

الصناعة السياحية كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة بإسبانيا: دراسة مؤشرات التنافسية، عوامل النجاح، التحديات وسبل استفادة الجزائر من تجربتها الرائدة

ط.د بروبعة فتيحة
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم
Berrouba.eco@gmail.com

ط. د لقراب رفيقة
جامعة الجزائر 03
Rafikamanager1@hotmail.fr

المخلص:

أصبحت السياحة أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية عبر العالم، نظرا لاستفادتها من التطور العلمي والتقني الحديث والتي مست العديد من الجوانب وخصوصا الخدماتية، ما جعلها تبرز كصناعة متكاملة، بل وتعد من أكبر الصناعات في العالم، وإحدى أسرع القطاعات الاقتصادية نموا وذلك لما تحققه من نتائج معتبرة من حيث التدفقات والإيرادات ومن حيث مناصب الشغل التي تحدثها بصورة مباشرة وغير مباشرة لارتباطها وتشابكها مع العديد من القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ما دفع العديد من الدول إلى الاهتمام بهذا القطاع. على هذا الأساس، ظهرت عدة توجهات حديثة لزيادة الجذب السياحي عن طريق اتباع استراتيجيات ناجحة لضمان تنافسية قطاع السياحة على المدى البعيد. ومن خلال منهج دراسة الحالة، سلطت الباحثتان الضوء على تجربة إسبانيا بصفقتها دولة رائدة في مجال صناعة السياحة، حيث تبنت مقاربات معينة لتحقيق التنوع الاقتصادي والتنمية المستدامة من خلال سياحة متطورة وتنافسية، وبالرغم من التحديات التي جابهتها فإنها احتلت صدارة الترتيب عالمياً وفقاً لمختلف مؤشرات تنافسية السياحة العالمية، إضافة إلى بحث سبل استفادة الجزائر من تجربة هذه الأخيرة.

الكلمات المفتاحية: صناعة السياحة، مؤشرات تنافسية السياحة، التنمية المستدامة، إسبانيا، الجزائر.

Astract:

Tourism has become one of the most important and dynamic sectors around the world, benefiting from the modern scientific and technological development which has touched many aspects especially service. It has become an integrated industry. It is one of the largest industries in the world and one of the fastest growing economic sectors for its remarkable results. In terms of inflows and revenues and in terms of jobs that are directly and indirectly related to their interrelations with many economic, social and cultural sectors, which has led many countries to pay attention to this sector. On this basis, several recent trends have emerged to increase tourism attractions by pursuing successful strategies to ensure the long-term competitiveness of the tourism sector. Through the case study, the researchers highlighted Spain experience as a leading country in the tourism industry. It adopted certain approaches to achieve economic diversification and sustainable development through advanced and competitive tourism. Despite the challenges facing it, it ranked top of the rankings globally according to the various indicators of global tourism

competitiveness, In addition to discussing ways to benefit Algeria from the experience of the latter.
Keywords: Tourism industry, Competitiveness tourism indicators, sustainable development, Spain, Algeria.

المقدمة:

تشكل السياحة عنصراً أساسياً في الاقتصاد العالمي في القرن الحادي والعشرين، مما جعلها تتحول إلى صناعة عالمية حيث تتنافس الدول في هذا المجال. إن الصناعة السياحية هي إحدى الركائز الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية لما لها من تأثير فعال ومباشر على اقتصاديات العديد من البلدان سواء على مستوى تشغيل اليد العاملة أو التنمية المستدامة، حيث لم تعد صناعة السياحة كما كانت في القرن الماضي، فاليوم في الألفية الثالثة تشعبت فروعها وتداخلت وأصبحت حاضرة في معظم مجالات الحياة اليومية.

اشكالية الدراسة:

يمكننا صياغة اشكالية الدراسة على النحو التالي:

في ظل التوجه العالمي المتزايد إلى تشجيع صناعة سياحية تنافسية وناجحة بمختلف الدول بالرغم من التحديات والصعوبات، ما مدى مساهمة هذه الأخيرة في تحقيق التنمية المستدامة في اسبانيا؟ وهل بالإمكان اسقاط التجربة الاسبانية الرائدة على الجزائر؟

الاشكاليات الفرعية للدراسة:

تفرع عن هذه الاشكالية الرئيسية التي تحاول الدراسة الاجابة عليها اشكاليات فرعية هي:

- 1- هل يمكن تقييم صناعة السياحة بإسبانيا من خلال مؤشرات تنافسية السياحة العالمية؟
- 2- ما هي عوامل نجاح صناعة السياحة في اسبانيا؟
- 3- فيما تتمثل أبرز التحديات الحالية والمستقبلية التي تواجهها صناعة السياحة بإسبانيا، وهل ساهمت هذه الأخيرة في تحقيق التنمية المستدامة؟
- 4- كيف يمكن للجزائر الاستفادة من التجربة الرائدة لإسبانيا في مجال الصناعة السياحية المستدامة؟
الفرضيات الرئيسية:

للإجابة على الاشكاليات الفرعية السابقة، قمنا بوضع مجموعة من الفرضيات نوردتها على النحو التالي:

- 1- وفقاً لمؤشرات تنافسية السياحة العالمية الصادرة عن التقرير السنوي للمنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2019، احتلت اسبانيا صدارة الترتيب العالمي مما يؤكد امتلاكها لصناعة سياحية ناجحة وتنافسية.
- 2- تعد الثقافة السياحية العالمية للمواطن الاسباني، وإعطاء الأولوية لقطاع السياحة في خطط الحكومة الاسبانية، وجودة البنية التحتية لخدمة السائح، من أهم العوامل التي جعلت اسبانيا وجهة رئيسية للسياحة.
- 3- تواجه صناعة السياحة الاسبانية عدة تحديات، من بينها مواصلة إيجاد سبل التحسين نظراً لنضج القطاع، إضافة إلى تكييف المنتج السياحي مع فئات مستهدفة من السائحين.
- 4- تستطيع الجزائر امتلاك عوامل جذب حقيقية لبناء صناعة سياحية مستدامة، كالاستثمار في الموارد البشرية وتنميتها، وتوفير بنية تحتية صلبة لخدمة السائح.

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال تطرقها لموضوع هام يتمحور حول صناعة السياحة ومدى تحقيقها للتنمية المستدامة، في ظل سعي الدول إلى تحسين مؤشرات التنافسية السياحية باستمرار تماشياً مع المتطلبات الحديثة للمنافسة في الأسواق الدولية، وذلك بتوفير كل الظروف والشروط الضرورية، والتي منها خلق منتجات سياحية مستدامة تتلاءم مع أهداف ومتطلبات التنمية المستدامة، إضافة إلى تعزيز عوامل النجاح المحلية بالرغم من التحديات في الحاضر والمستقبل، استناداً إلى تجارب دولية متفوقة على غرار التجربة الإسبانية.

أهداف الدراسة:

هدفنا الأساسي من هذه الدراسة هو محاولة إنتاج قيمة مضافة من خلال إثراء البحث العلمي في مجال الصناعة السياحية من جهة، والتنمية المستدامة من جهة أخرى، كما تسعى الدراسة إلى معرفة أهم المقاربات الحديثة التي تبنتها إسبانيا باعتبارها بلد رائد في مجال السياحة، ومحاولة الاستفادة من تجربتها المميزة في إنشاء سياحة مستدامة، عصرية وقوية للنهوض بالاقتصاد الوطني من خلال توافرها على عناصر النجاح الأساسية.

النقاط الرئيسية للدراسة:

في هذا الصدد سوف نتطرق إلى موضوعنا من خلال النقاط التالية:

- الإطار النظري للتنمية المستدامة وصناعة السياحة.
- مؤشرات تنافسية السياحة.
- دراسة إمكانية استعادة الجزائر من التجربة الرائدة لإسبانيا في بناء صناعة سياحية مستدامة.

المحور الأول: الإطار النظري للتنمية المستدامة وصناعة السياحة

إن فتح الأسواق وتنامي الاقتصاد وتغيير احتياجات المستهلكين هي المحرك الرئيسي للنمو المعتدل لصناعة السياحة، فوفقاً لمنظمة السياحة العالمية فإنه يتوقع أن يبلغ عدد السائحين حوالي 1.8 مليار سائح بحلول عام 2030 عالمياً، الأمر الذي استدعى الاهتمام بإدارة الصناعة السياحية بما يتوافق مع أهداف التنمية المستدامة.

الفرع الأول-مدخل عام إلى التنمية المستدامة

بدأ مفهوم التنمية المستدامة كخطوة أولى بقضية البيئة، والتي طغت على سطح القضايا الدوليةⁱⁱ، حيث عرفت التنمية المستدامة لأول مرة عام 1987 في تقرير لجنة برونتلاند (the Bruntland World Commission) بأنها "تلبية احتياجات الأجيال الحاضرة دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها"ⁱⁱⁱ. تم إنشاء لجنة التنمية المستدامة في مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية (UNCED) في ريو دي جانيرو في الفترة 3 إلى 14 جوان 1992، عُرف وقتها باسم قمة الأرض، أُطلق عليه بعد ذلك اسم مؤتمر ريو، والذي شاركت فيه أكثر من 150 دولة^{iv}. وفي مؤتمر قمة الأرض بجوهانسبرغ المنعقدة عام 2002، من 26 أوت إلى 04 سبتمبر، تم التركيز على أبعادها أي البيئة إلى جانب التنمية الاجتماعية والاقتصادية^v.

الفرع الثاني- مفهوم صناعة السياحة

السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة من ظواهر العصر الحديث، والأساس منها الحصول على الاستجمام^{vi}.

أولاً- تعريف السياحة

-التعريف المقدم من طرف المنظمة العالمية للسياحة (WTO):

تشمل السياحة أنشطة الأشخاص الذين يسافرون ويبقون في أماكن خارج بيئتهم المعتادة لمدة لا تزيد عن سنة واحدة دون انقطاع من أجل الترفيه، الأعمال وغيرها من الأغراض. تتكون البيئة المعتادة للشخص من منطقة محددة قريبة من مكان إقامته مضافا إليه كافة الأماكن التي يزورها بصورة متكررة. ^{vii} وتتقسم إلى فرعين هما:

أ- السياحة الداخلية (Internal Tourism) هي مجموع السياحة المحلية (Domestic Tourism) والسياحة الواردة (Inbound Tourism)، هذه الأخيرة هي السفر نحو مكان معين، وخصوصا عند عودة المسافر إلى نقطة الانطلاق الأصلية، وتشمل أنشطة الزوار غير المقيمين في منطقة محددة خارج بيئتهم المعتادة لمدة ليست أكثر من سنة واحدة متواصلة لغرض الراحة أو الأعمال أو لأغراض أخرى.

أما السياحة الوطنية فهي مجموع السياحة المحلية والسياحة الصادرة (Outbound Tourism)، هذه الأخيرة تعرف على أنها كل الأنشطة المقيمين في منطقة محددة والذين يسافرون ويبقون في أماكن خارج تلك المنطقة وخارج بيئتهم المعتادة لمدة ليست أكثر من سنة بدون انقطاع بغرض الراحة، الأعمال أو لأغراض أخرى. ^{viii}

ب- السياحة الدولية تشمل كلا من السياحة الواردة والسياحة الصادرة. ^{ix}

ثانياً - تعريف صناعة السياحة

يمكن تعريف صناعة السياحة على أنها: "النشاط الاقتصادي الذي يهتم باستقبال وإقامة السياح الوافدين من مقر إقامتهم الدائمة أو أماكن أعمالهم من أجل المتعة والراحة والاستجمام لفترة زمنية لا تقل عن 24 ساعة". ^x

الفرع الثالث - الفرق بين السياحة المستدامة والتنمية السياحية المستدامة

السياحة المستدامة هي ظاهرة مختلفة تماماً عن "التنمية السياحية المستدامة"، حيث تتركز السياحة المستدامة على جدوى صناعة السياحة، وتحاول إيجاد مفاضلة في أنشطتها التي تساعد في الحفاظ على هذه الصناعة. أي الحفاظ على السياحة كنشاط اقتصادي من خلال مفاوضات سلسلة الأجور والتوريد. ومع ذلك، قد تتعارض هذه المبادرات مع مبادرات التنمية؛ كالحفاظ على صناعة السياحة من خلال الأجور المنخفضة. ^{xi}

في حين يقصد بالتنمية السياحية المستدامة: "تلبية احتياجات السياح، والمواقع المضيئة، إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل؛ كما أنها تمثل جملة القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد، بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي، والعوامل البيئية، التنوع الحيوي، ودعم نظم الحياة". ^{xii}

وعرفها الاتحاد الأوروبي للبيئة والمنتزهات القومية سنة 1993 على أنها نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية، كما تعرف على أنها التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجمعات المضيئة الحالية وضمن استعادة الأجيال المستقبلية. ^{xiii}

من جهة أخرى، عرفت التنمية السياحية المستدامة على أنها: "السياحة التي تأخذ بعين الاعتبار الاقتصاديات الحالية والمستقبلية معا، التأثيرات الاجتماعية والبيئية، احتياجات الزوار، الصناعة، والمجمعات المضيئة". ^{xiv}

كما تهدف التنمية السياحية المستدامة إلى استحداث أنشطة رصد مراقبة وتحقيق الآثار السلبية الناجمة عن الأنشطة السياحية، وكذلك العمل على تحديد الحجم الأمثل للسياحة بحيث يتم عند الحاجة تقليل معدلات نمو قطاع السياحة من أجل المحافظة على الموارد الطبيعية والتراث الحضاري للجهات السياحية المقصودة بالإضافة إلى الأعراف والتقاليد الاجتماعية والثقافية لدى المجتمعات. ^{xv}

المحور الثاني: مؤشرات تنافسية السياحة

في هذا المحور سنتطرق إلى أبرز المؤشرات التي أصدرتها العديد من المؤسسات والمنظمات الدولية في تقاريرها، والتي توضح طرق قياس تنافسية القطاعات الاقتصادية الهامة على غرار السياحة.

الفرع الأول- تعريف تنافسية السياحة

حسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) تنافسية السياحة أو القدرة التنافسية للسياحة لوجهة ما: "هي قدرة المكان على تحسين جاذبيته للمقيمين وغير المقيمين، لتقديم خدمات سياحية للمستهلكين ذات جودة، مبتكرة، وجذابة (على سبيل المثال توفير قيمة جيدة مقابل المال)، والحصول على حصص في السوق على أماكن السوق المحلية والعالمية، مع ضمان أن تستخدم الموارد المتاحة لدعم السياحة بكفاءة وبطريقة مستدامة."^{xvi}

الفرع الثاني- مؤشرات تنافسية السياحة الصادرة من طرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)

يتألف إطار القياس من ثلاثة (03) أنواع من المؤشرات التي يمكن تطبيقها لقياس القدرة التنافسية في السياحة الأساسية، والتكاملية، والتنمية المستقبلية. والمؤشرات الأساسية الأحد عشر (11) هي:^{xvii}

2- **عائدات السياحة الوافدة لكل زائر حسب سوق المصدر:** أي مقياس للنشاط الاقتصادي للزوار الذين يحدون نسبة النمو أو الانخفاض على أساس سنوي في عائدات السياحة الوافدة لكل زائر حسب سوق المصدر، وينصب التركيز على استهلاك السياحة الوافدة، ويتمثل التحدي في توافر بيانات وبروتوكولات متسقة.

3- **المبيت في جميع أنواع السكن:** وهو مقياس للتدفقات السياحية في أماكن الإقامة، حيث يحتسب النسبة المئوية للنمو أو

الانخفاض على أساس سنوي في الليل في جميع أنواع الإقامة أو في الفنادق والمؤسسات المماثلة إن لم يكن متاحا، وينصب التركيز على الاقتصاد السياحي الداخلي، ويتمثل التحدي في قياس أماكن الإقامة غير المسجلة والخاصة.

4- **صادرات الخدمات السياحية:** قياس صادرات الخدمات السياحية والأداء النسبي مقارنة بالقطاعات الأخرى، مما يحقق النمو أو الانخفاض على أساس سنوي من حيث القيمة والنسبة، وينصب التركيز على استهلاك السياحة الوافدة، في هذه الحالة يتمثل التحدي في جمع بيانات تفصيلية للقطاعات الفرعية، وسيظهر هذا الإجراء تغييرا في الأداء يعكس المنافسة من حيث العلامة التجارية والوعي بالقيمة والبعد الدولي.

5- **إنتاجية العمل في الخدمات السياحية:** هي مقياس لمستوى وتطور إنتاجية العاملين في السياحة والإمكانات الإنتاجية لاقتصاد السياحة المبنية في جدول مقاييس الإنتاجية ومعدلات النمو حسب البلد. الإنتاجية هي بعد رئيسي من أبعاد القدرة التنافسية. ويتعلق التحدي بصعوبات القياس، لا سيما لمعالجة قضايا الجودة، وخصوصية قطاع السياحة بما في ذلك صغر حجم الأعمال التجارية.

6- **تعادل القوة الشرائية والأسعار في السياحة:** مقياس لفروق مستوى أسعار السياحة بين البلدان المعبر عنها على أساس مؤشرات (حقيقية أو اصطناعية) تختارها البلدان أو مجموعة البلدان، ويعتبر تغيير التكاليف من أهم عوامل القدرة التنافسية، بينما يتمثل التحدي في وضع مجموعات مفصلة من فئات قطاع السياحة وأسعار الأصناف الفردية.

7- **متطلبات تأشيرة دخول البلد:** قياس متطلبات تأشيرة الدخول بما في ذلك طرق إصدار التأشيرات وعدد التأشيرات الصادرة سنويا وحصص الوافدين من السياحة الوافدة، تنقل المسافرين هو عنصر حاسم وقضية التأشيرة هي جزء من القدرة التنافسية. في هذا الصدد، يتمثل التحدي في إيجاد شكل مناسب لتحليل السياسات بالنظر إلى أن سياسات التأشيرات تختلف اختلافا كبيرا عبر البلدان.

8- **الموارد الطبيعية والتنوع البيولوجي:** تعد مقياسا لمخزون البلد من الأصول الطبيعية، من حيث عدد مواقع التراث الطبيعي المعترف بها والمناطق المحمية. وينبغي تقييم ذلك إلى جانب معلومات عن التنوع البيولوجي والنظم الإيكولوجية والموقع الجغرافي والكثافة السكانية، وتعتبر الموارد الطبيعية هي الدافع الرئيسي للجاذبية وتوفر للبلدان ميزة تنافسية، ويتمثل التحدي في تحديد تدبير موحد.

9- **الموارد الثقافية والإبداعية:** وهو مقياس مركب لعدد من المعالم الثقافية والإبداعية المعترف بها في أشكال مختلفة، فالموارد الثقافية والإبداعية هي الدوافع الرئيسية للجاذبية، ويمكن أن يوفر ذلك بناء استراتيجيات تستفيد من الموارد الثقافية والإبداعية كمزايا تنافسية، ويتمثل التحدي في تحديد إجراءات موحدة.

10- **رضا الزائرين:** مقياس لقيمة جاذبية جانب الطلب، وذلك باستخدام مقياس مقارن لتصنيف رضا الزوار ونية الزيارات المتكررة، رضا النزلاء هو مؤشر نوعي مهم من جانب الطلب، ويتمثل التحدي في جمع البيانات التي تستند إلى أساليب إحصائية صلبة والسماح للمقارنة على مر الزمن.

11- **خطة العمل الوطنية للسياحة:** مؤشر أهلية تنافسية يعترف بوجود جودة تنفيذ وفعالية وتقييم خطة عمل وطنية للسياحة لتحسين القدرة التنافسية للسياحة في بلد ما، ويتمثل التحدي في معرفة أفضل السبل للاستفادة من قيمة خطة العمل لتحسين القدرة التنافسية للمقصد.

وقد بقيت القائمة النهائية للمؤشرات قصيرة ومركزة لكي تكون عملية وقابلة للإدارة وذات صلة بالاحتياجات الفورية للبلدان، وتهدف المؤشرات الأساسية الأربعة الأولى إلى إبراز المساهمة الفعلية في الأداء ونتائج السوق الاقتصادية التي تقدمها السياحة. وفيما بعد يمكن تقييم ذلك من حيث الأداء النسبي مع القطاعات الأخرى ومع البلدان الأخرى اعتمادا على زاوية والقدرة التنافسية لصانعي السياسات. وتقيس المؤشرات الأساسية السبعة التالية المدخلات والمساهمة المحتملة في القدرة التنافسية للسياحة.^{xviii}

الفرع الثالث - مؤشرات تنافسية السياحة حسب المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)

اعتمد مؤشر القدرة التنافسية للسفر والسياحة للمنتدى الاقتصادي العالمي مجموعة المؤشرات الأكثر اكتمالا والحديثة المتاحة عالميا لقياس القدرة التنافسية للسياحة، وعمل على تحسينها سنوياً، وفي الوقت الذي تؤمن فيه إمكانية المقارنة، فإن الشفافية الكاملة في المنهجية تعتبر أساسية لسلامة إطار البحث الخاص بالمنتدى، يلخص الجدول التالي التغييرات التي أدخلت في حساب هذه المؤشرات سنة 2019.

الجدول رقم (01): مؤشرات تنافسية السياحة حسب المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) لسنة 2019

مكونات المؤشر	المؤشر الفرعي الثانوي	المؤشر الفرعي الرئيسي
يتكون المؤشر من: حقوق الملكية، الأثر التجاري لقواعد الاستثمار الأجنبي المباشر، كفاءة الإطار القانوني في تسوية النزاعات، كفاءة الإطار القانوني في تحدي اللوائح الصعبة، الوقت اللازم للتعامل مع رخص البناء، تكلفة التعامل مع رخص البناء، مدى هيمنة السوق، الوقت اللازم لبدء الأعمال التجارية، التكلفة لبدء نشاط تجاري، أثر الضرائب على الحوافز على العمل، أثر الضرائب على الحوافز على الاستثمار، إجمالي معدل الضريبة، العمالة والمساهمات في معدل الضريبة، معدل الضرائب على الأرباح ومعدلات ضرائب أخرى.	بيئة الأعمال 7-1 (الأحسن) (5% من الوزن)	
يتألف المؤشر من: التكاليف التجارية للجريمة والعنف، موثوقية خدمات الشرطة، تكاليف الإرهاب على الأعمال التجارية، مؤشر وقوع الإرهاب ومعدل جرائم القتل.	السلامة والأمان 7-1 (الأحسن) (5% من الوزن)	المؤشر الفرعي لملاءمة البيئة
يتكون المؤشر من: كثافة الأطباء، الحصول على خدمات الصرف الصحي المحسنة، الحصول على مياه الشرب المحسنة، أسرة المستشفيات، انتشار فيروس نقص المناعة البشرية، الإصابة بالمalaria.	النظافة والصحة 7-1 (الأحسن) (5% من الوزن)	7-1 (الأحسن)
يتركب المؤشر من: مؤهلات القوى العاملة، معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي، معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي، نطاق تكوين الموظفين، درجة توجه العملاء، سوق العمل، ممارسات التوظيف والطرء، سهولة العثور على الموظفين المهرة، سهولة توظيف العمالة الأجنبية، تسديد الأجور والانتاجية ومشاركة المرأة في القوى العاملة.	الموارد البشرية وسوق العمالة 7-1 (الأحسن) (5% من الوزن)	25% من الوزن
يتكون المؤشر من: استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمعاملات من شركات الأعمال إلى شركات الأعمال، استخدام الإنترنت للمعاملات بين شركات الأعمال والمستهلكين، مستخدمي الإنترنت، اشتراكات الإنترنت ذات النطاق العريض الثابت، اشتراكات الهاتف الخليوي المتنقل، اشتراكات النطاق العريض المتنقل، تغطية شبكة الجوال وجودة إمدادات الكهرباء.	جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات 7-1 (الأحسن) (5% من الوزن)	
يتركب المؤشر من: الأولوية الحكومية لصناعة السفر والسياحة، الإنفاق الحكومي على السفر والسياحة، فعالية التسويق والعلامات التجارية لجذب السياح، شمولية بيانات السفر والسياحة السنوية، توقيت تقديم بيانات السفر	أولوية السفر والسياحة 7-1 (الأحسن)	

والسياحة الشهرية / ربع السنوية، تصنيف استراتيجي العلامة التجارية للبلد.	(6.25% من الوزن)	المؤشر الفرعي
يتألف المؤشر من: متطلبات التأشيرة، انفتاح اتفاقات الخدمات الجوية الثنائية، عدد الاتفاقات التجارية الإقليمية السارية.	الانفتاح الدولي 7-1 (الأحسن) (6.25% من الوزن)	لسياسة السياحة والسفر وملاءمة الظروف
يتكون المؤشر من 4 عناصر هي: رسوم التذاكر ورسوم المطار، مؤشر أسعار الفنادق، تعادل القوة الشرائية ومستويات أسعار الوقود.	تنافسية الأسعار 7-1 (الأحسن) (6.25% من الوزن)	7-1 (الأحسن)
يتألف المؤشر من: اتساق اللوائح البيئية، إنفاذ اللوائح البيئية، استدامة تنمية صناعة السياحة والسفر، تركيز الجسيمات، التصديق على المعاهدات البيئية، الإجهاد المائي الأساسي، فصول معرضة للخطر، تغيير الغطاء الغابي، معالجة مياه الصرف الصحي وضغط صيد الجرف الساحلي.	الاستدامة البيئية 7-1 (الأحسن) (6.25% من الوزن)	(25% من الوزن)
يتألف المؤشر من: جودة البنية التحتية للنقل الجوي، كيلومترات المقاعد المتاحة المحلية، كيلومترات المقاعد المتاحة الدولية، مغادرة الطائرات، كثافة المطارات وعدد شركات الطيران العاملة.	البنية التحتية للنقل الجوي 7-1 (الأحسن) (8.33% من الوزن)	المؤشر الفرعي للبنية التحتية
يتكون المؤشر مما يلي: جودة الطرق، كثافة الطرق، كثافة الطرق المعبدة، جودة البنية التحتية للسكك الحديدية، كثافة السكك الحديدية، جودة البنية التحتية للموانئ وكفاءة النقل البري.	البنية التحتية للبر والموانئ 7-1 (الأحسن) (8.33% من الوزن)	7-1 (الأحسن) (25% من الوزن)
يتألف المؤشر مما يلي: غرف الفنادق، جودة البنية التحتية للسياحة، وجود شركات تأجير السيارات الكبرى وماكينات الصرف الآلي.	البنية التحتية لخدمة السائح 7-1 (الأحسن) (8.33% من الوزن)	
يتركب المؤشر من: عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي، مجموع الأنواع المعروفة، إجمالي المنطق المحمية، الطلب الرقمي على السياحة الطبيعية وجاذبية الأصول الطبيعية.	الموارد الطبيعية 7-1 (الأحسن) (12.5% من الوزن)	المؤشر الفرعي للموارد الطبيعية والثقافية
يتألف المؤشر من: عدد المواقع التراثية الثقافية العالمية، التراث الثقافي الشفهي وغير المادي، الملاعب الرياضية، عدد اجتماعات الجمعيات الدولية والطلب	الموارد الثقافية وسفر الأعمال 7-1 (الأحسن)	

الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية.	7-1 (الأحسن) 12.5% (من الوزن)	25% من (الوزن)
---	----------------------------------	-------------------

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على معطيات المنتدى الاقتصادي العالمي:

World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point, Geneva, 2019, PP (85-87)

يتكون مؤشر تنافسية لسفر والسياحة لسنة 2019 المبين أعلاه أدناه من 14 ركيزة منظمة في أربعة فروع، وتحسب هذه الركائز على أساس البيانات المستمدة من استقصاء الرأي التنفيذي (المسح) والبيانات الكمية من مصادر أخرى. وتستمد بيانات المسح من الردود على استطلاع الرأي التنفيذي للمنتدى الاقتصادي العالمي وتتراوح قيمته بين 1 و 7. وقد جمعت بيانات صعبة من مصادر مختلفة، يرد وصفها في قسم الملاحظات التقنية والمصادر في نهاية التقرير. يمكن العثور على جميع البيانات المستخدمة في حساب المؤشر في قسم جداول البيانات من التقرير.

المحور الثالث: دراسة امكانية استفادة الجزائر من التجربة الرائدة لإسبانيا في بناء صناعة سياحية مستدامة

تعد إسبانيا إحدى الوجهات الرئيسية للسياحة في العالم بفضل عوامل الجذب السياحية التي يتوفر عليها البلد. وفي هذا الصدد، تجدر الإشارة إلى أن إسبانيا هي ثاني بلد في العالم يتوفر على تراث إنساني، وثالث بلد من حيث عدد الفضاءات الطبيعية المصنفة كمحميات حيوية، والبلد الذي يتوفر على أكبر عدد من الشواطئ الزرقاء بالنصف الشمالي للكرة الأرضية. XIX

الفرع الأول - أهمية السياحة في الاقتصاد الإسباني

تجذب الخلفية التاريخية الإسبانية المعقدة السياح المتحمسين من مختلف البيئات في جميع أنحاء العالم، وتتمتع إسبانيا بمجموعة متنوعة من المقومات السياحية الطبيعية، الثقافية والاقتصادية، حيث:

- تعد السياحة أقوى الصناعات في إسبانيا والتي ساعدت في التوسع السريع لاقتصادها، من خلال التعليم والعمالة والناجح المحلي الإجمالي والعملات الأجنبية وقطاعي الاستيراد والتصدير؛

- السياحة الإسبانية هي صناعة خدمات كثيفة العمالة، تعتمد على المزايا التنافسية، وعلى توافر المورد البشري ذو النوعية الجيدة والمدرّب على تقديم وتشغيل وإدارة المنتج السياحي؛

- تبنت إسبانيا استراتيجيات تعليمية متخصصة، تتكون من التعليم والتدريب السياحي الدولي المكثف الذي يهدف إلى إعداد الطلاب للاستجابة للمتطلبات المتغيرة والديناميكية لصناعة السياحة العالمية المتقلبة والتنافسية والمتطورة للغاية، بدلاً من تلبية المتطلبات الحالية وتشكيل الطلاب من أجل السوق الدولية بدلاً من السوق المحلي، وإعداد الطلاب للوظائف المتخصصة يتم تشجيع شعب إسبانيا على الاختلاط والتواصل مع السياح قدر الإمكان، ليس فقط لخلق فرص عمل، ولكن أيضاً للمساعدة في تحسين معرفتهم وتعليمهم للغات الأجنبية. XX

وفي الشكل التالي سندرس مساهمة هذه الأخيرة في الناتج المحلي الإجمالي لإسبانيا.

الشكل رقم (01): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي لاسبانيا بين سنتي (2012-2028) (الوحدة: (مليار أورو)

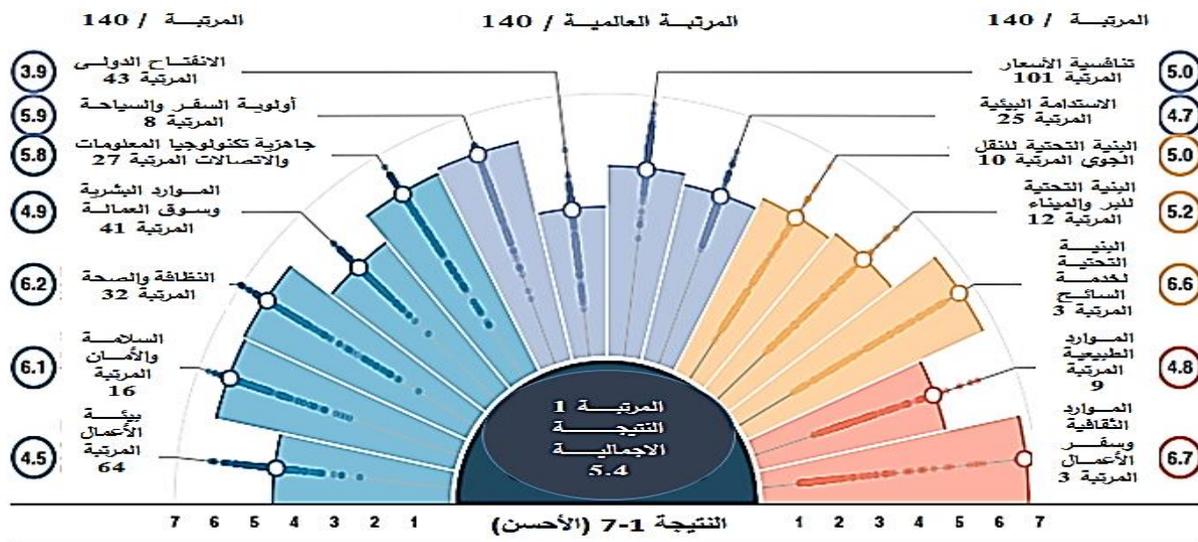


Source: Statista, Total contribution of travel and tourism to GDP in Spain from 2012 to 2028* (in billion euros) Available on line at: <https://www.statista.com/statistics/640440/travel-tourism-total-gdp-contribution-spain/>, Retrieved the 21/12/2019At19:04.

توضح هذه الإحصائيات إجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في إسبانيا من 2012 إلى 2018، مع توقعات لعام 2028. وخلال هذه الفترة، زادت مساهمة صناعة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في إسبانيا، حيث بلغت حوالي 172.9 مليار يورو عام 2017، وما نسبته 5.4% عام 2019.^{xxi}

الفرع الثاني - مؤشرات تنافسية السياحة في اسبانيا

الشكل رقم (02): مؤشرات تنافسية السياحة في اسبانيا حسب تقرير تنافسية السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2019



Source: World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition (Spain), Available on line at: http://reports.weforum.org/pdf/ttci-2019/WEF_TTCI_2019_Profile_ESP.pdf, P 01, 3.4:22/2020At: 01Retrievedthe: 20/

إعطاء تفاصيل أكثر، سنتعرض هذه المؤشرات الرئيسية ومؤشراتها الفرعية في الجدول الموضح أدناه.

الجدول رقم (02): مؤشرات تنافسية السياحة في اسبانيا حسب تقرير تنافسية السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2019

النتيجة	المرتبة/140	مكون المؤشر
4.5	64	بيئة الأعمال
4.5	60	حقوق الملكية
5.1	41	الأثر التجاري لقواعد الاستثمار الأجنبي المباشر
3.5	80	كفاءة الإطار القانوني لتسوية المنازعات
3.0	89	كفاءة الإطار القانوني في تحدي اللوائح الصعبة
147	74	الوقت اللازم للتعامل مع رخص البناء (الأيام)
4.8	101	تكلفة التعامل مع البناء (% من تكلفة البناء)
4.3	31	مدى هيمنة السوق
12.5	76	الوقت لبدء النشاط التجاري (الأيام)
4.0	54	تكلفة بدء نشاط تجاري (% الدخل القومي الإجمالي للفرد الواحد)
3.2	115	أثر الضرائب على الحوافز على العمل
3.4	84	أثر الضرائب على الحوافز على الاستثمار
47.0	104	إجمالي معدل الضريبة (% من الأرباح)
35.7	132	معدل ضريبة العمل والاشتراكات (% من الأرباح)
10.6	45	معدل الضريبة على الأرباح (% من الأرباح)

0.7	30	معدل ضرائب أخرى (% من الأرباح)
6.1	16	السلامة والأمان
5.4	24	التكاليف التجارية للجريمة والعنف
6.1	10	موثوقية خدمات الشرطة
5.4	49	تكاليف الأعمال التجارية للإرهاب
6.9	99	مؤشر وقوع الإرهاب 1-7 (لا توجد حالات)
0.6	16	معدل جرائم القتل (لكل 100.000 نسمة)
6.2	32	النظافة والصحة
4.1	13	كثافة الأطباء (لكل 1000 ساكن)
99.9	16	الحصول على خدمات الصرف الصحي المحسنة (%نسمة)
99.9	30	الحصول على مياه الشرب المحسنة (%نسمة)
31.0	51	أسرة المستشفيات (لكل 10.000 نسمة)
0.4	81	انتشار فيروس نقص المناعة البشرية (% من السكان البالغين)
M.F.	1	الإصابة بالمalaria (حالة لكل 100.000 ساكن)
4.9	41	الموارد البشرية وسوق العمالة
5.7	37	مؤهلات القوى العاملة
98.5	20	معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي (صافي %)
127.9	8	معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي (إجمالي %)
3.8	70	نطاق تدريب الموظفين

5.2	36	درجة توجه العملاء
4.2	61	سوق العمل
3.0	126	ممارسات التوظيف والطرء
4.6	41	سهولة العثور على الموظفين المهرة
4.3	52	سهولة توظيف العمالة الأجنبية
3.5	102	التسديد والانتاجية
0.88	50	مشاركة المرأة في القوى العاملة (نسبة إلى الرجال)
5.8	27	جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
5.2	36	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمعاملات من شركات الأعمال إلى شركات الأعمال
5.3	36	استخدام الإنترنت للمعاملات بين شركات الأعمال والمستهلكين
84.6	25	مستخدمي الإنترنت (% نسمة)
31.6	23	اشتراكات الإنترنت ذات النطاق العريض الثابت (لكل 100 نسمة)
113.3	79	اشتراكات الهاتف الخليوي المتنقل (لكل 100 نسمة)
94.1	32	اشتراكات النطاق العريض المتنقل (لكل 100 نسمة)
99.8	47	تغطية شبكة الجوال (% نسمة)
6.3	21	جودة إمدادات الكهرباء
5.9	8	أولوية السفر والسياحة
6.2	11	الأولوية الحكومية لصناعة السفر والسياحة
6.5	23	الإنفاق الحكومي على السفر والسياحة (% من ميزانية الحكومة)

5.8	11	فعالية التسويق والعلامات التجارية لجذب السياح
118	1	شمولية بيانات السفر والسياحة السنوية 0-120 (الأحسن)
21.5	4	توقيت تقديم بيانات السفر والسياحة الشهرية / ربع السنوية 0-21 (الأحسن)
79.3	61	تصنيف استراتيجي العلامة التجارية للبلاد 1-10 (الأحسن)
3.9	43	الانفتاح الدولي
24.0	85	متطلبات التأشيرة 1-100 (الأحسن)
8.3	102	انفتاح اتفاقات الخدمات الجوية الثنائية 0-38 (الأحسن)
59.0	1	عدد الاتفاقات التجارية الإقليمية السارية (العدد)
5.0	101	تنافسية الأسعار
88.5	37	رسوم التذاكر ورسوم المطار 0-100 (الأحسن)
137.6	64	مؤشر أسعار الفنادق (الدولار)
0.7	116	تعادل القوة الشرائية (الدولار)
113.0	103	مستويات أسعار الوقود (دولار سنت/لتر)
4.7	25	الاستدامة البيئية
4.3	53	اتساق اللوائح البيئية
4.3	45	إنفاذ اللوائح البيئية
4.6	49	استدامة تنمية صناعة السياحة والسفر
8.0	41	تركيز الجسيمات (ميكروغرام/م ³)
28	7	التصديق على المعاهدات البيئية 0-27 (الأحسن)

3.8	112	الإجهاد المائي الأساسي 0-5 (الأحسن)
7.8	99	فصائل معرضة للخطر (% من إجمالي الفصائل)
0.1	85	تغيير الغطاء الغابي (% التغير)
97.4	6	معالجة مياه الصرف الصحي (%)
35.3	55	ضغط صيد الجرف الساحلي (طن/كم ²)
5.0	10	البنية التحتية للنقل الجوي
5.9	11	جودة البنية التحتية للنقل الجوي
675.9	12	كيلومترات المقاعد المتاحة، المحلية (مليون)
4,776.8	6	كيلومترات المقاعد المتاحة، الدولية (مليون)
12.5	30	مغادرة الطائرات (لكل 1000 نسمة)
1.2	56	كثافة المطارات (المطارات / مليون نسمة)
197.0	5	عدد شركات الطيران العاملة (العدد)
5.2	12	البنية التحتية للبر والميناء
5.6	13	جودة الطرق
-	25	كثافة الطرق (كم من الطرق / 100 كم ²)
-	18	كثافة الطرق المعبدة (كم من الطرق / 100 كم ²)
5.5	11	جودة البنية التحتية للسكك الحديدية
3.1	26	كثافة السكك الحديدية (كم من الطرق / 100 كم ²)
5.6	12	جودة البنية التحتية للموانئ

5.4	12	كفاءة النقل البري
6.6	3	البنية التحتية لخدمة السائح
2.0	11	غرف الفندق (العدد/ 100 نسمة)
6.1	6	جودة البنية التحتية للسياحة
7	1	وجود شركات تأجير السيارات الكبرى
111.8	16	ماكينات الصرف الآلي (عدد / 100.000 من السكان البالغين)
4.8	9	الموارد الطبيعية
5	9	عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي (عدد المواقع)
538	71	مجموع الأنواع المعروفة (عدد الأنواع)
15.0	52	إجمالي المناطق المحمية (% من إجمالي المساحة الإقليمية)
61	9	الطلب الرقمي على السياحة الطبيعية 0-100 (الأحسن)
6.3	10	جاذبية الأصول الطبيعية
6.7	3	الموارد الثقافية وسفر الأعمال
42	2	عدد المواقع التراثية الثقافية العالمية (عدد المواقع)
18	4	التراث الثقافي الشفهي وغير المادي (عدد التعبيرات)
34.0	16	الملاعب الرياضية (عدد الملاعب الكبيرة)
556.3	4	عدد اجتماعات الجمعيات الدولية (متوسط 3 سنوات)
74	26	الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية 0-100 (الأحسن)

Source: :World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition (Spain), Op-cit, PP (02-03).

احتلت إسبانيا المركز الأول عالميا في مؤشر القدرة التنافسية العالمية للسفر والسياحة للمرة الثالثة على التوالي (2015، 2017، 2019)، ويمكن أن يعزى نجاح إسبانيا إلى عرضها الفريد لكل من الموارد الثقافية (المرتبة 3 عالمياً) والطبيعية (المرتبة 9)، جنباً إلى جنب مع البنية التحتية للخدمات السياحية السليمة (المرتبة 3)، الربط بالنقل الجوي (المرتبة 10) والدعم الحكومي القوي للسياحة وأولويتها (المرتبة 8). وقد استفاد قطاع السياحة والتكنولوجيا في إسبانيا من سهولة سياساته المالية مؤخراً، ومن خلال السياحة التي أعيد توجيهها من الشرق الأوسط وأجزاء من أوروبا الغربية، متأثرة بالمخاوف الأمنية. ومع ذلك، فإن هذه التطورات لم تؤثر على قدرة إسبانيا فيما يتعلق بتوفير بيئة ممتازة لقطاع السياحة المزدهر.

الفرع الثالث - عوامل نجاح السياحة في إسبانيا

هناك العديد من العوامل والأسباب التي جعلت إسبانيا وجهة رئيسية للسياحة في العالم من بينها:

- إسبانيا بلد تجمع بين الماضي والحاضر في مزيج غريب ونادر، حيث يمكن للسائح التمتع بآثار الماضي ومتعة وتطور الحاضر في آن الواحد؛

- الطقس المشمس والمعتدل في أغلب فصول العام، وهو مناخ محرومه منه أغلب سواحل القارة الأوروبية؛

- الثقافة السياحية العالمية للمواطن الإسباني، حيث أن البساطة والود هي أهم ما يميز تعاملات الشعب الإسباني مع الزوار والسائحين، وهو ما يكرس روح العلاقة الطيبة التي تربط إسبانيا بسائحيها؛

- إسبانيا من أكثر الدول في العالم من حيث أعداد مراكز التسوق التجارية، حيث تنتشر بصورة كبيرة وواضحة، وتغطي كل الاحتياجات وكل مستويات الدخل؛

- انخفاض مستوى المعيشة بشكل عام في إسبانيا يجعل السائح يشعر بالراحة على الأقل في مجال الانفاق واحتياجه للمال طوال رحلته؛

- سهولة التنقل بين مدن إسبانيا المختلفة، بفضل شبكة المواصلات العامة الرائعة التي توفرها الحكومة الإسبانية بالإضافة إلى شبكة الطرق المميزة، ووجود شركات تأجير السيارات الكبرى (المرتبة الأولى عالمياً) *xxii*.

- شمولية بيانات السفر والسياحة السنوية، وإعطاء الأولوية لقطاع السياحة في خطط الحكومة الإسبانية؛

- تمتع إسبانيا بموارد ثقافية متنوعة (المرتبة 3 عالمياً)، ووجود طلب كبير على التراث والثقافة الإسبانية؛

- جودة البنية التحتية لخدمة السائح (المرتبة 3 عالمياً)، وتوفير الفنادق والمنتجعات ذات تنافسية عالمية؛

- تبني إسبانيا لاستراتيجيات الاستدامة البيئية، والتصديق على المعاهدات البيئية والالتزام بها.

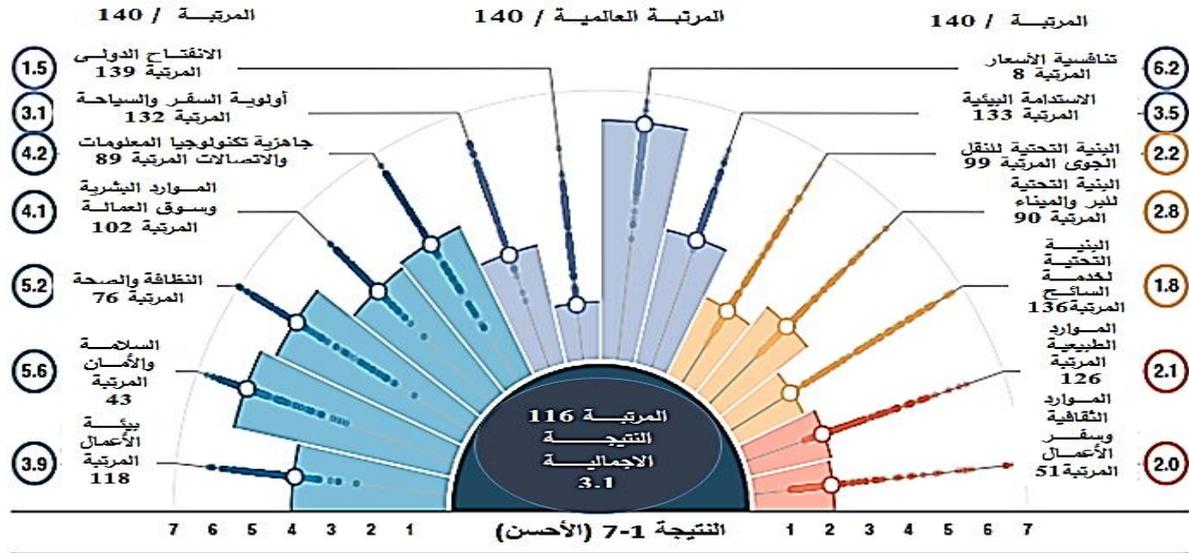
الفرع الرابع - التحديات الحالية والمستقبلية لصناعة السياحة بإسبانيا في ظل أهداف ومتطلبات التنمية المستدامة

من أهم التحديات التي تواجهها صناعة السياحة الإسبانية في الحاضر والمستقبل نذكر ما يلي:

- مواصلة إيجاد سبل التحسين، بالنظر إلى نضج القطاع في إطار الانفتاح الدولي؛

- تم اختيار إسبانيا كبلدٍ مضيف لإطلاق السنة الدولية لتسخير السياحة المستدامة من أجل التنمية سنة 2017، كاعتراف بالتزام إسبانيا في مجالاتٍ مثل السياحة البيئية والسياحة الثقافية أو مبادرات السياحة الزراعية، مما سيشكل خطوةً هامةً في إطار خطة العام 2030 والتقدم المحرز نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة؛ *xxiii*
- العديد المزد من السياح يصلون مع شركات الطيران منخفضة التكلفة ويختارون أنواع بديلة من الإيجارات، مثل Airbnb، وهي ظاهرة تسبب الضرر لأصحاب الفنادق المحليين؛
- يهدد تدفق السياح على شواطئ البلاد النظام الايكولوجي الهش، الذي يتكوّن من الكتبان الرملية والنباتات المائية، مما استوجب فرض قيود على الإيجارات السياحية غير المنظمة؛ *xxiv*
- تعتبر برشلونة الوجهة المفضلة للسياح الصينيين، وتعد السياحة الصينية، فرصة لتوسيع عرض الصناعة وزيادة الأرباح، وتكييف المنتج السياحي، حيث أن التحول إلى "السياحة عالية الجودة" التي تحترم البيئة المحلية والمجتمع المحلي أكثر من "السياحة الكمية"، سيسمح لإسبانيا بالاعتراف بها كوجهة عالمية أكثر حضارية وثقافية وحديثة وجذابة للسياح الذين لديهم اهتمامات أوسع وقوة شراء أكبر؛ *xxv*
- حذر خبراء إسبانيا من أن قطاع السياحة في البلاد يواجه تهديدا حقيقيا، بسبب لجوء صناع الرحلات إلى الاستفادة من رخص الرحلات إلى مصر وتركيا، وفقا لصحيفة ديلي إكسبريس البريطانية، حيث أن الطلب على الرحلات إلى مصر وتركيا قد ازداد بسبب الأسعار الرخيصة مقارنة مع إسبانيا؛ *xxvi*
- أكدت مؤسسة مابريانتكنولوجيز الإسبانية، في دراسة أجرتها حول الدول التي أصبحت تمثل منافسة حقيقية مع إسبانيا في مجال السياحة، أن مصر واليونان من أهم الدول التي أصبحت تنافس إسبانيا في جذب السياح وعلى رأسهم الإسبان أنفسهم، وانخفض الطلب على تونس والمغرب، ويرجع ذلك إلى القدرة التنافسية للأسعار التي تقدمها مصر. *xxvii*
- اتباع دول الجوار الأوروبية على غرار فرنسا سياسة الهدف منها تعزيز النمو وخفض الاختلالات في الإقليم وتوفير بديل لظهور وجهات سياحية جديدة مثل إسبانيا. *xxviii*
- على هذا الأساس، عمل منتدى السياحة العالمي في إسبانيا- المنعقد في 27 جانفي 2015 في مدريد- على توفير حلولاً للتحديات التي تواجه صناعة السياحة في المستقبل، حيث تم مناقشة تأثير السياحة على تطوير البنية التحتية لإسبانيا، إضافة إلى دراسة التنافسية الاقتصادية والسياحية، وتم تمثيل إسبانيا في منتدى السياحة العالمي قبل الرؤساء والمديرين التنفيذيين للمؤسسات ذات الصلة، وتم التركيز على السياحة المسؤولة اجتماعياً، وإدخال التكنولوجيات الجديدة والابتكار في مجال السياحة. *xxix*
- الفرع الخامس- سبل استفادة الجزائر من التجربة الرائدة لإسبانيا في مجال الصناعة السياحية المستدامة**
- احتلت الجزائر المرتبة 118 عالمياً من بين 136 دولة حسب تقرير تنافسية السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2017، ثم حسنت موقعها لتحتل المرتبة 116 عالمياً من بين 140 دولة عام 2019، وفي الشكل المبين أدناه نتطرق لأهم مؤشرات تنافسية السياحة الجزائرية وفقاً لتقرير هذا الأخير.

الشكل رقم (03): مؤشرات تنافسية السياحة في الجزائر حسب تقرير تنافسية السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2019



Source: Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition (Algeria), Available on line at: http://reports.weforum.org/pdf/tci-2019/WEF_TTCI_2019_Profile_DZA.pdf, P 01, Retrieved the: 45:22/2020At: 0120/

انطلاقاً من الشكل السابق، نستنتج وجود عدة اختلالات في هيكل السياحة الجزائرية على سبيل المثال لا الحصر: عدم وجود أولوية لها من طرف الجهات الحكومية (المرتبة 132)، ضعف البنية التحتية لخدمة السائح (المرتبة 136)، عدم الاستثمار في الموارد البشرية وتمييزها (المرتبة 102)، تدهور بيئة أعمال (المرتبة 118)، غير أننا نلاحظ امتلاك الجزائر ميزة تتمثل في تنافسية الاسعار (المرتبة 8).

بناء على ما سبق، تستطيع الجزائر النهوض بقطاع السياحة وتعزيز مساهمته في التنمية الاقتصادية المستدامة، وذلك بتبني استراتيجيات شاملة قائمة على عوامل الجذب السياحي الحقيقية على غرار ما قامت به اسبانيا وكل الدول المنافسة لها، وتشمل هذه الاستراتيجيات المحاور الرئيسة التالية:

- تنمية الموارد البشرية: بالتكوين المستمر والتأطير الجيد لليد العاملة في السياحة، مع نشر الوعي والثقافة لدى المواطن الجزائري بأهمية الصناعة السياحية في بناء اقتصاد مستدام غير مستند على ريع المحروقات.
- امتلاك بنية تحتية قوية: مثل شبكات وطرق النقل الجوي والبحري والبري، تحسين جودة البنية التحتية المرتبطة بالسياحة مباشرة مثل الفنادق والمطاعم، الحمامات المعدنية... الخ.
- تأمين قواعد معلوماتية واحصائية متطورة، واستغلال شبكات التواصل الاجتماعي للترويج للمنتج المحلي.
- توفير المناخ الملائم للاستثمار السياحي: تنشيط بيئة الأعمال بتوفير الحوافز فعالة للاستثمار في قطاع السياحة والقضاء على العراقيل البيروقراطية، والتوجه نحو الشراكة بين القطاع الخاص والعام، وتشجيع روح المقاولاتية لدى فئة الشباب خاصة خريجي المعاهد

والجامعات، إضافة إلى دعم ومرافقة المشاريع الناشئة السياحية (Start up) مثل الوكالات السياحية، وكالات كراء السيارات، مؤسسات التوجيه والارشاد السياحي، المؤسسات المتخصصة والتي تنشط في مجال انتاج المنتج أو تقديم الخدمات ذات الطابع السياحي.

- بناء مزاي تنافسية تعتمد على الأسعار المنخفضة للمنتجات المحلية دون اهمال عامل الجودة، والاستفادة من الأمن والاستقرار لتطوير القطاع السياحي، واعطائه الأولوية في المشاريع التنموية المستقبلية.

الخاتمة

تعتبر السياحة أحد أهم القطاعات التي تعول عليها الدول في تنمية اقتصادها الوطني وتنويعه، كما تعد ركيزة لاقتصاديات بعض الدول، كونها واحدة من أكثر الصناعات نموا باعتبارها مصدرا للعملة الصعبة ومجالا كبيرا لتشغيل اليد العاملة، وبالتالي زيادة الدخل الوطني وبعث مشاريع التنمية المستدامة.

وفي الجانب التطبيقي من الدراسة تم إثبات صحة الفرضيات الأربعة، حيث احتلت اسبانيا المرتبة الأولى عالميا ضمن مؤشرات تنافسية السياحة وفقاً لتقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2019، وتعد الموارد الطبيعية والثقافية من بين أبرز العوامل التي جعلت اسبانيا وجهة رئيسية للسياحة، إضافة إلى الثقافة السياحية العالمية للمواطن الاسباني، وإعطاء الأولوية لقطاع السياحة في خطط الحكومة الاسبانية، وجودة البنية التحتية لخدمة السائح. ويعد مواصلة إيجاد سبل التحسين، بالنظر إلى نضج القطاع، وتكثيف المنتج السياحي مع فئات مستهدفة من السائحين من بين التحديات التي تواجهها صناعة السياحة بإسبانيا.

من خلال دراستنا للتجربة الرائدة لإسبانيا في مجال الصناعة السياحية، توصلنا إلى مجموعة من التوصيات يمكن الاستفادة منها على مستوى الاقتصاد الوطني وذلك بالارتكاز على:

- ضرورة إنشاء مدارس تكوين حكومية متخصصة في السياحة المستدامة وذلك بالشراكة مع القطاع الخاص؛
- إدخال التكنولوجيات الحديثة بهدف تطوير الأساليب التكوينية للتوافق مع المعايير العالمية في هذا المجال، وتلبية احتياجات سوق العمل كماً ونوعاً، وتبني مقاربة التكوين المستمر القائم على الجودة؛
- مساعدة المقاولين الجزائريين الجامعيين على تجسيد مشاريع سياحية مستدامة، ومرافقتهم والمتابعة الفعلية لاحتياجاتهم مع التقييم المستمر لنتائج أعمالهم، وضرورة وجود التغذية العكسية والتحديث المتواصل؛
- تشجيع المنتجات السياحية المستدامة في الأسواق المحلية والدولية، واستغلال شبكات التواصل الاجتماعي بفعالية من أجل الترويج الالكتروني لهذه المنتجات؛
- تسهيل اجراءات انشاء الوكالات السياحية بجميع أصنافها، وإزالة المعوقات التي تعترض الاستثمار السياحي؛
- ملاءمة المنتجات السياحية الوطنية مع احتياجات الشرائح المستهدفة من السائحين، والتخصص في المنتجات المستدامة ذات التنافسية العالية، بناء على دراسات تسويقية قائمة على معايير علمية سليمة؛
- تحسين مكانة الجزائر السياحية، بالاستثمار في المورد البشري، حيث لاحظنا أن تكوينه من أهم نقاط ضعف القطاع السياحي، إضافة إلى ضعف البنية التحتية السياحية.
- نشر ثقافة سياحية واعية لدى المواطن الجزائري، نظراً للدور الجوهري الذي تلعبه هذه الأخيرة في تنشيط السوق السياحي وبناء المزاي التنافسية المستدامة في الصناعة السياحية لأي دولة.

قائمة الهوامش

<http://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/245> -

ⁱIsabelle Frochot, Patrick Legohérel, Marketing du tourisme, Dunod, 4^{ème} éditions, Paris, 2018, P 08.

ⁱⁱمصطفى يوسف كافي، التنمية المستدامة، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص 09.

ⁱⁱⁱLynn R. Kahle, Eda Gurel-Atay, *Communicating Sustainability for the Green Economy*, Routledge, New York, USA, 2015, P27.

^{iv}Michael von Hauff, Claudia Kuhnke, Sustainable Development Policy: A European Perspective, Taylor & Francis, USA, 2017, P 24.

^vTeshager Alemu Kassa, Abebe Alebachew Mulunesh, Handbook of Research on Sustainable Development and Governance Strategies for Economic Growth in Africa, IGI Global, USA, 2018, P 02.

^{vi}أبو بكر بوسالم، عادل لعجالي، صناعة السياحة في المغرب: تجربة رائدة ودروس مستفادة، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، العدد 02، 2016، ص 02.

^{vii}World Trade Organization, Concepts, Definitions, and Classifications for Tourism Statistics. Technical Manual No. 01, Madrid, Spain, 1995, P 12.

^{viii}ibid, P 11.

^{ix}ibid, P 12.

^xمحمد أزهر سعيد السماك، طرق البحث العلمي: أسس وتطبيقات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 297.

^{xi}Michael Redclift, Delyse Springett, Routledge International Handbooks of Sustainable Development, Routledge, New York, USA, 2015, P 253.

^{xii}سمر رफी الرحبي، الإدارة السياحية الحديثة، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 123.

^{xiii}عبد الله عياشي، استراتيجيات تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور الاستدامة: حظيرة الطاسيلي بولاية إليزي نموذجاً،

أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية - تخصص: التحليل الاقتصادي، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، 2016/2015، ص 78.

^{xiv}Sylvine Pickel-Chevalier, Tourism in Bali and the Challenge of Sustainable Development, Cambridge Scholars Publishing, UK, 2018, P 01.

^{xv}عبدة عبد السلام حسانات، أثر التخطيط السياحي على التنمية السياحية من وجهة نظر مدراء مكاتب السياحة، دار المنهل ناشرون، دون ذكر الطبعة، عمان، الأردن، 2017، ص 64.

^{xvi}Dupeyras, A, N. MacCallum, "Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document", OECD Tourism Papers, OECD Publishing, vol 02, 2013, P 14.

^{xvii}Ibid, P P 07-08.

^{xviii}Ibid, P 08.

^{xix}السياحة في إسبانيا، متاح على

الخط: <http://www.exteriores.gob.es/Consulados/NADOR/ar/InformacionParaExtranjeros/Paginas/Turismo.aspx>، تم الاطلاع

عليه بتاريخ 2019/08/29 على الساعة 20:07.

^{xx}Importance of tourism on spain'economy, Published the 23/03/2015, Available on line at:

<https://www.ukessays.com/essays/tourism/importance-of-tourism-on-spains-economy.php>, Retrieved the 29/08/2019 At 20:15.

^{xxi}World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition (Spain), Available on line at:

http://reports.weforum.org/pdf/tci-2019/WEF_TTCI_2019_Profile_ESP.pdf, P 01, Retrieved the: 20/01/2020 At: 22:43.

^{xxii}10 اسباب تجعل اسبانيا وجهة رئيسية للسياحة في العالم، تاريخ النشر 2016/02/28، متاح على الخط: <https://blog.goejaza.com> تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2019/08/29 على الساعة 20:18.
^{xxiii}منظمة السياحة العالمية (UNWTO)، منظمة السياحة العالمية تباشر فعاليات السنة الدولية لتسخير السياحة المستدامة من أجل التنمية، تاريخ النشر 2017/01/18، متاح على الخط: <http://media.unwto.org/ar/press-release/2017-01-23>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2019/08/30 على الساعة 12:28.

^{xxiv}The local , Spain worries about tourism future, Published the 23 /10/ 2016, Available on line at:

<https://www.thelocal.es/20161023/spain-worries-about-tourism-future>, Retrieved the 29/08/2019 At 18:45.

^{xxv}TUDISTAR, Chinese tourism, a new challenge for the Spanish tourist industry, Published the 14/01/2016, Available on line at: <https://www.uab.cat/web/news-detail/chinese-tourism-a-new-challenge-for-the-spanish-tourist-industry-1345680342044.html?noticiaid=1345696648659>, Retrieved the 29/08/2019 At: 19:03 .

^{xxvi}ترك برس، تحذيرات من انهيار السياحة في إسبانيا بسبب توجه السياح إلى تركيا، تاريخ النشر 2017/10/28، متاح على الخط: <https://www.turkpress.co/node/41152>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2019/08/29 على الساعة 19:57.

^{xxvii}متاح على الخط : <https://www.youm7.com> ، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2019/08/29 على الساعة 20:29.

^{xxviii}Brice Duthion, Cyrille Mandou, Laurent Queige, L'innovation dans le tourisme : Culture numérique et nouveaux modes de vie, De Boeck Supérieur, 1^{ère} Edition, Belgique, 2016, P 19.

^{xxix}Spain global tourism forum will provide solutions for the challenges facing the tourism industry in the future, http://www.ifema.es/fitur_06/Prensa/INS_047498_06, Retrieved the 29/08/2019 At: 18:55 .

قائمة المراجع

أولاً- باللغة العربية

أ)- الكتب

1. حسنات عبيدة عبد السلام، أثر التخطيط السياحي على التنمية السياحية من وجهة نظر مدراء مكاتب السياحة، دار المنهل ناشرون، دون ذكر الطبعة، عمان، الأردن، 2017.
2. كافي مصطفى يوسف، التنمية المستدامة، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، دون ذكر الطبعة، عمان، الأردن، 2017.
3. السماك محمد أزهر سعيد، طرق البحث العلمي: أسس وتطبيقات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، دون ذكر الطبعة، عمان، الأردن، 2011.
4. الرحبي سمر رفقي، الإدارة السياحية الحديثة، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، دون ذكر الطبعة، عمان، الأردن، 2014.
5. (ب)- الأطروحات

6. عياشي عبد الله، استراتيجيات تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور الاستدامة: حظيرة الطاسيلي بولاية إليزي - أنموذجا، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية - تخصص: التحليل الاقتصادي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2016/2015.

ج)- المقالات المنشورة في المجلات والدوريات المحكمة

7. بوسالمأوبكر، لعجالي عادل، صناعة السياحة في المغرب: تجربة رائدة ودروس مستفادة، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، العدد 02، 2016، ص ص 01-17.

د)- المواقع الإلكترونية

1. السياحة في إسبانيا، متاح على

الخط:

<http://www.exteriores.gob.es/Consulados/NADOR/ar/InformacionParaExtranjeros/Paginas/Turismo.aspx>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2019/08/29 على الساعة 20:07.

2. ترك برس، تحذيرات من انهيار السياحة في إسبانيا بسبب توجه السياح إلى تركيا، تاريخ النشر 2017/10/28، متاح على

الخط: <https://www.turkpress.co/node/41152>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2019/08/29 على الساعة 19:57.

3. متاح على الخط : <https://www.youm7.com>، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2019/08/29 على الساعة 20:29.

4. منظمة السياحة العالمية (UNWTO)، منظمة السياحة العالمية تباشر فعاليات السنة الدولية لتسخير السياحة المستدامة من أجل التنمية،

تاريخ النشر 2017/01/18، متاح على الخط: <http://media.unwto.org/ar/press-release/2017-01-23>، تم الاطلاع

عليه بتاريخ 2019/08/30 على الساعة 12:28.

5. أسباب تجعل اسبانيا وجهة رئيسية للسياحة في العالم، تاريخ النشر 2016/02/28، متاح على الخط:

<https://blog.goejaza.com>، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2019/08/29 على الساعة 20:18.

ثانياً - باللغة الفرنسية

A)- Les ouvrages:

1. Duthion.B, Mandou.C, Queige.L, L'innovation dans le tourisme : Culture numérique et nouveaux modes de vie, De Boeck Supérieur, 1^{ère} Edition, Belgique, 2016.

2. Frochot.I, Legohérel.P, Marketing du tourisme, Dunod , 4^{ème} editions, Paris, 2018.

A)- Les sites web:

1. Le Parisien , Tourisme : la France et l'Espagne les plus visitées, Publié le 15 /01/ 2018, Disponible

en ligne sur : <http://www.leparisien.fr/economie/tourisme-la-france-et-l-espagne-les-plus-visitees-15-01-2018-7502886.php> , Consulté le 30/08/2019 à 18 :56.

ثالثاً - باللغة الانجليزية

A)- Books:

1. Chevalier.S, Tourism in Bali and the Challenge of Sustainable Development , Cambridge Scholars Publishing, UK, 2018.
2. Lynn R. Kahle, EdaGurel-Atay, Communicating Sustainability for the Green Economy, Routledge, New York, USA, 2015.
3. Redclift.M, Springett.D, Routledge International Handbooks of Sustainable Development, Routledge, New York, USA, 2015.
4. TeshagerAlemuKassa, AbebeAlebachewMulunesh, Handbook of Research on Sustainable Development and Governance Strategies for Economic Growth in Africa, IGI Global, USA, 2018.
5. Von Hauff.M, Kuhnke.C, Sustainable Development Policy: A European Perspective, Taylor & Francis, USA, 2017.
6. world trade organization, Concepts, Definitions, and Classifications for Tourism Statistics. Technical Manual No. 01, Madrid, Spain, 1995.

B)- Reviews & Reports:

1. Dupeyras, A, N. MacCallum , "Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document", OECD Tourism Papers , OECD Publishing, vol 02, 2013, PP 01-65.

- World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point, Geneva, 2019.

C)- Websites:

- Importance of tourism on Spain's economy, Published the 23/03/2015, Available on line at: <https://www.ukessays.com/essays/tourism/importance-of-tourism-on-spains-economy.php>, Retrieved the 29/08/2019 At 20:15.
- Spain global tourism forum will provide solutions for the challenges facing the tourism industry in the future, http://www.ifema.es/fitur_06/Prensa/INS_047498_06, Retrieved the 29/08/2019 At: 18:55 .
- Statista, Total contribution of travel and tourism to GDP in Spain from 2012 to 2028* (in billion euros) Available on line at: <https://www.statista.com/statistics/640440/travel-tourism-total-gdp-contribution-spain/>, Retrieved the 21/12/2019 At 19:04.
- The local, Spain worries about tourism future, Published the 23 /10/ 2016, Available on line at: <https://www.thelocal.es/20161023/spain-worries-about-tourism-future>, Retrieved the 29/08/2019 At 18:45.
- TUDISTAR, Chinese tourism, a new challenge for the Spanish tourist industry, Published the 14/01/2016, Available on line at: <https://www.uab.cat/web/news-detail/chinese-tourism-a-new-challenge-for-the-spanish-tourist-industry-1345680342044.html?noticiaid=1345696648659>, Retrieved the 29/08/2019 At: 19:03 .
- World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition (Algeria), Available on line at: http://reports.weforum.org/pdf/ttci-2019/WEF_TTCI_2019_Profile_DZA.pdf, P 01, Retrieved the: 20/01/2020 At: 22:45.
- World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition (Spain), Available on line at: http://reports.weforum.org/pdf/ttci-2019/WEF_TTCI_2019_Profile_ESP.pdf, P 01, Retrieved the: 20/01/2020 At: 22:43.