

تسويق المُنتَج السياحي الجزائري...عن أي مُنتَج نتحدث؟ -دراسة على ضوء مؤشرات التنافسية السياحية العالمية-

د. سيد أحمد حاج عيسى
أ. إيمان إيراين
جامعة البليدة 02

المخلص:

هدفت الدراسة الى القاء نظرة على واقع القطاع السياحي في الجزائر من خلال مؤشرات التنافسية السياحية العالمية، والى أي مدى يمكن لهذا القطاع أن يساهم في دعم الاقتصاد الوطني؟ وهل يمكن الحديث عن منتج سياحي في ظل تدني مؤشرات التنافسية السياحية الأفريقية (المرتبة 17 إفريقيا) فما بالك بحدوثنا عن التنافسية السياحية العالمية (المرتبة 123 عالميا من أصل 141)؟. كما بينت النتائج الى أن الحركة السياحية العالمية بلغت سنة 2014 ما يقدر بـ 1 مليار و 133 مليون سائح، وأن مجمل مداخيل القطاع السياحي العالمي لنفس السنة بلغ 1,245 مليار دولار (937 مليار أورو)، في حين أن قارة إفريقيا جذبت إليها سنة 2014 اجمالي عدد سياح قدر بـ 56 مليون سائح (لم تستطع استقطاب سوى أقل من 2,5 مليون سائح) محققة بذلك مداخيل سياحية مقدرة بـ 36 مليار دولار حصة الجزائر منها 341 مليون أورو؟؟؟)،

Abstract :

This study aims to investigate the reality of the tourism sector in Algeria through the global competitiveness indicators tourist. And to what extent can this sector to contribute to the national economy?. Is it possible to explain the tourist product under the deterioration of the African competitive tourism indicators (ranked 17 Africa), also, it will explain the global tourism competitiveness which is ranked 123 out of 141 worldwide?

Findings: in 2014, the movement of the global tourism has been estimated 1 billion and 133 million tourists, and the total revenues for this movement amounted to 1.245 billion dollars (937 billion euros). While in the same year, the continent of Africa attracted about 56 million tourists. Thus, it attracted less than 2.5 million tourists therefore, the tourist revenues estimated at \$ 36 billion and from this amount the revenue of Algeria is 341 million euros???

مقدمة:

تعتبر الجزائر أكبر دولة في إفريقيا وعاشر (10) أكبر دولة في العالم على مستوى المساحة، تقع في شمال إفريقيا ومن أهم عوامل الجذب السياحي بها هي صحرائها الشاسعة التي تعد ثاني أكبر صحراء في العالم حيث يصل علو كثبانها الرملية الى 180 متر. هي دولة عضوة بالمنظمة العالمية للسياحة منذ 1976 الا ان مداخيلها من القطاع السياحي لا يتعدى 7% من الناتج الداخلي الخام (للجزائر) وهذا بحسب احصائيات المنظمة العالمية للسياحة لسنة 2015. احتلت الجزائر المرتبة (111 عالميا من أصل 184) من حيث

مؤشرات التنافسية السياحية وكذا عدد الوفود السياحية القادمة إليها والمقدرة بـ 2,7 مليون سائح سنة 2013، إلا أن هذا التصنيف الإفريقي والعالمي تراجع سنة 2015 وهذا بسبب تدني مؤشرات التنافسية السياحية في الجزائر مقارنة بالدول الإفريقية والعالمية مما جعلها تحتل الصف (17) إفريقيا و (123) عالميا من أصل 141 دولة) بمداخل سياحية قدرها 350 مليون أورو من أصل 937 مليار أورو مداخل سياحية عالمية.

من جهة أخرى فإن كل المؤشرات والأرقام المعروضة سابقا تعتبر هيبة إذا ما علمنا بأن الجزائر لم تستطع حتى إقناع السائح الداخلي على اعتبار أن السائح الجزائري يعتبر تونس الجارة القبلية الأولى، فبحسب الأرقام التي كشف عنها الديوان الوطني التونسي للسياحة فإن نحو مليون و 300 ألف سائح جزائري قد زاروا تونس سنة 2014. فإلى ماذا يرجع السبب في ذلك؟ هل لنقص الهياكل؟ هل لضعف التخطيط الهيكلي والإصلاحي؟ هل لعدم وجود بيئة سياحية قادرة على المنافسة؟ هل لعدم قدرة القطاع على تلبية حاجات زبائنه (من الداخل والخارج)؟ هل يرجع ذلك إلى تدني جودة المنتج أو انعدامه؟ وهل ياترى يمكن أن نتحدث عن تسويق في ظل غياب المنتج؟؟؟

وللإجابة على هذا التساؤل ارتأينا إلى دراسة جملة من النقاط تحمل في مجملها أرقام عن تطور الحركة السياحية لسنة 2015 وكذا الاتجاهات العالمية لهذا القطاع المداخل المحصلة، تطرقنا كذلك إلى قراءة مقارنة لمختلف الأبعاد التنافسية للقطاع السياحي العالمي بين الجزائر ومجموعة من الدول أهمها دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وفي الأخير عرضنا تطور الصناعة السياحية في الجزائر ومساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني.

1. الاتجاهات السياحية العالمية لسنة 2014 ومداخلها.

بلغ عدد الوافدين من السياح (الحركة السياحية العالمية) مستويات قياسية سنة 2014 أين وصل عددهم 1 مليار و 133 مليون سائح، بعد أن كان عددهم سنة 1 مليار و 87 مليون سائح سنة 2013. حيث بلغت الإيرادات المخصصة لنفقات الإقامة، واستهلاك المواد الغذائية والمشروبات والترفيه والتسوق والسلع والخدمات من السياح الأجانب 1,245 مليار دولار (937 مليار أورو) (+3,7%) سنة 2014 (معا لأخذ بعين الاعتبار التقلبات في أسعار الصرف والتضخم). كما نشير إلى أنه و برغم التحديات الجيوسياسية والاقتصادية والصحية الحالية في بعض مناطق العالم إلا أن الطلب ظل قوي في معظم الأسواق المصدر. هذا النمو في الحركة السياحية بين سنتي 2013 و 2014 كان مقدرا بـ 46 مليون سائح عبر العالم (+4,3%)، ما يجعل من سنة 2014 السنة الخامسة على التوالي التي يشهد فيها هذا القطاع نموا عالميا فوق المتوسط على المدى الطويل (+3.3% سنويا) منذ الأزمة المالية عام 2009¹.

¹: World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition, p04, [http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416882\(28/08/2015\)](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416882(28/08/2015)).

شكل رقم (01): الحركة السياحية العالمية لسنة 2014



Source :World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition, p03, [http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416882\(28/08/2015\)](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416882(28/08/2015))

من خلال الشكل رقم (01) يتبين لنا أن أوروبا قد حصدت أكبر نسبة نمو باستقبالها لـ 15 مليون سائح (+3%) زيادة عن 2014 لتصل إلى إجمالي عدد سياح قدره 582 مليون سائح بمداخل بلغت 509 مليار دولار وهي بذلك بلغت نسبة استقطاب عالمي بـ 51% من مجمل الحركة السياحية العالمية. أما أمريكا فقد استقطبت 181 مليون سائح (+8%) أي 13 مليون سائح اضافي عن سنة 2013 محققنا إجمالي استقطاب عالمي قدره 16% بإجمالي مداخيل قدرها 274 مليار دولار. أما آسيا والباسيفيك فقد سجلتا نمو قدر بـ 14 مليون سائح (+5%) بمداخل إجمالية قدرها 377 مليار دولار وعلى هذا فهي تحافظ على ثاني مركز استقطاب عالمي بنسبة 23% بإجمالي استقطاب قدره 263 مليون سائح. كما يشير الشكل رقم (01) إلى أن دول الشرق الأوسط عرفت انتعاش في الحركة السياحية لسنة 2014 وهذا باستقطابها 3 مليون سائح (+5%) مقارنة بسنة 2013 حيث بلغ إجمالي السياح الوافدين 51 مليون سائح محققة بذلك مداخيل قدرت بـ 49 مليار دولار. في حين أن قارة إفريقيا جذبت إليها سنة 2014 إجمالي عدد سياح قدر بـ 56 مليون سائح (+2%) محققة بذلك مداخيل سياحية مقدرة بـ 36 مليار دولار حصة الجزائر منها 341 مليون أورو¹.

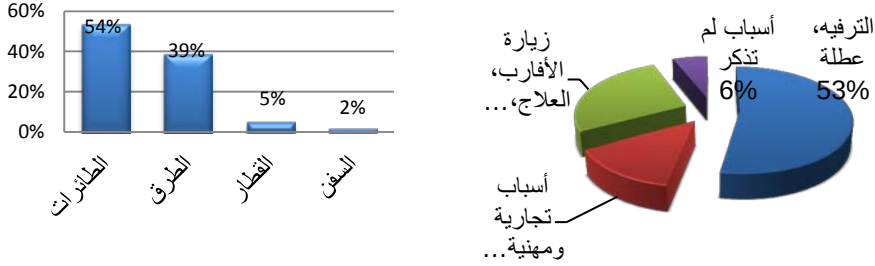
2. وسائل وأسباب الحركة السياحية العالمية لسنة 2014.

في سنة 2014 قدرت بينت الإحصائيات المستمدة من التقرير السنوي للمنظمة العالمي للسياحة بأن نسبة 54% من السياحة الوافدين عبر الحركة السياحية العالمي كانت وسيلة النقل المفضلة لديهم هي الطائرة. أما البقية 46% فقد فضلوا وسائل النقل البرية والبحرية: الطرق (39%)، القطارات (2%)، السفن (5%). هذه الإحصائيات المتعلقة بوسائل النقل المفضلة تعكس الهيمنة التي تحتلها وسائل النقل الجوية في السنوات القليلة الماضية ما يعكس بالمقابل سبب انتعاش الحصة السوقية للنقل الجوي.

¹: Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO), Classification basée sur le Fonds monétaire international (FMI). Veuillez consulter l'annexe statistique du World Economic Outlook (avril 2015) du FMI, page 150, www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=29.

أما فيما يتعلق بأسباب التوافد السياحي فتشير نفس البيانات إلى أن الرحلات لغرض الاسترخاء، عطلة أو أي نوع آخر من الترفيه لأكثر من نصف جميع السياح الدوليين (53% أو 598 مليون) في سنة 2014، أما نسبة 14% من السياح كان سفرهم لأسباب تجارية و مهنية، في حين أن 27% الأخرى ذكرت أن سفرهم كان لأسباب أخرى: زيارة الأقارب و الأصدقاء، السياحة الدينية/الحج،و العلاج الصحي في ما لم يتم تحديد الغرض من الزيارة لـ 6% الباقية من الوافدين¹.

شكل(03): أسباب السياحة العالمية لسنة 2014
شكل(02): وسائل النقل المفضلة لدى السياح لسنة 2014



المصدر: الشكلىين من اعداد الباحثين اعتمادا على:

World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, Op Cit, p05

3. الجزائر وباقي الدول الافريقية...إلى أين نمضي؟

في آخر تقرير للمنتدى الاقتصادي العالمي حول مؤشرات التنافسية السياحية احتلت الجزائر المرتبة 123 من بين 141 دولة شملتها الدراسة، محققة بذلك تحسن ضعيف بالمقارنة مع سنة 2013 اين كانت تحتل المرتبة 132 من أصل 140 دولة ولكن هذا التحسن الطفيف لا يعني أن هناك نجاعة تخطيطية سياحية بل لا زال هناك الكثير من العمل ينتظر القطاع السياحي بالجزائر.

كما أكد التقرير على أن الجزائر بمؤشر تنافسي قدره 2,93% تعتبر بعيدة عن جيرانها المغرب وتونس اللذان احتلا المراكز 62 و 79 على الترتيب. وبعيدة كثيرا عن البلدان الافريقية الأخرى مثل كينيا المرتبة 78 ، بوسوانا المرتبة 88، تنزانيا المرتبة 93، زامبيا في المرتبة 107². كما عرف التقرير احتلا اسبانيا الصف الأول بمؤش قدره 5.31 متبوعة بفرنسا 5.21، وقد اعتمد هذا التقرير في تصنيفه للدول على أربعة مؤشرات رئيسة تتفرع منها مجموعة من المعايير المختلفة (14 مؤشر فرعي) التي تغطي مجالات من بينها: الأمن الصحة الانفتاح على العالم، قدرة الأسعار على التنافس جودة البيئة التجهيزات، جودة البنية التحتية في المطارات والموانئ والمنشآت السياحية الموارد الطبيعية والثقافية وعوامل جذب الاستثمارات.

¹: World Tourism Organization, Op Cit, P05.

²: Ibid, p05.

جدول رقم (01): الجزائر وأهم 10 دول افريقية في مؤشرات التنافسية السياحية لسنة 2015

البلد	دول افريقية	السجل	دور مؤرخ	المغرب	ناميبيا	كينيا	رواندا	مصر	الأفغان	بوتسوانا	المرتبة
141	48	54	56	62	70	78	79	83	86	88	123
قيمة المؤشر	4.08	4.00	3.90	3.81	3.69	3.58	3.54	3.49	3.46	3.42	2.93

https://infogr.am/tourisme__les_10_pays_africains_les_plus_competitifs_selon_le_wef

احتلت جنوب افريقيا المركز الأول افريقيا في قدرة الجذب السياحي من خلال مؤشر التنافسية السياحية المقدر بـ 4.08 وهي نفس قيمة المؤشر لدى كل من تركيا، روسيا وبولونيا. وما يلاحظ في الجدول رقم (01) أن تونس ومصر بالرغم من المشاكل الأمنية والقاعدية التي تعاني منها الدولتين الا أنهما يبقيان من الدول التي تلعب دور بارز في الاستقطاب السياحي.

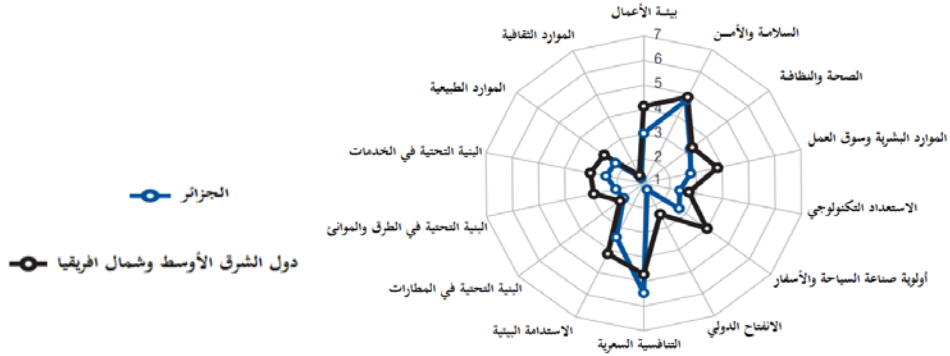
4. مؤشرات التنافسية السياحية للجزائر وبعض الدول.

تعتبر معظم البلدان في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وجهات تقصد لاعتبارات أهمها الأسعار التنافسية خاصة في السنوات القليلة الماضية. ومع ذلك، هناك مخاوف كبيرة فيما يتعلق بالشأن الأمني للدول الافريقية بشكل عام ودول شمال افريقيا بشكل خاص (مصر، ليبيا، تونس)، التي استقرت في الأذهان على أنها أكثر ارتباطا بالإرهاب وعدم الاستقرار السياسي و الجريمة والعنف هذه الأمور تتسبب لدى بعض البلدان في انخفاض مستوى الإقبال السياحي إليها، على الرغم من أن المنتجعات السياحية منعزلة وبعيدة كل البعد عن معظم المناطق الخطرة (كمصر وتونس).

ان الجزائر وبحسب معطيات الملحق رقم (01) تعتبر من بين أسوء الدول في مؤشرات التنافسية السياحية على اعتبار أنها حققت نتائج ضعيفة في أغلب مؤشرات التنافسية سوى مؤشر التنافسية السعرية (التصنيف 10 عالميا في هذا المؤشر). فبالرغم من ان الجزائر وعلى مرور الأزمنة كان مسؤولو قطاع السياحة يتباهون بمناظرها الطبيعية العذراء الا ان حقيقة التقييم في هذه النقطة لا تتوقف عند هذا الحد وانما بمدى تداخل مجموعة من العوامل أهمها (تصنيفات المواقع الطبيعية عالميا لدى اليونسكو، جودة البيئة الطبيعية...) وعلى هذا الأساس جاء تصنيفها 106 عالميا، كما انها لم توفر بيئة أعمال قادرة على دفع عجلة التنمية السياحية وهذا ما جعل تصنيفها 136 عالميا، أما في مجال الصحة والنظافة فقد أبرز تصنيفها على المستوى العالمي 123 ضعف المنظومة الصحية وعدم قدرتها في تدعيم المخطط الاستراتيجي السياحي، في مجال السلامة والأمن والذي حددت أبعاده بـ (تكاليف اعمال الجريمة والعنف، الموثوقية في خدمات الشرطة...) جاء تصنيفها 103 عالميا، أما بالنسبة لمؤشر المورد البشري وسوق العمل فقد صنفت الجزائر في المرتبة

139 عالميا مما يعكس اضافة إلى نقص التأطير والتدريب المهني وكذا صعوبة ايجاد اليد العاملة المؤهلة اضافة إلى ضعف التعاملات والممارسات المهنية مع الموظفين. أما في مجال الاستدامة البيئية فأكدت الاحصائيات على أن الجزائر لا تتشدد في مجال الأنظمة البيئية مع المخالفين اضافة إلى نقص مستوى معالجة مياه الصحي...الخ ما جعلها تأخذ التصنيف 120 عالميا¹ (الشكل 04). كل هذه النتائج السابقة تؤكد عدم قدرة الجزائر في جعل نفسها قبلة مفضلة للسائحين الأجانب.

شكل رقم (04): مقارنة بين مؤشرات التنافسية السياحية للجزائر ودول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا



Source : The World Economic Forum, Op Cit, p71

5. تطور الصناعة السياحية في الجزائر.

من معطيات الجدول رقم (02) يتبين لنا بأن عدد الوافدين إلى منطقة شمال إفريقيا سنة 2013 بلغ 18.534 مليون سائح بزيادة قدرها (+1%) عن سنة 2010 وهذا بمدخل بلغت 9.918 مليار أورو، هذه المداخل الأخيرة لا تمثل سوى نسبة 17% من مجموع المداخل السياحية لاسبانيا التي تحتل الصف الأول عالميا. وعلى هذا الأساس فلو قارنا الجزائر كوجهة سياحية سنة 2013 فهي بمنظور المداخل والعوائد السياحية لم تتعدى نسبة 0,6% من اجمالي مداخل القطاع السياحي في افريقيا ككل و0,3% من اجمالي مداخل اسبانيا لهذا القطاع، وبهذا فاننا وبالرغم من الزيادة المحتشمة في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر من 2.070 مليون سائح سنة 2010 إلى 2.634 مليون سائح سنة 2013 إلا أن الجزائر تبقى بعيدة كل البعد عن مجابهة المنافسة السياحية إلا إذا كانت هناك عزيمة فولاذية للنهوض بقطاع أقل ما يمكن القول عنه أنه قطاع يحتضر.

¹: ImenMisraoui, Compétitivité touristique : l'Algérie classée 123^e, sur le lien <http://oservoyager.com/?p=1783> (29/08/2015) .

الجدول رقم (02): مقارنة بين عدد السياح الوافدين ومداخل القطاع

	عدد السياح الوافدين (1000)			المداخل (مليون €)		
	2010	2012	2013	2010	2012	2013
الجزائر	2.070	2.070	2.634	219	219	217
المغرب	9.288	9.288	9.375	6.703	6.703	6.703
تونس	6.903	6.903	5.950	2.645	2.645	2.227
أفريقيا ككل	49.522	49.522	51.909	30.986	30.986	34.753
شمال أفريقيا	18.757	18.757	18.534	9.661	9.661	9.918
جنوب أفريقيا	30.765	30.765	33.375	21.325	21.325	24.835
آسيا	52.677	52.677	57.464	54.641	54.641	58.162

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) (d'après les données de l'OMT-UNWTO, mai 2015), p11. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416882>

كما تشير الإحصائيات إلى أنه سنة 2014 بلغ عدد الوافدين إلى منطقة شمال أفريقيا 19,6 مليون سائح ما يعادل نسبة 1,7% من السوق السياحي العالمي وهذا بعائد قدره 10.568 مليار أورو، استطاعت الجزائر أن تجذب 2.733 مليون سائح بعائد مالي قدره 350 مليون أورو أي ما نسبته 13% من حجم التوافد السياحي على منطقة شمال أفريقيا، حيث حصدت المغرب وحدها 10.046 مليون سائح¹. كما تشير التوقعات إلى أن السوق السياحي في المنطقة سيعرف انتعاشا كبيرا حيث سيصل إلى حدود 31 مليون سائح سنة 2020 (بمتوسط نمو قدره 5,2% بين 2010-2020) و 46 مليون سائح سنة 2030 (بمتوسط نمو قدره 4% بين 2020-2030).

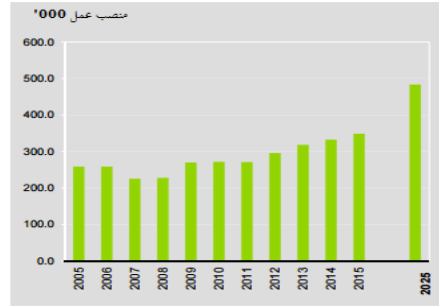
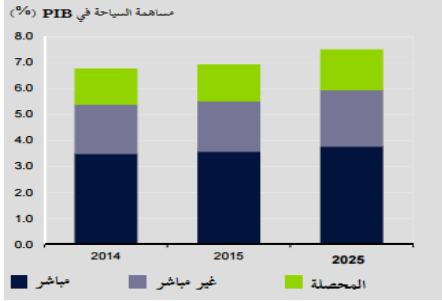
6. مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني

بحسب تقرير المجلس العالمي للسياحة لسنة 2015 فإن الجزائر وبرغم الإمكانيات التي تزخر بها إلا أن هذا القطاع لم يساهم سوى بـ 6,9% من الناتج الداخلي الخام بعد أن كان يمثل 6,7% سنة 2014، وتشير التوقعات إلا أن هذه النسبة سترتفع إلى 7,9% مع مطلع سنة 2025². هذا النمو البسيط سمح بتوظيف 348500 موظف بالقطاع سنة 2015 بعد أن كان القطاع يُشغل 332500 أي بزيادة قدرها 4,9% وتشير التوقعات إلى أن مناصب العمل ستصل إلى 483000 منصب عمل سنة 2025 بزيادة قدرها 3,3% سنويا على مدى السنوات العشر القادمة.

¹: Roberto Crotti & Tiffany Misrahi, « The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 », Growth through Shocks, The World Economic Forum, Geneva, 2015, p 75
(http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/20150507-wef-global-travel-tourism-report-2015_1430984806338-pdf) (30/08/2015).

²: World Tourism Organization, Op Cit, p11.

شكل (02): مناصب العمل بالقطاع السياحي شكل (01): اجمالي مساهمة القطاع السياحي في PIB



The World Travel & Tourism Council (WTTC), Travel & Tourism Economic Impact 2015, algeria, <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/algeria2015.pdf> (04/09/2015)

بقراءة أخرى فإن المساهمة في الناتج الداخلي الخام تعتبر أهم معيار للحكم على مكانة أي قطاع في الاقتصاديات، وهو ما ينطبق على السياحة الجزائرية التي استهلكت إمكانيات ضخمة جدا دون أن يكون لها تأثيرا كبيرا على التوازنات الكبرى على الاقتصاد الوطني الذي يعاني كثيرا من عقدة المحروقات ولم يستطع إيجاد بدائل أخرى تخفف عنه الضغط وتسمح بتوفير مناصب العمل والتقليل من فاتورة الاستيراد وتصدير السياح نحو الخارج.

7. النتائج.

- تزخر الجزائر بامكانيات ومقومات سياحية قلما توجد في دولة من دول العالم، وتتميز بتنوعها وأصالتها وتوزيعها الجغرافي الفريد، ولكنها بسبب مجموعة من المعوقات لم تستثمر بشكل صحيح واقتصادي؛
- ضعف وزارة السياحة والمصالح ذات الصلة في التخطيط للمشاريع السياحية أو رسم سياسة سياحية بعيدة المدى تعتمد على آخر التطورات الحاصلة في هذا الميدان؛
- أكدت الدراسة على ارقام رهيبية في تقدير الحركة السياحية العالمية ففي حين أن عدد السياح الدوليين بلغ المستوى القياسي 1 مليار 133 مليون في جميع أنحاء العالم في عام 2014 بعد أن قدر بنحو 1 مليار و 87 مليون في عام 2013 فإن الجزائر لم تحصد منها سوى 2 مليون و 733 ألف سائح لنفس السنة أي ما نسبته 13% من حجم التوافد السياحي على منطقة شمال إفريقيا. وهذا بعائد مالي قدره 350 مليون أورو مقابل أكثر من 10 ملايين أورو للمغرب وحدها؛

- فقد احتلت الجزائر مراتب متأخرة عن بلدان (افريقيا) كانت بالأمس القريب دول تسودها الحروب والأمراض والصراعات الجيوسياسية والتراجعات الاقتصادية الا انها اليوم بلغت مستوى من الوعي بأهمية القطاع في دفع عجلة التنمية الوطنية فعلى سبيل المثال وفي حين أن الجزائر احتلت التصنيف 123 عالميا من أصل 141 دولة نجد أن دول مثل الكامبيرون (122)، مدغشقر (121)، اثيوبيا (118) زيمبابوي (115)، أوغندا (114)، روندا (98)، كينيا (78). ألا يعكس هذا التأخر وضعف التخطيط الهيكلي والاصلاحي؟ فكيف نتحدث عن تسويق في ظل غياب المنتج؟
- يسمح ازدهار القطاع السياحي الى تنويع القطاعات الاقتصادية الداعمة للاقتصاد الوطني وعدم تبعيتها للمحروقات على اعتبار الإحصائيات من المداخل العالمي التي يدرها هذا النشاط؛
- الحركة السياحية للبلد تسمح بخلق فرص عمل في القطاع المعني وتعزيز مجالاتها من خلال الارتباط مع القطاعات الأخرى؛
- الوفود السياحية الأجنبية توفر العملات الصعبة مما يدعم قيمة العملة الوطنية تحديدا والاقتصاد ككل؛
- القطاع السياحي يسمح بالتعريف بتاريخ الشعوب وارتها الحضاري وعمقها التاريخي.

8. التوصيات.

- ضرورة العمل على تحسين مستوى مؤشرات التنافسية السياحية السياحية (بيئة الأعمال، السلامة والأمن، الصحة والنظافة، الموارد البشرية وسوق العمل، الاستعداد التكنولوجي، أولوية صناعة السياحة والأسفار، الانفتاح الدولي، التنافسية السعريّة، البنية التحتية في المطارات، البنية التحتية في الطرق والموانئ، البنية التحتية في الخدمات السياحية، الموارد الطبيعية، الموارد الثقافية) بحسب التخصص كل في مجال عمله؛
- ضرورة إعادة تأهيل المواقع السياحية (خدمات البنى التحتية، خدمات الايواء، خدمات الطعام والشراب، خدمات التسلية والترفيه) وتعزيز عناصر الجذب السياحي لترضي وتشبع جميع متطلبات ورغبات السائح؛
- وضع رؤية مستقبلية واضحة لكيفية العمل على تنشيط الاستثمار السياحي والارتقاء به الى مستوى القطاع الاقتصادي ليكون داعما للنتاج الوطني الخام والداخلي الخام معا؛
- الاهتمام بالغطاء النباتي بتشجير المناطق وتنسيق الموقع ودمج البيئة الداخلية بالبيئة الخارجية؛
- ضرورة توفير جو من الأمان والاطمئنان بحيث يشعر السائح والزائر بالرضا التام؛
- تبني استراتيجية قائمة على المعرفة تسهم في تطوير ادارة المعرفة بما يعزز القدرات الفنية لدى ادارات القطاع السياحي والفندقي بشكل خاص؛
- ضرورة تطوير القطاع السياحة من خلال اتباع نظم حديثة في التعامل مع المعرفة لمواجهة القوة التنافسية للاسهام والوصول الى الاهداف الاستراتيجية؛
- صيانة وحماية المواقع الأثرية، باعتبار أنها ثروة وطنية فضلا عن كونها مصر من مصادر الجذب السياحي؛

- العمل على اجراء استقصاءات بشكل مستمر للزوار لمحاولة معرفة آرائهم حول الخدمة المقدمة لهم والتعرف على نوع الخدمات التي يجب أن تقدم لهم مستقبلا؛
- تأهيل وتطوير المورد البشري وتنمية القدرات العلمية والتكنولوجية ليكون قادرا على أداء وظيفته بجودة أداء عالية؛
- الاهتمام بتحسين نظم وشبكات الاتصالات وتزويد المتصفح بكامل المعلومات حول المواقع والمساحات السياحية بما يتماشى والمعايير الدولية في هذا المجال.

قائمة المراجع المعتمدة في الدراسة:

1. World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights, 2015Edition, p04, [http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416882\(28/08/2015\).](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416882(28/08/2015).)
2. Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO), Classification basée sur le Fonds monétaire international (FMI). Veuillez consulter l'annexe statistique du World Economic Outlook (avril 2015) du FMI, page 150, www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=29.
3. ImenMisraoui, Compétitivité touristique : l'Algérie classée 123^e, sur le lien <http://oservoyager.com/?p=1783> (29/08/2015).
4. Roberto Crotti& Tiffany Misrahi, « The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015», Growth through Shocks,The World Economic Forum, Geneva, 2015, p 75 (http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/20150507-wef-global-travel-tourism-report-2015_1430984806338-pdf) (30/08/2015).
5. The World Travel & Tourism Council (WTTC), Travel & Tourism Economic Impact 2015, algeria, <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/algeria2015.pdf> (04/09/2015).

قائمة الملاحق:

الملحق رقم (01): مقارنة بين مؤشرات التنافسية السياحية للجزائر وبعض الدول

الموارد الثقافية	الموارد الطبيعية	البنية التحتية	البنية التحتية	البنية التحتية	الاستدامة البيئية	التنافسية السعرية	الافتتاح الدولي	أولوية صناعة السياحة والأسفار	الاستعداد التكنولوجي	الموارد البشرية	الصحة والنظافة	السلامة والأمن	بنية الأعمال	الترتيب العالمي	
6.69	4.59	6.58	5.54	4.91	4.61	4.22	3.93	5.89	5.26	4.87	6.11	5.97	4.09	01	اسبانيا
6.56	4.80	6.15	5.78	4.98	4.67	2.95	4.22	5.16	5.55	4.96	6.52	5.44	4.52	02	فرنسا
6	4.41	5.61	5.99	4.93	4.90	3.62	4.24	4.84	5.51	5.18	6.85	6.06	5.32	03	ألمانيا
3.39	4.28	5.02	3.59	3.28	4.29	4.99	2.38	4.88	4.29	4.09	3.85	4.30	5.35	48	جنوب إفريقيا
1.03	2.65	5.95	4.76	4.30	5.17	3.68	2.73	5.78	4.17	4.62	5.49	5.09	4.63	54	السيشل
1.26	2.03	5.45	4.77	2.95	4.67	3.91	3.42	5.96	4.22	4.75	5.31	5.91	5.19	56	جزر موريس
2.51	3.11	4.44	3.48	2.86	4.09	4.94	2.56	5.27	4.03	4.05	4.54	5.83	4.73	62	المغرب
1.12	3.94	4.75	3.68	3.03	4.41	5.20	2.62	4.51	3.82	3.80	3.70	5.02	4.76	70	ناميبيا
1.67	4.63	3.30	3.36	2.56	4.42	4.50	3.01	5.36	3.13	4.44	3.29	3.78	4.33	78	كينيا
1.58	2.36	4.54	3.02	2.53	4.22	5.61	2.38	4.91	3.94	4.31	5.16	4.86	4.42	79	تونس
2.40	2.45	3.60	2.84	2.93	3.99	6.19	2.17	4.56	3.80	4.12	5.40	3.40	4.11	83	مصر
1.05	1.83	4.56	3.42	3.63	4.32	4.48	3.13	4.52	3.52	4.39	4.64	5.18	4.42	86	ج/ الرأس الأخضر
1.97	2.51	5.46	5.06	5.91	4.39	4.95	2.77	4.97	5.76	5.15	5.28	6.60	5.90	24	الإمارات
1.48	2.12	4.81	4.79	4.17	4.32	5.33	1.93	4.89	5.44	5.23	5.97	6.61	6.05	43	قطر
1.33	1.92	4.74	5.53	3.52	3.73	5.33	2.34	4.14	5.76	4.71	5.17	5.33	5.53	60	البحرين
2.05	2.04	2.03	2.56	1.98	3.51	5.50	1.51	2.74	3.09	4.04	4.97	4.90	3.78	123	الجزائر

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على:

The World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, Growth through Shocks, Geneva, 2015,
http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/20150507-wef-global-travel-tourism-report-2015_1430984806338-pdf)