مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية

اسم المقال: قراءة في مؤشرات تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي: دراسة مقارنة في التجربة الجزائرية والمغربية السياحية
اسم الكاتب: د. وداد بورصاص
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/1715
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 00:27 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

قراءة في مؤشرات تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي: دراسة مقارنة في التجربة الجزائرية والمغربية السياحية*

د. وداد بورصاص**

*تاريخ التسليم: 2018/5/9م، تاريخ القبول: 2018/6/19م.

**أستاذ محاضر "ب"/جامعة 8 ماي 1945 قالمة/ الجزائر.

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.2545362

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز سبل النهوض بالسياحة في الجزائر، والعمل على تحديد مختلف المجالات التي تمس منظومة السياحة التي تسهم في الرفع من الأداء السياحي، وذلك من خلال القيام بدراسة تقييمية مقارنة لكل من المنظومة السياحية في الجزائر والمغرب. سنعرض من خلال الدراسة مختلف المؤشرات التي تعكس جوانب الأداء السياحي في كل من هذين البلدين، معتمدين في ذلك على تقرير التنافسية للسفر والسياحة، وذلك تمهيداً لتحديد نقاط القوة والضعف التي تمس السياحة الجزائرية، والإفادة من التجربة المغربية في هذا المجال.

اتبعت الدراسة منهج التحليل الوصفي والمنهج المقارن، وقد أشارت نتائج الدراسة الى أن الجزائر تبذل جهودا من أجل النهوض بالأداء السياحي، إلا أنها لم تحقق مستوى الدول الرائدة في السياحة في عدد من المجالات. خرجت الدراسة بعدد من التوصيات.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الأداء السياحي، الجزائر، المغرب.

An Interpretation of The World Economic Forum Indicators' Report- A Comparative Study of The Algerian and Moroccan Tourism Experience

Abstract:

This study aims to identify the ways of promoting tourism in Algeria and identifies the various aspects that affect the tourism system. It also contributes to increasing the performance of tourism through a comparative evaluation of the tourism system in Algeria and Morocco. We will present the various indicators that reflect the aspects of tourism performance in each of these countries، based on the report of competitiveness of travel and tourism. This comes in order to determine the strengths and weaknesses that affect Algerian tourism and will help benefit from the Moroccan experience in this field.

The study followed the method of descriptive analysis and comparative approach. The results of the study showed that Algeria is making efforts to improve tourism performance. However، it is still lagging behind leading countries in tourism in a number of areas. The study came out with a set of recommendations.

***Keywords**: Tourism، Tourism Performance، Algeria، Morocco.*

مقدمة

تعد السياحة أحد أهم القطاعات التي تركز عليها الدول عبر مختلف أنحاء العالم، لما لهذه الأخيرة من قدرة على جلب العملة الصعبة والحد من ظاهرة البطالة، كما أنها تحقق انتعاشا للقطاعات الأخرى يرفع من اقتصاد هذه الدول.

كما أن نجاح السياحة وانتعاشها يتعلق بالعديد من المجالات والجوانب، فالسياحة منظومة تحوي العديد من العوامل التي تتكامل وتتفاعل فيما بينها حتى تحقق الأداء السياحي الجيد. فهي تشمل كل من جوانب بيئة الأعمال، والسلامة والأمن، والصحة والنظافة، والموارد البشرية، وسوق العمل، وجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأولويات السفر والسياحة، والانفتاح الدولي، وجوانب تنافسية السعر، وجوانب الاستدامة البيئية، والبنية التحتية للنقل الجوي، والبنية التحتية للنقل البري والموانئ، والبنية التحتية للخدمات السياحية، والموارد الطبيعية، وجوانب الموارد الثقافية وأعمال السفر .

إشكالية الدراسة:

قطعت المغرب شوطا معتبرا في مجال السياحة، وذلك بالنظر إلى عدد السياح الذين اختاروها لتكون قبلتهم السياحية، فقد سجلت المغرب دخول 10,176,762 سائحا سنة 2017، لتحقق $5,852.8 مليون دولار من العائدات السياحية، فيما لم تتعد الجزائر دخول 1,710,000 سائحا سنة 2017، محققة 307.7 مليون دولار من العائدات السياحية، وعلى الرغم من الجهود المبذولة من طرف الجزائر إلا أنها مازالت بعيدة كل البعد عن الدول السياحية العالمية، إذ صنفت الجزائر في المرتبة 118 بـ 3.07 نقطة في قائمة الدول الأكثر تطورا في قطاع السياحة، والتي تضم 136 دولة، وذلك وفق تقرير التنافسية للسفر والسياحة لعام 2017، الذي أصدره المنتدى الاقتصادي العالميالذي شارك فيه عدد من الهيئات المتخصصة، ومكاتب الدراسات والخبرة على غرار المنظمة العالمية السياحية. (تقرير السياحة والسفر، 2017)

وعليه فالجزائر مازالت متأخرة كثيرا في عدد من المجالات التي تمس السياحة التي سنحاول الإحاطة بها من خلال الاستعانة بتقرير التنافسية للسفر والسياحة لعام 2017، لذا فإن السؤال الرئيسي يتمحور حول:

- ما هي سبل الرفع من مستوى الأداء السياحي في الجزائر من خلال الإفادة من التجربة المغربية؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تتطرق لأحد أهم القطاعات التي تحظى باهتمام كبير في الجزائر، وفي مختلف دول العالم، لما لهذا القطاع من دور في جلب العملة الصعبة، ودفع عجلة التنمية الاقتصادية، ويمكن استخلاص أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- الاهتمام الكبير الذي أولته الجزائر في إطار النهوض بالقطاع السياحي.
- نتائج الدراسة تفيد في إبراز نقاط القوة والضعف التي يعاني منها الأداء السياحي في الجزائر.
- الدراسة تفيد في تقديم توصيات في إطار الاستفادة من التجربة المغربية في السياحة.

أهداف الدراسة:

- الوقوف على مدى جاهزية المنظومة السياحية في الجزائر؛
- إبراز نقاط القوة والضعف التي تعاني منها الجزائر في مجال تنشيط السياحة.
- الوقوف على سبل رفع الأداء السياحي في الجزائر.

منهج الدراسة:

انطلاقا من طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إليها سيتم استخدام المنهج التحليل الوصفي، والمنهج المقارن لتناسبه مع موضوع الدراسة، فقد تم وصف مضمون المحتوى الظاهر والصريح للمادة قيد التحليل من خلال الاستدلال بمؤشرات السياحة في البيئة الجزائرية، وذلك بالاستعانة بالمعلومات المجمعة سواء من خلال البحث المكتبي، أو مواقع الويب، وفقا لإحصائيات محينة، ليتم إجراء مقارنات بين العديد من المؤشرات لكل من الجزائر والمغرب.

الدراسات السابقة:

دراسة عشي: أطروحة دكتوراه بعنوان: الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب (صليحة عشي، 2011)، تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص واقع القطاع السياحي في الجزائر مقارنة مع تونس والمغرب، وقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي المقارن، وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن ضعف القطاع السياحي في الجزائر يعود أساسا إلى إهماله في مختلف برامج التنمية الاقتصادية واعتباره غير ذي أهمية مقارنة بالقطاعات الأخرى، كما توصلت إلى أن عدم الاستقرار السياسي والأمني قد أسهم في تعميق أزمة السياحة، بالإضافة إلى غياب سياسة تسويقية للمنتوج السياحي في الجزائر، كما توصلت الدراسة إلى أن ضعف القطاع السياحي يعود إلى اعتماد الجزائر على القطاع العام في بناء الهياكل السياحية ذات التكاليف الباهظة والتسيير البيروقراطي وإهمالها للقطاع الخاص، وهذا أدى ضعف الأداء السياحي إذ سجل ميزان السياحة والسفر عجزا دائما خلال الفترة محل الدراسة، وقد قدمت الباحثة مجموعة من التوصيات من أجل الرفع من أداء القطاع السياحي في الجزائر، من بينها ضرورة دعم الاستثمار في مشروعات البنى التحتية والتجهيزات الأساسية، والعمل على تحسين الخدمات السياحية من خلال تأهيل الموارد البشرية، وتوفير المناخ الملائم من أجل الاستثمار السياحي، ونشر الثقافة السياحية بين أفراد المجتمع.

دراسة شرفاوي: دراسة بعنوان السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية (شرفاوي عائشة، 2015)، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مكانة السياحة الجزائرية ضمن منظومة الاقتصاد الوطني وتقييم أداء القطاع السياحي في ظل

تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج منها ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري دوليا، وذلك يعود إلى نقص اهتمام الدولة بقطاع السياحة، وتردي وضعية المناخ الاستثماري في الجزائر، وضعف جاذبيته، وضعف التكوين والتدريب السياحي، ونقص الوعي السياحي، وضعف البنية التحتية الضرورية لصناعة السياحة، وقد قدمت الباحثة مجموعة من التوصيات من أجل الرفع من أداء القطاع السياحي في الجزائر، من بينها ضرورة تفعيل الشراكة بين القطاع العام والخاص بإقحام ممثلين عن القطاع الخاص في الجهاز الإداري، والعمل على نشر الوعي السياحي والبيئي بإدماج مادة الثقافة السياحية في المناهج التعليمية، وضرورة إنشاء بنك للمعطيات والمعلومات السياحية بهدف توفير نظام معلومات سياحي، والعمل على التطبيق الصارم للقوانين التي تحمي البيئة وتحافظ على الموارد السياحية، والعمل على تطوير البنية التحتية والمرافق الضرورية خاصة النقل بكل أنواعه بفتح المجال أمام الاستثمار الخاص في قطاع النقل.

دراسة مولاي وبورحلي: دراسة بعنوان متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري (مولاي، وبورحلي، 2016)، تهدف هده الدراسة إلى التعرض إلى أهمية ودور القطاع السياحي في دعم التنمية للاقتصاد الجزائري في ظل تراجع

أسعار النفط، وقد اعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج أهمها أن مساهمة القطاع السياحي في النشاط الاقتصادي في الجزائر ضعيفة لا ترقى إلى المستوى الطموح رغم المجهودات التي تبدلها الدولة في هذا المجال، حيث يواجه القطاع السياحي كثيرا من المعوقات منها قلة الاستثمارات وضعف البنية التحتية، وجمود التشريعات، ونقص الكوادر البشرية...الخ، وقد قدم الباحثان مجموعة من التوصيات من أجل الرفع من أداء القطاع السياحي في الجزائر، من بينها ضرورة التوجه نحو الاستثمار في الموارد البشرية من خلال تكوينها وتأهيلها وحتى إعادة تأهيلها إن لزم الأمر، بهدف تقديم وتسيير البرامج التنموية خاصة في القطاع السياحي، وضرورة رفع حجم الاستثمارات الموجهة للاستثمار السياحي، وتوجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للاستثمار في القطاع السياحي، وترقية مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، وتوجيهه نحو الاستثمار في القطاع السياحي.

دراسة عوينان: دراسة الباحث (عوينان عبد القادر، 2013) بعنوان السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000- 2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)، تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على الآليات والسبل الكفيلة لدفع عجلة القطاع السياحي في الجزائر، بغية استغلال الإمكانيات السياحية المتوفرة، في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، وقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها أن القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيفا ودون المستوى المطلوب، كما توصل الباحث إلى أن القطاع السياحي في الجزائر مر بعقبات وعراقيل حالت دون النهوض به وتطويره، واختلفت هذه العراقيل وتنوعت في شتى المجالات، وأهمها ما تعلق بالخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية بعد الاستقلال، والوضع الأمني الصعب التي مرت به الجزائر فترة التسعينات، تعد السنوات الاخيرة مرحلة الالتفاتة الجدية من قبل الدولة الجزائرية لقطاعها السياحي بوضع استراتيجية جديدة على فترات مختلفة على المدى المتوسط 2015، والمدى الطويل 2025، وقد قدم الباحث مجموعة من التوصيات من أجل الرفع من أداء القطاع السياحي في الجزائر، من بينها ضرورة احترام المقاييس المسطرة في تنفيذ المشاريع السياحية، وجعلها تتماشى والمقاييس العالمية، وفرض رقابة صارمة ومتابعة مستمرة من قبل الهيئات المختصة والمسؤولة عن تنفيذ المشاريع السياحية، والرجوع إلى تجارب البلدان السياحية والإفادة منها، خاصة الدول المجاورة التي تملك الإمكانيات المتاحة نفسها لدى الجزائر، واستغلال التطور التكنولوجي الحديث في خدمة السياحة الداخلية، وتوفير الأمن الداخلي حيث يشعر السائح سواء كان محليا أو أجنبيا بالأمان

دراسة بوعموشة: دراسة الباحثة (بوعموشة حميدة، 2012) بعنوان (دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر) تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة القطاع السياحي في النهوض بالاقتصاد الوطِني وتحقيق تنمية مستدامة؛ كما هدفت الدراسة إلى إبراز القطاع السياحي كقطاع مساهم في تمويل الاقتصاد الوطني بالعملة الأجنبية؛ وقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيفا ، ويعود ذلك إلى ضعف الاستثمار في القطاع منذ المخطط الثلاثي الذي كان بعد الاستقلال، وتأخر إنجاز المشاريع المقررة خلال المخططات الوطنية وتراكمها بسبب سوء التسيير، وعدم الاستقرار السياسي والمؤسساتي، وعدم وجود طاقات إيواء كافية، وعدم وجود مناخ ملائم لتشجيع الاستثمار في هذا القطاع، وقد قدمت الباحثة مجموعة من التوصيات من أجل الرفع من أداء القطاع السياحي في الجزائر، من بينها ضرورة دعم مناطق الجذب السياحي عموما ومنتجات السياحة البيئية على الخصوص، وتحسين جودة وكفاءة البنى الأساسية والخدمات المتعلقة بالسياحة مثل الفنادق والطرق والمرافق العامة ووسائل النقل والمواصلات، وتوفَير البرامج التدريبية والتعليمية حول مختلف جوانب السياحة، وتشجيع الشراكة والاستثمار في هذا القطاع، وتطبيق سياسات صارمة وفق معايير الاستدامة في المؤسسات السياحية، وتشجيع السياحة العربية البينية.

دراسة عميش: دراسة الباحثة (عميش سميرة، 2015) تحت عنوان (دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015) تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة الزمنية 1995-2015 . وقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها انخفاض الطلب السياحي الجزائري مقارنة بالعرض السياحي الجزائري، وأن هناك عجزا في عدد الأسرة وعدد الفنادق، وانحصار الترويج السياحي في الأجهزة الرسمية، وقد قدمت الباحثة مجموعة من التوصيات من أجل الرفع من أداء القطاع السياحي في الجزائر، من بينها ضرورة استحداث جهاز إداري مؤهل للقيام بمهمة تنشيط السياحة في البلد وإعطائه صلاحيات واسعة ومستقلة من أجل التنشيط السياحي، والاستعانة بخبراء الترويج السياحي للإعلان عن المنطقة السياحية بالصورة الصادقة التي يتم الترويج لها، لتعكس هذه الصور ة تقاليد

البلد وتراثه وتاريخه وعاداته دون المساس بأصالته، وتقليل القيود والاجراءات وتسهيلها لغرض الدخول للدولة السياحية عند مراكز الحدود البرية والبحرية والجوية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت موضوع السياحة في الجزائر، وأفادت الباحثة من هذه الدراسات في بلورة بعض الجوانب المتعلقة بهذه الدراسة، فوجدت أن هذه الدراسات تتفق مع الدراسة الحالية في أهمية موضوع السياحة في الجزائر، وإن كانت تلك الدراسات بحثت في هذا الموضوع من زوايا مختلفة. وقد استخلصت الباحثة من خلال استعراض الدراسات السابقة ما يلي:

وجدت الباحثة أن أغلب هذه الدراسات استخدمت منهج التحليل الوصفي، والمنهج المقارن، وهذا ما اعتمدته الباحثة، وأما من حيث مجال الدراسة فوجدت الباحثة أن أغلبية الدراسات السابقة استهدفت الوقوف على الآليات والسبل الكفيلة برفع الأداء السياحي في الجزائر فأبرزت نقاط الضعف الذي يعاني منها القطاع السياحي في الجزائر، وهذا ما يتماشى مع هدف دراسة الباحثة، إلا ان الدراسة الحالية تميزت بدراسة السياحة في الجزائر في ضوء قراءة في مؤشرات تقرير منتدى الاقتصادي العالمي لعام 2017، فقامت الباحثة بدراسة مقارنة بين كل من التجربتين الجزائرية والمغربية.

محاور الدراسة:

بغرض الإحاطة الشاملة بالموضوع والوصول إلى الاستنتاجات ذات الصلة، سيتم تقسيم الدراسة إلى المحاور الآتية:

أولا: ماهية السياحة.

ثانيا: أداء السياحة في كل من الجزائر والمغرب.

في نهاية هذا البحث سنسرد عددا من النتائج تبرز نقاط القوة والضعف التي تواجه عملية تنشيط السياحة في الجزائر، وعددا من التوصيات والاقتراحات في هذا المجال.

أولا: ماهية السياحة

1. مفهوم السياحة

لم يتفق الباحثون والدارسون على مفهوم موحد لمصطلح السياحة، نظرا لاختلاف المنظور أو لاختلاف الوجهة التي تم من خلالها تناول المصطلح، وعلى هذا الأساس يمكن تناول مصطلح السياحة من زوايا منظورات عدة، ومن هذه التعريفات يمكن أن نذكر:

عرف العالم الألماني (جوبير فرديلر) سنة 1905 السياحة بأنها (ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة، وإلى تغيير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة، ونمو هذا الإحساس، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا إلى نمو الاتصالات، وعلى الأخص بين الشعوب، وهذه الاتصالات كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرة تقدم وسائل النقل). (نعيم الظاهر وسراب الياس، 2007، ص ص 30 - 29).

في حين عرفها حسين كفافي بأنها (الانتقال من مكان إلى آخر لأسباب اجتماعية أو للترفيه أو لقضاء الإجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات أو العلاج والاستشفاء وليس بغرض العمل والإقامة الدائمة . ولا يدخل في السياحة الهجرة من بلد إلى آخر أو حتى العمل المؤقت أو أعضاء السلك الدبلوماسي). (كفافي حسين، 1991، ص 15)

كما عرفتها المنظمة العالمية للسياحة سنة 1993بأنها (الأنشطة التي يقوم بها الأفراد أثناء السفر والرحلة، وذلك في الأماكن التي تقع خارج عن مكان إقامتهم لفترة متتالية لا تقل عن 24 ساعة، ولا تتجاوز السنة للترفيه، ولأغراض أخرى ليس لها علاقة بنشاط ربحي في منطقة الزيارة) (Pierre PY,2002 ,P 7 .)

كما تم تعريفها في مؤتمر أوتاوا للسياحة الذي انعقد في كندا في حزيران 1991 م بأنها (مجموعة العلاقات والأعمال التي تكونت بسبب التنقل وإقامة الأفراد خارج مقرات سكناتهم المعتادة حيث أن هذا التنقل لا يدخل في إطار النشاط الإنساني المربح.) (خالد كواش، 2007، ص 24)

في حين عرف (جون ميشو) السياحة بقوله إن (السياحة تضم مجموعة نشاطات إنتاج واستهلاك تستلزم تنقلات خاصة بها خارج مقر السكن اليومي ليلة على الأقل حيث سبب الخروج هو التسلية، الأعمال، الصحة، اجتماعات مهنية، رياضية أو دينية). (خالد كواش، 2007، ص25)

من خلال التعريفات السابقة يمكن القول إن السياحة مجموعة من النشاطات التي يقوم بها السائح تحوي جوانب انسانية سيكولوجية تتعلق بحاجة الإنسان إلى الراحة والاستجمام، تتضمن التفضيل وما يجول بالنفس بين التنقل والإسفار لفترة زمنية داخل الإقليم أو خارجه.

2. أهمية السياحة

تعود أهمية السياحة الى تأثيراتها المتنوعة والمستمرة والمتجددة ومن أهمها : (هدى سيد لطيف،1994، ص32.)

- السياحة مصدر للدخل بالعملات الصعبة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتعلقة بها والذي يتغلغل ويتوزع على القطاعات المتعلقة بالنشاط السياحي من

نقـل ومرافـق وخـدمات وغيرها من المعاملات المترتبة على الإنفاق الاستهلاكي .

- السياحة سوق قابل للتوسع نتيجة للزيادة المطردة في دخل الأفراد خاصة في الدول المتقدمة، مما يجعلها من القطاعات التي يبشر مستقبلها بالتقدم .
- تتطلب السياحة استثمارات مالية منخفضة نسبيا اذا ما قورنت بغيرها من القطاعات الإنتاجية الأخرى خاصة بالقياس الى العائد المتوقع منها في الأجل القصير أو الطويل.
- ان المنتج السياحي المباع يعتمد أساسا على خدمات وثروات غير مادية لا تدر دخلا أو عائدا بغير الاستخدامات السياحية، كالمناخ المعتدل والمعالم الأثرية التاريخية والدينية وغيرها، فضلا على انها تعد نشاطا تصديريا تستوجب حضور المستهلك اليها دون الحاجة الى نقل او شحن.
- إن السياحة أداة فعالة ومؤثرة في قيام وتنمية صناعات أخرى بصفة مباشرة أو غير مباشرة، وما ينتج عن ذلك من زيادة لفرص العمل وتوسيع قاعدة الدخول سواء كانت أجورا أو عائدات أو أرباحا مما يترتب عليه تحسين مستوى المعيشة، وتوسيع للوعاء الضريبي.
- تؤدي السياحة دورا مهما في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتعد من القطاعات المهمة التي توفر عائدات سريعة للاستثمار مع تكلفة أقل.
- التأثير على ميزان المدفوعات من خلال الحركة السياحية الصادرة والواردة. وتسعى الدول كلها إلى أن تكون هذه الأخيرة أكبر حتى يكون هذا التأثير إيجابيا؛
- تؤدي السياحة إلى تنمية عدد كبير من الخدمات المتكاملة وتكثيف العمالة بمختلف مستوياتها وبالتالي القضاء على البطالة وما ينتج عنها من آفات اجتماعية خطيرة. (وائل مهنا منصور، 2005، ص 28.)

ثانيا: أداء السياحة في الجزائر والمغرب

قدم تقرير التنافسية للسفر والسياحة لعام 2017 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، جملة من المؤشرات تعكس مقومات السياحة لمختلف دول العالم على غرار الجزائر. وقد بلغ عدد الدول المتضمنة في التقرير 136 دولة، وعكس التقرير مقومات السياحة في جملة من المؤشرات الفرعية وهي مؤشر بيئة الأعمال، والسلامة والأمن، والصحة والنظافة، والموارد البشرية وسوق العمل، وجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتحديد أولويات السفر والسياحة، الانفتاح الدولي، ومؤشر تنافسية السعر، ومؤشر الاستدامة البيئية، البنية التحتية للنقل الجوي، والبنية التحتية للنقل البري والبحري، والبنية التحتية للخدمات السياحية، والموارد الطبيعية، ومؤشر الموارد الثقافية وأعمال السفر. (تقرير السياحة والسفر، 2017)

من أجل الوقوف على مقومات السياحة في كل من الجزائر والمغرب تم إدراج الجدول التالي، وهو مستمد من تقرير التنافسية للسفر والسياحة لعام 2017.

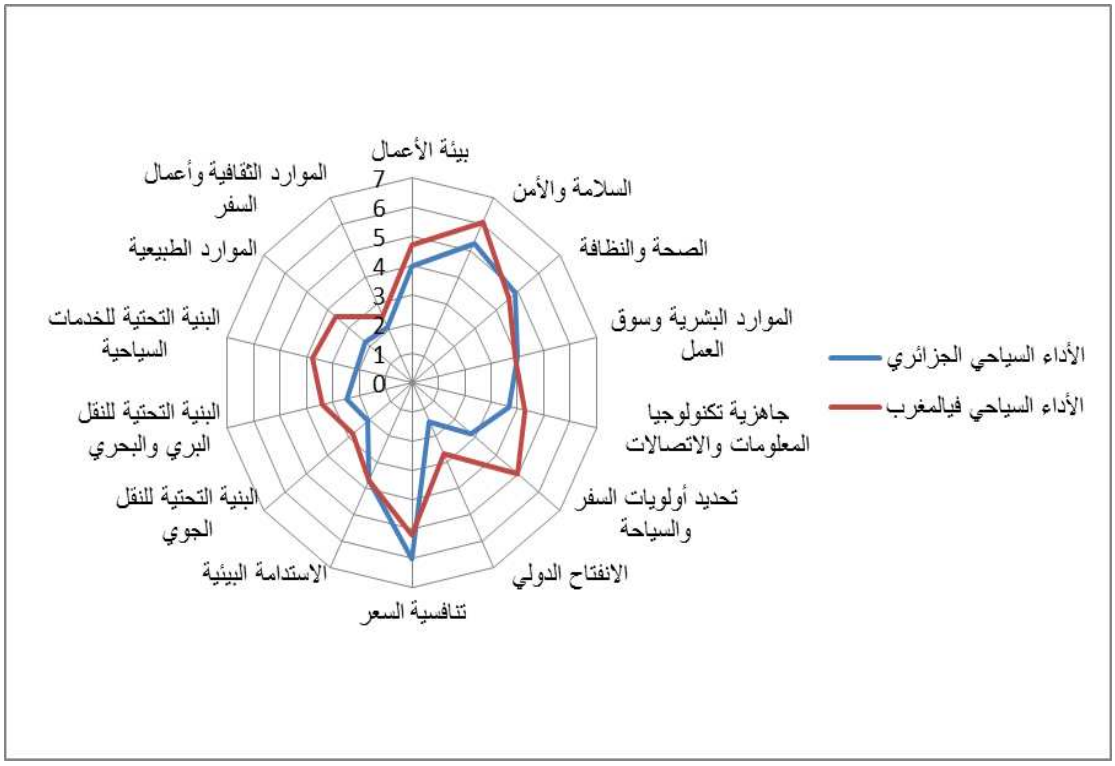
الجدول رقم (01)
الأداء السياحي في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
الأداء السياحي	118	3,1	65	3.8
بيئة الأعمال	110	4.0	49	4.7
السلامة والأمن	81	5.3	20	6.1
الصحة والنظافة	89	4.9	99	4.6
الموارد البشرية وسوق العمل	112	4.0	117	3.9
جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	96	3.7	77	4.3
تحديد أولويات السفر والسياحة	131	2.8	35	5.0
الانفتاح الدولي	134	1.5	91	2.7
تنافسية السعر	4	6.0	47	5.2
الاستدامة البيئية	106	3.7	107	3.7
البنية التحتية للنقل الجوي	100	2.1	63	2.8
البنية التحتية للنقل البري والبحري	105	2.5	60	3.4
البنية التحتية للخدمات السياحية	131	2.1	80	3.8
الموارد الطبيعية	124	2.2	47	3.6
الموارد الثقافية وأعمال السفر	53	2.1	41	2.5

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي،

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن الجزائر مازالت متأخرة جدا على مستوى الاداء السياحي إذ احتلت المرتبة 118 من ضمن 136 دولة، وقد حصلت 3,1 نقطة من 7، وهي علامة أقل من المتوسط، وتعود أسباب هذا التأخر والضعف إلى عدد من العوامل التي أشار إليها التقرير في شكل مؤشرات فرعية، فنجد أن أكثر العوامل التي تسببت في احتلال الجزائر مراتب متأخرة هوو التأخر في مجال الانفتاح الدولي، دون أن ننسى كل من تحديد أولويات السفر والسياحة، والاستدامة البيئية، وجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال. ومن أجل إبراز واقع المقومات السياحية في الجزائر أدرجنا الشكل التالي:



الشكل رقم 01

الأداء السياحي في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2017.

انطلاقا من طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إليها تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث تم تتبع الكفاءات البشرية الداعمة لتطبيق الإدارة الالكترونية ومن أجل التعمق في إدراك مؤشر مقومات السياحة في الجزائر، سيتم الإحاطة بمختلف المؤشرات الفرعية التي تقع تحت مظلة مقومات السياحة وهي: مؤشر بيئة الأعمال، السلامة والأمن، والصحة والنظافة، والموارد البشرية وسوق العمل، وجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتحديد أولويات السفر والسياحة، والانفتاح الدولي، ومؤشر تنافسية السعر، ومؤشر الاستدامة البيئية، والبنية التحتية للنقل الجوي، والبنية التحتية للنقل البري والبحري، والبنية التحتية للخدمات السياحية، والموارد الطبيعية، ومؤشر الموارد الثقافية وأعمال السفر.

1. مؤشر بيئة الأعمال

تسهم بيئة الأعمال في دعم المقاولاتية، وتكوين المؤسسات الداعمة للسياحة، من خلال توفيرها لمختلف الخدمات والمنتجات السياحية، والجدول التالي يوضح بيئة الأعمال في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017.

تسهم بيئة الأعمال في دعم المقاولاتية، وتكوين المؤسسات الداعمة للسياحة، من خلال توفيرها لمختلف الخدمات والمنتجات السياحية، والجدول التالي يوضح بيئة الأعمال في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017.

الجدول رقم (02)

بيئة الأعمال في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
بيئة الأعمال	110	4	49	4,7
حقوق الملكية	115	3,6	46	4,7
الأثر التجاري للقواعد على الاستثمار الأجنبي المباشر	133	3	39	5
كفاءة الإطار القانوني لتسوية المنازعات	65	3,6	69	3,6
كفاءة الإطار القانوني في اللوائح التنظيمية الصعبة	74	3,4	63	3,6
الوقت اللازم للتعامل مع تصاريح البناء أيام	59	130	22	89
تكلفة التعامل مع تراخيص البناء٪ تكلفة البناء	36	0,9	91	3,5
مدى هيمنة السوق	86	3,4	64	3,7
الوقت لبدء أيام عمل	98	20	58	9,5
تكلفة بدء نشاط تجاري٪ نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي	80	11,1	74	7,9

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
تأثير الضرائب على الحوافز على العمل	87	3,7	53	4,1
تأثير الضرائب على الحوافز للاستثمار	90	3,4	34	4,1
إجمالي الأرباح الضريبية٪ الأرباح	130	65,6	107	49,3

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الجزائر متأخرة جدا من حيث بيئة الأعمال والابتكار إذ احتلت المرتبة 110 بـ 4 نقطة، حيث سجلت أدنى المراتب من حيث الأثر التجاري للقواعد على الاستثمار الأجنبي المباشر، وإجمالي الأرباح الضريبية، وحقوق الملكية، والوقت لبدء العمل. في حين سجلت المغرب المرتبة 49 بـ 4.7 نقطة، أي نجد أن المغرب تشجع الاستثمار على غرار الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال تخفيض تكاليف التعامل مع تراخيص البناء الأجنبي، وتبسيط الاجراءات اللازمة، والعمل على تخفيض الضرائب، كما تركز على حماية حقوق الملكية.

من خلال الجدول نجد أن بيئة الأعمال والابتكار تمثل عائقا في الجزائر أمام نمو البنية التحتية الخدماتية لقطاع السياحة إذ تقف عائقا أمام إنشاء المؤسسات الفندقية والسياحية.

2. مؤشر السلامة والأمن

تحقيق أمن وسلامة السائح عنصر مهم في نجاح السياحة، ومزية كبرى تدعم وتنشط السياحة، حيث يبعث الطمأنينة للسائح، ويعد الأمن السياحي أحد أهم ركائز القطاع السياحي إذ لا تقوم السياحة من دون توفر السلامة والأمن. والجدول التالي يوضح واقع السلامة والأمن في الجزائر.

الجدول رقم (03)

السلامة والأمن في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
السلامة والأمن	81	5.3	20	6.1
التكاليف التجارية للجريمة والعنف	70	4.6	29	5.4
موثوقية خدمات الشرطة	59	4.7	28	5.8
تكاليف الأعمال التجارية للإرهاب	101	4.5	43	5.7
مؤشر حوادث الإرهاب	108	5.8	34	7.0
معدل القتل (100000 فرد)	40	1.5	29	1.0

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

اما فيما يخص مؤشر الأمن والسلامة فقد سجلت الجزائر مؤشرات فوق متوسطة إذ احتلت المرتبة 81 بـ 5.3 نقطة، ويعود الانخفاض النسبي للمؤشر بالدرجة الأولى إلى كل من مؤشر حوادث الإرهاب، وتكاليف الأعمال التجارية للإرهاب. في حين سجلت المغرب المرتبة 20 بـ6.1 نقطة بنسب أعلى من الجزائر أي ترتفع لديها موثوقية خدمات الشرطة، وينخفض لديها كل من مؤشر تكاليف الأعمال التجارية للإرهاب، ومؤشر حوادث الإرهاب.

3. مؤشر الصحة والنظافة

تعد الصحة والنظافة من أهم العوامل التي تعمل على جذب السياح وتنشيط قطاع السياحة، إذ إن الصحة والنظافة عنوان مهم وأساسي يغلف به المنتج السياحي، وهو العنوان الأول الذي يتأثر به السائح عندما يكون انطباعاته الأولى عن السياحة، والجدول التالي يوضح واقع الصحة والنظافة في الجزائر.

تعد الصحة والنظافة من أهم العوامل التي تعمل على جذب السياح وتنشيط قطاع السياحة، إذ إن الصحة والنظافة عنوان مهم وأساسي يغلف به المنتج السياحي، وهو العنوان الأول الذي يتأثر به السائح عندما يكون انطباعاته الأولى عن السياحة، والجدول التالي يوضح واقع الصحة والنظافة في الجزائر.

الجدول رقم (04)

الصحة والنظافة في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
الصحة والنظافة	89	4.9	99	4.6
كثافة الأطباء (لكل1000 فرد)	78	1.2	96	0.6
الوصول إلى مرافق الصرف الصحي المحسنة(٪ فرد)	74	87.6	87	76.7
الوصول إلى مياه الشرب المحسنة(٪ فرد.)	110	83.6	108	85.4
أسرة المستشفيات (لكل 10,000 فرد.)	87	17.0	110	9.0
انتشار فيروس نقص المناعة البشرية(٪ فرد بالغ.)	1	0.1	1	0.1
حالات الإصابة بالملاريا (لكل100000 فرد)	79	0.1	1	M.F

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر الصحة والنظافة مستوى فوق المتوسط أي احتلت الجزائر المرتبة 89 بـ 4.9 نقطة، ويعود الانخفاض النسبي للمؤشر بالدرجة الأولى إلى كل من مؤشر الوصول إلى مياه الشرب المحسنة، ومؤشر أسرة المستشفيات. في حين سجلت المغرب نتائج متأخرة عن الجزائر في مجال الصحة والنظافة.

4. مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل

تمثل الموارد البشرية، وبالأخص العاملة في مختلف المؤسسات السياحية المتنوعة أحد الحلقات الأساسية في صناعة السياحة، أي تؤثر هذه الأخيرة على مستوى تقديم الخدمة، فالمهارات المتخصصة من أهم العوامل التي تعمل على تحقيق أهداف المؤسسات السياحية المتنوعة .

الجدول رقم (05)

الموارد البشرية وسوق العمل في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
الموارد البشرية وسوق العمل	112	4.0	117	3.9
صافي معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي	43	97.1	22	98.4
معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي الإجمالي.	48	٪99	103	69.1
مدى تدريب الموظفين	129	3.1	124	3.2
درجة توجه العملاء	128	3.7	74	4.6
ممارسات التوظيف	108	3.3	100	3.3
سهولة العثور على الموظفين المهرة	68	4.2	98	3.8
سهولة توظيف العمالة الأجنبية	127	3.1	104	3.6
الدفع والإنتاجية	120	3.3	112	3.4
مشاركة الإناث في نسبة القوة العاملة إلى الرجال	134	0.24	130	0.34

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

5. مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تمثل تكنولوجيا المعلومات أحد أهم عوامل الجذب السياحي، إذ إن جودة الخدمات السياحية لن تتحقق إلا باعتماد التكنولوجيا في مختلف مجالات السياحة والفندقة، من تخطيط وترويج وتسويق وحجز وتعاقد وتسوية مالية،... وغيرها،؛ وأصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال اللبنة الأساسية للتنمية السياحية، ولم تعد خيارا بالنسبة للقائمين على القطاع، بل حتمية تفرضها الأوضاع الاقتصادية الراهنة لتطوير وتنمية القطاع السياحي والفندقي، والجدول التالي يوضح واقع الجاهزية الشبكية في الجزائر.

الجدول رقم (06)

جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	96	3,7	77	4,3
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المعاملات	130	3,6	94	4,4
استخدام الإنترنت للمعاملات من منظمات الأعمال إلى المستهلك	123	3,4	75	4,3
مستخدمي الإنترنت(٪ بالأفراد)	94	38,2	66	57,1
اشتراكات الإنترنت ذات النطاق العريض الثابت (لكل100 فرد.)	83	5,6	91	3,4
اشتراكات الهاتف الخلوي المتنقل(لكل 100 فرد.)	88	106,4	52	126,9
اشتراكات النطاق العريض المتنقل (لكل 100 فرد.)	88	40,2	91	39,3
تغطية شبكة الجوال(٪ الأفراد)	63	99,2	62	99,2
جودة إمدادات الكهرباء	91	4	52	5,3

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات معدلات متوسطة بتحصيله 3.7 نقاط، واحتلال الجزائر مرتبة متأخرة في هذا المجال إذ احتلت المرتبة 96، ويعود انخفاض هذا المؤشر بالدرجة الأولى إلى ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المعاملات، واستخدام الإنترنت للمعاملات من منظمات الأعمال إلى المستهلك، وانخفاض جودة إمدادات الكهرباء، في حين سجلت المغرب مرتبة أكثر تقدما من الجزائر في هذا المجال إذ احتلت المرتبة 77 بـ4.3 نقاط لأنها تتوافر على إمدادات كهربائية ذات جودة عالية، كما ترتفع نسبة استخدام الانترنت في المغرب، وتتوافر فيها المعاملات الالكترونية بين المستهلكين ومنظمات الأعمال.

6. مؤشر تحديد أولويات السفر والسياحة

يعد وضع السياحة من أولويات صناع القرار، التي يجب إعطاؤها حقها من الدعم والإنفاق الحكومي، وتوفير مختلف البيانات اللازمة بشكل شامل ودوري، بما يرفع من الأداء السياحي ويعمل على تنميته، والجدول التالي يوضح تحديد أولويات السفر والسياحة في الجزائر.

الجدول رقم (07)

تحديد أولويات السفر والسياحة في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
تحديد أولويات السفر والسياحة	131	2,8	35	5
الأولوية الحكومية لصناعة السفر والسياحة	127	3,1	35	5,5
الإنفاق الحكومي والإداري٪ الميزانية الحكومية	123	1,1	59	3,7
فعالية التسويق لجذب السياح	127	2,7	42	4,8
شمولية البيانات السنوية أفضل)) 120-0 T & T	119	37	37	80
توقيت تقديم البيانات T الشهرية / ربع السنوية أفضل)) 21-0 & T	118	3	17	20,5
تقييم العلامة التجارية للبلد 1-10 (الأفضل)	118	58,5	36	80,3

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر تحديد أولويات السفر والسياحة معدلا ضعيفا إذ حصل هذا المؤشر على 2.8 نقاط، وحصلت الجزائر على مرتبة متأخرة 131، ويعود هذا التأخر إلى انخفاض مختلف المؤشرات الفرعية التي تدخل في نطاق هذا المؤشر، والأولوية الحكومية لصناعة السفر والسياحة، والإنفاق الحكومي، وفعالية التسويق لجذب السياح، وشمولية البيانات السنوية، وتوقيت تقديم البيانات الشهرية، وتقييم العلامة التجارية للبلد. في حين سجلت المغرب مرتبة متقدمة على الجزائر في مجال أولويات السفر والسياحة إذ احتلت المرتبة 35 بـ 5 نقاط وتعد المغرب السياحة من أولوياتها وترصد لها ميزانية معتبرة، كما تركز على مجال التسويق السياحي، والعمل على توفير مختلف المعلومات التي يحتاجها السياح بشكل مستمر ، مما أدى إلى تشكيل صورة ايجابية لدى السياح.

7. مؤشر الانفتاح الدولي

تؤثر درجة الانفتاح الدولي على الأداء السياحي بدرجة كبيرة، من خلال ابرام الاتفاقيات الدولية التي تسمح بتسهيل الاجراءات وعملية انسياب السياح، والجدول التالي يوضح درجة الانفتاح الدولي في الجزائر.

الجدول رقم (08)

الانفتاح الدولي في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
الانفتاح الدولي	134	1,5	91	2,7
متطلبات التأشيرة 0-100 (أفضل)	132	2	56	32
انفتاح اتفاقات الخدمات الجوية الثنائية 0-38 (أفضل)	119	6,3	75	10
عدد الاتفاقيات التجارية الإقليمية المطبقة (عدد)	117	2	68	8

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر الانفتاح الدولي معدلا ضعيفا جدا بتحصيله 1.5 نقاط، واحتلال الجزائر المرتبة 134 من ضمن 136 دولة، وهذا يعود بسبب التعقيدات المرتبطة بالحصول على التأشيرة، و الخطوط الجوية الجزائرية فيما يخص الاتفاقيات الخدمية الثنائية، بالإضافة إلى الانغلاق النسبي للجزائر من خلال انخفاض عدد الاتفاقيات التجارية الاقليمية. في حين احتلت المغرب مرتبة أكثر تقدما من الجزائر إذ بسطت المغرب إجراءات الحصول على التأشيرة . كما عقدت عددا من الاتفاقيات الجوية والتجارية التي أسهمت في دعم سياحتها، ومن بين الاتفاقيات التي وقعتها المغرب اتفاقية سنة 2006 في بروكسيل على اتفاق (الأجواء المفتوحة) مع الاتحاد الأوروبي كما أبرمت اتفاقيات تعاون في مجال النقل الجوي مع عدد من الدول، وذلك لجلب شركات طيران أجنبية وبأسعار تنافسية .

8. مؤشر تنافسية السعر

لعل من أبرز العوامل التي تجذب السياح في العالم التي تمثل أمرا مفصليا بالنسبة للسائح، هو عامل السعر، والجدول التالي يوضح درجة تنافسية السعر في الجزائر.

الجدول رقم (09)

تنافسية السعر في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
تنافسية السعر	4	6.0	47	5.2
رسوم التذاكر ورسوم المطار 0-100 (أفضل)	38	83.3	82	67.9
مؤشر أسعار الفنادق ($)	66	134.1	37	105.3
تعادل القوة الشرائية ($)	5	0.3	35	0.4
مستويات سعر الوقود (دولار أمريكي / لتر)	3	16.0	60	111.0

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر تنافسية السعر معدلا مرتفعا، إذ حصلت الجزائر على 6 نقاط واحتلت المرتبة 4، وهذا يدل على التنافسية العالية للأسعار، مقارنة بدول العالم الاخرى، إلا أنها تبقى

متأخرة بعض الشيء في مؤشر أسعار الفنادق. في حين احتلت المغرب مرتبة متأخرة مقارنة بالجزائر في هذا المجال إلا أن المغرب تتقدم على الجزائر في مؤشر أسعار الفنادق إذ عملت المغرب على تحديد سياسة تسعيرية شاملة وملائمة لتموقع المنتج السياحي، و ذلك بعد القيام بدراسات معمقة في هذا المجال.

ويتم تحديد السياسة السعرية للمنتوجات السياحية في المغرب بالتشاور مع كل الفاعلين السياحيين، وقد تم إقامة ميثاق مهني وجدول للأسعار المرجعية، كما تم وضع علامة للجودة في كل الأنشطة التجارية ذات الطابع السياحي. (عبد القادر هدير، 2006، ص 202)

9. مؤشر الاستدامة البيئية

يتوقف بقاء القطاع السياحي على بقاء امكانيات جذب السياح ذات الصلة بالتراث الطبيعي والبيئي والتاريخي والثقافي لمنطقة ما. فاذا ما تردت الأوضاع البيئية أو اندثرت فان ذلك يعني فقدان مقومات صناعة السياحة. والجدول التالي يوضح الاستدامة البيئية بالجزائر.

الجدول رقم (10)

الاستدامة البيئية في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
الاستدامة البيئية	106	3.7	107	3.7
صرامة اللوائح البيئية	130	2.8	87	3.7
تطبيق اللوائح البيئية	121	2.9	72	3.7
استدامة تنمية صناعة السياحة والسفر	123	3.1	61	4.5
تركيز الجسيمات (2.5) ميكروغرام / م 3	58	6.8	50	6.4
التصديق على المعاهدات البيئية 0-27 (أفضل)	90	19	31	24
ضغط الماء الأساسي 5-0 (الأفضل)	98	3.4	113	4.2
الأنواع المهددة (٪ مجموع الأنواع)	93	7.3	101	7.8
تغير الغطاء الغابي (٪ التغير)	83	0.1	56	0.0
معالجة مياه الصرف الصحي (٪)	46	45.1	79	5.4
ضغط الصيد في الساحل (طن / كم 2)	43	0.1	88	0.7

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر الاستدامة البيئية معدلا متوسطا بتحصيل الجزائر 3.7 نقاط، واحتلالها المرتبة 106 وهي مرتبة متأخرة، ويعود انخفاض المؤشر بالدرجة الأولى إلى ضعف اللوائح البيئية، وضعف تطبيق اللوائح البيئية، وضعف استدامة تنمية صناعة السياحة والسفر. في حين سجلت المغرب مرتبة مقاربة للجزائر باحتلالها المرتبة 107، إلا أنها تتقدم عليها في صرامة اللوائح البيئية، وتطبيق اللوائح البيئية واستدامة تنمية صناعة السياحة والسفر، إذ تركز المغرب على إنشاء سياحة مستدامة من خلال الحفاظ على البيئة.

10. البنية التحتية للنقل الجوي

يلعب النقل الجوي دورا هاما في ظهور كثير من الدول على خريطة العالم السياحية، فهو يلعب دور المحرك الأساسي الذي يدعم السياحة، والجدول التالي يوضح البنية التحتية للنقل الجوي في الجزائر.

الجدول رقم (11)

البنية التحتية للنقل الجوي في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
البنية التحتية للنقل الجوي	100	2.1	63	2.8
جودة البنية التحتية للنقل الجوي	115	3.2	55	4.7
كيلومترات المقاعد المحلية المتاحة (الملايين)	41	28.0	52	8.4
كيلومترات المقاعد الدولية المتاحة (الملايين)	67	163.7	42	455.2
مغادرة الطائرات / 1000 فرد.	88	1.7	81	2.2
كثافة المطارات (مطار / مليون فرد.)	55	1-2	83	0.8
عدد شركات الطيران العاملة (العدد)	78	29.0	42	56.0

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي معدلا ضعيفا بتحصيل الجزائر على 2.1 نقطة، واحتلالها للمرتبة 100 وهي مرتبة متأخرة، ويعود انخفاض المؤشر بالدرجة الأولى إلى انخفاض جودة البنية التحتية للنقل الجوي، وانخفاض عدد الرحلات الجوية المتمثلة في معدل مغادرة الطائرات، وانخفاض عدد شركات الطيران العاملة. في حين احتلت المغرب مرتبة متقدمة في مجال البنية التحتية للنقل الجوي إذ احتلت المرتبة 63 بـ 2.8 نقاط، وهي مرتبة أكثر تقدما من الجزائر، إذ تتوافر المغرب على عدد أكبر من شركات الطيران ذات الجودة.

سجل مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي معدلا ضعيفا بتحصيل الجزائر على 2.1 نقطة، واحتلالها للمرتبة 100 وهي

مرتبة متأخرة، ويعود انخفاض المؤشر بالدرجة الأولى إلى انخفاض جودة البنية التحتية للنقل الجوي، وانخفاض عدد الرحلات الجوية المتمثلة في معدل مغادرة الطائرات، وانخفاض عدد شركات الطيران العاملة، في حين احتلت المغرب مرتبة متقدمة في مجال البنية التحتية للنقل الجوي إذ احتلت المرتبة 63 بـ 2.8 نقاط، وهي مرتبة أكثر تقدما من الجزائر، إذ تتوافر المغرب على عدد أكبر من شركات الطيران ذات الجودة.

11. البنية التحتية للنقل البري والبحري

يعد النقل السياحي البري والبحري سببا رئيسيا في تطوير المشاريع السياحية، فكلما تنشط صناعة السياحة يصحبها نشاط ملحوظ في صناعة النقل، والجدول التالي يوضح البنية التحتية للنقل البري والبحري في الجزائر.

الجدول رقم (12)

البنية التحتية للنقل البري والبحري في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
البنية التحتية للنقل البري والبحري	105	2.5	60	3.4
جودة الطرق	95	3.2	54	4.4
٪ إجمالي المساحة) الإقليمية)	129	-	104	-
كثافة الطرق المعبدة٪ إجمالي المساحة الإقليمية	98	-	78	-
جودة البنية التحتية للسكك الحديدية	54	3.0	37	3.9
كثافة السكك الحديدية كم من الطرق / كثافة الطرق مساحة الأرض	86	0.2	70	0.5
جودة البنية التحتية للموانئ	103	3.2	38	4.8
كفاءة النقل البري	85	3.1	59	3.8

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري معدلا ضعيفا بتحصيل الجزائر على 2.5 نقطة، واحتلالها للمرتبة 105وهي مرتبة متأخرة، ويعود انخفاض المؤشر بالدرجة الأولى إلى انخفاض كثافة وجودة الطرق، وانخفاض جودة البنية التحتية للموانئ، في حين احتلت المغرب المرتبة 60 بـ3.4 نقطة وهي مرتبة متقدمة على الجزائر، إذ تتوافر المغرب على بنية تحتية كثيفة للنقل البري والبحري وهي تتميز بجودة معتبرة.

12. البنية التحتية للخدمات السياحية

تلعب الخدمات السياحية دورا أساسيا في تدفق السياح، لما لها من أثر على السواح، والجدول التالي يوضح البنية التحتية للخدمات السياحية في الجزائر.

الجدول رقم (13)

البنية التحتية للخدمات السياحية في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
البنية التحتية للخدمات السياحية	131	2.1	80	3.8
غرف الفندق (عدد / 100 فرد)	111	0.1	81	0.3
جودة البنية التحتية السياحية	132	2.9	47	5.1
وجود شركات تأجير السيارات الكبرى	113	2	51	6
آلات الصراف الآلي (عدد / 1000 فرد بالغ)	119	7.3	92	25.8

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية معدلا ضعيفا بتحصيل الجزائر على 2.1 نقطة، واحتلالها للمرتبة 131وهي مرتبة متأخرة جدا، ويعود انخفاض المؤشر بالدرجة الأولى إلى انخفاض جودة البنية التحتية السياحية، وانخفاض عدد آلات الصراف الآلي، وانخفاض عدد شركات تأجير السيارات الكبرى، وانخفاض عدد غرف الفنادق، في حين احتلت المغرب المرتبة 80 بـ 3.8 نقطة وهي مرتبة متقدمة على الجزائر، ويعود ذلك لكون المغرب تتوافر على عدد معتبر من الفنادق، وبنية تحتية سياحية ذات جودة، كما تتوافر لديها شركات تأجير السيارات الكبرى.

13. الموارد الطبيعية

من أهم الموارد السياحية التي تسهم بدرجة كبيرة في جذب السياح، الموارد الطبيعية، والجدول التالي يوضح واقع الموارد الطبيعية في الجزائر.

الجدول رقم (14)

الموارد الطبيعية في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
الموارد الطبيعية	124	2.2	47	3.6
عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي (عدد المواقع)	78	1	86	0
مجموع الأنواع المعروفة (عدد الأنواع)	83	439	77	474
مجموع المناطق المحمية(٪ إجمالي المساحة الإقليمية)	104	7.9	14	33.6

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
الطلب الرقمي على السياحة الطبيعية 0-100 (أفضل)	99	4	24	45
جاذبية الأصول الطبيعية	109	4.0	42	5.6

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

ht tp://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر الموارد الطبيعية معدلا ضعيفا بتحصيل الجزائر على 2.2 نقطة، واحتلالها للمرتبة 124وهي مرتبة متأخرة جدا، ويعود انخفاض المؤشر بالدرجة الأولى إلى انخفاض مجموع المناطق المحمية، وانخفاض الطلب الرقمي على السياحة الطبيعية. في حين احتلت المغرب المرتبة 47 بـ 3.6 نقطة، وهي مرتبة متقدمة على الجزائر، إذ تعمل المغرب على حماية مناطقها الطبيعية السياحية، وتركز بشكل كبير على السياحة الطبيعية، إذ يشهد هذا النوع من السياحة طلبا مرتفعا من طرف السياح.

14. الموارد الثقافية وأعمال السفر

للموارد الثقافية دور في استقطاب السواح، وانتعاش السياحة وذلك بما تحويه من مواقع أثرية وملاعب رياضية،...، والجدول التالي يوضح الموارد الثقافية وأعمال السفر في الجزائر.

الجدول رقم (15)

الموارد الثقافية وأعمال السفر في كل من الجزائر والمغرب لسنة 2017

مؤشر المكون	الجزائر		المغرب	
	الرتبة / 136	النقاط *	الرتبة / 136	النقاط *
الموارد الثقافية وأعمال السفر	53	2.1	41	2.5
عدد المواقع الثقافية التراثية (عدد المواقع)	35	7	22	9
عدد أشكال التعبير الثقافي الشفهي وغير المادي	25	6	25	6
الملاعب الرياضية (عدد الملاعب الكبيرة)	29	15.0	31	14.0
عدد اجتماعات الجمعيات الدولية متوسط 3 سنوات	117	3.0	57	40.0
الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية 0-100 (أفضل)	92	4	39	16

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

سجل مؤشر الموارد الثقافية معدلا ضعيفا بتحصيل الجزائر على 2.1 نقطة، واحتلالها للمرتبة 53وهي مرتبة متوسطة، ويعود انخفاض المؤشر بالدرجة الأولى إلى انخفاض عدد اجتماعات الجمعيات الدولية، وانخفاض الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية. في حين احتلت المغرب المرتبة 41 بـ 2.5 نقطة وهي مرتبة متقدمة بعض الشيء على مرتبة الجزائر، إلا أنها تتقدمها في بعض الجوانب وذلك لكونها تركز على الحضور إلى اجتماعات الجمعيات الدولية، كما أنها تعد من الوجهات السياحية الثقافية والترفيهية المطلوبة والمفضة من طرف السياح.

استنتاجات:

إن نجاح السياحة وانتعاشها يتعلق بعدد من المجالات والجوانب، فالسياحة منظومة تحوي العديد من العوامل التي تتكامل وتتفاعل فيما بينها حتى تحقق الأداء السياحي الجيد. لذا يجب أن لا تكون النظرة ضيقة إلى القطاع السياحي، والاقتصار على بعض الجوانب دون الأخرى، وعليه يجب النظر إلى السياحة نظرة شمولية حتى يتم الرفع من أدائها، ومن خلال تغطية مختلف المجالات التي تتعلق بالمنظومة السياحية الجزائرية ومقارنتها بالمنظومة السياحية لجارتها المغرب، نجد أن الجزائر لا تزال متخلفة عن الدول الرائدة في السياحة على غرار المغرب، والدليل على ذلك المراتب المتأخرة التي تحتلها الجزائر حسب ما أدلت به التقارير العالمية، وعلى الرغم من أن المنظومة السياحية في الجزائر تحوي العديد من نقاط الضعف التي يجب معالجتها، إلا أنها تحوي أيضا مجموعة من نقاط القوة التي يمكن التركيز عليها في عملية التسويق السياحي والعمل على تعزيزها.

ومن أبرز النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الورقة البحثية أن هناك عددا من العوامل التي أسهمت في انخفاض الأداء السياحي في الجزائر، والتي ترجمها تقرير منتدى الاقتصاد العالمي في شكل مؤشرات، ويمكن إبرازها أهمها فيما يلي:

ضعف مؤشر بيئة الأعمال في الجزائر، إذ سجلت الجزائر ارتفاعا في إجمالي الأرباح الضريبية، وانخفاضا في مؤشر حقوق الملكية، كما سجلت طول الوقت لبدء العمل.

من ناحية أخرى نجد ان من نقاط الضعف ما تعلق بجوانب الأمن، إذ سجلت الجزائر ارتفاعا نسبيا لحوادث الإرهاب، وارتفاعا في تكاليف الأعمال التجارية للإرهاب.

أما من ناحية الصحة والنظافة فنجد أن الجزائر تعاني من صعوبة في الوصول إلى مياه الشرب المحسنة، كما سجلت انخفاضا في عدد أسرة المستشفيات.

في حين يعاني مجال الموارد البشرية وسوق العمل في الجزائر من انخفاض مشاركة الإناث في نسبة القوة العاملة إلى الرجال، وانخفاض تدريب الموظفين، وصعوبة توظيف العمالة الأجنبية، وانخفاضا في مؤشر الدفع والانتاجية.

كما يشهد مجال جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ضعفا هو الأخر في عدد من الجوانب، إذ سُجل ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المعاملات، ونقص

استخدام الإنترنت للمعاملات من منظمات الأعمال إلى المستهلك، بالإضافة إلى انخفاض جودة إمدادات الكهرباء.

وفي السياق نفسه نجد أن الحكومة الجزائرية لا تولي الاهتمام الكافي لجعل السفر والسياحة من أولوياتها حيث تم تسجيل انخفاض الإنفاق الحكومي والإداري على القطاع السياحي، وانخفاض فعالية التسويق لجذب السياح، وضعف البيانات السنوية، وانخفاض جودة العلامة التجارية للبلد.

أما من ناحية الانفتاح الدولي فقد سجلت الجزائر ارتفاعا في التعقيدات المرتبطة بالحصول على التأشيرة، وإنغلاق الخطوط الجوية الجزائرية فيما يخص الاتفاقيات الخدمية الثنائية، والانغلاق النسبي للجزائر بحكم انخفاض عدد الاتفاقيات التجارية الاقليمية.

في حين سجلت الجزائر في مجال تنافسية السعر ارتفاعا نسبيا لأسعار الفنادق. ومن ناحية أخرى لم تول الجزائر الاهتمام الكافي بالاستدامة البيئية، إذ سجلت ضعف اللوائح البيئية وتطبيقها، وضعف استدامة تنمية صناعة السياحة والسفر.

أما البنية التحتية للنقل الجوي في الجزائر فهي تعاني من انخفاض جودة البنية التحتية للنقل الجوي، وانخفاض عدد الرحلات الجوية، وانخفاض عدد شركات الطيران العاملة.

كما تشهد البنية التحتية للنقل البري والبحري انخفاضا في جودة الطرق، وانخفاضا في جودة البنية التحتية للموانئ.

وبتغطية البنية التحتية للخدمات السياحية في الجزائر نجد أنها سجلت انخفاض جودة البنية التحتية السياحية، وانخفاض عدد آلات الصراف الآلي، وانخفاض عدد شركات تأجير السيارات الكبرى، وانخفاض عدد غرف الفنادق.

ومن ناحية الموارد الطبيعية نجد أن الجزائر تنخفض لديها مجموع المناطق المحمية. كما سجلت انخفاض عدد اجتماعات الجمعيات الدولية التي تناقش الموارد الثقافية وأعمال السفر.

توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج هذه الدراسة ومناقشتها، نرى أن على الجزائر الاهتمام بمختلف الجوانب التي تكون المنظومة السياحية، والنظر إلى هذه الجوانب نظرة شمولية تكاملية تدعم بعضها بعضا، لتسهم في الأخير في دفع عجلة القطاع السياحي، وبالنظر إلى نقاط ضعف المنظومة السياحية الجزائرية التي تم التوصل إليها، يمكن أن نقترح مجموعة من التوصيات التي من شأنها أن تسهم في الرفع من الأداء السياحي في الجزائر، ومن هذه التوصيات أن تعمل الجزائر على الاهتمام بالجوانب المتعلقة بكل من بيئة الأعمال، وجوانب الأمن، والصحة والنظافة، كما يجب العمل على تكوين الموارد البشرية والمهارات المتخصصة، والعمل على الرفع من الجاهزية الشبكية في الجزائر، بالإضافة إلى جعل السفر والسياحة من أولويات الدولة والعمل على دعمها، والعمل على عقد الاتفاقيات والانفتاح على الدول، بالإضافة إلى التركيز في عملية التسويق السياحي على تمتع الجزائر بانخفاض الأسعار من حيث رسوم التذاكر ورسوم المطار، ومستويات سعر الوقود، بالإضافة الى ارتفاع القوة الشرائية، والعمل على وضع سياسة سعرية ناجعة لمختلف الخدمات السياحية، كما يجب الاهتمام بجانب الاستدامة البيئية، والعمل على تطوير البنية التحتية للنقل الجوي، البري والبحري، مع التركيز على تطوير البنية التحتية للخدمات السياحية، والاهتمام بالموارد الطبيعية والعمل على تسويقها، بالإضافة إلى الاهتمام بالموارد الثقافية والعمل على تسويقها.

المصادر والمراجع:

الكتب:

باللغة العربية:

1. الظاهر، نعيم، وسراب، الياس، (2007)، مبادئ السياحة، ط2، عمان: دار المسيرة.
2. كفافي، حسين، (1991)، رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب للنشر.
3. كواش، خالد، (2007)، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، الجزائر: دار التنوير.
4. لطيف، هدى سيد، (1994)، السياحة النظرية والتطبيق، ط1، القاهرة: الشركة العربية.

باللغة الأجنبية:

1. *Pierre، PY. (2002). Le tourisme: un phénomène économique، Paris: Documentation Française.*

الدوريات:

1. مولاي، عبد الرزاق، وبورحلي لخضر خالد، (حزيران 2016)، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، (04): 67-81.

الأطروحات:

1. هدير، عبد القادر، (2006)، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية علوم التسيير والاقتصاد، جامعة الجزائر، الجزائر.
2. عشي، صليحة، (2011)، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.
3. عوينان عبد القادر، (2013)، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم

الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر.

4. بوعموشة، حميدة. (2012). دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر-. (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.
5. شرفاوي، عائشة. (2015). السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية. (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر.
6. عميش، سميرة. (2015)، دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015،(أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر.
7. مهنا منصور، وائل. (2005). الفعالية الاقتصادية لسياسات التسويق والترويج السياحي في سورية. (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، سوريا.

التقارير:

1. المنتدى الاقتصادي العالمي. (2017). تقرير التنافسية للسياحة والسفر.