

## صناعة السياحة في الجزائر-مقوماتها ومكامن تنافسيتها

## THE TOURISM INDUSTRY IN ALGERIA:

## IT'S COMPONENTS AND COMPETITIVENESS

سمير زعرور	د. صفية درويش	د. عبد الحفيظ مسكين
كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير	كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير	كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - الجزائر	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - الجزائر	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - الجزائر

[samirzarour79@gmail.com](mailto:samirzarour79@gmail.com)[Safia1881@hotmail.com](mailto:Safia1881@hotmail.com)[hafidm06@yahoo.fr](mailto:hafidm06@yahoo.fr)

**ملخص:** يشكل البحر الأبيض المتوسط إحدى الوجهات السياحية الكبرى، التي مثلت 30 % من السياحة العالمية في الأربعين عاما الأخيرة، وهذا ما جعل من أقاليم جنوب المتوسط خاصة الجزائر تدرك أن صناعة السياحة هي الطريق للتنمية، ولكن وبالرغم من امتلاكها لمقومات سياحية تؤهلها لأن تصبح من أهم الوجهات السياحية العالمية، إلا أن حصتها من سياحة المتوسط متواضعة، كما أن موقعها على الخريطة التنافسية المتوسطة لا يبدو جليا. وهذا ما سيتم التطرق إليه في هذه الورقة العلمية التي نسعى من خلالها إلى تقييم مؤشرات الأداء التنافسي لصناعة السياحة في الجزائر، كما نسلط الضوء على المتطلبات والآليات الضرورية للنهوض بها وتعزيز دورها التنموي ومكانتها التنافسية.

**الكلمات المفتاحية:** سياحة، تنافسية سياحية، جزائر.

**Abstract:** The Mediterranean sea is one of the major tourist destinations, which represented 30 percent of international tourism in last 40 years, that has made southern Mediterranean regions especially Algeria realize that the tourism industry is the road to development, but in spite it has tourist potential that make it one of the world's most important tourist destinations, but their share of Mediterranean tourism is modest, and its location on the Mediterranean competitive map is not clear. This is what will be addressed in this scientific paper, through which we seek to evaluate the competitive performance indicators for the tourism industry in Algeria, and highlight the requirements and mechanisms necessary to promote them and enhance their developmental role and competitive position.

**Key words:** tourism, tourism competitiveness, Algeria

## 1. مقدمة

ظهر قطاع الخدمات كبديل استراتيجي حديث لتفعيل المسار التنموي لكثير من الدول خاصة المتطورة منها، وأصبح يحتل موقعا استراتيجيا في محفظة التنمية، وفي نفس المستوى من الأهمية مقارنة بقطاع الصناعة والزراعة، أو ربما يفوقها أهمية خاصة إن تعلق الأمر بصناعة السياحة. النتائج الهامة التي تم تحقيقها في صناعة السياحة على المستوى العالمي والتجارب الرائدة للعديد من دول العالم المتقدمة والنامية والتي بدأت تعطي ثمارها على أكثر من صعيد جعلت من أقاليم الجنوب المتوسط خاصة الجزائر تدرك أن السياحة أحد أهم القطاعات المعول عليها للمساهمة في رفع النمو الاقتصادي ومن ثم تحقيق التنمية الإقتصادية والاجتماعية المنشودة.

إن الحكم على مدى قوة وأداء القطاع السياحي في الجزائر يتحدد من خلال قياس وعرض مجموعة من المؤشرات التي تعكس الدور الذي يلعبه هذا القطاع في التنمية، كما يتم تحديد والحكم على تنافسيته من خلال إجراء مقارنات تُبنى على مجموعة من المؤشرات، إذ يسمح التحديد السنوي لهذه المؤشرات بمعرفة مدى التقدم أو التأخر الذي يُسجله القطاع وحصر جوانب الضعف التي يجب استدراكها، وجوانب القوة التي يجب الحفاظ عليها وتعزيزها. من هذا المنحى وعلى ضوء ما تقدم اتضحت لنا معالم مشكلة البحث والتي يمكن تحديدها في :

ما هو واقع مقومات وتنافسية صناعة السياحة في الجزائر ؟

## أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تقييم مؤشرات تنافسية صناعة السياحة في الجزائر ومقارنتها بتنافسية صناعة السياحة في بعض دول شمال إفريقيا، كما نسلط الضوء على بعض المشاكل ذات العلاقة بتطوير تنافسية السياحة ونطرح عددا من التوصيات الإرشادية التي قد تؤدي إلى تنميتها بطريقة فعالة.

## اهمية الدراسة

تكمن اهمية هذه الدراسة في أهمية صناعة السياحة والدور التنموي لها في العديد من الدول منها الجزائر، والذي يرتبط بمستوى توفر المقومات السياحية والظروف الملائمة للرفع مركزها التنافسي،

وبذلك من الممكن أن تساهم هذه الدراسة مع ما سبقها من أبحاث في تبيان واقع مقومات صناعة السياحة في الجزائر، إضافة إلى مكان الخلل في مؤشرات تنافسيتها ومتطلبات النهوض بها.

## هيكل الدراسة

من أجل الإجابة على إشكالية البحث وتحقيق أهداف الدراسة تم تقسيمها إلى المحاور التالية:

- مقومات صناعة السياحة في الجزائر؛
- تحليل مؤشرات تنافسية صناعة السياحة في الجزائر؛
- متطلبات النهوض بتنافسية صناعة السياحة في الجزائر.

## 2. مقومات صناعة السياحة في الجزائر

لكل بلد خصائصه ومميزاته، سواء تعلق الأمر بما هو موهوب من الله عز وجل كالموقع الجغرافي والمناخ والتضاريس، أو ما هو متعلق بما صنعه الإنسان من تاريخ وآثار وحضارات. وتعتبر الجزائر من الدول المغاربية التي أنعم الله عليها بموقع جغرافي هام، مما أضفى عليها جمال طبيعي يتنوع بين الجبال والبحر والصحراء وتراث حضاري غني، وفيما يلي عرض للمقومات الطبيعية، الثقافية والهياكل السياحية التي تزخر بها الجزائر<sup>1</sup>:

**1.2 المقومات الطبيعية والجغرافية:** تقع الجزائر في الشمال الإفريقي يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط على شريط ساحلي يبلغ طوله 1200 كلم، وتعد الجزائر أكبر البلدان في القارة الإفريقية مساحة بعد تقسيم السودان، إذ تربع على مساحة 2381471 كلم<sup>2</sup>؛ تتميز بتنوع وتباين المناخ حسب مختلف المناطق، وتزخر بمحطات معدنية طبيعية حيث تم إحصاء 202 منبع للمياه المعدنية سنة 1982<sup>2</sup> أثبتت التجارب العلمية أنها صالحة لشفاء العديد من الأمراض؛

**2.2 المقومات التاريخية والثقافية والدينية:** المعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر جعلتها مهد للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي والإفريقي، فالمعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقة وعظمة الحضارات المتعاقبة، من الأمازيغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية والرومانية وأخيرا الإسلامية، التي فرضت نفسها على

التاريخ، والشاهد عليها قلعة بني حماد ببجاية، وقد صنفت منظمة اليونسكو سبعة مناطق أثرية ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي وهي: منطقة الطاسيلي، تيبازة، جميلة، تيمقاد، قلعة بني حماد، وادي ميزاب وحي القصبه؛ كما أنه توجد عدة زوايا تستقطب اهتمام الكثيرين الذين يودون زيارتها كالأزوية التيجانية والعيساوية، إضافة إلى التراث التقليدي الذي يمتد في أعماق التاريخ فالصناعة التقليدية تضطلع بدور أساسي في تقديم صورة عن البلد، وتمثل في صناعة الفخار وصناعة الحلبي الفضية والذهبية، صناعة الزرابي، صناعة النحاس واللباس التقليدي؛

**3.2 الهياكل السياحية:** تنقسم الهياكل الفندقية في الجزائر حسب درجة التصنيف إلى درجات (من درجة إلى خمس درجات بالنسبة للمصنفة وأخرى غير مصنفة) ؛

**4.2 مقومات أخرى؛** تتمثل في:

**1.4.2 النقل والمواصلات:** يعتبر النقل عاملا هاما لتطوير السياحة ولقد كان اهتمام الجزائر بشبكات المواصلات منذ الاستقلال سواء في الطرقات أو السكك الحديدية أو النقل البري والبحري، تتوزع كما يلي<sup>3</sup>:

● **الطرق البرية:** يقدر طولها بنحو 104.72 ألف كلم منها 67 ألف كلم طرق وطنية و 38100 كلم طرق ترابية صالحة للسير والحركة والباقي ذو نوعية متوسطة، وبمقارنة هذه القدرات مع مساحة البلاد نجد أنها غير كافية و معظمها في المدن الكبرى وتبقى مناطق كثيرة تعاني من العزلة؛

● **السكك الحديدية:** يبلغ طول شبكة السكك الحديدية 4500 كلم ذات اتجاه وحيد، و 215 كلم منها مكهرب ومزودة بحوالي 200 محطة تغطي خاصة الشمال بنسبة 17% من حركة النقل البري، حيث تستغل هذه الشبكة من طرف الشركة الوطنية للسكك الحديدية التي تمتلك 10300 عربة وتوظف 187 قطار يوميا يربط 17 مدينة؛

● **النقل الجوي:** عرف النقل الجوي تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة بحيث تم إنجاز 31 مطار منها 13 مطار دولي يصل الجزائر بالعديد من المطارات الأوروبية من خلال 37 خط اتجاه أوروبا بالإضافة إلى الخطوط الداخلية، وتضمن نقل حوالي 3.6 مليون مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع؛

● **النقل البحري:** تتوفر الجزائر على 13 ميناء متعدد الاختصاصات بالإضافة إلى وجود عدد كبير من الموانئ الصغيرة للصيد البحري والاستحمام، تضمن الخدمات البحرية 5 مؤسسات متخصصة،

والموانئ الجزائرية تشهد نشاطا اجتماعيا واقتصاديا مكثفا حيث أن المبادلات التجارية الخارجية تتم أساسا عن طريق البحر.

**2.4.2 الاتصالات:** تمتلك الجزائر عدة محطات أرضية للاتصالات بالأقمار الصناعية تدعمت بخدمات المعلومات والربط التكنولوجي بشبكة الإنترنت الدولية، وتغطي الشبكة الهاتفية أغلب التراب الوطني منها 96% آلية ويعرف القطاع توسعا وتحديثا للشبكة من خلال تعميم الهاتف الرقمي والنقل.

### 3. تحليل مؤشرات تنافسية صناعة السياحة في الجزائر

تمثل التنافسية معيارا لتقييم الأداء للدول مقارنة بغيرها من دول العالم وذلك للوقوف على جوانب القوة والضعف لها في مجال المقارنة، وهنا لا بد من تحليل مؤشرات التنافسية في الجزائر والعمل في نفس الوقت على تقييم مستوى تنافسية القطاع السياحي، ومقارنته بدول شمال إفريقيا انطلاقا من التقارير الدورية التي تصدر عن المنتدى الاقتصادي العالمي. ومن أجل توضيح أكبر لواقع تنافسية القطاع السياحي الجزائري نستعرض تطور مؤشرات تنافسية القطاع خلال الفترة 2008-2017 كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول (01): تطور مؤشر تنافسية قطاع السفر والسياحة في الجزائر للفترة 2008-2017

السنوات	الترتيب العام	قيمة المؤشر
2008 (130 دولة)	102	3.5
2009 (133 دولة)	115	3.31
2011 (139 دولة)	113	3.37
2013 (140 دولة)	132	3.07
2015 (141 دولة)	123	2.93
2017 (136 دولة)	118	3.01


المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة 2008

2017.

يوضح الجدول وضعية تنافسية القطاع السياحي الجزائري، فبعد ما احتل القطاع الرتبة 93 عالميا من حيث تنافسيته ظل يُشكل تراجعاً سنة بعد سنة، حيث تراجع سنة 2008 بـ 9 مراتب ليحتل الرتبة 102 عالميا بتنقيط 3.5، ثم إلى الرتبة 115 عالميا سنة 2009، أي أنه تراجع بـ 22 مرتبة على الصعيد الدولي في ظرف سنتين، وشهدت سنة 2011 تقدماً في التصنيف إلى الرتبة 113 عالميا من أصل 139 دولة شملها التصنيف، بينما شهدت سنة 2013 أسوأ رتبة 132 عالميا من بين 140 دولة بتنقيط قدره 3.07 من 7، وهي رتبة متأخرة جدا وتعكس واقع القطاع السياحي في الجزائر والذي لم يحظ بالاهتمام الكافي من قبل الحكومة. لتعرف تحسنا في التصنيف بـ 9 و 5 مراتب خلال سنتي 2015 و 2017 على التوالي، إذ يعزى ذلك نسبيا للمجهودات المبذولة من طرف الجهات الوصية لتطوير القطاع السياحي.

وبالتالي اتضح لنا الوضعية الصعبة التي يتواجد عليها قطاع السياحة في الجزائر، حيث أن تنافسيته بعيدة عن المستويات والمعايير الدولية، حسب ما يوضحه الجدول التالي الذي يبرز مكانة تنافسية هذا القطاع في الجزائر عالميا ومقارنته ببعض دول شمال إفريقيا، بحيث أنها جاءت في مراتب جد متدنية تعكس الواقع المتردي الذي يعيشه قطاع السياحة والسفر في الجزائر:

#### الجدول(02): تطور المؤشر العام لتنافسية قطاع السفر والسياحة في الجزائر

التغير	2017	2013		الدولة
	الترتيب العالمي (136) دولة)	الرصيد	الترتيب العالمي (140) دولة)	
	65	4.03	71	المغرب
	74	3.88	85	مصر
	118	3.07	132	الجزائر

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة لسنة 2013-2017.

يغطي المؤشر حاليا 136 دولة في العالم وقد تصدرت المغرب المؤشر مقارنة بدول شمال إفريقيا بحصولها ضمن المؤشر الكلي على الترتيب (65) عالميا، تلتها على التوالي كل من: مصر بالترتيب (74)، الجزائر (118). وبالمقارنة مع سنة 2013، سجلت المغرب تحسن في ترتيبها العالمي بتغير قدره 6 درجات، وكذا هو الحال بالنسبة لمصر والجزائر. والجدير بالذكر أن الترتيب الحالي للدول العربية أخذ في اعتباره الحراك الشعبي في بعض الدول العربية. وللتذكير فإنه لم يقع إدراج تونس في تقرير التنافسية العالمية لسنة 2012-2013 في حين أنها احتلت المرتبة 40 من جملة 139 دولة سنة 2011.

**1.3 المؤشرات الفرعية لتنافسية قطاع السياحة والسفر:** يتضح من الجدول رقم (03) أن وضع الجزائر جاء متأخرا في الترتيب العام عالميا، حيث جاءت في المرتبة 118 عالميا خلال 2017 بتنقيط 3.10. بتراجع بـ 14 مرتبة مقارنة بـ 2013، ويعود تأخر ترتيب الجزائر في المؤشر العام إلى وضعها في المؤشرات الفرعية حيث جاءت متأخرة في أغلب المؤشرات وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

**الجدول (03): مؤشرات تنافسية السفر والسياحة في الجزائر لسنة 2017**

المؤشرات الفرعية						المؤشر الكلي			
الموارد الثقافية والطبيعية		بيئة السياحة والسفر وبنيتها التحتية		الإطار التنظيمي (الاستدامة البيئية)					
الترتيب عالميا	الرصيد	الترتيب عالميا	الرصيد	الترتيب عالميا	الرصيد	الترتيب عالميا	الدولة	الترتيب	الرصيد
41	3.10	80	3.80	107	3.70	65	المغرب	1	
48	2.90	93	3.20	67	4.10	74	مصر	2	
94	2.10	131	2.10	106	3.70	118	الجزائر	3	

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة لسنة 2017.

يتضح من الجدول أعلاه أن الجزائر جاءت في المرتبة 118 عالميا، مقارنة بالمغرب ومصر ضمن المؤشر الكلي حيث احتلت المغرب المرتبة 65 عالميا ومصر المرتبة 74. في مؤشر الإطار التنظيمي للسياحة والسفر وبالأخص الاستدامة البيئية احتلت الجزائر المرتبة 106 عالميا وهي بعيدة عن ترتيب مصر بترتيب 67 وعالميا، وذلك راجع إلى تعقيد القوانين وإجراءات السفر ونقص السلامة والأمن بالإضافة إلى نقص الصحة والنظافة، كما احتلت المرتبة 131 عالميا في مؤشر بيئة السياحة والسفر وبنيتها التحتية، وهي بعيدة عن ترتيب كل من المغرب ومصر 80 و93 عالميا على التوالي، وذلك راجع لعدم ملائمة مناخ الاستثمار وضعف البنية التحتية (المطارات، المعلومات والاتصالات والبنوك...)، ويشير ترتيبها 94 عالميا في مؤشر الموارد البشرية والطبيعية للسفر والسياحة، لضعف تأهيل الموارد البشرية نتيجة ضعف الاستثمار في الرأس المال البشري بالإضافة إلى غياب الثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع.

وفيما يلي عرض مفصل لوضعية المؤشرات الفرعية لتنافسية القطاع السياحي الجزائري مقارنة بدول شمال إفريقيا للوقوف أكثر على واقع تنافسيته.

■ **مؤشر الإطار التنظيمي لتنافسية قطاع السياحة والسفر:** يستند هذا المؤشر على دراسة الأطر القانونية والتنظيمية ويتكون من مجموعة من المؤشرات في هذا المجال، إذ شهدت تنافسية قطاع السياحة والسفر في الجزائر على مستوى الإطار التنظيمي بمختلف فروعها بعض التطورات التي يعكسها الجدول رقم (04):



## الجدول (04): الإطار التنظيمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة في الجزائر لسنة 2017

المؤشرات الفرعية										الدولة
أولوية قطاع السفر والسياحة		الصحة والنظافة		الأمن والسلامة		الاستدامة البيئية		تأثير القواعد التجارية على الاستثمار الأجنبي المباشر		
الترتيب عالميا	الرصيد	الترتيب عالميا	الرصيد	الترتيب عالميا	الرصيد	الترتيب عالميا	الرصيد	الترتيب عالميا	الرصيد	
35	5.00	99	4.60	20	6.10	107	3.70	39	5.00	المغرب
37	5.00	68	5.40	130	3.30	67	4.10	113	3.80	مصر
131	2.80	89	4.90	81	5.30	106	3.70	133	3.00	الجزائر

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة لسنة 2017. يتضح من الجدول أن المغرب احتلت أحسن مرتبة بحسب دليل الإطار التنظيمي والقانوني، حيث كان أفضل مؤشر فرعي حسب هذا الدليل هو مؤشر الأمن والسلامة الذي وضعها في الرتبة 20 عالميا بتنقيط 6.10 ثم مؤشر أولوية قطاع السفر والسياحة الذي وضعها في الرتبة 35 عالميا، بينما احتلت مصر الرتبة 113 بحسب هذه الدليل وكان أفضل مؤشر فرعي هو أولوية قطاع السياحة والسفر الذي وضعها في الرتبة 37 عالميا بتنقيط 5.00 ثم مؤشر الاستدامة البيئية. أما بالنسبة للجزائر فالملاحظ أن قطاع السياحة والسفر متخلف على مستوى الإطار التنظيمي فقد احتلت الرتبة 133 عالميا، وجاءت في مراتب متدنية في المؤشرات الفرعية المكونة له حيث كان أحسن ترتيب لها هو مؤشر الأمن والسلامة بتنقيط 5.30 من 7 وأسوء ترتيب لها هو مؤشر أولوية قطاع السياحة والسفر حيث احتلت المرتبة الأخيرة بتنقيط 2.80 من 7، وبالتالي تنافسية قطاع السياحة في الجزائر متدنية على مستوى الإطار التنظيمي، و يمكن إرجاعها إلى عوامل داخلية مرتبطة بالبيئة التنظيمية وذلك في ضعف وعدم مرونة السياسات والقواعد التنظيمية خاصة أن الجزائر لم تعالج

مكامن الضعف في بيئتها التشريعية والتنظيمية، ولا زالت تعاني من تعقيد الإجراءات والتوقيت اللازم للبدء في مشروع استثماري إضافة إلى عدم بروز القطاع السياحي كألوية بالنسبة للسياسة الجزائرية.

■ مؤشر بيئة السياحة والسفر وبنيتها التحتية لتنافسية قطاع السياحة والسفر: يشير هذا المؤشر إلى مدى تطور البنى التحتية سواء فيما تعلق الأمر بالنقل البري، النقل الجوي، المجال السياحي وكذا في مجال الاتصالات والمعلومات لما توفره من مرونة أكبر وراحة أعلى في انتقال السياح. وقد جاءت تنافسية بيئة السياحة والسفر وبنيتها التحتية والمؤشرات الفرعية المكونة له من خلال التالي:

جدول(05) : بيئة السياحة والسفر وبنيتها التحتية لتنافسية قطاع السفر والسياحة في الجزائر

المؤشرات الفرعية										الدولة
تنافسية الأسعار في صناعة السياحة		البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات		البنية التحتية للهياكل السياحية		البنية التحتية للنقل البري		البنية التحتية للنقل الجوي		
الترتيب العالمي	الرصيد	الترتيب العالمي	الرصيد	الترتيب العالمي	الرصيد	الترتيب العالمي	الرصيد	الترتيب العالمي	الرصيد	
47	5.20	77	4.30	80	3.80	60	3.40	63	2.80	المغرب
2	6.20	89	3.90	93	3.20	82	3.00	59	2.90	مصر
4	6.00	96	3.70	131	2.10	105	2.05	100	2.10	الجزائر

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة لسنة 2017. يتضح من معطيات الجدول أعلاه، أن مصر احتلت أحسن مرتبة بحسب مؤشر تنافسية الاسعار في صناعة السياحة الذي وضعها في الرتبة الثانية عالميا بتتقيط 6.20، ثم مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي الذي وضعها في الرتبة 59 عالميا، بينما احتلت المغرب الرتبة 63 بحسب هذه المؤشر حيث احتلت المرتبة 47 في مؤشر تنافسية الأسعار في صناعة السياحة بتتقيط 5.20 ثم مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي. بخصوص الجزائر تدهورت تنافسية قطاع السياحة والسفر في الجزائر على

مستوى هذا المؤشر حيث جاءت في مراتب متأخرة في جل المؤشرات المكونة له ماعدا مؤشر تنافسية الأسعار في صناعة السياحة حيث جاءت في المرتبة 4 بتنقيط 6.00 من 7. احتلال الجزائر لمراتب متأخرة في جل المؤشرات الفرعية أدى إلى تراجع تنافسية القطاع السياحي دوليا، رغم احتلالها مكانة جيدة من حيث تنافسية الأسعار إلا أنها تبقى غير كافية، ورغم امتلاكها لموارد مالية إلا أن الاستثمارات الموجهة لبنية تحتية متطورة ليست في مستوى مؤهلاتها المالية.

■ **مؤشر الموارد البشرية، الثقافية والطبيعية لتنافسية قطاع السياحة والسفر:** يعتبر هذا المؤشر مهم جدا لأي بلد حيث أنه يشير إلى مدى تطور الموارد البشرية من ناحية التأهيل والمستوى المعرفي، زيادة على عدد المواقع الثقافية والطبيعية المصنفة عالميا والتي تبرز في مجملها الموارد السياحية للبلد، والجدول رقم (06) يوضح مكانة الجزائر في هذا المؤشر مقارنة بدول شمال إفريقيا

**الجدول (6): مؤشر تنافسية الموارد البشرية والطبيعية والثقافية لقطاع السفر والسياحة في الجزائر**

المؤشرات الفرعية							الدولة	
الموارد الثقافية		الموارد الطبيعية		الانفتاح الدولي		الموارد البشرية		
الترتيب عالميا	الرصيد	الترتيب عالميا	الرصيد	الترتيب عالميا	الرصيد	الترتيب عالميا		
41	2.50	47	3.60	91	2.70	117	3.90	المغرب
22	3.30	97	2.50	102	2.50	102	4.10	مصر
53	2.10	124	2.20	134	1.50	112	4.00	الجزائر

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة لسنة 2017.

من خلال الجدول يتضح أن مصر احتلت المرتبة 22 عالميا في مؤشر الموارد الثقافية بتنقيط 3.30، ثم مؤشر الموارد الطبيعية الذي وضعها في المرتبة 97 عالميا، بينما احتلت المغرب المرتبة 47 بحسب هذا المؤشر حيث كان أفضل مؤشر فرعي هو الموارد الثقافية بمرتبة 41 وتنقيط 2.50 من 7. بخصوص الجزائر تدهورت تنافسية قطاع السياحة والسفر على مستوى هذا المؤشر حيث جاءت في

مراتب متأخرة في جل المؤشرات المكونة له ماعدا مؤشر الموارد الثقافية حيث جاءت في المرتبة 54 بتنقيط 2.10 من 7. ضعف تنافسية قطاع السياحة والسفر في الجزائر من هذا الجانب، إذ أنه ورغم بروز الموارد الثقافية في مرتبة حسنة نسبيا لما تملكه الجزائر من مواقع ثقافية مصنفة دوليا، إلا أنها تبقى دون المستوى فيما يخص الموارد الطبيعية والبشرية لضعف التأهيل العلمي والمعرفي وخصوصا فيما يخص مدى فهم المجتمع للسياحة والانفتاح عليها وموقف السكان اتجاه الزوار الأجانب.

نستخلص مما سبق أن القطاع السياحي الجزائري مازال يحتل مراتب متأخرة في مؤشر تنافسية السفر والسياحة وعلى الجهات المعنية بقطاع السياحة أن تتخذ هذه النتائج مجدية وتعمل على تطوير القطاع مما يساهم في تحسين تنافسيته.

#### 4. متطلبات النهوض بتنافسية صناعة السياحة في الجزائر

في طيات هذه الورقة سوف يتم عرض أهم مشاكل صناعة السياحة في الجزائر، إضافة إلى بعض الإجراءات والتدابير التي قد تؤدي إلى تنميتها بطريقة فعالة.

1.4 معوقات تنافسية صناعة السياحة في الجزائر: صناعة السياحة في الجزائر تقف في استمرارها وتطورها عدة مشاكل ومعوقات أهمها<sup>4</sup>:

- **عدم اهتمام الحكومة بقطاع السياحة:** لم تكن السياحة ضمن أولويات الدولة الجزائرية، فمن ناحية الموضوعية من الواجب إعطاء الأولوية لقطاعات الفلاحة والصحة والتعليم والسكن كونها ذات أهمية كبرى، غير أن ذلك لا يمنع من الاهتمام بتنمية السياحة لأنها تعود على القطاعات السابقة بالفائدة؛ وعدم بروز القطاع السياحي كأولوية بالنسبة للسياسة الجزائرية؛
- **الافتقار إلى الوعي السياحي:** حتى تكون للسياحة دور فعال في تطوير وتنمية الاقتصاد الوطني وجب أن تكون محل اهتمام من طرف جميع الفاعلين في الدولة، سواء الحكومة أو الجمعيات والمجتمع المدني والمواطن على حد سواء، ويبقى هذا الأخير أهم عنصر فاقده للوعي السياحي في الجزائر، وهذا ما يتطلب إنشاء مدارس ومعاهد خاصة بالسياحة فضلا على إبراز أهمية التنمية السياحية في المناهج التربوية؛

■ الظروف الأمنية التي مرت بها الجزائر: لاشك أن الظروف الأمنية للبلدان السياحية تلعب الدور الرئيسي في التنمية السياحية، إذ لا يمكن لبلد ما أن يكون محل استقطاب سياحي وفي نفس الوقت يعرف اضطرابات أمنية تعيق تحرك السياح داخله، والجزائر عرفت في عشرية التسعينات ظروف أمنية حالت دون تطور القطاع السياحي حيث كانت سنة 1995 أضعف سنة من حيث توافد السياح إذ بلغ 519.576 سائح وهو ثاني أضعف توافد منذ سنة 1967 حيث كان آنذاك 497.900 سائح؛

■ تدني الإطار التنظيمي للقطاع السياحي: والتي يمكن إرجاعه إلى عوامل داخلية مرتبطة بالبيئة التنظيمية وذلك في ضعف وعدم مرونة السياسات والقواعد التنظيمية خاصة أن الجزائر لم تعالج مكامن الضعف في بيئتها التشريعية والتنظيمية، ولا زالت تعاني من تعقيد الإجراءات القانونية والإدارية؛

■ الافتقار إلى سياسة تسويقية فعالة : دون وضع إستراتيجية تسويقية فعالة لا يمكن أن نجعل من الجزائر قطب سياحي مما يحول دون تحقيق تنمية سياحية، إذ لا بد من استخدام الوسائل الحديثة ومنها التسويق السياحي بما يمكننا من التسويق لوجهة الجزائر وإبراز المقومات السياحية الجزائرية واستقطاب السياح ؛

■ نقص المرافق والمنشآت القاعدية للقطاع السياحي : الاهتمام المتأخر بتنمية السياحة في الجزائر جعلها تعاني من نقص كبير في الهياكل القاعدية للسياحة سيما منها طاقة الإيواء.

#### 2.4. الإجراءات والتدابير اللازمة لتحسين تنافسية صناعة السياحة في الجزائر

قصد تنمية صناعة سياحية حقيقية يُستلزم على الدولة الجزائرية على وجه الخصوص، والمستثمرون الخواص في المجال السياحي على العموم القيام بالتدابير التالية<sup>5</sup>:

✓ ترقية الاستثمار السياحي: ويكون ذلك من خلال النقاط التالية:

- توفير بيئة العقار السياحي من خلال تهيئة المواقع القابلة للتوسع السياحي؛
- تمويل المشاريع السياحية: ويتم ذلك عن طريق التمويل مع مراعاة خصوصية الاستثمار في القطاع السياحي وما يتطلب من جهد كبير ورؤوس أموال كثيرة فضلا على استغراقه لوقت طويل، كل هذه الخصائص تجعل تمويل المشاريع السياحية لا بد أن تستفيد من المزايا التالية:

- منح قروض بمبالغ كبيرة ولمدة طويلة تبعا لحاجة المشاريع السياحية، قصد إنشائها في مواقع استراتيجية وبتصميمات ذات صبغة جمالية تمكنها من استقطاب السياح؛
- تخفيض فوائد القروض إلى أدنى مستوياتها مما من شأنه أن يشجع الاستثمار في المجال السياحي؛
- تنويع عملية دعم الاستثمار في المشاريع السياحية لاسيما تخفيضات الرسوم والضرائب؛
- توفير أو تحسين مناخ الاستثمار السياحي.

✓ **دعم وإعادة تأهيل المنشآت السياحية** : وذلك من أجل تحسين ورفع قدرات الإيواء السياحية، إذ يتطلب من السلطات العمومية إعادة تأهيل المنشآت السياحية سواء على مستوى القطاع العام أو القطاع الخاص الذي يجب أن تعطى له الأولوية في إنشاء منشآت سياحية مقابل دعم يتلقاه الخاص وفق الطرق المشار إليها في ترقية الاستثمار السياحي ؛

✓ **دعم التكوين في ميدان السياحة** : من الوسائل الواجب الاهتمام بها قصد تنمية السياحة، التكوين السياحي وذلك من خلال إنشاء مدارس تكوين الإطارات السياحية تعنى بتسيير الهياكل السياحية بما يجعلها تستغل بطرق علمية فضلا على مساهمتها في إبراز السوق السياحي الجزائري.

#### الخاتمة

في هذه الورقة البحثية تمت معالجة موضوع صناعة السياحة في الجزائر مقوماتها ومكامن تنافسيتها ، حيث قسّمت إلى ثلاث محاور بدءا بتحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي الجزائري مقارنة بدول شمال إفريقيا، وأخيرا متطلبات النهوض بالقطاع السياحي. حيث توصلنا من خلال دراستنا لواقع الأداء التنافسي للقطاع السياحي والعوامل المحددة له في الجزائر إلى ضعف في معظم مؤشرات بالرغم من تمتع الجزائر بميزة نسبية من حيث المقومات السياحية التاريخية، الثقافية والموارد الطبيعية لكنها غير مستغلة ويجب على الدولة تثمينها، إذا ما أرادت تطوير الجذب السياحي بما يعزز مساهمته في النمو والازدهار الاقتصادي، وبما يكسب القطاع ميزة تنافسية تجعله يحتل مكانة مناسبة في السوق الدولية.

وبناء على ما تم ذكره تم استخلاص بعض النتائج كما يلي:

✓ تتوفر الجزائر على إمكانيات كبيرة في الميدان السياحي إلا أن استغلال هذه الإمكانيات بعيد عن المستوى المطلوب بسبب التأخر الكبير الذي عرفته ترقية هذا القطاع ؛

✓ يعاني قطاع السياحة في الجزائر من ضعف وتحلف كبير في تنافسيته، حيث يحتل مراتب متأخرة في جميع المؤشرات الفرعية لمؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر العالمي، وهو ما يضع الجزائر أمام تحديات كبيرة للنهوض بهذا القطاع الحيوي؛

✓ من أجل الحصول على صناعة سياحية فعالة، يجب على كل الأطراف أن تتضافر وبكل أشكالها، بدءا بالدولة والجماعات المحلية والمستثمرون الخواص وأيضا المجتمع المدني، من أجل تحقيق الأهداف المرسومة.

### المراجع والهوامش

<sup>1</sup> محمد الهادي لعروق، أطلس العالم والجزائر، (عين مليلة: دار الهدى، دون تاريخ)، ص12.

<sup>2</sup> الديوان الوطني للسياحة، الحمامات المعدنية منتوج خاص، مجلة الجزائر سياحة، العدد 33، مطبعة الديوان، ص 14.

<sup>3</sup> محمد الهادي لعروق، مرجع سابق، ص28.

<sup>4</sup> مليكة حفيظ شبايكي، السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر، رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003/2002، ص 124.

<sup>5</sup> عبد الحفيظ مسكين، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة مقدمة ضمن نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009، ص-ص 113 - 114.