

مؤشرات السياحة كأداة لتصنيف الجزائر تبعا لوضعها التنافسي مقارنة مع دولة الإمارات العربية المتحدة قصد النهوض بالقطاع

\* أ.د عدلي زهير

\*\* أ.سعدى راضية

### Résumé:

Le tourisme est devenu une activité principale vu son impact direct sur plusieurs secteurs notamment, le secteur social, économique et culturel, devenu également l'une des grandes industries dans le monde, en se référant à son rôle dans la croissance économique nationale par sa part de participation à la production intérieur brut (PIB), de ce point de départ, une importance particulière a été attribuer au secteur du tourisme de la part de tous les responsables, sachant que son développement et sa pérennité constitue une source durable à l'opposé à d'autres richesses particulièrement le pétrole.

Dans notre recherche, nous avons donné une importance spécifique à quelques indicateurs de performance du tourisme en Algérie et dans les pays des Emirats Arabes Unis, commençant par les atouts du secteur touristique en Algérie, passant par l'énumération des obstacles qui nuisent à sa croissance et son développement, dans le but de les réduire par l'adoption de stratégies déjà appliquées en Emirats Arabes Unis. Le fruit de notre recherche nous a prouvé que malgré que l'Algérie représente un terrain attractif de touristes, sa part du tourisme mondial reste très restreinte comparaison faite à ses potentialités et ses atouts. Ce secteur aussi primordial pour l'économie algérienne est fragilisé par un manque remarquable des investissements en infrastructures et en services. Un tel secteur nécessite une vision longitudinale faisant partie de la stratégie d'une croissance économique nationale.

**Mots clés:** Indicateurs du tourisme, Tourisme en Algérie, Tourisme aux Emirats Arabes Unis.

\* أستاذ، جامعة الجزائر3.

\*\* أستاذ مساعد أ، جامعة الجزائر3.

**الملخص:** تعتبر السياحة نشاطاً أساسياً نظراً لآثارها المباشرة على القطاعات الاجتماعية الاقتصادية والثقافية حيث أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم، لما لها من دور في تنمية الاقتصاد الوطني حيث تلعب دوراً مهماً ورئيسياً باعتبارها قطاعاً حيويًا يساهم في تكوين الناتج الداخلي الخام، ومن هنا تم إيلاء قطاع السياحة اهتماماً واضحاً حيث أصبح في سلم الاهتمامات الرسمية والمهنية والشعبية ليحوز اهتمام جميع المسؤولين في العالم، إذ إن استمراريته تشكل مورداً لا ينضب خلافاً للنفط وبقية المعادن والثروات الأخرى. ونحاول في هذا البحث التركيز على بعض مؤشرات أداء السياحة في كل من الجزائر والإمارات العربية المتحدة بدءاً من مقومات القطاع السياحي

**الكلمات المفتاحية:** مؤشرات السياحة، السياحة في الجزائر، السياحة في إ.ع.م.

## المقدمة:

تعتبر السياحة من أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً، حيث تمثل اليوم قطاعاً متكاملًا و متعدد المراحل، يتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والتوزيع، ولم يعد الاهتمام بقطاع السياحة يقتصر على الدول المتقدمة التي ترتفع فيها مستويات الدخل فحسب، بل امتد لمعظم الدول النامية التي وجدت في القطاع حيويًا يساهم في تنويع مصادر الدخل ويوفر فرصاً ومناصب للشغل باعتباره يتصف بكثافة العمل.

لذلك وجب على الجزائر أن تهتم بشكل جلي بتطوير قطاع السياحة، وتوفير عناصر الجذب السياحي الإضافية له، لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح، المحليين منهم والدوليين، مما يزيد من حجم مساهمة قطاعها السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، وجعلها في طليعة البلدان الأكثر جذباً للسياح في العالم، واقتداءً بالدول الرائدة في هذا المجال وعلى رأسها الإمارات العربية المتحدة التي صنفت حسب مؤشر السياحة "تقرير التنافسية العالمي لسنة 2015" الذي أصدره المنتدى الاقتصادي العالمي "دافوس" في

المرتبة الأولى عربياً من بين 16 دولة عربية في مجال التنافسية ككل في حين الجزائر احتلت المرتبة 14، أما عالمياً فاحتلت المرتبة 24 و الجزائر المرتبة 123 من بين 141 دولة<sup>أ</sup>.

### الإشكالية:

و من هذا المنطلق تم طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي معوقات القطاع السياحي في الجزائر وكيف يمكن الاستفادة من دولة الامارات العربية

المتحدة للنهوض بهذا القطاع؟

### التساؤلات الفرعية:

للإجابة عن الإشكالية الرئيسية نقوم بطرح السؤالين الفرعيين التاليين و ذلك للإحاطة بمختلف جوانب

الموضوع:

- ما هو واقع قطاع السياحة في الجزائر وما هي مكانتها بين الدول؟
- هل يمكن إتباع خطوات دولة الإمارات العربية المتحدة للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر؟

### الفرضيات:

بهدف الاجابة على الإشكالية و التساؤلات الفرعية أعلاه اعتمدنا على الفرضيتين التاليتين:

- لا يزال قطاع السياحة في الجزائر في أولى خطواته للحاق بركب الدول العربية؛
- يمكن للجزائر الاستفادة من دولة الإمارات العربية المتحدة التي تعد الأولى عربياً في القطاع السياحي انطلاقاً من المقومات المشتركة بين البلدين.

### الأهمية:

يتخذ الموضوع أهميته انطلاقاً من أهمية القطاع السياحي في حد ذاته، حيث يعتبر عاملاً مساعداً خصوصاً في مجال البنية التحتية للاقتصاد، ومدى مساهمته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للبلاد، وما للقطاع السياحي من أبعاد داخلية وخارجية للنهوض بالاقتصاد الوطني، وتحسين رصيد ميزان المدفوعات وتوفير فرص العمل.

### منهجية البحث:

انصب اعتمادنا عند استعراض الجانب النظري على الكتب و المراجع العلمية المتخصصة في موضوع البحث، بالإضافة الى الاعتماد على الدراسات و البحوث و المقالات و التقارير ذات الصلة بالموضوع، و من أجل الإلمام بجوانب الظاهرة المدروسة استعملنا المنهج الوصفي التحليلي و المنهج المقارن، حيث عمدنا إلى توصيف و تشخيص المقومات السياحية و كذا السياسات المتبعة في كل من الجزائر و

الإمارات العربية المتحدة من خلال جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات و تحليلها بعد المقارنة بينها، كما خالصنا من خلال التحليل إلى وضع مجموعة من الاقتراحات التي تعد بمثابة حلول، مراعاتها يساعد في النهوض بالاقتصاد الوطني عن طريق تنويع مصادر الدخل في الجزائر.

### حدود الدراسة:

سنحاول من خلال دراستنا توضيح النظرة حول واقع القطاع السياحي في الجزائر و نفس القطاع في الإمارات العربية المتحدة بشكل مختصر يخدم المضمون، مركزين على أهم المقومات و السياسات لكلا البلدين، اعتماداً على تقارير مؤشرات السياحة العالمية، الاحصائيات، القوانين و المخططات، و قد تم تحديد فترة الدراسة كإطار زمني خلال الفترة 2007 - 2015، أما الإطار المكاني فقد خص الجزائر و الإمارات العربية المتحدة.

### تقسيمات الدراسة:

حيث قسمت الدراسة فضلاً عن المقدمة و الخاتمة و التوصيات إلى جزئين:

**الجزء الأول :** الإطار النظري للدراسة و الذي ينقسم بدوره الى محورين:

المحور الاول : الأسس المفاهيمية للسياحة؛

المحور الثاني: مؤشرات السياحة كأداة لتصنيف الدول تبعاً لوضعها التنافسي؛

**الجزء الثاني:** الإطار التحليلي للدراسة ويندرج ضمنه:

المحور الاول : واقع القطاع السياحي في الجزائر و مكانتها بين الدول؛

المحور الثاني: الإمارات العربية المتحدة كمرجع للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر.

الجزء الأول: الإطار النظري للدراسة

قسّم هذا الجزء بدوره إلى محورين:

المحور الاول : الأسس المفاهيمية للسياحة

حيث يتم فيه تناول بعض المفاهيم الضرورية لتوضيح مسار البحث:

1. تعريف السياحة:

تعددت التعاريف بتعدد الباحثين و تعدد الجوانب أو الظواهر التي تم اعتمادها من أجل إعطاء تعريف شامل و موحد للسياحة، فمنهم من ركز عليها كظاهرة اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية، و منهم من اعتبرها كأساس لتنمية العلاقات الدولية و الانسانية والثقافية والسياسية و التعليمية و غيرها.

وأهم تعريف للسياحة هو تعريف منظمة السياحة العالمية (UNWTO) حيث عرّفت السياحة بأنها: "أنشطة الأشخاص المسافرين من أماكنهم والإقامة في أمكنة خارج أمكنة إقامتهم المعتادة لمدة لا تزيد عن سنة مستمرة، لقضاء إجازة أو لأعمال أو أغراض أخرى"<sup>ii</sup>.

2. أهمية السياحة:

أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر نظرا لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة منها:

أ. الأهمية الاقتصادية:

حيث يؤثر رواج السياحة بشكل مباشر على الاقتصاد ورواج الصناعات والأنشطة المرتبطة بها، اذ يؤدي إلى انتقال الأموال من جيوب السائحين إلى جيوب أصحاب هذه الخدمات والسلع المنشغلين بها فيتفرغ عن هذا الانتقال للأموال سلسلة أخرى من الانفاق.

ولا شك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد الانفاق العام على السلع الاستهلاكية وبالتالي إلى ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بقطاع السياحة (مباشرة، غير مباشرة)، الأمر الذي يتولد عن ذلك الانفاق اتساع نطاق العمل في هذه الصناعات والخدمات المرتبطة بها<sup>iii</sup>.

ب. الأهمية الاجتماعية:

للسياحة أهمية إجتماعية تتمثل في:

- العمل على رفع مستوى المعيشة للمجتمعات والشعوب وتحسين نمط حياتهم؛
- العمل على خلق وإيجاد تسهيلات ترفيهية وثقافية لخدمات المواطنين إلى جانب الزائرين؛
- المساعدة على تطوير أماكن الخدمات العامة بدولة المقصد السياحي؛
- المساعدة على رفع مستوى الوعي بالتنمية السياحية لدى فئات واسعة من المجتمع.

#### ج. الأهمية الثقافية:

- تعمل على تنمية الوعي الثقافي لدى المواطنين؛
- توفر التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث للمباني والمواقع الأثرية و التاريخية؛
- تعمل على تنمية عملية تبادل الثقافات والخبرات والمعلومات بين السائح والمجتمع المضيف (الحوار بين الحضارات).

#### د. الأهمية البيئية:

- المحافظة على العناصر البيئية المختلفة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة؛
- تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل عملي سليم<sup>iv</sup>.

#### المحور الثاني: مؤشرات السياحة كميّار لتقييم الأداء للدول والمقارنة بينها:

حيث سيتم التطرق فيه إلى تعريف تقرير التنافسية و إلى هيكل مؤشر تنافسية السياحة والسفر:

#### 1. تعريف تقرير تنافسية السياحة والسفر:

يمثل تقرير تنافسية السياحة و السفر معياراً لتقييم الأداء للدول مقارنة بغيرها من دول العالم، حيث أطلق المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) تقريره الأول عن تنافسية السياحة والسفر في عام 2007 و شاركت فيه 10 دول عربية، و يبين تحليل النتائج مدى تقدم أو تراجع مرتبة الدول في تنافسية السياحة و السفر خلال الخمس تقارير الماضية من 2008 الى 2015 و المؤشرات و المتغيرات التي أدت الى التقدم أو التراجع في القطاع، و ذلك للوقوف على جوانب القوة و الضعف لها، إذ يكون الهدف من خلال إعدادده هو قياس و تحديد العوامل و السياسات التي تعمل على تطوير قطاع السياحة و السفر في مختلف الدول، و تبرز أهمية هذا التقرير في كونه يصنف الدول في مؤشر يعبر عن مدى توافر البيئة الداعمة للسياحة من حيث النظم و الاجراءات و البنى التحتية و الموارد الطبيعية و البشرية و غيرها.

و يتكون المؤشر الكلي لتنافسية السياحة و السفر (TTCI) Travel and Tourism Competitiveness Index من ثلاثة مؤشرات رئيسية حسب تقسيم تقرير سنة 2013 أما تقرير سنة

2015 فقد قسمها إلى أربعة مؤشرات رئيسية، حيث تحتوي هذه المؤشرات الرئيسية بدورها على 14 مؤشراً فرعياً تمثل محاور لتقييم السياحة في دول العالم، و قد تم حساب المؤشر باستخدام بيانات احصائية تم تجميعها من مصادر دولية و وطنية عديدة بالإضافة الى بيانات مسحية حول انطباعات المجلس التنفيذي للمنتدى، و يحسب المؤشر باستخدام معادلة لتحويل البيانات الخام و وضعها في مدى محصور بين 1-7، حيث تشير أقل قيمة في العينة و أكبر قيمة في العينة إلى أسوأ و أفضل أرقام تحققت على مستوى الدول في هذا المؤشر<sup>٧</sup>.

## 2. هيكل مؤشر تنافسية السياحة والسفر:

يختلف هيكل مؤشر التنافسية باختلاف تقسيمات التقارير للمؤشرات الرئيسية:

### أ. حسب تقسيم تقرير سنة 2013:

- ✓ الإطار التنظيمي و القانوني؛
- ✓ البنية التحتية و بيئة الأعمال؛
- ✓ الموارد البشرية و الثقافية الطبيعية.

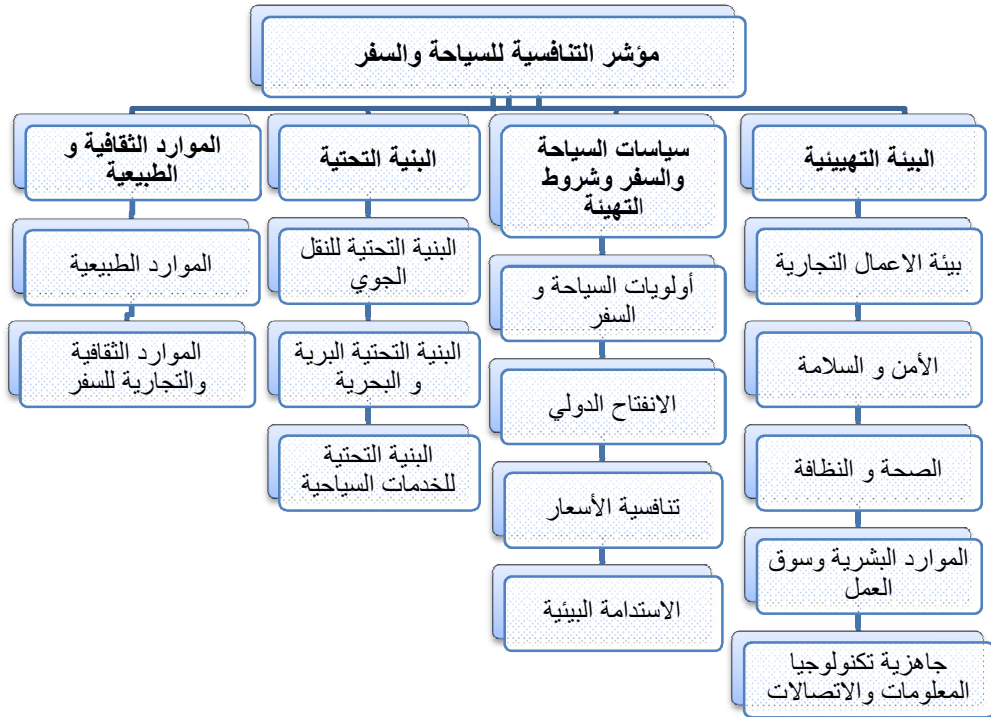


المصدر: World Economic Forum (2013) , The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013, Ed. By ; J. Blanke and Th. Chiesa. Geniva.

## ب. حسب تقسيم تقرير سنة 2015:

أما عن تقسيم 2015 فقسمت إلى أربع مؤشرات رئيسية:

- ✓ البيئة التهيئية؛
- ✓ سياسات السياحة و السفر و شروط التهيئة؛
- ✓ البنية التحتية؛
- ✓ الموارد الثقافية و الطبيعية.



المصدر: World Economic Forum (2015) , The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015, Ed. By ; J. Blanke and Th. Chiesa. Geniva.



الجزء الثاني: الإطار التحليلي للدراسة

بعد تطرقنا في الجزء النظري من الدراسة إلى مؤشر تنافسية السياحة والسفر العالمية وكيفية حسابه ارتأينا إلى الإشارة إلى مرتبة كل من الجزائر والامارات العربية المتحدة بين الدول المشاركة في تنافسية السياحة والسفر وهذا لتبيين مدى تقدم أو تراجع كل من الدولتين، من خلال عرضنا لجميع المؤشرات المرتبة حسب كل دولة محل الدراسة.

الجدول رقم 1: مرتبة الجزائر و إ.ع.م بين الدول العربية والدولية المشاركة حسب نتائج التقارير

2015		2013		2011		2009		2008		التسلسل حسب مرتبة الدولة في تقرير تنافسية السياحة والسفر
المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	
16	141	15	140	15	139	14	133	14	130	الجزائر
01	24	01	28	01	30	01	33	03	40	الإمارات العربية المتحدة
14	123	13	132	13	113	13	115	12	102	الجزائر

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير تنافسية السياحة والسفر 2013 و 2015 (TTCR)

يبين الجدول رقم 1 مرتبة كل من الجزائر و الامارات العربية المتحدة بين الدول العربية والدولية المشاركة في تقرير تنافسية السياحة و السفر حيث نرى أن الامارات العربية المتحدة احتلت المرتبة الاولى عربيا خلال التقارير الأربعة الاخيرة بينما احتلت الجزائر المراتب 12، 13 و 14 على الترتيب؛ أما دوليا أو عالميا فقد كان ترتيب إ.ع.م: 40، 33، 30، 28 و 24 خلال السنوات الخمس: 2008، 2009، 2011، 2013 و 2015 على الترتيب، و هذا دليل على مدى التطور المستمر لصناعة السياحة، على غرار الوضع في الجزائر التي احتلت المراتب التالية: 102، 115، 113، و 132 و 123 خلال نفس الفترة على التوالي و هذا ما يبين التراجع المستمر في هذا المجال رغم توافرها على المقومات السياحية التي تسمح بتحسين الوضعية السياحية، و من هنا جاء

التساؤل الرئيسي لموضوع بحثنا كالتالي: ما هي معوقات القطاع السياحي في الجزائر وكيف يمكن الاستفادة من دولة الامرات للنهوض بهذا القطاع؟

الشيء الذي استدعى تقسيم هذا الجزء التحليلي من الدراسة إلى قسمين ليعالج القسم الأول السياحة في الجزائر وأسباب تدهورها، أما الجزء الثاني فيعالج وضع السياحة في إ.ع.م وأسباب ازدهارها لتكون مرجع يقتدى به لمحاولة الوصول الى ما توصلت اليه من نتائج انعكست بالإيجاب على اقتصادياتها.

## المحور الاول : واقع القطاع السياحي في الجزائر و مكائنها بين الدول

حيث تطرق هذا المحور إلى كل من المقومات السياحية في الجزائر، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 وأخيراً معوقات السياحة في الجزائر.

### 1. المقومات السياحية في الجزائر:

إن العناصر المكونة للعرض السياحي متعددة و سوف نتطرق إلى أهمها من خلال إبراز أهم الموارد الطبيعية و الثقافية و التاريخية و الدينية، و أهم البنى التحتية:

#### 1.1 الموارد الطبيعية:

تقع الجزائر في الشمال الإفريقي، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط على شريط ساحلي يبلغ 1200 كلم<sup>2</sup>، و شرقا تونس و ليبيا، و غربا كل من المغرب و موريتانيا و الصحراء الغربية، و جنوبا النيجر و مالي، و تعد الجزائر أكبر البلدان في القارة الإفريقية من حيث المساحة ، إذ تتربع على مساحة 2.381.471 كلم<sup>2</sup> و عدد سكانها بلغ 40,4 مليون نسمة في 1 جانفي 2016 (حسب إحصائيات الديوان الوطني للسياحة).

ويمكن أن نميز في الجزائر منطقتين متميزتين عن بعضها البعض وهما :

أ- **منطقة الشمال:** تنظم المناطق التلية و المناطق السهلية، و هي مناطق عرضية أكثر منها طولية، و هي تضم بذلك أخصب الاراضي، و تحتوي السهول على جبال (الونشريس، القبائل، تلمسان)، و جبال الأطلس الصحراوي، الذي يتكون بدوره من جبال (القصور، العمودية، أولاد نايل و الزيبان).

كما يتصف المناخ الجزائري بالمتوسطي أساسا، و آخر قاري، هذا ما يجعل الشتاء باردا و قارص، و الصيف حار و جاف.

- المناخ المتوسطي: ويشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة تقدر 18 درجة مئوية، وتبلغ درجات الحرارة ذروتها خلال شهري جويلية و أوت إلى 30 درجة مئوية، و عليه المناخ في هذه المنطقة يتميز بالحرارة و الرطوبة.
- المناخ الشبه الحار: و يحوي منطقة الهضاب العليا، و يتميز بفصل بارد طويل و رطب أحيانا، إذ يستمر من أكتوبر إلى مايو، يسجل درجات حرارة معدومة و تحت الصفر أحيانا أخرى في بعض المناطق، أما بقية المناطق فميزتها الحرارة و الجفاف.

ب- منطقة الجنوب الصحراوي: إن للطبيعة الصحراوية ثلاث صفات رئيسية و هي تتمثل في الهضاب الأرضية و تسمى بالحماة و الدروع، و الثانية تتركز في العروق و هي العرق الغربي الكبير و العرق الشرقي الكبير و عرق شاش، و الثالثة طبيعة الهقار و التي توجد بها أعلى قمة بالجزائر و هي قمة "طهارة" ب 3003م.

ويمتاز مناخ المنطقة الصحراوية بقلة كمية الأمطار التي لا تزيد عن 1500 ملم في السنة و بحرارة شديدة في النهار و منخفضة في الليل، و يسودها المناخ الجاف الذي يتميز بموسم حار طويل يمتد من مايو إلى سبتمبر بدرجات حرارة تتراوح بين 40°م و 45°م و بقية الأشهر تتميز بمناخ متوسط الحرارة، أما الغطاء النباتي فهو متكون أساسا من واحات النخيل<sup>vi</sup>.

## 2.1. الموارد الثقافية والتاريخية والدينية:

إن المعالم التاريخية و الحضارية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر جعلتها مهدا للحضارة الإنسانية و شاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي و الإفريقي، فالمعالم الأثرية و المتاحف و الوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراققة و عظمة الحضارات المتعاقبة، من الأمازيغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية و الرومانية و أخيرا الإسلامية التي فرضت نفسها على التاريخ، و الشاهد عليها قلعة بني حمادة ببجاية، و قد صنفت منظمة اليونسكو سبعة مناطق أثرية ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي، و هي منطقة الطاسلي و تيبازة و جميلة و تيمقاد و وادي ميزاب و حي القصبة.

كما يتبين أن السياحة الثقافية و الترفيهية، تستقطبان الكثير من الاهتمام في اختيار التوجهات السياحية، حيث يزداد الطلب عليها، و بهذا الصدد تتميز الجزائر بمزايا كفيلة بتلبية الطلبات الأكثر تشددا، بفضل امتداد المناطق الساحلية من الساحل إلى الصحراء و التراث الثقافي الذي يعكس تاريخ البلد بكل أبعاده الثقافية.

إن الصناعة التقليدية و الحرفية التي تتوفر عليها الجزائر تجعل السياحة الثقافية أكثر انتعاشا خاصة في موسم الاصطياف، بحيث يكتسي دور الصناعات التقليدية في ترقية السياحة نفس الأهمية التي يحظى بها قطاع السياحة في تنمية الاقتصاد ككل، فاهتمام الشباب بهذه الصناعات حسب المناسبات يعطي فرصة أكبر للسياح لاكتشاف هذه القدرات و المواهب، ومن ثم التعريف بثقافة و حضارة الأمة<sup>vi</sup>.

### 3.1 البنية التحتية في الجزائر:

أ. المواصلات: تعد المواصلات من بين أهم العوامل الأساسية لتطوير السياحة في المستقبل وتحتوي الجزائر على:

- **النقل الجوي**: عرف النقل الجوي في الجزائر تطورا ملحوظا، إذ نجد 31 مطارا موزعا عبر كامل التراب الوطني، أغلبها مطارات دولية، و تغطي شركة الخطوط الجوية الجزائرية 35 محطة عبر أوروبا و إفريقيا و الشرق الأوسط كما تغطي هذه الشركة أهم المدن الداخلية و المناطق الساحلية.
- **النقل البري**: يبلغ طول شبكة الطرقات في الجزائر أكثر من 90000 كلم منها:

- الطرق الوطنية: 22000 كلم؛
- الطرق الولائية: 26000 كلم؛
- الطرق الثانية: 42000 كلم؛
- الطرق في طور الإنجاز: 3200 كلم وهي خصوصا طريق اليسار شرق غرب؛
- كما يبلغ شبكة السكك الحديدية 4200 كلم تتكون من:

1435 كلم شبكة عادية، 1055 كلم شبكة ضيقة، 305 كلم شبكة مزدوجة، 299 كلم شبكة كهربائية.

ب. الاتصالات: عرف قطاع الاتصالات في الجزائر تفتحا على سوق الاتصالات السلكية و اللاسلكية، إذ أصبح الهاتف و شبكة الانترنت سهلة المنال خاصة بعد إدخال نظام "ADSL" فيها ما يقارب 5 ملايين مشترك في سنة 2005 بنسبة (90%)، وتجاوز عدد مشتركى خدمة الانترنت الفائق السرعة ADSL المليونى مشترك في نهاية جوان 2015 مقابل 1.5 مليون مشترك سنة 2014، وتم تسجيل أكثر من مليونى مشترك في خدمة الانترنت الفائق السرعة ADSL على المستوى الوطني من بينهم 50 بالمئة استفادوا من نظام عقدة الوصول المتعددة الخدمات MSAN، خدمة MSAN تكنولوجيا حديثة توفر عن طريق خط ثابت إضافة إلى الهاتف بالصوت و الصورة بعض الخدمات مثل مشاهدة القنوات التلفزيونية المجانية و مشاهدة

فيديو عند الطلب VOD، كما بلغ عدد مشتركى الهاتف الثابت 3.1 مليون مشترك، و فيما يخص توسيع وعصرنة شبكة اتصالات الجزائر تم إنجاز أكثر من 63 ألف كلم، من الألياف البصرية إلى غاية نهاية جوان 2015، وتطمح المؤسسة إلى تعميم الألياف البصرية بمعدل 10 إلى 15 ألف كلم في السنة<sup>viii</sup>.

### المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 :

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، ويعد هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لآفاق 2020، وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تشمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، ولتحقيق القفزة المطلوبة وجعل السياحة أولوية وطنية للدولة، يجب النظر إليها على أنها لم تعد خياراً بل أصبحت ضرورة، لأنها تشكل مورداً بديلاً للمحروقات<sup>ix</sup>.

ويمكن تلخيص الأهداف المادية في الجدول التالي:

### جدول رقم 2: خطة الأعمال السياحية بالأرقام لآفاق 2015

السنة	2007	2015
عدد السواح	1,7 مليون	2,5 مليون
عدد الأسرة	84 869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1,7 %	3%
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200 000	400 000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51 200	91 600

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، ص 18.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 1,47 ضعف ما هو محقق سنة 2007، أما عن عدد الأسرة فإن مستوى التطور المستهدف حدد بـ 1,8 ضعف ما هو متاح حاليا لتصبح الطاقة الإجمالية مساوية لـ 159869 سريرا.

أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام (PIB) فكانت بمعدل تطور الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة بسنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعدا بيداغوجيا.

### 3. معوقات السياحة في الجزائر:

يعاني القطاع السياحي في الجزائر من نقص التأهيل في أوساط العاملين، إذ لا يتوفر معظم المستخدمين على حد أدنى من التأهيل، الأمر الذي يساعد على تدهور نوعية الخدمات السياحية، وحسب دراسة أعدتها المنظمة العالمية للسياحة فإن نسبة العمالة غير المؤهلة تقدر بـ 66% من مجموع المشتغلين في هذا القطاع في الجزائر، في حين أن المقاييس الدولية المطبقة في قطاع السياحة تتيح فقط ما نسبته 20% لهذا الصنف من العمالة، نظرا لما لهذا النشاط من حساسية لارتباط خدماته بالعنصر البشري أكثر من غيرها من العناصر الأخرى.

فانخفاض مستوى التأهيل والتكوين في أوساط العاملين بالقطاع السياحي في الجزائر يعود أساساً إلى أن جهاز التكوين غير مكيف مع حاجات هذا القطاع سواء من حيث العدد أو من حيث النوع، وفي إطار تكوين وتأهيل الموارد البشرية لما لها من دور في تسيير المؤسسات السياحية الفندقية وتحسين نوعية الخدمات في القطاع السياحي في الجزائر تضمنت إستراتيجية التنمية المستدامة لتطوير السياحة موضوع التكوين في تخصصات مختلفة ومتفاوتة المستويات، وذلك من خلال تدعيم الطاقة البيداغوجية الموجودة، إضافة إلى إدخال شعبة الاقتصاد السياحي على مستوى الجامعات، ويظل مستقبل التشغيل السياحي في الجزائر مرهونا بمدى تطور مكانة قطاع السياحة في السياسة الاقتصادية للدولة، وبوزن الاستثمار الخاص في هذا المجال وما يحمله ذلك من فرص عمل في مختلف التخصصات العلمية والمهنية المرتبطة بالسياحة<sup>X</sup>.

و من أسباب ضعف السياحة الجزائرية مايلي:

1. الخيارات الإستراتيجية كأحد أهم معوقات قطاع السياحة الجزائري: تعتبر الخيارات الإستراتيجية التي تبنتها الجزائر بعد الاستقلال من بين المعوقات الأساسية للقطاع السياحي الجزائري، و يظهر هذا جليا في المكانة التي كان يحتلها قطاع السياحة ضمن مخططات التنمية الوطنية.
2. معوقات الاستثمار السياحي: وجود عقبات كبيرة أمام تدفق الاستثمارات إلى الجزائر، وبما أن الاستثمار السياحي في الجزائر جزء لا يتجزأ من الاستثمار العام، فكل العراقيل التي تقف أمام الاستثمار بصفة عامة تقف كذلك أمام الاستثمارات السياحية، سواء كانت هذه الاستثمارات السياحية محلية أو أجنبية.
3. ضعف الثقافة السياحية وتراكم المشاكل البيئية: إذا كان المجتمع تغيب عليه الثقافة السياحية، فهذا يؤثر سلبا على القطاع السياحي في حد ذاته، و البيئة هي الأخرى تلعب دورا مهما جدا في تحسين الصورة السياحية للبلاد باعتبار أن السياحة جزء من البيئة، و أن الأوضاع البيئية السائدة تؤثر في سلوك السياح.
4. تدهور الوضع الأمني وتراجع السياحة الجزائرية: إذ يعد الوضع الأمني السائد الركيزة الأساسية التي تبنى عليها السياحة، فقد تراجع السياح في العديد من الدول نظرا لغياب أو تدهور الوضع الأمني والسياسي فيها.

#### 5. معوقات أخرى أثرت سلبا على السياحة الجزائرية:

- ضعف دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال؛
- معوقات أداء الجماعات المحلية للنهوض بالسياحة الجزائرية؛
- ضعف الصناعة التقليدية وتداخل الاختصاصات بين الهيئات<sup>xi</sup>.

يعد نقص و تخلف الهياكل و البنى الأساسية من خدمات الطرق و النقل و الموانئ و المطارات و الاتصالات و الطاقة و المياه و غيرها من أهم المعوقات التي تواجه عملية الاستثمار في المجال السياحي كما في غيره من المجالات، و باختصار يمكن القول أن القطاع السياحي في الجزائر لم يلق الاهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع إقتصادي هام مدر للعمالات الأجنبية و موفر لفرص العمل.

## المحور الثاني: الإمارات العربية المتحدة كمرجع للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر

تطورت السياحة في دولة الإمارات خلال السنوات الماضية على نحو أصبحت الدولة مقصد للسياحة الإقليمية والدولية، وبعد أن كانت تقتصر على أشهر معدودة خلال فترتي الشتاء والربيع، فإنها امتدت خلال السنة كلها وذلك بفضل تنوع المنتج السياحي والأنشطة الجاذبة للزائرين وحملات التسويق الكثيرة<sup>xii</sup>.

فقد تصدرت دولة الإمارات الأسواق العربية في الإسهام المباشر لقطاع السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي بحسب بيانات مجلس السياحة و السفر العالمي، إذ بلغ عدد السياح أكثر من 10 مليون سائح سنة 2013، كما تم تسجيل نمو بنسبة 5.2% في الناتج المحلي الإجمالي (GDP) خلال سنة 2013<sup>xiii</sup>، فيما بلغ إجمالي قيمة الاستثمارات في قطاع السياحة و السفر في المنطقة نحو 41.1 مليار دولار، و تباين الإسهام المباشر لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بين هذه الدول، إذ سجلت السياحة الاماراتية أكبر مساهمة بواقع 25 مليار دولار خلال عام 2013.

أين صنفت حسب تقرير التنافسية العالمي 2015 الذي أصدره المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) في المركز 24 على مستوى العالم لتحقيق بذلك أفضل أداء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، حيث استقبلت نحو 10 ملايين مسافر في عام 2013 وذلك بفضل قوة بيئة الأعمال والبنية التحتية وارتفاع معايير السلامة والأمن، أما عربياً فاحتلت المرتبة الأولى من بين 16 دولة عربية<sup>xiv</sup>.

### جدول رقم 3: ترتيب الدولتين وفق المؤشرات الثلاثة الرئيسية حسب تقرير سنة 2013

الموارد البشرية، الثقافية والطبيعية				البنية التحتية وبيئة الأعمال				الإطار التنظيمي والقانوني				
2013	2011	2009	2008	2013	2011	2009	2008	2013	2011	2009	2008	
35	42	78	89	09	09	23	27	45	57	39	44	إ.ع.م
123	116	127	98	126	110	98	93	134	112	108	99	الجزائر

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير تنافسية السياحة و السفر 2013<sup>xv</sup> (TTCR)



**جدول رقم 4: ترتيب الدولتين وفق المؤشرات الأربعة الرئيسية حسب تقرير سنة 2015**

الموارد الثقافية والطبيعية	البنية التحتية	سياسات السياحة والسفر وشروط التهيئة	البيئة التهيئية	
75	8	52	16	الإمارات العربية المتحدة
90	133	135	99	الجزائر

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير تنافسية السياحة و السفر 2015 (TTCR)

يتضح من الجدولين رقم 3 و 4 ترتيب كل من الجزائر و الامارات العربية المتحدة وفقا لكل مؤشر على حدى حيث نلاحظ أن أحسن ترتيب للامارات هو لمؤشر البنية التحتية أين احتلت المراتب: 9، 9 و 8، خلال السنوات 2011، 2013 و 2015 على التوالي بينما احتلت الجزائر المراتب: 110، 126 و 133 خلال نفس الفترة مما يعكس العجز الكبير للبنية التحتية في الجزائر و هو السبب الرئيسي لتخلفها و عدم ازدهارها في هذا القطاع.

و الجدول الموالي يوضح العناصر الفرعية لمؤشر البنية التحتية:

**جدول رقم 5: مؤشر البنية التحتية لسنة 2015**

البنية التحتية				
البنية التحتية للمؤشرات	البنية التحتية البرية و البحرية	البنية التحتية للنقل الجوي	البنية التحتية للخدمات السياحية	
8	20	3	26	إ.ع.م
133	121	113	138	الجزائر

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير تنافسية السياحة و السفر 2015 (TTCR)

من خلال الجدول رقم 5 يلاحظ أن مؤشر البنية التحتية يتكون من 3 مؤشرات فرعية تختلف مراتب الدولتين باختلاف المؤشر حيث سجلت الإمارات المركز الثالث 3 في البنية التحتية للنقل الجوي بينما سجلت الجزائر المركز 113، أما بالنسبة للمؤشرات التالية: البنية التحتية البرية والبحرية والبنية التحتية للخدمات السياحية فاحتلت الإمارات المركزين: 20 و 26 على الترتيب، في حين احتلت الجزائر المركزين: 121 و 138 على التوالي، انطلاقاً من هذا الترتيب ارتأينا القيام بمسح شامل للبنية التحتية لكلا البلدين.

## 1. المقومات السياحية لدولة الامارات العربية المتحدة:

برزت الإمارات بوصفها مقصداً لأمم وشعوب من مختلف أنحاء العالم، فهي تستقطب أكثر من ثمانية ملايين سائح سنوياً، وفيها أكبر عدد من الشركات العابرة للقارات، وقدر كبير من الاستثمارات الإقليمية والدولية<sup>xvi</sup>، حيث تتمتع بكل المقومات التي تكفل نجاح الصناعة السياحية فيها و في مقدمتها الأمن والاستقرار و الموقع الجغرافي الذي يربط بين مختلف قارات العالم حيث تعتبر بوابة لعبور الأوروبيين لإفريقيا الشرق الأوسط و آسيا، و الطقس المتميز طوال أكثر من ستة أشهر في العام و متعة التنزه و التجوال و التسوق بحرية و أمن و طمأنينة، بالرغم من افتقارها للمقومات السياحية الطبيعية (المرتبة 95 عالمياً) إلا أنها شكلت محيطاً سياحياً فريداً لجذب كل من رجال الأعمال و السياح الأجانب، كتنظيمها لإكسبو دبي 2020 (Expo Dubai)، وبيئة أعمال مواتية لتنمية هذه الصناعة، مع خطوات واسعة في تسهيل السفر و تحرير نظام التأشيرات لها (المرتبة 30 عالمياً)، بالإضافة إلى البنية الأساسية الحديثة و المتطورة التي تكفل خدمات راقية للسائحين و الزائرين من مطارات و موانئ و شبكة طرق و وسائل اتصالات و فنادق و مراكز تسوق عالمية و غيرها من الخدمات الراقية، البنية التحتية للنقل الجوي (المرتبة الثالثة عالمياً) من بين 141 دولة.

واعتبر تقرير صدر عن شركة «المزايا القابضة»<sup>xvii</sup> أن القطاع السياحي الإماراتي: "من أهم روافد الناتج المحلي لتتجاوز مساهمته فيه 8.5 في المئة سنة 2015، كما يضطلع بدور رفع تصنيف الدولة على سلم الوجهات السياحية العالمية المفضلة، بطرح مزيد من المشاريع السياحية والوجهات الترفيهية معتمدة على ما لديها من بنية تحتية متطورة، وأحداث مالية واقتصادية على مدار السنة".

كما تمثل الشواطئ الرملية الذهبية النظيفة الممتدة لمسافة 700 كيلومتر و الخدمات المتميزة لأكثر من 500 فندق و منتجع سياحي عدا الشقق الفندقية في مختلف أنحاء الدولة إضافة إلى الآثار التاريخية و مراكز التراث والمتاحف وانتشار أندية الجولف والبولو وسباقات الرياضات التراثية الشعبية والغوص والصيد

وسباقات الخيول والزوارق الشراعية والحديثة ورياضات التزلج على المياه والرمال عناصر مشوقة للجذب السياحي، أضيفت إليها حديثاً عناصر أخرى مهمة من بينها منطقة السعديات الثقافية التي ستضم مجموعة من المتاحف العالمية وافتتاح حلبة سباقات "الفورمولا 1" العالمية بجزيرة ياس السياحية بأبوظبي إضافة إلى المعارض والمؤتمرات التي تجذب الملايين من الزوار على مدار العام وتعكس صورة مشرقة للإمارات على مستوى العالم، وتنظم مراكز المعارض الثابتة في الدولة ومن بينها مركز أبوظبي الوطني للمعارض ومركز دبي التجاري العالمي واكسبو الشارقة ومركز رأس الخيمة للمعارض ومركز الفجيرة للمعارض عشرات المئات من الفعاليات التجارية والصناعية والعسكرية والثقافية والتراثية والبيئية والعلمية والسياحية وغيرها من الفعاليات التي تجذب الملايين من الزوار من مختلف قارات العالم<sup>xviii</sup>.

### ❖ البنية التحتية لدولة الإمارات:

لحلت دولة الإمارات المرتبة الثالثة عالمياً في جودة البنية التحتية و المرتبة الأولى عالمياً في العديد من مؤشرات جودة البنية التحتية، وفقاً لتقرير التنافسية الدولي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) للعام 2015<sup>xix</sup>؛ وجاءت في المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر جودة الطرق والمرتبة الثانية عالمياً في البنية التحتية للنقل الجوي وقطاع الطيران.

وتواصل دولة الإمارات جهودها في تنفيذ المزيد من مشاريع البنية الأساسية المتطورة وخاصة في قطاعات الطاقة والنقل والمطارات والموانئ الدولية وشركات الطيران الوطنية ومشاريع السكك الحديدية و(المترو) والمواصلات والطرق الخارجية والداخلية والجسور والأنفاق وغيرها من مشاريع البنية الأساسية المتكاملة.

### • النقل الجوي:

تتميز البلاد بقوة الانفتاح على السياحة والسفر (محتلة المرتبة 24 دولياً حسب تقرير 2015)، من خلال الميزة التنافسية الأهم للإمارات العربية المتحدة والتي تتعلق بمحاور الطراز العالمي الدولي من أجل السفر الجوي العالمي.

و يوجد بدولة الإمارات ثمانية مطارات دولية في كل من أبوظبي ودبي والشارقة ورأس الخيمة والفجيرة والعين، فيما تجري الدراسات لإنشاء مطار جديد في منطقة المنامة بإمارة عجمان بتكلفة 1.2 مليار درهم وبناء مطارات دولية جديدة وتوسعات كبيرة في مطاري أبوظبي ودبي الدوليين، كما ينتظر أن يصل حجم الاستثمارات في مطارات الدولة خلال الفترة 2015-2020 نحو 100 مليار درهم، وتوقع مجلس المطارات العالمي أن تصل الطاقة الاستيعابية في مطارات الدولة القائمة والجديدة إلى ما يزيد

على 250 مليون راكب بحلول العام 2020 لتحل المركز الأول في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من حيث الطاقة الاستيعابية<sup>xx</sup>.

### • النقل البحري:

يوجد على امتداد سواحل دولة الإمارات أكثر من 26 ميناءً بحرياً عدا موانئ تصدير النفط تشكل نحو 13 ميناء منها المنافذ التجارية الرئيسية البحرية للدولة التي ترتبط مع العالم الخارجي، وتستحوذ على أكثر من 61 في المئة من إجمالي حركة الشحن في منطقة الخليج.

ويعد ميناء خليفة بمنطقة الطويلة بإمارة أبوظبي، الذي افتتح في ديسمبر 2012 أحد أضخم الموانئ وأكثرها تطوراً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من حيث التكنولوجيا المتاحة فيه والمساحة والقدرة التشغيلية، ويتميز كذلك بقدرته على استيعاب الجيل الجديد من سفن الشحن العملاقة وتمكن من مناولة أكثر من مليون حاوية خلال العام الأول من تشغيله، ويرتبط الميناء حالياً بأكثر من 40 ميناء في العالم و17 خط شحن دولياً عبر القارات، كما يتميز الميناء بأنه سيرتبط بمشروع شبكة السكك الحديدية الذي تقوم بتنفيذه حالياً شركة الاتحاد للقطارات، ما يجعله أول ميناء في المنطقة يوفّر لعملائه هذه الوسيلة الحيوية لنقل البضائع.

واحتلت الإمارات المرتبة الثامنة عالمياً في كثافة حركة الحاويات بالموانئ، والمرتبة الأولى إقليمياً، والسادسة عشرة عالمياً في مؤشر تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (اونكتاد) للعام 2012، كما عززت القمة العالمية الثالثة للموانئ والتجارة التي استضافتها دولة الإمارات في 19 مارس 2013 في أبوظبي من مكانة الدولة كمركز استراتيجي لحركة التجارة والشحن في العالم<sup>xxi</sup>.

### • النقل البري:

أما بالنسبة للنقل البري فقد تأسست «شركة الاتحاد للقطارات» بموجب مرسوم اتحادي في العام 2009، لتقوم بإنشاء وتشغيل وتطوير أول شبكة للسكك الحديدية لنقل الركاب والبضائع في دولة الإمارات العربية المتحدة.

وتبلغ التكلفة الإجمالية لمشروع (قطار الاتحاد) نحو 40 مليار درهم ويمتد على مسافة 1200 كيلومتر بطاقة استيعابية تصل عند بدء التشغيل إلى 50 مليون طن من البضائع و 16 مليون راكب سنوياً. وتُغطي شبكة الاتحاد للقطارات كافة إمارات الدولة، وخاصة المناطق الصناعية الاستراتيجية الكبرى فيها، إضافة إلى الربط بين مدينة الغويفات الواقعة على حدود الإمارات مع السعودية.

و وقعت شركة الاتحاد للقطارات، وهي الجهة المختصة بإنشاء وتشغيل منظومة السكك الحديدية في الدولة في 25 أبريل 2014، نفاقاً مع شركة (دي بي شينكر) الألمانية لتأسيس شركة تشغيل وصيانة السكك الحديدية تحمل اسم: (الاتحاد للقطارات دي بي)، وتتولى تشغيل المرحلة الأولى من شبكة السكك الحديثة التي تمتد بين شاه وحباشان والرويس بطول 264 كيلومتراً، إضافة إلى تقديم خدمات الصيانة والاستشارات المتعلقة بالكفاءة التشغيلية والسلامة وخدمات العملاء، كما تم تخصيص ميزانية تُقدر بنحو 92 مليار درهم لتطوير شبكات القطارات الوطنية بالدولة، ضمن خططها التنموية للأعوام (2020، 2030)<sup>xxii</sup>.

### • الموارد البشرية والثقافية:

تحتضن أكثر من 180 جنسية تعيش على أرضها، وتتألف هذه الجنسيات فيما بين بعضها البعض وتتراص جميعاً في صف واحد وراء النهوض بالدولة لأعلى مستويات التطور والحداثة، حيث تلتحم أياديها لتصبح يداً واحدة في بناء نموذج للنماء الحضاري والاقتصادي في منطقة مستعصية حتى الآن على إدراك قيمة إعلاء إنسان على أي اختلافات حضارية أو ثقافية.

على الرغم من أن الإمارات العربية المتحدة لا تتمتع بموارد طبيعية غنية، إلا أنها أسست و بنت قاعدة للموارد الثقافية مجتذبة كل من رجال الأعمال و المسافرين لغرض الترفيه، مع تزايد العديد من المعارض والأسواق الدولية و بالأخص الصناعات الإبداعية المتنوعة، وعلى أرضية هذا النسق القيمي، برزت الإمارات ودي بوصفها مقصداً لأمم وشعوب من مختلف أنحاء العالم، فهي تستقطب أكثر من ثمانية ملايين سائح سنوياً، وفيها أكبر عدد من الشركات العابرة للقارات، وقدر كبير من الاستثمارات الإقليمية والدولية<sup>xxiii</sup>.

## 2. الاستراتيجيات المتبعة من طرف الإمارات العربية المتحدة:

- ركز العمل الاقتصادي على تحقيق العديد من الأهداف الإستراتيجية لتحقيق التنمية السياحية بالدولة منها:
- تطوير مستويات المعيشة، وبناء أسس الاقتصاد الحديث، إقتصاد المعرفة، وتطوير الخدمات ورفع كفاءته؛
  - اتجاه الدولة لاستكمال حركة التنمية وإعادة تأهيل وصيانة البنية الأساسية، وما رافقها من تدفق هائل في أعداد العمالة الوافدة بتخصصاتها المختلفة؛

- حركة الازدهار والتقدم الاقتصادي التي شهدتها الدولة خلال الفترة (2010-2015) وتنفيذ عدد من المشروعات الإستراتيجية وما رافقها من تدفق للشركات الأجنبية للاستثمار بالدولة<sup>xxiv</sup>؛
- اتجاه الإستراتيجية الاتحادية ورؤية الإمارات 2021 إلى تغيير نمط التنمية واتجاه الدولة من الاعتماد على إقتصاد تقليدي إلى إقتصاد معرفي، وإحداث شراكات مع الشركات الأجنبية وخاصة المتعددة الجنسية بهدف نقل وتوطين التكنولوجيا وتدريب الكوادر الوطنية وتفعيل الأساليب الإدارية الحديثة؛
- اتجاه الدولة نحو الاستمرار بضغط السيولة وتنشيط القطاع السياحي وتنفيذ المشروعات وخاصة الإستراتيجية لمعالجة تبعات الأزمة المالية العالمية؛
- تنفيذ الجهات المعنية بقطاع السياحة للعديد من حملات التسويق للعلامات التجارية الفعالة (المرتبة 1 دولياً)، محتضنة الأطر التنظيمية والقوانين التي تساعد على تطوير القطاع (المرتبة 13 دولياً)؛
- بالنسبة للاستثمارات فالإمارات العربية المتحدة مفتوحة أمام الاستثمارات الأجنبية (المرتبة 14 دولياً)،
- تعدد المؤسسات وهيئات الحكومية التي تعمل في قطاع السياحة من أهمها:  
هيئة أبو ظبي للسياحة، شركة التطوير والاستثمار السياحي بأبوظبي، شركة أبوظبي الوطنية للفنادق، دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي، هيئة الإنماء التجاري والسياحي بالشارقة، مكتب الفجيرة السياحي، دائرة السياحة برأس الخيمة و مجلس أعلى للسياحة على مستوى الدولة للعمل من خلال فكر سياحي واحد وخطة واحدة وبرامج تنفيذية يشرف عليها المجلس الأعلى من خلال مجالس ترويج السياحة في الإمارات؛
- بفضل تنوع المنتج السياحي والأنشطة الجاذبة للزائرين وحملات التسوق الكثيرة، امتدت فترات السياحة خلال السنة كلها بعد أن كانت تقتصر على أشهر معدودة خلال فترتي الشتاء والربيع، لتتطور خلال السنوات الماضية على نحو أصبحت فيه مقصداً للسياحة الإقليمية والدولية؛
- نفذت دولة الإمارات خلال العامين 2009 و 2010 المزيد من المشاريع العمرانية العملاقة مما يؤكد سلامة الاقتصاد الوطني و متانته، كما تم الافتتاح الرسمي في سنة 2010 لـ "برج خليفة" الذي يعد أعلى ناطحة سحاب على وجه الأرض بارتفاع 828 متراً بتكلفة إجمالية بلغت 1,5 مليار دولار<sup>xxv</sup>.

الخاتمة:

في ختامنا لهذه الدراسة و حسب ما أثبتته الشواهد الرقمية نخلص إلى أنه و على الرغم من مقومات القطاع السياحي التي تزخر بها الجزائر، إلا أن هذا الأخير الذي يعتبر كمورد حيوي للمداخيل لا زال متأخراً بها، لذا يجب إعادة النظر في السياسات المنتهجة، و وضع استراتيجيات قائمة على أسس علمية تهدف إلى تحقيق نجاح و ازدهار لهذا القطاع، و ذلك من أجل خلق أسس و بناء قاعدة صلبة قادرة على المنافسة سواءً على المستوى العربي أو على المستوى الدولي.

حيث يملك القطاع السياحي دوراً مهماً من خلال المساهمة في تحقيق النمو الاقتصادي نظراً لما يساهم به من تقليص من مشكلة البطالة و ما ينجو عنها من تبعات، و الرفع من المستوى المعيشي اقتصادياً، اجتماعياً و ثقافياً، إضافة الى توفير العملة الصعبة، إذ لا يمكن للجزائر أن تهمل هذا القطاع خاصة و أن تنوع موارد المداخيل على الصعيد المحلي ضرورة لا بد منها.

التوصيات:

على ضوء النتائج المتوصل اليها يمكن تقديم بعض الاقتراحات التي من شأنها المساعدة في تطوير القطاع:

- تطوير البنية التحتية والاتصالات: يجب ضمان البنية التحتية المناسبة والاتصالات لجذب السياح؛
- ضرورة إيجاد وسائل شاملة لرفع و تحسين الكفاءة التشغيلية للمرافق و البنية التحتية و التقليل من التكاليف؛
- الدور الإيجابي لوسائل الإعلام: يمكن لوسائل الإعلام أن تلعب دوراً حيوياً في تعزيز الأنشطة السياحية و يمكن أن تؤسس قناة فضائية لهذا الغرض؛
- ضرورة أن تقوم وسائل الإعلام على اختلاف أدواتها بتقديم الأخبار والبرامج السياحية بأسلوب مبتكر وجذاب لإبراز أهمية القطاع، فضلاً عن توفير برامج متخصصة لتدريب العاملين في مجال الإعلام السياحي بما يساعد على تقديم السياحة بكافة أشكالها وأنواعها بأسلوب مميز؛
- تطبيق إستراتيجية تسويقية مناسبة لتطوير السياحة بدءاً من بناء الصورة الإيجابية، والتركيز على جميع أنواع السياحة؛

- تخصيص الأموال اللازمة لأنشطة البحث والتطوير في مجال السياحة، وإنشاء معاهد وبحوث في هذا الصدد؛
- التأكيد على برامج الرحلات والزيارات المدرسية والجامعية للمعالم السياحية والتاريخية في البلد وذلك لتفعيل دور الشباب في التنمية السياحية من خلال خلق مزاج إيجابي تجاه السياحة؛
- تشجيع وجذب رؤوس الأموال لإقامة مرافق سياحية عملاقة متطورة؛
- تدعيم المنظومة القانونية والتشريعية حتى تكفل الحوافز الضرورية والتسهيلات لممارسي قطاع السياحة؛
- أهمية تفعيل الشراكة بين القطاع العام والخاص من خلال الحوار المشترك و خاصة في ظل الظروف الحالية الصعبة والنظر لأهمية قطاع السياحة والذي يولد فرص عمل مختلفة و يعمل على حفز النمو الاقتصادي و يساهم في الحد من وطأة الفقر في الاقتصاد ككل؛
- تعزيز تنافسية الاسعار في قطاع السياحة حيث يعتبر السعر من أهم العوامل التي تؤخذ بعين الاعتبار حول السياحة و بالتالي على متخذي القرار المساهمة في هذا الخصوص؛
- التسويق و الترويج بما في ذلك تنظيم المعارض السياحية و المشاركة في المؤتمرات و الاجتماعات الإقليمية و الدولية، و تنظيم الأسابيع السياحية في مختلف الولايات؛
- التنقيب في المواقع الأثرية و ترميمها؛
- ضرورة التأكيد على إشراك المواطنين في عملية التخطيط السياحي بما لديهم من أفكار بناءة وتفعيل هذه الأفكار في إطار التنمية السياحية؛
- الاعتماد على السياحة الإلكترونية ودراسات التسويق السياحي لتطوير قطاع السياحة؛
- تنمية الصناعات الصغيرة والحرفية ذات الطابع التراثي وتلك المرتبطة بشكل مباشر بدعم الصناعة السياحية وتحديد المواقع المخصصة والصالحة للاستثمار السياحي.

### آفاق الدراسة:

من خلال الدراسة الحالية حاولنا تحديد و توضيح الدور الذي يلعبه القطاع السياحي في تنويع موارد الدخل القومي قصد النهوض بالاقتصاد الوطني، و بالتالي انحصرت نتائج الدراسة في هذا الاطار، و هذا ما يفتح المجال واسعا أمام البحث في الموضوع أخذاً بعين الاعتبار زوايا وأبعاد أخرى، كما يمكن اجراء مقارنات أخرى مع دول عربية و أجنبية ناجحة قصد الاستفادة من تجاربها.



<sup>i</sup> The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

<sup>ii</sup> خربوطلي، صلاح الدين، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر، دمشق، 2004، ص 20.

<sup>iii</sup> زيد منير عبوي: السياحة في الوطن العربي دراسة لاهم المواقع السياحية العربية، الطبعة الاولى، دار الراية للنشر و التوزيع، عمان-الاردن، 2007، ص 43.

<sup>iv</sup> زيد منير عبوي: مرجع سبق ذكره، ص ص45-47.

<sup>v</sup> <http://www.amf.org.ae> الفصل الثاني عشر: التعاون العربي في قطاع السياحة ص 228

<sup>vi</sup> هدير عبد القادر: واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص ص 140-141.

<sup>vii</sup> المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16، نوفمبر 2000.

<sup>viii</sup> <http://www.kawalisse.com/ar/2015/08/10/>

<sup>ix</sup> حسين عبد القادر، (2013)، إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2025، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية - العدد 2013/02، ص 193.

<sup>x</sup> عشي صليحة: الاثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر تونس و المغرب، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة المسيلة، 2005، ص 102.

<sup>xi</sup> عوينان عبد القادر: السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية (SDAT2025)، أطروحة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، ص 207.

<sup>xii</sup> تقرير حول التطورات الاقتصادية و الاجتماعية بدولة الامارات 2005-2010، إصدار 2012، ص 73.

<sup>xiii</sup> World Economic Forum (2015), The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015, Ed. By ; J. Blanke and Th. Chiesa. Geniva.

<sup>xiv</sup> <http://www.tourismpanorama.com/ar/articles-bulletins-ar/3016-index.html> 2014.

<sup>xv</sup> World Economic Forum (2013), The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013, Ed. By ; J. Blanke and Th. Chiesa. Geniva.

<sup>xvi</sup> <http://www.albayan.ae/supplements/expo2020/2013-02-25-1.1830472>

<sup>xvii</sup> <http://www.tourismpanorama.com/ar/daily-news-ar/3428-21-12.html>

<sup>xviii</sup> <http://www.alrams.net/uae/>

<sup>xix</sup> World Economic Forum (2015), The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015, Ed. By ; J. Blanke and Th. Chiesa. Geniva.

<sup>xx</sup> <http://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports/2014-11-17-1.2246345>

<sup>xxi</sup> <http://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports/2014-11-17-1.2246345>

<sup>xxii</sup> <http://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports/2014-11-17-1.2246345>

<sup>xxiii</sup> <http://www.albayan.ae/supplements/expo2020/2013-02-25-1.1830472>

<sup>xxiv</sup> تقرير حول التطورات الاقتصادية و الاجتماعية بدولة الامارات 2005-2010، إصدار 2012

<sup>xxv</sup> <http://www.alrams.net/uae/>