الجدول (10) : ترتيب دول شمال إفريقيا وفقا لمؤشر تنافسية قطاع الأسفار  
والسياحة للعامين 2011 و 2015

2015		2011		الدول
التقط العام	الترتيب العالمي	التقط العام	الترتيب العالمي	
3.54	79	4.39	47	تونس
3.49	83	3.96	75	مصر
3.81	62	3.93	78	المغرب
2.29	123	3.37	113	الجزائر
/	/	3.25	124	ليبيا

المصدر: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011  
World Economic Forum, p19

#### الخاتمة:

من خلال المعطيات المعروضة في ماسبق ورغم ما تتوفر عليه الجزائر من موارد طبيعية وآثار تاريخية وحضارية تجعل من الجزائر مقصدا سياحيا عالميا بالنسبة للسياحة الدولية وتجعل الحركة السياحية نشاطا ناميا بالنسبة للسياحة الداخلية ، إلا أننا لاحظنا أن التنافسية السياحية بالجزائر ضعيفة جدا مقارنة بالدول المجاورة لها وذلك لعدة أسباب وعوامل يمكن تداركها مستقبلا.

#### نتائج البحث:

- نستنتج أن السياحة الداخلية تساهم في رفع مؤشر التنافسية السياحية بالجزائر .
- الأداء السياحي لدول شمال إفريقيا ومنها الجزائر ضعيف سواء من حيث استقطاب السياح الوافدين أو من حيث الإيرادات السياحية بحيث أن كلاهما لم يتعد نسبة 2٪ من عدد السياح أو الإيرادات السياحية في العالم .
- أن مؤشر التنافسية السياحية للمنتدى الاقتصادي العالمي من المؤشرات المتخصصة المركبة والتي تهدف إلى معرفة وتبيان التنافسية السياحية الدولية وأيضا تموقع الدول في الأسواق السياحية العالمية، إلا أن هذا المؤشر وبعد مرور 10 سنوات على صدور أول تقرير له لم يثبت على منهجية واحدة وفي كل تقرير تقريبا



يعاد ضبط هذا المؤشر نتيجة للانتقادات الكبيرة الموجهة له وكذلك يحاول وضع معايير متوازنة تعكس فعلا تنافسية الدول سياحيا.

– بالنسبة للجزائري معظم التقارير الصادرة عن المنتدى تحتل مراكز في مؤخرة الترتيب و في البعض منها ضمن الـ 10 بلدان الأخيرة، وهذا يدل على عدم إعطاء الجزائر الأولوية الكافية واللازمة لهذا القطاع.

#### الاقتراحات والتوصيات:

– على السلطات الجزائرية التركيز على القطاعات المرافقة لقطاع السياحة.  
– الاهتمام بالسياحة الداخلية بتوفير المرافق وتسهيل الإجراءات الاستثمارية للخواص في مجال السياحة ومرافقاتها.

#### الهوامش والمراجع المعتمدة:

(1) عصمت عدلي، السياحة المحلية والدولية، مؤسسة عالم الرياضة للنشر،

الإسكندرية، مصر، ط 2017 ص 113

(2) "Recommendations on Tourism Statistics" (PDF). *Statistical Papers*. M. New York: United Nations (83): 5. 1994

(3) عصمت عدلي، السياحة المحلية والدولية، مؤسسة عالم الرياضة للنشر،

الإسكندرية، مصر، ط 2017 ص 114، ص 115

(4) محيي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، المكتب الجامعي الحديث،

الإسكندرية، 2008، ص 37.

5 حجاب منير، الإعلام السياحي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003

ص 266

(6) قسم الفنادق والسياحة بكلية الخرطوم التطبيقية على الموقع القسم بالفيديو

بتاريخ 10 جوان 2013 اطلع عليه في 2018/10/27

(7) حري مختارية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في

الدول المغرب العربي، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة شلف،

2016، ص 123

- (8) صحراوي محمد تاج الدين، السبتى وسيلة، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول مداخلة في مجلة نماء للاقتصاد والتجارة عدد2 ديسمبر 2017 ص57
- (9) صحراوي، والسبتى، السياحة في الجزائر، مرجع سابق، ص58
- (10) اطع عليه بتاريخ 22 جانفي 2016 على الموقع  
<http://www.algomhoriah.net/atach.php?id=18954>
- (11) Duperas, A. & N. McCallum, Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document, OECD Tourism Papers, France, 2013/02, P 14
- (12) محمود حبيب و شوياصي شعبان، تنافسية القطاع السياحي في سورية،مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية،المجلد (32)، العدد (3)، سوريا 2010، ص104،
- (13) الحداد محمد محجوب، تقييم تنافسية صناعة السياحة في ليبيا كمصدر بديل للدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات، الملتقى الدولي الرابع حول : المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 20 نوفمبر 2011، ص5
- (14) علي زيان بروج، تقييم وتحليل التنافسية، مرجع سابق ، ص145
- (15) World Tourism Organization (UNWTO2015) Tourism Highlights, several Edition.
- (16) علي زيان بروج، تقييم وتحليل التنافسية، مرجع سابق ،ص146
- (17) علي زيان بروج، تقييم وتحليل التنافسية، مرجع سابق ،ص149
- (18) علي زيان بروج، تقييم وتحليل التنافسية، مرجع سابق، ص151
- (19) الكفافي مصطفى يوسف، أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص23
- (20) حافظ عبد الكريم، الإدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط01، 2010، ص21
- (21) The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, World Economic Forum, p 18