

متطلبات تفعيل القطاع السياحي الجزائري على ضوء التجربة الإماراتية

Ways to Activate the Algerian Tourism Sector in Light of the Emirates' Experience

فتيحة خوميحة*

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، مخبر السياسات
التنموية والدراسات الاستشرافية، الجزائر، f.khoumaidja@univ-bouira.dz

تاريخ الاستلام: 2025/10/05؛ تاريخ القبول: 2026/03/16؛ تاريخ النشر: 2026/06/30

ملخص:

نهدف من وقتنا البحثية هذه إلى إبراز متطلبات تفعيل القطاع السياحي الجزائري وذلك بالاستفادة من التجربة الإماراتية التي نجحت في تطوير قطاعها السياحي وعززت مكانتها السياحية العالمية من خلال اتخاذ العديد من الاستراتيجيات والسبل، وهذا باستخدام المنهج الاستنباطي.

وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها أن نجاح الإمارات العربية المتحدة في تعزيز مكانتها على خريطة السياحة العالمية لم يكن من العدم وإنما كان نتاج عمل كبير ورؤية استراتيجية واضحة وكذا الاستثمار في البنى التحتية اللازمة من خلال بناء وتشديد المطارات والمنشآت السياحية وتوسيع نطاق استخدام التكنولوجيا، بالإضافة إلى نجاحها بصفة هائلة في الترويج لمؤهلاتها السياحية وهو ما جعلها قبلة للزوار الأجانب واحتلالها مكانة هامة على المستوى العالمي، في حين يعاني القطاع السياحي من عدة معوقات تأتي في مقدمتها ضعف البنى التحتية وضعف الترويج للإمكانيات السياحية الموجودة، لهذا وجب الاهتمام بهذين الأمرين على وجه الخصوص لتفعيل القطاع السياحي الجزائري.

كلمات مفتاحية: القطاع السياحي؛ الإمارات العربية المتحدة؛ الجزائر؛ الاستراتيجية الوطنية للسياحة؛ المخطط التوجيهي للسياحة؛ مؤشر تنافسية السفر والسياحة.

Abstract:

This research aims to highlight the requirements for activating the Algerian tourism sector by benefiting from the Emirates' experience, which succeeded in developing its tourism industry and strengthening its global tourism position through the adoption of numerous strategies and approaches. This study employs the deductive method.

The research reached several findings, the most important of which is that the success of the United Arab Emirates in enhancing its position on the global tourism map was not accidental; rather, it was the result of extensive efforts, a clear strategic vision, and significant investment in the necessary infrastructure, including the construction and development of airports and tourism facilities, as well as the expansion of technology use. In addition, the UAE achieved remarkable success in promoting its tourism assets, making it an attractive destination for foreign visitors and securing an important global standing.

In contrast, the Algerian tourism sector suffers from several obstacles, foremost among them the weakness of infrastructure and the insufficient promotion of existing tourism potential. Therefore, particular attention must be given to these two aspects in order to activate and strengthen the Algerian tourism sector.

Keywords: Tourism sector; United Arab Emirates; Algeria; National Tourism Strategy; Tourism Master Plan; Travel and Tourism Competitiveness Index.

1- مقدمة:

في ظل الأزمات المتتالية التي يشهدها العالم أصبحت قضية تحقيق التنوع الاقتصادي هدف مختلف دول العالم، وهو ما جعلها في كل مرة تبحث عن القطاعات التي يمكنها أن تحقق لها هذا الهدف، ومن القطاعات المهمة والمطروحة كان قطاع السياحة التي تؤكد الدراسات أنه من أسرع القطاعات نمواً، وثالث قطاع من حيث المداخل التصديرية متفوقاً على قطاعات مهمة كقطاع الصناعات الغذائية وصناعة السيارات.

وأمام هذا الوضع تتسارع الدول من أجل تنمية قطاعها السياحي وكسب مكانة على المستوى العالمي وتعزيز تنافسياتها خصوصاً تلك الدول التي تزخر بالمؤهلات السياحية

الجاذبة، ومن الدول التي وضعت قطاع السياحة على رأس أولوياتها لجعله أهم مورد للدخل وفرض نفسها على خارطة السياحة العالمية نجد دولة الإمارات العربية المتحدة التي اتخذت العديد من المبادرات والاستراتيجيات من أجل استغلال مختلف المقومات التي تمتلكها، وهو ما مكّنها من تحقيق قفزة في هذا المجال وأصبحت وجهة سياحية عالمية بامتياز.

كما أن الجزائر هي الأخرى تسعى جاهدة لاستغلال إمكانياتها السياحية ومن ثم تطوير قطاعها السياحي والرفع من مساهمته في الاقتصاد الوطني، لكنه لا يزال يعاني من بعض الركود ولم يصل بعد إلى المستوى المطلوب والهدف المرجو، لهذا وجب البحث عن آليات من أجل النهوض به أكثر.

إشكالية الدراسة: انطلاقا مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ماهي متطلبات تفعيل القطاع السياحي الجزائري انطلاقا من تجربة الإمارات العربية المتحدة الناجحة؟

فرضيات الدراسة: سننطلق في دراستنا هذه من الفرضيات التالية:

✓ يعد تطوير البنى التحتية والمنتجات السياحية والترويج الجيد للمقومات السياحية من أهم العوامل التي مكنت الإمارات العربية المتحدة من تطوير قطاعها السياحي.

✓ يظهر نجاح الإمارات في تطوير قطاعها السياحي في انضمامها إلى أهم الدول التي تعتبر وجهة للسياح الدوليين.

✓ يعتبر ضعف استغلال الإمكانيات السياحية الموجودة من أهم المشاكل التي يعاني منها القطاع السياحي الجزائري والتي جعلت من مساهمته في الاقتصاد الوطني ضعيفة.

أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع المتناول، كونه يركز على تجربة ناجحة على المستوى العالمي في حسن استغلال وتطوير المقومات السياحية ومن ثم احتلال مكانة سياحية عالمية متميزة، بالإضافة إلى ضرورة تفعيل القطاع السياحي في الجزائر من أجل تحقيق التنوع الاقتصادي والتفكير في مرحلة ما بعد النفط.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف منها:

✎ إلقاء الضوء على المقومات السياحية التي تمتلكها دولتي الجزائر والإمارات العربية المتحدة.

✎ تبين جهود الدولتين من أجل تطوير قطاع السياحة.

✍ تقييم أداء القطاع السياحي في كل من الجزائر والإمارات العربية المتحدة.

✍ تبيان مرتبة الجزائر والإمارات على المستوى العالمي في المجال السياحي.

✍ معرفة نقاط الضعف والمشاكل التي تعاني منها القطاع السياحي في الجزائر.

✍ توضيح الأساليب والآليات الكفيلة بتفعيل القطاع السياحي الجزائري وذلك انطلاقاً من التجربة الإماراتية.

المنهج المتبع: نظراً لطبيعة الموضوع وللإجابة عن الإشكالية سنعتمد على المنهج الاستنباطي من خلال التحليل الوصفي، بالاعتماد على مجموعة من الإحصائيات.

محااور الدراسة: من أجل الإجابة على الإشكالية والتعمق في الموضوع تم تقسيم الدراسة إلى المحاور التالية:

- المقومات السياحية لدولتي الجزائر الإمارات العربية المتحدة.
- الاستراتيجيات والجهود المتبناة لتطوير القطاع السياحي للدولتين
- القطاع السياحي الجزائري والإماراتي : أرقام ومؤشرات
- الدروس المستفادة من التجربة الإماراتية لتفعيل القطاع السياحي الجزائري

1- المقومات السياحية لدولتي الجزائر والإمارات العربية المتحدة.

تتمتع الجزائر والإمارات العربية المتحدة بمؤهلات سياحية هائلة تسمح لها بجذب السياح المحليين والدوليين، ويمكن توضيح أهم هذه المؤهلات في الجدول الموالي:

الجدول 01: المقومات السياحية لدولتي الجزائر والإمارات العربية المتحدة

الجزائر	الإمارات العربية المتحدة
مقومات السياحة الساحلية	
تمتلك الجزائر شريط ساحلي يمتد لحوالي 1622.48 كم، يتميز بتنوع شواطئه من جوانب عديدة، حيث يتيح المناظر الطبيعية الخلابة التي تجمع بين البحر والغابات خصوصا في المناطق الشرقية كبجاية وجيجل.	تتميز شواطئ الإمارات برمالها البيضاء ومساحاتها الواسعة مما يجعلها وجهات مثالية للسياحة، وتتنوع هذه الشواطئ في جميع إمارات الدولة مثل شاطئ ياس، شاطئ السعديات، شاطئ جميرا وغيرها.
مقومات السياحة الصحراوية	
تعد الصحراء علامة مميزة كونها تمثل حوالي	تجمع السياحة الصحراوية في الإمارات

بين الأصالة والعراقة والتطور والمغامرات، حيث تتكون من العديد من السهول والجبال التي تعد مقصدا سياحيا هاما.	87% من مساحة الدولة، وتعد ثاني أكبر صحراء في العالم، تحتوي على تراث طبيعي وثقافي وتاريخي غني ومتنوع، حيث تنقسم إلى خمس مناطق رئيسية كبرى تضم كل من أدرار، إليزي، وادي ميزاب، تمنراست وتندوف وتتميز كل منطقة بتضاريسها الخاصة وعاداتها وتقاليدها وآثارها التي تعود إلى العصور القديمة.
مقومات السياحة التاريخية والثقافية	
تتميز الإمارات بوجود العديد من المتاحف مثل متحف اللوفر ومتحف زايد الوطني ومتحف دبي ومتحف الشارقة وغيرها، كما شهدت العديد من الحضارات مثل حضارة حفيت وحضارة مليحة، كما تضم مناطق أثرية هامة مثل تل أبرق، صير بني ياس، جبل الفاية وغيرها	شهدت الجزائر العديد من الحضارات كالحضارة الرومانية، الأمازيغية، العثمانية والإسلامية وغيرها من الحضارات التي تركت خلفها تراثا تاريخيا وثقافيا، حيث تم إدراج سبعة مواقع منها ضمن مواقع التراث العالمي من قبل منظمة اليونسكو وهي قلعة بني حماد، مدينة جميلة، مدينة يتمقاد، واد ميزاب، حظيرة الطاسيلي، القصبة. إضافة إلى حوالي 1000 موقع ومعلم ثقافي وتاريخي مصنف كتراث وطني
مقومات السياحة الترفيهية	مقومات السياحة الحموية
تعد أحد أبرز الوجهات الترفيهية العالمية، حيث تعد موطننا لأطول ناطحة سحاب في العالم المعروفة باسم برج خليفة، تمتلك العديد من الأسواق التجارية الفاخرة كما تمتلك أبو ظبي أكبر مدينة ترفيهية مغلقة في العالم.	يوجد أكثر من 282 منبع حموي ذو خصائص علاجية، إضافة إلى 7 محطات وطنية و50 محطة حمامات محلية أهمها حمام بوغرارة تلمسان، حمام بوحنيقية، حمام الصالحين ببسكرة وغيرها.

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على:

بن السعدي سيد علي وعلاوي صفية، آفاق وتحديات صناعة السياحة في الوطن العربي - دراسة مقارنة بين الإمارات ، السعودية، تونس والجزائر-، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المجلد 24، العدد 01، ديسمبر 2024، ص ص 147-150.

انطلاقا مما سبق يمكن القول بأن كلا الدولتين تتمتع بمؤهلات سياحية هامة ومتنوعة تسمح لها باحتلال مراتب متقدمة على المستوى العالمي

2- الاستراتيجية والجهود المتبناة لتطوير القطاع السياحي للدولتين:

3-1- الاستراتيجية والجهود المتبناة من قبل الجزائر:

3-1-1- الاستراتيجية الوطنية للهيئة السياحية آفاق 2030 : تتم عملية التهيئة السياحية طبقا لتوجهات المخطط التوجيهي للسياحة الذي يحدد كيفية تطوير الأنشطة السياحية ومنشآتها، بالإضافة إلى كيفية المحافظة على المواقع والمؤهلات السياحية، وتمثل الأهداف المرجوة من المخطط فيما يلي:⁽¹⁾

- جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي وكبديل لقطاع المحروقات
- ضمان إشراك القطاعات الأخرى كالزراعة والأشغال العمومية والثقافة وذلك من خلال الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات.
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة وذلك بإدراج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية.
- تثمين التراث التاريخي والثقافي والديني حيث إن استراتيجيات السياحة الدائمة هي التي تحترم التنوع الثقافي وتحفي التراث وتساهم في التنمية المحلية.
- تحسين صورة الجزائر بصفة دائمة

3-1-2- ديناميكيات تفعيل السوق السياحية في الجزائر: ارتكز المخطط على خمس محاور كبرى، وتجسدت هذه المحاور في:⁽²⁾

➤ تثمين وجهة الجزائر: جاء مخطط جودة الجزائر لإعادة الاعتبار للتنافسية السياحة في الجزائر من خلال استراتيجية التسويق السياحي، ويتكون مخطط وجهة الجزائر من ثلاثة إجراءات هي:

(1)- رانية إدري وعمر غزالي، التهيئة السياحية في ضوء المخططات الولائية للهيئة السياحية لآفاق 2030 "ولاية البلدية نموذجاً"، مجلة الاقتصاد والإحصاء التطبيقي، المجلد 16، العدد 02، ديسمبر 2019، ص 75.

(2)- رانية إدري وعمر غزالي، مرجع سبق ذكره، ص ص 77-78.

- وضع إستراتيجية تسويقية للسياحة الجزائرية تقوم بدراسة كل من الطلب والعرض مع تحديد الأسواق المستهدفة ذات الأولوية.
 - العمل على ترقية وسائل الاتصال وجعلها في خدمة الجزائر.
 - إنشاء مركز دائم للموارد السياحية والسوق السياحي تحت مسمى النظام الدائم للملاحظة والتقييم السياحيين وذلك كإجراء مستدام للمراقبة السياحية.
 - ✚ **الأقطاب السياحية للامتياز:** هي عبارة عن تركيبة من القرى السياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة ومزودة بمختلف التجهيزات المتعلقة بالإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية وكذا الإدارات السياحية، ويتمثل الهدف الرئيسي من بناء الأقطاب السياحية في تحريك الدافع الذي يسهل الانتشار السياحي من خلال تسهيل التنافسية، الجاذبية واستمرارية الأقاليم وهذا بإشراك السكان المحليين.
 - ✚ **نشر مخطط جودة السياحة:** يهدف هذا المخطط إلى إشراك مختلف مؤسسات القطاع السياحي في عملية تحسين خدماتهم من أجل جعلها قادرة على الوصول إلى المعايير الدولية للوجهات السياحية المتميزة في العالم، وهذا عن طريق تطبيق الممارسات الجيدة التي تقود إلى المثالية في مجالات عديدة:
 - تحسين تدريجي للخدمات والحصول على علامة تجارية جودة سياحة الجزائر
 - الجمع بين المهنيين ومنحهم رؤية جديدة للتنمية السياحية
 - أخذ مكانة في السوق العالمية السياحية.
 - ✚ **مخطط الشراكة العمومية الخاصة:** حتى تكون هناك تنمية سياحية مستدامة يجب أن يكون هناك شراكة وتعاون فعال بين القطاع العام والخاص، حيث تتكفل الدولة بوضع المنشآت في خدمة السياحة وحماية المناطق العامة وتحقيق الأمن العام، في حين القطاع الخاص فيتكفل بضمان أساسيات الاستثمارات والاستغلال السياحي وكذا تسويق الخدمات السياحية.
 - ✚ **مخطط تمويل السياحة:** حيث تتطلب السياحة دعم ومرافقة من قبل الدولة سواء للمؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة أو المستثمرين وذلك من خلال المساعدة على اتخاذ القرارات، تمويل عتاد الاستغلال، تقديم الحوافز الضريبية والمالية بالإضافة إلى تسهيل حصول الأنشطة السياحية على التمويل البنكي.
- 2-3- الاستراتيجيات والجهود المتبناة من قبل الإمارات:

من أجل تنمية وتطوير القطاع السياحي وترسيخ مكانة الإمارات كوجهة سياحية عالمية وجذب المزيد من السياح تبنت الإمارات العربية العديد من الاستراتيجيات والاجراءات أهمها:

3-2-1- الخطط والاستراتيجيات: تبنت الإمارات العربية العديد من الاستراتيجيات المرتبطة بالمجال السياحي أهمها:

✚ الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2031:

تم إطلاق هذه الاستراتيجية أواخر عام 2022 وذلك بمشاركة العديد من الأطراف كوزارة الاقتصاد الوطنية والمؤسسات الفاعلة في القطاع السياحي كوزارة الخارجية والتعاون الدولي، الهيئة العامة للطيران المدني، شركات الطيران الإماراتية ومنظمة السياحة العالمية، حيث تشمل هذه الاستراتيجية تنفيذ 25 مبادرة وسياسة لدعم تنمية وتطوير القطاع السياحي، وتقوم على أربع توجهات رئيسية هي: (1)

✎ تعزيز الهوية السياحية الوطنية والترويج لها.

✎ تطوير وتنوع المنتجات السياحية المتخصصة.

✎ بناء القدرات السياحية وتشجيع دخول الكوادر الوطنية للقطاع السياحي.

✎ زيادة الاستثمارات في مختلف القطاعات السياحية (دعم الاستثمار السياحي).

وقد تم وضع مجموعة من الأهداف التي يصبو بلوغها في نهاية هذه الاستراتيجية تتمثل في:

✎ رفع مكانة الدولة كأفضل هوية سياحية حول العالم وترسيخ مكانتها كوجهة سياحية رائدة.

✎ رفع مساهمة القطاع السياحي في الناتج للاقتصاد الوطني إلى 450 مليار درهم وذلك بمعدل متوسط سنوي 27 مليار درهم.

✎ جذب استثمارات جديدة بقيمة 100 مليار للقطاع السياحي.

(1) - وزارة الاقتصاد الإماراتية، التقرير الاقتصادي السنوي، أبو ظبي، 2023، ص55.

☞ استقطاب 40 مليون نزيل في المنشآت الفندقية.

☞ زيادة عدد المواطنين العاملين في القطاع السياحي بنسبة 20%.

✚ استراتيجية السياحة الداخلية:

أطلقت هذه الاستراتيجية في سنة 2020 وذلك بالتنسيق بين مختلف الهيئات والمؤسسات المحلية والاتحادية المعنية بقطاع السياحة والتراث والثقافة، انطلاقاً من رؤية تقوم على أهمية تطوير المنظومة السياحية التكاملية على مستوى الدولة لتنظيم السياحة المحلية بين الإمارات السبع، وكذا تعزيز دور قطاع السياحة الداخلية في دعم الاقتصاد الوطني بحيث تصبح أحد روافده الأساسية. وتمثلت أهداف هذه الاستراتيجية في:⁽¹⁾

☞ تسليط الضوء على أهم مناطق الجذب في الدولة سواء الطبيعية، الثقافية والتراثية أو التاريخية.

☞ استقصاء اهتمامات الناس وتطلعاتهم ورصد مواسم الاقبال وذلك لاستغلالها في تطوير المنتج السياحي ككل محلياً واتحادياً.

☞ إبراز خصوصية التجربة السياحية في كل إمارة على حدى والتعريف بأهم المعالم التي تتمتع بها.

☞ تعزيز ارتباط مختلف فئات المجتمع بالمكان وترسيخ شعور الانتماء.

2-2-3- المبادرات الترويجية: من أجل الترويج للسياحة في الإمارات وجذب السياح أكثر قامت الإمارات بالعديد من المبادرات الترويجية أهمها:

✚ حملة أجمل شتاء في العالم:

تأتي هذه الحملة ضمن استراتيجية السياحة الداخلية، أطلقت في ديسمبر 2020 من طرف المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة بالتعاون مع وزارة الاقتصاد، تهدف هذه الحملة إلى ترويج المقومات التي تمتلكها الدولة من تنوع في البيئة

(1) - البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة، استراتيجية السياحة الداخلية لدولة الإمارات،

من الموقع الإلكتروني: <https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/tourism/the-uae-strategy-for-domestic-tourism>

(تاريخ الاطلاع: 2024/07/30)، [plans-and-visions/tourism/the-uae-strategy-for-domestic-tourism](https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/tourism/the-uae-strategy-for-domestic-tourism)

الطبيعية وثوراء في المواقع التاريخية وذلك في سبيل تحقيق القطاع السياحي لمزيد من معدلات النمو.⁽¹⁾

✚ معرض أكسبو 2020 دبي:

يعتبر معرض إكسبو 2020 دبي أحد أهم المبادرات التي اتخذتها الإمارات وساهمت بصورة مباشرة وفعالة في تطوير القطاع السياحي وذلك من خلال جذب عدد هائل من السياح ومن ثم رفع الإيرادات السياحية، حيث نجح المعرض في استقطاب أكثر من 24 مليون زائر خلال 6 أشهر.

✚ الهوية السياحية الموحدة للدولة:

في إطار مساعي الدولة على تنوع مصادر الدخل وذلك ضمن خططها الاستراتيجية التنموية وتطوير المنتج السياحي حرصت على إطلاق الهوية السياحية الموحدة والتي أطلقها المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات، وهي مستمدة من الهوية الإعلامية الموحدة للدولة، اعتمدت في ديسمبر 2020 وتهدف إلى توحيد الجهود والطاقت لنقل قصة الإمارات للعالم وتعزيز موقع الإمارات كمركز جذب حيوي في مختلف المجالات.

✚ متحف المستقبل:

يعتبر أيقونة تاريخية بلا أعمدة، ويعد من أكثر المباني تطوراً في العالم سواء من حيث تصميمه الفريد وطابعة المختلف، سواء من حيث روعة الخطوط العربية المنقوشة عليه، زيادة على تقنية الطباعة ثلاثية الأبعاد في عمليات الإنشاء، تم إنشاؤه وافتتاحه في 22 فيفري 2022 بتكلفة بلغت 500 مليون درهم، تجدر الإشارة إلى أن المعروضات داخله تتغير كل ستة أشهر، وهو ما يجعله قيمة سياحية كبيرة للإمارات، وزيادة على هذا ومن أجل استقطاب المزيد من السياح فسيكون المتحف محطة لاستضافة المؤتمرات التقنية والعلمية الدولية.

3-2-3- تطوير البنى التحتية والمنتجات السياحية:

باعتبار البنى التحتية جزء أساسي في عملية تفعيل وتطوير القطاع السياحي قامت الإمارات بضخ أموال كبيرة للاستثمار في مشاريع النقل والاتصالات، بما في ذلك توسيع

(1)- وزارة الاقتصاد الإماراتية، الإمارات مركز عالمي للاقتصاد الجديد. مجلة /اقتصاد الإمارات، الربع الأول 2024، ص6.

المطارات وتطوير شبكات الطرق والنقل العام لتحتمل المرتبة الاولى عالميا في جودة البنية التحتية للمطارات والطرق، كما عملت على تطوير البنية التحتية المتكاملة التي تشمل الفنادق والمطاعم والمنشآت الترفيهية والمناطق الجديدة.

3-2-4- ادخال التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي:

من أجل تعزيز ريادتها على الساحة السياحية الدولية قامت الإمارات العربية المتحدة بدمج التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في القطاع، حيث يعتمد القطاع على الخدمات عبر الهاتف النقل والتخصيص الذكي للسياح، التحليلات الذكية للبيانات، وكذا إجراءات تسجيل الوصول الذكية، وحتى الفنادق تعتمد على أنظمة الاستدامة حيث تحصل أكثر من 150 فندق على وسم السياحة المستدامة نتيجة تبنيها مبادرات متقدمة لترشيد الطاقة وتقليل الانبعاثات، وقد ساهم هذا فعلا في تطوير القطاع وجذب السياح أكثر.

4- القطاع السياحي الجزائري والإماراتي: أرقام ومؤشرات

سنناول هذا من ثلاث نقاط أساسية هي: مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني، أداء المؤسسات الفندقية، ترتيب الإمارات والجزائر في مؤشرات السياحة العالمية.

4-1- مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني:

لكي تظهر هذه المساهمة نتطرق إلى مساهمة القطاع في الناتج، مساهمة القطاع في العمالة، وكذا تطور انفاق السياح المحليين والدوليين.

4-1-1- مساهمة القطاع السياحي في الناتج: يمكن إظهارها من خلال المعطيات المبينة من الجدول أدناه:

الجدول 02: تطور مساهمة القطاع السياحي في الناتج للدولتين خلال الفترة (2017-2023)

الوحدة: مليار دولار

السنة	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
المبلغ	43.2	47.3	48.5	16.9	27.6	45.4	49.9
النسبة	11.1	11.1	11.6	4.8	6.7	9	9.9
المبلغ	9.6	9.6	9.6	4.7	7.4	10.8	11.6
النسبة	5.7	5.5	5.5	3.3	4.6	5.7	5.8

Source : world travel & tourism council, *travel & tourism economic impact 2023 united arab emirates*, may 2023, p14.

world travel & tourism council, *travel & tourism economic impact 2023 Algeria*, may 2023, p14.

من خلال القراءة الأولية للإحصائيات نلاحظ أن ناتج القطاع السياحي أخذ منحى تصاعدي خلال فترة الدراسة، باستثناء سنة 2020 التي عرف فيها تهاويا بسبب تأثير جائحة كورونا وما أتبعه من إغلاق وشل للسياحة العالمية، لكنه سرعان ما استعاد عافيته ليبلغ حوالي 49.9 مليار دولار أمريكي بارتفاع قدره حوالي 195% خلال ثلاث سنوات، وهو ما يقابله تحسن في نسبة مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي، وهو دليل على أن القطاع يسير نحو تحقيق الأهداف المسطرة من طرف الدولة ببلوغ 450 مليار درهم بحلول 2031، ومن جهة أخرى عرفت مساهمة القطاع السياحي في الناتج الجزائري ثباتا في الفترة (2017-2019) بحوالي 9.6 مليار دولار ليعرف تراجعا بسبب جائحة كورونا ليستعيد عافيته فيما بعد لكن تبقى نسبة مساهمته ضئيلة إذ لم تتجاوز 5.8% في أحسن أحوالها، وعليه يظهر تفوق الإمارات على الجزائر في هذا المجال

2-1-4- مساهمة القطاع السياحي في العمالة: يساهم القطاع السياحي في توفير مناصب شغل مثلما يظهر في الجدول الموالي:

الجدول 03: تطور مساهمة القطاع السياحي في العمالة في الدولتين الفترة (2023-2017)
(الوحدة: ألف)

السنة	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
العدد	663.9	702	745.1	661.8	664.3	751.1	758
النسبة	10.4	10.9	11.6	9.7	10.6	11.6	11.5
العدد	643.1	632	628.6	468.9	542.9	611.8	649.6
النسبة	5.9	5.7	5.6	4.4	5.1	5.6	5.9

Source : world travel & tourism council, *op.cit*, p14

انطلاقا من الإحصائيات المبينة نلاحظ أن القطاع السياحي يساهم في توفير مناصب شغل لأبأس بها سواء بشكل مباشر أو غير مباشر وهو في تحسن من سنة لأخرى إذ ساهم بحوالي 758 ألف وظيفة في سنة 2023 وهو ما يعادل نسبة 11,5% بعدما كان يساهم بحوالي 663,9 ألف وظيفة في سنة 2017، وهي تسير في الطريق الصحيح لتحقيق هدفها في هذا الشأن المتمثل في تشغيل حوالي 20%، هذا بالنسبة لدولة الإمارات، أما

بالنسبة للجزائر فقد ساهم بحوالي 649.6 ألف وظيفة في سنة 2023 وهو ما يمثل نسبة 5.9% وهو في منحنى تصاعدي، لكن نسبة مساهمته لم تصل بعد إلى المستوى المأمول.

3-1-4- تطور انفاق السياح:

يمكن توضيح تطور انفاق السياح في دولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة (2017-2023) من خلال الجدول الموالي:

الجدول 04: تطور انفاق السياح في الجزائر والإمارات خلال الفترة (2023-2017)

الوحدة: مليار دولار

السنة	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
دوليين	33.3	37.1	38.4	11.0	18.9	32.0	36.9	الجزائر
محليين	10.7	11.2	11.2	6.5	9.2	12.8	13.4	
المجموع	43.9	48.4	49.6	17.5	28.1	44.8	50.3	
دوليين	0.17	0.2	0.14	0.05	0.08	0.19	0.2	الإمارات
محليين	7.7	7.8	7.7	3.6	5.9	8.6	9.2	
المجموع	7.9	8.0	7.8	3.6	6.0	8.8	9.4	

Source : world travel & tourism council, *op.cit*, p16

من المعطيات المبينة في الجدول نجد أن إنفاق السياح في تزايد مستمر خلال فترة الدراسة ماعدا سنة 2020 والتي كان الانخفاض خارج عن نطاق السيطرة كنتيجة حتمية لإغلاق المجال الجوي في العالم، حيث نلاحظ أن إنفاق السياح الدوليين يستحوذ على النصيب الأكبر من إجمالي الإنفاق الإجمالي بنسبة تفوق 71,5% ، حتى أنها وصلت إلى 77,4% في سنة 2019، وتجدر الإشارة إلى أنه حتى في سنة 2020 أين انخفض إنفاق السياح إلا أن إنفاق السياح الدوليين بقي هو المستحوذ، وهو ما يؤكد على أن دولة الإمارات العربية المتحدة نجحت فعلا في ترويج منتجاتها السياحية وأصبحت قبلة سياحية عالمية، فإمارة دبي تحتل المرتبة الرابع كأحسن وجهات السياحة في العالم متفوقة على مدن عريقة كبرشلونة ونيويورك، وفي الجهة المقابلة يمثل إنفاق السياح الدوليين في الجزائر نسبة ضئيلة جدا حيث لم تتجاوز 0.2 مليار دولار ويبقى انفاق السياح المحليين هو المستحوذ وهو في تحسن من سنة لأخرى ورغم ذلك فهي قيم لا ترق لمستوى التطلعات، وعليه يظهر الفارق الموجود بين الدولتين.

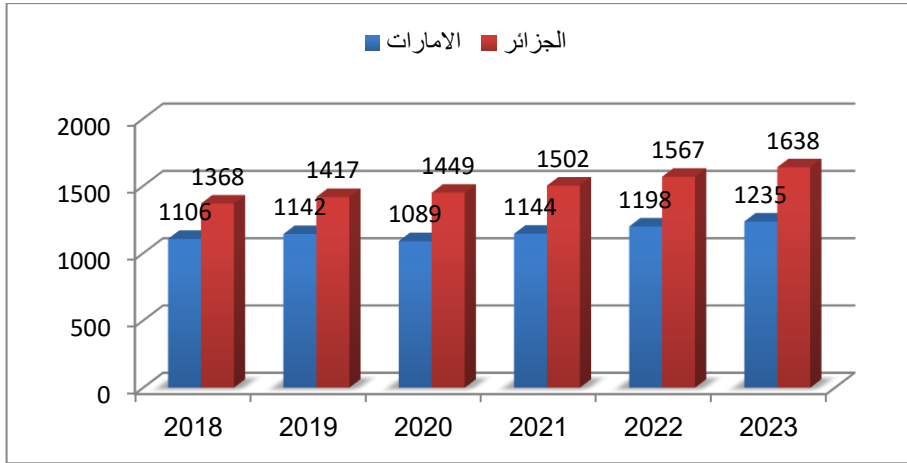
2-4- أداء المؤسسات الفندقية:

يمكن الحكم عل أداء المؤسسات الفندقية من خلال مجموعة من المؤشرات هي:

4-2-1- تطور تعداد الفنادق:

يمكن توضيح تطور تعداد الفنادق في الدولتين من خلال إدراج الشكل التالي:

الشكل 01: تطور تعداد الفنادق في الدولتين خلال الفترة (2018-2023)



المصدر: وزارة الاقتصاد الإماراتية، بيانات السياحة 2014-2024، 2023، من الموقع الإلكتروني:

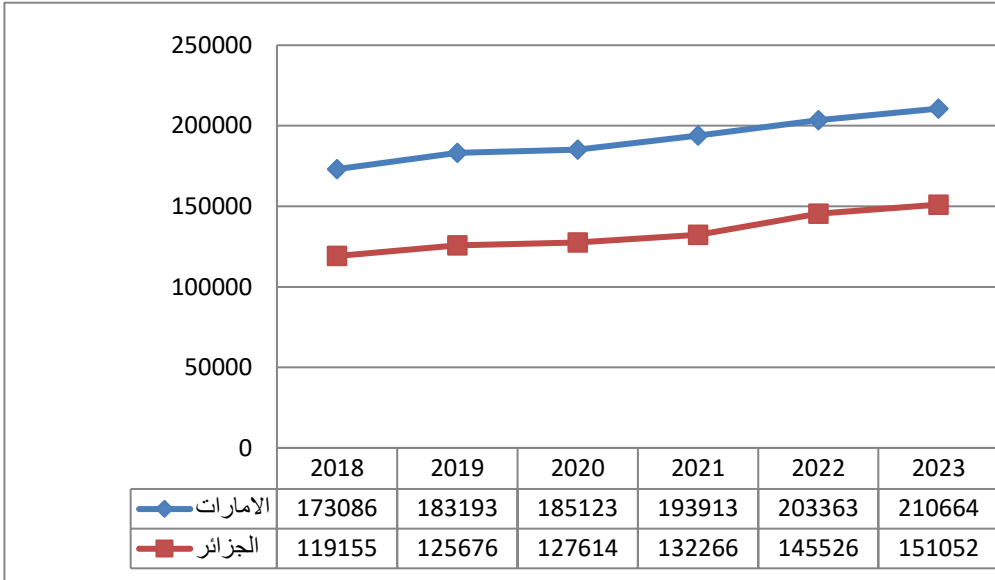
(تاريخ الاطلاع: 2024/07/30)، <https://www.moec.gov.ae/meo-opendata>

من خلال الإحصائيات المبينة في الجدول نلاحظ استمرار الإمارات العربية المتحدة في تشييد الفنادق باختلاف تصنيفها من أجل جذب أكبر للسياح باعتبارها الشيء الأساسي لاستيعاب السياح المحليين والدوليين إذ ارتفعت من 1106 فندق في سنة 2018 إلى 1235 فندق في سنة 2023، وتجدر الإشارة إلى أن الفنادق خمس نجوم الممتازة تستحوذ على النصيب الأكبر وهو من أجل تلبية رغبات السياح وتوفير الراحة لهم وإذا ما قورنت مع الجزائر فإن تعداد الفنادق في الجزائر أفضل واحسن حيث بلغت 1638 فندق في سنة 2023، لكن للأسف أغلب هذه الفنادق إما غير مصنفة أو مصنفة بدرجة أقل وبالتالي فهي لا تلبية طموحات السياح خصوصا الدوليين.

4-2-2- تعداد الغرف الفندقية:

يمكن توضيح تطور تعداد الغرف الفندقية من خلال إدراج الشكل التالي:

الشكل 02: تطور تعداد الغرف الفندقية في الإمارات خلال الفترة (2018-2023)



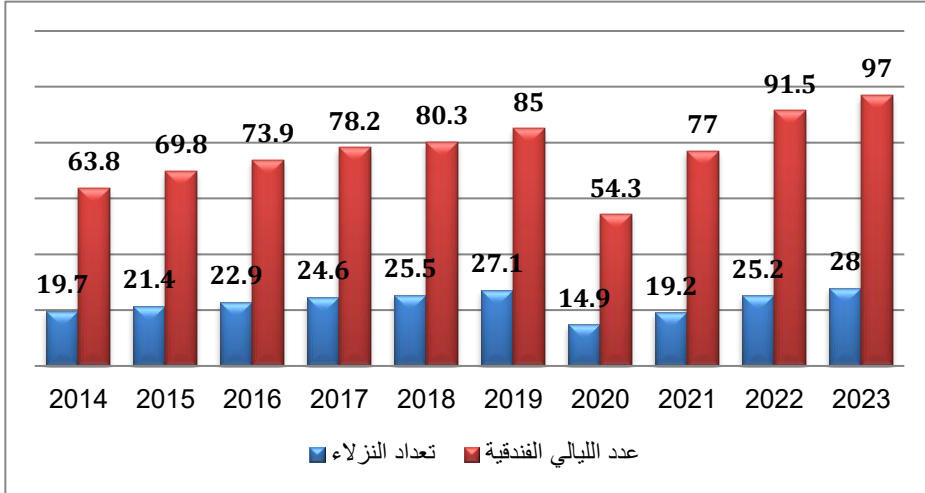
المصدر: وزارة الاقتصاد الإماراتية، بيانات السياحة 2014-2023، مرجع سبق ذكره.

من الشكل يظهر أن تعداد الغرف الفندقية أخذ منحاً تصاعدياً تبعاً لارتفاع تعداد الفنادق فارتفعت من 173086 غرفة في سنة 2018 إلى غاية 210664 غرفة في سنة 2023، حيث أنه نسب الاشتغال الفندقي بدوره يفوق 70% وهو مؤشر جيد يشير إلى فعالية التسعير المتبعة بالدولة ودليل على تزايد توفد السياح على الدولة، من جهةها الجزائر عرف تعداد الغرف الفندقية تزايداً تبعاً لتزايد عدد الفنادق إذ بلغت حوالي 151052 في سنة 2023 بعد أن كانت 119155 في سنة 2018، ما يلاحظ أنه على الرغم من تفوق الجزائر في تعداد الفنادق إلا أن الإمارات أحسن من حيث تعداد الغرف.

4-2-3- تعداد النزلاء والليالي الفندقية:

الشكل أدناه يظهر تطور تعداد النزلاء وعدد الليالي الفندقية في الإمارات العربية خلال الفترة (2014-2023)

الشكل 03: تطور تعداد النزلاء والليالي الفندقية في الإمارات خلال الفترة (2014-2023)
الوحدة: مليون



المصدر: وزارة الاقتصاد الإماراتية، بيانات السياحة 2023-2014، مرجع سبق ذكره.

تظهر البيانات الخاصة بتعداد النزلاء اتجاهات إيجابية؛ حيث ارتفع تعدادهم من 19,7 مليون في سنة 2014 إلى غاية 27,1 مليون في سنة 2019 وعلى الرغم من الانخفاض في سنة 2020 إلا أن التعداد عاد للتطور من جديد فارتفع من 14,9 مليون في سنة 2020 إلى حوالي 28 مليون أي أنه تزايد بحوالي الضعف، ومن جهته شهد إجمالي عدد الليالي الفندقية نفس اتجاه تعداد النزلاء، تجدر الإشارة إلى أن التحسن الأخير راجع نتيجة تحسن الظروف الاقتصادية وزيادة الجهود التسويقية بالإضافة إلى تخفيف قيود السفر وكذا استضافة أحداث كبيرة كمعرض إكسبو 2020 دبي وكذا كأس العالم بقطر.

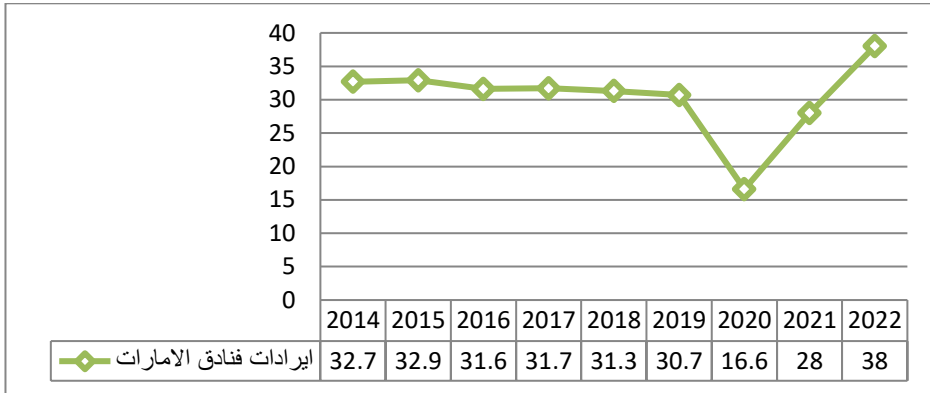
أما إذا تحدثنا عن الجزائر فإن الإحصائيات تشير إلى أن تعداد الليالي الفندقية فقد بلغ حوالي 7.47 مليون في سنة 2024 بعد أن كان حوالي 7,53 مليون في سنة 2018، وهو رقم ضعيف إذا ما قورن بالإمارات العربية.

4-2-4 إيرادات الفنادق:

تتجلى تغيرات إيرادات فنادق دولة الإمارات العربية خلال الفترة (2014-2022) في الشكل التالي:

الشكل 04: تطور إيرادات فنادق في الإمارات خلال الفترة (2014-2022)

الوحدة: مليار درهم



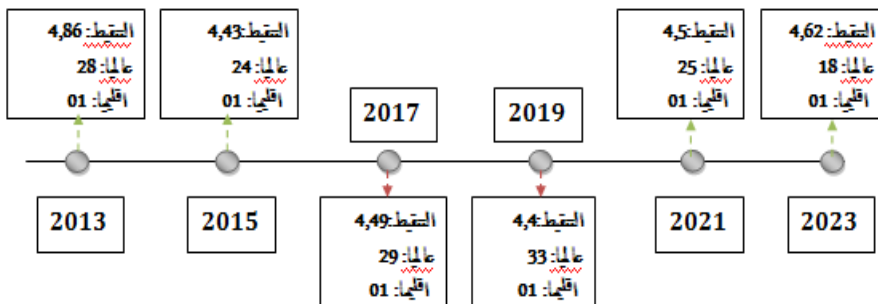
المصدر: وزارة الاقتصاد الإماراتية، بيانات السياحة 2023-2014، مرجع سبق ذكره.

من القراءة الأولية للمعطيات المبينة في الشكل نجد أن الفنادق الإماراتية حققت إيرادات متقاربة خلال الفترة (2019-2014) في حدود 32 مليار درهم، لتعرف في سنة 2020 تراجعاً رهيباً بسبب الإغلاق الذي صاحب جائحة كورونا لكنها سرعان ما استعادت عافيتها سنتي 2021 و2022 لترتفع في هاتھ السنة بحوالي 10 مليار درهم وهو ما يعادل 35,71% وهذا بسبب ارتفاع نسبة الأشغال الفندقية، ويؤكد هذا الأداء المالي للفنادق على مرونة قطاع صناعة السياحة مما سيدعم تحقيق الهدف الرئيسي برفع مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي إلى 450 مليار درهم بحلول سنة 2031.

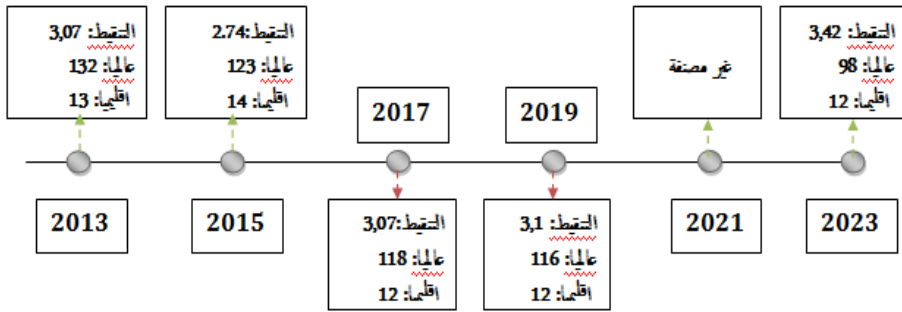
3-4- ترتيب الإمارات العربية المتحدة والجزائر في مؤشرات السياحة العالمية:

الشكل التالي يوضح ترتيب الإمارات العربية والجزائر في مؤشر تنافسية السفر والسياحة في الفترة (2023-2013)

الشكل 05: ترتيب الإمارات والجزائر في مؤشر تنافسية السفر والسياحة خلال الفترة (2023-2013)



الجزائر



المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على:

world economic forum, *the travel and tourism competitiveness report*, different années .

من خلال الشكل نلاحظ أن ترتيب الإمارات العربية المتحدة في مؤشر تنافسية السفر والسياحة الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي يتأرجح بين التحسن تارة والتراجع تارة أخرى لكنها تبقى دائماً ضمن الثلاثين دولة المتصدرة إلا في سنة 2019 أين صنفت في المرتبة 33، وفي كل الأحوال تبقى تتربع على صدارة الدول العربية، ويبقى أحسن تحسن في سنة 2023 أين صعدت بسبع مراتب لتحل الترتيب 18، وهو دليل على أن الإمارات تسير في الطريق الصحيح لتدخل قائمة أحسن عشر دول، في حين تأتي الجزائر في مؤخرة الترتيب سواء عالمياً أو حتى عربياً.

ومن خلال تحليل مختلف الإحصائيات نلاحظ أن أداء القطاع السياحي في الإمارات يتفوق بشكل ملحوظ عن أداء القطاع السياحي الجزائري وذلك نتيجة معاناة هذا الأخير من العديد من المعوقات التي تتمثل في:⁽¹⁾

كـ تهيمش القطاع السياحي واعتباره قطاع غير منتج ويظهر هذا في: ضعف طاقات الإيواء وتدني مستوى أداء الخدمات، غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية وإخفاق في تسويق الوجهة السياحية، نقص تكوين وتأهيل المستخدمين.

(1)- شرفاوي عائشة، *السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية*، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص تسيير، جامعة الجزائر 3، 2014-2015، ص 174-184.

❖ مشكل العقار السياحي والتمويل الذي لا يتماشى مع طبيعة الاستثمارات السياحية

❖ ضعف البنية التحتية اللازمة سواء تعلق الأمر بالبنى التحتية الخاصة بالنقل كالمطارات والطرق أو تعلق الأمر بالتغلغل الضعيف لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

❖ نقص الوعي السياحي والثقافة السياحية لدى المواطنين والذي يظهر في العديد من السلوكيات السلبية

❖ تدني أداء الوكالات السياحية والجمعيات السياحية حيث نجد أن الوكالات السياحية معظم أنشطتها موجهة نحو السياحة الموفدة (خروج الجزائريين إلى الخارج) وليس الترويج للسياحة الداخلة.

5- الدروس المستفادة من التجربة الإماراتية لتفعيل القطاع السياحي الجزائري:
بالنظر إلى ما تعانيه السياحة في الجزائر من مشاكل وما حققته الإمارات في ذات المجال هناك مجموعة من الدروس المستفادة للنهوض بالقطاع السياحي الجزائري تتمثل في:⁽¹⁾
❖ تمتلك الجزائر مساحة واسعة تتميز ببيئة طبيعية وثقافية غنية وتنوع طبيعي وإرث تاريخي يمكنها من تصدر الدول السياحية إلا أن هذه المعطيات تحتاج إلى بنية تحتية كالنقل الجوي، البري والبحري وكذا البنية التحتية للخدمات السياحية كوسائل النقل وتطوير وسائل الدفع الالكترونية.

❖ حصر وإحصاء وتوثيق المقومات السياحية وترويجها محليا وخارجيا
❖ الاستثمار الجاد في إنشاء الفنادق وأماكن الإيواء بطاقات استيعابية كبيرة وذات مواصفات عالمية، مع التركيز على المشاريع المشتركة والاستثمارات الأجنبية المباشرة في القطاع من خلال تقديم التسهيلات لإنشاء مشاريع ضخمة كالفنادق والمنتزهات الترفيهية والمراكز التجارية.

❖ تشجيع وتحفيز القطاع الخاص للاستثمار السياحي

(1)- قطاف فيروز وآخرون، الاستفادة من التجارب الدولية في السياحة المستدامة دراسة لتجربة دولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، المجلد 09، العدد 02، ديسمبر 2020، ص ص 306-305.

☞ التركيز على إقامة المؤتمرات والمعارض التجارية والتظاهرات الثقافية والرياضية بغرض جذب السياح بالاعتماد على العادات والتقاليد والاستثمار السياحي الذي يحافظ على الطابع المعماري لكل منطقة لضمان الخصوصية الثقافية والعمرانية والمحافظة على الإرث التاريخي للمناطق التي تمثل موطن الحضارات القديمة كتييمقاد وجميلة.

☞ الاهتمام بإنجاز التجهيزات الضرورية والمرافق الكفيلة بضمان سلامة البيئة وبجمالية المناطق السياحية ومحيطها مع وضع دليل سياحي شامل وخرائط شاملة مناخية وبيولوجية وحيوانية ونباتية يمكن من خلالها تسهيل الأماكن التي يقصدها السياح.

خاتمة:

بعدما تم التطرق لمختلف المعالم السياحية التي تمتلكها الإمارات، ومختلف الاستراتيجيات المتبناة من طرفها لتعزيز مكانتها على الساحة العالمية تم تناوله تم التوصل إلى العديد من النتائج نذكر منها:

☞ حققت الإمارات العربية المتحدة نهضة سياحية لا مثيل لها حيث عملت على استغلال مؤهلاتها ومقوماتها أحسن استغلال.

☞ عملت الإمارات العربية المتحدة على تدعيم مقوماتها السياحية الطبيعية بمقومات أخرى المتاحف والمعارض والأبراج ساهمت أكثر في جذب السياح.

☞ تتوزع المقومات السياحية على الإمارات السبع للدولة وهو ما ساعدها في النجاح في تطوير هذا القطاع كونها تعتمد على اللامركزية، حيث أن الخطط الاستثمارية تتخذ تبعا لمقومات وطبيعة كل إمارة.

☞ نجحت الإمارات العربية المتحدة بصفة هائلة في الترويج لمؤهلاتها السياحية وهو ما جعلها قبلة للزوار الأجانب واحتلالها مكانة هامة على المستوى العالمي وهو ما يترجم في استحواد إنفاق السياح الدوليين على إجمالي الإنفاق السياحي

☞ نجاح الإمارات العربية المتحدة في تعزيز مكانتها على خريطة السياحة العلمية لم يكن من العدم وإنما كان نتاج عمل كبير ورؤية استراتيجية واضحة وهو ما ظهر في الاستراتيجيات والحملات المستمرة التي تم اتخاذها، والتي كانت بالتعاون والتشارك بين مختلف الأطراف الفاعلة في المجال وهو ما سمح لها بتحقيق أهدافها المنشودة.

☞ شهدت المؤسسات الفندقية تزايدا من سنة لأخرى تبعه ارتفاع نسبة الاشتغال الفندقية وهو ما ساهم في الرفع من إيرادات الفنادق، والذي بدوره سمح بتطور مساهمة

القطاع في الاقتصاد الوطني سواء من حيث المساهمة في الناتج المحلي أو في العمالة. كما شهد ترتيب الإمارات العربية المتحدة وفق مؤشر تنمية السياحة والسفر تحسنا من سنة أخرى إلى أن احتلت المرتبة 18 عالميا وفق إصدار 2024، مع بقائها تربع على صدارة الدول العربية والشرق الأوسط.

كما تمتلك الجزائر مؤهلات سياحية هائلة تمكنها من تصدر الدول السياحية لكن للأسف لا تستغل بشكل جيد وتعاني من العديد من المشاكل وهو ما جعل مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني ضعيف وترتيبها متأخر في مؤشر تنافسية السياحة والسفر. انطلاقا من النتائج المتوصل إليها وبغية الاستفادة من التجربة الناجحة للإمارات العربية المتحدة نقوم بتقديم مجموعة من التوصيات للنهوض بالقطاع السياحي الجزائري: كما وضع القطاع السياحي على رأس الأولويات في الخطط الاستراتيجية الوطنية، مع إشراك مختلف الأطراف الفاعلة في المجال للنهوض بالقطاع.

كما العمل على حسن استغلال المقومات السياحية المملوكة وترميم الممتلك منها. كما العمل على توفير البنى التحتية المساعدة على جذب السياح بالإضافة إلى الاهتمام بتشبيد المزيد من الفنادق خصوصا ذات خمس نجوم وذلك لتلبية رغبات السياح خاصة الأجانب منهم.

كما الترويج الفعال للمؤهلات السياحية وذلك للتعريف أكثر بها وجذب السياح، والعمل على تنظيم التظاهرات الدولية والمعارض باعتبارها هي الأخرى تساهم في جذب السياح.

كما العمل على إقامة شراكة وتعاون مع دولة الإمارات العربية المتحدة في المجال السياحي وذلك لتبادل الخبرات في المجال.

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

1- بن السعدي سيد علي وعلاوي صفية، آفاق وتحديات صناعة السياحة في الوطن العربي -دراسة مقارنة بين الإمارات، السعودية، تونس والجزائر-، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المجلد 24، العدد 01، ديسمبر 2024.

2- البوابة الرسمية لحكومة دولة المارات العربية المتحدة، استراتيجية السياحة الداخلية لدولة الإمارات، من الموقع الإلكتروني: <https://u.ae/ar-ae/about-the->

uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/tourism/the-uae-strategy-for-domestic-tourism (تاريخ الاطلاع: 2024/07/30)

3- رانية إدير وعمر غزالي، *التهيئة السياحية في ضوء المخططات الولائية للتهيئة السياحية لأفاق 2030 "ولاية البلدية نموذجاً"*، مجلة الاقتصاد والإحصاء التطبيقي، المجلد 16، العدد 02، ديسمبر 2019.

4- شرفاوي عائشة، *السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية*، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص تسيير، جامعة الجزائر 3، 2014-2015.

5- قطاف فيروز وآخرون، *الاستفادة من التجارب الدولية في السياحة المستدامة دراسة لتجربة دولة الإمارات العربية المتحدة*، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، المجلد 09، العدد 02، ديسمبر 2020.

6- وزارة الاقتصاد الإماراتية، *التقرير الاقتصادي السنوي*، أبو ظبي، 2023.

7- وزارة الاقتصاد الإماراتية، *الإمارات مركز عالمي للاقتصاد الجديد*. مجلة اقتصاد الإمارات، الربع الأول 2024.

8- وزارة الاقتصاد الإماراتية، *بيانات السياحة 2014-2024*، من الموقع الإلكتروني: <https://www.moec.gov.ae/meo-opendata>. (تاريخ الاطلاع: 2024/07/30)

المراجع الأجنبية:

- 1- world economic forum, *the travel and tourism competitiveness report*, different années.
- 2- world travel & tourism council, *travel & tourism economic impact 2023 united arab emirates*, may 2023.
- 3- world travel & tourism council, *travel & tourism economic impact 2023 Algeria*, may 2023.