

واقع وآفاق السياحة في الجزائر وتنافسيته بناء على تقرير تنافسية السياحة العالمي 2017  
The reality and Prospects of tourism in Algeria and its competitiveness  
according to The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017

د. عمارة زودة	د. حمزة بوكفة
أستاذ محاضر ب	أستاذ محاضر ب
جامعة باتنة 1، الجزائر	جامعة أم البواقي، الجزائر
zoudaammar@yahoo.fr	hamzabkf@yahoo.fr
تاريخ القبول: 2018/09/17	تاريخ الإرسال: 2018/02/12

ملخص:

عرفت السياحة في السنوات الأخيرة تطورا وتنوعا كبيرا لتصبح من أسرع القطاعات الاقتصادية تطورا على المستوى العالمي، حيث ظهرت وجهات سياحية جديدة وخدمات متنوعة، خاصة مع التطور التكنولوجي وبروز السياحة الإلكترونية. أصبحت السياحة مساهما مهما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول وكذا فاعلا أساسيا في المعاملات التجارية الدولية، حيث تعتبر المصدر الأساسي للعملة الصعبة في العديد من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء. أما في الجزائر، فتعيش السياحة حالة من الضعف والتخلف جعلتها لا تساهم في التنمية والتشغيل بالشكل المناسب (تمثل فقط 1.4 % من الناتج الداخلي الخام ومداخيل بـ 330 مليون دولار سنة 2017)، بالرغم من الإمكانيات الطبيعية المتاحة والتنوع الثقافي الموجود. هذه الوضعية دفعت السلطات لتبني المخطط الاستراتيجي للتنمية السياحية المرتكز على خمس حركيات (الجزائر كوجهة سياحية، الأقطاب السياحية ذات الامتياز، الجودة السياحية، الشراكة بين القطاعين العام والخاص ومخطط تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية).

الكلمات المفتاحية: السياحة، تنافسية السياحة، التنمية، المخطط الاستراتيجي للتنمية السياحية.

رموز JEL:

**Abstract :**

Over the years, tourism has experienced continued growth and extending diversification to become one of the fastest increasing economic sectors in the world. Tourism is closely linked to development and encompasses a growing number of new destinations.

Tourism has become a key driver for socio-economic progress and one of the major players in international commerce and represents one of the main income sources for many developing countries. In Algeria, the situation of tourism is not the same, the natural and cultural potentials are great and diversified, but this sector is still immature, it does not contribute enough to growth and employment (just 330 million dollars assets in 2017 which represents 1.4 % of Gross domestic product (GDP)). To get through this state, the government has adopted the strategic plan for tourism development which is based on five major dynamics ( Algeria as a tourism destination, Excellence tourism poles, Tourism quality, Cooperation between public and private sectors, Funding Tourism SME's).

**Key Words:** Tourism, Tourism competitiveness, development, the strategic plan for tourism development.

**(JEL) Classification :**

تمهيد:

تميز قطاع السياحة والسفر خلال العشرية الأخيرة بحركية وتطور هامين حيث تجاوز معدل نمو الاقتصاد العالمي، مما أثار إجابا على المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية (التنمية، التشغيل، معدلات الفقر،...) للعديد من الدول المتقدمة والنامية على حدّ سواء، هذا الزخم العالمي للسياحة لم يصاحبه نسق مماثل للسياحة في الجزائر. حيث حقق القطاع السياحي مؤشرات متدنية مقارنة بالدول المجاورة مثل المغرب، بالرغم من المعطيات والخصائص الطبيعية والثقافية المتشابهة بين البلدين، حيث بلغ عدد السياح الأجانب في الجزائر 1.71 مليون سائح، في حين بلغ في المغرب 10.176 مليون سائح، أما الإيرادات السياحية فقد بلغت 307.7 مليون دولار في الجزائر و 5.852 مليار دولار في المغرب، بالنسبة لمساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام 3.6% في حين بلغت النسبة في المغرب 7.7%.

من هنا تبرز إشكالية الدراسة: ما واقع وأفاق السياحة في الجزائر وما مدى تنافسيها وما الذي جعل أداؤها ضعيفا؟ ما هي الإجراءات المتخذة لتطوير هذا القطاع الهام؟

للإجابة على هذه التساؤلات اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، لوصف وتحليل واقع السياحة محليا ودوليا والإجراءات المتبعة للنهوض بهذا القطاع الاستراتيجي.

يهدف الإجابة على التساؤلات السابقة ارتأينا تقسيم الدراسة إلى المحاور الأربعة الموالية:

- ✓ التأصيل النظري للسياحة؛
- ✓ السوق السياحية الدولية؛
- ✓ واقع السياحة في الجزائر؛
- ✓ تقييم تنافسية السياحة الجزائرية بناء على تقرير التنافسية العالمي.

أولا: التأصيل النظري للسياحة

تعتبر السياحة نشاطا إنسانيا حركيا ذو أبعاد اقتصادية، اجتماعية، ثقافية وسياسية، وتلعب دورا مهما في تنشيط اقتصاديات الدول، إذ غدت صناعة متميزة تساهم بشكل كبير في الناتج القومي للعديد من الدول سواء المتقدمة أو المتخلفة.

#### 1. مفهوم السياحة وخصائصها

يوجد اختلاف بين المفكرين في تحديد مفهوم السياحة لاختلاف خلفياتهم العلمية، وكذا تطور مفهوم السياحة عبر الزمن وفيما يلي نستعرض بعض التعاريف الواردة في الأدبيات.

##### 1.1 مفهوم السياحة

- تعريف Guyer Freuler: عرّف هذا المفكر السياحة على أنها ظاهرة تُمَيِّز العصر الحديث، وترتكز على الحاجات المتزايدة للإنسان للراحة وتغيير الجو والرغبة في اكتشاف جمال الطبيعة والفن والاعتقاد بأن الطبيعة تمنح السعادة للإنسان. ما يقرب أكثر بين الأفراد والمجتمعات والدول، وهي ثمرة التطور التجاري والصناعي وكذا وسائل النقل<sup>1</sup>.

اهتم هذا التعريف بالجانب النفسي من تغيير الجو والراحة، كما اهتم بالجانب الاجتماعي للسياحة من تقرب بين الناس.

- تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة: يطلق مفهوم السياحة على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لرغبات السائح.
- تعريف المنظمة العالمية للسياحة OMS: تعرّف هذه المنظمة السياحة بأنها نشاط يتضمن أربع أركان أساسية هي<sup>2</sup>:
- تتطلب السياحة تنقل الأشخاص من موقع لآخر خارج مجتمعهم المحلي؛
- المقاصد السياحية Destinations توفر عددا من الأنشطة، التسهيلات (وسائل النقل، الإيواء، الإطعام)، الخبرات والخدمات؛
- الحاجات والرغبات المختلفة للسياح تتطلب إشباعا وهي بدورها تخلق تأثيرا اجتماعيا؛
- تتضمن صناعة السياحة عددا من الأنشطة الفرعية والتي تساهم مجتمعة في توليد دخل بالعملة الصعبة للبلد المضيف.

إذن حسب هذا التعريف والذي يعتبر شاملا، فالسياحة هي حركة الإنسان خارج مكان إقامته لفترة زمنية، لإشباع رغبات معينة، مما يتطلب توفر المكان المقصود على الخدمات والتسهيلات والمرافق الضرورية التي تضمن خدمة احتياجات السائح وتحقيق رفاهيته، وبالمقابل يستفيد المكان المقصود من إيرادات مالية هامة.

2.1 خصائص السياحة: تُعتَبَر السياحة من أكثر القطاعات الاقتصادية خلقا للثروة، إذ تتميز بالخصائص التالية:

- تنوع مكونات النشاط السياحي وارتباطه بالكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى كالنقل، الخدمات المصرفية، الصناعة<sup>3</sup>.

- لا يتوقف الطلب السياحي على مدى توفر الموارد وتنوع المقومات والخدمات السياحية فحسب، بل يتعداه إلى مستوى التقدم في وسائل الاتصال والمواصلات والعوامل الثقافية والسياسية داخل الدولة المضييفة<sup>4</sup>.
  - المنتج السياحي هو منتج غير قابل للتخزين وسريع التلف perishable، لذلك يجب التصرف فيه قبل فوات الأوان، من خلال تخفيض الأسعار في آخر لحظة.
  - المنتج السياحي هو منتج موجه للتصدير علاوة عن الاستهلاك الداخلي، لذا وجب دعم وتشجيع المستثمرين في هذا القطاع المولّد للعملة الصعبة.
  - تُعتبر السياحة وسيلة تواصل بين الشعوب والثقافات والأديان.
2. أصناف السياحة

تختلف أصناف السياحة باختلاف المعيار المعتمد، إذ يمكن تصنيفها من حيث الدوافع أو حسب المنطقة الجغرافية.

1.2 التصنيف حسب الدوافع: تختلف الدوافع التي تؤدّي بالأفراد للقيام بنشاط سياحي والتي تقودنا ضمنا لتحديد أنواع السياحة وأهمها ما يلي:

- السياحة الدينية: هي من أقدم أنواع السياحة، إذ ينتقل السياح بدافع التعبّد إلى مناطق أو أماكن مقدّسة في دياناتهم مثل الحج إلى بيت الله الحرام في مكة المكرمة وزيارة المدينة المنورة، القدس الشريف.
- السياحة الأثرية: وتتمثل في التنقل لزيارة المناطق الأثرية التاريخية والمعالم الحضارية القديمة مثل الأهرامات في مصر والآثار الرومانية في تيبازة، تيمقاد.
- السياحة العلاجية: ظهر هذا النوع لوجود مناطق تتوفر فيها حمّات معدنية ساخنة وكبريتية موجهة لعلاج أمراض المفاصل والجلد على وجه خاص.
- السياحة الرياضية: وتتمثل في المناطق التي تمارس فيها رياضات معينة بفعل توفرها على مقومات خاصة مثل ركوب الأمواج، التزلج على الجليد، أو على الرمال، الغطس...
- السياحة الترفيهية الاصطفاية: والغرض منها التمتع بالمناخ وجمال الطبيعة من جبال، بحر.
- السياحة الفنية: وهي في الغالب لحضور تظاهرات فنية أو معارض.
- السياحة العلمية الثقافية: وغايتها حضور ملتقيات علمية وندوات تسمح بتحسين المستوى العلمي والثقافي للسائح<sup>5</sup>.

## 2.2 التصنيف حسب المناطق

يمكن تصنيف الأنشطة السياحية حسب هذا المعيار إلى:

- سياحة داخلية: وتتم داخل التراب الوطني لدولة ما، كقيام مواطن مقيم في ولاية شمالية بزيارة للمناطق السياحية في جانت أو تمنراست.
  - سياحة إقليمية: وتتم داخل إقليم واحد يضم عددا من الدول التي تتقاسم الحدود الجغرافية إضافة إلى التاريخ والعادات والتقاليد، كالسياحة بين دول المغرب العربي أو الخليج العربي أو بين دول الاتحاد الأوروبي.
  - سياحة دولية: وتتم خارج نطاق الدولة والإقليم، حيث تكون الثقافة والعادات والتقاليد واللغة مختلفة.
- 3.2 التصنيف حسب Belattaf : في رؤية أخرى للسياحة يرى Belattaf<sup>6</sup>، أنّ هناك سياحة كلاسيكية، سياحة معتمدة على الحجم *Tourisme de masse*، تظهر من خلال تمركز عدد كبير من الأشخاص في مواقع سياحية محددة عادة ما تنظم في شكل رحلات منظّمة *Voyages organisés* وتكون التجربة مشتركة بين جميع الأفراد ما يخلق ضغطا كبيرا على المحيط، ومن أهم تأثيرات هذا النوع من السياحة نجد الكثافة السكانية، التدفق الكبير للأفراد، مشكل الطاقة، تبيذير المياه، القضاء على التنوع البيئي والتراث المحلي وإدخال عادات غير مألوفة للمجتمع المحلي المضيف.

بالمقابل توجد أشكال بديلة للسياحة التقليدية، هذه البدائل تمارس في مناطق طبيعية بهدف الإستمتاع، التعلم وتذوّق الطبيعة بشكل عقلائي، لخصّها Belattaf<sup>7</sup> في:

- سياحة المغامرة *Tourisme d'aventure*: وتتمثل في القيام برحلات استكشافية في إطار رياضي لمناطق لم تُستكشف من قبل، يكون البحث من خلالها عن مناطق طبيعية غير معروفة وتفتقر عادة للهيكل الضرورية لاستقبال السياح.
- سياحة الطبيعة *Tourisme de nature*: تتركز على القيام برحلات لدراسة وملاحظة التنوع النباتي والحيواني والطبيعي.

– سياحة ريفية *Tourisme rural*: وتتمثل في الرغبة في الاستقلال والتحرر المؤقت من أسلوب الحياة المدنيّة والبحث عن أماكن للراحة النفسية.

كل هذه الأنماط السياحية تقتضي التحلي بروح المسؤولية وحماية المناطق الطبيعية والموروث المحلي وتلافي جميع أشكال الهدر والاستنزاف، وهو ما يقودنا لمفهوم السياحة المستدامة التي تأخذ بعين الاعتبار إشباع حاجات السائح مع المحافظة على المواقع السياحية وضمان استمراريتها عبر الزمن وعدم المساس بالبيئة والتنوع البيولوجي.

### 3. أهمية السياحة

أدركت معظم دول العالم أهمية القطاع السياحي، باعتباره مصدرا مهما للمداخيل بالعملية الصعبة ومنشئا لمناصب الشغل وقاطرة للتنمية الاقتصادية مما أدى بهذه الدول سواء المتقدمة مثل فرنسا، إسبانيا والولايات المتحدة الأمريكية أو في طريق النمو مثل تونس، المغرب ومصر لتوجيه استثمارات مهمة لهذا القطاع الاستراتيجي، وفيما يلي نوضح الأهمية الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية للسياحة.

#### 1.3 الأهمية الاقتصادية للسياحة: تكمن الأهمية الاقتصادية للنشاط السياحي في العناصر التالية:

##### 1.1.3 خلق مناصب شغل

يعتبر النشاط السياحي منشئا مهما لمناصب العمل سواء بشكل مباشر في الفنادق، الإطعام، النقل الجوي والبري والبحري، المنشآت السياحية، الوكالات السياحية ومنظمو الرحلات، أو بطريقة غير مباشرة من خلال القطاعات المرتبطة بالسياحة كالزراعة، التجارة والحرف التقليدية. وفق آخر الإحصائيات فإن مساهمة قطاع السياحة في إجمالي التوظيف في العالم بلغ أكثر من 283 مليون منصب عمل سنة 2015 (9,5 % من مجموع التوظيف). ويتوقع أن يبلغ قرابة 290 مليون منصب عمل سنة 2016 (9,6 % من مجموع التوظيف)، وفي آفاق 2026 من المتوقع أن تصل النسبة إلى 11%<sup>8</sup>.

##### 2.1.3 المساهمة في الناتج الداخلي الخام

يحقق النشاط السياحي زيادات معتبرة في ثروة الأمم، إذ يساهم بشكل واضح في تحسين الناتج الداخلي الخام لدول العالم، حيث بلغت مساهمته 7,17 بليون دولار، أي بنسبة 9,8 % من الناتج الداخلي الخام العالمي سنة 2015<sup>9</sup>

##### 3.1.3 تدفق رأس المال الأجنبي وتحسين وضعيّة ميزان المدفوعات

يساهم قطاع السياحة في جذب رأس المال الأجنبي بعدة طرق، سواء من خلال الاستثمارات الأجنبية المباشرة في القطاع أو من خلال ما تتحصل عليه الدولة من إيرادات سياحية مقابل منح تأشيرات الدخول وإقامة السيّاح داخل الفنادق، بالإضافة لإنفاقهم اليومي مقابل الخدمات السياحية والمنتجات الوطنية المقتناة بالإضافة إلى فروق تحويل العملة، وتعتبر السياحة المصدر الأول للعملات الأجنبية لـ 38 % من دول العالم<sup>10</sup>، حيث تصدر الولايات المتحدة الأمريكية قائمة الدول من حيث الإيرادات السياحية البالغة أكثر من 204 مليار دولار.

##### 4.1.3 تحقيق التوازن الجهوي

من خلال إقامة مشاريع سياحية في مناطق بعيدة غير حضرية كالريف والهضاب والصحراء بالتركيز على السياحة الريفية، وسياحة المغامرة في الصحراء، وهذا ما يخلق مناصب شغل للسكان المحليين ويحسن مستوى معيشتهم وينشط الأعمال التجارية والصناعات التقليدية.

##### 2.3 الأهمية الاجتماعية والثقافية للسياحة

1.2.3 تسمح السياحة برفع مستوى الحياة لدى الأفراد وزيادة فرص التعليم والثقافة وتقليل الفوارق الاجتماعية.

2.2.3 يؤدي الاستثمار في الأنشطة السياحية إلى ترقية الموروث الثقافي وبعث الصناعات التقليدية وزيادة الاهتمام بالعادات والتقاليد والقيم.

3.2.3 تعتبر السياحة أداة للتبادل الفكري والثقافي بين الشعوب وتوطيد العلاقات وتلطيف الأجواء.

#### ثانيا: السوق السياحية الدولية

عرفت السياحة على المستوى العالمي تطورا وازدهارا كبيرا، حيث تميزت السوق السياحية الدولية بما يلي<sup>11</sup>:

- تطور كبير في عدد المناطق الجاذبة للسياحة عالميا وزيادة الاستثمارات في هذا المجال، حيث تحولت السياحة إلى قاطرة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال خلق مؤسسات جديدة ومناصب الشغل وتطوير البنية التحتية.
- شهدت السياحة نموا مستمرا وتنوعا لتصبح من أكبر القطاعات وأسرعها تطورا في العالم.

- عرف عدد السيّاح الدوليين نموا حيث ارتفع من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى 278 مليون سنة 1980 ثم وصل إلى 674 مليون عام 2000، ليبلغ 1186 مليون سائح في 2015.
- بنفس النسق عرفت الإيرادات السياحية الدولية ارتفاعا، إذ بلغت 2 مليار دولار سنة 1950، ثم 104 مليار دولار في 1980 لتبلغ 495 مليار دولار سنة 2000، ثم وصلت إلى 1260 مليار دولار سنة 2015.
- بلغ نصيب السياحة الدولية من إجمالي الصادرات العالمية نسبة 7%.
- تحتل السياحة المرتبة الثالثة في قائمة المنتجات المصدّرة بعد النفط والكيماويات، متقدمة على المواد الاستهلاكية وصناعة السيارات. كما تعتبر في العديد من الدول النامية القطاع التصديري الأول.
- تشهد السوق السياحية الدولية تطورا كبيرا من حيث عدد السيّاح وكذا الإيرادات المالية المحققة من مختلف الدول، وفيما يلي سنعرض قائمة الدّول الأكثر جذبا للسياحة في العالم وكذا الدّول المحقّقة لأكثر مداخيل سياحية سنة 2015.

الجدول رقم (1): عدد السيّاح الأجانب والمداخيل السياحية لأول عشر دول سنة 2015

الترتيب	الدولة	عدد السيّاح الأجانب	الترتيب	الدولة	مداخيل سياحية (بليون دولار)
1	فرنسا	84,5 مليون شخص	1	الولايات المتحدة	204,5
2	الولايات المتحدة	77,5	2	الصين	114,1
3	إسبانيا	68,2	3	إسبانيا	56,5
4	الصين	56,9	4	فرنسا	45,9
5	إيطاليا	50,7	5	المملكة المتحدة	45,5
6	تركيا	39,5	6	تايلند	44,6
7	ألمانيا	35,0	7	إيطاليا	39,4
8	المملكة المتحدة	34,4	8	ألمانيا	36,9
9	المكسيك	32,1	9	هونغ كونغ	36,2
10	روسيا	31,3	10	ماكاو (الصين)	31,3

المصدر: Tourism Highlights, 2016, (UNWTO) United Nations World Tourism Organization

يظهر من الجدول (1)، أنّ أفضل وجهة للسياح الأجانب هي فرنسا ب 84.5 مليون سائح، تليها الولايات المتحدة وإسبانيا. أما بالنسبة للمداخيل السياحية فنجد الولايات المتحدة في صدارة الترتيب بمداخيل سنوية تُقدّر ب 204.5 مليار دولار، وهذا راجع لمداخيل السياحة الداخلية الكبيرة في هذا البلد، باعتبار أن مؤشر 'المداخيل السياحية' يتضمن كلا من مداخيل السياحة الداخلية والخارجية.

كما نلاحظ أيضا أنّ بلدا صغيرا مثل تايلند بخُمس (5/1) مساحة الجزائر يحقق إيرادات سياحية تقدر ب 44.6 مليار دولار.

### ثالثا: واقع السياحة في الجزائر

تمتلك الجزائر إمكانيات سياحية متميزة يمكن أن تجعلها من أكثر الدول جذبا للسياح الأجانب على المستوى الإقليمي وحتى الدولي، لكنها لم تُستغل أحسن استغلال، باعتبار أنّ عدد السيّاح سنة 2015 بلغ فقط 1.710 مليون سائح، في حين بلغ في المغرب 10.177 مليون سائح وفي تونس 5.359 مليون، بالمقابل قدرت مداخيل السياحة الجزائرية فقط 258 مليون دولار سنة 2014، بينما بلغت 7 مليار دولار في المغرب و 2.35 مليار دولار في تونس.<sup>12</sup>

#### 1. أشكال السياحة الممكن تطويرها في الجزائر

يمكن للجزائر أن تكون وجهة مفضلة للسياح نظرا لتنوع أشكال السياحة فيها وتميزها، إذ نجد سياحة ساحلية في الشمال، سياحة صحراوية في الجنوب، سياحة جبلية، سياحة حموية، سياحة دينية، ثقافية وتاريخية، وبالتالي يمكن تقديم منتجات سياحية متنوعة ومتميزة للسائح بدل سياحة الحجم المنتهجة في تونس.

#### 1.1 سياحة ساحلية

تمتلك الجزائر شريطا ساحليا ممتدا على طول أكثر من 1200 كيلومتر، تتخلله شواطئ رملية وأخرى صخرية ساحرة، وغابات كثيفة عذراء وأشكال مختلفة من الحيوانات البرية. إضافة إلى احتواء المناطق الساحلية على شُعب مرجانية خاصة بالشرق (عنابة والقالة)، وتتواجد قرب الساحل حضائر مصنفة كمحميات طبيعية من منظمة اليونسكو مثل حضيرة القالة التي تبلغ مساحتها 78000 هكتار. الملاحظ هو قلة الهياكل السياحية (هياكل الاستقبال خاصة) في أغلب المناطق الساحلية وعجزها عن تغطية الطلب المتزايد للسياحة الداخلية، ما يستدعي اتخاذ إجراءات تحفيزية للاستثمار السياحي في هذه المناطق.

#### 2.1 سياحة جبلية

تتوفر الجزائر على سلاسل جبلية وغابية متنوعة مثل سلسلة الأطلس التلي والأطلس الصحراوي، يمكن استغلالها لغرض سياحة المغامرة واستكشاف الطبيعة كمرتفعات الشريعة التي تُمارس فيها رياضة التزلج.

#### 3.1 سياحة صحراوية

وهي علامة مميزة للسياحة في الجزائر، إذ تمثل الصحراء في الجزائر ما نسبته 87% من المساحة الإجمالية، وهي أفضل مكان لإقامة هياكل سياحية متميزة توفر للسائح الأمريكي والأوروبي خدمات متنوعة، وتنقسم الصحراء الجزائرية إلى خمس مناطق كبرى هي أدرار، إليزي، وادي ميزاب، تمنراست وتندوف، تنفرد كل منطقة بتضاريسها، عاداتها، تقاليدها وأثارها التي تمتد إلى عصور قديمة. تحتاج التنمية السياحية الصحراوية تفعيل النقل البري والنقل الجوي وتوسيع شبكة المطارات في الجنوب.

#### 4.1 سياحة حموية (الحمامات المعدنية)

تزرخ الجزائر بأكثر من 200 منبع مائي معدني ذو خصائص علاجية يتركز أغلبها في شمال البلاد<sup>13</sup>، أهمها حَمَام أولاد علي وحَمَام دباغ بقالملة، حَمَام قرقور بسطيف، حَمَام الصالحين ببسكرة. حَمَام بوغرارة بتلمسان، حَمَام بوحنيضية بمعسكر، وحَمَام ريفعة بعين الدفلى وتشهد إقبالا كبيرا من السياح المحليين والأجانب، لكنها بحاجة إلى تطوير وتحديث لاستقبال عدد أكبر من السياح من خلال إقامة مركبات سياحية ريفية المستوى.

#### 5.1 سياحة ثقافية وتاريخية

مرت بالجزائر عدة حضارات منها الرومانية، الأمازيغية، الفينيقية العثمانية والإسلامية، تركت كل منها إرثا تاريخيا وثقافيا، صُنفت سبعة مواقع منها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو:

- قلعة بني حماد (المسيلة): تعتبر قلعة بني حماد أول موقع أثري مصنّف لدى اليونسكو وكان ذلك سنة 1980، أُسست سنة 1007م على يد حماد بن بلكين، ولم يبق منها إلا المئذنة وبقايا من المسجد.
- مدينة جُميلة (سطيف): أسسها الإمبراطور الروماني Nerva سنة 96 و 98 م، و صُنفت كتراث عالمي عام 1982.
- مدينة تيمقاد (باتنة): أنشأها الإمبراطور تراجان سنة 100م، صُنفت كتراث عالمي سنة 1982.
- تيبازة: أسسها الفينيقيون كمركز تجاري، صُنفت من طرف اليونسكو سنة 1982.
- وادي ميزاب (غرداية): هضبة صخرية كلسية، تقع شمالي صحراء الجزائر، وتمتاز عن بقية المناطق المجاورة لها بطبيعتها القاسية، صُنفت سنة 1982.
- طاسيلي ناجر (إليزي): وهي هضبة ترتفع 2000 مترا فوق سطح البحر ومساحة 12 ألف كيلومتر مربع، تحتوي تشكيلات مختلفة من الصخور البركانية والرملية وموقع أثري وفني يعود إلى عام 6000 قبل الميلاد، يحتوي على 15000 رسم ونحت. صُنفت سنة 1982.
- القصبية (الجزائر العاصمة): بُنيت من طرف الأمير بولوغين بن زيري في العهد العثماني وهي تشبه المتاهة في تصميمها وتحتوي عدة قصور ومساجد أهمها قصر الداوي والجامع الكبير وجامع كتشاوة، تم تدمير أجزاء كبيرة من القصبية بفعل الاستعمار الفرنسي وكذا الظروف الطبيعية. صُنفت كتراث عالمي سنة 1992.

## 2. محدودية البنية التحتية السياحية في الجزائر

### 1.2 البنية التحتية

تمتلك الجزائر شبكة من الطرق البرية الداخلية بطول 112 039 كيلومتر، منها 29 573 كيلومتر طرق وطنية، و 23.926 كيلومتر طرق ولائية، بالإضافة للطريق للسيار الذي يربط شرق البلاد بغربها على مسافة 1216 كيلومتر، بالنسبة للنقل الجوي فيوجد 32 مطار للاستخدام المدني منها 15 مطارا دوليا، ومن المتوقع إنجاز مطار دولي جديد بالعاصمة سنة 2018 بقدرة استيعابية 10 مليون مسافر سنويا وبتكلفة 317 مليون يورو<sup>14</sup>. كما تسيطر الشركة الوطنية (الخطوط الجوية الجزائرية) على النقل الداخلي والخارجي للأشخاص، بالنسبة للنقل البحري فيوجد ستة محطات بحرية في كل من العاصمة، وهران، الغزوات، بجاية، سكيكدة وعنابة. كما أن الجزائر قريبة من أهم الأسواق المصدرة للسياح (أوروبا).

أما فيما يخص السكك الحديدية فتمتد حاليا على مسافة 4000 كيلومتر، مع تحسين في نوعية القطارات الخاصة بنقل المسافرين، التي من المتوقع أن تبلغ سرعتها 220 كيلومتر في الساعة<sup>15</sup>.

فيما يخص الطاقة الفندقية فتُقدّر حسب الديوان الوطني للإحصائيات بـ 1176 فندقا بمختلف الأصناف وبطاقة استيعابية 98.804 سرير سنة 2013<sup>16</sup>.

## 2.2 محدودية القطاع السياحي

فيما يتعلق بأهم النقائص التي يعاني منها القطاع السياحي في الجزائر، والتي تمّ تشخيصها من طرف وزارة السياحة وهيئة الإقليم، فيمكن إيجازها في الجدول التالي:

الجدول رقم (2): أهم النقائص التي تمّ تشخيصها في قطاع السياحة

غياب تنافسية المنتجات السياحية	هياكل استقبال وفندقة غير كافية وذات نوعية رديئة
<ul style="list-style-type: none"> <li>- تحتاج الفنادق لإعادة التأهيل والتحديث.</li> <li>- غياب منتجات مميزة جاذبة Produits phares قادرة على إحداث الفارق.</li> <li>- عدم وجود علامة سياحية مميزة</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عجز فيما يخص هياكل الاستقبال، الفنادق والمطاعم ذات جودة وأصالة originalité.</li> <li>- الفنادق وهياكل الاستقبال مهملة، بدون تأهيل ومرتفعة الثمن نسبيا بالنسبة للسائح الوطني؛</li> <li>- 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية.</li> </ul>
ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات في السياحة	نقص الكفاءات والاحترافية السياحية
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم كفاية المواقع الإلكترونية للدعاية والجذب السياحي خاصة للجنوب.</li> <li>- السياحة الإلكترونية غير مفعلة أو غائبة باعتبار أن المواقع الإلكترونية المتوفرة لا تتيح الحجز على الخط أو الدفع.</li> <li>- انعدام القنوات التفاعلية الاتصالية بين العارضين وطالبي الخدمات السياحية.</li> <li>- عدم القدرة على التكيف مع متطلبات عصر المعلومات.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نقص الكفاءة والاحترافية فيما يخص الخدمات المقدمة للسياح.</li> <li>- نوعية التكوين لا تتماشى مع متطلبات العرض السياحي المتميز.</li> <li>- نقص المراكز والمعاهد المتخصصة في التكوين السياحي المتميز باستثناء المدرسة الوطنية للفندقة بالعاصمة، المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية بتيزي وزو والمعهد الوطني للفندقة والسياحة ببوسعادة وسبع مدارس للتكوين المهني.</li> </ul>
ضعف أداء البنوك وعدم تكيفها مع المستجدات	تدني مستوى المنتجات والخدمات السياحية
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم الاعتماد على وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة على مستوى البنوك وكذا الفنادق.</li> <li>- عدم وجود مكاتب الصرف وتعقد المعاملات المالية.</li> <li>- عدم التركيز على دعم وتمويل الاستثمارات السياحية من طرف البنوك.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشاكل النظافة والصحة العمومية.</li> <li>- خدمات سياحية ذات نوعية متدنية وبأسعار مرتفعة مقارنة بتونس مثلا، التي تعتبر قبلة السائح الجزائري.</li> <li>- انعدام برامج التهيئة والنهوض بالمنشآت التقليدية المحلي.</li> </ul>
عدم التركيز على دعم وتمويل الاستثمارات السياحية من طرف البنوك.	نوعية متدنية للنقل وعدم إتاحتها وغلاءه
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم القدرة على توفير وسائل النقل بالكمية والنوعية المطلوبة والتنوع المرغوب فيه من طرف السياح.</li> <li>- خدمات النقل الجوي رديئة خاصة الوجهة الصحراوية، مع عدم وجود التنسيق الكافي في المطارات.</li> <li>- سيطرة الخطوط الجوية الجزائرية على النقل الجوي ساهم في تدني مستوى الخدمات مع ارتفاع كبير في أسعار التذاكر مقارنة بشركات الطيران العالمية.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم القدرة على توفير وسائل النقل بالكمية والنوعية المطلوبة والتنوع المرغوب فيه من طرف السياح.</li> <li>- خدمات النقل الجوي رديئة خاصة الوجهة الصحراوية، مع عدم وجود التنسيق الكافي في المطارات.</li> <li>- سيطرة الخطوط الجوية الجزائرية على النقل الجوي ساهم في تدني مستوى الخدمات مع ارتفاع كبير في أسعار التذاكر مقارنة بشركات الطيران العالمية.</li> </ul>

إدارة وتنظيم غير متوافقين مع السياحة الحديثة	عجز كبير في تسويق صورة الجزائر كوجهة سياحية
<ul style="list-style-type: none"> <li>- إجراءات معقدة لمنح التأشيرات والمبالغة في إجراءات الدخول.</li> <li>- غياب أدوات التقييم ومتابعة تطور السياحة على المستوى الوطني.</li> <li>- عدم وجود إجراءات تحفيزية فعلية للمستثمرين في مجال السياحة.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عجز في تسويق الجزائر كوجهة سياحية.</li> <li>- عدم وجود تنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي. وعدم فعالية المشاركات في المعارض والفعاليات السياحية الدولية.</li> </ul>

المصدر: **Schéma**, Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme

بصرف **Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme** "SDAT 2025.

### 3.2 الاستراتيجية السياحية المنتهجة في الجزائر

يُعدّ المخطط التوجيهي للتنمية السياحية مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة و يعد جزءا من المخطط الوطني لهيئة الإقليم في آفاق 2030 ( SDAT ) فهو المرآة التي تعكس مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة و ذلك من أجل الرقي الاجتماعي و الاقتصادي على الصعيد الوطني ويعتبر المخطط التوجيهي للتنمية السياحية استراتيجية فعّالة للنهوض بالقطاع السياحي والقضاء على النقائص التي سبق ذكرها.

#### 1.3.2 أهداف الاستراتيجية السياحية

حدّد المخطط التوجيهي للتنمية السياحية خمسة أهداف كبرى للسياسة السياحية، وهي كالآتي<sup>17</sup>:

- ترقية اقتصاد بديل للمحروقات.
- تامين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز .
- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى.
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي مع مراعاة خصوصية كل منطقة من التراب الوطني.
- الترابط الدائم بين ترقية السياحة والحفاظ على البيئة.

#### 2.3.2 الحركيات الخمس للاستراتيجية السياحية

يرتكز المخطط التوجيهي للهيئة السياحية على خمس حركيات:

##### الحركية الأولى: مخطط الجزائر كوجهة سياحية

تهدف استراتيجية وجهة الجزائر *Destination Algérie* لإعادة الاعتبار لصورة الجزائر في الخارج وتحسين سمعتها السياحية من خلال بناء صورة مرئية ومقروءة عن وجهة سياحية حقيقية تتمتع بأصالة وعمق، تمكّن السّياح من عيش تجارب ثرية وفريدة لا توجد في وجهة أخرى. لأجل ذلك، تمّ وضع استراتيجية تسويقية تركز على محاور أساسية هي كالآتي<sup>18</sup>:

- دراسة سوق العرض والطلب السياحي.
- التعرف على الفئات السياحية المستهدفة المتمثلة في السّياح المحليين، الجزائريون المقيمون بالخارج، السّياح الأجانب والسّياح كبار السن *Les seniors*.
- تقسيم الأسواق المستهدفة إلى أسواق الأولوية وهي فرنسا، إسبانيا، إيطاليا وألمانيا، أسواق واعدة هي بريطانيا، هولندا، النمسا والدول الاسكندنافية، أسواق بعيدة لكن مستهدفة على المدى الطويل هي الصين واليابان، روسيا، أمريكا الشمالية والخليج.
- التركيز على المزايا التنافسية للسياحة الجزائرية والمتمثلة أساسا في الصحراء الجزائرية نافذة العالم على افريقيا إضافة إلى السياحة الثقافية، الصحية، البحرية ومنتجات سياحية أخرى كالصيد، الغطس والكهوف.
- بناء صورة جديدة وتوسيع شهرة وجهة الجزائر من خلال خلق بوابات إلكترونية سياحية لنشر المعلومات.
- وضع هيكل للرصد واليقظة السياحية ومراقبة تطور رغبات ومتطلبات السّياح.
- دعم الأنشطة الترويجية الخاصة بمختلف الفاعلين السياحيين وضمان مشاركتهم الهادفة في التظاهرات والمعارض السياحية الوطنية والأجنبية.
- ابتكار علامة منتج وتسجيله منتج سياحي جزائري.

الحركية الثانية: الأقطاب السياحية ذات الامتياز



القطب السياحي هو مجموعة مركبات سياحية ممتازة تتوفر على تجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والترفيهية، في تعاون مع مشروع التنمية المحلية ويستجيب لطلب السوق، كما يمكن لرقعته الجغرافية أن تمتد لعدة مناطق أو مدن<sup>19</sup>. وفي إطار المخطط التوجيهي للسياحة المعتمد، فقد تقرر إنجاز سبعة أقطاب سياحية للاعتماد على المستوى الوطني هي:

- القطب السياحي للاعتماد: شمال - شرق؛
- القطب السياحي للاعتماد: شمال - وسط؛
- القطب السياحي للاعتماد: شمال - غرب؛
- القطب السياحي للاعتماد: جنوب - شرق ويشمل بسكرة، وادي سوف، غرداية والمنيعة؛
- القطب السياحي للاعتماد: جنوب - غرب ويشمل القرارة، أدرار، تميمون وبشار؛
- القطب السياحي للاعتماد: الجنوب الكبير: ويضم طاسيلي ناجر، إليزي وجانت؛
- القطب السياحي للاعتماد: الجنوب الكبير ويضم كلا من أدرار وتمنراست.

الهدف من إنجاز هذه الأقطاب السياحية هو تنمية السياحة وتفعيل التوازن التنموي الإقليمي، مع خلق تنوع في الخدمات السياحية والترويج على الإمكانيات الخاصة بكل منطقة.

#### الحركية الثالثة: مخطط الجودة السياحية

تعكس هذه الاستراتيجية إرادة الدولة في دعم الإمكانيات الطبيعية والثقافية، والتاريخية للبلد من أجل ترقية إلى مرتبة الاعتماد في المنطقة الأورومتوسطية وجعل الجزائر وجهة سياحية بامتياز. يرتكز مخطط جودة السياحة زيادة على تطوير الموارد البشرية وتحديث المؤسسات والتجهيزات، على وضع علامة خاصة تميز المنتج السياحي الجزائري، وتضمن الجودة للعميل من قبل المؤسسات الملتزمة بهذا النهج وهذه العلامة هي " جودة السياحة الجزائر "

ترتكز علامة " جودة السياحة الجزائر " على الاعتماد وتتجاوز مفهوم تصنيف المؤسسات السياحية، فهي تشهد بصورة واضحة على أن المؤسسة التزمت إراديا بانتهاج الجودة وهي تسعى دائما لإرضاء العملاء.

#### الحركية الرابعة: مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص

تعتبر الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص أمرا حتميا لتحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة، فالدولة تتولى تهيئة الإقليم وإنشاء البنية التحتية من مطارات، موانئ وطرق وكذا توفير الأمن، بينما يتولى القطاع الخاص الاستثمار في الأنشطة السياحية وإقامة الفنادق والمركبات السياحية.

وتهدف استراتيجية الشراكة السياحية بين القطاعين لتحقيق الأهداف التالية<sup>20</sup>:

- جعل بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية: على غرار السفارات، القنصليات، المطارات، المراكز الحدودية، الموانئ والمحطات؛
- تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية والقرى السياحية للاعتماد؛
- تحسين الخدمات الأساسية المقدمة في المواقع السياحية مثل النظافة، المياه، الطاقة، الأنترنيت؛
- الحفاظ على الثروة الطبيعية والتنوع البيئي وضمان استمراريتهما؛
- تحسين نوعية الخدمات السياحية من خلال التكوين والتأهيل المستمر.

لتحقيق هذه الأهداف تسعى السلطات للربط بين الفاعلين في قطاع السياحة من مستثمرين ووكالات سياحية بالمختصين في المجال المالي لتحقيق التخطيط الجيد والتنفيذ الفعال للمشاريع الاستثمارية وجعلها أكثر ربحية وضمان استمراريتهما، كما تسعى أيضا لخلق شراكات بين القطاع العام وأصحاب الفنادق، شركات الطيران والوكالات السياحية بالإضافة إلى الإنفاق على مشاريع البنية التحتية، التي تعتبر أساسية للاستثمار السياحي وتقديم تحفيزات وتسهيلات مالية وجبائية لفائدة المستثمرين وتمكينهم من الحصول على العقار السياحي.

#### الحركية الخامسة: مخطط تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية

تعتبر السياحة صناعة مكلفة تحتاج لأموال كبيرة، كما أن العائد على الاستثمار يعتبر بطيئا، ونظرا للصعوبات الكبيرة التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في الحصول على التمويل المصرفي فقد ارتأت السلطات العمومية تدعيمها، لضمان استمراريتهما ونموها من خلال استراتيجية تمويلية خاصة، تتمثل أهم أبعادها فيما يلي<sup>21</sup>:

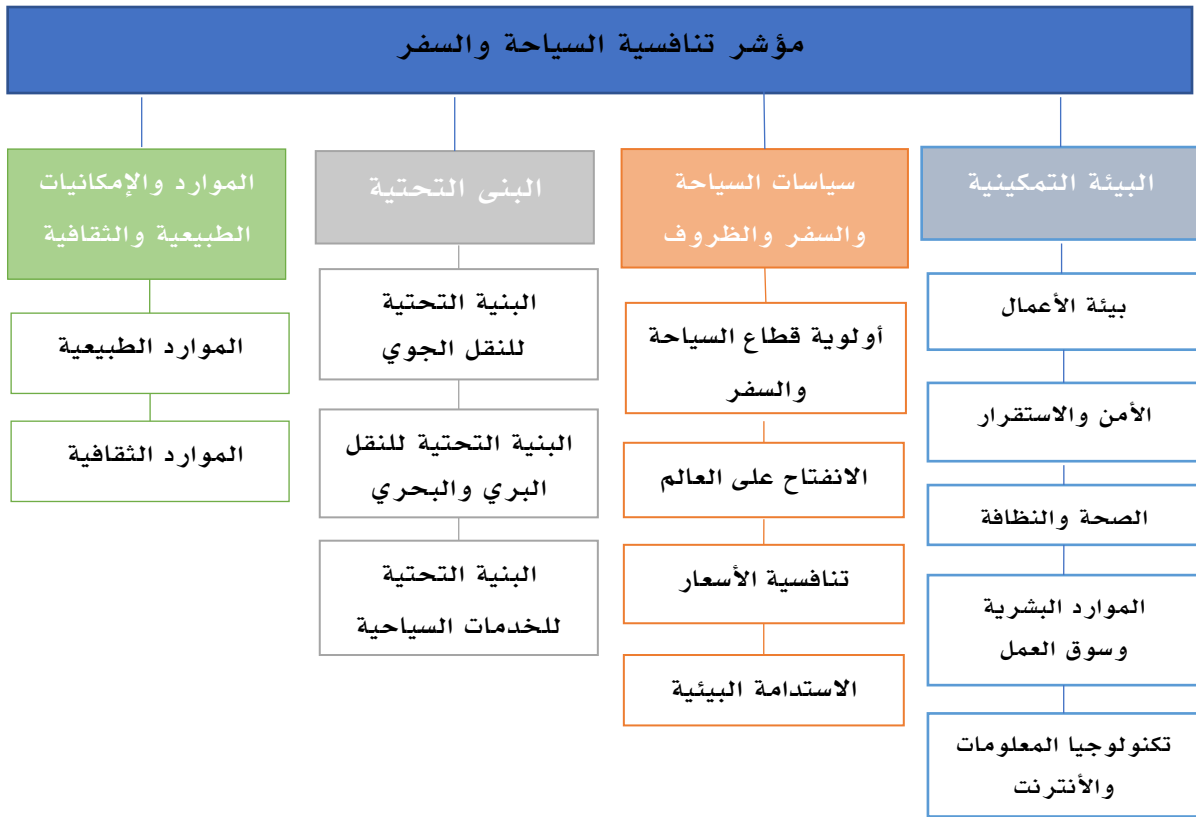
- حماية ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية.
- العمل على ضمان استمرارية المشاريع السياحية وحمايتها من أخطار الفشل والتوقف.

- جذب الاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية وحمايتها.
- تشجيع الاستثمارات السياحية من خلال التحفيزات الجبائية والمالية وتوفير الدعم الفني من استشارات، تحليل المخاطر، دراسات جدوى.
- تسهيل الحصول على التمويل البنكي للمؤسسات السياحية وتخفيض الإجراءات والتكاليف وتمديد فترة التسديد.
- تمويل عمليات التأهيل والصيانة للمؤسسات السياحية وتكوين نوعي للقائمين عليها.

#### رابعا: تقييم تنافسية السياحة الجزائرية بناء على تقرير التنافسية العالمي

تتمثل تنافسية القطاع السياحي في مجموع العوامل والإجراءات التي تُنمي القدرات التنافسية السياحية لدولة ما، وجعلها أكثر جذبا للسياح بمختلف خلفياتهم، وقد حدّد المنتدى الاقتصادي العالمي مؤشرا لتنافسية السياحة والسفر يتكون من أربع أبعاد، البعد الأول يتمثل في البيئة التمكينية، البعد الثاني يتمثل في السياسات المنتهجة في السياحة والسفر والظروف التمكينية، البعد الثالث يتمثل في البنى التحتية والرابع يرتبط بالموارد والإمكانات الطبيعية والثقافية، والشكل الموالي يوضّح أبعاد مؤشر تنافسية السياحة والسفر Travel & Tourism Competitiveness Index العالمي.

الشكل رقم (1): مؤشر تنافسية السياحة والسفر



المصدر: World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, p.4

بالاعتماد على مؤشر تنافسية السياحة والسفر، يقوم المنتدى الاقتصادي العالمي بتقييم تنافسية مختلف الدول، ويصنفها على أساس المعايير الأربعة، وقد كان ترتيب العشر دول الأولى من حيث تنافسية السياحة والسفر لسنة 2017 كالاتي إسبانيا أولا تلتها فرنسا ثم: ألمانيا، رابعا: اليابان، خامسا: المملكة المتحدة، سادسا: الولايات المتحدة، تلتها أستراليا ثم ثامنا: إيطاليا، تاسعا: كندا وعاشرا: سويسرا.<sup>22</sup> تصدر إسبانيا قائمة الدول الأكثر تنافسية سياحية لسنة 2017، كما أنّ منطقة أوروبا هي الأولى نظرا لتصنيف ستة دول أوروبية ضمن قائمة العشر دول الأولى، وهو ما يعكس تنافسية وجاذبية هذه المنطقة عالميا. بالنسبة للجزائر فتحتل وفق مؤشر السياحة والسفر لسنة 2017 المرتبة 118 عالميا من أصل 136 دولة، والمرتبة 12 عربيا من أصل 14 دولة. وفيما يلي توضيح لمكونات مؤشر السياحة والسفر وتصنيف الجزائر بالنسبة لكل عامل من العوامل.

الجدول رقم (3): تقييم تنافسية السياحة الجزائرية حسب مؤشر تنافسية السياحة والسفر

القيمة (1 - 7)	الترتيب (من 136 دولة)	مؤشر تنافسية السياحة والسفر
3.1	118	1. البيئة التمكينية
4.38		1.1 بيئة الأعمال
4.0	110	حقوق الملكية
3.6	115	تأثير القوانين على الأعمال
3.0	133	فعالية الإطار القانوني في فض النزاعات
3.6	65	الوقت اللازم بالأيام لمعالجة رخص التعمير
130	59	تكلفة رخص البناء
0.9	36	نطاق التحكم في السوق
3.4	86	الوقت اللازم بالأيام لانطلاق الأعمال
20.0	98	تكلفة الانطلاق في الأعمال
11.1	80	تأثير الضرائب على الحافز في العمل
3.7	87	تأثير الضرائب على الحافز للاستثمار
3.4	90	معدل الضغط الضريبي % الأرباح
65.6	130	2.1 الأمن والسلامة
5.3	81	التكلفة الاقتصادية للجريمة والعنف
4.6	70	موثوقية خدمات الأمن
4.7	59	معدل الجريمة/100.000 ساكن
1.5	40	3.1 الصحة والنظافة
4.9	89	معدل التغطية الصحية (طبيب لكل 1.000 ساكن)
1.2	78	إتاحة الخدمات الصحية
87.6	74	إتاحة المياه الشروب
83.6	110	عدد الأسرة بالمستشفيات/10.000 ساكن
17.0	87	انتشار مرض فقدان المناعة
0.1	1	عدد حالات الملاريا لكل 100.000 ساكن
0.1	79	4.1 الموارد البشرية وسوق العمل
4.00	112	نسبة المسجلين في التعليم الابتدائي
97.1	43	نسبة المسجلين في التعليم الثانوي
99.9	48	مدى تكوين وتدريب العمال
3.1	129	درجة توجيه الزبائن
3.7	128	عمليات التوظيف والتنحية
3.3	107	سهولة الحصول على العمال المؤهلين
4.2	68	سهولة توظيف العمال الأجانب
3.1	127	الأجور والإنتاجية
3.3	120	مساهمة المرأة في قوة العمل
0.24	134	5.1 جاهزية تكنولوجيا المعلومات
3.7	96	استخدام تكنولوجيا المعلومات لإتمام المعاملات بين المؤسسات
3.6	130	استخدام الأنترنت لإتمام المعاملات بين المؤسسات والمستهلكين
3.4	123	

38.2	94	مستخدمي الإنترنت % للسكان
5.6	83	نسبة المشتركين في خدمات النطاق العريض للإنترنت ADSL
106.4	88	نسبة المشتركين في خدمات الهاتف الخليوي
40.2	88	نسبة المشتركين في خدمة الإنترنت النقال
99.2	63	التغطية بشبكات الهاتف النقال
4.0	91	جودة التزود بالكهرباء
3.5		2. سياسة السياحة والسفر والشروط التمكينية
2.8	131	1.2 أولوية السياحة والسفر
3.1	127	أولوية السياحة والسفر في سياسة الحكومة
1.1	123	الإففاق الحكومي على قطاع السياحة (% الموازنة)
2.7	127	فعالية التسويق والإشهار في جذب السياح
37	119	مفهومية البيانات وتقارير السياحة الحكومية (0-120)
3.0	118	دورية الإفصاح عن البيانات والمعلومات (0-21)
58.5	118	تقييم استراتيجية السياحة (1-10)
1.5	134	2.2 الانفتاح على العالم
2.0	132	متطلبات الحصول على التأشيرة (0-100)
6.3	119	الانفتاح على الاتفاقيات الثنائية للنقل الجوي
2.0	117	عدد الاتفاقيات الجهوية التجارية
6.0	4	3.2 تنافسية الأسعار
83.3	38	الرسوم على السفر وتكاليف المطارات
134.1	66	مؤشر أسعار الفنادق
0.3	5	القدرة الشرائية
16.0	3	مستوى أسعار الوقود
3.7	106	4.2 الاستدامة البيئية
2.8	130	صرامة القوانين البيئية
2.9	121	تدعيم الأنظمة البيئية
3.1	123	استدامة صناعة السياحة والسفر
6.8	58	تركيز الجزينات (2.5) م <sup>3</sup> /مغ
19	90	المصادقة على الاتفاقيات البيئية
3.4	98	تركز المياه
7.3	93	الكائنات المهددة
0.1	83	حماية الغابات
45.1	46	معالجة المياه المستعملة %
0.1	43	ضغط الصيد الساحلي طن/كم <sup>2</sup>
2.23		3. البنية التحتية
2.1	100	1.3 البنية التحتية للنقل الجوي
3.2	115	جودة البنية التحتية للنقل الجوي
28.0	41	المقاعد المتاحة للنقل الداخلي
163.7	67	المقاعد المتاحة للنقل الدولي
1.7	88	انطلاق الطائرات
1.2	55	كثافة المطارات نسبة لعدد السكان

29.0	78	عدد شركات الطيران المتاحة
2.5	106	2.3 البنية التحتية للنقل البري والبحري
3.2	95	جودة الطرق البرية
-	129	كثافة الطرق
-	98	كثافة الطرق المعبدة
3.0	54	جودة البنية التحتية للنقل بالسكك
0.2	86	كثافة السكك الحديدية
3.2	103	جودة البنية التحتية للموانئ
3.1	85	فعالية النقل البري
2.1	131	3.3 البنية التحتية للخدمات السياحية
0.1	111	عدد غرف الفنادق/ 100 ساكن
2.9	132	جودة البنية التحتية السياحية
2	113	وجود شركات تأجير السيارات
7.3	119	وجود آلات الدفع الآلي
2.15		4. الموارد الطبيعية والثقافية
2.2	124	1.4 الموارد الطبيعية
1	78	عدد المواقع الطبيعية المصنفة كتراث عالمي
439	83	عدد الكائنات الطبيعية
7.9	104	عدد المحميات الطبيعية
4	99	الطلب على السياحة الطبيعية
4.0	109	جاذبية الأصول الطبيعية
2.1	53	2.4 الموارد الثقافية
7	35	عدد المواقع الثقافية المصنفة كتراث عالمي
6	25	التراث الشفهي واللامادي الثقافي
15.0	29	عدد الملاعب الرياضية الكبرى
3.0	117	عدد التظاهرات الثقافية الدولية
4	92	الطلب على السياحة الثقافية والترفيهية

المصدر: World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, p. 72 – 73 بتصرف.

من خلال الجدول (3)، تظهر المرتبة المتدنية للسياحة الجزائرية على كافة المستويات باستثناء عامل تنافسية الأسعار وكذا الموارد الثقافية باعتبار أن سبعة من المواقع الثقافية الأثرية مصنفة كتراث عالمي من طرف اليونسكو، بينما تظهر الموارد الطبيعية في مركز متأخر نتيجة انخفاض عدد المواقع الطبيعية المصنفة كتراث عالمي والمقدّرة بموقع واحد وكذا عدم الالتزام بمعايير البيئة.

#### خلاصة

تعتبر السياحة قطاعا حيويا يمكن أن يدرّ على خزينة الدولة موارد هامة بالعملة الصعبة، إذا وجد الاهتمام والعناية اللازمين، خاصة مع انخفاض أسعار النفط وتداعياته السلبية على الاقتصاد الوطني، وقد بيّنا من خلال هذه الدراسة أن قطاع السياحة في الجزائر يعاني من عدة مشاكل ومعوقات تحول دون بلوغه مستويات تنافسية، وفيما يلي أبرز النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة:

✓ تمتلك الجزائر إمكانات هامة يمكن أن يؤدي حسن استغلالها للنهوض بقطاع السياحة من بينها السياحة الجبلية والسياحة الصحراوية.

- ✓ تعاني البيئة التمكينية للسياحة في الجزائر من ضعف كبير.
- ✓ تحتاج البنى التحتية للسياحة لتطوير وتأهيل كبيرين.
- ✓ لا بد من تسهيل وتشجيع الاستثمار السياحي الخاص أو المختلط للرفع من تنافسية الهياكل.
- ✓ تأهيل المورد البشري اللازم للعمل في المجال السياحي من خلال تكثيف إنشاء المعاهد المتخصصة في السياحة وفتح التخصص على مستوى الجامعات.
- ✓ أهمية إقامة المعارض والتظاهرات الدولية للتعريف بالمنتج السياحي الجزائري وتسويق الجزائر كوجهة سياحية فريدة.

## الإحالات والمراجع

<sup>1</sup> Ionela Butnaru, Iuliana Timu, **European Union and Development of Romanian Tourism**, CES Working Papers, III, 2011 ,p.372

<sup>2</sup> عبد القادر عوينان، **السياحة في الجزائر**، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2012-2013، ص.10

<sup>3</sup> عبد السلام ابوقحف، **محاضرات في صناعة السياحة في مصر**، المكتب العربي الحديث، مصر، 1992، ص.16.

<sup>4</sup> نفس المرجع والصفحة.

<sup>5</sup> محمد ناصر، **إدارة المؤسسات الخدمية**، منشورات جامعة دمشق، كلية الاقتصاد، 2011، ص.135.

<sup>6</sup> Matouk BELATTAF, **Evolution, Formes et Impacts de l'activité touristique : pour un tourisme durable**, Colloque international sur Economie du tourisme et développement durable , l'Université de Biskra, 9 ,10 mars 2010.

<sup>7</sup> Idem

<sup>8</sup> World Travel & Tourism Council, **Travel & Tourism Economic impact 2016 World**, Disponible sur le lien : [www.wttc.org](http://www.wttc.org), Consulté le 16-10-2016

<sup>9</sup> Idem

<sup>10</sup> يحيى سعدي، العمراوي سليم، **مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، حالة الجزائر**، مجلة بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 36، 2013.

<sup>11</sup> United Nations World Tourism Organization (UNWTO), **Tourism Highlights** , 2016 Edition, p.2. disponible sur le lien : [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org)

<sup>12</sup> United Nations World Tourism Organization, **Op.cit.**

<sup>13</sup> الديوان الوطني للسياحة، **الحمامات المعدنية منتوج خاص**، مجلة الجزائر سياحة، عدد 33، ص.14

<sup>14</sup> **Algeria Infrastructure**, 4 ème salon international des transports et de la Logistiques et de la mobilité, 2017, disponible sur le lien : [www.symbiose-env.com/download/AI/Algeria%20infrastructure.pdf](http://www.symbiose-env.com/download/AI/Algeria%20infrastructure.pdf), Consulté le 30-01-2017.

<sup>15</sup> Algeria Infrastructure, Op.cit.

<sup>16</sup> Office National des Statistiques, **L'Algérie en quelques chiffres**, N°44, Edition 2014.

<sup>17</sup> تم تصفحه في 24 - 10 - 2016، موقع الوكالة الوطنية لتطوير السياحة <http://www.andt-dz.org/ar>

<sup>18</sup> Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 2 **Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires** , p.24. Disponible sur le lien [www.andt-dz.org](http://www.andt-dz.org) , Consulté le 28-10-2016.

<sup>19</sup> عامر عيساني، **الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة – حالة الجزائر-**، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات ، جامعة باتنة، 2009 – 2010 ص.139.

<sup>20</sup> Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Le plan stratégique**, Op.cit\_ p.52.

<sup>21</sup> Ibid,p.57.

<sup>22</sup> World Economic Forum, **Op.cit**, p