

عوامل تعزيز القدرة التنافسية للقطاع السياحي في الجزائر-دراسة تحليلية-

## ***Factors to enhance the competitiveness of the tourism sector in Algeria -an analytical study -***

خروف منير

فريحة ليندة

تنوع ورقمنة الاقتصاد الجزائري، جامعة 8 ماي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر \*

1945 قالمة، الجزائر

kharouf.mounir@univ-guelma.dz

friha.linda@univ-guelma.dz

تاريخ القبول: 2020/07/11

تاريخ الاستلام: 2020/02/25

مستخلص:

يهدف من خلال هذه البحث إلى التعرف على عوامل تعزيز القدرة التنافسية للقطاع السياحي في الجزائر من خلال دراسة تحليلية لمؤشرات التنافسية ومؤشرات تنافسية السياحة والاسفار العالمية، وبسبب تراجع عائدات النفط والمحروقات تراهن الجزائر على القطاع السياحي كأحد مرتكزات التنوع الاقتصادي.

ورغم سلبيات المؤشرات الا ان المنظمة العالمية للسياحة ادرجت قطاع السياحة في الجزائر كأحد الدعائم الأساسية للنهوض بالاقتصاد الوطني وخلق تنمية اقتصادية، نظرا للإمكانيات والموارد التي تتوفر عليها الجزائر في المجال السياحي.

الكلمات المفتاحية: القدرة التنافسية، القطاع السياحي، المؤشرات السياحية، السياحة الجزائرية، البنية السياحية.

تصنيف JEL: L83؛ M31؛ R11

### **Abstract:**

Through an analytical study of competitiveness indicators and competitiveness indicators of tourism and international travel, given the importance of this sector and the decline in revenues from oil and fuel, Algeria is betting on the tourism sector as one of the pillars of economic diversification.

Despite the negative indicators, the World Tourism Organization has ranked the tourism sector in Algeria as one of the essential pillars of the promotion of the national economy and economic development, given the potential and the resources available to it. Algeria in the tourism sector. In Algeria.

\* المؤلف المراسل.

**Keywords: Keywords:** competitiveness, tourism sector, tourism indicators, Algerian tourism, and tourism structure.

**Jel Classification Codes :** L83 ; M31 ; R11

المقدمة:

تعد السياحة أحد أهم القطاعات التي تعول عليها الدول في تنمية اقتصادها الوطني وتنويعه بل تعتبر ركيزة لاقتصاديات بعض الدول، كيف لا وهي تعد واحدة من أكثر الصناعات نموا باعتبارها مصدرا للعمالات الصعبة ومجالا كبيرا لتشغيل اليد العاملة وبالتالي زيادة في الدخل الوطني، وبالرغم من هذه الأهمية التي يكتسبها هذا القطاع، وبسبب تراجع عائدات النفط والمحروقات تراهن الجزائر على القطاع السياحي كأحد مرتكزات التنوع الاقتصادي.

لقد صنف تقرير حديث للمنتدى الاقتصادي العالمي لدافوس لسنة 2017 الجزائر ضمن البلدان الإفريقية الأقل تنافسية في المجال السياحي حيث جاءت في الترتيب 118 عالميا من ضمن 136 دولة شملتها الدراسة، ويشير التقرير إلى أن مؤشرات الأمن والنظافة والصحة جاءت بالنسبة للجزائر في مراتب متدنية تتعلق على التوالي بالمرتبتين 81 و89 عالميا، وعلى مستوى شمال إفريقيا جاءت الجزائر في المرتبة الرابعة بعد المغرب ومصر وتونس. واحتل المغرب المرتبة ال 65 عالميا، فيما حلت مصر في الصف ال74، وتونس في المرتبة 87. (2018.eldjazaironline)

ورغم سلبيات المؤشرات إلا ان المنظمة العالمية للسياحة ادرجت قطاع السياحة في الجزائر كأحد الدعائم الأساسية للنهوض بالاقتصاد الوطني وخلق تنمية اقتصادية، نظرا للإمكانيات والموارد التي تتوفر عليها الجزائر في المجال السياحي.

مشكلة الدراسة :

تتمحور مشكلة البحث حول تحديد عوامل تحسين القدرة التنافسية للسياحة الجزائرية للنهوض بالاقتصاد الوطني وخلق تنمية اقتصادية؟ وعلى ضوء ما سبق سنحاول من خلال هذا البحث الإجابة على هذا التساؤل من خلال التطرق إلى المحاور التالية:

1. الإطار النظري للقدرة التنافسية.
2. تحليل الواقع التنافسي للسياحة الجزائرية.
3. عوامل تحسين القدرة التنافسية للسياحة الجزائرية.

فرضية الدراسة:

تتمثل فرضية هذه الدراسة في الآتي: تراهن الجزائر على القطاع السياحي كأحد مرتكزات التنوع الاقتصادي لذا يجب تحديد عوامل تحسين القدرة التنافسية للسياحة للنهوض بالاقتصاد الوطني.

**أهداف الدراسة:**

تتمثل أهداف البحث فيما يلي:

- التعرف على اهم العوائق التي تحول دون تمتع الجزائر بمزايا تنافسية في المجال السياحي.
- محاولة النهوض بالقطاع السياحي الجزائري عن طريق تبيان اهم العوامل المساعدة على ذلك.

**أهمية الدراسة:**

تتمثل أهمية البحث فيما يلي:

- للبحث اهمية بالغة خاصة في ظل التراجع الذي تعرفه اسعار المحروقات، وعجز ميزان المدفوعات، وتراجع ايرادات الدولة من العملة الصعبة.
- مكانة هذا القطاع في دفع عجلة التنمية في الجزائر.
- التوجه نحو تعزيز القطاعات خارج المحروقات خاصة قطاعي الزراعة والسياحة.

### 1. الإطار النظري للقدرة التنافسية:

ترتبط القدرة التنافسية كإطار للتنمية الاقتصادية المستدامة لبلد ما بمعدلات الإنتاجية فيها، وتعتبر من الحوافز التي تعمل على تحسين مستويات المعيشة مع رفع مستويات الإنتاجية، يمكن للاقتصاد أن يتمتع بعملة قوية وسعر صرف عال وعائدات جذابة لرأس المال وارتفاع في الأجور، وهو ما يترجم في زيادة الثروات للارتقاء بمستويات المعيشة للإنسان (2018، fcsa.gov) ويعمل الكثير من الدول اليوم – على غرار الجزائر- على اعتماد نهج رفع مستويات التنافسية في مركز اهتمام استراتيجيات التنمية الاقتصادية.

#### 1.1. تعريف القدرة التنافسية:

تتنوع الوسائل والاستراتيجيات تبعاً لتنوع واختلاف العوامل، الثقافية والبيئية والاجتماعية والاقتصادية والمؤسسات والسياسات من دولة إلى أخرى، مما يؤدي الى عدم وجود تعريف معتمد عالمياً من قبل كل دول العالم.

إلا أن معظم تعاريف مفاهيم التنافسية تتفق في شيء واحد وهو التأكيد على ارتباط قوي بين تحسين قدرة الاقتصاد على توليد الثروة (الإنتاجية) وتعزيز مستويات المعيشة لكافة شعوبها، ولالأجيال القادمة.

يمكن تعريف القدرة التنافسية على نطاق واسع بأنها قدرة دولة للحفاظ على أو زيادة حصتها في السوق مقارنة مع منافسيها، انها اذن فكرة أساسية بقدر ما يقوم النظام الرأسمالي على أساس منافسة معممة. (2018, hussone)

كما تعزز القدرة التنافسية التركيز على المنافسة العالمية، ومع التطوير المستمر للسياسات الناجحة والهادفة إلى تشجيع الشركات للخوض والاستفادة من الأسواق الإقليمية والعالمية بشكل أكبر، ترتفع معدلات النمو الاقتصادي الذي يعززه التنافسية، وبالتالي تعزز مستويات الرفاه والرخاء للأفراد والمؤسسات.

ومن هذا المنطلق نركز في هذا البحث على تحديد ان التنافسية هي القدرة على تحقيق الرخاء على المدى الطويل مع الحفاظ على عملية التوازن.

#### 1.1.1. تعريف التنافسية حسب المؤسسات:

يتمحور تعريف التنافسية للشركات حول قدرتها على تلبية رغبات المستهلكين المختلفة وذلك بتوفير سلع وخدمات ذات نوعية جيدة تستطيع من خلالها النفاذ إلى الأسواق الدولية، فالتعريف البريطاني للتنافسية ينص على أنها " القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى". (عدنان، 2001)

#### 2.1.1. تعريف التنافسية على مستوى قطاع النشاط:

تعرف بأنها قدرة القطاع على تحقيق القيمة المضافة العالية ضمن بيئة أعمال ذات تشريعات مرنة ومنظمة لها، تتماشى مع التطورات الاقتصادية وضمن آليات فعالة لقوى السوق، ومن ناحية الموردين والمستهلكين، بالإضافة إلى حرية الدخول إلى سوق العمل والخروج منها. (للتنافسية، 2011، صفحة 5)

#### 3.1.1. تعريف التنافسية على مستوى الدول: لقد اهتمت العديد من الجهات بإعطاء

تعريف لمفهوم التنافسية ومن بينها نذكر:

4.1.1. تعريف المجلس الأمريكي للسياسة التنافسية: يعرفها بأنها قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تنافس في الأسواق العالمية وفي نفس الوقت تحقق مستويات معيشة مطردة في الأجل الطويل.

**5.1.1. تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE:**

✓ على مستوى الاقتصاد الوطني: التنافسية هي الدرجة التي يمكن وفقها وفي شروط سوق حرة وعادلة إنتاج السلع والخدمات التي تواجه أذواق الأسواق الدولية، وفي نفس الوقت يتم تحقيق زيادة الدخل الحقيقي لأفرادها في الأجل الطويل.

✓ التنافسية الدولية: هي القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تواجه اختبار المزاخمة الخارجية، في الوقت الذي تحافظ فيه على توسيع الدخل المحلي الحقيقي.

**6.1.1. تعريف مايكل بورتر للتنافسية:** هي العنصر الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المؤسسة ربحية دائمة مقارنة بمنافسيها.

**2.1. أهمية التنافسية:**

لم تعد التنافسية مجرد الإنتاج بأقل التكاليف بل تعدت ذلك في اقتصاد تنافسي معولم إلى ترسيخ مبدأ الجودة/ التميز، وهو ما يسمح بالمنافسة على الرغم من ارتفاع التكاليف، ويحتاج النهوض بالجودة والنوعية إلى موارد بشرية عملية تستطيع السيطرة على التكلفة وإبداع أشكال التميز والإتقان في المنافسة.

وإذا كان الاندماج أو الانفتاح على العالم ضمن منظومة الاقتصاد العالمي أمراً حتمياً أمام الدول العربية والنامية عموماً، فإن الاستفادة من الفرص التي يوفرها لتحقيق النمو الدائم والرفاه ليست نتيجة حتمية بل تخضع لقوانين المنافسة المفتوحة على مستوى الدول والمؤسسات وحتى الأفراد، وتتمثل أبرز التحديات التي تطرحها البيئة العالمية الجديدة في تعزيز القدرة على توليد الدخل واستمرارية النمو في ظل هذه البيئة التي أصبح شعارها البقاء للأفضل، مما يستدعي تحديث الهياكل الإنتاجية وتحسين كفاءتها وتطوير تقانتها، والنهوض بالعنصر البشري وتحسين بيئة الأعمال واجتذاب رأس المال البشري.

ويعتبر دعم التنافسية الوسيلة الرئيسة للاقتصاديات المتقدمة والنامية على حد سواء لرفع التحديات المذكورة، وهو الأمر الذي جعل التنافسية موضع اهتمام الدول والمنظمات الدولية والمؤسسات، وأصبح لها مجالس وهيئات وإدارات ولها سياسات واستراتيجيات ومؤشرات، فمثلاً مجلس سياسة التنافسية في و.م. أ يعتبر هبوط التنافسية الاقتصادية أحد العناصر التي تهدد الأمن الوطني للبلاد. (طارق، 2002، صفحة 5)

وفي اقتصادنا المعاصر أصبحت التنافسية أكثر من ضرورة، فهي تؤثر في المؤسسات التي تحتاج إلى نمو فضلاً عن مجرد توفير البقاء، وفي الأفراد الذين يريدون الحفاظ على وظائفهم، كما تؤثر في الأمم التي ترغب في استدامة مستويات معيشة أفرادها وزيادتها، مما عزز من مناخ التنافس ورسخ

القناعة بأهمية التنافسية تلك التغيرات الحاصلة على النشاط البشري من مختلف جوانبه في التنظيم الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، إضافة إلى التطورات العلمية والتكنولوجية.

### 3.1. أسباب التنافسية:

تعددت الأسباب التي جعلت التنافسية عنصرا أساسيا في عالم أعمال اليوم، ويمكن لنا إبراز أهم هذه الأسباب فيما يلي:

- ✓ تعدد الفرص في السوق العالمي نتيجة تحرير التجارة الدولية.
- ✓ وفرة المعلومات في مختلف الأسواق نتيجة تطور أساليب بحوث السوق والشفافية التي تتعامل بها مختلف المؤسسات في المعلومات المتصلة بالسوق وغيرها من المعلومات ذات الدلالة على مراكزها التنافسية.
- ✓ سهولة الاتصالات وتبادل المعلومات بين مختلف وحدات وفروع المؤسسات بفضل شبكة الإنترنت وغيرها من آليات الاتصال الحديثة.
- ✓ تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية وتسارع مختلف عمليات الإبداع والابتكار.
- ✓ مع زيادة الطاقات الإنتاجية، وارتفاع مستويات الجودة والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد في الصناعات كثيفة الأسواق، تحول السوق إلى سوق مشتري تتركز القوة الحقيقية فيه للعملاء الذين انفتحت أمامهم فرص الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة لإشباع رغباتهم بأقل تكلفة وبأيسر الشروط، ومن ثم تصبح التنافسية هي الوسيلة الوحيدة للتعامل في السوق من خلال العمل على اكتساب وتنمية القدرات التنافسية.

### 4.1. مؤشرات قياس القدرة التنافسية.

#### 1.4.1. مؤشرات قياس تنافسية الدول:

أكد معظم الباحثين على ضرورة استعمال عدة مؤشرات لقياس تنافسية دولة ما، والبداية المتوفرة لذلك تتمثل في ملاحظة تطور الدخل الحقيقي حسب الفرد أو الإنتاجية، أو على النتائج التجارية للدولة.

ان تطور الدخل الحقيقي حسب الفرد والإنتاجية مفاهيم مرتبطة ولكن ليست متشابهة، حيث يوضح Markusen ان الدخل الحقيقي حسب الفرد يرتبط بعوامل الإنتاج الكلية. والتوفر على رأس المال والموارد الطبيعية وكميات التبادل، لان زيادة عوامل الإنتاج الكلية (عادة متمثلة في التطورات التكنولوجية) تزيد الدخل حسب الفرد، مثل ما يفعل تطور التخصيص الوطني بالموارد الطبيعية ورأس المال المادي أو تحسن في التبادلات. (النسور، 2009، صفحة 31)

ان كميات التبادل لدولة ما تتحسن عندما تكون العملة الوطنية مثمينة أو سعر الصادرات للدولة يرتفع مقارنة بسعر الواردات، وهذا ما يؤدي لزيادة حجم الاستهلاك الداخلي الممكن انطلاقاً من التخصيص المعطى من الثروات الطبيعية ومن تجارة متوازنة.

تزداد كميات التبادل لدولة ما ومنه الدخل حسب الفرد عندما يكون هناك طلب عالي إضافي على المنتجات والخدمات المصدرة من طرف هذه الدولة، أو عرض عالي إضافي على المنتجات والخدمات التي تستوردها، ولهذا فإن مقاربات التنافسية الوطنية المبنية على التجارة والدخل حسب الفرد مرتبطة فيما بينها.

عندما تكون محفظة صادرات دولة ما مركزة على قطاعات نشاط ذات نمو كبير ومحفظة الواردات مركزة على قطاعات نشاط ذات نمو ضعيف أو في حالة انحدار، فيمكن أن يكون ذلك مؤشراً على تحسن كميات التبادل لهذه الدولة، وهذا يخضع لسرعة رد فعل الأسواق العالمية لشروط العرض والطلب الإضافيين، ويرتفع دخل الفرد تحت تأثير زيادة التخصيص الوطني من الثروات الطبيعية (تنقيب عن الثروات الطبيعية) أو من رأس المال المادي (نتيجة لاستثمارات سابقة).

تنشر العديد من المنظمات والهيئات الدولية (المعهد الدولي لتنمية الإدارة IMD، المنتدى الاقتصادي العالمي WEF، منظمة الأمم المتحدة UN، AT Kearney...) تقارير سنوية، تتضمن مؤشرات تهدف إلى تصنيف دول العالم بدلالة معايير مختلفة مثل التنافسية، التطور البشري، الحرية الاقتصادية، تكلفة الأعمال... الخ.

#### 2.4.1. مؤشرات قياس تنافسية المؤسسة:

إن مفهوم التنافسية الأكثر وضوحاً يبدو على مستوى المؤسسة، فالمؤسسة قليلة الربحية ليست تنافسية، وحسب النموذج النظري للمنافسة الكاملة فإن المؤسسة لا تكون تنافسية عندما تكون تكلفة إنتاجها المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في السوق، وهذا يعني أن موارد المؤسسة يساء تخصيصها وأن ثروتها تتضاءل أو تبدد، وضمن فرع نشاط معين ذي منتجات متجانسة يمكن للمؤسسة أن تكون قليلة الربحية لأن تكلفة إنتاجها المتوسطة أعلى من تكلفة منافسيها، وقد يعود ذلك إلى أن إنتاجيتها أضعف أو أن عناصر إنتاج تكلفتها أكثر أو للسببين معاً.

#### 3.4.1. مؤشرات قياس تنافسية قطاع النشاط:

يمكن حساب مقاييس التنافسية على مستوى فرع النشاط حينما تكون المعطيات عن المؤسسات التي تشكله كافية، وهذه المقاييس تمثل متوسطات وقد لا تعكس أوضاع مؤسسة معينة ضمن الفرع المدروس، إن إجراء تحليل التنافسية على مستوى قطاع النشاط أو العناقيد (تجمع

أنشطة) يشترط أن تكون المتوسطات على هذا المستوى ذات معنى وفوارق مؤسسات القطاع محدودة، وتعود تلك الفوارق عادة إلى تفسيرات عديدة مثل توليفة المنتجات، عوامل الإنتاج، عمر المؤسسة، الحجم، الظروف التاريخية وعوامل أخرى.

وإذا كان من الممكن تقييم تنافسية المشروع في السوق المحلية أو الإقليمية بالقياس إلى المشروعات المحلية أو الإقليمية. فإن تقييم تنافسية فرع النشاط يتم بالمقارنة مع فرع النشاط المماثل لإقليم آخر أو بلد آخر الذي يتم معه التبادل، إن فرع النشاط التنافسي يتضمن مشروعات تنافسية إقليمية ودولياً أي تلك التي تحقق أرباحاً منتظمة في سوق حرة.

وتنطبق غالبية مقاييس تنافسية المشروع على تنافسية فرع النشاط، إذ أن فرع النشاط الذي يحقق بشكل مستدام مردوداً متوسطاً أو فوق المتوسط على الرغم من المنافسة الحرة مع الموردين الأجانب، يمكن أن يعتبر تنافسياً إذا تم إجراء التصحيحات اللازمة.

## 2. تحليل الواقع التنافسي للسياحة الجزائرية:

قبل التطرق الى تحليل الواقع التنافسي السياحي للجزائر سوف نسلط الضوء بداية على ترتيب الجزائر في تقرير التنافسية العالمي.

### 1.2. نظرة عامة على ترتيب الجزائر في تقرير التنافسية العالمي: تحليل وضع الجزائر في

مؤشر التنافسية العالمي خلال الفترة من 2015-2018: (weforum، 2018، الصفحات 45-46)

### جدول رقم 1: وضع الجزائر في مؤشر التنافسية العالمي خلال الفترة من 2015-2018

السنة	المرتبة	الدرجة
2016-2015	140/87	7/3.97
2017-2016	138/87	7/3.98
2018-2017	137/86	7/4.07













المصدر: تقرير مؤشر التنافسية العالمي للسنوات 2015/2016/2017/2018، ص 46.45

ان القراءة الأولية للجدول السابق، تشير الى انه بالرغم من التحلل الطفيف جدا في الترتيب العالمي من المرتبة 87 سنة 2015 الى المرتبة 86 سنة 2018 في مؤشر التنافسية العالمية، فان العكس هو الحاصل في درجة التنافسية، حيث تقهقرت الجزائر من 3.97 درجة سنة 2015 الى 4.07 درجة سنة 2018، وهو ينم على ان هناك دولا أخرى تراجعت تنافسيتهما وليس الجزائر



تحسنت، وبالتالي فإن الحكم على معيار الترتيب فقط يعطي وصفا خاطئا للحالة وهو ما سوف نبينه أكثر من خلال الجدول التالي:

### جدول رقم 2: أسباب تحسن وضع الجزائر في تقرير التنافسية: 2015-2018.

التغير	2018-2017		2017-2016		2016-2015		الركائز
	الترتيب	الدرجة	الترتيب	الدرجة	الترتيب	الدرجة	
	88	3.6	99	3.5	99	3.5	المؤسسات
	93	3.6	100	3.3	105	3.1	البنية التحتية
	71	4.6	63	4.8	38	5.3	مناخ الاقتصاد الكلي
	71	5.8	73	5.7	81	5.6	الصحة والتعليم الاساسي
	92	4	96	3.9	99	3.7	التعليم العالي والتدريب
	129	3.6	133	3.5	134	3.5	كفاءة أسواق السلع
	133	3.3	132	3.2	135	3.2	كفاءة سوق العمل
	125	3.1	132	2.9	135	2.8	تطور أسواق المال
	98	3.4	108	3.1	126	2.6	الاستعداد التكنولوجي
	36	4.8	36	4.7	37	4.7	حجم السوق
	122	3.3	121	3.3	128	3.3	تطور الاعمال
	104	2.9	112	2.9	119	2.8	الابتكار

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير مؤشر التنافسية العالمي للسنوات 2015/2016/2017/2018، ص 46، 45.

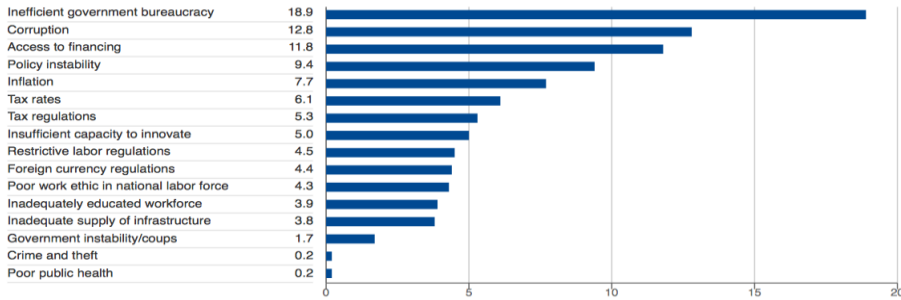
نلاحظ من الجدول السابق انه من مجموع ركائز المؤشرات الاثني عشر هناك ثلاثة مؤشرات فقط كانت سلبية او متراجعة، وتسع مؤشرات إيجابية لكن كل هذا لم يشفع للمؤشر العام ان يتحسن بل كان سلبيا على العموم وهو ما يبدو انه راجع أساسا الى ان درجة التحسن في مجمل الركائز التسعة هو تحسن طفيف وغير متوازن بين سنتي الدراسة 2015 و 2018، زيادة على ان ركائز

التراجع كانت في مؤشرات استراتيجية مثل مناخ الاقتصاد الكلي، كفاءة سوق العمل، وأخيرا تطور الاعمال، والملاحظ ان هذه المؤشرات لها تأثيرات مباشرة وغير مباشرة من جهة و على مستوى العمق من جهة أخرى، لان عوامل مثل معدل النمو، وحجم السوق، ورصيد الميزان التجاري، وحجم الاستثمار والادخار، المنضوية تحت مناخ الاقتصاد الكلي لها ثقلها مقارنة بالعوامل الأخرى، ونفس الشيء بالنسبة لكفاءة سوق العمل، وتطور الاعمال.

شكل رقم 1: المعوقات التي تواجه أداء الاعمال في الجزائر حسب تقرير التنافسية لسنة 2018-2017:

#### Most problematic factors for doing business

Source: World Economic Forum, Executive Opinion Survey 2017



Note: From the list of factors, respondents to the World Economic Forum's Executive Opinion Survey were asked to select the five most problematic factors for doing business in their country and to rank them between 1 (most problematic) and 5. The score corresponds to the responses weighted according to their rankings.

المصدر: تقرير مؤشر التنافسية العالمي لسنة 2018-2017، ص 44.

- أنظمة العمل التقييدية
- لوائح العملات الأجنبية
- أخلاقيات العمل السيئة في القوى العاملة الوطنية
- القوى العاملة المتعلمة غير الكافية
- عدم كفاية إمدادات البنية التحتية
- عدم استقرار الحكومة / الانقلابات
- الجريمة والسرقة
- البيروقراطية الحكومية
- الفساد
- صعوبة الحصول على التمويل
- عدم استقرار السياسة
- التضخم

- معدلات الضرائب
- اللوائح الضريبية
- القدرة غير الكافية على الابتكار

من الشكل السابق نلاحظ ان مناخ الاعمال في الجزائر يعاني من مشاكل جمة وعلى مستوى متقدم من الاهمية، وهو ما يجعل مناخ الاعمال الجزائري طاردا للاستثمار والمستثمرين وبامتياز كذلك، لان البيروقراطية والفساد ومشاكل التمويل، والبنية التحتية الضعيفة، وتدني مستوى القوى العاملة كلها تمثل محددات اساسية للأعمال في اي دولة، وبالتالي على الجزائر ان تحارب مثل هذه العراقيل إذا كانت تريد حقا ان تعزز من تنافسية الاقتصاد الجزائري.

## 2.2. تحليل مؤشرات التنافسية السياحية الجزائرية وفق مؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر:

يهدف مؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر إلى توفير أداة إستراتيجية واضحة وشاملة تسمح بقياس العوامل والسياسات المحفزة على تطوير قطاع السياحة في مختلف الدول، وذلك من خلال تقديم تقييمات مفصلة عن بيئة السياحة والسفر لهذه الدول في جميع أنحاء العالم يعتمد في تحليل تنافسية قطاع السياحة على أربعة عشر 14 مؤشرا تضم معظم العوامل التي تؤثر في تنافسية القطاع، و يصنف التقرير الدول المشاركة بناء على معيار يسمى معيار تنافسية قطاع السفر والسياحة يضع لكل دولة نقاطا من واحد إلى ستة في كل فرع محدد من فروع المعيار تعبر عن فاعلية القطاع ويحتوي المعيار على ثلاثة فروع رئيسية كل فرع يحتوي على مجموعة من المؤشرات.

- الفرع الأول يسمى الهيكل التنظيمي والقانوني يرصد العناصر ذات الصلة بالسياسات الحكومية المتبعة وتشمل خمس دعائم: القواعد، السياسية والأنظمة، السلامة والأمن، الأنظمة البيئية، الخدمات الصحية والنظافة، وألويات السياحة والسفر.
- والفرع الثاني يسمى مؤشر البنية التحتية وبيئة الأعمال: يرصد العناصر المتعلقة ببيئة ممارسة الأعمال والبنية التحتية لكل اقتصاد، ويشمل خمس دعائم: البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للنقل البري، البنية التحتية للسياحة، البنية التحتية للمعلومات والاتصالات وتنافسية الأسعار.
- والفرع الثالث يسمى مؤشر المواد البشرية والثقافية والطبيعية في القطاع ويشمل أربعة عوامل، رأس المال البشري، السياحة الوطنية، والمصادر الطبيعية والثقافية.

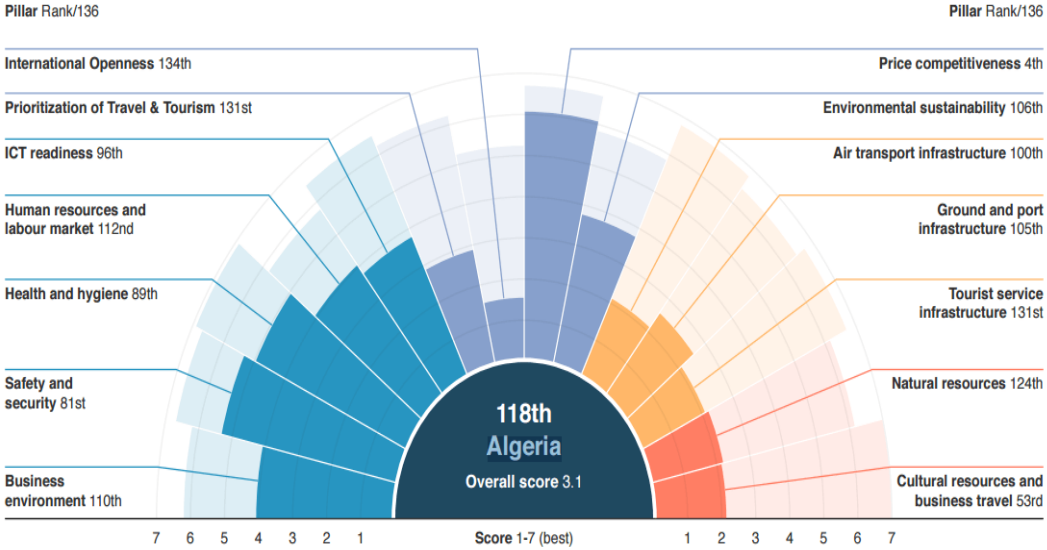
أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) تقريره 2015 وأطلق عليه مسمى " النمو من خلال الصدمات" والاسم مستوحى من تعرض قطاع السياحة لعدة صدمات صحية وكوارث جوية بالإضافة للأزمات المتلاحقة في العالم من عدم توفر الأمن والإرهاب في بعض الدول، ورغم كل هذا ما زال هذا القطاع ينمو فقد بلغ عدد السواح في عام 2014 عالميا 1.14 مليار زيادة عن عام 2013 ب 51 مليون سائح وهذا ما أكدته المنظمة العالمية للسياحة للأمم المتحدة UNWTO إضافة إلى تأكيد المجلس العالمي للسياحة WTTC بأن قطاع السياحة والسفر يمثل 9.5% من الناتج المحلي بالعالم أي 7 تريليون دولار أمريكي ويشكل 5.4% من الصادرات العالمية وما زال هذا القطاع يلعب دورا بارزا ومحركا رئيسيا لخلق فرص العمل التي تزايدت بنسبة 4% في عام 2014 من خلال توفير 266 مليون فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة (-arab tourism، 2018).

تعتبر تنافسية السياحة والسفر من المؤشرات التي تبين القوة الاقتصادية التي يمثلها قطاع السياحة في الوقت الحاضر حيث أصبح صناعة قائمة بذاتها واعتمدت عليها اقتصاديات الكثير من دول العالم حيث تمثل مصدرا رئيسيا لدخلها، فتعتمد قوة أي بلد في قطاع السياحة على قوة وقدرة السياحة على التأثير على اقتصاده وقدرته على المنافسة إقليميا وعالميا، مما حتم على الدول والجزائر بصورة خاصة - لأسباب عديدة-الإهتمام بموضوع التنافسية في صناعة السياحة والسفر والاستفادة من هذه الصناعة لما لها من آثار على النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للمجتمعات والدول والقدرة على التحفيز الإيجابي لقطاعات أخرى لتحقيق أغراض التنمية المستدامة. (weforum.org، weforum، 2018)

## شكل رقم 2: ترتيب الجزائر وفق مؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر لسنة 2017

### Performance Overview

Key Score  Highest score



المصدر: تقرير مؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر لسنة 2017، ص 80.

من الشكل السابق نرى ان ترتيب الجزائر في اغلب المؤشرات هي في ذيل الترتيب بداية من بيئة الاعمال، والموارد البشرية وسوق العمل، الانفتاح الدولي، البنية التحتية السياحية، تدني الخدمات السياحية، الاستدامة البيئية، النقل السياحي... الخ، ويعود ذلك أساسا الى ضعف المؤشرات التنافسية الكلية، غير اننا نرى تحسنا في بعض المؤشرات مثل تنافسية السعر، والموارد الثقافية، وهو راجع على ما يبدو الى ضعف الطلب السياحي نظرا لسلبية مؤشرات السياحة الكلية، بالنسبة لتنافسية السعر، اما الموارد الثقافية والاعمال التجارية فالراجح ان جانب الموارد الثقافية غالب على الجانب التجاري لما تزخر به الجزائر من موارد ثقافية مادية وغير مادية، على مستوى عالي من الجمال والجاذبية.















جدول رقم 4: ترتيب الجزائر في مؤشر التنافسية السياحية سنتي 2015 و 2017

Past performance Travel & Tourism Competitiveness Edition	2015	2017
Rank	123 / 141	118 / 136
Score	2.9	3.1

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير مؤشر تنافسية السياحة والسفر لسنتي 2017/2015، ص 80.

تم تصنيف الجزائر ضمن البلدان الإفريقية الأقل تنافسية في المجال السياحي حيث جاءت في الترتيب **118** عالميا، ضمن **136** دولة شملتها الدراسة. (tradingeconomic، 2018)

شكل رقم **3**: مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في الجزائر: (weforum، weforum، 2017)

التغير	2017		2015		المعايير
	الترتيب	الدرجة	الترتيب ب	الدرجة	
	110	4.0	121	3.8	بيئة الأعمال
	81	5.3	95	4.9	السلامة والأمن
	89	4.9	84	5.0	النظافة والصحة
	112	4.0	109	4.0	الموارد البشرية وسوق العمل
	96	3.7	105	3.1	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
	131	2.8	139	2.7	اولوية السفر والسياحة
	134	1.5	137	1.5	الانفتاح الدولي
	4	6.0	10	5.5	تنافسية السعر
	106	3.7	113	3.5	الاستدامة البيئية
	100	2.1	113	2.0	البنية التحتية للنقل الجوي
	105	2.5	121	2.6	البنية التحتية للميناء
	131	2.1	138	2.0	البنية التحتية للخدمة السياحية
	124	2.2	127	2.0	الموارد الطبيعية
	53	2.1	50	2.0	الموارد الثقافية و الاعمال التجارية

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على تقرير مؤشر تنافسية السياحة والسفر، 2017، ص 81.

من الجدول السابق نلاحظ ان جل المؤشرات ان لم تكن كلها شهدت تحسنا ملحوظا في مجال الترتيب بين سنتي 2015 و 2017، غير انه على النقيض من ذلك في مجال الدرجة فنرى ان جل ان لم تكن كل المؤشرات في تراجع كبير، وهو ما يدل على ان السبب في تحسن الترتيب راجع الى ان الدول الاخرى هي التي تفوقت وليس الجزائر التي تحسنت للأسف الشديد، هذا على مستوى عام، اما على المستوى الوحدوي وبنظرة مستفيضة نرى ان التحسن الحادث في تسعة من اصل اثنى عشرة مؤشر كلها ايجابية، وهو ما يجعلنا امام مفارقة عجيبة لان المؤشر الكلي يبين بان الجزائر غير ملائمة، ولكن الثلاثة مؤشرات فقط السلبية او غير الملائمة هي التي اثرت كل هذا التأثير حتى جعلت المؤشر سلبيا، وبالتالي لا يوجد اي تفسير الا ان الايجابية الموجودة في المؤشرات التسعة هي ايجابية غير حقيقية، بمعنى اخر ان درجة المؤشر هي في تراجع وليس العكس هذا من جهة، وان المؤشرات السلبية هي بالأهمية بمكان حتى تجعل المؤشر العام سلبيا من جهة أخرى، لأنها تمثل الصحة والاعمال التجارية والعوامل الثقافية... الخ.

لان مؤشرات اساسية مثل بيئة الاعمال، والنظافة والامان، والاستدامة البيئية، وبنية السياحة التحتية، والنقل السياحي بحريا كان ام جويا بل وحتى بریا، وحتى الموارد الطبيعية التي من المفروض انها من اهم المقومات السياحية المستدامة في الجزائر، كل هذه المؤشرات هي الركيزة الاساسية للجذب السياحي من جانبه الطلب والعرض السياحيين، وبالتالي على الجزائر مضاعفة الجهود في هاته النقاخص الاستراتيجية حتى تحسن من وضعها التنافسي السياحي، وبالتالي تكون من اهم الوجهات السياحية على مستوى شمال افريقيا على الاقل، لان المنافسين هي دول من حجم تونس، والمغرب، ومصر، وكل هذه الدول لها باع طويل في السياحة، وترتيبها لا باس به على المستوى الدولي.

ويشير التقرير إلى أن مؤشرات الأمن والنظافة والصحة جاءت بالنسبة للجزائر في مراتب متدنية تتعلق على التوالي بالمرتبتين 81 و 89 عالميا، وعلى مستوى شمال إفريقيا جاءت الجزائر في المرتبة الرابعة بعد المغرب ومصر وتونس.

### 3. عوامل تحسين القدرة التنافسية للسياحة الجزائرية:

قبل التطرق الى العوامل الأساسية في تحسين القدرة التنافسية نتعرض الى اهم الفرص والتهديدات ونقاط القوة والضعف للمقدرة التنافسية الجزائرية.

### 1.3. التشخيص الاستراتيجي للقدرة التنافسية السياحية الجزائرية باستخدام تحليل SWOT:

شكل رقم 3: يبين التشخيص الاستراتيجي للقدرة التنافسية السياحية الجزائرية SWOT:



### 2.3. عوامل تحسين القدرة التنافسية للسياحة الجزائرية:

- وجود ارادة سياسية هو الدافع الأساسي للارتقاء بالقدرات السياحية الجزائرية.
- ضرورة تكثيف الجهود الترويجية لتحسين الصورة الذهنية للمقصد الجزائري وإبراز مقوماته الطبيعية والثقافية والبشرية كونها عنصر قوة في تنافسية قطاع السياحة الجزائري.
- ايلاء اهمية لمفهوم الاستدامة البيئية وإدراجه ضمن أي خطط لتطوير قطاع السياحة نظرا لانتشار هذا المفهوم وأهميته في الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية في المقصد السياحي.



- التأكيد على جودة الخدمات المقدمة في قطاع السياحة والسفر ومتابعة مقدمي الخدمات السياحية للتأكد من عدم مخالفة قواعد وضوابط العمل المنظمة لقطاع السياحة والسفر.
- تسهيل إجراءات دخول السائحين للمقصد السياحي.
- تطوير إجراءات تنظيم المرور كونها عنصر سلبي يؤثر على تنافسية الجزائر كمقصد سياحي.
- الحد من البيروقراطية والعمل على تسهيل منح تأشيرة الدخول للسائحين للجزائر.
- العمل على تطوير وتحسين إجراءات الصحة والسلامة والخدمات الطبية في أنحاء المقصد السياحي الجزائري.
- تحسين خدمات البنية التحتية للنقل البري والجوي وكذلك البنية التحتية لخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- الاهتمام بتوفير البيانات الضرورية للسياحة والسفر وإعداد خريطة إلكترونية ونشرها عبر الانترنت على مستوى الساحة العربية بشكل دوري ومستمر وبدقة وموضوعية، خدمة للاستثمار والمستثمرين الباحثين. (الشعافي، وآخرون، 2015، الصفحات 45-49)
- كما يمكن فيما يخص الترويج السياحي الاعتماد على تجارب الدول الرائدة في مجال الترويجي السياحي، والقيام بإجراءات دعم النوعية من خلال اللجوء إلى منح شهادات النوعية المعتمدة دوليا للمؤسسات السياحية، وتحسين محيط السياحة وتطوير النقل، وإعداد برامج واسعة في مجال الاتصال المؤسسي بهدف تحسين وإعادة الاعتبار للصورة السياحية للجزائر، وإنجاز دراسات حول الأسواق العالمية الموفدة للسياح، وضرورة تبني استراتيجيات تحقق السياحة المستدامة، واستخدام الوسائل الترويجية والتسويقية الفعالة في كافة الأسواق من خلال نشر المطبوعات والكتيبات والخرائط السياحية لتوفير المعلومات والبيانات التي قد يحتاج إليها السائح، الترويج الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت. (ليندة، 2016، الصفحات 204-205)

#### الخلاصة:

لقد أصبح لزاما الاهتمام بالتنافسية في اقتصادنا المعاصر فكل الدول تعمل على الاهتمام بالتنافسية وتعزيز مؤشرات خاصة على المستوى العالمي من أجل الارتقاء إلى أفضل

مستويات التنافسية العالمية، في ظل ذلك أصبحت الدول تركز على قطاع معين بخاصة ذلك الذي يعتبر بالنسبة لها ذا أهمية خاصة وبالتالي ايلاءه الأهمية المتزايدة لتعزيز تنافسيته بالشكل الذي يؤثر إيجاباً في قدرتها التنافسية وتعزيز مكانتها على الساحة الدولية.

وبالتالي فإن الاهتمام بالقطاع السياحي الجزائري واكسابه قدرة تنافسية على الساحة الدولية ودراسة مؤشرات تنافسيها، يشكل نقطة ارتكاز ايجابية يمكن الاستفادة منها لتعزيز مكانتها المحلية والدولية.

يجب اذن العمل على المحافظة على استمرارية القدرة التنافسية للقطاع السياحي الجزائري وعدم تراجعها عن المستوى الذي وصل إليه، مما يتطلب العمل بكل جدية من أجل مراعاة مجموعة من القضايا أهمها: تطوير البنى التحتية، وتشجيع وجود ذهنية سياحية، والعمل على جذب الاستثمارات، والعمل من اجل إيجاد نظام معلومات خاص بها، والعمل على الابتكار والبحوث وتوفير التمويل اللازم لعمل المؤسسات السياحية.

وأخيراً يمكن القول بأن السياحة تعتبر من القطاعات الإستراتيجية الواعدة في الاقتصاد الجزائري يمكن ان تصبح ذات قيمة مضافة عالية، وعلى الرغم من أنها تعاني من الضعف في الكثير من مؤشرات تنافسيها إلا أن الاهتمام بها وايلاءها الأهمية الخاصة من شأنها أن تساهم بشكل كبير وفعال في تطوير تنافسية مختلف القطاعات الاقتصادية ذات الصلة والارتقاء بها نحو الأحسن والأفضل .

وهو ما يثبت صحة الفرضية الرئيسة للبحث: تراهن الجزائر على القطاع السياحي كأحد مرتكزات التنوع الاقتصادي لذا يجب تحديد عوامل تحسين القدرة التنافسية للسياحة للنهوض بالاقتصاد الوطني.

وقد توج البحث بمجموعة من النتائج أهمها:

نتائج تنافسية الاقتصاد الجزائري:

- تبقى البيروقراطية الحكومية من اهم المشاكل التي يعاني منها الاقتصاد الجزائري.
- تمثل تكلفة الفساد ما نسبته 18 بالمئة من قيمة المشاريع الاستثمارية في الجزائر.
- شح التمويل للاستثمار في القطاع السياحي بعد التراجع الكبير في ايرادات الدولة من النفط.
- التهرب الضريبي الكبير وعدم التشديد والرقابة الضريبية.
- الموارد البشرية غير فنية خاصة في قطاعات اقتصاد المعرفة.

- ضعف البنية التحتية الكلية-النقل البري والبحري والجوي-الاتصالات السلكية واللاسلكي، الخدمات المالية، المواصلات، الأشغال العمومية.
  - ارتفاع معدلات الجريمة المنظمة وغير المنظمة.
  - ضعف وعدم تغطية الخدمات الصحية العامة والخاصة.
- نتائج تنافسية القطاع السياحي في الجزائر:**
- عدم جاذبية بيئة الأعمال السياحية في الجزائر للاستثمار المحلي او الاجنبي.
  - غياب الأمن العام وزيادة معدلات الجريمة.
  - غياب تام للنظافة العامة – الشوارع، القمامات، المباني، وغياب النظافة الخاصة – المطاعم، المقاهي، الفنادق....
  - عدم مرونة تامة لسوق العمل بالنسبة للعرض والطلب، زيادة على ضعف العرض الناتج عن قلة خلق المؤسسات السياحية والراجعة لضعف الطلب السياحي والتي بدورها سببها ضعف الاستثمار السياحي وهكذا الحلقة مفرغة في القطاع السياحي الجزائري.
  - عدم توفير عامله سياحية مدربة ومؤهلة وهذا راجع لقلة المعاهد والمراكز السياحية زيادة على غياب تام للثقافة السياحية في الجزائر على مستوى الافراد والاسر والمجتمع ككل.
  - رغم المجهودات الجبارة التي بذلتها وتبذلها الدولة في مجال الدخول الى مجتمع المعلومات الا ان هناك فجوات كبيرة خاصة على مستوى ضعف شبكة الانترنت.
  - تعتبر الجزائر غير مندمجة في الاقتصاد العالمي في جانبه الحقيقي والمالي وذلك راجع اساسا الى ضعف الهيكل الاقتصادي واعتمادها على قطاع واحد، وتعاني من مشاكل في التحرير المالي خاصة فيما يتعلق بتحويل الاموال من الجانبين وهو ما يعيق بشدة الاستثمار والاستغلال السياحيين.
  - ضعف بل تراجع كبير للخدمات السياحية في الجزائر بشقيها البنية التحتية السياحية وتقديم الخدمات السياحية وخاصة في (النقل السياحي، هياكل الايواء، الاطعام، الاتصالات، التسلية، جودة الخدمة، تنافسية السعر، غياب الترويج السياحي، الثقافة السياحية، ...).

#### المراجع:

1. arab-tourism. (2018). *arab-tourism.org*. Récupéré sur arab-tourism.org: <http://www.arab-tourism.org/index.php/research/competitive-tourism-and-travel>
2. eldjazaironline. (2018). *eldjazaironline*. Récupéré sur eldjazaironline: <http://www.eldjazaironline.net/Accueil>

3. fcsa.gov. (s.d.). *fcsa.gov*. Récupéré sur *fcsa.gov*:  
<http://fcsa.gov.ae/ar-ae/Pages/Competitiveness/Definition.aspx>
4. hussonet. (s.d.). *hussonet.free*. Récupéré sur *hussonet.free*:  
<http://hussonet.free.fr/compet15.pdf>
5. tradingeconomic. (2018). *ar.tradingeconomics*. Récupéré sur *ar.tradingeconomics*:  
<https://ar.tradingeconomics.com/indicators>
6. weforum. (2017). *weforum*. Récupéré sur  
[http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf)
7. weforum. (2018). *weforum.org*. Récupéré sur *weforum.org*:  
<http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>
8. النصور، ع. ا. (2009). الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي. سوريا، اطروحة دكتوراه في التخطيط: جامعة اللاذقية، سوريا.
9. طارق، أ. (2002). *بور الحكومة الداعم للتنافسية-حالة مصر*. الكويت: المعهد العربي للتخطيط، الكويت.
10. عدنان، و. م. (2001). محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية. *بحوث ومناقشات، تونس تونس*.
11. للتنافسية، ا. ا. (2011). *التنافسية في الفكر الاقتصادي*، (p)، ص. (5سوريا).
12. ليندة، خ. م. (2016). مارس. (إشكالية صياغة إستراتيجية ترويجية للرفع من مستوى حركية السوق السياحي في الجزائر. *حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، 9(14).
13. نجيب محمد حمودة الشعافي، وآخرون، (2015). نيسان. (التحديات والعوامل المؤثرة في جذب الاستثمارات السياحية في دول الربيع العربي مع الإشارة إلى السياحة في ليبيا. *مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة* (العدد الثالث والأربعون).